



INSOMAR
CERCETARI SI MARKETING POLITIC



BECAUSE THE PEOPLE MATTER

Consumul de servicii turistice în România

Raport de cercetare – VAL III

Noiembrie 2009





- Studiul de față a fost realizat de INSOMAR în perioada 1 – 9 noiembrie 2009;
- Cercetarea a fost realizată folosind tehnica sondajului de opinie, pe bază de chestionar administrat la domiciliul persoanelor intervievate;
- Volumul eșantionului a fost de 2504 de persoane, fiind reprezentativ pentru populația României cu vârsta de 18 ani și peste;
- Interviurile au fost realizate în toate județele țării și în cele 6 sectoare ale Municipiului București, fiind incluse în eșantion 55 localități urbane și 43 localități rurale;
- Eroarea maximă admisă pentru rezultatele obținute, garantată cu o probabilitate de 95%, este de 2%.



Glosar de termeni

Reziduuri ajustate = măsură statistică care indică gradul de semnificație al asocierii dintre variabile. O valoare situată în afara intervalului $(-2; 2)$ poate fi considerat un indicator al unui grad semnificativ de asociere între variabilele măsurate.

Asociere între variabile = O modalitate prin care poate fi caracterizată relația dintre două sau mai multe variabile, urmărindu-se gradul de interdependență dintre acestea.

Variabilă = Caracteristici sau valori măsurate în cadrul cercetării surprinse prin intermediul întrebărilor din chestionar adresate respondenților.

Eșantion = grup de respondenți de la care se colectează răspunsuri pe bază de chestionar și care sunt selectați după o procedură statistică bine definită astfel încât acesta să reproducă într-o măsură cât mai exactă caracteristicile populației studiate – în cazul studiului de față este vorba de populația României.



➤ Studiul realizat a arătat că aproximativ 85% din populația României nu intenționează să mai meargă într-un sejur turistic până la sfârșitul anului 2009. Dintre cei aproximativ 15% care intenționează să meargă ca turiști până la sfârșitul anului, 10% vor să stea minim 5 zile în localitățile alese ca destinație turistică, iar 5% doresc să stea cel mult 4 zile.

➤ 44% din populația României intenționează să petreacă un sejur turistic în 2010. Dintre aceștia, 22.2% intenționează să aibă un sejur de maxim 5 zile, 35.1% între 6 și 10 zile iar 24.5% un sejur de peste 10 zile. Aproximativ 18.2% dintre aceștia nu s-au hotărât ce durată va avea sejurul turistic de anul viitor.

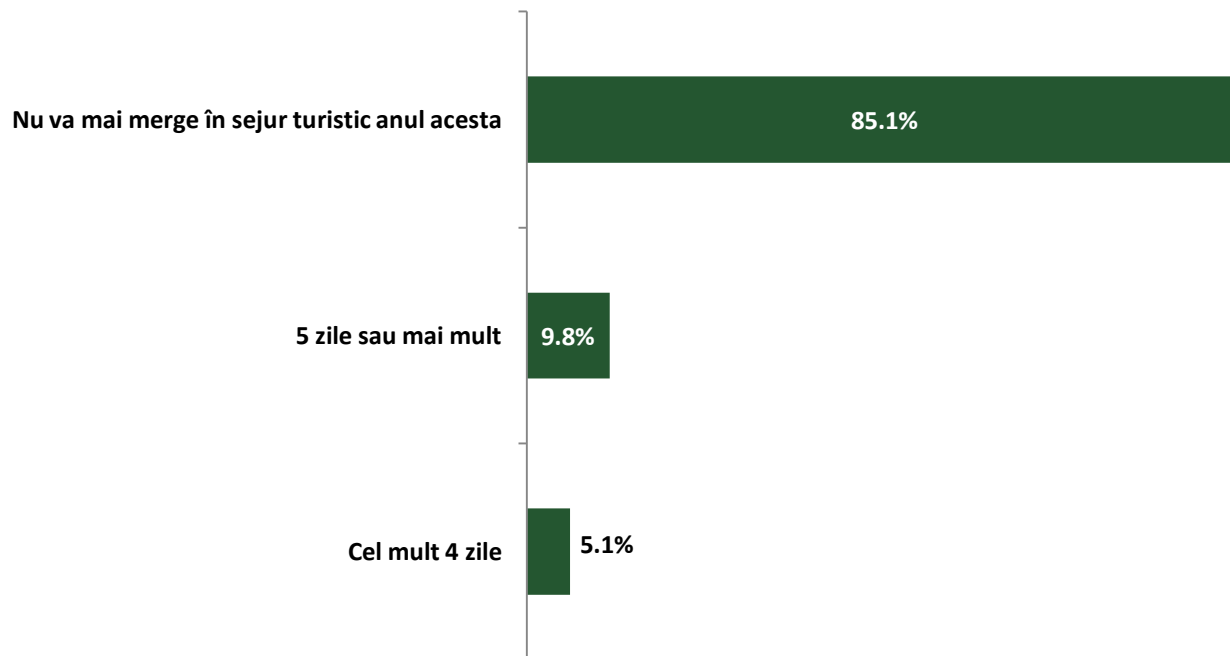
➤ 30.7% dintre cei care intenționează să se deplaseze ca turiști în afara localității de rezidență preferă să meargă într-o localitate de pe litoral, 27.6% într-o localitate montană, 20% într-o stațiune/localitate balneară iar 2.5% într-o localitate de interes cultural.

➤ Cei mai înclinați să petreacă un sejur turistic în 2010 sunt mai degrabă persoanele de vârstă 18-50 de ani, persoanele cu studii medii dar mai ales cele cu studii superioare, persoanele din urban și, în special, cele rezidente în București, persoane care consideră că bani pe care îi au le ajung cel puțin să se descurce onorabil și persoanele care au acces la internet în gospodărie.





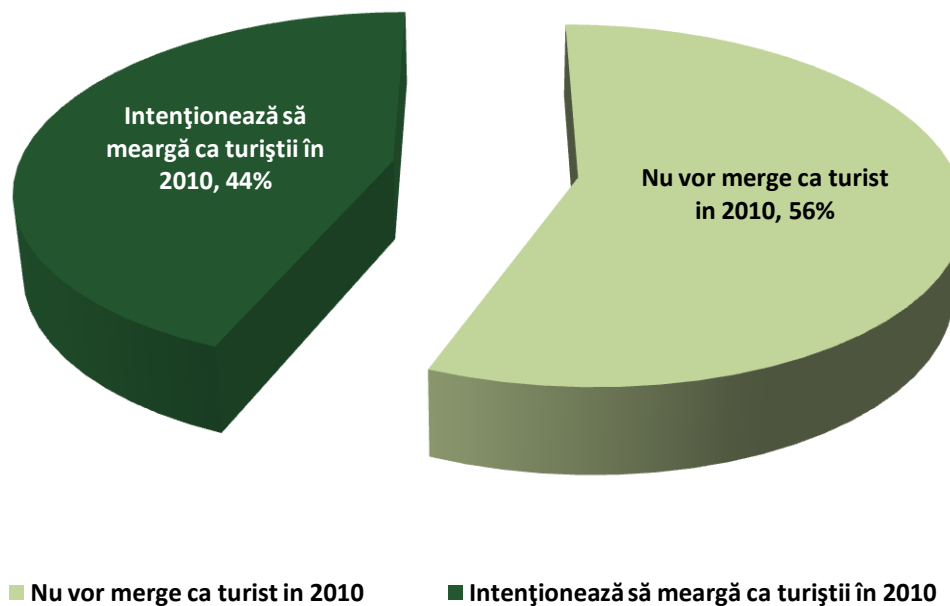
Până la sfârșitul acestui an, câte zile credeți că veți mai merge ca turist într-o localitate/stațiune turistică



Procentele sunt calculate din totalul celor care au furnizat un răspuns la această întrebare. 33% nu au știut sau nu au răspuns la această întrebare



Ponderea persoanelor care intenționează să meargă ca turiști într-o stațiune turistică/localitate diferită de cea în care locuiesc





Turisti2010 * Grupe de vârstă

		Grupe de vârstă				Total
		18 - 34 ani	35 - 49 ani	50 - 64 ani	65 ani si peste	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	31.7%	34.1%	23.0%	11.2%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	12.6%	24.1%	31.1%	32.2%	100.0%
	Total	21.0%	28.5%	27.5%	23.0%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	66.3%	52.5%	36.7%	21.4%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	33.7%	47.5%	63.3%	78.6%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	13.9%	15.0%	10.1%	4.9%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	7.1%	13.5%	17.4%	18.1%	56.1%
	Total	21.0%	28.5%	27.5%	23.0%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	11.7	5.5	-4.5	-12.4	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	-11.7	-5.5	4.5	12.4	





Turisti2010 * Studii			Studii		Total
		cel mult 10 clase, școală profesională	liceu, școală postliceală	studii superioare	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	30.3%	44.3%	25.4%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 201	63.1%	30.2%	6.7%	100.0%
	Total	48.7%	36.4%	14.9%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	27.3%	53.4%	74.9%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 201	72.7%	46.6%	25.1%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	13.3%	19.5%	11.2%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 201	35.4%	17.0%	3.7%	56.1%
	Total	48.7%	36.4%	14.9%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	-16.2	7.2	13.0	
	Nu vor merge ca turisti in 201	16.2	-7.2	-13.0	



GEN		SD1. GEN		Total
		masculin	feminin	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	48.6%	51.4%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	46.8%	53.2%	100.0%
	Total	47.6%	52.4%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	44.9%	43.1%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	55.1%	56.9%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	21.4%	22.6%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	26.2%	29.8%	56.1%
	Total	47.6%	52.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	.9	-.9	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	-.9	.9	



Turisti2010 * mediu de rezidenta

		mediu		Total
		urban	rural	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	68.2%	31.8%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	50.7%	49.3%	100.0%
	Total	58.4%	41.6%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	51.3%	33.6%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	48.7%	66.4%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	30.0%	14.0%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	28.4%	27.6%	56.1%
	Total	58.4%	41.6%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	8.8	-8.8	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	-8.8	8.8	



Turisti2010 * REGIUNE

		REGIUNE				Total
		Moldova	Muntenia	Transilvania	București	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	17.8%	35.4%	34.5%	12.3%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	23.9%	34.9%	33.3%	8.0%	100.0%
	Total	21.2%	35.1%	33.8%	9.9%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	36.9%	44.3%	44.9%	54.7%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	63.1%	55.7%	55.1%	45.3%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	7.8%	15.5%	15.2%	5.4%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	13.4%	19.6%	18.7%	4.5%	56.1%
	Total	21.2%	35.1%	33.8%	9.9%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	-3.7	.2	.7	3.6	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	3.7	-.2	-.7	-3.6	



Din punctul de vedere al veniturilor din familia Dvs., în ce categorie credeți că vă încadrați cel mai bine?

		SD6. Din punctul de vedere al veniturilor din familia Dvs., în ce categorie credeți că vă încadrați cel mai bine?					Total
		Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar	Banii abia ne ajung de la o lună la alta	Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem	Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine	Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	12.0%	36.3%	39.5%	10.5%	1.6%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	34.5%	44.1%	20.0%	1.0%	.4%	100.0%
	Total	24.6%	40.7%	28.6%	5.2%	1.0%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	21.4%	39.2%	60.8%	89.2%	75.0%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	78.6%	60.8%	39.2%	10.8%	25.0%	56.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	5.3%	15.9%	17.4%	4.6%	.7%	43.9%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	19.3%	24.7%	11.2%	.6%	.2%	56.1%
	Total	24.6%	40.7%	28.6%	5.2%	1.0%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	-13.0	-4.0	10.7	10.7	3.1	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	13.0	4.0	-10.7	-10.7	-3.1	



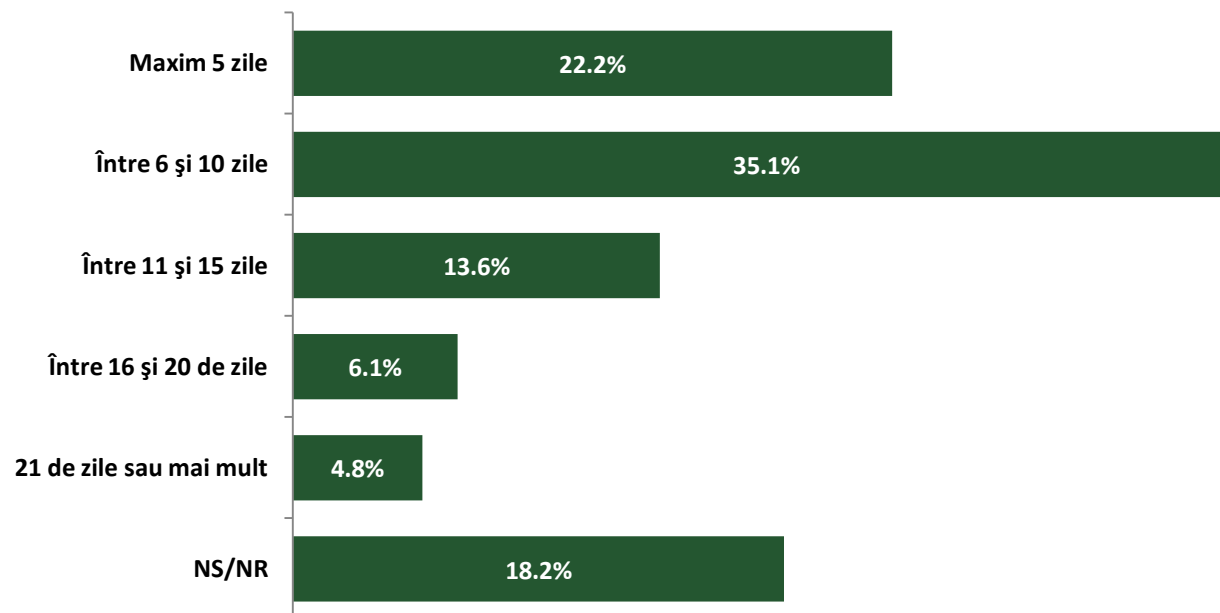


In gospodăria dvs există acces la internet?

		SD7. în gospodăria dvs există acces la internet?		Total
		Da	Nu	
% within turisti2010	Vor merge ca turisti in 2010	56.4%	43.6%	100.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	22.5%	77.5%	100.0%
	Total	37.4%	62.6%	100.0%
Procente pe coloana	Vor merge ca turisti in 2010	66.3%	30.6%	44.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	33.7%	69.4%	56.0%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Vor merge ca turisti in 2010	24.8%	19.2%	44.0%
	Nu vor merge ca turisti in 2010	12.6%	43.4%	56.0%
	Total	37.4%	62.6%	100.0%
Reziduuri ajustate	Vor merge ca turisti in 2010	17.4	-17.4	
	Nu vor merge ca turisti in 2010	-17.4	17.4	



Anul viitor câte zile intenționați să mergeți ca turist într-o localitate/stațiune turistică diferită de cea unde locuiți de obicei?

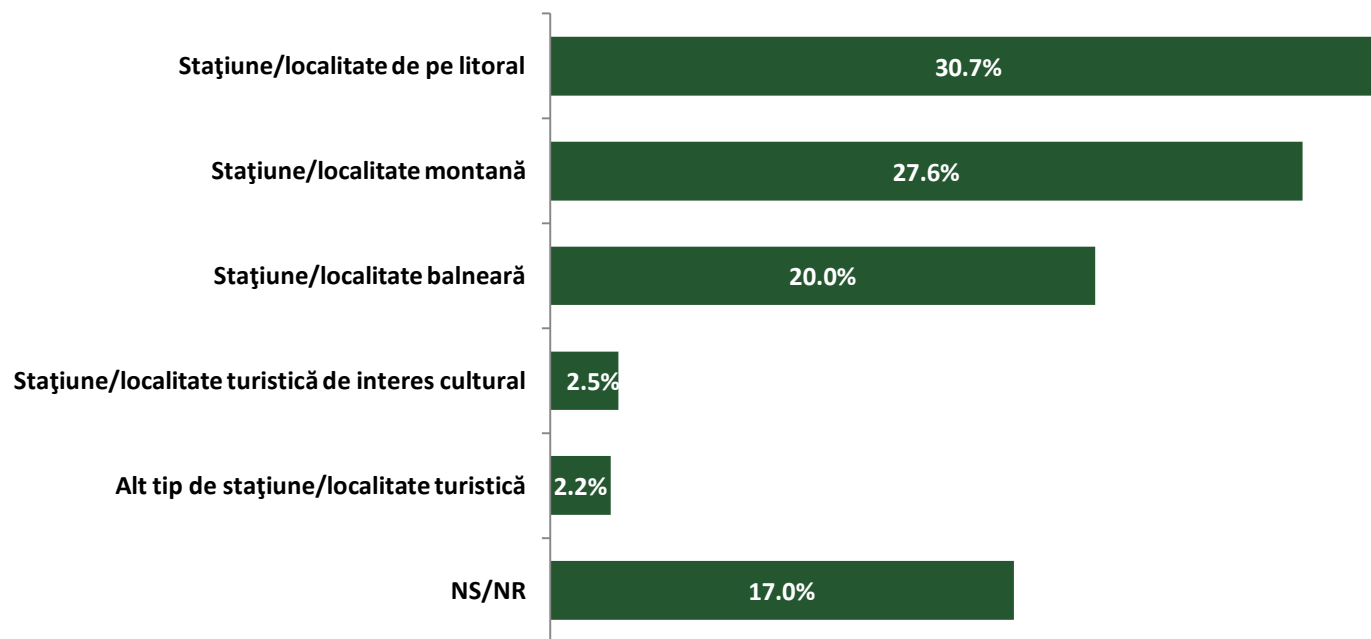


Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că vor merge într-o stațiune turistică/localitate ca turist anul viitor – 44%





Anul următor în care dintre următoarele tipuri de stațiuni turistice/localități intenționați să mergeți ca turist în primul rând?

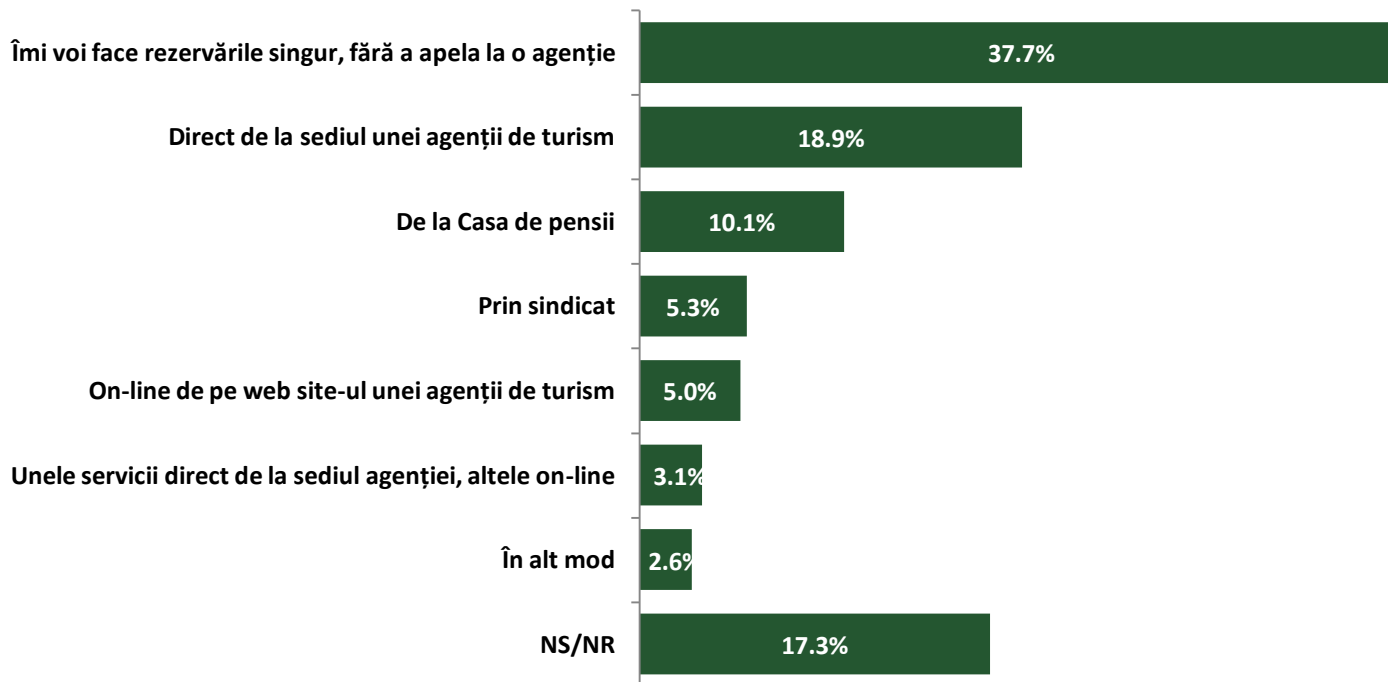


Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că vor merge într-o stațiune turistică/localitate ca turist anul viitor – 44%





Dar cum intenționați să achiziționați serviciile de turism de anul viitor?



Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că vor merge într-o stațiune turistică/localitate ca turist anul viitor – 44%



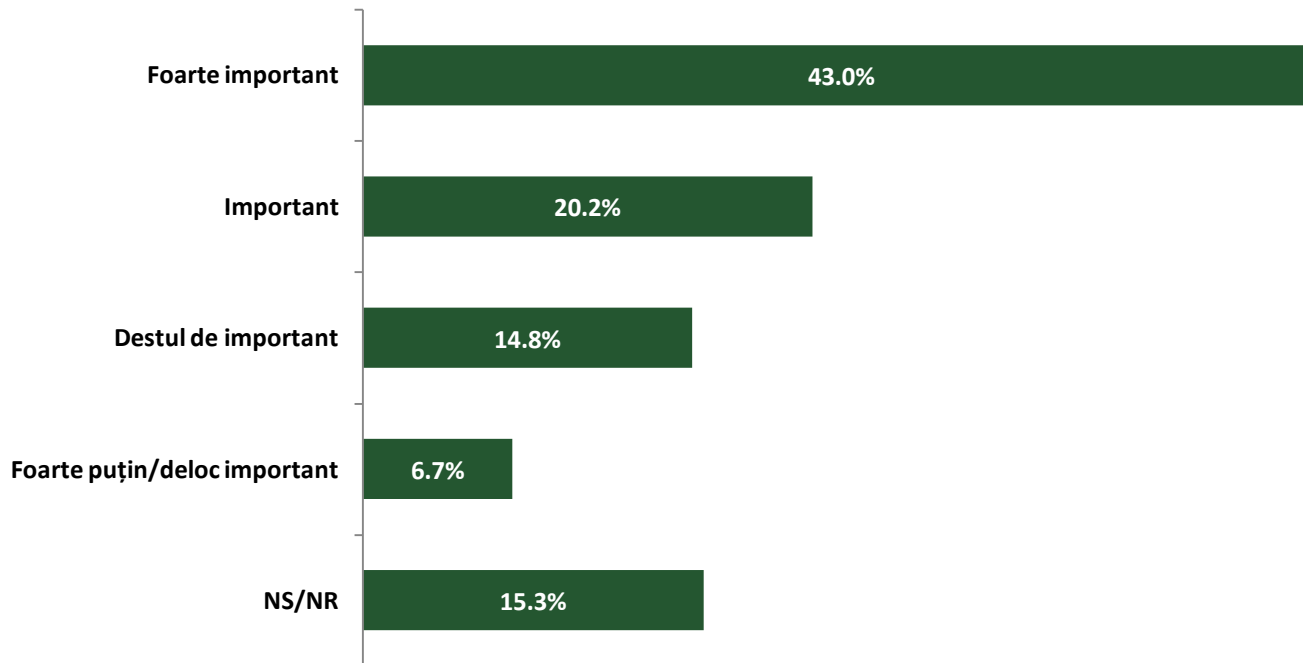


- Dintre cetățenii români care intenționează să meargă anul viitor ca turiști în afara localității unde locuiesc (44% din totalul populației), 37.7% declară că își vor face rezervările singuri, fără a apela la o agenție de turism, 18.7% intenționează să se adreseze direct unei agenții de turism de unde să achiziționeze serviciile unui pachet turistic, 10% vor merge într-un sejur turistic prin mijlocirea casei de pensii, 5.3% prin sindicat iar 5% intenționează să cumpere pachete turistice direct de pe site-ul unei agenții de turism.
- 63.2% din întreaga populație a României consideră important sau foarte important ca patrimoniul natural din localitatea unde merg ca turist să fie protejat, iar 15% nu au știut ce să răspundă la această întrebare.
- Persoanele cele mai interesate ca patrimoniul natural să fie protejat în localitatea unde își petrec sejurul turistic sunt mai degrabă cele cu vârsta de 18-34 de ani, au mai degrabă studii superioare, sunt rezidente în Moldova, consideră că banii pe care îi au le permit să se descurce cel puțin onorabil și au acces la internet în gospodărie.
- Aproximativ 60% din populația României consideră important sau foarte important ca localitatea unde își petrec sejurul turistic să ofere posibilitatea practicării unor tratamente de prevenire/îngrijire a sănătății.





Cât de important este pentru dvs. ca în localitatea/stațiunea turistică unde mergeți ca turist patrimoniul natural să fie protejat?





Grupe de vârstă * Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica

		Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica		Total
		Importanta mare sau foarte mare	Importanta mica sau foarte mica	
% within	18 - 34 ani	80.4%	19.6%	100.0%
Grupe de vârstă	35 - 49 ani	74.7%	25.3%	100.0%
	50 - 64 ani	73.1%	26.9%	100.0%
	65 ani si peste	70.0%	30.0%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	18 - 34 ani	23.9%	17.1%	22.1%
	35 - 49 ani	31.0%	30.8%	30.9%
	50 - 64 ani	26.4%	28.6%	27.0%
	65 ani si peste	18.8%	23.6%	20.0%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	18 - 34 ani	17.8%	4.3%	22.1%
	35 - 49 ani	23.1%	7.8%	30.9%
	50 - 64 ani	19.7%	7.3%	27.0%
	65 ani si peste	14.0%	6.0%	20.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	18 - 34 ani	3.3	-3.3	
	35 - 49 ani	.1	-.1	
	50 - 64 ani	-1.0	1.0	
	65 ani si peste	-2.4	2.4	





Studii * Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica

		Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica		Total
		Importanta mare sau foarte mare	Importanta mica sau foarte mica	
% within Studii	cel mult 10 clase, școală profesională	70.5%	29.5%	100.0%
	liceu, școală postliceală	77.8%	22.2%	100.0%
	studii superioare	78.3%	21.7%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	cel mult 10 clase, școală profesională	42.7%	52.5%	45.2%
	liceu, școală postliceală	40.4%	33.8%	38.8%
	studii superioare	16.8%	13.6%	16.0%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	cel mult 10 clase, școală profesională	31.9%	13.3%	45.2%
	liceu, școală postliceală	30.2%	8.6%	38.8%
	studii superioare	12.5%	3.5%	16.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	cel mult 10 clase, școală profesională	-3.9	3.9	
	liceu, școală postliceală	2.7	-2.7	
	studii superioare	1.7	-1.7	





GEN * Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica

		Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica		Total
		Importanta mare sau foarte mare	Importanta mica sau foarte mica	
% within SD1. GEN	masculin	73.3%	26.7%	100.0%
	feminin	75.8%	24.2%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	masculin	46.9%	50.1%	47.7%
	feminin	53.1%	49.9%	52.3%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	masculin	35.0%	12.7%	47.7%
	feminin	39.6%	12.7%	52.3%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	masculin	-1.3	1.3	
	feminin	1.3	-1.3	





Mediu de rezidenta * Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica

		Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica		Total
		Importanta mare sau foarte mare	Importanta mica sau foarte mica	
% within mediu	urban	73.9%	26.1%	100.0%
	rural	75.6%	24.4%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	urban	59.8%	62.0%	60.4%
	rural	40.2%	38.0%	39.6%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	urban	44.6%	15.7%	60.4%
	rural	30.0%	9.7%	39.6%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	urban	-.9	.9	
	rural	.9	-.9	





REGIUNE * Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica

		Importanta protejarii patrimoniului pentru destinatia turistica		Total
		Importanta mare sau foarte mare	Importanta mica sau foarte mica	
% within REGIUNE	Moldova	85.6%	14.4%	100.0%
	Muntenia	78.1%	21.9%	100.0%
	Transilvania	64.8%	35.2%	100.0%
	București	71.0%	29.0%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	Moldova	23.6%	11.7%	20.5%
	Muntenia	38.6%	31.7%	36.9%
	Transilvania	28.1%	44.9%	32.4%
	București	9.7%	11.7%	10.2%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Moldova	17.6%	3.0%	20.5%
	Muntenia	28.8%	8.1%	36.9%
	Transilvania	21.0%	11.4%	32.4%
	București	7.3%	3.0%	10.2%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	Moldova	5.9	-5.9	
	Muntenia	2.9	-2.9	
	Transilvania	-7.2	7.2	
	București	-1.3	1.3	





Din punctul de vedere al veniturilor din familia Dvs., în ce categorii credeți că vă încadrați cel mai bine? * Importanța protejării patrimoniului pentru destinația turistică

		Importanța protejării patrimoniului pentru destinația turistică		Total
		Importanța mare sau foarte mare	Importanța mică sau foarte mică	
% within SD6. Din punctul de vedere al veniturilor din familia Dvs., în ce categorii credeți că vă încadrați cel mai bine?	Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar	68.9%	31.1%	100.0%
	Banii abia ne ajung de la o lună la alta	75.0%	25.0%	100.0%
	Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem	77.8%	22.2%	100.0%
	Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine	74.6%	25.4%	100.0%
	Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim	90.0%	10.0%	100.0%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Procente pe coloana	Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar	21.0%	27.8%	22.8%
	Banii abia ne ajung de la o lună la alta	39.9%	39.1%	39.7%
	Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem	32.0%	26.7%	30.6%
	Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine	5.9%	5.9%	5.9%
	Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim	1.1%	.4%	.9%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar	15.7%	7.1%	22.8%
	Banii abia ne ajung de la o lună la alta	29.8%	9.9%	39.7%
	Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem	23.8%	6.8%	30.6%
	Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine	4.4%	1.5%	5.9%
	Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim	.8%	.1%	.9%
	Total	74.6%	25.4%	100.0%
Reziduuri ajustate	Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar	-3.2	3.2	
	Banii abia ne ajung de la o lună la alta	.3	-.3	
	Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem	2.3	-2.3	
	Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine	.0	.0	
	Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim	1.6	-1.6	



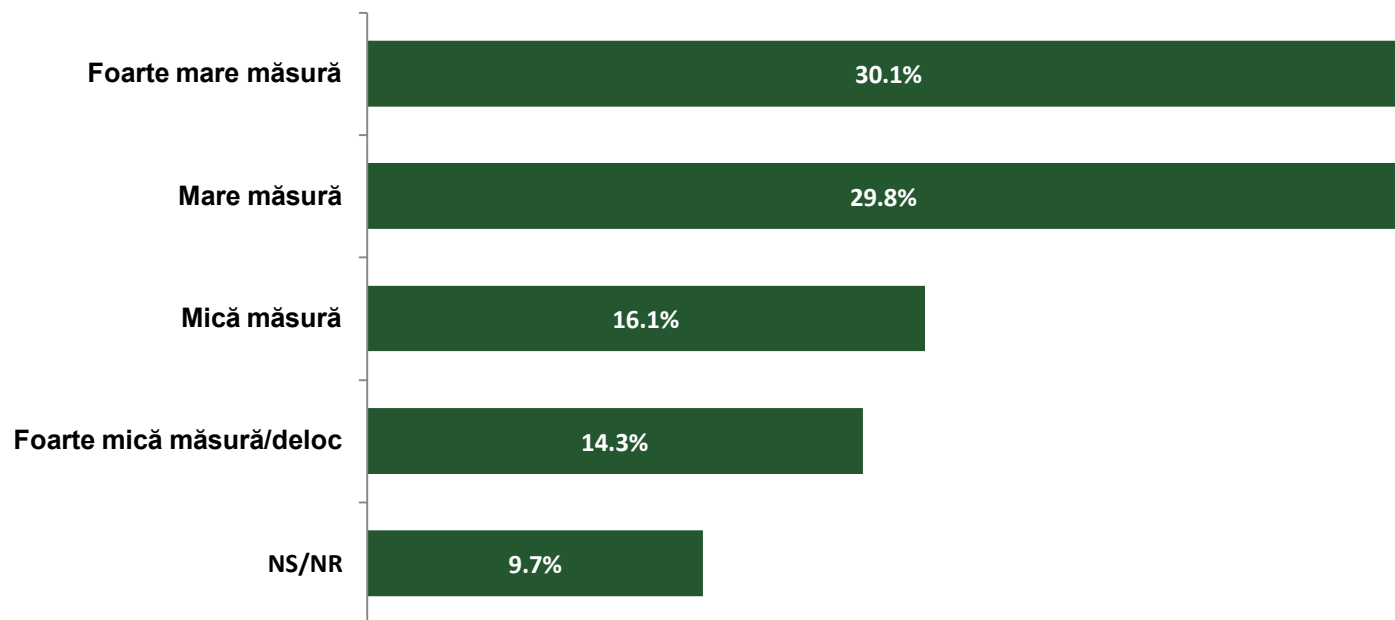


In gospodăria dvs există acces la internet? *
Importanța protejării patrimoniului pentru destinația turistică

		Importanța protejării patrimoniului pentru destinația turistică		Total
		Importanța mare sau foarte mare	Importanța mică sau foarte mică	
% within SD7. în gospodăria dvs există acces la internet?	Da	79.0%	21.0%	100.0%
	Nu	71.4%	28.6%	100.0%
	Total	74.5%	25.5%	100.0%
Procente pe coloana	Da	42.8%	33.2%	40.4%
	Nu	57.2%	66.8%	59.6%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
Procente din total	Da	31.9%	8.5%	40.4%
	Nu	42.6%	17.1%	59.6%
	Total	74.5%	25.5%	100.0%
Reziduuri ajustate	Da	3.9	-3.9	
	Nu	-3.9	3.9	



În ce măsură sunteți interesat să mergeți ca turist într-o localitate/stațiune turistică care oferă posibilitatea practicării unor tratamente de prevenire/îngrijire a sănătății?



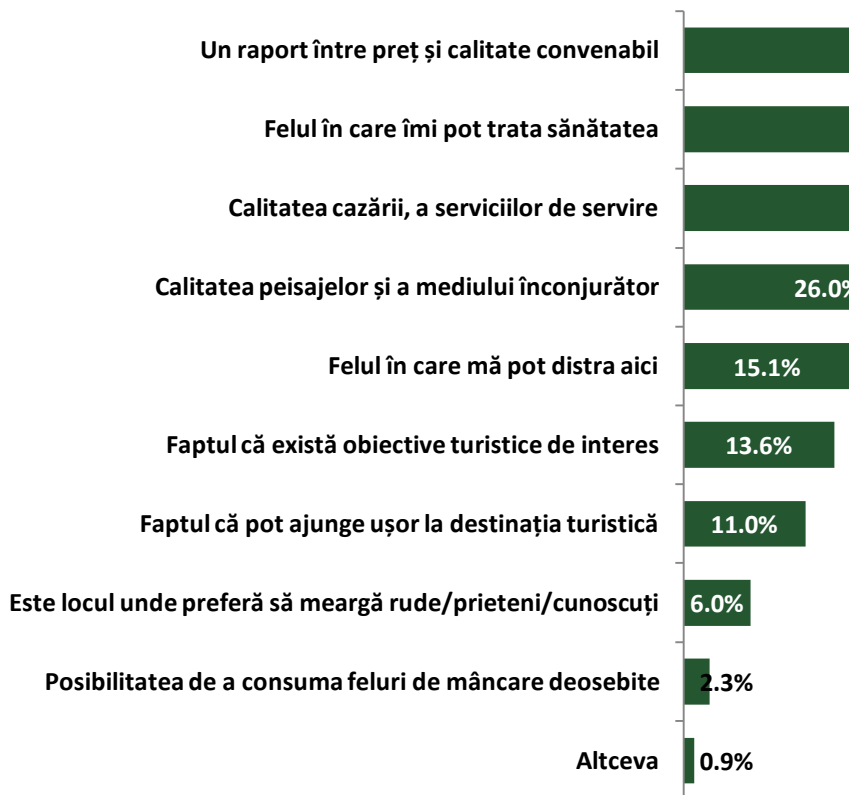


- Criteriile considerate cele mai importante pentru alegerea unei destinații turistice constau în “raportul preț/calitate convenabil” (68.2% din populație consideră important acest aspect), în “felul în care își pot trata sănătatea” (39.7% au indicat acest criteriu ca fiind important), “calitatea cazării, a serviciilor de servire” (38.8%) și “calitatea peisajelor și a mediului înconjurător” (26%).
- O importanță medie sau mai redusă pentru alegerea destinațiilor turistice o au “oportunitățile de distracție”, “existența unor obiective turistice de interes”, faptul că “se poate ajunge ușor la respectiva destinație turistică” și este “preferința rudelor, prietenilor, cunoscuților”.
- Atunci când aleg unitatea de cazare în timpul sejurului turistic cetățenii români se ghidează în principal după “raportul preț/calitate convenabil” (70.3% din populație consideră important acest aspect), “calitatea cazării, a serviciilor de servire” (53.8%) și “calitatea peisajelor și a mediului înconjurător” (26.6%). Importanță mediu sau mai mică o au aspecte precum “ușurința ajungerii la respectiva unitate de cazare”, “existența obiectivelor turistice” și “recomandarea rudelor, a prietenilor sau cunoscuților”.





Când alegeți o destinație turistică, care dintre următoarele caracteristici sunt cele mai importante pentru dvs.? Maxim 3 alegeri



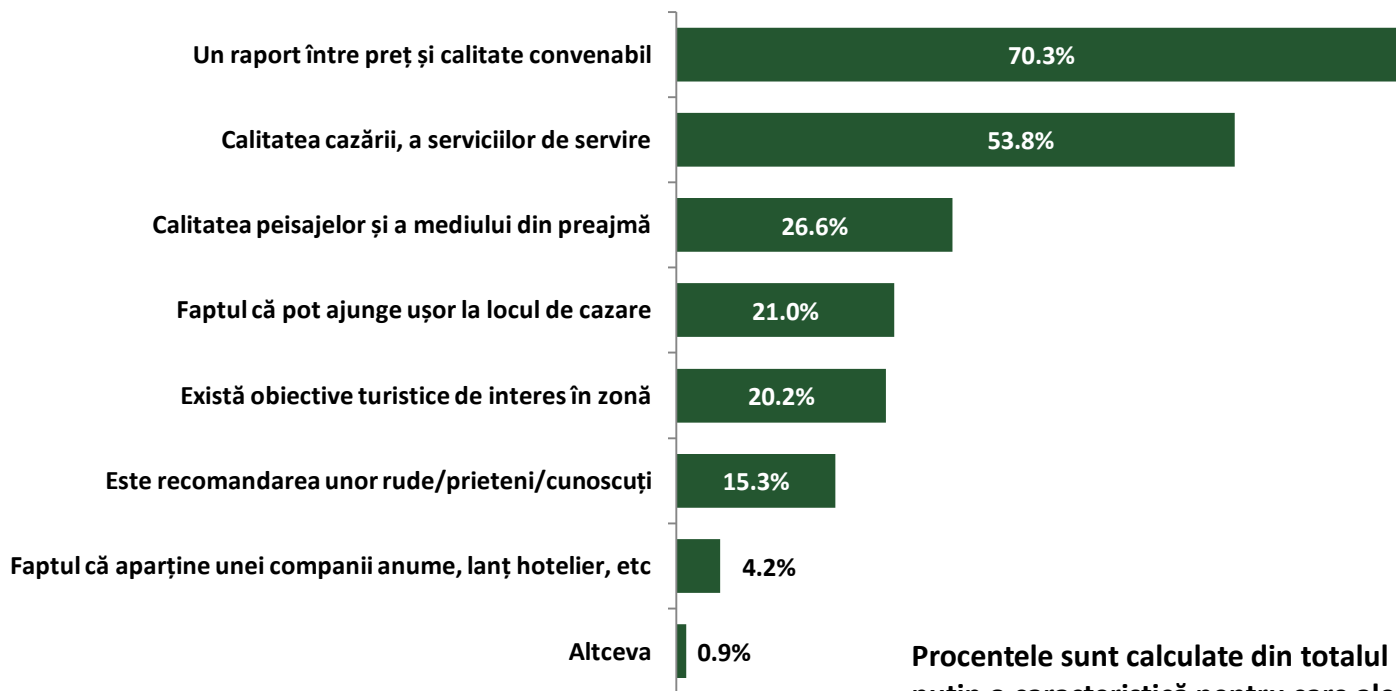
Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat cel puțin o caracteristică pentru care aleg o destinație turistică - 82% .

Procentele reprezintă ponderea celor care au indicat respectiva caracteristică la una din cele 3 alegeri posibile.





Dar când alegeți locul de cazare (hotel/pensiune/motel) pentru a locui în timpul sejurului turistic, care dintre următoarele caracteristici sunt cele mai importante pentru dvs.? Maxim 3 alegeri



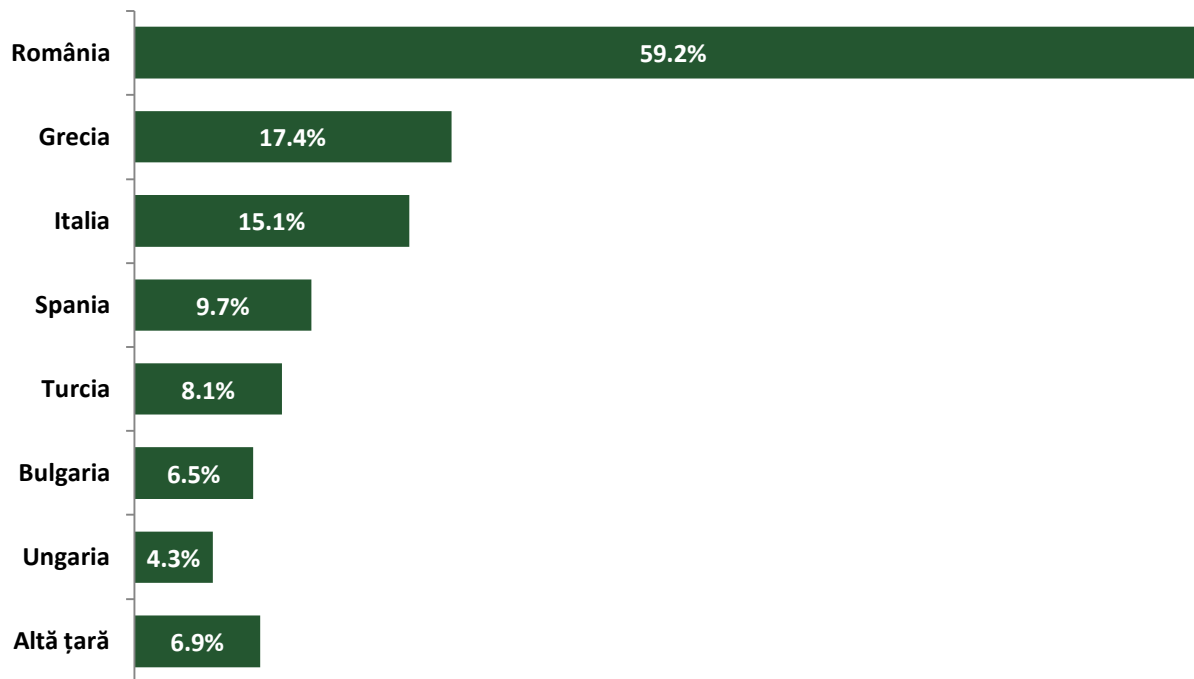
Procentele sunt calculate din totalul celor care au indicat cel puțin o caracteristică pentru care aleg locul de cazare - 80% . Procentele reprezintă ponderea celor care au indicat respectiva caracteristică la una din cele 3 alegeri posibile.



- Dintre cei care anul viitor intenționează să aibă un sejur turistic, 59.2% declară că vor petrece o parte a lui în România, 17.4% în Grecia, 15.1% în Italia, 9.7% în Spania, 8.1% în Turcia iar 6.5% în Bulgaria. Trebuie să avem în vedere a interpretarea acestor rezultate că ele sunt influențate în cazul Italiei și Spaniei de proporția mare de emigranți români în aceste țări și legătura cu cei rămași în țara de origine.
- Cele mai vizitate de români în scop turistic sunt stațiunile din județul Constanța, pe litoral - 27.1% din populație declară că a vizitat cel puțin o dată în ultimii 5 ani aceste stațiuni în scop turistic. Pe locul II se află stațiunile din județul Brașov (17.2% din populație a vizitat cel puțin o dată această zonă în scop turistic în ultimii 5 ani), județul Bihor (12.3%), județul Prahova (12.1%), județul Harghita (7.8%) județul Caraș-Severin (7%) și județul Vâlcea (6.9%).
- Stațiunile de pe litoral sunt considerate cele mai atractive pentru a merge ca turist (12.7% din populația României declară acest lucru), urmează stațiunile din județul Brașov (8.5%) respectiv stațiunile din județul Prahova (6.2%). 31.9% din populația României declară că nu a stat în niciuna dintre stațiunile românești menționate.
- Dintre cei care au indicat că intenționează să aibă un sejur turistic anul viitor, 57.7% au declarat că probabil vor vizita cel puțin una din stațiunile turistice românești menționate.



Anul viitor în care din țările de mai jos intenționați să mergeți ca turist, în scopul relaxării? Maxim 3 alegeri



Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că vor merge într-o stațiune turistică/localitate ca turist anul viitor – 44%
Procentele reprezintă ponderea celor care au indicat respectiva țară ca destinație turistică la una din cele 3 alegeri posibile.





În ultimii 5 ani, ați stat cel puțin o dată ca turist în următoarele stațiuni/localități turistice?

■ Da ■ Nu ■ NS/NR

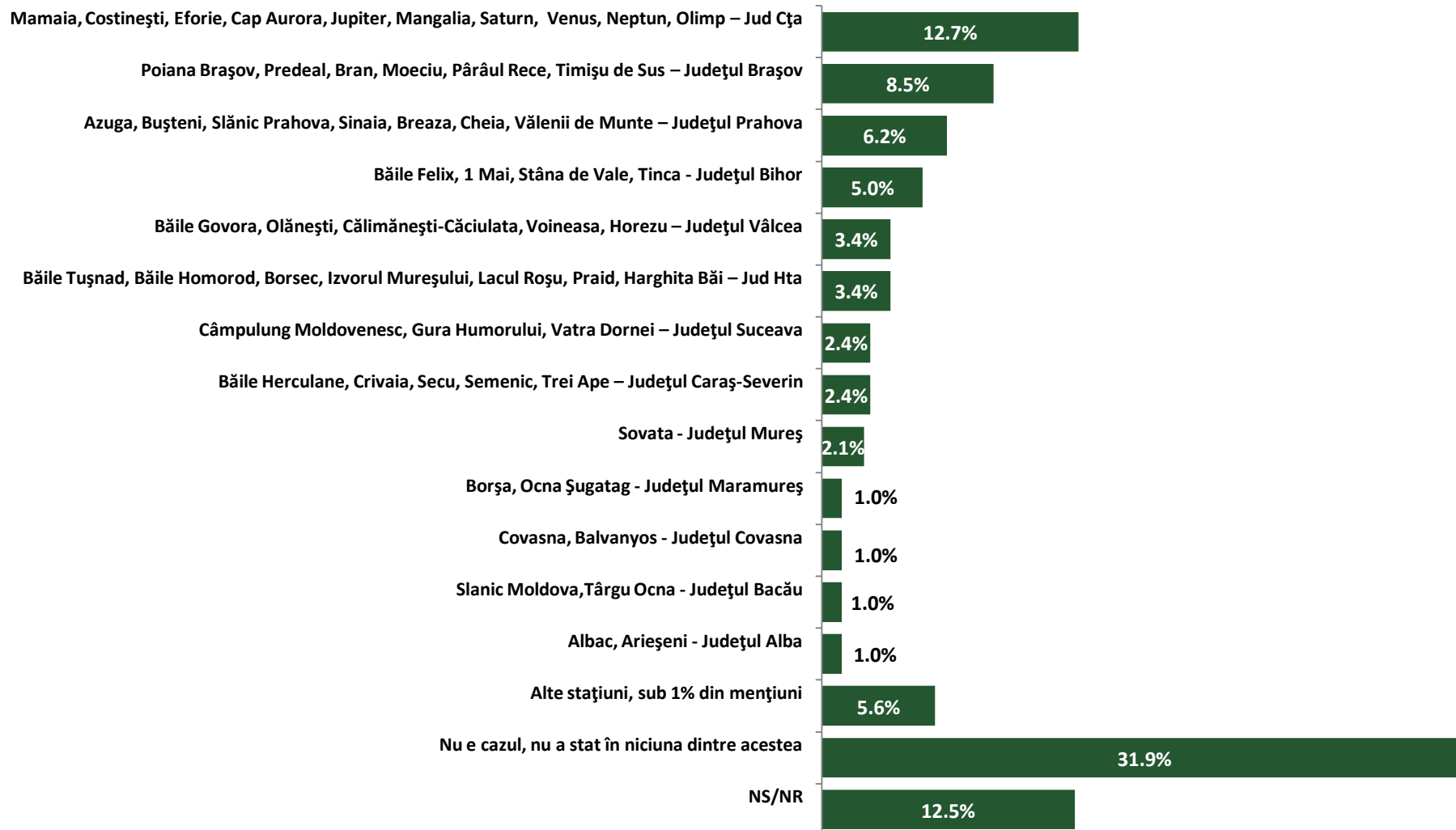
Localitate	Da	Nu	NS/NR
Mamaia, Costinești, Eforie, Cap Aurora, Jupiter, Mangalia, Saturn, Venus, Neptun, Olimp – Jud Cța	27.1%	67.8%	5.1%
Poiana Brașov, Predeal, Bran, Moeciu, Pârâul Rece, Timișu de Sus – Județul Brașov	17.2%	77.8%	5.0%
Băile Felix, 1 Mai, Stâna de Vale, Tinca – Județul Bihor	12.3%	82.5%	5.2%
Azuga, Bușteni, Slănic Prahova, Sinaia, Breaza, Cheia, Vălenii de Munte – Județul Prahova	12.1%	82.6%	5.3%
Băile Tușnad, Băile Homorod, Borsec, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu, Praid, Harghita Băi – Jud Harghita	7.8%	86.9%	5.3%
Băile Herculane, Crivaia, Secu, Semenici, Trei Ape – Județul Caraș-Severin	7.0%	87.8%	5.2%
Băile Govora, Olănești, Călimănești-Căciulata, Voineasa, Horezu – Județul Vâlcea	6.9%	87.6%	5.5%
Slănic Moldova/Târgu Ocna – Județul Bacău	6.3%	88.4%	5.3%
Câmpulung Moldovenesc, Gura Humorului, Vatra Dornei – Județul Suceava	6.1%	88.7%	5.2%
Sângeorz Băi – Județul Bistrița Năsăud	4.7%	89.6%	5.8%
Lacu Sărat – Județul Brăila	4.3%	90.3%	5.4%
Borșa, Ocna Șugatag – Județul Maramureș	4.2%	90.1%	5.8%
Bazna, Ocna Sibiului, Păltiniș – Județul Sibiu	4.1%	90.8%	5.1%
Sovata – Județul Mureș	3.7%	90.9%	5.4%
Covasna, Balványos – Județul Covasna	3.7%	90.7%	5.6%
Băile Turda, Băile Baița, Zona Fântânele, Zona Muntele Băișorii – Județul Cluj	3.2%	91.4%	5.4%
Tășnad – Județul Satu Mare	3.1%	91.7%	5.3%
Sărata Monteoru – Județul Buzău	3.1%	91.1%	5.9%
Straja, Vața de Jos, Geoagiu Băi – Județul Hunedoara	3.0%	91.4%	5.6%
Albac/Arieșeni - Județul Alba	3.0%	91.9%	5.1%
Lipova/Moneasa - Județul Arad	2.8%	92.0%	5.2%
Bălățești, Durău – Județul Neamț	2.5%	91.6%	5.9%
Pucioasa – Județul Dâmbovița	2.2%	92.3%	5.5%
Snagov – Județul Ilfov	1.9%	92.6%	5.6%
Săcelu – Județul Gorj	1.6%	92.8%	5.6%
Bughea de Sus - Județul Argeș	1.6%	93.0%	5.4%
Soveja – Județul Vrancea	1.2%	92.6%	6.2%
Buziaș, Călacea – Județul Timiș	1.0%	92.9%	6.2%

THE INSIGHT RESEARCH



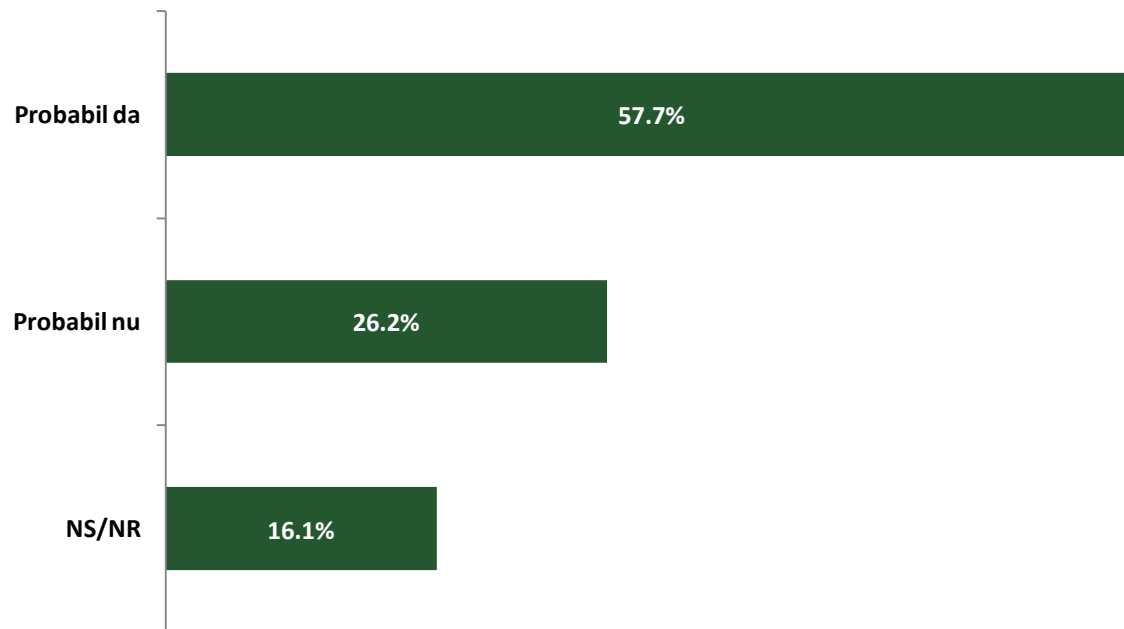


Care dintre stațiunile turistice/localitățile anterior menționate o considerați cea mai atractivă pentru a merge ca turist?





Intenționați ca în următoarele 12 luni să vizitați ca turist vreuna din stațiunile/localitățile turistice anterior menționate?



Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că vor merge într-o stațiune turistică/localitate ca turist anul viitor – 44%

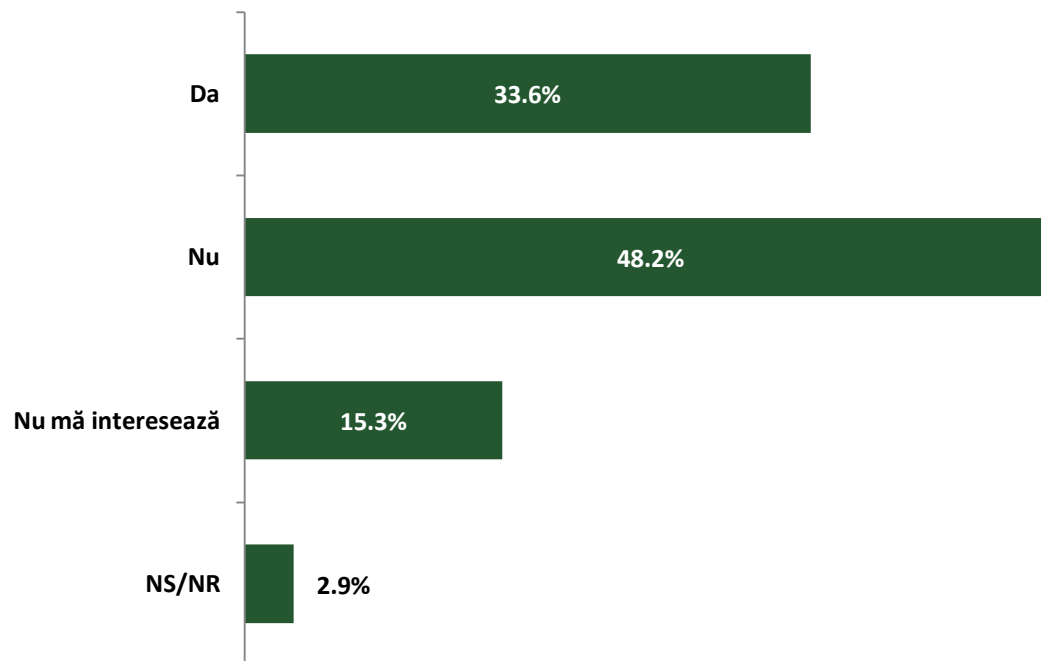


- 33.6% din populația României a auzit de campania de promovare turistică “România, the land of choice”. 17.8% au auzit cel puțin imnul de promovare turistică “România, the land of choice” iar un procent similar a văzut clipul aferent acestei campanii de promovare.
- Dintre cei care au auzit de campania sus menționată, 32.1% consideră că întreaga campanie de promovare turistică “România, the land of choice” va ajuta la creșterea turismului românesc, în vreme ce 55.35 sunt mai degrabă sceptici asupra acestui lucru. 12.6% nu au știut ce să răspundă la această întrebare.
- 15.3% din populație apreciază pozitiv activitatea desfășurată de Ministerului Turismului în ultimul an, 26.6% o apreciază în mod neutru iar 39.1% apreciază activitatea ca fiind mai degrabă slabă. 19% din populație nu a dat un răspuns la această întrebare.
- Programul “O săptămână la munte” inițiat de Ministerul Turismului este cunoscut de 27.6% din populația României, de programul “Vacanțe la țară” au auzit 23.4%, programul “Turist în România” este cunoscut de 22.5% din populație iar 17.5% au auzit de programul “Decada balneară. O săptămână de refacere în stațiunile balneare”.



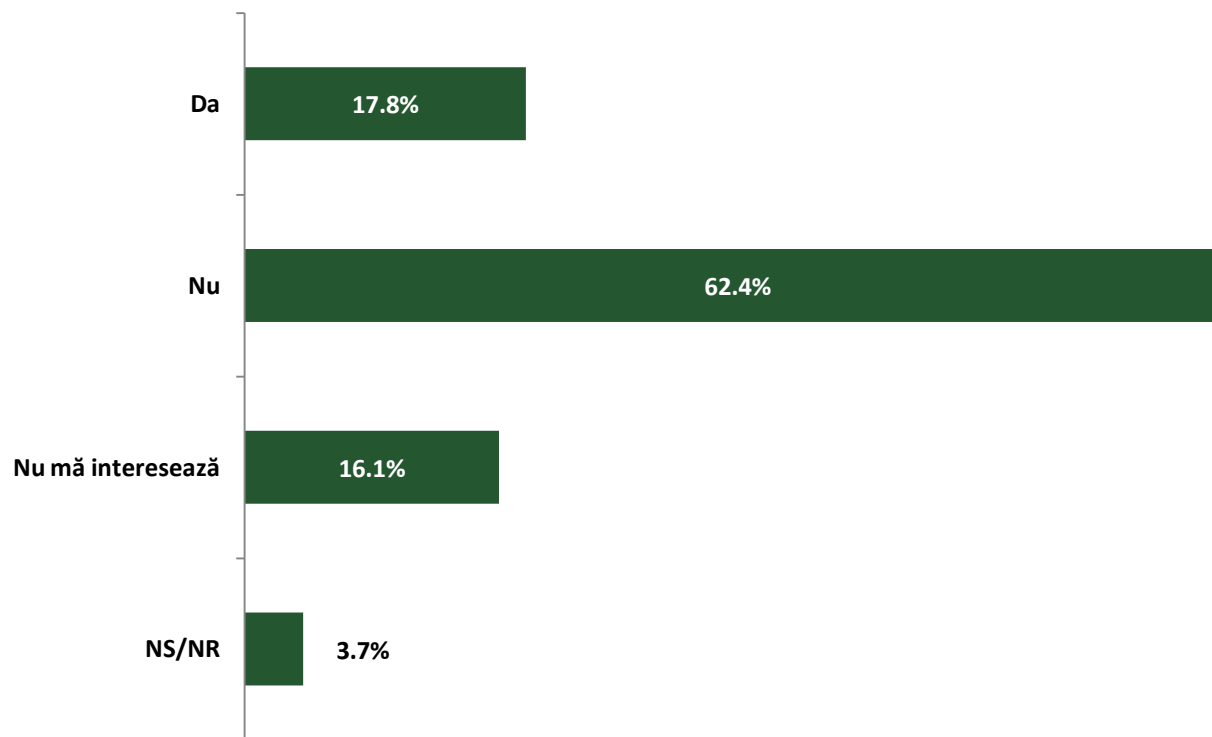


Dvs. ați auzit de campania de promovare turistică a României, numit
„Romania, the land of choice”?



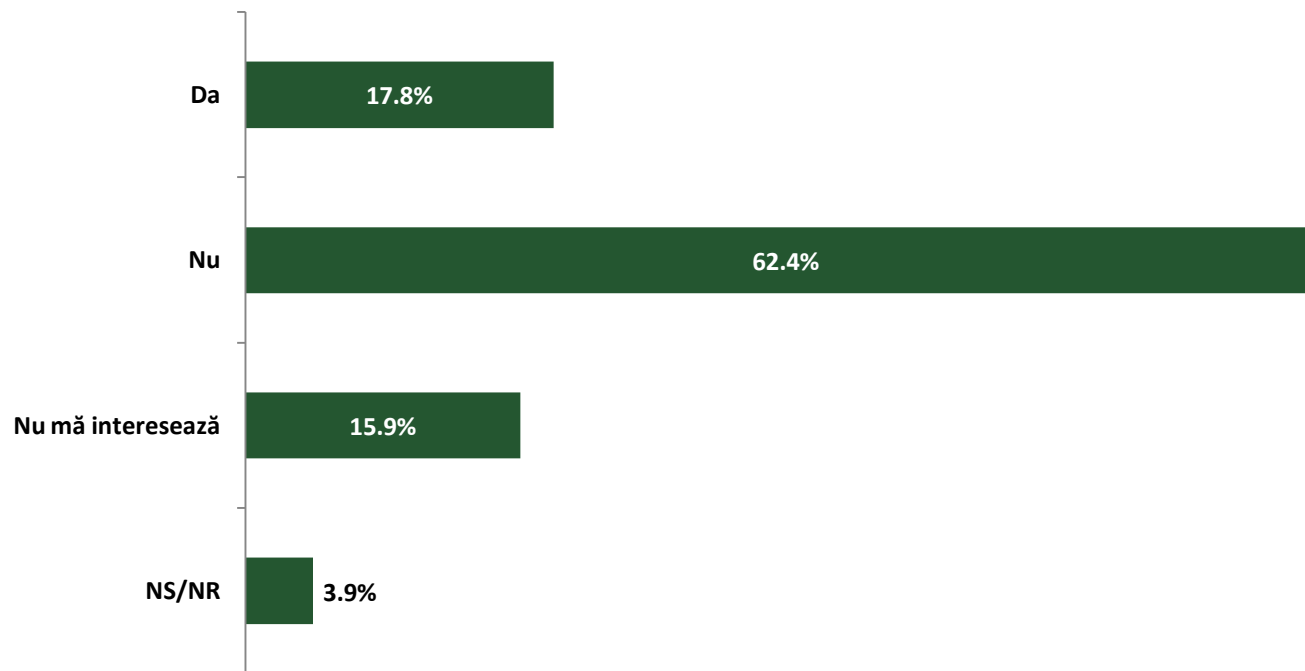


Dvs. ați ascultat cel puțin o dată imnul turistic al României, numit și imnul „Romania, the land of choice”?



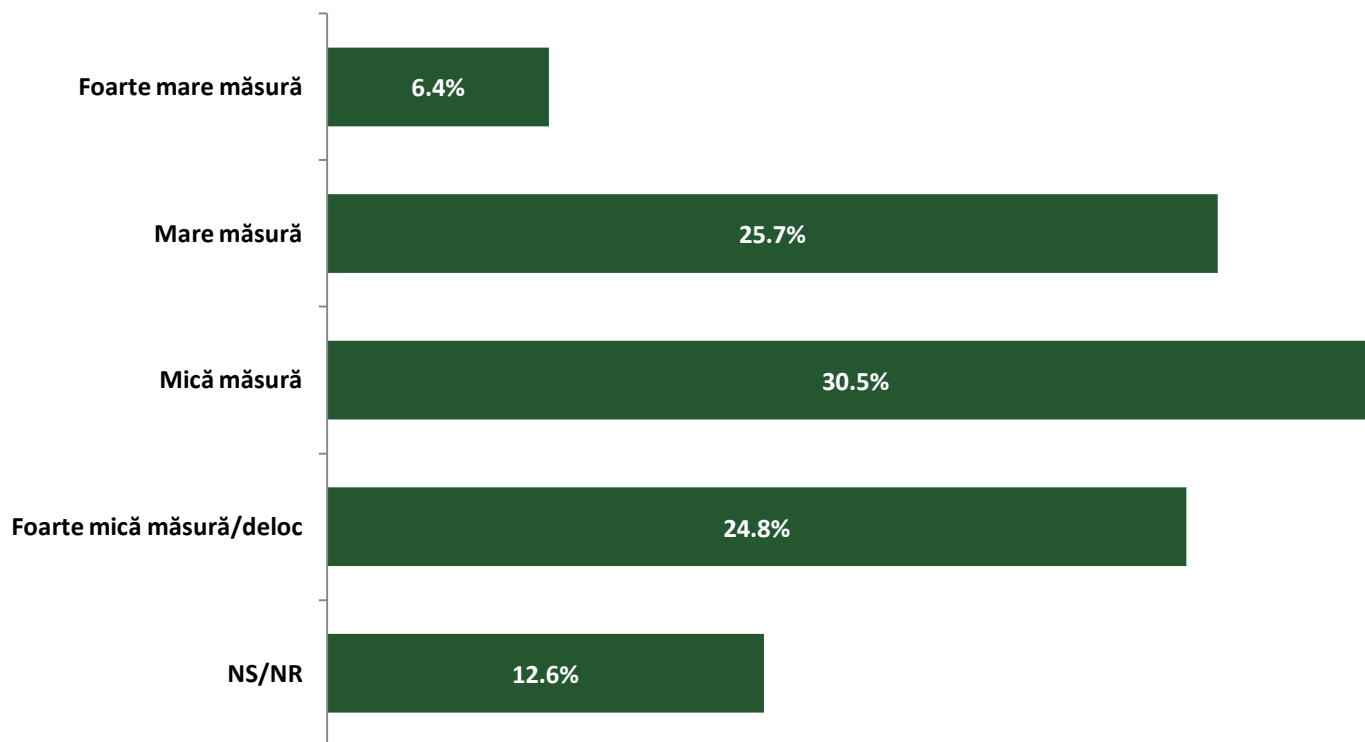


Dar ați văzut clipul de promovare turistică a României, „Romania, the land of choice”?





În ce măsură dvs. considerați că imnul turistic, clipul de promovare turistică și celelalte știri pe care le-ați auzit/văzut în cadrul campaniei de promovare turistică „Romania, the land of choice” vor ajuta la creșterea turismului românesc?

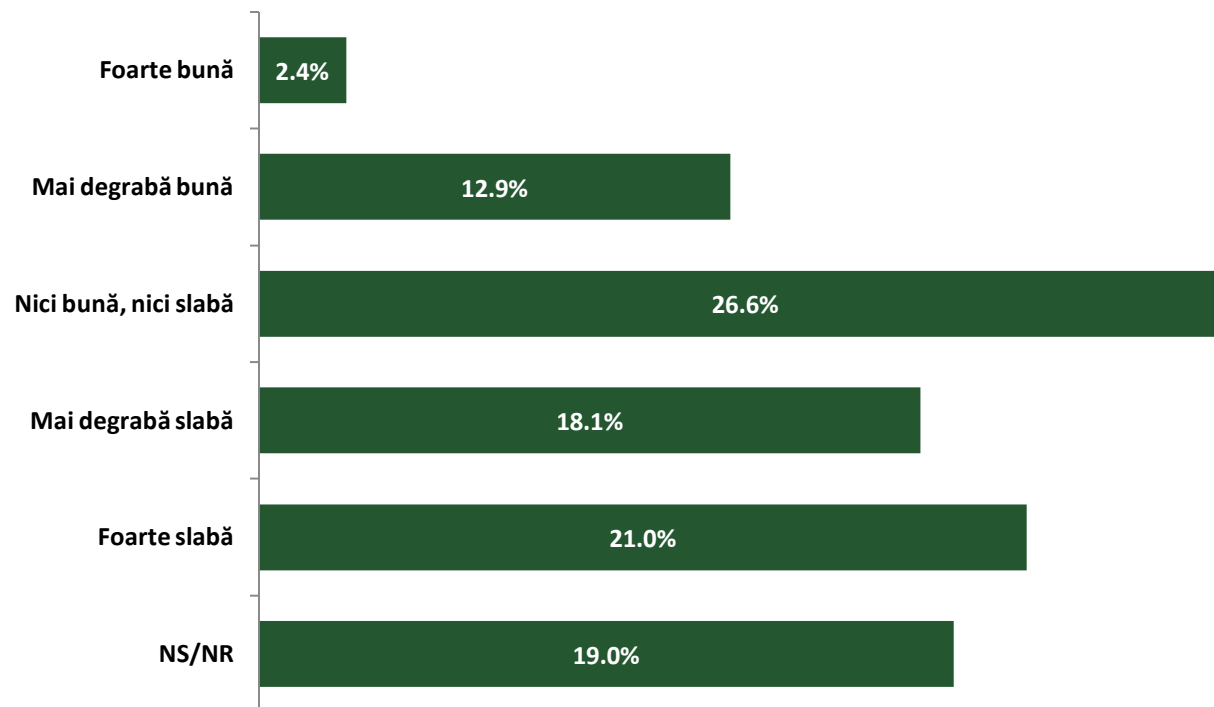


Procentele sunt calculate din totalul celor care indicat că au auzit de proiectul pentru promovarea turistică a României numit „Romania, the land of choice” – 33.6%





Cum apreciați activitatea desfășurată în ultimul an de Ministerul Turismului din România?





Dumneavoastră ați auzit/ați citit de programul turistic....

