

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE A MOLDOVEI

Cu titlu de manuscris

C.Z.U: 339.9: 338.48(043)

ROITMAN IRINA

**IMPACTUL MEGATENDINȚELOR ECONOMIEI MONDIALE
ASUPRA TURISMULUI INTERNAȚIONAL ȘI NAȚIONAL**

**SPECIALITATEA 521.02. ECONOMIE MONDIALĂ;
RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE**

Autoreferatul tezei de doctor în științe economice

CHIȘINĂU, 2018

Teza a fost elaborată în cadrul Departamentului „Business Internațional”,
Academia de Studii Economice a Moldovei

Conducător științific:

ȘIȘCAN Svetlana-Zorina, doctor habilitat în științe economice,
conferențiar universitar, ASEM

Consiliul Științific Specializat D 32.521.02-05. fost aprobat de către Consiliul de Conducere al ANACEC prin decizia nr. 7 din 11.05.2018, în următoarea componență:

Componența consiliului științific specializat:

CHISTRUGA Boris, președinte, doctor habilitat în științe economice,
profesor universitar, ASEM

HARCENCO Dorina, secretar, doctor în economie, conferențiar universitar, ASEM

ROȘCA Petru, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, ULIM

ȚÂU Nicolae, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, ASEM

CROTENCO Iuri, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, IRIM

Referenți oficiali:

GRIBINCEA Alexandru, doctor habilitat în științe economice,
profesor universitar, ULIM

TURCOV Elena, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, ASEM

Susținerea va avea loc la 05.10.2018, orele 14.00, în ședința Consiliului științific specializat D 32.521.02-05. Economie mondială; relații economice internaționale din cadrul Academiei de Studii Economice a Moldovei, mun. Chișinău, str. Mitropolit Bănulescu-Bodoni 61, sala 104, blocul B.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la biblioteca ASEM și la pagina web a CNAA (www.cnaa.md).

Autoreferatul a fost expediat la _____2018

Secretar științific al Consiliului științific specializat,

dr. în științe economice, conf. univ., ASEM



HARCENCO Dorina

Conducător științific,

dr. hab. în științe economice, conf. univ., ASEM



ȘIȘCAN Svetlana-Zorina

Autor



ROITMAN Irina

© Roitman Irina, 2018

I. REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea temei și importanța problemei abordate. Megatendințelor socio-economice, care determină și cele ale economiei mondiale, li se acordă atenția sporită în cercetările științifice contemporane. Aceste megatendințe stipulează direcțiile de dezvoltare ale relațiilor economice internaționale, din care face parte turismul internațional. În condițiile de crize periodice ale economiei mondiale turismul s-a manifestat a fi o bună soluție de ieșire din aceste crize printr-o diversificare economică. „Unul din aspectele economice caracteristice turismului îl reprezintă dinamismul și elasticitatea acestui domeniu chiar în cazurile de criză” [1, p.4]. În plus, turismul devine un „ambasador” economic și cultural, care este capabil să contribuie la restabilirea relațiilor economice internaționale dintre economiile aflate în criză și sau conflict. De aceea, cercetarea impactului megatendințelor economiei mondiale asupra turismului internațional pentru a consolida capacitatea elaborării strategiilor corespunzătoare de dezvoltare a turismului regional și local, ea reprezintă o deosebită actualitate. Aceasta este just și pentru Republica Moldova care, obținând suveranitatea și pornind pe calea economiei de piață, este menită să-și integreze în economia mondială și regională. Țara este limitată în resurse ce favorizează industrializarea economică, însă are destule resurse și capacități ca sa-și dezvolte domeniul turismului ca o ramură profitabilă, în cazul în care va prinde megatendințele economiei mondiale, va cerceta impactul acestora asupra turismului, elaborând, în această bază, concepția și strategiile respective. Moldova a fost apreciată ca o destinație de interes mondial, ceea ce ne confirmă faptul cooperării cu Organizația Mondială a Turismului, intensificată datorită semnării Acordului de Asociere a Republicii Moldova cu Unirea Europeană în 2014.

Descrierea situației în domeniu și identificarea problemelor de cercetare. Începând cu anii 60-70 ai sec. al XX-lea și până în prezent are loc investigarea proceselor fundamentale ce determină dezvoltarea economiei mondiale contemporane: globalizarea, devenirea societății postindustriale etc. Dintre autorii lucrărilor, în care au fost studiate și conceptualizate aceste procese fac parte D. Bell, A. Touraine, Y. Masuda, J. Naisbitt ș.a., iar din R. Moldova – Gr. Belostecinic, N. Șișcan, B. Chistruga, N. Țâu, A. Gribincea, P. Roșca, N. Lobanov, Z. Șișcan, R. Hîncu, D. Harcenco, R. Crudu, L. Dodu-Gugea ș.a. Efectelor de globalizare și ale tehnologiilor informaționale asupra turismului internațional și național li se acordă atenția sporită în literatura de profil. Astfel de autori, precum A.-M. Marinoiu, E. Turcov, I. Crotenco, G. Stănciulescu, V. Glăvan, N. Platon, P. Bacal, I. Cocoș au contribuit semnificativ la investigarea acestor procese. Totodată, lipsesc lucrările fundamentale dedicate studierii impactului megatendințelor economiei mondiale, preluate în grup, asupra turismului internațional și național, precum și a evidențierii paradigmelor în evoluția turismului, în general, și prin prisma impactului reciproc al turismului și altor forme ale relațiilor economice internaționale, îndeosebi.

Scopul și obiectivele cercetării. Pornind de la problemele identificate în cercetările științifice contemporane, se stabilește drept *scop al cercetării* date investigarea impactului principalelor megatendințe ale economiei mondiale asupra turismului internațional și național, precum și determinarea esenței paradigmei turismului contemporane și de viitor, și în această ordine de idei, reliefarea perspectivelor de dezvoltare ale turismului Republicii Moldova pentru integrarea mai aprofundată a acestuia în piața regională și mondială.

Cercetarea se limitează cu investigarea impactului celor cinci *megatendințe ale economiei mondiale: globalizare, regionalizare, localizare, informatizare și ecologizare*, ceea ce permite efectuarea cercetării nu numai extensive, dar și intensive. În funcție de scopul stabilit, urmează a fi realizate următoarele **obiective**:

1. Elaborarea cadrului teoretic și metodologic în vederea cercetării direcțiilor de dezvoltare ale domeniului turistic în contextul acțiunilor megatendințelor economiei mondiale.
2. Analiza schimbărilor paradigmatică în evoluția turismului ca formă a relațiilor economice internaționale.
3. Revelarea modalităților de impact al megatendințelor economiei mondiale asupra turismului internațional și național.
4. Efectuarea unui studiu empiric în vederea investigației pieței turistice a Republicii Moldova supuse acțiunilor megatendințelor economiei mondiale.
5. Formularea problemelor cu care se confruntă firmele turistice pe piața Republicii Moldova, precum și depistarea posibilităților de soluționare a acestor probleme și elaborarea recomandărilor corespunzătoare.

Obiectul cercetării îl constituie turismul la nivel mondial, regional și local supus acțiunilor megatendințelor economiei mondiale, precum și posibilitățile și perspectivele de formare avantajelor competitive ale turismului național în contextul dat.

Metodologia cercetării. Pentru realizarea tezei au fost utilizate diferite abordări, metode și instrumente de cercetare științifică, cum sunt: abordarea logic-formală, inclusiv metodele ei de inducție, deducție, analiză și sinteză; abordarea istoric-evolutivă; abordarea paradigmatică; abordarea empirică, cu metodele ei de observare, interviu, anchetare. A fost utilizat instrumentul internațional de evaluare a calității serviciilor ServQual, în baza căruia a fost elaborat chestionarul „de cerere” pentru studiul empiric, realizat în Republica Moldova.

Dat fiind faptul că teza reprezintă primul pas în direcția evaluării impactului megatendințelor economiei mondiale asupra turismului, megatendințele referindu-și la procese contemporane, autorul a fost pus în fața faptului de lipsa de evidență a datelor cu privire la impactul acestora. Astfel, în calitate de metodă de evaluare a impactului în teză se utilizează *analiza calitativă*, ce presupune revelarea modalităților de impact a fiecărei megatendințe asupra turismului. Pentru evaluarea și măsurarea impactului se introduce scara de patru grade: gradul I se referă la impact considerabil, semnificativ; gradul II – moderat; gradul III – slab; gradul IV – neînsemnat. De asemenea, se introduc trei stadii de manifestare a megatendințelor, ce contribuie la evaluare după grad: inițial, intermediar și avansat.

Problema științifică importantă soluționată: rezidă în elucidarea esenței paradigmei turismului contemporan și de viitor în baza examinării evoluției turismului ca formă a relațiilor economice internaționale și a cercetării efectelor megatendințelor economiei mondiale asupra turismului, fapt ce a condus la identificarea modalităților de dezvoltare a turismului ca durabil și inteligent, elaborarea recomandărilor în vederea precizării Concepției naționale de dezvoltare a turismului, perfecționării mecanismului de implementare a acesteia, precum și a corelării strategiilor de ridicare a competitivității turismului la nivel național și internațional.

Noutatea și originalitatea ale rezultatelor obținute.

1. Elaborarea premiselor teoretice și metodologice ale cercetării turismului internațional și național prin prisma impactului megatendințelor economiei mondiale, preluate în grup.

Ca urmare, revelarea modalităților de impact al globalizării, regionalizării, localizării, informatizării și ecologizării asupra turismului internațional și național.

2. Determinarea paradigmelor în evoluția turismului, abordat ca formă a relațiilor economice internaționale, precum și dezvoltarea conceptuală a paradigmei contemporane și de perspectivă a acestuia.
3. Realizarea unei cercetări empirice menite să studieze cererea și ofertă ale serviciilor turistice pe piața Republicii Moldova prin prisma acțiunilor megatendințelor economiei mondiale. Au fost elaborate două chestionare originale: de „oferta” și de „cerere” a serviciilor turistice în Republica Moldova în lumina acțiunilor megatendințelor vizate ale economiei mondiale.
4. Elaborarea propunerilor și recomandărilor cu privire la dezvoltarea turismului din Republica Moldova, în baza analizei impactului megatendințelor vizate.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă ale tezei se exprimă în:

- Argumentarea unei paradigme noi în evoluția turismului abordat ca formă a relațiilor economice internaționale.
- Revelarea efectelor megatendințelor economiei mondiale asupra turismului internațional.
- Evidențierea impactului megatendințelor economiei mondiale asupra turismului Republicii Moldova.
- Determinarea trendurilor în cerere și ofertă ale serviciilor turistice prestate pe piața Republicii Moldova, supusă efectelor megatendințelor economiei mondiale.
- Elaborarea unor propuneri și recomandări în baza celei de-a treia paradigme conceptualizate și ținând cont de acțiunile megatendințelor economiei mondiale, ce ar putea contribui la precizarea metodologică a Concepției contemporane de dezvoltare a turismului național, precum și la elaborarea Strategiei respective.
- Determinarea perspectivelor de dezvoltare a turismului național și a posibilităților de formare ale unor avantaje competitive pe piața mondială și europeană ale firmelor turistice naționale în contextul acțiunilor megatendințelor de informatizare, globalizare, regionalizare, localizare și ecologizare.
- Conceptualizările aprofundate, ideile, rezultatele analizei teoretice și ale studiului empiric, precum și propunerile și recomandările pot servi drept suport metodologic și aplicativ, atât pentru cercetările ulterioare în domeniu, cât și pentru perfecționarea unor cursuri didactice existente ori elaborarea unor cursuri noi pentru ciclul 2 (Masterat) și 3 (Doctorat).

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere.

- Turismul ca un fenomen socioeconomic și ca o formă a relațiilor economice internaționale, și-a tras originea și amploarea, începând cu perioada antică. În contextul dat, se argumentează faptul că în evoluția turismului pot fi evidențiate anumite paradigme, denotate ca „turismul incipient”, „turismul industrial și dezvoltat” și „turismul durabil și inteligent”.
- În procesul revelării esenței celei de-a treia paradigme a turismului, care se referă la turismul contemporan și de viitor, se identifică principalele megatendințe ale economiei mondiale contemporane ce o constituie pe această paradigmă.

- În urma investigațiilor de impact al megatendințelor economiei mondiale, precum globalizare, regionalizare, localizare, ecologizare și informatizare asupra turismului internațional și național, se depistează faptul că acest impact se manifestă prin diferite forme.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele de bază ale cercetării au fost utilizate pe parcursul elaborării Concepției și Strategiei de perspectivă ale dezvoltării turismului național de către Agenția Turismului a Republicii Moldova, precum și implementate în elaborarea strategiei de dezvoltare a Agenției de turism „Rarcurs-Tur” din cadrul „Rarcurs Grup” S.R.L.

Aprobarea rezultatelor cercetării. Principiile fundamentale și rezultatele investigațiilor efectuate au fost aprobate în cadrul discuțiilor științifice la 6 conferințe și simpozioane științifice naționale și internaționale.

Publicații la tema tezei: ideile de bază ale tezei au fost publicate în 7 articole științifice, cu un volum total de 6,63 c.a.

Volumul și structura tezei. Teza cuprinde adnotare (în limbile română, engleză și rusă), lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, fiind expusă pe 148 de pagini de bază, bibliografie (180 de titluri), 24 de figuri, 25 de tabele și 17 anexe.

Cuvinte-cheie: megatendințele economiei mondiale; turism internațional; turismul Republicii Moldova, globalizare, informatizare, localizare, regionalizare, ecologizare.

II. CONȚINUTUL TEZEI

În **Capitolul 1 „Cadrul teoretico-metodologic cu privire la evoluția turismului în contextul megatendințelor economiei mondiale”** se efectuează delimitările și precizările conceptuale în vederea noțiunilor de bază ale cercetării; se întreprinde analiza paradigmatică a evoluției turismului prin prisma devenirii relațiilor economice internaționale; se identifică principalele megatendințe ale economiei mondiale ce constituie esența paradigmei contemporane și de perspectivă a turismului.

Analiza mai multor conceptualizări ale turismului efectuate la nivel internațional și național [1-7] i-a permis autorului conceptualizarea turismului în contextul domeniului de cercetare – economia mondială și relații economice internaționale. Prin aceasta prismă, *turismul* se concepe ca relațiile ce se stabilesc între economiile naționale în bază, pe de o parte, a coraportului cerere-ofertă, legat de satisfacerea nevoilor umane în recreere, tratament, cunoaștere și afaceri economice; pe de altă parte, a valorificării și dezvoltării durabile a potențialului său natural și antropic.

Termenul „*megatendință*” a fost lansat în mediul academic de către cercetătorul american John Naisbitt în 1982 [8]. Cercetătorul american a analizat schimbările esențiale și de lungă durată de ordin economic, politic și social ce au avut loc în a doua jumătate a sec. al XX-lea în SUA, cunoscând apoi amploare în cercetările internaționale. *Megatendința economiei mondiale* se definește în teză ca astfel de direcție a economiei mondiale ce produce impactul considerabil asupra tuturor economiilor naționale, ramurilor și agenților economici de orice nivel, și ce acționează pe lungă durată, până la secolele întregi. În teză atenția se acordă acelor cinci megatendințe, care sunt considerate cele mai complexe și puternice în economia mondială contemporană: globalizare, informatizare, regionalizare, localizare și ecologizare.

Fiecare megatendință își trage originea din descoperirile științifice, progresul tehnic și tehnologic, activitatea antreprenorială și, la rândul său, determină acestea. Ca urmare, fiecare megatendință contribuie la apariția unor ramuri noi, noilor concepții economice și practici antreprenoriale, noilor tehnologii de producție, distribuție și de management, noilor produse și servicii, precum și schimbă prioritățile investiționale și preferințele consumatorilor [9, p.84]. Acțiunile megatendințelor sunt complexe „fiecare megatendință se manifestă în mod independent, dar interacțiunea dintre ele este evidentă” [10, p.2].

Datorită aplicării analizei paradigmatică a evoluției turismului din punct de vedere al rolului acestuia în dezvoltarea relațiilor economice internaționale, s-au evidențiat următoarele paradigme. **Paradigma de turismul incipient** cuprinde perioadele: antică, medievală și modernă până în sec. al XVIII-lea, inclusiv. În decursul primei paradigme au fost construite mai multe obiective turistice antropice, precum și identificate cele naturale; au apărut principalele forme ale turismului: turismul de explorare, recreere, cunoaștere, educațional, balneoclimateric, de afacere, religios și sportiv; a apărut și s-a dezvoltat infrastructura turistică. Aceasta a contribuit la formarea piețelor internaționale de servicii educaționale și de recreere, precum și la apariția și dezvoltarea mai multor fluxuri economice internaționale cum sunt: turistice, comerciale, de migrație a forței de muncă, de capital ș.a., în baza cărora s-au stabilit și s-au dezvoltat relațiile economice internaționale corespunzătoare. Miezul infrastructurii turistice consta în conceptul de ospitalitate (hospitium) ce a încurajat apariția și dezvoltarea diplomației economice internaționale; dintre componentele de bază fac parte: mijloace de transport, vămi, locurile de cazare și alimentație.

Paradigma de turism industrial și dezvoltat (sec. al XIX-lea – ultimul sfert al sec. al XX-lea). Fluxurile și infrastructura turistică se dezvoltă în baza megatendinței economiei mondiale de industrializare. Ca urmare, turismul s-a format ca industria serviciilor turistice: a avut loc standardizarea serviciilor turistice în baza de pachet turistic; tururi neorganizate s-au transformat în tururi organizate; au apărut noile forme de turism: social, rural și de masă. S-a dezvoltat infrastructura turistică: au apărut noile forme de mijloace de transport (trenuri, autovehicule, avioane, vapoare etc.); birouri de călătorii, operatori și agenții turistice; rețele hoteliere, agenții de reclamă, organizații naționale și internaționale specializate în turism. S-a format un sistem statistic în turism internațional. În urmare, turismul s-a dezvoltat ca un domeniu științific și o disciplină didactică. Turismul internațional s-a format „ca o ramură a sectorului terțiar” și, în același timp, „ca ramură de interferență” [6, p.2] a economiei mondiale. În cadrul turismului internațional s-au conceptualizat „turismul receptor” și „turismul emițător” [11, p.29], ale căror evidența a elucidat faptul că turismul ca o industrie specifică și ca o formă a relațiilor economice internaționale contribuie semnificativ atât la dezvoltarea economiilor naționale, cât și a economiei mondiale.

Paradigma turismului durabil și inteligent, a cărei baza metodologică s-a inițiat în anii 1980 ai secolului al XX-lea, având forma conceptului dezvoltării umane durabile. Lansarea paradigmei o datăm cu anii 1990, deoarece „ideea adoptării conceptului de dezvoltare durabilă în turism a apărut la începutul anilor 1990, luând astfel naștere turismul durabil ca o ramură ce a căpătat rapid importanța atât în domeniile academic și de cercetare, cât și în activitatea de industrie turistică” [12]. Miezul paradigmei „turismului durabil” îl reprezintă, în viziunea autorului, *cooperarea strânsă* dintre toate părțile implicate în industria turistică, precum și *educația* acestora. De aceea, această paradigmă se argumentează în teză și ca „*turismul inteligent*”.

Un alt argument pentru astfel de denumire se bazează pe faptul schimbării tehnologiilor de producție de la cele industriale la tehnologiile informaționale, inclusiv în industria turismului. Totodată, industria turistică se dezvoltă, în continuare, în baza economiei de piață. În contextul dat, „turismul durabil înseamnă abilitatea destinației turistice de a rămâne competitivă, împotriva tuturor problemelor apărute, de a atrage vizitatorii pentru prima oară și să-i fidelizeze ulterior, de a rămâne unica din punct de vedere cultural și a fi într-un permanent echilibru cu mediul ambiant” [13]. Pentru aceasta, turismul ar trebui să fie și „inteligent”. Paradigma vizată se argumentează să fie *de prezent și viitor*, constituindu-și sub impactul acțiunilor megatendințelor contemporane ale economiei mondiale. Pornind de la aceste premise metodologice, în teză se precizează esența fiecărei megatendințe vizate prin prisma impactului asupra turismului și a contribuției la dezvoltarea noii paradigme a acestuia.

În **Capitolul 2 „Dezvoltarea contemporană a turismului internațional sub impactul megatendințelor economiei mondiale”** se evidențiază diferitele forme de impact al globalizării, regionalizării, localizării, ecologizării și informatizării asupra turismului internațional.

Se depistează faptul că turismul internațional, începând cu mijlocul secolului al XX-lea și până în prezent, manifestă tendința constantă de creștere în ponderea și semnificația sa în economia mondială. Contribuțiile turismului internațional la PIB mondial au constituit 10% în anii 2015 și 2016 [16;17]. Conform datelor WTTC industria turismului a adus aportul în economia mondială în mărimea mai mult de 1,2 trilioane dolari SUA și a creat mai mult de 100 milioane locuri de muncă, dar ținând cont de impactul economic mai larg al turismului, aportul sumar se estimează de 6,5 trilioane de dolari la economia mondială, turismul generând unul din fiecare 10 locuri de muncă pe planetă [16, p.3]. În dinamica sosirilor turiștilor internaționali se observă majorarea continuă de la 25 milioane în 1950 până la 1 322 în 2017 [14, p.2; 18, p.3]. Astfel, numărul turiștilor internaționali s-a majorat mai mult de 50 de ori, în comparație cu anul 1950. Organizația Mondială a Turismului este optimistă, prognozând creșterea numărului turiștilor internaționali către anul 2030 până la 1,8 miliarde [22, p.15] (vezi figura1).

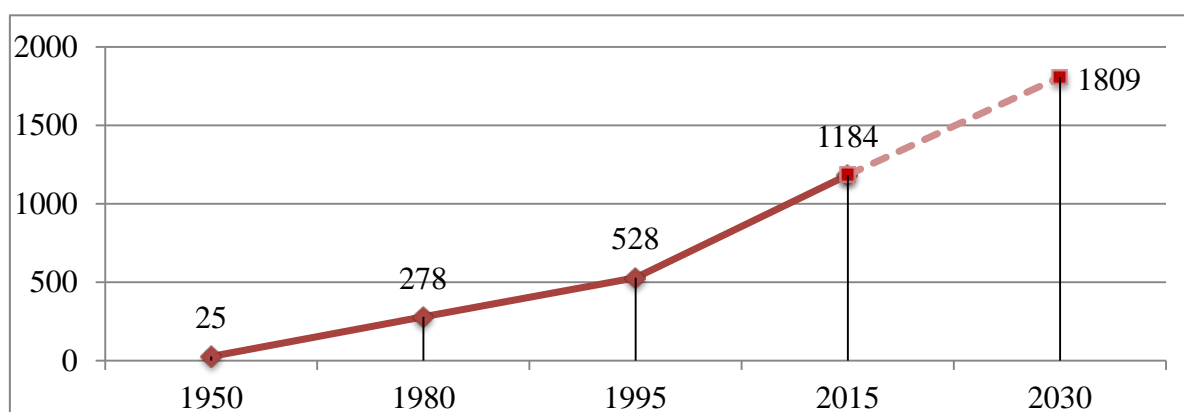


Figura 1. Dinamica sosirilor turiștilor internaționali, în perioada anilor 1950-2015 cu prognoză, mln persoane

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din [14; 17; 22]

Dezvoltarea accelerată a turismului și creșterea aportului acestuia în economia mondială se datorează, în opinia autorului, efectelor megatendințelor economiei mondiale asupra

turismului. În urma investigațiilor efectuate în capitolul dat, se evidențiază esența acestora. Se susține că **impactul megatendinței de globalizare** se manifestă în mod complex:

1. Are loc *liberalizarea* pieței turismului internațional și formarea pieței globale. La acest proces contribuie mai mulți factori, printre care liberalizarea regimului de viză; elaborarea pachetelor turistice globale ce depășesc granițele unei țări, prestarea unor servicii turistice în afara frontierelor țării emitente și consumul produselor turistice tot în afara frontierelor etc. Pentru a rezista competiția acerbă pe piața globală și a-și majora cotă-parte a pieței, companiile *își concentrează* capitalurile și *se integrează*, principalele modalități fiind concentrarea pe orizontală, pe verticală și constituirea conglomeratului turistic.

2. Pentru a fi mai competitive pe piața globală, companiile internaționale și transnaționale în turism își dezvoltă *standardele de calitate*, precum și specificațiile internaționale în domeniu, *globalizându-le prin cooperarea cu organizațiile internaționale de profil*. În cadrul Comitetului ISO/TC 228 au fost instituite unele subcomitete sau grupuri de lucru ce remarcă standardele pentru diferite servicii din domeniu.

3. Se depistează și *unele aspecte negative ale globalizării în turism*: în primul rând, majoritatea companiilor transnaționale în industria turismului, „își stabilesc obiectivele strategice și le implementează ca și cele în alte industrii ale economiei mondiale în globalizare, în scopul obținerii profitului imediat și nu tot timpul în funcție de politica statului unde își desfășoară activitatea” [19, p.29]; în al doilea rând, turismul internațional este supus provocărilor globale aferente, cum ar fi crizele economiei mondiale, incertitudini geopolitice, inclusiv terorismul internațional, situații epidemice etc.

4. Pentru a depăși aspecte negative, precum și a deveni mai competitive pe piața globală, nu numai companiile, dar și *țările sunt preocupate de crearea unei imaginii pozitive globale în turism*. Conform Indicelui de competitivitate a țărilor în sfera călătoriei și a turismului TTCI-2017, dintre cele mai competitive state fac parte Spania, Franța, Germania, Japan, UK, USA, Australia, Italia, Canada și Elveția [20].

5. *Organizațiile economice internaționale, implicate în industria turismului, își dezvoltă agenda și parteneriatul la nivel global*, fiind strâns asociate de Agenda pentru Dezvoltare Durabilă 2030 a ONU, rolul primordial aparținând Organizației Mondiale a Turismului. Datorită efortului comun al statelor, companiilor transnaționale și naționale și organizațiilor globale, „turismul internațional continue să crească, depășind prognoze și necotând provocările globale aferente” [21, p.1].

6. Analiza *direcțiilor de dezvoltare a turismului internațional pe piața globală*, arată că în structura turismului receptor s-a format un trend ce persistă pe parcursul deceniilor. Ponderea de piață mondială a turismului, ce se referă la categoria *timp liber, recreații, vacanță*, din 1980 și până în prezent, constituie circa 53%. Evidențiind trendul mondial de prezent și viitor în prestarea serviciilor de transport, dinamica turismului internațional ne demonstrează faptul egalării preferințelor consumatorilor-turiști față de utilizarea mijloacelor de transport pe suprafață și aviatic. Principalele trenduri în formele de turism, ce devin cele mai solicitate pe piața globală sunt: turism de aventură, de croazieră, cultural-cognitiv, ecoturism și turism tematic.

7. Analiza *impactului pe grupe de țări*, ne evidențiază că *destinațiile tradiționale* ale turismului internațional le constituie *economiile avansate* (EA), industrializate și diversificate ale Americii de Nord, Europei și Asiei Pacific, dar din *destinațiile emergente* fac parte *economiile emergente* (EE) ale Asiei, Americii Latine, Europei Centrale și de Est, Europei de Est

M Mediterane, Orientului Mijlociu și Africii [22, p.15; 23]. Trendul în turismul receptor rezidă în scăderea constantă a ponderii EA și creșterea respectivă a ponderii EE drept destinațiile turismului internațional. Ținând seama de faptul că majoritatea populației planetei revine EE, ponderea turiștilor sosiți pe o sută din populație a EE nu e semnificativă (0,14 la o sută) vis-à-vis de ponderea turiștilor sosiți în EA (0,7 la o sută). Totodată, grupa EE devine tot mai competitivă pe piața turistică globală și rămâne de perspectivă, deoarece economiile emergente „au suferit mai puțin criza economică financiară și se recuperează mai rapid” [24, p.12].

8. Analiza trendurilor în turismul emițător și cheltuielile asociate ale economiilor implicate, arată că economiile avansate predomină în cele 10 lideri la acest capitol (vezi [24, p.23; 25, p.4]). Deși, liderul absolut îl reprezintă economia emergentă a Chinei (vezi figura 2).

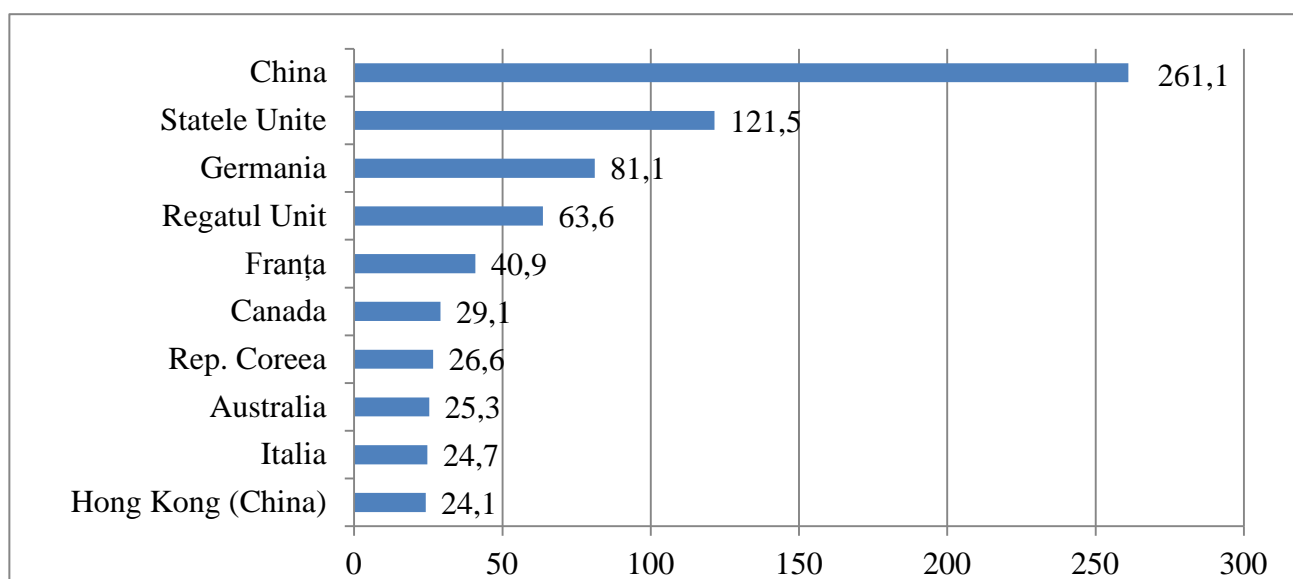


Figura 2. Cheltuielile turismului internațional în 2016 (top-10 țări), mlrd dol. SUA

Sursa: elaborat de autor în baza datelor din [25]

Cercetarea ulterioară evidențiază faptul că *globalizarea se manifestă în economia mondială actuală în formatul 2.0*: primul format al globalizării se asociază, mai ales, cu dominarea sistemelor socioeconomice Anglo-Saxone, cultura și afacerile lor economice, cel de-al doilea format se referă la puterea sporită a Asiei [9]. „*Globalizarea 2.0*” înseamnă că „se apare noua orânduire a lumii. Puterea economică se transferă către Asia” [26]. Cercetarea ne arată că aceasta se manifestă și mai evident prin **impactul megatendinței de regionalizare** asupra turismului. Cel din urmă rezidă în următoarele:

(1) Creșterea numărului turiștilor nu se dispersează armonios pe regiunile economiei mondiale, ceea ce rezultă în diferența în vectorii de dezvoltare ai turismului internațional. *Regiunea Europei*, în decursul evoluției turismului și până în prezent se manifestă a fi liderul incontestabil și constant al turismului internațional receptor și emițător. Totodată, se evidențiază trendul: creșterea numărului de sosiri internaționale în Asia-Pacific este mai ridicată decât în alte regiuni, astfel încât aceasta a depășit regiunea Americilor și urmează regiunea Europei. Mai mult decât atât, în 1980 depășirea numărului de sosiri internaționale în Europa, în raport cu Asia-Pacific a constituit 7,8 ori, în 1995 – 3,7 ori, iar în 2015 doar 2,1 ori (vezi tabelul 1).

Tabelul 1

Dinamica sosirilor turiștilor internaționali în Europa și Asia-Pacific, mln persoane

Anii	Regiuni		Coeficient de depășire
	Europa	Asia-Pacific	
1980	177,3	22,8	7,8
1990	261,5	55,9	4,7
1995	304,5	82,1	3,7
2000	386,6	110,4	3,5
2005	453,2	154,0	2,9
2010	489,4	205,5	2,4
2015	603,7	284,0	2,1

Sursa: calculat de autor în baza datelor din [15;16;22]

Cercetarea ulterioară ne arată că ponderea regiunii Europei pe piața mondială, cât și ponderea Americilor, se micșorează nu doar din cauza Asiei-Pacific, dar și datorită dezvoltării active a turismului în regiunile Africii și Orientului Mijlociu. Trendul se va persista și în viitor (vezi figura 3).

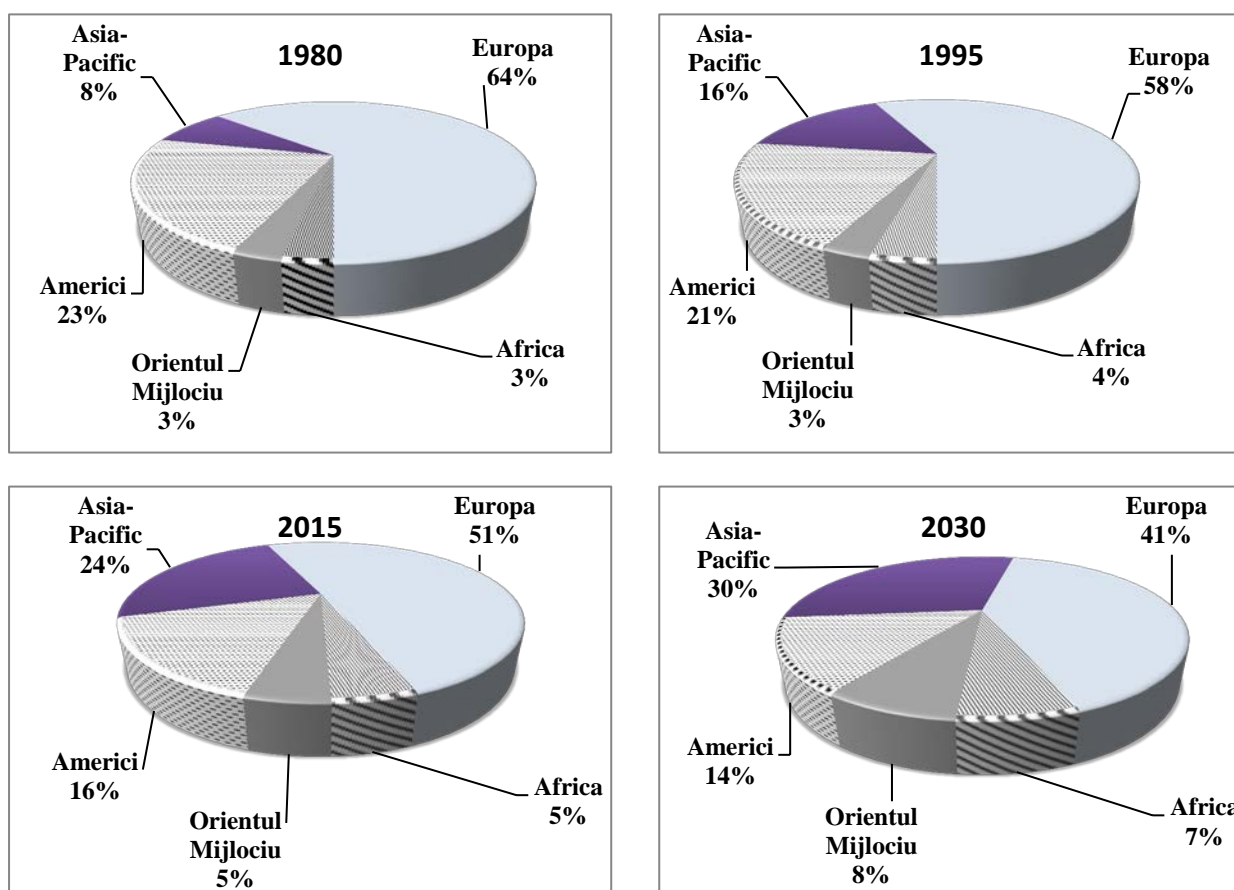


Figura 3. Dinamica turismului receptor după regiuni de destinație: cota-parte a pieței mondiale

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din [22; 27;28]

(2) Dezvoltarea turismului internațional, atât receptor, cât și emițător în cadrul regiunilor este mai intensivă decât între regiuni: aproape de patru din fiecare cinci sosiri sunt inițiate într-o regiune [15, p.12].

(3) Turismul se dezvoltă activ în cadrul structurilor regionale integraționiste, datorită programelor și fondurilor specializate, precum și a activităților extinse ale organizațiilor regionale de profil, mai ales în CARICOM, UE și ASEAN.

(4) Regiunile turistice se împart în subregiuni care, având unele tendințe în comun, ca și regiunile, nu se dezvoltă în mod omogen. Regionalizarea în turismul internațional se îmbină cu **megatendința de localizare**. Aceasta se manifestă prin faptul atragerii atenției asupra sa de către regiuni, interpretate ca anumite *locații* pe piața turismului mondial. Regiunile și subregiunile turistice își poziționează și se promovează pe piața globală ca anumite *locații*, dezvoltându-se în cadrul unor programe regionale specializate suportate de OMT ONU. În urmare, statele își dezvoltă Strategii naționale de dezvoltare a turismului în baza valorilor, tradițiilor și altor deosebiri naționale și locale, transformate în avantaje competitive. În procesul dat se implică orașe și sate. Impactul **megatendinței de ecologizare** asupra turismului internațional se manifestă prin:

1. Legătura strânsă cu turismul durabil (utilizarea resurselor turistice antropice și naturale, ținând cont de interesele viitoarelor generații).
2. Soluții pentru energia hotelieră (de ex. Inițiativa comună a OMT și BERD [28, p.64]).
3. Dezvoltarea turismului verde (rural, agroturism, ecoturism).

Impactul **megatendinței de informatizare** asupra turismului internațional, conform cercetării, se dovedește prin următoarele:

- 1) Produsul turistic este cel mai solicitat în Internet: 68,2% din informații solicitate se referă la călătorii (tipuri de răgaz, destinații, prețuri, materiale cartografice, operațiuni de rezervare).
- 2) Dezvoltarea inteligenței economice în managementul turismului (sisteme informatice, softuri, site-uri).
- 3) Constituirea sistemelor globale de rezervare și distribuție (SABRE, Amadeus, Galileo, Worldspan ș.a.).
- 4) Noile forme ale turismului (e-turism, m-turism).
- 5) Noile produse turistice (tururi virtuale).
- 6) Noile manifestări ale hotelurilor (hotelul fără recepție).
- 7) Promovarea produselor turistice naționale prin rețele sociale globale (Facebook etc.).

În **Capitolul 3 „Efectele megatendințelor economiei mondiale asupra turismului național”** se relevă impactul megatendințelor vizate ale economiei mondiale asupra turismului Republicii Moldova; se prezintă rezultatele studiului empiric efectuat în baza chestionarelor elaborate; se identifică problemele de bază ce împiedică dezvoltarea turismului național.

Afacerile turistice ale Republicii Moldova fac parte dintr-un sector în dezvoltare al economiei naționale – sectorul turistic. Pentru a evidenția tendințele ofertei și cererii pe piața turistică a R. Moldova în condițiile acțiunilor megatendințelor economiei mondiale, vizate în teză, a fost efectuat un sondaj care cuprins 60 de firme turistice, ceea ce constituie circa 15% din numărul total al firmelor licențiate pentru acordarea serviciilor pe piața R. Moldova. Datele obținute sunt suplimentate de interviuri petrecute cu 100 de consumatori ai serviciilor

turistice pe piața națională. Pe parcursul investigațiilor au fost evidențiate și formulate următoarele **efecte ale globalizării și regionalizării asupra pieței serviciilor turistice din Republica Moldova**. Companiile naționale se includ în rețelele companiilor transnaționale; majoritatea companiilor turistice naționale fac parte din parteneriatul global cu firmele turistice din alte țări, constituind 75,0% din totalul respondenților. Efectul globalizării asupra pieței turistice a Republicii Moldova se reflectă prin faptul că 80% din respondenți oferă pachetul de servicii standard, elaborat în conformitate cu specificările internaționale. Companiile turistice din R. Moldova au dezvoltat, destul de reușit, toate principalele tipuri de turism oferite pe piața turistică globală (vezi figura 4).

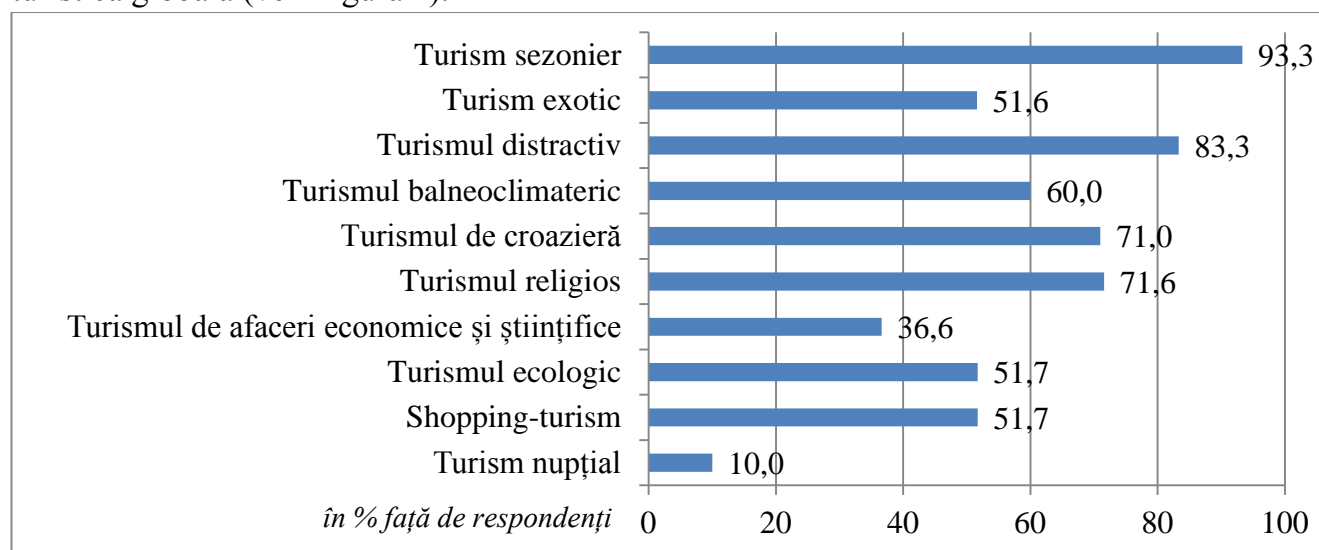


Figura 4. Oferta turistică după tip de turism

Sursa: elaborat de către autor în baza calculelor din sondaj

Companiile turistice, operând pe piața Republicii Moldova, dezvoltă activ ofertele în mai multe destinații geografice ale pieței mondiale (vezi figura 5).

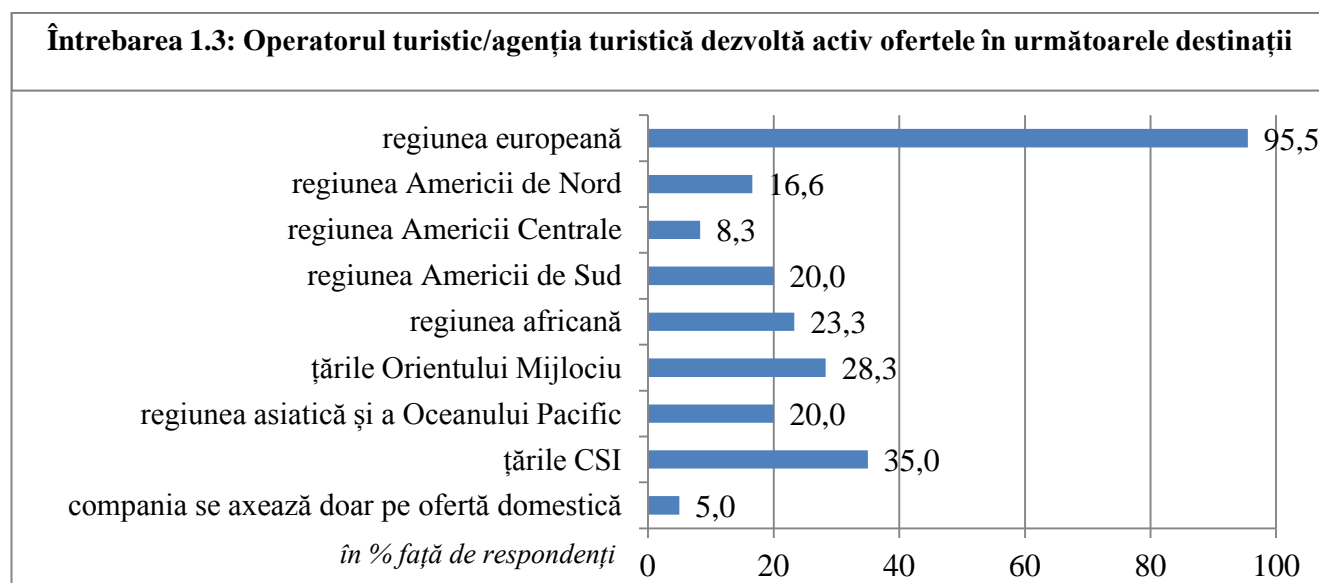


Figura 5. Destinațiile geografice ce constituie ofertele internaționale ale firmelor turistice pe piața Republicii Moldova

Sursa: elaborat de către autor în baza calculelor din sondaj

Toate firmele turistice promovează, în mod activ, ofertele la destinațiile europene. Ceea ce demonstrează impactul de regionalizare asupra industriei de turism național.

Megatendința de informatizare se evidențiază în R. Moldova prin următoarele. Toate firmele respondente au acces la Internet, utilizând diferite forme de rețele, dezvoltându-și inteligența economică. Majoritatea firmelor turistice (93,6%) posedă un site. 97% din managerii și operatorii companiilor turistice intervievate posedă cunoștințele de computer de bază și 91,6% dispun de programe informaționale (soft-uri) recente. 36,6% din manageri acordă atenție antrenării personalului în domeniul TIC în mod regulat, 63,4% – după necesitate. Circa 70% din consumatori utilizează TIC, rezervând mijloace de transport, bilete și locuri de așezare, preponderent hoteluri. 55,1% îmbină comunicarea virtuală cu vizita oficiului pentru a cumpăra serviciile turistice, 38,3% vin doar la oficiu. 93,4% din consumatori încă nu au încredere în modalități de cumpărare virtuale ale serviciilor turistice. Mai mult de jumătate din companii (53,3%) au posibilitate de a fi informați în vederea situației pe piața turistică și a oportunităților de dezvoltare ale afacerilor turistice, utilizând rețeaua informațională de parteneriat cu alte agenții turistice sau tur-operatori; 31,0% apreciază informația relevantă furnizată de structuri guvernamentale; 21,7% își asigură informația corespunzătoare, datorită cercetărilor proprii.

Analizând impactul informatizării asupra planificării strategice a R. Moldova, îl regăsim în Strategia „Turism-2020”: *Obiectivul specific 5. Modernizarea tehnologică a industriei turistice prin utilizarea tehnologiei informației și a comunicațiilor* [29, p.52].

În urma analizei impactului **megatendinței de localizare** asupra turismului R. Moldova și a problemelor asociate, susținem următoarele. Piața serviciilor turistice a Republicii Moldova se dezvoltă, în mare măsură, datorită fluxului turismului emițător, care este circa de 10 ori mai voluminos, decât cel receptor. În pofida faptului, că Legea nr.352 cu privire la organizare și desfășurare a activităților de turism în Republica Moldova obligă companiile turistice să importe de la 50 până la 100 de turiști străini anual, condițiile economice pentru realizarea acestei stipulări transformă prevederea vizată în mai mult formalitate, decât realitate. Deci, pentru majoritatea companiilor turistice și, mai ales, pentru cele care se specializează la turismul emițător, normele obligatorii de turism receptor reprezintă mai multe griji, decât profituri. Totuși, 58,3% din totalul respondenților consideră dezvoltarea afacerilor turistice în R. Moldova și promovarea destinațiilor interne a fi de mare perspectivă. Tur operatorii și agenții caută posibilitățile de valorificare și dezvoltare a patrimoniului turistic național. După cum a fost demonstrat de sondajele, petrecute în anii 2011-2012 în cadrul proiectului CEED II al USAID, satisfacția vizitatorilor străini (din 658 vizitatori internaționali intervievați) la astfel de capitole, precum vinării, gastronomie, atracții rurale, ospitalitate, castele, monumente, biserici, cazare și dotări a constituit 80-90% [29, p.15].

Conform sondajului autorului, printre cele mai atractive resurse din care se compun ofertele actuale pe piața turistică a R. Moldova, firmele turistice au menționat următoarele (vezi figura 6).

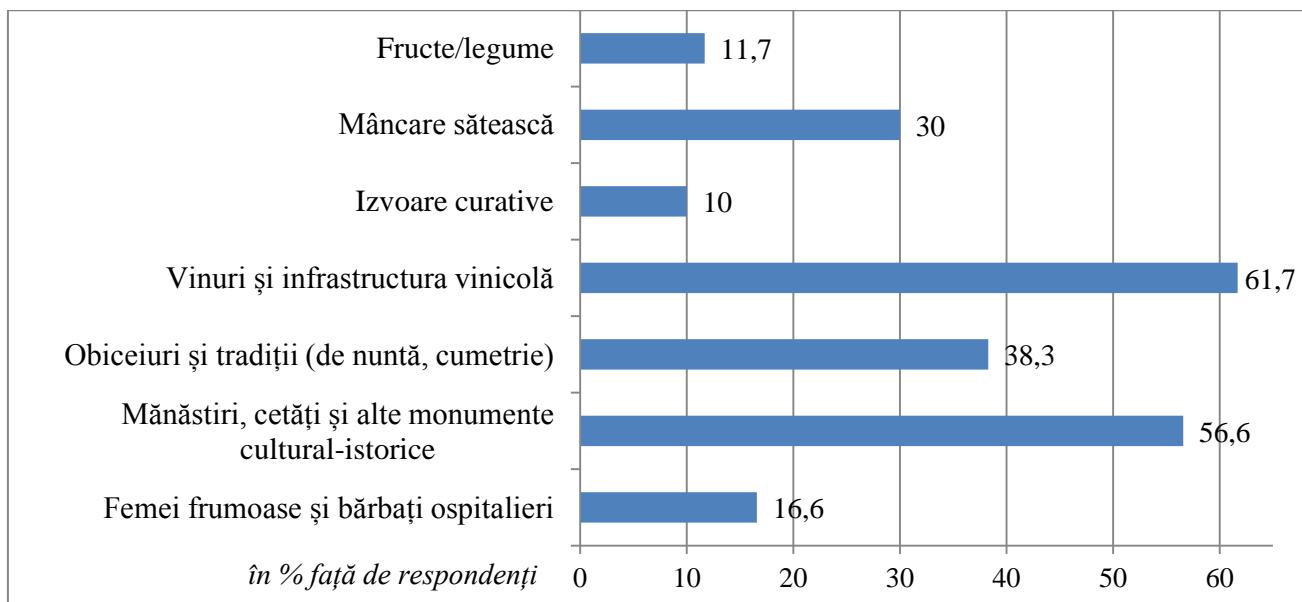


Figura 6. Cele mai atractive resurse turistice în Republica Moldova

Sursa: elaborat de autor în baza datelor din sondaj

În cadrul sondajului au fost evidențiate următoarele probleme ce îngreunează utilizarea mai eficientă a acestor și altor resurse atractive, precum și unele acțiuni de bază pentru soluționarea lor (vezi tabelul 2).

Tabelul 2

Probleme și acțiuni de bază pentru dezvoltarea turismului în Republica Moldova

Probleme și acțiuni	În % față de respondenți
1. Infrastructura de transport, reconstruirea drumurilor	63,6
2. Crearea unor noi zone culturale de recreație	61,7
3. Reconstruirea obiectivelor istorice (peșteri, biserici etc.)	60,0
4. Investirea în artele Republicii Moldova (muzică, teatru etc.)	51,7
5. Construirea/reconstruirea unor complexuri curative și de tratament, sanatorii	50,0
6. Construirea/reconstruirea unor complexuri sportive	31,7
7. Extinderea zonelor de rezervație naturală și prestarea serviciilor de vânatoare și pescuit	31,7

Sursa: alcătuit de autor în baza datelor din sondaj

În afara de aceasta au fost discutate măsurile necesare pentru a dezvolta turismul în Republica Moldova. Ponderea optărilor firmelor respondente se prezintă în tabelul 3.

Pentru a ține pieptul concurenței și problemelor vizate, precum și constituind avantajele competitive sub impactul megatendinței de localizare, tur operatorii ce operează pe piața R. Moldova promovează tururi combinate. De exemplu, firma turistică Amadeus Travel

diversifică fiecare zi de program a unui tur oferit. O bună perspectivă pentru dezvoltarea turismului în R. Moldova o reprezintă, în viziunea autorului, îmbinarea posibilităților oferite de megatendințele de regionalizare și localizare. Astfel, sunt tot mai solicitate tururi regionale, formate din rutele din România, Moldova, Ucraina. Este de mare perspectivă integrarea R. Moldova în ruta „Drumul vinului”, ce începe cu Spania [30].

Tabelul 3

Măsurile necesare dezvoltării turismului în Republica Moldova

Măsuri necesare	În % față de respondenți
1. Finanțarea cu scop determinat a proiectelor de perspectivă din bugetul statului	50,0
2. Înființarea unui fond specializat pentru dezvoltarea turismului local	38,3
3. Unirea eforturilor structurilor statale de profil și ale Organizației Mondiale a Turismului (programe și proiecte de profil)	30,0
4. Unirea eforturilor operatorilor și agențiilor turistice ale Republicii Moldova	13,3
5. Atenție sporită publicității în mass-media	30,0

Sursa: alcătuit de autor în baza datelor din sondaj

Analiza impactului **megatendinței de ecologizare** asupra turismului R. Moldova ne permite să susținem următoarele. Se dezvoltă turismul „verde”, ce cuprinde turismul rural, agroturism și ecoturism. În R. Moldova sunt înregistrate vreo 5 arii de rezervație naturală. În pofida faptului că ecoturismul a fost apreciat în Strategia de dezvoltare a turismului precedentă ca forma de turism cu potențial mare, în care merită investit, analiza Planului de Acțiuni al Strategiei actuale ne arată faptul că acesta continuă să afle în starea incipientă, de planificare strategică. În punctul 13.21 se prevede „Elaborarea și aprobarea unui Program de dezvoltare a ecoturismului în Republica Moldova în anii 2017-2020”, dar fundamentarea financiară a acestei acțiuni nu este clar stipulată [29, p.75]. În plus, tot mai mulți sătenii preferă să devină gastarbeiteri, decât să investească în turismul Moldovei, principalele piedici fiind raportate ca taxele multiple, inclusiv 20% de TVA și dări de seamă (evidențe) abundente, ca pentru toți agenții economici, fără diferențiere. Pentru a impulsiona dezvoltarea turismului rural, în Planul de acțiuni se prevede „simplificarea procedurilor ce țin de inițierea afacerilor în domeniul turismului rural” și se propune introducerea unui capitol separat „Dezvoltarea turismului rural” în Legea nr.352-XVI din 24.11.2006 [29, p.65].

III. CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

În urma cercetărilor efectuate au fost trase următoarele **concluzii**:

1. Turismul, ca un fenomen socioeconomic și ca o formă a relațiilor economice internaționale, și-a tras originea și amploarea, începând cu perioada antică. În contextul dat a fost argumentat faptul că în evoluția turismului pot fi evidențiate anumite paradigme, denotate ca „turismul incipient”, „turismul industrial și dezvoltat” și „turismul durabil și inteligent”; a fost demonstrat faptul că la fiecare treaptă a evoluției sale paradigmatică turismul, însuși formându-se ca o formă de relații economice internaționale, a contribuit esențial la dezvoltarea relațiilor economice internaționale, în întregime, iar în timpul primei paradigme, chiar și la apariția acestora (3).

2. În procesul revelării esenței celei de-a treia paradigme a turismului, care se referă la turismul contemporan și de viitor, au fost reliefate principalele megatendințe ale economiei mondiale contemporane ce o constituie pe această paradigmă (3).

3. În urma investigațiilor impactului megatendințelor economiei mondiale asupra turismului internațional, au fost trase următoarele concluzii (1;2;4;5):

3.1. *Impactul megatendinței economiei mondiale de globalizare* asupra turismului internațional este de gradul I, fiind considerabil, megatendința aflând-se în stadiul avansat de acțiune. Impactul se manifestă în mod complex: *liberalizarea pieței turistice mondiale* prin facilitarea continuă a regimului de viză în țările lumii, dezvoltarea fluxurilor interregionale atât recepționare, cât și emițătoare. Datorită faptului că economiile emergente au cunoscut creșterea economică accelerată, însoțită de deschiderea frontierelor pentru turism internațional, acestea concură, în mod reușit, cu economiile avansate pe piața globală a serviciilor turistice. Acest proces se asociază cu *integrarea economică*, cea din urmă manifestându-se, la nivel microeconomic, prin faptul că firmele turistice își concentrează capitalurile pe orizontală și verticală, astfel încât apar companiile transnaționale în turism, conglomerate, rețele hoteliere integrate etc. Problemele globale actuale de ordin politic, economic, sanitar, ecologic stipulează punerea în *agendă globală a turismului* asigurarea securității politice, economice, socioculturale, inclusiv religioase, ecologice și de sănătate a turiștilor internaționali. Pentru a diminua aspectele negative ale globalizării, și a-și întări competitivitatea pe piața serviciilor turistice, atât globală, cât și domestică, companiile își dezvoltă *standardele de calitate*. Acest proces este susținut de guvernele naționale și organizațiile internaționale, atât specializate (ISO), cât și de profil turistic (OMT al ONU). Analiza direcțiilor de dezvoltare ale turismului internațional pe piața globală ne-a demonstrat că în structura turismului receptor, *după scop de vizită*, a dominat categoria „timp liber, recreații, vacanță”, atât în economiile avansate, cât și în cele emergente. *După mijloace de transport*, trendul mondial de prezent și viitor constă în egalarea preferințelor consumatorilor-turiști față de utilizarea mijloacelor de transport pe suprafață și aviatic. Principalele *trenduri în formele de turism*, care devin cele mai solicitate pe piața globală sunt: turism de aventură, de croazieră, cultural-cognitiv, ecoturism și turism tematic. Analiza impactului globalizării *pe grupe de țări*, ne-a sugerat faptul că economiile avansate, constituind destinațiile tradiționale pe piața serviciilor turistice, treptat, cedează cota-parte economiilor emergente, ce constituie destinațiile emergente. Totodată, după numărul absolut al turiștilor, care este în creștere atât în cazul turismului receptor, cât și cel emițător, economiile avansate își păstrează liderismul, mai ales, în cazul în care se referă la numărul

turiștilor pe o sută din populație. În fine, notăm că toate economiile naționale și piețele sectoriale devin extrem de interconectate și interdependente.

3.2. Actualmente, megatendința de globalizare se manifestă în economia mondială și, respectiv, în turismul internațional, în formatul 2.0. Acesta se referă la faptul că dominarea socioeconomică, politică și culturală a sistemelor Anglo-Saxone, gradual, se schimbă cu liderismul sistemelor asiatice. Analiza *impactului megatendinței de regionalizare asupra turismului internațional* ne confirmă ideea vizată. Acest impact este semnificativ și, de asemenea, poate fi evaluat ca cel de gradul I. Creșterea numărului turiștilor nu se repartizează armonios pe regiunile economiei mondiale. Regiunile de Asia-Pacific, Africa și Orientul Mijlociu sunt acelea, care preiau cote-parte ale Europei și Americilor de pe piața globală. Un alt aspect al impactului regionalizării constă în dezvoltarea turismului internațional, atât receptor, cât și emițător în cadrul regiunilor mai intensivă, decât între regiuni. Al treilea aspect se referă la faptul că dezvoltarea turismului se efectuează activ în cadrul structurilor regionale integraționiste (CARICOM, UE, ASEAN etc.). Al patrulea aspect rezidă în faptul că regiunile turistice se împart în subregiuni.

3.3. Acțiunea megatendinței de regionalizare e strâns legată de *impactul megatendinței de localizare* asupra turismului internațional. Regiunile și subregiunile se poziționează pe piața mondială și cea regională ca anumite *locații*, care se dezvoltă în cadrul unor programe regionale ale turismului ca destinațiile ce se deosebesc prin specificul său local economic, cultural, natural etc. În urmare, statele, orașele, satele ce fac parte din subregiuni și regiuni turistice continuă logica localizării, dezvoltând avantajele competitive proprii în baza valorilor, tradițiilor și altor deosebiri naționale și locale. Impactul localizării este de gradul II, fiind moderat, deoarece megatendința se află la stadiu intermediar de acțiune.

3.4. În cadrul îmbinării megatendințelor de localizare și *ecologizare*, statele își dezvoltă programele și strategiile naționale de Turism Durabil. Succesul statelor în realizarea acestor programe este determinat și de capacitatea lor de a stabili parteneriat sinergic atât cu comunitățile locale, cât și cu organizațiile globale de profil, precum OMT. În cadrul turismului durabil, ecoturismul reprezintă forma cea mai riguroasă a turismului verde cu privire la standarde față de calitate, sănătate și durabilitate, atât a serviciilor turistice, cât și comportamentului turistic. Impactul ecologizării este de gradul III, fiind slab, deocamdată, megatendința aflându-se în stadiul inițial, dar este în creștere.

3.5. *Impactul megatendinței de informatizare asupra turismului internațional* se demonstrează prin următoarele. Aplicarea tehnologiilor informaționale și telecomunicaționale în turism a permis extinderea și facilitarea relațiilor turistice internaționale, eliminând, de fapt, limitele geografice. Produsul turistic este cel mai solicitat în Internet. Pentru a fi competitive pe piața serviciilor turistice internațională, companiile turistice ar trebui să-și dezvolte inteligența economică. În industria turismului au fost create sisteme electronice ce au ușurat semnificativ derularea operațiunilor de rezervare și vânzare a serviciilor de transport, hoteliere ș.a. atât pentru prestatorii serviciilor turistice, cât și pentru consumatori-turiști (SABRE, Amadeus, Galileo ș.a.). Apare o nouă formă a turismului internațional – e-turism, ce oferă și noile produse turistice. Cel de-al doilea val al informatizării determină apariția m-comerțului și, respectiv, a turismului mobil și turismului perspicace. Informatizarea implică atât sectorul privat, cât și public. Companiile își dezvoltă strategii de management și marketing în cadrul conceptului „hoteluri fără recepție”. Guvernele utilizează TIC și rețele sociale pentru a

promova turismul național pe piața regională și globală. Impactul informatizării este puternic și semnificativ, dar e de gradul II, fiindcă nu demult s-a început, megatendința trecând de la stadiu inițial la cel intermediar. Impactul este în creștere accelerată și are potențial bogat de manifestare ulterioară.

4. În urma investigațiilor teoretice și empirice *ale impactului megatendințelor economiei mondiale asupra turismului național*, au fost deduse următoarele concluzii (3;5;6):

4.1. Turismul Republicii Moldova se caracterizează printr-un trend a fi mai emițător, decât receptor, ceea ce se explică prin efectele *globalizării și regionalizării* asupra acestuia, care se manifestă prin mai multe modalități: firmele turistice naționale se integrează în rețelele companiilor transnaționale; agențiile de voiaj naționale își dezvoltă parteneriatul cu firmele turistice din alte țări, precum și participă la programe și proiecte internaționale; companiile turistice ce operează pe piața serviciilor turistice a R. Moldova dezvoltă ofertele în mai multe destinații geografice ale pieței mondiale; ofertele turistice se standardizează conform specificărilor de calitate internaționale și se elaborează conform trendurilor pe piața globală, mai ales, turismul distractiv, de croazieră, religios, dar lipsesc pe piața serviciilor turistice națională ofertele la parcuri tematice; potențialul turistic național este în proces de integrare în circuitul turistic internațional, ceea ce se reflectă în Strategia „Turism 2020” și în Planul de Acțiuni respectiv. Astfel, impactul globalizării este de gradul I, fiind puternic și considerabil după manifestări; impactul regionalizării, de asemenea, este de gradul I, fiind determinat de vectorul strategic al R. Moldova de integrare în Uniunea Europeană.

4.2. Fluxul turismului emițător al Republicii Moldova este mai deschis globalizării și regionalizării, decât fluxul turismului receptor, ceea ce se datorează mai multor factori, din care fac parte problemele de ordin economic, politic și social, cauzând emigrația populației. Cel din urmă factorul determină fluxul turismului emițător cu scop de vizită a rudelor și prietenilor, precum și sporirea veniturilor a unor părți ale populației, datorită transferurilor bănești din partea gasterbeiterilor. Aceasta, cuplându-se cu activitățile de afaceri economice, participări la programe și proiecte internaționale ș.a., contribuie la fluxul turismului emițător cu scop de răgaz, recreere și tratament. Integrarea Republicii Moldova în piața regională și globală, precum și participarea la diverse programe și proiecte aduce aportul la fluxul emițător cu scop de afaceri economice, dezvoltare profesională și de instruire. Din contra, fluxul turismului receptor este limitat de calitatea scăzută a infrastructurii de transport, repartizarea nearmonioasă a punctelor de cazare și alimentație pe R. Moldova, starea deplorabilă a majorității din obiective turistice antropice înregistrate, precum și valorificarea turistică scăzută a obiectivelor turistice naturale.

4.3. Impactul megatendinței de *informatizare* a economiei mondiale asupra turismului național s-a reflectat prin următoarele. Companiile turistice, prezente pe piața serviciilor turistice a R. Moldova, în mare parte, au acces la Internet (în cazul sondajului efectuat – 100%), dezvoltându-și diferitele forme de inteligență economică. Majoritatea companiilor turistice se simte asigurată cu informația necesară în vederea oportunităților de dezvoltare ale afacerilor turistice, datorită stabilirii relațiilor de parteneriat, inclusiv internațional, cu alte companii turistice, precum și primind informații relevante de la structurile guvernamentale de profil, datorită TIC. Impactul informatizării este de gradul II, fiind moderat. Informatizarea este pusă în agenda actuală a dezvoltării turismului național, dar este la începutul procesului.

Ofertă serviciilor turistice este supusă impactului mai puternic, decât cererea, deși ambele se dezvoltă accelerat, impactul megatendinței fiind în creștere.

4.4. Impactul megatendinței de *localizare* se manifestă prin atenția sporită acordată valorilor, tradițiilor, obiectivelor istorice ale Republicii Moldova, atât în cazul cererii, cât și în cazul ofertei serviciilor turistice, cea din urmă variindu-se anume pe seama deosebirilor locale. Cele mai atractive resurse turistice locale se consideră a fi produse și infrastructură vitivinicole și monumente cultural-istorice. Impactul localizării este moderat, de gradul III. Îmbinarea localizării cu informatizarea ar putea să-l intensifică prin faptul elaborării mai multor acțiuni menite să promoveze deosebirile locale pe plan internațional, utilizând TIC și produse informatice.

4.5. Republica Moldova își poate dezvolta avantajele competitive în turism, datorită valorificării efectelor megatendințelor de *localizare și ecologizare*. Turismul rural și agroturism sunt de perspectivă, deși impactul actual al ecologizării asupra turismului național e de gradul IV, aproape neînsemnat. Actualmente, *mai multă* atenție se acordă problemei de *promovare* a obiectivelor turistice locale, *decât implementări* proiectelor *sistемice de dezvoltare a potențialului turistic* al R. Moldova și de ajustare a acestuia la *standardele de calitate internaționale*, precum și a susținerii gospodăriilor, ce sunt gata să dezvolte turismul rural, agro- și ecoturism. În pofida faptului că aceste forme de turism sunt înregistrate în trendul global al dezvoltării turismului, precum și fac parte din conceptul de turism durabil, manifestându-și ca formele profitabile, atât economic, cât și social, sătenii „preferă” să devină gastarbeiteri, neavând susținerea corespunzătoare din partea statutului. În Strategia actuală a dezvoltării turismului național ecoturismul și-a găsit reflectarea, însă doar ca formă ce ar trebui să fie impulsionată.

4.6. Problemele majore cu privire la dezvoltarea turismului național constă în starea deplorabilă a majorității din obiectivele turistice antropice; lipsa infrastructurii turistice pentru majoritatea din obiectivele naturale; lipsa susținerii adecvate din partea structurilor instituționale; lipsa asigurării financiare a mai multor de acțiuni din Strategia „Turism 2020”; tarifele bancare ridicate la tranzacții în afacerile turistice; puțina atenție acordată mecanismului de creditare a activităților turistice prioritare pentru dezvoltarea turismului local, precum și a mecanismului de impozitare facilitată a începătorilor afacerilor turistice rurale și ecoturistice.

În baza celor expuse sunt propuse următoarele **recomandări**:

1. Pentru a ridica eficacitatea implementării Strategiei contemporane „Turism 2020” a Republicii Moldova și, mai ales, pentru a elabora o nouă strategie de dezvoltare a turismului (după 2020), de luat în considerație cea de-a treia paradigmă a evoluției turismului, denotată în teză ca *turismul durabil și inteligent*. Aceasta ar ajuta organelor de resort să elaboreze Concepția turismului Republicii Moldova, în baza căreia va fi logic dezvoltată o nouă strategie.
2. Pornind de la faptul că aproape jumătate de acțiuni, prevăzute în Planul de Acțiuni al Strategiei „Turism 2020” este slab asigurată financiar, considerăm oportun înființarea unei structuri, afiliate Agenției Turismului a R. Moldova, a cărei scop va consta în activitățile de fundraising și coordonarea eforturilor financiare a tuturor părților implicate în dezvoltarea turismului la nivel internațional și național.
3. În scopul valorificării mai efective și eficiente a potențialului turistic al Republicii Moldova, de efectuat gruparea obiectivelor turistice antropice pe categorii: de potențial

înalt de atractivitate turistică, mediu și scăzut și, respectiv, de elaborat planul financiar pentru ajustarea obiectivelor grupate standardelor internaționale de calitate.

4. De efectuat gruparea obiectivelor turistice naturale, dezvoltându-le în baza ideilor de paradigmă a turismului durabil și inteligent, ținând cont de impactul megatendinței de ecologizare și de formele turismului respective (turismul rural, agroturism, ecoturism).
5. Ținând seama de efectele pozitive ale impactului megatendințelor de localizare și ecologizare asupra turismului internațional, de perfecționat mecanismele legislative și financiare de susținere din partea statului a fermierilor care sunt gata să dezvolte agroturismul și a localnicilor gata să participe la programele turismului durabil.
6. În scopul dezvoltării sistemice a turismului durabil și inteligent, de dezvoltat Programul ce presupune înființarea unor Centre de antrenare a localnicilor, turoperatorilor și turiștilor în conceptele respective.
7. Pentru a aprofunda dezvoltarea turismului Republicii Moldova drept durabil și inteligent, de ținut cont de noile forme ale turismului determinate de impactul informatizării asupra turismului, conceptual precizate și reliefate în teza dată (e-turism, m-turism).
8. În scopul eficientizării implementării Strategiei de dezvoltare a turismului Republicii Moldova, atât actuale („Turism 2020”), cât și de viitor, de efectuat în mod sistematic (anual) monitoring public al acțiunilor și indicatorilor, prevăzute în Planuri de Acțiuni ale Agenției turismului a Republicii Moldova, rezultatele fiind publicate pe site-ul oficial respectiv.
9. Pentru a eficientiza cercetările de profil și a contribui la dezvoltarea relațiilor economice internaționale aferente afacerilor turistice naționale și internaționale, de ridicat transparența evidenței statistice privind activitățile de turism, în sensul reflectării mai complete a indicatorilor macroeconomici asociate de activitățile și afacerile turistice, precum și a diferitor forme de turism în anuare statistice naționale.
10. Ținând cont de trendurile dezvoltării turismului pe piața globală, de creat un parc tematic, adresând alte teme actuale pe piața serviciilor turistice, în afara temei vitivinicole.
11. De ținut cont de conceptele elaborate sau precizate, precum și de ideile de ordin metodologic și aplicativ în decursul actualizării sau elaborării cursurilor la disciplinele predate pe specialitatea *Economie mondială; relații economice internaționale*.

IV. BIBLIOGRAFIE

1. Turcov, Elena. Politica turistică a Republicii Moldova ca factor de dezvoltare economică durabilă și integrare internațională. Teza de doctor habilitat în științe economice. Specialitatea 08.00.05. Chișinău: ASEM, 2003. – 228 p.
2. Gribincea A., Barcari I., Gurgui A. Cercetarea turistică între Republica Moldova și România: abordare logistică (aspecte metodologice). Revista *Economie și sociologie*, 2013, nr.3, p.160-175
3. Țâu, Nicolae, Savu, Cosmina Silvana. Impactul proceselor de integrare europeană și globalizare asupra turismului. ULIM, 2015. - 182p.
4. Bogahavatta, Chandima. Introduction to Tourism and Cultural Resources. Definition to tourism. TCRM-11015. – 32 p. http://si.archaeology.lk/materials/Introduction-to-Tourism-and-Cultural-Resources_2013_04_01.pgf (citat 10.10.2017).
5. Papadimopoulos, Themistocles. Tourism from A to Ω. Tourism: a 2500 year old phenomenon. <http://www.slideshare.net/cathpain/tourism-a-2500-year-old-phenomenon>, July 6, 2010. – 50 p. (citat 10.10.2017).
6. Stănciulescu, Gabriela; State, Olimpia. Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, București: Ed. C.H. Beck, 2013. – 426 p.
7. Альменова, В.С. История международного туризма. Астана: Высшая школа экономики, бизнеса и социальных наук, 2011. - <http://studfiles.ru/preview/5023773> (citat 10.10.2017).
8. Naisbitt, John. Megatrends: Ten New Directions Transforming our Lives. New York: Warner Books, Inc. – 315 p.
9. Siscan, Zorina. The Impact of Socio-economic Megatrends upon Social Systems and Business Development (Methodological aspect of Study). Ecoforum, Vol.5, Issue 2(9), 2016. – p.83-96. -<http://www.ecoforumjournal.ro> (citat 12.10.2017).
10. Schreiber, Uschi. Megatrends 2015: Making sense of World Motion, 2015. – <http://www.ez.com/.../ey-megatrends-report-2015> (citat 12.10.2017).
11. Stănciulescu, Gabriela; Micu, C. Economie și gestiune în turism, probleme și studii de caz, București: Editura C.H. Beck, 2009.
12. Turism durabil. -http://www.ecoest.ro/index.php/en/programe-sportiv-recreative/animatorul-pt/10-category_start/53-turism-durabil (citat 12.10.2017).
13. Baltaretu, Andreea. Ecoturism și dezvoltarea durabilă. București: Ed. Prouniversitaria, 2007. – <http://www.ecomagazin.ro/ecoturism-turism-durabil/> (citat 12.10.2017).
14. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition. – <http://www.unwto.org>. (citat 12.10.2017).
15. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition. – <http://www.e-unwto.org> (citat 15.08. 2017).
16. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition. – <http://www.e-unwto.org> (citat 27.10. 2017).
17. UNWTO Tourism Market Trends. UNWTO World Tourism Barometer. Volume 14, March 2016. - http://www.cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_pdf (citat 12.10.2017).
18. UNWTO Tourism Market Trends. UNWTO World Tourism Barometer. Volume 16, January 2018. - http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom18_01_january_excerpt_hr.pdf (citat 10.07.2018).
19. Glăvan, Vasile; Nicula Virgil. Agenția de turism. București: Pro Universitaria, 2011. – 358 p.
20. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017. Published 05.04.2017.-<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017> (citat 12.07.2017).

21. UNWTO Tourism Market Trends. UNWTO World Tourism Barometer. Volume 12, October 2014. - http://www.UNWTO.org/UNWTO_barom_14_05. (citat 10.10.2017).
22. Tourism Towards 2030. Global Overview. Advanced edition presented at UNWTO 19th General Assembly. 10 october 2011. - <http://ictur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/unwto2030.pdf> (citat 10.08.2018).
23. Statistical Appendix, IMF. – <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/02>. (citat 12.10.2017).
24. World Tourism Trends. IPK 22nd World Travel Monitor Forum, Pisa, Italy, 28-29 October, 2014. - http://www.UNWTO_pisa2014 (citat 12.10.2017).
25. UNWTO Tourism Market Trends. UNWTO World Tourism Barometer, Volume 15, March 2017. - <http://mkt.unwto.org/barometer/march-2017-volume-15> (citat 10.05 2017).
26. Vielmetter, George. Leadership 2030. – <http://www.haygroup.com/leaders2030/about-the-megatrends.aspx> (citat 14.10.2017).
27. UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends 2016. - <http://asiapacific.unwto.org/publication/unwtogterc-annual-report-asia-tourism-trends-2016-edition> (citat 13.05 2017).
28. UNWTO Annual Report 2015. –<http://www2.unwto.org/publications/unwto-annual-report-2015> (published in 2016) (citat 12.10.2017).
29. Platon, Nicolae. Agenția Turismului a Republicii Moldova. Strategia de Dezvoltare a Turismului „Turism-2020”, (Ed. specială). Chișinău: „Elan Poligraf” SRL, 2014. – 176 p.
30. Roitman, Irina. The Wine Road as the Most Attractive Touristic Destination of the Republic of Moldova. Scientific Symposium of Young Researchers, XIII Edition, April 23-24, 2015, Vol.I. Chișinău: ASEM. – p.250-253.

V. PUBLICAȚII LA TEMA TEZEI

1. Roitman, Irina. Dezvoltarea calității serviciilor turistice în condiții de globalizare a turismului. *Economica*, An.XXIII, Nr.3(93), septembrie 2015, p.30-39.
2. Roitman, Irina. Noile Tendințe și abordări ale managementului turismului. *Economica*, An. XXII, Nr.4(90), decembrie, 2014. – p.28-35.
3. Roitman Irina, Shishcan Zorina. Paradigmatic Approach to the Evolution of Tourism as a Form of International Economic Relations. *Ecoforum*, 2017.
4. Roitman, Irina. Problems of management and development of the Tourism business in the Republic of Moldova. Scientific Symposium of Young Researchers. XII Edition, April 4-5, 2014, Vol.I, Chisinau: ASEM, 2014. – p.264-269.
5. Roitman, Irina. The impact of Informatization upon the Management of Touristic Services. p.139-144. În: Șișcan, Z.; Lyszczarz, H.; Machaczka, K. (eds.) *Management Science in Transition Period in Moldova and Poland: Responsible Use of Resources*. Cracow-Chisinau, 2014. – 235 p.
6. Roitman, Irina. The Perspectives of Development of International Ecotourism. Scientific Symposium of Young Researchers, XI Edition, April 25-26, 2013, Vol.I, Chișinău: ASEM, 2013. – p.280-285; Перспективы развития международного экотуризма. Simpozionul științific al tinerilor cercetători. Ediția a XI-a, 2013, Vol.I. Chișinău: ASEM. – p.298-304.
7. Roitman, Irina. The Wine Road as the Most Attractive Touristic Destination of the Republic of Moldova. Scientific Symposium of Young Researchers, XIII Edition, April 23-24, 2015, Vol.I. Chișinău: ASEM. – p.250-253.

Adnotare

la teza de doctor în științe economice cu tema
**IMPACTUL MEGATENDINTELOR ECONOMIEI MONDIALE
ASUPRA TURISMULUI INTERNAȚIONAL ȘI NAȚIONAL**
ROITMAN Irina, Chișinău, 2018

Structura tezei: Teza cuprinde adnotare (în limbile română, engleză și rusă), lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, fiind expusă pe 148 de pagini de bază, bibliografie (180 titluri), 24 de figuri, 25 de tabele și 17 anexe.

Cuvinte-cheie: megatendințele economiei mondiale; turism internațional; turismul Republicii Moldova, globalizare, informatizare, localizare, regionalizare, ecologizare.

Domeniul de studiu: Specialitatea – 521.02. Economie mondială; relații economice internaționale.

Scopul și obiectivele cercetării. *Scopul* constă în investigarea impactului principalelor megatendințe ale economiei mondiale asupra turismului internațional și național, precum și determinarea esenței paradigmei turismului contemporane și de viitor și, în această ordine de idei, reliefaarea perspectivelor de dezvoltare ale turismului Republicii Moldova pentru integrarea mai aprofundată a acestuia în piața regională și mondială. Din *obiectivele* fac parte: elaborarea cadrului teoretico-metodologic; analiza schimbărilor paradigmatică în evoluția turismului; revelarea modalităților de impact al megatendințelor economiei mondiale asupra turismului internațional și național; efectuarea unui studiu empiric și formularea problemelor cu care se confruntă firmele turistice pe piața Republicii Moldova, precum și depistarea posibilităților de soluționare a acestor probleme și elaborarea recomandărilor corespunzătoare.

Problema științifică importantă soluționată: rezidă în elucidarea esenței paradigmei turismului contemporan și de viitor și fundamentarea ei în baza examinării evoluției turismului ca formă a relațiilor economice internaționale și a cercetării efectelor megatendințelor economiei mondiale asupra turismului, fapt ce a condus la identificarea modalităților de dezvoltare a turismului ca durabil și inteligent, elaborarea recomandărilor în vederea precizării Concepției naționale a turismului, perfecționării mecanismului de implementare a acesteia, precum și a corelării strategiilor de ridicare a competitivității turismului la nivel național și internațional.

Noutatea și originalitatea științifică ale rezultatelor obținute constă în elaborarea premiselor teoretico-metodologice ale cercetării turismului internațional și național prin prisma impactului megatendințelor economiei mondiale; revelarea modalităților de acest impact asupra turismului; determinarea paradigmelor în evoluția turismului, abordat ca formă a relațiilor economice internaționale; dezvoltarea conceptuală a paradigmei contemporane și de perspectivă a turismului; realizarea unor cercetări empirice, utilizând chestionarele originale, menite să studieze caracterul calitativ al ofertei și cererii serviciilor turistice pe piața R. Moldova prin prisma acțiunilor megatendințelor economiei mondiale; recomandările privind dezvoltarea turismului în R. Moldova.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă reprezintă concluziile generale deduse în baza cercetării efectuate, precum și recomandările în vederea soluționării problemelor de bază ce împiedică dezvoltarea turismului în R. Moldova.

Implementarea rezultatelor științifice de bază a fost efectuată de către Agenția Turismului a R. Moldova și de către Agenția turistică „Racurs-Tur” din cadrul „Racurs Grup” S.R.L.

Annotation

to the Thesis for a Ph.D. in Economic Sciences on the Topic
***THE IMPACT OF THE WORLD ECONOMY MEGATRENDS
ON INTERNATIONAL AND NATIONAL TOURISM,***
Irina ROITMAN, Chisinau, 2018

Structure of the Thesis consists of annotation, introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography (180 Titles), 24 figures, 25 tables and 17 annexes.

Key words: megatrends of world economy, international tourism, tourism of Republic of Moldova, globalization, informatization, localization, regionalization, ecologization.

Field of Study: Specialty – 521.02. World Economy; International Economic Relations.

Goal and objectives of the Research. *Goal* consists in the investigation of the Impact of the key World Economy megatrends upon international and national tourism as well as the defining the essence of the contemporary and future tourism paradigm, and on this basis revealing the perspectives of the Republic of Moldova tourism for its more profound integration in regional and world markets. Among *objectives* are: elaboration of theoretical and methodologic research frame; analysis of paradigmatic changes in tourism evolution; identification of the modes of the World Economy megatrends impact upon international and national tourism; empirical study for revealing the problematic issues that the turistic firms face with at the R. of Moldova market as well as the elaboration of the respective solutions, and recommendations.

The key Scientific Problem solved consists in highlighting the essence of the contemporary and future tourism paradigm and its substantiation on the basis of the study on evolution of tourism as a form of international economic relations and the impact of World economy megatrends upon tourism, the fact that has resulted in the identification of tourism development modes as sustainable and intelligent, elaboration of recommendations for precisising the National Conception on Tourism, perfecting the mechanism of its implementation as well as correlating the strategies for strengthening the competitiveness of tourism at national and international levels.

Originality of Scientific Research consists in the elaboration of the theoretical and methodologic premises for research on the impact of World Economy megatrends upon international and national tourism; identification of the Modes of the Impact; conceptualization of the paradigms in the evolution of tourism, the latter being treated as a form of international economic relations; conduction of some empirical investigations by means of original questionnaires for studying the qualitative character of demand for and supply of the turistic services at the market of Republic of Moldova in the light of World Economy megatrends; recommendations related to the development of tourism in the Republic of Moldova.

Theoretical Singnificance and Applicative Value are seen in summing up sentences and conclusions deduced on the basis of the research as well as in recommendations elaborated for solving the main problems regarding national tourism development figured out in the thesis.

Implementation of Scientific Research Outcomes has been undertaken by the Agency of Tourism of the Republic of Moldova as well as by the Voyage Agency “Racurs-Tour” of the “Racurs Group” LLC.

Аннотация

диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук на тему
**ВЛИЯНИЕ МЕГАТЕНДЕНЦИЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РАЗВИТИЕ
МЕЖДУНАРОДНОГО И НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА,**
Ирина РОЙТМАН, Кишинэу, 2018

Структура диссертации: аннотация, введение, три главы, заключение и рекомендации, библиография (180 источников), 24 фигуры, 25 таблиц и 17 приложений.

Ключевые слова: мегатенденции мировой экономики, международный туризм, туризм Республики Молдова, глобализация, информатизация, локализация, регионализация, экологизация.

Область исследования: специальность – 521.02. Мировая экономика; международные экономические отношения.

Цель и задачи исследования. *Цель* состоит в изучении влияния ключевых мегатенденций мировой экономики на развитие международного и национального туризма, а также в определении сути парадигмы современности и будущего туризма, и на этой основе выявление перспектив развития туризма Республики Молдова для его более глубокой интеграции в региональный и мировой рынки. К *задачам* относятся: разработка теоретико-методологических посылок исследования; анализ эволюции туризма с применением парадигмального подхода; выявление форм влияния мегатенденций на туризм; проведение эмпирического исследования для изучения влияния мегатенденций на национальный рынок туристических услуг; формулирование проблем, с которыми сталкиваются туристические фирмы, возможности их решения и разработка соответствующих рекомендаций.

Решение основной научной проблемы: состоит в раскрытии сущности парадигмы современности и будущего туризма, а также ее обосновании на основе исследования эволюции туризма как формы международных экономических отношений и изучения влияния мегатенденций мировой экономики на туризм, и на этой основе выявление способов развития туризма как устойчивого и разработка рекомендаций, позволяющих уточнить национальную концепцию развития туризма, совершенствовать механизм ее внедрения, скорректировать стратегии повышения конкурентоспособности туризма на национальном и международном уровнях.

Научная новизна и оригинальность исследования: разработка теоретико-методологических посылок исследования международного и национального туризма в условиях действия мегатенденций мировой экономики; установление форм влияния мегатенденций на туризм; выявление парадигм в эволюции туризма, трактуемого как форма международных экономических отношений; концептуальное развитие парадигмы туризма современности и будущего; осуществление эмпирических исследований на основе оригинальных анкет, позволяющих выявить качественный характер спроса предложения туристических услуг на рынке Республики Молдова в свете действия мегатенденций мировой экономики; рекомендации по дальнейшему развитию туризма в Молдове.

Теоретическая значимость и практическая ценность усматриваются в выводах, сделанных на основе проведенных исследований, а также в рекомендациях по разрешению ключевых проблем в развитии национального туризма, сформулированных в работе.

Внедрение результатов научных исследований предпринято Агентством по туризму Республики Молдова и туристическим агентством «Ракурс-Тур» в составе ООО «Ракурс Групп».

ROITMAN IRINA

**IMPACTUL MEGATENDINȚELOR ECONOMIEI MONDIALE
ASUPRA TURISMULUI INTERNAȚIONAL ȘI NAȚIONAL**

**SPECIALITATEA 521.02. ECONOMIE MONDIALĂ; RELAȚII ECONOMICE
INTERNAȚIONALE**

Autoreferatul tezei de doctor în științe economice

Aprobat spre tipar: 24.08.2018

Formatul hârtiei 42 × 29,7

Hârtie ofset. Tipar digital

Tiraj 50 ex.

Coli de autor: 1,0

Comanda nr. 20

Tipografia Centrului Editorial-Poligrafic al Academiei de Studii Economice a Moldovei

Chișinău, 2005 str. Mitropolit Bănulescu-Bodoni 59.

Tel. 022-402-986, 022-402-910