

# ABORDĂRI NOI ȘI OPORTUNITĂȚI DE PROMOVARE A TURISMULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Iurii ZAMA <sup>6</sup>

## Abstract

*Articolul abordează importanța turismului pentru economia țărilor lumii și a oportunităților pe care Republica Moldova trebuie să le aplice pe larg pentru a valorifica potențialul turistic. Chiar dacă Moldova are un teritoriu limitat, totuși acest spațiu dispune de anumite avantaje competitive accentuate ca de exemplu prin agroturism sau turism vitivinicol. Practica actuală arată totuși că adesea turismul este doar o strategie reușită de marketing care atenționează anumite valori ale unor spații istorice sau naturale, sau alteori reprezintă un rezultat al asocierii cu un frumos sau exclusiv căutat pentru a face un selfie/check-in destinat rețelelor de socializare. Se vor evidenția pe de o parte câteva abordări inovative pentru piața locală de turism dar pe larg utilizate la nivel internațional și pe de altă parte îndrăznețe pentru companiile de turism locale și din România. Într-o economie a turismului, imediat internațională, Republica Moldova trebuie să execute strategii inovative și îndrăznețe pentru a beneficia de influența favorabilă a sectorului turistic asupra influxului de capital.*

*Cuvinte cheie: turismul, potential turistic, strategii de marketing, promovare, turismul vitivinicol, turism rural, etc.*

## 1. Introducere

Fiind unul dintre sectoarele economice cu cea mai rapidă creștere în lume, turismul este din ce în ce mai recunoscut ca un factor vital pentru crearea locurilor de muncă și a bunăstării, protecția mediului, conservarea culturală și reducerea sărăciei.

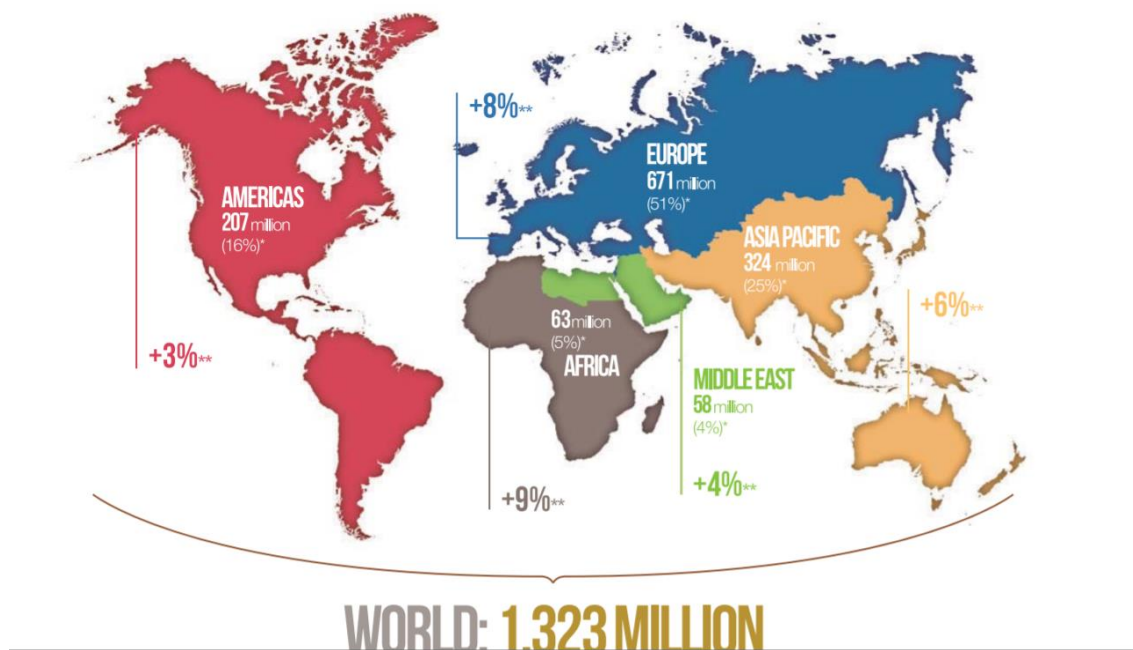
Un sector al turismului bine conceput și gestionat poate ajuta la conservarea patrimoniului natural și cultural de care depinde, la împuternicirea comunităților gazdă, la crearea de oportunități comerciale, la promovarea păcii și a înțelegerii interculturale, dovadă iminentă constituind datele statistice.

“2017 a fost un an record pentru turismul internațional. Sosirile turistice internaționale au crescut pentru al optulea an consecutiv, o secvență de creștere neîntreruptă înregistrată încă din anii 1960. Destinațiile din întreaga lume au primit 1.323 milioane de sosiri internaționale, cu aproximativ 84 milioane mai mult decât în 2016.” [1. Pag. 10]

Cu toate că numărul de turiști este în continuă creștere, distribuția teritorială a turiștilor este neuniformă. Cea mai mare densitate o are continentul European cu 51% din totalul turiștilor. În figura nr. 1 putem examina densitatea turiștilor pe glob.

---

<sup>6</sup> Iurii ZAMA, PhD Student, EMREI, Academy of Economic Studies of Moldova, e-mail: iurii.zama@gmail.com

**Figura nr. 1. Densitatea turiștilor pe glob**

*Sursa:* UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March/April 2018

În ciuda șocurilor în continuă creștere și imprevizibile de la atacuri teroriste și instabilitatea politică, la pandemii de sănătate și dezastre naturale, turism și călătoriile au continuat să arate rezistența în 2016, contribuind creșterea PIB directă de 3,1% și de sprijin de 6 milioane de locuri de muncă suplimentare nete în sectorul . În total, Travel & Tourism a generat 7,6 trilioane USD (10,2% din PIB-ul global) și 292 milioane locuri de muncă în 2016, echivalentul a 1 din 10 locuri de muncă în economia globală. Sectorul a reprezentat 6,6% din totalul exporturilor globale și aproape 30% din totalul exporturilor de servicii globale.” [2. Pag. 3]

Nu toate regiunile, chiar mai mult state, au același succes la capitolul turiști. Este specific faptul că țările dezvoltate totuși dețin hemogenul la acest criteriu. În tabelul nr. 1 este prezentată informația privitor la numărul de turiști internaționali înregistrați în 2017 în diferite țări, în ordinea poziției de dominație.

**Tabelul Nr. 1. Top 10 destinații turistice internaționale în 2017**

Poziția	Destinația	Numarul de turisti internaționali
1	Franța	86.9 mln
2	Spania	81.8 mln
3	Statele Unite	76.9 mln
4	China	60.7 mln
5	Italia	58.3 mln
6	Mexic	39.3 mln
7	Marea Britanie	37.7 mln
8	Turcia	37.6 mln
9	Germania	37.5 mln
10	Tailanda	35.4 mln

*Sursa:* World Tourism rankings, From Wikipedia. [3]

Astfel, Franța este extraordinar de atractivă pentru turiști, urmată de Spania, SUA, etc.

Veniturile din turismul internațional au crescut cu 1,340 miliarde USD în 2017, ceea ce corespunde unei creșteri în termeni reali de 4,9% față de 2016. [1] Organizația Mondială a Turismului raportează următoarele destinații ca primii zece lucrători din domeniul turismului pentru anul 2017, cu Statele Unite ale Americii de departe cel mai mare câștigător.

**Tabelul Nr. 2. Top 10 țări cu cele mai mari încasări din turism**

Poziția	Sursa	Valoarea încasărilor (miliarde)
1	SUA	210.7
2	Spania	68.0
3	Franța	60.7
4	Tailanda	57.5
5	Marea Britanie	51.2
6	Italia	44.2
7	Australia	41.7
8	Germania	39.8
9	Macau	35.6
10	Japonia	34.1

*Sursa: World Tourism rankings, From Wikipedia. [3]*

Chiar dacă SUA este devansată de Franța și Spania ca număr de turiști, încasările totale demonstrează că nivelul de dezvoltare al turismului în SUA cunoaște o nouă formă, mult mai atractivă.

În același timp, Contribuția totală a Travel & Tourism la PIB pentru Spania a fost de 172,9 miliarde de euro (196,2 miliarde USD), 14,9% din PIB în 2017 iar pentru SUA a fost de 1.501,9 miliarde USD, reprezentând 7,7% din PIB în 2017. [<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/unitedstates2018.pdf>, Pag 5]

Din cele relatate în tabelele, figurile și informația de mai sus, turismul este o ramură foarte importantă pentru economia oricărei țări. De asemenea, încasările din această activitate sunt foarte considerabile și pot duce la bunăstarea poporului. În acest context, Republica Moldova trebuie să prioritizeze și să acționeze prompt solicitărilor și a tendințelor internaționale prin promovarea turismului și creșterea influxul de turiști.

Contribuția totală a industriei turismului în economia Moldovei a fost în 2017 de 4,9 miliarde de lei sau doar 3.3% din produsul intern brut (PIB) al țării în 2017. La acest capitol Moldova ocupă unul din ultimele locuri din lume, poziția 171 din cele 185 de state analizate de WTTC. De exemplu Armenia, țară comparabilă ca mărime și populație obține din turism circa venituri directe de șase ori mai mari, iar România de peste 30 de ori.

Potrivit studiului WTTC industria turismului oferă în prezent loc de muncă pentru circa 10.000 de oameni, sau aproape 0,9% din totalul populației ocupate. Numărul celor ce muncesc în domeniul turismului se va majora până la 12.000 către anul 2027, estimează WTTC.

Potrivit Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor investițiile în industria turismului sunt ne semnificative - de doar 700 milioane lei în 2016 (mai puțin de 40 milioane dolari), reprezentând 2,2% din investițiile de capital în economia Moldovei.

În mod tradițional se consideră că pentru turismul internațional prezintă interes doar țările în care sînt monumente de arhitectură vechi, litoral, stațiuni montane și numeroase izvoare termale.

Din punctul de vedere al autorilor proiectului [www.moldovenii.md](http://www.moldovenii.md) acest postulat este total greșit, iar convingerea că acesta este adevărat, a paralizat, în mare parte, activitatea Guvernelor Republicii Moldova în domeniul dezvoltării turismului. [[www.moldovenii.md](http://www.moldovenii.md)]

Deși are o suprafață mică, Republica Moldova dispune de un considerabil potențial turistic, reprezentat, întâi de toate, de aspectul geomorfologic al teritoriului – o neobișnuită diversitate de rezervații peisagistice sau landșafturi naturale și monumente geologiceunice, de valoare europeană și mondială. Formele prioritare ale turismului practicate în ultimul deceniu în Republica Moldova sunt turismul rural, vitivinicul, cultural, de sănătate și frumusețe.

Turismul este un generator de progres socio-economic, de dezvoltare regională, de reducere a migrației forței de muncă. Odată cu promovarea turismului, promovăm patrimoniului național - cultura, istoria și tradițiile", a declarat astăzi ministrul Economiei și Infrastructurii, Chiril Gaburici, la reuniunea cu reprezentanții industriei turismului din Republica Moldova. [6]

De fapt, în lume există un număr foarte mare de oameni interesați de noi țări și culturi, oameni noi, experiențe noi, există mulți oameni interesați de SPA turism și de cel de tip curativ, organizat în mijlocul frumoaselor peisaje naturale, există, în cele din urmă, cetățeni ai CSI care țin minte Moldova ca fiind o țară însoțită, a strugurilor, fructelor și legumelor, alimentelor naturale, o țară, în urma vizitării căreia pot obține impresii frumoase, savurînd din plin natura frumoasă, vinul bun, muzica și dansurile incendiare.

Dacă adăugăm la toate acestea componenta istorică a vechimii poporului și statului, numeroase monumente ale vechilor civilizații (care vor trebui "dezgropate" și pregătite spre demonstrație turiștilor), promovînd noile idei de amenajare a mediului pe pămîntul Moldovei, putem înțelege că turismul din țara noastră are un potențial imens, pe care urmează să-l descoperim, prin realizarea politicilor se stat corespunzătoare.

Unul dintre cele mai importante avantaje competitive de care dispune Republica Moldova este turismul vitivinicul – formă motivațională de turism practică de turiști pentru vizitarea întreprinderilor vitivinicole și a regiunilor vinicole în scopul îmbinării plăcerii degustării produselor vitivinicole cu posibilitatea de a cunoaște stilul de viață local, mediul rural și activitățile culturale. Turismul vitivinicul reprezintă cartea de vizită a Republicii Moldova, iar pachetele turistice propuse spre comercializare pentru turiștii străini, obligatoriu includ un obiectiv sau o cramă vinicolă. Turiștii, de asemenea, au posibilitatea de a cunoaște întreg procesul tehnologic de preparare a vinului, iar în satele în care este păstrată tradiția vinicolă, turiștii se pot implica în procesul de producere a vinului;

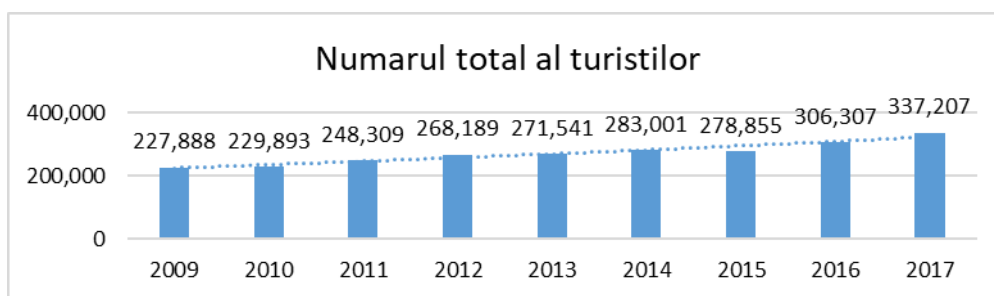
Fiind o țară agricolă, Moldova dispune de potențial pentru desfășurarea activităților de turism rural – formă motivațională de turism care se desfășoară în mediul rural, orientată spre utilizarea resurselor turistice locale (naturale, culturale, etc.), cunoașterea obiceiurilor și tradițiilor locale, gospodăriilor țărănești, etc. Turismul rural vizează turiștii care beneficiază de următoarele servicii: cazare în pensiunile agroturistice, alimentație cu produse ecologice pure crescute și preparate în zonă, agrement. De asemenea, turiștii pot fi implicați, în funcție de sezon, în activitățile agricole și în viața satului. Turiștii ar putea sta în sate și în scopul de a explora împrejurimile. Dispunînd de o multitudine de sate și suprafețe agricole întinse, Moldova are un potențial mare pentru dezvoltarea acestei forme de turism. Practicarea meșteșugurilor poate servi drept motivație turistică pentru vizitarea zonelor rurale. Turismul rural poate aduce beneficii importante comunității rurale și băștinașilor;

Turismul gastronomic – formă motivațională de turism, destinată persoanelor iubitoare de a descoperi secretele specifice bucătăriilor tradiționale din diverse țări. Ospitalitatea, tradițiile și obiceiurile culinare stau la baza dezvoltării acestei forme de turism. Calitățile gustative, specificul bucatelor pot servi drept motivație importantă pentru turiștii care au drept scop de a se alimenta cu bucate selecte caracteristice zonei turistice vizitate;

Așezarea geografică a Republicii Moldova la granița dintre CSI și UE face posibilă integrarea regională dar totodată și oferă posibilități pentru turismul de tranzit – formă tipică de turism care presupune traversarea uneia sau mai multor țări, avînd ca destinație țara de vacanță. Dezvoltarea acestei forme de turism pentru Republica Moldova va avea un impact pozitiv asupra dezvoltării turismului receptor. Turiștii traversînd Moldova către destinația finală, vor contribui la utilizarea diverselor servicii complementare consumului turistic. De asemenea, este absolut necesar de inițiat programe mixte între țările limitrofe Moldovei, pentru a deservi turiștii care urmează să tranziteze Republica Moldova, destinația finală fiind România sau Ucraina;

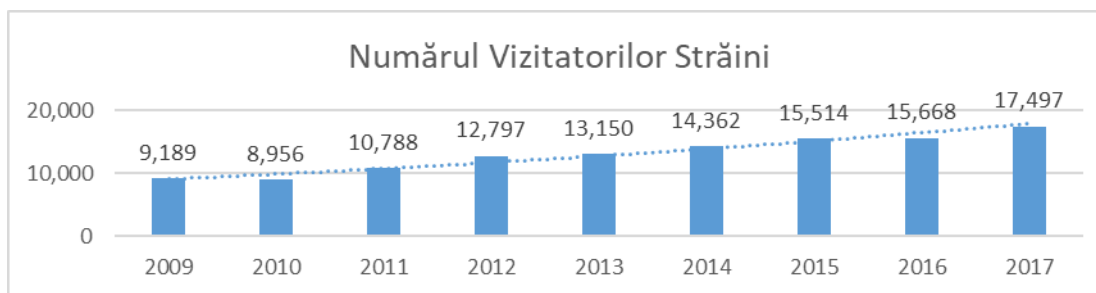
În imaginea de mai jos putem vedea evoluția numărului total al turiștilor pe teritoriul R.M. în perioada 2009-2017. Este vizibil că a fost înregistrată o evoluție pozitivă de creștere a numărului de turiști.

**Figura nr. 2. Evoluția numărului total al turiștilor în Republica Moldova 2009-2017**



Sursa: <http://www.statistica.md/>

**Figura nr. 3. Evoluția numărului turiștilor străini în Republica Moldova 2009-2017**



Sursa: <http://www.statistica.md/>

În conformitate cu figura nr. 3 putem concludiona totuși că numărul turiștilor străini este neînsemnat pentru economia Republicii Moldova. Potențialul turistic național este practic ignorat dacă să comparăm valoarea pieței mondiale pentru acest serviciu.

**Tabelul Nr. 3. Top 10 țări cu cele mai mari încasări din turism**

Nr.	Tara de proveniență a turiștilor	Nr. turiști	Cota din total
1	România	2,916	16.67%
2	Federația Rusă	1,682	9.61%
3	Ucraina	1,264	7.22%
4	Germania	1,183	6.76%
5	Polonia	1,101	6.29%
6	Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord	822	4.70%
7	Austria	803	4.59%
8	S.U.A.	598	3.42%
9	China	550	3.14%
10	Olanda	543	3.10%

Sursa: <http://www.statistica.md/>

În conformitate cu tabelul Nr. 3, observăm că cea mai mare pondere de turiști internaționali o are Romania, Federația Rusă și Ucraina. Astfel, este de notat că Republica Moldova trebuie să faciliteze și să îmbunătățească climatul cu țările date. Sigur, turismul în sine trebuie să fie indiscutabil o prioritate imediată de dezvoltare însă statistica demonstrează că partenerii istorici ai țării noastre trebuie să fie favorizați pentru a menține tendința pozitivă de influxuri financiare provenite din turism.

În concluzie, putem spune că ponderea turismului la nivel global îl face ca o prioritate de dezvoltare. De asemenea, turismul este din ce în ce mai recunoscut ca un factor vital pentru crearea locurilor de muncă și a bunăstării, protecția mediului, conservarea culturală și reducerea sărăciei. Pentru Republica Moldova, exemplele țărilor cum ar fi Spania, SUA, Armenia, Romania urmează a fi preluate și aplicate pentru a spori competitivitatea națională.

Ca structură a turismului, Moldova trebuie să mențină și să îmbunătățească cu desăvârșire relațiile sociale, economice și culturale cu țările vecine Romania și Ucraina, iar ulterior prin diversitate pentru țările CSI, UE, China și SUA.

În acest context, și în scopul îmbunătățirii atractivității turiștilor din Romania, se va propune o strategie de promovare încrucișată a traseelor turistice din Republica Moldova cu traseele turistice din Romania.

Dat fiind potențialul IT al Moldovei în capitolele următoare va fi propusă și descrisă o strategie de dezvoltare a turismului prin saitari internaționale și naționale de rezervare a turismului.

## **2. Strategii de promovare a turismului prin prezență dedicată motoarelor de cautare și a saiturilor de rezervare a cazării**

Fiind în era digitalizării și a comunicării online, turismul este în mare parte promovat dar totodată și influențat de motoarele de căutare online cum ar fi TipAdvisor, Booking, Expedia, AIRbnb, Google, bloguri de marketing in turism, etc.

Unul dintre cele mai influente motoare de călătorie și rezervări online este booking.com. Site-ul web are peste 28.889.846 de înregistrări în 137.971 destinații în 229 de țări și teritorii din întreaga lume. În fiecare zi mai mult de 1.550.000 de nopți de cameră sunt rezervate pe site. [7]

La solicitarea de identificare pe saitul booking.com a unei locații pentru Republica Moldova, au fost identificate 562 de proprietăți, iar pentru Chișinău avem un număr de 398 de locații. Astfel ajungem la concluzia că peste 70% din locațiile de cazare sunt în capitala țării,



cea ce denotă o concentrare foarte mare. Acest fapt denotă că strategiile de promovare a turismului nu au un rezultat de promovare a întregii suprafațe a țării. Statistica data poate fi examinată în figura nr. 4 și 5.

**Figura nr. 4. Rezultatul căutării unei cazări pentru Moldova pe situl booking.com**

The screenshot shows the Booking.com search results for Moldova. The search bar contains 'Moldova' and the results indicate that 562 properties were found. The interface includes navigation tabs for 'Cazare', 'Zboruri', 'Închirieri de mașini', and 'Taxiuri de la/la aeroport'. The user's profile 'Iurii Zama' is visible in the top right corner.

*Sursa:* [www.booking.com](http://www.booking.com)

**Figura nr. 5. Rezultatul căutării unei cazări pentru Chișinău pe situl booking.com**

The screenshot shows the Booking.com search results for Chișinău. The search bar contains 'Moldova' and the results indicate that 562 properties were found. The interface includes navigation tabs for 'Cazare', 'Zboruri', 'Închirieri de mașini', and 'Taxiuri de la/la aeroport'. The user's profile 'Iurii Zama' is visible in the top right corner.

*Sursa:* [www.booking.com](http://www.booking.com)

În același timp, ponderea numărului de cazări din regiunea Bucureștiului este de doar 13% din numărul total de cazări disponibile pe teritoriul României.

Astfel, putem deduce faptul că promovarea turismului natural sau vitivinicol în care Republica Moldova are potențial competitiv, nu are încă o influență economică prea considerabilă, iar beneficiul economic din turism este concentrat în mun. Chișinău.

În contextul rezultatelor obținute, apare una dintre idei prin care Republica Moldova trebuie să redistribuie și să promoveze atât turismul urban cât și pe cel rural sau din toate regiunile țării. Una dintre cele mai simple și puțin costisitoare oportunități pe care le avem este desigur accesul la piața internațională de rezervări a cazărilor online cum ar booking.com.

Un rezultat scontat al acestei micro-strategii ar fi că resursele financiare ale turiștilor ar putea fi dispersate și pentru mediu rural și anume familii care pot să promoveze eco-turismul sau turismul rural.

Complexele turistice rurale sunt în principiu gospodării organizate pe baza unor case sătești obișnuite. Casa poate fi veche, însă mușafirilor li se oferă toate comoditățile: duș, încălzire, mobilă confortabilă, conexiune internet. Toate eforturile gazdelor sunt îndreptate spre a familiariza oaspeții cu viața poporului moldovean, astfel încât aceștia să trăiască la sat și în același timp să nu simtă nici un disconfort. Oricine vine în Moldova observă ospitalitatea neobișnuită, receptivitatea și bunătatea populației băștinașe. Vi se va vorbi în limba dumneavoastră, vi se vor închina vinuri de excepție, veți fi servit cu mămăligă cu tocană, cu sarmăluțe, vi se va povesti despre viața la sat și istoria locurilor, vi se va cânta și vi se va dansa... o astfel de primire nu se uită, și este puțin probabil că veți mai găsi ceva asemănător pe alte meleaguri! [8]

Complexul Orheiul Vechi este una dintre perlele Moldovei. Monumentele istorice și peșterile transformă zona în destinația preferată a celor care aleg să vină în vacanță în țara

noastră. Totodată, străinii optează pentru satele Trebujeni și Butuceni pentru că aici au ocazia să cunoască specificul moldovenesc. [9]

La fel cum este promovată regiunea Orheiul Vechi, urmează să fie promovate locațiile băștinașilor și a gospodarilor Moldoveni pentru a familiariza turiștii cu gustul specificului național.

Pe lângă promovarea tradițiilor locale, promovarea turismului prin mijloace de rezervare online, localnicii ar putea obține resurse financiare care ar depăși cu mult veniturile din alte activități economice. Pentru o noapte rezervată pe booking pentru obiecte ale căror specific este turismul rural, vom avea un cost între 30 și 50 Euro pe noapte. Această sumă este fără a adăuga potențialul de promovare a tradițiilor și obținere a veniturilor din mâncare. Un prânz și cină pentru o persoană ar putea spera încasările de aproximativ 30 euro.

Se propune totodată crearea a niște grupuri regionale al căror scop ar fi identificarea familiilor și instruirea acestora pentru a presata servicii de turism rural și totodată promovarea acestora prin motoarele de căutare internaționale. Efectul economic și social al acestor activități ar fi unul impunător.

### **3. Oportunități de promovare a potențialului turistic a Republicii Moldova prin elaborarea unor trasee turistice comune cu Romania**

Republica Moldova dispune de potențial turistic însă unul limitat atât de teritoriul mic cât și resurse naturale și financiare limitate sau experiență managerială sau instituțională slab dezvoltată. Istoricul de dezvoltare a turismului arată că suntem la un început de drum iar deseori anume experiența este factor decisiv în promovarea valorilor naționale. Turismul este totuși caracterizat de oportunitatea de marketing și vânzare a unei legende. Pe lângă legenda vinului și a tradițiilor care se mai păstrează în zonele rurale, alte legende dulci pentru străini sunt foarte greu de inventat și mai ales este greu de a le transforma în sursă de venituri.

Republica Moldova este o zonă de tranzit dintre Uniunea Europeană și CSI, alimentând astfel niște speranțe de promovare a turismului încrucișat dintre cetățenii UE și a Ucrainei sau CSI. Din această poziție, apare oportunitatea de a promova Republica Moldova ca o zonă de turism adiacentă traseelor de tranzit internațional sau mai ales ale traseelor turistice din țările vecine. Dacă Ucraina este o zonă în special periculoasă din cauza instabilității politice și militare, Romania este foarte atractivă pentru turiștii internaționali. Astfel, Moldova poate fi promovată ca o anexă turistică a României, cu specific piperat în turism rural și vitivinicol cunoscut la nivel global.

Potențialul turistic al României ar putea aduce într-adevăr foarte multe beneficii. Datele statistice arată că la granițele României s-au înregistrat 12,7 milioane de vizitatori străini, iar în hoteluri și pensiuni s-au cazat 2,75 milioane de turiști nerezidenți. În 2017, cheltuielile turiștilor străini au fost de 6 miliarde RON.

Principalul motiv al sejurului petrecut de turiștii nerezidenți în România în trimestrul al patrulea l-a reprezentat afacerile, participarea la congrese, conferințe, cursuri, târguri și expoziții. "Cel de al doilea motiv al sejurului petrecut de nerezidenți în România l-a reprezentat călătoriile în scop particular (37,4% din numărul total de turiști nerezidenți), dintre acestea evidențiindu-se călătoriile pentru vacanțe (65,0%). [10]





Iașul a înregistrat un număr mai mare de turiști decât Republica Moldova, iar distanța ce urmează a fi parcursă de un vizitator al Iașului până la Chișinău este de aproximativ 180 km sau 3 ore.

Astfel, învecinarea cu un astfel de oraș ar putea aduce Republicii Moldova beneficii de promovare a turismului.

O altă oportunitate în acest sens este oarecum învecinarea zonei de sud a Moldovei cu Delta Dunării sau de ce nu Constanța.

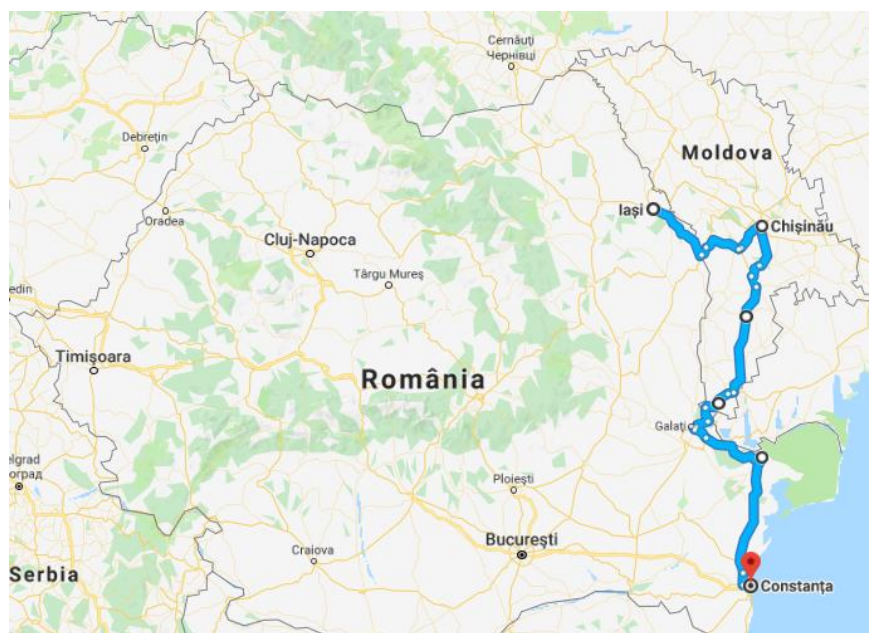
Județul Constanța este situat în regiunea Dobrogea și are ca limite județele Călărași, Ialomița, Brăila și Tulcea, la sud este mărginit de granița cu Bulgaria și la Est are deschidere spre Marea Neagră. Cel mai sud-estic județ al țării noastre, cu reședința în orașul omonim, Constanța, are un potențial turistic extrem de larg.

Județul Constanța cuprinde unele dintre cele mai reprezentative baze turistice din România. Prin localizarea geografică, climă, relief, vestigii arheologice, rezervații naturale, bază de cazare, agrement și tratament, posibilități de efectuare a unor excursii și croaziere, teritoriul județului oferă o gamă largă de activități turistice.

Litoralul românesc al Mării Negre reprezintă una dintre zonele turistice cele mai importante ale României în raport cu alte zone turistice ale țării, ceea ce este reflectat și de indicatorii referitori la circulația turistică și capacitatea de cazare.

Peisajul lacustru deosebit de pitoresc fac din această regiune o comoară inestimabilă din punct de vedere geologic, istoric și botanic (572 specii identificate).

Constanta, vechea cetate greacă Tomis, posedă o istorie impresionantă, sărbătorind de curând 2500 ani de existență și 2250 ani de atestare documentară. Metropola antică a Pontului Euxin s-a afirmat de-a lungul secolelor în strânsă legătură cu istoria românilor, cu interesele lor comerciale și spirituale, ca o placă turnantă și ca o punte de confluență a civilizațiilor, Constanta reprezentând din totdeauna un nod important de comunicare între Orient și Occident. Prima perioadă de înflorire a Constantei coincide cu înființarea celor dintâi colonii grecești pe tărmlul vestic al Pontului Euxin. Urmează perioada stăpânirii romane, când vechea cetate Tomis, ca de altfel întreaga provincie Scythia Minor (Dobrogea de astăzi), capătă o importanță strategică deosebită și cunoaște o dezvoltare economică și culturală fără precedent. Orașul revine însă la viață și își redevăluie potențialul unic de care dispune în secolul al XIX-lea, după obținerea independenței de stat a României și restabilirea autorității statului român asupra Dobrogei. Istoria modernă atestă o dezvoltare constantă și chiar accelerată a Constantei, în prezent Constanta fiind al doilea centru urban al României ca importanță, cel mai mare port la Marea Neagră și al patrulea ca mărime din Europa.

**Figura nr. 7. Densitatea teritorială a turiștilor în România**

*Sursa:* maps.google.com [14]

În conformitate cu raportul Direcției Județene de Statistică Constanța, numărul turiștilor în 2017 a fost de 1.235 mln dintre care 62458 mii au fost străini.

La fel ca și Iașiul, numărul turiștilor care au vizitat Constanța depășește cu mult numărul de turiști care au vizitat Republica Moldova.

În concluzie, o altă oportunitate strategică pentru promovarea turismului Republica Moldova ar fi elaborarea unor trasee turistice comune cu zone ale României cum ar fi Iașiul și Constanța/Dunărea. Ambele orașe sunt în același timp și apropiate și îndepărtate de Republica Moldova pentru a fi o provocare de diversitate turistică a acestor zone.

În figura nr. 7 putem examina cu ar arăta cel mai primitiv traseu turistic/rutier Constanța-Chișinău-Iași – oportunitate și strategie de promovare a turismului din Republica Moldova.

#### 4. Concluzii

Fiind unul dintre sectoarele economice cu cea mai rapidă creștere în lume, turismul este din ce în ce mai recunoscut ca un factor vital pentru crearea locurilor de muncă și a bunăstării, protecția mediului, conservarea culturală și reducerea sărăciei.

În anul 2017 destinațiile din întreaga lume au primit 1.323 milioane de sosiri internaționale. În total, Travel & Tourism a generat 7,6 trilioane USD (10,2% din PIB-ul global) și 292 milioane locuri de muncă în 2016, echivalentul a 1 din 10 locuri de muncă în economia globală. Sectorul a reprezentat 6,6% din totalul exporturilor globale și aproape 30% din totalul exporturilor de servicii globale. În acest context, turismul trebuie să fie obligatoriu o prioritate de dezvoltare a Republicii Moldova.

Contribuția totală a industriei turismului în economia Moldovei a fost în 2017 de 4,9 miliarde de lei sau doar 3.3% din produsul intern brut (PIB) al țării în 2017. Totuși, cu toate că par considerabile, aceste cifre denotă că turismul nu este dezvoltat la întregul potențial disponibil. Armenia, țară comparabilă ca mărime și populație obține din turism circa venituri directe de șase ori mai mari, iar România de peste 30 de ori.

Deși are o suprafață mică, Republica Moldova dispune de un considerabil potențial turistic, reprezentat, întâi de toate, de aspectul geomorfologic al teritoriului – o neobișnuită

diversitate de rezervații peisagistice sau landșafturi naturale și monumente geologiceunice, de valoare europeană și mondială. Formele prioritare ale turismului practicate în ultimul deceniu în Republica Moldova sunt turismul rural, vitivinicol, cultural, de sănătate și frumusețe.

Numărul turiștilor străini în Moldova înregistrează o tendință pozitivă, însă în anul 2017 avem înregistrate doar 17497 persoane. Datele statistice arată că la granițele României s-au înregistrat 12,7 milioane de vizitatori străini. Astfel, Moldova poate fi promovată ca o anexă turistică a României, cu specific piperat în turism rural și vitivinicol cunoscut la nivel global. Iașiul, oraș Romanesc în apropiere de Chișinău, a înregistrat un număr mai mare de turiști decât Republica Moldova, 12 milioane de turiști dintre care 2,7 milioane au fost străini. Astfel, învecinarea cu un astfel de oraș ar putea aduce Republicii Moldova beneficii enorme. O altă oportunitate în acest sens este învecinarea zonei de sud a Moldovei cu Delta Dunării sau de ce nu Constanța care din nou devansează Republica Moldova prin numărul total de turiști de peste 4 ori. În concluzie, o altă oportunitate strategică pentru promovarea turismului Republica Moldova ar fi elaborarea unor trasee turistice comune cu zone ale României cum ar fi Iașiul și Constanța/Delta Dunării. Ambele orașe sunt în același timp și apropiate și îndepărtate de Republica Moldova pentru a fi o provocare de diversitate turistică a acestor zone.

Fiind în era digitalizării și a comunicării online, turismul este în mare parte promovat dar totodată și influențat de motoarele de căutare online cum ar fi TipAdvisor, Booking, Expedia, AIRbnb, Google, bloguri de marketing in turism, etc.

La solicitarea de identificare pe saitul booking.com a unei locații pentru Republica Moldova, au fost identificate 562 de proprietăți, iar pentru Chișinău avem un număr de 398 de locații. Astfel ajungem la concluzia că peste 70% din locațiile de cazare sunt în capitala țării, ceea ce denotă o concentrare foarte mare. Concluzionăm că distribuția turismului este preponderent pentru zona Chișinăului iar regiunile sunt date uitării. Pentru comparație, ponderea numărului de cazări din regiunea Bucureștiului este de doar 13% din numărul total de cazări disponibile pe teritoriul României.

În contextul rezultatelor obținute, apare una dintre idei prin care Republica Moldova trebuie să redistribuie și să promoveze atât turismul urban cât și pe cel rural sau regional. Una dintre cele mai simple și puțin costisitoare oportunități pe care le avem este desigur accesul la piața internațională de rezervări a cazărilor online cum ar booking.com.

La fel cum este promovată regiunea Orheiul Vechi, urmează să fie promovate locațiile băștinașilor și a gospodariilor Moldoveni pentru a familiariza turiștii cu gustul specificului național și totodată pentru a beneficia de fluxurile financiare obținute din turism. În acest scop, se recomandă restructurarea consiliilor locale și instituirea direcțiilor de instruire a localnicilor și promovare a turismului prin intermediul motoarelor de căutare internaționale.

## Bibliografie

- UNWTO Annual Report 2017: Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain, retrieved from: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>
- WTTC to Provide Tools for Analysis, Benchmarking, Forecasting and Planning, London SE1 OHR, United Kingdom, retrieved from: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions2017/world2017.pdf>
- World Tourism rankings, From Wikipedia, the free encyclopedia, retrieved from: [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Tourism\\_rankings](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings)
- UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March/April 2018, retrieved from: [www.moldovenii.md]
- WIKIPEDIA Free inceclopedia, retrieved from: <https://en.wikipedia.org/wiki/Booking.com>

- Turismul rural din Moldova. Chisinau MOLDOVA, information retrieved from:  
<https://winetours.md/rom/blog/turismul-rural-din-moldova>
- Turismul rural rămâne cel mai important pentru Republica Moldova. Iată cele mai populare destinații din țara noastră, Publica, Information retrieved from:  
[https://www.publika.md/turismul-rural-ramane-cel-mai-important-pentru-republica-moldova-iata-cele-mai-populare-destinatii-din-tara-noastra\\_1808681.html#ixzz5X768KrVV](https://www.publika.md/turismul-rural-ramane-cel-mai-important-pentru-republica-moldova-iata-cele-mai-populare-destinatii-din-tara-noastra_1808681.html#ixzz5X768KrVV)
- Noutati economice: „Numărul de turiști străini în România”, retrieved from:  
[http://www.economica.net/numarul-de-turisti-straini-in-romania-a-crescut-anul-trecut-cu-11-3prc-la-2-75-milioane\\_151311.html#n](http://www.economica.net/numarul-de-turisti-straini-in-romania-a-crescut-anul-trecut-cu-11-3prc-la-2-75-milioane_151311.html#n)
- George SANDU, Victor COZMEI: Harta Interactiva, retrieved from:  
<https://www.hotnews.ro/stiri-esential-21713676-harta-interactiva-cati-turisti-straini-vizitat-romania-2016-statistica-fiecare-judet.htm>
- Potentialul Turistic al Orasului Iasi: information retrieved from:  
<https://biblioteca.regielive.ro/referate/turism/potentialul-turistic-al-orasului-iasi-173736.html>