

“România Durabilă” (SIPOCA 613)

Valurile de cercetare sociologică

RD31

ODD 8 In Depth

(decembrie 2021)

Narativ de sinteză și concluzii

Livrabil

luna decembrie 2021

A 31-a cercetare sociologică din cadrul proiectului “România Durabilă” SIPOCA 613, cu indicativul RD31, a avut drept scop continuarea măsurării la nivel detaliat, în adâncime („*in depth*”), a opiniei publice privind aspecte din cadrul celui de-al optulea Obiectiv de Dezvoltare Durabilă din cadrul Strategiei Naționale pentru Dezvoltare Durabilă a României 2030 (SNDDR 2030) – ODD 03 „Muncă decentă și creștere economică”. Acest Barometru tratează subdomeniul Turism.

Metodologie

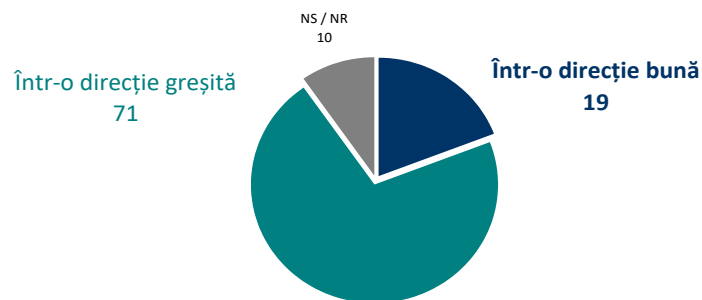
Pe baza structurii obiectivelor de dezvoltare durabilă și a temelor de preocupare instituțională aferente acestora, așa cum sunt ele explicitate în SNDDR 2030 (pp. 37-41), echipa ARDA, împreună cu partenerii din cadrul SGG (DSG și DDD), a operaționalizat o listă de indicatori de opinie publică, pe următoarele teme de interes:

- Identificarea percepțiilor din cadrul opiniei publice pe diverse subiecte privind turismul românesc în 2021;
- Identificarea percepției privind motivațiile călătoriilor turistice;
- Percepții asupra surselor de informare în privința planurilor de călătorie și păreri asupra elementelor de dezvoltare durabilă și ecologie în oferta turistică;
- Opinii privind acțiunile statului român în sprijinirea turismului;
- Opinii privind diferențele între turismul din România și cel din străinătate.

1. Climatul social general

Q01 DIRECȚIA LUCRURILOR

Q01. În general, considerați că România în momentul de față se îndreaptă într-o direcție bună sau într-o direcție greșită?



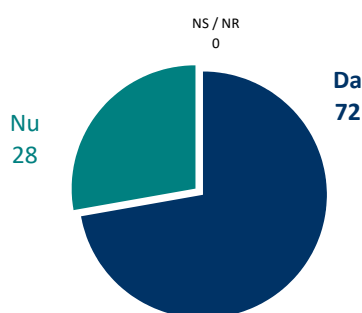
În răspunsurile privitoare la climatul social general din Barometrul RD31 (decembrie 2021) se constată o ameliorare semnificativă a situației față de Barometrul precedent. Procentajul celor care consideră că România se îndreaptă într-o direcție greșită a scăzut la 71% și procentajul celor care opinează că direcția este bună a crescut la 19% (față de 81% și, respectiv, 13%, cu o lună în urmă).

Cauzele sunt, cu mare probabilitate, rezolvarea crizei politice și apropierea sărbătorilor de iarnă. Totuși, un nivel de nemulțumire este foarte ridicat și trebuie să fie, în continuare, un mare semnal de alarmă.

Subliniem, în continuare, că starea de spirit generală a oamenilor se reflectă și în aprecierile asupra problemelor sectoriale pe care le analizăm în acest proiect.

2. Identificarea percepțiilor din cadrul opiniei publice pe diverse subiecte privind turismul românesc în 2021

Q02. Dvs. personal ați călătorit vreodată în viața Dvs. în scopuri turistice, adică să mergeți într-o vacanță, excursie, concediu, călătorie în altă parte decât localitatea Dvs., în așa fel încât să puteți spune că ați fost vreodată turist / turistă?



După cum se vede, 72% dintre respondenții Barometrului declară că au fost, măcar o dată în viață, turiști, în sensul modern al termenului. Mai multe întrebări ridică, însă procentajul ridicat (28%) al celor care nu au fost niciodată în afara localității de reședință, pentru mai mult de trei zile, în scopuri recreative. Un asemenea procentaj, după paisprezece ani în care România este în Uniunea Europeană, arată o serioasă carență de resurse (financiare și/sau de „timp liber”) în rândurile românilor.

Cine sunt acești oameni? Cu mare probabilitate, o parte este reprezentată de persoane în vârstă, în special din mediul rural, care înainte de 1989 nu erau interesați de concedii, fiind legați de activități economice care nu le permiteau deplasări. Acest segment este, însă redus, încadrându-se în categoria 65+.

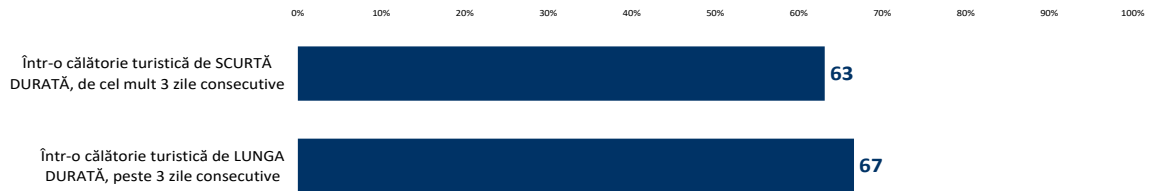
Cei mai mulți fac parte dintre „perdanții tranziției”, categorii sociale lovite de criza economică din anii 90, oameni care au resurse foarte limitate și astăzi.

În fine, o altă categorie este reprezentată de oameni săraci, dar tineri, care își sacrifică deliberat timpul liber pentru a-și întemeia un cămin sau pentru învăța sau a strânge bani pentru a urca în ierarhia socială.

DACĂ VREODATĂ TURIST (Q02 = DA)

Q03 ... Q06 Ați fost vreodată?

% din total populație RĂSPUNSURI MULTIPLE %DA



DURATĂ

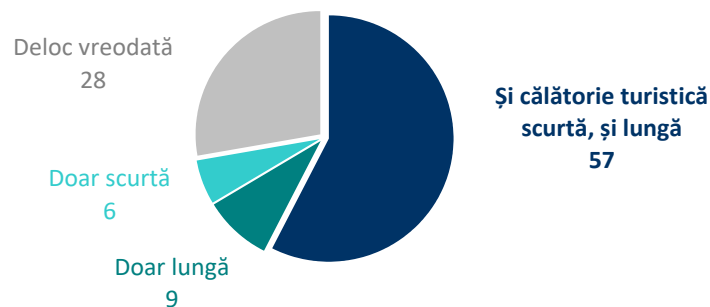
DESTINAȚIE



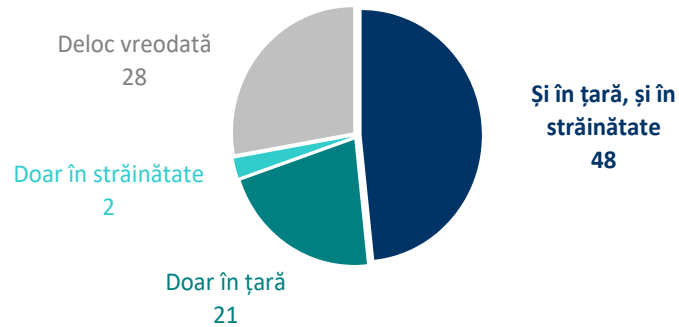
Detalierea întrebării Q02 a dus la distribuția din diagrama de mai sus.

După cum se vede din diagramă, circa 2/3 din respondenți declară că au fost într-o călătorie turistică. În funcție de durata acesteia, procentajele nu diferă prea mult (63/67), deci respondenții au fost atât în călătorii scurte, atât și în călătorii lungi.

Q03 x Q04 Categoriile de turiști în funcție de durata călătoriei



Q05 x Q06 Categoriile de turiști în funcție de destinația călătoriei

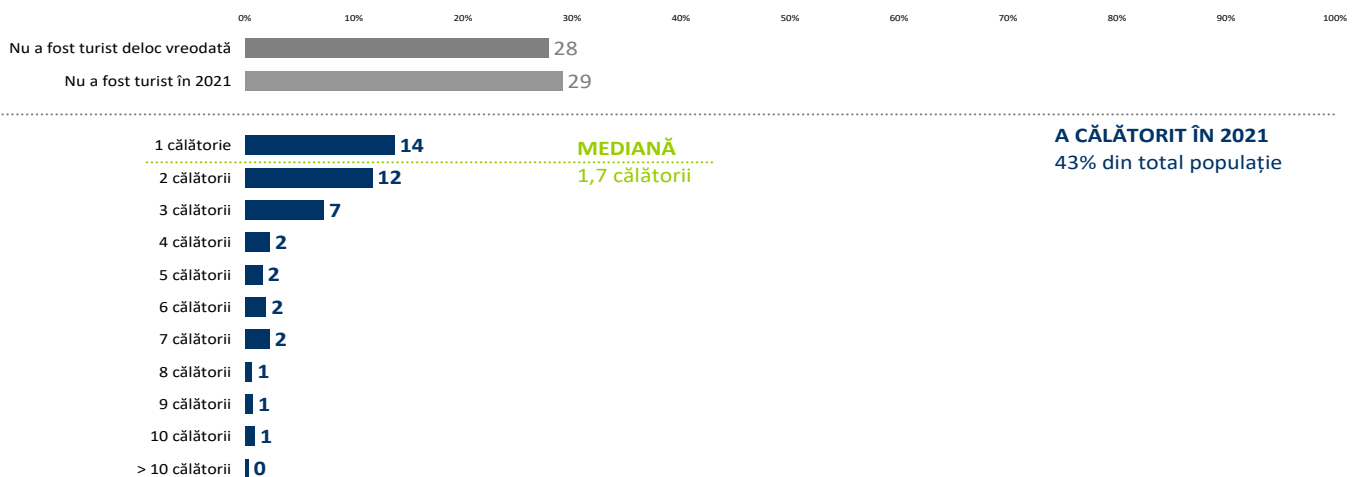


În funcție de destinație, diferența este mai mare, 70% afirmând că au călătorit în România și 51% afirmând că au călătorit și în străinătate.

DACĂ VREODATĂ TURIST (Q02 = DA)

Q07. Anul acesta, în 2021, de câte ori ați călătorit în scopuri turistice?

% din total populație



Q07

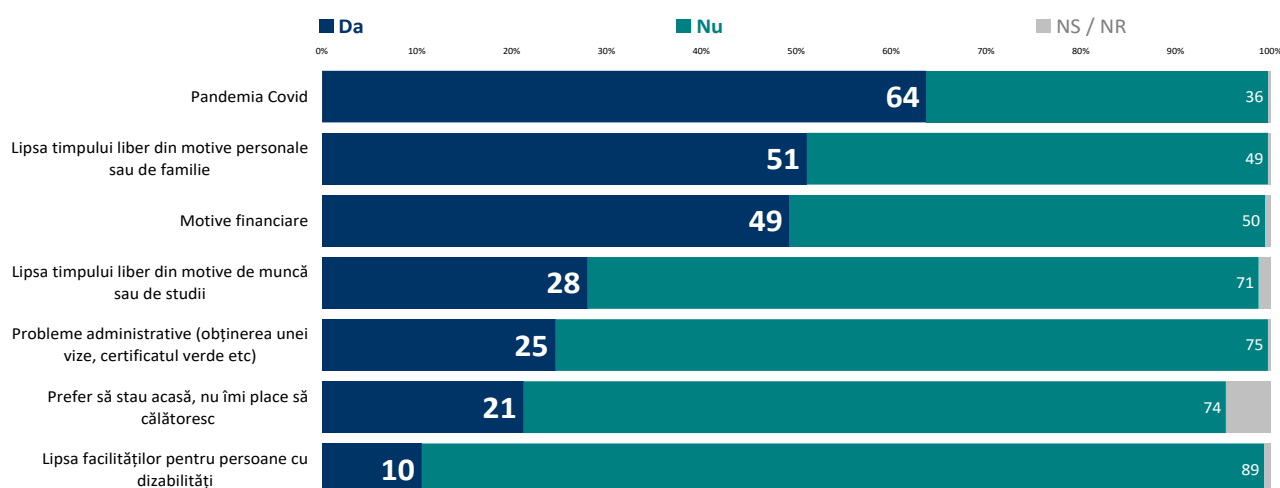
2021 nu a fost un an foarte bun pentru turism, astfel încât pe lângă cei 28% dintre respondenți care au declarat că nu au fost niciodată turiști, în 2021, alți 29% declară că nu au călătorit în acest an. Din cei 43% care au călătorit în

2021, 14% au efectuat o călătorie, 12% au efectuat două călătorii, 7% - trei călătorii, restul de 10% afirmând că au făcut mai multe călătorii.

DACĂ NU A CĂLĂTORIT TURISTIC ÎN 2021 (Q07 = 0)

Q08 ... Q14 Următoarele motive au contat sau nu în faptul că în 2021 nu ați călătorit deloc în scop turistic?

% din răspunsuri valide (cei care nu au călătorit turistic în 2021)



Q8 – Q14

Motivele care au contat în faptul că în 2021 nu s-a călătorit sunt arătate în diagrama de mai sus. După cum se observă, pandemia covid a fost principalul motiv care a contat în cazul a 64% dintre respondenți. Pe locurile 2 și 3, aproximativ cu același procent (50%) au fost menționate „lipsa timpului liber din motive personale” și motivele financiare. Pe locul patru a fost menționat „lipsa timpului liber din motive de muncă sau de studii” (28%).

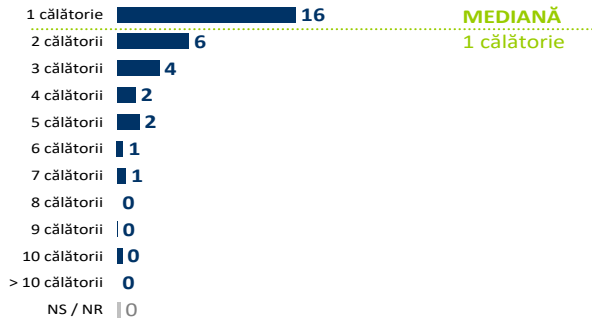
Dacă vom cumula lipsa timpului liber din toate motivele menționate, se ajunge la un procentaj de aproape 80%, mult mai mare decât cel înregistrat pentru pandemia covid. Din acest punct de vedere, pandemia acoperă, în 2021, un motiv mult mai grav pentru care românii nu călătoresc – lipsa timpului liber, adică un mod de viață foarte încărcat.

DACĂ ÎN 2021 TURIST (Q07 > 0)

Anul acesta, în 2021, de câte ori ați călătorit în scopuri turistice?

Q15. Într-o călătorie turistică de scurtă durată, de cel mult 3 zile consecutive

% din total populație



MEDIANĂ

1 călătorie

**CĂLĂTORII ÎN 2021
DE SCURTĂ DURATĂ**
32% din total populație

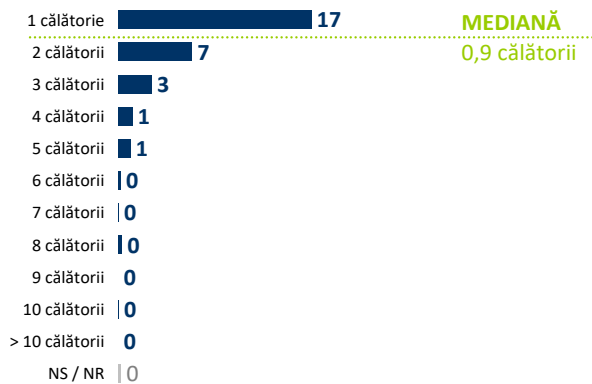
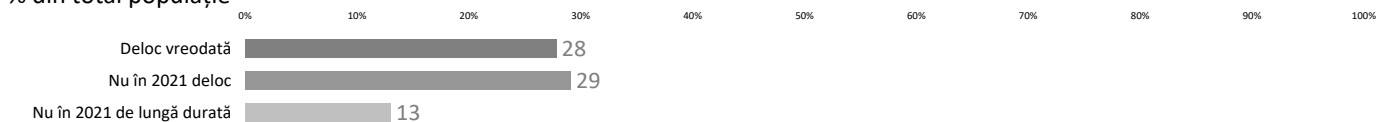
Dintre călătoriile din 2021, care au declarat că au călătorit pe o durată scurtă (32% din totalul populației), majoritatea (16%) au fost într-o singură călătorie. Privind din acest unghi, situația turistică este mai gravă pentru că majoritatea turiștilor din 2021 au fost practic într-o singură călătorie.

DACĂ ÎN 2021 TURIST (Q07 > 0)

Anul acesta, în 2021, de câte ori ați călătorit în scopuri turistice?

Q16. Într-o călătorie turistică de lungă durată, peste 3 zile consecutive

% din total populație



MEDIANĂ

0,9 călătorii

**CĂLĂTORII ÎN 2021
DE LUNGĂ DURATĂ**
30% din total populație

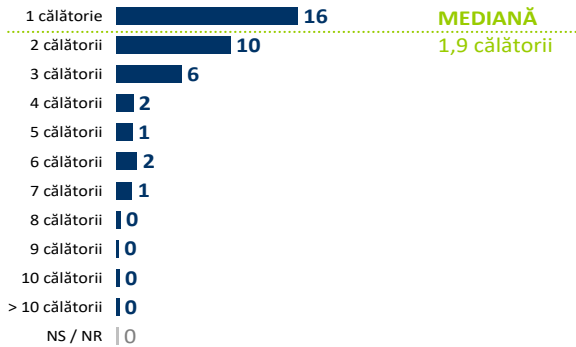
Aceeași observație se poate face și în privința călătoriilor de lungă durată.

DACĂ ÎN 2021 TURIST (Q07 > 0)

Anul acesta, în 2021, de câte ori ați călătorit în scopuri turistice?

Q17. Într-o călătorie turistică în România

% din total populație



CĂLĂTORII ÎN 2021

ÎN ROMÂNIA

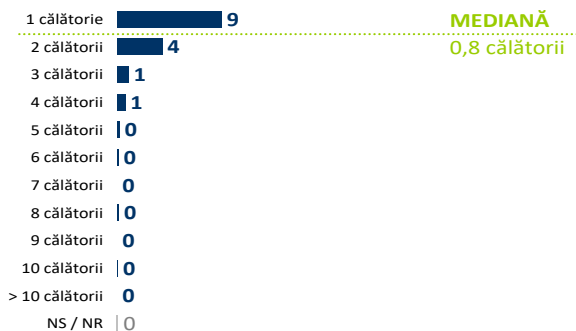
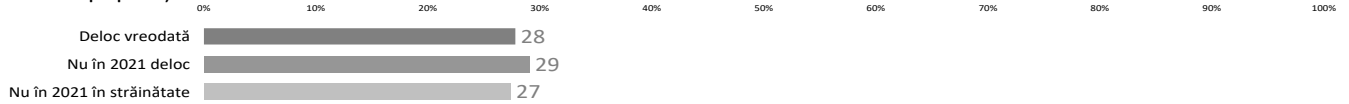
40% din total populație

DACĂ ÎN 2021 TURIST (Q07 > 0)

Anul acesta, în 2021, de câte ori ați călătorit în scopuri turistice?

Q18. Într-o călătorie turistică în străinătate

% din total populație



CĂLĂTORII ÎN 2021

ÎN STRĂINĂTATE

16% din total populație

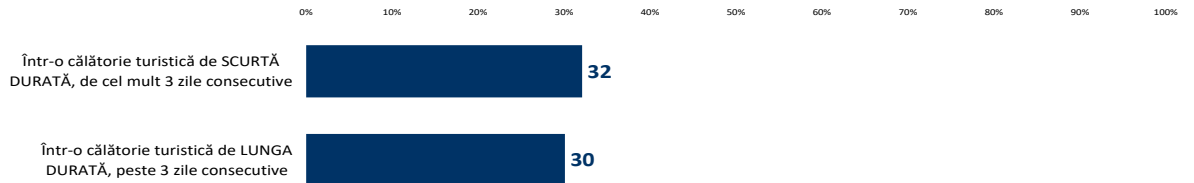
În privința destinației, se observă un declin accentuat al călătoriilor în străinătate. Dacă 40% din totalul populației declară că au călătorit în România și 32% dintre aceștia au efectuat până la trei călătorii, în schimb, doar 16% din totalul populației au călătorit în 2021 în străinătate, iar din aceștia, peste jumătate (9%) au efectuat o singură călătorie.

Diagrama de mai jos sintetizează răspunsurile Q 15 – Q 18.

DACĂ ÎN 2021 TURIST (Q07 > 0)

Q15 ... Q18 Anul acesta, în 2021, ați călătorit în scopuri turistice...?

% din total populație RĂSPUNSURI MULTIPLE %DA

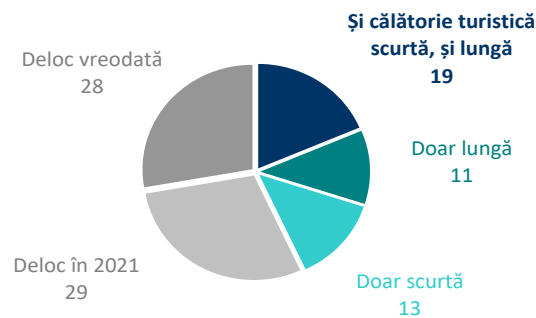


DURATĂ

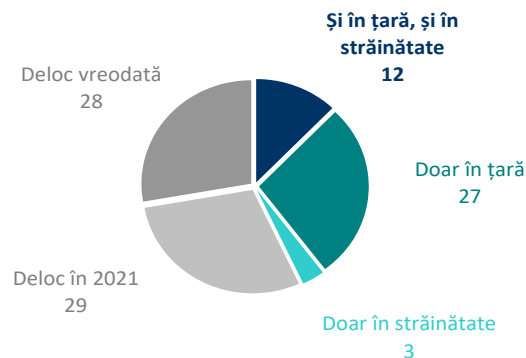
DESTINAȚIE



Q15 x Q16 Categoriile de turiști în funcție de durata călătoriei, în 2021



Q17 x Q18 Categoriile de turiști în funcție de destinația călătoriei, în 2021



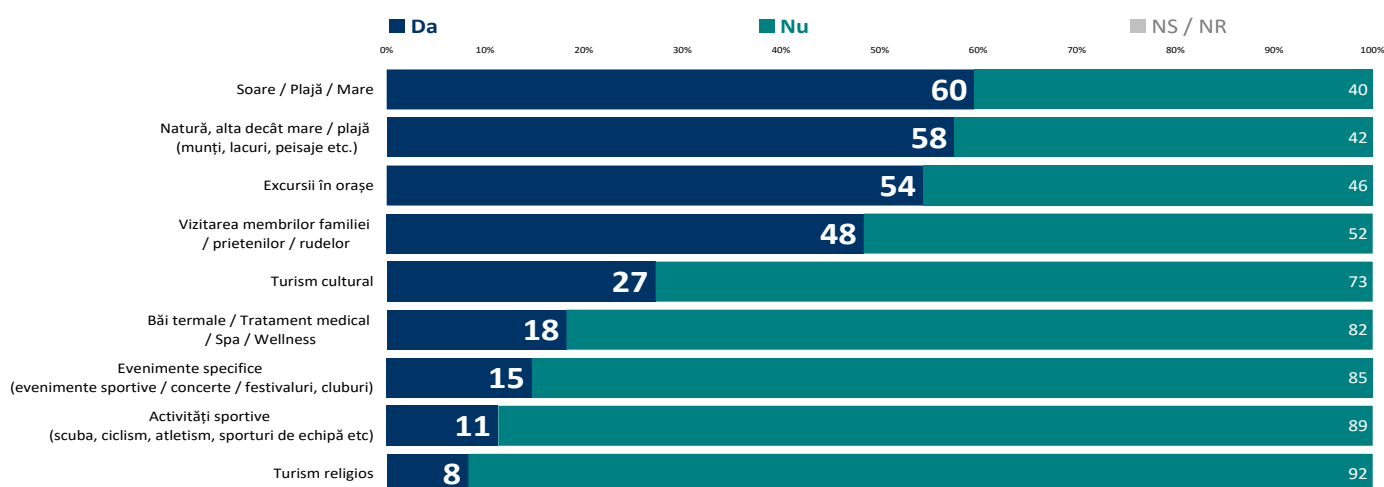
3. Percepții referitoare la motivațiile călătoriilor turistice

Q19-Q27

Aceste întrebări sondează motivațiile călătoriilor turistice din 2021. După cum am procedat și la alte barometre, vom analiza diagrama sintetică.

DACĂ A CĂLĂTORIT TURISTIC ÎN 2021 (Q07 > 0)

Q19 ... Q27 În călătoriile Dvs. turistice de anul acesta, din 2021, ați mers sau nu pentru următoarele motive?
% din răspunsuri valide (cei care au călătorit turistic în 2021)



Se observă o categorie majoră de motivații, corespunzătoare noțiunii clasice de turism. În ordinea descrescătoare a procentajelor, motivațiile au fost: 60% au optat pentru soare/plajă/mare, 58% au indicat munți/lacuri/peisaje, 54% excursii în orașe și 48% vizitarea membrilor familiei/prieteni/rude.

A doua categorie de motivații, corespunzătoare unui tip de turism mult mai prezent în străinătate, are în România procentaje mici: turismul cultural 27%, turismul balnear și de tratament 18%, turism pentru evenimente /concerte /festivaluri 15% și turismul pentru activități sportive 11%. pe ultimul loc se situează „turismul religios”, indicat ca motivație de 8% dintre respondenți. Este oarecum surprinzător acest procentaj mic, având în vedere mediatizarea de care se bucură pelerinajele în România.

De asemenea, este nemulțumitor procentul de 18% ca motivație pentru turismul balnear și de tratament medical, în condițiile în care România are resurse uriașe în acest domeniu.

4. Percepții asupra surselor de informare în privința planurilor de călătorie și păreri asupra elementelor de dezvoltare durabilă și ecologie în oferta turistică

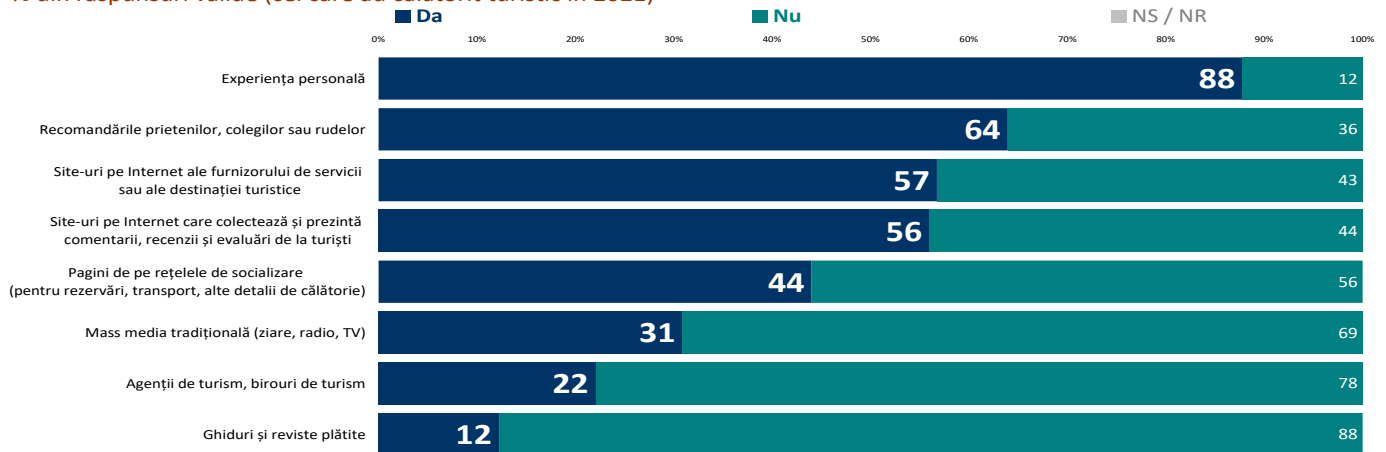
Q28 – Q35

Acest pachet de întrebări investighează care sunt sursele de informare în deciziile privind planurile de călătorie.

DACĂ A CĂLĂTORIT TURISTIC ÎN 2021 (Q07 > 0)

Q28 ... Q35 În planificarea călătoriilor Dvs. turistice de anul acesta, din 2021, ați ținut cont sau nu de următoarele surse de informații atunci când ați luat o decizie privind planurile Dvs de călătorie?

% din răspunsuri valide (cei care au călătorit turistic în 2021)



Răspunsurile la aceste întrebări sunt relativ surprinzătoare. Sursele care ar trebui să fie cele mai de încredere, respectiv agențiile și birourile de turism sau ghidurile și revistele plătite, se situează pe ultimele locuri în luarea de decizii (22, respectiv 12%). De cealaltă parte, cea mai importantă sursă n luarea deciziilor este experiența personală (88%). Dacă la aceasta adăugăm și a doua sursă (recomandările prietenilor, colegilor sau rudelor – 64%), rezultă *un model de turism bazat pe încrederea în familie și clan*, total opus modelului occidental în care încrederea maximă este acordată agențiilor de turism și ghidurilor specializate.

În zona mediană se observă că sursele online și în special cele care colectează comentarii și evaluări de la turiști, precum și rețelele de socializare, se bucură de o încredere relativ ridicată (în medie, peste 50%). Această observație întărește *portretul robot al turistului român care se*

bazează în primul rând pe experiența personală, pe recomandările prietenilor și pe lucruri pe care le află din surse neoficiale.

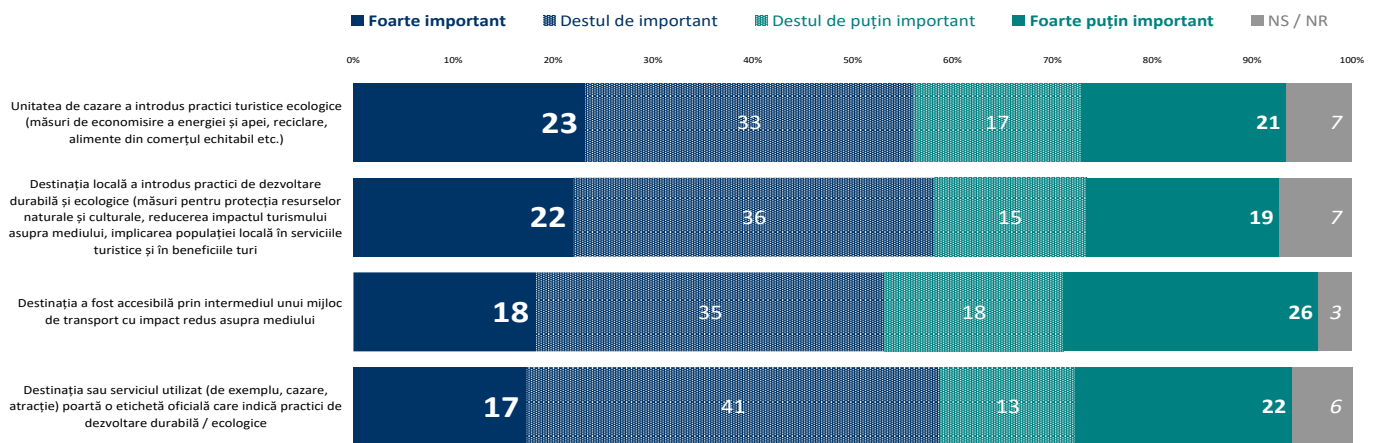
Q36 – Q39

Acest pachet de întrebări sondează părerile respondenților cu privire la aspectele de dezvoltare durabilă și ecologie.

DACĂ A CĂLĂTORIT TURISTIC ÎN 2021 (Q07 > 0)

Q36 ... Q39 Cât de importante au fost următoarele aspecte atunci când ați ales destinațiile de călătorie în scop turistic anul acesta, în 2021?

% din răspunsuri valide (cei care au călătorit turistic în 2021)

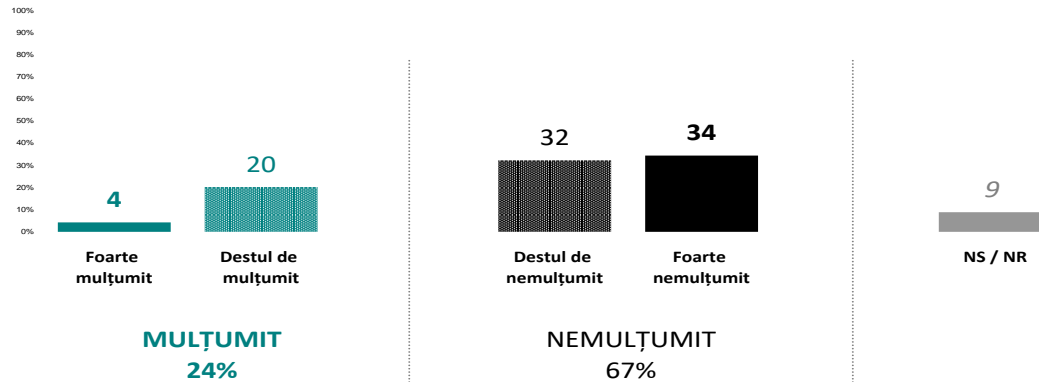


După cum se vede din diagramă, distribuția răspunsurilor este echilibrată, ceea ce înseamnă că turistul român nu-și pune cu adevărat aceste probleme. Răspunsurile au, de fiecare dată, cel mai mare procentaj la opțiunea „destul de important”, ceea ce denotă lipsa de interes reală pentru chestiunea în cauză.

Conștientizarea turistului român față de implicațiile pe termen lung ale deplasărilor masive de turiști se află la un nivel foarte scăzut.

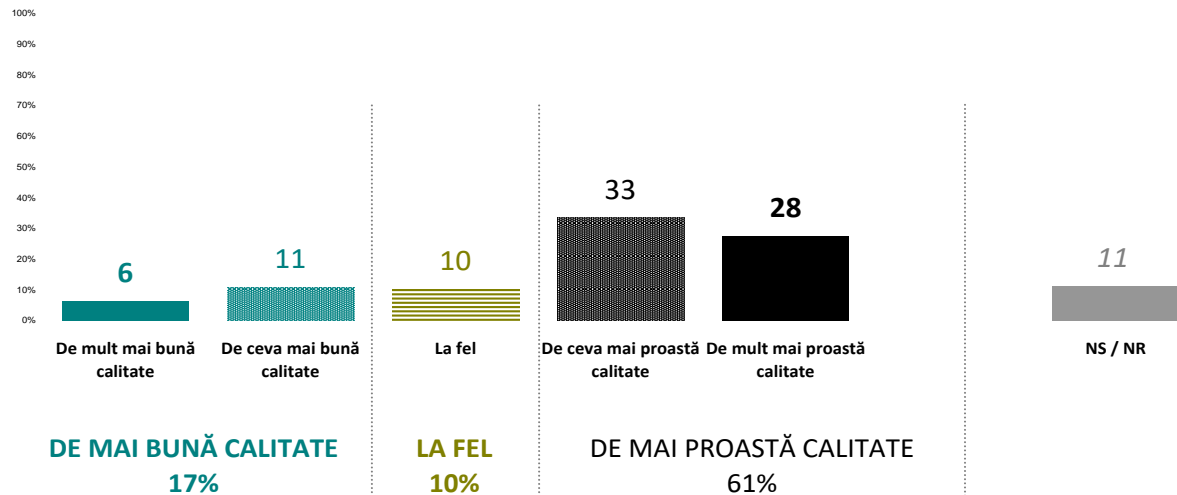
5. Percepții privind sprijinul statului și a turismului românesc în general

Q40. Cât de mulțumit sau de nemulțumit sunteți de activitatea statului român privind susținerea turismului, în general?

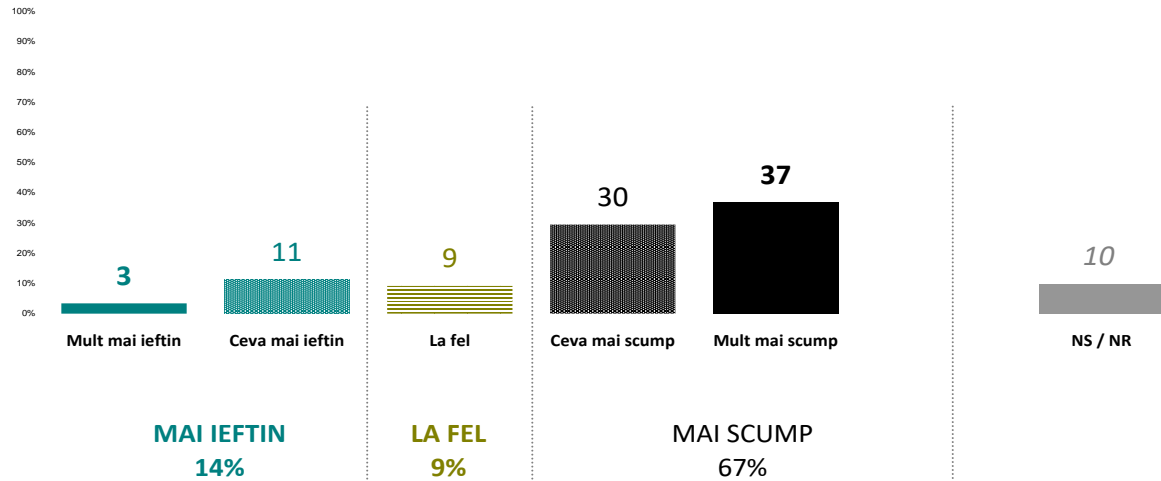


Ca și la alte întrebări de același tip, respondenții sunt „nemulțumiți” (67%) de activitatea statului român în susținerea turismului.

Q41. Cum considerați că este turismul din România, în comparație cu turismul din străinătate, din punct de vedere al calității?



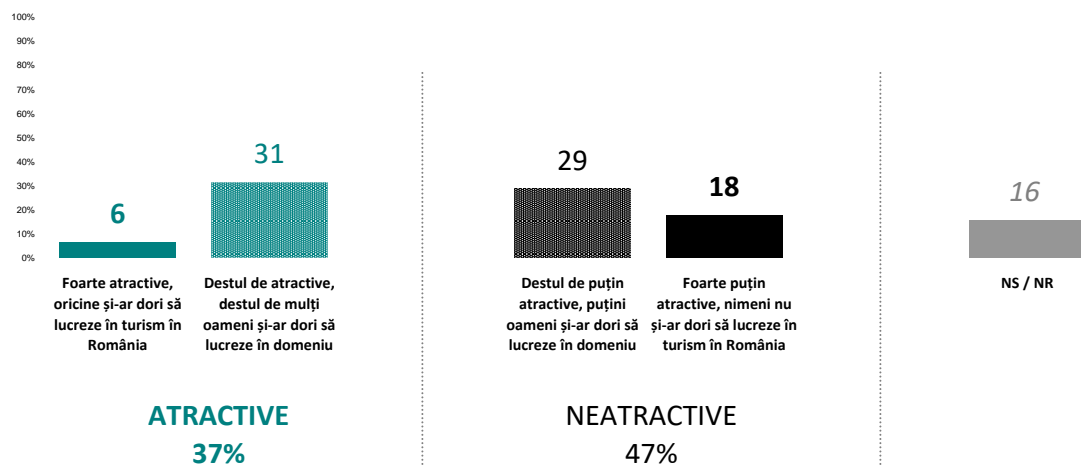
Q42. Cum considerați că este turismul din România, în comparație cu turismul din străinătate, din punct de vedere al prețurilor?



Q41 – Q42

Comparând turismul din România cu turismul din străinătate obținem rezultate aproape identice atât în privința calității, cât și în privința prețurilor. În privința calității, 61% dintre respondenți consideră turismul în România „de o calitate mai proastă” decât turismul în străinătate, iar 67% îl consideră „mai scump” decât în străinătate. Mai mult decât atât, în privința prețurilor, distribuția răspunsurilor este continuu crescătoare în sens negativ.

Q43. Cât de atractive considerați că sunt locurile de muncă în domeniul turismului în România?



În privința atractivității locurilor de muncă în turism, 47% dintre cei chestionați consideră că locurile de muncă în turism sunt neatractive, față de 37% care le consideră atractive. Ar fi interesant de urmărit dinamica acestei percepții în timp, dat fiind că în urmă cu circa 10-15 ani a existat un *boom* al turismului în România. Pe de altă parte, întrebarea nu a făcut distincție între turism în general și partea de alimentație publică (inclusă în HORECA).

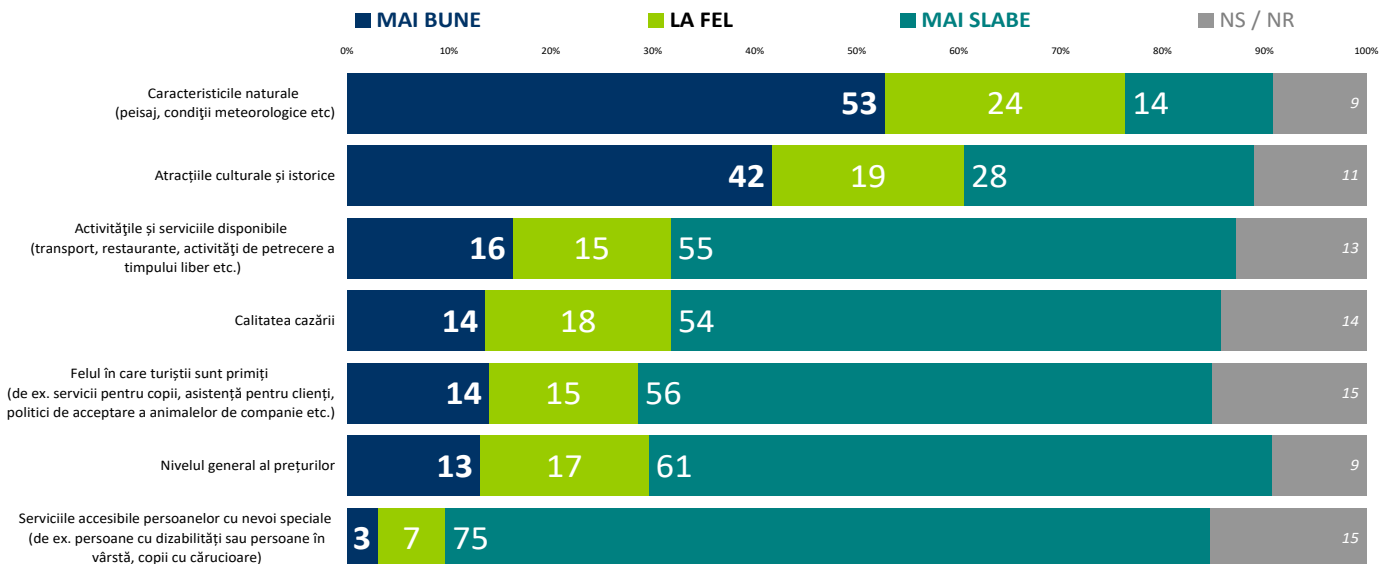
6. Opinii privind diferențele între turismul din România și cel din străinătate

Q44 -Q50

Acest pachet de întrebări chestionează părerile respondenților în privința avantajelor/dezavantajelor turismului în România comparativ cu cele din străinătate.

Q44 Q50 Cum considerați că sunt următoarele aspecte ale turismului în România, în comparație cu cele din străinătate?

SINTEZĂ



Se disting trei categorii de aprecieri.

Caracteristicile considerate ca fiind mai bune în România sunt cele „naturale” și „atracțiile culturale și istorice”. În aceste cazuri, avem un scor net de +39 de puncte procentuale pentru caracteristicile naturale și unul de +14 puncte procentuale pentru atracțiile cultural-istorice.

Urmează un grup de patru caracteristici în care scorul net este de circa -40 puncte procentuale. Aici intră elemente previzibile, în care se includ: activitățile și serviciile disponibile, calitatea cazării, servicii speciale (pentru copii, animale de companie etc.) și nivelul general al prețurilor. În fine, scorul cel mai negativ, de -72 puncte procentuale, se înregistrează în comparația serviciilor accesibile persoanelor cu nevoi speciale.

După cum se vede din aceste percepții, *turismul românesc este considerat scump, cu servicii insuficiente și de slabă calitate*, cu toate că respondenții apreciază că în România caracteristicile naturale și obiectivele cultural-istorice sunt mai atractive decât în străinătate.