

FACULTATEA DE ECONOMIE

CZU: 338.48

METODE DE PROMOVARE A TURISMULUI INTERN PENTRU ATRAGEREA TURIȘTILOR EXTERNI

BALICA LARISA

Masterand, an.1, Facultatea Economie, UASM

Rezultatele prezentate se referă la studierea și evidențierea metodelor de promovare a turismului intern pentru atragerea turiștilor externi.

Scopul cercetării constă în analiza situației actuale a nivelului de dezvoltare a turismului la nivel național și elaborarea de noi strategii pentru promovarea acestuia pe plan internațional. În realizarea scopului menționat, se conturează următoarele obiective: descrierea noțiunii de promovare ca un vector multidirecțional; identificarea specificității noțiunii de promovare în domeniul turismului; coordonarea aplicabilității metodelor de promovare; identificarea strategiilor necesare pentru aplicarea metodelor de promovare; analiza activităților promoționale cu rata de contribuție înaltă la dezvoltarea turismului intern; determinarea perspectivei de dezvoltare a unor noi tehnici de promovare la nivel național.

Cercetările au fost realizate în cadrul facultății Economie și în Biblioteca Științifică a UASM. Au fost folosite următoarele metode de cercetare economică, ca : analiza cantitativă și calitativă, sinteza, metoda istorică și comparativă, metoda tabelară și grafică.

În baza rezultatelor obținute s-a constatat că industria turistică din Republica Moldova, la această etapă, se confruntă cu un șir de probleme nerezolvate și nu se remarcă prin competitivitate pe piața mondială. Cu toate acestea, analiza indică constituirea unei tendințe stabile de creștere a turismului internațional (intern și extern) în anii 2019-2020. Starea de lucruri creată, ce relatează dinamica schimbării indicatorilor din industria turismului, permite o descriere matematică a tendințelor și, cu cea mai mare probabilitate, o estimare a unei creșteri în continuare. În urma cercetărilor efectuate s-a dedus că începînd cu anul 2020, numărul total de rezidenți și nerezidenți care au frecventat structurile de primire turistică s-a aflat în continua creștere, dinamica cea mai evidențiată fiind chiar în anul 2020, cu 27 401 vizitatori mai mulți decît în anul precedent. Cea mai eficientă și profitabilă metodă de promovare pe plan național rămîn a fi evenimentele. În anul 2020, în țară se prognozează a fi organizate 27 de astfel de evenimente cu conotație turistică, care au scopul de a atrage turiștii externi și implicit de a promova Republica Moldova ca destinație turistică. Dinamismul fluxului de turiști este influențat constant de o varietate de factori de natură externă sau internă care acționează în sens pozitiv sau negativ la creșterea numărului de turiști. Acești factori se pot referi la: schimbările legislative la nivel național, acorduri externe încheiate cu diferite țări sau asociații internaționale, crize economice, procesele de inflație sau deflație a prețurilor, procese demografice etc. După cum s-a dovedit acest coeficient este de 0,1 conform datelor efective a anilor 2020-2021, ceea ce dovedește o creștere constantă nesemnificativă.

În concluzie putem menționa că pentru efectuarea unei activități de promoționale eficiente ar fi oportun să se utilizeze metode și tehnici noi de promovare precum: expunerea unității prin Programele de influență, construirea unei platforme de discuții pe Facebook, lansarea unei provocări (Challenge) pentru a atrage interesul destinației, evidențierea unei noutăți în zonă, contactarea companiilor de marketing din domeniul turismului și solicitarea unor idei etc.

Conducător științific - dr., lect. univ. **Mîrza Sergiu**