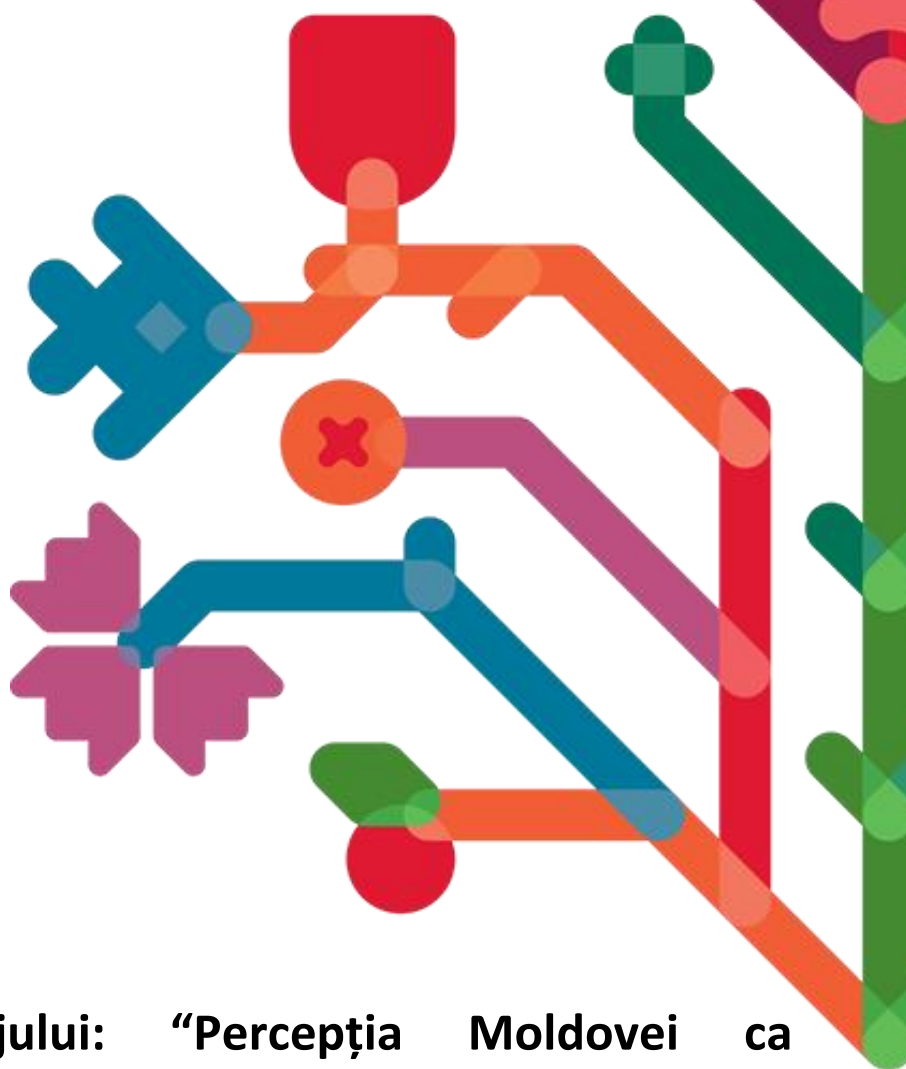


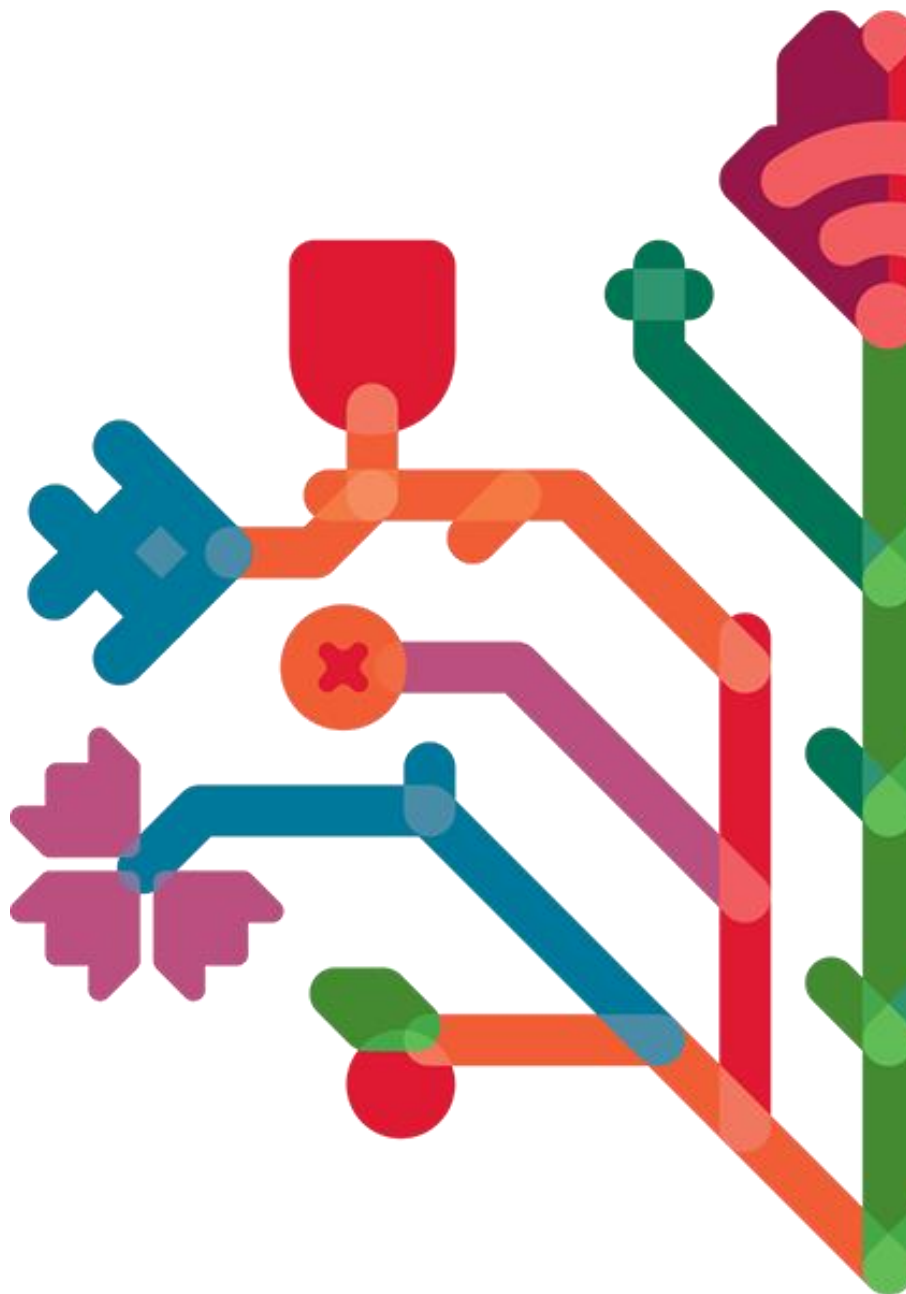


Ministerul Culturii
al Republicii Moldova



Rezultatele sondajului: “Percepția Moldovei ca destinație turistică de către vizitatorii străini”.

2023



Acest sondaj a fost efectuat de Magenta Consulting conform metodologiei Organizației Mondiale a Turismului, la solicitarea Ministerului Culturii al Republicii Moldova, cu suportul strategic al Proiectului USAID de Competitivitate și Reziliență Rurală, în parteneriat cu Asociația Națională de Turism Receptor și Intern din Moldova. Rezultatele sondajului nu reflectă neapărat opinia USAID sau a PCRR.



Curpîns:

i.1 Scopul studiului.....	12
Durata medie a vizitei.....	12
i.2 Metodologie	12
i.3 Limitele studiului.....	15
CAPITOLUL I: INFORMAȚII GENERALE	16
1.1. Caracteristici socio-demografice.....	16
CAPITOLUL II: MOTIVE DE A VIZITA MOLDOVA.....	20
2.1: Scopul călătoriei.....	20
2.2: Arii de interes	21
2.3: Factori motivaționali	22
CAPITOLUL III: SURSE DE INFORMARE DESPRE MOLDOVA.....	28
CAPITOLUL IV: ORGANIZAREA CĂLĂTORIEI SPRE ȘI PRIN MOLODVA.....	37
4.1: Criterii luate în considerare și metode de organizare a călătoriei	37
4.2: Dificultăți întâmpinate în organizarea călătoriei.....	38
4.3: Durata călătoriei	39
4.4: Cazarea în Moldova	40
4.5: Tururi și vizite.....	45
CAPITOLUL V: EXPERIENȚA ÎN MOLDOVA	47
CAPITOLUL VI: OPINIA VIZITATORILOR DESRE TURISMUL ÎN MOLDOVA	51
6.1: Așteptări	51
6.2: Scorul NPS	53
CAPITOLUL VII: ASOCIERILE CU „TURISMUL ÎN MOLDOVA”	61
CONCLUZII.....	62
ANEXE	64

Figuri:

Figura 1.1: Topul țărilor și naționalităților care vizitează Moldova: "Q2: Care este naționalitatea Dvs.? (răspuns deschis)", "Q1: În ce țară locuiți la moment? (răspuns deschis)", %.....	16
Respondenții care provin din Germania, Italia și SUA au vizitat în medie 5 țări în ultimii 2 ani, în timp ce turiștii din România, Ucraina, Rusia și Marea Britanie – 4.....	17
Figura 1.2: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns posibil)", media	17
Figura 1.3: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani, dezagregate pe categorii de respondenți: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns posibil)", media	17
Figura 1.4: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani, dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns posibil)", media.....	17
Figura 1.5: Țări vizitate de respondenți în ultimii 2 ani: "Q5. Ce țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (cu excepția țării în care locuiți în prezent)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (răspuns liber)", N=597, % din cei care au vizitat o țară în ultimii 2 ani	17
Figura 1.6: De câte ori a fost vizitată Republica Moldova de către turiști: "Q8: Inclusiv această vizită, de câte ori ați mai vizitat Republica Moldova în ultimii 5 ani? (răspuns liber)", media	19
Figura 2.1.1: Tipul călătoriei: "Q6: Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova (un răspuns posibil)", %	20
Figura 2.1.2: Tipul călătoriei dezagregate în funcție de punctul de colectare și de țara de reședință: "Q6: Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova (un răspuns posibil)", %.....	21
Figura 2.2.1: Arii de interes pentru a vizita Moldova: "Q16: Vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %	21
Figura 2.2.2: Arii de interes pentru a vizita Moldova în 2012: "Q16: Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %	22
Figura 2.2.3: Arii de interes pentru vizitarea Republicii Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q16. Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %.....	22
Figura 2.3.1: Factori motivanți pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează): "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %.....	23
Figura 2.3.3: Factori motivanți pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează) dezagregat pe punctul de colectare: "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %	25
Figura 2.3.4: Factori motivanți pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează) dezagregat pe țara de reședință: "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %	26
Figura 3.1: Cunoștințe despre Moldova: "Q13: Ce știați despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns deschis)", N=606, %	28

Figura 3.2: Cunoștințe despre Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q13: Ce știți despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns deschis)", %.....	29
Figura 3.3: Cunoștințe despre Moldova dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q13: Ce știți despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns deschis)", %	29
Figura 3.4: Cunoștințe despre Moldova dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q13: Ce știți despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns deschis)", %.....	31
Figura 3.5: Surse de informare despre Moldova: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %.....	32
Figura 3.6: Surse de informare despre Moldova, anul 2012: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", N=233, %	32
Figura 3.7: Surse de informare despre Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %.....	32
Figura 3.8: Surse de informații despre Moldova dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %.....	33
Figura 3.9: Surse de informare despre Moldova dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %.....	33
Figura 3.10: "Q11A: Numiți vă rog 3 site-uri, bloguri, canale de YouTube de pe care v-ați informat despre Republica Moldova? (răspuns multiplu)", N=47, % din cei care au folosit internetul pentru a afla informații despre Moldova	34
Figura 3.11: Accesarea site-ului www.Moldova.travel: "Q12: Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel?", (un singur răspuns)", %.....	35
Figura 3.12: Vizitarea website-ului www.Moldova.travel dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q12: Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel? (un singur răspuns)", %	36
Figura 4.3.1: Durata călătoriei curente în Moldova: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", %.....	39
Figura 4.3.2: Durata călătoriei curente în Moldova: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", N=233, %	39
Figura 4.3.3: Durata călătoriei curente în Moldova dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", %	39
Figura 4.4.1: Opțiuni de cazare: "Q22: Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în RM? (răspuns multiplu)", %	41
Figura 4.4.5: Website-uri folosite pentru găsirea cazării: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %.....	43
Figura 4.4.6: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate pe categorii de respondenți: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %	43
Figura 4.4.7: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %.....	44
Figura 4.4.8: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %	44
Figura 4.5.1: Metode de organizare a excursiilor și vizitelor de către călătorii individuali: "Q19: Cum au fost organizate vizitele, tururile, excursiile Dvs.? (răspuns multiplu)", % din turiștii individuali (backpackers)	45
Figura 5.1: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale): "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %.....	47
Figura 5.2: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate pe categorii de respondenți: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %	48



Figura 5.3: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %	48
Figura 5.4: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %	49
Figura 5.5: Evaluări ale obiectivelor turistice: "Q25: Cât de satisfăcut sunteți de ceea ce ați văzut? Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – „foarte nemulțumit”, iar 5- „foarte mulțumit” (un răspuns posibil per rând)", %	49
Figura 6.1.1.: Nivelul așteptărilor în legătură cu vizita: "Q27: Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? (un răspuns posibil)", %	51
Figura 6.1.2.: Nivelul așteptărilor în legătură cu vizita dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q27: Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? (un răspuns posibil)", %	52
Figura 6.1.3.: Măsura în care așteptările au fost îndeplinite: "Q27b: Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil), %	52
Figura 6.1.4.: Măsura în care așteptările au fost îndeplinite dezagregate pe categoria de respondenți și punctul de colectare: Q27b: Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil), %	53
Figura 6.2.1: Scorul NPS: "Q28. Vă rugăm să evaluați predispunerea Dvs. de a recomanda rudelor/ prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 – „sigur nu aș recomanda” și 10 – „Sigur aș recomanda”, (un răspuns posibil)", %	53
Figura 6.2.2: Scorul NPS dezagregat în funcție de tipul respondenților și punctul de colectare: "Q28. Vă rugăm să evaluați predispunerea Dvs. de a recomanda rudelor/ prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 – „sigur nu aș recomanda” și 10 – „Sigur aș recomanda”, (un răspuns posibil)", %	54
Figura 6.2.3: Satisfacția față de diferite aspecte ale experienței turistice: "Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)", %	56
Figura 6.2.4: Interesul de a vizita din nou Moldova: "Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/ planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova. (un răspuns posibil)", %	56
Figura 6.2.5: Interesul de a vizita din nou Moldova dezagregat în funcție de categoria de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova. (un răspuns posibil)", %	57
Figura 6.2.6: Preocupări legate de siguranță: "Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un singur răspuns)", N=606, %	57
Figura 6.2.7: Preocupări legate de siguranță dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un singur răspuns)", %	57
Figura 6.2.8: Siguranța în Moldova: "Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)", N=606, %	58
Figura 6.2.9: Siguranța în Moldova dezagregată pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)", %	58
Figura 7.1: Asocierea turiștilor cu sintagma „turism în Republica Moldova”: "Q7: Care este primul cuvânt care vă vine în minte când auziți "Călătorie în Republica Moldova"? (răspuns deschis)", N=606, %	61

Tabele:

Tabelul i.1: Caracteristicile socio demografice în studiile din 2016, 2018 și 2023	13
Tabelul i.2.: Distribuția interviurilor în studiile din 2016, 2018 și 2023, perioada vizitei	14

Tabelul i.3.: Distribuția interviurilor în studiile din 2016, 2018 și 2023, locația geografică a interviurilor	14
Tabelul 3.1: "Q11B: Numiți vă rog 3 site-uri, blogguri, canale de YouTube de pe care v-ați informat despre Republica Moldova? (răspuns multiplu)", N din cei care au folosit rețelele sociale pentru a afla informații despre Moldova..34	
Tabelul 4.2: Dificultăți întâmpinate în organizarea călătoriei: "Q21: Ce dificultăți ați întâlnit în organizarea vizitei Dvs.? (răspuns deschis), dintre cei cărora le-a fost greu să rezerve excursii și vizite	38
Tabelul 6.2.1: Atracții pe care turiștii le-ar recomanda: "Q30. Care sunt principalele 3 atracții turistice, pe care le-ați recomanda prietenilor să le viziteze în Moldova?", %	54
Tabelul 6.2.2: Lucruri de făcut în Moldova: "Q31. Care sunt top 3 lucruri care trebuie făcute în Moldova?", %	54
Tabel 6.2.3: Motive de siguranță/nesiguranță: "Q35: De ce sau de ce nu?? (răspuns deschis)", N=606, %.....	59
Tabelul 6.2.3: Servicii turistice care ar putea fi îmbunătățite. "Q36. În opinia Dvs., ce servicii turistice lipsesc sau ar putea fi îmbunătățite?"	59

Anexe:

Anexa 1.1.1: " Q1. În ce țară locuiți la moment? (răspuns deschis)", țările care s-au clasat peste 1%	64
Anexa 1.1.2: "Q2. Care este naționalitatea Dvs.?? (răspuns deschis)", naționalitățile care s-au clasat peste 1%.	65
Anexa 1.1.3: "Q4. Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afara de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (răspuns deschis)"	66
Anexa 2.1.1: "Q6. Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova? (un răspuns posibil)"	67
Anexa 2.2.1: "Q16. Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)"	68
Anexa 2.3.1: "Q14. Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova)? (răspuns multiplu)", partea I.....	69
Anexa 2.3.1: "Q14. Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova)? (răspuns multiplu)", partea a II-a	70
Anexa 2.3.4: "Q15. În ce măsură faptul că Moldova este o țară vinicolă, a influențat decizia Dvs. de a vizita Moldova?? (un răspuns posibil)"	71
Anexa 3.4: "Q10. Cum / de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un răspuns posibil)"	72
Anexa 3.9: "Q12. Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel ? (un răspuns posibil)"	73
Anexa 4.1.1.: "Q18. Cum/de către cine a fost organizată călătoria Dvs. în Moldova? (un răspuns posibil)"	74
Anexa 4.3.1.: "Q9. Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un răspuns posibil)"	75
Anexa 4.4.1.: "Q22. Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în Moldova? (răspuns multiplu)"	76
Anexa 4.4.4.: "Q23. Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)"	77
Anexa 4.5.1.: "Q19. Cum au fost organizate vizitele, tururile, excursiile Dvs.? (răspuns multiplu)", % backpackerilor individuali	78
Anexa 4.5.2.: "Q20. Vă rog să îmi spuneți cât de ușor sau complicat a fost organizarea vizitei, tururilor sau a excursiilor. Vă rog să răspundeți, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – foarte dificil și 5 – foarte ușor. (un răspuns posibil)"	79
Anexa 5.1.: "Q24. Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană).....	81
Anexa 5.5.: "Q17. Ați menționat anterior că aria de interes pentru a vizita Moldova este Festivalul Vinului (Ziua Națională a Vinului). Ați putea spune vă rog ce anume v-a interesat pentru a vizita sărbătoarea Festivalul Vinului din	



Moldova?”, % dintre cei care au spus că Ziua Națională a Vinului este principala arie de interes pentru vizita în Moldova	82
Anexa 6.1.1.: ”Q27. Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil)”	83
Anexa 6.1.3.: ”Q27b. Experiența dumneavoastră în Moldova v-a îndeplinit așteptările (în ce măsură)? Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil)”	84
Anexa 6.2.1.: ”Q28. Vă rugăm să evaluați predispunerea Dvs. de a recomanda rudelor/ prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 - sigur nu aş recomanda și 10 – Sigur aş recomanda (un răspuns posibil)”	85
Anexa 6.2.3.: ”Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)”, partea I	86
Anexa 6.2.3.: ”Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)” partea a II-a	87
Anexa 6.2.5.: ”Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova (un răspuns posibil)”	88
Anexa 6.2.7.: ”Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un răspuns posibil)”	89
Anexa 6.2.9.: ”Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)”	90



REZUMAT

Scopul studiului este de a evalua percepția Republicii Moldova ca destinație turistică, de a identifica componentele pentru analiza SWOT bazată pe percepția turiștilor și de a determina scorul Net Promoter Score (NPS).

Pentru a atinge scopul studiului, a fost aplicată o cercetare cantitativă. Eșantionul acestui studiu a fost format din 606 respondenți, intervievați la aeroport, la frontiera cu România, la vinăria Cricova și în PMAN (Piața Marii Adunări Naționale din Chișinău). Datele au fost colectate în perioada 07.10.2018 - 21.10.2018, inclusiv în cadrul Zilei Naționale a Vinului și a aniversării orașului. Rezultatele studiului au fost analizate în comparație cu rezultatele sondajelor efectuate în 2018, 2016 și 2012.

Informație generală

Profilul respondenților care au vizitat Moldova în această toamnă s-a schimbat ușor în sondajul din 2023. Respondenții din România continuă să reprezinte cel mai mare grup, cu o pondere crescută de 31%, față de 24% în 2018. În plus, există o creștere notabilă a respondenților din Ucraina, reprezentând 18% în 2023, față de 6% în 2018. În schimb, s-a înregistrat o scădere a numărului de turiști din Rusia, cu doar 6% în 2023, în scădere de la 8% în 2018 și 9% în 2016.

Numărul mediu calculat al țărilor vizitate în ultimii doi ani arată o scădere de la 6 țări vizitate în ultimii 2 ani în 2018 la 5 țări în 2023. Interesant este faptul că turiștii din diaspora moldovenească au vizitat în medie 4 țări în ultimii doi ani, comparativ cu 5 pentru turiștii din alte țări.

Similar studiului din 2018, respondenții din 2023 afirmă că au vizitat Moldova de 3 ori în ultimii 5 ani.

Motive de a vizita Moldova

Două cele mai mari tipuri de turiști din Moldova în 2023 sunt persoanele care călătoresc singure (29%) și cele care călătoresc în familie (27%). S-a înregistrat o scădere cu 16 p.p. a numărului de turiști în excursii organizate în 2023 față de 2018. Călătoriile de afaceri sunt la niveluri aproape egale cu cifrele raportate în 2018 (16%), 14% dintre turiștii care vizitează Moldova din acest motiv în 2023. Interesant este faptul că turiștii în excursii de familie au fost cei mai prezenți la punctul de trecere a frontierei românești (33%) și în PMAN (31%), în timp ce turiștii în excursii cu prietenii au fost cei mai prezenți la Vinăria Cricova (26%).

Principalele arii de interes pentru vizitarea Republicii Moldova în 2023 au fost petrecerea timpului liber (34%), vizitarea rudelor și prietenilor (18%) și activitatea profesională sau de afaceri (16%).

Printre factorii care motivează vizitarea Moldovei se numără recomandările personale din partea familiei, prietenilor sau cunoștințelor (41%), urmate de accesibilitatea călătoriei în Moldova (27%) și de dorința de a gusta vinul moldovenesc (25%). În mod notabil, recomandările personale din partea familiei, prietenilor sau cunoștințelor au crescut ca factor de motivare (în creștere cu 10 p.p. din 2018 în 2023), în timp ce interesul de a degusta vinul moldovenesc este într-o ușoară scădere (în scădere de la 52% în 2016 la 43% în 2018 și 25% în 2023). Faptul că Moldova este o țară vinicolă a continuat să aibă o mare influență și motivație asupra turiștilor pentru a vizita Moldova - 49%.

Surse de informare despre Moldova

În 2023, rudele și prietenii rămân cea mai răspândită sursă de informare despre Moldova, fiind menționate de 47% dintre respondenți, în creștere cu 3 p.p. față de 2018 (44%) și cu 15 p.p. față de 2016 (32%). Alte surse de informare sunt școala și orele de istorie (14%), internetul și site-urile web (8%) și partenerii de afaceri (7%). Este interesant faptul că organizația sau partenerii de afaceri ca sursă de informare continuă să scadă în importanță, scăzând la 7% în 2023, de la 24% în 2016. În ceea ce privește moldova.travel, site-ul a fost vizitat de 13% dintre turiști în 2023, față de 4% în 2018 și 12% în 2016.



Organizarea călătoriei spre și prin Moldova

Evaluarea modalităților de organizare a călătoriei a arătat că un număr mare de turiști și-au organizat singuri călătoria în 2023 (73%), o pondere mai mare decât cea raportată în 2018 (58%) și 2016 (50%). A doua opțiune preferată este să se bazeze pe membrii familiei și pe prieteni, 13% dintre respondenții din 2023 raportând această metodă de organizare a călătoriei - cu 4 p.p. mai puțin decât în 2018 (13%) și cu 12 p.p. mai puțin decât în 2016 (21%).

Dificultățile cu care se confruntă turiștii în organizarea călătoriei sunt legate în principal de mijloacele de transport. Ponderea respondenților care se confruntă cu astfel de dificultăți a crescut de-a lungul anilor. Puținele zboruri directe spre Moldova (27%) și prețurile ridicate (24%) sunt principalele dificultăți menționate de turiști.

Evaluând durata călătoriei, studiul a arătat că vizitatorii preferă sejururi relativ scurte în 2023, 69% dintre respondenți rămânând mai puțin de o săptămână (32%) sau mai puțin de 3 zile (37%). Situația diferă de cea din 2018, când 49% dintre vizitatori efectuau călătorii scurte, dar este similară cu cea din 2016, când 74% vizitau Moldova pentru o perioadă scurtă de timp.

Studiul actual a arătat că vizitatorii preferă hotelurile (42%), urmate de cazările la rude și prieteni (27%) și închirierea de case sau apartamente (11%). Situația este oarecum similară cu cea din 2018, dar diferită de cea din 2016, când principala alegere a fost cazarea la rude/prieteni (47%), urmată de casa/apartamentul propriu (30%). Booking.com (34%) rămâne în continuare principala opțiune atunci când vorbim despre site-urile utilizate pentru a găsi cazare.

Utilizarea internetului pentru organizarea de excursii și vizite a crescut în 2023, comparativ cu studiile anterioare (30% în 2023, față de 5% în 2018 și 2016). Decizia de a alege un tur organizat pe loc, spontan, este, de asemenea, o metodă populară, menționată de 28% dintre respondenți (pondere care rămâne la același nivel ca în 2018, dar înregistrează o creștere față de 2016 cu 15 p.p.). În același timp, prietenii și rudele rămân o metodă populară de organizare a excursiilor și vizitelor (23%), în concordanță cu anii precedenți - 23% pentru 2018 și 21% pentru 2016. În ceea ce privește dificultatea, studiul actual a relevat că aceasta este în scădere, 77% dintre respondenți declarând că este ușor sau foarte ușor să organizeze vizite, tururi și excursii în 2023, în creștere cu 7 p.p. față de 2018 (70%) și cu 32 p.p. față de 2016 (45%).



Experiența în Moldova

Evaluarea experienței turiștilor în timpul vizitei lor în Moldova a arătat că, în 2023, cei mai mulți turiști și-au petrecut timpul în Chișinău (84%). Aproape jumătate dintre ei au vizitat restaurante, magazine de vinuri și cluburi (48%), vinării (37%) și festivaluri și sărbători (30%). Este interesant faptul că, deși alegerile de top sunt similare, o pondere mai mare de turiști a menționat vizitarea vinăriilor (60%) și a festivalurilor și sărbătorilor (65%) în 2018. O altă tendință interesantă este dezvăluită în ceea ce privește bisericile și mănăstirile, doar 21% dintre turiști în 2023 menționând că le-au vizitat, comparativ cu 39% în 2018 și 66% în 2016. În general, turiștii au un nivel ridicat de satisfacție. Cele mai ridicate niveluri sunt raportate pentru Rezervațiile naturale și peisaje (99%), urmate de restaurante, magazine și cluburi de vinuri (96%) și crame (95%).

În ceea ce privește motivele pentru a participa la Ziua Națională a Vinului, 64% au menționat degustarea vinului moldovenesc, urmată de vizitarea standurilor/teraselor amenajate de producătorii de vinuri (34%), evenimentele speciale/degustările organizate în cadrul festivalului (34%) și cumpărarea vinului (33%).

Părerile turiștilor despre turismul în Moldova

Aproximativ jumătate (48%) dintre vizitatori au avut un nivel ridicat sau destul de ridicat de așteptări privind călătoria lor în Moldova în 2023, o ușoară scădere față de 52% în 2018, dar o creștere față de 42% în 2016. Pentru 60% dintre turiști, așteptările au fost îndeplinite și depășite în 2023, o scădere de la 69% în 2018, dar o creștere de la 50% în 2016. În același timp, scorul NPS înregistrează o scădere în 2023 (47%) față de 2018 (64%). Atât turiștii (59%), cât și diaspora moldovenească (63%) ar recomanda Moldova ca destinație de vacanță prietenilor și familiei. În ceea ce privește atracțiile, Orheiul Vechi și Vinăria Cricova se numără printre principalele atracții turistice pe care respondenții ar recomanda să le viziteze, la fel ca și în 2018, dar cu includerea Chișinăului în top.

În sondajul actual, respondenții au exprimat un nivel ridicat de satisfacție față de toate aspectele menționate, primele cinci domenii fiind ospitalitatea și amabilitatea localnicilor (91%), mâncarea tradițională moldovenească (90%), calitatea mâncării în restaurantele locale (89%), vinurile (86%) și peisajele naturale (85%). Nivelurile de satisfacție sunt comparabile cu cele din anii precedenți. Un procent de 67% dintre respondenți au menționat că ar vizita cu siguranță din nou Moldova, o creștere față de 54% în 2018 și 50% în 2016.

Nouă din zece respondenți au menționat că se simt în siguranță în Moldova.

Asocieri cu "turismul în Moldova"

Respondenții au reușit să se gândească la un cuvânt sau o expresie care le-a venit în minte atunci când au auzit "turism în Moldova". Cei mai mulți dintre ei au menționat Vinul - 42%. Printre expresiile menționate de mai puțini oameni se numără: mâncare/ mâncare tradițională, oraș/ țară frumoasă, oameni prietenoși/ simpatici/ buni și altele.



Introducere

Acest studiu a fost realizat de Magenta Consulting conform metodologiei Organizației Mondiale a Turismului, la solicitarea Ministerului Culturii al Republicii Moldova, cu suportul strategic al Proiectului USAID de Competitivitate și Reziliență Rurală, în parteneriat cu Asociația Națională de Turism Receptor și Intern din Moldova. Studiul include analiza comparativă a sondajelor privind percepția turiștilor despre Moldova ca destinație turistică în anii 2012, 2016, 2018 și 2023..

i.1 Scopul studiului

În general, scopul acestui sondaj este de a evalua percepția Moldovei ca destinație turistică, de a identifica componentele analizei SWOT bazată pe percepția turiștilor și de a determina scorul Net Promoter Score (NPS). În cadrul acestei cercetări au fost analizate următoarele subiecte:

Durata medie a vizitei

- Profilul socio-demografic
- Țara de origine
- Scopul vizitei în Moldova
- Surse de informare despre Moldova
- Instrumente utilizate pentru servicii turistice - web, turoperator, prestator de servicii turistice
- Experiența în Moldova
- Clasament al obiectivelor turistice
- Dificultăți în organizarea vizitei
- NPS

i.2 Metodologie

Datele din acest raport au fost colectate folosind metoda TAPI (Tablet Assisted Personal Interview) față în față.

i.2.1 Eșantion și colectarea datelor

Eșantion pentru studiul din 2012

În anul 2012, sondajul a fost efectuat exclusiv pe teritoriul Aeroportului Internațional Chișinău cu turiștii care urmau să părăsească Republica Moldova.

Eșantionul a fost format din 233 de respondenți ne-cetățeni și nerezidenți ai Republicii Moldova. Interviuurile au fost realizate la Aeroportul Internațional Chișinău, în zona de plecări, cu vizitatori care părăseau țara. Repartizarea a fost făcută în baza informațiilor prezentate de către personalul aeroportului cu privire la statistica zborurilor.



Eșantion pentru studiile din 2016 și 2018

Sondaj 2016: Eșantionul acestui sondaj a fost alcătuit din 1028 de respondenți. Acesta a fost împărțit în funcție de tipurile de vizitatori, de perioada în care turistul a vizitat Moldova și de locația geografică în care a fost realizat interviul. Datele au fost colectate în perioada 01.10.2016 - 01.11.2016.

Sondaj 2018: Eșantionul acestui sondaj a fost alcătuit din 1025 de respondenți. Acesta a fost împărțit pe tipuri de vizitatori, perioada în care turistul a vizitat Moldova și locația geografică în care a fost realizat interviul. Datele au fost colectate în perioada 06.10.2018 - 15.11.2018.

Sondaj 2023: Eșantionul acestui sondaj a fost alcătuit din 606 respondenți. Acesta a fost împărțit pe tipuri de vizitatori, perioada în care turistul a vizitat Moldova și locația geografică în care a fost realizat interviul. Datele au fost colectate în perioada 07.10.2023 - 21.10.2023.

Tabelul i.1: Caracteristicile socio demografice în studiile din 2016, 2018 și 2023

		2016		2018		2023	
		%	Nr.Q	%	Nr.Q	%	Nr.Q
Vârsta	18-25	14	149	12	121	10	58
	26-35	25	255	28	287	26	155
	36-45	23	241	28	285	26	159
	46-55	21	211	19	193	23	138
	56-67	13	129	11	109	10	61
	68+	4	43	3	30	6	35
Sexul	Feminin	31	316	37	379	36	217
	Masculin	69	712	63	645	64	389
Studii	Studii incomplete	0	4	1	6	Nu a fost întrebat	
	Studii generale incomplete	0	2	0.1	1		
	Studii medii	5	49	2	24		
	Școală vocațională	2	21	1	13		
	Liceu	6	62	5	50		
	Colegiu	9	90	7	73		
	Studii superioare incomplete	12	124	7	72		
	Studii superioare (Licență)	39	406	45	460		
	Master, Doctorat	25	262	31	313		
	Alta	1	6	0.4	4		
NȘ/NR	0	2	1	9			
Situația familială	Căsătorit, cu copii	52	530	53	546	53	319
	Căsătorit/în relație fără copii	13	136	18	188	21	124
	Singur	34	345	26	270	25	154
	NȘ/NR	2	17	2	21	1	9
Total		100	1028	100	1025	100	606

Tabelul i.2.: Distribuția interviurilor în studiile din 2016, 2018 și 2023, perioada vizitei

	2016		2018		2023	
	%	Nr.Q	%	Nr.Q	%	Nr.Q
Ziua Națională a Vinului (6-13 oct, in 2018) & (1-2 oct, in 2016) & (7-8 oct, in 2023)	14	149	57	581	12	70
Ziua Orașului (14-20 oct, in 2018) & (14 oct, in 2016) & (14-15 oct, in 2023)	16	162	25	252	13	81
Oraș (21 oct – 15 nov, in 2018) & (15 oct – 1 nov, in 2016) & (7-21 oct, in 2023)	70	717	19	192	75	455
Total	100	1028	100	1025	100	606

Tabelul i.3.: Distribuția interviurilor în studiile din 2016, 2018 și 2023, locația geografică a interviurilor

Tip	Punct de colectare	2016		2018		2023	
		%	Nr.Q	%	Nr.Q	%	Nr.Q
Aer	Aeroport	61	631	52	534	42	254
Terestru	Punctul de trecere vamal Ungheni	20	202	12	120	16	99
În țară	PMAN (în timpul Zilei Naționale a Vinului și Zilei Orașului)	0	0	18	189	26	155
	Vinăria (în timpul Zilei Naționale a Vinului)	0	0	9	88	0	0
	Orheiul Vechi	0	0	9	94	0	0
	Beciurile Cricova	4	37	0	0	10	62
	Beciurile Asconi Wine	2	25	0	0	0	0
	PMAN (în timpul Zilei Naționale a Vinului)	9	90	0	0	0	0
	PMAN (în timpul Zilei Orașului)	4	43	0	0	0	0
	Centrul de Informare Turistică	0	0	0	0	6	36
Total		100	1028	100	1025	100	606

Pentru a asigura randomizarea, fiecare al cincilea potențial respondent a fost abordat. O echipă de 20 de operatori a fost implicată în colectarea datelor. Operatorii vorbeau limbile engleză, rusă și română, astfel, interviurile au fost realizate în limba dorită de respondent.

i.2.2 Structura chestionarului

Chestionarul a cuprins 8 părți și a inclus un total de 38 de întrebări. Chestionarul conținea subiecte de cercetare specificate în obiectivele acestui studiu. Chestionarul a inclus întrebări închise și deschise.

i.2.3 Intervievarea

A durat 10-15 minute pentru a parcurge chestionarul. Interviurile au fost realizate față în față.

Pentru a intervieva publicul țintă, în chestionar au fost incluse întrebări filtru. Respondenții țintă au fost intervievați la punctele de frontieră terestre și aeriene (Aeroportul Chișinău), în PMAN și la Vinăria Cricova. Respondenții țintă au fost filtrați cu ajutorul întrebărilor filtru, în conformitate cu criteriile de mai jos:

- Străinii care nu locuiesc în prezent în Republica Moldova

- Persoane cu vârsta de peste 18 ani

i.2.4 Controlul calității

Operatorii au fost instruiți și li s-a explicat scopul sondajului, precum și întrebările. În timpul primelor două zile de colectare a datelor, pentru a ne asigura că datele au fost colectate în conformitate cu regulile, un supraveghetor necunoscut enumeratorilor a fost prezent la punctele de colectare a datelor și a supravegheat în mod anonim procesul de colectare a datelor. În restul timpului, supraveghetorii îi verificau pe operatori la momente selectate aleatoriu.

i.2.5 Introducerea datelor

Datele au fost introduse într-o bază de date online de către un operator calificat. Chestionarele colectate au fost plasate pe o platformă cu o interfață online care generează ulterior o bază de date în format SPSS.

i.2.6 Analiza datelor

Analiza datelor este prezentată din punct de vedere cantitativ. Datele au fost interpretate cu ajutorul unui program special - SPSS cu interpretare statistică descriptivă și multicriterială.

i.3 Limitele studiului

Datele prezentate în acest raport trebuie analizate ținând cont de eșantioanele utilizate, care variază în fiecare val de sondaj. O atenție deosebită trebuie acordată sondajului din 2012, care utilizează o metodologie diferită de cea a sondajelor din 2016, 2018 și 2023.



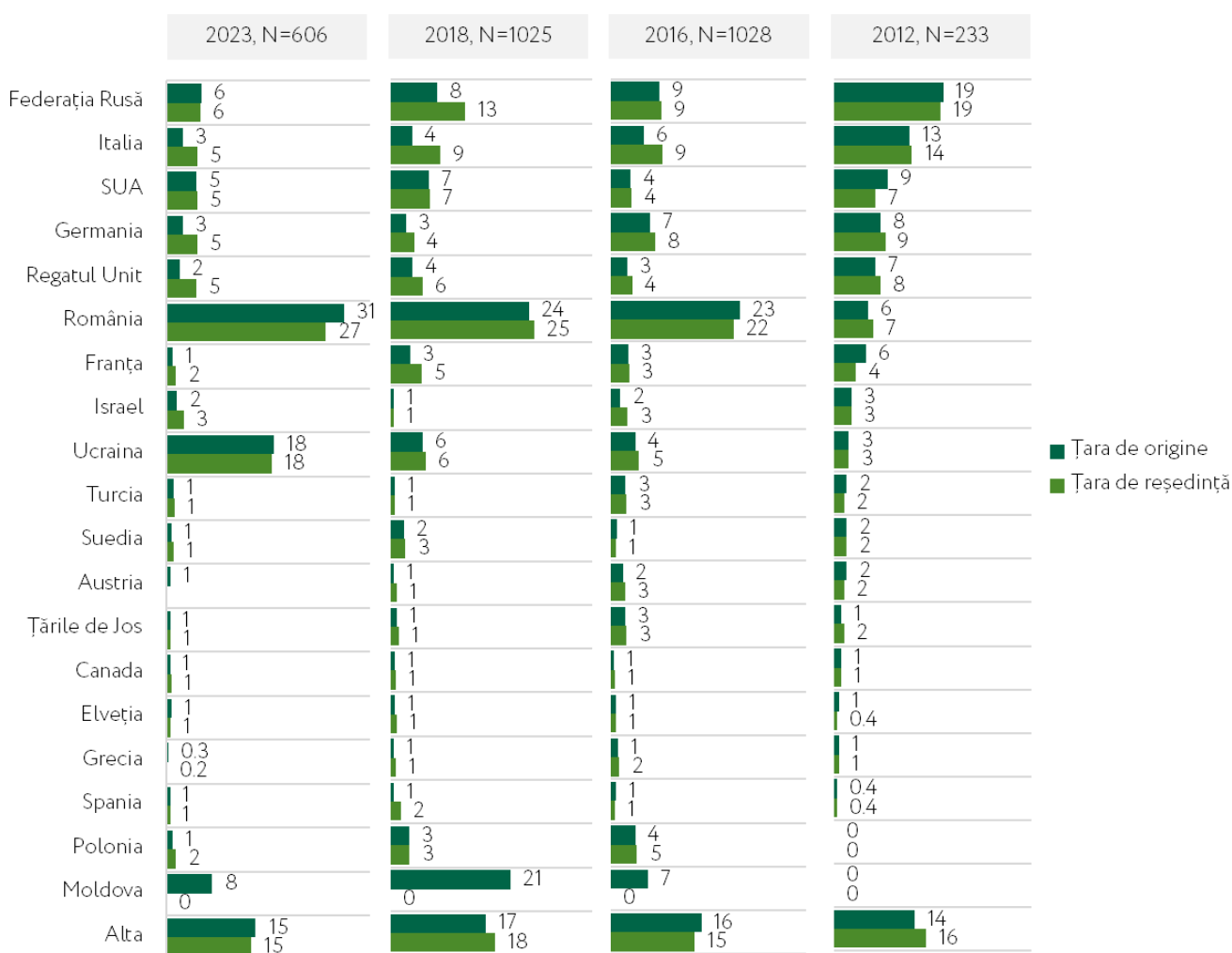
CAPITOLUL I: INFORMAȚII GENERALE

Acest capitol oferă o prezentare generală a statisticilor despre vizitatori din sondajele realizate în anii 2012, 2016, 2018 și 2023, cu accent deosebit asupra țărilor de origine și reședință ale acestor vizitatori. Se explorează, de asemenea, frecvența vizitelor în țări străine și în Republica Moldova de-a lungul anilor.

1.1. Caracteristici socio-demografice

Similar cu anii 2016 și 2018, sondajul din 2023 arată că majoritatea participanților provin din România și au reședința în România. De asemenea, 18% dintre respondenți vin din Ucraina. În comparație cu sondajele anterioare, ponderea ucrainenilor care vizitează Moldova a crescut cu 15 p.p. în comparație cu 2012, cu 14 p.p. față de 2016 și cu 12 p.p. față de 2018. De-a lungul anilor, a existat o scădere a cotei de vizitatori ruși și italieni în Moldova.

Figura 1.1: Topul țărilor și naționalităților care vizitează Moldova: "Q2: Care este naționalitatea Dvs.? (răspuns deschis)", "Q1: În ce țară locuiți la moment? (răspuns deschis)", %



Respondenții din studiul din 2023 au declarat că, în ultimii doi ani, au vizitat în medie 5 țări în scopuri de vacanță sau oricare alt scop. În comparație cu 2018 și 2016, când media era de 6 țări, în 2023 există o scădere în numărul de țări vizitate de către respondenți.

În ceea ce privește categoriile de respondenți, diaspora moldovenească a vizitat în medie 4 țări în ultimii doi ani, în timp ce turiștii au vizitat 5.

Respondenții care provin din Germania, Italia și SUA au vizitat în medie 5 țări în ultimii 2 ani, în timp ce turiștii din România, Ucraina, Rusia și Marea Britanie – 4.

Figura 1.2: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns liber)", media

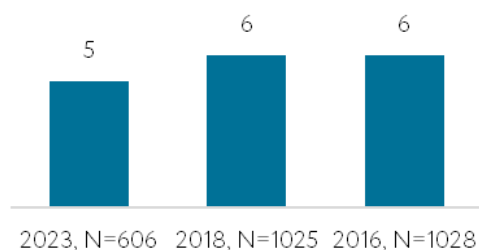


Figura 1.3: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani, dezagregate pe categorii de respondenți: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns liber)", media

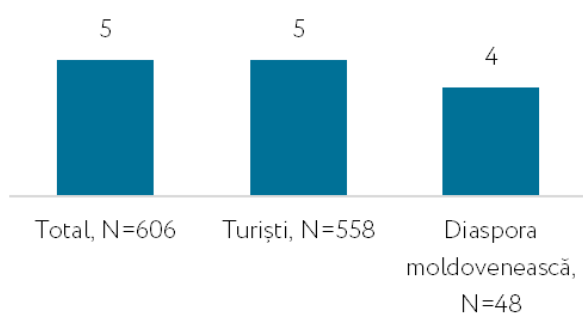
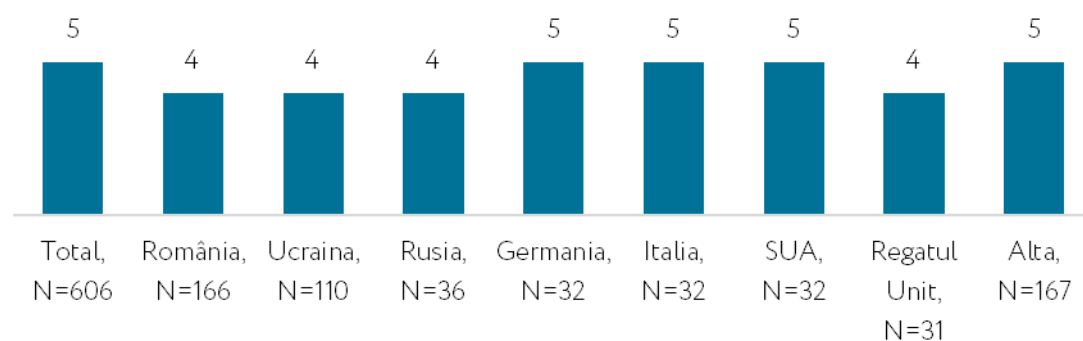


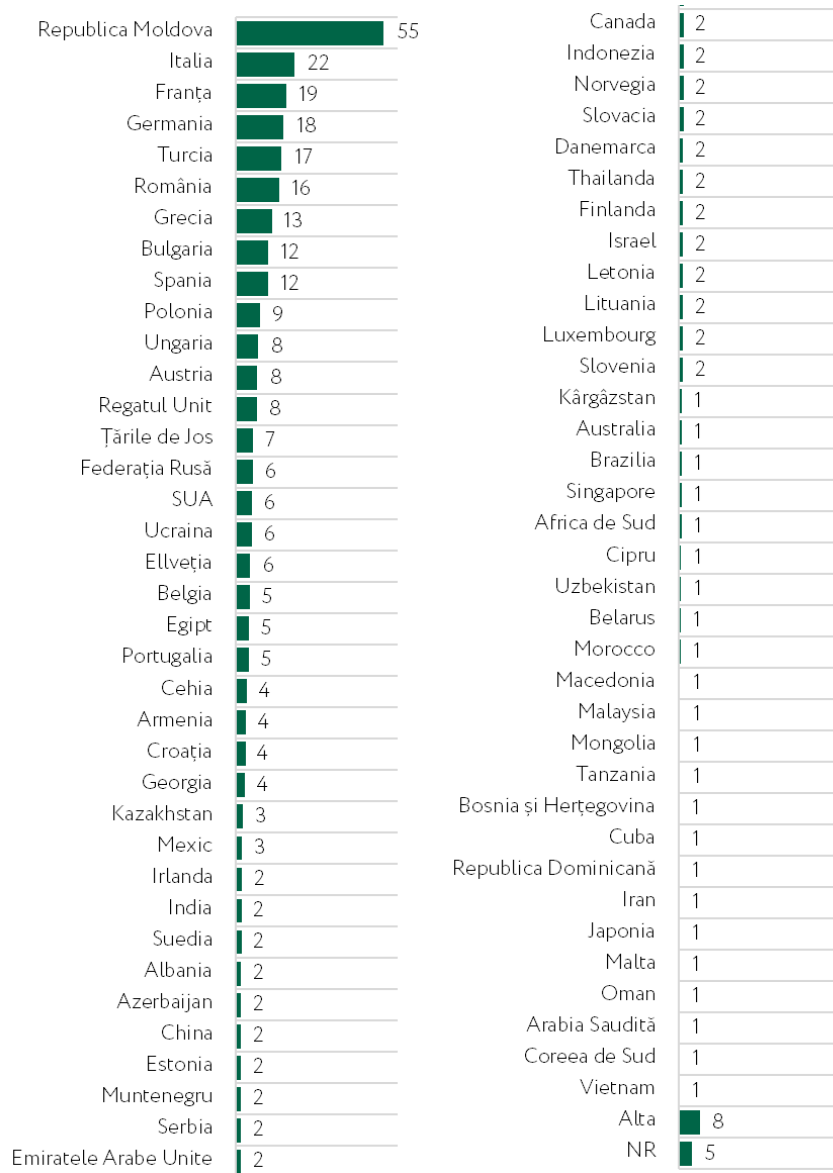
Figura 1.4: Numărul mediu de țări vizitate în ultimii 2 ani, dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q4: Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (un răspuns liber)", media



Mai mult de jumătate dintre participanții la sondaj au vizitat Republica Moldova în ultimii doi ani (55%). Alte țări cel mai frecvent vizitate de respondenți sunt: Italia (22%), Franța (19%), Germania (18%), Turcia (17%) și România (16%).

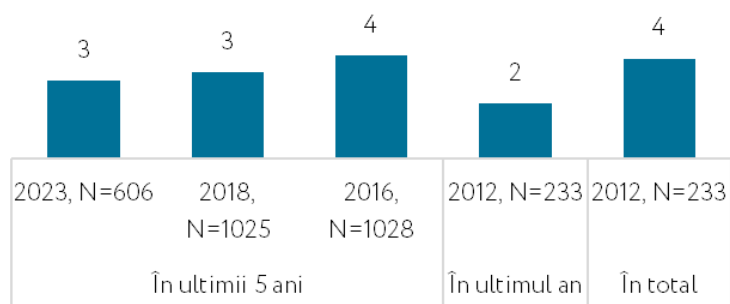
Figura 1.5: Țări vizitate de respondenți în ultimii 2 ani: "Q5. Ce țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (cu excepția țării în care locuiți în prezent)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (răspuns liber)", N=597, % din cei care au vizitat o țară în ultimii 2 ani

Capitolul I: Informații generale



Similar studiului din 2018, respondenții din 2023 afirmă că au vizitat Moldova de 3 ori în ultimii 5 ani.

Figura 1.6: De câte ori a fost vizitată Republica Moldova de către turiști: "Q8: Inklusiv această vizită, de câte ori ați mai vizitat Republica Moldova în ultimii 5 ani? (răspuns liber)", media



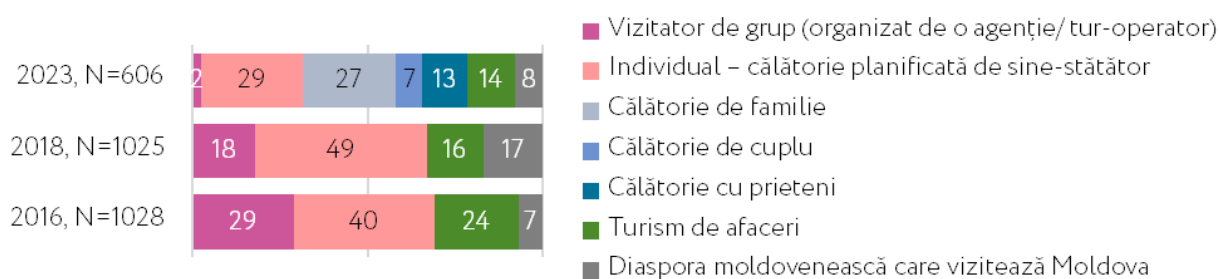
CAPITOLUL II: MOTIVE DE A VIZITA MOLDOVA

Acest capitol include detalii despre motivele vizitelor turiștilor în Moldova, precum și domeniile lor de interes și factorii motivaționali care au influențat alegerea de a explora Republica Moldova.

2.1: Scopul călătoriei

Sondajul relevă o gamă diversificată de preferințe de călătorie printre vizitatorii din Moldova. Aproape 29% dintre respondenți au optat pentru călătorii individuale sau solo. În plus, călătoriile în familie (27%) și călătoriile cu prietenii (13%) au fost, de asemenea, semnificative, subliniind atractivitatea Moldovei ca destinație atât pentru experiențe de călătorie orientate spre familie, cât și pentru călătorii în grup. În același timp, călătoriile de afaceri au reprezentat 14% din vizite, în timp ce membrii diasporei moldovenești au constituit 8% din vizitatori.

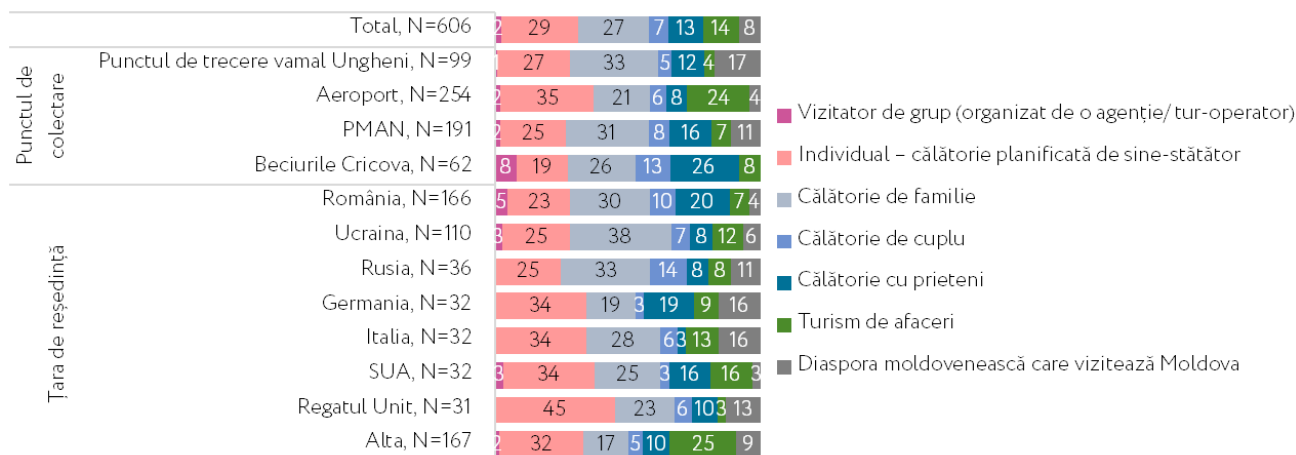
Figura 2.1.1: Tipul călătoriei: "Q6: Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova (un răspuns posibil)", %



Călătoriile în familie sunt cel mai prevalente la punctul de trecere românesc (33%) și PMAN (31%), în timp ce la aeroport, călătoriile de afaceri se evidențiază (24%). Călătorii individuale sau solo sunt comune în toate locațiile, variind între 19% și 35% din vizitatori. Călătoriile cu prietenii variază considerabil, cu un maxim de 26% la Beciurile Cricova. În cele din urmă, vizitele diasporei moldovenești sunt semnificative la punctul de trecere românesc (17%), dar lipsesc notabil la Beciurile Cricova.

Locuitorii Marii Britanii manifestă o înclinație puternică către călătoriile individuale/solo - 45%, în timp ce Ucraina și Rusia preferă călătoriile în familie cu 38%, respectiv 33%. SUA este lider în călătoriile de afaceri (16%), urmată îndeaproape de Italia și Ucraina. Tururile de grup sunt favorizate de un număr mic de respondenți din toate țările. Călătoriile de cuplu sunt relativ mai puțin frecvente, Rusia având cel mai mare procent (14%).

Figura 2.1.2: Tipul călătoriei dezagregate în funcție de punctul de colectare și de țara de reședință: "Q6: Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova (un răspuns posibil)", %



2.2: Arii de interes

În ceea ce privește motivele pentru a vizita Moldova, aproape două treimi dintre respondenți au menționat agrementul și vacanțele - 64%. În același timp, 37% au menționat vizitarea rudelor sau prietenilor, iar 31% - participarea la festivaluri și evenimente.

Cota respondenților care au declarat că agrementul este motivul vizitei în Moldova a rămas ridicată în toate cele trei valuri ale sondajului. În comparație cu 2018, în 2023 a scăzut numărul de respondenți care au menționat participarea la Ziua Națională a Vinului (de la 37% în 2018 la 24% în 2023) și activități culturale (de la 33% în 2018 la 19% în 2023) ca domenii de interes pentru vizita lor în Moldova.

Figura 2.2.1: Arii de interes pentru a vizita Moldova: "Q16: Vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %

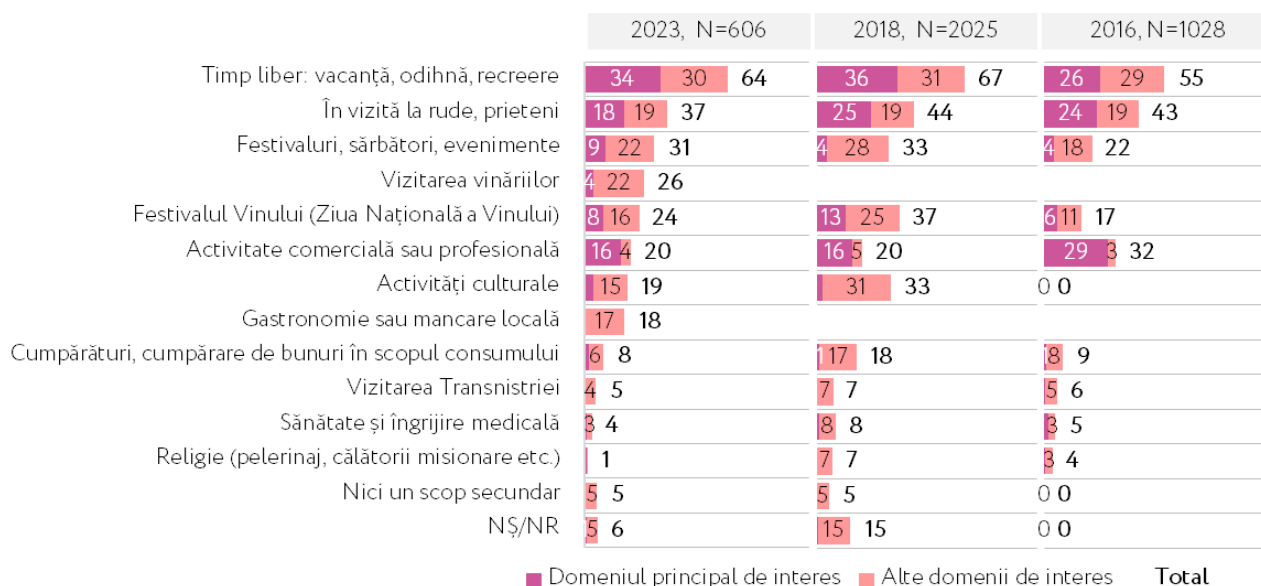
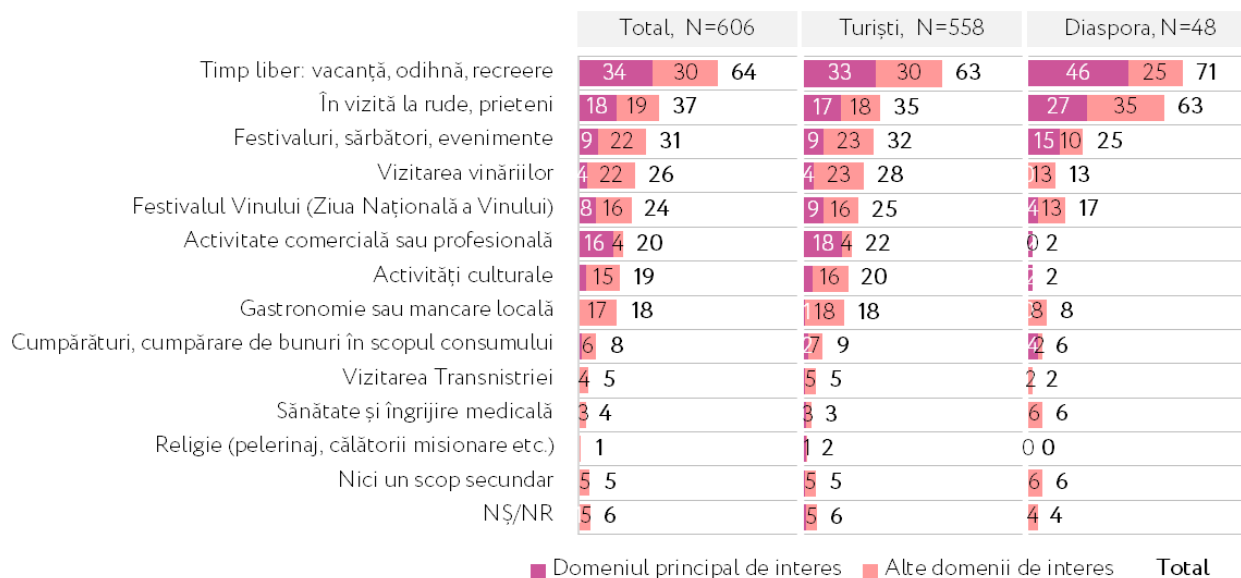


Figura 2.2.2: Arii de interes pentru a vizita Moldova în 2012: "Q16: Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %



Turiștii, precum și diaspora moldovenească, caută în primul rând agrement și relaxare (63% și, respectiv, 71%). Vizitarea prietenilor și rudelor este o motivație semnificativă pentru ambele grupuri, cu 35% dintre turiști și o pondere semnificativă de 63% dintre membrii diasporei exprimând interes. Turiștii arată un entuziasm mai mare pentru vizitele la crame, activitățile culturale și mâncarea locală în comparație cu diaspora. În plus, activitățile de afaceri și profesionale sunt mai atrăgătoare pentru turiști (22%) decât pentru diaspora (2%).

Figura 2.2.3: Arii de interes pentru vizitarea Republicii Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q16. Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)", %



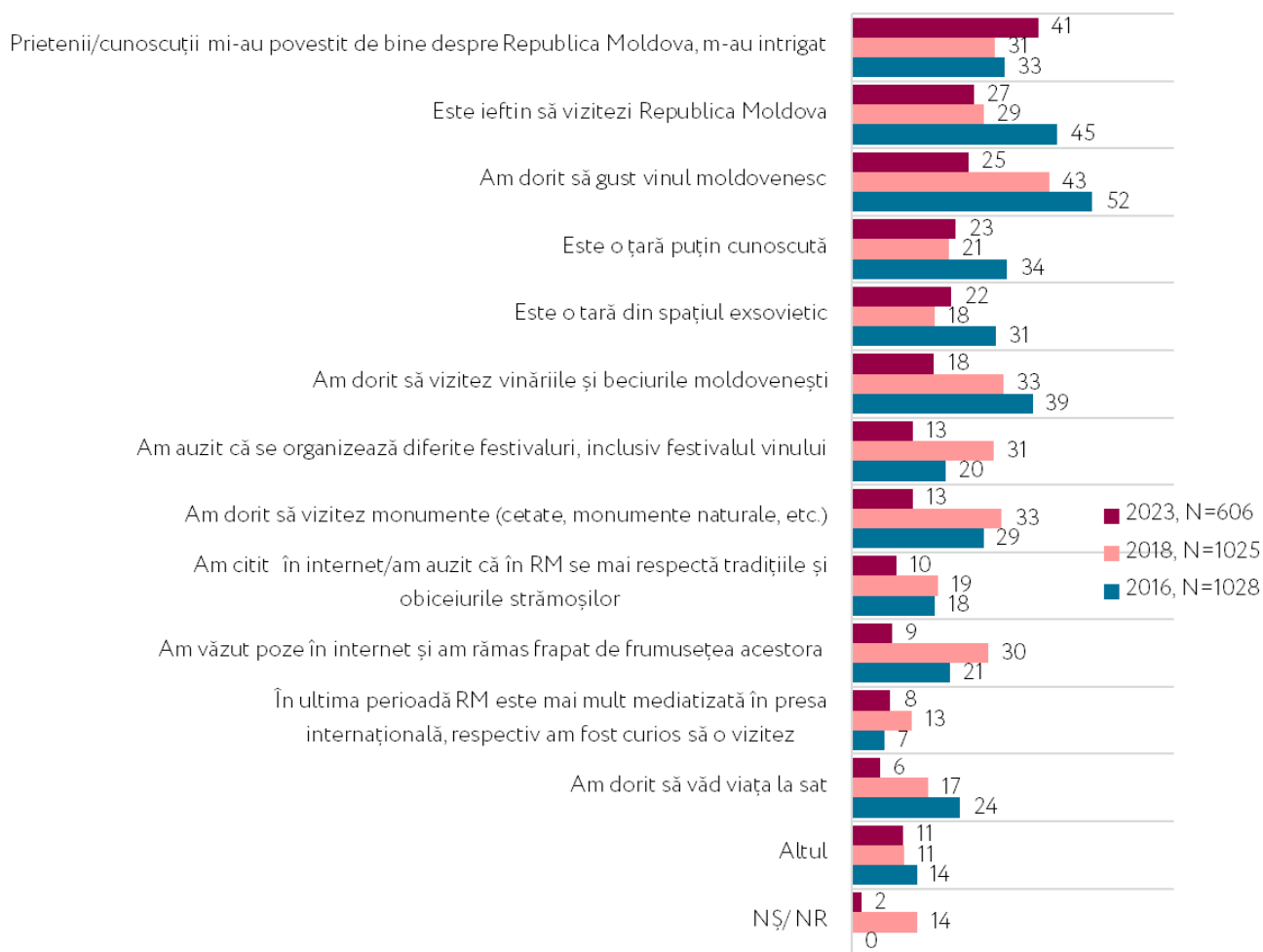
2.3: Factori motivaționali

În 2023, motivațiile principale pentru a vizita Moldova printre respondenți sunt recomandările personale de la familie, prieteni sau cunoștințe (41%), urmate de accesibilitatea călătoriei în Moldova (27%) și dorința de a degusta vin moldovenesc (25%).

Este demn de remarcat faptul că recomandările personale de la familie, prieteni sau cunoștințe au crescut ca motivator semnificativ, trecând de la 31% în 2018 la 41% în 2023. În mod invers, interesul pentru a degusta vin

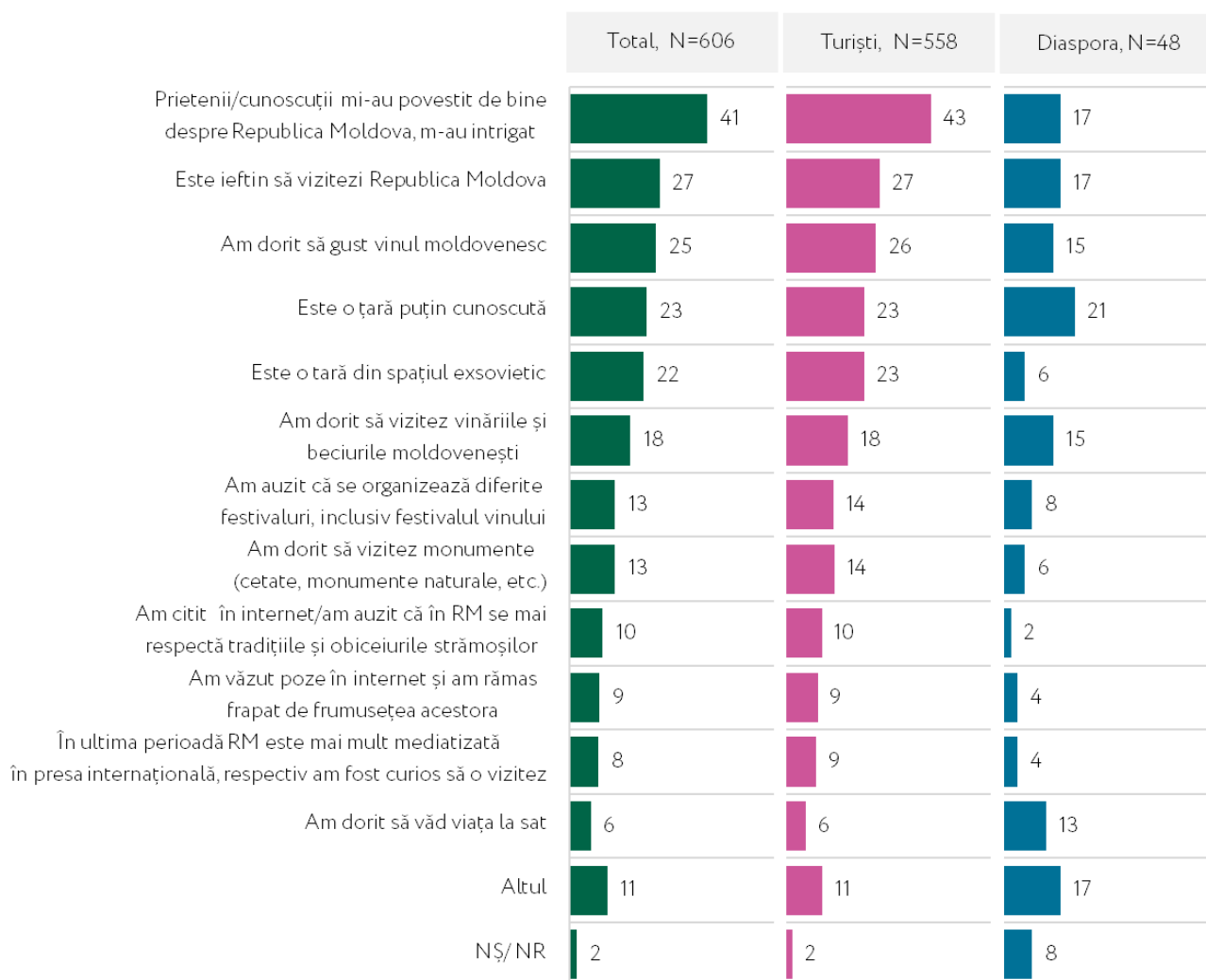
moldovenesc a scăzut, trecând de la 52% în 2016 la 43% în 2018 și la 25% în 2023. Factori precum vizibilitatea Moldovei în mass-media internațională și conexiunea cu Uniunea Sovietică au rămas motivații constante. În plus, participarea la festivaluri, inclusiv Ziua Națională a Vinului, a înregistrat o scădere semnificativă, de la 31% în 2018 la 13% în 2023.

Figura 2.3.1: Factori motivanți pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează): "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea să rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %



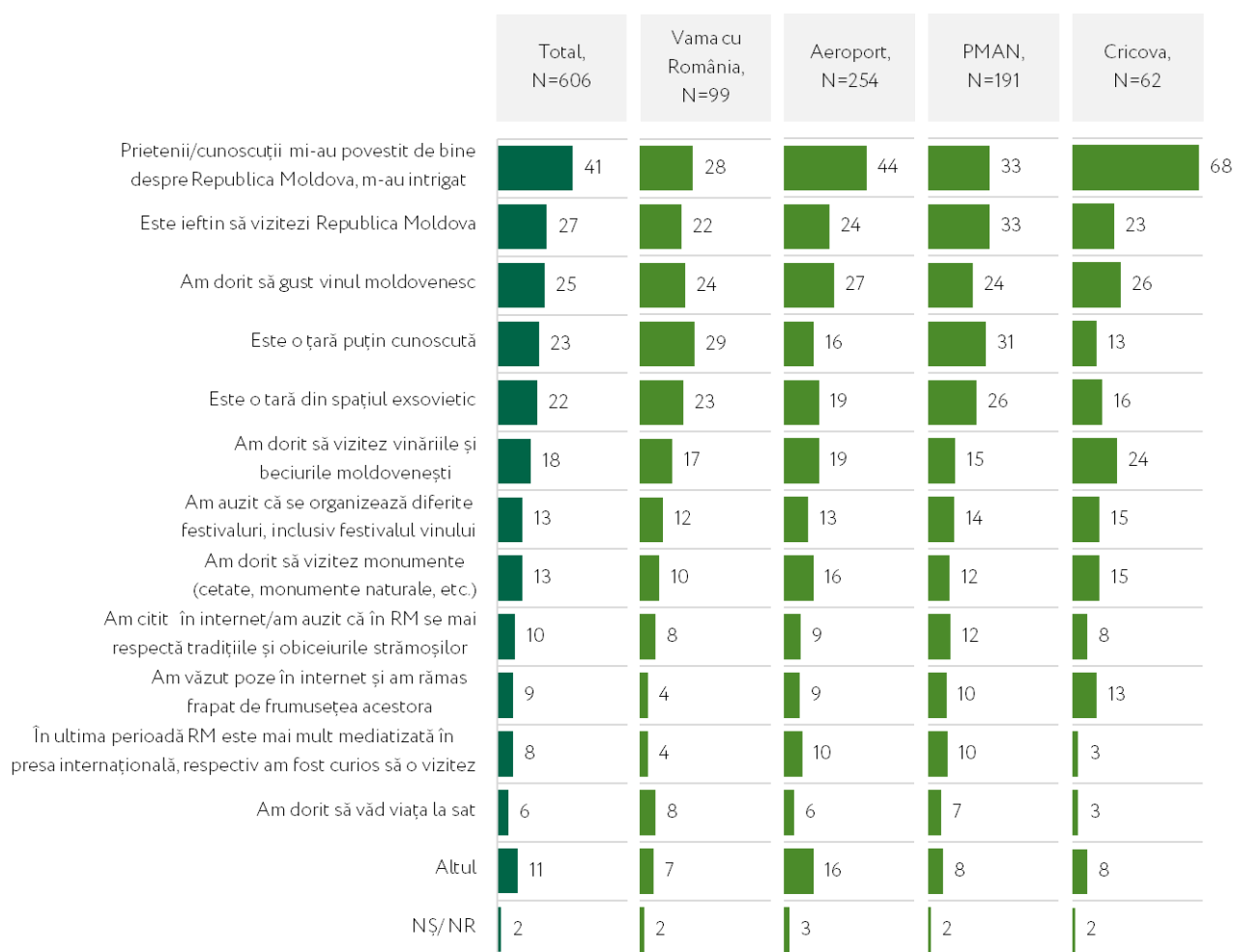
Printre turiști, principalele motivații pentru a vizita Moldova includ influența recomandărilor personale, cu 43% care menționează familie, prieteni sau cunoștințe ca factor de conducere. De asemenea, accesibilitatea joacă un rol semnificativ, deoarece 27% dintre turiști consideră Moldova o destinație de călătorie ieftină. Dorința de a degusta vin moldovenesc este un alt motiv important pentru turiști, cu 26% exprimând acest interes. În schimb, motivațiile diasporei moldovenești pentru a vizita Moldova diferă într-o oarecare măsură. În timp ce recomandările personale au încă o influență, cu 17% influențați de familie, prieteni sau cunoștințe, factorul de accesibilitate are o pondere egală, la 17%.

Figura 2.3.2: Factori motivați pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează) dezagregat pe categoria de respondenți: "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %



Recomandările personale joacă un rol crucial în toate punctele de colectare, cu o influență deosebit de puternică la punctul de colectare Cricova, unde 68% dintre vizitatori menționează acest lucru ca motiv. Accesibilitatea este un alt factor constant, cu turiștii din PMAN găsindu-l atrăgător (33%). În plus, dorința de a degusta vin moldovenesc atrage turiștii din toate punctele de colectare, în timp ce dorința de a vizita cramele atrage într-o măsură mai mare respondenții de la Beciurile Cricova - 24%.

Figura 2.3.3: Factori motivați pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează) dezagregat pe punctul de colectare: "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %



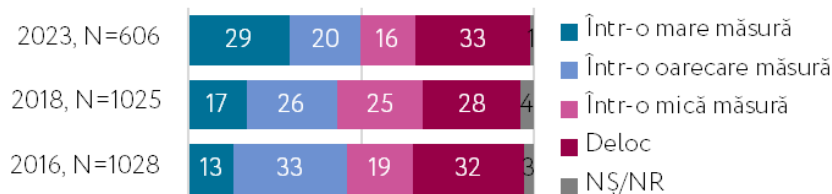
Datele evidențiază diferențe notabile în ceea ce privește factorii care motivează turiștii din diferite țări să viziteze Moldova. Recomandările familiei și prietenilor ies în evidență ca un motiv comun, cu un număr deosebit de mare în rândul turiștilor din Rusia (53%) și Marea Britanie (52%). Respondenții ruși și români manifestă o preferință puternică pentru Moldova ca destinație accesibilă (39%, respectiv 34%). În același timp, Germania și Rusia împărtășesc un interes semnificativ în degustarea vinului moldovenesc. Percepția că Moldova nu este cunoscută este subliniată de respondenții din Italia – 41% și Marea Britanie – 39%. Legăturile istorice cu Uniunea Sovietică au o influență mai puternică în Ucraina și Rusia (25% și 28%).

Figura 2.3.4: Factori motivați pentru a vizita Republica Moldova ca destinație turistică (indiferent de motivul principal pentru care o vizitează) dezagregat pe țara de reședință: "Q14: Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova) (răspuns multiplu)", %

	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Prieteni/cunoscuții mi-au povestit de bine despre Republica Moldova, m-au intrigat	41	41	38	53	41	41	38	52	38
Este ieftin să vizitezi Republica Moldova	27	34	21	39	19	28	25	29	22
Am dorit să gust vinul moldovenesc	25	29	17	36	34	31	19	23	24
Este o țară puțin cunoscută	23	28	18	22	16	41	31	39	14
Este o țară din spațiul exsovietic	22	19	25	28	9	19	13	16	26
Am dorit să vizitez vinăriile și beciurile moldovenești	18	20	15	25	19	31	22	10	14
Am auzit că se organizează diferite festivaluri, inclusiv festivalul vinului	13	17	7	22	13	16	19	10	11
Am dorit să vizitez monumente (cetate, monumente naturale, etc.)	13	12	12	22	19	9	19	10	13
Am citit în internet/am auzit că în RM se mai respectă tradițiile și obiceiurile strămoșilor	10	10	8	6	22	0	13	3	17
Am văzut poze în internet și am rămas frapat de frumusețea acestora	9	15	6	14	13	9	9	6	6
În ultima perioadă RM este mai mult mediatizată în presa internațională, respectiv am fost curios să o vizitez	8	13	5	11	9	3	6	3	8
Am dorit să văd viața la sat	6	11	4	19	0	6	13	3	8
Altul	11	5	2	6	13	9	6	10	8
NȘ/NR	2	0	5	0	0	0	0	3	4

Aproximativ jumătate dintre respondenți afirmă faptul că Moldova este o țară a vinului care le-a influențat în mare sau într-o oarecare măsură decizia de a vizita țara (49%). Această cotă a crescut cu 6 p.p. în comparație cu 2018 (43%) și cu 3 p.p. în comparație cu 2016 (46%).

Figura 2.3.5: Măsura în care faptul că Moldova este o țară vinicolă a influențat decizia turiștilor de a vizita Moldova: "Q15: În ce măsură faptul că Moldova este o țară vinicolă, a influențat decizia Dvs. de a vizita Moldova? (un răspuns posibil), %

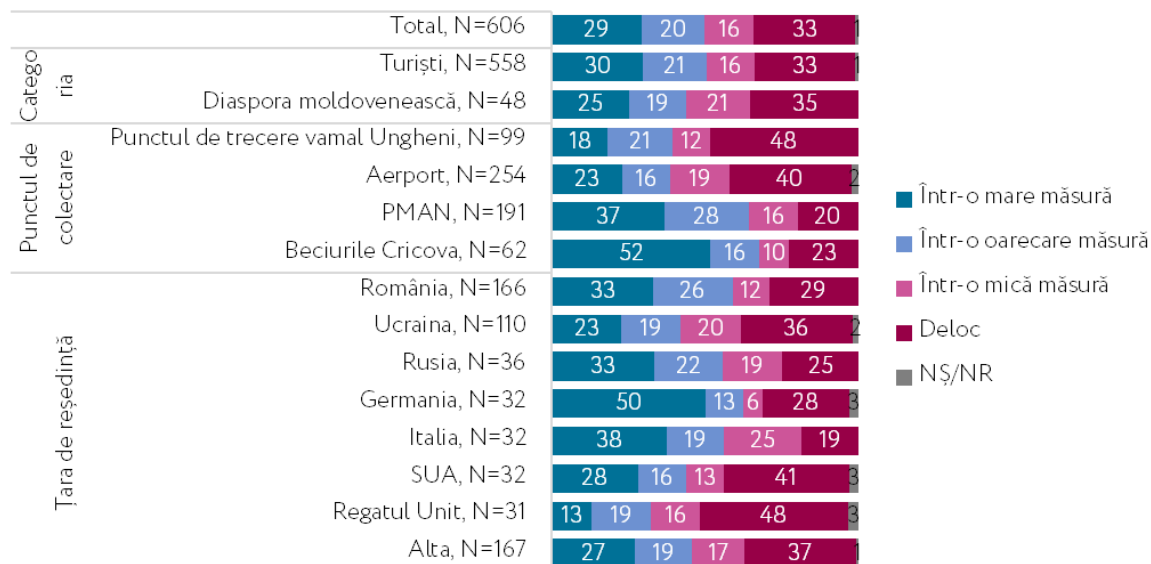


Printre turiști, 51% au fost influențați în mare sau într-o oarecare măsură să viziteze Moldova pentru că este o țară vinicolă. În schimb, diaspora moldovenească, deși încă apreciază identitatea vinicolă a Moldovei (25% foarte influențați, 19% într-o oarecare măsură), a înregistrat un procentaj mai mare dintre cei care au indicat că reputația vinului din Moldova nu a avut nicio influență asupra deciziei lor de a o vizita (56%).

Dintre respondenții de la evenimentele din PMAN (65%) și Beciurile Cricova (68%), reputația vinului din Moldova a avut o influență semnificativă asupra deciziei lor de a vizita țara. În schimb, respondenții de la punctul de trecere românesc și de la aeroport nu au fost notabil influențați de acest factor (39% fiecare).

Respondenții din Germania prezintă cea mai puternică afinitate pentru cultura vinului din Moldova, 63% indicând că are o influență mare sau oarecare. În schimb, turiștii din Marea Britanie sunt mai puțin influențați de acest factor, 64% citând o influență mică sau chiar deloc.

Figura 2.3.6: Măsura în care faptul că Moldova este o țară vinicolă a influențat decizia turiștilor de a vizita Moldova, dezagregată pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q15: În ce măsură faptul că Moldova este o țară vinicolă, a influențat decizia Dvs. de a vizita Moldova? (un răspuns posibil), %

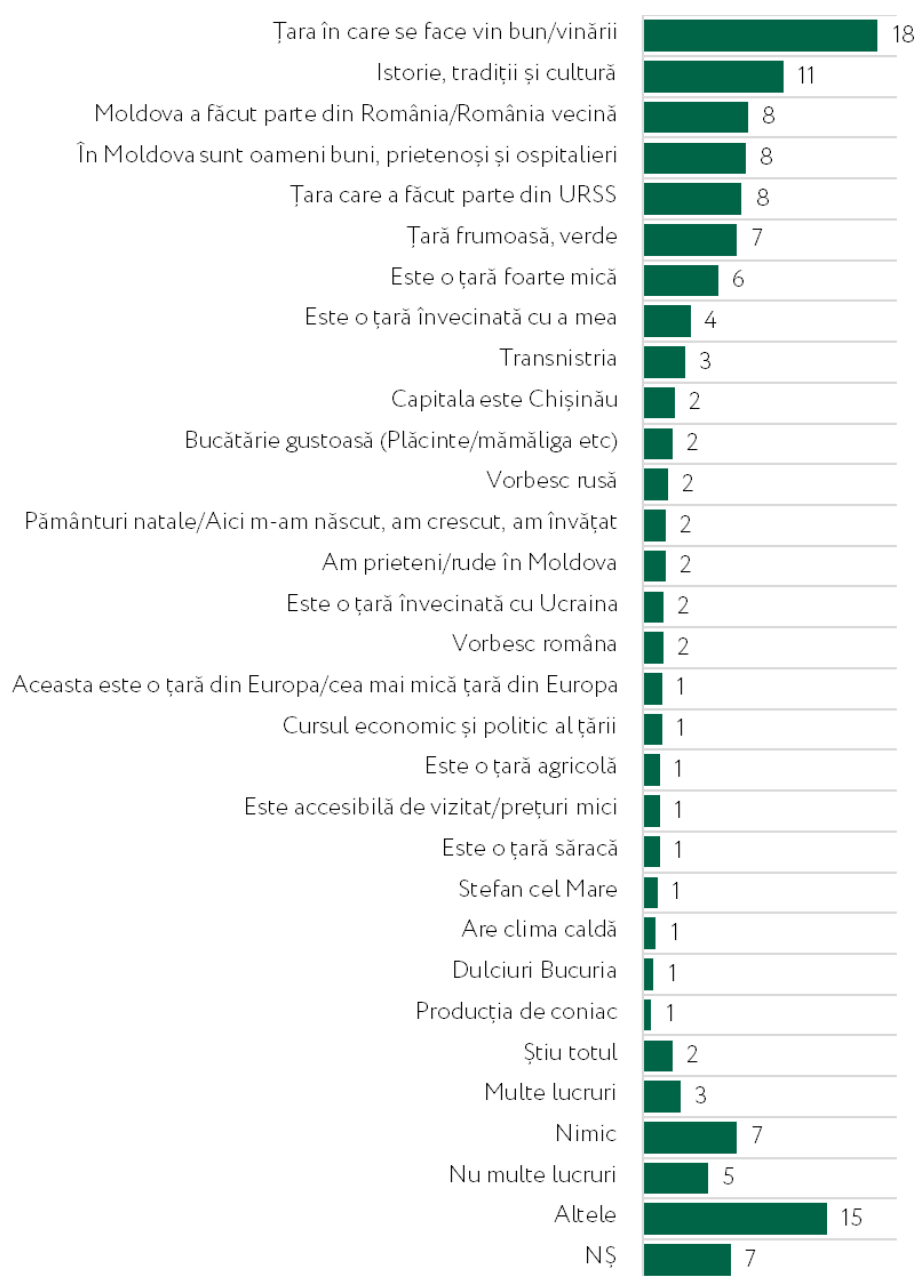


CAPITOLUL III: SURSE DE INFORMARE DESPRE MOLDOVA

Sursele de informații despre Moldova sunt detaliate în al treilea capitol, care se referă la locurile în care turiștii au aflat despre Moldova și care au fost principalele surse de informații de pe internet.

Respondenții au fost întrebați ce știau despre Moldova înainte de a o vizita, fără a li se oferi opțiuni de răspuns. Cele mai importante 3 lucruri pe care respondenții din 2023 le știau despre Moldova sunt: în Moldova se produce un vin bun (18%), Moldova are o istorie și cultură bogată (11%) și Moldova are o conexiune istorică cu România și este vecină cu ea (8%).

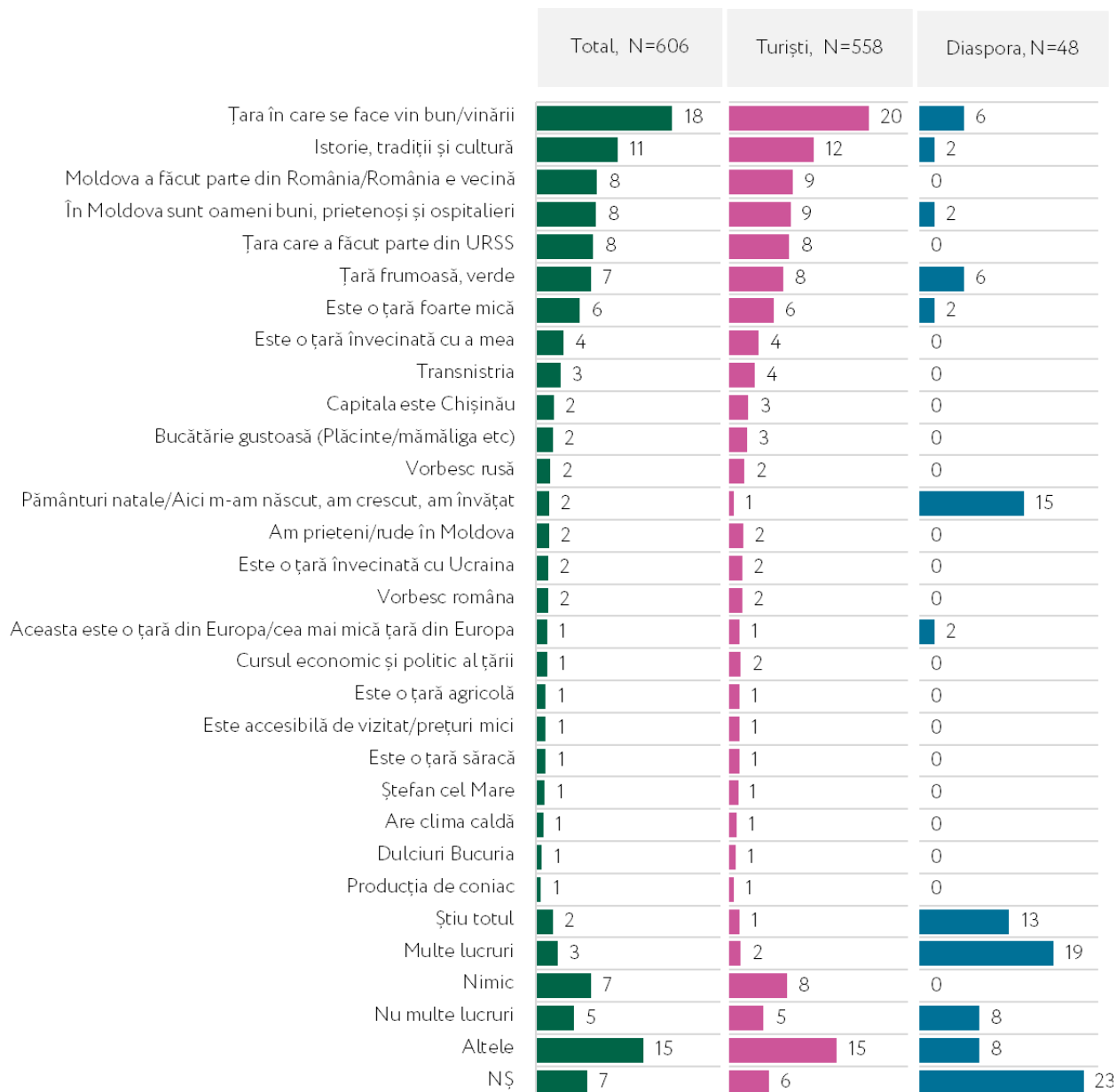
Figura 3.1: Cunoștințe despre Moldova: "Q13: Ce știați despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns liber)?", N=606, %



Printre turiști, categoriile de cunoștințe despre Moldova înainte de vizitare sunt în concordanță cu totalul, cu mențiunea despre vinurile bune fiind cea mai frecventă, de către 20% dintre respondenți, urmată de istorie, tradiții și cultură (12%) și Moldova face parte/delimitare de România, și ospitalitatea (ambele cu 9%). În același timp, 8%

dintre turiști au menționat că nu știau nimic despre Moldova înainte de vizitare. În rândul diasporei, cei mai mulți respondenți au menționat că știau multe lucruri (19%), totul (13%) și că acestea sunt pământurile natale unde s-au născut și au crescut (15%).

Figura 3.2: Cunoștințe despre Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q13: Ce știați despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns liber)", %



La dezagregarea în funcție de punctul de colectare, turiștii chestionați la Beciurile Cricova sunt cei care au menționat cel mai des vinuri bune/crame (31%), urmați de turiștii de la Aeroport (21%), PMAN (15%) și punctul de trecere românesc (10%). Este interesant de remarcat că 10% dintre turiștii chestionați în PMAN și 5% dintre cei chestionați la Cricova au declarat că știau nu prea multe lucruri, în timp ce 10% dintre cei de la Cricova, 9% în PMAN și 8% la Aeroport nu știau nimic. Turiștii chestionați la Cricova sunt și cei care au menționat cel mai mult Transnistria, într-o măsură de 8%.

Figura 3.3: Cunoștințe despre Moldova dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q13: Ce știați despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns liber)", %

Capitolul III: Surse de informare despre Moldova

	Total, N=606	Vama cu România, N=99	Aeroport, N=254	PMAN, N=191	Cricova, N=62
Țara în care se face vin bun/vinării	18	10	21	15	31
Istorie, tradiții și cultură	11	9	14	9	10
Moldova a făcut parte din România/România e vecină	8	13	4	10	10
În Moldova sunt oameni buni, prietenoși și ospitalieri	8	8	10	6	5
Țara care a făcut parte din URSS	8	4	10	6	8
Țară frumoasă, verde	7	5	8	8	6
Este o țară foarte mică	6	3	6	8	3
Este o țară învecinată cu a mea	4	2	4	4	5
Transnistria	3	1	4	3	8
Capitala este Chișinău	2	3	3	2	2
Bucătărie gustoasă (Plăcinte/mămăliga etc)	2	0	4	1	5
Vorbesc rusă	2	0	2	3	0
Pământuri natale/Aici m-am născut, am crescut, am învățat	2	5	1	2	0
Am prieteni/rude în Moldova	2	1	3	1	2
Este o țară învecinată cu Ucraina	2	1	3	1	0
Vorbesc româna	2	2	2	2	0
Aceasta este o țară din Europa/cea mai mică țară din Europa	1	0	2	3	0
Cursul economic și politic al țării	1	0	3	0	3
Este o țară agricolă	1	0	1	3	2
Este accesibilă de vizitat/prețuri mici	1	1	1	2	2
Este o țară săracă	1	3	0	1	5
Ștefan cel Mare	1	1	0	3	0
Are clima caldă	1	0	2	1	0
Dulciuri Bucuria	1	1	0	1	3
Producția de coniac	1	1	1	0	2
Știu totul	2	3	2	2	2
Multe lucruri	3	4	2	4	2
Nimic	7	2	8	9	10
Nu multe lucruri	5	2	3	10	5
Altele	15	7	15	16	18
NȘ	7	19	4	5	5

Germania se evidențiază ca având cel mai mare procent de turiști care sunt conștienți de Moldova ca țară producătoare de vin (25%), reflectând o apreciere puternică pentru cultura vinului moldovenesc. Respondenții din România, cu o istorie comună și proximitate cu Moldova, demonstrează o conștientizare relativ ridicată a diferitelor aspecte, inclusiv a legăturii acesteia cu România (22%). Respondenții ruși arată un nivel mai ridicat de cunoaștere a trecutului sovietic al Republicii Moldova și a vorbitorilor de limbă rusă (11% și, respectiv, 8%). Italia se remarcă prin recunoașterea Moldovei ca țară foarte mică – 13%.

Figura 3.4: Cunoștințe despre Moldova dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q13: Ce știați despre Moldova înainte de a o vizita? (răspuns liber)", %

	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Țara în care se face vin bun/vinării	18	16	19	22	25	9	22	16	20
Istorie, tradiții și cultură	11	14	8	17	16	9	16	6	8
Moldova a făcut parte din România/România e vecină	8	22	3	0	0	3	3	3	4
În Moldova sunt oameni buni, prietenoși și ospitalieri	8	10	8	3	6	9	3	13	8
Țara care a făcut parte din URSS	8	4	7	11	3	3	9	3	14
Țară frumoasă, verde	7	5	11	6	19	9	3	0	8
Este o țară foarte mică	6	2	7	8	6	13	9	0	8
Este o țară învecinată cu a mea	4	5	9	0	0	0	3	0	2
Transnistria	3	1	4	8	9	0	6	3	4
Capitala este Chișinău	2	2	6	3	0	3	0	3	1
Bucătărie gustoasă (Plăcinte/mămăliga etc)	2	2	3	0	0	3	3	0	4
Vorbesc rusă	2	1	1	8	3	0	3	0	3
Pământuri natale/Aici m-am născut, am crescut, am învățat	2	3	1	3	6	0	0	0	1
Am prieteni/rude în Moldova	2	0	4	0	0	3	3	3	2
Este o țară învecinată cu Ucraina	2	1	5	0	3	0	3	0	1
Vorbesc româna	2	4	0	0	0	0	3	3	1
Aceasta este o țară din Europa/cea mai mică țară din Europa	1	1	3	0	0	0	3	0	2
Cursul economic și politic al țării	1	1	1	0	0	3	3	3	2
Este o țară agricolă	1	2	0	6	0	0	3	0	1
Este accesibilă de vizitat/prețuri mici	1	2	0	3	3	0	0	0	1
Este o țară săracă	1	3	0	3	0	0	3	0	1
Ștefan cel Mare	1	1	2	3	0	0	3	0	1
Are clima caldă	1	0	1	3	3	0	0	0	2
Dulciuri Bucuria	1	2	0	0	0	0	0	0	1
Producția de coniac	1	0	2	0	0	0	0	0	1
Știu totul	2	1	2	0	3	3	3	3	4
Multe lucruri	3	3	4	6	3	13	0	0	1
Nimic	7	1	5	3	6	16	13	6	14
Nu multe lucruri	5	5	9	8	3	3	0	3	4
Altele	15	17	16	22	9	3	22	10	12
NȘ	7	8	3	8	6	13	3	23	5

Cele mai importante 3 surse de informații despre Moldova menționate de respondenți în 2023 sunt: rude și prieteni (47%), lecțiile de istorie din școală (14%) și internetul (8%).

Se observă o importanță continuă a conexiunilor personale, cu rudele și prietenii fiind principala sursă de informații în toți cei patru ani. În același timp, internetul prin intermediul site-urilor web a rămas o sursă constantă (8% în 2023, 11% în 2018 și 8% în 2016), evidențiindu-și importanța durabilă. Între timp, influența organizațiilor sau partenerilor de afaceri a scăzut de la 24% în 2016 la 10% în 2018 și 7% în 2023.

Figura 3.5: Surse de informare despre Moldova: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %

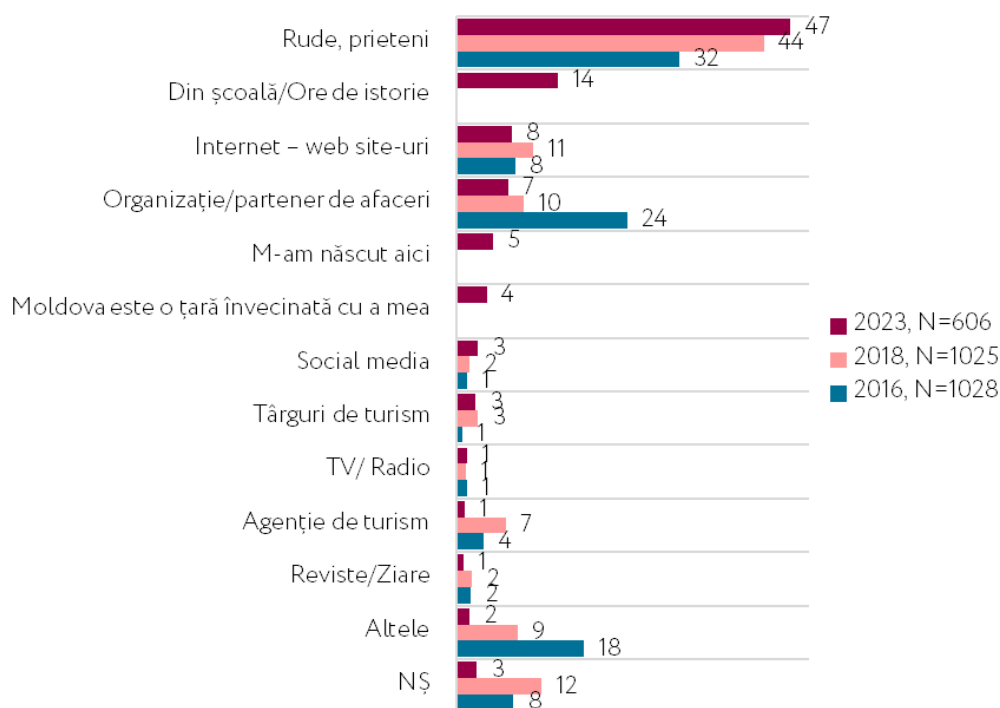
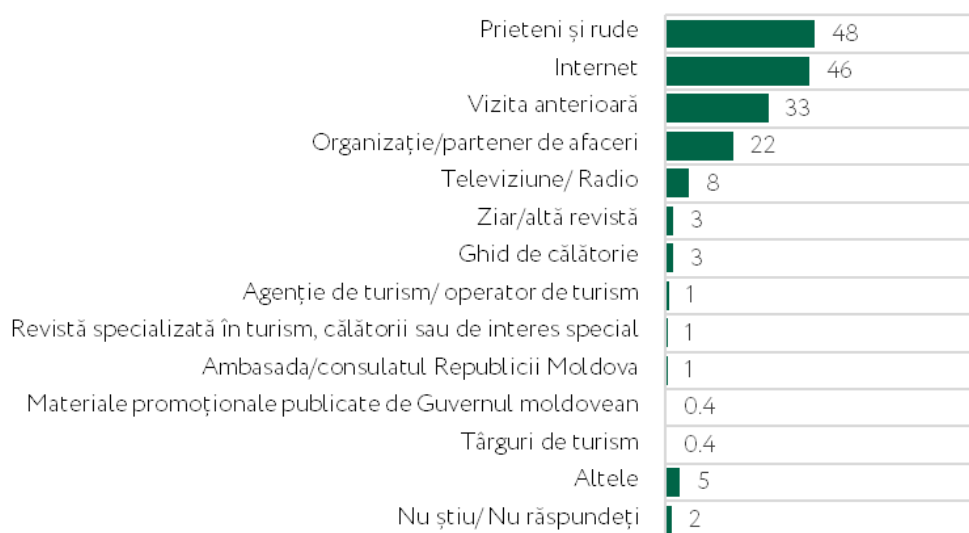
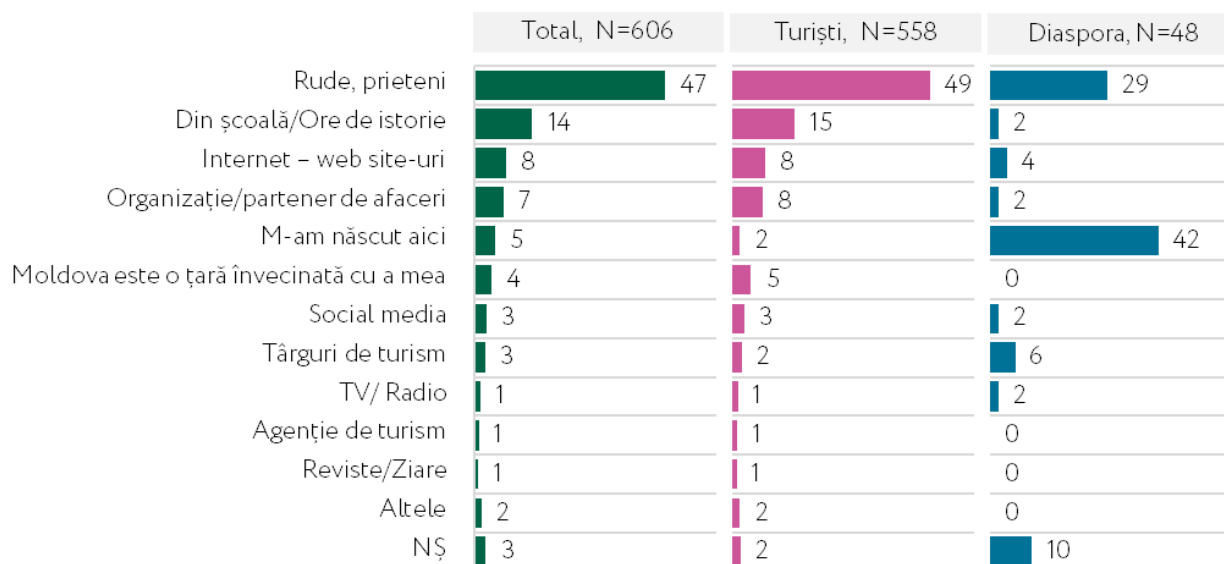


Figura 3.6: Surse de informare despre Moldova, anul 2012: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", N=233, %



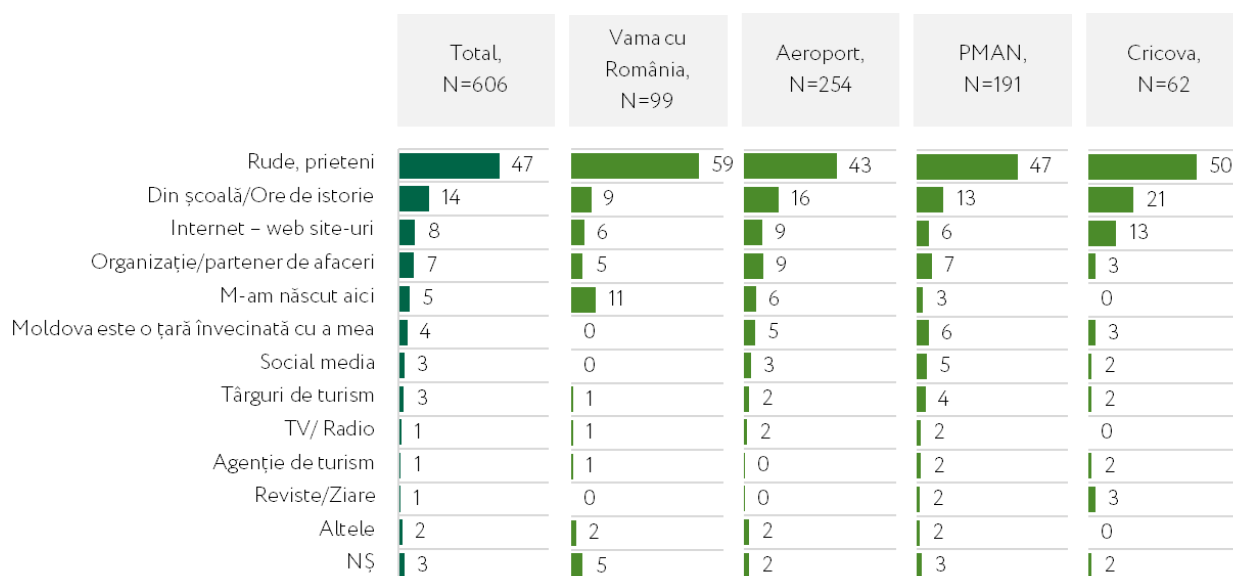
Principalele diferențe dintre turiști și diaspora în ceea ce privește modul în care au aflat prima dată despre Moldova sunt destul de pronunțate. Turiștii se bazează în principal pe conexiunile personale, 49% menționând rudele și prietenii, în timp ce doar 29% dintre membrii diasporei o fac. În mod invers, o parte semnificativă a diasporei (42%) a menționat că s-a născut în Moldova ca sursă de cunoaștere, un factor nu prezent în mod frecvent printre turiști (2%). În plus, turiștii arată o dependență mai mare de educația formală, cu 15% menționând școala sau lecțiile de istorie, în comparație cu doar 2% dintre membrii diasporei.

Figura 3.7: Surse de informare despre Moldova dezagregate pe categorii de respondenți: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %



Prin diferitele puncte de colectare ale studiului, este evident că conexiunile personale, cum ar fi rudele și prietenii, rămân o sursă semnificativă de informații despre Moldova. Cu toate acestea, există variații în rolul educației formale, cu respondenții de la punctul de colectare Beciurile Cricova acordând o importanță mai mare școlii sau lecțiilor de istorie (21%). Este de remarcat că influența faptului de a te fi născut în Moldova ca sursă de cunoaștere variază, acest factor fiind mai evident în punctul de colectare de la frontiera românească (11%), dar mai puțin în Cricova.

Figura 3.8: Surse de informații despre Moldova dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %



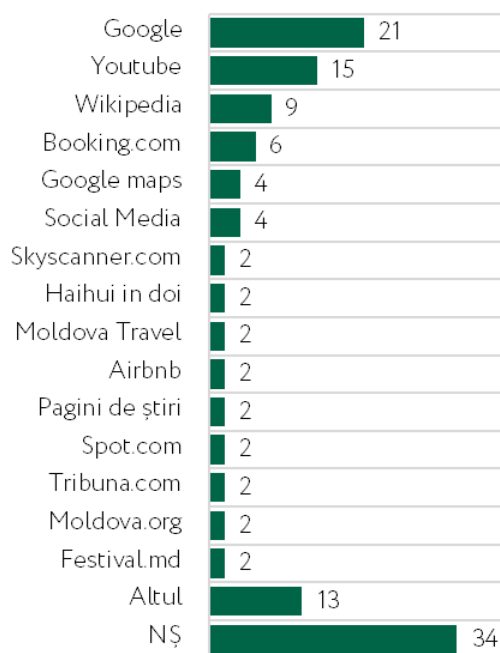
Rudele și prietenii sunt cea mai comună sursă de informații pentru turiști din toate țările, cu o dependență deosebit de mare în Italia (56%). Școala joacă un rol mai semnificativ pentru respondenții din România și Ucraina, 20% din fiecare țară citând-o ca sursă. În special, internetul, inclusiv site-urile web, blogurile și YouTube, este o sursă proeminentă pentru turiștii din Germania (22%) și SUA (19%), sugerând importanța conținutului online în modelarea percepțiilor despre Moldova.

Figura 3.9: Surse de informare despre Moldova dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q10: Cum /de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un singur răspuns)", %

	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Rude, prieteni	47	49	49	50	47	56	44	42	44
Din școală/Ore de istorie	14	20	20	11	6	0	9	13	11
Internet – web site-uri	8	5	4	8	22	6	19	10	8
Organizație/partener de afaceri	7	3	4	6	6	9	9	6	14
M-am născut aici	5	4	0	6	16	9	6	6	7
Moldova este o țară învecinată cu a mea	4	8	6	0	0	0	0	3	2
Social media	3	1	5	6	0	3	6	0	4
Târguri de turism	3	2	4	0	0	6	0	6	3
TV/ Radio	1	1	4	0	0	0	0	0	2
Agenzie de turism	1	1	3	3	0	0	3	0	0
Reviste/Ziare	1	1	0	3	0	3	0	3	1
Altele	2	1	3	3	0	0	3	3	2
NȘ	3	4	0	6	3	6	0	6	2

Respondenții care au folosit internetul au fost întrebați ce site-uri web, bloguri sau canale de YouTube au folosit pentru a obține informații despre Moldova, fără a li se oferi opțiuni de răspuns. Cele mai importante 3 surse menționate sunt Google (21%), YouTube (15%) și Wikipedia (9%).

Figura 3.10: "Q11A: Numiți vă rog 3 site-uri, blogguri, canale de YouTube de pe care v-ați informat despre Republica Moldova? (răspuns multiplu)", N=47, % din cei care au folosit internetul pentru a afla informații despre Moldova



Tabelul 3.1: "Q11B: Numiți vă rog 3 site-uri, blogguri, canale de YouTube de pe care v-ați informat despre Republica Moldova? (răspuns multiplu)", N din cei care au folosit rețelele sociale pentru a afla informații despre Moldova

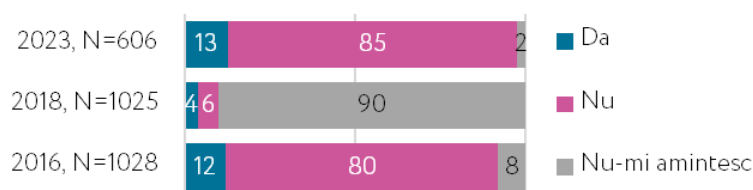
	N
Instagram	8
Facebook	6
Google	3
Tik-Tok	2
Rețeaua de socializare a unei persoane celebre	2



YouTube	2
Fast.md	1
Vkontakte	1
Festival.md	1

În 2023, 13% dintre respondenți au raportat că au vizitat site-ul web, arătând un nivel mai ridicat de interacțiune comparativ cu 2018, când doar 4% l-au vizitat. În schimb, în 2016, 12% au vizitat site-ul web, ceea ce este similar cu 2023.

Figura 3.11: Accesarea site-ului www.Moldova.travel: "Q12: Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel?", (un singur răspuns)", %



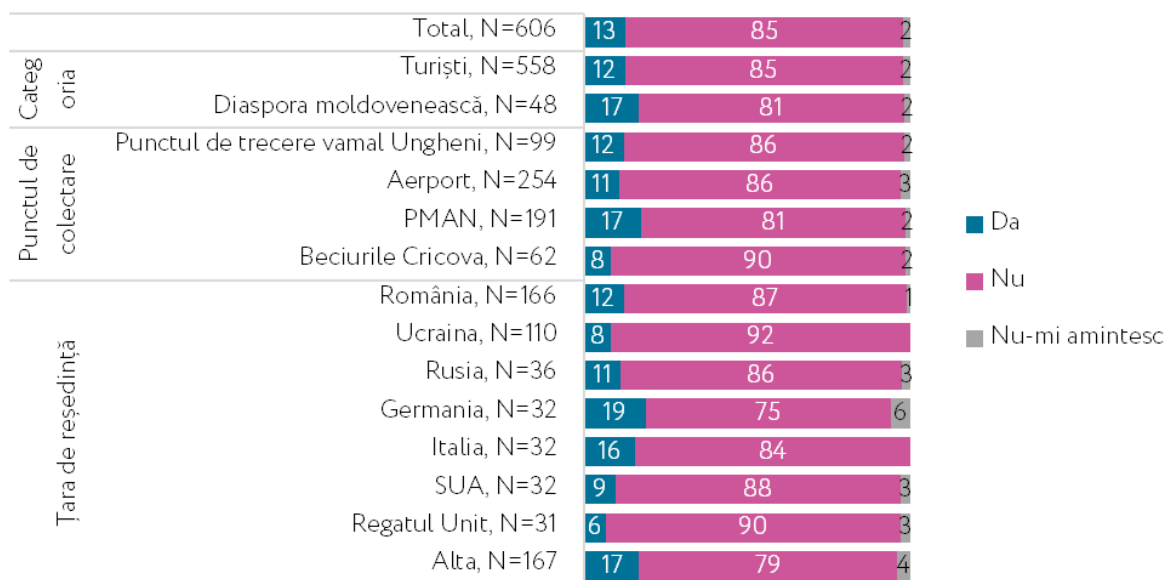
Printre turiști, 12% au vizitat site-ul web, în timp ce diaspora a arătat o rată ușor mai mare de implicare, cu 17% dintre aceștia vizitându-l.

Respondenții de la punctul vamal de trecere Ungheni și de la aeroport au prezentat nivele comparabile de interacțiune, cu 12%, respectiv 11% dintre respondenți care au vizitat site-ul web. Interviewații de la PMAN au avut o rată ușor mai mare de implicare, de 17%. În contrast, respondenții de la Beciurile Cricova au arătat cel mai scăzut nivel de interacțiune, cu doar 8% dintre aceștia care au vizitat site-ul web. Cu toate acestea, similaritatea generală constă în faptul că majoritatea respondenților de la toate punctele de colectare, fie la punctul de trecere a frontierei, aeroport sau crama, nu au interacționat cu www.Moldova.travel.

În special, respondenții din Germania (19%) și Italia (16%) au o rată relativ mai mare de vizitare a site-ului. În schimb, respondenții din Marea Britanie (6%) și Ucraina (8%) au o frecvență mai mică de a vizita site-ul. În general, o parte semnificativă a respondenților din toate țările nu au vizitat site-ul web Moldova Travel.



Figura 3.12: Vizitarea website-ului www.Moldova.travel dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q12: Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel? (un singur răspuns)", %



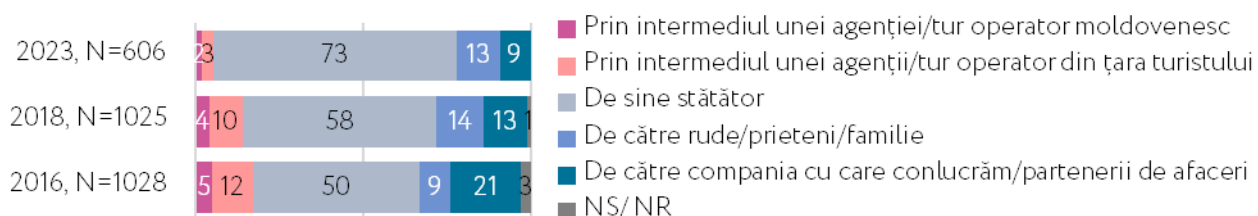
CAPITOLUL IV: ORGANIZAREA CĂLĂTORIEI SPRE ȘI PRIN MOLODVA

Acest capitol se axează pe planificarea unei călătorii în Moldova, inclusiv abordările folosite pentru aranjarea călătoriei, provocările întâmpinate în procesul de planificare, durata vizitei, alegerile de cazare și organizarea tururilor și vizitelor.

4.1: Criterii luate în considerare și metode de organizare a călătoriei

În 2023, majoritatea respondenților și-au organizat singuri călătoriile, indicând o preferință pentru planificarea independentă a călătoriilor (73%). În contrast, utilizarea agențiilor de călătorie/tur-operatorilor din Moldova (2%) și a celor străine (3%) a rămas relativ scăzută. Membrii familiei și prietenii au jucat un rol în organizarea călătoriei pentru 13% dintre respondenți, în timp ce aranjamentele de afaceri sau de companie au reprezentat 9%. Aceste modele s-au schimbat de-a lungul anilor, cu o scădere treptată a implicării agențiilor de călătorie locale și străine și o tendință crescătoare către călătoriile organizate independent, în special în 2023.

Figura 4.1.1: Metode de organizare a călătoriei în Moldova: "Q18: Cum/de către cine a fost organizată călătoria Dvs. în Moldova? (un răspuns posibil)", %

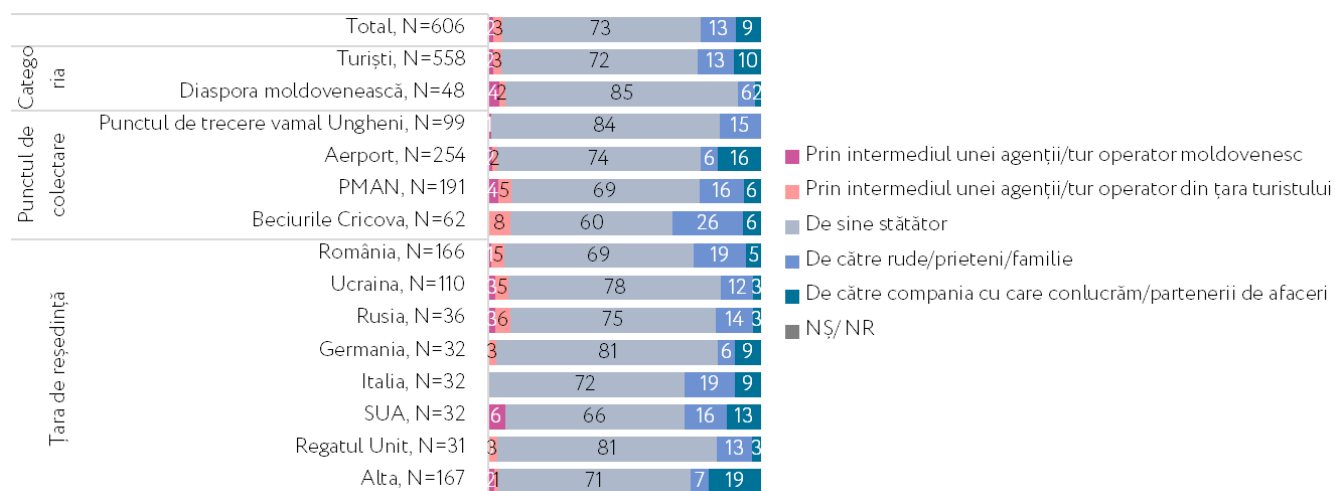


În timp ce majoritatea turiștilor în 2023 au optat pentru călătorii organizate independent (72%), o proporție ușor mai mare a diasporei moldovenești (85%) a preferat să-și organizeze vizitele independent. Familie și prietenii au jucat un rol similar pentru ambele grupuri, cu 13% dintre turiști și 6% dintre membrii diasporei bazându-se pe aceștia.

La punctul de trecere românesc și la aeroport, călătorii au preferat în mare parte să-și organizeze singuri călătoriile, cu 84%, respectiv 74%, optând pentru planificare independentă. Respondenții din PMAN au prezentat o utilizare relativ mai mare a agențiilor de călătorie din Moldova (4%) și a celor străine (5%) în comparație cu celelalte puncte, dar călătoriile organizate independent au dominat în continuare (69%). În schimb, respondenții de la Beciurile Cricova s-au remarcat prin o dependență puternică de familie și prietenii (26%) pentru organizarea călătoriilor, alături de o proporție semnificativă de călătorii organizate independent (60%). Intervievații de la punctul de colectare de la aeroport au prezentat o prezență relativ mai mare a călătoriilor organizate în scop de afaceri sau companie (16%).

Călătoriile planificate de sine-stătător sunt o alegere comună în toate țările, indicând o preferință pentru experiențe de călătorie independente. În special, călătorii ruși arată o dependență mai mare de agențiile de turism și operatorii de turism străini, sugerând un interes mai mare în utilizarea expertizei internaționale pentru călătoriile în Moldova – 6%. În schimb, respondenții din Italia (19%), România (19%) și SUA (16%) preferă să beneficieze de un oarecare ajutor în organizarea călătoriei, și anume membrii familiei sau prietenii.

Figura 4.1.2: Metode de organizare a călătoriei în Moldova dezagregate pe categorii de respondenți, puncte de colectare și țara de reședință: "Q18: Cum/de către cine a fost organizată călătoria Dvs. în Moldova? (un răspuns posibil)", %



4.2: Dificultăți întâmpinate în organizarea călătoriei

Respondenții la sondaj au fost întrebați despre dificultățile întâmpinate în timp ce își organizau călătoria în Moldova, fără a li se oferi opțiuni de răspuns. 27% au menționat că există puține zboruri directe către Moldova și au fost nevoiți să facă escală pentru a ajunge aici. Un sfert dintre respondenți au spus că prețurile sunt prea mari (24%), în timp ce 14% au exemplificat problemele legate de transport. În general, problemele întâmpinate de turiști în 2023 sunt similare cu cele din anii precedenți.

Tabelul 4.2: Dificultăți întâmpinate în organizarea călătoriei: "Q21: Ce dificultăți ați întâlnit în organizarea vizitei Dvs.? (răspuns deschis), dintre cei cărora le-a fost greu să rezerve excursii și vizite

2012	2016	2018	2023
Drumuri rele	Trafic dificil	Bilete scumpe, bilete greu de găsit, fără transport direct	Sunt puține zboruri pentru a veni în Moldova, fără zboruri directe
Informații în limba străină	Probleme la vamă	Limba	Prețurile sunt mari
Probleme vamale	Probleme cu documentele	Greu de găsit un hotel	Sunt puține informații despre țară
Străzi și parcuri murdare	Comunicare dificilă	Vama, timp lung de așteptare	Probleme la vamă, așteptare lungă
Lipsa punctelor de informare turistică	Infrastructură slabă	Transport	Transport
Cazare scumpă la hotel / Prețuri mari în general	Servicii hoteliere slabe	Întârziere la transport, așteptarea avionului	Prețuri mari pentru biletele de avion
Politică instabilă	Taxiurile sunt greu de găsit	Puține informații	
Serviciu clienți slab	Scump	Probleme la vamă/ aeroport	
Lipsa hărților turistice	Trafic dificil	Nu sunt organizate excursii	

4.3: Durata călătoriei

În 2023, majoritatea respondenților (69%) au optat pentru călătorii relativ scurte, cu 37% rămânând mai puțin de trei zile și 32% mai puțin de o săptămână. În contrast, în 2018, exista o distribuție mai echilibrată în ceea ce privește duratele variate ale călătoriilor, cu 34% alegând să rămână pentru 1-2 săptămâni și 29% pentru mai puțin de o săptămână. Respondenții din 2016 au arătat o preferință mai mare pentru șederii mai scurte, deoarece 48% dintre respondenți au rămas mai puțin de o săptămână, în timp ce 26% au ales călătorii de mai puțin de trei zile. În sondajul din 2012, observăm un model diferit, cu 38% care au rămas până la 4 zile, 18% până la o săptămână și 23% până la 2 săptămâni.

Figura 4.3.1: : Durata călătoriei curente în Moldova: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", N=233, %

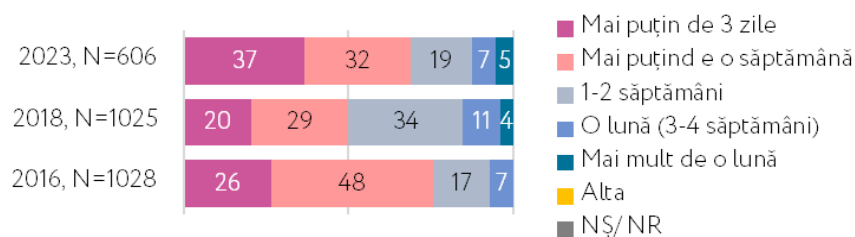
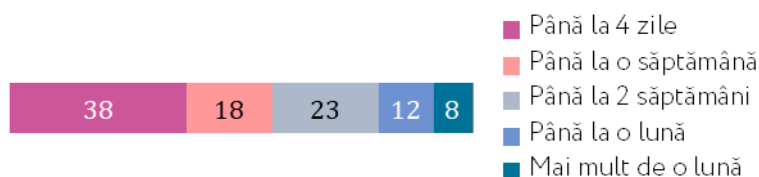


Figura 4.3.2: Durata călătoriei curente în Moldova: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", N=233, %



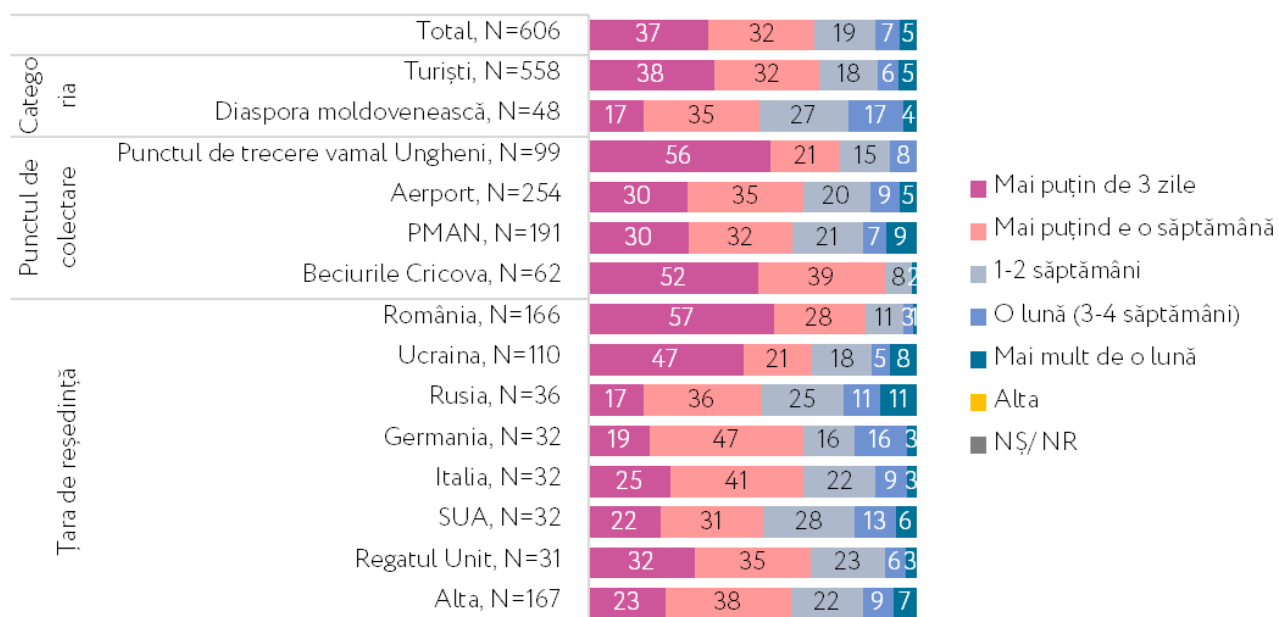
Turiștii tind să favorizeze vizitele mai scurte, cu 38% rămânând mai puțin de trei zile și 32% optând pentru șederii mai scurte de o săptămână. În contrast, diaspora manifestă o preferință pentru călătorii mai lungi, cu 27% alegând 1-2 săptămâni, 17% pentru o lună și 4% pentru mai mult de o lună.

Respondenții de la punctul de trecere românesc și de la Beciurile Cricova optează în principal pentru vizite mai scurte, cu 56%, respectiv 52%, care rămân mai puțin de trei zile. Respondenții de la aeroport și PMAN prezintă distribuții mai echilibrate în ceea ce privește duratele călătoriilor, având preferințe similare.

Călătoriile scurte de mai puțin de trei zile sunt frecvente în rândul călătorilor români (57%) și ucraineni (47%). Turiștii americani tind să rămână pe perioade mai lungi, 41% rămânând între 1-2 săptămâni până la o lună.

Figura 4.3.3: Durata călătoriei curente în Moldova dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q9: Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un singur răspuns)", %



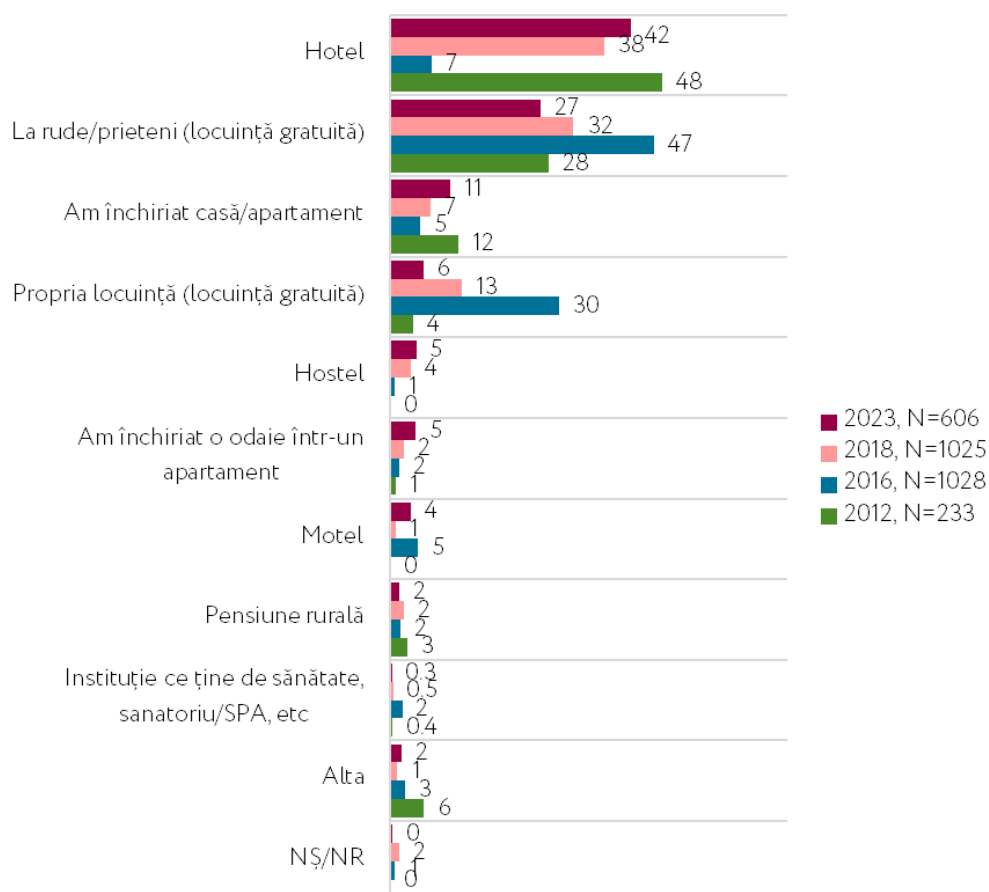


4.4: Cazarea în Moldova

Când vorbim despre tipurile de cazare folosite de respondenții din 2023, hotelurile (42%), rudele/prietenii (27%) și închirierea de case sau apartamente (11%) se evidențiază ca cele 3 opțiuni principale.

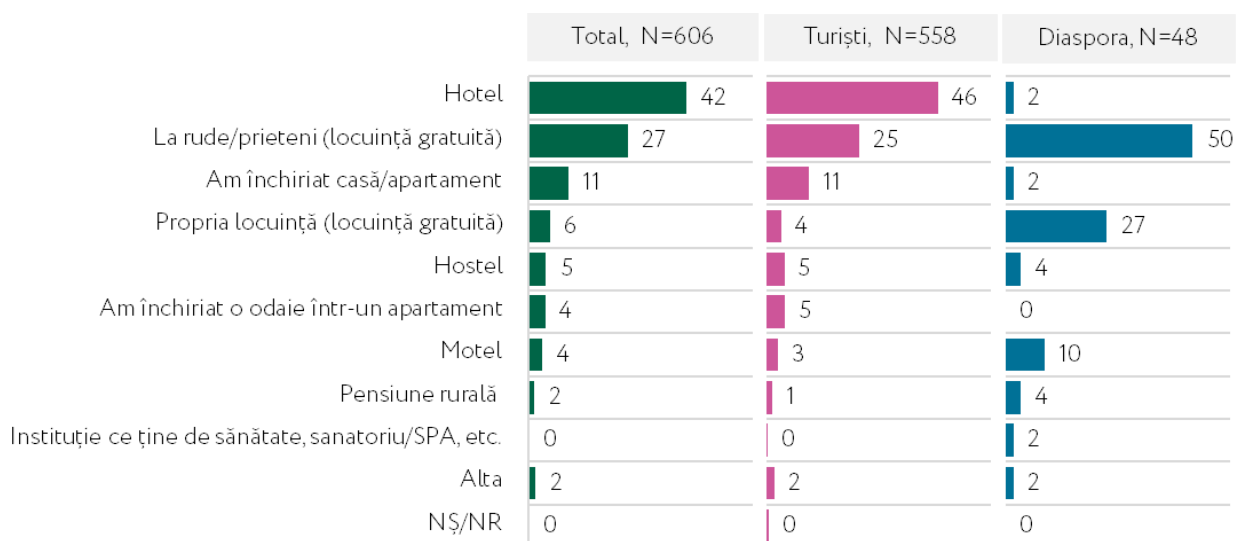
În 2023, hotelurile au devenit opțiunea principală pentru cazare, marcând o creștere semnificativă față de sondajul din 2016, când doar 7% au ales hotelurile. În schimb, sondajul din 2016 a arătat o preferință semnificativă pentru a sta cu rudele sau prietenii, cu 47% care au selectat această opțiune, în timp ce în 2023 - 27% au preferat acest tip de cazare. În același timp, comparativ cu 2016, în 2023 cota respondenților care au stat acasă la ei a scăzut cu 24 p.p., de la 30% la 6% în 2023. Rezultatele din 2023 sunt într-o oarecare măsură în concordanță cu cele din 2018.

Figura 4.4.1: Opțiuni de cazare: "Q22: Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în RM? (răspuns multiplu)", %



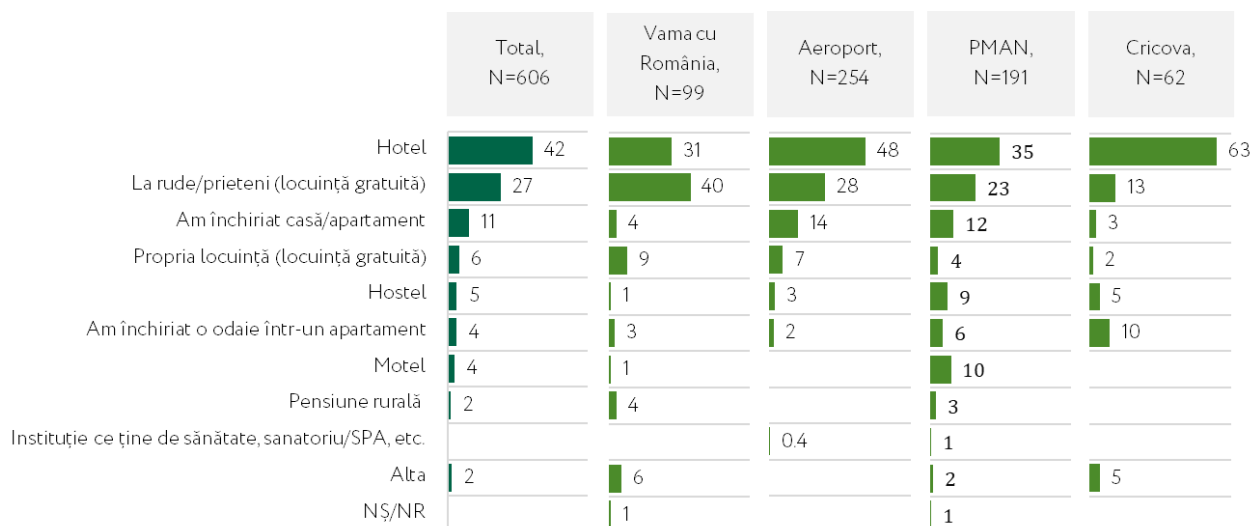
În timp ce 46% dintre turiști optează pentru hoteluri, doar 2% dintre membrii diasporei aleg această opțiune. În schimb, jumătate dintre respondenții din diaspora preferă să stea cu rudele sau prietenii, o opțiune făcută de 25% dintre turiști. Turiștii arată, de asemenea, o mai mare înclinație către închirierea de case sau apartamente (11%) în comparație cu diaspora (2%). Pe de altă parte, diaspora manifestă o preferință puternică pentru utilizarea propriilor case sau apartamente (27%), o opțiune făcută doar de 4% dintre turiști.

Figura 4.4.2: Opțiuni de cazare dezagregate pe categorii de respondenți: "Q22: Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în RM? (răspuns multiplu), %"



Respondenții de la Beciurile Cricova manifestă o preferință clară pentru hoteluri, cu o majoritate semnificativă (63%) alegând această opțiune. Respondenții de la punctul de trecere românesc arată o puternică înclinație de a sta cu rudele și prietenii, cu 40% alegând această opțiune. Printre respondenții de la aeroport, opțiunea hotel este favorizată, cu 48% dintre ei optând pentru acest tip de cazare. În același timp, 10% dintre respondenții de la PMAN spun că au optat pentru o ședere la un motel.

Figura 4.4.3: Opțiuni de cazare dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q22: Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în RM? (răspuns multiplu), %"



Hotelurile sunt cea mai des menționată alegere pentru cazare în toate țările, cu procente deosebit de mari în SUA (50%) și România (52%). Turiștii din Rusia și Marea Britanie manifestă o înclinație mai mare pentru a sta la rude și prietenii (42% și, respectiv, 45%), în timp ce călătorii ucraineni și germani manifestă o preferință pentru închirierea de case sau apartamente (19% și, respectiv, 16%).

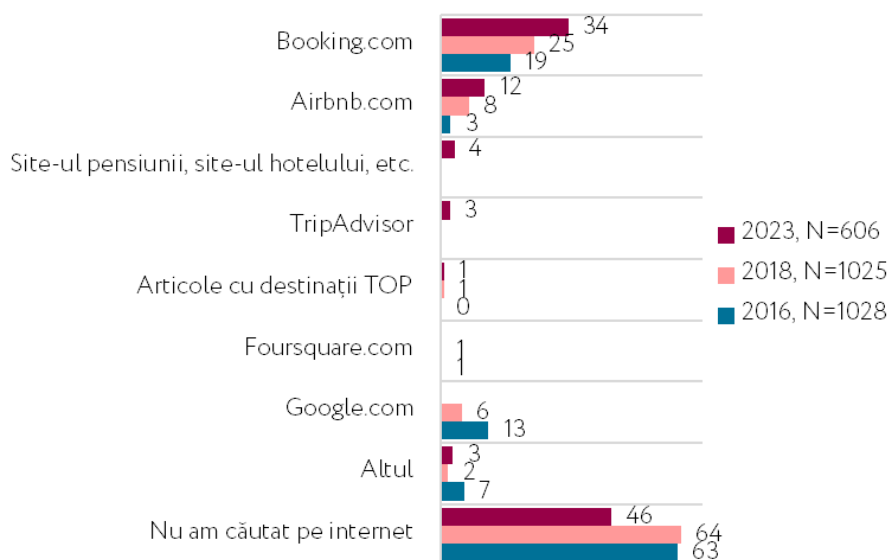
Figura 4.4.4: Opțiuni de cazare dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q22: Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în RM? (răspuns multiplu), %"

Capitolul IV: Organizarea călătoriei spre și prin Moldova

	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Hotel	42	52	35	36	38	34	50	26	43
La rude/prieteni (locuință gratuită)	27	22	22	42	34	31	25	45	26
Am închiriat casă/apartament	11	5	19	8	16	13	13	13	9
Propria locuință (locuință gratuită)	6	2	4	3	9	16		10	9
Hostel	5	4	5	8	6		3	6	5
Am închiriat o odaie într-un apartament	4	3	8	3	6	3	9		4
Motel	4	5	7			3		3	2
Pensiune rurală	2	4	3						1
Instituție ce ține de sănătate, sanatoriu/SPA, etc.			1						1
Alta	2	5							2
NS/NR		1							1

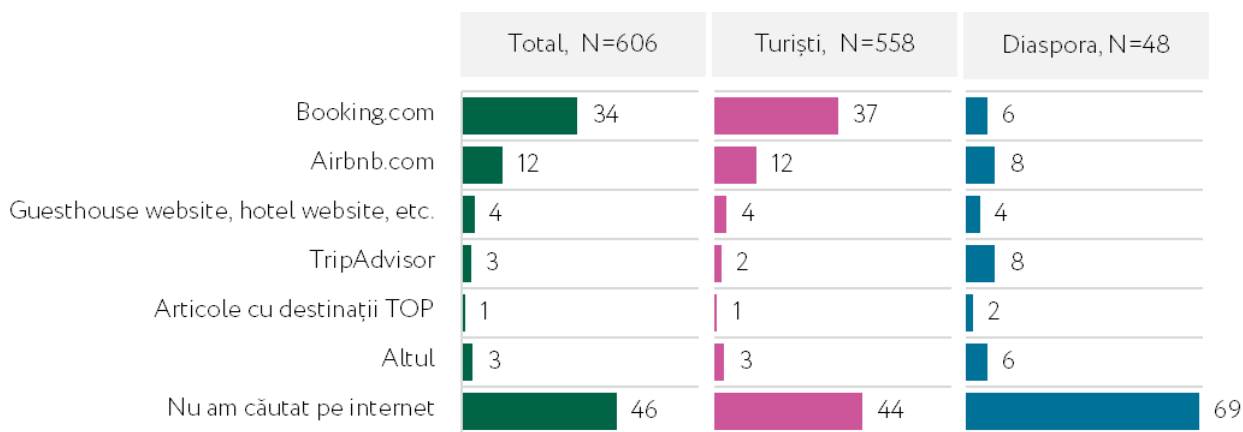
Utilizarea internetului pentru căutarea și rezervarea cazării în Moldova a înregistrat o creștere de-a lungul anilor, cu variații clare în alegerea platformelor online. În 2023, o treime dintre respondenți au raportat că utilizează Booking.com (34%), semnificând o creștere față de 25% în 2018 și 19% în 2016. Airbnb.com a înregistrat, de asemenea, o creștere, cu 12% dintre respondenți care utilizează platforma în 2023, comparativ cu 8% în 2018 și 3% în 2016. În același timp, se înregistrează o scădere în numărul respondenților care nu au utilizat internetul pentru a găsi cazare.

Figura 4.4.5: Website-uri folosite pentru găsirea cazării: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %



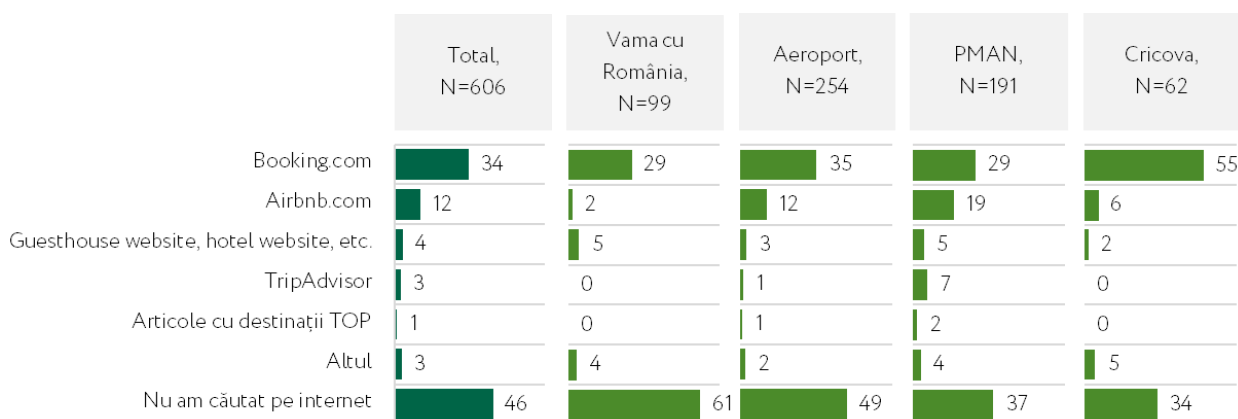
Un procent mai mare de turiști (37%) au raportat că utilizează Booking.com ca platformă preferată, în comparație cu doar 6% din diaspora. Airbnb.com a fost utilizat de un procent similar în ambele grupuri, cu 12% dintre turiști și 8% dintre membrii diasporei alegând această platformă. În plus, TripAdvisor a fost mai popular în rândul diasporei, cu 8% dintre respondenți care îl utilizează. Cu toate acestea, diferența cea mai semnificativă constă în procentul respondenților care nu au utilizat internetul pentru rezervarea cazării. 44% dintre turiști au declarat că nu au utilizat internetul în acest scop, în timp ce acest procent a fost semnificativ mai mare în rândul diasporei, cu 69% indicând că nu au căutat cazare online.

Figura 4.4.6: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate pe categorii de respondenți: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %



Turiștii intervievați la punctul de colectare Beciurile Cricova par să favorizeze în mod semnificativ Booking.com (55%) pentru nevoile lor de cazare. În schimb, Airbnb.com și TripAdvisor sunt utilizate mai frecvent în rândul respondenților de la punctul de colectare PMAN (19%, respectiv 7%). În mod interesant, respondenții de la punctul de trecere românesc par să depindă mai puțin de internet, cu o majoritate (61%) indicând că nu au utilizat platforme online pentru rezervarea cazării.

Figura 4.4.7: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %



Booking.com rămâne o alegere consecventă pentru călători, fiind foarte frecvent vizitate de turiștii germani, români și ucraineni. Airbnb.com este binecunoscut printre turiștii din SUA (22%) și Marea Britanie (19%), evidențiind o preferință pentru experiențe unice de cazare. Rezervările directe prin site-urile pensiunilor și hotelurilor sunt mai puțin frecvente, dar sunt mai favorizate de turiștii americani – 9%

Figura 4.4.8: Website-uri folosite pentru găsirea cazării dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q23: Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)", %

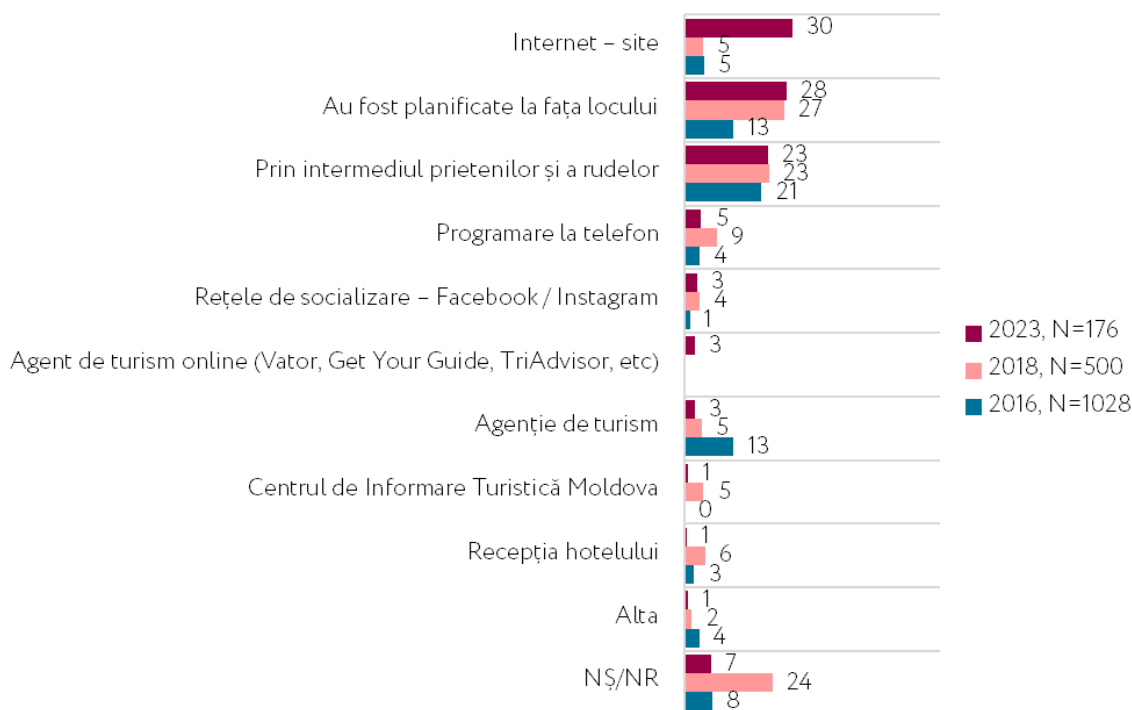


	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Booking.com	34	40	35	22	41	31	19	23	35
Airbnb.com	12	8	16	14	13	9	22	19	10
Guesthouse website, hotel website, etc.	4	5	3	3	6	0	9	0	3
TripAdvisor	3	2	5	6	0	0	3	0	3
Articole cu destinații TOP	1	0	1	3	6	3	3	0	0
Altul	3	2	6	3	6	3	6	6	1
Nu am căutat pe internet	46	43	36	53	41	53	47	52	51

4.5: Tururi și vizite

Datele din 2023 scot în evidență o schimbare semnificativă către utilizarea site-urilor web pentru organizarea tururilor și vizitelor, cu 30% dintre respondenți optând pentru această metodă. Popularitatea acestei metode a crescut cu 25 p.p. în rândul călătorilor individuali față de sondajele din 2018 și 2016. Aranjamentele spontane și recomandările de la prieteni și rude au rămas opțiuni populare, menținând consistența în cele trei valuri de sondaje.

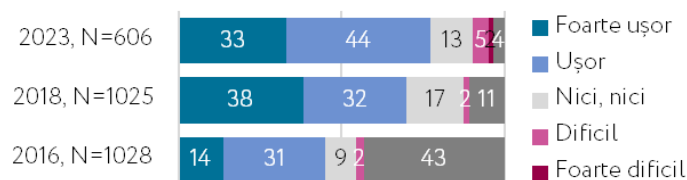
Figura 4.5.1: Metode de organizare a excursiilor și vizitelor de către călătorii individuali: "Q19: Cum au fost organizate vizitele, tururile, excursiile Dvs.? (răspuns multiplu)", % din turiștii individuali (backpackers)



De-a lungul anilor, organizarea și rezervarea vizitelor, tururilor sau excursiilor în Moldova a devenit progresiv mai ușoară pentru respondenți. În 2023, 77% au considerat că este fie ușor, fie foarte ușor, în comparație cu 70% în 2018 și doar 45% în 2016. Procentul celor care au considerat că este dificil sau foarte dificil a scăzut, demonstrând o schimbare pozitivă în ceea ce privește ușurința generală de planificare a unor astfel de activități.

Figura 4.5.2: Dificultatea de a organiza excursii și vizite: "Q20. Vă rog să îmi spuneți cât de ușor sau complicat a fost organizarea vizitei, tururilor sau a excursiilor. Vă rog să răspundeți, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – foarte dificil și 5 – foarte ușor. (un răspuns posibil) , %



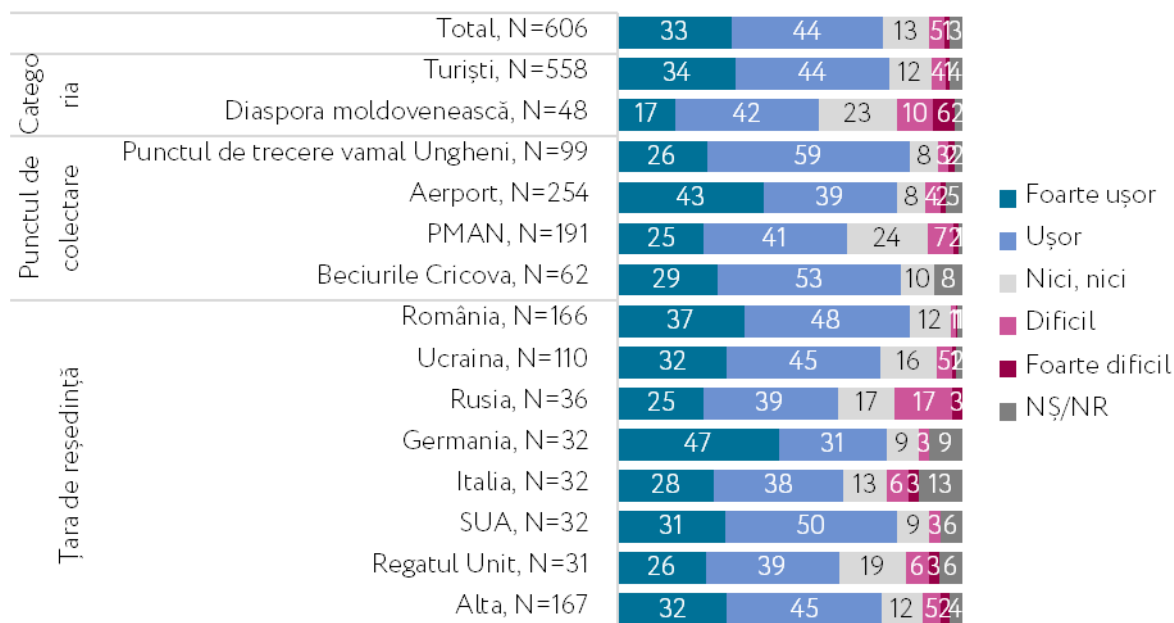


O proporție semnificativ mai mare de turiști (78%) au considerat că este fie ușor, fie foarte ușor să organizeze tururi și vizite în Moldova, în timp ce 59% dintre membrii diasporei au simțit același lucru. În mod invers, 16% dintre membrii diasporei au considerat că este dificil sau foarte dificil, în comparație cu 5% dintre turiști.

Vizitatorii intervievați la punctul de trecere românesc, aeroport și Beciurile Cricova au considerat cel mai ușor să organizeze tururi în Moldova. În schimb, cei de la PMAN au raportat cel mai ridicat nivel de dificultate, cu 9% considerând că este dificil sau foarte dificil.

România (85%), SUA (81%) și Germania (78%) se remarcă, cele mai mari procente de respondenți considerând procesul foarte ușor sau ușor.

Figura 4.5.3: Dificultatea de a organiza excursii și vizite degregată pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q20. Vă rog să îmi spuneți cât de ușor sau complicat a fost organizarea vizitei, tururilor sau a excursiilor. Vă rog să răspundeți, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – foarte dificil și 5 – foarte ușor. (un răspuns posibil) , %



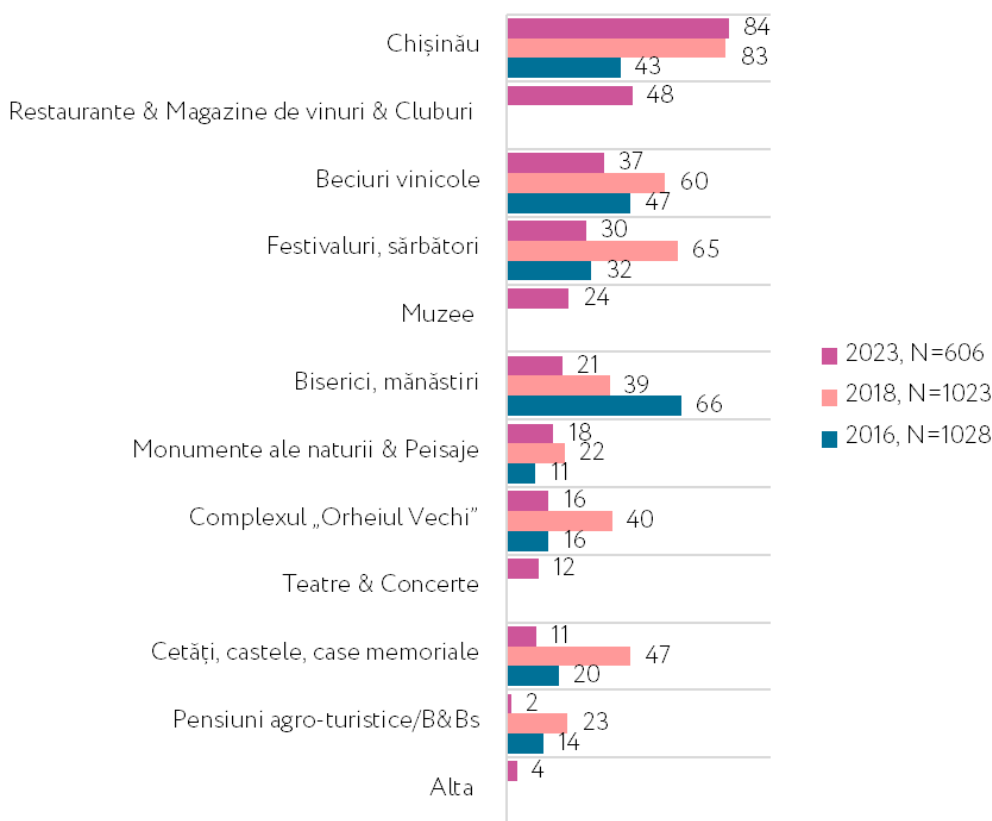
CAPITOLUL V: EXPERIENȚA ÎN MOLDOVA

Capitolul cinci se adâncește în experiențele turiștilor în timpul vizitei lor în Moldova, acoperind aspecte precum vizitarea obiectivelor turistice, nivelurile lor de satisfacție cu atracțiile vizitate și interesul lor de a participa la Festivalul Vinului.

Respondenții au raportat că au vizitat o varietate de locații, atracții și obiective în timpul călătoriilor lor în Moldova în 2023, cu Chișinău fiind cel mai frecvent vizitat (84%). Alte atracții notabile au inclus restaurante, magazine de vin și cluburi (48%), crame (37%) și festivaluri și sărbători (30%).

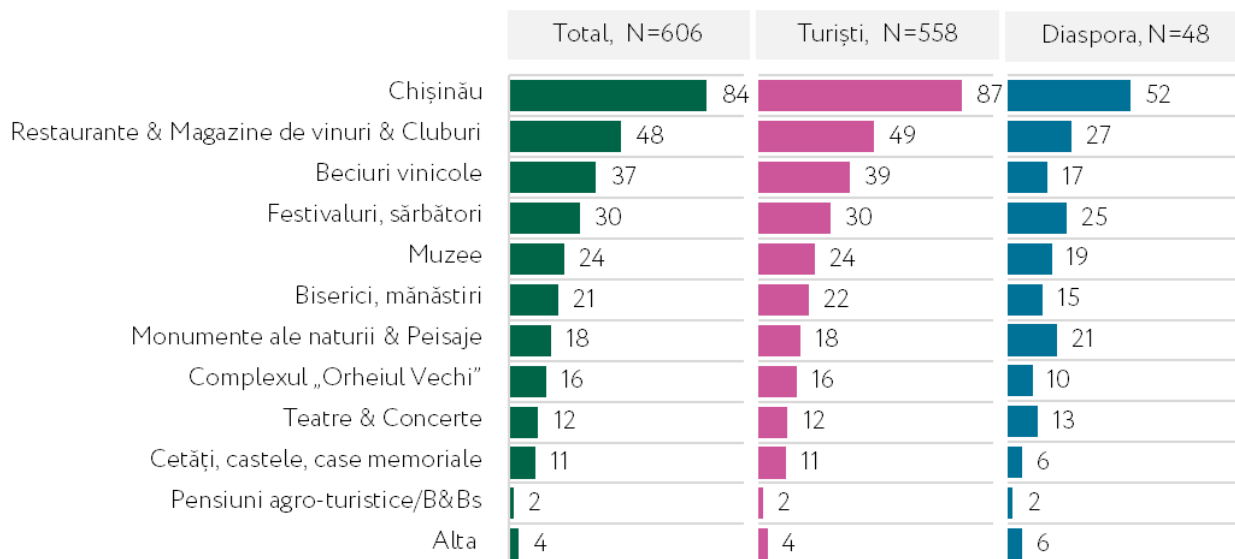
Comparativ cu valurile anterioare, există o scădere continuă în ponderea respondenților care au vizitat biserici și mănăstiri, de la 66% în 2016 la 39% în 2018 și 21% în 2023. În plus, în 2023 s-a înregistrat o scădere de 23 p.p. în numărul de intervievați care au vizitat crame și de 35 p.p. în cei care au participat la festivaluri, comparativ cu 2018. Chișinău a fost o destinație populară pentru ambele grupuri, cu un procent mai mare de turiști (87%) care au vizitat în comparație cu diaspora (52%). Astfel, majoritatea turiștilor își petrec timpul în Chișinău, în timp ce jumătate din diaspora moldoveană - în afara capitalei. Turiștii au frecventat și restaurantele, magazinele de vin și cluburile (49%), cramele (39%) și muzeele (24%) mai mult decât diaspora.

Figura 5.1: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale): "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %



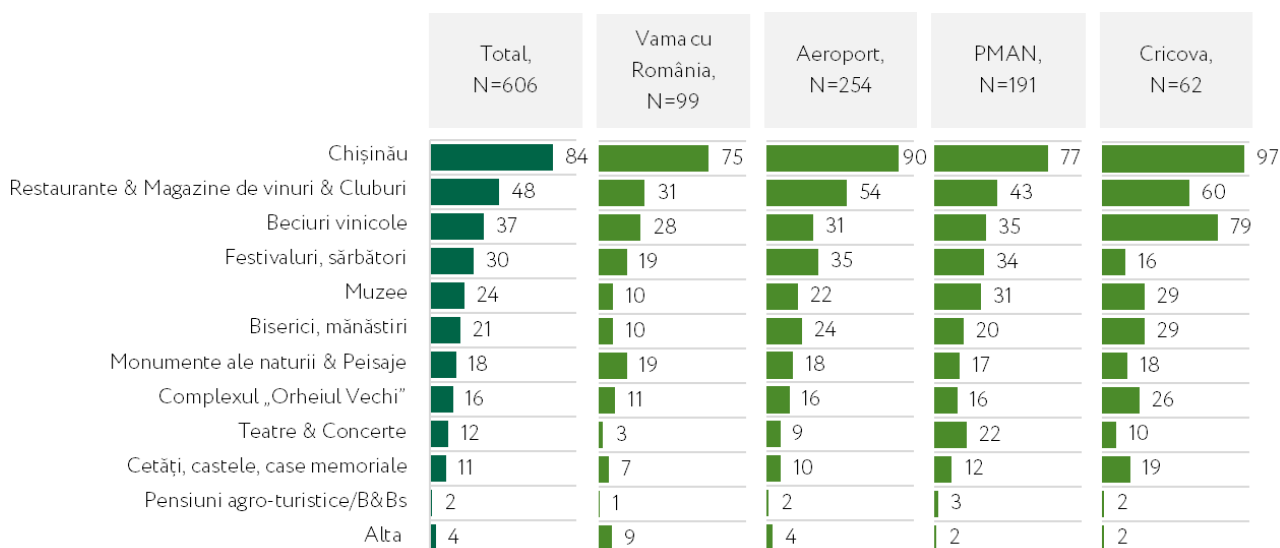
Chișinăul a fost o destinație populară pentru ambele grupuri, cu un procent mai mare de turiști (87%) vizitați comparativ cu diaspora (52%). Astfel, majoritatea turiștilor își petrec timpul la Chișinău, în timp ce jumătate din diaspora moldovenească - în afara capitalei. Turiștii au frecventat, de asemenea, restaurantele, vinurile și cluburile (49%), cramele (39%) și muzeele (24%) mai mult decât diaspora.

Figura 5.2: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate pe categorii de respondenți: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %



Respondenții intervievați în regiunea de frontieră au avut cele mai mici procente de vizitare a diferitelor atracții, cu 75% vizitând Chișinău, 31% explorând restaurante, magazine de vin și cluburi și 28% vizitând crame. Între timp, vizitatorii de la Beciurile Cricova au avut cea mai mare procentaj de vizitare a cramelor, cu 79%, și cel mai scăzut interes pentru festivaluri și sărbători, cu 16%. Grupul de la aeroport a avut un procentaj ridicat de turiști care au vizitat Chișinăul (90%), în timp ce cel de la PMAN - un interes peste medie pentru teatre și concerte (22%).

Figura 5.3: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate în funcție de punctul de colectare: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %



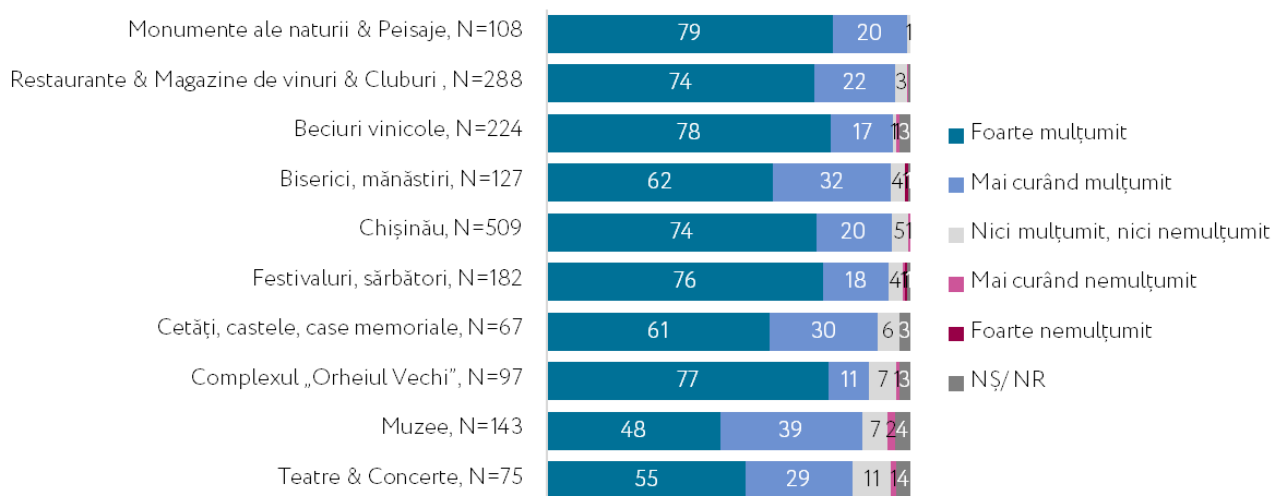
Chișinăul, orașul-capitală, este o destinație comună pentru turiștii din toate țările, subliniind rolul său central în turismul Republicii Moldova. Mesele în restaurante, explorarea vinărilor și experimentarea vieții de noapte locale sunt activități populare în rândul vizitatorilor, Regatul Unit, Italia și Germania manifestând un interes puternic. Festivalurile și sărbătorile atrag turiștii ruși și germani, în timp ce vizitatorii italieni și americani tind să exploreze bisericile și mănăstirile.

Figura 5.4: Popularitatea obiectivelor turistice și a evenimentelor (categorii generale) dezagregate în funcție de țara de reședință: "Q24: Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)", %

	Total, N=606	Rom, N=166	Ukr, N=110	Rus, N=36	Ger, N=32	Italia, N=32	USA, N=32	UK, N=31	Alta, N=167
Chisinau	84	81	80	92	91	84	94	90	84
Restaurants & Wine Shops & Clubs	48	45	38	44	53	44	41	55	56
Wineries	37	41	22	28	34	31	59	26	44
Festivals, celebrations	30	25	18	44	38	28	38	32	37
Museums	24	25	17	17	9	28	28	29	28
Churches, monasteries	21	16	9	25	28	34	38	19	26
Nature Reserves and Landscapes	18	17	20	14	13	19	19	19	18
„Orheiul Vechi” Cultural and Natural Reserve	16	18	14	17	13	16	16	10	17
Theaters & Concerts	12	13	12	19	0	6	9	10	15
Fortresses, castles, memorial houses	11	11	10	8	9	6	19	0	14
Rural Pensions / B&Bs	2	2	0	0	0	0	3	0	4
Other	4	5	4	0	9	3	0	3	4

În general, participanții la studiu sunt mulțumiți de toate locurile pe care le-au vizitat. Într-o măsură mai mare, respondenții sunt mulțumiți de rezervațiile naturale și peisajele naturale (99%), restaurantele/magazinele de vin/cluburile (96%) și cramele (96%).

Figura 5.5: Evaluări ale obiectivelor turistice: "Q25: Cât de satisfăcut sunteți de ceea ce ați văzut? Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – „foarte nemulțumit”, iar 5- „foarte mulțumit” (un răspuns posibil per rând)", %

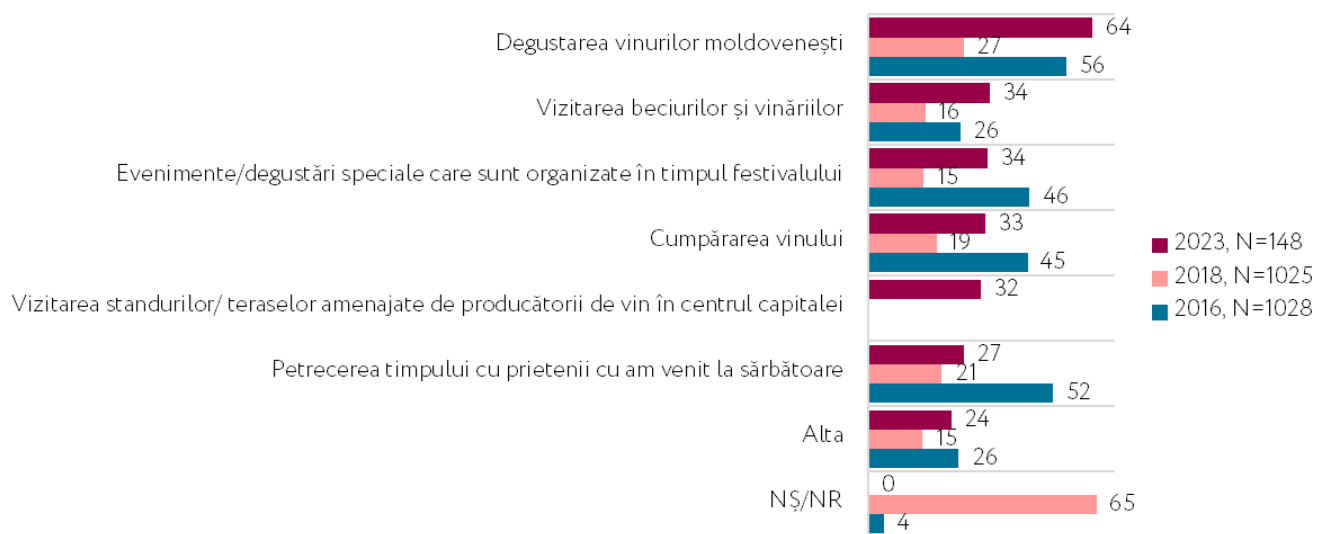


Majoritatea vizitatorilor intervievați care au menționat în 2023 că domeniul lor de interes pentru a vizita Moldova este Ziua Națională a Vinului sunt în mod deosebit atrași de degustarea vinurilor moldovenești (64%). A doua motivație cea mai populară pentru a participa la Festivalul Vinului este împărțită între posibilitatea de a vizita standurile/terasele amenajate de producătorii de vin și evenimente speciale, ambele fiind menționate de 34% dintre participanți.

Comparativ cu 2018, interesul pentru toate domeniile menționate a crescut în 2023 în rândul turiștilor. În 2016, unul dintre interesele principale era vizitarea pivnițelor și cramelor, cu 52% dintre respondenți indicând acest lucru ca motiv principal, în comparație cu 27% în 2023.

Figura 5.6: Motive de a participa la Ziua Națională a Vinului: "Q17: Ați menționat anterior că aria de interes pentru a vizita Moldova este Festivalul Vinului (Ziua Națională a Vinului). Ați putea spune vă rog ce anume v-a interesat

pentru a vizita sărbătoare Festivalul Vinului din Moldova? (răspuns multiplu)”, % din cei care au spus că Ziua Națională a Vinului este principala zonă de interes pentru vizita în Moldova



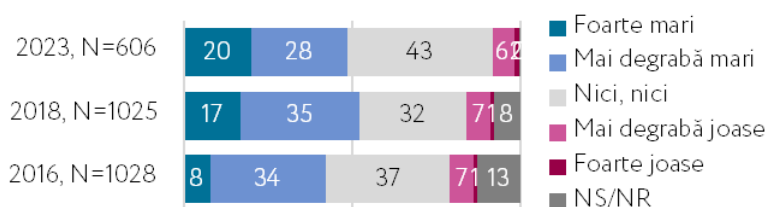
CAPITOLUL VI: OPINIA VIZITATORILOR DESRE TURISMUL ÎN MOLDOVA

Acest capitol se concentrează pe așteptările respondenților, dacă aceste așteptări au fost îndeplinite, recomandări și satisfacția generală față de călătoria lor în Moldova. Acesta examinează modul în care experiențele turiștilor se aliniază cu așteptările lor inițiale și evaluează probabilitatea ca aceștia să recomande Moldova ca destinație de călătorie. În plus, Net Promoter Score (NPS) este calculat pentru a identifica aspectele care sunt cel mai probabil să fie recomandate de respondenți. În cele din urmă, turiștii din toate valurile de sondaj își împărtășesc nivelul de satisfacție față de călătoria lor în Moldova.

6.1: Așteptări

Pe parcursul celor trei valuri ale studiului, proporția respondenților care aveau așteptări mari a rămas relativ constantă (48% în 2023, 52% în 2018 și 42% în 2016). În același timp, în 2023 s-a înregistrat o creștere a procentajului participanților la studiu care nu aveau nici așteptări mari, nici așteptări scăzute - 43%.

Figura 6.1.1.: Nivelul așteptărilor în legătură cu vizita: "Q27: Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? (un răspuns posibil)", %



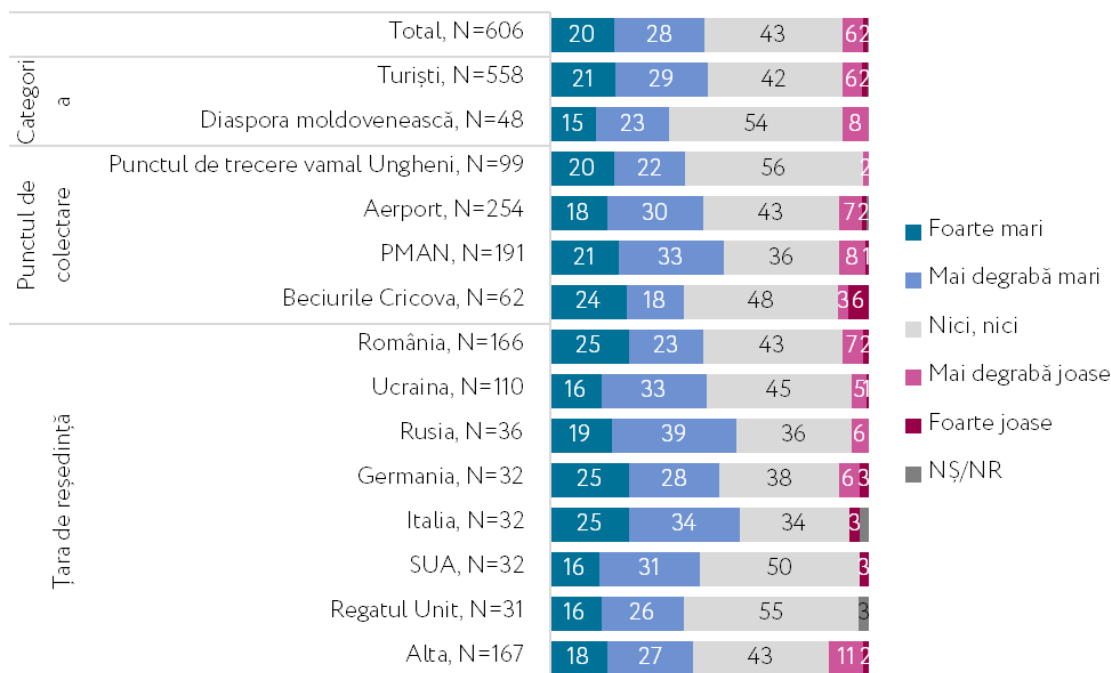
Turiștii au în general așteptări mai ridicate în comparație cu diaspora moldoveană, cu 50% dintre turiști având așteptări fie ridicate, fie destul de ridicate, în timp ce 38% dintre membrii diaspora se încadrează în aceste categorii. În mod invers, mai mult de jumătate dintre membrii diaspora (54%) au exprimat așteptări nici ridicate, nici scăzute, un sentiment împărtășit de 42% dintre turiști.

La compararea punctelor de colectare, respondenții intervievați la PMAN au raportat așteptări ușor mai mari (54%) decât cei de la celelalte puncte de colectare. În schimb, majoritatea participanților de la punctul de trecere românesc au indicat că nu au nici așteptări mari, nici așteptări scăzute - 56%.

Turiștii ucraineni, americani și britanici au cele mai mari procente de așteptări mari sau mai degrabă mari, indicând un entuziasm puternic pentru vizitele lor. În schimb, turiștii ruși și ucraineni au mai multe șanse să aibă așteptări destul de scăzute sau foarte scăzute, sugerând o perspectivă mai precaută sau mai rezervată. Turiștii germani, în schimb, tind să aibă așteptări neutre, nici mari, nici scăzute.

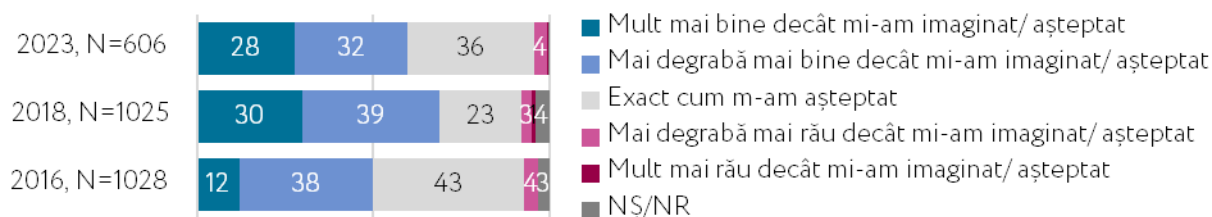
Turiștii ruși și italieni au cele mai mari procente de așteptări mari sau mai degrabă mari, indicând un entuziasm puternic pentru vizitele lor (58%, respectiv 59%). În schimb, turiștii americani și britanici sunt mai susceptibili de a nu avea așteptări nici mari, nici scăzute, sugerând o perspectivă mai precaută sau mai rezervată.

Figura 6.1.2.: Nivelul așteptărilor în legătură cu vizita dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q27: Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? (un răspuns posibil)", %



În 2023, feedback-ul de la respondenți cu privire la așteptările lor în timpul vizitei în Moldova a fost în mare parte pozitiv, cu un procent semnificativ (60%) raportând că experiențele lor au depășit așteptările inițiale. Acest lucru reprezintă o creștere de 10 p.p. în comparație cu sondajul din 2016 și o scădere de 9 p.p. în comparație cu 2018, la aceeași perioadă.

Figura 6.1.3.: Măsura în care așteptările au fost îndeplinite: "Q27b: Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil), %

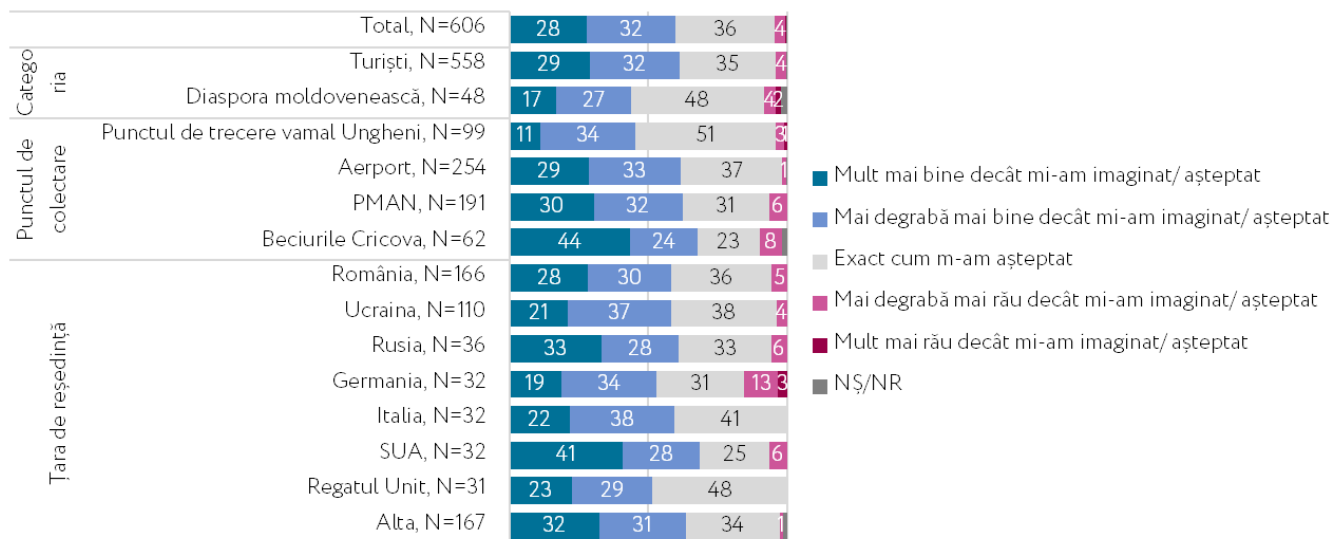


În timp ce o majoritate covârșitoare a turiștilor (61%) au declarat că experiențele lor au fost mai bune decât se așteptau, 44% dintre membrii diaspora s-au încadrat în aceeași categorie. În plus, 48% dintre membrii diaspora au indicat că experiențele lor au fost exact așa cum se așteptau, în comparație cu 35% dintre turiști.

În cazul a peste jumătate dintre respondenții de la punctul de trecere românesc, experiența în Moldova a fost exact ceea ce se așteptau (51%). Majoritatea participanților de la celelalte puncte de colectare au menționat că așteptările lor au fost depășite (între 62% și 68%).

Turiștii americani ies în evidență cu cel mai mare procent (69%) raportând că experiențele lor au fost mai bune decât se așteptau, indicând o impresie semnificativ pozitivă despre Moldova. În schimb, turiștii germani au avut cel mai mare procent (26%) care au raportat că experiențele lor au fost mai proaste decât se așteptau, reflectând o impresie mai mixtă.

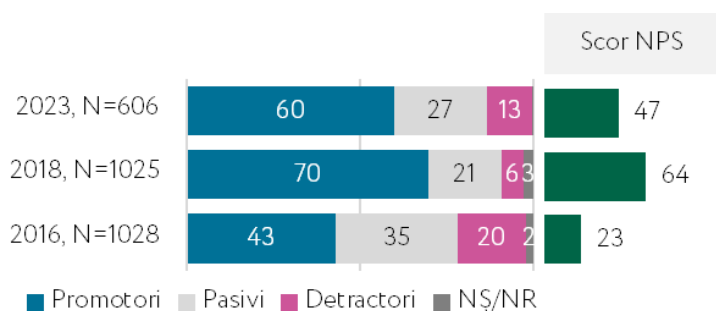
Figura 6.1.4.: Măsura în care așteptările au fost îndeplinite dezagregate pe categoria de respondenți și punctul de colectare: Q27b: *Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil), %*



6.2: Scorul NPS

Scorul NPS în 2023 a scăzut în comparație cu sondajul realizat în 2018 (de la 64 de puncte în 2018 la 47 în 2023). Scăderea a fost influențată de scăderea numărului de promotori (-10 p.p. față de 2018) și în același timp de creșterea numărului de detractori (+7 p.p. față de 2018). Scorul NPS în 2016 rămâne cel mai scăzut (23 de puncte) în comparație cu alte două valuri.

Figura 6.2.1: Scorul NPS: “Q28. Vă rugăm să evaluați predisponerea Dvs. de a recomanda rudelor/ prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 – „sigur nu aș recomanda” și 10 – „Sigur aș recomanda”, (un răspuns posibil)”, %

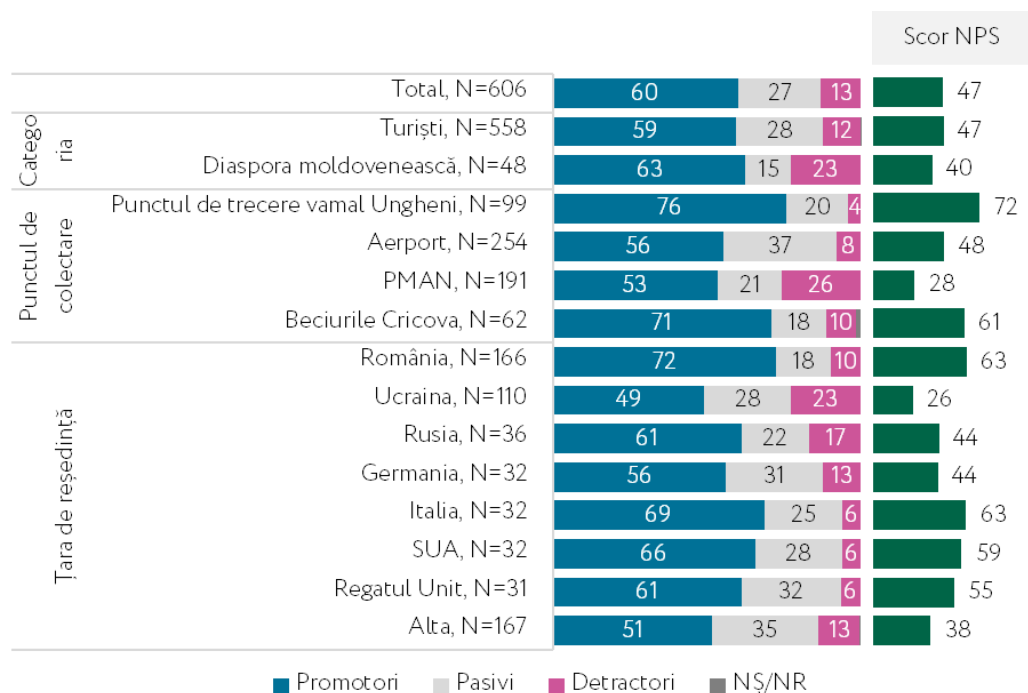


La compararea turiștilor cu diaspora moldovenească, ponderea promotorilor este relativ constantă (59%, respectiv 63%). În același timp, există unele diferențe în ponderea pasivilor și a detractorilor, turiștii fiind într-o măsură ceva mai mare pasivi (28%) și diaspora – detractori (23%). Pentru turiști, scorul NPS este de 47, în timp ce pentru diaspora – 40.

Respondenții intervievați la punctul de trecere din România (76%) și Crama Cricova (71%) tind să fie promotori. Cea mai mare pondere a detractorilor este în rândul intervievaților din PMAN (26%), având în același timp cel mai mic punctaj NPS – 28 de puncte. În același timp, 37% dintre respondenții din aeroport sunt pasivi.

Turiștii români și italieni se remarcă cu cele mai mari procente de promotori, indicând experiențe excepțional de pozitive și o înclinație puternică de a recomanda Moldova (79% și 69%). În același timp, turiștii ucraineni arată un răspuns mixt, cu un scor NPS relativ mai scăzut, sugerând un nivel de satisfacție mai moderat.

Figura 6.2.2: Scorul NPS dezagregat în funcție de tipul respondenților și punctul de colectare: "Q28. Vă rugăm să evaluați predisponerea Dvs. de a recomanda rudelor/prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 – „sigur nu aș recomanda” și 10 – „Sigur aș recomanda”, (un răspuns posibil)", %



Primele trei atracții menționate în 2023 de respondenți, fără a primi opțiuni de răspuns, sunt Chișinău, Beciurile Cricova și Orheiul Vechi.

Tabelul 6.2.1: Atracții pe care turiștii le-ar recomanda: "Q30. Care sunt principalele 3 atracții turistice, pe care le-ați recomanda prietenilor să le viziteze în Moldova?", %

Top 10 mențiuni		
2016	2018	2023
Beciuri vinicole	Orheiul Vechi	Chișinău
Biserici și mănăstiri	Beciurile Cricova	Beciurile Cricova
Chișinău	Cetatea Soroca	Orheiul Vechi
Fortăreață	Chișinău	Beciuri vinicole
Natură, păduri	Vinării	Mileștii Mici
Festivaluri, sărbători	Castelul Mimi	Castelul Mimi
Muzee	Purcari	Locuri istorice/muzee
Orașe sau sate din Moldova	Sahara	Parcul Ștefan cel Mare
Restaurante, baruri	Ziua Vinului	Cetatea Soroca
Parcurile Chișinăului	Mileștii Mici	Restaurante/Mâncare tradițională

Când au fost întrebați neasistați despre lucrurile de făcut în Moldova, 44% au menționat că se bucură de mâncare tradițională și au încercat vinul moldovenesc. Alte activități menționate sunt vizitarea cramelor, Chișinăului, muzeului, întâlnirea localnicilor etc.

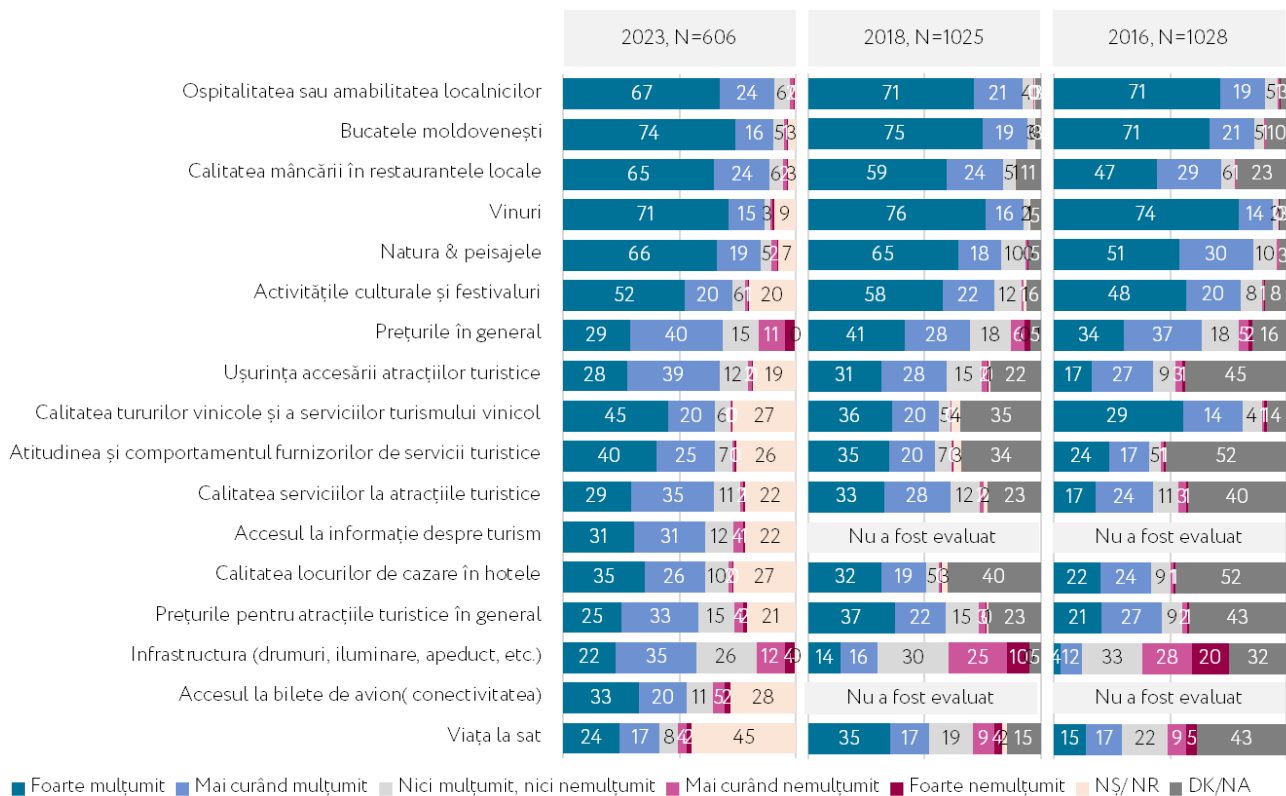
Tabelul 6.2.2: Lucruri de făcut în Moldova: "Q31. Care sunt top 3 lucruri care trebuie făcute în Moldova?", %



2023, N=606
Savurarea mâncării tradiționale
Încercarea vinurilor
Vizitarea vinărilor
Vizitarea Chișinăului
Vizitarea muzeelor/ locurilor arhitecturale
Întâlniri/ discuții cu localnicii
Vizitarea beciurilor Cricova
Participarea la o nuntă
Dansul Hora
Vizitarea bisericilor/ mănăstirilor

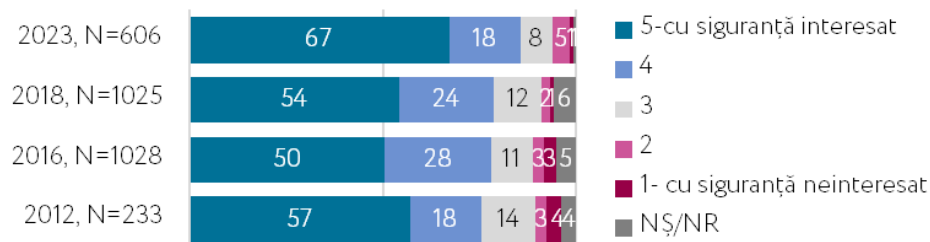
În 2023, respondenții care au vizitat Moldova și-au exprimat un nivel ridicat de satisfacție cu toate aspectele menționate. Primele cinci domenii de satisfacție au fost în concordanță cu studiile anterioare, evidențiind atractivitatea de durată a acestor aspecte pentru vizitatori. Mai exact, respondenții au fost foarte mulțumiți de ospitalitatea și amabilitatea localnicilor (91%), de mâncarea tradițională moldovenească (90%), de calitatea mâncărilor din restaurantele locale (89%), de vinuri (86%) și de peisajele naturale. (85%). Față de 2018 și 2016, se constată o creștere a nivelului de satisfacție față de infrastructură (57% în 2023, față de 30% în 2018 și 16% în 2016).

Figura 6.2.3: Satisfacția față de diferite aspecte ale experienței turistice: "Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)", %



De-a lungul anilor, a existat o tendință pozitivă consistentă în interesul respondenților și planurile de a reveni în Moldova. În 2023, 85% dintre respondenți și-au exprimat un interes puternic de a reveni în Moldova, indicând o puternică dorință de a reveni în țară. Această proporție a crescut ușor față de anii precedenți, cu 78% în 2018 și 75% în 2012.

Figura 6.2.4: Interesul de a vizita din nou Moldova: "Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/ planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova. (un răspuns posibil)", %

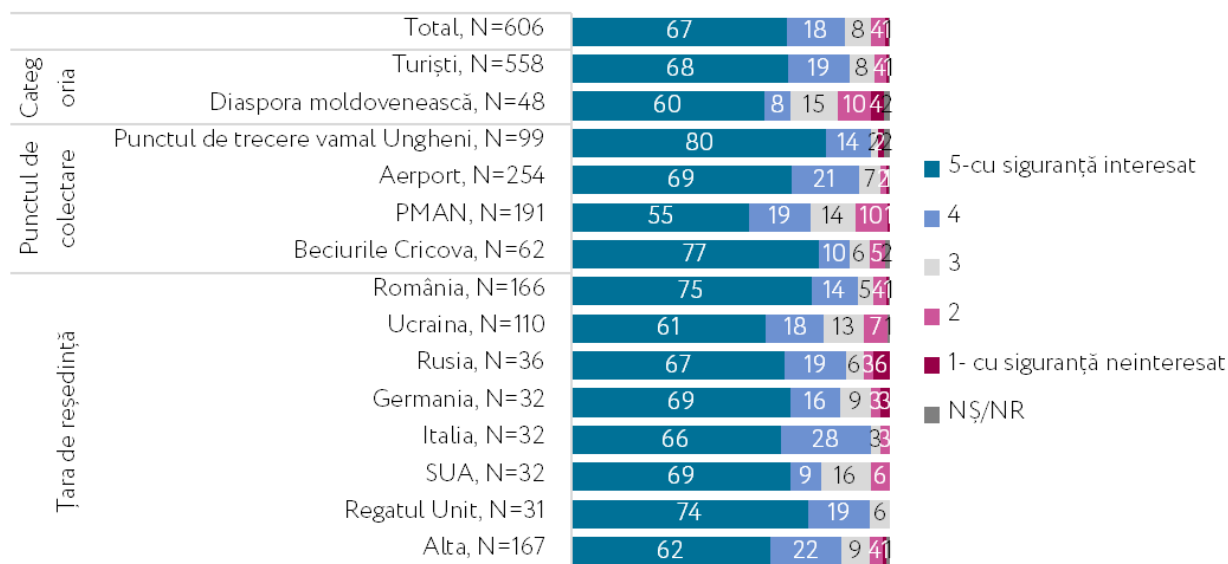


Turiștii și membrii diasporei moldovenești își exprimă un interes relativ ridicat pentru a vizita din nou Moldova. Dintre turiști, 87% indică că sunt interesați, în timp ce 68% dintre respondenții din diaspora împărtășesc același sentiment. Cu toate acestea, merită remarcat faptul că o proporție puțin mai mare de respondenți din diaspora au indicat un anumit nivel de incertitudine sau neutralitate cu privire la interesul lor de a reveni (15%, comparativ cu 8% în rândul turiștilor).

Dintre diferitele puncte de colectare, respondenții intervievați la punctul de trecere din România, aeroport și Crama Cricova și-au exprimat un interes mai mare pentru întoarcerea în Moldova (variind de la 87% la 94%). În același timp, 74% dintre respondenții PMAN împărtășesc aceeași dorință, în timp ce 11% sunt neinteresați.

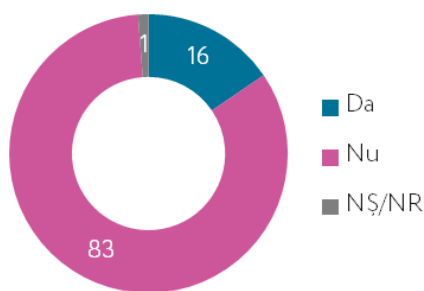
Turiștii italieni și britanici manifestă cel mai înalt nivel de interes pentru a vizita din nou Moldova, 94% fiecare exprimând o atitudine interesată de a revedea Moldova.

Figura 6.2.5: Interesul de a vizita din nou Moldova dezagregat în funcție de categoria de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova. (un răspuns posibil)", %



Majoritatea participanților la sondaj nu au avut nicio îngrijorare privind siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului în curs din Ucraina (83%).

Figura 6.2.6: Preocupări legate de siguranță: "Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un singur răspuns)", N=606, %

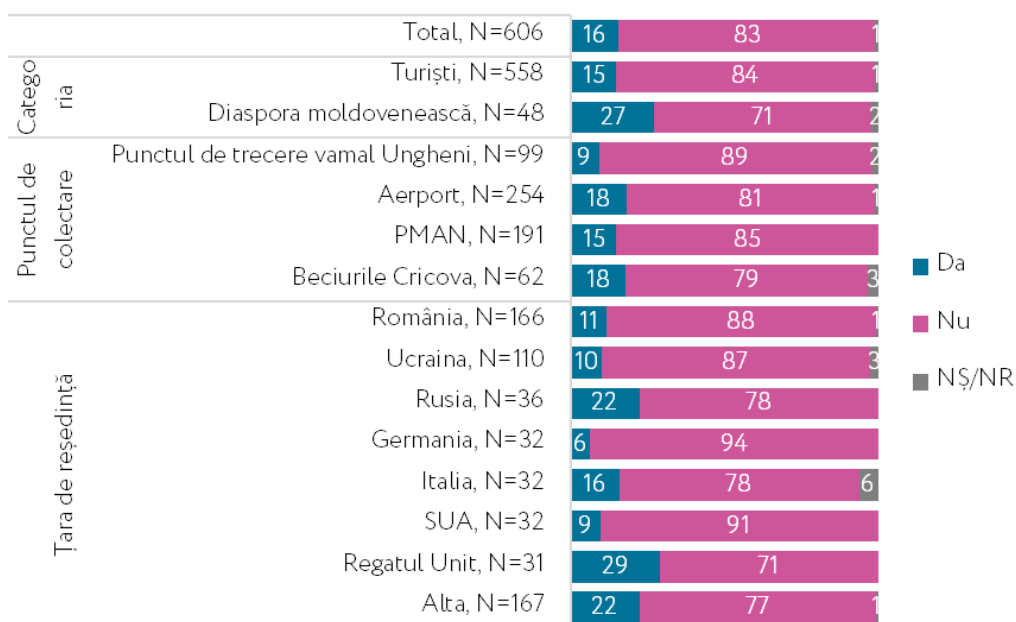


Printre turiști, 15% au exprimat îngrijorări privind siguranța, în timp ce 84% nu au avut astfel de îngrijorări. În schimb, membrii diaspora moldovenească au avut un nivel mai ridicat de îngrijorare, cu 27% exprimând astfel de preocupări privind siguranța, în timp ce 71% nu au împărtășit aceste îngrijorări.

Respondenții intervievați la aeroport și Beciurile Cricova au împărtășit preocupări puțin mai mari de siguranță (18% fiecare) în comparație cu celelalte puncte de colectare.

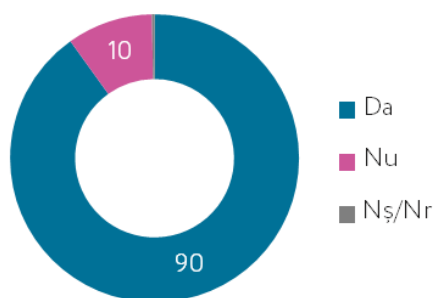
Turiștii ruși și britanici au avut preocupări de siguranță într-o măsură mai mare în comparație cu respondenții din alte țări (22% și, respectiv, 29%).

Figura 6.2.7: Preocupări legate de siguranță dezagregate pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un singur răspuns)", %



Nouă din zece respondenți spun că s-au simțit în siguranță în Moldova – 90%.

Figura 6.2.8: Siguranța în Moldova: "Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)", N=606, %

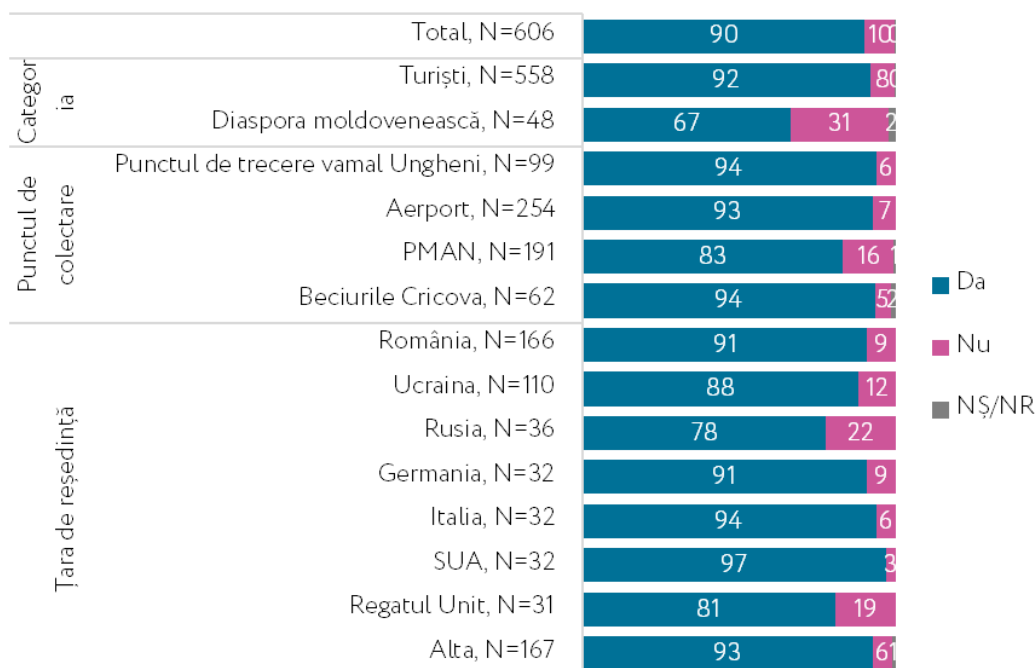


O majoritate covârșitoare a turiștilor, 92%, au declarat că s-au simțit în siguranță în timpul vizitei lor, în comparație cu 67% dintre cei din diaspora moldoveană.

Respondenții de la PMAN au exprimat un sentiment ușor mai scăzut de siguranță (83%) în comparație cu cei de la aeroport, Beciurile Cricova și punctul de frontieră din România.

Majoritatea respondenților s-au simțit în siguranță în Moldova, indiferent de țara de reședință. Cu toate acestea, 22% dintre turiștii ruși și 19% dintre turiștii britanici afirmă că nu s-au simțit în siguranță în timpul șederii în Republica Moldova.

Figura 6.2.9: Siguranța în Moldova dezagregată pe categorii de respondenți, punctul de colectare și țara de reședință: "Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)", %



Printre motivele pentru a se simți în siguranță, respondenții au menționat lipsa problemelor întâmpinate, atmosfera liniștită, amabilitatea localnicilor și buna pregătire a ofițerilor de poliție.

Unii respondenți, care s-au simțit nesiguri, spun că acest sentiment este cauzat de războiul din Ucraina, care este o țară vecină cu Moldova. Alte motive sunt: Moldova este o țară străină pe care nu o cunosc, situația este instabilă din cauza războiului, există o securitate proastă, infrastructura este proastă și rata criminalității este ridicată.

Tabel 6.2.3: Motive de siguranță/nesiguranță: "Q35: De ce sau de ce nu? (răspuns deschis)", N=606, %

Motive de a te simți în siguranță	Motive de a te simți nesigur
Nu au fost probleme	Pentru că este lângă Ucraina, unde este război
Este liniște, calm și nu are loc un război	Este o țară străină
Oamenii sunt prietenoși	Situația este instabilă
Aici este în siguranță	Securitatea este slabă
Poliția este bine pregătită	Din cauza infrastructurii (lipsa drumurilor, lumini etc.)
Sunt acasă aici	Prea multă criminalitate
Este o țară mică și neutră	
Am venit cu prietenii/Nu sunt singur	
Mă simt ca acasă aici/suntem aceeași națiune	

Similar cu anii precedenți, în 2023 cele mai menționate servicii care ar putea fi îmbunătățite în Moldova sunt: calitatea drumurilor (19%), cantitatea de informații/broșuri (15%) și serviciile de transport (13%).

Tabelul 6.2.3: Servicii turistice care ar putea fi îmbunătățite. "Q36. În opinia Dvs., ce servicii turistice lipsesc sau ar putea fi îmbunătățite?"

Top 10 remarci		
2016	2018	2023



Capitolul VI: Opinia vizitatorilor despre turismul în Moldova

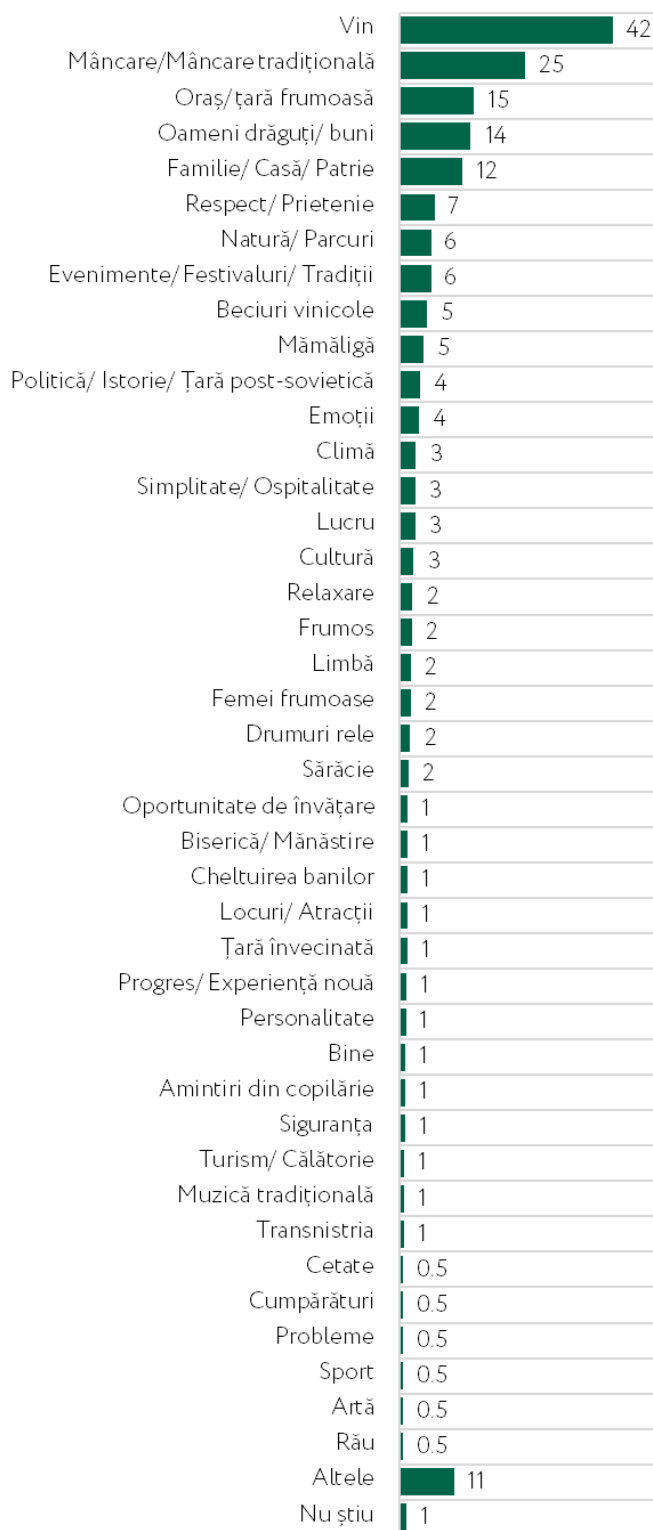
Lipsa de informații despre obiectivele turistice din Moldova, inclusiv în limba engleză, hărți	Drumuri	Drumuri
Drumuri	Transport mai frecvent la obiectivele turistice și un orar care este respectat	Informații, broșuri, indicatoare, hărți pentru turiști/digitalizare și publicitate
Autobuze turistice	Mai multe informații pentru turiști, de dorit în engleză	Servicii de transport (taxi, autobuz etc.)/Transport către destinații turistice
Promovarea turismului	Infrastructură	Tururi, excursii, mai multe locuri pentru turiști
Hotel (prețuri mari, prețurile nu sunt afișate/afișate)	Puține toalete, băi murdare	Mai multe informații în limba engleză (de exemplu la muzeu și atracții turistice)
Infrastructură slabă	Hoteluri, servicii în hotel, calitate hotelieră	Prețuri mari pentru unele servicii (roaming, taxi, hoteluri etc.)
Dezvoltarea serviciilor turistice (în biserici, Codru, mediul rural)	Ghizii turistici lipsesc / plictisitor	Oamenii ar trebui să fie mai pozitivi / să zâmbească mai mult
Toate serviciile au nevoie de îmbunătățiri	Serviciu sub standard	Mai multe activități culturale/ festivaluri/ divertisment
Serviciu clienți slab	lumini de strada	Problema cu aeroportul (zboruri puține, întârziate, anulate)
Nimic	Cunoștințe de limbă	Plata cu cardul nu este disponibilă peste tot



CAPITOLUL VII: ASOCIERILE CU „TURISMUL ÎN MOLDOVA”

Primele 5 asocieri ale sintagmei „turism în Moldova” sunt: vin (42%), mâncare tradițională (25%), țară frumoasă (15%), oameni prietenoși/cuminte (14%) și familie (12%).

Figura 7.1: Asocierea turiștilor cu sintagma „turism în Republica Moldova”: ”Q7: Care este primul cuvânt care vă vine în minte când auziți ”Călătorie în Republica Moldova”? (răspuns deschis)”, N=606, %



CONCLUZII

Sondajul prezentat conține informații despre experiența turiștilor în timpul călătoriei lor în Moldova, cu primul studiu realizat în 2012, al 2-lea în 2016, al 3-lea în 2018 și cel actual în 2023. Acest capitol conține concluzii cheie cu privire la cele patru anchete care au fost realizate. Unele dintre rezultate nu pot fi comparate cu aceleași rezultate din alte anchete, din cauza diferenței dintre numărul de turiști și datele de vizitare a Republicii Moldova. Mai multe asemănări au fost înregistrate în sondajele din 2016, 2018 și 2023, unde au fost chestionați 1028, 1025 și, respectiv, 606 turiști. Raportul poate avea diferențe între aspectele abordate, din cauza modificărilor la chestionar care au fost făcute în timpul sondajelor. În cadrul sondajelor efectuate, turiștii au fost chestionați doar în lunile octombrie și noiembrie, în locurile care au fost stabilite împreună cu beneficiarul – care sunt descrise în metodologie. Colectarea datelor a avut loc în perioada în care se sărbătorește Festivalul Vinului, în perioada octombrie – noiembrie a fiecărui an.

Caracteristici generale

- În 2023 majoritatea turiștilor sunt din România și au reședință în România. În plus, există o creștere notabilă a numărului de respondenți din Ucraina și o scădere a numărului de respondenți ruși.
- În ultimii 2 ani, turiștii din 2023 au călătorit în medie în 5 țări, în timp ce în 2018 și 2016 numărul mediu a fost de 6 țări.
- În medie, Moldova a fost vizitată de 3 ori în ultimii 5 ani de către turiști.

Motive de a vizita Moldova

- Cel mai popular motiv pentru a veni în Moldova este cel de agrement, asemănător cu valorile anterioare. În 2012, mai mulți respondenți au călătorit în Moldova în scop de afaceri, pondere care a scăzut de-a lungul anilor.
- În 2023, principalul factor motivant pentru a vizita Moldova îl reprezintă recomandările prietenilor și familiei, în timp ce în studiul din 2018, principalul factor motivant a fost dorința de a degusta vin.
- În ansamblu, faptul că Moldova este o țară vinicolă a determinat jumătate dintre turiștii din 2023 să viziteze țara, o ușoară creștere față de 2018 și 2016. Este important de reținut că sondajele au fost realizate în cadrul Festivalului Vinului, iar unii turiști veniți în Moldova special pentru acest eveniment.

Surse de informare despre Moldova

- Majoritatea turiștilor au aflat despre Moldova de la prieteni și rude, lecții de școală/istorie și site-uri web de pe internet. Rudele și prietenii continuă să fie principalele surse de informații despre Moldova în toate valorile studiului.
- În general, site-ul www.Moldova.travel, a fost accesat de puțini respondenți. În timpul celor două sondaje anterioare, mai puțin de 12% dintre turiști au vizitat acest site.

Organizarea călătoriei spre și prin Moldova

- Numărul turiștilor care au ales să organizeze singuri excursia în Moldova a crescut față de studiile anterioare.
- Transportul și prețurile mari pentru întregul sejur sunt printre principalele dificultăți întâmpinate în organizarea călătoriei în Moldova.
- Studiul actual relevă o scădere a numărului de zile petrecute în Moldova, o treime dintre vizitatori stau mai puțin de 3 zile și o altă treime stau mai puțin de o săptămână.
- Majoritatea vizitatorilor au ales să se cazeze la hotel, urmate de sejururi la prieteni și rude și de închiriere de apartamente/camere. Opțiunile sunt similare cu cele raportate în 2018.
- O treime dintre respondenți au folosit Bookin.com pentru a rezerva cazare în Moldova, în timp ce unul din zece a folosit Airbnb. În același timp, puțin mai puțin de jumătate dintre turiști nu au folosit internetul pentru a găsi cazare.



- Există trei moduri principale prin care turiștii au rezervat tururi și excursii. Un al treilea a menționat folosirea internetului pentru a-și organiza sau rezerva vizitele, tururile, excursiile în Moldova, în timp ce restul le-a aranjat la fața locului și s-au bazat pe prieteni și rude. Bazarea pe internet este o schimbare majoră față de rezultatele studiului din 2018 și 2016, când doar unul din douăzeci a folosit acest instrument.
- Majoritatea respondenților consideră că este foarte ușor sau ușor să organizeze vizite, tururi sau excursii.

Experiența în Moldova

- Cele mai vizitate locuri de către cei intervievați au fost Chișinăul, restaurantele, magazinele și cluburile de vinuri, și festivalurile și serbările – în conformitate cu răspunsurile din 2018. Un fapt interesant este că majoritatea turiștilor și-au petrecut timpul în Chișinău, în timp ce jumătate din diaspora moldovenească își petreceau timpul în afara capitalei.
- În general, vizitatorii au avut niveluri relativ ridicate de satisfacție față de locațiile vizitate din Moldova, în concordanță cu constatările din 2016 și 2018. Cea mai mare satisfacție percepută a fost din vizitarea rezervațiilor naturale și a peisajelor, urmată de restaurante, magazine de vinuri și cluburi și crame.
- Două treimi dintre cei care au spus că Ziua Națională a Vinului este principala zonă de interes pentru vizita în Moldova, au menționat că degustarea vinurilor moldovenești este principalul interes pentru a participa la festival. Ponderea a crescut de la 27% raportată în 2018.

Așteptările vizitatorilor cu referire la turismul în Moldova

- Jumătate dintre turiști aveau așteptări mari sau mai degrabă mari despre călătoria lor. Această pondere este oarecum similară cu cea din 2018 și 2016.
- Evaluând nivelul de recomandare pentru vizitarea Moldovei, scorul NPS raportat în 2023 a scăzut de la 64 de puncte în 2018 la 47.
- Chișinăul, Crama Cricova și Orheiul Vechi sunt atracțiile de top pe care turiștii le-ar recomanda unui prieten să le viziteze în Moldova. Crama Cricova și Orheiul Vechi își mențin poziția de recomandări de top din studiul din 2018.
- În ceea ce privește aspectele experienței turistice de care respondenții sunt cel mai mulțumiți sunt: ospitalitatea localnicilor, mâncărurile tradiționale moldovenești, calitatea mâncărilor și vinurilor, care își mențin poziția de experiențe cu cele mai bune cote în toate valuri.
- Două treimi dintre turiști au menționat că ar fi cu siguranță interesați să viziteze din nou Moldova, o creștere de la 54% în 2018 și 50% în 2016.
- Nouă din zece respondenți spun că s-au simțit în siguranță în Moldova.

Asocierile cu „Turismul în Moldova”

- Când li s-a cerut să asocieze un cuvânt sau o expresie cu "turismul în Moldova", participanții au adus în mod predominant cuvântul "Vin", menționat de 42% dintre aceștia. Alte termene aduse în discuție de un număr mai mic de respondenți au inclus mâncare sau mâncare tradițională, orașul sau țara frumoasă și localnicii prietenoși sau plăcuți, printre alte expresii.



ANEXE

Anexa 1.1.1: " Q1. În ce țară locuiți la moment? (răspuns deschis)", țările care s-au clasat peste 1%.

% per rând		N	România	Ucraina	Rusia	Germania	Italia	Statele Unite ale Americii	Regatul Unit	Israel	Franța	Polonia
Total		606	27	18	6	5	5	5	5	3	2	2
Sexul	Feminin	217	27	25	7	5	4	4	6	4	0	2
	Masculin	389	28	14	5	5	6	6	5	3	2	1
Vârsta	18-35	213	25	17	7	7	7	4	6	2	3	1
	36-55	297	27	20	6	5	4	6	5	3	1	2
	Peste 55	96	35	15	2	2	5	6	3	4	1	3
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	42	23	3	3	4	3	5	1	1	1
	Mai puțin de o săptămână	195	24	12	7	8	7	5	6	5	2	3
	1-2 săptămâni	113	17	18	8	4	6	8	6	4	1	1
	O lună (3-4 săptămâni) sau mai mult	76	9	20	11	8	5	8	4	3	4	0
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	32	19	5	4	4	5	4	4	1	2
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	29	17	7	4	10	2	6	2	1	2
	Singur	154	18	19	6	9	4	8	7	1	3	1
Categoría	Turiști	558	28	18	6	5	5	6	5	3	1	2
	Diaspora	48	15	15	8	10	10	2	8	2	4	2



Anexa 1.1.2: "Q2. Care este naționalitatea Dvs.?? (răspuns deschis)", naționalitățile care s-au clasat peste 1%.

% per rând		N	Romanian	Ukrainian	Moldavian	Russian	American	German	Italian	British	Israeli
Total		606	31	18	8	6	5	3	3	2	2
Sexul	Feminin	217	30	27	10	6	3	2	1	2	1
	Masculin	389	31	14	7	6	6	3	4	2	2
Vârsta	18-35	213	30	17	13	7	5	2	3	2	0
	36-55	297	29	21	5	7	5	4	2	2	2
	Peste 55	96	36	16	4	3	5	2	3	3	4
Țara	România	166	93	1	4	0	1	0	0	0	0
	Ucraina	110	3	81	6	3	0	0	0	4	0
	Rusia	36	3	8	11	75	0	0	0	0	0
	Germania	32	13	6	16	3	6	47	0	0	0
	Italia	32	22	6	16	0	0	0	53	0	0
	SUA	32	0	3	3	3	81	0	0	0	3
	Regatul Unit	31	19	19	13	3	3	0	0	32	0
Durata călătoriei	Alta	167	5	5	9	2	1	1	0	0	5
	Mai puțin de 3 zile	222	44	23	4	3	3	2	3	2	0
	Mai puțin de o săptămână	195	25	14	9	6	5	5	4	3	3
	1-2 săptămâni	113	24	16	12	9	9	2	2	2	3
Situția familială	O lună (3-4 săptămâni) sau mai mult	76	17	20	13	12	5	1	1	3	1
	Căsătorit, cu copii	319	35	20	6	6	3	2	2	2	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	31	15	10	6	4	4	6	2	1
Categoria	Singur	154	21	19	10	7	9	3	1	5	1
	Turiști	558	33	20	8	7	6	3	3	2	2
	Diaspora	48	0	0	100	0	0	0	0	0	0



Anexa 1.1.3: "Q4. Câte țări ați vizitat pe parcursul ultimilor 2 ani pentru sărbători sau pentru orice alt scop (în afară de țara în care locuiți)? Vă rog să nu luați în calcul țările prin care ați trecut în tranzit sau unde durata de ședere a constituit mai puțin de o zi. (răspuns deschis)"

% per rând		N	Nici una	1-2	3-5	6-8	Mai mult de 8
Total		606	1	27	44	11	16
Sexul	Feminin	217	1	30	49	12	8
	Masculin	389	2	26	41	11	21
Vârsta	18-35	213	1	29	48	9	13
	36-55	297	2	25	42	14	18
	Peste 55	96	2	32	40	9	17
Țara	România	166	3	30	48	11	8
	Ucraina	110	1	36	36	6	20
	Rusia	36	3	42	33	19	3
	Germania	32	0	13	50	25	13
	Italia	32	0	16	63	9	13
	SUA	32	3	22	38	19	19
	Regatul Unit	31	3	32	48	6	10
	Alta	167	0	22	42	11	26
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	2	30	40	12	16
	Mai puțin de o săptămână	195	2	25	44	12	18
	1-2 săptămâni	113	2	32	49	7	11
	O lună (3-4 săptămâni) sau mai mult	76	0	20	47	16	17
	Căsătorit, cu copii	319	2	25	45	12	16
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	2	29	41	13	15
	Singur	154	1	32	41	9	18
Situația familială	Turiști	558	1	27	43	11	17
	Diaspora	48	4	33	46	17	0



Anexa 2.1.1: "Q6. Ce tip de călătorie descrie cel mai bine vizita dumneavoastră în Moldova? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Tur de grup (organizat de o agenție/tur-operator)	Individual – călătorie planificată de sine-stătător	Călătorie de familie	Călătorie de cuplu	Călătorie cu prieteni	Turist în scop de afaceri	Diaspora moldovenească care vizitează Moldova
Total		606	2	29	27	7	13	14	8
Sexul	Feminin	217	4	19	34	10	12	11	10
	Masculin	389	2	35	23	6	13	15	7
Vârsta	18-35	213	0	27	26	8	15	10	13
	36-55	297	2	32	29	7	9	16	5
	Peste 55	96	8	25	21	8	18	16	4
Țara	România	166	5	23	30	10	20	7	4
	Ucraina	110	3	25	38	7	8	12	6
	Rusia	36	0	25	33	14	8	8	11
	Germania	32	0	34	19	3	19	9	16
	Italia	32	0	34	28	6	3	13	16
	SUA	32	3	34	25	3	16	16	3
	Regatul Unit	31	0	45	23	6	10	3	13
	Alta	167	2	32	17	5	10	25	9
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	5	33	29	6	11	13	4
	Mai puțin de o săptămână	195	2	25	24	6	15	19	9
	1-2 săptămâni	113	2	23	29	11	14	10	12
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	0	36	24	9	11	8	13
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	3	26	29	8	11	16	6
	Căsătorit/intr-o relație, fără copii	124	1	27	27	12	12	10	10
	Singur	154	3	35	23	3	18	10	10



Anexa 2.2.1: "Q16. Totodată, vă rog să-mi spuneți care au fost principalele arii de interes pentru a vizita Moldova și care au fost altele? (răspuns multiplu)"

% per rând		N	Timp liber: vacanță, odihnă, recreere	În vizită la rude, prieteni	Festivals, celebrations, events	Vizitarea vinărilor	Festivalul Vinului (Ziua Națională a Vinului)	Activitate comercială sau profesională	Activități culturale	Gastronomie sau mancare locală	Cumpărături, cumpărare de bunuri în scopul consumului	Vizitarea Transnistriei	Sănătate și îngrijire medicală	Religie (pelerinaj, călătorii misionare etc.)	Nici un scop secundar	NȘ/NR
Total		606	64	37	31	26	24	20	19	18	8	5	4	1	5	6
Sexul	Feminin	217	66	43	33	29	24	15	19	17	6	3	5	1	8	6
	Masculin	389	63	33	30	25	25	23	19	18	10	6	3	2	4	5
Vârsta	18-35	213	69	40	32	27	26	17	19	19	7	5	4	0	4	3
	36-55	297	59	34	30	26	26	23	19	17	9	5	4	1	7	8
	Peste 55	96	67	40	32	26	16	19	18	16	10	4	3	5	4	5
Țara	România	166	68	25	38	32	25	14	11	17	13	1	1	2	2	2
	Ucraina	110	66	36	32	24	25	18	16	10	7	1	2	0	12	6
	Rusia	36	67	56	42	22	39	14	17	17	11	14	6	3	6	3
	Germania	32	59	41	25	19	22	16	34	28	9	6	9	0	6	9
	Italia	32	59	59	22	25	22	22	19	25	3	3	13	0	3	3
	SUA	32	59	34	28	38	25	16	41	25	6	6	3	3	6	16
	Regatul Unit	31	74	55	29	10	13	10	10	23	3	10	10	0	3	10
	Alta	167	59	37	26	26	23	34	24	17	6	9	3	2	5	7
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	64	27	30	31	20	17	17	14	9	1	1	2	6	9
	Mai puțin de o săptămână	195	57	35	26	27	26	27	22	17	8	6	2	2	6	3
	1-2 săptămâni	113	72	50	38	19	27	18	18	18	7	8	5	1	4	5
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	70	53	39	21	28	18	18	28	12	11	13	0	3	3
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	63	39	29	27	22	22	15	18	9	3	3	3	7	7
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	63	45	31	23	29	19	20	16	10	8	3	0	6	4
	Singur	154	67	28	36	28	27	18	25	18	6	8	5	1	3	4
Categorია	Turiști	558	63	35	32	28	25	22	20	18	9	5	3	2	5	6
	Diaspora	48	71	63	25	13	17	2	2	8	6	2	6	0	6	4



Anexa 2.3.1: "Q14. Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea să rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova)? (răspuns multiplu)", partea I

% per rând		N	Prietenii/cunoscuții mi-au povestit de bine despre Republica Moldova, m-au intrigat	Este ieftin să vizitezi Republica Moldova	Am dorit să gust vinul moldovenesc	Este o țară puțin cunoscută	Este o țară din spațiul exsovietic	Am vrut să vizitez vinăriile și beciurile moldovenești	Am auzit că se organizează diferite festivaluri, inclusiv festivalul vinului
Total		606	41	27	25	23	22	18	13
Sexul	Feminin	217	45	26	22	18	18	19	13
	Masculin	389	38	27	27	25	23	17	14
Vârsta	18-35	213	40	33	24	25	19	18	14
	36-55	297	38	23	26	22	23	16	13
	Peste 55	96	48	24	27	19	25	22	14
Țara	România	166	41	34	29	28	19	20	17
	Ucraina	110	38	21	17	18	25	15	7
	Rusia	36	53	39	36	22	28	25	22
	Germania	32	41	19	34	16	9	19	13
	Italia	32	41	28	31	41	19	31	16
	SUA	32	38	25	19	31	13	22	19
	Regatul Unit	31	52	29	23	39	16	10	10
	Alta	167	38	22	24	14	26	14	11
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	36	26	25	26	23	20	11
	Mai puțin de o săptămână	195	42	25	25	22	22	14	12
	1-2 săptămâni	113	44	31	28	22	20	19	19
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	47	28	24	14	18	18	16
Situația familială	Căsătorit, cu copii	319	41	26	28	16	19	18	15
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	46	29	27	28	28	23	11
	Singur	154	35	27	19	31	20	14	12
Categoría	Turiști	558	43	27	26	23	23	18	14
	Diaspora	48	17	17	15	21	6	15	8



Anexa 2.3.1: "Q14. Acum vă voi citi o listă de factori, ați putea vă rog să indicați care sunt factorii care v-au motivat să vizitați Republica Moldova ca o destinație turistică? (indiferent de motivul principal de a vizita Moldova)? (răspuns multiplu)", partea a II-a

% per rând		N	Am dorit să vizitez monumente (cetate, monumente naturale, etc.)	Am citit în internet/am auzit că în RM se mai respectă tradițiile și obiceiurile strămoșilor	Am văzut poze în internet și am rămas frapat de frumusețea acestora	În ultima perioadă RM este mai mult mediatizată în presa internațională, respectiv am fost curios să o vizitez	Am dorit să văd viața la sat	Alta	NȘ/NR
Total		606	13	10	9	8	6	11	2
Sexul	Feminin	217	14	10	7	10	7	10	2
	Masculin	389	13	10	10	8	6	12	2
Vârsta	18-35	213	12	10	8	8	8	10	1
	36-55	297	14	10	9	8	5	11	3
	Peste 55	96	14	9	10	8	5	14	1
Țara	România	166	12	15	13	11	5	10	0
	Ucraina	110	12	6	5	4	2	8	5
	Rusia	36	22	14	11	19	6	6	0
	Germania	32	19	13	9	0	13	22	0
	Italia	32	9	9	3	6	9	0	0
	SUA	32	19	9	6	13	6	13	0
	Regatul Unit	31	10	6	3	3	10	3	3
Alta	167	13	6	8	8	8	8	17	4
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	11	9	7	5	4	9	3
	Mai puțin de o săptămână	195	15	8	7	6	5	10	2
	1-2 săptămâni	113	18	12	15	17	9	14	2
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	11	12	8	11	12	17	1
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	13	12	10	10	6	11	3
	Căsătorit/intr-o relație, fără copii	124	16	10	6	8	8	6	1
	Singur	154	12	5	8	6	6	14	1
Categorია	Turiști	558	14	10	9	9	6	11	2
	Diaspora	48	6	1	4	4	12	17	8



Anexa 2.3.4: "Q15. În ce măsură faptul că Moldova este o țară vinicolă, a influențat decizia Dvs. de a vizita Moldova?? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Într-o mare măsură	Într-o oarecare măsură	Într-o mică măsură	Deloc	NȘ/NR
Total		606	29	20	16	33	1
Sexul	Feminin	217	25	23	19	32	1
	Masculin	389	32	19	14	34	1
Vârsta	18-35	213	29	23	17	30	1
	36-55	297	30	21	14	34	1
	Peste 55	96	28	15	20	36	1
Țara	România	166	33	26	12	29	0
	Ucraina	110	23	19	20	36	2
	Rusia	36	33	22	19	25	0
	Germania	32	50	13	6	28	3
	Italia	32	38	19	25	19	0
	SUA	32	28	16	13	41	3
	Regatul Unit	31	13	19	16	48	3
	Alta	167	27	19	17	37	1
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	30	21	13	34	2
	Mai puțin de o săptămână	195	31	22	16	31	1
	1-2 săptămâni	113	23	17	21	39	0
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	33	21	16	29	1
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	30	16	17	36	1
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	26	28	17	28	1
	Singur	154	31	24	13	31	1
Categorია	Turiști	558	30	21	16	33	1
	Diaspora	48	25	19	21	35	0



Anexa 3.4: "Q10. Cum / de unde ați aflat despre Republica Moldova? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Rude, prieteni	Din școală	Internet – websiteuri, bloguri, YouTube	Organizație/partener de afaceri	M-am născut aici	Moldova este o țară învecinată cu a mea	Social Media – Facebook, Instagram, TikTok (alte rețele sociale)	Târguri de turism	TV/ Radio	Agencii de turism / Tur-operator	Rreviste/ ziare/ghiduri de călătorii/materiale promoționale ale GOM	Altele	NȘ/NR
Total		606	47	14	8	7	5	4	3	3	1	1	1	2	3
Sexul	Feminin	217	51	12	6	6	6	3	4	3	3	1	0	2	3
	Masculin	389	46	15	9	8	5	5	3	3	1	1	1	2	3
Vârsta	18-35	213	53	12	9	5	7	2	5	3	1	0	0	1	2
	36-55	297	45	14	8	9	4	4	2	2	2	2	1	2	4
	Peste 55	96	43	22	3	6	4	8	2	2	2	2	2	2	1
Țara	România	166	49	20	5	3	4	8	1	2	1	1	1	1	4
	Ucraina	110	49	20	4	4	0	6	5	4	4	3	0	3	0
	Rusia	36	50	11	8	6	6	0	6	0	0	3	3	3	6
	Germania	32	47	6	22	6	16	0	0	0	0	0	0	0	3
	Italia	32	56	0	6	9	9	0	3	6	0	0	3	0	6
	SUA	32	44	9	19	9	6	0	6	0	0	3	0	3	0
	Regatul Unit	31	42	13	10	6	6	3	0	6	0	0	3	3	6
Alta	167	44	11	8	14	7	2	4	3	2	0	1	2	2	
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	42	18	8	7	2	6	4	4	2	1	1	2	3
	Mai puțin de o săptămână	195	50	12	9	8	7	2	2	4	1	1	1	1	4
	1-2 săptămâni	113	50	12	7	5	8	5	4	0	3	3	1	1	2
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	54	11	5	8	7	4	1	1	1	0	1	4	3
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	44	18	6	8	6	6	1	2	1	2	1	2	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	58	10	6	6	4	2	2	2	2	0	2	2	2
	Singur	154	47	11	11	4	4	3	7	5	1	1	1	3	2
Categorii	Turiști	558	49	15	8	7	2	4	3	2	1	1	1	2	2
	Diaspora	48	29	2	4	2	41	0	2	6	2	0	0	0	10



Anexa 3.9: "Q12. Dvs. ați vizitat site-ul www.Moldova.travel? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Da	Nu	NȘ/NR
Total		606	13	85	2
Sexul	Feminin	217	13	84	2
	Masculin	389	12	85	2
Vârsta	18-35	213	10	87	2
	36-55	297	14	84	2
	Peste 55	96	14	83	3
Țara	România	166	12	87	1
	Ucraina	110	8	92	0
	Rusia	36	11	86	3
	Germania	32	19	75	6
	Italia	32	16	84	0
	SUA	32	9	88	3
	Regatul Unit	31	6	90	3
	Alta	167	17	79	4
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	13	85	2
	Mai puțin de o săptămână	195	12	85	3
	1-2 săptămâni	113	12	85	3
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	16	84	0
Situația familială	Căsătorit, cu copii	319	13	84	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	15	83	2
	Singur	154	10	89	1
Categorია	Turiști	558	12	85	2
	Diaspora	48	17	81	2



Anexa 4.1.1.1.: "Q18. Cum/de către cine a fost organizată călătoria Dvs. în Moldova? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Prin intermediul unei agenții/tur operator moldovenesc	Prin intermediul unei agenții/tur operator din țara turistului	De sine stătător	De către rude/prieteni/familie	De către compania cu care conlucrăm/partenerii de afaceri
Total		606	2	3	73	13	9
Sexul	Feminin	217	2	5	71	14	8
	Masculin	389	2	2	74	12	10
Vârsta	18-35	213	2	0	74	17	7
	36-55	297	2	4	73	10	12
	Peste 55	96	1	7	71	14	7
Țara	România	166	1	5	69	19	5
	Ucraina	110	3	5	78	12	3
	Rusia	36	3	6	75	14	3
	Germania	32	0	3	81	6	9
	Italia	32	0	0	72	19	9
	SUA	32	6	0	66	16	13
	Regatul Unit	31	0	3	81	13	3
Alta	167	2	1	71	7	19	
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	3	6	72	11	8
	Mai puțin de o săptămână	195	2	2	68	14	14
	1-2 săptămâni	113	2	0	76	17	5
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	1	1	82	9	7
Situația familială	Căsătorit, cu copii	319	1	3	73	12	11
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	1	2	75	15	8
	Singur	154	5	4	71	14	6
Categorია	Turiști	558	1	3	72	13	10
	Diaspora	48	4	2	85	6	2



Anexa 4.3.1.: "Q9. Cât a durat vizita curentă în Moldova? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Mai puțin de 3 zile	Mai puțin de o săptămână	1-2 săptămâni	O lună (3-4 săptămâni)	Mai mult de lună
Total		606	37	32	19	7	5
Sexul	Feminin	217	35	34	20	7	4
	Masculin	389	38	31	18	7	6
Vârsta	18-35	213	28	37	21	8	7
	36-55	297	41	30	17	7	5
	Peste 55	96	43	28	19	6	4
Țara	România	166	57	28	11	3	1
	Ucraina	110	47	21	18	5	8
	Rusia	36	17	36	25	11	11
	Germania	32	19	47	16	16	3
	Italia	32	25	41	22	9	3
	SUA	32	22	31	28	13	6
	Regatul Unit	31	32	35	23	6	3
Situția familială	Alta	167	23	38	22	9	7
	Căsătorit, cu copii	319	39	29	19	8	4
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	38	31	19	6	5
	Singur	154	30	38	18	6	8
Categoría	Turiști	558	38	32	18	6	5
	Diaspora	48	17	35	27	17	4



Anexa 4.4.1.: "Q22. Ce tip de cazare ați utilizat în acest sejur în Moldova? (răspuns multiplu)"

% per rând		N	Hotel	La rude/prieteni (locuință gratuită)	Am închiriat casă/apartament	Propria locuință (locuință gratuită)	Hostel	Am închiriat o odaie într-un apartament	Motel	Pensiune rurală	Instituție ce ține de sănătate, sanatoriu/SPA, etc.	Alta	NȘ/NR
Total		606	42	27	11	6	5	4	4	2	0	2	0
Sexul	Feminin	217	38	29	9	5	6	6	6	0	1	3	0
	Masculin	389	45	25	12	6	4	4	2	2	0	2	1
Vârsta	18-35	213	36	31	13	6	6	6	2	1	0	2	0
	36-55	297	45	22	11	6	5	3	5	2	0	2	0
	Peste 55	96	49	31	5	4	2	4	1	1	0	3	0
Țara	România	166	52	22	5	2	4	3	5	4	0	5	1
	Ucraina	110	35	22	19	4	5	8	7	3	1	0	0
	Rusia	36	36	42	8	3	8	3	0	0	0	0	0
	Germania	32	38	34	16	9	6	6	0	0	0	0	0
	Italia	32	34	31	13	16	0	3	3	0	0	0	0
	SUA	32	50	25	13	0	3	9	0	0	0	0	0
	Regatul Unit	31	26	45	13	10	6	0	3	0	0	0	0
	Alta	167	43	26	9	9	5	4	2	1	1	2	1
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	57	18	5	2	5	5	4	3	0	4	1
	Mai puțin de o săptămână	195	41	27	11	6	5	4	6	1	1	1	0
	1-2 săptămâni	113	34	38	12	9	6	4	1	1	1	0	0
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	16	34	24	12	1	8	3	1	0	3	0
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	49	28	8	6	1	4	2	1	0	2	0
	Căsătorit/intr-o relație, fără copii	124	33	28	12	5	6	6	5	3	1	2	0
	Singur	154	36	24	14	7	10	5	6	2	0	1	1
Categorია	Turiști	558	46	25	11	4	5	5	3	1	0	2	0
	Diaspora	48	2	50	2	27	4	0	10	4	2	2	0



Anexa 4.4.4.: "Q23. Ați utilizat internetul pentru a căuta cazare în Moldova? Dacă da, pe care site-uri ați căutat cazare? (răspuns multiplu)"

% per rând		N	Booking.com, Expedia.com sau un site similar	Airbnb.com	Google.com: site-ul pensiunii, hotelului, etc.	TripAdvisor	Site-uri cu TOP destinații	Alt site	Nu am căutat pe internet
Total		606	34	12	4	3	1	3	46
Sexul	Feminin	217	34	12	5	3	1	4	43
	Masculin	389	34	12	3	2	1	3	47
Vârsta	18-35	213	36	13	6	0	1	3	43
	36-55	297	34	14	3	5	1	3	43
	Peste 55	96	30	4	2	0	1	4	58
Țara	România	166	40	8	5	2	0	2	43
	Ucraina	110	35	16	3	5	1	6	36
	Rusia	36	22	14	3	6	3	3	53
	Germania	32	41	13	6	0	6	6	41
	Italia	32	31	9	0	0	3	3	53
	SUA	32	19	22	9	3	3	6	47
	Regatul Unit	31	23	19	0	0	0	6	52
	Alta	167	35	10	3	3	0	1	51
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	42	12	6	2	0	3	38
	Mai puțin de o săptămână	195	33	15	2	4	1	2	46
	1-2 săptămâni	113	29	8	3	2	0	4	55
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	21	12	4	1	5	8	53
Situația familială	Căsătorit, cu copii	319	32	9	3	1	0	4	51
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	41	12	6	1	2	2	40
	Singur	154	32	18	4	7	1	3	38
Categorია	Turiști	558	37	12	4	2	1	3	43
	Diaspora	48	6	8	4	8	2	6	69



Anexa 4.5.1.: "Q19. Cum au fost organizate vizitele, tururile, excursiile Dvs.? (răspuns multiplu)", % backpackerilor individuali

% per rând		N	Internet – website, vă rog să specificați	Am fost acomodați la fața locului	Prin prieteni și rude	La telefon	Social Media – Pagini de Facebook / Instagram	Agent de turism online (Viator, Get Your Guide, TripAdvisor)	Agentie de turism	Centrul de Informare Turistică Moldova	Recepția hotelului	Alta	NS/NR
Total		176	30	28	23	5	3	3	3	1	1	1	7
Sexul	Feminin	41	41	24	20	5	0	5	2	0	0	0	5
	Masculin	135	26	29	24	4	4	2	3	1	1	1	8
Vârsta	18-35	58	26	40	19	3	3	2	3	3	0	2	3
	36-55	94	34	22	19	6	3	3	2	0	1	1	12
	Peste 55	24*	21	21	46	0	4	4	4	0	0	0	0
Țara	România	39	10	49	23	3	8	3	0	3	0	0	8
	Ucraina	28*	21	39	25	4	0	4	4	0	0	0	7
	Rusia	9*	22	0	44	0	0	0	11	0	0	0	22
	Germania	11*	45	18	9	9	0	0	0	0	9	0	18
	Italia	11*	27	36	9	0	9	0	9	0	0	0	9
	SUA	11*	45	9	18	0	0	0	0	9	0	18	0
	Regatul Unit	14*	43	29	21	0	0	0	0	0	0	0	7
	Alta	53	40	15	25	9	4	6	4	0	0	0	4
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	74	31	30	22	3	4	4	3	0	0	1	5
	Mai puțin de o săptămână	49	31	29	22	6	2	4	2	0	2	0	6
	1-2 săptămâni	26*	27	35	19	0	4	0	4	8	0	4	4
	O lună (3-4 săptămâni) or more	27*	26	15	30	11	4	0	4	0	0	0	19
Situția familială	Căsătorit, cu copii	83	27	27	28	4	5	5	4	1	0	0	6
	Căsătorit/intr-o relație, fără copii	34	21	35	29	9	0	0	3	0	3	0	6
	Singur	54	37	28	11	4	4	2	2	2	0	4	9



Anexa 4.5.2.: "Q20. Vă rog să îmi spuneți cât de ușor sau complicat a fost organizarea vizitei, tururilor sau a excursiilor. Vă rog să răspundeți, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – foarte dificil și 5 – foarte ușor. (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Foarte ușor	Ușor	Nici, nici	Dificil	Foarte dificil	NȘ/NR
Total		606	33	44	13	5	1	3
Sexul	Feminin	217	32	42	15	6	1	4
	Masculin	389	33	45	12	4	2	3
Vârsta	18-35	213	28	42	17	5	2	6
	36-55	297	33	47	13	3	1	2
	Peste 55	96	43	41	5	7	1	3
Țara	România	166	37	48	12	1	1	1
	Ucraina	110	32	45	16	5	1	2
	Rusia	36	25	39	17	17	3	0
	Germania	32	47	31	9	3	0	9
	Italia	32	28	38	13	6	3	13
	SUA	32	31	50	9	3	0	6
	Regatul Unit	31	26	39	19	6	3	6
Alta	Alta	167	32	45	12	5	2	4
	Mai puțin de 3 zile	222	31	51	10	4	1	3
	Mai puțin de o săptămână	195	31	39	17	6	2	4
	1-2 săptămâni	113	35	45	8	4	3	5
Durata călătoriei	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	42	34	18	4	0	1
	Căsătorit, cu copii	319	37	45	8	5	1	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	27	46	17	4	4	2
	Singur	154	30	40	21	5	0	3
Situația familială								



% per rând		N	Foarte ușor	Ușor	Nici, nici	Dificil	Foarte dificil	NȘ/NR
Total		606	33	44	13	5	1	3
Sexul	Feminin	217	32	42	15	6	1	4
	Masculin	389	33	45	12	4	2	3
Vârsta	18-35	213	28	42	17	5	2	6
	36-55	297	33	47	13	3	1	2
	Peste 55	96	43	41	5	7	1	3
Țara	România	166	37	48	12	1	1	1
	Ucraina	110	32	45	16	5	1	2
	Rusia	36	25	39	17	17	3	0
	Germania	32	47	31	9	3	0	9
	Italia	32	28	38	13	6	3	13
	SUA	32	31	50	9	3	0	6
	Regatul Unit	31	26	39	19	6	3	6
	Alta	167	32	45	12	5	2	4
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	31	51	10	4	1	3
	Mai puțin de o săptămână	195	31	39	17	6	2	4
	1-2 săptămâni	113	35	45	8	4	3	5
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	42	34	18	4	0	1
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	37	45	8	5	1	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	27	46	17	4	4	2
	Singur	154	30	40	21	5	0	3
Categorია	Turiști	558	34	44	12	4	1	4
	Diaspora	48	17	41	23	10	6	2



Anexa 5.1.: "Q24. Vă rog să-mi spuneți ce evenimente, locuri, atracții (muzee, monumente ale naturii și de arhitectură) ați reușit să vizitați în Moldova? (răspuns multiplu per coloană)"

% per rând		N	Chișinău	Restaurante & Magazine de vinuri & Cluburi	Beciuri vinicole	Festivaluri, sărbători	Muzee	Biserici, mănăstiri	Monumente ale naturii & Peisaje	Complexul „Orheiul Vechi”	Teatre & Concerte	Cetăți, castele, case memoriale	Pensiuni agro-turistice / B&Bs	Alta
Total		606	84	48	37	30	24	21	18	16	12	11	2	4
Sexul	Feminin	217	83	48	36	32	25	23	21	19	13	12	1	3
	Masculin	389	84	47	37	29	23	20	16	14	12	11	2	4
Vârsta	18-35	213	82	48	38	35	25	19	19	17	12	10	1	5
	36-55	297	84	48	36	26	22	18	16	12	12	10	2	4
	Peste 55	96	89	44	38	32	27	34	20	24	14	16	3	2
Țara	România	166	81	45	41	25	25	16	17	18	13	11	2	5
	Ucraina	110	80	38	22	18	17	9	20	14	12	10	0	4
	Rusia	36	92	44	28	44	17	25	14	17	19	8	0	0
	Germania	32	91	53	34	38	9	28	13	13	0	9	0	9
	Italia	32	84	44	31	28	28	34	19	16	6	6	0	3
	SUA	32	94	41	59	38	28	38	19	16	9	19	3	0
	Regatul Unit	31	90	55	26	32	29	19	19	10	10	0	0	3
	Alta	167	84	56	44	37	28	26	18	17	15	14	4	4
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	84	43	35	18	18	17	12	9	9	9	0	4
	Mai puțin de o săptămână	195	84	50	43	28	21	20	13	17	10	7	2	3
	1-2 săptămâni	113	85	42	31	39	35	26	25	19	11	12	4	3
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	84	62	38	55	29	29	37	32	32	24	3	9
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	87	48	36	29	19	20	19	16	12	11	2	3
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	82	45	39	33	23	19	20	15	10	9	1	5
	Singur	154	78	49	38	29	32	24	15	19	15	13	2	6
Categorია	Turiști	558	87	49	39	30	24	21	18	16	12	11	2	4
	Diaspora	48	52	27	17	25	19	15	21	10	12	6	2	6



Anexa 5.5.: "Q17. Ați menționat anterior că aria de interes pentru a vizita Moldova este Festivalul Vinului (Ziua Națională a Vinului). Ați putea spune vă rog ce anume v-a interesat pentru a vizita sărbătoare Festivalul Vinului din Moldova?", % dintre cei care au spus că Ziua Națională a Vinului este principala arie de interes pentru vizita în Moldova

% per rând		N	Degustarea vinurilor moldovenești	Vizitarea standurilor/ teraselor amenajate de producătorii de vin în centrul capitalei	Evenimente/degustări speciale care sunt organizate în timpul festivalului	Cumpărarea vinului	Cunoașterea vinificatorilor moldoveni	Vizitarea beciurilor și vinăriilor (Mileștii Mici, Cricova, etc.)	Petrecerea timpului cu prietenii cu am venit la sărbătoare
Total		148	64	34	34	33	32	27	24
Sexul	Feminin	51	71	33	33	45	33	22	31
	Masculin	97	60	35	34	27	31	30	20
Vârsta	18-35	56	63	30	38	36	36	27	27
	36-55	77	65	36	27	29	26	26	21
	Peste 55	15*	60	40	53	47	47	33	27
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	45	49	42	20	27	16	31	11
	Mai puțin de o săptămână	51	61	24	31	22	29	29	16
	1-2 săptămâni	31	81	42	48	45	52	29	45
	O lună (3-4 săptămâni) or more	21*	76	33	48	57	43	10	38
Situația familială	Căsătorit, cu copii	69	68	38	41	46	38	36	33
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	36	72	36	31	17	19	17	19
	Singur	42	48	29	26	26	33	21	12



Anexa 6.1.1.: "Q27. Indicați vă rog care au fost așteptările Dvs. față de vizitarea Republicii Moldova? Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Foarte mari	Mai degrabă mari	Nici, nici	Mai degrabă joase	Foarte joase	NS/NR	
Total		606	20	28	43	6	2	0	
Sexul	Feminin	217	18	30	40	9	2	0	
	Masculin	389	21	27	45	5	2	0	
Vârsta	18-35	213	23	22	46	7	2	0	
	36-55	297	16	31	44	6	2	0	
	Peste 55	96	26	35	34	4	0	0	
Țara	România	166	25	23	43	7	2	0	
	Ucraina	110	16	33	45	5	1	0	
	Rusia	36	19	39	36	6	0	0	
	Germania	32	25	28	38	6	3	0	
	Italia	32	25	34	34	0	3	3	
	SUA	32	16	31	50	0	3	0	
	Regatul Unit	31	16	26	55	0	0	3	
Alta		167	18	27	43	11	2	0	
	Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	17	33	42	6	1	1
		Mai puțin de o săptămână	195	21	30	41	7	1	0
		1-2 săptămâni	113	23	25	45	5	2	0
O lună (3-4 săptămâni) or more		76	24	17	50	5	4	0	
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	20	31	42	6	1	0	
	Căsătorit/Într-o relație, fără copii	124	19	27	46	5	2	1	
	Singur	154	21	26	42	9	2	0	
Categorია	Turiști	558	21	29	42	6	2	0	
	Diaspora	48	15	23	54	8	0	0	



Anexa 6.1.3.: "Q27b. Experiența dumneavoastră în Moldova v-a îndeplinit așteptările (în ce măsură)? Experiența Dvs. în Moldova a acoperit așteptările Dvs. (și în ce măsură)? Vă rog să răspundeți pe o scală de la 1 la 5 în ce măsură așteptările au fost acoperite (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Mult mai bine decât mi-am imaginat/ așteptat	Mai degrabă mai bine decât mi-am imaginat/ așteptat	Exact cum m-am așteptat	Mai degrabă mai rău decât mi-am imaginat/ așteptat	Mult mai rău decât mi-am imaginat/ așteptat	NS/NR	
Total		606	28	32	36	4	0	0	
Sexul	Feminin	217	28	33	35	4	0	0	
	Masculin	389	28	32	36	4	0	1	
Vârsta	18-35	213	33	33	30	3	0	1	
	36-55	297	24	30	40	5	0	0	
	Peste 55	96	27	36	34	2	0	0	
Țara	România	166	28	30	36	5	0	0	
	Ucraina	110	21	37	38	4	0	0	
	Rusia	36	33	28	33	6	0	0	
	Germania	32	19	34	31	13	3	0	
	Italia	32	22	38	41	0	0	0	
	SUA	32	41	28	25	6	0	0	
	Regatul Unit	31	23	29	48	0	0	0	
Durata călătoriei	Alta	167	32	31	34	1	0	1	
	Mai puțin de 3 zile	222	22	36	38	4	0	0	
	Mai puțin de o săptămână	195	31	32	33	4	0	1	
	1-2 săptămâni	113	27	31	37	4	1	0	
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	38	21	36	4	0	1	
	Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	28	31	38	3	0	0
		Căsătorit/Într-o relație, fără copii	124	25	36	35	3	0	1
Singur		154	30	31	33	6	0	1	
Categorია	Turiști	558	29	32	35	4	0	0	
	Diaspora	48	17	27	48	4	2	2	



Anexa 6.2.1.: "Q28. Vă rugăm să evaluați predispunerea Dvs. de a recomanda rudelor/ prietenilor să viziteze Republica Moldova. Vă rugăm să utilizați o scală de la 1 la 10, unde 1 - sigur nu aș recomanda și 10 – Sigur aș recomanda (un răspuns posibil)"

% per rând		N	10 –sigur aș recomanda	9	8	7	6	5	4	3	2	1 – sigur nu aș recomanda
Total		606	49	10	19	8	3	3	2	4	1	0
Sexul	Feminin	217	50	9	16	11	2	4	1	6	1	0
	Masculin	389	49	11	20	7	4	3	2	2	1	0
Vârsta	18-35	213	45	11	18	10	5	5	1	3	1	1
	36-55	297	46	11	19	9	2	3	2	5	2	0
	Peste 55	96	69	6	20	2	1	0	0	2	0	0
Țara	România	166	64	8	12	6	1	3	0	4	1	1
	Ucraina	110	43	6	24	5	4	6	5	5	3	0
	Rusia	36	44	17	11	11	0	6	0	6	6	0
	Germania	32	53	3	25	6	3	9	0	0	0	0
	Italia	32	38	31	22	3	0	0	0	6	0	0
	SUA	32	50	16	22	6	0	0	3	0	3	0
	Regatul Unit	31	45	16	19	13	3	0	3	0	0	0
	Alta	167	43	9	22	13	6	1	2	3	1	1
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	54	7	18	9	2	3	2	3	1	0
	Mai puțin de o săptămână	195	44	12	16	12	4	2	2	5	2	1
	1-2 săptămâni	113	52	12	22	3	4	3	1	3	0	0
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	46	13	21	7	1	7	1	3	1	0
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	55	10	21	6	2	3	0	3	1	0
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	48	12	16	8	4	3	2	4	0	1
	Singur	154	40	10	17	12	4	4	4	6	3	0
Categorია	Turiști	558	49	10	20	8	3	3	1	4	1	0
	Diaspora	48	21	10	8	6	0	6	6	4	6	0



Anexa 6.2.3.: "Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)", partea I

% per rând		N	Ospitalitatea sau amabilitatea localnicilor	Bucatele moldovenești	Calitatea mâncării în restaurantele locale	Vinuri	Natura & peisajele	Activitățile culturale și festivaluri	Prețurile în general	Ușurința accesării atracțiilor turistice	Calitatea tururilor vinicole și a serviciilor turismului vinicol
Total		606	91	90	89	86	85	73	69	67	65
Sexul	Feminin	217	90	91	85	85	86	71	67	61	60
	Masculin	389	91	90	90	87	85	74	70	71	68
Vârsta	18-35	213	90	88	89	88	86	76	69	69	66
	36-55	297	90	91	89	85	84	69	68	65	64
	Peste 55	96	96	94	89	89	86	76	71	70	67
Țara	România	166	92	96	89	90	88	75	70	75	80
	Ucraina	110	91	86	86	82	87	64	67	56	52
	Rusia	36	92	86	89	86	89	78	47	61	58
	Germania	32	91	100	94	84	88	59	69	50	44
	Italia	32	91	97	84	91	91	84	75	66	72
	SUA	32	97	84	94	88	81	78	88	78	78
	REGATUL UNIT	31	94	97	94	90	90	87	65	77	65
	Alta	167	89	85	87	84	78	72	69	67	62
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	91	90	90	87	86	67	77	69	67
	Mai puțin de o săptămână	195	89	89	86	89	81	71	71	69	70
	1-2 săptămâni	113	95	94	92	87	88	77	62	63	58
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	89	89	87	79	88	86	46	64	61
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	95	94	91	89	91	71	66	67	66
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	91	91	89	88	84	75	72	67	64
	Singur	154	84	82	84	81	75	74	69	67	65
Categorია	Turiști	558	91	91	90	87	85	73	71	69	67
	Diaspora	48	88	83	75	87	79	63	40	50	46



Anexa 6.2.3.: "Q26. Cât de mulțumit ați rămas de următoarele caracteristici pe o scală de la 1 la 5, unde 1- foarte nemulțumit, iar 5- foarte mulțumit. (un singur răspuns posibil per rând)" partea a II-a

% per rând		N	Atitudinea și comportamentul furnizorilor de servicii turistice (operatori, ghizi, etc.)	Calitatea serviciilor la atracțiile turistice	Accesul la informație despre turism	Calitatea locurilor de cazare în hotel	Prețurile pentru atracțiile turistice în general	Infrastructura (drumuri, iluminare, apeduct, etc.)	Accesul la bilete de avion (conectivitatea)	Viața la sat
Total		606	65	65	61	61	58	57	53	41
Sexul	Feminin	217	61	59	59	52	53	56	53	41
	Masculin	389	68	68	63	66	61	58	53	42
Vârsta	18-35	213	64	66	61	56	61	53	49	42
	36-55	297	67	64	62	64	57	58	57	43
	Peste 55	96	63	65	58	65	54	66	51	35
Țara	România	166	78	75	66	78	64	55	27	39
	Ucraina	110	56	53	64	56	49	70	65	41
	Rusia	36	61	61	64	44	47	53	64	42
	Germania	32	41	47	44	38	44	38	66	31
	Italia	32	78	69	66	44	66	50	47	47
	SUA	32	75	72	59	75	78	69	78	44
	REGATUL UNIT	31	74	77	68	61	61	74	61	48
	Alta	167	58	62	56	56	57	53	60	43
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	72	70	64	73	64	63	46	36
	Mai puțin de o săptămână	195	64	64	63	61	57	52	52	42
	1-2 săptămâni	113	56	59	59	49	50	58	58	47
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	64	59	53	45	57	54	66	47
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	66	65	64	62	55	60	53	43
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	68	61	64	65	60	49	53	41
	Singur	154	62	66	56	56	64	60	54	40
Categorია	Turiști	558	66	66	62	64	60	58	55	41
	Diaspora	48	60	48	48	25	33	48	27	52



Anexa 6.2.5.: "Q29. Vă rog să apreciați pe o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc interesat și 5 – foarte interesat, interesul/planurile dvs de a mai vizita Republica Moldova (un răspuns posibil)"

% per rând		N	5-cu siguranță interesat	4	3	2	1- cu siguranță neinteresat	NȘ/NR
Total		606	67	18	8	4	1	1
Sexul	Feminin	217	65	18	9	5	1	1
	Masculin	389	68	19	8	4	1	0
Vârsta	18-35	213	63	20	9	4	2	1
	36-55	297	65	20	8	5	0	1
	Peste 55	96	82	9	5	3	0	0
Țara	România	166	75	14	5	4	1	1
	Ucraina	110	61	18	13	7	0	1
	Rusia	36	67	19	6	3	6	0
	Germania	32	69	16	9	3	3	0
	Italia	32	66	28	3	3	0	0
	SUA	32	69	9	16	6	0	0
	Regatul Unit	31	74	19	6	0	0	0
Durata călătoriei	Alta	167	62	22	9	4	1	1
	Mai puțin de 3 zile	222	68	16	9	5	1	0
	Mai puțin de o săptămână	195	62	23	9	5	1	1
	1-2 săptămâni	113	74	18	4	3	1	1
Situția familială	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	68	13	11	5	1	1
	Căsătorit, cu copii	319	73	16	5	3	1	1
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	68	19	7	4	2	0
Categoria	Singur	154	55	21	16	8	1	0
	Turiști	558	68	19	8	4	1	0
	Diaspora	48	60	8	15	10	4	2



Anexa 6.2.7.: "Q33. Ați avut îngrijorări în ceea ce privește siguranța vizitei în Moldova din cauza războiului din Ucraina? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Da	Nu	NȘ/NR
Total		606	16	83	1
Sexul	Feminin	217	20	78	2
	Masculin	389	13	86	1
Vârsta	18-35	213	17	81	2
	36-55	297	15	84	1
	Peste 55	96	13	88	0
Țara	România	166	11	88	1
	Ucraina	110	10	87	3
	Rusia	36	22	78	0
	Germania	32	6	94	0
	Italia	32	16	78	6
	SUA	32	9	91	0
	Regatul Unit	31	29	71	0
	Alta	167	22	77	1
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	15	83	1
	Mai puțin de o săptămână	195	16	83	1
	1-2 săptămâni	113	16	83	1
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	14	84	1
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	15	83	1
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	15	84	1
	Singur	154	16	82	1
Categorია	Turiști	558	14	84	1
	Diaspora	48	27	71	2



Anexa 6.2.9.: "Q34. V-ați simțit în siguranță în Moldova? (un răspuns posibil)"

% per rând		N	Da	Nu	NȘ/NR
Total		606	90	10	0
Sexul	Feminin	217	89	10	1
	Masculin	389	91	9	0
Vârsta	18-35	213	89	11	0
	36-55	297	89	10	1
	Peste 55	96	95	5	0
Țara	România	166	91	9	0
	Ucraina	110	88	12	0
	Rusia	36	78	22	0
	Germania	32	91	9	0
	Italia	32	94	6	0
	SUA	32	97	3	0
	REGATUL UNIT	31	81	19	0
	Alta	167	93	6	1
Durata călătoriei	Mai puțin de 3 zile	222	91	8	0
	Mai puțin de o săptămână	195	89	11	0
	1-2 săptămâni	113	90	9	1
	O lună (3-4 săptămâni) or more	76	89	11	0
Situția familială	Căsătorit, cu copii	319	94	6	0
	Căsătorit/într-o relație, fără copii	124	87	12	1
	Singur	154	84	16	0
Categorია	Turiști	558	92	8	0
	Diaspora	48	67	31	2

