

Capitolul III. Cererea turistică.

3.1. Circulația turistică

La baza fluxurilor turistice se înscriu motivațiile potențialilor clienți. Acestea exprimă vocația, înclinația guvernatoare de cerere turistică, care se caracterizează prin subiectivism, emoții, plăceri, influențe din afara mediului de familie și profesional, veniturile, nivelul de informare și documentare personală etc. Astfel, fluxurile turistice se diferențiază după volum, structură, intensitate în timp și spațiu și exprimă intențiile clare de cumpărare a unor produse turistice bine definite sau a unor pachete de servicii turistice elaborate pe anumite segmente de clienți ale pieței turistice.

Evaluarea nivelului atins de fluxurile turistice din județul Caraș-Severin și Vârșeț s-a realizat pe baza analizei mai multor indicatori specifici prin care se poate aprecia activitatea turistică la nivel general. Numărul de sosiri în structurile de primire turistică este foarte important deoarece arată și modul de valorificare economică al acestora.

În tabelul nr.17 este redată situația acestui indicator specific pentru perioada 2000 – 2006.

Evoluția sosirilor turistice în județul Caraș-Severin între anii 2000-2006.

Tabel nr. 17.

- NUMĂR PERSOANE -

	2000	2002	2003	2004	2005	2006
TURIȘTI CAZAȚI - TOTAL -	141322	100552	105988	103613	95719	108043
din care:						
Hoteluri	119223	82382	81188	74325	65065	72434
Hoteluri pentru tineret	-	-	-	505	1613	2015
Hosteluri	-	-	-	-	954	2235
Hanuri și moteluri	4724	3090	3486	3838	3717	2910
➤ moteluri	4724	3090	3376	3528	3274	2414
➤ hanuri	-	-	110	310	443	496
Vile turistice	3324	2204	3356	5741	4715	6309
Cabane turistice	2980	1402	3199	2881	2165	2347
Pensiuni urbane	1362	3085	4524	6996	8985	10852
Pensiuni rurale	18	412	850	737	1309	3235
Pensiuni agroturistice	355	500	876	415	-	-
Campinguri	-	87	522	557	779	712
Popasuri	3944	1235	1621	941	620	1039
Bungalouri	-	-	-	105	88	-
Tabere de elevi și preșcolari	5222	5957	6246	6572	5709	3955
Căsuțe turistice	170	198	120	-	-	-

Sursa: Direcția Județeană de Statistică jud. Caraș-Severin, Reșița

Datele din acest tabel arată că fenomenul sosirilor turistice în județ a avut un mers descendent. Acest fapt ar trebui să devină un semnal de atenție pentru o evoluție ascendentă și pentru a îmbunătăți oferta turistică și calitatea serviciilor oferite vizitatorilor români și străini.

Cauze:

- Starea de degradare fizică în care se află baza de cazare a stațiunii Băile Herculane și un management neperformant, nemodernizarea echipamentelor balneare și de cură; neracordarea la tendințele europene privind turismul balnear.

- Taberele școlare o parte au fost închise, probabil le-au fost retrocedate clădirile.

- Amplasarea turismului neorganizat, individual sau în grup, lipsa locurilor de popas turistic, a dat posibilitatea acestor turiști să parcheze sau să-și instaleze corturile în diverse locuri.

- Putem afirma cu toată răspunderea și din observațiile în teren din vara anului 2008, că acest fenomen al turismului de masă neorganizat se ridică la un număr de turiști de 2-3 ori mai mare decât numărul de turiști sosiți în Caraș-Severin și care au solicitat o structură de cazare.

- Un alt aspect pe care trebuie să-l avem în vedere este și acela că unele unități de cazare nu își raportează direcției Județene de Statistică turiștii cazați și înnopțările realizate sau nu și-au omologat unitatea respectivă de cazare.

- Numărul mare de cse cumpărate în mediul rural (Ocna de Fier – Dognecea, satele de la Sud de Oravița până la Dunăre), în apropierea unor stațiuni turistice (Văliug, Gărâna-Brebu Nou) – zone de mare atractivitate pentru locuitorii municipiului Timișoara, Gârliște pentru cei din Reșița – transformate în reședințe secundare folosite în perioada concediilor sau în weekend-uri, la care se deplasează membrii familiei, dar și rude, cunoștințe, prieteni – turiști care intră în județul Caraș-Severin și nu sunt înregistrați în nicio statistică turistică.

- O bună parte din etnicii germani care au locuit în satele Brebu Nou – Gărâna și-au păstrat fostele locuințe sau și le-au recumpărat. În fiecare an se reîntorc în perioada

concediilor sau cu prilejul sărbătorilor de toamnă-iarnă-Fășangul, Kirwaitul, Crăciunul la fostele lor case, aducând prieteni, rude care sunt cazați în aceste locuințe.

Fenomenul este unul pozitiv pentru județul Caraș-Severin în general și pentru acele așezări rurale unde depoluarea, îmbătrânirea, starea precară de conservare a caselor țărănești, a gospodăriilor, case nemailocuite de ani buni. Așezarea rurală va primi un impuls pozitiv, se va schimba aspectul estetic, edilitar gospodăresc al ulițelor satelor respective. Cei care și-au cumpărat aceste case sau și-au construit reședințe secundare sunt persoane cu posibilități materiale peste media populației, cu venituri mari și cu funcții importante în Timișoara – inima Banatului. Consiliul Județean, Prefectura prin primăriile din aceste localități poate să aibă avantaje deosebite în ceea ce privește dezvoltarea rurală, apelând la lobby-ul acestor personalități.

Sosirile de turiști în structurile de primire cu funcțiuni de cazare turistică.

Tabel nr. 18.

număr

	2006			2007		
	Total	Români	Străini	Total	Români	Străini
Total România	6216028	4836196	1379832	6971925	5420968	1550957
Din care hoteluri	4729371	3497187	1232184	5217439	3836006	1381433
Regiunea Vest total	613827	469425	144402	674544	514080	160463
Din care hoteluri	460348	334036	126312	506889	368364	138525
Județul Caraș-Severin	108043	102243	5800	100797	96832	3945
Din care hoteluri	72424	68636	3798	64287	61623	2664

Sursa: Turismul României. Breviar Statistic. A.N.S., București, 2008, p. 79, Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Cererea turistică pentru județul Caraș-Severin este dominată în cadrul Regiunii de dezvoltare Vest de județele Timiș și Arad, iar cei mai mulți turiști preferă condițiile oferite de hoteluri de 67,04% Tabel nr.18, urmate de pensiunile urbane, vilele turistice și pensiunile rurale. Acest fapt demonstrează că serviciile turistice oferite clienților de structurile parahoteliere nu sunt suficient de atractive și nu sunt în concordanță cu

prețurile cerute. În plus, fluxurile turistice sunt concentrate în marea lor majoritate la nivelul stațiunii Băile Herculane și în centrele urbane (Reșița, Caransebeș) în stațiunile montane și în localitățile rurale.

Capacitatea și activitatea de cazare turistică, regiunea de dezvoltare vest, în anul 2006.
Touristic accommodation capacity and activity, by development region and county, in 2006.

Tabel nr. 19.

	Capacitatea de cazare Accommodation capacity				
Regiunea de dezvoltare Județul Development region Country	Existență (locuri) Existing (places)	În funcțiune (mii locuri-zile) In function (thou. Places-days)	Sosiri (mii) Arrivals (thou)	Înnoptări (mii) Overnight Stays (thou)	Indici de utilizare netă a capacității în funcțiune Indices of net using of the capacity in function (%)
Total România	287158	56500	6216	18992	33,6
5. Vest/West	21423	5524	614	2006	36,3
Arad	4256	1022	172	343	33,6
Caraș-Severin	7478	1796	108	798	44,4
Hunedoara	3755	822	87	257	31,3
Timiș	5934	1884	247	608	32,3

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2007 Institutul Național de Statistică.

La indicatorul turiști străini care au vizat județul mai adăugăm cca. 150 de turiști, care au practicat *turismul cinegetic* atât prin Direcția Silvică Județeană, cât și prin AJVPS Caraș-Severin, serviciilor specializate: vânătoare și pescuit. Țările de proveniență: Germania, Austria, Italia, Cehia, Belgia, Spania. Turiștii au preferat vânatul mare pentru trofee: cerb, urs, căprior, mistreț. Din fondurile de vânătoare: Bozovici, Armeniș, Turnu Ruieni, Sfărdin, Verendin, Bocșa etc.

Cei aproximativ 400 de turiști înregistrați la Direcția Silvică Caraș-Severin au realizat în anul 2007 un număr de 720 zile – turist (înnoptări) în unitățile specializate –

cabanele de vânătoare. De asemenea, mai trebuie să menționăm faptul că începând cu 2008, unitățile de cazare silvică au intrat în circuitul formei de turism: silvoturismul, iar datele statistice până la mijlocul anului arată că fluxurile de turiști care practică această formă de turism au crescut foarte mult.

Deși există reale condiții de dezvoltare a turismului montan, rural, cultural și de tranzit, lipsa cabanelor, campingurilor, popasurilor, neomologarea oficială a pensiunilor turistice determină o circulație mai redusă a turiștilor către aceste zone, precum și neîncrederea turiștilor în calitatea serviciilor oferite de structurile parahoteliere.

Numărul de înnoptări arată timpul pe care turiștii l-au petrecut la nivelul structurilor turistice de primire și arată nivelul de valorificare economică a acestora și încasările care s-au realizat pe durata unui an calendaristic.

În tabelul nr. 20 este prezentată o imagine completă a acestui indicator.

Evoluția numărului de înnoptări turistice în județul Caraș-Severin între 2000 – 2006

Tabel nr. 20.

	2000	2002	2003	2004	2005	2006
ÎNNOPTĂRI - TOTAL -	766411	883868	924327	844897	724119	779578
din care:						
Hoteluri	701862	829433	864031	762677	640940	680583
Hoteluri pentru tineret	-	-	-	2278	6004	6683
Hosteluri	-	-	-	-	1519	3211
Hanuri și moteluri	5359	4220	6307	15268	11257	8976
> moteluri	5359	4220	6177	14505	9720	6871
> hanuri	-	-	130	763	1537	2105
Vile turistice	4763	3954	5864	9920	7572	12095
Cabane turistice	5424	3958	4607	5460	4827	7051
Pensiuni urbane	3194	5779	9231	12747	19309	25280
Pensiuni rurale	95	529	1114	743	4159	10267
Pensiuni agroturistice	1042	1075	2522	1447	-	-
Campinguri	-	19	214	125	177	479
Popasuri	6720	5463	4999	2968	3985	3741
Bungalouri	-	-	-	116	161	-
Tabere de elevi și preșcolari	37612	29104	25198	31148	24209	21212
Căsuțe turistice	340	334	240	-	-	-

Sursa: DJSC-S, Reșița

Pe baza datelor prezentate rezultă că județul Caraș-Severin deține cea mai mare pondere la nivelul Regiunii de dezvoltare Vest de 39,78%, deși și județul Hunedoara are o configurație geografică naturală apropiată sau antropică importantă în județele Timiș și Arad, dar nu dețin resurse turistice comparative ca valoare și cantitate, două domenii schiabile, 3 parcuri naționale și unul natural (Defileul Dunării), numeroase chei, relief carstic, de numeroase și valoroase lăcașe de cult ortodox sau a altor confesiuni, patrimoniu industrial tehnic, de bogăția zestrei etnografice, resurse balneare și curative etc.

Înnoptările turiștilor în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică

Tabel nr. 21.

număr

	2006			2007		
	Total	Români	Străini	Total	Români	Străini
Total România	18991695	15749590	3242105	20593349	17006910	3586439
Din care hoteluri	15485558	12625052	2860506	1661950	13479384	3139139
Regiunea Vest total	2006179	1367193	288041	1625276	1337217	288059
Din care hoteluri	1655234	2076256	286655	2549490	2214141	335349
Județul Caraș-Severin	797388	779578	17810	721386	708299	12087
Din care hoteluri	691654	680583	11071	613375	605562	7813

Sursa: Turismul României. Breviar Statistic. A.N.S., București, 2008, p. 79, Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Durata medie a sejurului este un indicator specific care relevă în plan turistic modul de percepție și de cumpărare de către turiști a serviciilor existente în toate structurile turistice aflate în funcțiune. Conform tabelului nr. 22, situația se prezintă astfel:

Durata medie a sejurului în județul Caraș-Severin, România și Regiunea de dezvoltare Vest – 2006

- zile -

Tabel nr. 22.

Hoteluri	9,5	Durata medie a sejurului
Hoteluri pentru tineret	3,3	
Hosteluri	1,5	România 3,0
Hanuri și moteluri	3,3	Regiunea Vest 3,2
Moteluri	3,2	
Hanuri	4,2	
Vile turistice	2,0	
Cabane turistice	3,0	
Pensiuni urbane	2,4	
Pensiuni rurale	3,4	
Campinguri	1,6	
Popasuri	3,9	
Tabere de elevi și preșcolari	5,3	
Total județ	7,3	

Sursa: DJSC-S – Reșița, Anuarul Statistic al României 2007.

Din aceste prelucrări statistice se poate observa că durata de sejur a turiștilor sosiți în unitățile de cazare este mai mare față de total Regiune de dezvoltare Vest (3,2) și țară (3,0), fapt datorat prezenței stațiunilor balneare și montane. În plus, se constată o ușoară tendință de creștere a duratei de ședere pentru turiștii români comparativ cu cei străini, fenomen explicat prin aplicarea unor programe sociale de acordare a unor bilete de odihnă și tratament prin intermediul Ministerului Muncii, Familiei și Egalității de Șanse cu tarife subvenționate.

Indicele de utilizare a capacităților de funcționare din județul Caraș-Severin pentru

aceeași perioadă de timp arată că gradul de utilizare a unităților turistice este relativ scăzut, deoarece oferta efectivă nu este suficient de competitivă din tabelul nr. 23 se observă configurația datelor statistice.

Evoluția indicelui de utilizare a capacității turistice în funcțiune din județul Caraș-Severin între 2000 - 2006.

- % -

Tabelul nr. 23

	2000	2002	2003	2004	2005	2006
TOTAL	44.3	54.7	51.2	46.4	44.5	44.4
Hoteluri	53.0	62.6	60.6	57.0	57.8	58.8
Hoteluri pentru tineret	-	-	-	40.7	34.1	35.3
Hosteluri	-	-	-	-	17.0	12.9
Hanuri și moteluri	8.7	8.0	10.6	18.7	17.6	16.2
➤ moteluri	8.7	8.0	10.8	19.2	16.8	14.2
➤ hanuri	-	-	4.7	11.9	25.3	33.3
Vile turistice	14.4	12.2	12.4	12.9	11.6	17.3
Cabane turistice	4.4	10.3	10.6	7.8	6.6	9.7
Pensiuni urbane	16.9	16.3	18.4	18.0	18.6	18.5
Pensiuni rurale	9.4	13.0	13.4	8.4	13.9	17.1
Pensiuni agroturistice	16.0	15.7	21.4	15.6	-	-
Campinguri	-	1.1	3.3	4.2	5.6	3.6
Popasuri	57.7	38.3	20.9	16.4	24.1	23.5
Bungalouri	-	-	-	12.8	10.0	-
Tabere de elevi și preșcolari	28.4	34.0	25.2	29.3	26.2	22.2
Căsuțe turistice	14.2	18.2	19.4	-	-	-

Sursa: DJS C-S – Reșița; Anuarul Statistic al României 2007.

Aceste cifre demonstrează faptul că, în ciuda reducerii fluxurilor turistice, menținerea relativ constantă a duratei de sejur a turiștilor, gradul de ocupare prezintă mici oscilații, datorită prezenței stațiunii balneare și a celor balneoclimaterice, dar nu a atins un grad de profitabilitate mai bun, care este dat de o valoare cuprinsă între 70 – 85. Prin urmare, încasările au fost modeste și ele nu pot susține importante investiții de modernizare completă a structurilor de cazare, alimentație, agrement etc. existente în județ.

Vizitatori la muzee.

Tabel nr. 24.

Anul	1990	2000	2003	2004	2005	2006
Nr. unități muzeale	4	4	4	4	13	13
Vizitatori	54857	96908	147339	153753	144385	147567

Sursa: Anuarul statistic al județului Caraș-Severin. Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Circulația turistică la Vârșeț.

Numărul de înnopțări în Comuna Vârșeț în perioada 2004-2007

anul	2004	2005	2006	2007
total	28.938	39.425	20.899	25.126

Sursa: Primăria Vârșeț

Turiști cazați în hotelul Srbija.

Tabel nr. 25.

luna	2005			2006			2007			
	interni(turiști din Serbia)	străini	total	interni(turiști din Serbia)	străini	total	interni(turiști din Serbia)	străini	total	
Total	14603	5602	20205	11776	4254	16030	10218	2276	12494	
Gradul de ocupare a capacităților de cazare			35%				28%			

Sursa: Primăria Vârșeț

Indicatori turistici la nivelul structurilor de primire din Vârșeț.

Hotel

JAT

numărul turiștilor

Tabel nr. 26.

Anul	2005	2006	2007
	12932	15400	19168
Gradul de ocupare a capacităților de cazare	27.68%	32.97%	41.03%

Crucea Roșie / numărul de înnoptări

Anul	2005	2006	2007
	4600	4675	6965
Gradul de ocupare a capacităților de cazare	13%	14%	22%
numărul oaspeților	-	1684	2167

Hotel Villa Breg / numărul de înnoptări

Anul	2005	2006	2007	2008
	12277	11506	7295	
Gradul de ocupare a capacităților de cazare	70.00%	66.00%	69.00%	

Hotel Vetrenjača / numărul de înnoptări

Anul	2005	2006	2007
		2800	3600
Gradul de ocupare a capacităților de cazare		16%	20%

Sursa: Primăria Vârșeț

Estimarea circulației turistice

Obiective – țintă

Există în momentul de față două grupe de date pe care se pot baza obiectivele – țintă pentru turismul din Caraș-Severin și Vârșeț:

- Sosiri ale vizitatorilor străini
- Înnoptări în structuri de cazare înregistrate

Datele privind sosirile vizitatorilor străini includ atât vizitatori zilnici, cât și turiști - cei care înnoptează cel puțin o noapte. Înnoptările în structuri de cazare înregistrate includ atât români, cât și oaspeți străini, din care mulți pot sta în mai mult de o unitate de cazare.

Obiective – țintă privind vizitatorii străini

Se prevede ca sosirile să crească de 2,5 ori între 2006 - 2026, reprezentând o creștere medie anuală de 4,8%, adică mai mult decât dublu față de estimările Organizației Mondiale a Turismului privind intrările vizitatorilor, în cadrul Viziunii pentru Europa până în 2020. Creșterea va fi mai rapidă pentru țările Uniunii Europene (5,5% pe an) și țările din afara Europei (8% pe an) decât pentru țările care nu fac parte din Uniunea Europeană (3,1% pe an). Datele cuprind toate sosirile, inclusiv turiști în sejur și vizitatori zilnici.

Metodologia

Obiectivele - țintă privind ratele de creștere au fost stabilite pentru sosiri, pe următoarele țări și grupe de țări:

- Uniunea Europeană centrală și de est: Bulgaria, Republica Cehă, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia;
- Uniunea Europeană de nord: Germania, Austria, țările scandinave și baltice plus statele care nu fac parte din UE – Norvegia și Elveția
- Uniunea Europeană de mijloc și de sud: țările din Benelux, Franța, Italia, Portugalia, Spania, Grecia, Cipru și Malta
- Uniunea Europeană de vest: Marea Britanie și Irlanda
- Restul Europei (fără UE): Moldova, Ucraina, Bulgaria, Turcia, Serbia / Muntenegru, Federația Rusă, Belarus, Croația și state mai mici ne-membre UE
- America de Nord: SUA, Canada
- Israel
- Japonia
- Restul lumii

Obiectivele - țintă se bazează pe analiza potențialului de piață din diferite rapoarte ale studiilor de piață efectuate în 2006 pentru ANT de diferite centre de cercetare din 14 țări generatoare, estimările Organizației Mondiale a Turismului privind fluxurile de ieșire

a turistilor din cadrul Viziunii pentru 2020 în ceea ce privește tendințele internaționale și oportunitățile identificate în Caraș-Severin și Vârșeț.

3.2. Tipuri și forme de turism.

Dimensiunile cantitative și calitative ale ofertei potențiale (resursele turistice) și a celei efective (studii turistice) determină în timp și spațiu conturarea, dezvoltarea și consolidarea mai multor tipuri și forme de turism.

Astfel, pe teritoriul caraș-severinean se manifestă următoarele tipuri și forme de turism:

- turismul de odihnă și recreere fizică și psihică;
- turismul balnear care este dominat de existența valoroasei și puternicei stațiuni Băile Herculane;
- turismul montan în stațiunile: Semenic, Muntele Mic, Crivaia, Trei Ape, Poiana Mărului și la puținele cabane montane existente, care facilitează drumețiile montane și sporturile de iarnă;
- ecoturismul în cele trei parcuri naționale, un alt parc național în curs de declarare, un parc natural și zeci de areale naturale protejate;
- turismul cultural, care prezintă mai multe subforme datorate diversității de bunuri culturale prezente cultural – istoric, religios și de pelerinaj, etnografic, muzeal, memorial;
- turismul rural și agroturismul, care se practică în satele din spațiul montan, colinar înalt, de culoar;
- turismul industrial, care valorifică patrimoniul industrial-tehnic deosebit de bogat și valoros al zonei;
- turismul de pescuit și vânătoare sportivă, care valorifică fondul piscicol din lacurile de acumulare, cursuri de râuri și fondul cinegetic din zona montană de deal și câmpie;
- turismul de sfârșit de săptămână, care s-a dezvoltat mai puternic în ultimii ani ca urmare a reducerii veniturilor potențialilor turiști;

- turismul de reuniuni științifice, congrese, afaceri, care se derulează cu precădere în municipiile Reșița și Caransebeș, stațiunea Băile Herculane, Crivaia-Văliug;
- turismul etnic – spațiu multiethnic și multiconfesional;
- speoturismul – numărul mare de peșteri;

turismul de aventură cu o multitudine de subforme.

3.3. Circuitele turistice.

Trasee turistice ale comunicării între cele două regiuni transfrontaliere, Caraș-Severin și Vârșeț.

Obiective:

- îmbunătățirea capacității de organizare și coordonare a evenimentelor culturale;
- promovarea în turism a tradițiilor și a resurselor culturale existente în cadrul celor două regiuni;
- intensificarea relațiilor interpersonale și promovarea respectului reciproc între beneficiarii direcți ai proiectului, atât români, cât și sârbi.

Turismul fluvial – Coridorul VII Pan European – Croazierele pe Dunăre

Reținerea turiștilor în zonă:

- o zi la Moldova Nouă (port):

Program de vizitare:

○ gastronomic:

- mâncare pecărească;
- degustări de vinuri la Vârșeț;
- vizite, prânz și cină la pensiuni agroturistice;
- vizite în satele românești, cehești și sârbești.

Obiective:

- Muzeul Clisurii Dunării;
- Amenajarea unor puncte de belvedere pe malul Dunării;
- Circuit turistic: Moldova Nouă – Biserica Albă – Vârșeț – Oravița –

Moldova Nouă;

- Program folcloric românesc și al etniilor.

- O zi la Orșova:

Program de vizitare:

- Mănăstirea Sf. Ana;
- Stațiunea Băile Herculane.

Obiective turistice și gastronomie:

- Arhitectura de vilegiatură sec. al XVIII – XIX –lea;
- Prânz cu specific bănățean;
- Degustări – răchia de banat;
- Parcul Național Valea Cernei – Domogled;
- Program folclori românesc și al etniilor.

3.4. Trasee turistice tematice în Euroregiunea D.K.M.T., care traversează județul Caraș-Severin și Vârșețul.

Turism balnear.

Sloganuri: Izvoarele sănătății;

Revigorare fără frontiere;

Prospețime fără frontiere.

Turism cultural:

- Traseul stilului Secession sau Art nouveau a cărui conținut este: Arhitectura urbanistică a Monarhiei Austro-Ungare, instituții publice, administrație publică.

Turism industrial:

- Traseul monumentelor industriale

Turism etnografic:

- Traseul folcloric și al tradițiilor populare.

3.5. Trasee ale rezistenței anticomuniste în Munții Banatului.

Traseul – itinerariu - „Rezistența anticomunistă din Banatul montan”

- Bocșa – Berzovia – Vermeș – Bărbosu – Valea Pai, Duleu – Remetea Pogonici – Fârliug – Ezeriș – Soceni – Reșița – Bocșa;

Traseu: itinerariu Rezistența anticomunistă din Culoarul Timiș – Cerna – Munții Țarcu – Godeanu;

- Caransebeș – Buceșnița – Armeniș – Feneș – Teregova – Rusca Teregova – Luncavița – Mehadica – Iablanița – Cornereva – Cornea – Domașnea și împrejurimi – satele din munte – Caransebeș.
- Traseul Cheilor Nerei – cu popasuri la cantoanele silvice și sălașe. Sasca Română – Cheile Nerei – Șopotu Nou cu popas la sălașul lui Vogiu;

3.6. Circuite cicloturistice în județul Caraș-Severin și Vârșeț:

Pentru diferite grade de dificultate:

- Vârșeț în interiorul și în jurul Munceilor Vârșețului;
- În jurul Munceilor Vârșețului intrând și în România prin punctele de frontieră;
- Circuitul Parcului Național Cheile Nerei Beușnița;
- Circuitul Munților Semenicului și ai Aninei;
- Circuitul mănăstirilor ortodoxe române și ortodoxe sârbe, a bisericilor romano-catolice;
- Circuitul Defileului Dunării;
- Circuitul podgoriilor;
- Circuit rustic;
- Circuitul muzeelor.

3.7. Societățile de turism și ocuparea forței de muncă.

Județul Caraș-Severin dispune de un potențial natural și antropic, de echipamentele necesare pentru funcționarea serviciilor turistice, de forță de muncă relativ pregătită în domeniul turismului. Prin aceasta se poate afirma că are o bază materială semnificativă, fără să necesite un efort sau capital deosebit, cu alte cuvinte, dispune de ofertă turistică capabilă să satisfacă o cerere turistică modestă. Resursele turistice sunt valorificate din punct de vedere economic prin prisma societăților de profil existente la nivelul județului.

Potrivit ultimelor date furnizate de Direcția Județeană de Statistică, la sfârșitul anului 2006 numărul societăților ce activează la nivelul județului și care și-au raportat datele statistice erau de 18 din care 3 societăți pe acțiuni și 15 societăți cu răspundere limitată. Cifra de afaceri era de 47750 mii lei, societăților pe acțiuni revenindu-le 23107 mii lei, iar cele cu răspundere limitată 24643 mii lei, o pondere însemnată din valoarea cifrei de afaceri este deținută de activitatea hotelurilor, restaurantelor, barurilor și din activitatea agențiilor de turism și asistență turistică.

Societăți comerciale active: Hoteluri și restaurante.

Tabel nr. 27.

Anul	1999	2000	2003	2004	2005	2006
Nr. hoteluri și restaurante	190	192	266	274	305	328

Sursa: Anuarul statistic al județului Caraș-Severin. Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Numărul salariaților pe activități și sexe – 2006

Hoteluri și restaurante

Tabel nr.28.

Bărbați	Femei	TOTAL
704	1112	1816

Ponderea femeilor în total – 61,2 %

Sursa: Anuarul statistic al județului Caraș-Severin. Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Din total salariați 61307 pe județ, cei care lucrează în hoteluri și restaurante 2,9 %.

Numărul mediu al salariaților în hoteluri și restaurante – Jud. Caraș-Severin.

Tabel nr. 29.

Anul	1992	2000	2003	2004	2005	2006
Nr. salariați	1464	1677	2279	1641	1589	1800

Sursa: Anuarul statistic al județului Caraș-Severin. Direcția Județeană de Statistică Caraș-Severin, Reșița.

Forța de muncă ocupată în această activitate era de 1120 de persoane, 696 în cadrul societăților pe acțiuni și 423 de persoane în cadrul societăților cu răspundere limitată, iar numărul mediu de salariați era de 1113 de persoane, 690 la societățile pe acțiuni și 423 la societăți cu răspundere limitată. La nivelul județului cea mai mare parte a forței de muncă ocupată se regăsește în domeniul hotelier, urmată de restaurante, cafenele, baruri și personalul agențiilor de turism.

Societățile de turism dețin o putere investițională relativ modestă comparativ cu potențialul turistic existent. Nivelul investițiilor la sfârșitul anului 2006 era de 3613 mii lei, deci 2347 mii lei au investit societățile pe acțiuni și 1366 societățile cu răspundere limitată, iar investițiile nete de 1564 mii lei, din care 647 mii lei la societățile pe acțiuni și 917 mii lei la societățile cu răspundere limitată.

Analizând dinamica cifrei de afaceri a celor mai importante unități ce activează pe piața turistică caraș-severineană, numărul unităților deschise în ultimii ani se înscriu în categoriile unor unități de primire și alimentație publică mici și mijlocii. Nivelul investițiilor eficiente în agrement este mult mai redus din punct de vedere calitativ și cantitativ.

În ciuda unor rezultate modeste, având în vedere acțiunile de reabilitare a multor structuri turistice în ultimii cinci ani, se poate spune că turismul a activat ca un factor stimulator al economiei județului, a generat noi locuri de muncă, cu alte cuvinte, și-a adus contribuția la dezvoltarea socio-economică a județului.

Perioadele de recul din activitatea turistică a județului sunt datorate evoluției economice la nivel global și faptului că taxa de TVA are un nivel ridicat în turism, la care se mai adaugă celelalte taxe și impozite și procesul de divizare prea mare al societăților de turism.

Potrivit deciziei Comisiei Europene din 2003/287 CE, publicată în jurnalul oficial

nr. 1 aprilie 2003, sunt prezentate criteriile valabile până în 2007 privind aplicarea și obținerea etichetelor ecologice pentru turism, ca deosebire în domeniul hotelier. Acest document include o serie de criterii obligatorii și altele opționale care au rolul de a limita impactul negativ asupra mediului înconjurător pe care îl exercită turismul în timp și spațiu. Din acest punct de vedere și societățile de turism din Caraș-Severin s-au adaptat la aceste cerințe pentru a asigura o calitate a serviciilor compatibilă cu mediul ambiant și pentru a atrage mai mulți turiști internaționali.

3.8. Areale turistice în Caraș-Severin.

Din examinarea întregului potențial turistic se detașează câteva concentrări de atracții și obiective turistice majore care vor determina și direcțiile de dezvoltare a turismului.

1. Arealul Defileului Dunării.
2. Arealul Munților Aninei.
3. Arealul Semenic și culoarul Bârzavei.
4. Arealul Văii Bistrei și Culoarul Timiș-Cerna.
5. Arealul Poiana Mărului – Muntele Mic.
6. Arealul Herculane – Valea Cernei.

3.9. Identitatea turistică a județului Caraș-Severin – Vârșeț.

Întrucât analiza formelor de turism care se pot practica în județul Caraș-Severin și Vârșeț nu indică existența unei forme identitare pentru județ la nivel național, pentru elaborarea unei strategii de produs diferențiat, respectiv unic, este necesară stabilirea elementelor de identitate ale potențialului turistic natural și antropic.

Dezvoltarea turismului în Vârșeț se poate realiza prin concentrarea de resurse pentru anumite „nișe de piață” în ariile cu resurse turistice naturale și antropice deosebite, care, la rândul lor, se pot diferenția căpătând, în acest mod, identitate (fig.nr.3)
În aceste condiții, se impune cunoașterea și evaluarea factorilor ce pot conduce la crearea unei identități regionale.

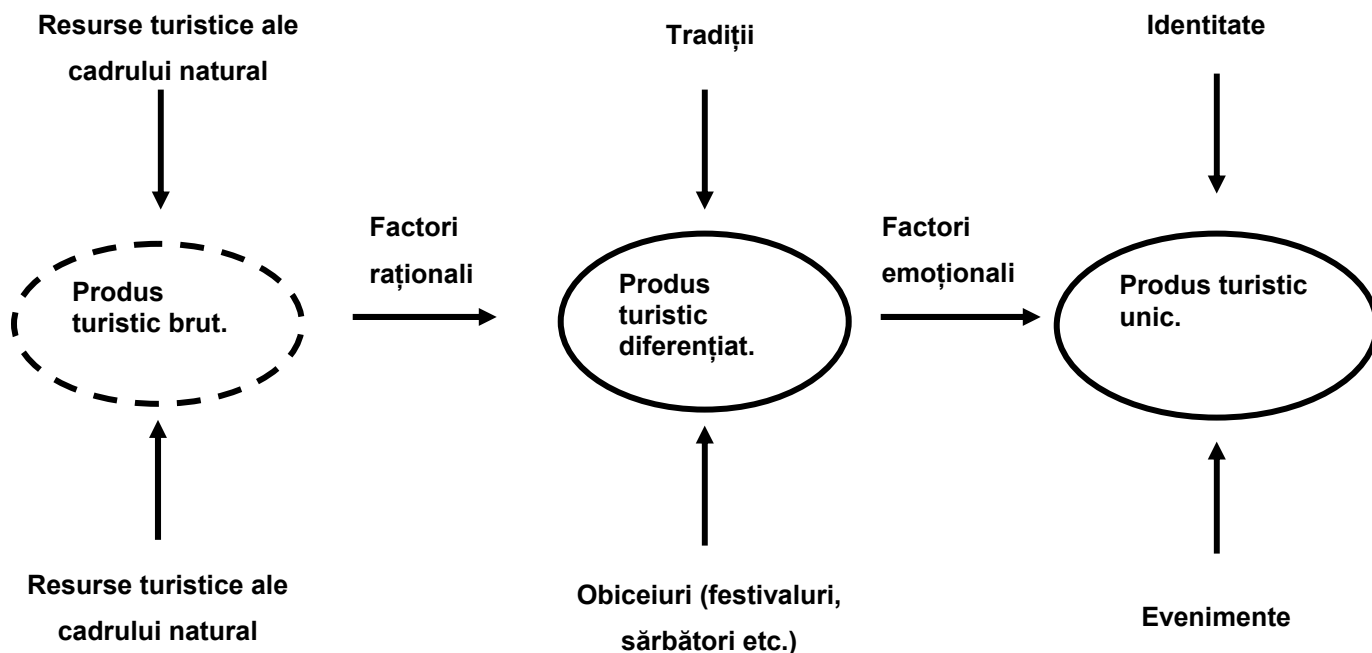


Fig. 3. Elemente de diferențiere/unicitate pentru produsele turistice.

Astfel, în urma studierii bibliografiei de specialitate, a datelor culese cu ocazia mai multor vizite în teren și a documentării, precum și a comparării informațiilor cu caracter turistic, principalele elemente de identitate – unicat ale județului Caraș-Severin și a zonei Vârșeț sunt:

➤ *potențialul natural:*

- ❖ cel mai mare defileu al Dunării de pe întreg cursul fluviului și implicit de pe teritoriul României;
- ❖ 4 parcuri naționale: Semenic – Cheile Carașului, Cheile Nerei – Beușnița, Domogled-Valea Cernei, Retezat (4000 ha în județul Caraș-Severin);
- ❖ 1 parc natural: Porțile de Fier;
- ❖ existența unor peșteri unicat în România;
- ❖ Munceii insulari ai Vârșețului, singura unitate naturală de relief, care nu este delimitată de văi, defilee sau chei. În jurul acestor muncei se pot organiza itinerarii turistice tematice și cicloturistice, atât în Serbia cât și în județul Caraș-Severin (România).

➤ *potențialul antropic:*

- ❖ Călea ferată Anina-Oravița-Biserica Albă;
- ❖ Colecția de mineralogie estetică a fierului Constantin Gruescu din Ocna de Fier, cu rarități mineralogice mondiale, europene și naționale;
- ❖ Muzeul locomotivelor cu abur de la Reșița;
- ❖ Sistemul hidrotehnic de pe Bârzava Superioară;
- ❖ Monumentul turismului de la Rusca Montană – unicat mondial;
- ❖ Cel mai vechi teatru românesc din țară la Oravița – 1817;
- ❖ Biserici monumente de artă și arhitectură religioase, catedrala episcopală, mănăstirile, Palatul Episcopal din Vârșeț;
- ❖ Suprafețe mari acoperite cu culturi de viță-de-vie (peste 200 ha), printre cele mai vechi podgorii ale Europei.

La nivelul județelor limitrofe, cel mai important concurent poate fi județul Mehedinți, care are multe elemente comune din punctul de vedere al potențialului turistic natural și antropic.

În urma analizei SWOT și după o segmentare atentă a pieței (având la bază mai mult criteriile socio-demografice și psihografice), se pot stabili formele de turism corespunzătoare fiecărei segment, apoi se poate contura produsul, încercându-se o poziționare a lui. În turism, datorită diversității și complexității nevoilor și a dorințelor consumatorilor ce trebuie satisfăcute, este dificilă alegerea criteriilor de poziționare, cele mai eficiente fiind considerate acelea care se referă la trăsăturile specifice produsului ce au la bază elementele de identitate (etnică, geografică, culturală etc.) În general, în timp ce pentru piețele tradiționale este necesară o strategie de re-poziționare (prin oferirea de cât mai multe motive de întoarcere a turistului la destinație, marketerul trebuind să cunoască întreaga gamă de activități de loisir desfășurate și care au constituit atracții), „modelând” o destinație nouă, pentru piețele noi trebuie găsite acele atribute ce pot conduce la un grad maxim de atractivitate și care vin în sprijinul afirmației „*Mai multe de văzut, mai multe de făcut!*”.



Fig. 4. Etapele unei planificări de marketing a identității regionale.

Următoarea etapă este cea de elaborare a strategiei de marketing.

Având la bază poziționarea produsului turistic în funcție de elementele de identitate, strategia de marketing turistic regional include toate celelalte variabile ale mixului de marketing (preț, distribuție, promovare, personal, parteneriate, împachetare și programare). Astfel, în timp ce prin strategia de preț, distribuție și chiar împachetare și parteneriate se ajunge la o diferențiere clară a produsului turistic, prin preponderența factorilor emoționali, cu ajutorul cărora se elaborează strategiile de produs, promovare, personal și programare, se poate ajunge la unicitatea produsului turistic respectiv și, bineînțeles, la identitatea regiunii. În cadrul unei entități regionale, identitatea poate fi privită ca și instrument de concretizare al unui proces complex de planificare de marketing, ca și parte a procesului de marketing strategic și respectiv ca un program de marketing ce cuprinde, ca și orice alt program de marketing, analiza situației (prin prisma principalilor indicatori specifici ai activității turistice), stabilirea obiectivului, obiectivelor, dezvoltarea strategiei, programul de acțiuni (comunicare, marketing intern

etc.), implementarea sau punerea în practică, evaluarea și controlul.

În contextul intrării în Uniunea Europeană și, cu atât mai mult, al globalizării, care impune integrarea fiecărei zone, regiuni, țări etc., într-un anumit spațiu, eforturile trebuie îndreptate spre adoptarea unor modele sau standarde, dar cu valorificarea tradițiilor, a obiceiurilor și a specificului local și național - elemente creatoare de identitate la orice nivel și în orice domeniu de activitate, cu atât mai mult în turism, unde factorii emoționali sunt preponderenți în alegerea unei destinații și se pot constitui în motivații principale pentru formele de turism alese și preferate de turiștii din lumea întreagă.