

Инновации в туризме Молдовы



Н. П. Перчинская,
*к. э. н., ведущий научный сотрудник
Института экономики финансов
и статистики (ИЭФС)
Республики Молдовы*
e-mail: natperch@yahoo.com



К. А. Грибинча,
*научный сотрудник Института экономики,
финансов и статистики Республики Молдовы*
e-mail: corina.gribincea@gmail.com

В статье рассматриваются вопросы инновационного развития туризма в Молдове. Раскрываются основные проблемы в сфере туризма и возможности их преодоления, а также ускоренного его развития с инновационными элементами в этой сфере.

Ключевые слова: туризм Молдовы, инновационные элементы в туризме, руральный, винный, культурный, курортно-санаторный туризм.

Исследованиями Европейского Expert Panel on Service Innovation [2]: основанные на изучении инновационных услуг, определено что культура и туризм являются приоритетными областями, где инновационные услуги имеют сильный потенциал для поддержки развития новых услуг и рабочих мест.

Новые идеи и инновационные решения в области туризма являются ключевыми не только для стран с развитой экономикой, но также и для Республики Молдова. С точки зрения туристической отрасли Молдова представляет собой маленькую страну, расположенную в Южно-Восточной Европы, соседствующую на востоке с Украиной, а на западе с Румынией, с богатой историей как самостоятельного Молдавского государства, так и провинции Имперской России, Королевской Румынии и СССР. Республика располагает существенным туристическим потенциалом, представленным необычным разнообразием природных пейзажей и ландшафтов, а также уникальными геологическими монументами, имеющие европейское и мировое значение.

Традиционными туристическими назначениями в Молдове являются: природные памятники — «Toltrele Prutului», «O sută de movile», пещера «Emil Racoviță», Цаульский парк; заповедники — Королевский лес, Кодры, Ягорлык, Нижний Прут, Буковая роца; дома-музеи — «Alexei Mateevici», «Александр Пушкин», «Constantin Stamati», «Igor Vieru», музейный комплекс «Orheiul Vechi», Национальный музей этнографии и истории природы, Национальный музей археологии и

истории Молдовы, музей народных ремесел, Национальный нанаузский музей «Dumitru Cara-Ciobanu»; особняки — «Zamfir Ralli Arbore», Охотничий замок «Manuc Bei»; монастыри и церкви — Căpriana, Hîncu, Rudi, Saharna, Țipova, Curchi, Frumoasa, Cosăuți, Jarca, Успенская церковь в Кэушень; винзаводы и фабрики — Милештий Мичь, Пуркарь, Кожушна.

Согласно Концепции развития инновационного предпринимательства в Республике Молдова [4]: предусматривается экономическое развитие за счет новых и традиционных секторов, в которых будут реализованы инновации, направленные на повышение их эффективности. Туризм Молдовы (согласно Концепции) относится к приоритетным направлениям государства. Инновационная политика государства в области туризма это комплекс целенаправленных мероприятий, проводимых государством по созданию благоприятных условий для субъектов хозяйствования с целью оживления инновационной активности, повышения эффективности развития туризма и более полного удовлетворения туристских потребностей населения.

Основными рычагами влияния государства Молдовы на инновационную деятельность туристских организаций являются:

- предоставление налоговых льгот инновационно активным организациям;
- осуществление специальных научно-технической, налоговой и кредитно-финансовой политик; создание благоприятных условий для привлечения

Таблица 1
Показатели туризма и путешествий в экономике
Молдовы (Источник: [5])

Показатели индустрии туризма и путешествий, оценка за 2010 г.	Значение показателя	Удельный вес в общем, %	Годовой рост (прогноз) за период 2011–2020, %
в промышленности			
ВВП (\$ млн)	80	1,5	4,1
Количество рабочих мест (тыс.)	15	1,2	-2,1
в экономике в целом			
ВВП (\$ млн)	336	6,2	4,4
Количество рабочих мест (тыс.)	62	5,0	-1,9

отечественных и иностранных инвестиций в туристскую отрасль;

- совершенствование амортизационной политики;
- установления приоритетных направлений развития науки и техники.

Туризм в 2003–2015 гг. По прогнозам Всемирной туристской организации (ВТО) «Туризм – Перспектива-2020» число международных туристских поездок возрастет с 697 миллионов в 2000 г. до одного миллиарда в 2010 г. и 1,6 млрд в 2020 г. Этот прогноз соответствует среднегодовому темпу роста в 4,2% за период с 2000 по 2010 гг. и 4,5% для 2010–2020 гг. Среднегодовой темп роста колеблется в различных регионах мира.

Согласно данным Всемирного совета путешествий и туризма (WTTC) предполагалось (рис. 1) увеличение расходов международных прибытий посетителей с \$565 млрд в 2000 г. до \$1100 млрд в 2010 г. при ежегодных темпах роста в 4,8%. Эти показатели были использованы при прогнозировании развития туризма для Молдовы. Имеющиеся статистические данные по количеству международных прибытий принимающего и внутреннего туризма Молдовы не являются исчерпывающими. Анализ данных экспертов ВТО по прибывающим в Молдову иностранным туристам (число выданных виз, количество проданных туроператорами туристических пакетов, количество пассажиров перевезенных Кишиневским международным аэропортом и т. д.) показывает, что в 2000 г. Молдову посетило 105–115 тыс. иностранных туристов.

Для прогнозирования роста использован в качестве основы показатель 110 тыс. прибытий иностранных туристов в Молдову. Вклад внутреннего и внешнего туризма имеет фундаментальное значение для обеспечения жизнеспособности многих туристических агентств. Отсутствие данных о внутреннем туризме обусловило их невключение в прогнозы роста, что в свою очередь, привело к искажению прогнозных данных. Показатель внутреннего туризма, реально, гораздо больше въездного туризма, при том, что расходы на душу населения ниже. При изучении развития туристической отрасли Молдавии мы исходили из трех различных типа роста (табл. 2):

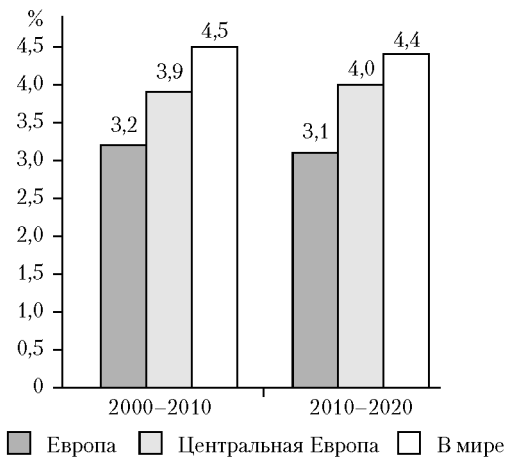


Рис. 1. Ожидаемые темпы роста международных прибытий посетителей за годы 2000–2020 гг. (на основе данных Национального бюро статистики Молдовы)

1. Низкие темпы роста, в результате ограниченных инвестиций и продвижения ожидается ежегодное увеличение числа прибытий из-за рубежа составляет 2,5% до 2010 г. и 3% в последующие периоды.
2. Средние темпы роста, соответствующие ожидаемому показателю прибытий для центрально-европейского направления в результате умеренного роста объема инвестиций и продвижения, составляют 3,9% до 2010 г. и 4% ежегодно для последующих периодов.
3. Оптимальные темпы роста, в результате полного выполнения рекомендаций Стратегии, ожидаемый ежегодный прирост числа посещений из-за рубежа составляет 7% до 2010 г. и 8% ежегодно для последующих периодов.

Учитывая вышеприведенные прогнозные показатели, следует принимать во внимание сильную конкуренцию в туристической отрасли и обманчивость предположения, что Молдова автоматически достигнет ожидаемый рост, характерный для Центральной Европы при условии отсутствия природного или техногенного бедствия, которые могут повлиять на туризм. Предполагается, что средняя продолжительность пребывания иностранных туристов останется на уровне 4,5 дней, хотя существуют общие тенденции ее снижения, вместе с тем прогнозные показатели принимались без учета предшествующего роста доли трафика на рынках с более высоким доходом. Оптимальные темпы роста намного выше среднеожидаемых.

В настоящее время туризм в Молдове находится на недостаточном высоком уровне. На сегодняшний день

Таблица 2
Количество прибытий иностранных туристов
в Республику Молдове. Прогноз до 2015 г. (на основе данных
Национального бюро статистики Молдовы)

Тип роста	2000 г.	2010 г.	2015 г.	Темпы роста, %	
				2000–2010 гг.	2000–2015 гг.
Низкий рост	110000	140800	163240	28,0	48,4
Средний рост	110000	161270	196210	46,6	78,4
Оптимальный рост	110000	216390	317940	96,7	189,0

*Показатели туристической привлекательности Республики Молдова и соседних стран
(разработано на основе данных [5])*

Показатели	Молдова	Россия	Украина	Румыния
1. Удельный вес иностранных компаний в стране, средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг. (1 – очень редко, 7 – очень часто)	3,9	3,6	3,8	4,7
2. Права собственности, средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг. (1 – очень плохо, 7 – очень хорошо)	3,3	2,9	2,6	4,2
3. Влияние управления предпринимательством на прямые инвестиции, средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг. (1 – очень обескуражены, 7 – очень обнадежены)	4,2	3,6	3,5	4,5
4. Визовый режим (1 – отсутствие визы; 0,5 – при въезде в страну, исключая все страны ООН), 2010 г.	45	10	52	68
5. Открытость с двусторонним соглашениям в области воздушных перевозок (показатель измеряет уд. вес открытости к заключению соглашений по авиауслугам) 2005 г.	4,4 (124-е место из 133 стран)	4,2 (125-е место из 133 стран)	6,1 (108-е место из 133 стран)	8,5 (85-е место из 133 стран)
6. Транспарентность государственного управления, средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг. (доступность бизнес-информации об изменениях государственных политик; 1 – невозможно; 7 – очень легко)	4,3	3,8	3,7	2,9
7. Необходимое время для начала бизнеса, количество дней, 2010 г.	10 (40-е место из 136 стран)	30 (97-е место из 136 стран)	27 (90-е место из 136 стран)	10 (40-е место из 136 стран)
8. Расходы для начала бизнеса (в процентах к GNI, на душу населения), 2010 г.	10,9 (70-е место из 136 стран)	3,6 (36-е место из 136 стран)	6,1 (53-е место из 136 стран)	2,6 (30-е место из 136 стран)
9. Индекс ограничений обязательств Гатс (The General Agreement on Trade in Services) для услуг T&T, 2006–2009 гг.	87,5 (3-е место из 114 стран)	Нет данных	Нет данных	62,9 (51-е место из 136 стран)
10. Выделения CO ₂ (на душу населения в метрических тоннах), 2007 г.	1,3 (40-е место из 137 стран)	10,8 (119-е место из 137 стран)	6,8 (93-е место из 137 стран)	4,4 (74-е место из 137 стран)
11. Устойчивость индустрии T&T (1 – очень неэффективно, не учитывает устойчивое развитие и защиту окружающей среды; 7 – очень эффективно), средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг.	3,1	3,4	2,9	3,4
12. Эффективность маркетинга и брендинга с целью привлечения туристов (1 – очень неэффективно; 7 – очень эффективно), средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг.	2,8	3,4	3,4	3,5
13. Количество терминалов, принимающих карточки VISA (на 1млн населения), 2010 г.	178,4 (8-е место из 138 стран)	576,7 (28-е место из 138 стран)	561,6 (30-е место из 138 стран)	464,2 (38-е место из 138 стран)
14. Открытость туризма (расходы туристов и доходы в % к ВВП), 2009 г.	7,6 (34-е место из 138 стран)	2,4 (111-е место из 138 стран)	5,9 (52-е место из 138 стран)	1,7 (123-е место из 138 стран)
15. Отношение населения к туристам (1 – очень негостеприимные; 7 – очень гостеприимные), средневзвешенный показатель за 2009–2010 гг.	6,3	5,1	5,6	6,2
16. Количество природных объектов мирового наследия (по странам, 2010 г.)	0 (75-е место из 75 стран)	9 (4-е место из 75 стран)	1 (43-е место из 75 стран)	1 (43-е место из 75 стран)

Молдове день существует большое число проблем в сфере туризма (включая туризм с инновационными элементами), к которым можно отнести следующие:

1. Разрушение исторического центра столицы, несмотря на то, что с 2004 г. приостановлено строительство новых зданий в центре города, а также перемещения транзитных транспортных потоков через исторический центр города. Это привело к потере туристической привлекательности города.
2. Резкое падение количества туристов.
3. Снижение доли туризма в ВВП по сравнению с остальными европейскими странами.
4. Нестабильное развитие отраслей.
5. Плохая дорожная и транспортная инфраструктура.
6. Некорректное отражение в национальной статистике въезда/выезда туристов, которое

производится только на основе ваучеров или данным, предоставленным пограничной службой.

7. Высокая стоимость пребывания в Молдове, которая в среднем составляет около 350–400 евро.
8. Отсутствие хорошо развитой туристической инфраструктуры.
9. Большое количество формальностей при пересечении границы с Молдовой.
10. Введение визового режима для румынских граждан и высокая стоимость консульских сборов для иностранных граждан.
11. Отсутствие недорогих авиабилетов «low-cost», выпущенных авиакомпанией AirMoldova.
12. Отсутствие туристических продуктов по Молдове включенных крупными международными туроператорами.

ИННОВАЦИИ В СТРАНАХ СНГ

Основными проблемами, стоящими перед инновационным туризмом в Молдове являются:

1. Недостаток необходимых финансовых ресурсов.
2. Отсутствие механизмов инновационной мотивации.
3. Отсутствие механизмов адаптации достижений инноваций.
4. Отсутствие статистики по инновационной деятельности в туристическом предпринимательстве.
5. Отсутствие инновационной долгосрочной программы развития туризма. Решением вышеперечисленных проблем необходимо осуществить только при совместном сотрудничестве государственного и частного секторов.

В ближайшем периоде ожидания в достижении более высоких уровней роста являются оправданными только при условии реализации мероприятий по улучшению туристической инфраструктуры.

Стимулирующие факторы. К данной группе факторов, оказывающих влияние на инновационные процессы в туризме можно отнести следующие:

- новые направления науки и техники, обусловленные появлением и использованием новых технологий;
- экономическая и политическая ситуация на мировом, национальном и региональном уровнях;
- новые формы кооперирования, решения на глобальном уровне, получение новой информации о новых возможностях ее освоения;
- национальное законодательство, нормативные акты;

- позиционирование туристических компаний на рынке туристических услуг;
- непредвиденности: климатические, экологические, др.

Применение инновационного подхода в туризме может обусловить ускоренное развитие отрасли при правильной стратегии государства в том что касается формирования и существенного стимулирования потоков туристов, а также обеспечения привлекательности страны (табл. 3 и 4).

Данные приведенные в табл. 3 свидетельствуют о существовании в Молдове определенного потенциала для дальнейшего развития туризма, возможности достаточно эффективного его использования, а также определенном уровне конкурентоспособности отрасли по отдельным показателям на фоне высокой конкуренции среди стран региона (например, 7, 10, 13, 14, 15) и отсутствия природных объектов мирового значения (16).

Согласно данным, приведенным в табл. 4, численность иностранных посетителей, прибывших в Республику Молдову по странам происхождения за период 2000–2010 гг., наибольший туристический интерес проявляется со стороны стран региона (Россия, Румыния, Турция, Украина), а также Германии, Болгарии, Республики Беларусь, США, что позволяет делать выводы о наличии достаточно высокого уровня партнерских отношений между странами не только в экономической, но и социальной сферах.

Инновации и технологии могут стимулировать и укреплять конкуренцию. Вместе с тем, мы считаем,

Таблица 4

Численность иностранных посетителей, прибывших в Республику Молдова, по странам происхождения за период 2000–2010 гг. (разработано на основе данных Национального бюро статистики Молдовы)

Численность иностранных посетителей, прибывших в Молдова, (посредством туристических агентств и туроператоров), по странам происхождения, на 31 декабря											
	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Всего	18964	15690	20161	23598	26045	25073	14239	14722	8710	9189	8956
Беларусь	546	509	720	750	1072	1161	580	290	145	176	546
Болгария	528	295	326	625	471	448	295	359	46	380	528
Китай	197	201	247	85	58	87	29	20	19	8	197
Кипр	127	319	514	266	62	75	49	74	13	26	127
Россия	5146	2361	3758	3270	3952	3294	1353	1767	1793	1713	5146
Франция	203	304	179	305	319	464	266	436	174	196	203
Германия	537	558	560	717	632	703	673	892	502	460	537
Греция	277	99	120	103	88	177	215	83	86	118	277
Израиль	228	291	416	404	424	296	149	174	145	156	228
Италия	594	572	491	702	1019	1141	663	755	440	258	474
Литва	29	126	83	115	128	125	110	79	57	34	12
Нидерланды	153	125	161	529	223	268	199	262	125	154	311
Польша	358	237	486	320	428	443	262	188	140	291	204
Румыния	2341	2076	1929	2381	2350	3496	2787	3034	1070	765	1698
США	1030	1072	1707	2494	2504	3088	1066	515	239	194	451
Турция	2548	2405	2869	3965	3521	3038	1687	1400	461	1002	526
Украина	1969	2261	2947	3283	3173	3406	1472	1335	1542	979	730
Соединенное Королевство Великобритания и Северная Ирландия	327	163	190	219	3054	365	291	641	430	744	405
Другие страны	765	519	505	716	752	985	537	627	369	357	291

*Туризм организованный туристическими агентствами и туроператорами Молдовы в период 2000–2010 гг.
(на основе данных Национального бюро статистики Молдовы)*

Туризм организованный туристическими агентствами и туроператорами, на 31 декабря											
Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Численность иностранных посетителей, прибывших в страну – всего	18964	15690	20161	23598	26045	25073	14239	14722	8710	9189	8956
в том числе, по целям визита:											
досуг, рекреация и отдых	7108	4220	8006	9920	11767	7840	6170	5804	5682	6459	5438
деловая и профессиональная поездка	11577	10996	11527	12975	13012	16372	7444	8572	2541	2308	2971
другие цели	279	474	628	703	1266	861	625	346	487	422	547
Численность молдавских посетителей, выехавших за границу – всего	32452	30264	51577	67328	67846	57231	67826	81790	85085	93294	117204
в том числе, по целям визита:											
досуг, рекреация и отдых	18578	19728	33792	47553	61087	50047	58845	73387	82852	91826	114815
деловая и профессиональная поездка	1080	6745	1729	5262	1953	1961	4929	3865	840	432	584
другие цели	12794	3791	16056	14513	4806	5223	4052	4538	1393	1036	1805
Число туристов и экскурсантов (молдавских граждан), участвующих во внутреннем туризме – всего	26705	63802	88532	120478	75960	60806	50820	53383	48456	37159	35594

что эти факторы должны быть обеспечены высоким уровнем управления, при достаточно высоком уровне коммерческого или финансового рисков. С точки зрения получения прибыли инновация как процесс может быть одна из самых успешных стратегий. Одновременно с инновационными процессами возникают различные изменения в среде, технологиях, которые в свою очередь оказывают влияние на развитие качественного потребления и стиля жизни (табл. 5). Так, численность иностранных посетителей, прибывших в страну на отдых, а также число туристов и экскурсантов, участвующих во внутреннем туризме, в период 2000–2010 гг. имело тенденцию к сокращению, и практически не меняется в последние годы.

Согласно докладу The Travel&Tourism Competitiveness [5]: представленного Всемирным экономическим форумом, по индексу конкурентоспособности¹ в 2011 г. Молдова занимает 99-е место из 139 стран, в то время как в 2009 г. – 93-е место в списке. На региональном уровне (Европа) Молдова занимает последнее 42-е место (табл. 6).

Особенности инноваций в туризме. Ключевые особенности, которые по нашему мнению необходимо учитывать при развитии туристической отрасли в Молдове являются следующие:

1. Непрерывные и разрывные изменения. Большинство местных туристических агентств рассматривают не только существующие технологические инновации, но и пути, предполагающие изменение «правил игры».
2. Развитие бизнеса на основе инноваций. Эта особенность рассматривается и как продукт и как процесс с точки зрения «жизненного цикла».

¹ Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) создан для Всемирного экономического форума профессором Колумбийского университета Ксавье Сала-и-Мартинем, показывающий рейтинг стран мира по показателю экономической конкурентоспособности по версии Всемирного экономического форума (World Economic Forum), состоит из трех подиндексов, которые исчисляются на основе 14 оценочных таблиц.

3. Инновации на уровне компонентов. Часто реклама или какие-либо информационные материалы разрабатываются с использованием различных способов привлечения клиентов с разными привлекательными лозунгами или «горячими» предложениями, например, «Три дня проживания по цене двух», или «Пакет 2+2=5, 1 ночь подарок от компании».
4. Проникновение технологий. Примером может служить объединение технологий «ручного» бронирования с функцией в глобальных распределительных системах GDS.
5. Дополнительные инновации. Каждое туристическое агентство пытается следовать Total Quality Management с целью улучшения качества и производительности в результате устойчивых незначительных изменений.
6. Дизайн. Возможность изменять макет/визуальный дизайн туристических агентств и их печатных материалов на основе достижений технологического прогресса в данной области (офсетная печать, электронные рекламные щиты и пр.).
7. Нематериальные инновации. Инновация подразумевает раскрытие знаний не всегда заключенных в продукте.

Для обеспечения эффективности инноваций необходимо не только находить новые открытия, но углублять знания о существующих ресурсах. Новый вклад в инновации возможен при наличии необходимых ресурсов и инновационного процесса, систематизации достижений, новых ресурсов и расширении рынка.

Инновационные процессы на микроэкономическом уровне. Основой развития туризма на микроэкономическом уровне являются туроператоры и экономические агенты, предоставляющие услуги по проживанию и питанию, услуги в области логистики и т. д. Туристическая отрасль рассматривается как «испытательный полигон» для развития новых технологий. Таким образом появились системы бронирования авиабилетов, которые затем превратились в автомати-

*Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий за 2011 г. по Европе
(на основе данных доклада [5])*

Показатели	Молдова		Россия		Украина		Румыния	
	Региональный	Глобальный	Региональный	Глобальный	Региональный	Глобальный	Региональный	Глобальный
Глобальный индекс конкурентоспособности Т&Т	42	99	33	59	39	85	34	63
Нормативный индекс Т&Т	68		73		64		51	
включительно:								
Нормы и правила	81		126		107		63	
Устойчивость среды	78		98		88		50	
Надежность и безопасность	65		113		82		35	
Здоровье и гигиена	49		11		17		59	
Приоритет Т&Т	115		102		101		80	
Деловая среда, инфраструктура Т&Т	98		53		76		66	
включительно:								
Инфраструктура авиатранспорта	128		30		93		81	
Инфраструктура ж/д транспорта	124		95		74		101	
Инфраструктура туристическая	93		45		53		38	
Инфраструктура КИС	65		46		68		49	
Конкурентоспособность цены в туриндустрии	54		75		119		80	
Человеческие, культурные и природные ресурсы Т&Т	129		45		118		66	
включительно:								
Человеческий капитал	97		78		68		63	
Афинированность Т&Т	75		136		117		95	
Природные ресурсы	132		27		119		94	
Культурные ресурсы	121		35		86		41	

зированные системы бронирования (CRS – Computer Reservation System), впоследствии проданные другим перевозчикам или выпуск акций. Эти системы в настоящее время объединены в глобальные распределительные системы (GDS – Global Distribution Systems), которые представляют собой высшую форму в этой системе, используемой туристическими агентствами, в т.ч. молдавскими, в качестве основных инструментов: Galileo, Amadeus, Worldspan и Sabre.

Полагаем, что молдавские туристические фирмы используют данные системы на высоком конкурентоспособном уровне. Инновационные направления, обнаруживаемые в туристических агентствах, сосредоточены на использовании новых техник и технологий в сфере традиционных услуг, использовании новых ресурсов, новых рынков. Так, туристические фирмы успешно используют электронное оборудование: компьютеры и специальные технологии финансового менеджмента, размещения, бронирования онлайн; а также Интернет; диверсификацию новых туристических продуктов; круизы и новые формы туризма (например, байкер Геннадий Шатов в 2010 г. осуществил первое для Молдовы кругосветное путешествие в 100000 км на мотоцикле, или, Андрей Карпенко, первый гражданин Молдовы, который поднялся на Эверест.

Инновации в туризме могут появляться путем взаимодействия с другими секторами:

- в сфере мобильных систем: Интернет, мобильные телефоны GSM, GPS, e-mode, GPRS, UMTS;

- в сфере производства, менеджмента и дистрибуции;
- в сфере бытового обслуживания потребителей;
- в сфере логистики и back-office.

Инновации за счет внедрения информационных технологий позволило молдавским туристическим агентствам добиться значительного прогресса с точки зрения скорости, качества и эффективности услуг особенно начиная с 2000 г. Согласно данным доклада Анализ ограничений экономического роста [6] за 2010 г. о сдерживающих экономический рост факторах, цифровая инфраструктура в Молдове стала не только символом глобализации, но и незаменимым инструментом для обеспечения конкурентоспособности для большинства компаний, в т.ч. туристических. В отличие от традиционных видов инфраструктуры Молдова достаточно быстро адаптировалась к темпам изменений цифровой инфраструктуры и имеет довольно высокую производительность с региональной точки зрения, что подтверждается тесной корреляцией между уровнем развития телекоммуникационной инфраструктуры и доходами на душу населения. В Молдове дигитальная инфраструктура более развита, чем предполагает уровень дохода на душу населения, что характерно для стран с более высоким уровнем доходов чем Молдова.

Практика использования банковских карт в Молдавии стала достаточно распространенной в сфере сделок, совершаемых ежедневно, и в большей степени

среди городских жителей (20,8%), чем сельских (2,6%) и те в центральном регионе (12,7%). Исследования показывают, что каждый десятый (9,7%) использует банковскую карту в своей повседневной работе. Тем не менее, банковские карты чаще используются сотрудниками неправительственных организаций (63,6%) и государственного сектора (22,2%) по сравнению с частным сектором (9,7%). Большую популярность завоевывают онлайн-сделки область «dotcom» с самым большим приростом представлена туризмом: lastminute.com, expedia.com или vacante.md, otidihai.md или социальной сети facebook.com, twitter.com и т. д.

Технологические направления инновационного туризма в Молдове. Приоритетными формами современного туризма в Молдове являются: руральный, винный, культурный, курортно-санаторный туризм и др.

Руральный туризм. Живописные молдавские села предоставляют туристам различные услуги, желающие отдохнуть в лоне природы:

- размещение в традиционных сельских домах;
- возможность заняться традиционными сельскими работами;
- ознакомление с фольклором, развлечениями и местными традициями и обычаями;
- ознакомление с местными ремеслами, а также возможность участвовать в них;
- возможность приобретения ремесленных изделий.

Винный туризм. Виноградники являются важной достопримечательностью Молдавии, здесь имеются вековые богатые традиции выращивания лозы и производства вина. В настоящее время 23 винзавода из функционирующих 142-х в стране имеют опыт приема посетителей, а туристическая программа «Винный путь в Молдове» является частью аналогичной европейской туристической программы и представляет собой важную мотивацию для посещения страны. В настоящее время разработаны и практикуются четыре маршрута. Туристы могут узнать о технологии производства вина, и, конечно же, продегустировать готовое вино. Молдавские вина имеют хорошую репутацию на международном уровне. Как винная страна Молдова предлагает возможность выбора предпочтительных маршрутов. Туристы могут посетить по желанию погреба и подземные города, винотеки (винотека Милештий Мичь, расположенная на глубине 86 м, включена в Книгу рекордов Гиннеса как самая большая коллекция натуральных вин в мире), первичные производства вин, шампанского, коньяка, хереса, бальзамов и т. д., винные заводы.

Культурный туризм. Республика Молдова располагает богатым культурным наследием, в общей сложности 140 объектов, которые могут быть включены в туристический оборот, среди которых самые ранние поселения гето-даков и римские укрепления, остатки средневековых крепостей, скальные монастыри XV в., помещицкие усадьбы и крестьянские избы, объекты местной архитектуры XIX и XX веков. В Молдове 87 музеев, большинство из них расположены в зданиях большого архитектурного значения, по крайней мере 20 из них заслуживают широкого внимания. Особым

национальным туристическим продуктом является разнообразие культур в разных частях страны. Республика Молдова представляет собой смесь национальностей и культур, традиций, языка, фольклора, кухни и т. д., около 880 фольклорных коллективов отражают традиции региона и их происхождение. Стоит отметить и народные промыслы как культурную ценность и как производство сувениров для туристов.

Курортно-санаторный туризм. Санатории, расположенные на берегу Днестра и в зоне вековых Кодр («Bucuria-sind» в Вадул —луй-Водэ, «Codru» в Кэлэрэш, «Nufărul alb» в Кахул) с соответствующей современной инфраструктурой, могут стать частью международного санаторного туризма.

Выводы

1. Республика Молдова имеет огромный потенциал, который может быть использован в области инновационных технологий туризма.
2. Туризм может стать первым путем выхода из кризиса республики и огромным потенциалом ее продвижения на международном уровне. Потенциал культурной и творческой индустрии должен играть в Молдове важную роль в трансформации туризма в сферу «наукоемких» услуг.
3. Нововведения в туризме в Молдове должны быть представлены комплексным процессом создания, распространения и использования новшеств для новой или для лучшего удовлетворения уже известной общественной потребности.
4. Сейчас в республике наиболее разработанными вопросами в туризме являются информационные системы. Информационные технологии преимущественно развиваются в следующих направлениях использования: глобальной сети Интернет; локальных компьютерных сетей; прикладных программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта; локальной автоматизации туристического агентства.
5. Необходимо в республике объединить службы инновации, культуру и туризм в единое целое, формируя «золотой треугольник». Это позволит повысить привлекательность туристических направлений путем лучшего освоения культурных аспектов и предоставления качественных услуг.
6. Решение основных проблем, стоящих перед инновационным туризмом в Молдове возможно на основе учета стратегических направлений, таких как:
 - разработка закона и развитие экологического туризма;
 - гармонизация законодательства с международными стандартами;
 - разработка программ сотрудничества в различных сферах национального туризма;
 - усиление наказания за нарушение законодательства об охране окружающей среды/архитектурных памятников высокой исторической и культурной ценности;
 - внедрение маркетинговых исследований и статистического учета в туризме по примеру соседних стран (счет Satelit TSA) и других областях.

7. Для развития инноваций в туризме Молдовы целесообразно правительству республики совместно с объединениями предпринимателей в рамках концепции реформирования законодательства и принять целевую программу по развитию инновационного сектора экономики страны, в том числе и туризма. Таким образом, туризму будут созданы все условия для необходимых инновационных процессов.
6. A. Oprunenco, A. Popa. Raport privind analiza constringerilor in cresterea economica. 2010. http://www.mec.gov.md/files/Analiza_constrangerilor_RO.pdf.
7. Utilizarea tehnologiilor informației și comunicațiilor de către populația Republicii Moldova, CIVIS/PNUD Moldova, Programa «Edificarea Guvernării Electronice în Moldova», Chisinau 2005.
8. Creativitate și inovare-stimularea competitivității în regiuni, Panorama inforegio nr. 29; 2009. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_ro.htm.

Список использованных источников

1. L. Teodor. Inovatie si tehnologie, 2008. <http://webhost.uoradea.ro/tleuca/Inovatie%20si%20tehnologie.pdf>.
2. How can service innovation help promote sustainable tourism? Nov. 2010, Valle d'Aosta, Italia. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?displayType=calendar&lang=ro&tpa_id=148&item_id=4638.
3. Raport preliminar de analiza a constringerilor in cresterea economica. Republica Moldova. <http://mca.gov.md/file/CA%20Report%203%20septembrie%20MD.pdf>.
4. Концепция развития инновационного предпринимательства в Республике Молдова, 2010. <http://www.asm.md/administrator/fisiere/.../f88.pdf>.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum. <http://www.weforum.org/s?s=tourism>.

Innovation in tourism: the case of the Republic of Moldova

N. Perchinskaya, Ph. D, Senior Research Fellow Institute of Economics, Finance and Statistics of the Republic of Moldova.

C. Gribincea, Junior Scientific Researcher, Institute of Economics, Finance and Statistics of the Republic of Moldova.

The study reveals innovation issues in Moldovan tourism. In order to contribute to the filling of the knowledge gap, the paper present the main problems in this area and the possibilities to overcome them, as well as the opportunity to stimulate the tourism sector's development by implementing innovations.

Keywords: tourism in Moldova, innovative elements in tourism, rural tourism, wine tourism, cultural tourism, health and beauty tourism.

ТАЛОН ПОДПИСКИ ЖУРНАЛА

«ИННОВАЦИИ»

Подписка в редакции — это получение журнала сразу после тиража.

*Подписка на первое полугодие 2012 года (6 номеров, январь — июнь) **12000 руб. 00 коп.** (Двенадцать тысяч рублей 00 коп.), в том числе НДС — 1090 руб. 91 коп.*

Название организации _____

Фамилия, имя, отчество _____

Должность _____

Почтовый адрес (адрес доставки) _____

Просим высылать нам журнал «Инновации» в количестве _____ экземпляров.

Нами уплачена сумма _____

Платежное поручение № _____ от _____ 20 __ г.

Банковские реквизиты редакции:

ОАО «ТРАНСФЕР», ИНН 7813002328, КПП 781301001
р/с 40702810727000001308 в Приморском филиале ОАО «Банк Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург»,
к/с 30101810900000000790, БИК 044030790

Дата заполнения талона подписки _____ Подпись _____

Подписка на год, а также полугодие оформляется с любого месяца.

Заполненный талон подписки мы принимаем по факсу: (812) 234-09-18

Контактное лицо: А. Б. Каминская.

По каталогу «Агентство «РОСПЕЧАТЬ» ГАЗЕТЫ. ЖУРНАЛЫ-2012 (Москва) подписка принимается на общих основаниях.

Подписной индекс: **38498**.

«ИННОВАЦИИ»

ТАЛОН ПОДПИСКИ ЖУРНАЛА