

RAPORT DE CERCETARE

Sondaj de opinie în Județele Harghita și Covasna



August 2011

Cuprins

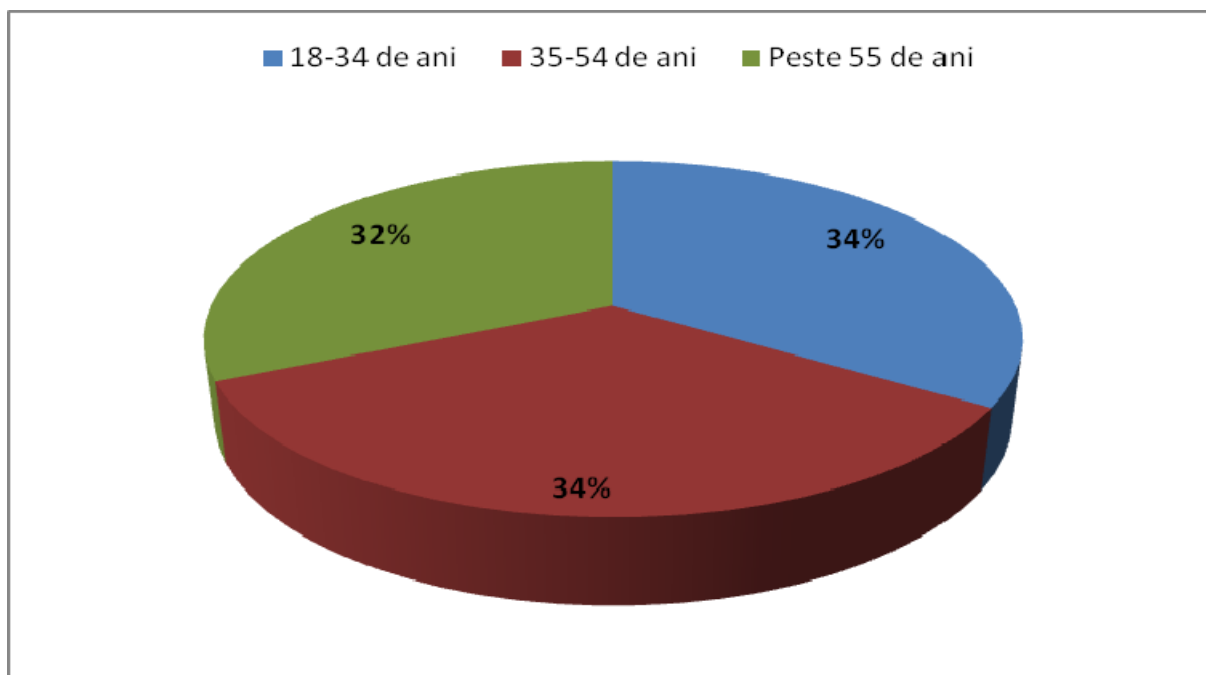
Cuprins	2
Introducere	3
1. Descrierea demografică și socio-economică a populației cercetate	3
2. Obiceiuri de consum media în județele Harghita și Covasna.....	18
3. Opinii despre situația și dezvoltarea localității respondenților	24
4. Factorii dezvoltării socio-economice a județelor Harghita și Covasna	29
5. Turism în județele Harghita și Covasna.....	33
5.1. Tipuri de turism în județele Harghita și Covasna	33
5.2. Avantajele și dezavantajele turismului în județele Harghita și Covasna	34
6. Mâncăruri și băuturi specifice.....	37
7. Frumusețile naturale și atracțiile culturale ale județelor Harghita și Covasna	38
8. Localități și personalități populare din regiune	40
9. Simbolurile regiunii	42

Introducere

Raportul de față prezintă rezultatele sondajului de opinie publică realizat între 8-14 august 2011 în Județele Harghita și Covasna de firma Kvantum Research Srl. Principalele teme ale cercetării se refereau la problemele, așteptările, condiția socială a populației, precum și la consum media, opinii despre turismul în județele Harghita și Covasna și alte teme de interes public. Cercetarea s-a realizat pe un eșantion de 2500 de persoane de peste 18 ani, reprezentativ pentru populația adultă a celor două județe. Sondajul era bazat pe chestionar administrat în domiciliul persoanei intervievate, iar marja de eroare maximă admisă este de 2,6 de procente.

1. Descrierea demografică și socio-economică a populației cercetate

Fig. 1.1 Distribuția eșantionului pe grupuri de vârstă



Alegerea respondenților s-a făcut cu metoda eșantionării aleatoare și în același timp a eșantionului bazate pe cote. Cotele prestabilite reprezintă populația cercetată privind distribuția dintre sexe și grupuri de vârstă pe baza datelor recensământului din anul 2002. Astfel bărbații constituie 47.9% dintre respondenți iar femeii 52.1%. Pe grupuri de vârstă distribuția eșantionului arată astfel: 34% din respondenți au vârsta între 18 și 34 de ani, 34,4% între 35 și 54 de ani și 31,7% peste 55 de ani. Pe lângă aceasta eșantionul este reprezentativ și pentru mediul de rezidență al respondentului (rural și urban) iar și pe județe. Distribuția eșantionului pe medii și pe județe este prezentată pe figurile de mai jos.

Fig. 1.2 Distribuția eșantionului pe medii de rezidență

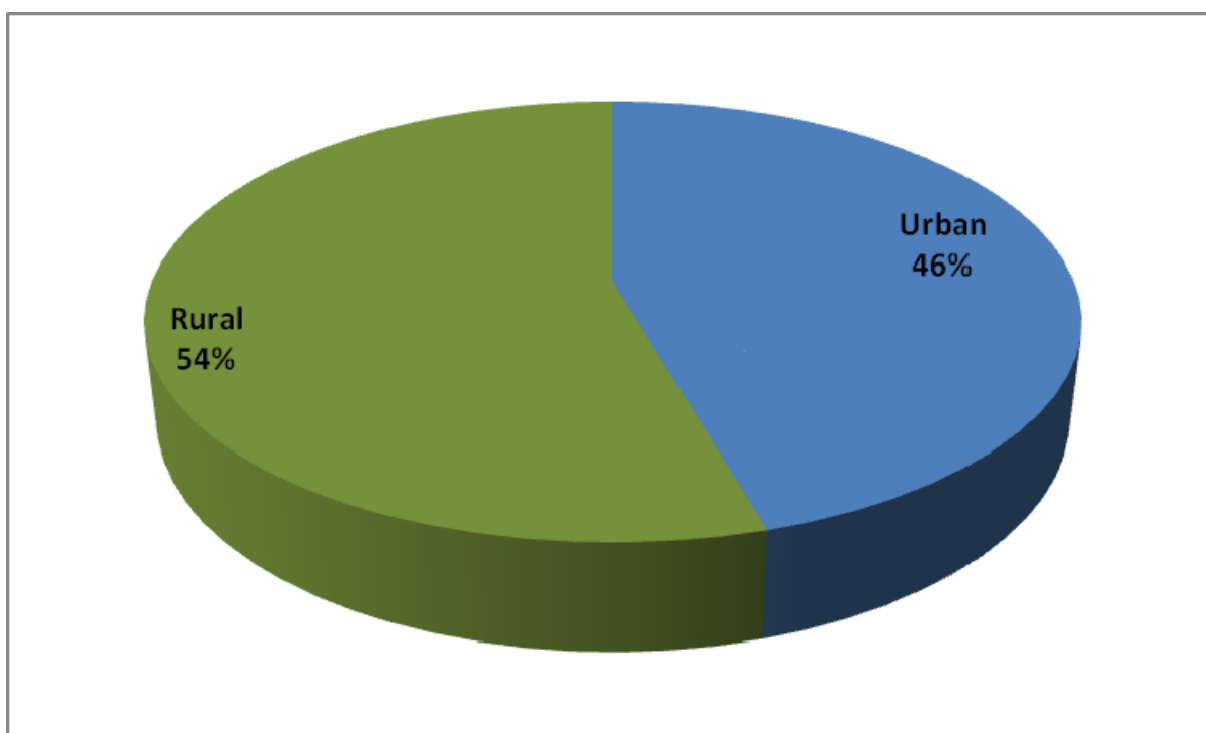
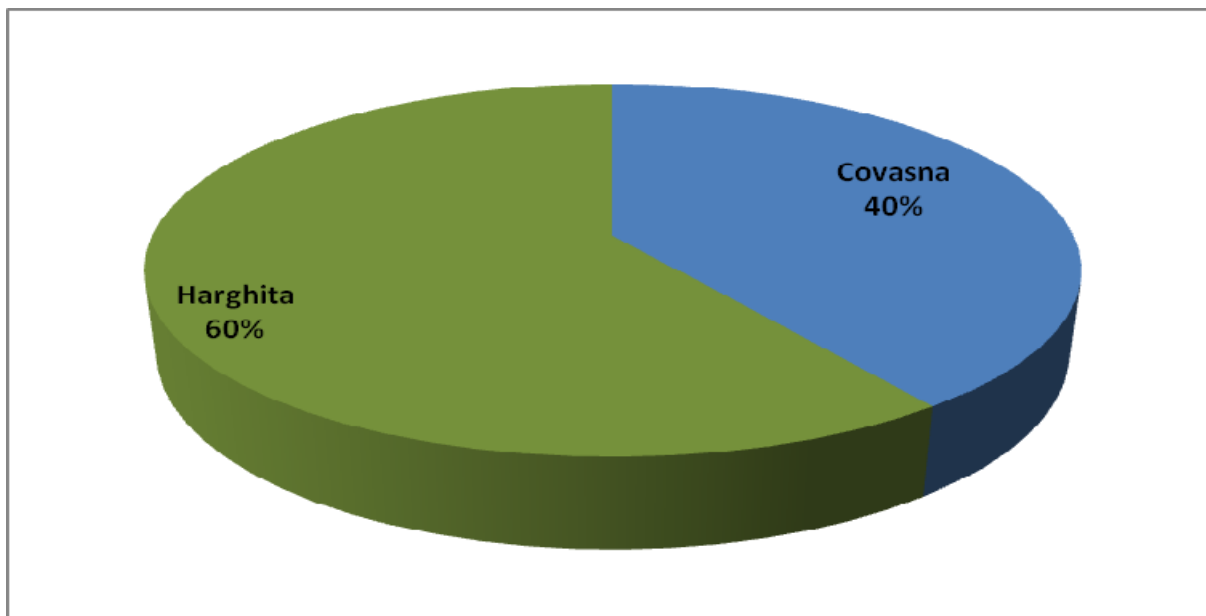


Fig. 1.3 Distribuția eșantionului pe județe



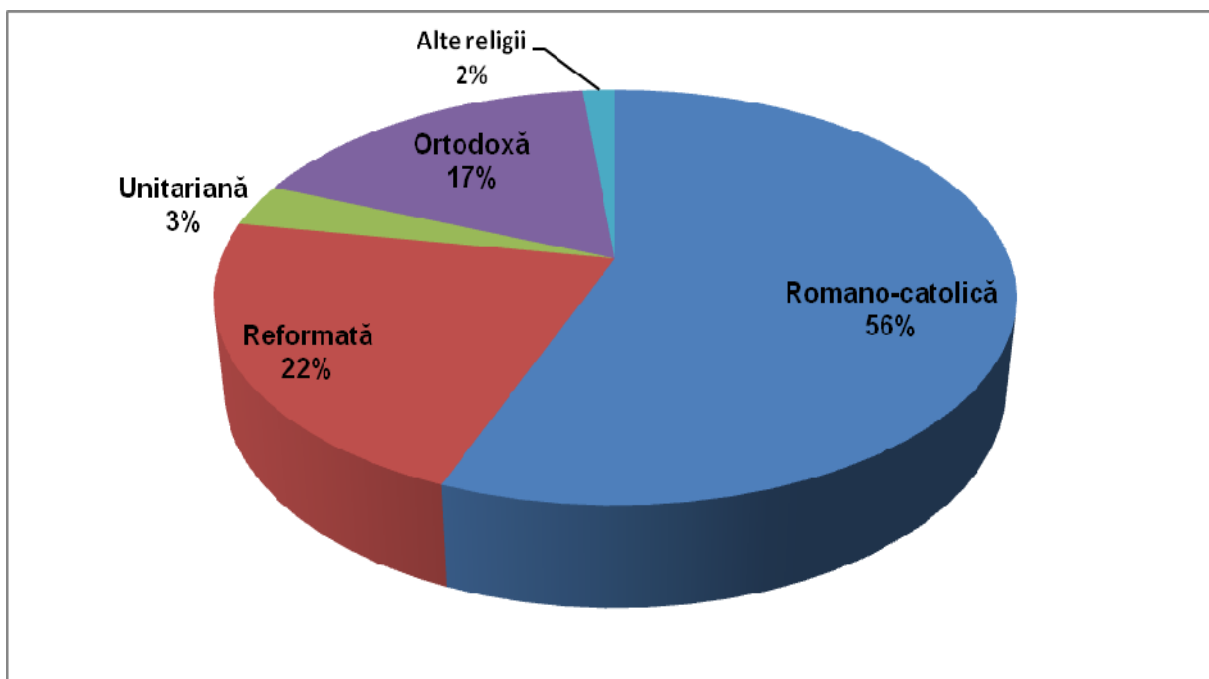
În cele ce urmează facem o descriere a populației cercetate privind câteva variabile demografice și sociologice mai importante. Tabelul de mai jos arată distribuția respondenților pe stare civilă și naționalitate.

Tab. 1.1 Distribuția eșantionului pe starea civilă și pe naționalități

STARE CIVILĂ	%
Necăsătorit(ă)	21.3
Căsătorit(ă)	60.4
Concubinaj (cu partener)	3.5
Divorțat(ă)	4.0
Văduv(ă)	10.9
NAȚIONALITATE	%
Maghiari	81.5
Români	17.7
Alte naționalități	0.8

Se vede că majoritatea respondenților este de naționalitate maghiară, românii reprezentând 17,7% din totalul intervievaților. Distribuția eșantionului pe religii se vede pe figura de mai jos (Fig. 1.4).

Fig. 1.4 Distribuție eșantionului pe religii

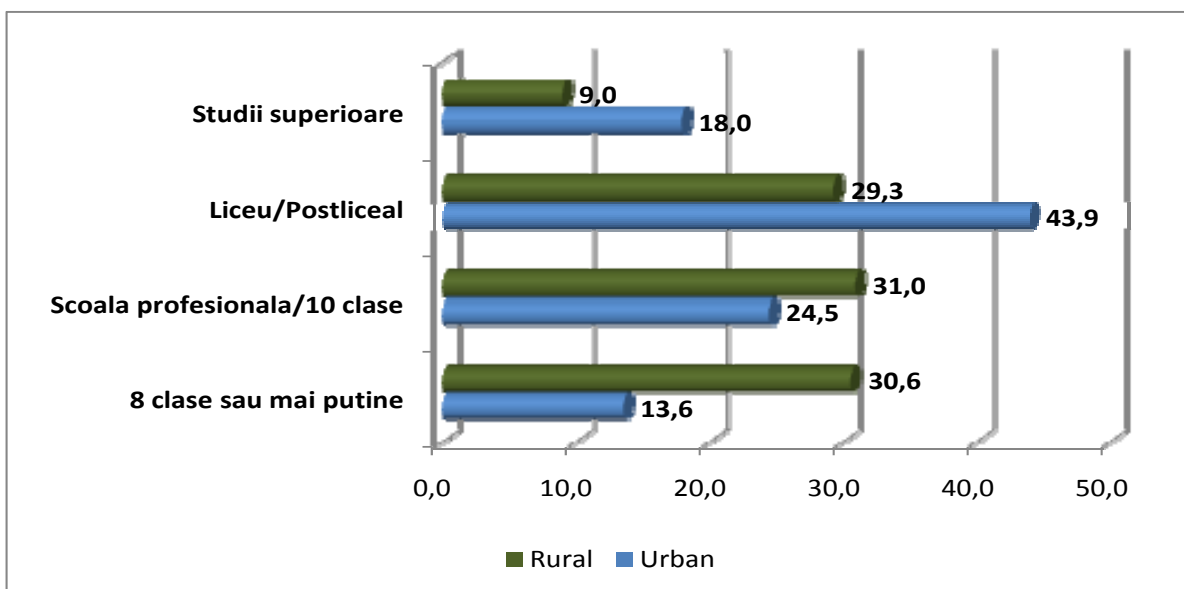
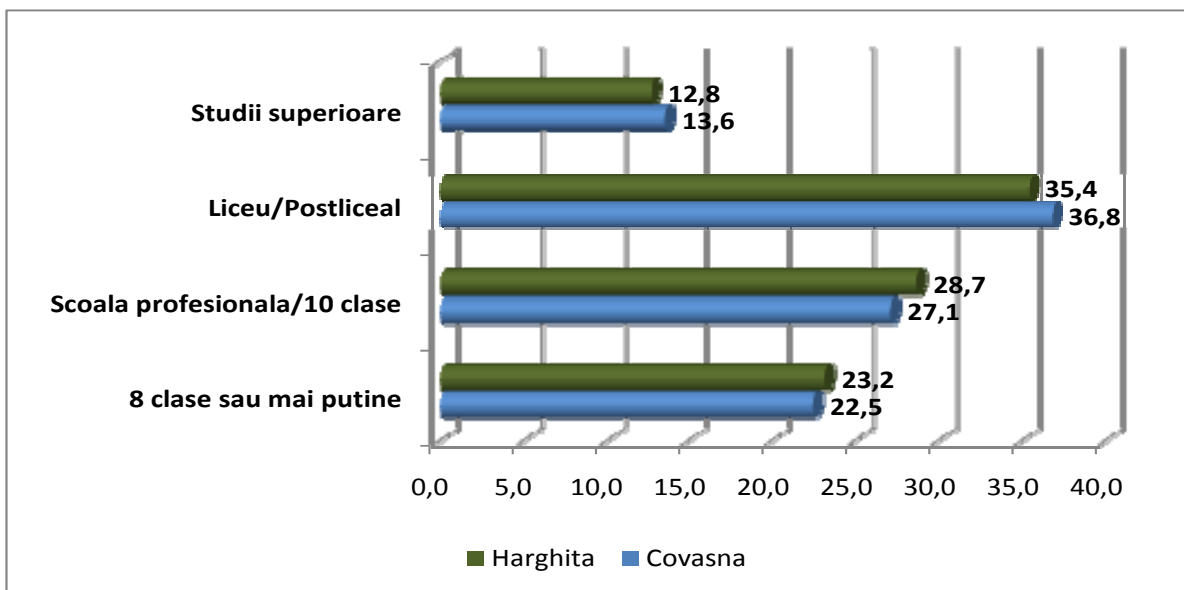


Tab. 1.2 Nivelul de școlarizare al respondenților

NIVEL DE SCOLARIZARE	%	Procent cumulativ
Studii postuniversitare	1.5	1.5
Universitate	9.3	10.9
Colegiu, universitar de scurtă durată	2.0	12.9
Postliceal sau școală de maiștri	7.0	19.9
Liceu (9-12)	28.6	48.5
Treapta I de liceu (clasele 9-10)	10.1	58.6
Scoala profesională, de ucenici sau asemănător	17.9	76.5
Scoala generală (clasele 5-8)	17.5	94.0
Patru clase sau mai puțin	6.0	100.0

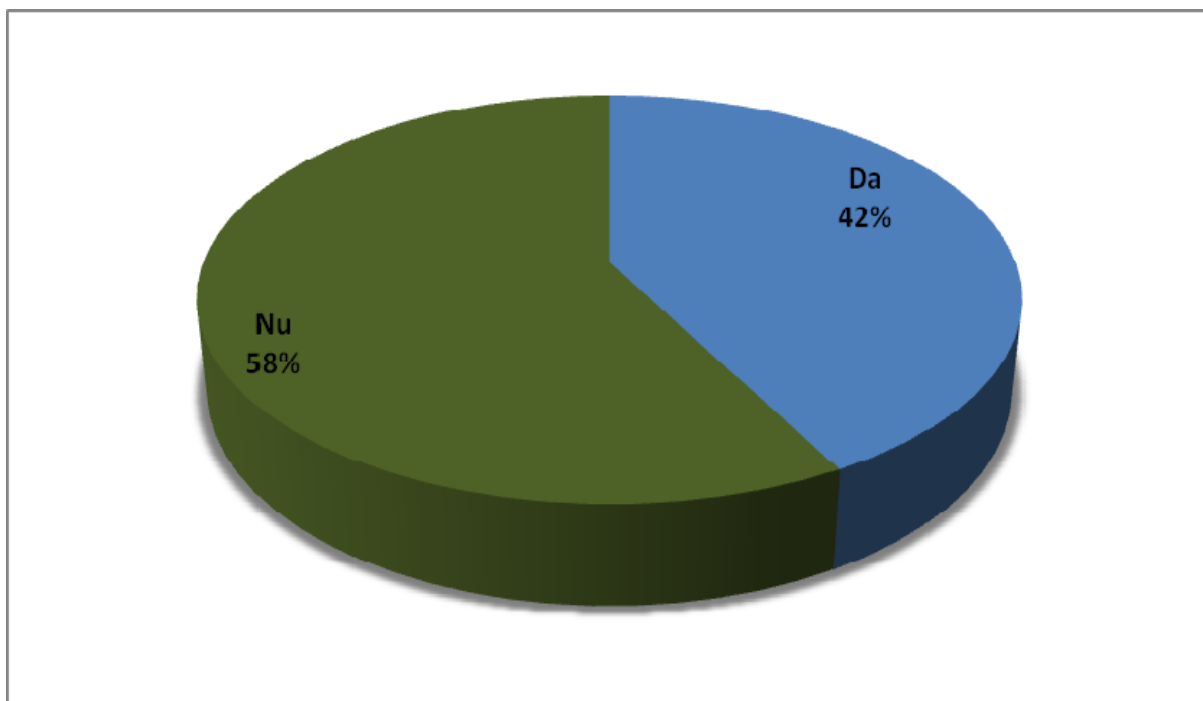
În ceea ce privește nivelul de școlarizare a respondenților se poate constata, că 6% dintre respondenți au numai 4 clase sau mai puține, 48,4% au luat bacalaureatul, iar 12,8% au studii superioare (colegiu, universitate, master) (tab. 1.2).

Fig. 1.5 Nivelul de școlarizare pe județe și pe medii de rezidență



Comparând , însă, nivelul de școlarizare în cele două medii de rezidență și județe găsim diferențe semnificative. După cum se vede pe figura 1.5 procentul celor cu studii superioare este mai mare cu aproape 10 procente în mediul urban, iar proporția celor cu 8 clase sau mai puține în mediul rural este dublă față de mediul urban. Deși diferențele nu sunt la fel de însemnate, se constată că respondenții din județul Covasna au un nivel de școlarizare mai ridicată decât cei din județul Harghita.

Fig. 1.6 "Aveți loc de muncă/lucrați în momentul de față?"

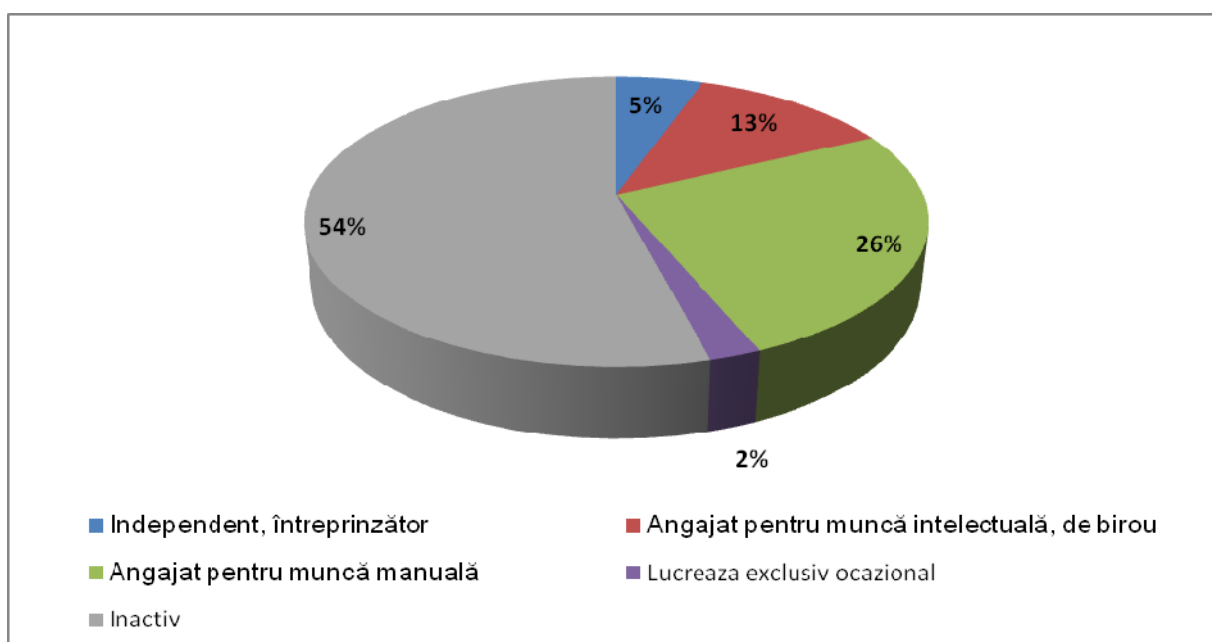


În chestionar se găsesc o serie de întrebări în legătură cu ocuparea forței de muncă și starea economică a gospodăriilor. Astfel se poate constata pe baza datelor sondajului că majoritatea respondenților (58%) nu au loc de muncă/nu lucrează în momentul de față. Exisă, în schimb, diferențe în această privință dacă comparăm ocuparea în diferite grupuri ale societății. În vreme ce în cele două județe procentul celor care au loc de muncă este aproape identică, diferența între mediul rural (38,1%) și urban (46,9%) este semnificativă, la fel ca și diferența dintre maghiari (43,4%) și români (37,9) sau bărbați (48,6%) și femei (36,1%) (tab. 1.3).

Tab. 1.3 "Aveți loc de muncă?" – pe județe, medii, naționalități și sexe (%)

JUDEȚ	Da	Nu
Covasna	42.2	57.8
Harghita	42.0	58.0
MEDIU DE REZIDENȚĂ		
Urban	46.9	53.1
Rural	38.1	61.9
NAȚIONALITATE		
Maghiari	43.4	56.6
Români	37.9	62.1
SEX		
Bărbați	48.6	51.4
Femei	36.1	63.9

Fig. 1.7 Distribuția eșantionului pe statutul de activ-inactiv



Pentru a obține o imagine mai detaliată i-am întrebat pe respondenți care este ocupația lor de bază, sau în caz de inactivitate ce fac. Pe figura 1.7 se vede că 26% dintre persoanele intervievate sunt angajați pentru muncă manuală, 13% pentru muncă intelectuală, de birou iar 5% sunt independenți sau întreprinzători. Pe figura de mai jos comparăm cele două județe, mediul rural-urban, respondenții de cele două naționalități și sexe în privința tipurilor ocupațiilor de bază, prezentate mai sus.

Fig. 1.8 Statutul de activ-inactiv pe județe, medii, sexe și naționalități (%)

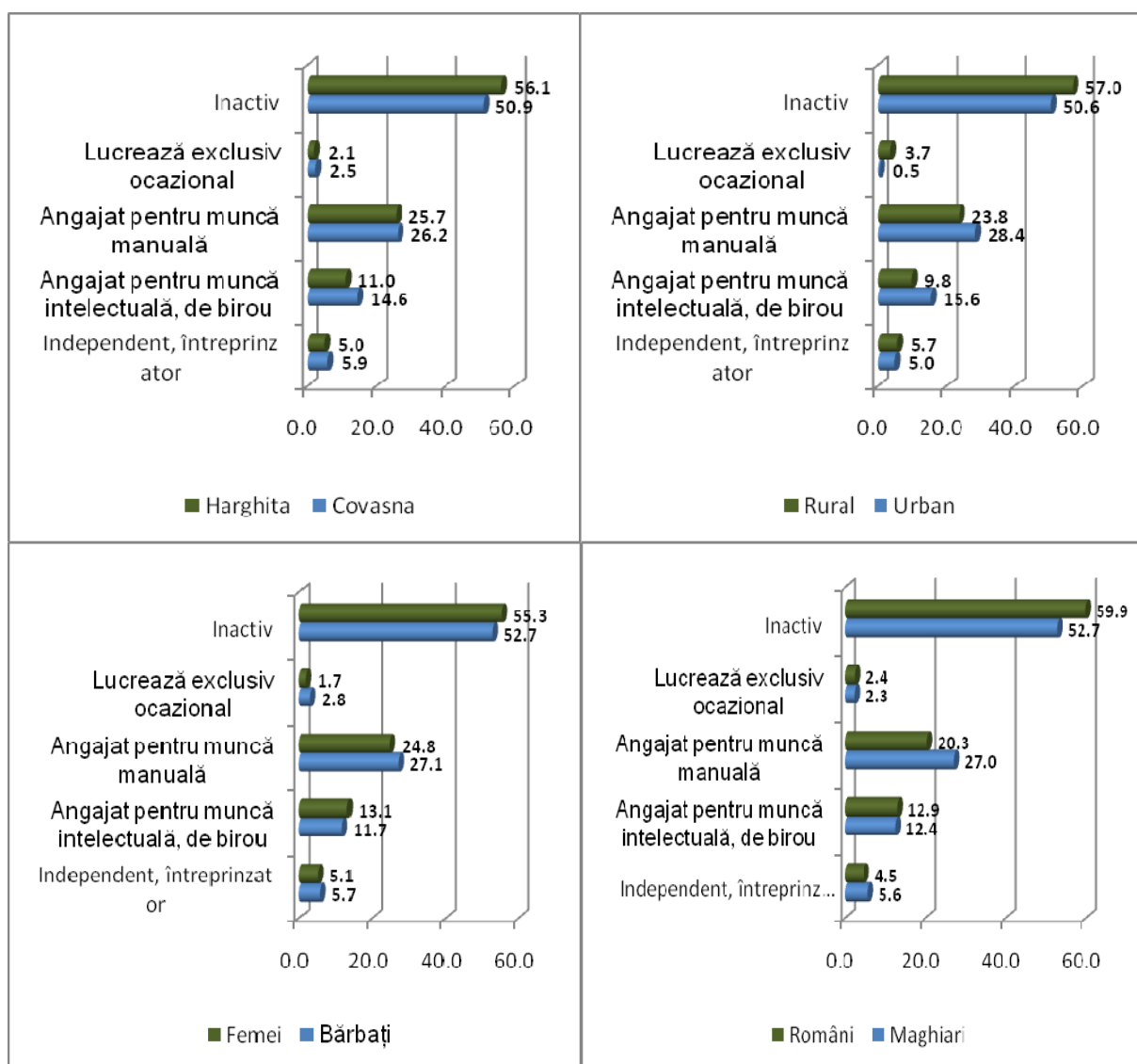
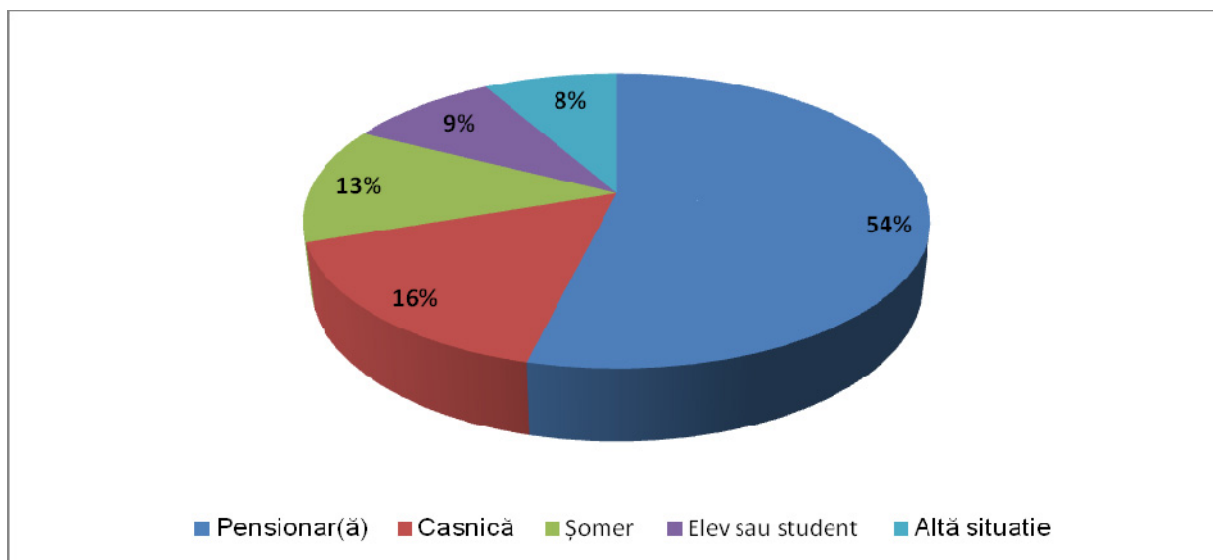


Fig. 1.9 Distribuția inactivilor



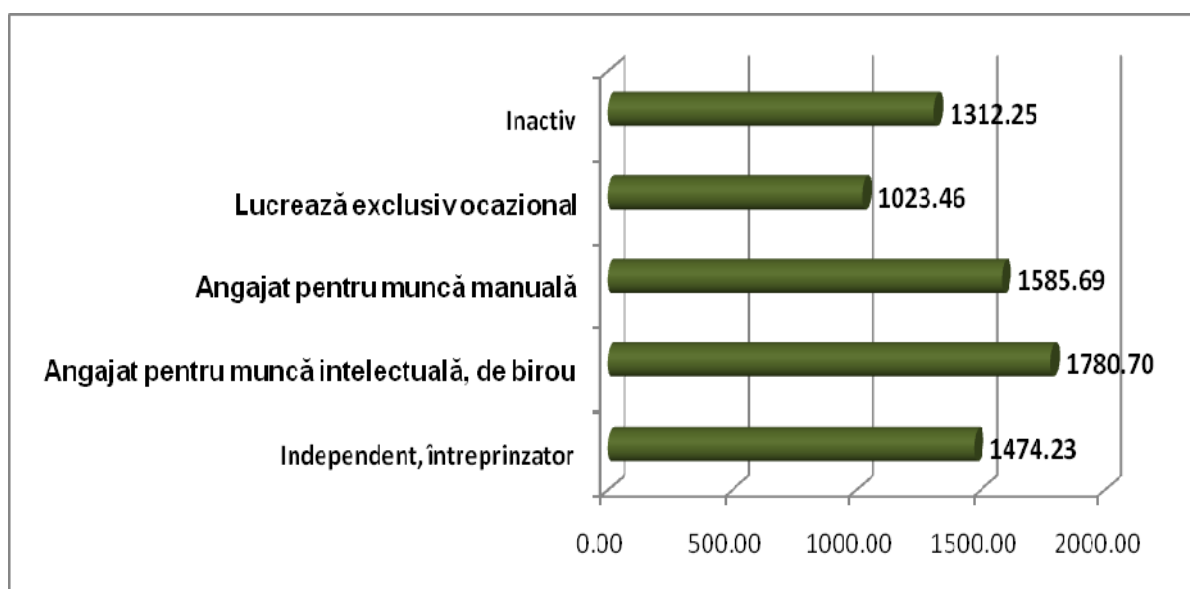
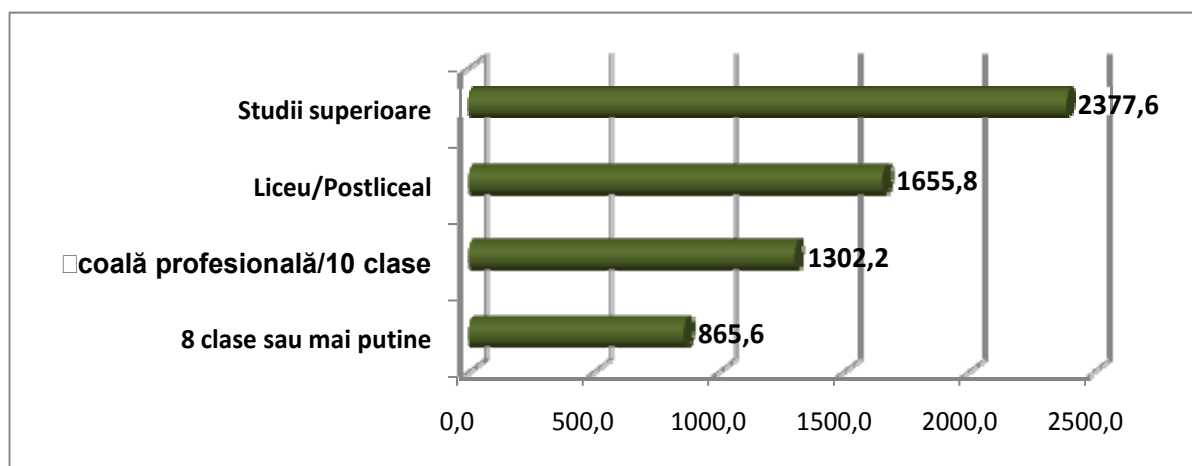
Grupul inactivilor are o distribuție prezentată pe figura de mai sus. Pensionarii reprezintă 54% din grupul inactivilor care constituie 26,1% din totalul respondenților. La fel, șomerii au o pondere de 13 % din grupul inactivilor respectiv 6,8% din eșantionul total (fig. 1.9).

Tab. 1.4 Distribuția inactivilor pe județe, medii, naționalități și sexe (%)

JUDEȚ	Pensionar	Elev sau student	Somer	Casnică	Altă situație
Covasna	49.8	7.5	14.7	18.7	9.3
Harghita	56.2	10.3	11.6	14.2	7.6
MEDIU DE RESEDINȚĂ					
Urban	58.3	12.9	13.7	7.7	7.4
Rural	50.6	6.7	12.1	21.9	8.8
NAȚIONALITATE					
Maghiari	55.7	9.5	14.2	13.6	7.1
Români	47.0	8.9	7.3	23.5	13.3
SEX					
Bărbați	60.9	10.3	19.5	2.4	6.9
Femei	48.9	8.5	8.1	25.2	9.2

Se observă diferențe semnificative dacă comparăm cele două județe sau mediile de rezidență în funcție de cauza inactivității. De exemplu în județul Harghita ponderea pensionarilor și a elevilor/studentilor este mai mare decât în județul Covasna, însă pe de altă parte în mediul urban procentul studenților este dublă față de mediul rural. La fel, se găsesc diferențe însemnate și în cazul naționalităților și a celor două sexe (tab. 1.4).

Fig. 1.10 Venit lunar pe nivel de școlarizare și statutul activ-inactiv



De la majoritatea respondenților am primit răspunsuri valide la întrebarea referitoare la venitul lunar al gospodăriei. Pe baza acestor sume declarate am calculat venitul mediu lunar al populației cercetate, aceasta fiind 1443,84 de lei, dar și venitul mediu lunar pe membru de gospodărie, care este 553,55 de lei. Pe figura 1.10 prezentăm veniturile medii lunare în funcție de nivel de școlarizare și de statutul de activ-inactiv. Pe de o parte se vede că creșterea nivelului de școlarizare presupune și venituri mai mari, pe de altă parte observăm că persoanele cu loc de muncă intelectuală, de birou au veniturile cele mai ridicate, depășind și pe veniturile independenților și întreprinzătorilor.

În tabelul de mai jos comparăm veniturile și în funcție de județ, mediu și naționalitate: venitul mediu lunar în județul Harghita este mai mare cu 80 de lei față de județul Covasna, iar respondenții maghiari câștigă cu cca. 100 de lei mai mult decât românii. În plus, o diferență semnificativă (cca 550 de lei) există și între mediul rural și urban.

Tab. 1.5 Venitul mediu lunar și venitul pe membru de familie pe județe, medii și naționalități

JUDEȚ	Venit pe membru de familie	Venit lunar
Covasna	530.34	1394.97
Harghita	568.02	1474.28
MEDIU DE REZIDENȚĂ		
Urban	706.08	1744.74
Rural	426.51	1192.83
NAȚIONALITATE		
Maghiari	563.52	1465.77
Români	513.49	1363.22

De asemenea, examinând condițiile de locuit, am calculat și suprafața medie a locuințelor (77,29 m²) respectiv suprafața medie pe membru de familie (30,88 m²), iar după aceea am făcut comparațiile văzute mai sus (în funcție de județ, mediu și naționalități). Pe tabelul de mai jos se observă că în mediul rural locuințele sunt cu aproximativ 16,5 m² mai mari decât locuințele în

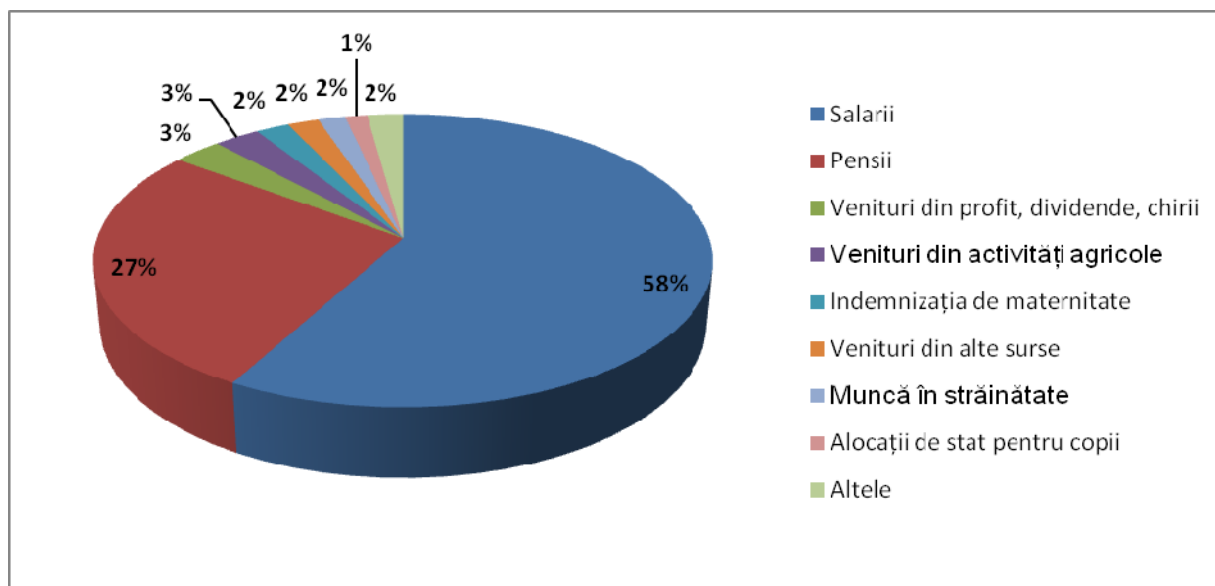
orașe, însă din cauza numărului mai mare de membri ai gospodăriei diferența în ceea ce privește suprafața pe membru de familie nu e la fel de semnificativă.

Tab. 1.6 Suprafața locuinței și suprafață pe membru de familie pe județe, medii și naționalități

JUDEȚ	Suprafață pe membru de familie (m²)	Suprafață (m²)
Covasna	31.52	76.72
Harghita	30.28	77.19
MEDIU DE REZIDENȚĂ		
Urban	29.00	67.92
Rural	32.37	85.05
NAȚIONALITATE		
Maghiari	30.56	76.17
Români	32.50	82.14

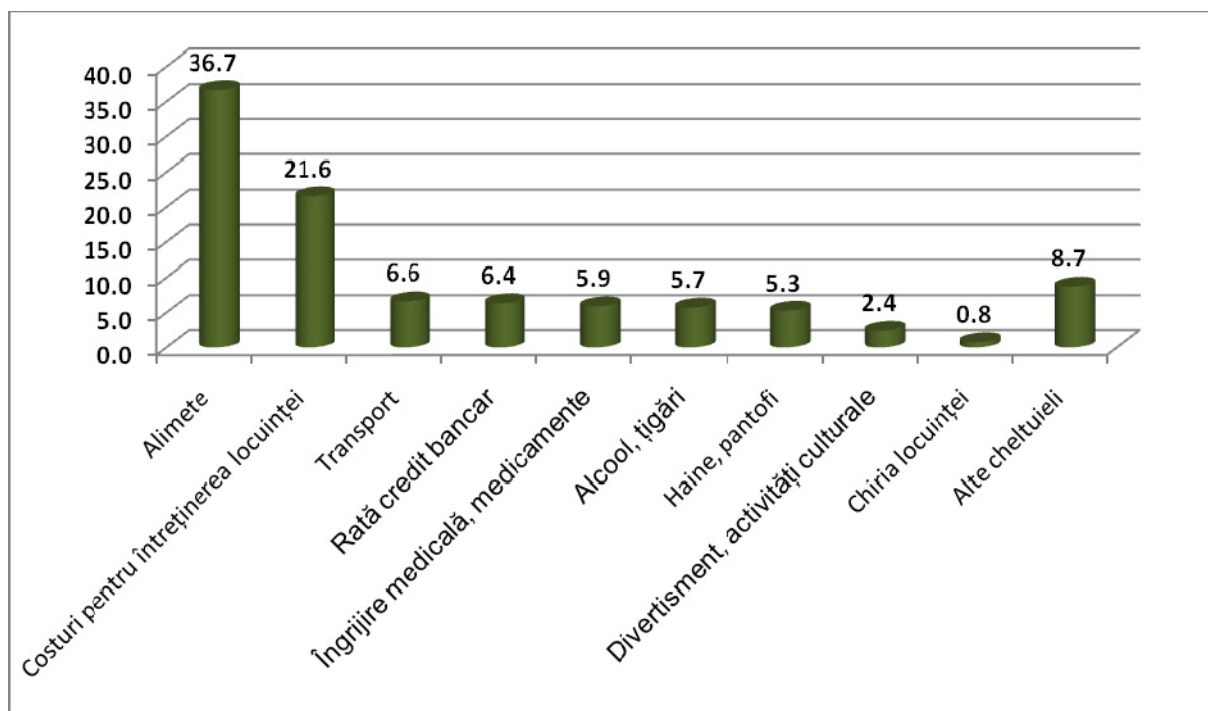
Pe baza datelor obținute de la respondenți am calculat și componența procentuală a acestor venituri. După cum se vede pe figura de mai jos din totalul veniturilor în gospodăriile cercetate 58% provin din salarii iar pensiile reprezintă 27%.

Fig. 1.11 Componența procentuală a veniturilor



Pe cealaltă parte am colectat date și despre cheltuielile gospodăriilor. Gospodăriile respondenților au cheltuit în luna precedentă celei în care s-au realizat interviurile în medie 1322 de lei, iar structura cheltuielilor arată că alimentele (36,7%) respectiv costurile pentru întreținerea locuinței (21,6%) constituie cea mai mare parte a cheltuielilor (Fig. 1.12).

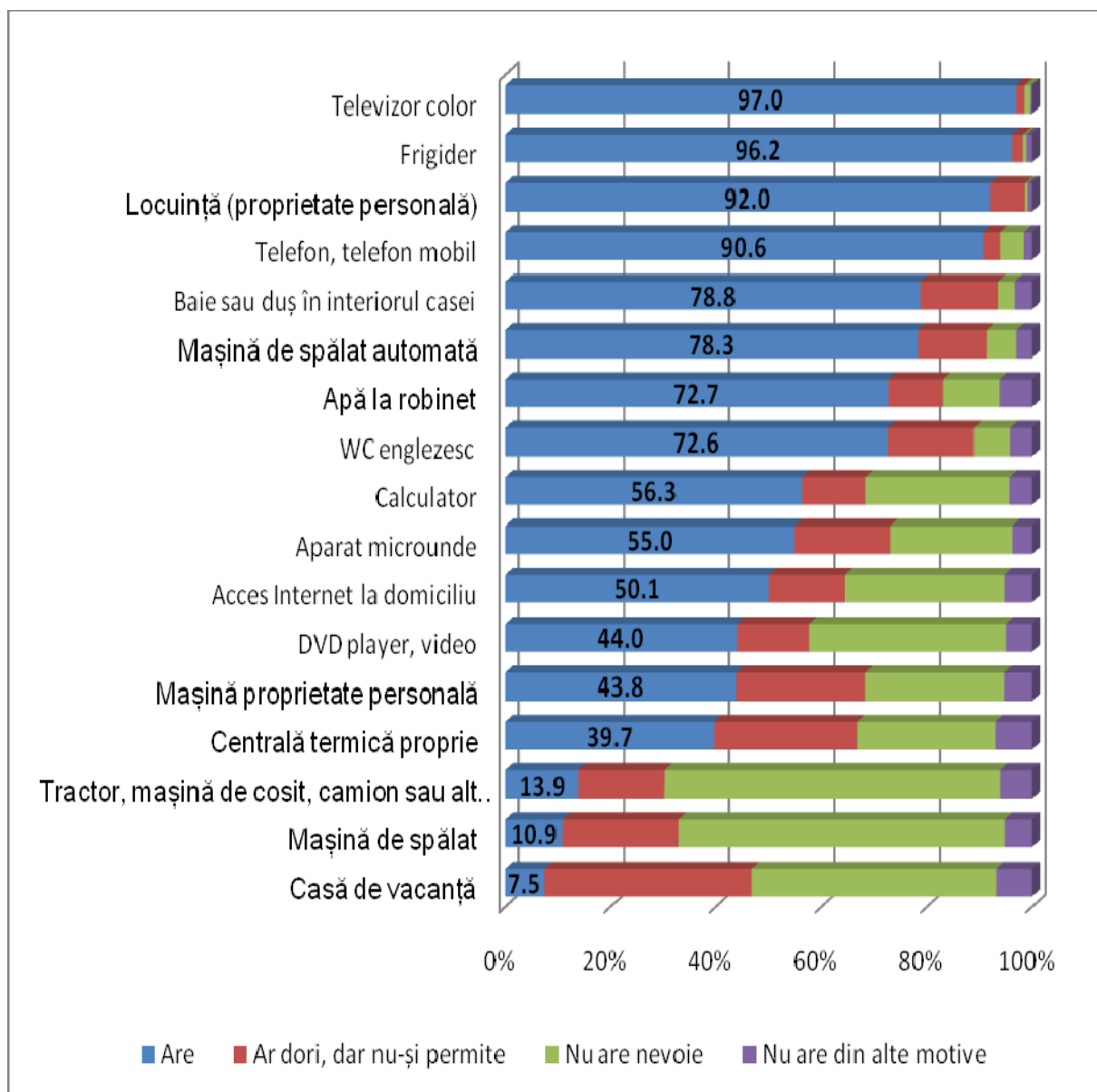
Fig. 1.12 Componența procentuală a cheltuielilor (%)



Dacă ne uităm la diferența dintre nivelul veniturilor și la cheltuielile declarate observăm o diferență de 121 de lei dintre veniturile medii lunare pe gospodărie (1443 de lei) și cheltuielile medii lunare (1322).

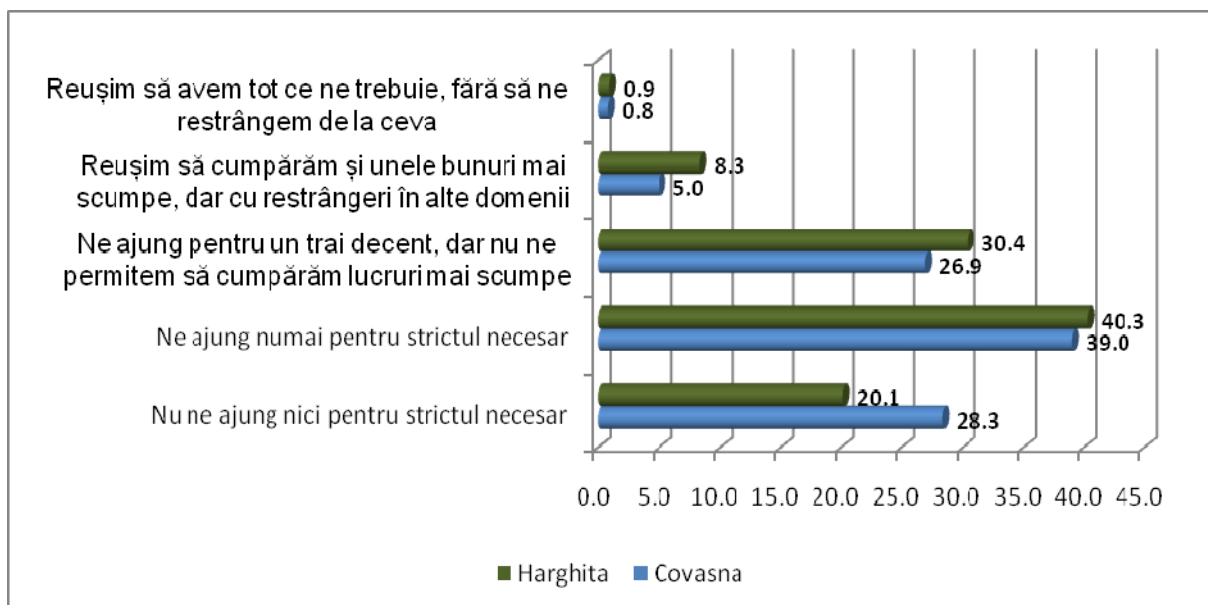
O altă întrebare referitoare la situația economică și condițiile de viață ale membrilor gospodăriei le cerea respondenților să indice, dacă dețin următoarele bunuri, iar în cazul în care nu le dețin din ce motiv (nu-și permit sau nu au nevoie). Pe figura 1.13 prezentăm răspunsurile la aceste întrebări.

Fig 1.13 "Care sunt bunurile pe care le dețineți dintre următoarele?"



Următoarea figură arată percepția subiectivă a persoanelor investigate despre nivelul lor de trai, comparând răspunsurile în cele două județe. Este de remarcat că mai puțin de 1% dintre respondenți afirmă că reușesc să aibă tot ce le trebuie, fără să se restrângă de la ceva, în timp ce majoritatea lor spun că banii le ajung numai pentru strictul necesar sau chiar nici nu le ajung. Se observă, în plus, și o diferență vizibilă între cele două județe, respondenții din județul Harghita fiind mai satisfăcuți de venitul familiei lor în raport cu necesitățile.

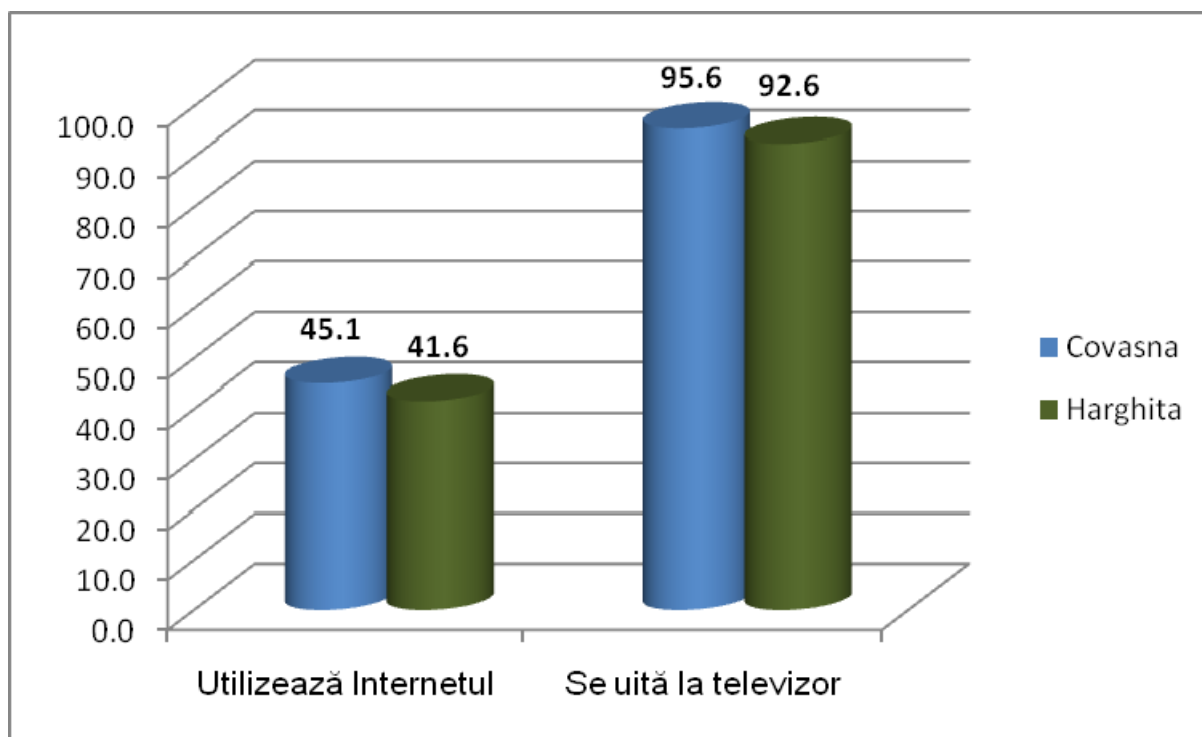
Fig. 1.14 "Cum apreciați veniturile familiei dvs. în raport cu necesitățile?" – pe județe (%)



2. Obiceiuri de consum media în județele Harghita și Covasna

Una dintre temele centrale ale cercetării este consumul media, în special al Internetului și al mediei audiovizuale. După cum se vede pe figura de mai jos marea majoritate a respondenților obișnuiesc să se uite la televizor, și în jur de 40-45% folosește Internetul, existând, însă, o mică diferență între cele două județe în favoarea județului Covasna.

Fig. 2.1 Obiceiuri de consum media pe județe



Pe figurile de mai jos se vede că frecvența de utilizare a Internetului diferă în mare măsură în cazul diferitelor grupuri sociale, în vreme ce folosirea televizorului în aceste grupuri este aproape identică. Cei care folosesc cel mai mult Internetul sunt tinerii și persoanele cu studii superioare (fig. 2.2, 2.3)

Fig.2.2 Obiceiuri de consum media pe grupuri de vârstă

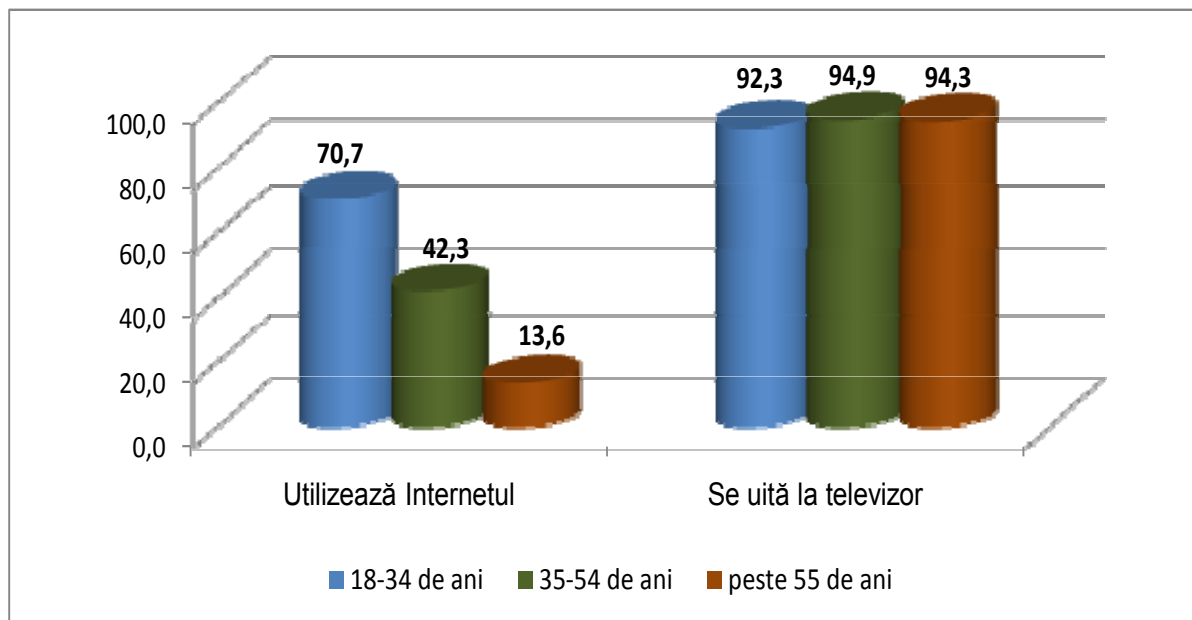
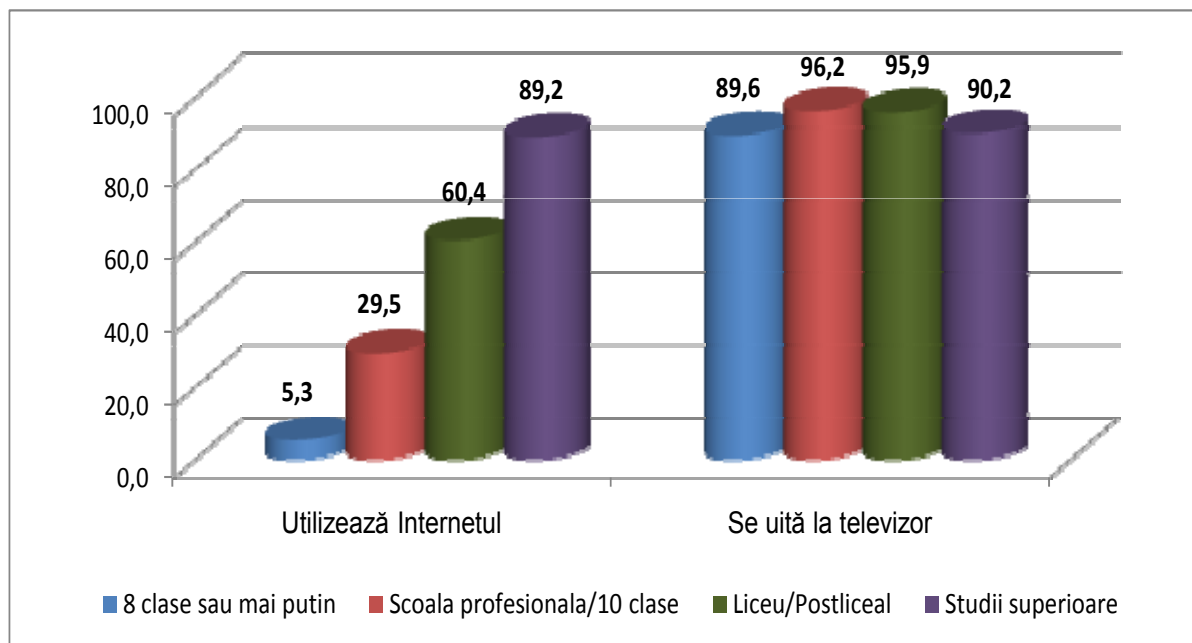


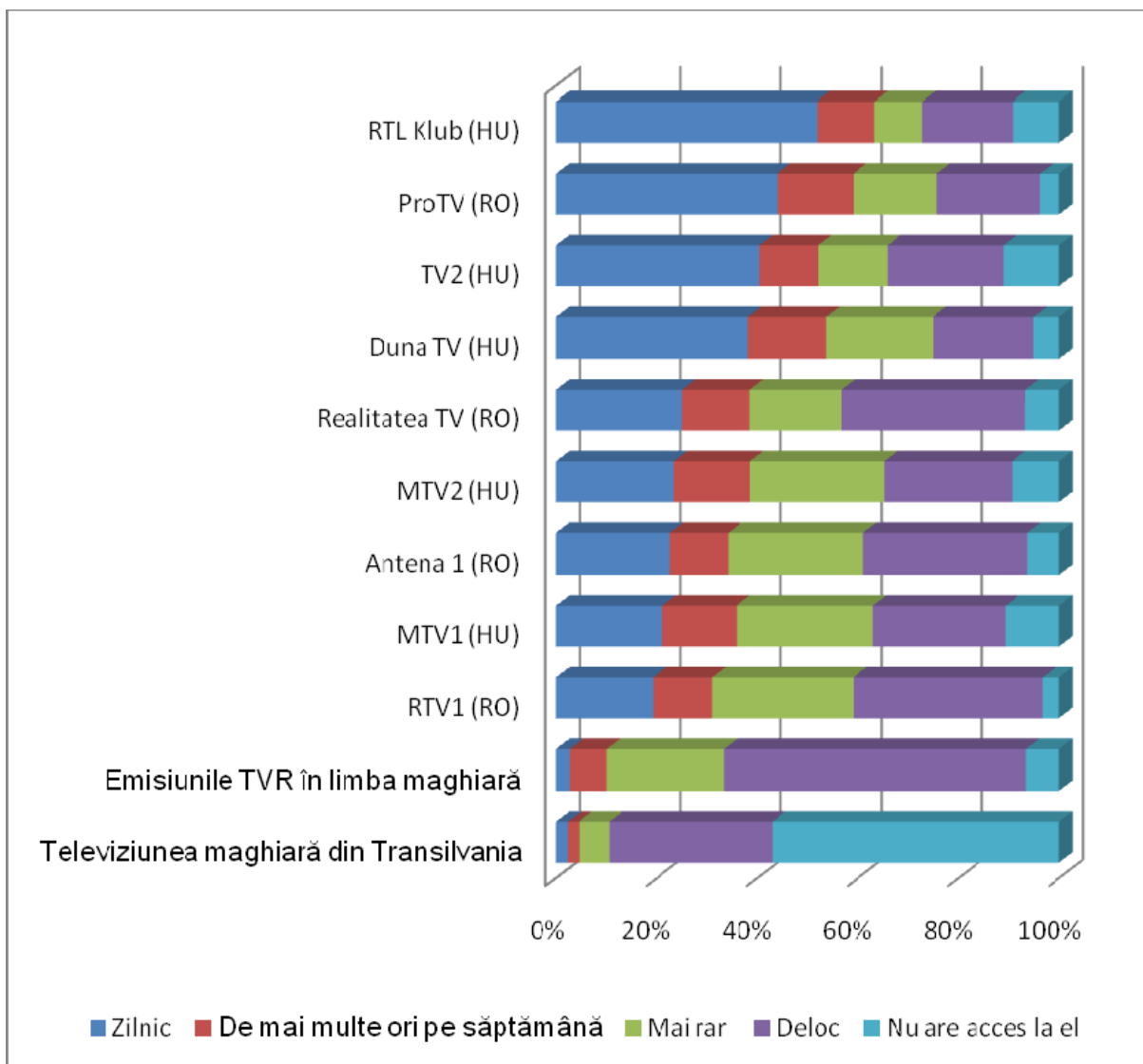
Fig.2.3 Obiceiuri de consum media pe grupuri de vârstă



În cadrul cercetării am colectat date și despre audiența diferitelor posturi de televiziune la care se poate avea acces în regiune (fig. 2.4). După cum se vede, cele mai importante posturi în

limba maghiară o reprezintă RTL Klub și TV2, iar din rândul posturilor din România ProTV, Realitatea TV și Antena1 ocupă primele poziții. Audiențele posturilor publice, fie din Ungaria, fie din România, sunt mult mai scăzute, numai Duna TV are o audiență mai ridicată.

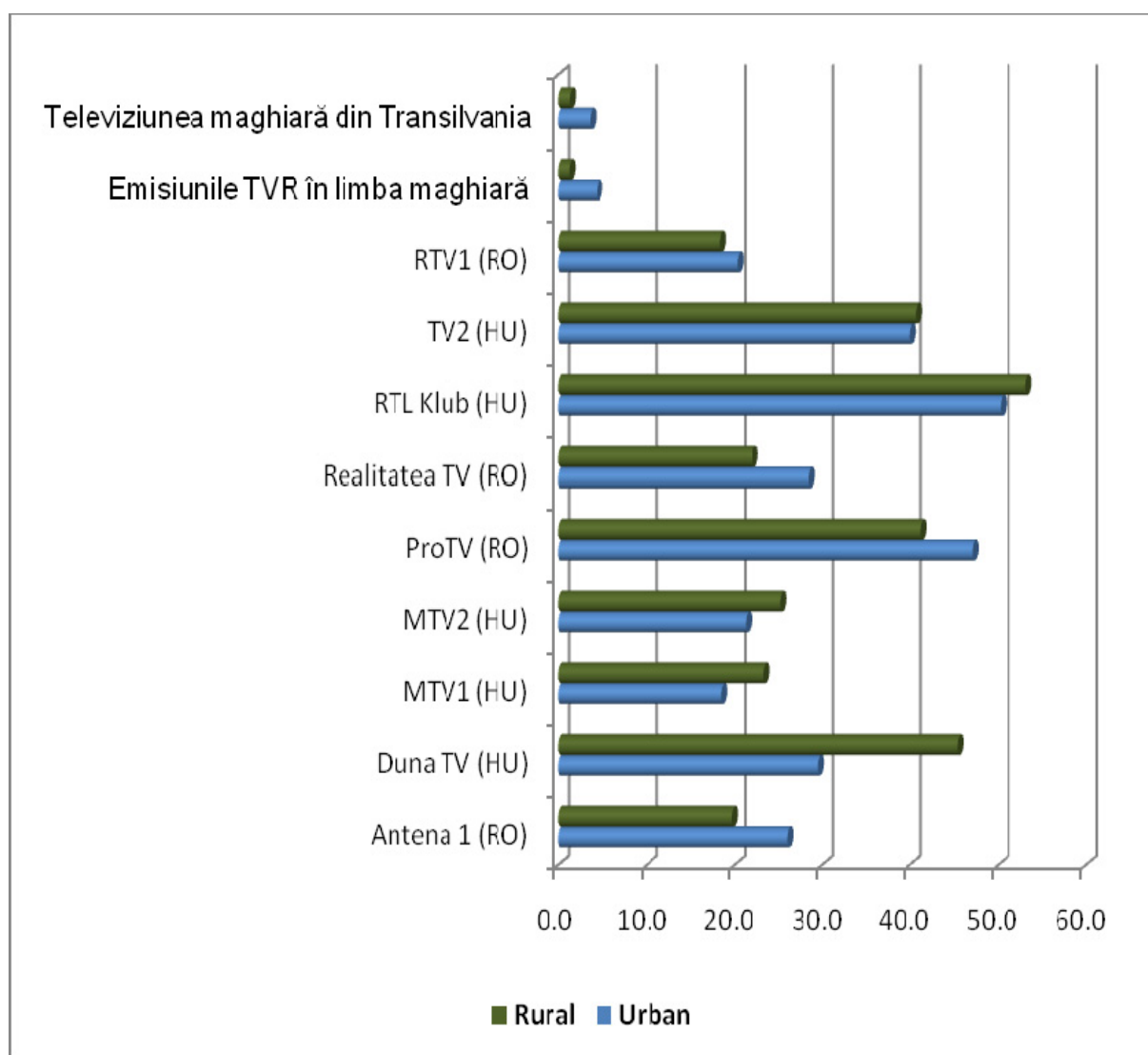
Fig 2.4 Audiența posturilor de televiziune în județul Harghita și Covasna



Desigur, există diferențe semnificative între audiența posturilor de televiziune în mediul urban și cel rural. După cum se vede pe figura 2.5 posturile de televiziune publice din Ungaria

(Duna TV, MTV1, MTV2) au o audiență zilnică mult mai mare în mediul rural, la fel ca și cele două posturi maghiare private (în cazul cărora, însă, diferența este mai mică), iar emisiunea TVR în limba maghiară, și Televiziunea maghiară din Transilvania sunt mai populare în orașe.

Fig. 2.5 Audiența zilnică a posturilor de televiziune pe medii de rezidență (%)



În privința utilizării Internetului, serviciul cel mai des folosit este e-mail-ul (35,6% dintre respondenți îl folosesc zilnic), și chat-ul (34,1%). Pe portalul de socializare Facebook îl folosesc zilnic 26% dintre persoanele chestionate.

Fig. 2.6 Folosirea serviciilor de internet

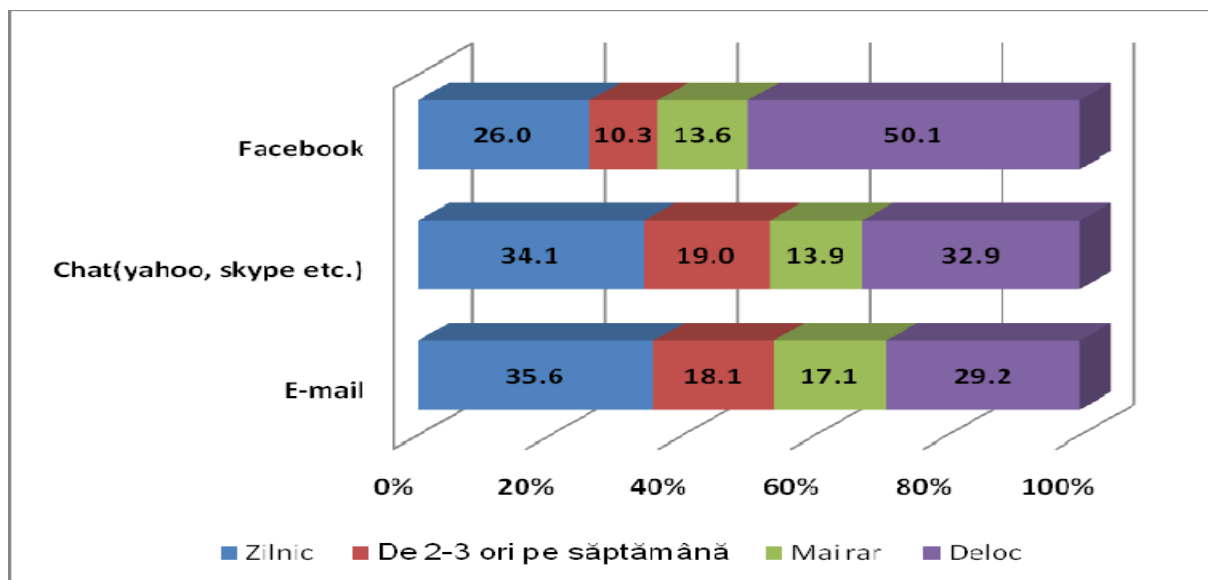
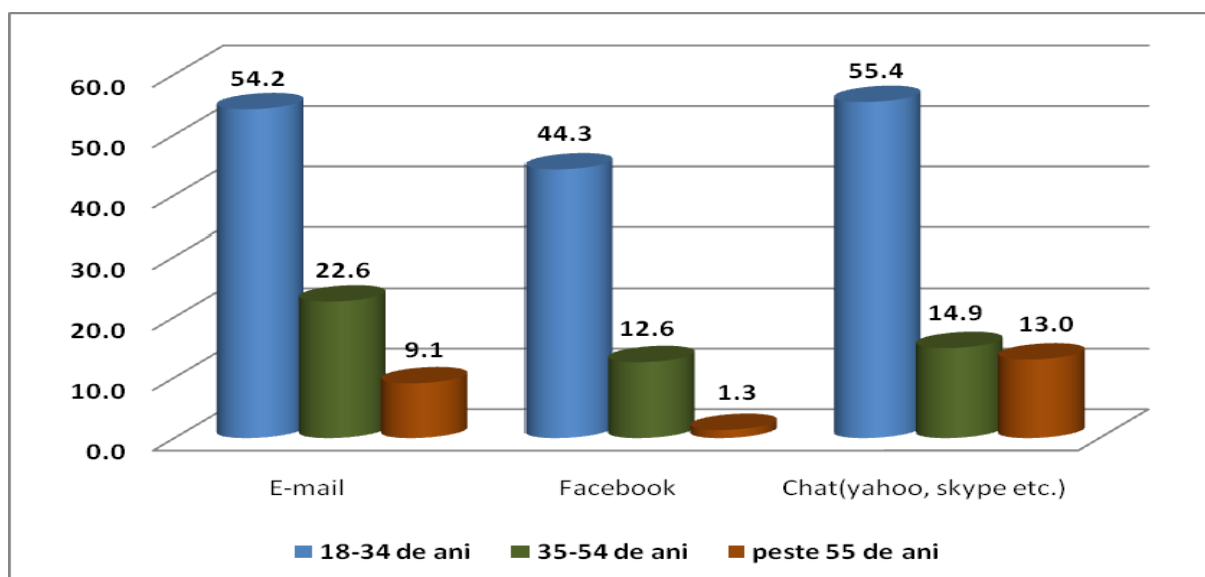


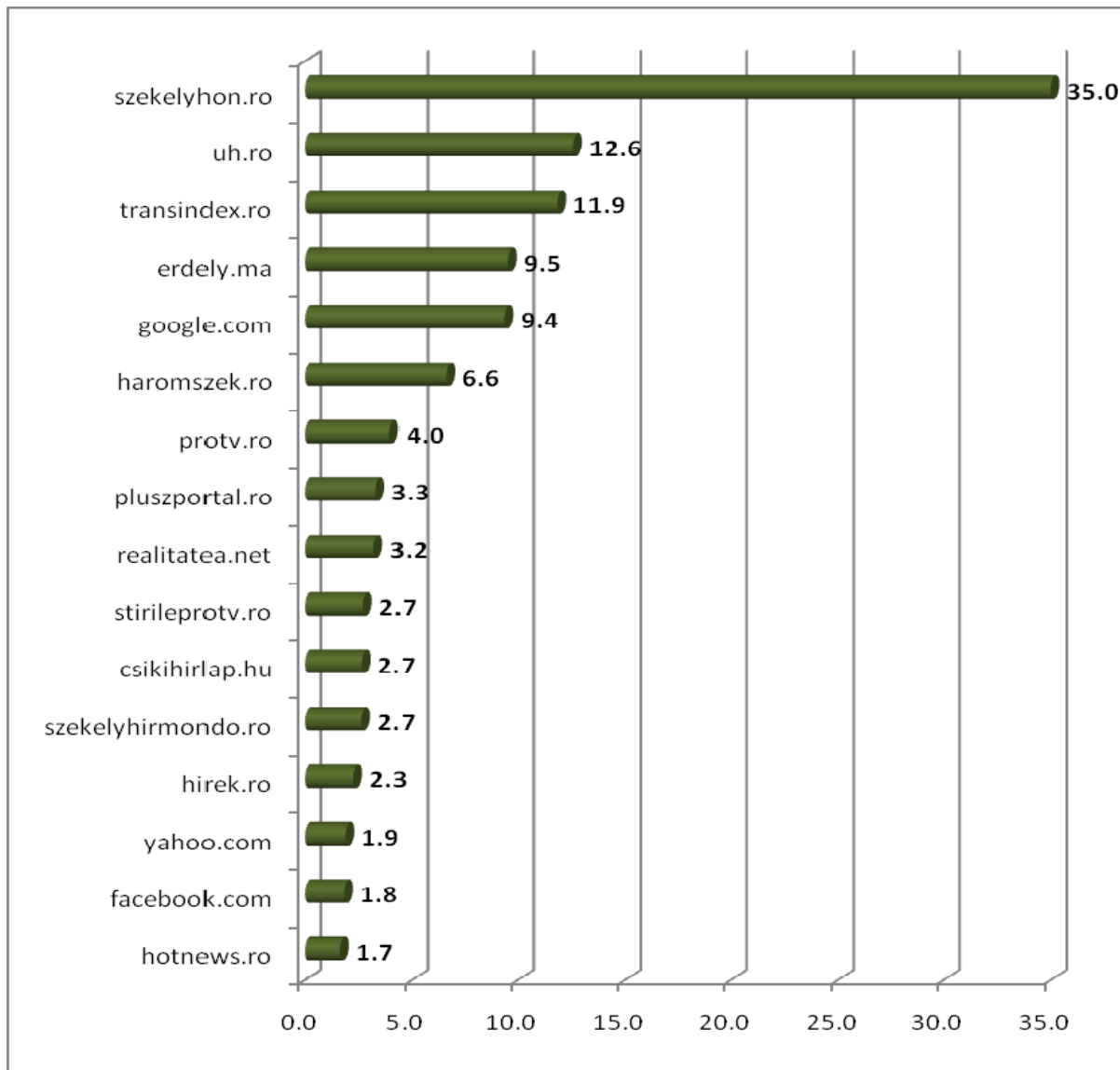
Fig. 2.7 Folosirea serviciilor de Internet pe grupuri de vârstă (%)



Dacă ne uităm la rezultate în funcție de grupuri de vârstă găsim din nou diferențe semnificative. Cei care folosesc serviciile de internet respective sunt în mare parte tineri de sub 34 de ani, iar serviciul pe care-l folosesc cel mai mult cei din grupul de vârstă de peste 55 de ani

este chat-ut (13%) (Tab. 4.2). Figura de mai jos arată audiențele site-urilor pe care respondenții urmăresc cel mai des știrile naționale sau locale.

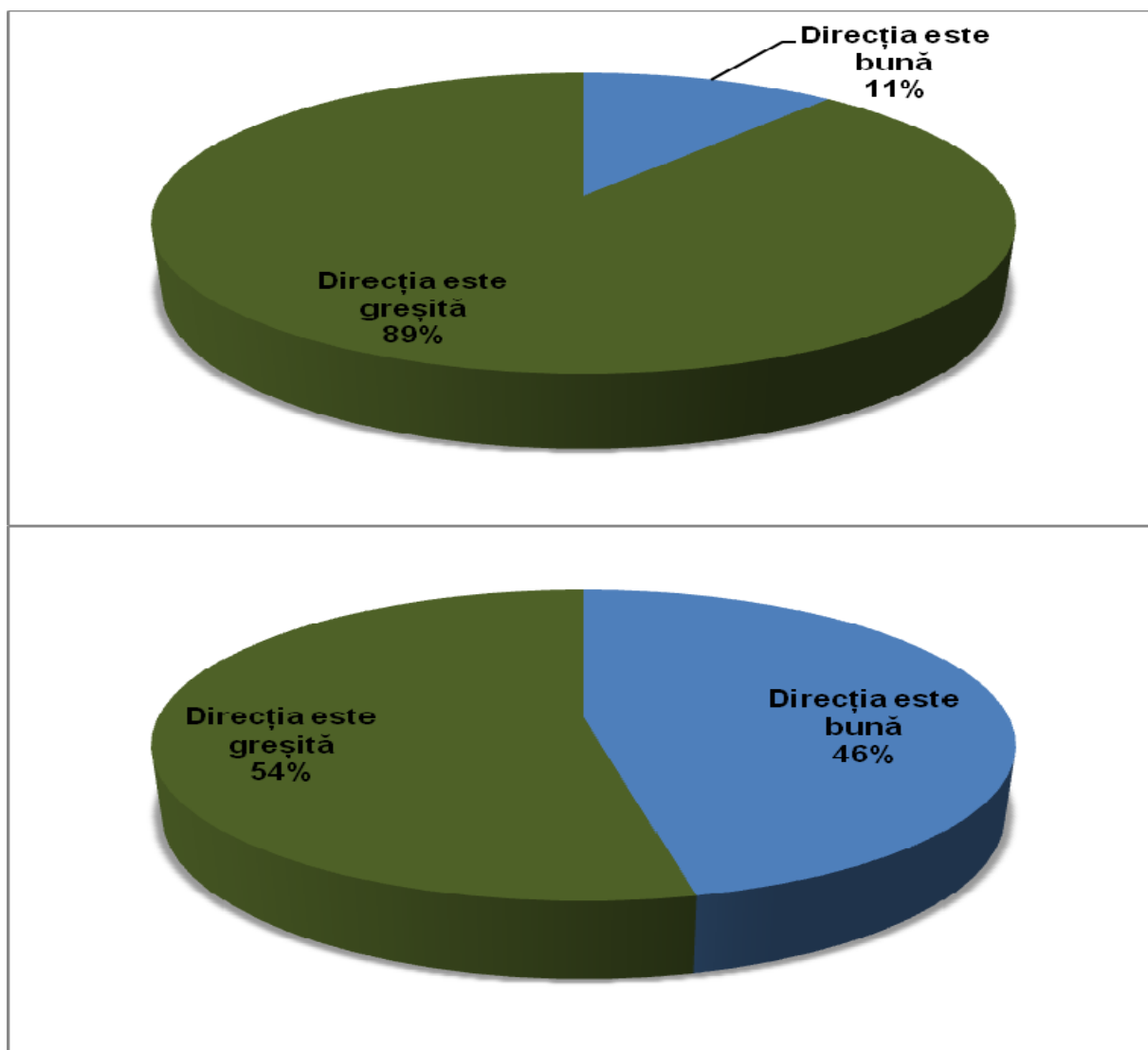
Fig. 2.8 Audiența paginilor de Internet pe care se urmărește știrile naționale sau locale (%)



3. Opinii despre situația și dezvoltarea localității respondenților

În cadrul cercetării am pus respondenților și întrebări referitoare la opinia lor despre situația și dezvoltarea țării și a localității lor, despre principalele probleme, deciziile bune și cele rele ale conducerii, și despre cea mai urgentă sarcină a conducerii localității respective.

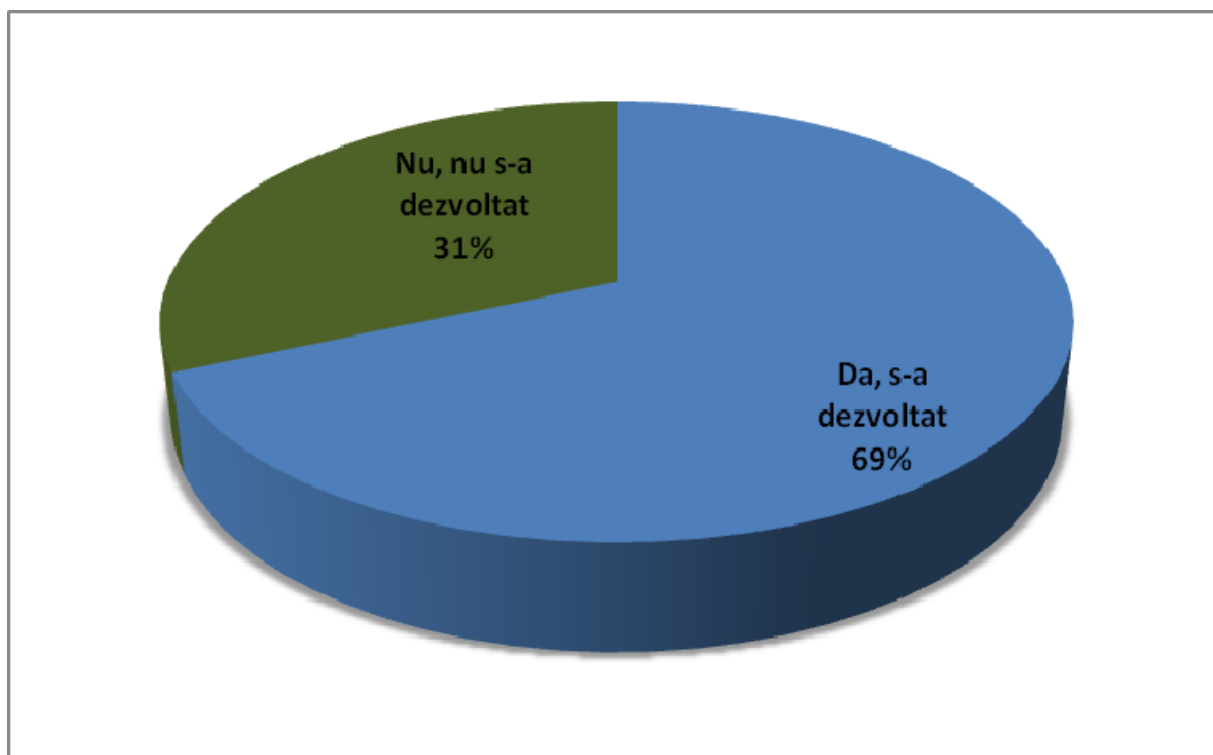
Fig. 3.1 "Credeți că în țara noastră (sus) și în localitatea dvs. (jos) lucrurile merg într-o direcție bună sau într-o direcție greșită?" (%)



După cum se vede pe figurile de mai sus respondenții din județele Harghita și Covasna apar mult mai optimiști când este vorba despre situația localității lor, decât în cazul în care se pronunță despre situația țării: 89% dintre persoanele investigate consideră că în România lucrurile merg într-o direcție greșită, în vreme ce numai 54% dintre ei cred același lucru în cazul localității în care trăiesc.

Acest rezultat este confirmat și de răspunsurile date la întrebarea ”Credeți că localitatea în care trăiți s-a dezvoltat în ultimii doi ani?”. 69% dintre respondenți au răspuns afirmativ la această întrebare, existând, însă, mici diferențe între județele Harghita și Covasna respectiv mediul urban și rural (tab. 3.1)

Fig. 3.2 ”Credeți că localitatea în care trăiți s-a dezvoltat în ultimii doi ani? (%)

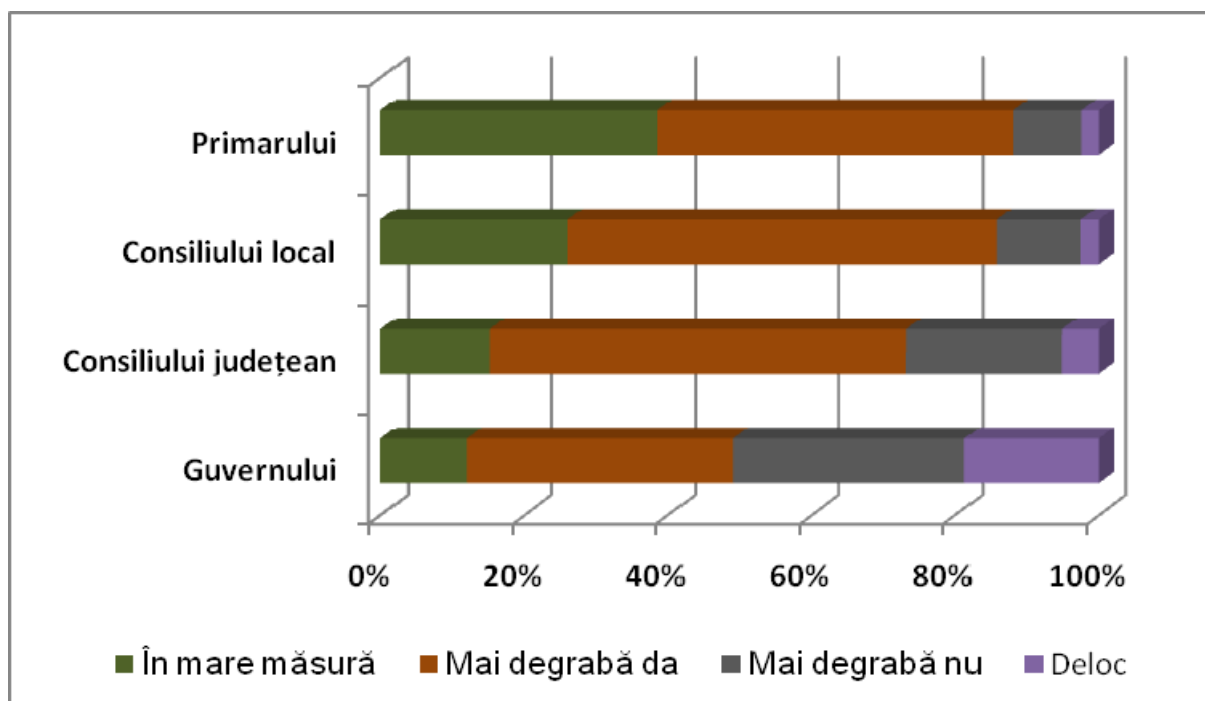


Tab. 3.1 Opinii despre dezvoltarea localității pe județe și medii de rezidență (%)

JUDEȚ	Direcția este bună în localitate	Da, s-a dezvoltat localitatea
Covasna	45.4	67.0
Harghita	47.2	69.5
MEDIU DE REZIDENȚĂ		
Urban	40.1	66.9
Rural	51.9	69.9

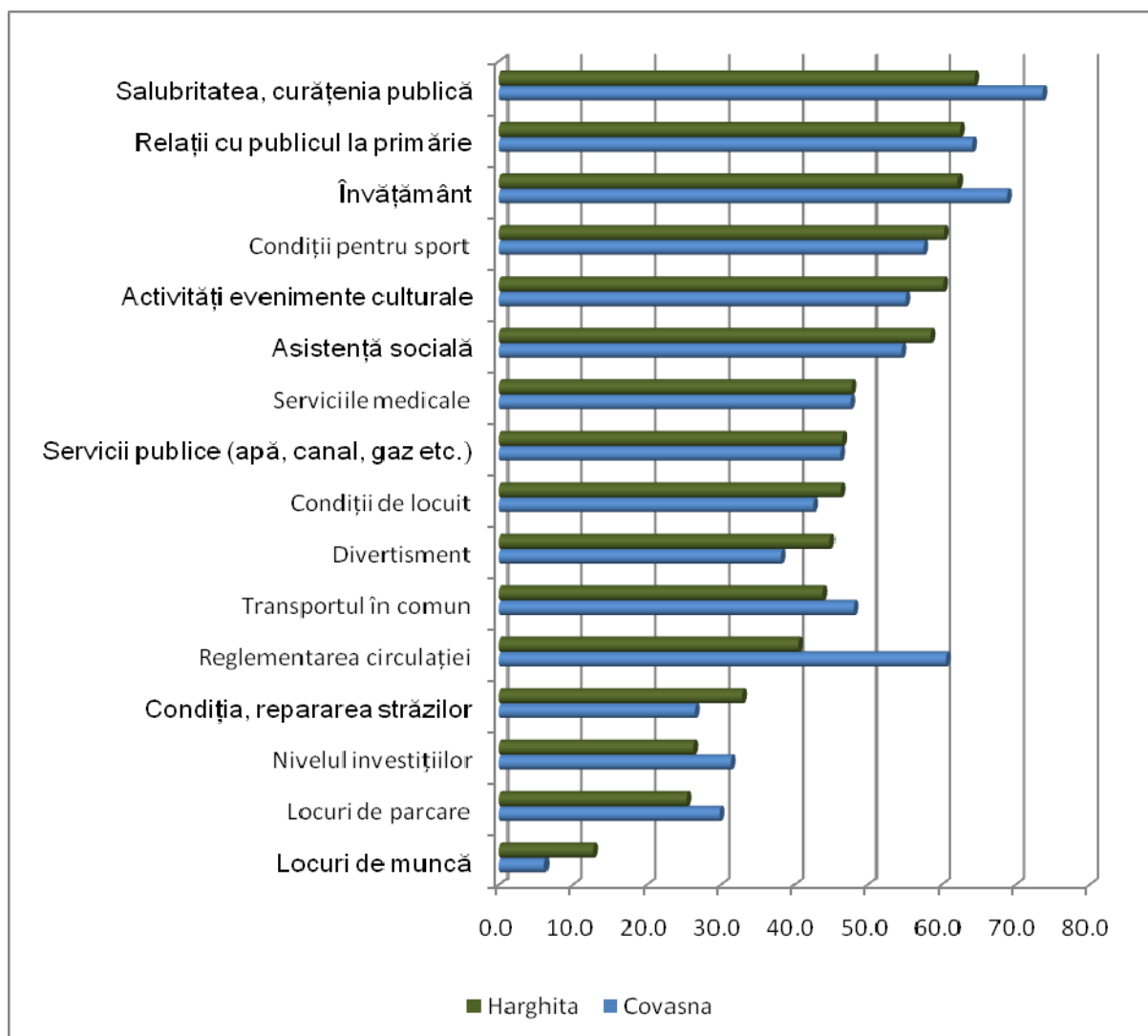
Fiind întrebați ce cred, căror instituții, organizații se datorează această dezvoltarea sau lipsă de dezvoltare majoritatea intervievaților răspund că acest lucru i se datorează în primul rând primarului, și în mai mică măsură consiliului local și celui județean (Fig. 3.3).

Fig. 3.3 "Ce credeți, căror instituții sau organizații se datorează dezvoltarea localității?"



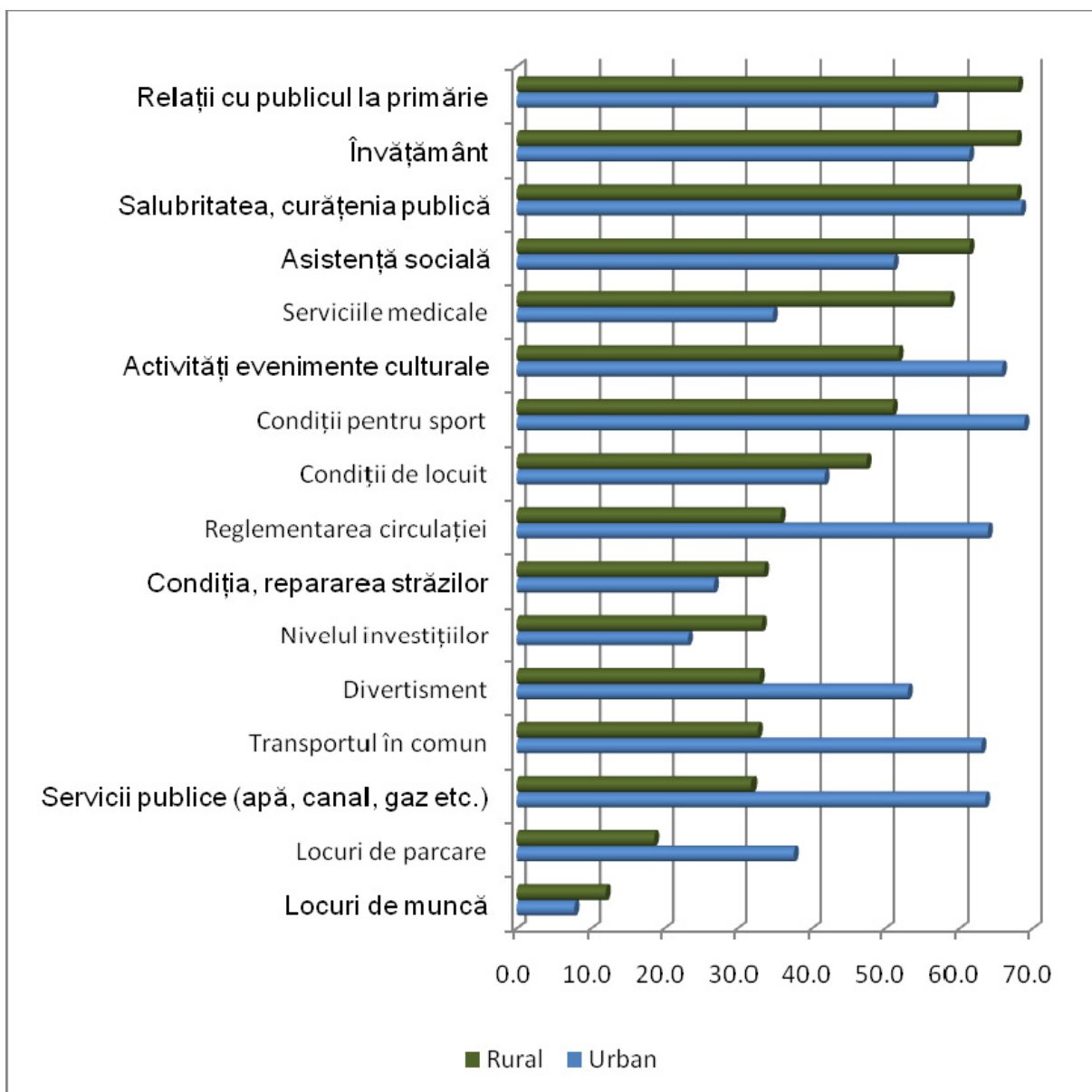
În cele ce urmează prezentăm cum apreciez respondenții situația diferitelor domenii legate de situație și dezvoltarea unei localități. Rezultatele sunt prezentate mai întâi pe județe, iar apoi pe medii de rezidență. Astfel se vede că de exemplu învățământul, salubritatea sau reglementarea circulației reprezintă o problemă mai puțin serioasă în județul Harghita decât în județul Covasna. În schimb aici divertismentul, evenimentele culturale sau condiția străzilor sunt mai satisfăcătoare.

Fig. 3.4 "Cum apreciați situația localității în următoarele domenii?" – pe județe (%)



În mod asemănător se găsesc deosebiri semnificative și între mediul rural și urban. Cele mai mari diferențe există în privința serviciilor publice, transportului în comun, divertismentului, evenimentelor culturale sau a reglementării circulației (Fig. 3.5).

Fig. 3.5 "Cum apreciați situația localității în următoarele domenii?" – pe medii (%)



În final i-am întrebat pe respondenți, printr-o întrebare deschisă, ce cred, care ar fi cea mai urgentă sarcină a primarului în localitatea lor. Rezultatele pe mediul urban și rural separat sunt prezentate în tabelul de mai jos. Se vede că repararea străzilor reprezintă cea mai importantă problemă în ambele tipuri de localități, însă există și diferențe semnificative.

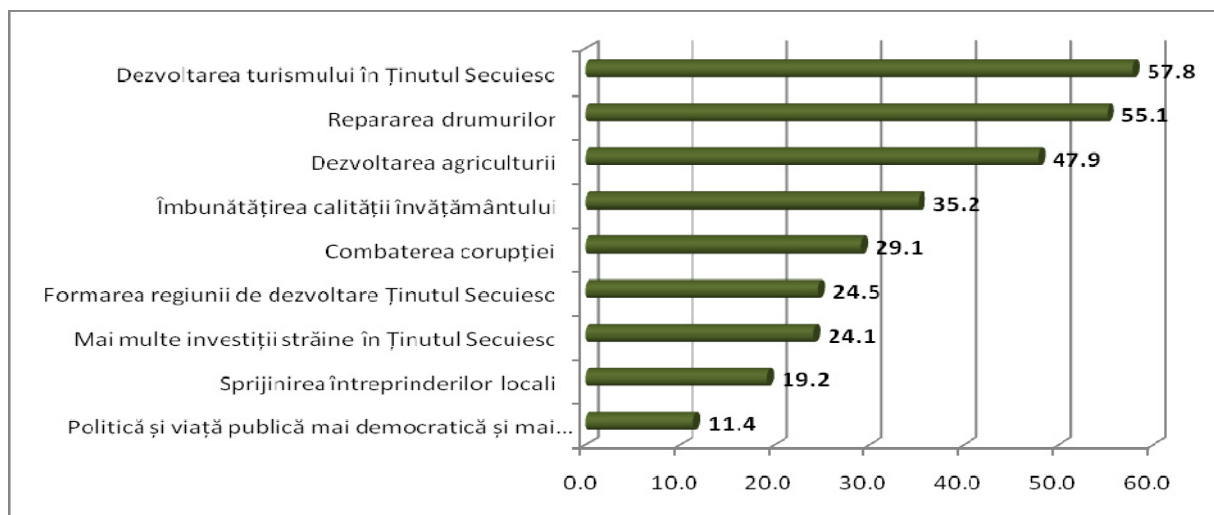
Tab. 3.2 "Ce credeți, care ar fi cea mai urgentă sarcină a primarului în perioada următoare?"

URBAN	%	RURAL	%
Repararea străzilor	27.4	Repararea străzilor	31.8
Crearea locurilor de muncă	23.4	Canalizare	10.4
Atragerea investițiilor	5.6	Introducerea apei potabile	7.4
Canalizare	4.3	Crearea locurilor de muncă	6.7
Repararea trotuarelor	3.0	Repararea trotuarelor	5.8
Renovarea clădirilor	2.3	Renovarea clădirilor	3.1
Îmbunătățirea condițiilor de locuit	2.3	Renovarea școlilor și a grădinițelor	2.5
Ajutor social, sprijin pentru pensionari	2.1	Ajutor social, sprijin pentru pensionari	2.5
Dezvoltarea localității (în general)	1.7	Terminarea lucrărilor începute	2.2
Dezvoltare economică	1.6	Sprijin pentru tineri	2.0

4. Factorii dezvoltării socio-economice a județelor Harghita și Covasna

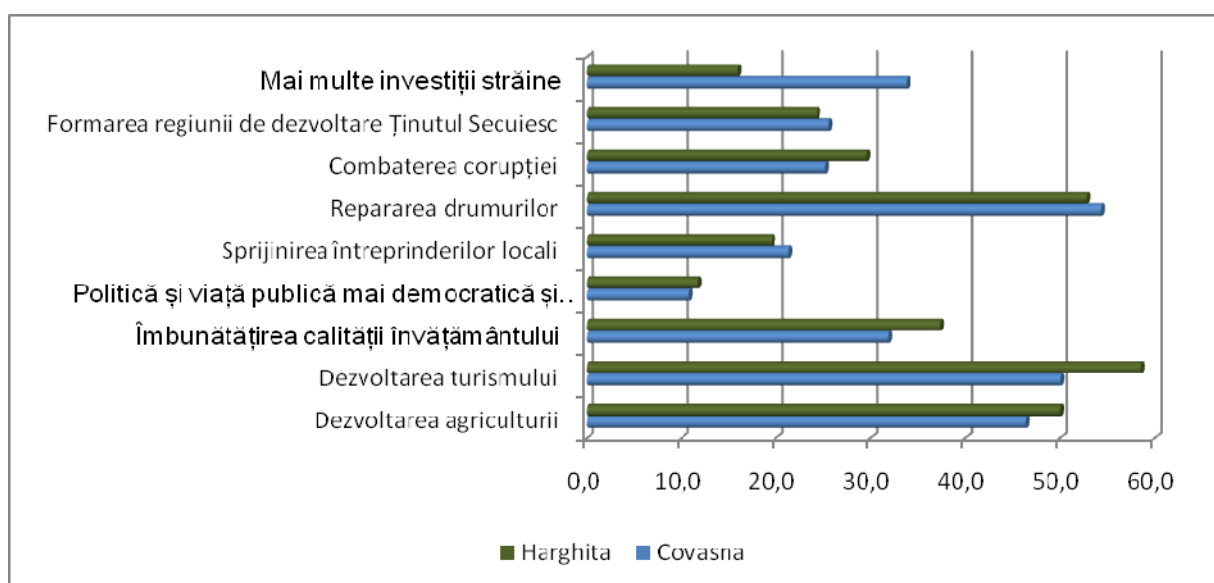
O altă temă a cercetării o constituie opinia respondenților despre factorii dezvoltării socio-economice și potențialul celor două județe. Prin aceste întrebări avem posibilitatea de a ierarhiza factorii, care, în opinia persoanelor cercetate, ar putea susține dezvoltarea regiunii ("În opinia dvs. care sunt primii trei factori, dintre cele enumerate, cei mai importanți pentru dezvoltarea județului dvs.?). Cele mai multe persoane (31%) au numit dezvoltarea agriculturii ca prima opțiune, urmat de dezvoltarea turismului (27%) și repararea drumurilor (12%). Examinând toate cele trei opțiuni ale respondenților indiferent de poziția lor, observăm, că domeniile cele mai des alese sunt turismul (57,8%) și drumurile (55,1%).

4.1 În opinia dvs. care sunt primii trei factori, dintre cele enumerate, cei mai importanți pentru dezvoltarea județului dvs.? (%)



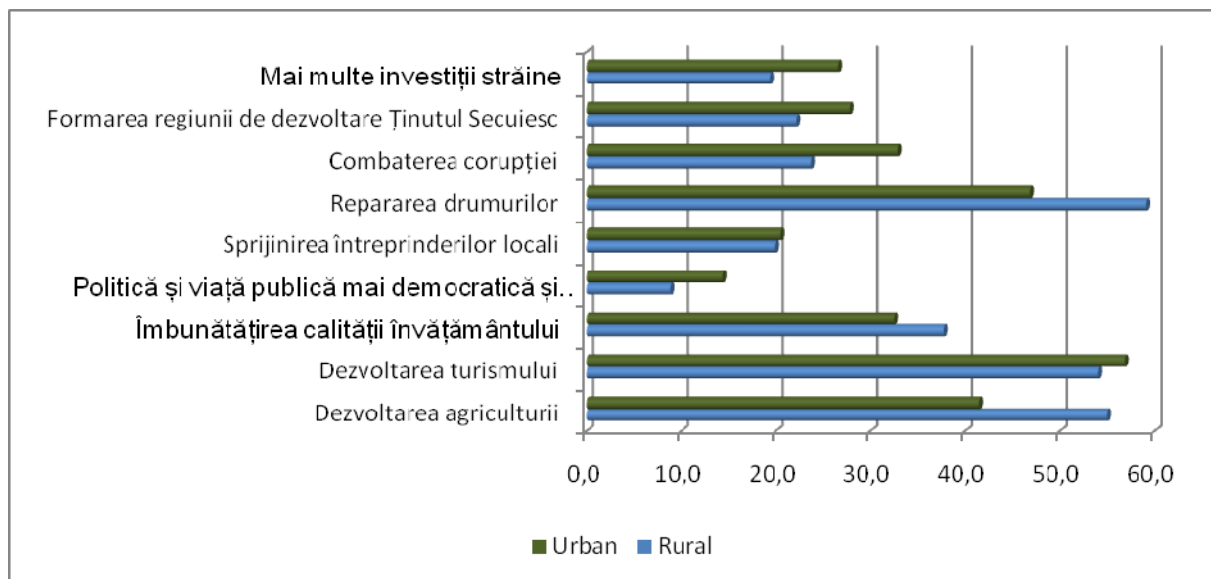
Pe următoarele figuri prezentăm răspunsurile la această întrebare pe județe, medii de rezidență, nivel de școlarizare și grupuri de vârstă.

4.2 Factori de dezvoltare pe județe

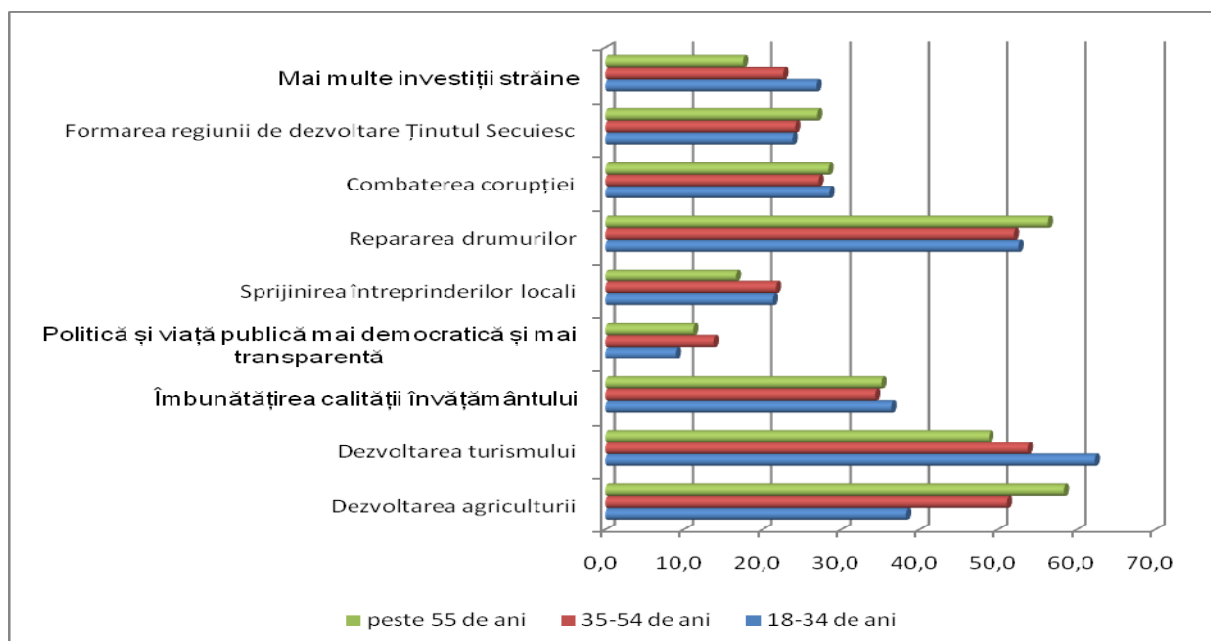


De exemplu turismul și învățământul par a fi mai importante în rândul respondenților din județul Harghita, în timp ce în județul Covasna investițiile străine sunt mai importante. Se găsesc diferențe similare și între mediul rural și urban (fig. 4.3).

4.3 Factori de dezvoltare pe medii de rezidență (%)

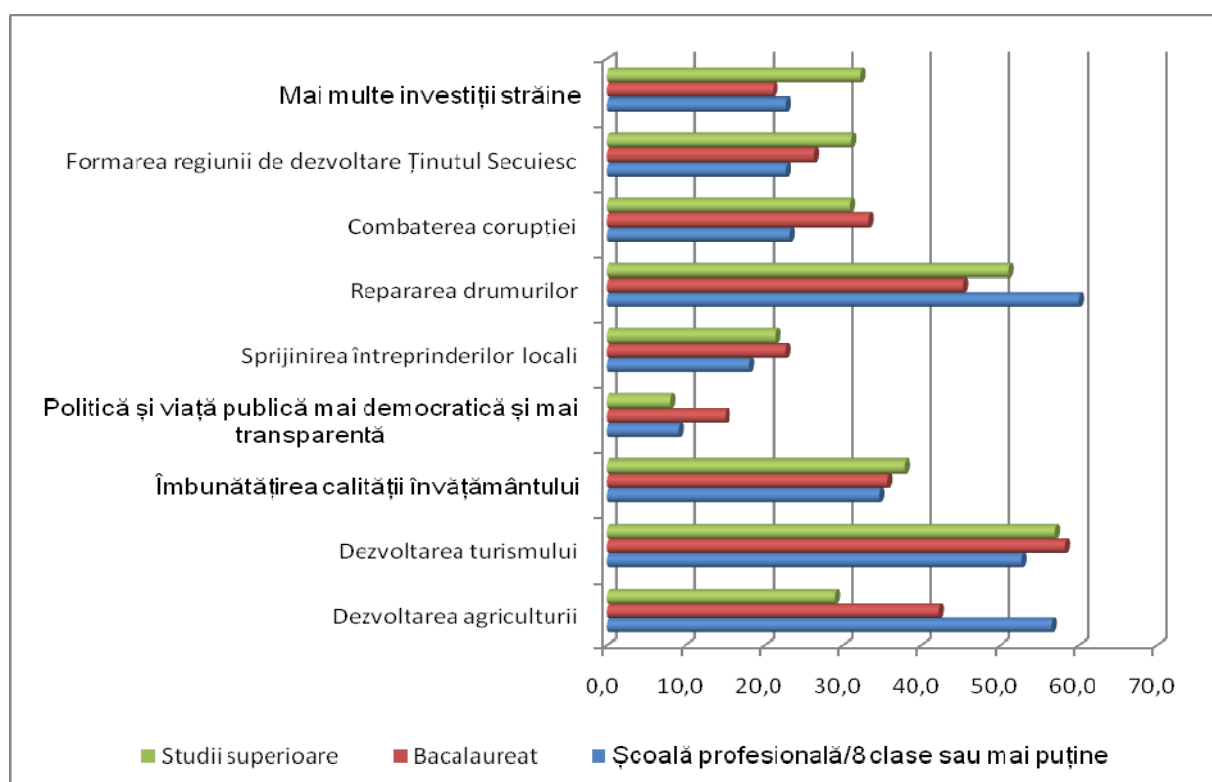


4.4 Factori de dezvoltare pe grupuri de vârstă (%)



Privind grupurile de vârstă și nivelul de școlarizare, domeniile cu cele mai mari diferențe sunt agricultura (fiind preferată mai degrabă de cei peste 55 de ani și de respondenții cu nivel de școlarizare mai scăzut) și turismul (preferat mai degrabă de tineri) (fig. 4.4 și 4.5).

4.5 Factori de dezvoltare pe nivel de școlarizare (%)



5. Turism în județele Harghita și Covasna

O altă temă importantă a cercetării este opinia localnicilor despre turismul în județele lor. Aceste întrebări se refereau la opinia respondenților despre diferite tipuri de turism, posibilitățile și dezavantajele, potențialul turismului în regiune, caracteristici locale, monumente culturale sau popularitatea orașelor din zonă.

5.1. Tipuri de turism în județele Harghita și Covasna

Din punctul de vedere al tipurilor de turism în județele Harghita și Covasna preferințele respondenților din cele două județe nu sunt similare.

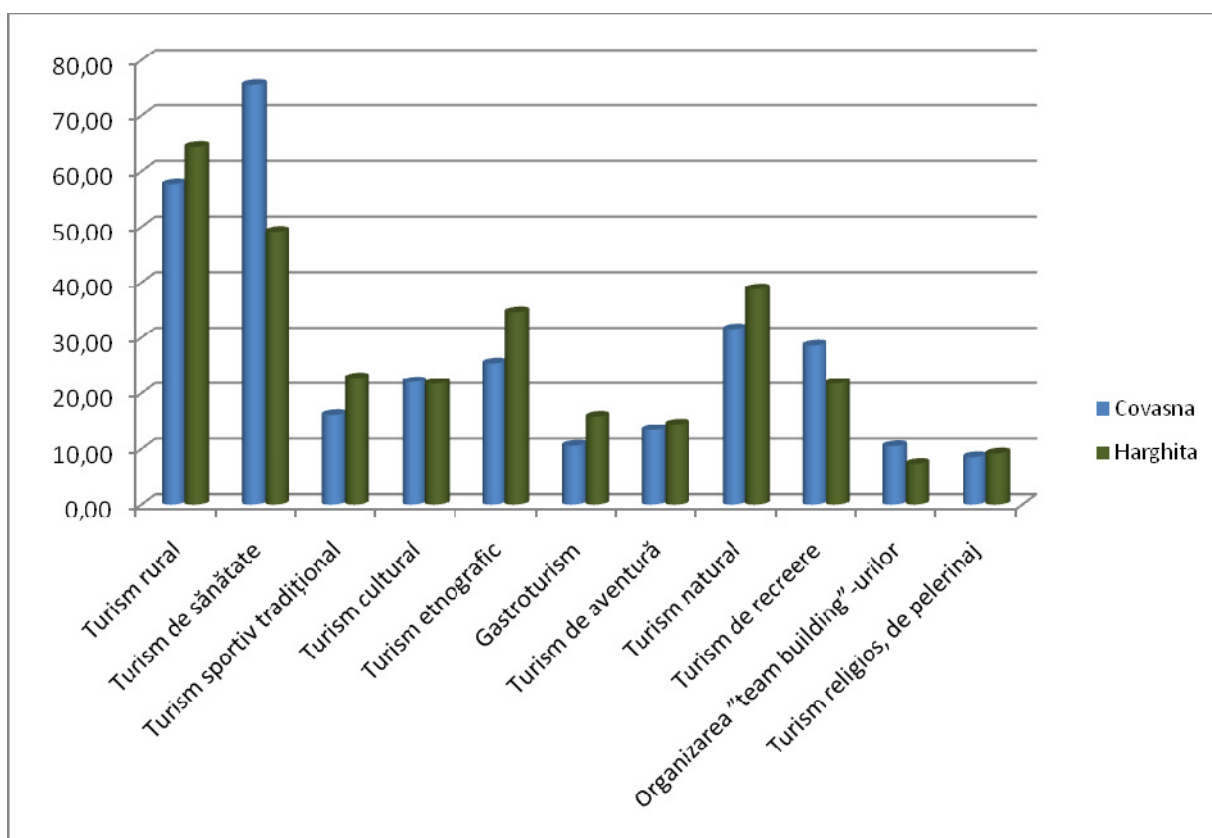
Dacă ne uităm la totalitatea răspunsurilor vedem, că turismul rural, de sănătate, turismul natural și cel etnografic ocupă primele poziții, însă preferințele diferă în cele două județe din cauza caracteristicilor sociale, culturale și naturale diferite (figura 5.1)

5.1 Preferarea tipurilor de turism în județele Harghita și Covasna

Tip de turism	%
Turism rural	59.4
Turism de sănătate	57.4
Turism natural	36.1
Turism etnografic	32.7
Turism de recreere	28.4
Turism cultural	21.9
Turism de sportiv tradițional	18.0
Gastroturism	13.7
Turism de aventură	13.6
Turism religios, de pelerinaj	9.2
Organizarea "team-building"-urilor.	7.4

Astfel, comparând cele două județe primim următoarea imagine: În județul Harghita tipurile de turism cele mai favorizate sunt turismul rural și cel natural, în vreme ce în județul Covasna turismul de sănătate este cel mai important.

5.1 În opinia dvs. care sunt tipurile de turism, dintre cele enumerate, care ar merita să fie dezvoltate în Harghita și Covasna?(%)

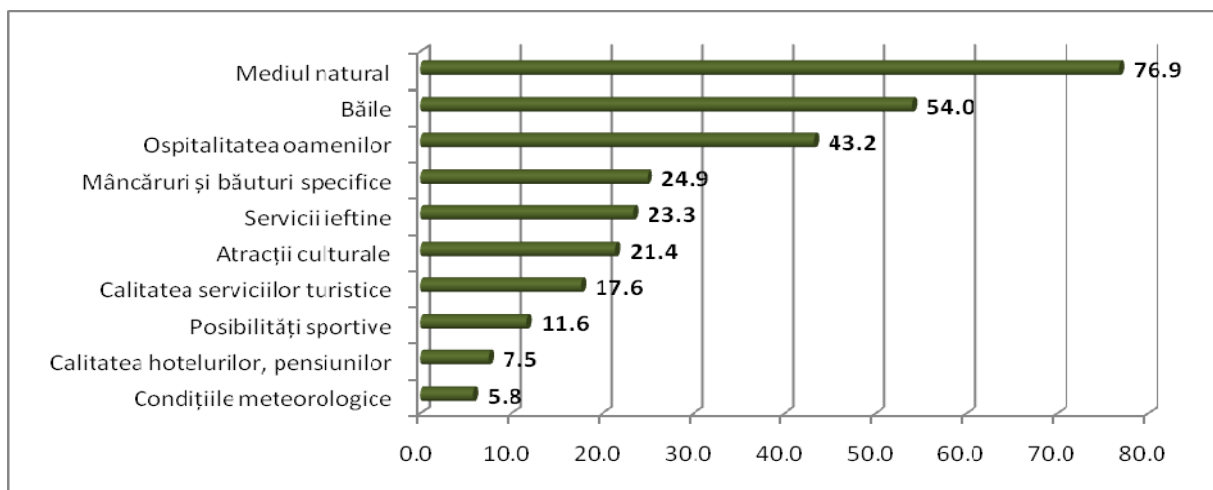


5.2. Avantajele și dezavantajele turismului în județele Harghita și Covasna

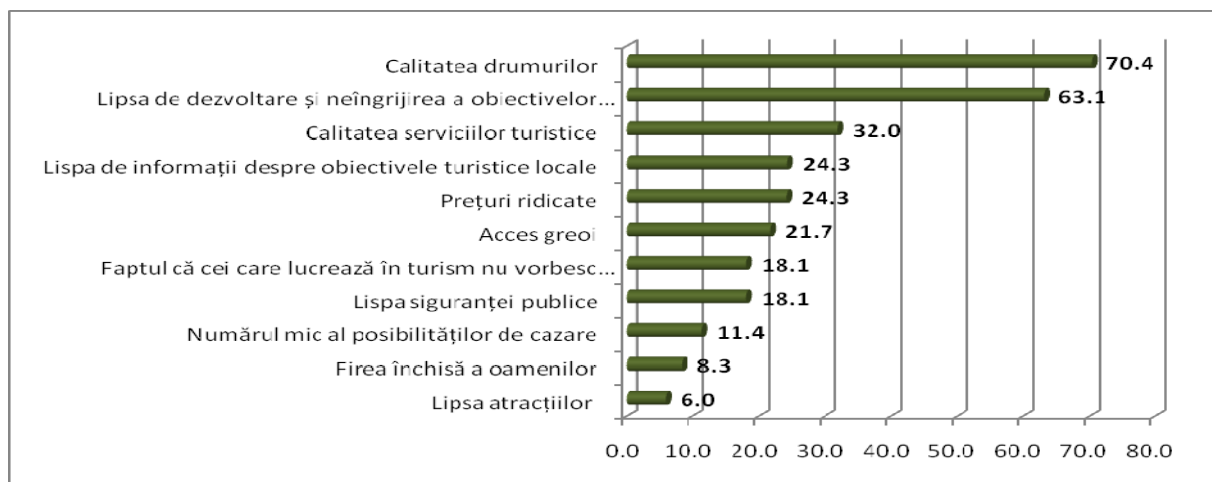
Cu ajutorul unui alt grup de întrebări din chestionar vroiam să aflăm opinia persoanelor cercetate despre punctele tari și punctele slabe sau obstacolele turismului în județele lor. Figura de mai jos arată că peste 75% dintre respondenți consideră că mediul natural deține un mare

potențial, iar și băile locale și ospitalitatea oamenilor din aceste două județe ar reprezenta puncte tari ale turismului (figura 5.2).

5.2 În opinia dvs. ce ar atrage turiștii la județul dvs.? (%)



5.3 În opinia dvs. care sunt factorii, care reprezintă un obstacol în turismul județului dvs.? (%)

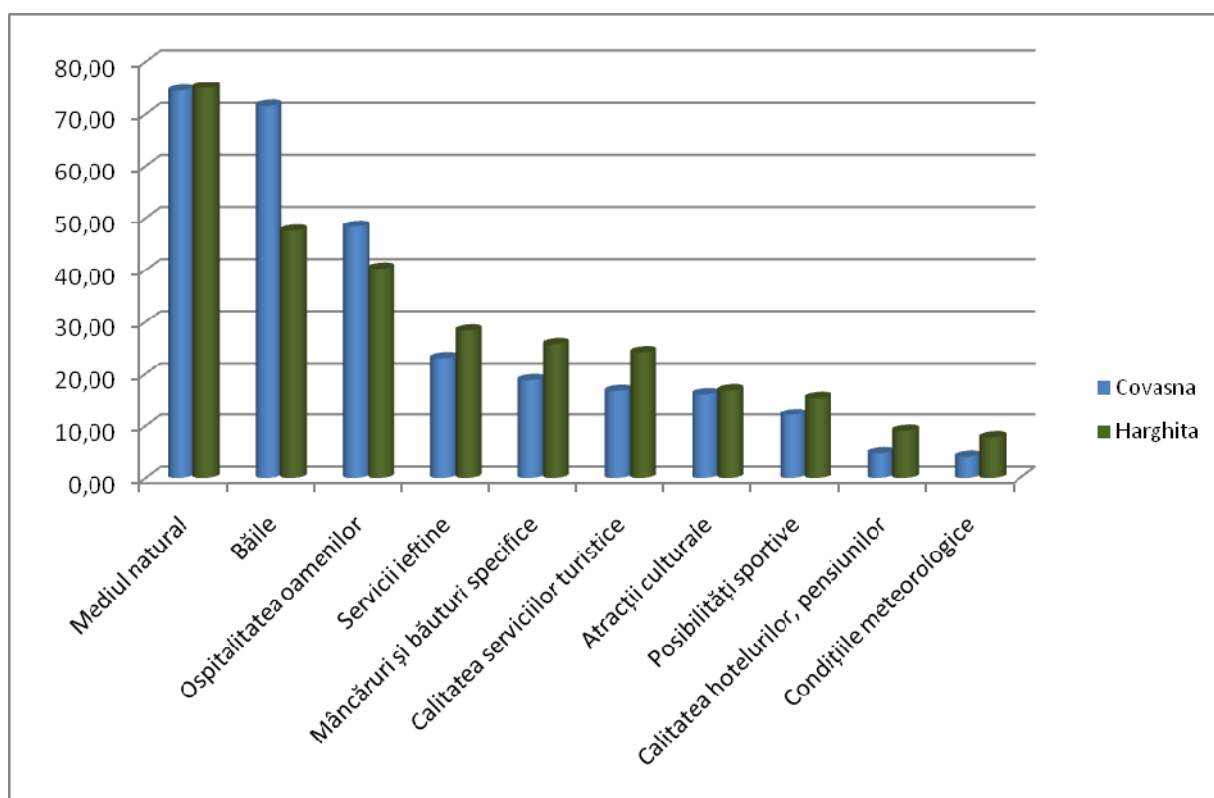


Pe partea obstacolelor problemele cele mai des amintite sunt starea drumurilor și lipsa de dezvoltare a obiectivelor turistice existente. Pe lângă aceasta, mai mult de 30% dintre respondenți văd ca un dezavantaj și calitatea serviciilor turistice. În schimb, o proporție mai mică

a respondenților consideră că lipsa atracțiilor turistice sau a posibilităților de cazare ar fi o problemă.

Analizând aceste răspunsuri pe județe, găsim diferențe semnificative numai în unele cazuri. Cei din județul Covasna apreciază mai mult băile și ospitalitatea localnicilor, în timp ce în rândul respondenților din județul Harghita serviciile mai ieftine, calitatea serviciilor turistice reprezintă factori mai favorabili.

5.4 Factorii de atracție a turiștilor în județele Harghita și Covasna (%)



6. Mâncăruri și băuturi specifice

Printr-un alt grup de întrebări deschise am cerut respondenților noștri să numească diferite specialități și atracții (mâncăruri, băuturi specifice, atracții culturale, naturale, personalități etc.).

Pe tabelul de mai jos prezentăm mâncărurile și băuturile cele mai des numite, pe care respondenții l-ar oferi unui turist străin. Pe lista băuturilor specifice se găsesc mai degrabă diferite tipuri de palincă, pe lângă celor de pe listă fiind numite și alte tipuri de palincă de fructe (de vișine, prune, mere, cireșe, căpșuni etc.)

5.2 Ce fel de băutură și mâncare specifică și interesantă l-ați oferi unui turist străin? (%)

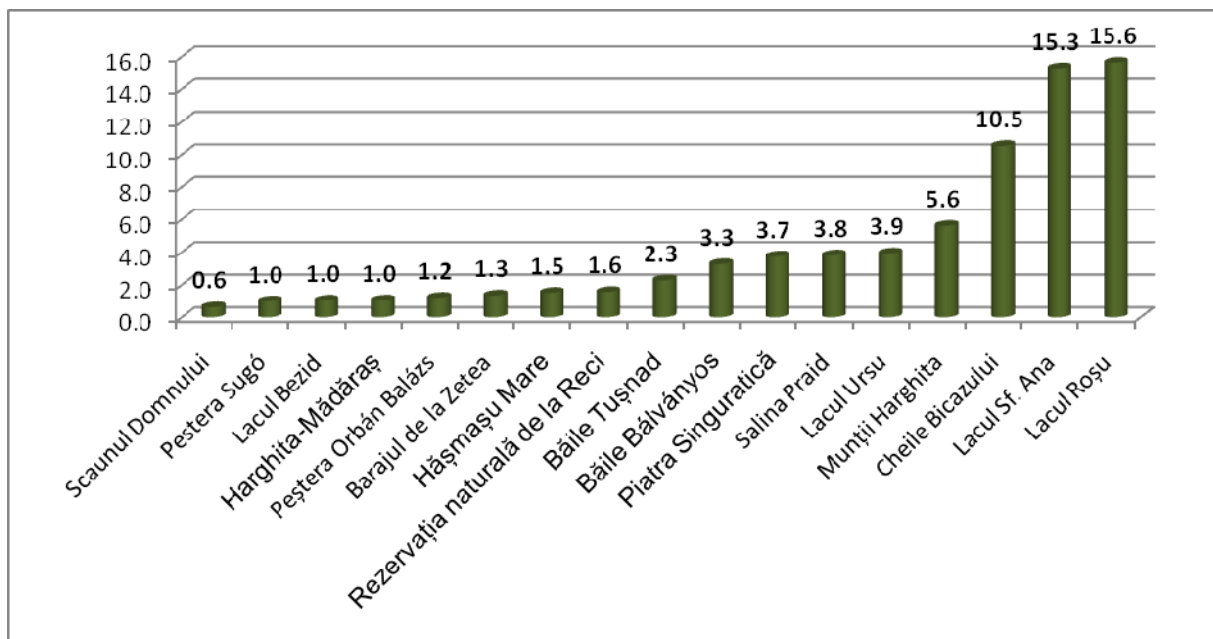
BĂUTURI	%
Vin	40,4
Palincă de prune	26,6
Palincă	24,5
Bere	8,6
Vin de casă	6,7
Palincă de chimion	5,5
Apă minerală	3,9
Palincă de casă	3,0
MÂNCĂRURI	
Sarmale	36,8
Supă de carne cu tăiței	16,8
Mămăligă	7,0
Gulaș	5,9
Gulaș	5,6
”Kürtös kalács”	5,3
Cârnați	3,0
Slănină	2,9
Ciorbă	2,8
Tocăniță de cartofi	2,4
Pâine de casă	1,3

Lista cu mâncăruri specifice e mai diversă. Sarmalele respectiv supa de carne cu tăiței sunt numite de cele mai multe ori (36,8% și 16,8%), iar pe lângă cele enumerate mai sus se mai găsesc mai multe mâncăruri din varză, cartofi sau carne (de cele mai multe ori carne de porc).

7. Frumusețile naturale și atracțiile culturale ale județelor Harghita și Covasna

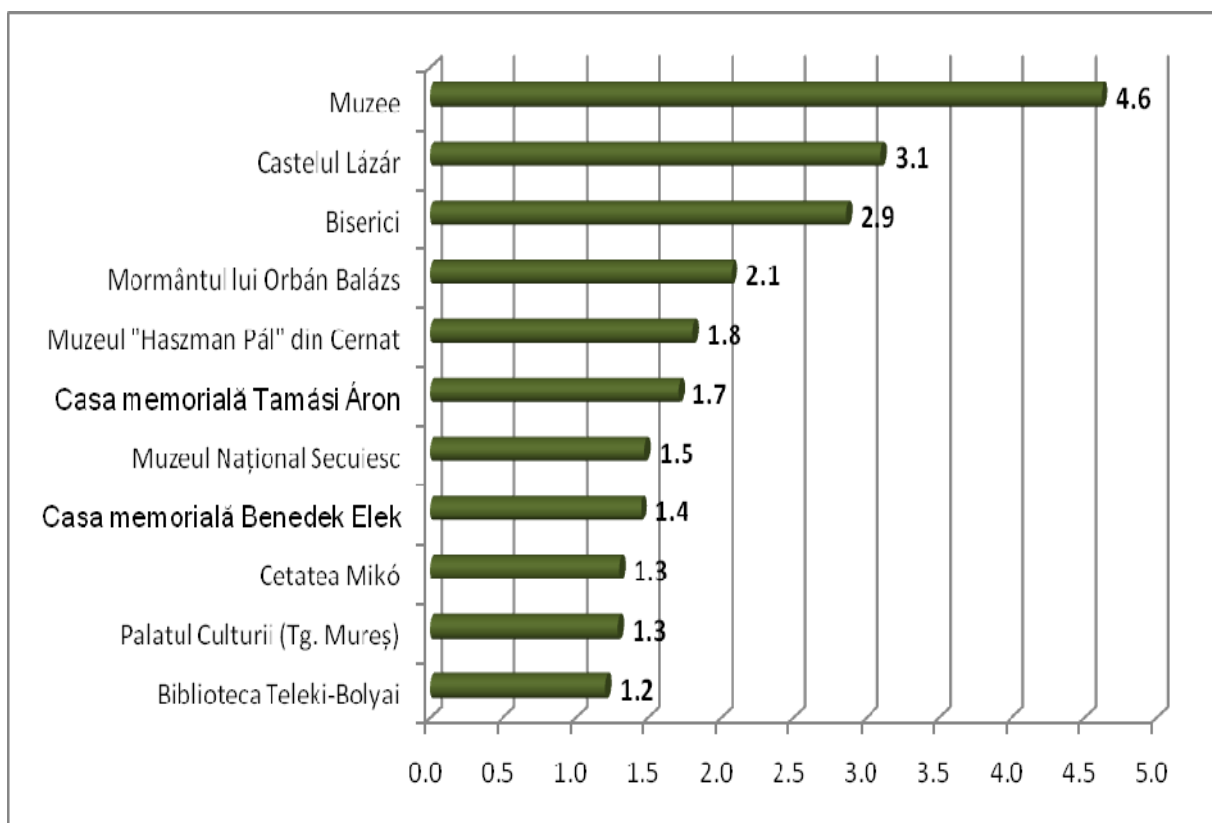
Următoarea întrebare cerea persoanelor intervievate să numească acele frumusețe naturale și atracții culturale din Harghita și Covasna pe care le-ar arăta unui turist străin. Se vede pe figura de mai jos că dintre frumusețile naturale principalele ținte ale localnicilor sunt Lacul Sf. Ana, Lacul Roșu și Cheile Bicazului. Sunt populari, de asemenea, și Lacul Ursu din Sovata, Salina Praid și Piatra Singuratică, iar dintre cele care nu apar pe listă: Ghimeș, Peștera Pucioasa sau Băile Sugaș.

5.5 Care sunt acele frumuseți naturale ale județelor Harghita și Covasna pe care le-ați arăta unui turist străin? (%)



Dacă ne uităm la lista atracțiilor culturale preferate vedem că pe primele poziții se găsesc noțiunile generale de muzee și biserici. Numai Muzeul "Haszman Pál" din Cernat și Muzeul Național din Sfântu Gheorghe sunt numite separat pe nume ca obiective turistice. Se mai observă că sunt de asemenea populari și locurile de memorare ale diferitelor personalități din regiune (de exemplu mormântul lui Orbán Balázs, casa memorială Tamási Áron, casa memorială Benedek Elek, casa memorială Körösi Csoma Sándor, casa memorială Mikes Kelemen)

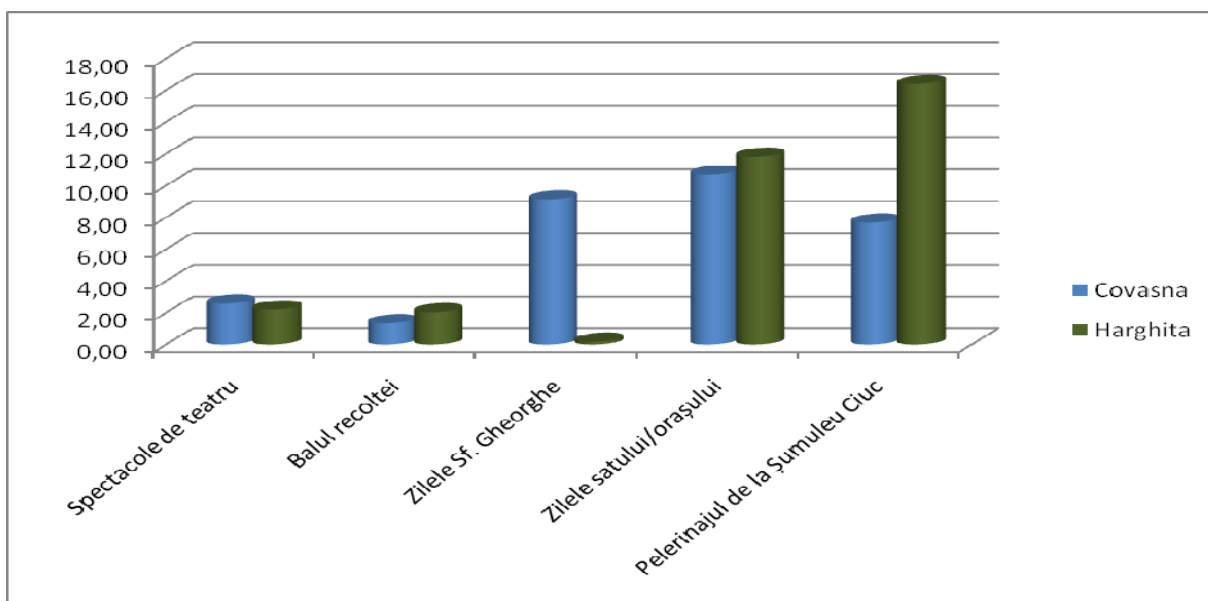
5.6 Care sunt acele atracții culturale ale județelor Harghita și Covasna pe care le-ați arăta unui turist străin? (%)



Dintre evenimentele organizate în județele Harghita și Covasna Pelerinajul de la Sumuleu Ciuc este cel mai des amintit, însă răspunsurile date la această întrebare diferă în mare măsură în

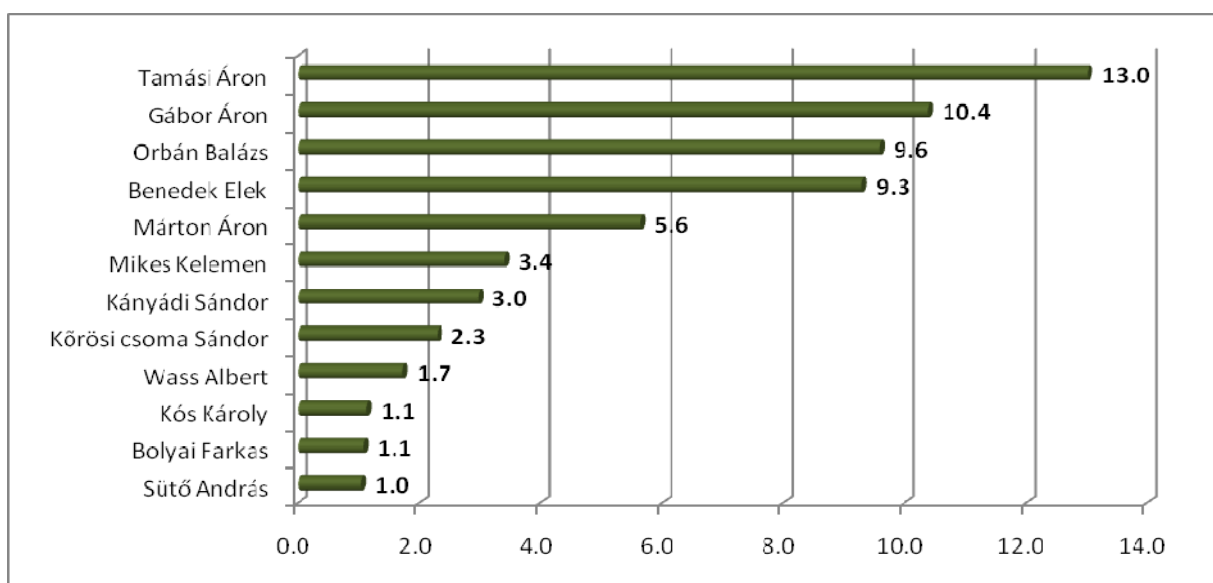
cele două județe. Astfel, Pelerinajul de la Sumuleu este preferat mai degrabă în județul Harghita, iar Zilele Sf. Gheorghe sunt numite aproape exclusiv de respondenții din județul Covasna.

5.7 Evenimentele preferate din județele Harghita și Covasna? – pe județe (%)



8. Localități și personalități populare din regiune

5.8 Care este cea personalitate din județele Harghita și Covasna despre care ați povesti unui

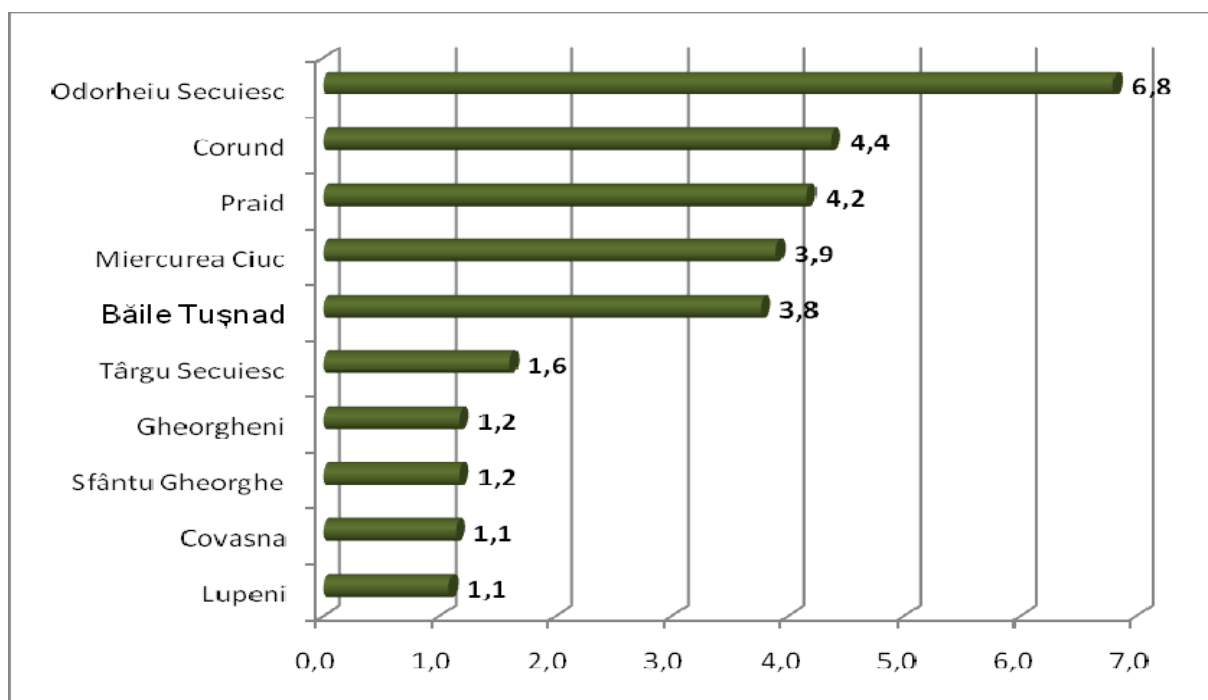


turist străin?(%)

Tot cu ajutorul unei întrebări deschise am încercat să aflăm, care sunt acele personalități de care respondenții sunt mândri. Lista personalităților celor mai populari se vede pe figura 8.1.

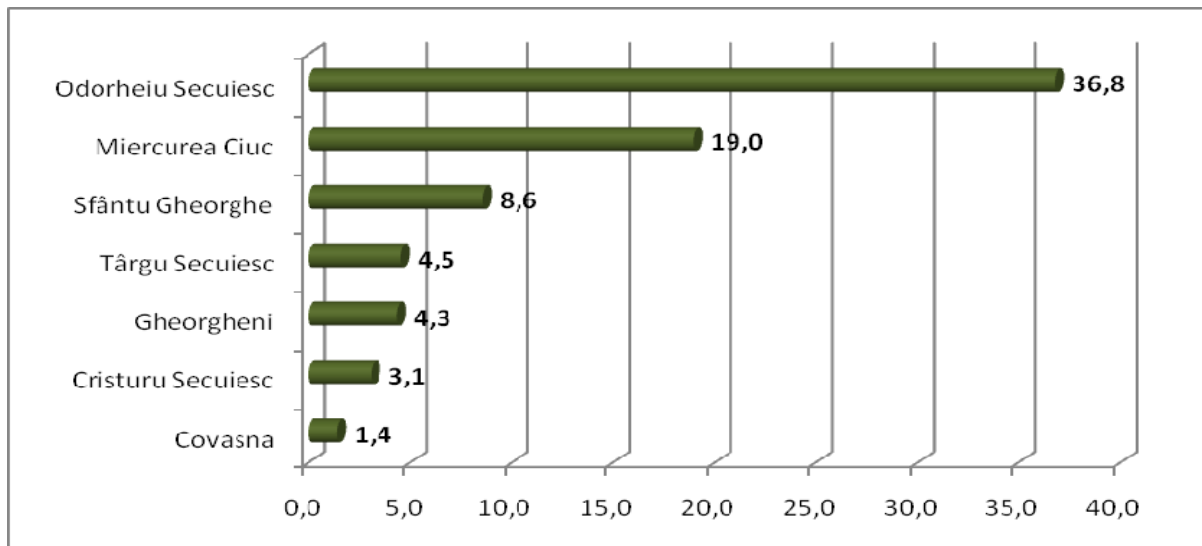
Pentru a identifica cele mai populare localități din județele Harghita și Covasna am folosit două întrebări diferite. I-am întrebat pe respondenți, pe de o parte, care este acele localități pe care le-ar arăta unui turist, iar pe de altă parte, care este acea localitate din aceste două județe unde s-ar muta el însuși.

5.9 Care sunt acele localități din județele Harghita și Covasna pe care le-ați arăta unui turist străin?(%)



Se pot observa mici diferențe între răspunsurile la cele două întrebări, însă în ambele cazuri cel mai popular oraș din județele Harghita și Covasna este Odorhei, urmat de Miercurea Ciuc, Târgu Secuiesc și Sfântu Gheorghe. Pe lângă aceste orașe se mai află pe listă și localități turistice ca Praid, Băile Tușnad sau Corund.

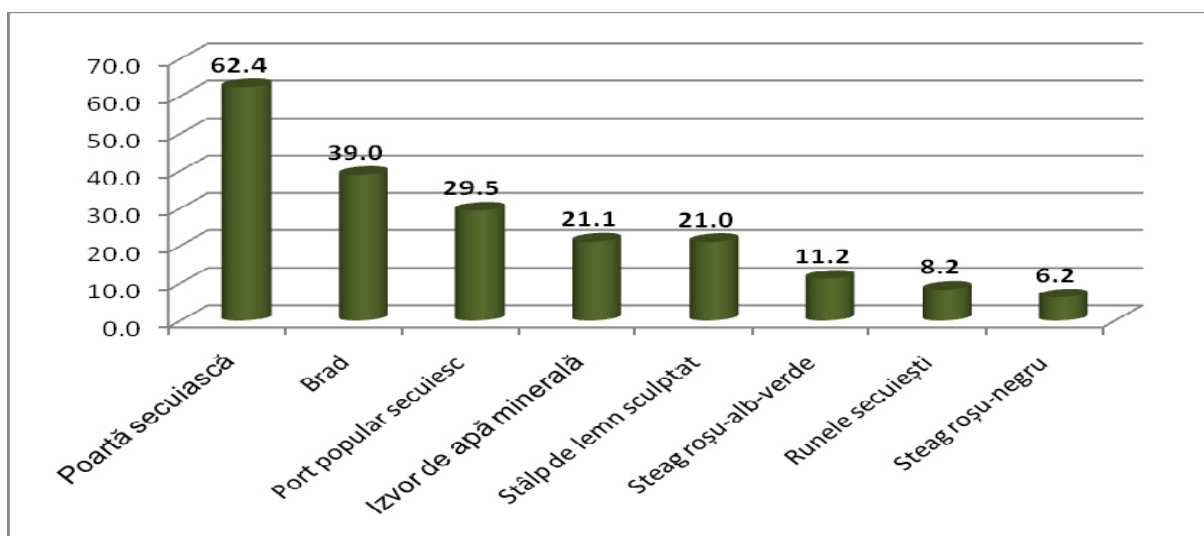
5.10 Dacă ar trebui să vă mutați, ce oraș ați alege din județul Harghita sau Covasna? (%)



9. Simbolurile regiunii

Ultima întrebare a grupului de întrebări despre turismul în județele Harghita și Covasna se referă la simbolurile pe care respondenții ar folosi pentru descrierea, popularizarea regiunii.

5.11 Ce simbol ați folosi dvs., dintre următoarele, într-o campanie de popularizare a județelor Harghita și Covasna? (%)



Rezultatele arată că indiferent de județ majoritatea respondenților cred că cel mai potrivit simbol al regiunii ar fi Poarta Secuiască, în mai mică măsură bradul sau portul popular. Comparând județele în această privință se găsesc numai diferențe mici.

5.12 Simbolurile regionale pe județe (%)

