



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Oferta operatorilor din industria turistică pentru regiunea Constanța-Dobrich



Proiectul „Multicultya-Patrimoniul multicultural și yachting pe patrimoniul natural Marea Neagră pentru o dezvoltare a turismului creativă și durabilă în zona transfrontalieră Constanța-Dobrich” este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European pentru Dezvoltare Regională în cadrul Programului Interreg V-A România-Bulgaria.

Valoarea contribuției UE este de 402.604,97 euro (FEDR)





Cuprins

Rezumat.....	3
1.Cadrul general.....	4
1.1 Contextul actual al pieței de turism	4
1.2 Trenduri și tendințe la nivel european, inițiative naționale	5
1.3 Proiectul Multiculty.....	8
1.4 Cerințele și scopul prezentului studiu	9
2. Analiza părților interesate în sectorul de turism din regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich.....	10
2.1 Tendințe în cererea și oferta turistică în Constanța, România	10
2.2 Tendințe în cererea și oferta turistică în Dobrich, Bulgaria.....	19
3. Studiul de piață privind explorarea situației turismului în regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich.....	27
3.1 Cadrul metodologic	27
3.2 Informații conținute în chestionar	28
3.3 Prelucrarea și interpretarea datelor	29
4. Concluzii și recomandări	42
4.1 Analiza SWOT a ofertei turistice din județul Constanța	42
4.2 Analiza SWOT a ofertei turistice din raionul Dobrich	48
4.3 Concluziile sondajelor de opinie.....	53
4.4 Recomandări	54
Anexe	56
Bibliografie	56





Rezumat

Noul turism, așa cum este cerut de către consumatori, trebuie să aibă central preocuparea autorităților și operatorilor din turism pentru gestionarea durabilă a destinațiilor precum și sensibilizarea turiștilor cu privire la durabilitate. Cu toții trebuie să participăm la experiențe și să avem emoții vizitând și „consumând” patrimoniul cultural și natural însă aceste destinații sunt și pentru generațiile următoare de călători și turiști care doresc să viziteze Europa, cea care se află în fruntea destinațiilor turistice ale lumii.

Prezentul studiu vizează explorarea situației turismului din regiunea tranfrontalieră Constanța-Dobrich, precum și identificarea dorinței părților interesate de a-și extinde gama de produse și servicii turistice disponibile cu cele noi care au un caracter inovator și creativ.

Economia mondială în schimbare afectează sectorul de turism, generând modificări semnificative în comportamentul turiștilor și a piețelor de origine. Această opinie este împărtășită de către operatorii intervievați în cadrul cercetării de piață din județul Constanța și raionul Dobrich, iar discuțiile cu parte dintre aceștia cât și rezultatele chestionarelor relevă disponibilitatea lor de participare activă la transformarea regiunii transfrontaliere, crearea unor produse atractive și durabile care să ofere experiențe unice și personalizate pe tot parcursul anului.

Industria turismului din Constanța-Dobrich este în continuă dinamică, depinde de un mediu sănătos și de utilizarea durabilă a capitalului natural. Totodată, patrimoniul cultural și valențele etnofolclorice, poziționarea geografică, vecinătățile sunt premise pentru un nou turism regional însă toate acestea trebuie să fie aliniate recomandărilor/direcțiilor de acțiune formulate în final.

Cuvinte cheie: turism, atracții continentale și costiere, turism inovator și creativ, turism durabil, patrimoniu natural și cultural, turism recreativ.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

1. Cadrul general

1.1 Contextul actual al pieței de turism

La nivelul Uniunii Europene turismul a dobândit o abordare și importanță mult mai mare, dincolo de accepțiunea sa clasică datorită numărului mare de operatori activi (peste 2,4 milioane de furnizori de servicii de călătorie și servicii turistice) și numărului de locuri de muncă pe care le oferă (cca. 12,7 milioane de persoane în anul 2015¹) cu implicații de natură socială și de mediu. În plus, prin specificitatea sa, turismul contribuie la dezvoltarea economică cât și la integrarea socio-economică a zonelor rurale, periferice sau ariilor subdezvoltate.

Statisticile care monitorizează politica regională a UE și politica sa de dezvoltare durabilă arată că una din zece organizații ce activează în sectoarele nefinanciare ale economiei europene aparține sectorului turistic. Angajații întreprinderilor din sectoarele cu activități legate de turism au reprezentat 9,1 % din persoanele angajate în totalitatea sectoarelor nefinanciare ale economiei și 21,5 % din persoanele angajate în sectorul serviciilor. Aceste jaloane fizice ale sectorului turistic arată și preocuparea continuă a UNWTO² în calitate de organizație internațională și lider în domeniul turismului, să promoveze turismul ca motor al creșterii economice, al dezvoltării incluzive și al sustenabilității ecologice dar și să ofere sprijin în avansarea politicilor de cunoaștere a turismului la nivel mondial.

Anul 2015 a reprezentat un jalon pentru dezvoltarea globală, deoarece guvernele au adoptat Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă, împreună cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (Sustainable Development Goals- SDG). Agenda 2030 stabilește un cadru global pentru a pune capăt sărăciei extreme, a lupta împotriva inegalității și a nedreptății și a corecta schimbările climatice până în 2030. Turismul are potențialul de a contribui, direct sau indirect, la toate obiectivele³.

Așadar astăzi impactul economic al turismului este major, poate fi definit și măsurat la orice nivel de analiză, iar volumul de afaceri la nivel mondial al turismului este egal sau chiar depășește cel al exporturilor de petrol, al industriei auto sau al produselor alimentare de larg consum. În acest context trebuie să se pună accent și pe componenta etică, susține UNWTO. Codul global de etică în domeniul turismului trebuie observat permanent în paralel cu maximizarea contribuției socio-economice a turismului și cu minimizarea eventualelor sale efecte negative.

¹ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Bed_places_in_the_EU-28:_France_and_Spain_predominate

² UNWTO (Organizația Mondială a Turismului) este Agenția Națiunilor Unite responsabilă de promovarea unui turism responsabil, durabil și universal accesibil

³ Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030, disponibil pe website-ul UNWTO <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Răspândirea globală a turismului în statele industrializate și dezvoltate a generat beneficii economice și de angajare în multe sectoare conexe - de la construcții la agricultură sau în telecomunicații. În statele în curs de dezvoltare turismul a schimbat profilul economic național și reprezintă, în același timp, una dintre principalele surse de venit pentru multe dintre aceste țări.

Turismul a devenit una dintre principalele componente ale comerțului internațional (a treia cea mai largă categorie de export) iar această creștere este însoțită de o diversificare și de o concurență crescândă în rândul destinațiilor.

În general, contribuția turismului la bunăstarea economică depinde de calitatea și veniturile ofertei turistice, iar statisticile confirmă contextul actual al acestei piețe:

- Sosirile turistice internaționale au crescut cu 7% în 2017, până la 1.326 milioane
- În 2017, turismul internațional a generat venituri de export în valoare de 1.6 trilioane USD, din care 1,340 trilioane USD din servicii de turism și 240 trilioane din servicii de transport internațional, în creștere cu 5%
- Creșterea sosirilor turistice internaționale au fost estimate de către UNWTO la 4-5% în 2018
- Sosirile internaționale ale turiștilor se prognozează pentru 2030 la 1,8 miliarde (UNWTO Tourism Towards 2030)

La nivel european piața de turism a evoluat în același sens cu cea de la nivelul internațional și confirmă cadrul favorabil creat prin politicile promovate în acest sens:

- Sosirile turistice internaționale au crescut cu 8% în 2017, până la 672 milioane⁴
- În 2017, turismul European reprezenta 39% din turismul internațional și a generat venituri de export în valoare de 519 miliarde USD, în creștere cu 8%
- Destinațiile din Europa Centrală și de Est au înregistrat, de asemenea, o creștere solidă în anul 2017 cu câteva excepții - sosirile au fost în creștere cu 5% iar veniturile din servicii de turism au fost mai mari cu 7%
- UNWTO prevede pentru 2030 o creștere mai modestă a turismului în Europa, estimată la 744 de milioane de turiști (+1,8 %), adică 41,1 % din totalul de la nivel mondial

1.2 Trenduri și tendințe la nivel european, inițiative naționale

Turismul trebuie să aibă un rol semnificativ în dezvoltarea regiunilor europene, iar infrastructura creată în scopuri turistice contribuie la dezvoltarea locală, locurile de muncă create sau menținute pot aduce o contribuție importantă la compensarea declinului rural sau industrial. Turismul durabil și racordat la așteptările călătorilor presupune protejarea și dezvoltarea patrimoniului cultural și natural, de la artă la gastronomie locală, dezvoltarea turismului inovator și creativ sau la conservarea biodiversității.

⁴ Vezi datele publicate de Eurostat pentru anul 2017 disponibile aici https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level#Number_of_overnight_stays





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

În perioada 2006-2018, Comisia Europeană a publicat mai multe comunicări (documente/angajamente) privind orientările sale politice în domeniul dezvoltării sectorului turismului, cea mai recentă fiind prezentată în 2014, astfel:

În anul 2006 Comisia Europeană a adoptat un document numit „O nouă politică a UE în domeniul turismului: consolidarea parteneriatului pentru turism în Europa”⁵ urmat de alt document important în anul 2007 „Agenda pentru un turism european durabil și competitiv” prin care au fost conștientizate provocările următorilor ani, o serie întreagă de factori care vor influența turismul și pe care va trebui să le adreseze toate țările europene direct ca pe niște oportunități deopotrivă:

- îmbătrânirea demografică din Europa
- concurența externă în creștere
- cererea consumatorilor în ceea ce privește un turism mai specializat
- necesitatea de a trece la practici mai durabile și mai ecologice în domeniul turismului

În anul 2014 documentul „O strategie europeană pentru stimularea creșterii economice și crearea de locuri de muncă în turismul maritim și costier”⁶ vizează promovarea creșterii durabile și competitivitatea în domeniul turismului maritim și costier, punând în lumină alte provocări:

- scăderea costurilor de transport a condus la o creștere a competitivității între zonele de coastă europene și destinațiile cu costuri reduse din întreaga lume, fapt care a determinat creșterea volatilității cererii.
- caracterul sezonier constituie o altă provocare - majoritatea câștigurilor socio-economice potențiale sunt concentrate în lunile de vară, multe dintre afacerile locale fiind închise în restul anului; așadar, trebuie elaborate strategii specifice care să pună în valoare politici și produse inovatoare și atractive pentru a exploata potențialul reprezentat de turiștii care ar putea călători în extrasezon

Totodată, intergrupul pentru turism al Parlamentului European și Comisia pentru transport și turism antrenează discuții cu reprezentanții organismelor de turism internaționale. În cadrul reuniunii cu secretarul general al Organizației Mondiale a Turismului (OMT), din februarie 2018, Parlamentul și OMT au semnat un memorandum de cooperare axat pe promovarea turismului sustenabil în toată Europa.

Intergrupul a solicitat, de asemenea, o politică în domeniul turismului mai coerentă și a ridicat problema unei linii bugetare a UE separate pentru turism. Din decembrie 2009, turismul dispune de un temei juridic propriu. Cu toate acestea, nu dispune încă de un buget separat, nici în cadrul financiar multianual (CFM) actual pentru perioada 2014-2020, nici în ultima propunere pentru CFM 2021-2027.

Într-o rezoluție din 2015 referitoare la turism, Parlamentul European a încurajat Comisia să continue să consolideze promovarea poziției fruntașe a Europei în topul destinațiilor

⁵ O nouă politică a UE în domeniul turismului: consolidarea parteneriatului pentru turism în Europa”, Comisia Europeană, 2006 disponibilă aici <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52006DC0134>

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2014:0086:FIN:RO:PDF>





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

turistice. În plus, a subliniat importanța mărcii turistice europene și a solicitat intensificarea cooperării cu organisme internaționale în vederea dezvoltării unor noi produse turistice transnaționale și paneuropene⁷.

Tendințele și trendurile europene se regăsesc încorporate în documentele naționale, regionale de natură strategică (Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026, Planul Național de Dezvoltare) cât și în legislația specifică ce adresează problematica turismului în România (exemple: organizarea și desfășurarea activităților de turism în România; înființarea Autorității Naționale pentru Turism; înregistrarea, clasificarea structurilor de cazare și a serviciilor turistice; autorizarea agențiilor de turism/tur-operatorilor și a ghizilor de turism; polițe de asigurare pentru tur-operatori și agenții de turism; înregistrarea și protecția oaspeților în structurile de cazare; protecția consumatorului de către agențiile de turism și tur-operatori; siguranța turiștilor; Zone turistice, stațiuni de odihnă, stațiuni balneare și litoralul Mării Negre, Marca Q, Steagul Albastru-Blue Flag). Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național a fost elaborat de către specialiștii UNWTO.

Conform planului⁸, dezvoltarea unei mărci a turismului național are o contribuție la imaginea de țară cu impact asupra investițiilor străine în România și asupra soldului contului curent. Dezvoltarea patrimoniului natural și cultural și activitățile concentrate asupra mediului natural și cultural sunt considerate, în plan, drept mijloace de dezvoltare și promovare a turismului. Turismul poate crea locuri de muncă în zone dezavantajate prin îmbunătățirea infrastructurii și serviciilor turistice, protecția mediului și a patrimoniului, refacerea utilităților existente și a stațiunilor tradiționale de importanță deosebită, precum și diversificarea ofertelor turistice, dezvoltarea ecoturismului, stațiunilor balneare și a celor specifice sporturilor de iarnă, dezvoltarea turismului cultural și istoric.

Similar în Bulgaria dezvoltarea durabilă a turismului este o prioritate majoră în politica națională a turismului. Prin urmare, conceptul de turism este descris în Strategia Națională pentru Dezvoltarea Durabilă a Turismului. Documentul programatic actual acoperă perioada 2014-2030, strategia anterioară fiind valabilă în perioada 2009-2013⁹. Dezvoltarea turismului durabil face parte și din "Programul Național de Dezvoltare până în 2020" și "Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională". În plus, a fost elaborată o "Strategie și Plan de acțiune privind ecoturismul național" care cuprinde obiective de sustenabilitate.

Pentru a alcătui un set complet de informații care să aducă în prim plan o abordare strategică și unitară în județul Constanța a turismului inovator și creativ, inclusiv cel

⁷ <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/indexsearch?query=turism>

⁸ Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026, disponibil aici http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/05/masterplan_partea1.pdf

⁹ <http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/archive/en/themes/national-strategy-for-sustainable-development-of-tourism-in-bulgaria-2009-2013-286-0.html>
file:///C:/Users/Miruna/Downloads/BG_OECD2014TTP.pdf





maritim și costier a trebuit să fie colectate informații actuale de la nivelul operatorilor de profil, așa cum este prezentat într-un capitol următor.

1.3 Proiectul Multicity

Fundația Umanitară Clopot implementează, în parteneriat cu European Institute for Cultural Tourism Eureka (EICT Eureka), proiectul "Patrimoniu multicultural, yachting și patrimoniu natural la Marea Neagră pentru o dezvoltare durabilă a tursimului creativ în zona transfrontalieră Constanța-Dobrich-Multicity" finanțat prin Programul de Cooperare Transfrontalieră INTERREG V-A ROMÂNIA - BULGARIA 2014-2020, Axa prioritară 2 "Regiunea verde" având codul specific de proiect - ROBG366

Obiectivul general al proiectului este de diversificare a ofertelor turistice în regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich prin dezvoltarea turismului inovativ și creativ și de a contribui la extinderea sezonului prin valorificarea resurselor naturale și culturale ale regiunii transfrontaliere Constanța - Dobrich.

Obiectivele specifice ale proiectului sunt:

- Diversificarea ofertelor turistice prin promovarea patrimoniului multicultural, natural, yachting.
- Realizarea de studii, strategii pentru a crea suportul necesar unui turism competitiv.

Acest proiect, printr-o abordare modernă, dorește să răspundă noilor solicitări ale turiștilor care nu se mai mulțumesc doar cu "soare și mare", ci solicită o ofertă diversificată, pentru a avea o imagine completă a arealului turistic. Prin proiect vor fi realizate, de asemenea, 5 trasee turistice transfrontaliere.

Astfel, pentru realizarea unei imagini complete și dezvoltarea unui turism creativ, sustenabil, se vor realiza 3 studii:

- Studiu consolidat România-Bulgaria despre situația actuală privind: operatorii de turism, spațiile de cazare, locații de petrecere a timpului liber, programe/evenimente culturale, excursii locale/transfrontaliere, prezentare spații pentru luat masa, etc
- Studiu „Tendențe în turismul creativ” care va prezenta tendințele în turismul creativ în ultimii 5 ani din zona de acțiune a proiectului și exemple din cel puțin trei țări europene.
- Strategia comună de marketing pentru turismul transfrontalier.

În acest sens, Fundația Umanitară Clopot a lansat, în data de 25.01.2019, anunțul de participare nr 22, pentru achiziția de servicii de elaborare de studii (cod CPV 79311100-8) pentru realizarea studiilor amintite anterior și atribuie contractul nr. 35/15.02.2019 către SC Global Services Group SRL. Activitățile au fost începute odată cu primirea ordinului de începere din data de 28.02.2019.





1.4 Cerințele și scopul prezentului studiu

Prezentul studiu vizează explorarea situației turismului din regiunea Constanța-Dobrich, precum și identificarea dorinței părților interesate de a-și extinde gama de produse și servicii turistice disponibile cu cele noi care au un caracter inovator și creativ.

Obiectivele studiului pot fi în general împărțite în trei direcții:

1. Să realizeze o imagine cuprinzătoare a grupului țintă din regiunea Constanța-Dobrich și în special pentru:

- operatorii turistici,
- locuri de cazare,
- locuri de servit masa,
- firme de animație turistică și altele care au potențialul de a folosi și oferi pachetele turistice pregătite în cadrul proiectului,
- firme de transport care pot oferi servicii de transport pentru furnizarea noilor produse turistice, precum și alți operatori

2. Să colecteze, să proceseze și să analizeze informații statistice, empirice și alte informații despre principalul grup țintă al operatorilor de turism în domeniul turismului din regiunea Constanța-Dobrich. În fapt, cercetarea de piață trebuie să stabilească:

- care este potențialul acestora,
- ce produse oferă în regiunea transfrontalieră vizată,
- ce legături au cu operatorii turistici din străinătate,
- în ce măsură sunt dispuși să participe la evenimentele proiectului și ce îi poartă motiva în această direcție.

3. Să identifice operatorii motivați, organizațiile, structurile care vor asigura utilizarea și furnizarea de produse turistice pe piață.

În capitolul 2 se va derula partea documentară a studiului prin:

- Colectarea, analizarea și prelucrarea informației și datelor din site-uri specializate din sfera turismului
- Studiul și analiza documentelor strategice, care au legătură cu dezvoltarea turismului la nivel național și regional.

În capitolul 3 se prezintă etapizat metodologia aplicată pentru cercetarea statistică precum și rezultatele și interpretarea lor, astfel:

- Crearea bazei de date cu reprezentanții industriei turismului
- Desfășurarea Sondajului printre părțile interesate
- Pregătirea analizei, concluziilor și recomandărilor

În baza studiului documentar desfășurat pe baza datelor și informațiilor colectate din surse publice și deschise, în paralel cu sondajul de opinie desfășurat în rândul părților interesate/operatorilor din sectorul turistic au fost alcătuite în capitolul 4 concluziile și recomandările punctuale în raport cu oferta turistică în regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

2. Analiza părților interesate în sectorul de turism din regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich

Datele statistice ale UNWTO arată pentru anul 2017 un trend crescător pentru sosirile turistice internaționale în România, respectiv de 2,76 milioane, cu 11,3% mai mult decât în 2016, nivel care a fost cu 10,8% peste cel din 2015. Același trend pozitiv s-a înregistrat și în Bulgaria care a avut 8,88 milioane de sosiri turistice internaționale, cu 7,6% mai mult decât în 2016, nivel care a fost cu 16,2% peste cel din 2015.

Chiar dacă ritmul este unul accelerat pentru ambele țări, față de creșterea medie europeană de 8,4% și 2,4%, ponderea turismului românesc și bulgăresc la nivel european rămâne una limitată de doar 0,4% și 1,3% (informativ, ponderea turismului SEE în total turism european din care fac parte România și Bulgaria a fost în 2017 de 19,9%).

În România, veniturile obținute din prestarea serviciilor de turism au fost în 2017 în valoare de 2,527 miliarde USD, în creștere cu 45,4% față de 2016, însă reprezintă doar 0,5% din turismul european. În Bulgaria s-au înregistrat pentru anul 2017 4,045 miliarde USD, în creștere cu 11,3% față de 2016, însă reprezintă doar 0,8% din turismul european.

În anul 2018 numărul de turiști nerezidenți cazați în structurile de cazare colectivă din România a fost de 2,784 milioane, puțin peste nivelul din 2017, iar cheltuielile acestora s-au ridicat în total la 6.635,6 milioane lei.

În acest capitol, de la aceste realități punem în lumină preocupările organizațiilor, instituțiilor naționale, regionale și locale și ale operatorilor în contextul tendințelor și trendurilor turismului actual.

2.1 Tendințe în cererea și oferta turistică în Constanța, România

Așadar la nivel internațional turismul este unul dintre sectoarele importante ce participă la dezvoltarea economică, ocuparea forței de muncă și are un impact asupra mediului înconjurător, iar în județul Constanța nu este o excepție. Potrivit datelor publicate de WTTC contribuția directă a sectorului de transport și turism din România la formarea PIB nivel național a fost de 1,3% în 2016 (10,1 mld. lei prețuri constante), de 1,4% în 2017 (12,2 mld. lei prețuri constante) iar în 2018 12,7 mld. lei prin creșterea anuală de 4,6%. Deoarece nu sunt publicate date referitoare la veniturile generate direct de turismul constănțean, estimăm totuși acest aport anual folosind o cheie simplă de repartitie de 4,5%, fiind contribuția economiei locale la economia națională: astfel, veniturile din turism pentru 2017 au fost în creștere cu 20% față de anul 2016 ajungând la 549 mil lei, iar 2018 a continuat creșterea însă la un nivel de 4,1%.

În privința contribuției transporturilor și turismului la formarea PIB literatura de specialitate aduce în prim plan atât contribuția directă (acomodare, alimente, transport, atracții, etc), contribuțiile indirecte (ex: construcția de noi spații de acomodare sau cheltuieli cu securitatea și salubritatea în zone publice, etc) cât și cele induse (ex: bunuri





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

de larg consum, servicii recreaționale, etc) așa încât se apreciază că impactul general/total al turismului este undeva la 5,3%-5,5% din PIB pentru anii 2017-2018.

WTTC apreciază că aceasta pondere probabil va rămâne similară sau chiar scăzută ușor și în următorii zece ani, plasând România pe locul 59 într-un clasament internațional unde se evaluează 185 de țări (editia 2018 a raportului). Prin comparație, sectorul turismului are o contribuție directă de 3% la PIB-ul mondial și de 3,5% la PIB-ul Europei. În plus, turismul aduce 10,4% din PIB-ul Bulgariei, 6% din PIB-ul Albaniei și 10,1% din PIB-ul Croației. În majoritatea țărilor, contribuția turismului la economie urmează să crească în următorii zece ani, precizează același raport. La nivel mondial, turismul a avut o contribuție directă de 3,9% și contribuție totală de 10,4% la economia globală în 2018, care se așteaptă să crească până la 11,5% până în 2029.

Potrivit Anuarului Statistic ediția 2017 în județul Constanța au fost înregistrați 1.163 mii turiști, din care 61 mii străini, cu 14,4% mai mulți decât în anul 2015 fiind acomodați în



Portul turistic Mangalia

foto sursa: <http://turistinfo-saturn.ro/>

cele 761 unități de ospitalitate cu un total de 85,285 mii locuri (capacități existente la 31 iulie). Dinamica pozitivă a continuat și în 2017 când s-au înregistrat 1.236 mii de turiști, iar statisticile oficiale cele mai recente publicate de către INS (Buletinul statistic lunar din decembrie 2018) arată că județul Constanța a fost vizitat în 2018 de 1.312 mii turiști cu 6,2% mai mulți decât anul anterior.

Turiștii străini, în număr de 62,751 mii sosiți în anul 2018, sunt aproximativ la același nivel cu numărul turiștilor străini sosiți în anul 2017, dețin o pondere de 4,8% în totalul turiștilor și sunt în creștere cu 2,8% față de 2016. Potrivit datelor Institutului Național de Statistică cel mai mare număr de turiști străini care vin în România sunt nemți (17%), pe locul doi și trei sunt francezi și americani (6,7%), urmați în ordine de englezi (6%) și italieni (5,6%), în timp ce bulgarii reprezintă doar 4% din cei care ne vizitează stațiunile litorale.

În dinamică însă observăm și faptul că nemții au continuat să ne viziteze litoralul, în creștere cu cca. 14% față de 2016, în timp ce francezii și americanii au generat o creștere mică de cca. 5% iar italienii au rămas la același nivel. O creștere serioasă a fost raportată de pe piața bulgărească cu peste 37% în anul 2018 față de 2016 și arată faptul că destinațiile noastre au intrat în competiție directă cu cele bulgărești, chiar dacă valorile absolute sunt de departe în favoarea vecinilor noștri (doar cu titlu de informare cifrele





pentru anul 2018 arată că Bulgaria este vizitată de cca. 990 mii români, majoritatea dintre aceștia având ca destinație raionul Dobrich). La fel de surprinzător este și faptul că în 2018 pe litoralul românesc și-au petrecut vacanța rezidenți chinezi și suedezi, fapt ce nu se întâmpla cu doi ani în urmă.

Ponderea mare a turiștilor români de peste 95% nu este o situație atipică, urmează trendul de la nivel internațional unde 80% dintre turiști sunt din aceeași regiune/țară (intraregional/național), însă este un semn de îngrijorare faptul că litoralul românesc este încă destinație pentru rezidenți români, cu o putere de cumpărare mult mai mică decât turiștii țărilor vest-europene care preferă încă alte destinații (turiștii nerezidenți sosiți în România în anul 2018 au cheltuit în medie 2.383,5 lei/persoană¹⁰)

În privința capacității fizice, respectiv a structurilor de primire turistică cu funcțiune de cazare din județul Constanța, aceasta a crescut continuu, așa cum sunt prezentate de către Direcția Județeană de Statistică Constanța locurile de cazare:

- În anul 2017 erau în funcțiune și autorizate 838 proprietăți (din care 332 sunt hoteluri) în creștere cu 10% decât în 2016 (761 locații, între care 323 erau hoteluri) și asigurau un număr de 84.157 locuri de acomodare.
- În 2018 locurile de cazare au crescut din nou la 84.891 ca efect al finalizării investițiilor derulate în anii anteriori și reprezintă 25% din capacitatea națională de cazare
- Odata cu creșterea capacității de acomodare au crescut anual și numărul de înnoptări: în toate unitățile de ospitalitate de pe litoral au fost 4.729,2 mii înnoptări înregistrate în anul 2017, cu 4,1% în plus față de 2016 iar în 2018 au avansat din nou cu cca. 6% la 5.010,8 mii înnoptări.

Turiștii care au beneficiat de aceste facilități de acomodare în 2017-2018 au contribuit la îmbunătățirea și altor indicatori de performanță a turismului românesc în sensul că a crescut durata sejurului mediu pe litoral la 3,8 zile și s-a menținut indicele de utilizare netă a capacității în funcțiune la 45%, nivel net superior mediei naționale care se situează la cca. 30%. Însă, spre deosebire de stațiunile montane, toate locațiile de ospitalitate de pe litoral beneficiază de o perioadă scurtă de sezon de cca 4 luni și astfel apare necesitatea unor noi servicii și produse care să extindă veniturile în sezon și/sau să extindă portofoliul de oferte.

Fără să repetăm anumite informații, este de apreciat faptul că activitatea turistică în ultimii ani în județul Constanța a înregistrat o dinamică accentuată atât din punct de vedere fizic, cât și valoric așa încât încercăm să punctăm intermediar câteva concluzii în planul valorii adăugate, astfel:

- Mai puțin de 10% din călătoriile efectuate de către rezidenții români au fost în străinătate; asta înseamnă că există o cutumă, o tradiție ce persistă de a petrece sejururi în țară însă și o oportunitate majoră de a înclina balanța în favoarea călătoriilor în străinătate în anii următori, mai ales în contextul scăderii costurilor de transport

¹⁰ http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/chelt_nerez_tr4r18.pdf





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

- Creșterea anuală a înnoptărilor a depășit creșterea capacității fizice oferite, ceea ce însemna un grad de atractivitate în creștere a ofertei generice de pe litoralul românesc
- Creșterea de două cifre a veniturilor anuale din turism în 2017, urmată de o creștere susținută de o cifră în 2018 a surmontat creșterea numărului de nopți înregistrate, așa încât avem o îmbunătățire a valorii adăugate a produselor și serviciilor turistice oferite.



Muntii Macinului, foto sursa <https://www.info-eforienord.ro/>

Evidența lunară a sosirilor și înnoptărilor corelată cu indicele de utilizare netă a spațiilor de cazare din oferta disponibilă pentru anii 2017 și 2018 arată o dinamică relevantă ce susține tendințele prezentate anterior, dar pune în lumină și elementele de sezonabilitate și interesul în creștere al turiștilor pentru vacanțele scurte, pentru sărbătorile creștine și preferințele pentru capetele de sezon.



Lacul de creta, Murfatlar, foto sursa <http://cniptmurfatlar.ro/>

Activitatea turistică din județul Constanța indică o tendință pozitivă, chiar dacă este cu o singură cifră, iar datele statistice pe luni arată tendințe și evoluții încurajatoare în ceea ce privește sezonabilitatea și preocupările operatorilor de a extinde afacerile dincolo de lunile estivale:

- Tabelul 1 arată o creștere anuală de 6,2% dar și o creștere la nivelul lunilor extrasezoniere dar festive (decembrie cu 10,7% și ianuarie cu 26,3%) ce arată interesul în creștere pentru vacanțele scurte în perioada sărbătorilor
- O altă tendință de creștere cu două cifre se înregistrează în lunile din afara sezonului, respectiv în septembrie de 19,7% și octombrie cu 10,0% ce poate fi explicat printr-o tendință de extindere a sezonului prin închiderea cu ritm lent a capacităților de





acomodare și de creștere a atracțiilor la cele deschise tot timpul anului (de exemplu în stațiunile balneo)

- În sezon se păstrează numărul de sosiri pentru lunile iunie și iulie, dar o creștere cu două cifre se înregistrează pentru luna august (13,4%) și luna septembrie (19,7%)
- Restul lunilor nu arată modificări substanțiale, doar cu excepție luna mai când a fost înregistrată o reducere

Luni	Sosiri 2018	Sosiri 2017	dinamica %
Ianuarie	14,949	11,837	26.3%
Februarie	15,793	15,519	1.8%
Martie	19,244	19,470	-1.2%
Aprilie	30,546	28,607	6.8%
Mai	43,025	52,980	-18.8%
Iunie	165,573	166,778	-0.7%
Iulie	371,344	369,934	0.4%
August	446,207	393,644	13.4%
Septembrie	141,960	118,561	19.7%
Octombrie	25,232	22,936	10.0%
Noiembrie	20,709	19,167	8.0%
Decembrie	17,836	16,109	10.7%
Total anual	1,312,418	1,235,542	6.2%

Tabelul 1. Numărul lunar de sosiri în județul Constanța, INS 2017-2018

- În privința înnoptărilor în dinamică 2018/2017 se observă că ponderea lunilor de vară în total se păstrează la 81-82% din total înnoptări anuale iar pentru lunile octombrie și decembrie sunt creșteri de cca. 10% chiar dacă nivelul lor cumulat este încă mic (crește de la 1,44% la 1,60% în total)
- Înnoptările au urmat ca și evoluție numărul de sosiri în fiecare luna în parte, în anul 2018 înregistrându-se o ușoară reducere a duratei anuale a sejurului de la 3,14 zile la 3,09 zile
- În tabelul 2 se prezintă dinamica anuală și lunară a înnoptărilor cu nivele de evoluție comparative cu cele ale sosirilor; în lunile extrasezoniere se observă evoluții ușor diferite între cei doi indicatori însă nu sunt semnificative

Pentru o imagine comparativă relevantă a acestor evoluții se prezintă în graficul următor evoluția lunară a sosirilor și înnoptărilor. Astfel se observa mult mai bine dinamica în același sens a celor doi indicatori, dar și faptul că se înregistrează acea ușoară reducere a duratei medii a sejurului.





Luni	Innoptari 2018	Innoptari 2017	dinamica %
Ianuarie	33,051	28,127	17.5%
Februarie	40,038	43,720	-8.4%
Martie	50,377	51,264	-1.7%
Aprilie	74,497	73,181	1.8%
Mai	112,661	141,453	-20.4%
Iunie	564,050	569,151	-0.9%
Iulie	1,538,779	1,518,123	1.4%
August	1,850,083	1,660,255	11.4%
Septembrie	552,578	466,662	18.4%
Octombrie	81,453	74,443	9.4%
Noiembrie	66,256	62,790	5.5%
Decembrie	46,943	40,017	17.3%
Total anual	5,010,766	4,729,186	6.0%

Tabelul 2. Numărul lunar de înnoptări în județul Constanța, INS 2017-2018

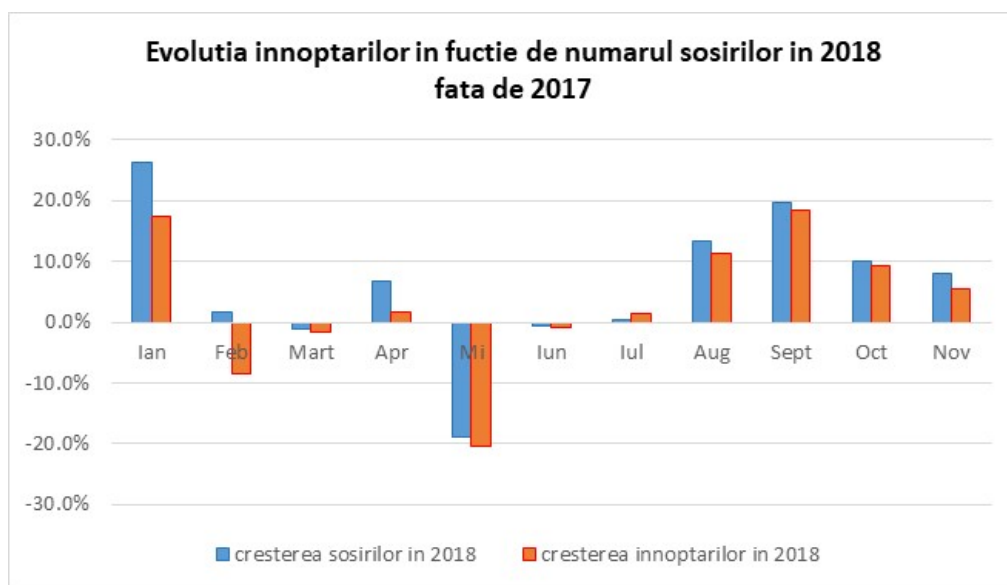


Figura 1. Comparație între creșterea sosirilor și creșterea înnoptărilor în județul Constanța, INS 2017-2018

Din datele oficiale publicate de către INS se pot creiona următoarele concluzii cu privire la situația generică a cererii și ofertei turistice în județul Constanța:

- În ceea ce privește sezonabilitatea, atât în județul Constanța cât și la nivel național, există o tendință de prelungire a sezonului turistic de la extrem de concentrat în lunile de vară la niveluri constant ridicate din aprilie/mai până în septembrie/octombrie.





- Sectorul turistic în județul Constanța înregistrează o dinamică pozitivă la fel ca și la nivel național, iar în ultimii ani se observă o evoluție favorabilă pentru diversificarea ofertei pentru lunile când se pot organiza vacanțe scurte în preajma sărbătorilor legale și creștine
- Litoralul românesc rămâne destinația favorită a turiștilor români, însă în județul Constanța devin atractive destinațiile pentru țări precum Suedia și Israel, ca să enumerăm câteva țări alături de Bulgaria
- Turiștii europeni reprezintă cea mai importantă piață pentru oferta litoralului românesc, cu tendințe de creștere din partea turiștilor non-UE.

În privința ofertei turistice de la nivelul județului Constanța evaluarea acestui studiu a luat în calcul operatorii hotelieri, proprietarii de vile și pensiuni, agenții de turism și tur-operatori, restaurante, baruri, precum și alte locații și activități ce completează oferta de pe litoral, indiferent de mărimea acestora. Totuși, majoritatea entităților sunt SRL-uri care operează una sau mai multe structuri de ospitalitate și încearcă să integreze pe orizontală oferta turistică pentru maximizarea câștigurilor sezoniere, în sensul că se oferă cazare, masă, servicii de tip concierge dar și divertisment.

În urma prelucrării datelor statistice disponibile, distribuția teritorială a operatorilor din județul Constanța este următoarea:

Categorii/Localitate	Constanța	Mangalia	Navodari	Mamaia	Techirghiol	Eforie	Altele	Total
Tur operatori, agentii	127	6	5	8	1	4	20	171
Hoteluri si hosteluri	117	22	25	51	5	50	146	416
Vile si pensiuni	91	12	42	6	12	34	109	306
Campinguri si parcuri	2	2	3	1	0	2	16	26
Restaurante si baruri	957	130	89	60	18	55	592	1,901
Alte spatii	51	4	14	4	4	6	37	120
Total	1,345	176	178	130	40	151	920	2,940

Tabelul 3. Numărul și distribuția teritorială a operatorilor din turism, județul Constanța, 2018, Date prelucrate din www.listafirme.ro

În tabelul de mai sus se poate observa o concentrare a operatorilor în Constanța și Mamaia cu peste 50% dintre unități, în timp ce localitățile stațiune de pe coasta Mării Negre reprezintă mai bine de 20% din total; altfel spus, aceste șase localități/stațiuni concentrează 70% din totalul organizațiilor de ospitalitate din acest sector.



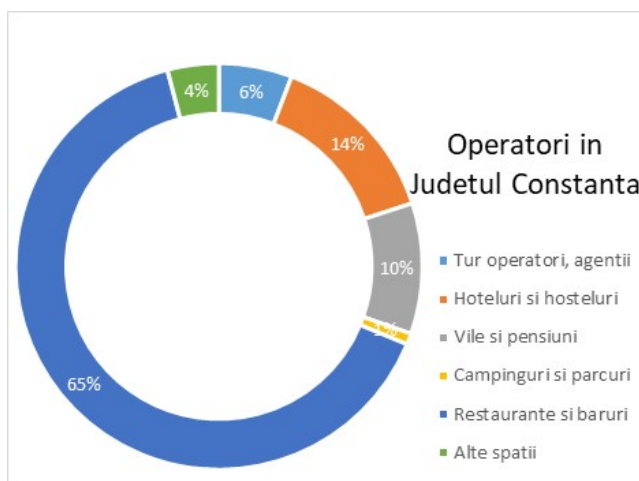


Figura 2 Structura operatorilor în județul Constanța

O imagine interesantă asupra tipologiei operatorilor în aceste orașe relevă un echilibru între oferta de cazare și cea de servire a mesei/divertisment (de exemplu în Techirghiol restaurantele și barurile reprezintă 45% în timp ce 43% dintre operatori sunt spații de acomodare - hoteluri, hosteluri, vile și pensiuni; în Mamaia proporția este de 46% la 44%).

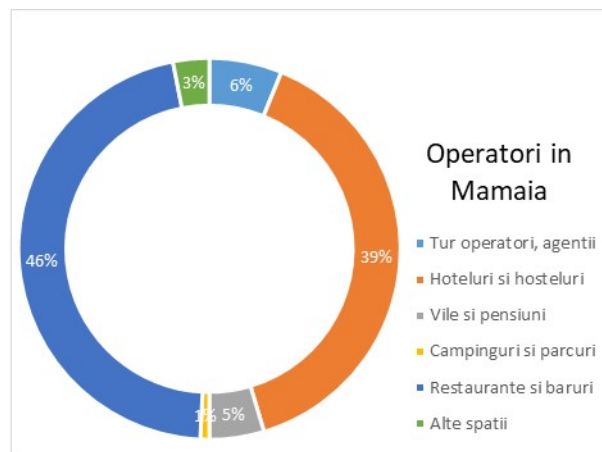
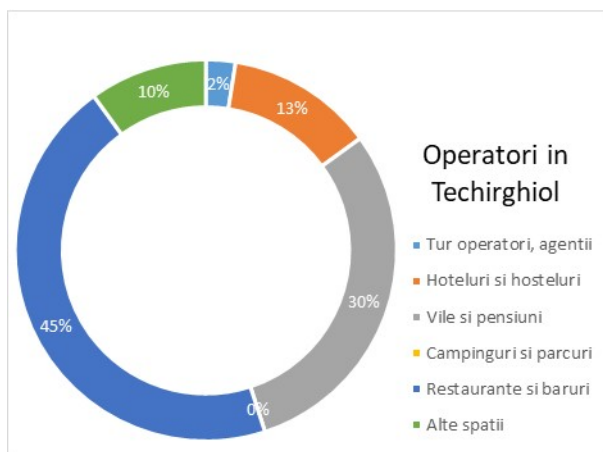


Figura 3 Structura operatorilor în Techirghiol și Mamaia

O situație atipică avem în Eforie, localitate ce beneficiază de o gamă largă de facilități de tratament, balneo și recuperare unde oferta de cazare unde se servește și masa reprezintă 56% din total față de 36% restaurant și alte locații unde se pot servi mesele.

În Năvodari oferta locațiilor de alimentație publică și divertisment reprezintă 50%, în timp ce cazarea reprezintă 37% din ofertă, fapt ce se explică prin explozia ultimilor ani în privința spațiilor de petrecere și de divertisment care atrag turiști și rezidenți chiar și în afara sezonului estival.



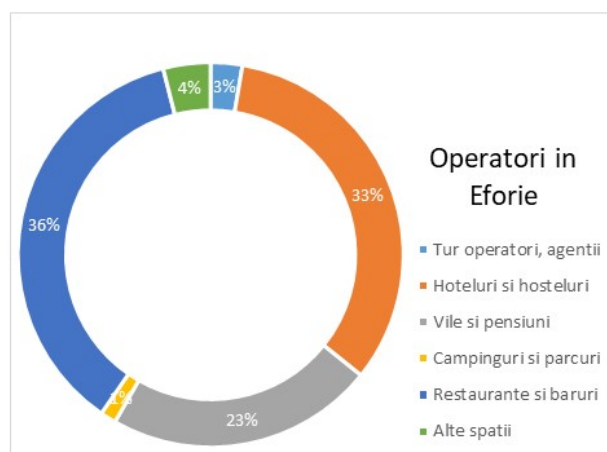
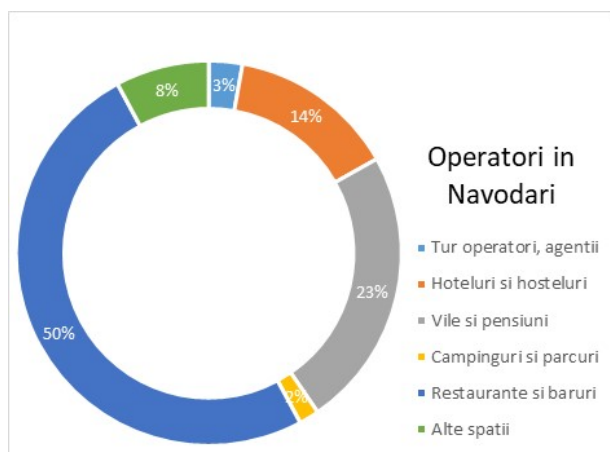


Figura 4 Structura operatorilor în Năvodari și Eforie

Totuși, față de situația la nivel de județ, municipiile Constanța și Mangalia urmează aceeași proporție în favoarea restaurantelor și barurilor cu peste 70% (65% fiind ponderea restaurantelor din oferta județului) față de 16-20% cât adună oferta de cazare.

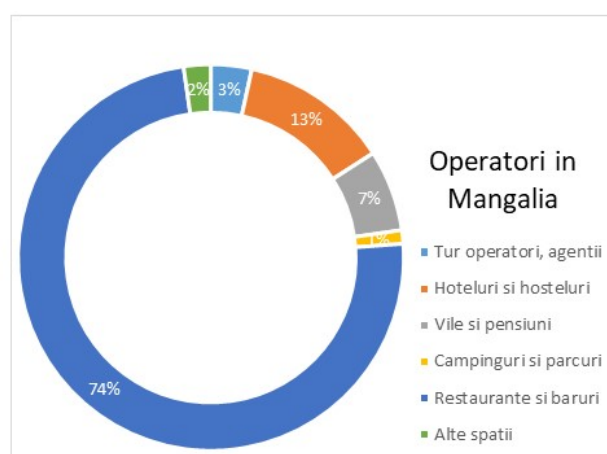
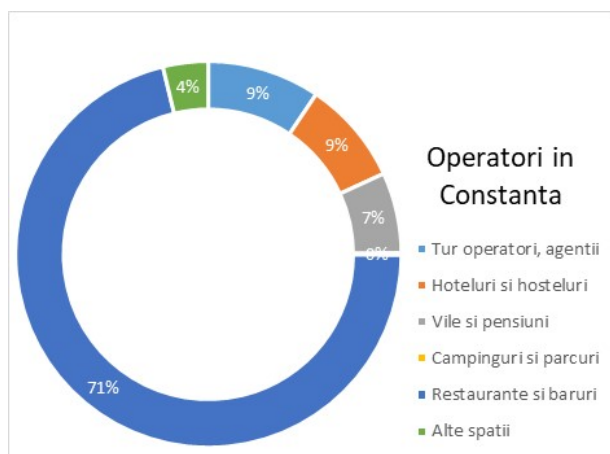


Figura 5 Structura operatorilor în Constanța și Mangalia

În privința distribuției teritoriale și pe tipuri de activități în județul Constanța avem următoarea ofertă turistică

- Datorită unei concentrări mai mari a activității turistice cea mai mare pondere o dețin împreună Constanța și Mamaia cu peste 50%, iar împreună cu Eforie, Techirghiol Năvodari și Mangalia însumează 70% din oferta turistică
- Cea mai mare bază de locuri de cazare se află în Constanța și Mamaia cu peste 37% din oferta de cazare, urmate de Eforie cu 12% și Năvodari 9%
- Există, de asemenea, un număr relativ mare de pensiuni și vile - în total 416, ceea ce face ca acest grup țintă să fie important - 65% din oferta specifica apartine celor 6 localități evidențiate tabelar anterior.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

- Din informațiile disponibile în ceea ce privește capacitatea operațională pe durata întregului an, cele mai multe locuri de cazare se află în Eforie.
- Operatorii de turism și agențiile de turism se concentrează în Municipiul Constanța și stațiunea Mamaia în proporție de cca. 80%
- Din punct de vedere al diversității ofertei turistice, cel mai bun echilibru în oferta de produse turistice - combinarea pachetelor turistice, includerea de forme alternative, îl au Techirghiol și Mamaia.

2.2 Tendințe în cererea și oferta turistică în Dobrich, Bulgaria

Potrivit datelor publicate de WTTC contribuția directă a sectorului de transport și turism din Bulgaria la formarea PIB nivel național a fost de 10,4% în 2018 în creștere cu 3,8% față de anul anterior, în condițiile în care creșterea economiei globale a fost de 3,2%. În privința contribuției transporturilor și turismului la formarea PIB literatura de specialitate aduce în prim plan atât contribuția directă (acomodare, alimente, transport, atracții, etc), contribuțiile indirecte (ex: construcția de noi spații de acomodare sau cheltuieli cu securitatea și salubritatea în zone publice, etc) cât și cele induse (ex: bunuri de larg consum, servicii recreative, etc) așa încât se apreciază că impactul general/total al turismului este undeva la 11,7% din PIB 2018, cca 7,639 miliarde USD.

Tot WTTC estimează la 10 milioane de sosiri internaționale, în creștere față de 2018 cu 19,47%. Cei mai mulți turiști care au vizitat Bulgaria în 2018 sunt nemți și români, ambele categorii reprezentând câte 12% din total turiști.

Complexul Lacul Shabla, arie protejată
foto sursa: <https://eurekainstitute.eu>



În privința scopului călătoriilor în Bulgaria, balanța se înclină în favoarea vacanțelor cu 72%, în timp ce doar 28% dintre turiști au vizitat Bulgaria în scop de afaceri, iar din perspectiva provenienței veniturilor, 84% aparțin turiștilor străini.

Dezvoltarea turismului durabil este stabilită ca o prioritate majoră în planurile strategice de dezvoltare a municipiilor din Balçik, Kavarna, Șabla.

Turismul aduce venituri semnificative la nivel regional în regiunea Dobrich și este un furnizor de servicii de vârf.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Potrivit celor mai recente date ale INS, veniturile din turism în regiunea Dobrich în 2017 se ridică la peste 119 milioane de leva, ceea ce reprezintă cca. 10% din totalul veniturilor din turism la nivel național. În 2017, Bulgaria a fost vizitată cel mai mult de turiștii români - aproape 2 milioane, potrivit datelor din INS, ceea ce reprezintă o creștere de 11% față de anul 2016. Datele arată că, din aprilie până în septembrie, numărul vizitelor se menține ridicat între aproximativ 150.000 și 280.000 de vizitatori.

Potrivit datelor Ministerului Turismului, în primele opt luni ale anului 2018, cel mai mare număr de turiști în Bulgaria sunt românii. Țara este vizitată de aproape 990.000 de turiști români, dintre care majoritatea vizitează tocmai raionul Dobrich. Pe locul doi ca număr sunt grecii cu peste 800 000 de turiști, iar pe locul trei sunt nemții - între 650 000 și 700 000 de persoane în primele opt luni ale anului. Turiștii ruși au o scădere cu 6%, iar în primele opt luni ale anului, Bulgaria a fost vizitată de peste 400.000 de turiști ruși. Declinul se explică datorită destinațiilor din ce în ce mai populare, cum ar fi Tunisia și Turcia.



În același timp, în primele opt luni ale anului 2018, la nivel național, Ministerul Turismului a raportat creșteri serioase de pe alte piețe, precum Ucraina - creștere de 25%, Marea Britanie - creștere de aproape 18%, Polonia - aproximativ 22%, Israel - creștere de aproximativ 20%.

Rezervatia arheologica Yailata

foto sursa: <https://eurekainstitute.eu>

Comparativ cu luna aprilie 2017, în raionul Dobrich, numărul total de locuri de cazare a crescut cu 17,2%, potrivit datelor furnizate de Biroul statistic teritorial din Dobrich. Se observă o tendință de creștere puternică într-una dintre lunile slabe pentru turism - luna aprilie. Numărul total de înnoptări în toate unitățile de cazare înregistrate în aprilie 2018 a fost de 43,4 mii, sau cu 4,8% mai mult decât în aceeași lună a anului precedent.

Persoanele care au înnoptat în unitățile de cazare în aprilie 2018 au crescut cu 22,1% față de aceeași lună a anului 2017 și au ajuns la 17,5 mii. Turiștii străini care vizitează regiunea Dobrich sunt în principal din România (74,4%), Federația Rusă (4,1%), Finlanda (2,8%) și Germania (2,7%).





În anul 2018, activitatea turistică din regiunea Dobrich a înregistrat o creștere de 12% a numărului de înnoptări. Datele arată că, de la 119 067 115 leva în 2017, veniturile din cazări au crescut la aproape 134 milioane leva.

Lunile	Venituri din înnoptări 2018	Venituri din înnoptări 2017	% creștere în 2018
Ianuarie	458803	294092	56
Februarie	407112	369413	10
Martie	602045	529092	14
Aprilie	2477634	2071478	20
Mai	5060480	3096883	63
Iunie	21595269	18324315	18
Iulie	41845331	38210856	10
August	43495816	39862301	9
Septembrie	14332639	13572250	6
Octombrie	1981253	1449630	37
Noiembrie	606161	576387	5
Decembrie	1028736	710418	45

Tabelul 4. Datele INS privind veniturile din cazări în teritoriul regiunii Dobrich, date în leva
Sursă: INS, date pentru 2018 și 2017

Datele pe luni indică o altă tendință extrem de pozitivă, și anume că cele mai mari creșteri ale veniturilor au fost înregistrate în lunile din afara sezonului turistic puternic, și anume în ianuarie (56%), mai (63%), octombrie (37%) și decembrie (45%), astfel:

- Creșterea lunară a veniturilor în 2018 depășește creșterea lunară a numărului de nopți de cazare, ceea ce reprezintă un indicator al creșterii valorii adăugate a produselor turistice oferite
- Creșterea puternică a câștigurilor de două cifre este înregistrată în toate lunile în 2018, cu excepția a patru luni în 2018, cu o creștere de o cifră
- creștere puternică a veniturilor a avut loc în cele mai puternice luni - iunie (18%), iulie (10%) și august (9%).
- creștere enormă a veniturilor în așa numitele lunile festive: decembrie (45%), ianuarie (56%). Acest lucru vorbește despre depășirea sezonității și a interesului pentru vacanțe mai scurte, combinate cu sărbătorile
- creștere semnificativă a avut loc și în luna octombrie (37%) și în mai (63%), ceea ce poate fi explicat printr-o tendință de extindere a sezonului - deschiderea mai devreme și închiderea mai târzie. Cel mai probabil, o influență pozitivă a avut-o dezvoltarea dinamică a turismului de conferințe, care în mod tradițional este puternic în aceste luni.





Lunile	Nr. înnoptări realizate 2018	Nr. înnoptării realizate 2017	% creștere în 2018
Ianuarie	8389	7174	17
Februarie	9228	9628	-4
Martie	11847	11329	5
Aprilie	43397	41421	5
Mai	100891	65053	55
Iunie	430215	404989	6
Iulie	715912	703153	2
August	701032	683111	3
Septembrie	259207	258907	0
Octombrie	35360	31142	14
Noiembrie	11521	10815	7
Decembrie	14455	10975	32

Tabelul 5. Datele INS privind numărul de înnoptări realizate pe teritoriul regiunii Dobrich
Sursă: INS, date pentru 2018

Graficele de mai jos arată dinamica creșterii veniturilor și a numărului de înnoptări. În toate lunile, veniturile cresc mai repede decât numărul cazărilor, ceea ce reprezintă un indicator al valorii adăugate mai mari a produselor oferite sau o creștere a prețurilor unitare pentru o înnoptare în 2018.

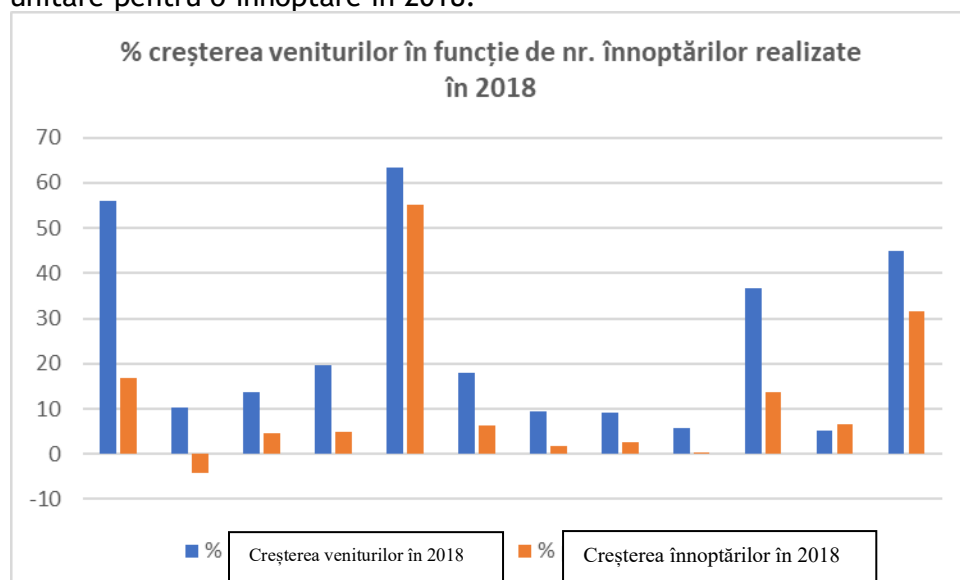


Figura 6. Comparația creșterii veniturilor în % față de creșterea în % a înnoptărilor



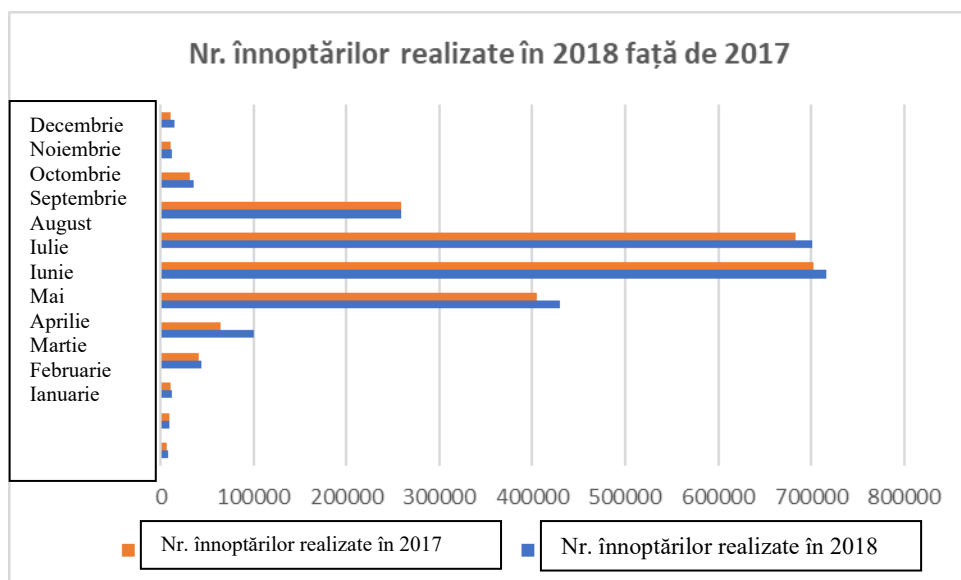


Figura 7. Înnoptări realizate în 2018, comparativ cu anul 2017, date pe luni
Sursa: INS, date pentru 2018

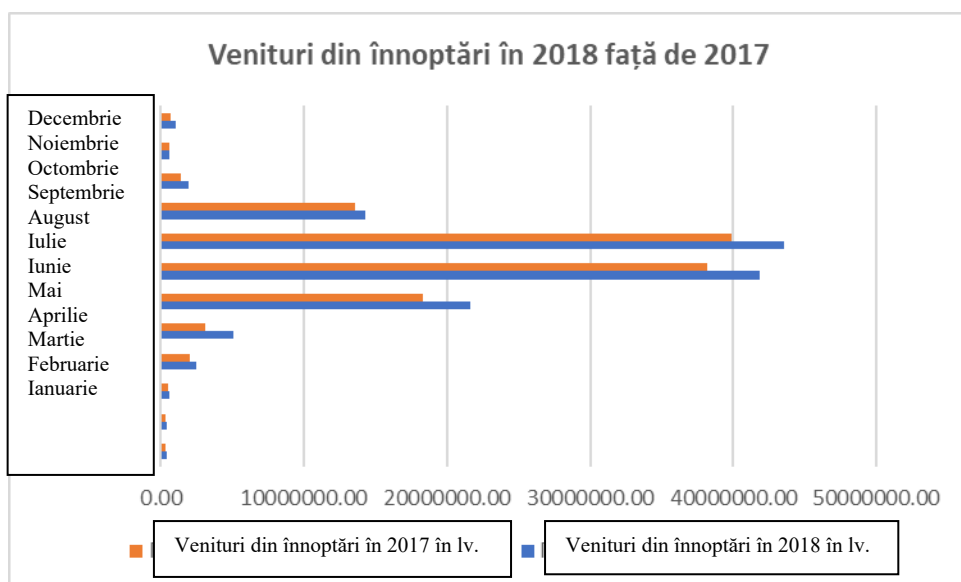


Figura 8. Venituri din înnoptări în 2018 față de 2017, date pe luni

Din datele oficiale publicate de Institutul Național de Statistică și Ministerul Turismului se pot trage următoarele concluzii privind situația cererii și ofertei turistice în Dobrich:





- Turismul este una dintre cele mai dinamice industrii, atât la nivel național, cât și în regiunea Dobrich. Creșterea manifestată de această industrie în ultimii ani arată o tendință pozitivă durabilă.
- În mod tradițional, românii și bulgarii au contribuit cel mai mult la dezvoltarea dinamică a turismului în regiunea Dobrich
- Turiștii europeni în ansamblu sunt a doua cea mai importantă piață turistică din ambele zone transfrontaliere
- Din ce în ce mai mare importanță câștigă piețele noi din Europa Centrală și de Est și cele din afara UE și din Orientul Mijlociu
- În ceea ce privește sezonabilitatea, atât în regiunea Dobrich cât și la nivel național, există o tendință de prelungire a sezonului turistic de la extrem de concentrat în lunile de vară la niveluri constant ridicate din aprilie până în septembrie.

Dintre unitățile de cazare, următoarele categorii de hoteluri sunt de interes: hoteluri (2-4 stele), hoteluri de familie, case de oaspeți și apartamente pentru oaspeți. Alte întreprinderi mici și mijlocii din domeniul turismului, care fac obiectul studiului, sunt: restaurante și localuri de divertisment, operatori de turism și agenții de voiaj, firme de transport în turism.

Conform datelor din Registrul Național al Turismului din Bulgaria, distribuția locurilor de cazare și alimentație publică pe teritoriul regiunii Dobrich este următoarea:

Categorie/ Localitate	Balcic	Dobrich	Kavarna	Kranevo	Sabla	Krapet	Durankulak	Ttoal
Tur -operatori si agentii de turism	1	5	1	1	0	0	0	8
Apartamente pentru oaspeti	125	7	293	28	0	0	0	453
Bungalouri/Camping	1	0	0	9	2	1	1	14
Vile/Casa de oaspeti	61	0	3	36	10	20	4	134
Hotel, hotel de familie	59	10	7	62	1	1	0	140
Localuri de mâncare și divertisment	164	470	149	148	34	14	10	989
Total în funcție de localitate	411	492	453	284	47	36	15	1738

Tabelul 6. Numărul și distribuția teritorială a IMM-urilor în domeniul turismului, raionul Dobrich 2018

Sursa: Registrul Național al Turismului

Datele oficiale din Registrul Național al Turismului relevă faptul că în cele trei municipii din regiunea Dobrich se concentrează aproape 80 % din numărul total al întreprinderilor din sectorul turismului: 29% din totalul IMM-urilor sunt în municipiul Dobrich, 26% în municipiul Kavarna și 23% în municipiul Balcic. Cel mai mic număr de IMM-uri se află în municipalitatea Durankulak - doar 1%, Krapet - 2% și municipiul Șabla cu 3%. Municipiul Kranevo are un număr mediu de IMM-uri - 16%, dar cu o varietate relativ bună de cazare și mâncare.





Cetatea Kavarna

foto sursa: <http://www.tourism.government.bg>

O dinamică interesantă se observă în ceea ce privește distribuția IMM-urilor pe tipuri în planul teritorial.

Din datele disponibile, se observă că în municipiul Kavarna predomină două tipuri de IMM-uri în turism - hoteluri - apartamente (65% din numărul total) și restaurante și localuri de divertisment (33%).



cazare.

Complexul arhitectural si Palatul Reginei Maria

foto sursa: <https://eurekainstitute.eu>

La fel este și situația din municipiul Dobrich, unde se concentrează aproape toți operatorii de turism înregistrați și agenții de turism, firmele de transport și un număr mare de restaurante și localuri de divertisment. Municipiul Balcic are cel mai bun echilibru și varietate de tipuri de IMM-uri: locațiile de alimentație publică și de distracție reprezintă 41% din numărul total al IMM-urilor, iar 59% sunt unități de

Există, de asemenea, și câțiva operatori de turism care și-au înregistrat activitatea pe teritoriul municipiului. În Balcic și Kranevo există cel mai mare număr de hoteluri, vile și case de oaspeți - respectiv 110 în Balcic și 98 în Kranevo.

Extrasele din Registrul Național al Turismului din Bulgaria relevă următoarele:

- Cu cea mai mare pondere în studiul de față se află stațiunile Balcic, Kranevo, Kavarna și Dobrich din cauza concentrării activității turistice în aceste municipii





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

- Cea mai mare bază de locuri de cazare este situată pe teritoriul municipiilor Balcic și Kranevo, urmată de municipiul Kavarna
- Dintre tipurile de cazare cu cel mai mare număr sunt apartamente pentru oaspeți - în total 452. Acestea sunt concentrate în apropierea terenurilor de golf în satele Bojureț și Topola, municipiul Kavarna
- Cu cea mai mare pondere în ceea ce privește locurile de cazare sunt hotelurile, 140 de hoteluri în total (inclusiv hoteluri de familie)
- Există, de asemenea, un număr relativ mare de case de oaspeți și vile - în total 143, ceea ce face ca acest grup țintă să fie, de asemenea, foarte important din punct de vedere al marketingului
- Din informațiile disponibile în Registrul Național al Turismului din Bulgaria, este clar că în ceea ce privește capacitatea operațională, cele mai multe locuri de cazare cu volum de muncă pe tot parcursul anului se află în orașul Balcic și în orașul Dobrich. Deși este o așezare relativ mare și centru municipal, orașul Kavarna are relativ puține locuri de cazare disponibile pe tot parcursul anului.
- Operatorii de turism și agențiile de turism se concentrează în orașul centru municipal Dobrich
- În ceea ce privește diversitatea ofertei turistice: cel mai bun echilibru în oferta de produse turistice - combinarea pachetelor turistice, includerea de forme alternative, îl are teritoriul municipiilor Balcic, Kavarna și Kranevo. Cea mai modestă ofertă turistică - de la locuri de cazare, până la organizarea de excursii și experiențe organizate, o are teritoriul municipiilor Șabla, Durankulak și Krapet
- Orașul Balcic: are cel mai bun echilibru între tipurile de cazare cu o cotă relativă mare de hoteluri și apartamente pentru oaspeți





3. Studiul de piață privind explorarea situației turismului în regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich

3.1 Cadrul metodologic

Studiul se adresează întreprinderilor:

- active din punct de vedere economic (care desfășoară activitate economică la momentul realizării studiului),
- relevante pentru studiu, respectiv activitatea lor are o legătură directă sau indirectă cu sectorul turistic, fără să se aplice criterii restrictive în ce privește tipul de întreprindere invitată să participe la studiu (organizații de toate dimensiunile-microîntreprinderi, întreprinderi mici, mijlocii și mari, cu activitate în mediul urban și/sau rural).

În continuare se prezintă elementele metodologice aplicate:

- S-a determinat universul de investigat, respectiv care este numărul total de companii înregistrate și active la nivelul județului Constanța, respectiv în raionul Dobrich în domeniul turismului. S-a determinat, apoi, pe baza numărului de firme active la nivelul anului 2018, din fiecare categorie de operatori, care este structura pe județ (cote) pentru distribuirea celor 55 de chestionare pentru județul Constanța și 52 pentru Dobrich - eșantionarea
- În vederea asigurării reprezentativității grupului țintă, în cazul acestei eșantionări stratificate și la nivelul tipului de firmă, s-a urmarit pe cât posibil pentru fiecare domeniu în parte să se selecteze și firme din categoria IMM.
- Lista a fost alcătuită într-un fișier de tip Excel și s-a utilizat în procesul de abordare directă și/sau telefonică. Culegerea datelor s-a făcut prin metoda interviului față în față, pe suport hârtie și creion (PAPI) pentru 55 de organizații din Constanța, locul nefiind impus și a rămas la nivelul consultantului și echipei sale de operatori. Acolo unde nu a fost posibilă programarea unei întâlniri, preluarea datelor a fost realizată prin intermediul unei convorbiri telefonice.
- Pentru pregătirea și proiectarea sondajului în Dobrich, a fost folosit un "pachet de afaceri" al software-ului profesional specializat "Survio". Acest lucru a permis accesul ușor și direct al respondenților la sondajul online - prin intermediul unui computer, tabletă și telefon mobil. La sondajul efectuat în rândul părților interesate au participat 52 de reprezentanți ai sectorului turistic din regiunea Dobrich.
- Perioada de referință a fost stabilită pentru Dobrich în 01-31 ianuarie 2019 iar pentru Constanța în perioada 4-8 martie 2019, interviurile fiind repartizate pe zile uniform de-a lungul săptămânii, realizându-se o cercetare continuă.





3.2 Informații conținute în chestionar

A fost alcătuit un singur chestionar generalist pentru toate entitățile vizate, adaptate pentru a investiga opinia sectorului turistic cu privire la starea ofertei turistice în regiune și la atitudinea mediului de afaceri față de dezvoltarea diverselor forme de turism creativ și inovator. Acest chestionar cuprinde 3 părți: prima parte include câteva elemente de identificare a organizației, profilul sumar al reprezentantului organizației țintă și localizarea operatorului. A doua parte se referă la evaluarea situației actuale a ofertei turistice în județul Constanța și, respectiv, raionul Dobrich (întrebările 1-5), iar ultima parte preia de la operatori opinia sinceră cu privire la potențialul turismului alternativ, al formelor de turism inovativ și creativ (întrebările 5-10).

Întrebările sunt ușor de înțeles, prin simplificarea prezentării conceptelor: chestionarul conține întrebări închise și semi-inchise - cu opțiunea "altceva, vă rugăm specificați" și care durează aproximativ maxim 10 minute. O parte dintre întrebări au unul sau mai multe răspunsuri posibile. Chestionarul este însoțit de o pagină de introducere în contextul proiectului și al rezultatelor așteptate, precum și a perspectivelor/beneficiilor pentru firme, fiind prezentat și agreat cu beneficiarul.

1. Vă rugăm, indicați în ce sferă a industriei turismului sunteți?
2. Ce servicii de turism furnizați oaspeților / vizitatorilor dvs. în timpul șederii lor?
3. Din experiența dvs., care este durata medie de ședere a turiștilor din regiunea Constanța?
4. Ce naționalitate au turiștii care predomină în obiectivul dvs. turistic?
5. Din punctul dvs. de vedere în ce măsură oferta turistică actuală din regiunea dvs. răspunde cerințelor turiștilor și vizitatorilor?
6. În opinia dvs., cum ar putea industria turismului din regiunea dvs. să extindă sezonul și să crească veniturile din turism?
7. În opinia dvs., care tip de turism alternativ / creativ are cel mai mare potențial de a îmbogăți și diversifica oferta turistică din regiunea dvs.?
8. Credeți că oaspeții / vizitatorii dvs. ar fi interesați de un tur alternativ cultural de cunoaștere cu vizite la mănăstiri și alte locuri religioase?
9. Credeți că un produs turistic bine conceput, cu accent pe "vacanța activă" cum ar fi un tur cu iahturi, va diversifica și va îmbogăți portofoliul dvs.?
10. Credeți că organizarea de evenimente suplimentare, cum ar fi festivaluri și evenimente, poate contribui la o mai bună experiență și satisfacție a turiștilor din regiunea dvs.?





3.3 Prelucrarea și interpretarea datelor

În continuare sunt prezentate datele prelucrate de la nivelul eșantionului total de 108 organizații și interpretarea acestora în contextul descris prin analiza documentară anterioară.

Întrebările introductive sunt referitoare la denumirea organizației, poziției persoanei intervievate și domeniul de activitate în industria turistică a respondenților: se observă din rezultatele întrebărilor introductive o reprezentare foarte bună a diferitelor părți interesate din punct de vedere al segmentului și al afacerilor, sferei de activitate și localizării, urmând structura identificată la etapa de segmentare a pieței analizate.

Întrebarea 1. Indicați în ce sferă a industriei turismului sunteți?

În ceea ce privește structura companiilor investigate din Bulgaria, spre deosebire de “vârfurile” din România pentru hoteluri și restaurante, în regiunea Dobrich distribuția companiilor este relativ uniformă pe hoteluri, restaurante și case/vile/pensiuni. O diferență importantă se înregistrează în ceea ce privește categoria “Altele”, a cărei pondere este de 9.26% în regiunea Dobrich și de doar 3.57% în regiunea Constanța.

Pe totalul zonei investigate (regiunea Dobrich și regiunea Constanța) se observă preponderența restaurantelor (46.30%) urmate de hoteluri (37.04%).

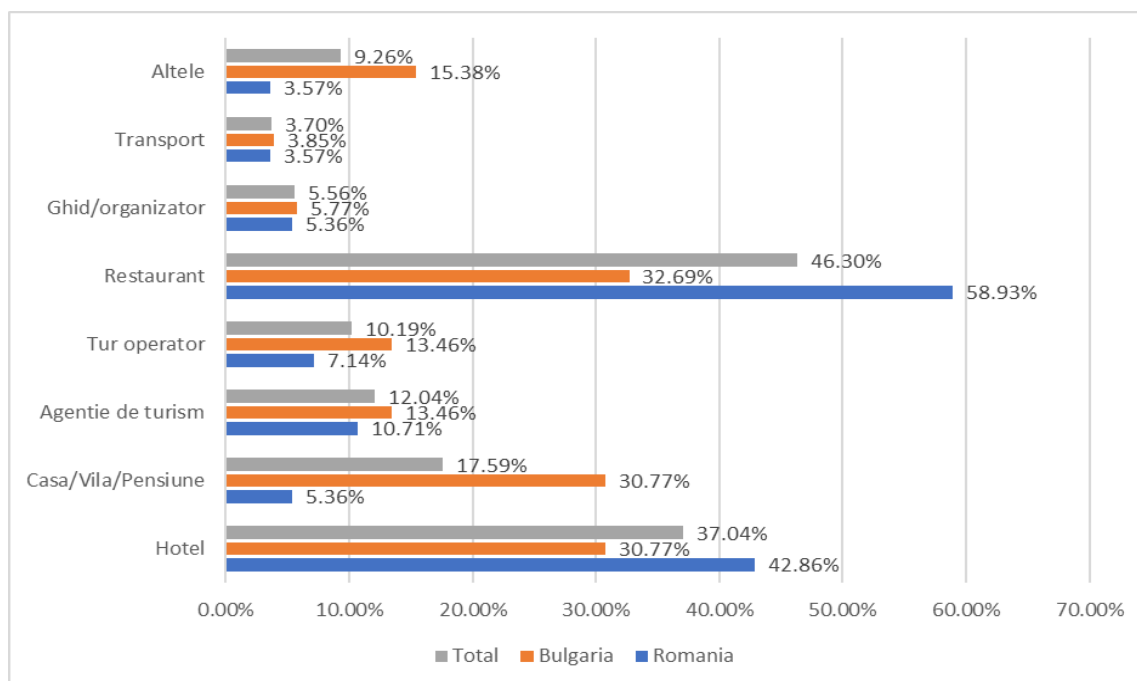


Figura 9. Distribuția respondenților pe domenii de activitate în industria turismului (comparativ Constanța/Dobrich/Total) (%)





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Distribuirea participanților în funcție de produsele și serviciile pe care le oferă

Întrebarea 2. Ce servicii de turism furnizați oaspeților/vizitatorilor dvs. în timpul șederii lor?

În ceea ce privește regiunea Dobrich, deși destinația este încă percepută ca un loc în care vizitatorii vor primi în principal servicii turistice de bază (cazare și masă), este evidentă o tendință pozitivă spre îmbogățire și modernizare față de oferta de bază de cazare și masă.

Există o practică de valorificare a resurselor și identității culturale din regiune, precum și a naturii conservate și autentice care trebuie să fie accesibilă vizitatorilor și să se îmbine în experiența sa. Potrivit rezultatelor obținute prin aplicarea chestionarului în zona Dobrich, un număr de 46 de respondenți au optat pentru un produs sau serviciu care depășește limitele meselor, cazării și transportului.

Astfel, la nivel total, comparativ cu cele două regiuni, singura deosebire importantă ce reiese din studiu este ponderea mai ridicată a celor care servesc “doar masă” în regiunea Constanta, comparativ cu ponderea mai mare a celor ce oferă “doar cazare” în regiunea Dobrich. Pe total, cele două regiuni oferă premise foarte bune pentru dezvoltarea turismului creativ și inovativ, actorii din sectorul turistic fiind interesați în a diversifica gama de servicii oferite, cu accent pe turismul cultural, artistic, naturale și religios. Nu în ultimul rând, ponderea celor ce oferă servicii de “cazare și masă”, practic servicii hoteliere clasice, este aproximativ egală la nivelul celor două regiuni.

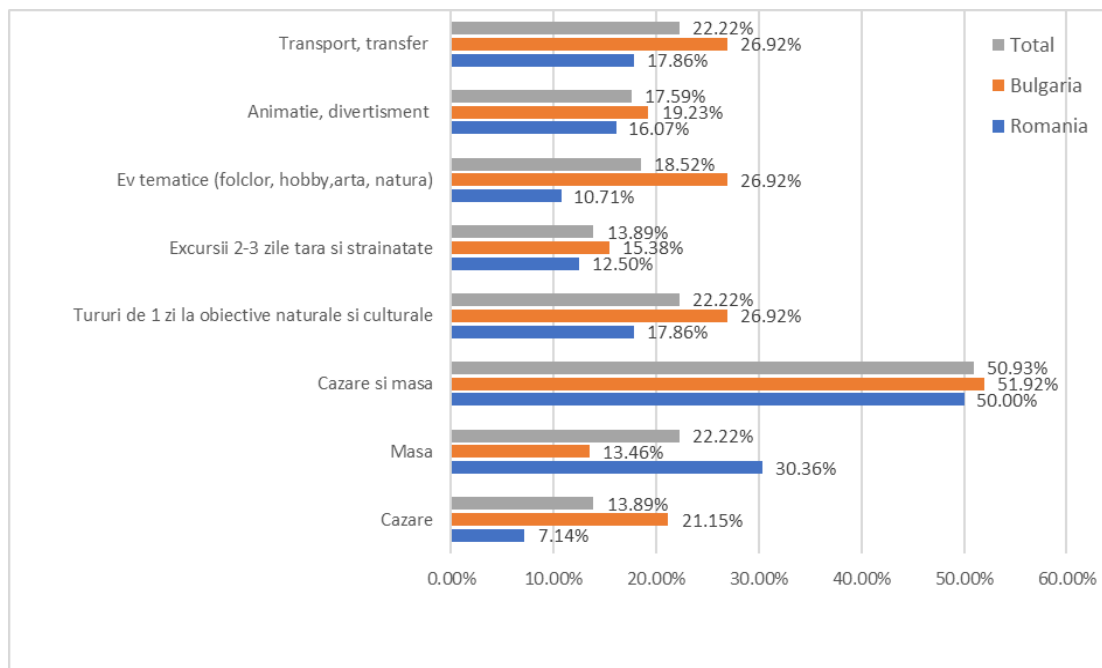


Figura 10. Tipurile de produse și servicii turistice furnizate oaspeților/vizitatorilor (%)





Profilul turistilor în județul Constanța

Întrebarea 3. Care este durata medie de ședere a turiștilor în județul Constanța?

În regiunea Dobrich studiul a arătat cu claritate că peste 2/3 din toate vizitele în regiune se încadrează în categoria de 2 până la 5 zile de ședere. Cea mai mare rată este cea a turiștilor care petrec 2-3 zile în regiune - peste 40%. În segmentul de 3-5 zile de ședere regăsim, de asemenea, o cotă semnificativă de aproape 30%. Din datele obținute se poate concluziona că regiunea Dobrich este percepută ca o destinație pe termen scurt accesibilă pentru un weekend, weekend lung, sărbători naționale.

Sejurul de o săptămână și de două săptămâni este de obicei supus unui factor sezonier puternic, în timp ce sejururile scurte sunt de 2-5 zile. De aceea, faptul că majoritatea turiștilor preferă o ședere mai scurtă este o condiție prealabilă pentru extinderea sezonului prin construirea de produse și servicii care vor îmbogăți și diversifica șederea lor scurtă în regiunea Dobrich.

Din răspunsurile la întrebare ale operatorilor din Constanța reiese cu claritate că o proporție covârșitoare a turiștilor (82.15%) au o durată a sejurului sub 5 zile, repartitia fiind aproximativ egală pe cele 2 intervale, respectiv 39,29% aleg sejururi de 2-3 zile și 42.86% aleg sejururi de 3-5 zile.

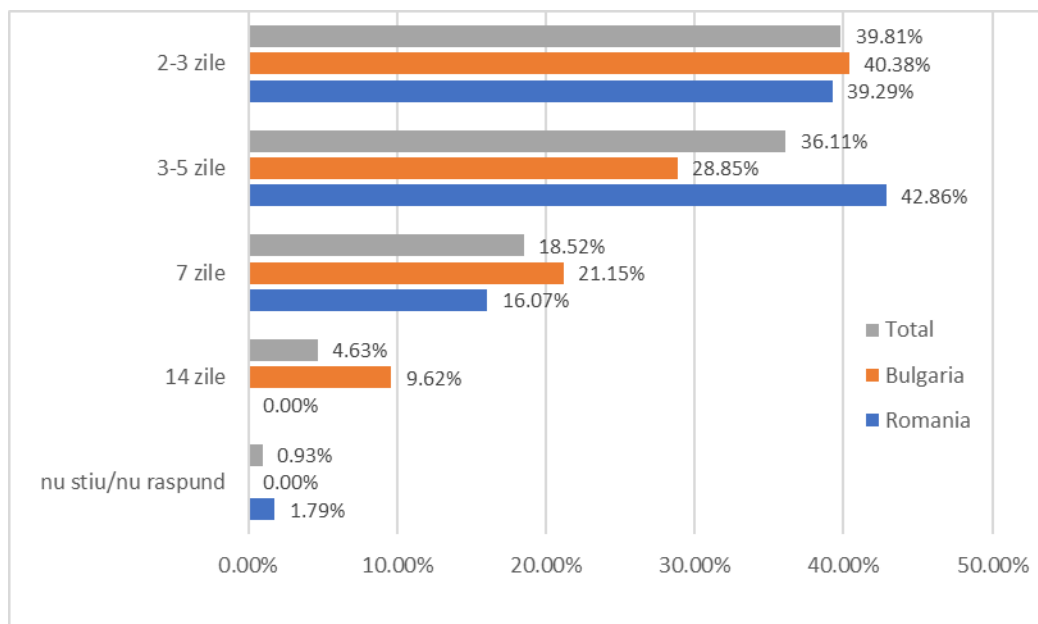


Figura 11. Durata medie de ședere a turiștilor în regiunile Constanța și Dobrich (%)

Trebuie studiate în profunzime așteptările, factorii motivatori și nevoile în creștere ale vizitatorului modern, care alege o astfel de durată pentru șederea sa.





Așadar, este necesară dezvoltarea unor produse și servicii turistice care să crească gradul de retenție a turiștilor în cele 2 regiuni.

Întrebarea 4. Ce naționalitate au turiștii care predomină în obiectivul dvs turistic?

În ceea ce privește regiunea Dobrich, datele din sondaj au relevat clar o dominare a vizitatorilor din Bulgaria și România, datorită accesului facil și faptului că regiunea Dobrich este una transfrontalieră pentru cele două țări. Deși se menține această dominație, amestecul de naționalități a fost îmbogățit în ultimii ani, cu o tendință clară și un interes crescut pentru această parte a UE de către vizitatorii din nordul, vestul și centrul Europei, care vin cu scopul clar de a găsi experiențe autentice și unice, iar acești vizitatori cu greu pot fi reținuți doar cu servicii de bază.

Există o tendință clară de creștere a numărului de vizitatori din țările din afara UE, în special din Orientul Mijlociu și Orientul Îndepărtat, fapt favorizat și de creșterea numărului companiilor aeriene cu buget redus din Orientul Mijlociu, Israel și Turcia, ceea ce face ca regiunea Dobrich să fie disponibilă la o distanță de 1-2 ore de zbor. Astfel, regiunea a devenit treptat un model de multiculturalism și toleranță, o răscruce geografică și culturală a diferitelor religii și culturi.

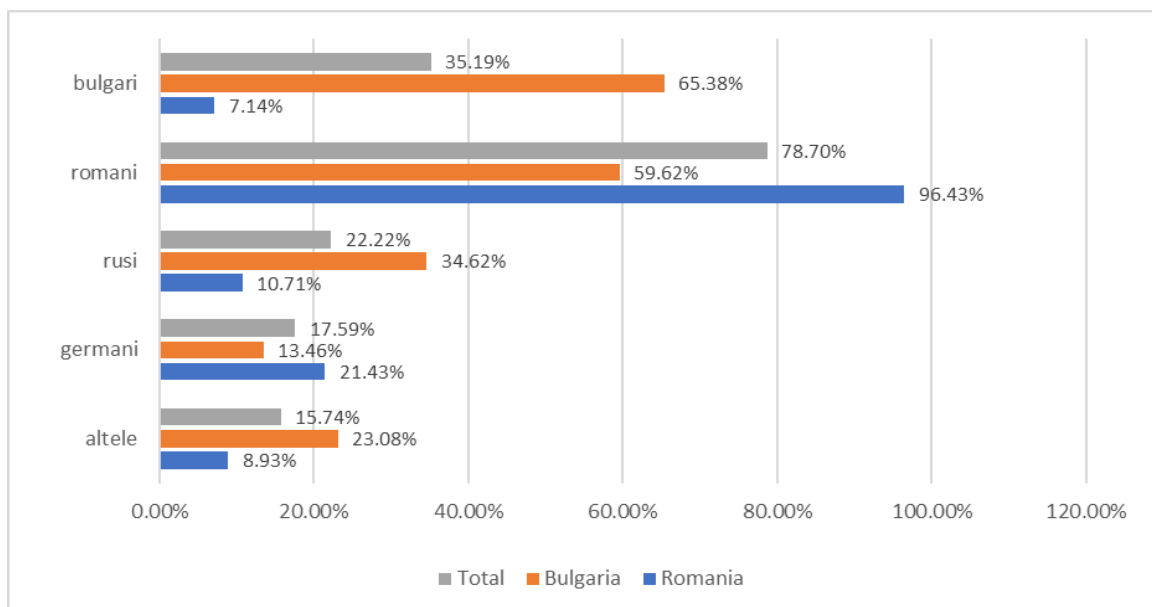


Figura 12. Naționalitatea predominantă a turiștilor în zona Constanța-Dobrich (%)

În ceea ce privește naționalitatea turiștilor în cele 2 regiuni, privite ca un întreg, trebuie subliniată o diferență importantă: regiunea Dobrich este mai atractivă pentru turiștii români decât este regiunea Constanța pentru turiștii bulgari. Totodată, diversitatea turiștilor ce aleg Dobrich ca destinație de vacanță este mai mare decât a celor care aleg





Constanța - categoria “alte” reprezintă 23,08% în Dobrich față de doar 8,93% în Constanța.

La nivelul celor două regiuni se constată, așadar, predominanța turiștilor din imediata apropiere (români, bulgari și ruși) ceea ce conduce la concluzia că zona nu este atractivă pentru turiștii proveniți din regiuni mai îndepărtate (Uniunea Europeană și din afara ei).

Este necesară, așadar, dezvoltarea unor noi produse turistice și diversificarea celor existente, dat fiind că turiștii nu mai caută doar servicii de bază (cazare și masă) ci sunt interesați într-o măsură tot mai mare de servicii adiacente și experiențe inedite.

Evaluarea ofertei turistice disponibilă în județul Constanța

Întrebarea 5. Din punctul dvs de vedere, în ce măsură oferta turistică actuală din regiunea dvs răspunde cerințelor turiștilor și vizitatorilor? (1 din 5 stele)

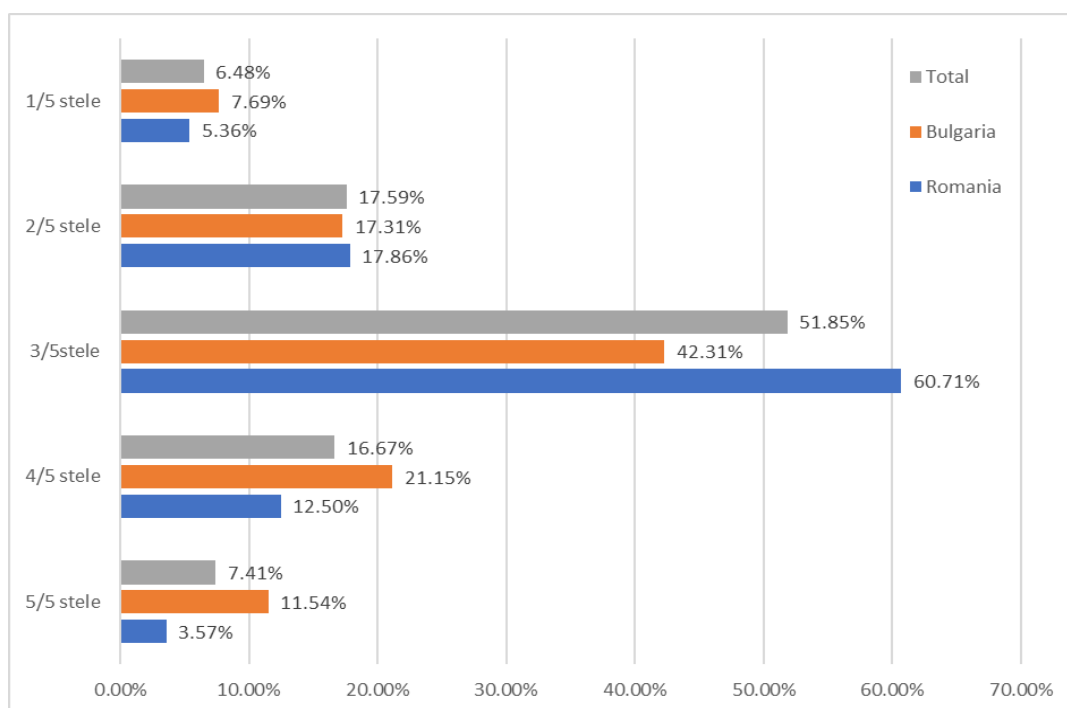


Figura 13. Gradul în care oferta turistică răspunde cerințelor turiștilor/vizitatorilor (%)

La nivelul regiunii Dobrich, aproximativ 2/3 dintre respondenti găsesc nivelul actual ca “nesatisfăcător” - nu corespunde așteptărilor și tendințelor moderne, nu există oportunități suficiente și probabil capacitatea este insuficientă.

Privind comparativ situația răspunsurilor furnizate în cele două regiuni, este vizibil un nivel mai mare de apreciere în regiunea Dobrich unde 21,15 % dintre respondenți au acordat 4 puncte din 5, spre deosebire de regiunea Constanța unde numai 12,05% au dat





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

acest calificativ. În mod similar, 11,54% dintre respondenții bulgari au oferit calificativul 5/5, față de doar 3,57% dintre români.

Per total, în zona studiată se constată aceeași situație de conștientizare din partea factorilor interesați, a faptului că în prezent oferta turistică răspunde doar în mică măsură așteptărilor turiștilor și vizitatorilor, respondenții români fiind mai nemulțumiți decât cei bulgari.

Această situație creează premise foarte bune pentru dezvoltarea, în zona, a serviciilor de turism creativ / inovativ, în vederea atragerii unui număr cât mai mare de turiști dar și pentru diversificarea provenienței turiștilor și deschiderea zonei pentru o categorie cât mai largă de naționalități.

Opinie cu privire la modalitățile de extindere a sezonului turistic

Întrebarea 6. Cum ar putea industria turismului din regiunea dvs. să extindă sezonul și să crească veniturile din turism?

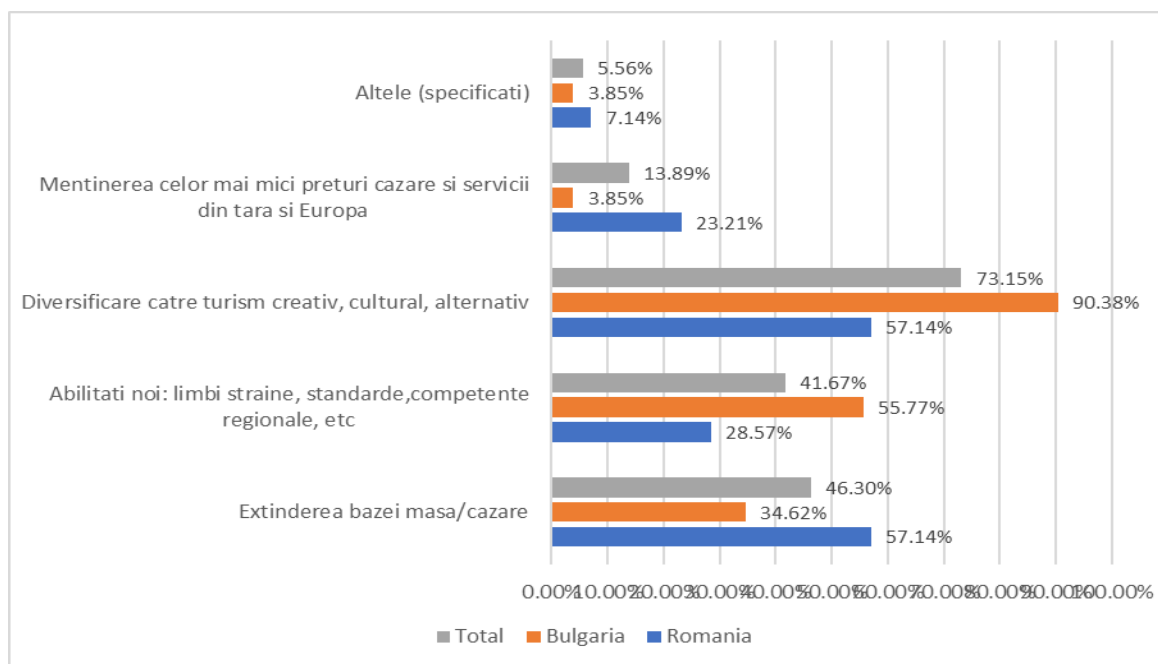


Figura 14. Modalități de extindere a sezonului turistic și de creștere a veniturilor din turism (%)

La nivelul regiunii Dobrich, respondenții au manifestat o preferință accentuată pentru diversificarea către turism creativ, cultural, alternativ ca soluție de extindere a sezonului turistic (90,38% dintre respondenți). O mare importanță a fost acordată și dezvoltării capitalului uman prin dobândirea de noi abilități legate de limbi străine, standarde, competențe regionale, etc.





În Constanța primele 2 opțiuni ale respondenților au fost “diversificarea către turism creativ, cultural, alternativ” și “extinderea bazei materiale pentru masă/cazare” (opțiuni exprimate de 57,14% dintre respondenți).



Privite la nivelul întregii zone supuse studiului, rezultatele arată o preferință accentuată a respondenților spre diversificarea către turismul creativ/cultural/ alternativ (73,15%) fără a se neglija aspectele legate de dezvoltarea capitalului uman și dobândirea de noi competențe (41,67%) și extinderea bazei materiale pentru masă/cazare (46,30%).

Cetatea Histria, foto sursa: <http://www.histria-cheiledobrogei.ro/>



Aceste rezultate arată că factorii interesați din domeniul turistic au identificat posibilitățile și perspectivele de dezvoltare prin crearea și promovarea unor produse turistice inovative, menite să atragă turiștii cu povești și experiențe noi, axate pe turismul creativ, cultural și alternativ.

Complex arhitectural Templu Kibela, Durankulak
foto sursa: <https://eurekainstitute.eu>

Concluzii cu privire la direcția dezvoltării și tipurile de turism cu cel mai mare potențial în județul Constanța

Întrebarea 7. Care tip de turism alternativ/creativ are cel mai mare potențial de a îmbogăți și diversifica oferta turistică din regiunea dvs?



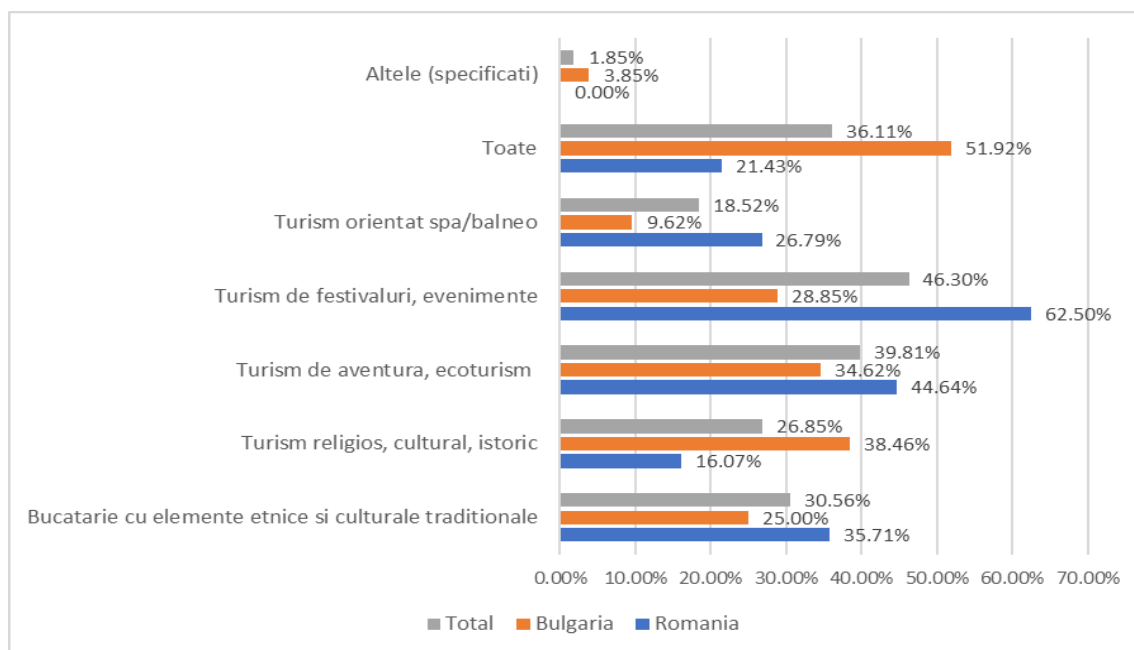


Figura 15. Potențialul diferitelor tipuri de turism alternativ/creativ - date în %

La nivelul regiunii Dobrich nu se evidențiază pregnant unul sau altul dintre tipurile de turism alternativ, însă un procent semnificativ dintre respondenți (51,92%) au fost de părere că toate tipurile de turism alternativ/creativ dețin potențial de dezvoltare. Acest lucru sugerează că, deși nu sunt decizi asupra celui tip de turism alternativ care ar fi cel mai potrivit pentru regiunea lor, totuși, respondenții conștientizează necesitatea dezvoltării în această direcție și acordă credit tuturor variantelor.



Festivalul Antik, Mangalia, foto sursa: <http://turistinfo-saturn.ro/>

În Constanța, au fost evidențiate mai bine opțiunile - turismul de festivaluri și evenimente (62,5%), ecoturismul turismul de aventură (44,64%) și aspectele legate de bucătăria cu elemente etnice și culturale tradiționale (35,71%). Turismul orientat spre spa/balneo a fost menționat de 26,79% dintre respondenți, fapt deloc surprinzător dacă este corelat cu existența, în zonă, a unor locații de tradiție (Techirghiol, Neptun).





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot



Ana yacht Club, foto sursa: <https://www.info-eforienord.ro/>

La nivelul întregii zone transfrontaliere studiate (Constanța și Dobrich) se evidențiază turismul de festivaluri și evenimente ca având cel mai mare potențial, urmat de cel de aventură și ecoturism, fapt explicat prin existența resursei naturale reprezentate de regiunea costieră ce oferă o multitudine de perspective de dezvoltare în acest sens.



creativ/inovativ.

Sporturi nautice, foto sursa: <http://turistinfo-saturn.ro/>

Și aici se menține o pondere ridicată (36,11%) a celor ce consideră că toate tipurile de turism alternativ/creativ dețin un mare potențial de a dezvolta și diversifica oferta turistică în zonă. Se desprinde, așadar, aceeași concluzie legată de disponibilitatea părților interesate cu privire la dezvoltarea industriei turistice și luarea în considerare a formelor de turism

Întrebarea 8. Credeți că oaspeții/vizitatorii ar fi interesați de un tur alternativ cultural de cunoaștere cu vizite la mănăstiri și alte locuri religioase?

În Constanța, 46,43% dintre respondenți au răspuns afirmativ, 32,14% au considerat că nu ar exista un asemenea interes în timp ce doar 1,79% au declarat că deja au inclus în oferta un produs similar. Un procent deloc de neglijat de 19,64% dintre respondenți au declarat că nu pot aprecia acest aspect.

La nivelul regiunii Dobrich ponderea celor care au considerat că turiștii ar fi interesați de un tur cultural/religios cu vizite la mănăstiri s-a situat la 78,85% dintre respondenți, cu mențiunea că niciunul dintre cei chestionați nu a declarat că oferă deja un asemenea produs.





Concluzia ce poate fi formulată este că oferta de produse turistice cu accent pe tururi cultural-religioase este extrem de redusă în regiune însă că există un potențial semnificativ de dezvoltare.



Biserica Sf. Mina,
foto sursa: <http://turistinfo-saturn.ro/>

Capela Sveti Nikola, Cap Kaliakra,
foto sursa: <http://www.bulgariatravel.org>



La nivelul întregii zone transfrontaliere studiate majoritatea respondenților au apreciat că turiștii ar fi interesați de un tur cultural religios (62,04) în timp ce doar 21,30% au răspuns negativ și 15,74% au declarat că nu pot formula o opinie. Și aici este foarte mic, practic inexistent, procentul celor ce oferă deja un asemenea produs turistic. (0,93%). Se desprinde, așadar, concluzia că turismul cultural religios este extrem de puțin dezvoltat și prezent în zonă însă un asemenea produs ar fi atractiv pentru turiști și vizitatori, fapt ce oferă premise favorabile pentru dezvoltarea în această direcție, cu atât mai mult cu cât zona transfrontalieră dispune de tradiții și vestigii religioase și istorice și se pot formula “povești” și produse atractive pentru toate vârstele și categoriile de turiști.



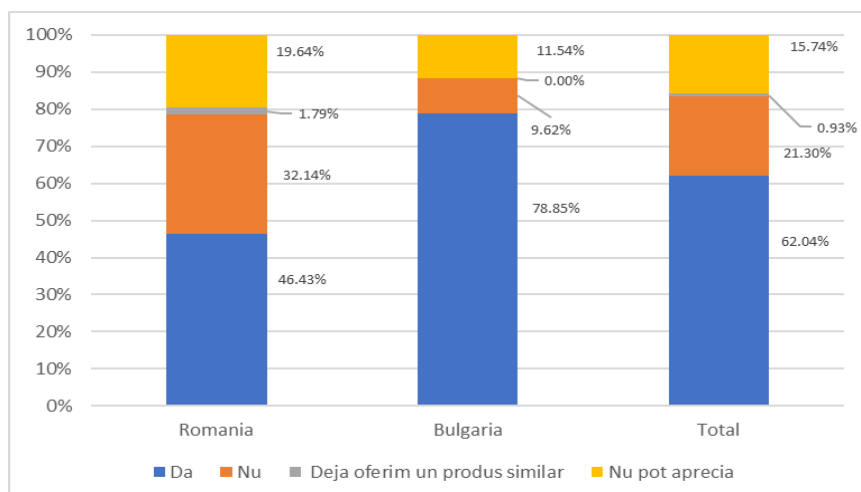


Figura 16. Măsura în care turiștii ar fi interesați de un tur alternativ cultural (%)

Întrebarea 9. Credeți ca un produs turistic bine conceput, cu accent pe “vacanță activă” cum ar fi un tur cu yachaturi, va diversifica și va îmbogăți portofoliul dvs?

În ceea ce privește regiunea Dobrich, la întrebarea privind produsul de vacanță activă, un număr de 88,46% dintre respondenți au răspuns afirmativ, în condițiile în care numărul celor care oferă deja un asemenea produs este zero. Tot zero este și numărul celor care să fi dat un răspuns negativ la această întrebare. În Constanța însă, mai mult de jumătate dintre respondenți (66,07%) au răspuns pozitiv în privința unui produs turistic de tip vacanță activă (de ex: un tur cu yachturile) care ar îmbogăți și diversifica portofoliul, în timp ce doar 14,29% au dat un răspuns negativ la această întrebare.

La nivelul întregii zone studiate, se constată că majoritatea respondenților apreciază că un produs de tip vacanță activă le-ar diversifica și îmbogăți portofoliul (76,85% dintre respondenți au răspuns afirmativ). Numărul celor ce au răspuns negativ este mic (7,41%).

În prezent, un asemenea produs este slab reprezentat - doar 4,63% dintre respondenți au afirmat că îl dețin deja.

Se poate concluziona, așadar, că deși produsele turistice de tip vacanță activă sunt foarte slab reprezentate la nivelul zonei studiate, există o tendință accentuată a respondenților de a accepta și a dori asemenea produse, ceea ce pune bazele pentru dezvoltarea și diversificarea ofertei turistice în perioada următoare.



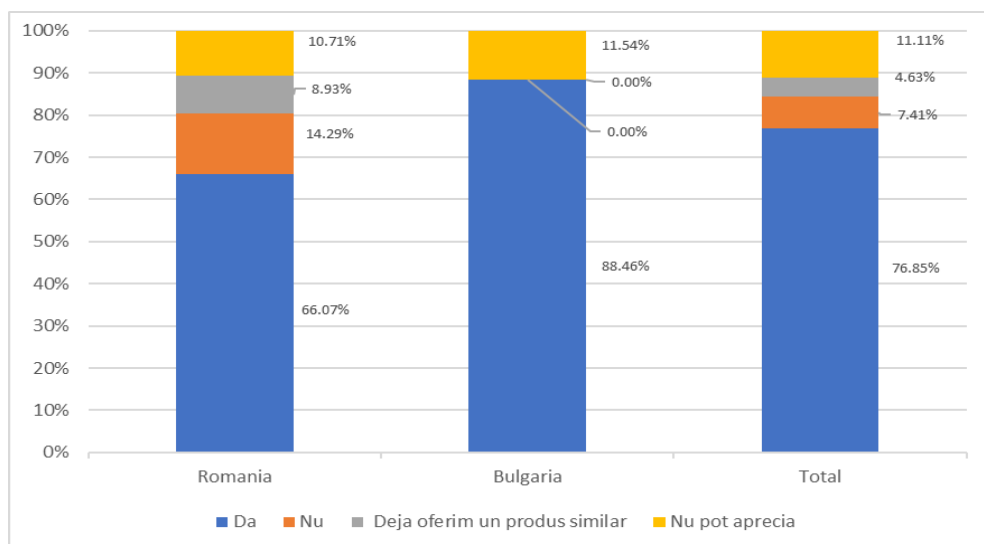


Figura 17. Gradul de acceptare de către turiști pentru vacanțele active (%)

Întrebarea 10. Credeți ca organizarea de evenimente suplimentare poate contribui la o mai bună experiență și satisfacție a turiștilor în regiunea dvs?

La nivelul regiunii Dobrich, respondenții au fost, aproape în unanimitate (98,08%), de acord cu faptul că organizarea de evenimente suplimentare poate contribui la o mai bună experiență și satisfacție a turiștilor. Similar, și în Constanța răspunsurile au fost de 94,64%.

Aceeași situație se regăsește și la nivelul întregii zone studiate (regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich) unde 96,30% au răspuns afirmativ, 0,93% au răspuns negativ și doar 2,78% s-au declarat a nu fi în măsura să aprecieze.

Trebuie subliniat, atât în cazul acestei întrebări, dar și pentru întreg studiul derulat la nivelul regiunilor Constanța-Dobrich, că rezultatele sunt majoritar omogene la nivelul întregii zone, fapt ce oferă premisele unei strategii unitare de dezvoltare a turismului, cu accent pe produsele de turism creativ/inovativ, utilizându-se resursele, atât materiale cât și ne-materiale ale întregii regiuni.



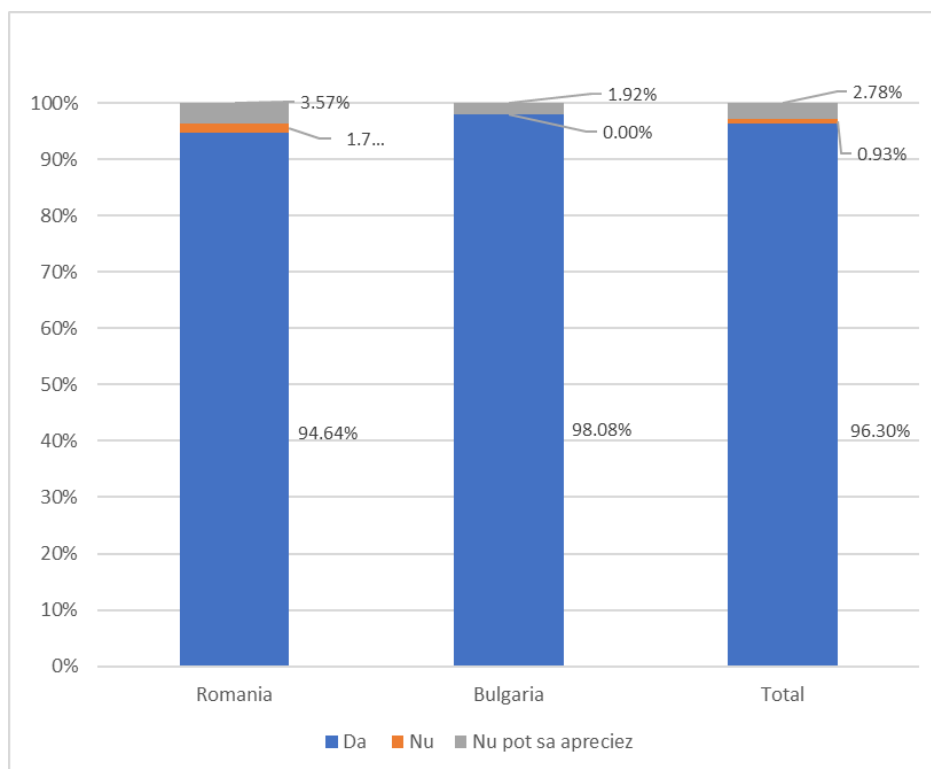


Figura 18. Organizarea de evenimente suplimentare contribuie la o mai bună experiență și satisfacție a turiștilor (%)





4. Concluzii și recomandări

În baza studiului documentar desfășurat pe baza datelor și informațiilor colectate din surse publice și deschise, în paralel cu sondajele de opinie desfășurate în rândul părților interesate/operatorilor din regiunea Constanța-Dobrich au fost alcătuite în acest capitol concluziile și recomandările punctuale în raport cu oferta turistică din regiune. În primul rând se prezintă analiza SWOT a ofertei turistice care are la bază și analize similare la nivel județean și local și apoi sunt punctate cele mai importante opinii ale operatorilor din turism.

În sinteză, informațiile sunt prezentate tabelar cu scopul de a fi utilizate ulterior pentru a dezvolta documente strategice și direcții de acțiune. În același timp, pe baza analizei SWOT, vor fi examinate următoarele legături strategice:

- cum să fie folosite punctele tari pentru a nu pierde oportunitățile disponibile
- cum sunt utilizate oportunitățile ca să ajute la neutralizarea punctelor slabe
- cum să se folosească punctele forte pentru a reduce amenințările
- care deficiențe ar trebui eliminate pentru a reduce amenințările

4.1 Analiza SWOT a ofertei turistice din județul Constanța

Pentru județul Constanța au fost observate elementele de analiza SWOT din următoarele documente strategice:

- Planul de Dezvoltare Regională Sud-Est 2014-2020
- Strategia Zonei Metropolitane Constanța
- Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană (SIDU) a Polului Național de Creștere - Metropolitană Zona Constanța 2017-2023
- Strategia de Dezvoltare Durabilă în Regiunea Transfrontalieră Constanța-Dobrich 2012-2015
- Studiu privind dezvoltarea turismului și reabilitarea și promovarea patrimoniului cultural la nivelul Polului de Creștere Constanța, 2015
- Strategie Dezvoltare Spațială pentru actualizare Plan Urbanistic General Municipiul Mangalia, 2018
- Strategia de dezvoltare a unei economii care protejează resursele naturale și culturale în România și Bulgaria, 2017





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Puncte tari Constanța	Puncte slabe Constanța
<p>Accesibilitate facilă la zonele turistice prin căi rutiere, maritime, feroviare și aeriene moderne</p> <p>Clima și mediul natural propice desfășurării unui turism de litoral din primăvară până în toamnă (relieful costier accesibil, plaje cu nisip fin și auriu, fund nisipos și fără maree)</p> <p>Existența unui patrimoniu istoric bogat și variat și a unei concentrări mari de resurse antropice în zona transfrontalieră: situri arheologice de peste 2000 ani, monumente de arhitectură, edificii religioase, muzee și colecții publice</p> <p>Tradiții culturale distinctive păstrate, instituții de spectacole și concerte, festivaluri și manifestări culturale cu potențial de valorificare în turism</p> <p>Ospitalitate multietnică locală și tradiție deosebită în activitățile cu caracter turistic de recreere, relaxare și tratate (peste 100 de ani). Resurse umane calificate, cu abilități lingvistice și cu experiență în domeniul turistic</p> <p>Capacitate de cazare aflată în plină extindere (la nivel național, primul loc pe țară), bucătărie și vinuri de calitate, servicii de divertisment apreciate</p> <p>Serviciu modern de salvamar și alte servicii specializate destinate siguranței și protecției turiștilor, imaginea unei destinații turistice sigure</p> <p>Apariția unor produse turistice noi, inedite pentru această regiune (Aqua Magic, Telegondola, trasee auto de tip hop on-hop off, decorarea stațiunii)</p>	<p>Chiar dacă este o industrie recunoscută, turismul suferă de sezonabilitate accentuată și supra-aglomerarea stațiunii Mamaia în perioada de vârf a sezonului estival și în weekend-uri</p> <p>Servicii de informare sporadice și neconcordante cu privire la interpretarea patrimoniului natural și cultural, întreținerea precară a obiectivelor de patrimoniu datorită lipsei fondurilor</p> <p>Stakeholderii interesați preponderent de protejarea și conservarea patrimoniului în detrimentul valorificării sustenabile, cu riscul izolării obiectivelor și a degradării lor</p> <p>Lipsa investițiilor publice în dezvoltarea și promovarea de atracții culturale - muzee, monumente, tradiții, folclor și altele</p> <p>Lipsa unei surse unitare și independente de informații, sprijin, îndrumare în domeniul valorificării durabile a patrimoniului</p> <p>Lipsa unei infrastructuri specifice de signalistică în localități, de informare și acces la locațiile turistice cu potențial, lipsa locurilor de parcare, a toaletelor ecologice.</p> <p>Limitatea accesului persoanelor cu dizabilități la multe facilități de ospitalitate și atracții</p> <p>Infrastructură încă nedezvoltată pentru susținerea turismului de afaceri (săli de conferințe, dotări, etc)</p>



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Mamaia cu palmieri exotici, fântâni arteziene, amenajarea unor piațete, etc)

Poziția geografică favorabilă pentru dezvoltarea de noi produse (turismul itinerar, turismul de croazieră, turismul de afaceri, turismul cultural și ecologic etc.)

Peisajele naturale atractive, varietatea naturală, rezervațiile naturale și zonele protejate - potențial pentru dezvoltarea turismului specific

Rezervele naturale de nămol sapropelic și locurile de înbăiere pentru tratarea afecțiunilor, baza pentru dezvoltarea unei destinații SPA

Teren agricol fertil, pretabil pentru dezvoltarea activităților de agroturism

Conceptele de dezvoltare sustenabilă generală sunt larg promovate prin strategii și planuri de dezvoltare de către autorități care recunosc și stimulează industria turistică

Deschiderea la nivel declarativ a firmelor de a intra în parteneriate pentru dezvoltarea produselor turistice

Turiștii sunt din ce în ce mai interesați de formele alternative de turism, de conservarea și protejarea patrimoniului cultural, natural

Infrastructură slab dezvoltată pentru susținerea turismului de croazieră (puține porturi turistice și de agrement)

Investiții de capital încă limitate în rândul antreprenorilor locali concomitent cu "aglomerarea" facilităților de ospitalitate în aria Constanța-Mamaia-Năvodari

Insuficiența utilizării tehnologiilor informaționale în ceea ce privește actualizarea și modernizarea paginilor web specializate, comunicare on-line, prezentare și promovare în spațiile de socializare, rezervare on-line și includere în motoare de căutare

Lipsa unei strategii comune la nivelul administrațiilor locale și investitorilor pentru dezvoltarea durabilă a sectorului

Organizarea, managementul și marketingul serviciilor turistice sunt slab coordonate de către instituțiile publice

Lipsa unei imagini puternic pozitive a turismului de tip litoral ca destinație în străintate

Capacitatea organizațională a instituțiilor statului și administrației locale în gestionarea strategiilor nu este încă operativă pe termen lung

Tabelul 7. Puncte tari și puncte slabe, județul Constanța



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Oportunități Constanța	Riscuri Constanța
<p>Poziționarea geografică și resursele naturale, vecinătatea Deltei, a munților Măcin, a mănăstirilor din nordul Dobrogei sunt suportul turismului regional și local</p> <p>Potențialul agrozootehnic al regiunii, patrimoniul natural, cultural și valențele etnofolclorice asigură disponibilitatea și interesul pentru turismul alternativ cultural, cognitiv, etc</p> <p>Porturile de la Marea Neagră și Canalul Dunăre-Marea Neagră pot susține noi trasee pentru croaziere maritime și fluviale</p> <p>Prezența pe piața locală a unor tour-operatori de anvergură internațională și de croazieră (TUI, MSC etc.)</p> <p>Suport și cooperare între autoritățile publice centrale și locale, disponibilitatea ONG-urilor pentru dezvoltare prin cooperare transfrontalieră și partenerială</p> <p>Susținere din partea Comisiei Europene pentru dezvoltarea de parteneriate transnaționale și interregionale, de rețele, grupuri și strategii de specializare inteligentă (prin instrumente din Cadrul Financiar al UE pentru 2014-2020³)</p> <p>Facilitarea regimurilor de vize, facilitarea călătoriilor pentru turiștii din afara Europei din partea Comisiei, cât și a autorităților locale</p> <p>Disponibilitatea și utilizarea fondurilor europene pentru dezvoltarea capacităților și structurilor turistice, atragerea investitorilor</p>	<p>Vecinătatea platformelor industriale și a portului comercial constituie un factor important de risc ce contribuie la degradarea mediului și generează poluarea continuă a aerului și a apei</p> <p>Fenomene naturale și de eroziune care pot afecta intempestiv sau pe termen lung măsurile de protejare a patrimoniului cultural (determinând reducerea atractivității, a productivității, etc.)</p> <p>Pierderi de habitate și fragmentarea habitatelor din cauza urbanizării, modificarea destinației terenurilor, consumarea terenurilor printr-o urbanizare excesivă</p> <p>Migrația personalului calificat în diverse țări din Uniunea Europeană</p> <p>Dezvoltarea excesivă a stațiunilor existente, având la bază turismul de masă, turismul de tip hit-and-run care face dificilă și/sau ar întârzia poziționarea acestora ca destinație pentru turismul creativ și alternativ</p> <p>Mediu concurențial ridicat în plan regional, accentuat de fenomenul de canibalizare în cadrul regiunii Constanța-Dobrich, în favoarea operatorilor bulgari.</p> <p>Capacitatea limitată a operatorilor locali de a concura pentru cota de piață</p> <p>Absența unor politici și strategii coerente de dezvoltare integrată a zonei costiere (infrastructură și echipare tehnico-edilitară, protecția și reabilitarea mediului natural și construit etc.) descurajează anumiți investitori străini care doresc să investească în sectorul turistic din această</p>



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Continuarea dezvoltării programelor de calificare și instruirea personalului din turism concomitent cu dezvoltarea parteneriatului între mediul universitar și cel al industriei de profil

Obținerea pe scară largă a unor standarde de calitate internațională pentru unitățile din turism asigură creșterea competitivității pe piața regională

Interesul în creștere al cetățenilor pentru dezvoltarea sectorului turistic crează oportunitatea dezvoltării unor noi produse turistice bazate pe cunoaștere și diversitate - schimbarea modelului de turism la nivel internațional

Există un mare potențial pentru turismul maritim și costier în perioada extrasezonieră din partea seniorilor, cu accent pe comunicare și promovarea destinațiilor noastre locale

Dezvoltarea unor pachete mai specifice pentru piețe specifice, de exemplu pentru persoane în vârstă sau persoane cu dizabilități.

Utilizarea mai eficientă a tehnologiilor moderne pentru alcătuirea ofertei și diseminarea și comercializarea acesteia, precum și alcătuirea de baze de date și platforme cu informații despre obiectivele de interes turistic

Inițierea de programe comune și punerea în aplicare a promovării turismului regional de către autorități, structuri non-guvernamentale, sector privat

Schimb de experiență și indigenizarea metodelor, tehnicilor inovatoare din țările UE avansate în sectorul turistic

zonă

Capacitate limitată de dezvoltare a turismului de litoral, turism alternativ prin gestionarea proiectelor cu finanțare UE în comparație cu alte regiuni și alte tipuri de turism - de exemplu cel montan sau cultural

Lipsa de reprezentativitate a organizațiilor patronale din turism care să convingă autoritățile publice centrale să aloce resurse financiare substanțiale pentru dezvoltarea turismului de litoral



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Participarea la rețele internaționale, gen Rețeaua Universităților de la Marea Neagră, Organizația de Cooperare la Marea Neagră care aduc în conștiința publică internațională patrimoniul actual	
---	--

Tabelul 8. Oportunități și riscuri, județul Constanța



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



4.2 Analiza SWOT a ofertei turistice din raionul Dobrich

Pentru raionul Dobrich analiza SWOT se bazează, de asemenea, pe rezultatele unor analize similare la nivel național și regional, cum ar fi:

- Analizele SWOT, care fac parte din strategiile municipale și planurile de dezvoltare, precum și planurile de dezvoltare a turismului local în municipiile Balcic, Kavarna și Șabla
- Analiza SWOT a dezvoltării turismului la nivel național, care face parte din Strategia Națională de Dezvoltare a Turismului
- Analiza SWOT pentru dezvoltarea turismului durabil, parte a proiectelor de dezvoltare a turismului la nivel regional Dobrich, inclusiv în regiunea transfrontalieră Dobrich și Constanța
- Analiza SWOT pentru dezvoltarea turismului alternativ dezvoltat de organizații profesionale și asociații precum Asociația Bulgară pentru Turismul Alternativ
- Strategy for sustainable development of tourism in Bulgaria, 2014-2020
- Bulgaria, Annual research 2019, Key Highlights

Nota: O sursă importantă de informații în analiza SWOT sunt și observațiile și comentariile reprezentanților de afaceri în domeniul turistic în cadrul anchetelor și interviurilor cu unii dintre aceștia.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Puncte tari Dobrich	Puncte slabe Dobrich
<p>Mediul natural conservat (o mare parte a teritoriului din regiune este protejat, inclusiv NATURA 2000)</p> <p>Conexiune bună a regiunii cu patru centre geografice semnificative: București, Constanța, Varna, Dobrich,</p> <p>Imediata apropiere a 3 aeroporturi internaționale - Varna, Constanța, București</p> <p>Plaja lungă și accesibilă</p> <p>O mare parte din investitorii în turism au o afacere durabilă și bine dezvoltată și în alte sectoare, cum ar fi agricultura și industria prelucrătoare. Aceasta este o condiție prealabilă pentru dezvoltarea turismului durabil</p> <p>În mod tradițional, turismul este un sector prioritar pentru regiune</p> <p>Dezvoltarea formelor alternative de turism și diversificarea produsului turistic reprezintă o prioritate în strategiile și planurile de dezvoltare municipală ale tuturor municipalităților din regiune</p> <p>Regiunea este bogată în situri religioase de diferite crezuri - temple ortodoxe, musulmane, armenesti, evreiești, aleviști, păgâne, datând din antichitate până în zilele noastre</p> <p>Prezența unui calendar cultural bun în special în Kavarna, Balcic și Dobrich, primăvara și vara</p> <p>Locurile turistice populare, cum ar fi muzee, galerii, situri religioase, au</p>	<p>Turismul estival de mare de odihnă domină serios oferta turistică</p> <p>Declinul permanent al populației din regiune - creștere naturală și mecanică negativă</p> <p>Infrastructura de transport dezvoltată inegal - rețeaua rutieră din afara drumurilor de primă clasă este încă în stare defectuoasă</p> <p>Patrimoniu cultural și istoric slab socializat și integrat</p> <p>Lipsa de coerență și sinergie între părțile interesate în domeniul turismului - antreprenori, instituții publice, instituții de învățământ,</p> <p>Dezechilibru în structura educațională cu o rată ridicată a șomajului</p> <p>Siturile de importanță culturală și religioasă nu sunt suficient promovate, lipsa de broșuri și materiale promoționale care să unească obiectivele într-o singură rută - un concept</p> <p>Reprezentarea slabă a siturilor religioase bulgare ca fiind atrăgătoare pentru turismul de pelerinaj - puține programe și oferte pentru turismul religios</p> <p>Promovarea slabă a evenimentelor folclorice, a festivalurilor de muzică și dans, precum și a festivalurilor și sărbătorilor tradiționale bulgare, care au potențial de a atrage turiști</p> <p>Prezență insuficient de bine dezvoltată și menținută în spațiul digital, site-uri proprii, platforme de marketing și de vânzări, rețele sociale</p> <p>Un calendar cultural regional, greu de descoperit, nestructurat și incomod</p>



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

fost renovate și restaurate în cadrul programelor europene în ultimii ani

Terenuri de golf de înaltă calitate, cu un raport bun preț-calitate, contribuie la atragerea a cât mai mulți turiști din segmentul de mijloc și de vârf, care sunt motorul diversificării viitoare

Compactibilitate în locația siturilor culturale și istorice și a stațiunilor populare, ceea ce favorizează includerea lor ca parte integrantă a experienței turiștilor

Agricultura bine dezvoltată în regiune este o condiție prealabilă pentru dezvoltarea turismului rural (calitate bună a fructelor, legumelor, mierii, inclusiv a produselor organice)

Ferme de pește și de scoici înființate - Kavarna, Balcic

Balcic este un oraș bine stabilit ca port, inclusiv are o infrastructura portuară construită - porturi de iahturi

Eforturile de atragere a personalului pentru sectorul turistic din străinătate (în special țări precum Moldova, Ucraina)

Existența unităților de învățământ specializate care pregătesc personalul în turism

Existența unei rețele mobile 4G pentru a facilita accesul și utilizarea platformelor digitale și a aplicațiilor pentru promovarea produselor

de folosit

Lipsa de informații actualizate cu privire la statutul și accesul la atracțiile turistice

Probleme în gestionarea deșeurilor și menținerea curățeniei în stațiuni în timpul sezonului aglomerat

Rețea învechită de alimentare cu apă - calitate slabă a apei potabile - ceea ce are, în special, un impact negativ asupra localurilor de mâncare

Reducerea duratei șederii, ceea ce sporește așteptările față de o experiență mai mare pentru o perioadă mai scurtă și un raport bun preț / calitate

Schimb mare de personal în turism, și "scurgeri" de cadre în turism

Lipsa unei specializări înguste a personalului din turism - educație largă, mai degrabă decât o educație strict specializată și orientată spre practică, în conformitate cu cele mai recente tendințe din experiența turistică

Ponderea scăzută a întreprinderilor din turism cu sistemele de management al calității implementate și dezvoltarea durabilă, care este o condiție prealabilă pentru consecvența calității produsului oferit, certificate ISO, EMAS, HACCP

Tabelul 9. Puncte tari și puncte slabe, raionul Dobrich



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

Oportunități Dobrich	Riscuri Dobrich
<p>Potențial ridicat pentru forme alternative de turism - rezervații, zone protejate, păsări, monumente istorice culturale cu valoare cognitivă ridicată</p> <p>Dezvoltarea, integrarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric într-un singur produs turistic</p> <p>Actualizarea imaginii deja stabilite a orașelor Balcic și Kavarna ca destinații populare pentru festivaluri și evenimente cu noi festivaluri în sezonul slab - primăvara timpurie, toamna târzie</p> <p>Îmbunătățirea experienței vizitatorilor în regiune printr-o combinație reușită a două sau mai multe tipuri de turism - de exemplu, gourmet, yacht, vin sau festival, pauză spa etc.</p> <p>Interacțiunea activă între părțile interesate, inclusiv instituțiile de învățământ, pentru a diversifica produsul turistic, îmbunătățirea serviciilor și a experienței, creșterea veniturilor. Creșterea numărului de călătorii în detrimentul duratei acestora - călătorii mai frecvente, dar mai scurte</p> <p>Poziționarea în segmentul înalt, construit pe baza turismului de golf deja dezvoltat</p> <p>Crearea traficului și conținutului în cele mai populare și vizitate site-uri pentru turism și lifestyle</p> <p>Utilizarea eficientă a platformelor digitale pentru promovarea și comunicarea directă cu toate grupurile țintă</p> <p>Angajarea eficientă a vizitatorilor prin aplicații, menținerea prezenței pe site-uri turistice specializate - locale și internaționale, site-uri proprii,</p>	<p>Multe forme de turism în zonă sunt foarte sensibile la "sezonalitate"</p> <p>Imaginea populară a regiunii ca destinație maritimă în masă ar putea face dificilă și ar întârzia poziționarea acesteia ca destinație pentru turismul creativ și alternativ</p> <p>Dezvoltarea rapidă a companiilor aeriene low-cost din Constanța, Varna și București deschide din ce în ce mai multe destinații noi la prețuri accesibile. Acest lucru creează concurență suplimentară pentru turismul din regiune, deoarece acesta concurează cu mai multe destinații pentru aceeași perioadă scurtă pentru aceleași prețuri.</p> <p>Formele de turism specializate și alternative necesită crearea unei game întregi de noi competențe</p> <p>În sezonul de vârf ocupat din iunie până în august este prezentă poluarea apelor și a aerului</p> <p>Schimbul puternic de cadre creează provocări și mai mari, deoarece pentru noile cadre procesul de învățare este mult mai lung</p> <p>Schimbările climatice globale, vulnerabilitatea sectorului față de schimbările climatice</p> <p>Concurență sporită din partea destinațiilor turistice alternative și apropiate, cum ar fi Serbia, Grecia, Albania, Muntenegru, Croația și Turcia</p> <p>Tendință demografică negativă permanentă legată de îmbătrânirea populației active în centrele economice din Bulgaria și din străinătate</p> <p>Creșterea concurenței pe piața muncii pentru atragerea și păstrarea personalului calificat</p>



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

rețele sociale

Redirecționarea fluxurilor turistice de la destinațiile din apropiere, datorită nivelului sporit de securitate și a climatului favorabil relativ stabil

Crearea de competențe specifice care pun accentul pe și oferă un produs creativ și inovator în turism

Facilitarea regimurilor de vize, facilitarea călătoriilor

Incertitudinea economică și instabilitatea politică în UE, inclusiv în regiunea balcanică

Proгноza pentru o creștere economică lentă în UE și la scară globală 2019-2023

Tabelul 10. Oportunități și riscuri, raionul Dobrich



www.interregrobg.eu

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială A Uniunii Europene



4.3 Concluziile sondajelor de opinie

În ceea ce privește poziția geografică, resursele naturale, condițiile climatice sau biodiversitatea, regiunile sunt similare. În ambele țări turismul a avut un parcurs bine dezvoltat în privința spațiilor de acomodare și de petrecere a timpului liber în proximitate, însă și cu anumite limite și probleme de infrastructură. Analiza documentară relevă faptul că economia mondială în schimbare afectează sectorul de turism, generând modificări semnificative în comportamentul turiștilor și a piețelor de origine. Această opinie este împărtășită de către operatorii intervievați în cadrul cercetării de piață din regiunea Constanța-Dobrich, iar discuțiile cu parte dintre aceștia cât și rezultatele chestionarelor relevă disponibilitatea lor de participare activă la transformarea regiunii, crearea unor produse atractive și durabile care să ofere experiențe unice și personalizate pe tot parcursul anului.

În continuare se prezintă concluziile studiilor de piață desfășurate în județul Constanța și raionul Dobrich, după cum urmează:

- Pe totalul zonei investigate (raionul Dobrich și județul Constanța) se observă preponderența restaurantelor (46.30%) urmate de hoteluri (37.04%), celelalte categorii de servicii (vile/pensiuni, turoperatori, ghiduri turistice/organizatori, transport) completând oferta turistică.
- Jumătate dintre companiile de ospitalitate respondente oferă atât servicii de cazare cât și servicii de masă, în timp ce numai 13,89% oferă doar servicii de cazare.
- Un procent de 22,22% dintre firmele respondente oferă turiștilor tururi de o zi organizate la obiective turistice naturale și culturale, ceea ce arată deschidere către noi produse.
- La nivelul ambelor regiuni, privite ca un total, se regăsește aceeași preponderență a sejururilor de scurtă durată (2-5 zile), similar județului Constanța și raionului Dobrich. Aceste cifre reconfirmă statisticile ultimilor ani.
- Raionul Dobrich este mai atractiv pentru turiștii români decât este județul Constanța pentru turiștii bulgari. Totodată, diversitatea turiștilor ce aleg Dobrich ca destinație de vacanță este mai mare decât a celor care aleg Constanța - categoria "altele" reprezintă 23,08% în Dobrich față de doar 8,93% în Constanța.
- În opinia reprezentanților companiilor incluse în acest studiu, oferta turistică din regiunea transfrontalieră răspunde într-o măsură destul de mică la cerințele turiștilor și vizitatorilor.
- Aproximativ 58% dintre companiile respondente consideră că extinderea sezonului și a veniturilor din turism se pot realiza prin accentuarea diversificării sectorului către turismul creativ, cultural și alternativ (73,15%), dar și prin dezvoltarea capitalului uman și dobândirea de noi competențe (41,67%) și extinderea bazei materiale pentru masa/cazare (46,30%).
- Turismul de festivaluri este cel considerat ca având cel mai mare potențial de a îmbogăți și diversifica oferta turistică din regiune - 46,30% dintre respondenți au punctat acest lucru, urmată de turismul de aventură cu 39,81%.





- Organizarea de evenimente suplimentare (evenimente cu specific) este aproape în unanimitate considerată ca având un foarte bun potențial de a contribui la o mai bună experiență și satisfacție a turiștilor din regiunea Constanța-Dobrich.
- Este evident faptul că turistul modern caută experiență, cunoaștere autentică, aventură și care să pună în evidență cultura, natura, istoria, tradițiile regiunii transfrontaliere. Astfel, regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich are la dispoziție resursele necesare și potențialul adecvat pentru alcătuirea unui portofoliu actual de produse tematice diverse, după cum se pot enumera în continuare fără a fi o listă exhaustivă: frontiera română în regiunea transfrontalieră Constanța-Dobrich (Limesul Dobrogean), traseu multicultural al tradițiilor și obiceiurilor, traseu religios transfrontalier.

Așadar, cele două regiuni înregistrează similitudini, însă sunt și diferențe care le individualizează sau pe care trebuie să se pună accent în vederea valorificării sustenabile în cadrul unui turism modern. Cea mai mare diferență este că raionul Dobrich este situat departe de capitala Sofia, iar aportul majoritar la economia zonei o au sectorul agricol, de prelucrare a alimentelor și turismul, în timp ce Constanța beneficiază de activitatea portuară, foraje, energie nucleară și industria navală. Cu aceste dotări, Constanța poate atrage în continuare investiții străine mai accentuat decât Dobrich, însă vecinătatea platformelor industriale și a portului comercial constituie un factor important de risc ce contribuie la degradarea mediului și generează poluarea continuă a aerului și a apei.

4.4 Recomandări

Industria de turism din ambele regiuni trebuie să se echilibreze, trebuie să se bazeze pe patrimoniul local mai mult, să diversifice ofertele de sezon și extrasezon și să valorifice potențialul cel mai bun la nivelul regiunilor individuale, prin următoarele recomandări/direcții comune de acțiune:

1. Cadru instituțional transfrontalier și dialog continuu între autoritățile locale și regionale
2. Dezvoltarea unei rețele locale/regionale specifice de părți interesate în turismul nou, inclusiv ONG-uri și operatorii turistici
3. Formularea și aplicarea strategiilor proprii și comune pentru garantarea unei oferte turistice coerente
4. Asigurarea și disponibilitatea datelor din sectorul turismului, în special cel costier, maritim, istoric și cultural pentru îmbunătățirea planificării și gestionării durabile a destinațiilor
5. Promisiune de valoare turistului modern: experiențe ce vizează calitatea serviciilor, dar și cunoaștere și securitate ceea ce înseamnă încredere și fidelizare.





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

6. Alcătuirea unor oferte specifice pentru piețe specifice - oferte pentru seniori și persoane cu dizabilități în ambele regiuni, dezvoltarea ofertei elitiste în spațiul bulgăresc (terenuri golf), etc
7. Diversificarea și integrarea atracțiilor continentale și costiere prin produse inovative și durabile: de la promovarea rutelor religioase sau comerciale cu rute maritime istorice, la dezvoltarea unor produse de turism în natură și turism de sănătate în destinații costiere, la practicarea sporturilor de apă și consumarea rutelor culturale, participare la festivaluri și vizitarea unor situri, practicarea eco-turismului și activități eno-gastronomice și până la promovarea atractivității arheologiei, patrimoniului maritim și accesibilității turismului subacvatic
8. Campanii de promovare și comunicare comune a destinațiilor turistice printr-un mix de instrumente tradiționale și digitale. Materiale multilingvistice cu hărți și informații despre atracții turistice
9. Aplicarea bunelor practici din Europa și din alte țări cu relief, climă, patrimoniu natural și cultural similar și dezvoltarea de rețele, parteneriate interregionale și transnaționale în vederea combaterii sezonality și volatilității cererii serviciilor de turism
10. Continuarea procesului investițional atât în capacități și structuri de acomodare și de petrecere a timpului cât și în capitalul uman calificat, poliglot și orientat către servicii pentru asigurarea performanței și competitivității. Accesarea fondurilor UE este o prioritate
11. Practici ecologice și prietenoase mediului din partea operatorilor și autorităților publice locale care să asigure reducerea la minim a impacturilor asupra biodiversității





Anexe

- 1 Studiul operatorilor țință în domeniul turismului în regiunea Dobrich
- 2 Oferta operatorilor din industria turistică pentru județul Constanța

Bibliografie

- 1 International Tourism Highlights, UNWTO, 2018 Edition, disponibil la <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
- 2 Politică în domeniul transportului și turismului, Fișe tehnice UE, Parlamentul European 2019
http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/ro/FTU_3.4.12.pdf
<http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/indexsearch?query=turism>
- 3 Comunicarea (COM(2014)0086), din 20 februarie 2014 - O strategie europeană pentru stimularea creșterii economice și crearea de locuri de muncă în turismul maritim și costier
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2014:0086:FIN:RO:PDF>
- 4 Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/05/masterplan_partea1.pdf
- 5 Cheltuielile turistice ale nerezidenților în România, trimestrul IV 2018
http://www.inse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/chelt_nerez_tr4r18.pdf
- 6 Master Planul Investițiilor în turism, disponibil pe site-ul Ministerului Turismului
<http://turism.gov.ro/web/programe-si-strategii-2/>
- 7 Studiu de cercetare privind dezvoltarea investițiilor publice în infrastructura turistică specifică din România pentru perioada 2007 - 2016 și direcțiile principale de dezvoltare a acestora, disponibil pe site-ul Ministerului Turismului
http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/07/MPI-21.07_2017.pdf
- 8 Anuarul Statistic al Județului Constanța, INS, Editia 2017
<http://www.constanta.inse.ro/anuarul-statistic-al-judetului-constanta/>
- 9 The economic impact of travel & tourism, WTTC, 2017 and 2018 Edition
<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/romania2017.pdf>
<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/romania2018.pdf>
- 10 Turismul Romaniei, Breviar Statistic, INS, Ediția 2017





- http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/romanian_tourism_2017.pdf
- 11 Evoluția principalilor indicatori statistici ai județului Constanța în anul 2018
<http://www.constanta.insse.ro/produse-si-servicii/publicatii-statistice/>
 - 12 Buletinul statistic al județelor, ediția 1017
<http://www.insse.ro/cms/ro/content/buletin-statistic-lunar-al-jude%C5%A3elor-nr122017>
 13. Planul de Dezvoltare Regională Sud-Est 2014-2020
http://www.adrse.ro/Documente/Planificare/PDR/2014/PDR.Sud_Est_2014.pdf
 14. Strategia Zonei Metropolitane Constanța, <http://www.zmc.ro/strategie/RO.pdf>
 15. Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană (SIDU) a Polului Național de Creștere - Metropolitană Zona Constanța 2017-2023
<http://www.zmc.ro/sidu/>
 16. Studiu privind dezvoltarea turismului și reabilitarea și promovarea patrimoniului cultural la nivelul Polului de Creștere Constanța, 2015
http://www.pol-constanta.ro/studii/05.Studiu_dezvoltare_turism_p1.pdf
 17. Strategie Dezvoltare Spațială pentru actualizare Plan Urbanistic General Municipiul Mangalia, 2018
http://mangalia.ro/wp-content/uploads/2018/08/1808_StrategieSpatialaPUG.pdf
 18. Strategia de Dezvoltare Durabilă în Regiunea Transfrontalieră Constanța-Dobrich 2012-2015
https://moweup.eu/files/library/strategia-de-dezvoltare-durabila_in_regiunea_Dobrich_Constanta.pdf
 19. Strategia de dezvoltare a unei economii care protejează resursele naturale și culturale în România și Bulgaria, 2017
<https://www.ccina.ro/proiecte/in-derulare/heritage>
 20. Strategie integrată de marketing și promovare a unui produs turistic cultural și istoric comun „Limesc - Ruta frontieră română pe teritoriul regiunii transfrontaliere România-Bulgaria”
<http://danubelimes-robgeu/images/docs/2-Integrated%20marketing%20strategy%20-%20RO.pdf>
 21. Strategy for sustainable development of tourism in Bulgaria
<http://www.tourism.government.bg/sites/trsm.gateway.bg/archive/en/themes/national-strategy-for-sustainable-development-of-tourism-in-bulgaria-2009-2013-286-0.html>
file:///C:/Users/Miruna/Downloads/BG_OECD2014TTP.pdf





UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fundația Umanitară
Clopot

22. Bulgaria, Annual research 2019, Key Highlights

<https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>

23. Sursele pentru foto incluse in studiu provin de pe site-urile Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică din județul Constanta, site-ul Institutului Eureka - partener în proiect alături de Fundatia Umanitara Clopot, site-ul Ministerului Turismului din Bulgaria si Portalul oficial de promovare a turismului din Bulgaria, secțiuni aferente regiunii Dobrich; informatiile disponibile sunt la adresele web de mai jos:

<http://www.histria-cheiledobrogei.ro/>

<http://cniptmurfatlar.ro/>

<https://www.info-eforiesud.ro/>

<http://www.baneasacnipt.ro/>

<https://www.info-eforienord.ro/>

<http://turistinfo-saturn.ro/>

<http://www.tourism.government.bg>

<http://www.bulgariatravel.org>

<https://eurekainstitute.eu>

24. Datele statistice și disponibilitatea acestora

Statisticile privind turismul în UE cuprind două componente principale: pe de o parte, statisticile referitoare la capacitatea și gradul de ocupare ale structurilor de cazare turistică colectivă; pe de altă parte, statisticile referitoare la cererea turistică. În majoritatea statelor membre ale UE, statisticile referitoare la prima componentă menționată sunt colectate prin intermediul datelor furnizate de unitățile de cazare în cursul sondajelor, în timp ce statisticile referitoare la a doua componentă sunt colectate mai ales prin intermediul sondajelor adresate călătorilor la frontiere sau al sondajelor în gospodării.

Mai multe detalii vezi aici

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/ro#O_treime_din_toate_locurile_de_caza_re_din_UE-28_sunt_concentrate_.C3.AEn_Fran.C8.9Ba_.C8.99i_Italia





PARTENER LIDER

Fundația Umanitară Clopot - Constanța

România, 900613 Constanța, strada Nicolae Iorga Nr.4
telefon: 0040 726 378 217
E-mail: brandusadascalescu@yahoo.com
Website: www.fundatiaclopot.ro

PARTENER 2

Asociația non-profit Institutul European pentru Turism
Cultural EUREKA - Dobric

Bulgaria, 9300 Dobric, strada Polkovnik Dragnov Nr.3,
Scara V, etaj 1, apartament 2
Telefon: 058 603 456
Fax: 058 603 456
E-mail: eureka@mail.bg
Website: <https://eurekainstitute.eu>



Proiect

"Patrimoniul multicultural și yachting printre moștenirea naturală Marea Neagră pentru o dezvoltare turistică durabilă și creativă în zona transfrontalieră Constanța Dobrich"

Acronimul este MULTICULTYA,
ROBG-366

eMS cod: ROBG-366
Fundația Umanitară Clopot

Conținutul acestui material nu reprezintă
în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.

www.interregrobg.eu