



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
Organismului Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



Fundația Națională
A Tinerilor Manageri

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Întreprinzători în turism - Pensiuni în România

Studiu online cu turiști străini

**Cercetare privind
comportamentul, motivațiile și așteptările
turiștilor străini care au vizitat o țară din
Europa de Est în ultimul an sau care
intenționează să viziteze regiunea în
următoarele 12 luni**



Acest material a fost realizat în cadrul proiectului ”Întreprinzători în turism – Pensiuni în România”, implementat de Fundația Națională a Tinerilor Manageri – FNTM în parteneriat cu Asociacion Agraria de Jovenes Agricultores de Almeria – ASAJA și Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural – ANTREC și a fost elaborat de CSP Plus Consult SRL.



Coordonatorul cercetării:

Marin Burcea

Coordonatori din partea FNTM:

Bruno Ștefan

Dan Nitu

Alexandru Mircea

CUPRINS

Capitolul 1. Introducere.....	4
Capitolul 2. Caracteristicile grupului țintă	7
Capitolul 3. Sejururile turistilor străini în Europa de Est.....	11
3.1. Țările vizitate cel mai des.....	11
3.2. Țările est europene pe care străinii intenționează să le viziteze curând	13
3.3. Motivația alegerii unei vacanțe în țările est-europene	15
3.4. Sursele de informații utilizate	17
3.5. Tipurile de cazare folosite	19
3.6. Gradul de confort ales la cazare	20
3.7. Perioada anului aleasă pentru vizitarea Europei de Est	21
3.8. Numărul zilelor de vacanță petrecute de străini în Europa de Est anul trecut sau pe care intenționează să le petreacă anul acesta.....	22
3.9. Rezervarea camerei	24
3.10. Activitățile făcute sau intenționate a fi făcute în vacanța est-europeană.....	27
3.11. Țara est-europeană dorită a fi vizitată gratis	29
3.12. Evaluarea României ca destinație turistică.....	30
3.13. Intenția de vizitare a României în următorii 3 ani	33
3.13. Expresiile care definesc România din punct de vedere turistic	33

Capitolul 1

Introducere

Cadrul general al cercetării:

Studiul de față face parte din cadrul proiectului strategic ”Întreprinzători în turism – Pensiuni în România”, care este finanțat de Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 ”Investește în oameni!” pe baza contractului de finanțare POSDRU/92/3.1/S/64346. Proiectul este coordonat de Fundația Națională a Tinerilor Manageri – FNTM în parteneriat cu Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores de Almeria, Spania – ASAJA și cu Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural – ANTREC. El are ca scop stimularea spiritului întreprinzător și a cunoștințelor manageriale ale actualilor și viitorilor antreprenori și manageri de pensiuni prin activități inovative de cercetare a pieței, instruire, consiliere, schimb de bune practici, strategie și promovare, în vederea creșterii potențialului turistic și a capacității de atragere a unui număr cât mai mare de turiști români și străini.

Pentru realizarea acestui scop au fost stabilite mai multe obiective, printre care și efectuarea unor studii și analize de piață:

- Studiu de tip ”market intelligence” privind identificarea principalelor particularități și a oportunităților de afaceri în turismul de pensiune și generarea de direcții strategice în acest domeniu;
- Studiu calitativ cu turiști români și ancheta statistică pe un eșantion de 5.600 turiști români care au fost cazați la pensiuni în ultimul an pentru a măsura comportamentul și nevoile lor turistice.
- Studiu calitativ cu turiști străini și anchetă statistică online pe un eșantion de 5.000 turiști străini pentru a caracteriza experiența de turism în România a străinilor și a identifica elemente cheie privind poziționarea României ca posibilă destinație turistică;
- Analiza SWOT a turismului de pensiune din România.

Concluziile esențiale ale acestor studii vor fi înglobate într-o broșură ce va fi tipărită și distribuită pe scară largă diferiților factori de decizie din mediul privat și public, în domeniul turismului și sectoare conexe.

Raportul de mai jos cuprinde rezultatele studiului online realizat pe baza de chestionar în rândul a 5.000 turiști străini care au vizitat cel puțin o țară din Europa de Est în ultimele 12 luni sau care intenționează să viziteze regiunea în următorul an.

Obiectivele principale:

- Identificarea destinațiilor turistice favorite, a motivațiilor alegerii lor și a satisfacției față de serviciile primite.

- Cunoașterea procesului decizional și a factorilor care influențează decizia de vizitare a Europei de Est
- Cunoașterea problemelor cu care se confruntă turiștii străini care vizitează țările din Europa de Est, identificarea precepțiilor și stereotipurilor de imagine cu privire la produsele și serviciile turistice est-europene.
- Stabilirea profilurilor de turiști străini pentru produsele, serviciile și destinațiile turistice din România.

Obiective specifice:

- În ce țări din Europa de Est au plecat în ultimul an turiștii străini în vacanță, de câte ori au fost plecați, câte nopți au petrecut, la ce confort și la ce tip de unitate turistică?
- De ce aleg acele destinații, de câte ori au mai fost acolo, cu cine au călătorit, cum s-au informat despre cazare și ce părere au despre condițiile primite?
- Cum au perceput vacanța în acele țări est-europene, ce activități au desfășurat, cum evaluează concediul petrecut acolo?
- Ce i-ar determina să meargă în concediul următor în România și cum percep România ca destinație turistică?
- Care sunt țările est-europene pe care intenționează să le viziteze în următoarele 12 luni și așteptările privind serviciile și produsele turistice din regiune?

Metodologie:

- Grupul țintă a fost reprezentat de persoane străine (care domiciliază în alte țări decât România) care au petrecut în ultimul an cel puțin o noapte într-o țară din Europa de Est sau care intenționează să viziteze Europa de Est în următorul an.
- Sondajul s-a desfășurat on-line, chestionarul fiind postat pe site-urile executantului și ale autorității contractante în 8 limbi: română, maghiară, engleză, rusă, franceză, germană, italiană, spaniolă.
- Eșantionul construit este de tip stratificat în prima etapă de esantionare în funcție de țara de origine a turiștilor; în etapa a doua esantionul este de tip orientat spre cei care au mers sau intenționează să meargă în țările ale Europei de Est. Numărul de persoane din fiecare țară a fost estimat pe baza datelor furnizate de Ministerul Turismului și de agențiile de turism specializate pe acest segment. Esantionul a fost alcătuit în mai multe etape: într-o primă fază s-au utilizat paneluri – esantioane specializate. După etapa de evaluare a acestor paneluri s-a constatat că rata „reală” de incidență a fost foarte mică (sub 0,01%). Prin urmare s-a decis ca formarea esantionului să continue prin metodologia river sample. În acest sens: au fost achiziționate baze de date cu contacte ale persoanelor, interesate, în general, de turism, și în particular de vizitarea țărilor din Europa de Est; a fost lansată o campanie de PPC/Adwords prilej cu care invitația de participare la realizarea studiului de piață a fost postată pe aproximativ 2000 de site-uri, de asemenea au fost postate invitații de participare, targetate pe țări, în rețeaua de socializare Facebook, forumuri și grupuri de discuții, din străinătate, axate pe teme turistice. Acest esantion este construit pe ipoteze explorative și este reprezentativ pentru populația care a vizitat sau intenționează să viziteze Europa de Est dar nu i se poate calcula o marjă de eroare datorită lipsei unor date oficiale privind fenomenul studiat.
- Răspunsurile la chestionarele online au fost colectate în perioada decembrie 2011 – martie 2012.

- **Au fost colectate 5.000 chestionare valide** și au fost anulate chestionarele incomplete, începute și ulterior abandonate, cu întrebări fără răspunsuri sau cu răspunsuri aberante. Toate chestionarele au fost verificate, urmărindu-se în primul rând ca IP-ul calculatorului de pe care s-a completat chestionarul să fie identic cu țara de rezidență declarată a respondentului
- Chestionarul care a stat la baza cercetării a fost alcătuit din 25 întrebări, iar durata completării lui a fost de aproximativ 15 minute. Chestionarul a fost definitivat după pretestarea lui pe un lot de 50 turiști străini în luna noiembrie 2011.

Concluzii:

Colectarea datelor s-a desfășurat în lunile decembrie 2011 – martie 2012 pe un eșantion stratificat de 5.000 turiști străini care au vizitat în ultimul an o țară din Europa de Est sau care intenționează să viziteze regiunea în următorul an. Sondajul a fost realizat online în mai multe etape.

Capitolul 2

Caracteristicile grupului țintă

Populația interviuată a fost reprezentată de persoane adulte care locuiesc în alte țări decât România și care au vizitat o țară din Europa de Est în ultimele 12 luni sau intenționează să viziteze regiunea în următorul an. Au răspuns la chestionar turiști care **domiciliază în 124 țări** din cele 194 state recunoscute și în 6 teritorii dependente (Groenlanda, Gibraltar) sau separatiste nerecunoscute unanim (Transnistria, Kosovo, Ciprul de Nord, Palestina). Deși dispersia teritorială a turiștilor este foarte mare, în realitate 93,5% din turiști provin din doar 40 de țări.

Tabel 1: Țările de reședință ale turiștilor străini care au vizitat recent sau intenționează să viziteze curând o țară din Europa de Est

Tara de resedinta	Procent	Tara de resedinta	Procent
1. Marea Britanie	8,4	21. Canada	1,2
2. Italia	8,3	22. Suedia	1,2
3. Germania	7,5	23. Norvegia	1,1
4. Franța	6,6	24. Brazilia	1,1
5. SUA	4,9	25. Slovacia	1,0
6. Moldova	4,5	26. Belarus	0,9
7. Ungaria	4,4	27. Israel	0,9
8. Spania	4,3	28. Albania	0,8
9. Polonia	4,2	29. Slovenia	0,8
10. Austria	3,7	30. Elveția	0,8
11. Rusia	3,2	31. Macedonia	0,7
12. Turcia	2,9	32. Armenia	0,6
13. Bulgaria	2,8	33. Malta	0,6
14. Belgia	2,2	34. Cipru	0,5
15. Ucraina	2,2	35. Lituania	0,5
16. Grecia	2,0	36. Bosnia-Herțegovina	0,5
17. Cehia	1,9	37. Irlanda	0,5
18. Danemarca	1,6	38. Luxemburg	0,5
19. Finlanda	1,4	39. Serbia	0,5
20. Olanda	1,2	40. Algeria	0,5

Obs.: Alte 90 țări au fost menționate cu procente mai mici de 0,5%, cumulând un total de 6,5%.

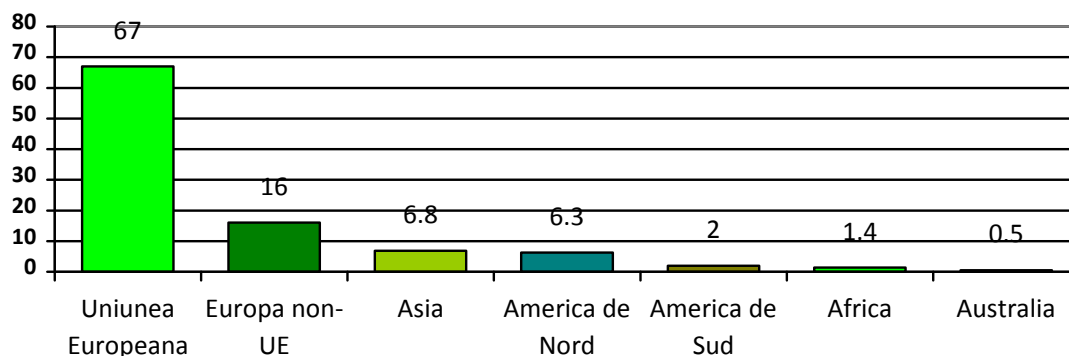
Țările care au furnizat cei mai numeroși turiști¹ în Europa de Est sunt în general țările mari, dezvoltate din punct de vedere economic. Prezenta Moldovei în topul țărilor care furnizează un mare contingent de turiști în zonă este explicată prin faptul că această țară are rata de depopulare cea mai mare din Europa raportată la 100.000 locuitori. De fapt este vorba de persoanele plecate în căutarea unui loc de muncă în țările din jur, persoane care au avut și un

¹ Turiști, numeroși turiști – sintagma trebuie înțeleasă ca opinie a turistilor care au participat la realizarea studiului de piață

comportament turistic în țările est-europene, vizitând anumite obiective și destinații, de aceea opiniile lor au fost luate în considerare în prezentul studiu.

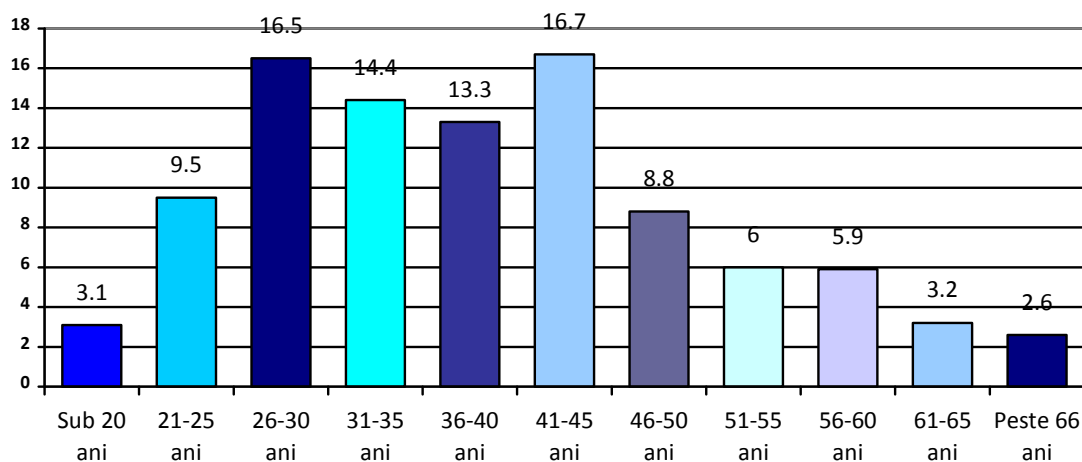
Grupând țările în funcție de regiunea sau continentul de care aparțin constatăm că **67% din turiști provin din țările Uniunii Europene și alți 16% din celelalte țări europene**. Turiștii non-europeni care au vizitat sau intenționează să viziteze Europa de Est reprezintă doar 17% din totalul turiștilor interesați de această regiune.

Grafic 1: Regiunea de proveniență a turiștilor care au vizitat Europa de Est (%)



Populația reprezentată de turiștii chestionați în cadrul studiului care a vizitat Estul Europei este alcătuită în proporție de **53% din bărbați** și 47% din femei. **Vârsta medie a turiștilor este de 39,5 ani**, cu un an mai mică la femei și unul mai mare la bărbați. Cei mai tineri turiști sunt cei care provin din Europa de Est și care au vizitat o țară din aceeași regiune (35 ani). Cu cât distanța față de țările din regiune este mai mare, cu atât crește și vârsta turiștilor, cei mai vârstnici fiind turiștii din America de Nord și din Asia (41-44 ani). Puțin peste 3% din turiști au sub 20 ani, iar 7% au vârste ce depășesc 60 ani. Două treimi din cei care au vizitat Europa de Est în ultimul an au vârste cuprinse între 25 și 45 ani. Turiștii străini care au vizitat regiunea sunt în medie cu 4 ani mai vârstnici decât turiștii români, conform studiului efectuat de CSP Plus Consult în vara anului 2011.

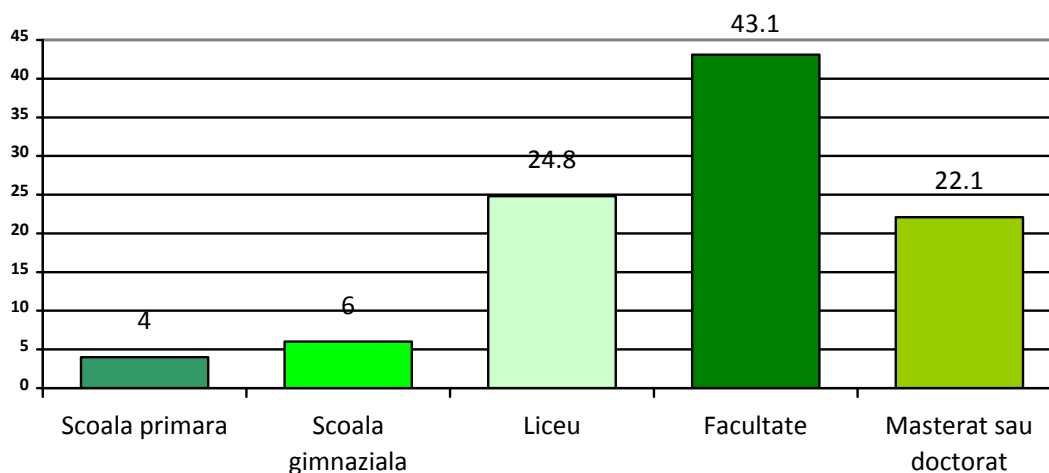
Grafic 2: Repartiția turiștilor pe grupe de vârstă (%)



Mai mult de **65% din vizitatorii regiunii au facultatea absolvită**, 22% dintre ei având și studiile post-universitare sau doctorale finalizate. Un sfert au terminat doar liceul și 10% au

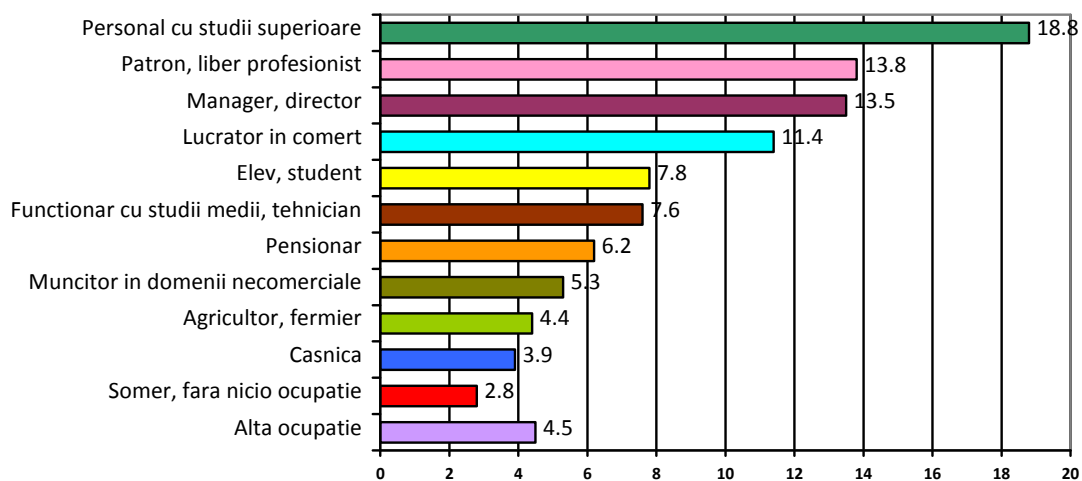
finalizat doar studiile primare. Cei cu studii liceale sau gimnaziale sunt în medie cu 4 ani mai vârstnici decât cei cu studii superioare. Turiștii străini reprezentați de persoanele care au completat chestionarul online și care au călătorit sau sunt interesați să călătorească în Europa de Est sunt așadar persoane cu un nivel de educație școlară semnificativ mai ridicat decât turiștii români. În general țările dezvoltate furnizoare de turiști au o populație cu un nivel de instrucție școlară foarte ridicat.

Grafic 3: Repartiția subiecților după ultima formă de învățământ absolvită (%)



Analiza vizitatorilor zonei după ocupațiile deținute arată că lotul angajaților cu studii superioare este cel mai numeros – aproape unul din cinci turiști este profesor, medic, funcționar, economist.

Grafic 4: Repartiția subiecților după statutul ocupațional (%)



Grupând însă categoria patronilor cu cea a managerilor observăm că **cei mai numeroși turiști sunt oameni de afaceri** sau care conduc diverse afaceri (peste 27%). Cele mai multe persoane din vestul Europei care au vizitat sau sunt interesate să viziteze partea estică a continentului aparțin unei categorii sociale înstărite.

Corelarea ocupației cu vârsta și genul subiecților ne conturează profilul grupului țintă cu mai multă clarietate. Astfel, 70% din patroni sunt bărbați, cu vârste medii de 43 ani, iar cei mai mulți angajați cu studii superioare sunt femei (60%) cu vârste medii de 37 ani. Femeile sunt mai numeroase și în loturile studenților și muncitorilor în domeniile necomerciale (53-54%), iar bărbații domină în grupul pensionarilor (61%) și al funcționarilor cu studii medii (56%). Șomerii și persoanele fără ocupație sunt egal împărțiți pe sexe și au în general vârste tinere (sub 33 ani). În categoria ”alte ocupații” s-au trecut cel mai frecvent șoferii, agenții de vânzări, cei care se ocupă de curățenie, servicii de divertisment, servicii de pază și ordine, militarii, lucrătorii sociali, sportivii și oamenii politici. Vârsta lor medie este de 43 ani.

Concluzii:

Grupul țintă – persoane care au vizitat în ultimul an (2011) o țară din Europa de Est sau care intenționează să viziteze regiunea în următorul an – este alcătuit din oameni cu vârste medii de aproape 40 ani (două treimi din turiști au vârste cuprinse între 25-45 ani), care provin în proporții covârșitoare (83%) din țări europene. Două treimi din turiștii străini care au răspuns la întrebările din chestionarul online au facultatea absolvită și restul, aproape în totalitate, sunt absolvenți de studii medii, ponderea celor cu studii primare fiind foarte scăzută. Spre deosebire de grupul turiștilor interni, cei străini au vârste mai înaintate (în medie cu 4 ani) și au un nivel de educație școlară semnificativ mai ridicat.

Capitolul 3

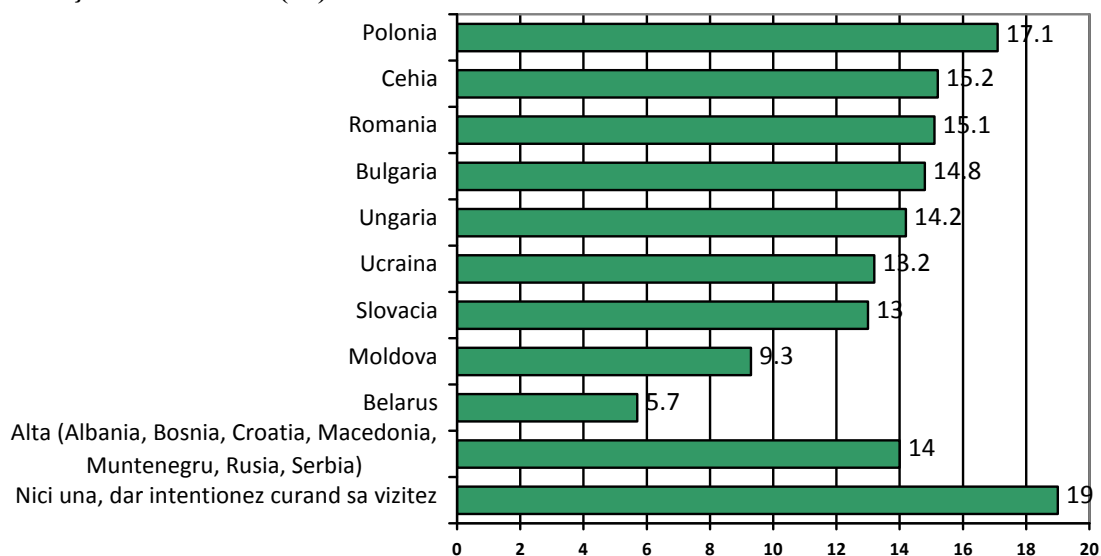
Sejururile turiștilor străini în Europa de Est

3.1. Țările vizitate cel mai des

Cea mai vizitată țară est-europeană de către turiștii chestionați a fost în ultimul an Polonia, urmată foarte aproape de Cehia, România și Bulgaria.

Datele studiului online diferă în unele cazuri cele furnizate de Institutele de Statistică ale țărilor est-europene și de EUROSTAT, deoarece la ancheta CSP Plus Consult au răspuns și est-europenii rezidenți în alte țări care au revenit în țara de origine în ultimul an. Institutele de Statistică ale țărilor respective îi consideră pe aceștia turiști interni. În cercetarea online ei au fost considerați turiști străini deoarece au răspuns la chestionar din alte țări decât din țările de origine.

Grafic 5: Țările din Europa de Est în care turiștii străini au petrecut cel puțin o zi de vacanță în ultimul an (%)



Obs. Suma procentelor depășește 100%, unii subiecți declarând că au vizitat mai multe țări

Conform opiniilor formulate de turiștii care au răspuns la întrebările din cadrul chestionarului online Polonia a fost vizitată cel mai des de oameni care locuiesc în Franța (11,5%), Italia (8,9%), Germania (7,6%), Marea Britanie (6,7%), Ungaria (5,5%), Spania (4,4%), SUA (4,3%), Austria (3,5%), Rusia (3,4%), Moldova (3,2%) și Cehia (3%). Media de vârstă a celor care au călătorit recent în Polonia este de 41 ani.

În Cehia au petrecut vacanța în ultimul an oameni rezidenți în Italia (8,5%), Polonia (7,1%), Germania (7%), Franța (5,7%), Marea Britanie (5%), Belgia (4,7%), Ungaria (4,6%), Turcia (4,2%), SUA (4%), Rusia (3,6%), Austria (3,7%) și Finlanda (3%). Media de vârstă a acestor turiști este tot de 41 ani.

România a fost vizitată cel mai des în ultimul an de oameni care domiciliază în Franța (8,9%), Italia (8,6%), Moldova (7,6%), Marea Britanie (6,8%), Germania (6,8%), Spania (5,4%), Ungaria (5%), Rusia (4,6%), SUA (4,1%), Belgia (3,4%), Grecia (2,6%), Ucraina (2,6%), Bulgaria (2,4%), Polonia (2,4%), Israel (1,8%), Turcia (1,8%), Olanda (1,8%), Canada (1,6%), Austria (1,5%), Danemarca (1,5%), Cehia (1,4%), Brazilia (1%), Belarus (1%). Vârsta medie a turiștilor este de 37,5 ani. Principalele țări furnizoare de turiști străini în România sunt țările în care există o puternică emigrație românească.

Bulgaria a primit cei mai mulți turiști străini care locuiesc în Italia (8,8%), Rusia (7,7%), Moldova (7,1%), Franța (7,1%), Germania (6,4%), Marea Britanie (6,3%), Turcia (5,3%), Ucraina (4,4%), Spania (3,7%), Ungaria (3,4%), Austria (3,3%), Belarus (2,8%). Turiștii români au fost excluși din analiză. Media de vârstă a celor care au vizitat Bulgaria este de 38 ani.

Ungaria a fost țara vizitată cel mai des de oamenii din Germania (8,9%), Italia (6,9%), Franța (6,8%), Polonia (6,2%), Marea Britanie (5,1%), SUA (4,4%), Moldova (4,2%), Austria (4,2%), Belgia (4,1%), Spania (4,1%), Turcia (3,7%), Bulgaria (3,5%), Rusia (3%). Turiștii străini din Ungaria au o medie de vârstă de 40 ani.

Ucraina a primit cei mai numeroși turiști din Moldova (14%), Rusia (12,6%), Franța (5,8%), Ungaria (5,6%), Italia (5,5%), Germania (4,2%), Belarus (3,9%), Marea Britanie (3,6%), Polonia (3,5%). Străinii care au vizitat Ucraina au vârsta medie de 42 ani.

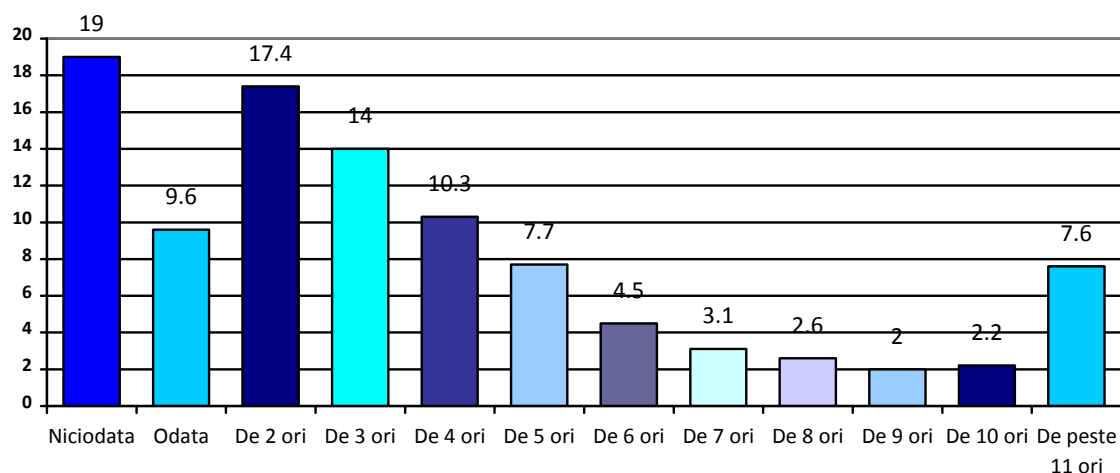
În Slovacia au venit vizitatori din țări precum Polonia (10,6%), Ungaria (10%), Italia (8,6%), Franța (6,8%), Germania (5,6%), SUA (4,8%), Austria (4,8%), Spania (4%), Marea Britanie (3,9%), Rusia (3,3%) și Cehia (3%). Media de vârstă a turiștilor străini din această țară este de 39 ani.

Moldova a fost vizitată de oameni care domiciliază în Italia (14,8%), Franța (11,6%), Rusia (10,3%), Spania (5,6%), Ucraina (5,2%), Polonia (4,3%), Ungaria (4,1%), Bulgaria (3,9%), Germania (3,4%), Marea Britanie (3%) și Israel (2,1%). Media de vârstă a turiștilor este de 41 ani.

Turiștii străini intervievați au vizitat țările Europei de Est în medie de 4,8 ori în decursul vieții lor. Doar 19% nu au vizitat niciodată până acum vreo țară din Europa de Est dar intenționează să facă acest lucru în anul 2012.

Cele mai multe vizite în țări ale Europei de Est au declarat că le-au făcut turiștii care locuiesc tot în Europa de Est (în medie 6 călătorii), ceea ce înseamnă că oamenii tind să își facă cele mai multe vacanțe în țările vecine, călătoriile îndepărtate fiind mai rare, la fel cum rare sunt și călătoriile spre această regiune ale celor domiciliați pe alte continente. Din totalul răspunsurilor obținute se pare ca bărbații au avut mai multe călătorii decât femeile în această zonă (5,2 față de 4,5), iar patronii și managerii, alături de pensionari, sunt turiștii care au vizitat Europa de Est de cele mai multe ori (5,7 – 6 ori). Slovacia este țara în care turiștii au revenit de cele mai multe ori (6,5 ori), iar Moldova este țara cu cele mai puține reveniri (4,5 ori), România situându-se la mijlocul acestui interval (5 ori).

Grafic 6: Frecvența vizitării unor țări din Europa de Est (%)



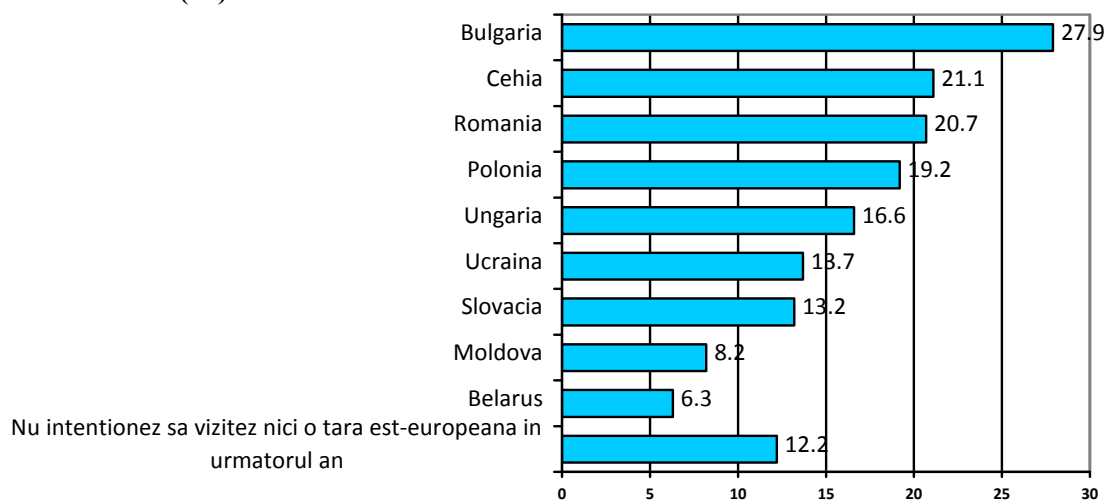
Concluzii:

Polonia, Cehia, România și Bulgaria sunt cele mai vizitate țări est-europene. Conform opiniilor exprimate în cadrul sondajului online străinii revin în regiunea răsăriteană a continentului în medie de 4,8. Turismul în aceste țări a fost susținut în ponderi însemnate de cetățenii și foștii cetățeni ai statelor respective, care au revenit în țările de origine în ultimul an.

3.2. Țările est europene pe care străinii intenționează să le viziteze curând

Dintr-un pluton de 9 țări ale Europei răsăritene Bulgaria este țara pe care intenționează să o viziteze cei mai numeroși turiști străini în următorul an. Un sfert din cei 19% care au declarat că nu au vizitat nici o țară din regiune dar intenționează să facă acest lucru în anul 2012 au ales Bulgaria ca destinație favorită. Cei mai mulți provin din țările vest-europene (46%) și est-europene (40%). Englezii, italienii, rușii, moldovenii, francezii, nemții și austriecii reprezintă jumătate din totalul turiștilor străini care intenționează să viziteze Bulgaria în anul 2012. Prețurile scăzute practicate în domeniul turismului și diversitatea serviciile oferite reprezintă principalele motive ale alegerii Bulgariei ca destinație favorită în următorul an.

Grafic 7: Țările din Europa de Est în care turiștii străini doresc să călătorească în următorul an (%)



Obs. Suma procentelor depășește 100%, unii subiecți declarând că doresc să viziteze mai multe țări

Cei care au ales România ca destinație favorită sunt în proporție de 63% turiști rezidenți în țările Uniunii Europene care au mai vizitat în trecut partea răsăriteană a continentului și 19% sunt europeni care trăiesc în țări din afara UE. Din Asia intenționează să ajungă în România un număr echivalent a 7% din totalul turiștilor intervievați, cei mai numeroși fiind cei din Israel (1,8%) și Turcia (1,7%). Aproape jumătate din africanii care doresc să viziteze curând România sunt sau intenționează să vină aici la studii. De pe continentul american cei mai numeroși potențiali turiști sunt vârstnici.

Tabel 2: Principalele 10 țări de rezidență ale celor care doresc să viziteze în 2012 următoarele statele din Europa de Est (%)

Bulgaria		România		Cehia		Polonia	
Anglia	10,0	Italia	7,5	Anglia	8,7	Anglia	10,3
Italia	8,6	Anglia	7,0	Italia	7,5	Italia	8,9
Rusia	7,0	Franța	6,9	Moldova	6,7	Germania	7,1
Moldova	6,6	Germania	6,8	Germania	6,5	Franța	6,7
Franța	5,8	Moldova	5,8	Polonia	6,3	Ungaria	6,3
Germania	5,5	SUA	5,0	Ungaria	6,1	SUA	5,3
Austria	4,2	Spania	4,7	Franța	4,5	Moldova	4,3
Ungaria	4,2	Rusia	4,2	Spania	3,5	Spania	3,9
Ucraina	3,8	Belgia	2,6	Austria	3,0	Bulgaria	3,6
Turcia	3,1	Polonia	2,6	Grecia	2,8	Rusia	3,1

Ungaria		Ucraina		Slovacia		Moldova		Belarus	
Germania	9,9	Italia	10,2	Polonia	10,8	Franța	11,5	Franța	8,8
Anglia	8,3	Franța	7,6	Italia	7,7	Italia	8,3	Turcia	6,3
Italia	7,7	Polonia	6,4	Franța	7,1	Germania	7,8	Moldova	6,3
SUA	6,3	Anglia	6,4	Moldova	6,1	Spania	5,1	Italia	5,7
Polonia	6,3	Moldova	6,3	Anglia	5,9	Ungaria	4,4	Spania	5,4
Franta	4,5	Turcia	5,7	Ungaria	5,5	Anglia	4,2	Polonia	4,4
Moldova	4,3	Germania	5,7	Germania	4,8	Polonia	3,9	Bulgaria	4,1
Austria	3,4	Spania	5,0	SUA	4,4	Turcia	3,7	Germania	3,8
Ucraina	3,4	SUA	4,5	Bulgaria	3,5	SUA	3,7	SUA	3,2
Spania	3,0	Rusia	3,9	Belgia	3,2	Rusia	3,7	Olanda	3,2

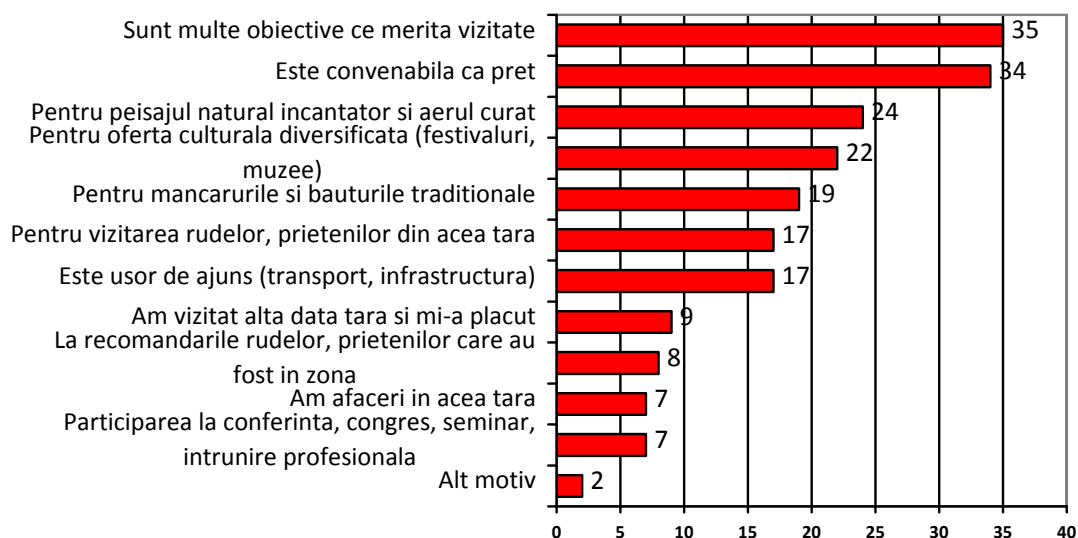
Concluzii:

În următorul an turiștii străini interesați de Europa de Est au ca destinații favorite Bulgaria, Cehia și România. În cazul României, procentul ridicat de vizitatori, se explica și publicitatea la nivel mondial făcută de diverse personalități (Prințul Charles, Nadia Comăneci, etc.), care au stârnit interesul față de această țară. Italienii, nemții, englezii și francezii sunt cei mai numeroși cetățeni vest-europeni interesați să viziteze țările est-europene. Din Asia, Israelul și Turcia furnizează cel mai important contingent de turiști spre această zonă, mai mare decât toate celelalte popoare asiatice la un loc. Turiștii vest-europeni care vor să viziteze România, Moldova, Bulgaria, Ucraina și Belarus sunt mai tineri în medie cu 4 ani decât concetățenii lor care vor să viziteze Cehia, Polonia, Slovacia și Ungaria. Aceste ultime 4 țări furnizează în mai mare măsură decât primele 5 țări pachete de vacanță pentru pensionari.

3.3. Motivația alegerii unei vacanțe în țările est-europene

Țările din răsăritul Europei oferă o multitudine de motive pentru a fi vizitate de străini. Cele mai importante sunt legate de varietatea obiectivelor ce merită să fie cunoscute, de prețul convenabil și de cadrul natural plăcut. Ele sunt țările de origine ale unor oameni plecați pentru un trai sau un loc de muncă mai bun, iar revenirea lor pentru vizitarea familiei și cunoscuților este un motiv important pentru 1 din 6 străini care intenționează să vină în țări din Europa de Est. În plus, statele răsăritene atrag 1 din 5 străini prin diversitatea culinară și băuturile tradiționale și 1 din 4 turiști prin diversitatea culturală. Accesul facil pentru vest-europeni este un alt atu al zonei. Datorită caracterului profesional, „de casta” și faptul că se adresează de cele mai multe ori unei nișe, congresele, simpozioanele și reuniunile profesionale sunt prea puțin atractive pentru a stimula sporirea numărului de turiști străini.

Grafic 8: Motivele pentru care străinii aleg să viziteze o țară din Europa de Est (%)



În afara acestor motive participanții la studiu au mai menționat și altele, precum: curiozitatea, participarea la studii (burse), participarea la festivaluri, concerte, meciuri de fotbal, campionate sportive, căutarea unei prietenii, cunoașterea persoanelor abordate pe internet, drumeții, tratament, schi căutarea unui loc de muncă, distracții, etc.

Deși motivele alegerii unei țări est-europene pentru concediu nu diferă foarte mult ca ponderi de la o țară la alta, se pot observa totuși unele diferențe ce merită semnalate:

- România este, după Cehia, țara care are cele mai multe obiective turistice care merită vizitate. Celelalte țări răsăritene nu-i motivează pe străini în aceeași măsură să vină să le cunoască de aproape obiectivele turistice.
- Bulgaria depășește toate țările din zonă prin prețurile mici practicate în sectorul turistic. Ea este și țara pe care cei mai mulți care au vizitat-o doresc să o mai vadă încă o dată.
- Polonia și Cehia oferă cele mai diversificate atracții culturale (festivaluri, muzee, concerte, etc.), România și Ucraina fiind codașe la acest capitol.
- Cehia și Slovacia excelează prin mâncărurile și băuturile tradiționale, Belarus, Bulgaria și Ucraina seducând cei mai puțini turiști cu aceste servicii.
- România și Moldova sunt țările în care turiștii străini intervievați au cele mai multe rude. Milioanele de români stabiliți în alte țări reprezintă un segment important de turiști.
- Pentru Cehia recomandările cunoștilor contează mai mult decât pentru toate celelalte țări răsăritene.
- Se pare ca pentru turistii intervievați Ungaria reuseste sa-i convinga sa o viziteze si pentru organizarea de conferințe, simpozioane, congrese ori întâlniri profesionale.

Tabel 3: Motivele pentru care străinii aleg să viziteze fiecare țară din Europa de Est (%)

	România	Polonia	Cehia	Ungaria	Slovacia	Moldova	Bulgaria	Ucraina	Belarus
Sunt multe obiective ce merită vizitate	40	38	44	33	32	33	33	37	33
Este convenabilă ca preț	37	36	34	30	32	34	42	35	38
Pentru peisajul natural încântător și aerul curat	30	25	30	30	25	23	24	26	20
Pentru oferta culturală diversificată	19	27	27	24	24	20	21	18	20
Pentru mâncărurile și băuturile tradiționale	21	20	24	23	24	22	18	19	15
Pentru vizitarea rudelor, prietenilor din acea țară	23	17	19	18	14	20	12	13	10
Este ușor de ajuns	18	20	20	18	18	23	19	22	25
Am vizitat altă dată țara și mi-a plăcut	11	8	11	11	12	9	15	11	12
La recomandarea rudelor, prietenilor care au fost acolo	7	7	10	6	6	6	7	6	5
Am afaceri în acea țară	10	8	8	10	10	9	7	10	8
Participarea la conferință, congres	8	8	9	12	10	8	8	10	10
Alt motiv	2	1	1	2	2	2	1	1	1

Obs. Suma procentelor pe fiecare coloană depășește 100%, participanții la studiu menționând mai multe motive pentru care intenționează să viziteze o țară.

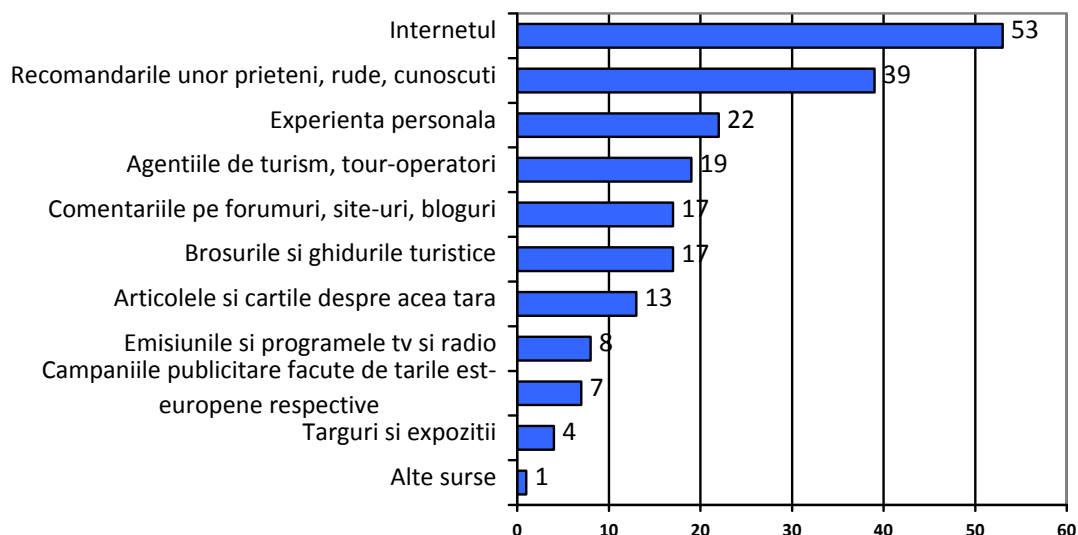
Concluzii:

Străinii sunt interesați să călătorească în țările est-europene din considerente ce țin de atractivitatea obiectivelor pe care le pot vizita, de sumele mici pe care le cheltuiesc pentru un sejur în ele și de natura care poate fi admirată. Afacerile și întrunirile profesionale ce pot fi întreprinse în zonă nu atrag prea mulți străini.

3.4. Sursele de informații utilizate

Internetul este cea mai importantă sursă de informare pentru mai mult de jumătate din străinii care aleg să viziteze o țară din Europa de Est. Accesibilitatea și diversitatea informațiilor postate pe diverse site-uri fac din Internet principala sursă de informare pentru cei care vor să aleagă o destinație turistică în Europa Răsăriteană. În medie străinii folosesc două surse de informare privind vacanța.

Grafic 9: Sursele de informații utilizate de străinii care au ales să viziteze o țară din Europa de Est (%)



Obs. Suma procentelor depășește 100%, turiștii străini apelând la mai multe surse de informare

La fel ca și în cazul turiștilor români, internetul este o sursă importantă mai ales pentru bărbați, iar recomandările cunoscătorilor contează mai mult pentru femei. Cu cât statele de origine ale turiștilor străini sunt mai depărtate de regiune, cu atât rolul internetului în informare ocupă o pondere mai însemnată.

Pentru turiștii din țările vest-europene și nord-americane recomandările cunoscătorilor contează mai mult decât pentru ceilalți turiști.

Experiența personală, agențiile de turism și emisiunile TV ocupă un loc important mai ales pentru turiștii est-europeni.

Comentariile pe forumuri contează cel mai mult pentru cei din America de Sud și din Australia, iar broșurile și ghidurile turistice au un rol mare pentru cei proveniți din țări ale Uniunii Europene.

Cărțile și articolele despre țările din regiune sunt consultate cel mai frecvent de turiștii care provin din Asia și America de Nord. Campaniile publicitare sunt eficiente cel mai mult pentru cei rezidenți în Europa de Vest.

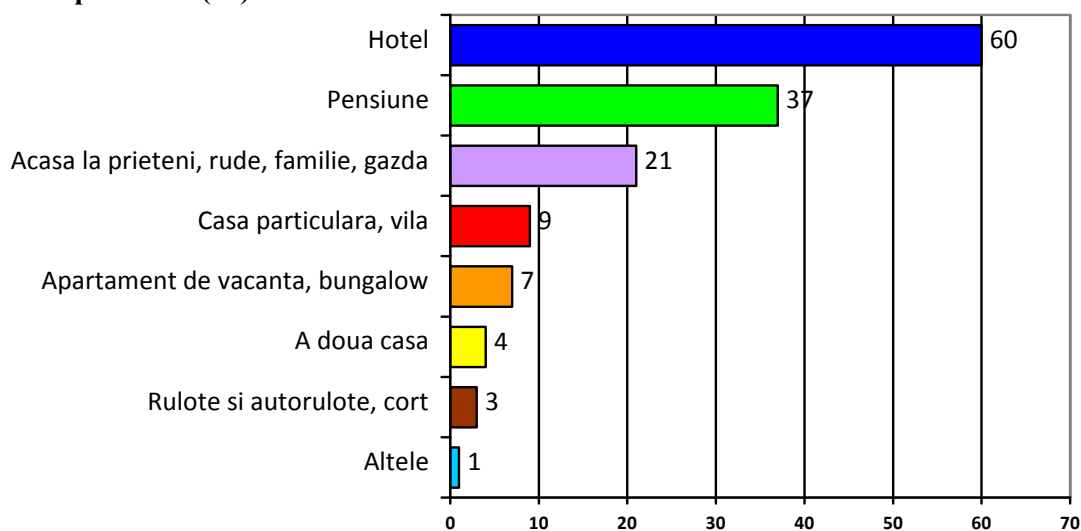
Concluzii:

Turiștii străini folosesc în medie 2 surse de informare când aleg să viziteze o țară din estul Europei, una din ele fiind internetul. Informațiile furnizate de diverse instituții oficiale (broșuri, târguri, campanii publicitare) au un rol minor pentru străini.

3.5. Tipurile de cazare folosite

Hotelul este unitatea de cazare preferată de cei mai mulți străini care aleg să calătorească într-o țară răsăriteană. La pensiuni se cazează puțin mai mult de o treime din turiștii externi.

Grafic 10: Unitățile de cazare folosite sau intenționate a fi folosite pe perioada vacanței în Europa de Est (%)



Obs. Suma procentelor este de 142%, unii turiști străini folosind mai multe unități de cazare

Hotelurile sunt alese cel mai mult de cei proveniți din vestul Europei (68%) și America de Sud (75%), în special de cei domiciliați în Finlanda, Suedia, Marea Britanie.

Pensiunile sunt alese mai des de cei rezidenți în Europa de Est (45%) și Australia (50%), cu precădere de cei din Belgia, Franța, Ungaria, Polonia, Israel, Japonia. Pensiunile sunt preferate mai mult de bărbați, iar hotelurile de femei.

Acasă la prieteni, rude, familie sau gazdă au stat cel mai mult cei care au venit din America de Nord și Australia (34%), dar și cei din Cehia, Germania, Olanda, Portugalia, Spania.

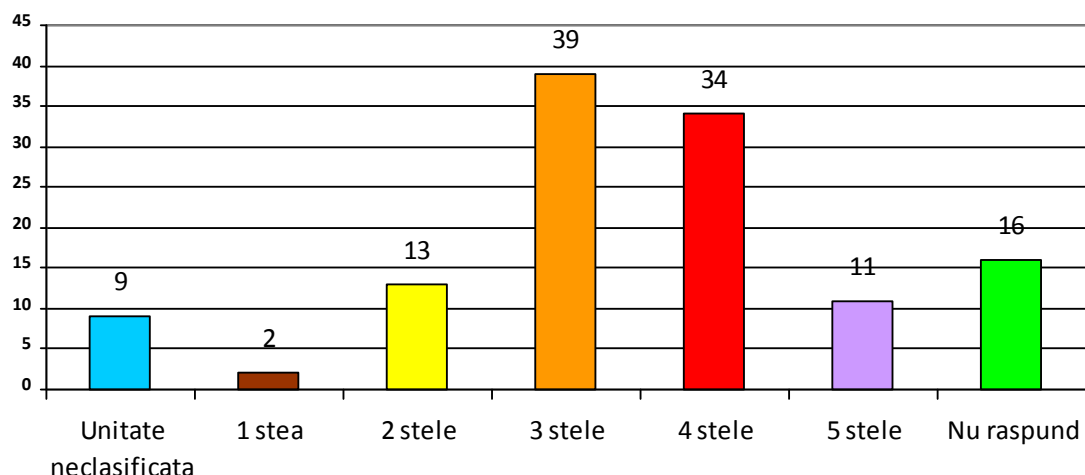
Concluzii:

Turiștii străini aleg să se cazeze la hotel într-o proporție de două ori mai mare decât la o pensiune. Hotelul e preferat de cei din țările nordice, iar pensiunile de cei din țările estice și sudice. Există o preferință dictată de gen, bărbații cazându-se la pensiuni mai mult decât femeile.

3.6. Gradul de confort ales la cazare

Aproape trei sferturi din turiștii străini s-au cazat la unități turistice de 3 și 4 stele. Gradul de confort cel mai ridicat este constatat la persoanele de 41-50 ani. Gradul de confort este în strânsă legătură cu vârsta: sunt alese preponderent unități de 2 stele la 20-30 ani, de 3 și 4 stele la 31-40 ani, de 4 și 5 stele la 41-50 ani și de 3 stele sau unități neclasificate după 50 ani.

Grafic 11: Numărul de stele / margarete alese la cazarea în Europa de Est (%)



Obs. Suma procentelor este de 124%, unii turiști utilizând în cadrul unei calatorii unități de cazare cu grade diferite de confort

Aproape 80% din cei care s-au cazat la unități neclasificate și care nu au răspuns la această întrebare au fost persoane venite în vizită la rude, prieteni, cunoscuți.

Confortul de 5 stele este preferat cu precădere de turiștii care vin din Asia. Cel de 4 stele este ales de cei din Uniunea Europeană, iar cel de 3, 2 și 1 stele este ales de cei din Europa de Est.

Analizând turiștii care provin din Uniunea Europeană constatăm că la 5 stele s-au cazat cei din Marea Britanie, Suedia, Irlanda, Danemarca. La 4 stele s-au cazat cei din Olanda, Franța și Finlanda. La 3 stele au stat mai ales cei din Cehia, Ungaria, Polonia, Slovenia, Spania. La 2 stele s-au cazat cu precădere tineri proveniți din Belgia, Franța, Ungaria, Slovacia. La o stea au înnoptat turiștii tineri din Estonia, Malta, Belgia, Franța.

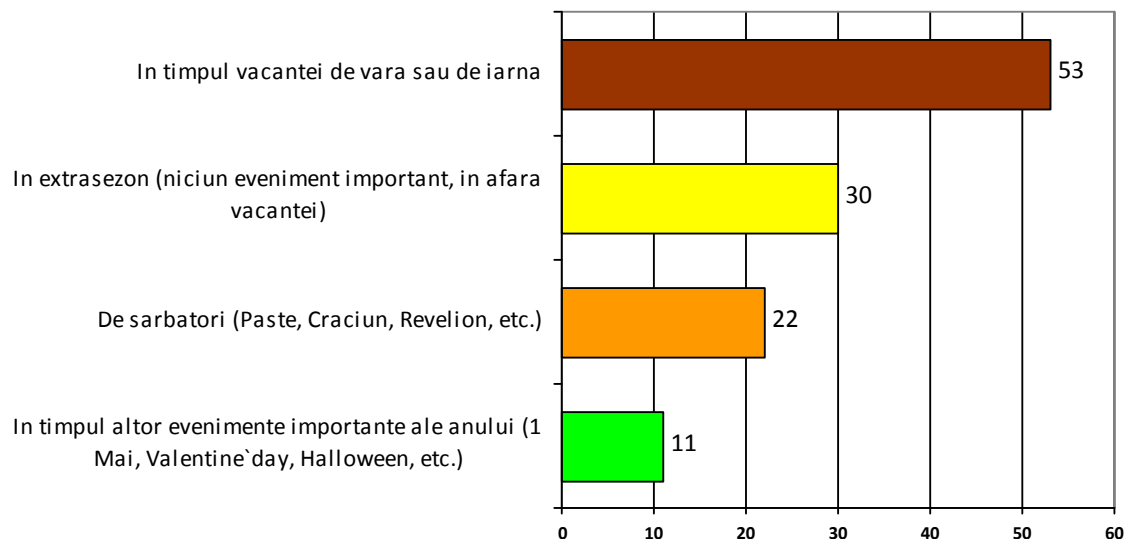
Concluzii:

Străinii care aleg hotelurile pentru sejururile în Europa de Est preferă un confort mai ridicat la cazare (4 și 5 stele), pe când cei care aleg pensiunile se îndreaptă spre un confort mediu (3 și 4 stele). Confortul de 1-2 stele este ales doar de 15% din turiști. Cei care preferă 4 și 5 stele sunt în medie cu 2 ani mai în vârstă decât cei care preferă 3 stele (40 ani, față de 38 ani).

3.7. Perioada anului aleasă pentru vizitarea Europei de Est

Mai mult de jumătate din străinii care vizitează regiunea aleg să vină în perioada vacanței de vară sau de iarnă. Cei care vin în zonă în extrasezon vin preponderent în vizită la rude, prieteni, cunoscuți sau pentru afaceri, studii sau întâlniri profesionale.

Grafic 12: Perioada din an aleasă pentru petrecerea unui sejur într-o țară est-europeană



Obs. Suma procentelor este de 116%, unii turiști alegând mai multe perioade

În timpul vacanței de vară sau iarnă sosesc mai degrabă femeile, cei cu studii medii, angajați sau pensionari. Din Europa de Vest cei mai mulți care vin în vacanțe sunt din Danemarca, Irlanda, Suedia și Marea Britanie.

De sărbători (Paște, Crăciun, Revelion, etc.) merg cel mai des în vacanțe în Europa de Est cei rezidenți în țări tot din Europa de Est (27%) și Africa. Din țările UE vin în perioada sărbătorilor cei din Belgia, Cehia, Franța, Olanda, Spania. Cele mai multe sosiri în regiune în timpul sărbătorilor creștine s-au constatat la persoanele care au masterat sau doctorat și sunt din grupa de vârstă de 21-30 ani.

În extrasezon vin cei din Asia și America de Nord. Din țările UE cei mai mulți care vin în extrasezon sunt cei din Finlanda și Grecia. În extrasezon vin în regiune mai ales bărbații și cei din grupa de vârstă 51-60 ani și sunt cu precădere managerii, directorii, patronii și liberii întreprinzători.

De 1 Mai, Halloween sau Valentine Day vin mai ales cei din Germania și Marea Britanie. Ei au vârste până în 30 ani.

Concluzii:

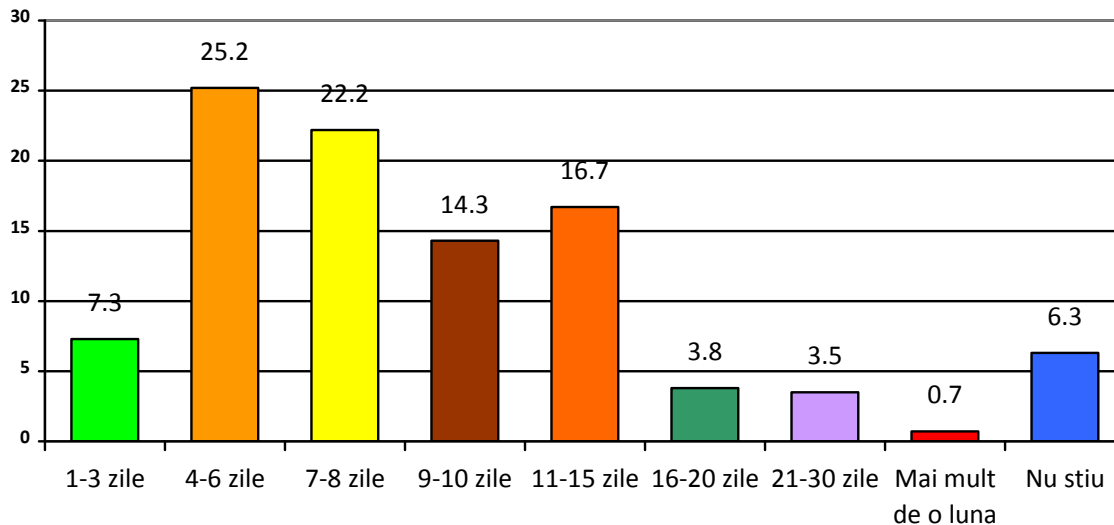
În timpul sărbătorilor de Paște sau Crăciun se întorc în regiune cei plecați la muncă sau studii ori rezidenți în vestul Europei care provin tot din țările estice. În extrasezon vin mai ales

oameni care au afaceri în zonă. De 1 Mai, Valentine Day sau Halloween vin tineri cu precădere din Germania și Marea Britanie.

3.8. Numărul zilelor de vacanță petrecute de străini în Europa de Est anul trecut sau pe care intenționează să le petreacă anul acesta

În medie turiștii străini au petrecut 9 zile anul trecut - 2011 în țări din Europa de Est. Sub aspectul intenției de vacanță pentru anul acesta numărul mediu programat este tot de 9 zile. Dacă excludem din analiză pe cei care au stat sau intenționează să stea mai mult de o lună într-o țară străină (grup format din persoane aflate la muncă sau studiu, ori venite la rude acasă după o ședere îndelungată în alte țări) observăm că turiștii străini au venit sau intenționează să vină în țările răsăritene pentru **un sejur mediu de 8 zile**. Aproape 70% din turiștii străini aleg un sejur de maximum 10 zile.

Grafic 13: Numărul zilelor petrecute anul trecut sau intenționate a fi petrecute în anul 2012 în țări din Europa de Est (%)



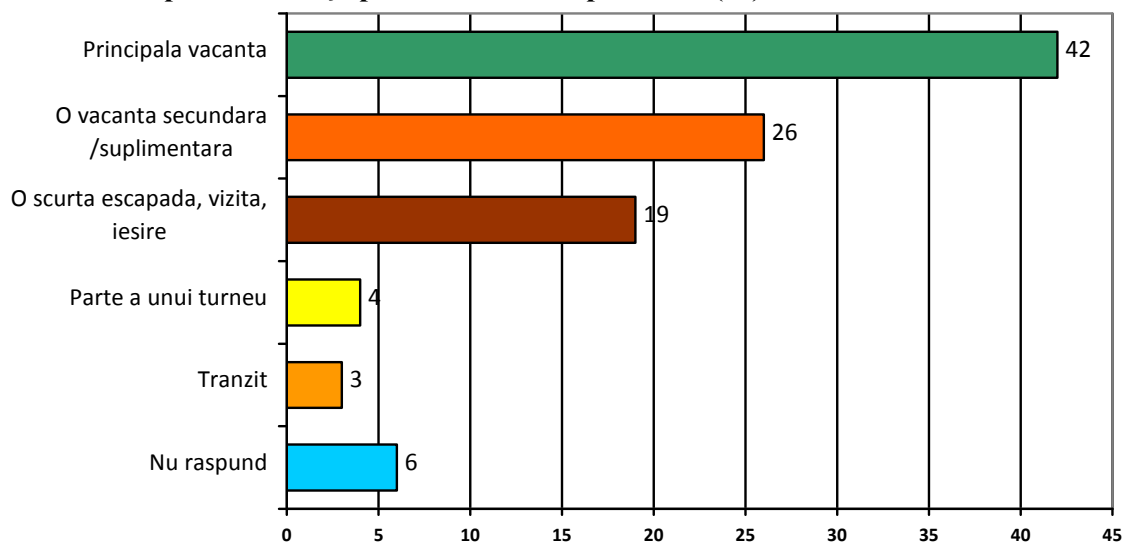
Cele mai multe zile le-au petrecut sau doresc să le petreacă în răsăritul Europei turiștii care domiciliază în zone mai îndepărtate de regiune. Cei din America de Nord și Sud și din Australia au stat sau doresc să stea în medie 11-13 zile, pe când cei din Europa de Est sau din Asia și Africa au stat sau doresc să stea doar 7-8 zile. Cei care n-au fost încă niciodată în regiune dar intenționează să o viziteze curând își doresc un sejur mai lung cu 2 zile decât cei care au fost mai des în țările din zonă.

Dintre turiștii proveniți din Uniunea Europeană, austriecii și englezii vor să stea 11 zile, polonezii și grecii 10 zile. Cel mai puțin vor să stea estonienii (7 zile), lituanienii, italienii, maltezii (7-8 zile).

Vacanțele cele mai lungi le au sau le-au avut cei cu vârste mai mari 50 ani (11 zile), iar cele mai scurte s-au constatat la cei de 31-40 ani (7 zile). Managerii, patronii și pensionarii au stat sau vor să stea în țările est-europene 10 zile, pe când salariații, agricultorii și șomerii au scurta vacanțele la o săptămână. Bărbații au stat cu o zi mai mult decât femeile.

Pentru cei mai mulți străini intervievați excursia în estul Europei reprezintă principala vacanță din an.

Grafic 14: Tipul de vacanță petrecută în Europa de Est (%)



Durata medie a principalei vacanțe este de 11 zile, a vacanței secundare este de 7 zile, a scurtei escapade este de 5 zile, a părții dintr-un turneu este de 13 zile, iar a celei de tranzit de 6 zile.

Analizând modul în care sunt privite vacanțele în fiecare țară răsăriteană observăm câteva aspecte relevante:

- Bulgaria este aleasă cel mai adesea ca țară de destinație pentru cea mai importantă vacanță din an, pe când Moldova și Slovacia sunt preferate ca vacanțe secundare sau scurte escapade.
- Slovacia este preferată cel mai mult ca parte a unui turneu, iar România și Moldova sunt cele mai puțin preferate ca țări vizitate în cadrul circuitelor turistice răsăritene.
- Intr-o proporție mai mică decât Bulgaria, România și Polonia sunt privite într-un mod similar – ca țări în care se petrec vacanțele cele mai lungi și mai importante dintr-un an.

Tabel 4: Tipul de vacanță petrecută în principalele țări est-europene (%)

	Principala vacanță	O vacanță secundară	O scurtă escapadă	Tranzit	Parte a unui turneu
România	42	30	20	4	4
Polonia	40	30	21	4	5
Cehia	40	29	22	3	6
Ungaria	41	27	22	4	6
Slovacia	36	33	21	2	8
Bulgaria	50	26	16	3	5
Moldova	35	34	22	6	3
Ucraina	43	27	20	4	6
Belarus	42	28	19	4	7

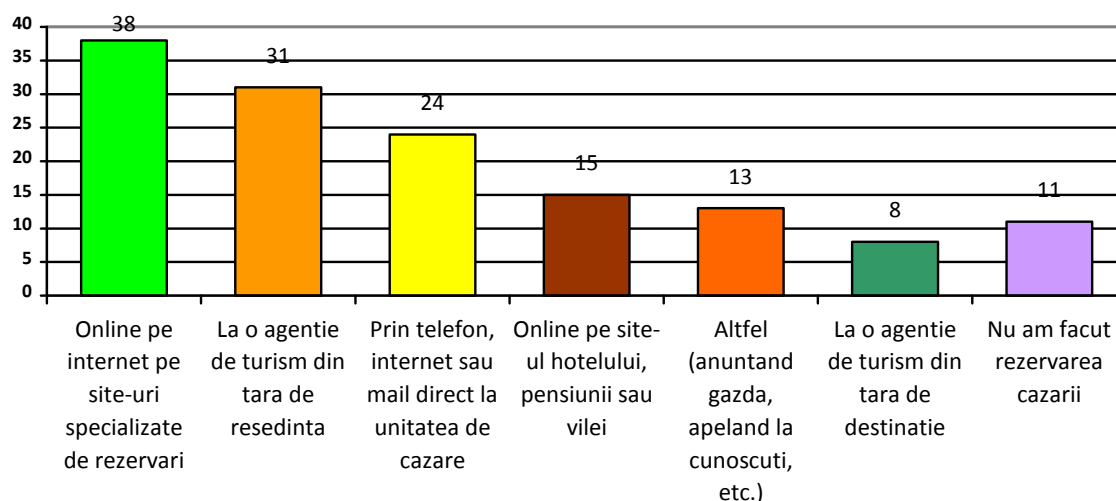
Concluzii:

Străinii au petrecut în țări din Europa de Est un sejur mediu de 8 zile, iar cei care nu au mai fost niciodată în zonă doresc să stea cu 2 zile mai mult. Austriecii și englezii vor să petreacă cele mai multe zile, iar polonezii și grecii – cele mai puține. Pentru cei mai mulți străini sejurul în Europa răsăriteană este cel mai important concediu din an.

3.9. Rezervarea camerei

Rezervarea online pe site-uri specializate este modalitatea preferată cel mai mult de străini pentru rezervarea camerei. La acest mod au apelat mai ales cei care au fost în Bulgaria (47%) și Ucraina (43%) și cel mai puțin cei care au fost în Belarus (33%). La o agenție de turism din țara de reședință au apelat pentru rezervarea camerei mai ales cei care s-au deplasat în Bulgaria (43%) și mai puțin cei care au mers în Moldova (23%). Au contactat prin mail sau telefon direct pe reprezentanții unității de cazare cei care au ales Cehia, Moldova și Slovacia (34%) și mai puțin cei care au mers în Bulgaria (20%).

Grafic 15: Modul în care a fost făcută rezervarea camerei (%)



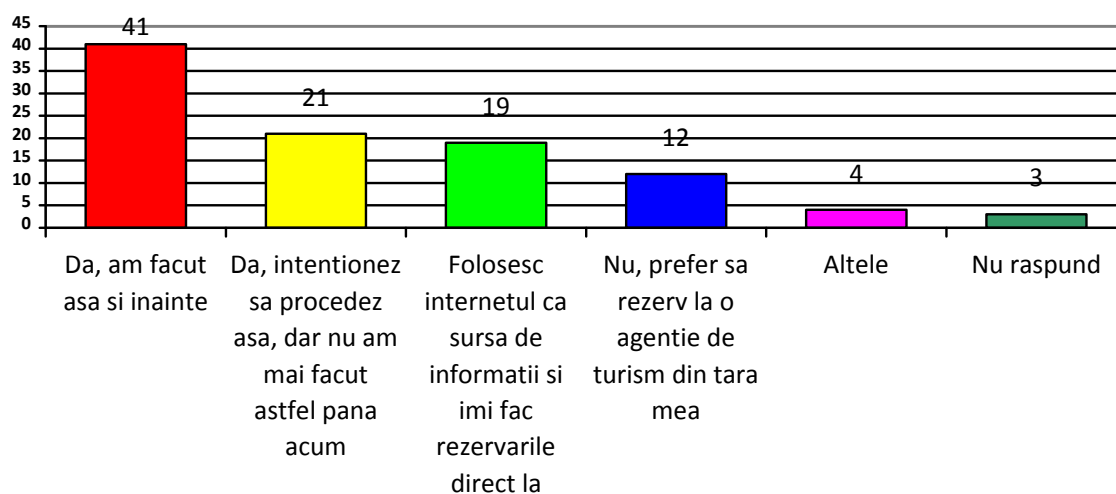
Obs. Suma procentelor este de 140%, unii turiști rezervând camera în mai multe feluri

Cercetarea arată că din totalul persoanelor chestionate, bărbații, au utilizat mai mult decât femeile internetul pentru a-și face rezervarea camerei, femeile având mai multă încredere în agențiile de turism din țara lor. Internetul a fost folosit mai des de absolvenții de studii superioare, pe când contactul direct (cu cei de la agențiile de turism sau cu reprezentantii unității de cazare prin telefon) a fost preferat de cei cu studii medii.

Cei care s-au cazat la hotel au rezervat camera online mai des decât cei care s-au cazat la pensiuni (51% față de 39%). Au contactat direct unitatea de cazare cei care au înnoptat la pensiuni (34%) mai mult decât cei care s-au cazat la hotel (23%). Agențiile de turism din țara de reședință au fost în mod egal folosite pentru rezervarea în ambele tipuri de unități de cazare. Site-ul hotelului a fost folosit mai rar decât site-ul pensiunii pentru efectuarea rezervării (13% față de 21%).

Există o mare disponibilitate pentru rezervarea online pe internet a vacanței în Europa de Est, mai ales la cei care au călătorit în Bulgaria (45%) și la cei care provin din Europa de Vest și din America de Nord sau de Sud (47%)

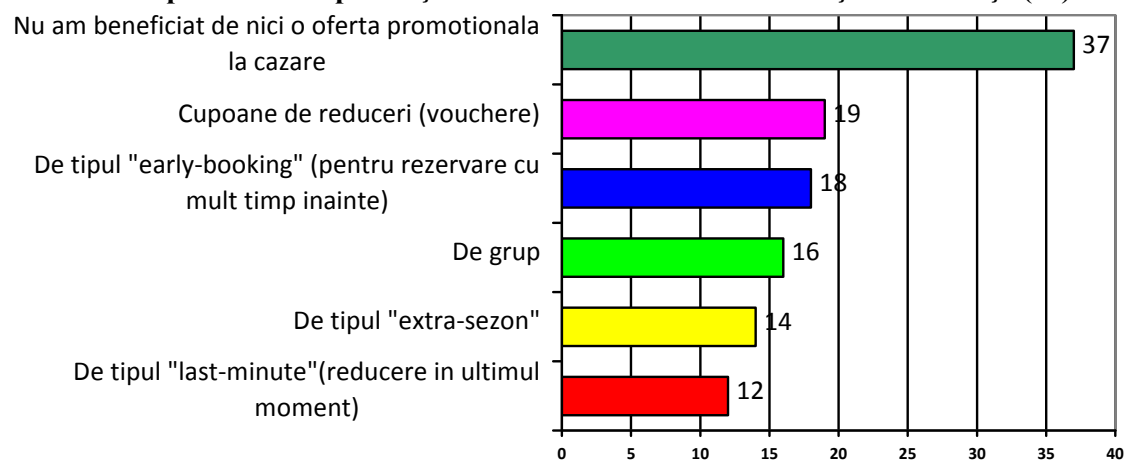
Grafic 16: Disponibilitatea pentru rezervarea online pe internet a unei vacanțe în Estul Europei (%)



Dintre turiștii care provin din Uniunea Europeană au apelat la rezervări online mai ales cei din Irlanda, Suedia, Olanda și Marea Britanie și cel mai puțin cei din Slovacia, Cipru, Malta, Franța și Ungaria. Elvețienii, norvegienii și sârbii sunt europenii din țările non-UE care folosesc cel mai des internetul pentru rezervarea vacanței, iar albanezii, macedonenii și croații îl folosesc cel mai puțin atunci când își fac concedii în Europa de Est. Japonezii își rezervă vacanța pe internet cel mai frecvent dintre toate popoarele asiatice.

Peste unul din trei străini care au vizitat Europa de Est nu a beneficiat de nici o ofertă promoțională.

Grafic 17: Tipul ofertelor promoționale de care au beneficiat turiștii în vacanță (%)



Obs. 16% din turiști au beneficiat de oferte promoționale de mai multe tipuri

Dintre cetățenii Uniunii Europene belgienii, portughezii, ungurii, maltezii și spaniolii au beneficiat cel mai puțin de ofertele promoționale oferite de țările est-europene. Se pare ca mecanismele ofertelor promotionale sunt mai binecunoscute si utilizate de englezii, irlandezii, lituanienii, ciprioții, finlandezii și suedezii, si care au beneficiat de mai multe tipuri de oferte promoționale.

Cupoanele de reduceri (vouchere) au fost folosite cel mai frecvent de estonieni, suedezi și ciprioți (peste 30%) și de 3 ori mai puțin de belgieni, unguri, polonezi sau slovaci (sub 10%).

Rezervările de tip "early booking" au fost făcute mai ales de cehi, bulgari, estonieni, letoni și lituanieni (peste 25%) și cel mai puțin de nemți, spanioli, taliani, austrieci, francezi, portughezi și englezi (sub 15%).

De ofertele de grup au profitat cel mai mult cei domiciliați în Irlanda, Portugalia, Suedia și Estonia (peste 25%) și cel mai puțin cei din Ungaria, Cehia, Belgia, Grecia, Slovenia, Spania (sub 15%).

Finlandezii, maltezii și ciprioții au folosit cel mai des ofertele de tipul "extra-sezon" (peste 20%), de 3 ori mai mult decât belgienii, olandezii, portughezii și irlandezii.

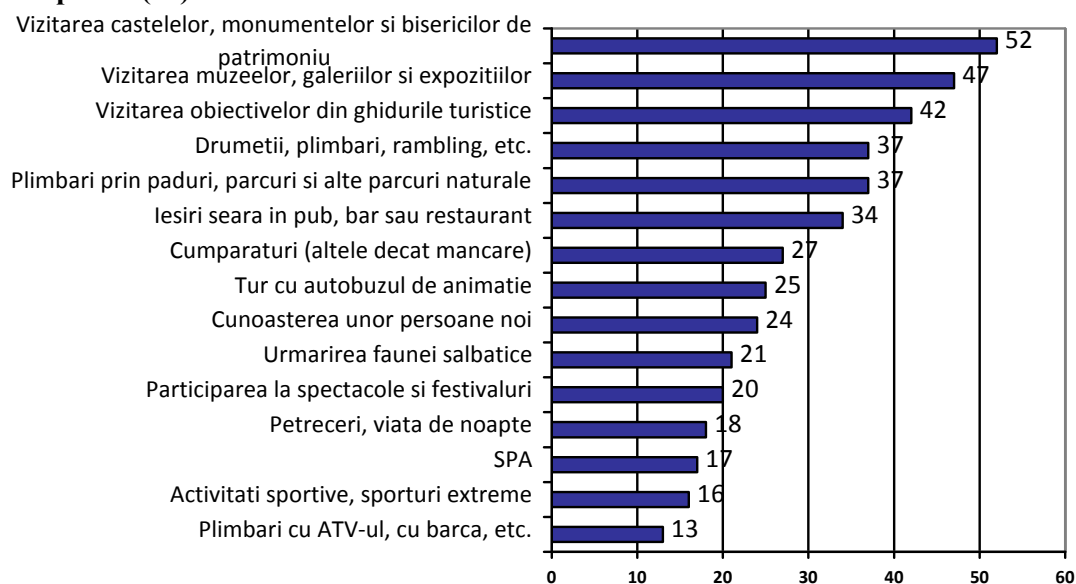
Concluzii:

Turiștii preferă cel mai des să-și rezerve camera de cazare pentru vacanță online pe site-urile specializate. Bulgarii au fost est-europenii care au profitat cel mai mult de această modalitate de rezervare, pe când cei din Belarus o folosesc cel mai rar, România situându-se la media țărilor est-europene (38%). Există o mare dispoziție a străinilor de a-și rezerva vacanța online, mai ales a celor care provin din Europa de Vest, America de Nord și de Sud. Unul din motivele pentru care țările răsăritene sunt puțin vizitate îl reprezintă numărul mic de oferte promoționale făcute cunoscute în țările dezvoltate. Bulgaria întrece toate țările din regiune prin numărul mare de oferte promoționale prezentate mai ales în țările din Europa de Vest.

3.10. Activitățile realizate sau intenționate a fi făcute în vacanța est-europeană

Străinii care vin ca turiști în țări din Europa de Est sunt interesați în primul rând să cunoască istoria și cultura zonei. Vizitarea cetăților, monumentelor, bisericilor de patrimoniu, muzeelor, galeriilor și expozițiilor reprezintă principalele activități pe care străinii vor să le facă în țările răsăritene.

Grafic 18: Activitățile făcute sau intenționate a fi făcute în vacanța din țara est-europeană (%)



Vizitarea muzeelor, expozițiilor și galeriilor de artă este o activitate preferată mai ales de cei din Europa de Nord (Finlanda, Suedia).

Ghidurile turistice constituie un îndrumar de vacanță în special pentru cei din Europa de Est, cu precădere din Ungaria, Polonia, Slovacia. Obiectivele indicate în ghiduri sunt urmărite în special de cei cu vârste cuprinse între 31-40 ani și 51-60 ani, cu educație superioară, care sunt directori sau angajați cu studii superioare.

Pasionații de drumeții sunt turiști rezidenți în țările vestice și care vizează mai ales țări precum România, Cehia și Slovacia. Pasionați de drumeții sunt cei cu un nivel de educație ridicat.

Plimbările cu ATV-ul și sporturile extreme sunt preferatele celor tineri, cu vârste până la 30 ani, aflați în procesul de formare școlară (elevi, studenți).

Pub-urile, barurile și restaurantele din regiune sunt vizate cu precădere de cei cu vârste între 21-30 ani și rezidenți în Danemarca, Finlanda, Marea Britanie.

Shopping-ul în Europa de Est este atractiv în cea mai mare măsură pentru turiștii proveniți din țări precum Danemarca, Finlanda, Suedia, cu vârste între 51-60 ani.

Turul cu autobuzele de animație (Bucharest City Tour) este interesant pentru turiștii rezidenți în Irlanda, Suedia, pentru cei tineri, cu studii medii, fermieri sau lucrători în comerț.

Urmărirea faunei sălbatice și plimbările prin parcuri, grădini sunt activități atractive pentru cei din Suedia, Austria, Marea Britanie și sunt preferate de cei cu vârste între 41-50 ani, cu ocupații în comerț.

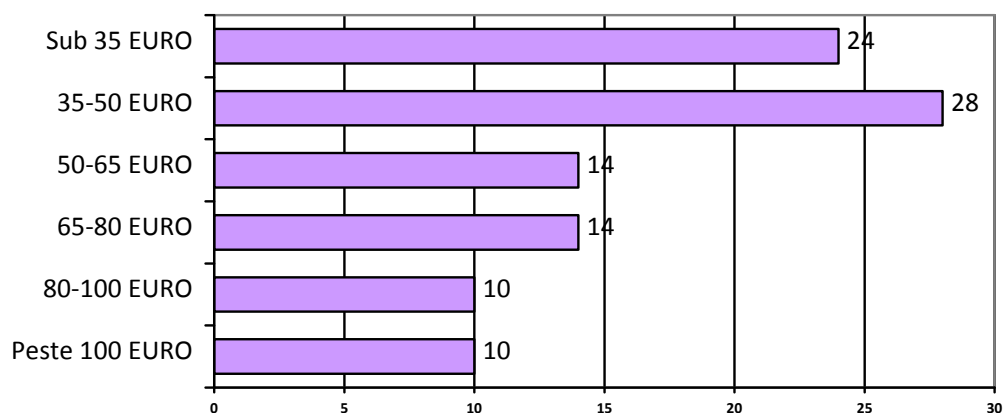
În vacanța din Europa de Est turiștii străini au mers sau intenționează să **meargă însoțiți de 3,5 persoane**. Cei din țările africane au mers în grupurile cele mai numeroase (5,5 persoane),

iar cei rezidenți pe continentele americane au venit sau vor să vină în grupurile cele mai mici (2,5 persoane).

3.10.1 Sumele cheltuite zilnic în vacanța Est Europeană

În excursia din Europa de Est străinii au cheltuit sau intenționează să cheltuiască pe zi în medie 71 EURO. Cele mai mari sume le-au menționat cei care provin din țări asiatice (112 EURO pe zi) și din America de Sud (95 EURO pe zi) sau America de Nord (83 EURO pe zi), iar cele mai mici sume le-au declarat cei care provin din țările Europei de Est (49 EURO pe zi) și din țările africane (58 EURO pe zi). Pe măsură ce înaintea în vârstă sumele alocate vacanței în Europa de Est cresc, de la 40 EURO pe zi la cei sub 20 ani la peste 100 EURO pe zi la cei cu vârste între 40 și 55 ani. Absolvenții de studii post-universitare (masterat sau doctorat) au alocat cele mai mari sume acestei vacanțe (81 EURO pe zi), cu 25 EURO mai mult decât cei cu studii primare.

Grafic 19: Sumele cheltuite zilnic de străini în vacanța est-europeană (%)



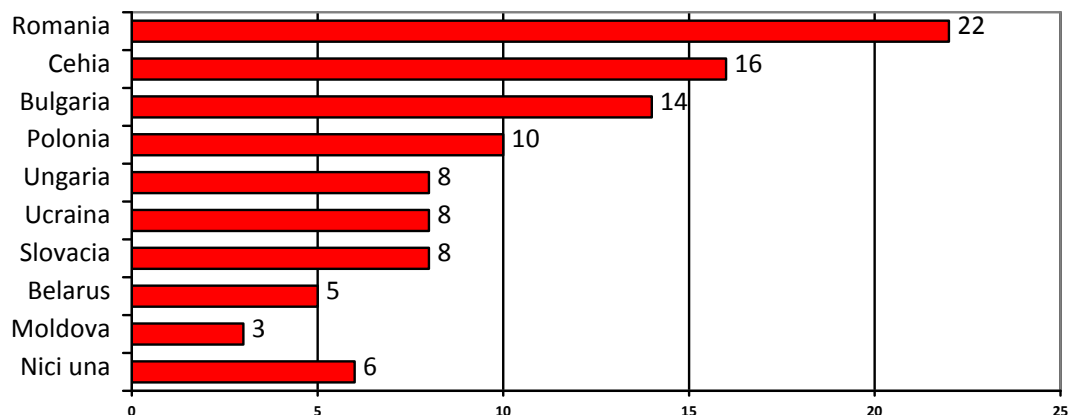
Concluzii:

Europa de Est este atractivă prin obiectivele istorice ce pot fi vizitate, prin peisajele naturale ce permit drumeții, sporturi și activități montane. Ea oferă tuturor segmentelor de vârstă activități de vacanță, dar captează cu precădere interesul celor de 21-30 ani și 41-50 ani. Străinii vin în regiune în grupuri de 4-5 persoane și cheltuie mai puțin de 100 EURO pe zi.

3.11. Țara est-europeană dorită a fi vizitată gratis

Dacă Bulgaria a sedus în ultimul an cei mai mulți străini prin prețurile mici practicate în domeniul turistic, România este țara pe care cei mai mulți străini ar vizita-o dacă ar câștiga o vacanță gratuită și ar avea posibilitatea să aleagă o țară est-europeană.

Grafic 20: Dacă ati castiga o vacanță gratuită în Europa de Est ce țară ați dori să vizitați?



Dintre turiștii rezidenți în țări ale Uniunii Europene cei din Portugalia, Ungaria, Spania, Cipru, Cehia, Germania, Finlanda, Franța, Italia, Olanda și Polonia au ales **România** în ponderi de peste 25%. Din afara UE vor să vină în România în special cei din Israel, Ucraina și Rusia.

Austriecii, nemții, estonienii, irlandezii, letonii, slovacii, slovenii, suedezii, sârbii și englezii preferă cel mai mult **Bulgaria**.

Belgienii, ciprioții, grecii, ungurii, olandezii, macedonenii, croații aleg cel mai mult să viziteze **Cehia**.

Lituanienii, elvețienii și maltezii preferă **Polonia**. **Ungaria** e dorită a fi vizitată cel mai mult de polonezi, finlandezi și greci. **Ucraina** e aleasă în ponderi mai mari de cei din Cipru, Estonia, Bulgaria, Belgia, Luxemburg, Slovacia, iar **Slovacia** este preferată mai mult de cei din Cipru, Luxemburg, Austria, Finlanda, Malta și Cehia.

În **Belarus** vor să meargă cel mai mult olandezii, slovacii și bulgarii, iar **Moldova** este aleasă cu precădere de sloveni, slovaci, polonezi și finlandezi.

Concluzii:

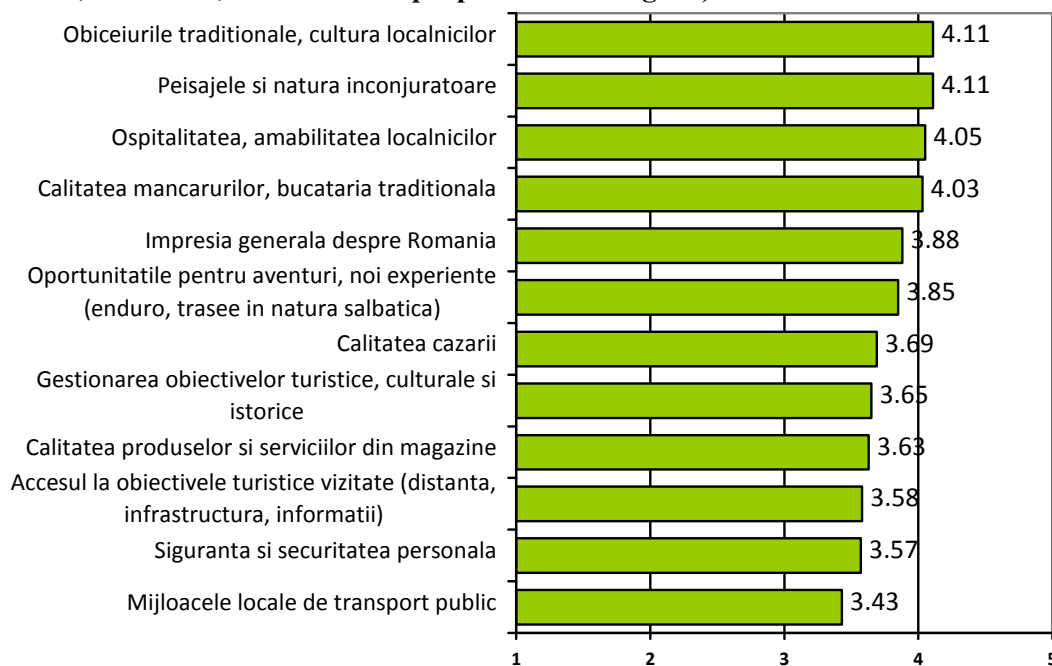
Turiștii cu cei mai mulți ani de studii școlare (masterat sau doctorat) preferă în special Cehia și Ungaria. Cei cu studii universitare aleg România ca destinație în cazul unei excursii gratuite, iar cei cu studii medii aleg în mod egal Bulgaria, Polonia, România și Cehia.

3.12. Evaluarea României ca destinație turistică

Străinii care au vizitat recent sau intenționează să viziteze curând țări din Europa răsăriteană au fost rugați să evalueze România. Evaluarea s-a făcut atât în funcție de experiența personală, cât și pe baza informațiilor citite, văzute sau auzite cu diverse ocazii. Notele au pornit de la 1 – evaluarea cea mai slabă și au mers până la 5 – evaluarea cea mai bună. Între 60 și 75% din străini au dat note României, abținându-se de la evaluare mai ales la aspecte precum oportunitățile pentru noi aventuri și calitatea produselor și serviciilor din magazine.

Tradițiile și natura înconjurătoare reprezintă atu-urile cel mai importante ale României, iar mijloacele de transport în comun și siguranța personală au primit cele mai slabe notări.

Grafic 21: Nota medie acordată României în funcție de diverse aspecte turistice (as mari graficul, sa fie clar, caci se cam suprapun unele categorii)



Obiceiurile tradiționale și cultura localnicilor sunt apreciate cel mai mult de cei rezidenți în țările asiatice și africane. Dintre europeni cele mai bune note la acest aspect le-au acordat suedezii (4,51), portughezii (4,47), moldovenii (4,46), olandezii (4,34). Note mari au acordat obiceiurilor locale și israelienii și nord-americanii. Cei mai critici la adresa obiceiurilor românești au fost slovacii (3,45), bulgarii (3,63) și turcii (3,65).

Peisajele și natura înconjurătoare atrag notele cele mai mari de la moldoveni (4,52), irlandezi (4,44), portughezi (4,36), finlandezi (4,35), belgieni (4,33), nord-americieni (4,32) și norvegieni (4,29). Cele mai mici note le-au acordat cehii (3,72), bulgarii (3,74), sârbii (3,76), austriecii (3,81) și turcii (3,84).

Ospitalitatea, amabilitatea localnicilor este apreciată cel mai mult de unguri (4,50), israelieni (4,41), moldoveni (4,33), olandezi (4,28), estonieni (4,27), britanici (4,27), suedezi (4,26) și irlandezi (4,24). Cele mai slabe evaluări le-au făcut slovacii (3,50), sârbii (3,61), polonezii (3,63), slovenii (3,71), turcii (3,72) și bulgarii (3,75).

Calitatea mâncărilor, bucătăria tradițională românească a fost evaluată cel mai bine de cei rezidenți în Israel (4,54), Irlanda (4,44), Moldova (4,43), Suedia (4,29), Belgia (4,27) și Rusia (4,26). Bulgarii, slovacii, turcii, austriecii, letonii, cehii, estonii, slovenii, italienii, sârbii, nemții și francezii au dat note între 3,60 și 3,90.

Impresia generală despre România este foarte bună în rândul turiștilor africani și asiatici, cu precădere printre cei proveniți din China (4,50), Moldova (4,42), Israel (4,35), Japonia (4,25), Irlanda (4,32), Olanda (4,13), Ucraina (4,11), Marea Britanie (4,11), Suedia (4,08), Rusia (4,07), SUA (4,03). Cea mai proastă impresie despre România o au cei din Slovacia (3,24), Bulgaria (3,48), Austria (3,54), Turcia (3,55), Finlanda (3,66), Italia (3,68), Germania (3,72), Franța (3,73), Ungaria (3,75) și Portugalia (3,87).

Oportunitățile pentru aventuri noi, enduro, traseele în natura sălbatică existente în România au primit notele cele mai mari de la turiștii domiciliați în Japonia (4,50), Irlanda (4,38), Moldova (4,29), Olanda (4,18), Rusia (4,15), SUA (4,15), Belgia (4,06), Israel (4,03), Suedia (4), Marea Britanie (4). Notele cele mai mici la acest aspect au fost acordate de străinii din Slovacia (3,35), Turcia (3,50), Cehia (3,53), Franța (3,57), Germania (3,66), Austria (3,69) și Grecia (3,70).

Calitatea cazării (în pensiune, hotel, motel, etc.) a fost apreciată foarte mult de cei din Israel (4,33), Serbia (4,19), Suedia (4,11), Belarus (4,11), China (4,09), Moldova (4,03) și Ucraina (4), iar cel mai puțin a fost apreciată de cei din Cehia (3,26), Bulgaria (3,33), Finlanda (3,36), Slovenia (3,40), Polonia (3,41), Norvegia (3,44), Grecia (3,46) și Belgia (3,50).

Gestionarea obiectivelor turistice, culturale și istorice este aspectul care a primit nota medie 3,65. Note mari au acordat acestei probleme cei din Egipt (4,33), China (4,18), Suedia (4,05), Israel (4,05), Rusia (4,03), Moldova (4,02), India (4), Japonia (4), Irlanda (4). Note mici a primit România la acest capitol de la bulgari, cehi, portughezi, belgieni, greci, germani, norvegieni, turci, olandezi, italieni, finlandezi, slovaci, estonieni (3,25 – 3,50).

Calitatea produselor și serviciilor din magazine a fost evaluată ca fiind foarte bună de străinii domiciliați în Belgia (4,50), Rusia (4,25), Belarus (4,25), China (4,17), Suedia (4,14), Moldova (4,12), Japonia (4), Marea Britanie (4) și a fost evaluată ca fiind foarte slabă de cei din Bulgaria (2), Cehia (2), Italia (2,50), Portugalia (2,67), Serbia (3,16), Norvegia (3,27), Grecia (3,30), Elveția (3,30).

Accesul la obiectivele turistice vizitate (distanță, infrastructură, informații) a fost evaluat cu nota medie de 3,58. Note mari au acordat cei din Macedonia (4,50), Israel (4,33), Irlanda (4,10), Ucraina (4,05), Egipt (4), Italia (4) și Moldova (4), iar note mici au acordat cei din Cehia (3), Belgia (3), Serbia (3,06), Norvegia (3,20), Finlanda (3,20), Bulgaria (3,33), Slovenia (3,40), Turcia (3,40), Franța (3,41), Germania (3,43), Japonia (3,50).

Siguranța și securitatea personală este bine apreciată de cei din Israel (4,50), Slovenia (4,50), Rusia (4,33), Moldova (4,07), Italia (4), Belarus (4), Japonia (4), Slovacia (4), Belgia (4), Irlanda (4) și este cel mai slab evaluată de cei din Cehia (1), Bulgaria (2), Portugalia (2,67), Germania (3), Serbia (3,11), Grecia (3,20), Turcia (3,21), Lituania (3,27) Olanda (3,32) și Marea Britanie (3,33).

Mijloacele locale de transport public reprezintă aspectul cel mai slab cotate al României din punct de vedere turistic: nota 3,43. Totuși note mari au acordat cei din Belgia (5), Egipt (4,50), Slovenia (4), Suedia (4), iar note mici au dat mai ales cei din Cehia (1,0), Bulgaria (2,0), Macedonia (2,50), Finlanda (2,97), Portugalia (3), Italia (3), Germania (3), Grecia (3,07).

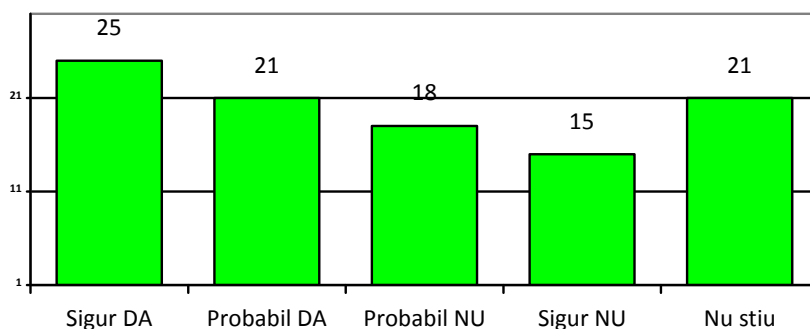
Concluzii:

România are pentru cei mai mulți străini peisaje naturale de mare atractivitate și obiceiuri și tradiții interesante, dar stă foarte prost la capitolele privind mijloacele de transport public (legături, curățenie) și siguranța și securitatea personală. Între turiștii străini România e bine văzută de cei din Israel, Moldova, Rusia, China, Suedia, Irlanda, Japonia, Olanda și e foarte prost văzută de cei din Bulgaria, Cehia, Turcia, Germania, Portugalia, Italia, Serbia, Grecia, Franța.

3.13. Intenția de vizitare a României în următorii 3 ani

Un sfert din străinii care au vizitat anul trecut Europa de Est sunt siguri că vor vizita România în următorii 3 ani. Intenția de a calatori în România o întâlnim la persoanele chestionate din Belgia, Brazilia, Canada, China, Cipru, Ungaria, India, Israel, Macedonia, Moldova, Olanda, Norvegia, Rusia, Arabia Saudită, Ucraina, Emiratele Arabe Unite, Marea Britanie (peste 30%). Un refuz mai semnificativ de a vizita România s-a constatat la turiștii proveniți din Austria, Croația, Georgia, Kosovo, Malta, Muntenegru, Elveția, Transnistria, Emiratele Arabe Unite, Germania, Finlanda, Polonia, Slovacia, Slovenia, Turcia (peste 25%).

Grafic 22: Intenția de vizitare a României în următorii 3 ani



Bărbații sunt mai atrași de România decât femeile, iar în rândul studenților, muncitorilor, a personalului cu studii superioare și a patronilor s-a observat cea mai mare dorință de vizitare a României. Cei din nordul Europei și din America de Sud sunt cei mai dornici să călătorească în această țară. Dorința de a vedea România e mai mare la cei cu vârste între 21-30 ani și 51-60 ani.

Concluzii:

Se pare ca este în creștere dorința a străinilor de a vizita România, mai ales a celor din țările în care imaginea acestui stat este pozitivă datorită unor relații bune dezvoltate în ultimele decenii (în țările arabe, în Israel, China, Moldova, Ungaria). Experiența negativă a ultimilor ani datorată emigrației masive ține la distanță turiștii din vestul Europei de România. În grupul celor care sunt siguri că vor vizita România în viitorii 3 ani se regăsește un pluton masiv de oameni care vor să vină în vizită la rude, prieteni, cunoscuti (50%). Dându-i la o parte pe cei care au rude în România, constatăm că intenția de vizitare a acestei țări se reduce la 12,5%.

3.13. Expresiile care definesc România din punct de vedere turistic

Pentru a surprinde imaginea României în mintea turiștilor străini, în chestionar a fost introdusă o întrebare cu raspuns deschis prin care li se cerea să spună care este cuvântul sau expresia care definește cel mai bine România din punct de vedere turistic. Principalele cuvinte sau expresii rezultate sunt:

- Interesantă, fascinantă, uimitoare, atractivă, excepțională, prietenoasă, diversitate
- Relief, marea și muntele, faună bogată, pește, natură fascinantă, „loc din rai”. Aerul de la munte. Animale și păsări rare. Arbori seculari. Rezervații naturale superbe. Natură virgină.

- Misterioasă, fantastică, enigmatică. Transilvania mistică. Zone mitice. Ocultism.
- Mâncare, oameni ospitalieri, fete frumoase, bărbați chipeși, petreceri, aventură, oameni șarmanți, .
- Monumente, cetăți, biserici frumoase, cultură. Locuri memorabile. Orașe minunate. Locuri medievale. Istorie. Munți frumoși. Parcuri. Cabane la munte. Câmpii și văi. Castelul Bran. Transilvania. Brașov. București. Bucovina. Transfăgărașan. Apuseni. Marea Neagră. Făgăraș. Bușteni. Constanța. Herăstrău. Dunărea. Porțile de Fier. Cazane. Cetatea de Scaun. Humor. Maramureș. Moeciu. Valea Oltului. Peștera Urșilor. Praid. Retezat. Tușnad. Valea Prahovei.
- Hagi. Ceaușescu. Nadia. Dracula. Castelul vampirilor.
- Țară cu tradiții. Cultură latină unică. Turism accesibil, avantajos. Ai ce vizita. Contrastul urban-rural. Autenticitate pe cale de dispariție. Înapoi în timp. Lume arhaică. Tradiții păstrate neschimbate. Cântecele și dansul moldovenesc. Civilizație și frumusețe. O țară închisă dar foarte atractivă. O pată de culoare. Costume tradiționale. Cultură bogată. Obiceiuri și tradiții. Decență. Oameni amabili. Foarte puțin exploatați. Vin fierț la gura sobei. Resurse medicale. O țară veselă. Oameni cu suflet mare.
- Intotdeauna ai ceva de făcut. Plăcere la tot pasul. Clădiri peste tot. Arhitectura interesantă. O paletă extremă de activități și locuri de vizitat. Animație. Amuzament. Libertate. Perfect pentru o vacanță. Un stat democratic. De vizitat în week-end. Mica Elveție. Ca în Rusia. Seducție. Sexy. Strălucitoare. Solemnă. Simplă. Puternică. Surprinzătoare. Taverne. Mâncare bună și umor. O țară de poveste. Business și plăcere.
- Necunoscută, dar foarte interesantă. Liniște și relaxare. Îndepărtată. Accesibilă. Ieftină. Tratament. Loc de evadat. Condiții bune de cazare.
- Frumoasă și atât. Frumoasă dar sălbatică. Frumoasă, neexploată și prost administrată. Frunza din Carpați. Aur. „Hei-rupism”, fără strategie, interes numai pentru prezent. Ieftin dar nepus la punct. Puțini oameni știu engleza. Informații turistice deficitare. Taximetriști necinstiți.
- Infrastructură proastă. Acces dificil spre obiectivele turistice. Are de toate dar lipsește organizarea. Lipsa perspectivei. Drumuri proaste pentru turiști. Este o nebunie să vrei să cunoști frumusețile țării. Efort mult. Lipsa marcajelor turistice. Lipsă de respect pentru turiști. Nepăsare. Indiferență. Sărăcie. Reputație negativă. Turism periculos. Un stat instabil.
- Murdară, pământ neîngrijit, dezastru, cerșetori, foarte mulți țigani. Nespălați, murdari, transpirați, săraci. Oameni proști. Lipsă de educație. Câini vagabonzi pe străzi. Plajă murdară. Urăsc această țară. Oameni neprietenosi. Sadici. Sălbatici. Balcanici. Triști. Femeile sunt niște scorpioni. Oameni care urmăresc să fure ceva. Oameni ostili.
- Țară scumpă. „Săraca țară bogată”. Servicii proaste. Trebuie să fii anxios să te intereseze România. E frumoasă dar du-te în altă parte. Grija în plus. Cenușăreasa din pădurea adormită. Comunicare deficitară cu străinii. Comunism. Contraste puternice. Construcții noi care nu se încadrează în arhitectura zonei. Corupție. Pericol. Prețuri ridicate. Dezorganizare. Dezastru. Împărțire între bogați și săraci. Locuri întunecoase. Taxe mari. Forfotă necontrolabilă. Oraș gălăgios și poluant. Blocaje în trafic. Pietoni agresivi ce îmbrâncesc și nu se scuză. Locuri mediocre.

Concluzii: România văzută ca o țară cu frumuseți deosebite dar prost organizată. O țară a contrastelor și exceselor. Tradiții autentice dar nepuse în valoare. Splendoare și murdărie



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSORU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
Organismului Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



Fundația Națională
A Tinerilor Manageri

Titlul programului: Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane

Titlul proiectului: Întreprinzători în turism – Pensiuni în România

Editorul materialului: Fundația Națională a Tinerilor Manageri

Data publicării: martie 2012

Continutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Perioada de implementare: 2011-2013

Grup tinta: actuali și viitori întreprinzători în turism

Web proiect: www.intreprinzatorturism.ro

E-mail: turism@fntm.ro

Web portal: www.cazarelapensiune.ro

E-mail: contact@cazarelapensiune.ro

Partener principal:

Fundația Națională a Tinerilor Manageri - FNTM

Sediu proiect: Str. Cristofor Columb, Nr.2, Sector 1, București

Tel. (+40) 21 210 08 52. Fax: (+40) 318145925

E-mail: info@fntm.ro

Web: www.fntm.ro

Parteneri proiect:

Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores de Almería, Spania – ASAJA, www.asaja.com

Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural – ANTREC, www.antrec.ro

