



Finanțat de  
Uniunea Europeană



# STUDIUL DE PIAȚĂ PRIVIND OFERTELE ȘI DESTINAȚIILE TURISTICE ȘI CULTURALE DIN REGIUNEA UNGHENI



**Proiectul „Acțiuni durabile pentru creștere  
economică prin turism”**



## CUPRINS:

METODOLOGIE.....	4
Structura eșantionului – turiști, în funcție de gen.....	6
Structura eșantionului – turiști, în funcție de vârstă.....	6
Structura eșantionului – turiști, în funcție de ocupație.....	7
Structura eșantionului – turiști, în funcție de țara de proveniență .....	7
Structura eșantionului – turiști, în funcție de limba în care a fost completat chestionarul.....	8
Structura eșantionului – agenți economici, în funcție de mărimea companiei.....	9
Structura eșantionului – agenți economici, în funcție de domeniul de activitate .....	10
CAPITOLUL I – INVENTARUL RESURSELE TURISTICE ALE RAIONULUI UNGHENI.....	11
CAPITOLUL II - DATE STATISTICE PRIVIND ACTIVITATEA TURISTICĂ ÎN REGIUNEA UNGHENI.....	22
REZULTATELE STUDIULUI PENTRU TURIȘTI .....	25
Q1. Când ați vizitat regiunea Ungheni ultima oară? (%).....	25
Q2. Cât de frecvent vizitați regiunea Ungheni? (%).....	25
Q3. Care este scopul vizitelor d-voastră în regiunea Ungheni? (%).....	26
Q4. Pe durata șederii dumneavoastră în Ungheni, ce tip de cazare folosiți? (%).....	26
Q5. Cum vă rezervați cazarea în Ungheni? (%).....	27
Q6. Cât de mult sau cât de puțin a influențat fiecare dintre următoarele aspecte asupra deciziei dvs. de a vizita zona Ungheni? (%) .....	27
Q7. Care a fost principala dvs. formă de transport către zona Ungheni? (%) .....	28
Q8. Pe care dintre următoarele activități le-ați practicat în vizitele anterioare din zona Ungheni? (%).....	28
Q9. Pe o scală de la 1 la 5, precizați în ce măsură sunteți de acord cu afirmațiile de mai jos (%) .....	29
Q10. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent? (%) .....	30
Q11. Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni? (%) .....	31
Q12. Cum descrieți sentimentele pe care le trăiți în Ungheni? (%) .....	32
Q13. Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori? (%).....	32
Q14. Există ceva despre Ungheni care împiedică mai mulți oameni să se mute sau să viziteze zona? (%).....	33
Q15. Ce face orașul Ungheni mai bun sau diferit de alte locuri? (%).....	33
Q16. Dacă ați putea schimba sau face ceva pentru a afecta în mod pozitiv viitorul regiunii Ungheni în următorii zece până la douăzeci de ani, care ar fi acesta? (%).....	36
REZULTATELE STUDIULUI PENTRU AGENȚII ECONOMICI .....	37



Q2. Precizați dacă dețineți unul sau mai multe dintre următoarele instrumente online .....	37
Q3. Cum estimați evoluția cifrei d-voastră de afaceri în 2022, comparativ cu aceeași perioadă a anului 2021? .....	37
Q4. Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni? .....	38
Q5. Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori?.....	38
Q6. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent? .....	39
Q7. Care sunt impedimentele pentru a vizita zona Ungheni? .....	39
Q8. Care sunt cele mai mari provocări ale d-voastră, ca furnizor de servicii turistice .....	40
Q9. Sugestii privind crearea de pachete turistice în regiunea Ungheni.....	40
CONCLUZII .....	41
Anexa 1- Lista indicatorilor/informațiilor necesare pentru cercetarea secundară .....	45
Anexa 2- Chestionar pentru turiști .....	49
Anexa 3- Chestionar pentru agenții economici .....	68



## METODOLOGIE

### 1. TEMA DE CERCETARE

*Oferta turistică și culturală existentă în raionul Ungheni; percepțiile turiștilor privind zona Ungheni; identificarea de pachete turistice în zona Ungheni.*

Cercetare a presupus șase etape de lucru, prezentate mai jos.

#### **Etapa 1: Cercetare secundară privind inventarul resursele turistice ale raionului Ungheni și datele statistice privind activitatea turistică**

În cadrul acestei etape s-a realizat *Lista indicatorilor/informațiilor necesare* (Anexa 1) pentru derularea studiului. S-au solicitat beneficiarului informații referitoare la:

- Oferta turistică și culturală existentă (destinații turistice, evenimente culturale, prestatori de servicii conexe turismului);
- Turiștii care vizitează raionul Ungheni: numărul de turiști, statistici în funcție de țările de proveniență, statistici privind numărul de cazări și de înnopțări;
- Activitatea agențiilor de turism din raion;
- Date privind stakeholderii pentru domeniul turismului la nivelul raionului Ungheni.

Informațiile rezultate în cadrul acestei etape sunt prezentate în **Capitolul I – Inventarul resursele turistice ale raionului Ungheni și Capitolul II - Date statistice privind activitatea turistică în regiunea Ungheni.**

În cadrul **etapei II** s-a creat un grup de lucru pentru promovarea turismului la nivelul raionului. Grupul de lucru la nivelului raionului s-a creat în baza Dispoziției Primarului Municipiului Ungheni nr. 165-02/1-7 din 01.07.2022. Componenta grupului de lucru a fost stabilită de comun acord între beneficiar și prestator. La crearea Grupului s-a asigurat reprezentativitatea acestuia prin includerea în componența grupului pe reprezentanți ai agenților economici care activează în domeniul turismului, reprezentanți ai instituțiilor publice, reprezentanți ai mediului asociativ relevant.

Rezultatele obținute în cadrul etapei I au fost validate și completate în cadrul **etapei III** a studiului - **prima ședință a grupului de lucru pentru promovarea turismului la nivelul raionului Ungheni.** Ședința a avut loc online, în data de 05 iulie. Ședința s-a efectuat online, pe platforma Zoom, care a fost alocată de prestator (<https://us02web.zoom.us/j/8924502104>). În cadrul ședinței au fost discutate următoarele puncte: Informații generale privind Studiul; Prezentarea și completarea informațiilor obținute în Etapa I; Discuții privind Ipoteze de lucru pentru cercetarea cantitativă. La ședință au participat 16 persoane.

A urmat **etapa IV – designul cercetării cantitative a studiului.** A fost definită populația cercetată, obiectivele de cercetare și instrumentele de cercetare. S-a conceput o anchetă la nivelul turiștilor care au vizitat regiunea Ungheni și o anchetă la nivelul agenților economici care prestează activități în domeniul turismului (agenții de turism, HORECA, meșteri populari, furnizori de servicii sportive și de agrement, furnizori de evenimente, organizatori de excursii, producători din industria agro-alimentară, producători din industria textilă).

**Ancheta la nivelul turiștilor** a presupus următoarele obiective de cercetare:

- motive pentru a vizita regiunea Ungheni;
- modalități de transport către regiunea Ungheni;
- modalități de cazare în regiunea Ungheni;
- aspecte relevante asupra deciziei dvs. de a vizita zona Ungheni;
- activități adiacente pe care le practică turiștii în zona Ungheni;
- percepții privind orașul Ungheni;
- provocări cu care se confruntă orașul Ungheni;
- obiective fac faimoasă regiunea Ungheni;
- sentimentele turiștilor atunci când vizitează Ungheniul;
- lucruri în Ungheni care atrag vizitatori;
- dezavantaje turistice ale zonei Ungheni;
- acțiuni recomandate pentru a îmbunătăți oferta zonei Ungheni.

Metoda de cercetare aplicată a fost o anchetă pe bază de chestionar. Chestionarul în limba română a fost furnizat de către Eastern Marketing Insights și validat de Beneficiar. După validarea chestionarului în limba română, instrumentul de cercetare a fost tradusă în limbile rusă și engleză. Instrumentele de cercetare realizate sunt prezentate în Anexa 2.

Culegerea de date se realizează prin metoda CAWI în cadrul **etapei V** a cercetării.

Chestionarele au fost hostate pe serverul Eastern Marketing Insights, pe următoarele link-uri:

- **Chestionarul în limba română:**

<http://survey.eastmarketing.ro/TRS/Web%20Upload/TRSlogn.htm>

- **Chestionarul în limba rusă:**

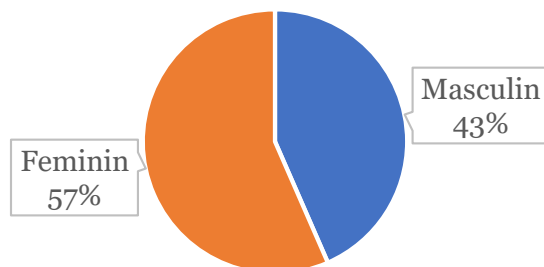
<http://survey.eastmarketing.ro/UNru/Web%20Upload/UNrulogn.htm>

- **Chestionarul în limba engleză:**

<http://survey.eastmarketing.ro/UNen/Web%20Upload/UNenlogn.htm>

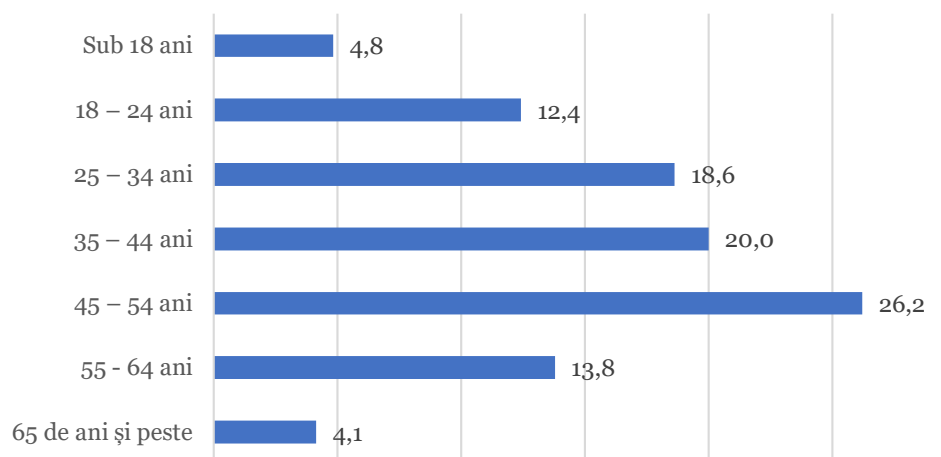
Beneficiarul a fost responsabil de culegerea datelor. S-a folosit metoda bulgărelui de zăpadă. Au fost validate 145 de chestionare. Prezentăm mai jos datele privind structura eșantionului. Sondajul nu a surprins turiștii care vin pe cont propriu (nu vin la invitația unei instituții publice sau private) și nu se cazează.

### Structura eșantionului – turiști, în funcție de gen



Structura pe sexe a eșantionului este de 57% femei și 43% bărbați.

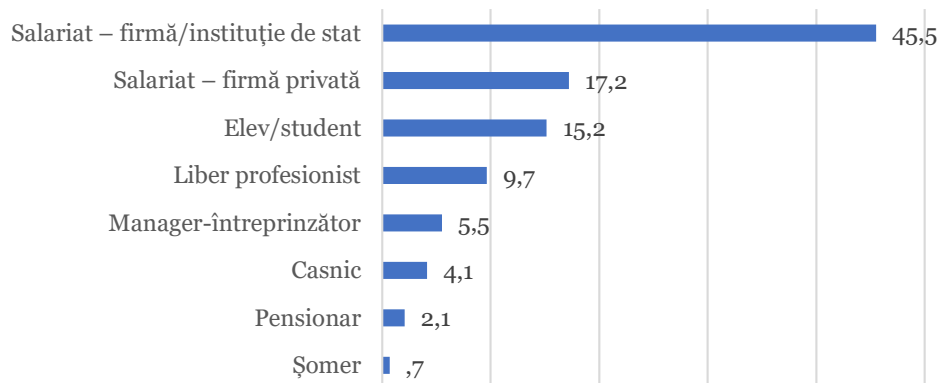
### Structura eșantionului – turiști, în funcție de vârstă



Reprezentativitatea pe grupe de vârstă se corelează de faptul că persoanele cu vârsta 18-64 sunt mai active și participă mai intens la viața socială atât în timpul liber, cât și datorită activităților pe care le practică.



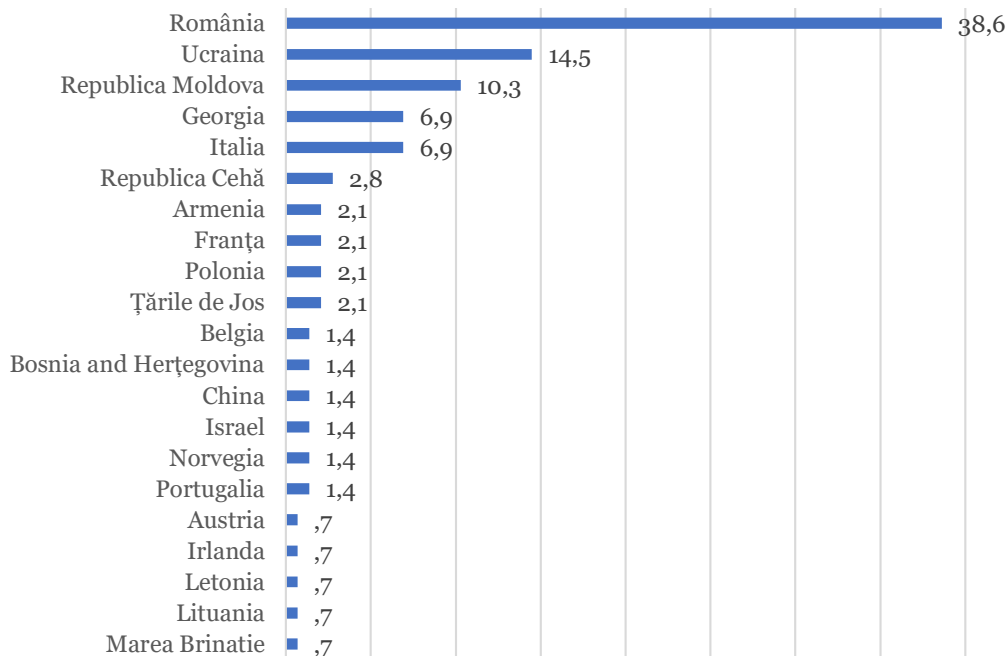
### Structura eșantionului – turiști, în funcție de ocupație



Cei mai mulți respondenți (62.7%) sunt salariați, fie în sistemul public, fie în sistemul privat. Această categorie este reprezentată și de cea mai mare parte a turiștilor/ vizitatorilor regiunii în care a fost aplicat chestionarul. Liberii profesioniști și managerii-întreprinzători reprezintă 15.3% din intervievați. Reprezentativitatea în funcție de ocupație permite prognozarea evoluției situației în domeniu în funcție de recomandările făcute de respondenți rețele lor de cunoștințe și prieteni.

7

### Structura eșantionului – turiști, în funcție de țara de proveniență



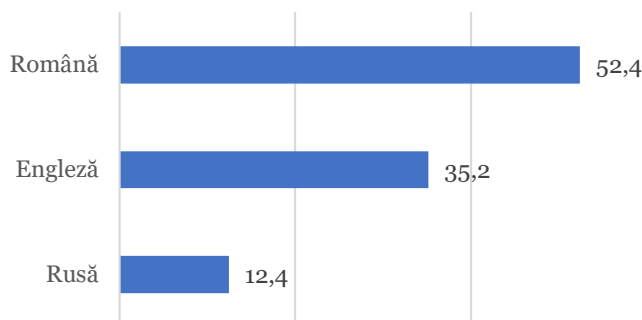
Ținând cont de faptul că raionul Ungheni este situat la granița Republicii Moldova cu România, este absolut firesc ca o mare parte a turiștilor să fie originari din România. Astfel, 38.6% din respondenți provin din România, 10.3% din respondenți provin din Republica Moldova (fac parte din utilizatorii circuitelor turistice interne). Este de remarcat faptul că 14.5% din respondenți provin din Ucraina, și aceasta se datorează nu doar proximității Ucrainei de Republica Moldova, ci și războiului din Ucraina, care a redus din circuitele și posibilitățile turiștilor din țara vecină de la Est.

Dacă prezența în eșantion a reprezentanților țărilor UE și spațiului SEE este un lucru firesc și nu constituie o surpriză, atunci prezența în eșantion în proporție de 6.9% a reprezentanților Georgiei prezintă o creștere a interesului georgienilor pentru turismul în raionul Ungheni.

---

*Structura eșantionului – turiști, în funcție de limba în care a fost completat chestionarul*

---



8

Cea mai mare parte a respondenților au utilizat chestionarele în limba română, dar mai mult de o treime au preferat să răspundă în cadrul sondajului la întrebări în limba engleză. Și doar 12.4% din respondenți au preferat să completeze chestionarul și să răspundă la întrebări în limba rusă.

Rezultatele au fost procesate utilizând softul IBM SPSS Statistics Versiunea 23.

**Ancheta la nivelul agenților economici** a presupus următoarele obiective de cercetare:

- instrumente de promovare online a companiei;
- estimări privind evoluția cifrei de afaceri, comparativ cu perioada anterioară;
- motive pentru a vizita regiunea Ungheni;
- provocări cu care se confruntă orașul Ungheni;
- dezavantaje turistice ale zonei Ungheni;
- provocările agenților economici care activează în domeniul turismului;
- acțiuni recomandate pentru a îmbunătăți oferta zonei Ungheni.

Metoda de cercetare aplicată a fost o anchetă pe bază de chestionar. Chestionarul în limba română a fost furnizat de către Eastern Marketing Insights și validat de Beneficiar. Culegerea de date s-a realizat prin metoda CAWI (doar în limba română). Chestionarul a fost hostat pe serverul Eastern

Marketing Insights, pe acest link:  
<http://survey.eastmarketing.ro/Agn/Web%20Upload/Agnlogn.htm>

Beneficiarul a fost responsabil de culegerea datelor. Au fost validate 28 de chestionare. Agenții economici care au participat la studiu sunt următorii:

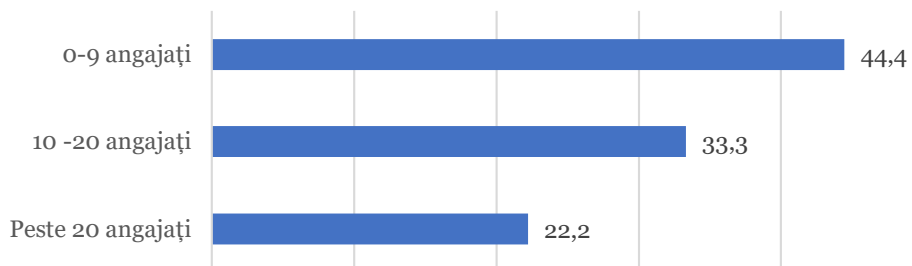
- Acortamex/Erni Pizza
- Alimer - Comerț/Restaurant Salat
- Baștina - Prut
- Crama Mirecești
- DALMALUX
- Euro Yarns
- Fabrica de ceramică Ungheni
- Hotel Vila-Verde Ungheni
- II Roșca Igor
- Iurcavit/Restaurant Super Pizza
- La Crama Convencon
- LISALIM
- Lisalim/Restaurant Casa Albă
- Mag&Dan
- Medeea Cafe
- Motel Iri-Dana
- Nizor-Lux/Restaurant Vema
- Octatur - Grup/Pub Cuba
- Protandec/Cafenea Cookies
- Restaurant „Yar Club”
- Restaurant Casa Albă
- Restaurant De Lux
- SA Covoare - Ungheni
- SA Ungheni - Vin
- Solumi/Pizzeria Lucia
- Style Hotel/ BeFit Ungheni
- Sushi House Ungheni
- Urban Hotel Express/Studio Sigma

9

---

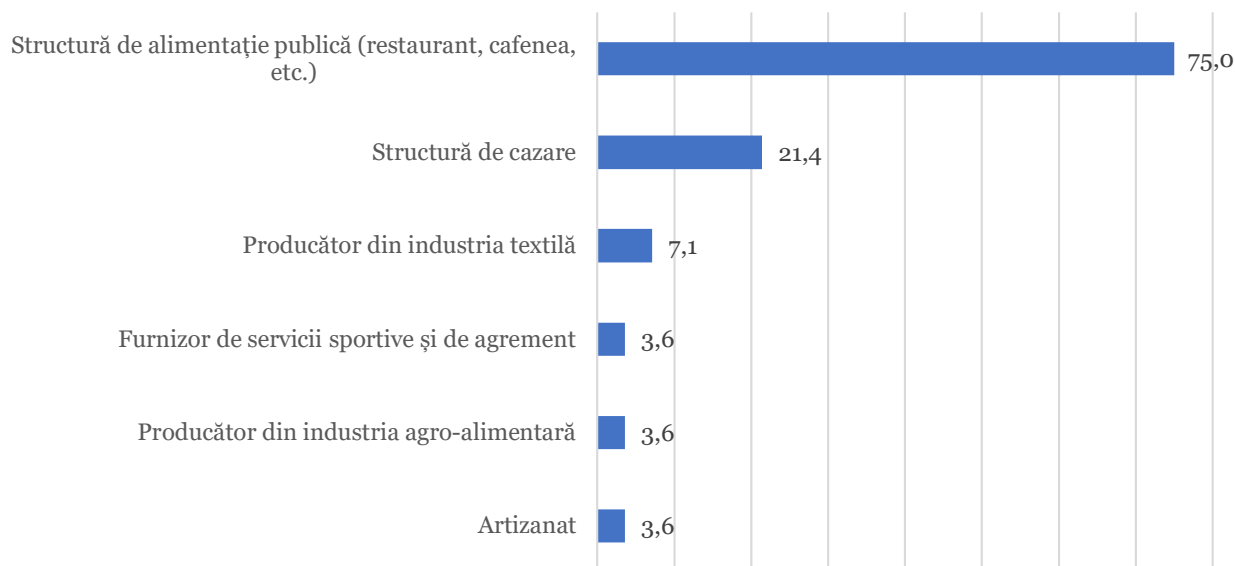
*Structura eșantionului – agenți economici, în funcție de mărimea companiei*

---



O treime din agenții economice care au participat la sondaj au între 10 și 20 de angajați, iar a cincea parte din întreprinderile-respondenți au peste 20 de angajați. Agenții economice participanți la sondaj sunt din domeniul HoReCa sau din domenii adiacente.

*Structura eșantionului – agenți economici, în funcție de domeniul de activitate*



10

Dintre agenții economice intervievați 75% funcționează ca structuri de alimentație publică, 21.4% sunt structuri care oferă oportunități de cazare, 3.6% sunt furnizor de servicii sportive și de agrement, iar 14.3 % sunt producători industriei atractive pentru vizitatorii orașului Ungheni (textile, agro-alimentară, artizanat). Unii operatori economici activează în două sau mai multe domenii concomitent.

Rezultatele au fost procesate utilizând softul IBM SPSS Statistics Versiunea 23.

## CAPITOLUL I – INVENTARUL RESURSELE TURISTICE ALE RAIONULUI UNGHENI

Au fost acumulate datele referitor la:

- *POTENȚIALUL NATURAL (Areale și trasee turistice cu valoare peisagistică deosebită; Parcurile naționale sau naturale; Rezervații și monumente ale naturii; Rețeaua hidrografică):*
  - **Areale și trasee turistice cu valoare peisagistică deosebită;**
    - Movila Măgura
    - Complexul de cult preistoric din satul Semeni (Zamca)
    - Fortificația medievală de la Țuțora „Șanțul lui Zamoisky”
    - Râul Prut
    - Aleea de castani
    - Lucrări de sculptură modernă, amplasate pe teritoriul municipiului Ungheni, realizate în cadrul a 7 simpozioane de sculptură.
  - **Parcurile naționale sau naturale;**
    - Parcul „Micul Cluj”
  - **Rezervații și monumente ale naturii;**
    - Rezervația „Plaiul Fagului”
  - **Rețeaua hidrografică**
    - Râul Prut
    - Lacul Delia
- *POTENȚIALUL ANTROPIC (resursele culturale, comunitare și de patrimoniu: Cetăți; Biserici fortificate – cetăți; Clădiri civile urbane; Ansamblul urban fortificat; Biserici și ansambluri mănăstirești; Monumente; Muzee, Evenimentele comunitare, Serviciile de tip restaurant):*

11

Nr. ctr.	Clădiri	Locație
1.	Clădirea din cărămidă roșie a fostei școli primare	Cetireni
2.	Biserica “Sf. Alexandru Nevski”, proiectată de celebrul arhitect Alexandru Bernardazzi	Municipiul Ungheni
3.	Biserica “Sf. Ierarh Nicolae”, ctitorită de prințul Constantin Moruzi	Municipiul Ungheni
4.	Biserica „Toți Sfinții”, ctitorită de boierul Dumitru Carastati	Unțești
5.	Semnul comemorativ pe locul decesului principelui Grigorii Potiomkin de Taurida	Rădenii Vechi (extravilan)
6.	Muzeul de Istorie și Etnografie	Municipiul Ungheni



7.	Muzeul satului Pîrlița	Pîrlița
8.	Podul feroviar „Eiffel” peste fluviul Prut	Municipiul Ungheni
9.	Edificiul vechi al Gării Feroviare	Municipiul Ungheni
10.	Fabrica de covoare Ungheni	Municipiul Ungheni
11.	Fabrica de ceramică	Municipiul Ungheni
12.	Muzeul în aer liber al tehnicii agricole	Pîrlița
13.	Cimitirul satului Năpădeni, mormântul preotului Grigorie Constantinescu, primul profesor de limba română al lui Alexei Mateevici	Năpădeni
14.	Mănăstirea Sf. Ilie și Sfera din preajmă de la Cornești	Teșcureni
15.	Cimitirul evreiesc din Sculeni	Sculeni
16.	Biserica „Sfânta treime”, construită de legionari	Morenii Vechi
17.	Vila lui Ciachir („Casa Albă”)	Comuna Valea Mare
18.	Centrul cultural multifuncțional „În ograda bunicilor grijulii”	Zagarancea

12

În total sunt identificate **18** clădiri/ansambluri urbane, din care **7** sunt amplasate în municipiul Ungheni. De asemenea, în lista au fost incluse cele două fabrici celebre din municipiul Ungheni: Fabrica de covoare și Fabrica de ceramică.

Nr. ctr.	Evenimentele comunitare	Locație
1.	Festivalul „Hora de la Prut”	Municipiul Ungheni
2.	Festivalul de colinde ”Hristos se Naște, Slăviți-L”	Pîrlița
3.	Festivalul ”Mărțișor”	Raionul Ungheni
4.	Festivalul de cântece și tradiții pascale ”Hristos a Înviat!”	Municipiul Ungheni
5.	Sărbătoarea Fagului. Tabăra cioplitorilor în lemn	Rezervația Naturală de Stat „Plaiul Fagului”, s. Rădenii Vechi
6.	Sărbătoarea câmpenească „În ospeție la Movila Măgura”	Negurenii Vechi
7.	Sărbătoarea Portului Popular	Mănoilești
8.	Festivalul de umor „Lume, lume, hai la glume”	Todirești
9.	Festivalul raional al datinilor și obiceiurilor de iarnă ”După datina străbună”	Municipiul Ungheni
10.	Zilele municipiului Ungheni	Municipiul Ungheni



11.	Festivalul de muzică folk „UnFolk”	Municipiul Ungheni
12.	Cursa de alergări „Tinerete” + Campionatul național de alergări pe șosea	Municipiul Ungheni
13.	Cupa la hipism „Jacob Ciachir”	Municipiul Ungheni
14.	Sărbătoarea recoltei și a tradițiilor populare /a vinului	Raionul Ungheni

Au fost identificate **14** evenimente comunitare de importanță din raionul Ungheni, inclusiv **7** din municipiul Ungheni (zona urbană) și două organizate la nivel raional.

Din evenimentele identificate, sunt **7** Festivaluri, **4** Sărbători (Fagului, Portului Popular și Sărbătoarea Recoltei și a Tradițiilor Populare / a Vin

ului), Zilele municipiului Ungheni, Cupa ”Jacob Ciachir” la hipism și Cursa de alergări „Tinerete” + Campionatul național de alergări pe șosea.

Nr. ctr.	Serviciile de tip restaurant	Locație
1.	„Crama Mircești”	Mircești
2.	„La Cramă”	Mănoilești
3.	„Casa Albă”	Municipiul Ungheni
4.	„Mag & Dan”	Municipiul Ungheni
5.	Patiseria „Cookies”	Municipiul Ungheni
6.	Sushi House Ungheni	Municipiul Ungheni
7.	Restaurant 4444	Municipiul Ungheni
8.	Erni Pizza	Municipiul Ungheni
9.	Super Pizza	Municipiul Ungheni
10.	Lucia Pizza	Municipiul Ungheni
11.	Salat	Municipiul Ungheni
12.	Pub Cuba	Municipiul Ungheni



13.	Casa Sărbătorii	Municipiul Ungheni
14.	Dalma	Municipiul Ungheni
15.	Felize	Municipiul Ungheni
16.	Star Kebab	Municipiul Ungheni
17.	Miorița	Municipiul Ungheni
18.	Vema	Municipiul Ungheni

De asemenea, în lista resurselor comunitare au fost incluse și **18** servicii de tip restaurant din raionul Ungheni, din care numai **2** sunt din mediul rural.



• *STRUCTURI DE CAZARE TURISTICĂ (furnizorii de servicii de cazare)*

Nr. ctr.	Nume structură de cazare	Locație	Tip	Clasificare	Capacitate de cazare	Preț
1.	Hotel “Vila Verde”	Municipiul Ungheni	Hotel	3 stele	54 camere	30 Euro
2.	Iri-Dana (Motel “Gandelux”)	Municipiul Ungheni	Motel	3 stele	18 camere / 36 paturi	Double, twin 20 Suite - 30 Euro
3.	Style Hotel	Municipiul Ungheni	Hotel	4 stele	4 camere / 6 paturi	Camera standard – 35 Euro; Cameră lux – 50 Euro
4.	Urban Hotel Express	Municipiul Ungheni	Hotel	Neclasificat	6 camere duble, capacitatea maximă cazare - 12 persoane	30 Euro
5.	„La Cramă”	Mănoilești	Pensiune rurală	4 stele	3 camere a câte 2 locuri	30 Euro
6.	„Crama Mircești”	Mircești	Pensiune rurală	4 stele		60 Euro – camera dubla; 45 – camera single
7.	Bahmut Club	Bahmut	Pensiune rurală	Neclasificat	13 căsuțe (6 – cu 2 locuri, 3 – cu 3 locuri, 4 – cu 4 locuri)	30 Euro locul
8.	Satul de vacanță	Zăzulenii Vechi	Pensiune rurală	Neclasificat	10 căsuțe cu 18 camere duble	20-40 Euro locul

Au fost identificate **8** locații, din care **3** hoteluri în municipiul Ungheni (unul de 3 stele, unul de 4 stele și unul neclasificat). În mediul rural avem **4** pensiuni, din care două de patru stele și două neclasificate.

- *STAKEHOLDERI DIN DOMENIUL TURISMULUI LA NIVELUL RAIONULUI UNGHENI*

Au fost identificați stakeholderi din domeniul turismului la nivelul raionului Ungheni: 7 organizații din sectorul asociativ; 5 entități publice și 4 agenții de turism .

*Asociațiile obștești (ONG-urile) din domeniul turismului*

Nr. ctr.	Denumire	Obiectul de activitate	Acțiuni relevante derulate în ultimii 3 ani	Date de contact
1	<b>Centrul Regional de Dezvoltare Durabilă</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- planificare strategică participativă, elaborare, implementare și monitorizare a strategiilor de dezvoltare durabilă</li> <li>- informare și documentare, formare și instruire, analiză și expertiză, planificare și implicare, asistență și consultanță</li> <li>- promovează și încurajează dezvoltarea sectorului neguvernamental la nivel local și regional</li> <li>- contribuie la atragerea resurselor interne și externe pentru dezvoltarea socio- economică</li> <li>- locală, regională și transfrontalieră</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementare proiect „Cooperare pentru promovarea activităților culturale tradiționale în zona transfrontalieră”, 2SOFT/2.1/57</li> <li>- Participare la elaborarea strategiilor sectoriale ale municipiului Ungheni</li> <li>- Participare în cadrul procesului de aprobare a brand-ului local</li> <li>- Partener al proiectului „Acțiuni durabile pentru creștere economică prin turism”</li> </ul>	Svetlana Ciobanu +373 692 930-36 <a href="mailto:crdd_ung_heni@yahoo.com">crdd_ung_heni@yahoo.com</a>
2	<b>„Poarta Deschisă”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dezvoltare strategică</li> <li>- Organizarea, promovarea și dezvoltarea activității de voluntariat.</li> <li>- Efectuarea schimbului și transferului de experiență pozitivă, acumulată în diverse domenii,</li> <li>- inclusiv prin organizarea și participarea în stagii și vizite de studiu</li> <li>- Organizarea și desfășurarea campaniilor de sensibilizare și informare a cetățenilor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizare campanii de informare</li> <li>- Acțiuni de promovare a tradițiilor și produselor locale</li> </ul>	Raisa Smerdov +373 236 2 45 99 <a href="mailto:lilitincu@yahoo.com">lilitincu@yahoo.com</a>



3	<b>Voluntarii „Pro Ungheni”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizarea, promovarea și dezvoltarea activității de voluntariat</li> <li>- Acțiuni de mobilizare a cetățenilor</li> <li>- Organizarea și desfășurarea acțiunilor de informare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participare în cadrul procesului de aprobare a brand-ului local</li> <li>- Campanii de mobilizare a cetățenilor</li> <li>- Organizare acțiuni de promovare a tradițiilor</li> <li>-</li> </ul>	Diana Doroftei +373 61018103 <a href="mailto:dianadoroftei35@gmail.com">dianadoroftei35@gmail.com</a>
4	<b>Fundația Comunitară Ungheni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sprijin activităților caritabile și susține inițiativele cetățenilor din regiunea Ungheni prin programul de granturi mici cu scopul de a îmbunătăți calitatea vieții și a mediului</li> <li>- Identifică și implementează mecanisme noi și eficiente de mobilizare a resurselor locale în beneficiul comunității</li> <li>- Oferă granturi pentru a susține programe și proiecte locale pe domeniile cultura, educație, instruire, sănătate, cultură, economie, protecția mediului și cooperare internațională</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Program de granturi comunitare, inclusiv pentru promovarea culturii</li> </ul>	Mihai OSIPOV <a href="mailto:fc_ungheni@yahoo.com">fc_ungheni@yahoo.com</a> +373 236 23455
5	<b>„Europa-Visage”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborarea și implementarea proiectelor de dezvoltare durabilă la nivel local, regional, transfrontalier</li> <li>- Elaborarea și implementarea strategiilor de dezvoltare durabilă locală și regională întemeiate pe principiile autonomiei locale, descentralizării serviciilor publice, eligibilității autorităților publice locale, legalității și consultării cetățenilor în probleme de interes major</li> <li>- Popularizarea practicilor pozitive în materie de dezvoltare durabilă locală, regională și transfrontalieră în domeniile economic, social și de mediu și experienței administrației publice locale (APL)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare, implementare programe și proiecte de cooperare locală, regională și transfrontalieră (strategii, seminare, instruiți, mese rotunde, rețele de comunicare, schimburi și transfer de experiență), inclusiv în domeniul culturii și promovării turismului local</li> </ul>	Ana Ciorici +373 23625433; <a href="mailto:europa_visage@yahoo.com">europa_visage@yahoo.com</a>





6	<b>AO „Expresul”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborarea și implementarea proiectelor privind drepturile și libertățile omului, accesul la informație, contracararea știrilor false</li> <li>- Promovarea imaginii regiunii și a oamenilor săi</li> <li>- Informarea corectă a cetățenilor</li> <li>- Organizarea și desfășurarea campaniilor de sensibilizare și mobilizare a cetățenilor</li> <li>- Organizarea de traininguri, mese rotunde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare articole de presă despre obiective și trasee turistice, podcasturi cu persoane din regiune care contribuie la promovarea imaginii regiunii</li> <li>- Implementarea proiectelor privind combaterea știrilor false, promovarea egalității de gen, contra violenței, stabilirea localităților cu același nume de pe ambele maluri ale Prutului</li> <li>- Campanii de sensibilizare și mobilizare a cetățenilor</li> <li>- Participarea, ca partener la realizarea proiectelor implementate de asociații obștești și grupuri de inițiativă din regiune</li> </ul>	Natalia Chiosa +373 68531381 <a href="mailto:natalia.junghietu@gmail.com">natalia.junghietu@gmail.com</a>
7	<b>Agencia de Dezvoltare Regională și Integrare Europeană (ADRIEU)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare și promovare de strategii și programe privind dezvoltarea regională, integrarea europeană, participarea cetățenească</li> <li>- Organizare instruire, vizite de studiu, traininguri, schimburi de experiență, inclusiv în domeniul turismului</li> <li>- Elaborare și implementare de proiecte privind democratizarea societății, dezvoltarea regională</li> <li>- Promovarea valorilor europene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementarea proiectelor privind dezvoltarea turismului în regiune, pregătirea acțiunilor în situații de risc, monitorizarea respectării drepturilor omului</li> <li>- Participare și organizare de instruire și schimburi de experiență, inclusiv în domeniul turismului</li> <li>- Consultanță și asistență în organizarea și deschiderea Muzeului tehnicii agricole de la Pîrlița, a Centrului turistic de la Rădenii Vechi</li> </ul>	Eudochia Viziru +373 67434156 +373 78223241 <a href="mailto:agregung@yahoo.com">agregung@yahoo.com</a>





*Instituțiile / organizațiile publice cu atribuții în domeniul dezvoltării turismului*

Nr. ctr.	Denumire	Obiectul de activitate	Date de contact
1	<b>Secția Raională cultură și turism</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Elaborarea concepției privind dezvoltarea culturii și turismului în teritoriul raionului și a programelor complexe de activități culturale și de agrement;</li> <li>– Realizarea programelor de conservare și dezvoltare a culturii și artei în teritoriu prin organizarea diverselor activități culturale: festivaluri, concursuri, acțiuni de conservare și valorificare a creației populare, treceri în revistă a formațiilor artistice de amatori, expoziții de artă plastică și de creații ale meșterilor populari etc.;</li> <li>– Promovarea politicii de ocrotire, conservare și valorificare a patrimoniului cultural național, de salvagardare a monumentelor, ansamblurilor muzeistice și siturilor din teritoriu;</li> <li>– Promovarea turismului pe plan național și internațional, dezvoltarea patrimoniului național ca valoare turistică;</li> <li>– Perfecționarea managementului turistic și ridicarea nivelului serviciului turistic;</li> <li>– Asigurarea funcționării mecanismului de afirmare a talentelor autentice, de selectare a valorilor culturale și de includere a lor în circuitul național și universal;</li> <li>– Coordonarea activității instituțiilor de cultură (palate de cultură, centre de cultură, case și cămine de cultură, biblioteci, instituții de învățământ artistic, cinematografe, complexe muzeale și muzee etc.), indiferent de apartenența departamentală; stabilirea relațiilor de colaborare în domeniul culturii;</li> <li>– Organizarea participării instituțiilor și formațiilor artistice, interpreților, meșterilor populari la festivaluri, concursuri, expoziții, seminare,</li> </ul>	<p>Pîslaru Vadim +373 236 2-26-48 +373 79153717</p>





		simpozioane, conferințe republicane și internaționale	
2	<b>Muzeul de Istorie și Etnografie Ungheni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborare și promovare trasee turistice</li> <li>- Cercetare și promovare a obiectivelor turistice cu valoare istorică și artistică</li> <li>- Promovarea politicilor de ocrotire, conservare și valorificare a patrimoniului cultural și istoric</li> <li>- Consultanță și asistență în implementarea proiectelor privind dezvoltarea turismului</li> </ul>	Vasile Iucal +373 68446191 <a href="mailto:muzeulungheni@gmail.com">muzeulungheni@gmail.com</a>
3	<b>Palatul de Cultură</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierea și promovarea obiceiurilor și tradițiilor populare</li> <li>- Promovarea folclorului</li> <li>- Promovarea culturii locale și naționale</li> <li>- Organizare de festivaluri, evenimente culturale, participare la concursuri și festivaluri</li> </ul>	Silvia Zagoreanu +373 69633707 <a href="mailto:silvia.zagoreanu@mail.ru">silvia.zagoreanu@mail.ru</a>
4	<b>Centrul Multifuncțional „Regina Maria”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promovarea culturii naționale</li> <li>- Organizarea festivalului UnFolk</li> </ul>	Aliona Leșanu +373 69590838 <a href="mailto:aliona.lesanu@gmail.com">aliona.lesanu@gmail.com</a>
5	<b>Stația Orașenească a Tinerilor Turști</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizarea și promovarea turismului sportiv (nautic, montan, pedestru)</li> <li>- Promovarea turismului</li> <li>- Elaborarea traseelor turistice sportive</li> </ul>	Laurențiu Pohilă +373 69145807 <a href="mailto:pohilaurentiu@gmail.com">pohilaurentiu@gmail.com</a>

### Agențiile de turism

Nr. ctr.	Denumire	Obiectul de activitate	Date de contact
1	<b>Agentie Jana Tour</b>	Organizare tururi turistice externe	<a href="mailto:tour.jana@mail.ru">tour.jana@mail.ru</a> +373 0694 40 043





2	<b>Panda Tur, Filiala Ungheni</b>	Organizare tururi turistice locale și externe	+ 373 236 24 344 +373 60-22-52-53 <a href="mailto:ungheni@pandatur.md">ungheni@pandatur.md</a>
3	<b>Favorit-Tur, Filiala Ungheni</b>	Organizare tururi turistice externe	+373 794 22 224 <a href="mailto:ungheni@favorit-tur.md">ungheni@favorit-tur.md</a>
4	<b>Călătorul (Eledar-Tur SRL)</b>	Organizare tururi turistice externe	+373 0686 84 844 +373 787 84 8 44





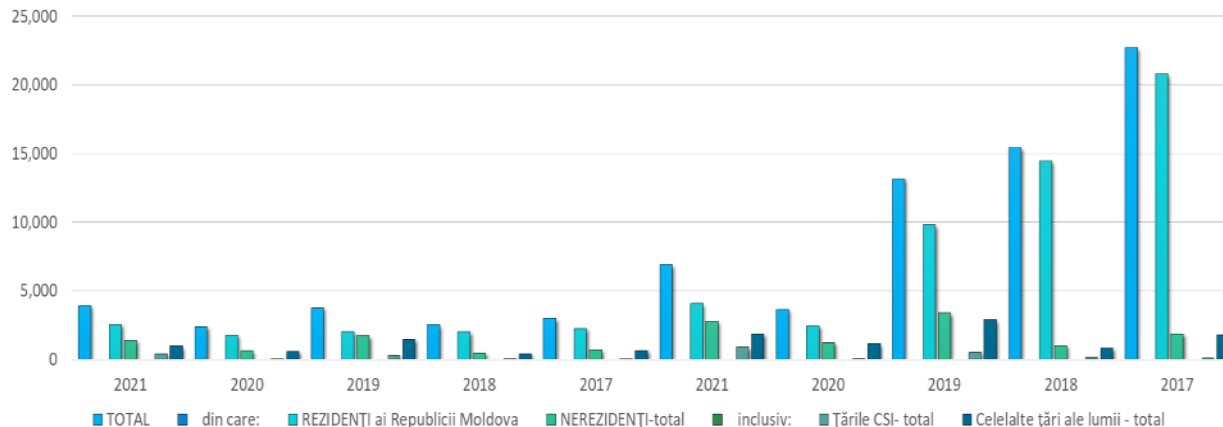
## CAPITOLUL II - DATE STATISTICE PRIVIND ACTIVITATEA TURISTICĂ ÎN REGIUNEA UNGHENI

*Numărul de turiști cazați și înnoptările acestora în structurile de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare din raionul Ungheni, pe țări de origine, anii 2017-2021*

Numărul de turiști cazați										
	2021	%	2020	%	2019	%	2018	%	2017	%
<b>TOTAL</b>	<b>3,957</b>	<b>100.0</b>	<b>2,379</b>	<b>100.0</b>	<b>3,782</b>	<b>100.0</b>	<b>2,520</b>	<b>100.0</b>	<b>2,984</b>	<b>100.0</b>
<b>din care:</b>										
<b>REZIDENȚI ai Republicii Moldova</b>	<b>2,553</b>	<b>64.5</b>	<b>1,739</b>	<b>73.1</b>	<b>2,046</b>	<b>54.1</b>	<b>2,023</b>	<b>80.3</b>	<b>2,277</b>	<b>76.3</b>
<b>NEREZIDENȚI-total</b>	<b>1,404</b>	<b>35.5</b>	<b>640</b>	<b>26.9</b>	<b>1,736</b>	<b>45.9</b>	<b>497</b>	<b>19.7</b>	<b>707</b>	<b>23.7</b>
<b>inclusiv:</b>										
<b>Țările CSI- total</b>	<b>422</b>	<b>10.7</b>	<b>41</b>	<b>6.4</b>	<b>269</b>	<b>13.1</b>	<b>77</b>	<b>3.1</b>	<b>58</b>	<b>1.9</b>
<b>Celelalte țări ale lumii - total</b>	<b>982</b>	<b>24.8</b>	<b>599</b>	<b>25.2</b>	<b>1,467</b>	<b>38.8</b>	<b>420</b>	<b>16.7</b>	<b>649</b>	<b>21.7</b>

22

Numărul de înnoptări										
	2021	%	2020	%	2019	%	2018	%	2017	%
<b>TOTAL</b>	<b>6,901</b>	<b>100.0</b>	<b>3,667</b>	<b>100.0</b>	<b>13,178</b>	<b>100.0</b>	<b>15,460</b>	<b>100.0</b>	<b>22,703</b>	<b>100.0</b>
<b>din care:</b>										
<b>REZIDENȚI ai Republicii Moldova</b>	<b>4,102</b>	<b>59.4</b>	<b>2,441</b>	<b>66.6</b>	<b>9,791</b>	<b>74.3</b>	<b>14,464</b>	<b>93.6</b>	<b>20,825</b>	<b>91.7</b>
<b>NEREZIDENȚI-total</b>	<b>2,799</b>	<b>40.6</b>	<b>1,226</b>	<b>33.4</b>	<b>3,387</b>	<b>25.7</b>	<b>996</b>	<b>6.4</b>	<b>1,878</b>	<b>8.3</b>
<b>inclusiv:</b>										
<b>Țările CSI- total</b>	<b>917</b>	<b>13.3</b>	<b>70</b>	<b>1.9</b>	<b>514</b>	<b>3.9</b>	<b>158</b>	<b>1.0</b>	<b>109</b>	<b>0.5</b>
<b>Celelalte țări ale lumii - total</b>	<b>1,882</b>	<b>27.3</b>	<b>1,156</b>	<b>31.5</b>	<b>2,873</b>	<b>21.8</b>	<b>838</b>	<b>5.4</b>	<b>1,769</b>	<b>7.8</b>



În ceea ce privește turiștii cazați, numărul acestora a crescut în anul 2021 față de anul 2017 cu **32,6%** și a atins 3957 de pers.

Totodată, numărul înnoptărilor acestora **s-a micșorat de 3 ori** de la 22703 în anul 2017, până la 6901 în anul 2021.

De asemenea, numărul turiștilor din R. Moldova a rămas practic neschimbat: 2553 pers. în anul 2021, comparativ cu 2277 pers. în anul 2017, pe când numărul înnoptărilor în rândul acestora **s-a micșorat în 5 ori**.

Țările CSI- total	Numărul de turiști cazați					Numărul de înnoptări				
	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
	422	41	269	77	58	917	70	514	158	109
Armenia	0	0	15	4	0	0	0	29	8	0
Azerbaidjan	1	1	0	1	0	1	4	0	10	0
Belarus	2	0	0	6	0	2	0	0	12	0
Federația Rusă	396	9	89	16	30	865	18	180	32	57
Kârgâzstan	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0
Ucraina	14	30	162	50	28	28	47	302	96	52
Uzbekistan	9	1	1	0	0	21	1	1	0	0

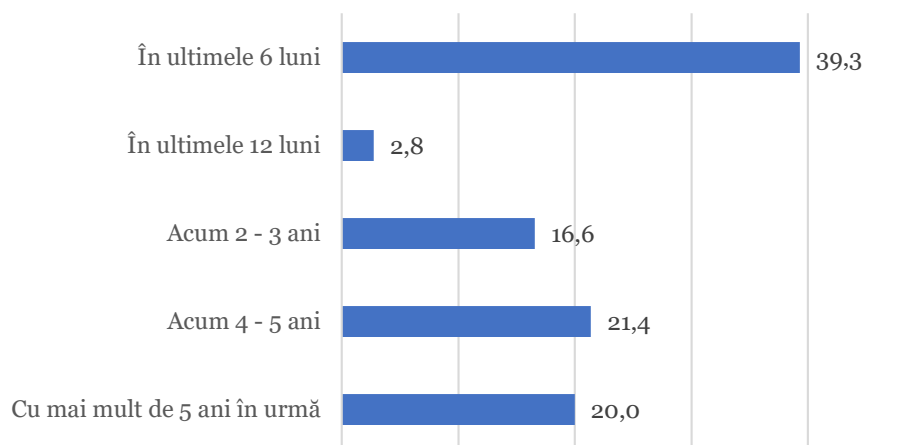
Celelalte țări ale lumii - total	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019	2018	2017
	982	599	1,467	420	649	1,882	1,156	2,873	838	1,769
Albania	0	0	0	0	13	0	0	0	0	25
Arabia Saudită	2	0	0	0	0	4	0	0	0	0
Austria	0	0	36	0	3	0	0	72	0	6
Belgia	126	32	21	1	10	250	64	45	2	49
Bulgaria	0	0	3	2	2	0	0	5	4	4
Canada	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0

<b>Coreea de Sud</b>	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
<b>Elveția</b>	0	0	4	0	0	0	0	8	0	0
<b>Estonia</b>	0	3	0	3	4	0	3	0	6	4
<b>Emiratele Arabe Unite</b>	2	0	0	0	0	4	0	0	0	0
<b>Finlanda</b>	13	0	0	0	0	26	0	0	0	0
<b>Franța</b>	8	3	30	11	20	11	6	60	22	40
<b>Georgia</b>	0	0	24	3	0	0	0	48	6	0
<b>Germania</b>	47	5	158	33	31	130	10	316	66	102
<b>Grecia</b>	0	0	0	2	0	0	0	0	4	0
<b>India</b>	0	0	11	0	0	0	0	22	0	0
<b>Israel</b>	0	0	45	0	2	0	0	89	0	4
<b>Italia</b>	23	9	43	29	17	37	16	82	57	34
<b>Japonia</b>	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0
<b>Letonia</b>	0	0	7	0	0	0	0	14	0	0
<b>Lituania</b>	0	1	0	2	8	0	1	0	3	28
<b>Macedonia</b>	0	0	9	0	11	0	0	18	0	24
<b>Norvegia</b>	0	0	0	1	3	0	0	0	2	6
<b>Olanda</b>	5	0	31	12	16	5	0	62	24	28
<b>Polonia</b>	15	4	72	55	147	29	8	139	103	671
<b>Portugalia</b>	0	20	56	0	0	0	40	112	0	0
<b>Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord</b>	3	7	28	34	18	6	14	56	82	36
<b>Republica Cehă</b>	15	0	15	7	10	24	0	27	14	19
<b>România</b>	657 67%	500 83%	644 44%	126 30 %	125 19%	1222 65%	970 84%	1250 44)	245 29%	226 13%
<b>Serbia</b>	0	0	2	0	0	0	0	3	0	0
<b>Slovenia</b>	0	0	2	0	6	0	0	2	0	12
<b>Spania</b>	0	0	156	6	6	0	0	306	12	12
<b>Statele Unite ale Americii</b>	1	4	12	16	47	2	4	24	32	104
<b>Suedia</b>	0	1	0	0	2	0	1	0	0	2
<b>Tunisia</b>	0	0	0	15	0	0	0	0	30	0
<b>Turcia</b>	13	1	4	7	0	29	1	7	8	0
<b>Ungaria</b>	51	9	51	55	148	102	18	102	116	333

Vorbind de tendințele turiștilor din țările CSI - cele mai mari schimbări s-au evidențiat la numărul turiștilor din Federația Rusă, care a coborât de la 865 în 2017, la 396 în 2021 – mai mult de 2 ori. Pe de altă parte, vorbind de alte țări, cea mai mare creștere s-a evidențiat la numărul turiștilor din Belgia: de la 10 în 2017, la 126 în 2021; remarcăm și creșterea numărului turiștilor din România: de la 125 în 2017 la 657 în 2021 .

## REZULTATELE STUDIULUI PENTRU TURIȘTI

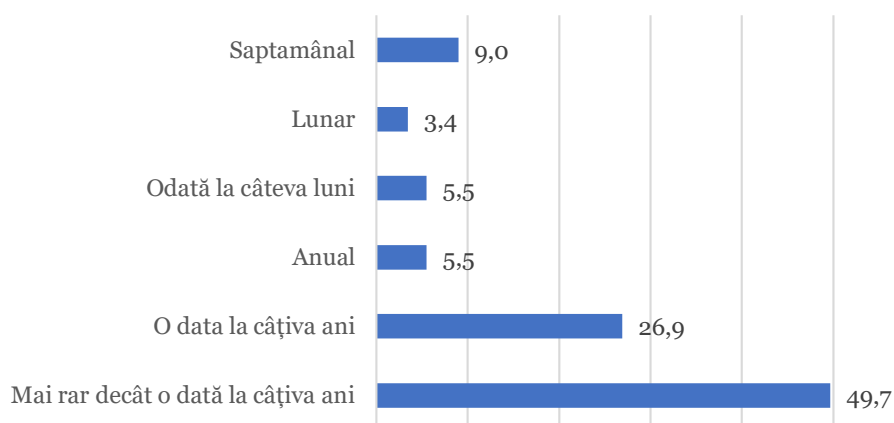
### Q1. Când ați vizitat regiunea Ungheni ultima oară? (%)



25

O mare parte a celor intervievați (39.3%) au vizitat raionul Ungheni în ultimele 6 luni, iar 38% au vizitat raionul în ultimii 2-5 ani.

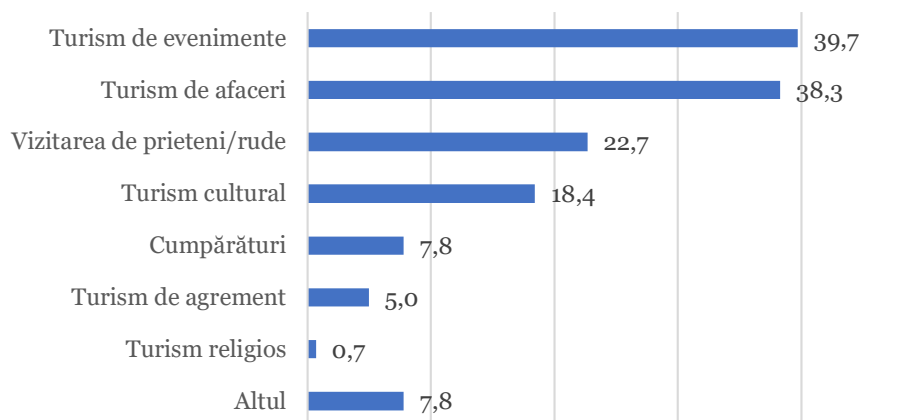
### Q2. Cât de frecvent vizitați regiunea Ungheni? (%)



Dintre respondenți revin în raionul Ungheni săptămânal 9% , dar aproximativ jumătate dintre intervievați ajung în raionul Ungheni mai rar decât o dată la câțiva ani – 49.7%. Puțin mai mult de un sfert dintre respondenți (2.9%) ajung în raionul Ungheni o dată la câțiva ani, iar restul vizitează regiunea vizată anual, lunar sau o dată la câteva luni.



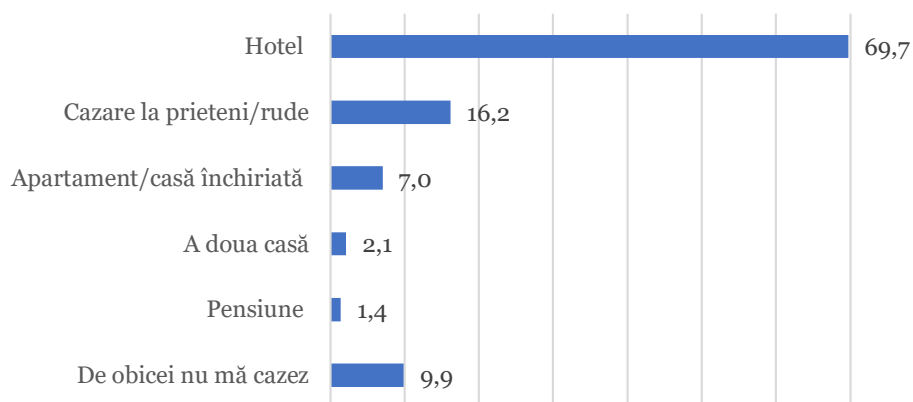
### Q3. Care este scopul vizitelor d-voastră în regiunea Ungheni? (%)



Întrebarea cu răspunsuri multiple referitor la motivele vizitei în raionul Ungheni arată că doar 7.8% dintre vizitatorii din alte regiuni vin la Ungheni având ca scop principal cumpărăturile. Majoritatea persoanelor care vizitează raionul Ungheni vin în scop de turism de eveniment sau turism de afaceri, aceștia însumează 78% dintre respondenți. La rude/ prieteni vin 22.7% dintre participanții la sondaj, iar 18.4 vizitează raionul Ungheni pentru turism cultural. Alte motive pentru care este vizitată regiunea Ungheni sunt: studiile și războiul din Ucraina (persoane refugiate în Ungheni).

26

### Q4. Pe durata șederii dumneavoastră în Ungheni, ce tip de cazare folosiți? (%)

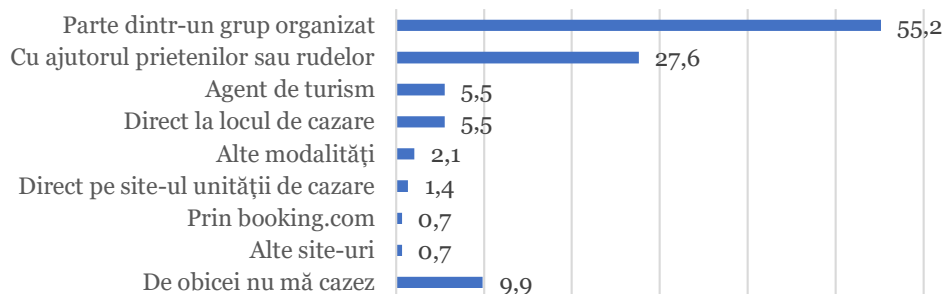


Mai mult de două treimi dintre vizitatorii raionului Ungheni preferă să se cazeze la hotel, 9.9% nu se cazează, iar 16.2% se cazează la rude/prieteni atunci când se află în raionul Ungheni.





### Q5. Cum vă rezervați cazarea în Ungheni? (%)



2.8% dintre respondenți apelează la rezervările individuale online, dar mai mult de jumătate din totalul respondenților (55.2%) fac parte din grupuri turistice organizate, iar puțin peste un sfert din cei intervievați apelează la ajutorul rudelor și prietenilor pentru a se caza.

### Q6. Cât de mult sau cât de puțin a influențat fiecare dintre următoarele aspecte asupra deciziei dvs. de a vizita zona Ungheni? (%)

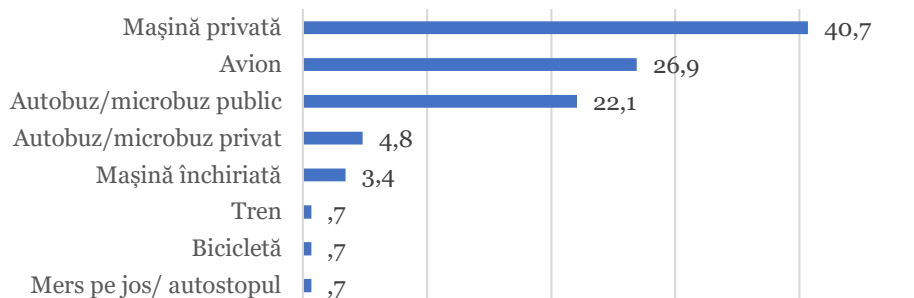
27

	Foarte mult	Mult	Așa și așa	Puțin	Foarte puțin	Nu mă pot pronunța
O vizită anterioară	23.4	13.1	11.7	4.1	16.6	31.0
Sfaturi din partea prietenilor/rudelor	24.8	33.1	7.6	4.8	9.0	20.7
Articole într-o revistă sau ziar	2.1	6.9	15.9	8.3	19.3	47.6
Publicitate într-o revistă/ziar	1.4	8.3	15.9	5.5	18.6	50.3
Broșura turistică	3.4	4.1	13.1	5.5	17.2	56.6
Ghid	1.4	4.8	9.7	5.5	20.0	58.6
Programe radio	0.0	6.2	11.0	5.5	21.4	55.9
Programe/reportaje TV	1.4	10.3	16.6	6.9	16.6	48.3
Publicitate la televizor	1.4	11.7	12.4	5.5	15.9	53.1
Site pe internet	4.8	24.1	15.2	5.5	11.7	38.6
Sfaturi de la un agent de turism	1.4	2.1	6.9	4.8	18.6	66.2
Centrul de informare turistică	1.4	2.8	3.4	4.1	21.4	66.9
Oficiul Național de Turism	0.0	2.8	2.8	4.1	21.4	69.0
Pur și simplu am fost forțat de serviciu	14.5	13.1	4.8	2.8	11.7	53.1
Altă variantă, precizați care	12.4	0.0	0.0	0.0	0.0	87.6

Jumătate dintre respondenți au afirmat că asupra deciziei de a vizita raionul Ungheni a influențat foarte mult o vizită anterioară sau sfaturile prietenilor și rudelor.

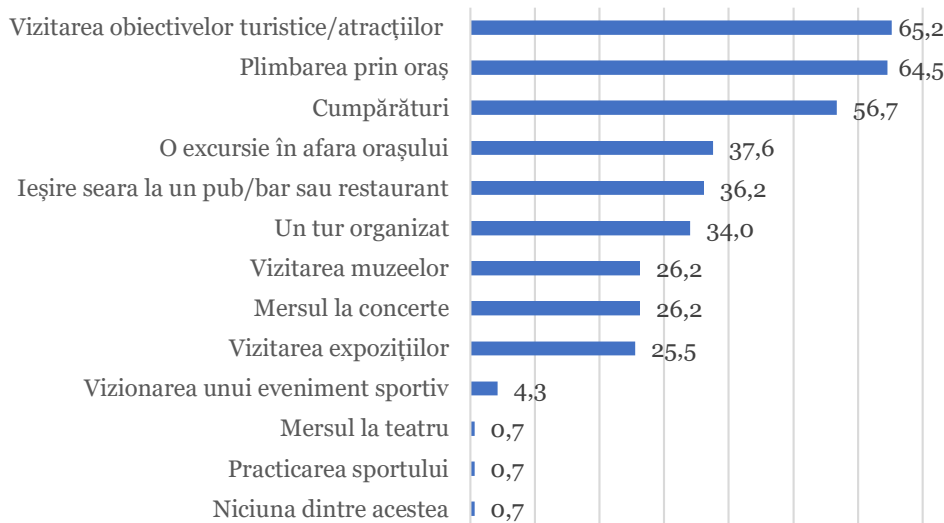


Q7. Care a fost principala dvs. formă de transport către zona Ungheni? (%)



Mai mult de un sfert dintre respondenți (26.9%) au afirmat că principala formă de transport către zona Ungheni este avionul, considerând ca principal mijlocul de transport cu care au parcurs cea mai mare parte a drumului, aeroporturile din Iași, Bacău și Chișinău fiind cele mai solicitate pentru a ajunge în Ungheni din diferite colțuri ale lumii. Tot 26.9% ajung la Ungheni cu autobuzul sau microbuzul (curse publice sau private), iar 40.7% folosesc mașină privată ca mijloc principal de deplasare spre Ungheni.

Q8. Pe care dintre următoarele activități le-ați practicat în vizitele anterioare din zona Ungheni? (%)



Cei mai mulți respondenți au afirmat că în cadrul vizitei/vizitelor în raionul Ungheni vizitează obiectivele sau punctele de atracție turistică(65.2%), se plimbă prin oraș(64.5%) și merg la cumpărături (56.7%). Aproximativ o treime din respondenți au fost cel puțin într-o vizită în afara orașului (37.6%), au ieșit seara într-un local de alimentație publică și agrement ( 36.2%) și au fost

într-un tur organizat (34%). Printre activitățile practicate la vizitarea raionului Ungheni au fost enumerate și vizitarea muzeelor (26.2%), mersul la concerte (26.2%), vizitarea expozițiilor (25.5%). Mult mai rar a fost menționată vizionarea unui eveniment sportiv (4.3%).

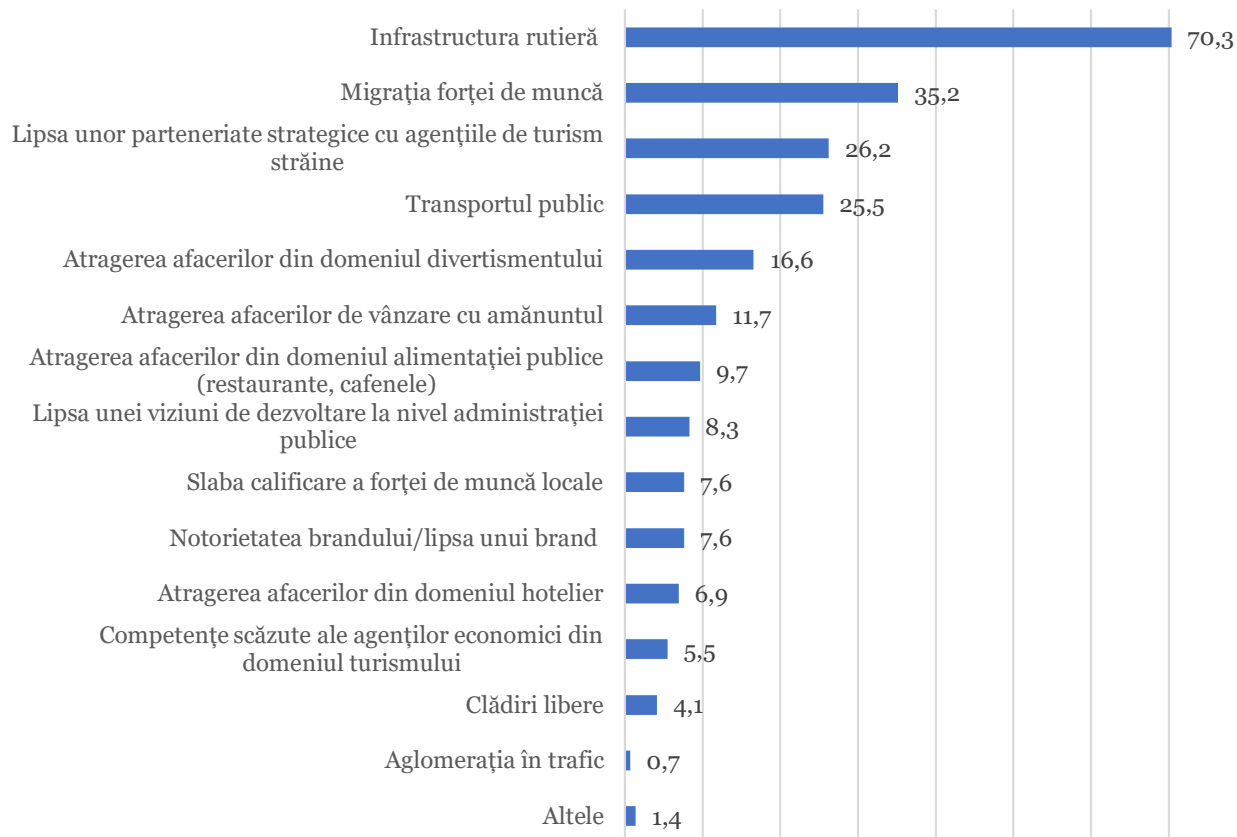
*Q9. Pe o scală de la 1 la 5, precizați în ce măsură sunteți de acord cu afirmațiile de mai jos (%)*

	Acord total	Acord	Nici acord, nici dezacord	Dezacord	Dezacord total	Nu mă pot propunța
Este un loc sigur de vizitat	69.0	24.8	6.2	0.0	0.0	0.0
Oamenii sunt prietenoși și ospitalieri	68.3	25.5	4.1	.7	.7	.7
Este un oraș murdar	0.0	2.1	10.3	32.4	40.0	15.2
Are viață de noapte bună	1.4	9.0	15.9	9.7	3.4	60.7
Este prea aglomerat pentru a vizita obiectivele turistice	.7	2.8	17.9	20.7	19.3	38.6
Prețurile sunt prea mari	2.1	6.2	35.9	31.0	11.7	13.1
Ușor de deplasat prin oraș	15.2	29.7	37.9	9.0	1.4	6.9
O mulțime de restaurante bune disponibile	7.6	26.9	34.5	15.2	2.1	13.8
Raport calitate/preț bun	10.3	30.3	47.6	2.1	.7	9.0
O varietate bună de atracții pentru vizitatori	7.6	22.1	39.3	12.4	1.4	17.2
Are o viață culturală bogată	10.3	26.9	25.5	15.9	2.1	19.3
Facilități bune de cazare	7.6	33.1	28.3	11.0	1.4	18.6
Există o mulțime de muzee de vizitat	4.8	4.8	24.1	18.6	6.9	40.7
Găsesc ușor informațiile de care am nevoie în calitate de turist	9.0	20.0	19.3	15.9	.7	35.2

83.8% dintre respondenți au fost de acord cu afirmația că Unghenii sunt un loc sigur de vizitat, iar 9.8% și-au exprimat acordul cu afirmația "Oamenii sunt prietenoși și ospitalieri". 44.9% dintre respondenți sunt de acord cu faptul că este ușor de deplasat prin oraș, iar 72.4 sunt în dezacord sau dezacord total cu afirmația "Este un oraș murdar".

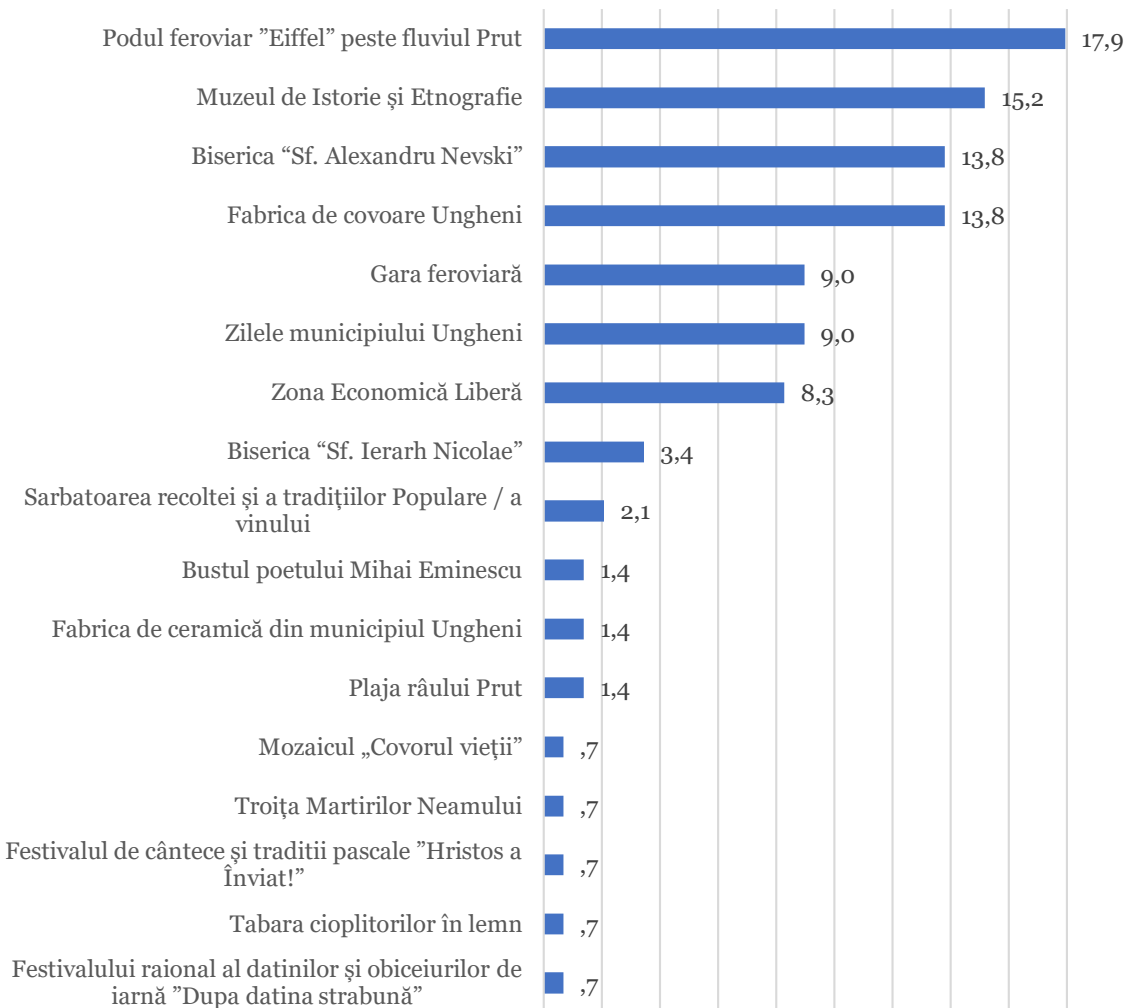


Q10. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent? (%)



Cea mai mare provocare menționată de respondenți în orașul Ungheni este infrastructura rutieră, 70.3% din respondenți au menționat aceasta ca fiind principala. În rândul provocărilor considerate a fi foarte importante au fost (în ordine descrescătoare) : migrația forței de muncă (35.2%), lipsa unor parteneriate strategice cu agențiile de turism străine (26.2%), transportul public (25.5%), atragerea afacerilor din domeniul divertismentului (16.6%). Alte motive: lipsa de imobile spre a fi închiriate, prețuri mari ale imobilelor.

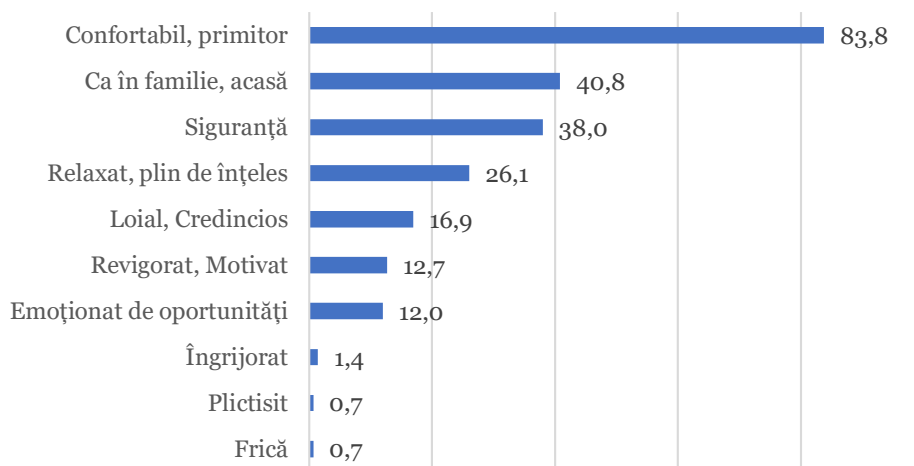
Q11. Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni? (%)



31

Punctul de atracție recunoscut de mai mulți respondenți este Podul feroviar "Eiffel" peste fluviul Prut. Pe lângă muzeu și biserici (Muzeul de Istorie și Etnografie și Bisericile "Sf Alexandru Nevski" și "Sf. Ierarh Nicolae"), care sunt obiective turistice tradiționale pentru orice regiune, în Ungheni sunt considerate puncte de atracție turistică de către mulți vizitatori fabricile: de covoare, de ceramică. Aceste două fabrici însumează 15.2% din răspunsuri. Deoarece 15.6 dintre respondenți sunt liber-profesioniști și manageri-întreprinzători printre punctele de atracție este remarcată Zona Economică Liberă (8.3%) și gara feroviară.

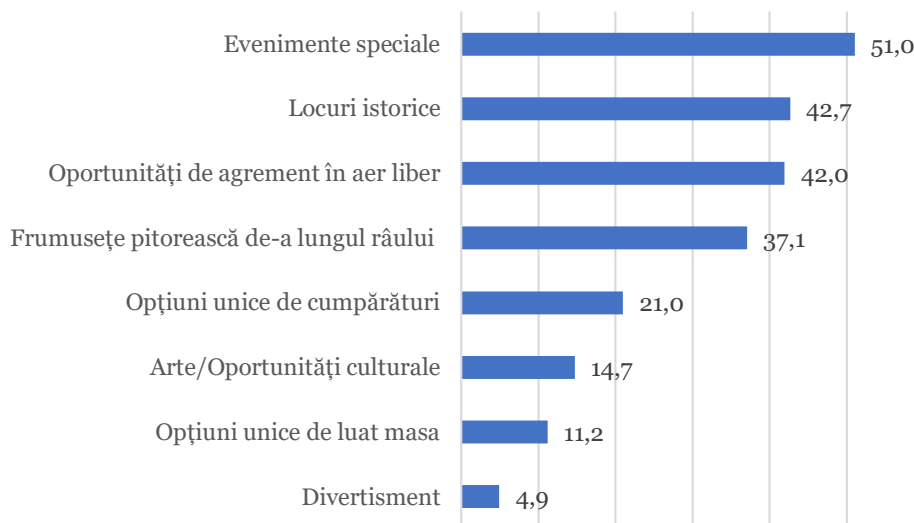
*Q12. Cum descrieți sentimentele pe care le trăiți în Ungheni? (%)*



Astfel, majoritatea din cei chestionați se simt confortabil în timpul șederii lor în Ungheni (83.8%), ca în familie, acasă (40.8%). În mediu, numai 1% din respondenți au sentimente negative – se simt îngrijorați, plictisiți și simt frică. Totodată, în siguranță se simt numai 38%, fapt care trebuie de luat în calcul pentru dezvoltarea turismului în regiune.

32

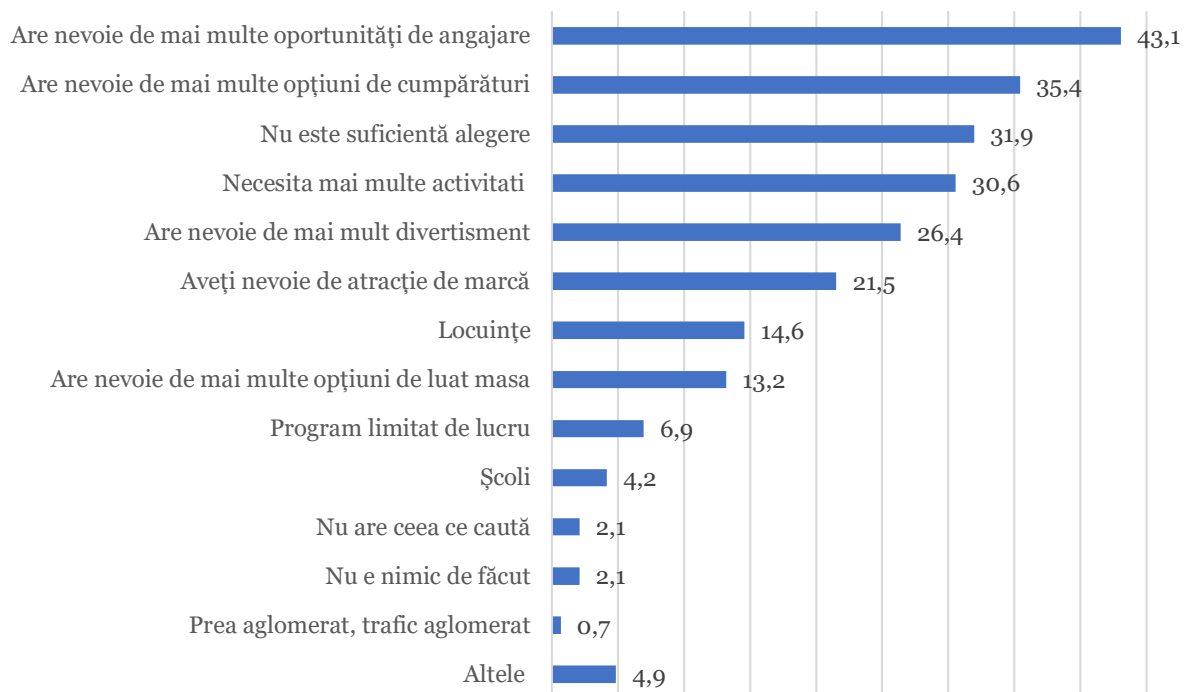
*Q13. Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori? (%)*



După părerea respondenților evenimentele speciale, locurile istorice și oportunitățile de agrement în aer liber se constituie în lucruri de atracție maximă pentru vizitarea orașului Ungheni.

Oportunitățile culturale, de cumpărături sau de luat masa sunt considerate atractive de un număr mai mic de respondenți. Puțin peste o treime din intervievați au apreciat că frumusețea pitorească de-a lungul râului este un lucru care atrage vizitatorii în oraș.

*Q14. Există ceva despre Ungheni care împiedică mai mulți oameni să se mute sau să viziteze zona? (%)*



33

Pentru a alege Ungheni ca loc de trai sau de vizite mai dese, respondenții au afirmat că au nevoie de mai multe oportunități, cum ar fi : oportunități de angajare (43.1%), opțiuni de cumpărături (35.4%), mai multe alegeri și mai multe activități (31.9% și, respectiv, 30.6%). Pentru mai mult divertisment și mai multă atracție de marcă s-au pronunțat 26.5% și, respectiv, 21.5%.

*Q15. Ce face orașul Ungheni mai bun sau diferit de alte locuri? (%)*

CATEGORIA DE RĂSPUNS	%
<b>Răspunsuri care fac referire la calitatea oamenilor</b>	<b>25.5</b>
Oameni primitivi/ospitalieri	17.2
Oameni binevoitori	
Oameni calzi	
Oameni deschiși	
Oameni drăguți	

Relațiile cu oamenii	
Ungheneni sunt plini de viață, bucuroși să vă povestească despre ei și despre țară, să vă invite la un pahar de vin de casă și la masă	
<b>Răspunsuri care fac referire la urbanism</b>	<b>23.4</b>
Spațiile verzi/oraș verde	5.5
Curățenia	4.1
Aleea Castanilor	
Amenajat	
Bine organizat	
Comod	
Drăguț	
Elemente inovative în decorul urban	
Mic/compact	
Parcurile	
Plăcut	
Relaxant	
Sigur/liniștit	
<b>Răspunsuri care fac referire la alte aspect cu potențial turistic</b>	<b>22.8</b>
Locuri frumoase/deosebite	6.2
Evenimente de calitate	3.4
Fabrică de covoare faimoasă	
Biserici frumoase	
Piața centrală	
Farmecul local	
Frumos/frumusețe	
Locuri istorice	
Sculpturile din parc	
Oportunități de agrement/recreere	
Oportunități de cumpărături	
Diversitatea atracțiilor turistice	
Concerte în aer liber în parcul Micul Cluj	
Cultura	
Oraș unic în felul său	
<b>Răspunsuri care fac referire la dinamica orașului</b>	<b>19.3</b>
Dezvoltare dinamică	
Inovare	
Este în dezvoltare, față de alte raioane	
Multe proiecte de investiție	
Acces la toate tipurile de transport: feroviar, rutier, aeroport (din Iași)	
Implementează proiecte interesante	
Oportunități/loc bun pentru investiții	
Infrastructură dezvoltată	
Pașii rapizi cu care se modernizează orașul, față de restul orașelor din Republica Moldova	

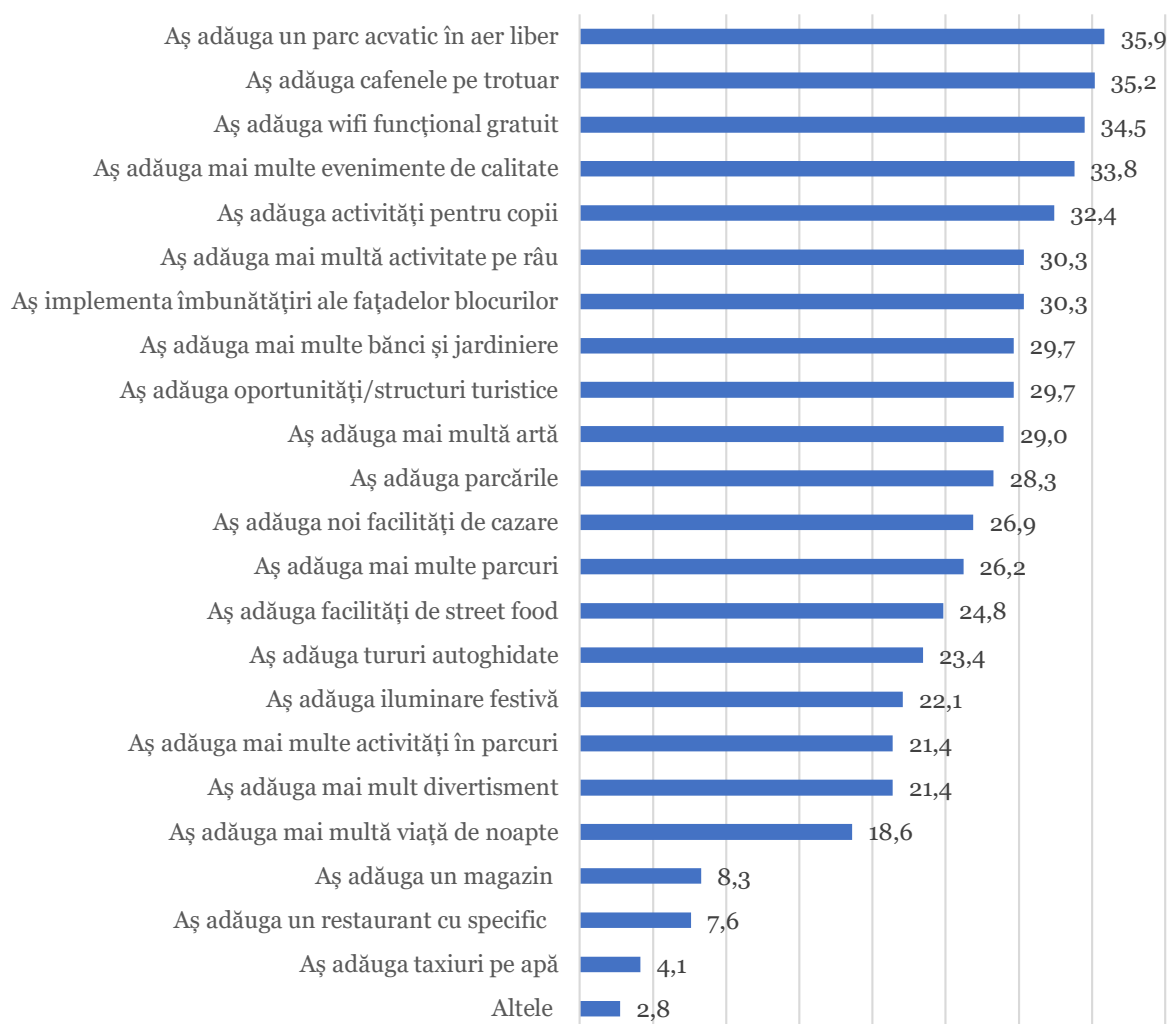
Progres rapid in dezvoltarea orașului; atragerea de investiții externe care aduc o nouă viziune de dezvoltare a zonei	
Vecinătate cu România și UE	
Zona Economică Liberă bine dezvoltată	
<b>Răspunsuri care fac referire la produsele locale și gastronomie</b>	<b>11</b>
Mâncare bună/excelentă; bucătăria tradițională; mâncare diversă: europeană, rusească, românească	4.8
Produse de calitate, precum: covoare, coniac, ceramică	
Produsele locale sunt de calitate și accesibile ca preț	
Vinuri locale de calitate	
<b>Răspunsuri care fac referire la cadrul natural</b>	<b>6.2</b>
Aer curat	
Lacuri	
Natură frumoasă	
Râul Prut	
Se implementează acțiuni pentru protecția mediului	
Poziție geografică bună	
Un loc pitoresc amplasat pe malul râului	
<b>Răspunsuri care fac referire la tradiții</b>	<b>4.8</b>
Ansamblul de dans "Struguraș" este unic în ceea ce face în privința promovării tradițiilor locale	
Dansurile populare	
Petrecerile (nunți, cumetrii) sunt presărate cu voie bună	
Tradițiile locale sunt unice și bine prezervate	
Viață culturală bogată, cu tradiții bine prezervate (dansatori și interpreți buni)	
<b>Răspunsuri care fac referire la calitatea administrației publice locale</b>	<b>4.1</b>
Are un gospodar care știe să gestioneze fondurile și să implementeze diverse proiecte de modernizare a orașului	
Are un primar de nota 10	
Autorități deschise spre colaborare	
Implicarea autorităților și a societății civile	
Primar care dorește să fie totul ca la el acasă	
Profesionalismul și dedicarea funcționarilor și oficialilor	

35

La solicitarea de a preciza care sunt lucrurile care fac orașul mai bun sau diferit de alte orașe cu oferte turistice apropiate respondenții au menționat în număr destul de mare calitatea oamenilor (25.5%) și anume "oameni primitivi și ospitalieri" (17.2%). Alte avantaje ale orașului au fost referitoare la potențialul turistic (22.1%) între care cele mai multe răspunsuri au remarcat locurile frumoase și evenimentele de calitate. A cincea parte a respondenților (19.3) au apreciat dinamica orașului, dar răspunsurile au fost distribuite în măsură egală asupra diferitor factori cum ar fi progresul, dezvoltarea, modernizarea diverselor puncte de importanță din oraș. Cele mai puține

răspunsuri au fost cu referire la tradiții (4.8% din răspunsuri) și cu referire la calitatea administrației publice locale (4.1% din răspunsuri).

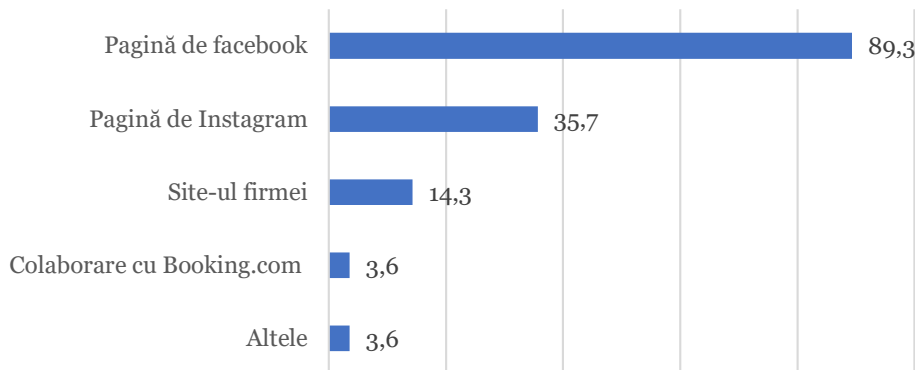
*Q16. Dacă ați putea schimba sau face ceva pentru a afecta în mod pozitiv viitorul regiunii Ungheni în următorii zece până la douăzeci de ani, care ar fi acesta? (%)*



Respondenții au bifat mai multe soluții pentru a crește atractivitatea orașului Ungheni în următorii 10-20 de ani. Cele mai multe propuneri (aproximativ 35% fiecare) au însumat următoarele soluții: crearea unui parc acvatic în aer liber, plasarea măsuțelor cafenelelor pe trotuare și adăugarea unei rețele de wifi gratuit și funcțional la nivelul întregului oraș. Evenimentele de calitate, activitățile pentru copii, activitățile de agrement pe malul râului, dar și renovarea fațadelor blocurilor sunt lucruri care ar afecta pozitiv imaginea orașului – aceste răspunsuri au fost marcate de 30% până la 35% de respondenți. Din perspectiva vizitatorilor orașul are nevoie de mai multe facilități de cazare și masă, de îmbunătățiri la infrastructura rutieră, de iluminare, la infrastructura pentru copii și la infrastructura parcurilor.

## REZULTATELE STUDIULUI PENTRU AGENȚII ECONOMICI

*Q2. Precizați dacă dețineți unul sau mai multe dintre următoarele instrumente online*

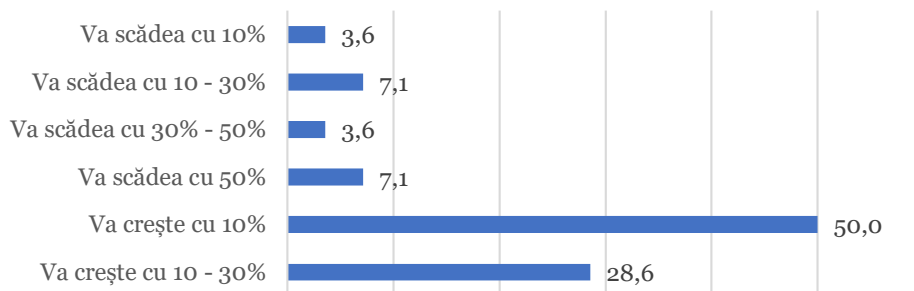


Din răspunsurile agențiilor economice participanți la sondaj se observă că rețelele sociale sunt cele mai solicitate ca metode de promovare, întâietatea deținând-o rețeaua Facebook (89.3%) urmată la distanță destul de mare de Instagram (35.7%). Instrumentul care până de curând era considerat clasic pentru promovarea afacerii – site-ul companiei – este utilizat numai de 14.3% dintre agenții economici intervieuați.

37

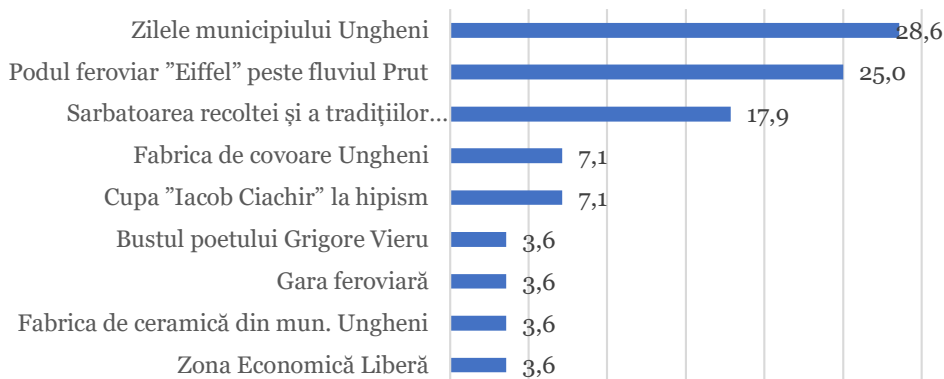
**Altele:** <https://companies.casata.md/>

*Q3. Cum estimați evoluția cifrei d-voastră de afaceri în 2022, comparativ cu aceeași perioadă a anului 2021?*



Având în vedere faptul că anul 2021 a fost al 2-lea an pandemic, iar afacerile în domeniul HoReCa, cât și cele care erau legate de turism s-au aflat în stagnare, în 2022 78.6% din agenții economice sunt optimiști în ceea ce privește evoluția pozitivă a cifrei lor de afaceri. Dintre aceștia 28.6% consideră că cifra de afaceri va crește cu peste 10% (până la 30%).

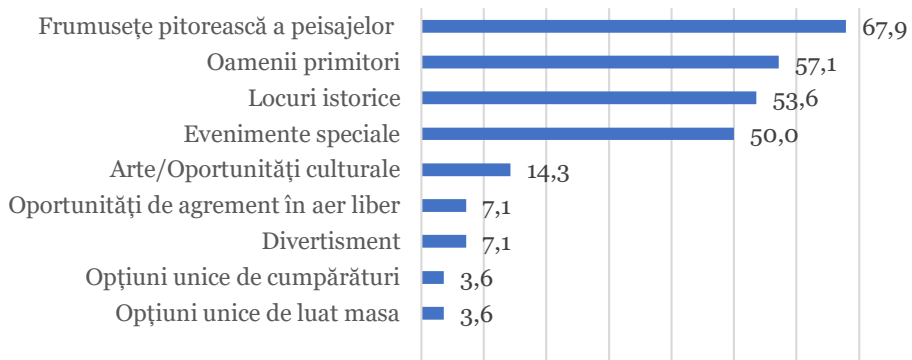
#### Q4. Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni?



Spre deosebire de vizitatori, care consideră podul "Eiffel" cea mai importantă atracție turistică, plasând Zilele municipiului Ungheni pe locul al 6-lea în lista de ordine a importanței din punct de vedere turistic, agenții economici consideră că Zilele municipiului Ungheni sunt principalul motiv de faimă a orașului Ungheni, urmate fiind de Podul feroviar "Eiffel". La fel, Sărbătoarea recoltei și a tradițiilor, fiind un eveniment important local, este considerat faimos de către 17.9% din agenții economici locali, totuși, doar 2.1 dintre respondenții turiști au considerat-o ca fiind o atracție principală a orașului Ungheni.

38

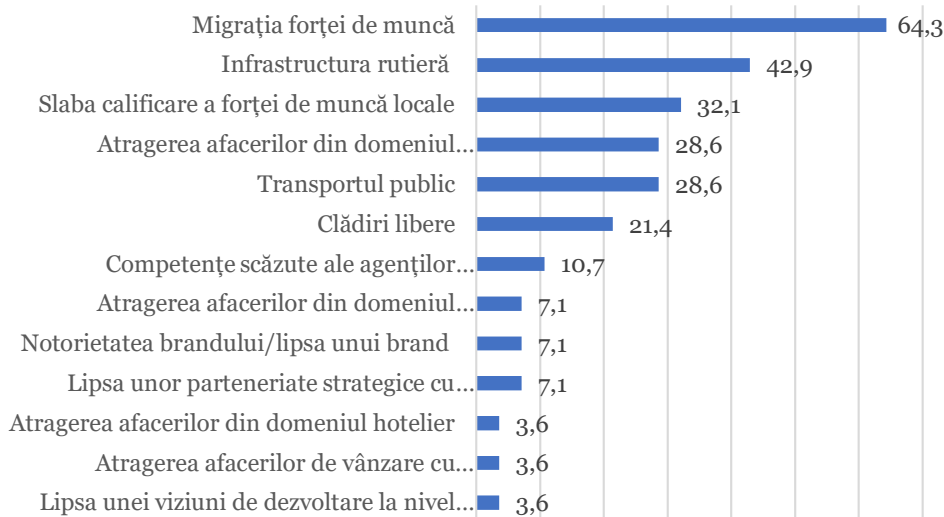
#### Q5. Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori?



Chiar dacă ordinea este puțin diferită, în partea de sus a listei lucrurilor care sunt considerate cele mai bune și care atrag vizitatorii, atât respondenții vizitatori cât și respondenții agenți economici au remarcat oamenii primitori, frumusețea pitorească a locurilor, locurile istorice și evenimentele speciale. Celelalte puncte de atracție fiind considerate de un număr mai mic de respondenți ca fiind cele mai atractive pentru oaspeții Unghenilor.



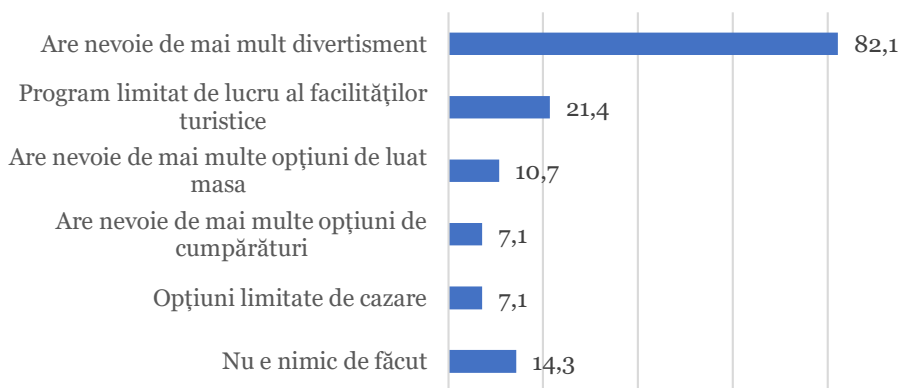
*Q6. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent?*



Cea mai mare provocare a orașului Ungheni din perspectiva agenților economici este migrația forței de muncă (64.3% din răspunsuri), alte două provocări identificate ca fiind cele mai mari sunt infrastructura rutieră și slaba calificare a forței de muncă locale.

39

*Q7. Care sunt impedimentele pentru a vizita zona Ungheni?*



Cea mai mare parte a agenților economici (82.1%) consideră că în orașul Ungheni este nevoie de mai mult divertisment și că lipsa acestuia constituie o piedică pentru a alege orașul ca loc de vizitat prioritar. Totuși, 14.3% din agenții economici consideră că nimic nu-i împiedică pe vizitatori să vină și că în oraș ”nu e nimic de făcut.”

---

### Q8. Care sunt cele mai mari provocări ale d-voastră, ca furnizor de servicii turistice

---

- Puțini turiști;
- Creșterea prețurilor;
- E nevoie de mai multă promovare și marketing a serviciilor oferite;
- Restricțiile privind organizarea de evenimente din perioada pandemiei;
- Lipsa forței de muncă calificată;
- Migrația tinerilor/migrația forței de muncă;
- Lipsa forței de muncă;
- Lipsa furnizorilor de instruire pe meserii;
- Prețurile mici ale serviciilor prestate și marjele mici de profit;
- Lipsa pieței de desfacere;
- Lipsa unor pachete turistice în regiunea Ungheni;
- Oportunități reduse pentru tineri;
- Solicitări reduse pentru serviciile de cazare în perioada rece a anului.

Cei 27 de agenți economici au enumerat un șir de provocări cu care se confruntă întreprinderea ca și furnizor de servicii turistice. Unele dintre acestea, cum ar fi ”numărul mic de turiști” ar putea fi o consecință a altor provocări enumerate, așa cum sunt: restricțiile privind organizarea de evenimente, lipsa promovării și a pachetelor turistice etc. Alte provocări, cum ar fi cele legate de forța de muncă și prețuri sunt caracteristice pentru orașele cu număr mic de populație și pot fi legate de oportunitățile reduse pentru tineri și lipsa furnizorilor de instruire.

---

### Q9. Sugestii privind crearea de pachete turistice în regiunea Ungheni

---

- Crearea materialelor video pentru promovarea traseelor turistice din regiune;
- Dezvoltarea aplicațiilor / a unei platforme electronice cu informații utile pentru turiști;
- Dezvoltarea traseelor turistice și a infrastructurii pe traseele turistice;
- Diversificarea informațiilor despre serviciile și produsele locale (trasee turistice, locuri de cazare și alimentare, locuri istorice și pitorești, calendarul evenimentelor culturale) cu date de contact și traducerea acestora în mai multe limbi (minim 4);
- Promovarea identității locale și a locurilor de atracție turistică din Ungheni;
- Includerea tradițiilor de lucru cu ceramica în traseele turistice. Promovarea olăritului;
- Promovarea furnizorilor de servicii turistice și informarea turiștilor despre serviciile locale prin intermediul mai multor mijloace și modalități (hărți turistice, broșuri, cataloage, site-uri, aplicații, etc);
- Crearea unor pachete turistice pentru week-end pe întreg raionului Ungheni;
- Dezvoltarea turismului culinar, cultural, organizarea tururilor de promovare a cramelor de vinuri.

Pentru crearea de pachete turistice în regiunea Ungheni furnizorii de servicii consideră că sunt necesare mai multe acțiuni specifice de realizat. Mai mulți agenți economici consideră că sunt necesare materiale video de promovare a traseelor turistice. De asemenea la dezvoltarea pachetelor turistice ar putea contribui diversificarea informațiilor și a ofertelor, dar și crearea și traducerea materialelor de promovare de diferite tipuri în mai multe limbi. De asemenea, mai mulți operatori au sugerat crearea unei platforme electronice unice cu informații pentru turiști despre raionul Ungheni, deoarece din sugestii rezultă că pachetele turistice existente promovează mai puțin raionul Ungheni în totalitate, axându-se mai mult pentru oraș, unde sunt mai multe facilități turistice.

## CONCLUZII

---

În rezultatul Studiului putem formula următoarele concluzii:

Majoritatea din cei chestionați (83.8%) se simt confortabil în timpul șederii lor în Ungheni, în mediu, numai 1% din respondenți au sentimente negative – se simt îngrijorați, plictisiți, etc.

La momentul actual, Regiunea Ungheni **are un potențial turistic diversificat**: arii protejate, parcuri (Rezervația Plaiul Fagului, Parcul ”Micul Cluj”), zone rurale nepoluate, oportunitățile de agrement în aer liber, resurse hidrografice (Râul Prut și lacuri), pescuit și vânătoare, oportunități de cumpărături sau de luat masa, atracții culturale, locurile istorice, biserici și mănăstiri în zone pitorești, și multe altele.

Regiunea dispune de condiții naturale bune (cu o poluare redusă în majoritatea zonelor rurale) pentru activități de turism în aer liber – pescuit și vânătoare, drumeții, sporturi nautice, turism ecvestru, cicloturism, etc. Râul Prut cu resurse cinegetice și piscicole reprezintă o importantă resursă pentru dezvoltarea industriei turismului de agrement.

De asemenea, regiunea dispune de resurse importante pentru turismul rural: zone rurale cu folclor și tradiții, meșteșuguri, gastronomie bazată pe produse naturale locale, cultura viticolă; tezaur etnografic și folcloric de mare originalitate; evenimente și atracții diverse: festivaluri, concerte, expoziții, concursuri sportive, obiceiuri și tradiții.

41

Vorbind de specificul zonei, putem constata că, pe lângă muzeu și biserici, care sunt obiective turistice tradiționale pentru orice regiune, în Ungheni sunt considerate puncte de atracție turistică de către mulți vizitatori fabricile de covoare și de ceramică, Zona Economică Liberă și gara feroviară. Acest specific reprezintă un mare avantaj și potențial pentru dezvoltarea turismului în Ungheni.

La fel, faptul că regiunea este situată la graniță cu România și este traversată de axe prioritare ale rețelei de transport, facilitează dezvoltarea turismului, în special cel transfrontalier.

Turiștii sunt impresionați de dinamica municipiului Ungheni, cu infrastructură relativ dezvoltată și proiecte de inovative, care dau un suflu aparte orașului. Pașii rapizi cu care se modernizează orașul, față de restul zonelor urbane din Republica Moldova, se datorează, din afirmațiile respondenților, „autorităților deschise spre colaborare” cu „profesionalismului și dedicării funcționarilor și oficialilor” și faptului că „are un primar gospodar care știe să gestioneze fondurile și să implementeze diverse proiecte de modernizare a orașului”.

Totodată, orașul confruntă **și multe dificultăți**, care îngreunează dezvoltarea turismului în regiunea Ungheni, după cum urmează:

- capacitatea limitată și standardul calitativ scăzut al infrastructurii turistice și de agrement în general;
- calitate slabă a serviciilor de cazare, inclusiv din cauza educației și competențelor în ospitalitate nedezvoltate, facilitățile de cazare sunt foarte sărace, cu excepția orașului Ungheni;
- calitate slabă a serviciilor de alimentație publică, cu excepția câtorva restaurante & cluburi;

- număr redus de turiști străini care vizitează regiunea;
- lipsa pachetelor turistice atractive;
- activități de marketing turistic și management al destinației turistice insuficient dezvoltate – un număr redus de centre și puncte de informare turistică;
- insuficienta valorificare a monumentelor istorice prin amenajări arhitecturale specifice;
- insuficienta dezvoltare a infrastructurii de agrement;
- acces limitat pentru persoanele cu dizabilități la numeroase puncte de atracție turistică;
- limbile străine, cu excepția limbii ruse sunt necunoscute;
- nerespectarea arhitecturii tradiționale în cazul construcțiilor noi, amplasate în interiorul parcurilor sau altor arii cu potențial turistic;
- urbanizarea forțată a populației rurale, cu implicații directe în pierderea patrimoniului cultural existent.

Pentru dezvoltarea segmentului turistic cu o valoare adăugată considerabilă și crearea de locuri de muncă în acest sector, regiunea Ungheni trebuie să își aplice o strategie ce urmărește „importul de turiști”, luând ca baza nevoile acestor turiști.

Astfel, afacerile în turism trebuie să vizeze mai multe direcții:

- *dezvoltarea facilităților de cazare, la standarde europene*, în special în mediul rural (unde există foarte unități de cazare), dar și orașul are nevoie de un număr mai mare de facilități de cazare și masă și de îmbunătățiri în cadrul celor existente; mai mult de două treimi dintre vizitatorii raionului Ungheni preferă să se cazeze la hotel în oraș, 9.9% nu se cazează, iar 16.2% se cazează la rude/prieteni atunci când se află în raionul Ungheni;
- *dezvoltarea infrastructurii specifice turismului de afaceri/congrese/conferințe*;
- *pregătirea resurselor umane în domeniul turismului*, valorificarea surselor de finanțare pentru dezvoltarea resurselor umane din domeniu, la nivel liceal, universitar și la nivelul formării profesionale continue a adulților (cea mai mare provocare a orașului Ungheni din perspectiva agenților economici este migrația forței de muncă (64.3% din răspunsuri), alte două provocări identificate ca fiind cele mai mari sunt infrastructura rutieră și slaba calificare a forței de muncă locale);
- *organizarea de acțiuni turistice de anvergură și de renume național și internațional* (majoritatea persoanelor care vizitează raionul Ungheni vin în scop de turism de eveniment sau turism de afaceri, iar 18.4% vizitează raionul Ungheni pentru turism cultural – evenimente tradiționale. De asemenea, agenții economici consideră că *Zilele municipiului Ungheni* sunt principalul motiv de faimă a orașului Ungheni (17.9%), la fel și *Sărbătoarea recoltei și a tradițiilor* (17.9%);
- *realizarea unei promovări turistice mai bune*, poate prin intermediul unui portal complex, participarea la târgurile de turism și prin alte canale media (jumătate dintre respondenți au afirmat că asupra deciziei de a vizita raionul Ungheni a influențat o vizită anterioară sau sfaturile prietenilor și rudelor, dar nu și promovare oficială). Totodată, din răspunsurile agenților economici, participanți la sondaj, se observă o utilizare deficitară a

instrumentelor de promovare online: un site web deține numai de 14.3% dintre agenții economici intervievați, doar 3.6% colaborează cu Booking, niciun agent economic nu colaborează cu Trip Adviser;

- *dezvoltarea de noi forme de turism / produse turistice* (pentru a alege Ungheni ca loc de vizite mai dese, respondenții au afirmat că au nevoie de mai multe oportunități, cum ar fi: opțiuni de cumpărături (35.4%), mai multe alegeri și mai multe activități (31.9% și, respectiv, 30.6%), pentru mai mult divertisment și mai multă atracție de marcă s-au pronunțat 26.5% și, respectiv, 21.5%). Respondenții au bifat mai multe soluții pentru a crește atractivitatea orașului Ungheni în următorii 10-20 de ani: crearea unui parc acvatic în aer liber, plasarea măsuțelor cafenelelor pe trotuare și adăugarea unei rețele de wifi gratuit și funcțional la nivelul întregului oraș. Evenimentele de calitate, activitățile pentru copii, activitățile de agrement pe malul râului, dar și renovarea fațadelor blocurilor sunt lucruri care ar afecta pozitiv imaginea orașului. De asemenea, cea mai mare parte a agenților economici (82.1%) consideră că în orașul Ungheni este nevoie de mai mult divertisment și că lipsa acestuia constituie o piedică pentru a alege orașul ca loc de vizitat prioritar;
- *orientarea spre turismul transfrontalier cu România*: având în vedere tendințele în schimbarea numărului turiștilor din țările CSI (cele mai mari schimbări s-au evidențiat la numărul turiștilor din Federația Rusă, care a coborât de la 865 în 2017 la 396 în 2021 – mai mult de 2 ori, concomitent cu o creștere semnificativă a numărului de turiști din România: de la 125 în 2017 la 657 în 2021 sau cu 525,6%), este necesară dezvoltarea unui mix de marketing care să vizeze turismul transfrontalier;
- *dezvoltarea infrastructurii rutiere către reșterele turistice*: 70.3% dintre turiștii respondenți că cea mai mare provocare în orașul Ungheni este infrastructura rutieră; la fel, a doua cea mai mare provocare a orașului Ungheni din perspectiva agenților economici este infrastructura rutieră;
- *dezvoltare infrastructurii locale legate*, insistând pe industria mică meșteșugărească, gastronomie, tradiții și cultură populară.
- *dezvoltarea unor parteneriate strategice cu agențiile de turism*, atât din țară, cât și din străinătate (lipsa acestora a fost menționată de 26.2% dintre agenții economici ca fiind o problemă importantă a sectorului).

43

Având în vedere că, principalul obiectiv al oricărei activități, inclusiv și al turismului, este generarea de surse de venit, rolul sectorului privat este esențial.

Astfel, pentru a atinge un echilibru între *satisfacția turiștilor*, *protejarea mediului și competitivitatea întreprinderilor* și a *destinațiilor* este necesară o abordare strategică integrată în cadrul căreia toate părțile interesate să împărtășească același obiective:

- adaptarea infrastructurii, renovarea clădirilor, îmbunătățirea imaginii zonei, etc.
- gestionarea durabilă a resurselor naturale și culturale;
- reducerea la minimum a poluării și a utilizării resurselor;
- reducerea caracterului sezonier al cererii;
- crearea unui turism accesibil tuturor;
- garantarea siguranței turiștilor și a comunităților locale din zonele turistice.

Pachetele turistice create ar trebui axate pe următoarele avantaje ale zonei:

- posibilități de cumpărături (în special pentru rezidenții județului Iași, România);
- posibilități de agrement;
- evenimente de calitate;
- Ungheniul istoric.

Componentele ”gastronomie” și tradiții pot fi temele orizontale integrate în fiecare dintre propunerile de pachete.

„Pachet de servicii turistice” reprezintă o combinație de cel puțin două din elementele următoare: cazare, alimentație, transport, tratament balnear, agrement, alte servicii suplimentare vândute sau oferite la un preț global, atunci când aceste prestații depășesc 24 de ore. O unitate specializată care organizează, oferă și vinde pachete de servicii turistice sau componente ale acestora, este Agenția de turism. Astfel, având în vedere că, conform studiului, pe teritoriul regiunii Ungheni activează numai patru Agenții de turism, există necesitatea de a stabili colaborarea cu mai multe Agenții de turism pentru conceperea și promovarea pachetelor turistice specifice regiunii.

Totodată, toate eforturile administrației publice locale, ong-urilor și altor actori comunitari din regiunea Ungheni trebuie să fie direcționate spre dezvoltarea și transformarea resurselor turistice locale în atracții turistice, pentru ale face mai atractive și utile pentru scopurile turistice (aceste activități fiind finanțate din bugetele publice, diferite proiecte, investiții private etc.). Numai din acel moment, resursele turistice locale, transformate în atracții turistice, pot fi utilizate la crearea pachetului turistic de către operatorii de turism.

44

O atenție deosebită ar trebui acordat la informarea turiștilor cu privire la atracțiile turistice/pachetele turistice și a caracteristicilor acestora, unde promovarea joacă un rol important. Pentru efectuarea procesului de promovare se recomandă respectarea legislației naționale cu privire la publicitate. Promovarea la nivel local și regional trebuie să combine toate elementele mixului promoțional: publicitatea (materiale informative turistice, broșuri, cataloage, paginile internet, etc.), promovarea vânzărilor (expoziții și târguri, jocuri și concursuri, seminare, conferințe, voiaje de stimulare pentru presă/parteneri operatorii turistici etc.), relații publice (conferințe de presă, evenimente speciale, sisteme diverse de comunicare către și între actori publici și privați implicați etc.)

De asemenea, la elaborarea pachetelor turistice trebuie de luat în vedere legislația națională și europeană specifică în sectorul turismului, în special, Directiva Consiliului nr.90/314/CEE și Directiva 2302/2015 UE privind garantarea pachetelor turistice. La fel, trebuie de utilizat la maximum experiența practică existentă în R. Moldova la moment, în special în domeniul turismului transfrontalier. Pentru această, este nevoie de consolidarea parteneriatelor cu mai mulți actori regionali, naționali și internaționali, participarea la diferite rețele și asociații în domeniul turismului, cum ar fi: Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova (ANTRIM), care gestionează și supraveghează activitatea Centrului Național de Informare Turistică din Moldova; Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural din Moldova (ANTREC MOLDOVA) etc.

## Anexa 1- Lista indicatorilor/informațiilor necesare pentru cercetarea secundară

### POTENȚIALUL NATURAL

Vă rugăm să completați tabelul de mai jos pentru următoarele categorii de resurse naturale din raionul Ungheni:

- Areale și trasee turistice cu valoare peisagistică deosebită;
- Parcurile naționale sau naturale;
- Rezervații și monumente ale naturii;
- Rețeaua hidrografică.

Nr. ctr.	Denumire	Localizare (comună, sat)	Suprafața (ha)	Număr anual de vizitatori (înainte de pandemie)	Potențialul turistic; elemente care îl disting de alte resurse	Facilitățile turistice* existente?	Datele de contact
	...						

\* se face referire la orice fel de facilități existente: parcări, locuri amenajate pentru picnic, pensiuni/restaurante, etc.

### POTENȚIALUL ANTROPIC (RESURSELE CULTURALE, COMUNITARE ȘI DE PATRIMONIU)

Vă rugăm să completați tabelul de mai jos privind categorii de resurse antropice de tipul **clădirilor/ansamblurilor urbane** din raionul Ungheni:

- Cetăți;
- Biserici fortificate – cetăți;
- Clădiri civile urbane;
- Ansamblul urban fortificat;
- Biserici și ansambluri mănăstirești;
- Monumente;
- Muzee.

Nr. ctr.	Denumire	Localizare (comună, sat)	Suprafața (ha)	Număr de vizitatori, anual (înainte de pandemie)	Potențialul turistic; elemente care îl disting de alte resurse	Facilitățile turistice existente	Datele de contact
	...						

Vă rugăm să completați tabelul de mai jos privind **evenimentele comunitare** din raionul Ungheni:

Nr. ctr.	Denumire	Localizare (comună, sat)	Tematică vizată	Categoriile de public țință vizat	Număr estimat de participanți , anual (înainte de pandemie )	Alte detalii	Facilități turistice puse la dispoziția turiștilor ?	Datele de contact
	...							

Vă rugăm să completați tabelul de mai jos privind **serviciile de tip restaurant** din raionul Ungheni:

Nr. ctr.	Denumire	Localizare (comună, sat)	Restaurant cu specific? detalii	Descrierea ofertei/meniului	Categoriile de public țință vizat	Număr estimat de clienți , anual (înainte de pandemie )	Cifra de afaceri în anul 2019 și în anul 2021	Număr de angajați în anul 2019 și în anul 2021	Alte detalii	Alte facilități turistice puse la dispoziție?	Datele de contact
	...										

### STRUCTURI DE CAZARE TURISTICĂ

Vă rugăm să furnizați informațiile de mai jos privind **furnizorii de servicii de cazare** din raionul Ungheni:

- Denumire
- Localizare (comună, sat)
- Tip structură de cazare:
  - Hotel sau motel
  - Pensiune turistică sau agroturistică
  - Cămin pentru vizitatori
  - Structură de întremare (sanatoriu)
  - Sat de vacanță și alte structuri de odihnă
  - Tabără de vacanță

- Clasificare (câte stele are)
- Prezent pe booking?
- Număr de camere
- Număr de paturi
- Prețuri
- Categoriile de public țintă vizat
- Număr de turiști cazați în 2019 și în 2020
- Tipologia turiștilor după țara de proveniență
- Număr de înnoptări în decursul anului
- Indicii de utilizare a capacității de cazare, %
- Cifra de afaceri în anul 2019 și în anul 2021
- Număr de angajați în anul 2019 și în anul 2021
- Avantaje competitive, alte elemente distincte
- Alte facilități turistice puse la dispoziție?
- Datele de contact

#### ACTIVITATEA AGENȚIILOR DE TURISM DIN RAION

Turism receptor organizat de agențiile de turism și turoperatori, pe țări de origine, în ultimii 5 ani:

- Total ...
- **Tarile CSI – total ...**
- Rusia
- Ucraina
- Belarus
- **Țări ale Uniunii Europene: ...**
- Austria...
- Albania...
- Belgia ...
- Bosnia si Hertegovina...
- Bulgaria ...
- Cipru ...
- Croatia ...
- Danemarca ...
- Elvetia ...
- Estonia ...
- Finlanda ...
- Franta ...
- Georgia ...
- Germania...
- Irlanda ...
- Italia...
- Iugoslavia (Serbia si Muntenegru) ...
- Letonia ...

- Lituania ...
- Luxemburg ...
- Muntenegru ...
- Norvegia ...
- Olanda...
- Polonia ...
- Portugalia ...
- Regatul Unit al Marii Britanii si Irlandei de Nord...
- Republica Ceha...
- Romania ...
- Serbia ...
- Slovacia...
- Slovenia ...
- Spania ...
- Suedia ...
- Ungaria ...
- Turcia...
- **Alte tari din Europa...**
- **Asia ...**
- Israel ...
- China ...
- Japonia...
- **Alte tari din Asia...**
- **America de Nord...**
- Canada...
- SUA...
- **America Centrala si Insule Caribe...**
- **America de Sud...**
- **Alte tari din America ...**
- **Africa ...**
- **Australia si Oceania ...**

### Stakeholderi din domeniul turismului la nivelul raionului Ungheni

Vă rugăm să completați tabelul de mai jos privind **stakeholderii** din raionul Ungheni:

- Asociațiile obștești (ONG-urile) din domeniul turismului
- Instituțiile / organizațiile publice cu atribuții în domeniul dezvoltării turismului

Nr. ctr.	Denumire	Obiectul de activitate	Venituri în anul 2021	Acțiuni relevante derulate în ultimii 3 ani	Date de contact
	...				

## Anexa 2- Chestionar pentru turiști

### Limba română

Bună ziua! Primăria Municipiului Ungheni realizează un Studiu de piață privind ofertele și destinațiile turistice și culturale din regiunea Ungheni. În calitate de turist în zona Ungheni, vă rugăm să completați acest chestionar pentru a îmbunătăți oferta turistică a regiunii.

1. Când ați vizitat regiunea Ungheni ultima oară?
  - În ultimele 6 luni
  - În ultimele 12 luni
  - Acum 2 - 3 ani
  - Acum 4 - 5 ani
  - Cu mai mult de 5 ani în urmă
  - Niciodată, STOP Chestionar
  
2. Cât de frecvent vizitați regiunea Ungheni? Bifați varianta cea mai apropiată de comportamentul d-voastră
  - Săptămânal
  - Lunar
  - Odată la câteva luni
  - Anual
  - O dată la câțiva ani
  - Mai rar decât o dată la câțiva ani
  
3. Care este scopul vizitelor d-voastră în regiunea Ungheni? Bifați toate variantele care se aplică:
  - Turism de agrement
  - Turism cultural
  - Turism de evenimente
  - Turism religios
  - Turism de afaceri
  - Vizitarea de prieteni/rude
  - Cumpărături
  - Altul, precizați care: \_\_\_\_\_
  
4. Pe durata șederii dumneavoastră în Ungheni, ce tip de cazare folosiți? Bifați toate variantele care se aplică
  - Hotel
  - Pensiune
  - Cazare cu mic dejun într-o casă privată
  - Apartament/casă închiriată
  - Cazare la prieteni/rude
  - A doua casă
  - De obicei nu mă cazez

**5. Cum vă rezervați cazarea în Ungheni? Bifați toate variantele care se aplică**

- Agent de turism
- Parte dintr-un grup organizat
- Direct la locul de cazare
- Cu ajutorul prietenilor sau rudelor
- Prin booking.com
- Direct pe site-ul unității de cazare
- Alte site-uri, precizați care: \_\_\_\_\_
- Alte modalități, precizați care: \_\_\_\_\_
- De obicei nu mă cazez

**6. Cât de mult sau cât de puțin a influențat fiecare dintre următoarele aspecte asupra deciziei dvs. de a vizita zona Ungheni? (5 - foarte mult; 1 – foarte puțin; 99 – nu mă pot pronunța):**

O vizită anterioară	1	2	3	4	5	99
Sfaturi din partea prietenilor/rudelor	1	2	3	4	5	99
Articole într-o revistă sau ziar	1	2	3	4	5	99
Publicitate într-o revistă/ziar	1	2	3	4	5	99
Broșura turistică	1	2	3	4	5	99
Ghid	1	2	3	4	5	99
Programe radio	1	2	3	4	5	99
Programe/reportaje TV	1	2	3	4	5	99
Publicitate la televizor	1	2	3	4	5	99
Site pe internet	1	2	3	4	5	99
Sfaturi de la un agent de turism	1	2	3	4	5	99
Centrul de informare turistică	1	2	3	4	5	99
Oficiul Național de Turism	1	2	3	4	5	99
Pur și simplu am fost forțat de serviciu	1	2	3	4	5	99
Altă variantă, precizați care: _____	1	2	3	4	5	99

50

**7. Care a fost principala dvs. formă de transport către zona Ungheni? O singură variantă de răspuns este posibilă**

- Mașină privată
- Mașină închiriată
- Tren
- Avion
- Bicicletă
- Motocicletă
- Autobuz/microbuz public
- Autobuz/microbuz privat
- Mers pe jos/ autostopul
- Altă variantă, precizați care: \_\_\_\_\_

**8. Pe care dintre următoarele activități le-ați practicat în vizitele anterioare din zona Ungheni? Bifați toate variantele care se aplică**

- Cumpărături



- Vizitarea obiectivelor turistice/atracțiilor
- Vizitarea muzeelor
- Vizitarea expozițiilor
- Mersul la teatru
- Mersul la concerte
- Plimbarea prin oraș
- Un tur organizat
- O excursie în afara orașului
- Ieșire seara la un pub/bar sau restaurant
- Vizionarea unui eveniment sportiv
- Practicarea sportului
- Vizitarea unui SPA
- Niciuna dintre acestea
- Altă variantă, precizați care: \_\_\_\_\_

9. Pe o scală de la 1 la 5, precizați în ce măsură sunteți de acord cu afirmațiile de mai jos (5 – acord total; 1- dezacord total):

Este un loc sigur de vizitat	1	2	3	4	5	99
Oamenii sunt prietenoși și ospitalieri	1	2	3	4	5	99
Este un oraș murdar	1	2	3	4	5	99
Are viață de noapte bună	1	2	3	4	5	99
Este prea aglomerat pentru a vizita obiectivele turistice	1	2	3	4	5	99
Prețurile sunt prea mari	1	2	3	4	5	99
Ușor de deplasat prin oraș	1	2	3	4	5	99
O mulțime de restaurante bune disponibile	1	2	3	4	5	99
Raport calitate/preț bun	1	2	3	4	5	99
O varietate bună de atracții pentru vizitatori	1	2	3	4	5	99
Are o viață culturală bogată	1	2	3	4	5	99
Facilități bune de cazare	1	2	3	4	5	99
Există o mulțime de muzee de vizitat	1	2	3	4	5	99
Găsesc ușor informațiile de care am nevoie în calitate de turist	1	2	3	4	5	99

51

10. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent? Vă rugăm să bifați maxim trei variante de răspuns

- Infrastructura rutieră
- Atragerea afacerilor din domeniul divertismentului
- Atragerea afacerilor din domeniul alimentației publice (restaurante, cafenele)
- Atragerea afacerilor din domeniul hotelier
- Atragerea afacerilor de vânzare cu amănuntul
- Clădiri libere
- Migrația forței de muncă
- Slaba calificare a forței de muncă locale
- Notorietatea brandului/lipsa unui brand
- Lipsa unei viziuni de dezvoltare la nivel administrației publice
- Transportul public
- Aglomerația în trafic

- Lipsa unor parteneriate strategice cu agențiile de turism străine
- Competențe scăzute ale agenților economici din domeniul turismului
- Altele, precizați care:.....

**11.** Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni? Vă rugăm să bifați o singură variantă de răspuns

- Biserica "Sf. Alexandru Nevski"
- Biserica "Sf. Ierarh Nicolae"
- Mozaicul „Covorul vieții”
- Bustul scriitorului Gheorghe Asachi
- Bustul poetului Mihai Eminescu
- Bustul poetului Grigore Vieru
- Memorialul dedicat „celor 12 membri al primului soviet din Ungheni”
- Basorelieful scriitorului Ion Creangă
- Troița Martirilor Neamului
- Muzeul de Istorie și Etnografie
- Podul feroviar "Eiffel" peste fluviul Prut
- Gara feroviară
- Fabrica de covoare Ungheni
- Fabrica de ceramică din municipiul Ungheni
- Hora de la Prut
- Festivalul "Mărțișor"
- Festivalul de cântece și tradiții pascale "Hristos a Înviat!"
- Festivalul-Concurs al elevilor din Instituțiile de Învățământ Extrașcolar "Înflorit-au castanii"
- Sărbătoarea Fagului
- Tabăra cioplitorilor în lemn
- Festivalului raional al datinilor și obiceiurilor de iarnă "După datina străbună"
- Zilele municipiului Ungheni
- Festival de muzică ușoară "Maluri de Prut"
- Festival de jazz "Drum day"
- Cupa "Iacob Ciachir" la hipism
- Sărbătoarea recoltei și a tradițiilor Populare / a vinului
- Zona Economică Liberă
- Plaja râului Prut

**12.** Cum descrieți sentimentele pe care le trăiți în Ungheni? Vă rugăm să bifați tot ce se aplică

- Confortabil, primitor
- Ca în familie, acasă
- Loial, Credincios
- Relaxat, plin de înțeles
- Siguranță
- Revigorat, Motivată
- Emoționat de oportunități
- Plictisit
- Îngrijorat
- Frică
- Altele (vă rugăm să specificați): \_\_\_\_\_

**13.** Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori?

Vă rugăm să bifați maxim 3 variante

- Frumusețe pitorească de-a lungul râului
- Oportunități de agrement în aer liber
- Locuri istorice
- Opțiuni unice de cumpărături
- Opțiuni unice de luat masa
- Evenimente speciale
- Arte/Oportunități culturale
- Divertisment
- Altele (vă rugăm să specificați)

**14.** Există ceva despre Ungheni care împiedică mai mulți oameni să se mute sau să viziteze zona? Vă rugăm să bifați tot ce se aplică

- Nu este suficientă alegere
- Are nevoie de mai multe opțiuni de cumpărături
- Are nevoie de mai multe opțiuni de luat masa
- Are nevoie de mai mult divertisment
- Prea aglomerat, trafic aglomerat
- Necesita mai multe activități
- Aveți nevoie de atracție de marcă
- Program limitat de lucru
- Nu are ceea ce caută
- Nu e nimic de făcut
- Are nevoie de mai multe oportunități de angajare
- Locuințe
- Școli
- Altele (Vă rugăm să specificați mai jos)

53

**15.** Ce face orașul Ungheni mai bun sau diferit de alte locuri?

---

---

**16.** Dacă ați putea schimba sau face ceva pentru a afecta în mod pozitiv viitorul regiunii Ungheni în următorii zece până la douăzeci de ani, care ar fi acesta? Vă rugăm să bifați tot ce se aplică

- Aș adăuga mai multe evenimente de calitate
- Aș adăuga taxiuri pe apă
- Aș adăuga mai multă activitate pe râu
- Aș adăuga wifi funcțional gratuit
- Aș adăuga tururi autoghidate
- Aș implementa îmbunătățiri ale fațadelor blocurilor
- Aș adăuga mai multă artă
- Aș adăuga activități pentru copii
- Aș adăuga un parc acvatic în aer liber

- Aș adăuga iluminare festivă
- Aș adăuga mai multe bănci și jardiniere
- Aș adăuga mai multe activități în parcuri
- Aș adăuga mai multe parcuri
- Aș adăuga noi facilități de cazare
- Aș adăuga mai mult divertisment
- Aș adăuga mai multă viață de noapte
- Aș adăuga oportunități/structuri turistice
- Aș adăuga parcățile
- Aș adăuga cafenele pe trotuar
- Aș adăuga facilități de street food
- Aș adăuga un restaurant cu specific (precizați de care)
- \_\_\_\_\_
- Aș adăuga un magazin (precizați ce tip) \_\_\_\_\_
- Altele (vă rugăm să specificați)

**17. Gen:**

- Masculin
- Feminin

**18. Vârsta:**

- Sub 18 ani
- 18 – 24 ani
- 25 – 34 ani
- 35 – 44 ani
- 45 – 54 ani
- 55 - 64 ani
- 65 de ani și peste

**19. Ocupația:**

- elev/student
- salariat – firmă/instituție de stat
- salariat – firmă privată
- liber profesionist
- manager-întreprinzător
- cadru militar
- pensionar
- șomer
- casnic

**20.** Țara de proveniență: \_\_\_\_\_

**21.** Date de contact (email sau telefon): \_\_\_\_\_

*Limba engleză*

Hello! *Ungheni City Hall is conducting a **Market Survey regarding touristic and cultural offers and destinations in Ungheni region**. As a tourist of Ungheni region, please fill in this questionnaire in order to improve the touristic offer of the region.*

**1. When did you last visit Ungheni region?**

- In the last 6 months
- In the last 12 months
- 2 - 3 years ago
- 4 - 5 years ago
- More than 5 years ago
- Never, *STOP Questionnaire*

**2. How often do you visit the Ungheni region? Please tick the most appropriate option for You**

- Weekly
- Monthly
- Every few months
- Annually
- Every few years
- Less often than every few years

**3. What are the purposes of your visits to Ungheni region? Check all that apply:**

- Leisure tourism
- Cultural tourism
- Event tourism
- Religious tourism
- Business tourism
- Visiting friends/relatives
- Shopping
- Other, please specify: \_\_\_\_\_

**4. During your stay in Ungheni, what type of accommodation do you use? Please tick all that apply**

- Hotels
- Pension
- Bed and breakfast in a private house
- Apartment/rented house
- Accommodation with friends/relatives
- Second home
- I don't usually stay

**5. How have You booked your accommodation in Ungheni?**

- Travel agent
- Part of an organised group

- Directly at the accommodation place
- With the help of friends or relatives
- Through booking.com
- Directly on the accommodation website
- Other sites, please specify which: \_\_\_\_\_
- Other ways, please specify which: \_\_\_\_\_
- I don't usually stay

**6. How much or how little did each of the following influence your decision to visit Ungheni area?** (5 - very much; 1 - very little; 99 - can't say):

A previous visit	1	2	3	4	5	99
Advice from friends/relatives	1	2	3	4	5	99
Articles in a magazine or newspaper	1	2	3	4	5	99
Advertising in a magazine/newspaper	1	2	3	4	5	99
Tourist brochure	1	2	3	4	5	99
Guide	1	2	3	4	5	99
Radio programs	1	2	3	4	5	99
TV programmes/reportages	1	2	3	4	5	99
TV advertising	1	2	3	4	5	99
Website	1	2	3	4	5	99
Tips from a travel agent	1	2	3	4	5	99
Tourist Information Centre	1	2	3	4	5	99
National Tourism Office	1	2	3	4	5	99
I was simply forced by my job	1	2	3	4	5	99
Other, please specify: _____	1	2	3	4	5	99

56

**7. What was your main form of transport to Ungheni region? (one answer only)**

- Private car
- Rented car
- Train
- Plane
- Bicycle
- Motorbike
- Public bus/microbus
- Private bus/microbus
- Walking/ hitchhiking
- Other, please specify: \_\_\_\_\_

**8. Which of the following activities have you practiced during previous visits to Ungheni region? Tick all that apply**

- Shopping
- Sightseeing/attractions
- Visiting museums
- Visiting exhibitions
- Going to the theatre
- Going to concerts



- Walking around the city
- An organised tour
- A trip out of city
- Going out in the evening to a pub/bar or restaurant
- Watching a sport event
- Playing sport
- Visiting a SPA
- None of the above
- Other, please specify \_\_\_\_\_

**9. On a scale from 1 to 5, please indicate the extent to which you agree with the statements below (5 - strongly agree; 1 - strongly disagree):**

It's a safe place to visit	1	2	3	4	5	99
People are friendly and hospitable	1	2	3	4	5	99
It's a dirty city	1	2	3	4	5	99
Has a good night life	1	2	3	4	5	99
It's too crowded for sightseeing	1	2	3	4	5	99
Prices are too high	1	2	3	4	5	99
Easy to walk / travel around the city	1	2	3	4	5	99
Lots of good restaurants available	1	2	3	4	5	99
Good value for money	1	2	3	4	5	99
A good variety of visitor attractions	1	2	3	4	5	99
It has a rich cultural life	1	2	3	4	5	99
Good accommodation facilities	1	2	3	4	5	99
There are plenty of museums to visit	1	2	3	4	5	99
Easily find the information I need as a tourist	1	2	3	4	5	99

57

**10. In your opinion, what are the biggest challenges that Ungheni is facing today?**

*Please tick a maximum of three answers*

- Road infrastructure
- Attracting entertainment businesses
- Attracting food service businesses (restaurants, cafes)
- Attracting hotel business
- Attracting retail businesses
- Vacant buildings
- Labour migration
- Low skilled local labour force
- Brand awareness/lack of a brand
- Lack of development vision at public administration level
- Public transport
- Traffic jams
- Lack of strategic partnerships with foreign travel agencies
- Low skills of tourism economic agents
- Other, please specify:.....

**11. Which of the following objectives make Ungheni region famous? Please tick one answer option only**



- Church "Sf. Alexandru Nevski"
- Church "Sf. Ierarh Nicolae"
- Mosaic "Carpet of Life" / „Covorul vieții”
- Bust of the writer Gheorghe Asachi
- Bust of the poet Mihai Eminescu
- Bust of the poet Grigore Vieru
- Memorial dedicated to "the 12 members of the first Soviet in Ungheni"
- Bas-relief of the writer Ion Creanga
- The Troy of the Nation's Martyrs
- Museum of History and Ethnography
- The "Eiffel" railway bridge over the Prut River
- Railway station
- Ungheni Carpet Factory
- Ceramic factory of Ungheni
- The popular dance festival "Hora de la Prut"
- "Mărțișor" Festival
- Festival of Easter songs and traditions "Christ is Risen!"
- Festival-Competition of students from Extracurricular Education Institutions "Chestnut are blooming"
- Beech Tree Festival
- Woodcarvers' Camp
- District festival of winter customs and traditions "According to the ancient tradition"
- Days of Ungheni City
- Light music festival "Maluri de Prut"
- Jazz festival "Drum day"
- "Jacob Ciachir" Cup for horse riding
- Celebration of harvest / wine and folk traditions
- Free Economic Zone
- Prut river beach

**12. How do you describe the feelings you experience in Ungheni? Please check all that apply**

- Comfortable, welcoming
- Like family, like home
- Loyal, faithful
- Relaxed, understanding
- Safe
- Invigorated, motivated
- Excited about opportunities
- Bored
- Worried
- Fear
- Other (please specify): \_\_\_\_\_

**13. In your opinion, what are the best things in Ungheni that attract visitors?**

Please tick maximum 3 options

- Picturesque beauty along the river
- Outdoor recreational opportunities

- Historic sites
- Unique shopping options
- Unique dining options
- Special events
- Arts/Cultural opportunities
- Entertainment
- Other (please specify) \_\_\_\_\_

**14. Is there anything about Ungheni that prevents more people from moving to or visiting the area? Please tick all that apply**

- Not enough choice
- Needs more shopping options
- Needs more dining options
- Needs more entertainment
- Too crowded, busy traffic
- Needs more activities
- Need brand attraction
- Limited working hours
- Doesn't have what you are looking for
- Nothing to do
- Needs more job opportunities
- Housing
- Schools
- Other (please specify below) \_\_\_\_\_

59

**15. What makes Ungheni better or different from other places? \_\_\_\_\_**

**16. If you could change or do something to positively affect the future of Ungheni in the next ten to twenty years, what would it be? Please tick all that apply**

- I would add more quality events
- I would add water taxes / cabs
- I would add more activity on the river
- I would add free functional wifi
- I would add self-guided tours
- I would implement improvements to facades of blocks
- I would add more art
- I would add activities for kids
- I would add an outdoor water park
- I would add festive lighting
- Add more benches and planters
- I would add more park activities
- I would add more parks
- I would add new accommodation facilities
- I would add more entertainment



- I would add more nightlife
- I would add tourist opportunities/facilities
- I would add parking
- I would add sidewalk cafes
- I would add street food facilities
- I would add a restaurant with specific (specify which) \_\_\_\_\_
- I would add a shop (specify which type) \_\_\_\_\_
- Other (please specify)

**17. Sex:**

- Male
- Female

**18. Age:**

- Under 18 years
- 18 – 24 years
- 25 – 34 years
- 35 – 44 years
- 45 – 54 years
- 55 - 64 years
- 65 de years and over

60

**19. Occupation:**

- pupil/student
- employee - company/state institution
- employee - private company
- self-employed
- manager-entrepreneur
- military officer
- retired
- unemployed
- domestic

**20. Country of origin:** \_\_\_\_\_

**21. Contact details (email or telephone):** \_\_\_\_\_



### Limba rusă

Добрый день!

Мэрия Унгень проводит исследование рынка в отношении предложений и туристических и культурных направлений в Унгенском районе. Как турист в районе Унгень, пожалуйста, заполните эту анкету, чтобы улучшить туристическое предложение региона.

1. Когда вы в последний раз были в Унгенском районе?
  - В течение последних 6 месяцев
  - В течение последних 12 месяцев
  - 2-3 года назад
  - 4-5 лет назад
  - Более 5 лет назад
  - Никогда, СТОП Анкета
  
2. Как часто вы бываете в Унгенском районе? Отметьте вариант, наиболее близкий вашему поведению
  - Еженедельно
  - Ежемесячно
  - Один раз в несколько месяцев
  - Ежегодно
  - Один раз в несколько лет
  - Реже, чем один раз в несколько лет
  
3. Каковы цели ваших визитов в Унгенский район? Отметьте все подходящие варианты:
  - Развлекательный туризм
  - Туризм культурный
  - Событийный туризм / Мероприятия
  - Религиозный туризм
  - Деловой туризм
  - Посещение друзей/родственников
  - Покупки
  - Другое, укажите, какое: \_\_\_\_\_
  
4. Во время вашего пребывания в Унгень, какой тип жилья вы используете? Отметьте все подходящие варианты
  - Отель
  - Гостевой Дом
  - Проживание с завтраком в частном доме
  - Квартира/арендованный дом
  - Проживание у друзей/родственников
  - Второй дом
  - обычно я не проживаю / не остаюсь на ночь
  
5. Как вы забронировали проживание в Унгень?

- Турагент
  - В составе организованной группы
  - Непосредственно по месту размещения
  - С помощью друзей или родственников
  - Через booking.com
  - Непосредственно на сайте объекта размещения
  - Другие сайты, укажите, какие: \_\_\_\_\_
  - Другие способы, укажите, какие: \_\_\_\_\_
  - Обычно я не проживаю / не остаюсь на ночь
6. В какой степени каждый из следующих аспектов повлиял на ваше решение посетить район Унгень? (5 – в очень большой степени; 1 – в очень малой степени; 99 - не могу ответить):

Предыдущий визит	1	2	3	4	5	99
Советы друзей/родственников	1	2	3	4	5	99
Статьи в журнале или газете	1	2	3	4	5	99
Реклама в журнале/газете	1	2	3	4	5	99
Туристическая брошюра	1	2	3	4	5	99
Руководство для туристов	1	2	3	4	5	99
Радиопрограмма	1	2	3	4	5	99
Телепередача/репортаж	1	2	3	4	5	99
Реклама на телевидении	1	2	3	4	5	99
Интернет-сайт	1	2	3	4	5	99
Советы от турагента	1	2	3	4	5	99
Туристический информационный центр	1	2	3	4	5	99
Национальное туристическое бюро	1	2	3	4	5	99
Меня просто заставили на работе	1	2	3	4	5	99
Другой вариант, укажите какой:	1	2	3	4	5	99

7. Какой у вас был основной вид транспорта до Унгенского района? (только один ответ)

- Личный автомобиль
- Арендованный автомобиль
- Поезд
- Самолет
- Велосипед
- Мотоцикл
- Общественный автобус/микроавтобус
- Частный автобус/микроавтобус
- Пешком/автостопом
- Другой вариант, укажите, какой: \_\_\_\_\_

8. Какие из следующих видов деятельности вы практиковали во время предыдущих визитов в Унгенский район? Отметьте все подходящие варианты

- Покупки



- Посещение туристических объектов/достопримечательностей
- Посещение музеев
- Посещение выставок
- Поход в театр
- Посещение концертов
- Прогулка по городу
- Организованный тур
- Поездка за город
- Выход вечером в паб/бар или ресторан
- Просмотр спортивного события
- Занятия спортом
- Посещение СПА салона
- Ни один из этих
- Другой вариант, укажите, какой: \_\_\_\_\_

9. По шкале от 1 до 5 укажите, в какой степени вы согласны с приведенными ниже утверждениями. (5 – полное согласие; 1- полное несогласие):

Это безопасное место для посещения	1	2	3	4	5	99
Люди дружелюбны и гостеприимны	1	2	3	4	5	99
Это грязный город	1	2	3	4	5	99
У города интересная ночная жизнь	1	2	3	4	5	99
Слишком многолюдно для осмотра достопримечательностей	1	2	3	4	5	99
Цены слишком высоки	1	2	3	4	5	99
Легко передвигаться по городу	1	2	3	4	5	99
Много хороших ресторанов	1	2	3	4	5	99
Хорошее соотношение цены и качества	1	2	3	4	5	99
Хороший выбор развлечений для посетителей	1	2	3	4	5	99
Богатая культурная жизнь.	1	2	3	4	5	99
Хорошие условия проживания	1	2	3	4	5	99
Есть много музеев для посещения	1	2	3	4	5	99
Я легко нахожу информацию, которая мне нужна как туристу	1	2	3	4	5	99

10. Каковы, с вашей точки зрения, самые большие проблемы, с которыми в настоящее время сталкивается город Унгены? Пожалуйста, отметьте не более трех вариантов ответа

- Дорожная инфраструктура
- Привлечение бизнеса в сфере развлечений
- Привлечение предприятий в сфере общественного питания (рестораны, кафе)
- Привлечение бизнеса из гостиничной сферы
- Привлечение розничного бизнеса
- Свободные здания
- Трудовая миграция
- Низкая квалификация местной рабочей силы
- Осведомленность о бренде/отсутствие бренда
- Отсутствие видения развития на уровне государственного управления

- Общественный транспорт
- Заторы на дорогах
- Отсутствие стратегического партнерства с иностранными туристическими агентствами
- Низкая компетентность экономических агентов в сфере туризма
- Другое, укажите, какое:.....

11. Какие из следующих объектов делают Унгенский район известным? Пожалуйста, отметьте только один ответ

- Церковь «Св. Александр Невский»
- Церковь «Св. Святитель Николай»
- Мозаика «Ковер жизни»
- Бюст писателя Георге Асаки
- Бюст поэта Михая Еминеску
- Бюст поэта Григоре Виеру
- Мемориал, посвященный «12 членам первого Совета Унгень»
- Барельеф писателя Иона Крянгэ
- Троица мучеников народов
- Музей истории и этнографии
- Железнодорожный мост «Эйфел» через реку Прут
- Железнодорожный вокзал
- Унгенская ковровая фабрика
- Керамический завод Унгень
- Прутская Хора
- Фестиваль «Мэрцишор»
- Фестиваль пасхальных песен и традиций «Христос Воскресе!»
- Фестиваль-конкурс учащихся учреждений дополнительного образования «Каштаны расцвели»
- Буковый фестиваль
- Лагерь резчиков по дереву
- Районный фестиваль традиций и зимних обычаев «По древней традиции»
- Дни Унгенского муниципалитета / День города
- Фестиваль легкой музыки "Maluri de Prut"
- Джазовый фестиваль «День барабана»
- Кубок "Iacob Ciachig" для верховой езды
- Празднование урожая и народных традиций / вина
- Свободная экономическая зона Унгень
- Пляж реки Прут

12. Как вы описываете чувства, которые вы испытываете в Унгенах? Пожалуйста, отметьте все, что относится

- Уютный, гостеприимный
- Как в семье, дома
- Верный, верующий



- Расслабленный, полный понимания
- Безопасный
- Бодрый, мотивированный
- В восторге от возможностей
- Скучный
- Обеспокоенный
- Страх
- Другое (пожалуйста, укажите): \_\_\_\_\_

13. Что, на ваш взгляд, в Унгенах больше всего привлекает посетителей? Пожалуйста, отметьте максимум 3 варианта

- Живописная красота вдоль реки
- Возможности для отдыха на природе
- Исторические места
- Уникальные варианты покупок
- Уникальные рестораны
- Специальные мероприятия
- Искусство/культурные возможности
- Развлечения
- Другое (пожалуйста, укажите): \_\_\_\_\_

14. В Унгенах есть что-то, что мешает большему количеству людей переехать или посетить этот район? Пожалуйста, отметьте все подходящие варианты

- Недостаточный выбор
- Нужно больше возможностей для покупок
- Нужно больше ресторанов
- Нужно больше развлечений
- Слишком многолюдно, пробки
- Нуждается в дополнительных мероприятиях
- Вам нужны брендовые марки
- Ограниченный график работы
- Нет того, что вы ищите
- Нечего делать
- Нуждается в дополнительных возможностях трудоустройства
- Жилье
- Школы
- Другое (пожалуйста, укажите ниже): \_\_\_\_\_

15. Чем город Унгены лучше или отличается от других мест?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



16. Если бы вы могли что-то изменить или сделать, чтобы положительно повлиять на будущее Унгенского региона в ближайшие десять-двадцать лет, что бы это было?

Пожалуйста, отметьте все подходящие варианты

- Я бы добавил больше качественных мероприятий
  - Я бы добавил водные такси
  - Я бы добавил больше активности на реке
  - Я бы добавил бесплатный работающий Wi-Fi
  - Я бы добавил самостоятельные экскурсии
  - Я бы реализовал улучшения фасадов блоков
  - Я бы добавил больше искусства
  - Я бы добавил занятия для детей
  - Я бы добавил открытый аквапарк
  - Я бы добавил праздничную подсветку
  - Я бы добавил больше скамеек и кашпо
  - Я бы добавил больше развлечений в парках
  - Я бы добавил больше парков
  - Я бы добавил новые средства размещения / проживания
  - Я бы добавил больше развлечений
  - Я бы добавил больше ночной жизни
  - Я бы добавил туристические возможности/объекты
  - Я бы добавил парковки
  - Я бы добавил уличных кафе
  - Я бы добавил объекты уличной еды
  - Я бы добавил конкретный ресторан (указать какой)
- \_\_\_\_\_
- Я бы добавил магазин (указать какой тип) \_\_\_\_\_
  - Другое (пожалуйста, укажите)

17. Пол:

- Мужской
- Женский

18. Возраст:

- До 18 лет
- 18 – 24 лет
- 25 – 34 лет
- 35 – 44 лет
- 45 – 54 лет
- 55 - 64 лет
- 65 лет и больше

19. Род занятий:

- ученик/студент
- сотрудник – государственное учреждение
- сотрудник – частная компания



- фрилансер
- менеджер-предприниматель
- военный
- пенсионер
- безработный
- домохозяйка/домохозяин

20. Страна происхождения/проживания: \_\_\_\_\_

21. Контактные данные (электронная почта или телефон): \_\_\_\_\_



## Anexa 3- Chestionar pentru agenții economici

Bună ziua! Primăria Municipiului Ungheni realizează un Studiu de piață privind ofertele și destinațiile turistice și culturale din regiunea Ungheni. În calitate de furnizor de servicii pentru domeniul turismului, vă rugăm să completați acest chestionar pentru a îmbunătăți politica de promovare a regiunii.

1. Care este domeniul d-voastră de activitate? Sunt posibile mai multe variante de răspuns

- Structură de cazare
- Structură de alimentație publică (restaurant, cafenea, etc.)
- Agenție de turism; Tour operator
- Furnizor de servicii sportive și de agrement
- Furnizor de evenimente
- Organizator de excursii
- Meșter popular
- Producător din industria agro-alimentară
- Producător din industria textilă
- Altele, precizați care:.....

68 2. Precizați dacă dețineți unul sau mai multe dintre următoarele instrumente online:

Sunt posibile mai multe variante de răspuns

- Site-ul firmei
- Pagină de facebook
- Pagină de Instragram
- Colaborare cu Booking.com
- Colaborare cu Trip Adviser
- Altele, precizați care:.....

3. Cum estimați evoluția cifrei d-voastră de afaceri în 2022, comparativ cu aceeași perioadă a anului 2021?

Va scădea cu:

- 10%
- 10 - 30%
- 30% - 50%
- 50%
- 50% - 100%
- Peste 100%

Va crește cu:



- 10%
- 10 - 30%
- 30% - 50%
- 50%
- 50% - 100%
- Peste 100%

4. Care dintre următoarele obiective fac faimoasă regiunea Ungheni? Vă rugăm să bifați o singură variantă de răspuns

- Biserica "Sf. Alexandru Nevski"
- Biserica "Sf. Ierarh Nicolae"
- Mozaicul „Covorul vieții”
- Bustul scriitorului Gheorghe Asachi
- Bustul poetului Mihai Eminescu
- Bustul poetului Grigore Vieru
- Memorialul dedicat „celor 12 membri al primului soviet din Ungheni”
- Basorelieful scriitorului Ion Creangă
- Troița Martirilor Neamului
- Muzeul de Istorie și Etnografie
- Podul feroviar "Eiffel" peste fluviul Prut
- Gara feroviară
- Fabrica de covoare Ungheni
- Fabrica de ceramică din municipiul Ungheni
- Hora de la Prut
- Festivalul "Mărțișor"
- Festivalul de cântece și tradiții pascale "Hristos a Înviat!"
- Festivalul-Concurs al elevilor din Instituțiile de Învățământ Extrașcolar "Înflorit-au castanii"
- Sărbătoarea Fagului
- Tabăra cioplitorilor în lemn
- Festivalului raional al datinilor și obiceiurilor de iarnă "După datina străbună"
- Zilele municipiului Ungheni
- Festival de muzică ușoară "Maluri de Prut"
- Festival de jazz "Drum day"
- Cupa "Iacob Ciachir" la hipism
- Sărbătoarea recoltei și a tradițiilor Populare / a vinului
- Zona Economică Liberă
- Plaja râului Prut

5. Care sunt, în opinia dumneavoastră, cele mai bune lucruri în Ungheni care atrag vizitatori? Vă rugăm să bifați maxim trei variante de răspuns

- Frumusețe pitorească a peisajelor
- Oamenii primitori
- Oportunități de agrement în aer liber



- Locuri istorice
- Opțiuni unice de cumpărături
- Opțiuni unice de luat masa
- Evenimente speciale
- Arte/Oportunități culturale
- Divertisment
- Altele, precizați care:.....

6. Care sunt, din punctul dvs. de vedere, cele mai mari provocări cu care se confruntă orașul Ungheni în prezent? Vă rugăm să bifați maxim trei variante de răspuns

- Infrastructura rutieră
- Atragerea afacerilor din domeniul divertismentului
- Atragerea afacerilor din domeniul alimentației publice (restaurante, cafenele)
- Atragerea afacerilor din domeniul hotelier
- Atragerea afacerilor de vânzare cu amănuntul
- Clădiri libere
- Migrația forței de muncă
- Slaba calificare a forței de muncă locale
- Notorietatea brandului/lipsa unui brand
- Lipsa unei viziuni de dezvoltare la nivel administrației publice
- Transportul public
- Aglomerația în trafic
- Lipsa unor parteneriate strategice cu agențiile de turism străine
- Competențe scăzute ale agenților economici din domeniul turismului
- Altele, precizați care:.....

7. Care sunt impedimentele pentru a vizita zona Ungheni? Vă rugăm să bifați tot ce se aplică

- Are nevoie de mai multe opțiuni de cumpărături
- Are nevoie de mai multe opțiuni de luat masa
- Are nevoie de mai mult divertisment
- Prea aglomerat, trafic aglomerat
- Program limitat de lucru al facilităților turistice
- Opțiuni limitate de cazare
- Nu e nimic de făcut
- Altele (Vă rugăm să specificați mai jos)

8. Care sunt cele mai mari provocări ale d-voastră, ca furnizor de servicii turistice

.....

9. Sugestii privind crearea de pachete turistice în regiunea Ungheni

.....





10. Număr de angajați la acest moment în companie

.....

11. Cifra de afaceri/venituri în 2021, în MDL

.....

12. Numele entității

.....

13. Persoană de contact (email/telefon)

.....

14. Date de contact (email/telefon)

.....

