



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,  
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI  
PERSOANELOR VÂRSTNICE  
CIRCONDRIU NORD-VEST



Consiliul Județean Covasna

# STRATEGIE INTEGRATĂ PENTRU DEZVOLTAREA INIȚIATIVELOR LOCALE DIN MEDIUL RURAL PRIVIND OCUPAREA FORȚEI DE MUNCĂ ÎN DOMENIUL TURISTIC

## JUDEȚUL COVASNA



[www.mind-rural.ro](http://www.mind-rural.ro)

OTP Consulting România, 2015

„Investește în oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Editat și tipărit la:  
**CHARTA PRINT**  
**SFÂNTU GHEORGHE**  
**2015**



**Titlul programului:** Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

**Titlul proiectului:** Model integrat de dezvoltare a resurselor umane din mediul rural  
în vederea ocupării forței de muncă în sectorul turistic

**Nr. contract:** POSDRU/135/5.2/S/124779

**Editorul materialului:** Județul Covasna

**Data publicării:** noiembrie 2015

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.”

## CUPRINS

<b>1</b>	<b>Întrebări frecvente</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Sumar executiv</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Aspecte introductive</b>	<b>10</b>
	3.1 Introducere	10
	3.2 Aspecte etice	11
	3.3 Aspecte metodologice	11
<b>4</b>	<b>Profilul strategic</b>	<b>14</b>
	4.1 Caracterizarea generală a județului	14
	4.2. Situația economică a județului Covasna	37
	4.3 Piața forței de muncă	45
	4.4 Caracteristici ale turismului din județul Covasna	66
<b>5</b>	<b>Evaluarea și segmentarea pieței turistice</b>	<b>122</b>
	5.1 Caracterizarea generală a turismului în județul Covasna	122
	5.2 Segmentarea consumatorilor	123
<b>6</b>	<b>Analizele SWOT</b>	<b>128</b>
	6.1 Analiza SWOT a forței de muncă în județul Covasna	128
	6.2 Analiza SWOT a turismului din județul Covasna	132
<b>7</b>	<b>Contextul strategic</b>	<b>138</b>
	7.1 Cadrul general al planificării	138
	7.2 Cadrul European al planificării	138
	7.3 Cadrul Național al planificării	142
	7.4 Strategia de dezvoltare a județului Covasna	143
<b>8</b>	<b>Direcții strategice de dezvoltare</b>	<b>145</b>
	8.1 Principiile de bază a planificării	145
	8.2 Cadrul general al planificării strategice. Profilul strategic al turismului rural	146
<b>9</b>	<b>Propuneri strategice de dezvoltare a turismului rural în județul Covasna</b>	<b>151</b>

## 1. ÎNTREBĂRI FRECVENTE

### CE REPREZINTĂ ACEST DOCUMENT?

Strategia de dezvoltare a turismului rural în județul Covasna ca parte a proiectul multi-regional intitulat „Model integrat de Dezvoltare a resurselor umane din mediul rural în vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic”, derulat de către AJOFM 21 Covasna, Consiliul Județean Covasna, Fundația LAM, OTP Consulting, Asociația APPAR, Comuna Diosig - județul Bihor, este un instrument analitic pentru dezvoltarea turismului rural cu scopul creșterii gradului de ocupare a forței de muncă din mediul rural în domeniul turistic.

Prezentul document este fundamentat pe statistici și date empirice provenind din cercetări socio-logice primare respectiv de la instituțiile abilitate în acest sens.

Proiectul este finanțat din fonduri europene POSDRU 2007-2013, DMI 5.2 și are ca obiectiv principal asigurarea pe termen mediu și lung sustenabilitatea economiilor locale prin dezvoltarea, creșterea și perfecționarea resurselor umane din mediul rural din cele două județe (Bihor respectiv Covasna) prin facilitarea accesului la piața forței de muncă.

Strategia conține informații și sugestii referitoare la modalitățile prin care cultura antreprenorială poate fi dezvoltată și cultivată în rândul grupului țintă direct vizat de proiect.

### CE ESTE ȘI LA CE SE FOLOSEȘTE?

Fiind un instrument de lucru agreat de Uniunea Europeană, conține principalele direcții de dezvoltare strategică a turismului în următorii 5 ani în funcție de posibilitățile și resursele specifice mediului rural din județ actuale și astfel este conceput în așa fel încât să atragă noi fonduri în viitor și pentru alte proiecte de dezvoltare rurală axată pe domeniul turismului. Mai apoi, conține moda

litățile prin care accesul forței de muncă poate fi realizată către domeniul turistic, respectiv calitatea forței de lucru angajat în industria turistică poate fi îmbunătățită.

### **CINE POATE UTILIZA DOCUMENTUL?**

Documentul se adresează factorilor de decizie din domeniul ocupării forței de muncă (AJOFM), administrației locale, instituțiilor și agențiilor care se ocupă de organizarea și coordonarea activităților turistice, precum și organizațiilor nonguvernamentale de promovare a afacerilor și turismului, dar și asociațiilor profesionale din domeniul turistic respectiv agențiilor implicați în mod direct și constructiv în industria turistică. Practic, Strategia încearcă să faciliteze activitățile tuturor celor implicați în procesul turistic.

### **CE CONȚINE?**

Ca strategie de dezvoltare structura documentului este unul standard: conține o amplă analiză referitoare la starea actuală de fapt a pieței forței de muncă specific populației rurale de vârstă activă respectiv o analiză detaliată sectorială axată pe fenomenul turistic din spațiul rural. Mai apoi, conține diagnoza specifică structurată pe caracteristicile forței de muncă respectiv turism, plus principalele direcții de dezvoltare strategică. În final, documentul conține activitățile și fișele de proiecte necesare dezvoltării în concordanță și nevoia sustenabilității pe termen lung și asigurarea egalității de șanse.

Toate propunerile țin cont de direcțiile principale ale schimbărilor sociale majore cu care comunitățile se confruntă/se vor confrunta în viitorul foarte apropiat (schimbările climatice, terorismul global și riscurile de securitate, creșterea presiunii migrației internaționale, creșterea concurenței economice între regiuni, state și macrostructuri suprastatale).

### **CARE ESTE CONTEXTUL DEZVOLTĂRII TURISTICE?**

Documentele oficiale în vigoare ale EU (Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe 2010), România (Romania National Tourism Master Plan, 2007-2026), documentele oficiale de dezvoltare județene și locale (Strategia pentru Dezvoltarea Durabilă a județului Bihor, pentru perioada 2014-2020, GAL, PUZ, PUG etc.).

### **CARE ESTE VIZIUNEA ADOPTATĂ?**

În vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic am formulat următoarea viziune: Județul Covasna va reprezenta un model de urmat, ce realizează dezvoltarea turismului rural care implică creșterea forței de ocupare pe piața muncii a resursei umane și înclinarea antreprenorială prin formarea calității a resursei umane, diversificarea ofertei serviciilor turistice bazate la așteptările turiștilor, și prin urmarea practicelor bune din mediul înconjurător.

Considerăm că dezvoltarea durabilă și sustenabilă a turismului rural din județul Covasna reprezintă un factor important pentru creșterea ratei de ocupare a forței de muncă de vârstă activă din mediul rural. Populația însăși consideră că cele două direcții principale care ar trebui dezvoltate sunt agricultura și turismul.

Din multitudinea de date cu care am lucrat rezultă foarte clar că dezvoltarea și perfecționarea calității forței de muncă și stabilirea legăturilor de cooperă între agenții economici din domeniul turismului și administrația locală respectiv organizațiile patronale și profesionale reprezintă un suport puternic pentru dezvoltarea și bunăstarea (în unel cazuri chiar supraviețuirea) comunităților. Județul Covasna are câteva avantaje certe: este situat în mijlocul țării, are un relief variat cu resurse naturale bogate, sectorul turismului este în creștere, respectiv dispune de un volum considerabil de persoane cu vârstă activă.

## PROFILUL STRATEGIC AL TURISMULUI RURAL

Planul de dezvoltare se raportează la calitatea și structura actuală a pieței forței de muncă, a profilului populației de vârstă activă corelat cu starea generală a regiunii și a României respectiv adaptat la realitățile internaționale din domeniul ocupării (ne referim la procesele migrației circulare a populației de vârstă tânără și medie în țările din UE) respectiv la natura și volumul turismului postmodern.

Pentru a avea succes în fundamentarea planului strategic realist am formulat trei întrebări esențiale:

1. Cum se prezintă profilul forței de muncă din zona rurală a județului Covasna?
2. Cum se caracterizează turismul existent din mediul rural?
3. Care sunt elementele strategice pozitive și negative referitoare la forța de muncă și la turismul existent în vederea vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic?

## PRINCIPALELE PROBLEME SPECIFICE

Există probleme certe de cooperare și disfuncții de comunicare între actorii implicați în procesul turistic (aici ne referim la relația dintre angajați-angajatori; respectiv în unele cazuri între angajați-turiști; între firme cu profil turistic și administrația locală/financiară)

- Capitalul uman și resursele turistice sunt utilizate sub nivelul potențialul real
- Resursele umane au o acută nevoie de perfecționare
- Fragmentarea pieței turistice
- Slaba conexiune între turismul montan și balnear vor prezenta o problema pe termen mediu
- Volumul mare de turiști se concentrează în zona orașului Covasna și Băile Bálványos
- Felul și natura turismului practicat în turismul balnear (Covasna) nu generează inovații, nu stimulează investițiile și produce un dezechilibru major în structura internă a turismului rural
- Dependența absolută a veniturilor realizate în domeniul turismului de sezonalitate, subdezvoltarea ofertei turistice în perioada extrasezon

- Lipsa locurilor de muncă și a unei viziuni strategice pe termen lung cu privire la dezvoltarea rurală generează factori de tip “push”, de împingere pentru tineri cu vârstă activă, respectiv pentru cei cu nivel de educație peste medie care determină migrația forței de muncă de valoare pe piață externe.

## PRINCIPALELE DIRECȚII STRATEGICE

- Dezvoltarea infrastructurii primare și racordarea lor la principalele rețele naționale și transfrontaliere ca o condiție primordială pentru dezvoltarea de ansamblu a comunităților și pentru asigurarea condițiilor necesare atragerii turiștilor în județ
- Stimularea perfecționării resurselor umane angajate și angajatoare de vârstă activă
- Dezvoltarea și creșterea competitivității turismului rural prin diversificarea ofertei turistice, prin atragerea de noi segmente de turiști în perioada extrasezon, prin creșterea calității serviciilor în vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic
- Creșterea competitivității prin stimularea cooperării între agenții economici pentru dezvoltarea serviciilor integrate și pentru sporirea complementarității ofertelor și pachetelor turistice astfel încât întreg potențialul disponibil din județ să fie valorificat
- Dezvoltarea turismului axată pe mai multe hub-uri turistice și clustere de oferte
- Integrarea serviciilor turistice pe o platformă on-line disponibilă pe dispozitivele mobile de comunicație
- Construirea unui brand atractiv comun și complementar, pentru atragerea de capital, locuri de muncă, capital uman și dezvoltarea serviciilor
- Stimularea inovațiilor și a unei alternative complementare la turismul balnear concentrat la Covasna

## 2. SUMAR EXECUTIV

### **DOCUMENTUL, CERCETAREA ȘI DATELE STATISTICE DE BAZĂ**

Scopul acestui document intitulat Plan de marketing turistic rural în județul Covasna este un plan de dezvoltare strategică a turismului din mediul rural cu scopul creșterii ratei de ocupare a persoanelor de vârstă activă pe piața forței de muncă în domeniul industriei turistice. Documentul are la bază date empirice, provenite din cercetări de profil (anchetă sociologică; interviuri directe cu antreprenori, reprezentanți ai administrației locale și ai organizațiilor de profil; focus grup cu membrii grupului țintă și cu experți al turismului; observații directe pe teren; analiza datelor secundare). Datele statistice secundare provin în principal de la AJOFM Covasna, BNR, INSSE București, INS Covasna, Edemos și datele Recensământului Populației din 2002 și 2012, UBB-Cluj.

### **OBIECTIVUL STRATEGIC**

Dezvoltarea turismului rural din județ și creșterea ratei de ocupare în activități turistice; promovarea antreprenoriatului; crearea unui instrument care facilitează în mod indirect accesul la fonduri.

### **OBIECTIVUL URMĂRIT**

Creionarea și caracterizarea turismului rural, descrierea profilului forței de muncă cu vârstă activă, descrierea principalelor grupuri de turiști, elaborarea principalelor direcții de dezvoltare strategică pe termen scurt și mediu.

### **SUBIECTELE EXAMINATE**

Pe baza datelor existente, am răspuns la următoarele întrebări: Cum arată structura și profilul forței de muncă (în funcție de variabilele explicative ca sex, vârstă, statut profesional, nivel de școlarizare, etnie)? Cum se structurează turismul în mediul rural în județul Covasna (ce servicii există, care este distribuția lor, unde se localizează, ce fel de turism se practică, care sunt elementele lipsă)? Care este profilul VALS și BDA a principalelor segmente de turiști (cine, de unde, cu ce scop, din ce motive, în baza căror informații călătoresc la destinațiile țintă cu ce așteptări, ce activități desfășoară

în aceste locații)? Care sunt principalele măsuri și instrumente care contribuie la creșterea gradului de ocupare a forței de muncă?

### **PRINCIPALELE DIRECȚII DE DEZVOLTARE**

Stimularea perfecționării resurselor umane; creșterea competitivității turismului rural prin diversificarea ofertei turistice; atragerea de noi segmente de turiști în perioada extrasezon; creșterea calității serviciilor; crearea de trei-patru hub-uri turistice; stimularea inovațiilor; construcția unui brand complementar; stimularea și facilitarea cooperării între actori.



### 3. ASPECTE INTRODUCATIVE

#### 3.1 INTRODUCERE

Strategia turistică este rezultatul cooperării între mai multe instituții: s-a născut pe baza colaborării dintre AJOFM Covasna, Consiliul Județean Covasna, Fundația LAM, OTP Consulting, Asociația APPAR, Comuna Diosig-județul Bihor, ca parte importantă a proiectului „Model integrat de Dezvoltare a resurselor umane din mediul rural în vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic”. Rezultatul este un instrument analitic pentru dezvoltarea turismului rural cu scopul creșterii gradului de ocupare a forței de muncă din mediul rural în domeniul turistic.

Rezultatele muncii colectivului de cercetare și planificare pot fi inventariate în felul următor:

- S-a realizat o anchetă sociologică de tip survey bazat pe un chestionar standardizat pentru 1. evaluarea forța de muncă a persoanelor de vârstă activă din mediul rural; pentru 2. evaluarea structurii ofertei turismului rural, respectiv pentru 3. identificarea și caracterizarea resurselor turistice și umane de care dispune județul Covasna. Cercetarea a fost realizată pe un volum de eșantion probabilistic, stratificat, reprezentativ pe populația stabilă de vârstă activă (18-65 ani), de  $R=+/-3,9\%$ , la un nivel de încredere de  $P=+/- 95\%$ .
- S-au realizat 10 interviuri best practice cu managerii unor firma care desfășoară activități turistice pe raza județului Covasna, acoperind toate regiunile geografice și ofertele turistice specifice zonei
- 2 analize SWOT referitoare la piața forței de muncă respectiv la turismul rural
- 3 interviuri de tip focus grup cu membrii grupului țintă
- O bază de date care stochează informații și date statistice secundare referitoare la obiectul proiectului
- Un portofoliu de proiecte propuse ca parte a strategiei turistice
- O bază de date care conține fotografii făcute pe teren
- Un plan de implementare; un plan comun de monitorizare și evaluare a implementării strategiilor

#### 3.2 ASPECTE ETICE

În cursul elaborării acestui document echipa de proiect a respectat toate cerințele metodologice, științifice și legale privind colectarea și prelucrarea datelor primare și secundare în conformitate cu cerințele și angajamentele profesionale, în concordanță cu normele profesiei de sociolog și de planner, respectiv cele contractuale reprezentate de Autoritatea de Management POSDRU. Toate etapele și elementele colectării datelor statistice de pe teren, interviurile face-to-face, selectarea gospodăriilor anchetate și răspunsurile primite de la respondenții selectați în eșantionul utilizat au ținut cont și respectă în totalitate normele deontologice și etice ale cercetărilor sociale, respectiv sunt conforme cu standardele internaționale recomandate de ESOMAR, și cu Codul Deontologic al Sociologilor din România.

Din acest considerent, declarăm că siguranța, confidențialitatea, validitatea și fidelitatea respectiv stocarea și utilizarea datelor și analizelor este garantată. Datele cu privire la rezultatele cercetării sunt tratate confidențiale, în conformitate cu prevederile Directivei CE/95/46 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, transpusă prin Legea nr. 677/2001 privind protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date cu modificările și completările ulterioare, precum și prevederile Directivei 2002/58/CE privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice, transpusă prin Legea nr. 506/2004. Dreptul la imaginea și anonimitatea respondenților au fost respectate, toate chestionarele s-au aplicat în mod anonim.

#### 3.3 ASPECTE METODOLOGICE

Metodologia colectării datelor necesare elaborării strategiei de dezvoltare turistică s-a bazat pe tehnica de utilizată a triangulării: practic am apelat la mai multe metode și surse de informații. Pe de o parte, pe analiza secundară a datelor statistice cu privire la contextul social, economic și cultural al obiectului cercetării. Multiplele date statistice au provenit în principal de la INSSE București, seriile

TEMPO, BNR, Recensăminte, date de la Camera de Comerț, AJOFM, Registrul Comerțului, eDemos, UBB-Cluj, INS Covasna. Aceste date au constituit cadrul larg a Strategiei. (Responsabilitatea asupra corectitudinii datelor le revine exclusiv acestor instituții).

Pe de altă parte am realizat 10 interviuri formale, pe baza unui ghid de interviu semistructurat cu actori importanți din domeniul turismului rural: antreprenori, proprietari de facilități turistice, responsabili de la organizațiile patronale. Datele colectate prin această metodă au vizat nu numai identificarea de activități de tip best practice, ci și la problemele specifice cu care se confruntă, la așteptările de la administrația publică și financiară, la propunerile referitoare la direcțiile de dezvoltare, la necesitățile structurale ale turismului rural, la istoria și faza de dezvoltare a activităților prestate, respectiv la clienții pe care le deservesc.

Nucleul tare al colectării de date primare s-a bazat pe cercetarea efectuată în rândul populației rurale din județul Covasna. Este vorba de efectuarea unei anchete de tip survey bazat pe un chestionar sociologic standardizat (vezi anexă). Întrebările au vizat trei mari arii de interes. Pe lângă întrebările standard referitoare la 1. profilul socio-demografic și cultural al respondenților (aici se are în vedere sexul, vârsta, profesia, statutul ocupațional, etnia, venitul, nivelul de școlarizare al individului, cunoștințe de limbă străină), ne-am axat în principal pe 2. profilul general și tipic al forței de muncă din mediul rural (ramura economică unde este angajat și/sau își desfășoară activitatea, ciclul profesional în care se află respondentul, drumul profesional parcurs, experiența șomajului și riscul de a deveni șomer, experiența muncii în afara țării, potențialul antreprenorial, nivelul intenției de a deveni antreprenor în domeniul turistic), și 3. resursele de care gospodăriile dispun în ideea de a se conecta/racorda la fenomenul turistic (condiții de locuire, nivelul dotării gospodăriilor, intenția și potențialul de a oferi servicii conexe pentru turiști full time sau part time). Aceste informații au fost completate cu 4. reprezentările și percepțiile colective la resursele naturale, istorice și comunitare care ar putea fi utilizate și în scopul promovării turistice, respectiv cu 5. experiența populației ca turist și destinațiile preferate.

Aceste trei metode (analiza secundară a datelor statistice, interviuri și survey) au fost la rândul lor completate cu interviurile focus grup și observațiile făcute pe teren. Toate aceste date sunt incluse în Strategie sau au fost folosite pentru înțelegere empatică a fenomenului turistic.

Colectarea datelor s-a făcut între perioada mai-septembrie 2014, cercetarea survey a fost efectuată în luna septembrie, 2014.

În concordanță cu literatura de specialitate problematica forța de muncă a fost tratată ca variabilă dependentă, iar fenomenul turismului ca variabilă independentă. Cu alte cuvinte, considerăm că pentru rezolvarea problematicii creșterii gradului de ocupare soluția este dezvoltarea turismului rural.

## 4. PROFILUL STRATEGIC

### 4.1 CARACTERIZAREA GENERALĂ A JUDEȚULUI

#### 4.1.1 Profilul județului

Regiunea de Dezvoltare Centru cuprinde 6 județe din centrul României, respectiv: Covasna, Alba, Brașov, Harghita, Mureș și Sibiu. Are o suprafață de 34.100 km<sup>2</sup>, reprezentând 14,3 procente din teritoriul țării. Regiunea Centru ocupă locul al 5-lea între cele 8 regiuni de dezvoltare.



Figura 1. Poziția geografică a județului Covasna

Sursă: INS

Județul Covasna este situat în centrul României, în partea internă a Carpaților de Curbură, între longitudine estică de 430 4' și 440 5' și latitudine 45035' și 46018' ale emisferei nordice, între 480 și 1.777 m. Județul are o poziție centrală față de hotarele țării și se învecinează la est cu județele Vrancea și Bacău, la sud-est cu județul Buzău, la sud-vest și vest cu județul Brașov, iar la nord cu județul Harghita.

Suprafața județului este de 3.710 km<sup>2</sup>, reprezentând 1,6 procente din teritoriul țării. Reședința județului este Municipiul Sfântu Gheorghe, care este așezat în dreapta râului Olt. Fiind printre cele mai mici județe din România, împreună cu Ilfov și Sălaj, cuprinde 2 municipii (Sfântu Gheorghe, Târgu Secuiesc), 3 orașe: Baraolt, Covasna și Întorsura Buzăului, și 40 de comune cu 122 de sate.

Din punct de vedere administrativ, județul Covasna urmează limitele fostului comitat Trei Scaune, unitate administrativă care a funcționat între anii 1876 și 1920. Acesta era compusă din 6 districte, două urbane: Sfântu Gheorghe și Târgu Secuiesc (în prezent municipii) și patru rurale: Kézdi, Miklósvar, Orbai și Sepsi.

Potrivit Recensământului Populației din anul 2011, numărul locuitorilor județului Covasna a fost de 210.177. Județul Covasna deține astfel 1,04 procente din totalul locuitorilor României.

#### 4.1.2 Profil geografic și cadrul natural

##### Relieful

În ceea ce privește relieful, județul Covasna beneficiază de unul variat, fapt care îi conferă un cadru deosebit pentru dezvoltare. De la câmpii brăzdate de râuri și punctate de lacuri, la dealuri submontane și munți, județul Covasna se remarcă printr-o anumită specificitate față de alte zone din țară. Peisajul său de o frumusețe neasemuită este accentuat de verdele puternic al coniferelor care domină zonele muntoase.

Complexitatea structurii geologice a teritoriului județului, marile unități structurale determină adăpostirea unor bogății minerale utile, folosite în industrie și în special în construcție. Din rezervele cu o importanță mai mare, pe primul loc este lignitul. Deține de asemenea zăcăminte de ape minerale, gresii, calcare, marne, nisipuri, pietrișuri, andezite, diatomit, argile și argilă refractară. Apele termale și minerale apar în zonele rurale și urbane ale județului. Lemnul de conifere și de foioase este utilizat la fabricarea mobilelor.

Zonele muntoase ocupă peste jumate din suprafața județului Covasna. În cadrul Carpaților Orientali, ce se întind pe tot teritoriul județului, se disting 8 subunități de relief. Regiunea montană este reprezentată, pe teritoriul județului Covasna, prin M-ții Harghita, M-ții Nemirei, M-ții Bodoc, M-ții Baraolt, M-ții Vârghișului, M-ții Vrancei și M-ții Buzăului.

**M-ții Harghita**, cu altitudini cuprinse între 520-1558 m, pantă între 10-50 de procente, ocupă 9 procente din suprafața județului. Cuprinde câteva vârfuri pe urmele unor cratere vulcanice, culminând cu vârful Muntele Cucului (1558 m).

**M-ții Nemirei** au o altitudinea medie cuprinsă între 600-1640 m și ocupă 7 procente din suprafața județului Covasna. Din acest munte se disting versanții din depresiunea Târgu Secuiesc, Cărpini și Apa Roșie. Totodată, cuprinde zona Sandru Mare, cu un bogat fond vânătoresc. Șirul M-ții Nemirei este alcătuit din gresii friabile, în zona vestică a lanțului muntos prin acțiunea agenților externi, s-a produs eroziune eoliană.

**M-ții Bodoc** se află aproape în partea centrală a județului și au o altitudine cuprinsă între 600-1240 m, culminând cu vârful Cărpiniș (1.241 m). Acest munte este constituit din gresii, microconglomerate și marne de vârstă cretacică aparținând zonei interne a flișului. Datorită specificului cadrului, prezintă importante destinații turistice.

**M-ții Baraolt** aflați în partea nord-vestică a județului, având vârfuri cuprinse între 490-1019 m. Ca urmare a mișcărilor tectonice s-au format subunități muntoase, depresionare și depresionare de eroziune.

**M-ții Vârghișului**, cu vârfuri cuprinse între 470-893 m, se situează în partea de vest a județului. Relieful este alcătuit din roci dure, din calcare și magmatite migmatite mezozoice.

**M-ții Vrancei** se situează în partea de E a județului, cu altitudini de peste 1.500 m: Vârful Lepșii cu 1.390 m, Vârful Mușat cu 1.503 m, Vârful Astagul Mare cu 1.526 m, Vârful Izvoarele Putnei cu 1.534 m, Vârful Anișoara cu 1.645 m. și Vârful Lăcăuț cu 1.777 m.

**M-ții Buzăului** se întind în partea de S a județului, cu altitudini de peste 550 m. Din această unitate muntoasă, pe teritoriul județului Covasna se situează următorii munți: M-ții Întorsura (cuprinzând: Depresiunea Întorsura Buzăului, Depresiunea Cireș-Dărnău și Depresiunea Comandău), M-ții Tătaru, M-ții Podu Calului și M-ții Penteleu. În M-ții Întorsurii următoarele vârfuri depășesc 1.000 m: Vârful Chirușul Mare – 1.012 m, Vârful Cașcut – 1.079 m și Vârful Tistaș cu 1.167 m.

Următoarea treaptă a reliefului sunt terasele și lacurile. Această caracteristică a reliefului este reprezentată pe teritoriul județului Covasna prin Depresiunea Brașov, Depresiunea Baraolt, Depresiunea Bârsei, Depresiunea Sfântu Gheorghe și Depresiunea Târgu Secuiesc.

Depresiunea Sfântu Gheorghe se întinde pe o lungime de aproximativ 30 km și are o lățime de 10-12 km.

Depresiunea Târgu Secuiesc este înconjurată de M-ții Bodoc și M-ții Nemirei la nord-vest, M-ții Brețcului și M-ții Întorsurii la sud-est iar la sud-vest este delimitată de culoarul piemontan de la Reci.

## Resurse de apă

**Rețeaua hidrografică** a județului Covasna este formată din doi colectori principali Oltul și Râul Negru. Cu lungimea de aproximativ 150 km, râul Olt este principala arteră hidrografică de pe teritoriul județului. Acest râu colectează majoritatea cursurilor de apă din zonă, afluentul cel mai important și cunoscut fiind Râul Negru, care străbate partea de E a județului. Pe partea sudică și sud-estică găsim râul Buzău cu afluenții Bâsca Mare și Bâsca Mică.

**Lacurile naturale** sunt relativ puține la număr, de mărime medie, cel mai important fiind lacul vulcanic Sfânta Ana, aflat lângă cursul Oltului, situat în M-ții Ciomatu Mare. Din punct de vedere administrativ-teritorial, lacul Sfânta Ana aparține județului Harghita și se află în apropierea localității Tușnad-Băi. Aflat pe fundul unui crater este singurul lac de origine vulcanică din sud-estul Europei. Lacul este alimentat numai din precipitații, de aceea adâncimea îi scade încontinuu (adâncimea medie este de 4m).

Printre lacurile artificiale cele mai importante sunt Lacul Pădureni și Lacul Reci. Lacul Pădureni este cel mai mare lac de acumulare de pe teritoriul Covasnei, creat în anii 1980, prin diguirea pâraielor din M-ții Bodoc. Lacul Reci aparține rezervatului natural Mestecănișul de la Reci. Ambele sunt foarte populare în rândul pescarilor, fiindcă prezintă o bogată varietate de pește.

Alte lacuri cu importanță mai ales pentru pescuit sunt Lacul Chiuruș, Lacul de la Zăbala, Surcea.

Județul Covasna, având un relief predominant muntos și depresionar, este bogat în izvoare și resurse de ape minerale, care contribuie la mărirea atractivității zonei și a potențialului său turistic.

Pe teritoriul județului, izvoarele de ape minerale sunt înșiruite de-a lungul a două linii orientate pe direcția nord-sud, prima pe versantul vestic al M-ților Bodoc, unde găsim izvoarele de la Băile Șugaș, Bodoc, Arcuș, Balványos, Micfalău și Malnaș-Băi cu ape carbogazoase, bicarbonate, potasice, calcice, magnezice, cloruro-sodice etc.

Județul Covasna are valoroase zăcăminte de ape minerale care sunt recunoscute la nivel național dar și la nivel european. Acest lucru a favorizat apariția multor stațiuni balneare. Totodată, valori-

ficarea apelor minerale se realizează prin îmbutelierea pentru apă de masă și în scopuri terapeutice în stațiuni balneoclimaterice.

Stațiuni balneoclimaterice de importanță locală și națională sunt la Băile Balványos, Belin, Covasna, Hătuica, Malnaș-Băi, Olteni, Șugaș-Băi și Vâlcele. În localitățile enumerate mai sus se regăsesc atât băi calde cât și reci.

## Climă

Situat în zona centrală a țării, în interiorul curburii Carpaților, teritoriul județului Covasna aparține din punct de vedere climatic Podișului Transilvaniei. Județul se bucură de o climă de tranziție, între clima temperată de tip oceanic și cea temperată de tip continental, umedă și răcoroasă în zonele de munte, cu precipitații reduse și temperaturi scăzute în zonele mai joase. Județul Covasna are o climă moderată, cu veri călduroase și ierni geroase.

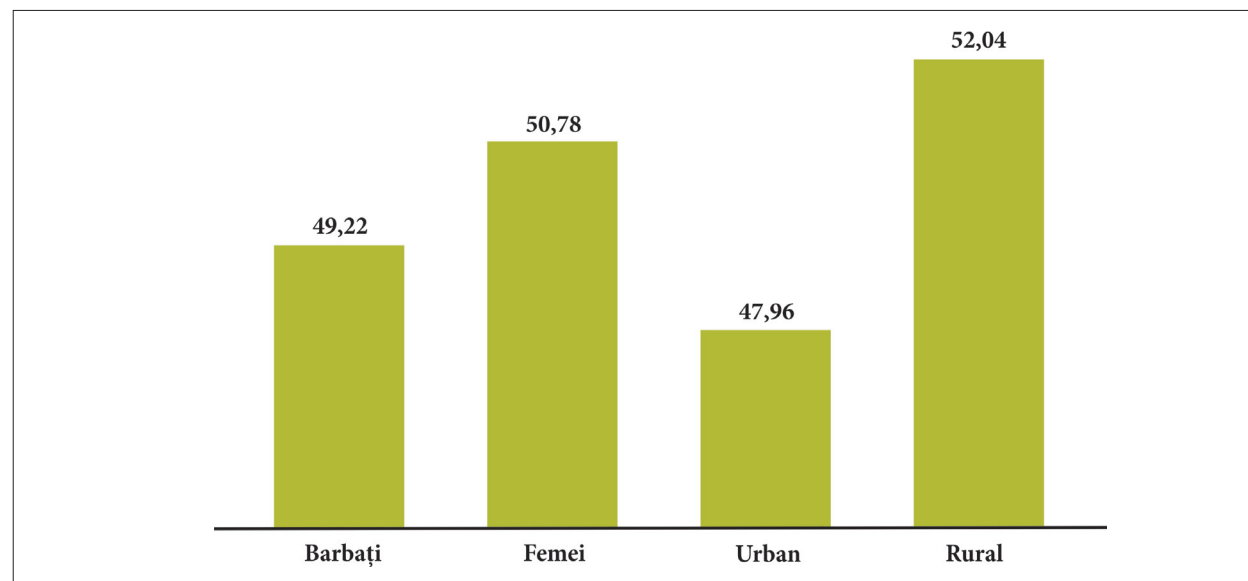
Ca temperatură medie anuală se înregistrează în zonele înalte 10 C iar, în depresiuni 7,60 C, aceasta fiind cu 30 C mai joasă decât media pe țară. Temperatura maximă absolută de 39,3 grade a fost înregistrată în anul 1952 în localitatea Păpăuți, iar minima absolută de -35,2 grade la Întorsura Buzăului în anul 1947.

### 4.1.3 Demografia județului Covasna

După Recensământul Populației 2011, în județul Covasna era 210.177, din care 103.454 (49,22 %) bărbați și 106.723 (50,77 %) femei. Densitatea medie a populației este de 56,65 loc/km<sup>2</sup>. Din totalul populației 100.811 persoane (47,96 %) trăiesc în mediul urban și 109.366 persoane (52,03 %) în mediul rural după cum se observă din graficul următor.



Grafic 1.  
Structura populației pe medii și pe sexe (%) - 2011



Sursă: Recensământul Populației, 2011

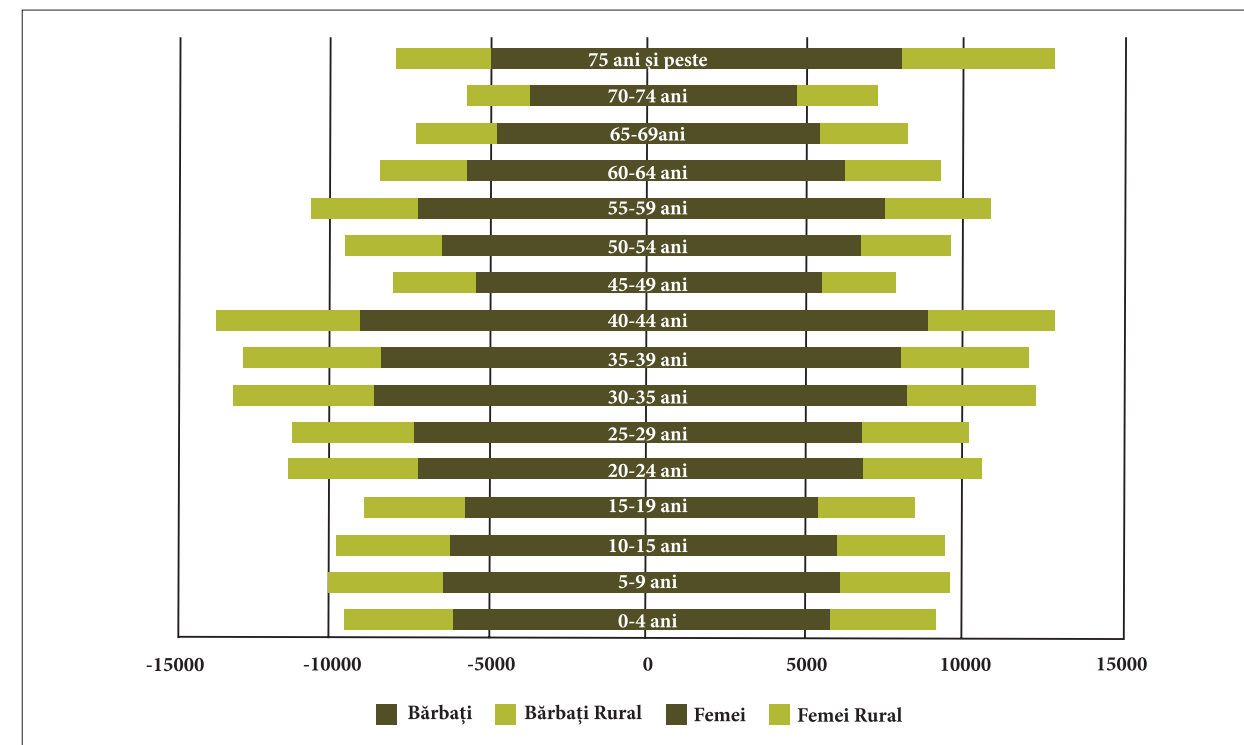
**Tabelul 1** prezintă evoluția populației din județul Covasna conform datelor din Recensământ. În ultimii 20 de ani populația județului a scăzut cu 23.079 de persoane, ceea ce înseamnă 6,4 de procente. Conform prognozelor demografilor până în anul 2050 se prevede o scădere continuă.

Tabel 1. Evoluția populației în județul Covasna

	1992	2002	2011
Populația totală (mii pers.)	233256	222449	210177
Densitatea populației (loc/kmp)	62.87	59.96	56.65
Ponderea în pop. României (%)	1.02	1.03	1.04

Sursă: Recensământul Populației, 2011

Grafic 2.  
Piramida populației în județul Covasna și în mediul rural



Sursă: Recensământul Populației, 2011

Din cauza acestui fapt, zona poate pierde din atractivitatea sa, dar și din potențialul populației cu vârstă activă, astfel că viabilitatea județului trebuie regândită și reorganizată.

Explicația pentru evoluția negativă a populației din județul Covasna se află în datele despre mișcarea naturală a populației și migrarea internă determinată de schimbarea de domiciliu și reședință a populației. Din tabelele de mai jos reiese că scăderea numărului populației nu este cauzată de sporul natural, acesta având valori pozitive. Se pot observa diferențe în valori, deoarece sporul natural în municipii și orașe este pozitiv (86.29), pe când în comune și sate această valoare este negativă, -58.29.

Tabel 2. Evoluția mișcării naturale în județul Covasna (nr.)

	Născuți-vii - Total	Urban		Rural		Decese - Total	Urban		Rural		Sporul natural - Total	Urban		Rural	
		Urban	Rural	Urban	Rural		Urban	Rural	Urban	Rural					
2000	2676	1214	1462	2405	987	1418	271	227	44						
2001	2557	1106	1451	2351	944	1407	206	162	44						
2002	2460	1076	1384	2573	1043	1530	-113	33	-146						
2003	2449	1067	1382	2600	1100	1500	-151	-33	-118						
2004	2633	1213	1420	2511	1087	1424	122	126	-4						
2005	2755	1308	1447	2427	1029	1398	328	279	49						
2006	2693	1251	1442	2593	1068	1525	100	183	-83						
2007	2434	1127	1307	2467	1044	1423	-33	83	-116						
2008	2530	1189	1341	2523	1063	1460	7	126	-119						
2009	2478	1185	1293	2559	1138	1421	-81	47	-128						
2010	2468	1116	1352	2526	1038	1488	-58	78	-136						
2011	2272	952	1320	2421	980	1441	-149	-28	-121						
2012	2406	1013	1393	2483	1093	1390	-77	-80	3						
2013	2387	1056	1331	2381	1065	1316	6	-9	15						
Media	2514.14	1133.79	1380.36	2487.14	1048.50	1438.64	27.00	85.29	-58.29						

Sursă: Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

După cum arată datele de mai jos, evoluția negativă se datorează în primul rând schimbărilor de domiciliu și reședință, unde sporul demografic a fost negativ, astfel județul pierzând anual în medie aproximativ 900 de locuitori prin schimbarea de domiciliu și reședință.

Diferența între dintre valoarea procesului migrațional și cea a schimbării de reședință și domiciliu se poate observa prin analiza zonelor urbane și rurale ale județului Covasna. Astfel, putem concluși că migrația internă determinată de schimbarea de domiciliu este mai mare în municipiile și orașele județului decât în sate și comune.

Tabel 3. Evoluția migrației determinată de schimbarea de reședință (nr.)

	Stabiliri de reședință - Total	Urban		Rural		Plecări din reședință- Total	Urban		Rural		Spor - Total	Urban		Rural	
		Urban	Rural	Urban	Rural		Urban	Rural	Urban	Rural					
2000	4343	2247	2096	4564	2593	1971	-221	-346	125						
2001	4391	2506	1885	4511	2570	1941	-120	-64	-56						
2002	3399	1990	1409	3189	1725	1464	210	265	-55						
2003	3197	1874	1323	3215	1633	1582	-18	241	-259						
2004	2434	1480	954	3076	1642	1434	-642	-162	-480						
2005	2402	1446	956	3059	1641	1418	-657	-195	-462						
2006	2369	1362	1007	2951	1507	1444	-582	-145	-437						
2007	2284	1317	967	3106	1657	1449	-822	-340	-482						
2008	2103	1214	889	3116	1771	1345	-1013	-557	-456						
2009	2095	1315	780	3224	1865	1359	-1129	-550	-579						
2010	1946	1267	679	3136	1837	1299	-1190	-570	-620						
2011	1990	1279	711	3027	1733	1294	-1037	-454	-583						
2012	1881	1221	660	2866	1604	1262	-985	-383	-602						
2013	1876	1281	595	2754	1438	1316	-878	-157	-721						
Media	2622.14	1557.07	1065.07	3271.00	1801.14	1469.86	-648.86	-244.07	-404.79						

Sursă: Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Tabel 4. Evoluția migrației determinată de schimbarea domiciliului (nr.)

	Stabiliri de domiciliu	Urban	Rural	Plecări din domiciliu	Urban	Rural	Spor - Total	Urban	Rural
	-Total			-Total					
2000	2792	1075	1717	2761	1607	1154	31	-532	563
2001	2866	1138	1728	2892	1683	1209	-26	-545	519
2002	3051	1183	1868	3278	1882	1396	-227	-699	472
2003	2746	1074	1672	2951	1678	1273	-205	-604	399
2004	2944	1089	1855	3212	1778	1434	-268	-689	421
2005	1943	773	1170	2151	1191	960	-208	-418	210
2006	2203	945	1258	2414	1290	1124	-211	-345	134
2007	2985	1252	1733	3156	1667	1489	-171	-415	244
2008	2542	996	1546	2799	1589	1210	-257	-593	336
2009	2291	925	1366	2498	1351	1147	-207	-426	219
2010	3209	1393	1816	3701	1906	1795	-492	-513	21
2011	2028	787	1241	2514	1395	1119	-486	-608	122
2012	2178	811	1367	2623	1450	1173	-445	-639	194
Media	2598.31	1033.92	1564.38	2842.31	1574.38	1267.92	-244.00	-540.46	296.46

Sursă: Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Tabelul despre rata natalității și rata mortalității confirmă faptul că evoluția negativă a populației provine mai degrabă ca urmare a plecărilor din comunitate și mai puțin din rațiuni de fertilitate. În cea mai mare parte a perioadei 2000 – 2013 s-a observat scăderea populației în județul Covasna deși natalitatea a depășit mortalitatea.

În ceea ce privește rata natalității și a mortalității, județul are valori mai bune decât media regională sau cea de la nivel național. În cazul natalității, în anul 2013, județul Covasna a înregistrat 10,8 ‰, pe când la nivel național, această valoare este de 9,3 ‰. În anul respectiv rata mortalității în județ este cu 1 ‰ mai redusă decât valoarea națională.

Tabel 5. Rata natalității și rata mortalității (‰)

	RATA NATALITĂȚII			RATA MORTALITĂȚII		
	România	Regiunea CENTRU	Covasna	România	Regiunea CENTRU	Covasna
2000	10,5	10,4	11,6	11,4	10,5	10,4
2001	9,8	9,9	11,1	11,6	10,7	10,2
2002	9,7	9,9	10,9	12,4	11,7	11,4
2003	9,8	10,2	10,9	12,3	11,3	11,6
2004	10	10,5	11,7	11,9	11,3	11,2
2005	10,2	10,8	12,3	12,1	11,4	10,8
2006	10,2	10,7	12	12	11,4	11,5
2007	10	10,4	10,9	11,7	10,9	11
2008	10,3	11	11,3	11,8	11,1	11,3
2009	10,4	11	11,1	12	11,2	11,4
2010	9,9	10,5	11	12,1	11,2	11,3
2011	9,2	10	10,2	11,8	10,9	10,9
2012	9,4	10,1	10,8	12	11	11,2
2013	9,3	10,00	10,8	11,7	10,9	10,7

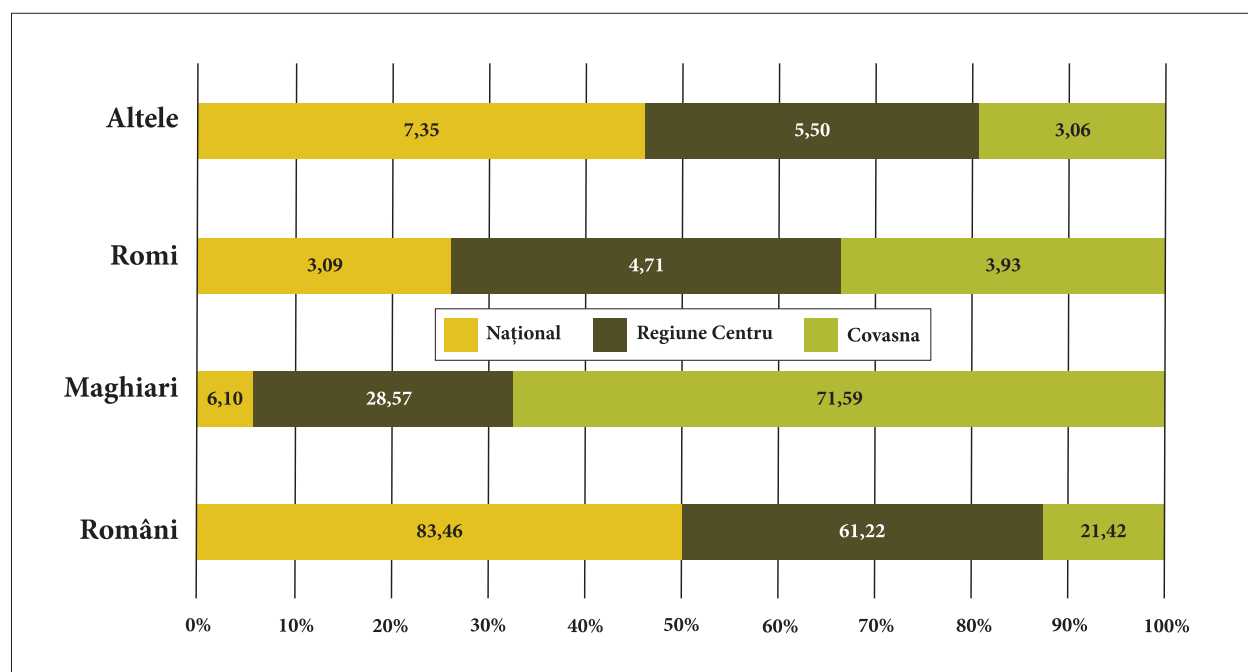
Sursă: Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014



### Caracteristicile populației cu privire la religie, etnie, limba maternă vorbită și educație

Din punct de vedere etnic și religios, județul Covasna este unul foarte variat. Fiind unul dintre județele Ținutului Secuiesc, majoritatea populației este de etnie maghiară. După datele recensământului din 2011, 71,6 de procente din populație, adică 150.468 de persoane se declarau de etnie maghiară, 21 de procente (45.021) de etnie română, 3,93 de procente (8.267) romi și 3,06 de procente (6.421) de altă etnie. Comparând datele cu cele de la nivel regional și național, se constată o diferență deoarece la nivel regional aproape 1/3 din populație se declară la etnie maghiară, iar la nivel național majoritatea populației, 83,4 de procente, se declară de etnie română.

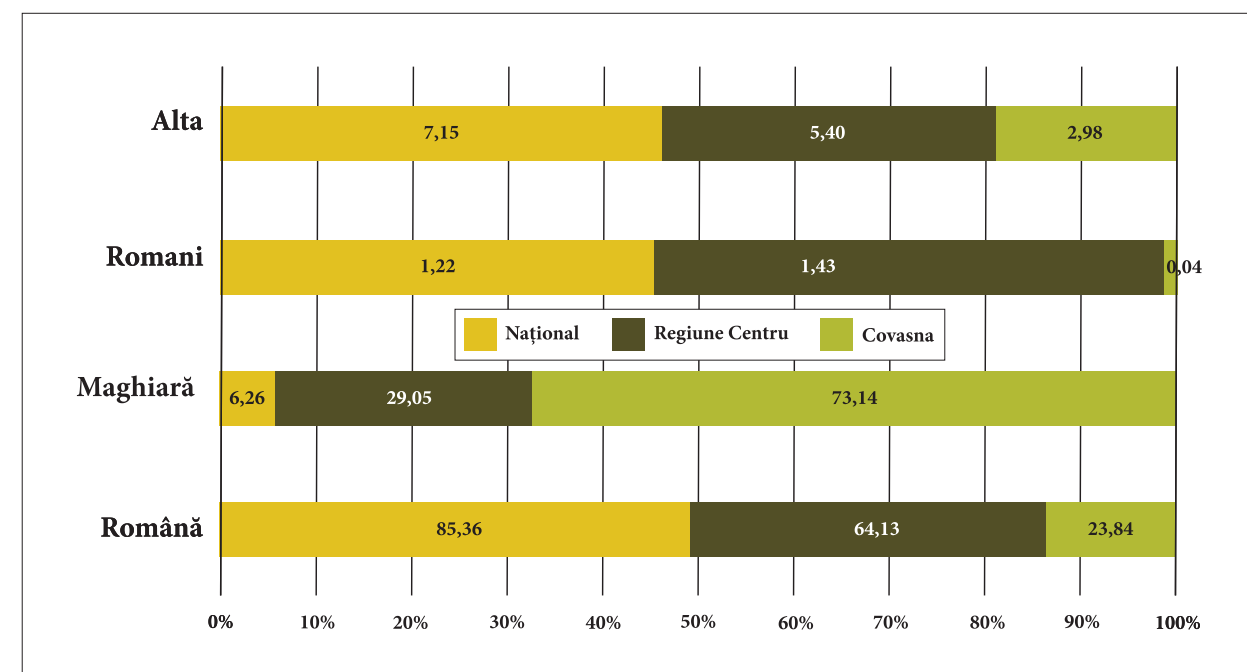
Grafic 3.  
Ponderea populației în funcție de etnie, 2011 (%)



Sursă: prelucrare proprie după date din Recensământ, 2011

Privind datele populației în funcție de limba maternă vorbită, valorile sunt similare. În anul 2011 potrivit recensământului, 73,14 de procente (153.728 de persoane) din populație și-a declarat limba maghiară ca limbă maternă și 23,84 de procente (50.107) limba română ca limbă maternă. Numărul de 87 de persoane (0,04 % din total), care și-au declarat limba maternă limba romani, este mult mai mic decât numărul persoanelor care s-au declarat ca fiind de etnie romani. Această afirmație se potrivește și valorilor mediei regionale și la nivel național în ceea ce privește raportul etnie/limbă maternă.

Grafic 4.  
Ponderea populației în funcție de limba maternă vorbită, 2011 (%)



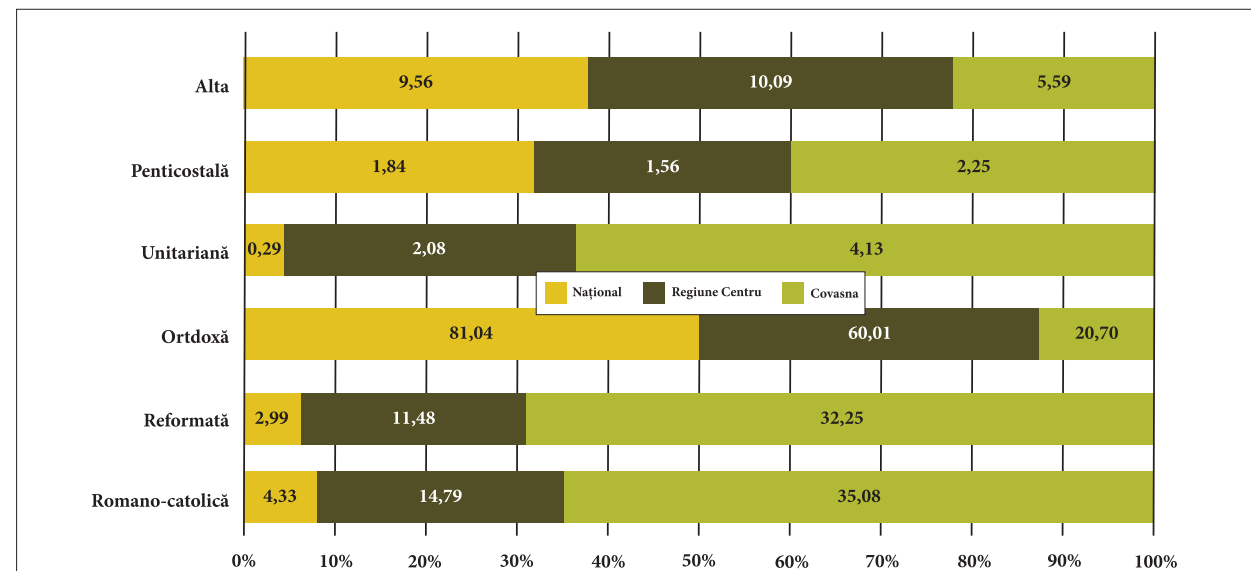
Sursă: prelucrare proprie după date din Recensământ, 2011

Ultimul grafic din această subsecțiune prezintă populația în funcție de religie în anul 2011. Similar cu datele de mai sus, dacă ¼ din populație se declară de etnie română, aproape în același procent sunt și care au religie ortodoxă. Deci, în acest sens, putem concluziona că în județul Covasna majoritatea populației de etnie română este de religie ortodoxă.

Între religii, cea mai mare pondere o are religia romano-catolică (35,08%), urmată de cea reformată (32,25%), ortodoxă (20,70%), unitariană (4,13%), penticostală (2,25%) și alte religii (5,59%). Două treimi din ponderea populației județene are religia romano-catolică, respectiv reformată.

În comparație cu datele regionale și naționale, există o reprezentare semnificativă a religiei unitariene, 4,13 procente în județul Covasna și 2,08 procente, respectiv 0,29 procente la nivel regional, respectiv național.

**Grafic 5.**  
Ponderea populației în funcție de religie, 2011 (%)



Sursă: prelucrare proprie după date din Recensământ, 2011

**Tabel 6.**  
Distribuția populației în funcție de ultima școală absolvită

	România (%)	Covasna (%)	Covasna Sate și comune (%)
Superior din care:	14.38	9.80	4.17
Universitar de licență	12.56	8.59	3.82
Postliceal și de maiștri	3.19	2.97	1.68
Secundar din care:	65.25	69.76	70.21
Liceal	24.36	24.69	18.68
Profesional și de ucenici	13.88	14.25	13.38
Inferior (gimnazial)	27.01	30.82	38.15
Primar	14.18	13.56	18.63
Fără școală absolvită	3.00	3.92	5.31
din care analfabete:	1.36	2.17	3.11

Sursă: prelucrare proprie după date din Recensământ, 2011

Datele din Tabelul 6 arată că ponderea absolvenților cu studii superioare de la nivelul județului (9,80 %) se află sub media națională (14,38 %), în timp ce ponderea persoanelor de studii liceale (24,69 %) este aproape aceeași cu cea de la nivel național (24,36 %). Județul Covasna înregistrează o valoare peste media națională în ceea ce privește proporția semnificativă a absolvenților de nivel gimnazial (30,82 %), profesional și de ucenici (14,25 %). La nivel educațional, ceea ce poate fi dezavantajos în dezvoltarea resursei umane, importantă este rata peste medie de persoane fără studii (3,92 %) și analfabete (2,17 %).

În ceea ce privește mediul rural rata medie de persoane fără studii și analfabete se situează peste nivelul județean și național. După datele recensământului putem concluziona că peste 38 de procente din populația mediului rural a absolvit cel mult școala primară și gimnazială. Pe de altă parte, ponderea absolvenților de studii superioare și școli postliceale este de 4,17, sub jumătate din media județeană 9,80 de procente, și sub o treime din media națională 14,38 de procente.

**Tabel 7.**  
**Distribuția populației după nivelul de educație, pe sexe**

	România					Covasna					Sate și comune				
	Ambele sexe	M	F	M (%)	F (%)	Ambele sexe	M	F	M (%)	F (%)	Ambele sexe	M	F	M (%)	F (%)
Superior din care:	2591021	1197690	1393331	46.22	53.78	18197	8394	9803	46.13	53.87	3984	1751	2233	43.95	56.05
Universitar de licență	2263978	1061034	1202944	46.87	53.13	15954	7379	8575	46.25	53.75	3645	1608	2037	44.12	55.88
Postliceal și de maiștri	574043	278728	295315	48.56	51.44	5506	2553	2953	46.37	53.63	1609	775	834	48.17	51.83
Secundar din care:	11759627	5960461	5799166	50.69	49.31	129518	64730	64788	49.98	50.02	67065	34436	32629	51.35	48.65
Liceal	4390759	2125350	2265409	48.41	51.59	45842	21045	24797	45.91	54.09	17848	8326	9522	46.65	53.35
Profesional și de ucenici	2500655	1665897	834758	66.62	33.38	26457	17884	8573	67.60	32.40	12777	9117	3660	71.35	28.65
Inferior (gimnazial)	4868213	2169214	2698999	44.56	55.44	57219	25801	31418	45.09	54.91	36440	16993	19447	46.63	53.37
Primar	2556286	1053230	1503056	41.20	58.80	25166	11842	13324	47.06	52.94	17795	8458	9337	47.53	52.47
Fără școală absolvită	541244	219529	321715	40.56	59.44	7271	3375	3896	46.42	53.58	5071	2333	2738	46.01	53.99
din care analfabete:	245387	83456	161931	34.01	65.99	4024	1739	2285	43.22	56.78	2979	1280	1699	42.97	57.03

Sursă: prelucrare proprie după date din Recensământ, 2011

În ceea ce privește distribuția populației după nivelul educației pe sexe și medii, putem afirma că în cele mai multe categorii la nivel de învățământ femeile sunt suprareprezentate. Acest fenomen este similar în mediul rural al județului cu nivelul județean și național. Cu excepția persoanelor care au absolvit școala profesională și de ucenici, unde rata este mult mai mare în cazul bărbaților. În mediul rural al județului, peste două treime (71 %) din populația masculină a absolvit școala profesională și de ucenici.

Datele din Tabelul 7 reiese că majoritatea absolvenților de studii superioare sunt femeile, iar ratele sunt similare la nivel județean și național. Diferențe găsim la nivelul educațional pe sexe în rata medie a persoanelor fără studii sau analfabete, bărbații plasându-se peste media națională, pe când femeile au o pondere sub nivelul național. Acest fapt este valabil și în mediul rural al județului Covasna.

#### 4.1.4 Infrastructura edilitară a județului Covasna

În contextul turismului, o zonă sau regiune este mult mai valoroasă dacă infrastructura și utilitățile publice sunt exploatate și dezvoltate. În acest sens volumul de apă potabilă distribuită consumatorilor (mai ales pentru uz casnic) și rețeaua gazelor naturale distribuite sunt indicatori însemnați în privința competitivității unei regiuni.

Capacitatea de apă potabilă cuprinde alimentarea mediului din județ cu apă, canalizarea, salubritatea și distribuirea energiei termice.

**Tabel 8.**  
**Volumul de apă potabilă distribuită consumatorilor**

Județul Covasna	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Apă potabilă distribuită consumatorilor (mii m <sup>3</sup> )	8786	8567	8401	8810	8384	8022	7663	7536	7435
din care: pentru uz casnic	5099	5017	5048	5426	5282	5270	5103	5195	5046

Sursă: INS, 2013

În perioada 2005-2013, valoarea volumului de apă potabilă distribuită consumatorilor este în scădere, având 7.435 m<sup>3</sup>/zi în anul 2013, din care pentru uz casnic se folosesc 5046 m<sup>3</sup>/zi, în anul respectiv.

În ceea ce privește alimentarea județului cu gaze naturale, putem afirma că în anul 2013, în 13 localități, din care 4 sunt municipii sau orașe, sunt distribuite gaze naturale.

Lungimea simplă a conductelor de distribuție a gazelor naturale este de peste 200 de km. La sfârșitul anului 2013 lungimea fiind 230,7 km.

**Tabel 9.**  
**Rețeaua și volumul gazelor naturale distribuite**

Județul Covasna	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Localități în care se distribuie gaze naturale (nr.) la sfârșitul anului:	16	16	14	12	12	12	13	13	13
din care: municipii și orașe	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Lungimea simplă a conductelor de distribuție a gazelor naturale (km) la sfârșitul anului:	213,2	216,1	217,8	217,9	221,1	217,4	224,7	229,2	230,7
Volumul gazelor naturale distribuite (mii mc)	79471	73440	65633	61389	57343	57888	58279	55114	53368
din care: pentru uz casnic	37524	34466	29841	32133	29514	29530	29433	28223	27045

Sursă: INS, 2013

Evoluția volumului gazelor naturale distribuite între 2005-2013 prezintă o scădere în valori, iar în ultimii 9 ani, județul Covasna a pierdut 26.103 mii m<sup>3</sup> din volumul gazelor naturale. La sfârșitul anului 2013 volumul gazelor naturale distribuite era 53368 mii m<sup>3</sup>, din care pentru uz casnic erau 27.045 m<sup>3</sup>.

## Infrastructură

Județul Covasna dispune de principalele căi rutiere și feroviare de transport și are acces la aeroporturile din Regiunea Centru.

Municipiul Sfântu Gheorghe este accesibil dinspre orașele vecine de importanță regională sau națională, precum: București (198 km), Târgu Mureș (176 km), Miercurea Ciuc (67 km), Bacău (159 km), Sibiu (166 km), Brașov (34 km) și Buzău (159 km).

Cele mai apropiate aeroporturi din Regiunea Centru sunt Aeroportul Internațional Sibiu, fiind la o distanță de 166 km, și Aeroportul Internațional Târgu Mureș la o distanță de 190 km. Din punctul de vedere al transportului este foarte important Aeroportul Internațional Cluj-Napoca, față de care se află mai departe decât de celelalte două din regiune, respectiv la o distanță de 288 km.

**Tabel 10.**  
**Infrastructură feroviară (km)**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total din care:	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Electrificate	44	44	44	44	44	44	44	44	44
Densitatea liniilor pe 1000 km <sup>2</sup> teritoriu	31,3	31,3	31,3	31,3	31,3	31,3	31,3	31,3	31,3

Sursă: INS, 2014

Lungimea totală a căilor ferate este de 116 de km, dintre care 37,9 de procente, adică 44 km sunt electrificate. Densitatea liniilor pe 1000 km<sup>2</sup> teritoriu este 31,3.

Lungimea totală a drumurilor publice este de 868 km, dintre care 356 km sunt modernizați (41,01%), iar 269 km cu îmbrăcăminte ușoară rutieră, 208 km pietruite și 35 km de pământ. Lungimea totală a drumurilor naționale este de 268 km, dintre care 94 de procente sunt modernizate.

**Tabel 11.**  
**Infrastructură rutieră**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Drumuri publice Total /din care:</b>	835	835	835	835	835	839	839	840	840	840	870	869	868	868
- modernizate	217	216	216	221	221	295	295	296	315	347	352	353	355	356
- cu îmbrăcămînți ușoare rutiere	329	330	330	328	328	257	275	275	275	277	277	270	270	269
- pietruite	220	220	220	217	217	221	221	229	214	181	188	205	202	208
- de pământ	69	69	69	69	69	66	48	40	36	35	53	41	41	35
<b>Drumuri naționale din care:</b>	183	183	183	183	183	269	269	270	270	270	270	269	268	268
- modernizate	165	164	164	169	169	243	243	244	244	254	254	258	258	258
- cu îmbrăcămînți ușoare rutiere	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2			
- pietruite	15	15	15	12	12	24	24	24	24	14	14	11	10	10
<b>Drumuri județene și comunale din care:</b>	652	652	652	652	652	570	570	570	570	570	600	600	600	600
- modernizate	52	52	52	52	52	52	52	52	71	93	98	95	97	98
- cu îmbrăcămînți ușoare rutiere	326	326	326	326	326	255	273	273	273	275	275	270	270	269
- pietruite	205	205	205	56	205	197	197	205	190	167	174	194	192	198
- de pământ	69	69	69		69	66	48	40	36	35	53	41	41	35

Sursă: INS, 2013

Lungimea drumurilor județene și comunale este de 600 km, din care 44,8 de procente sunt cu îmbrăcăminte rutieră ușoară, 33 de procente pietruite, 16,3 de procente modernizate, iar 5,8 de procente de pământ. Densitatea drumurilor publice este de 22,6 km/100 km<sup>2</sup>.

#### 4.1.5 Concluzii

Județul Covasna situat în mijlocul României, în partea internă a Carpaților de Curbură, beneficiază de un relief variat, fapt care îi conferă un cadru deosebit pentru dezvoltare. De la câmpii brăzdate de râuri și punctate de lacuri, la dealuri submontane și munți, județul Covasna se remarcă printr-o anumită specificitate față de alte zone din țară. Peisajul său de o frumusețe neasemuită este accentuat de verdele puternic al coniferelor care domină zonele muntoase.

Zonele muntoase ocupă peste jumate din suprafața județului Covasna. Carpații Orientali se întind pe întreaga suprafață a județului, iar în cadrul acestei unități montane se disting 8 subunități de relief. Rețeaua hidrografică a județului este formată din doi colectori principali Oltul și Râul Negru, împreună cu afluenții lor. Județul se bucură de o climă moderată, cu veri călduroase și ierni geroase, ideale pentru practicarea turismului de vară și de iarnă.

Complexitatea structurii geologice a teritoriului județului, marile unități structurale, determină prezența unor bogății minerale utile, folosite în industrie și în special în construcții. Din rezervele de o importanță mai mare, pe primul loc este lignitul. Cuprinde de asemenea zăcăminte de ape minerale, gresii, calcare, marne, nisipuri, pietrișuri, andezite, diatomit, argile și argilă refractară. Apele termale și minerale apar în zonele rurale și urbane ale județului. Aceste resurse naturale au o importanță remarcabilă în domeniul turismului, fiind valorificate cu scopuri de tratament în stațiuni balneoclimaterice. Lemnul de conifere și cel de foioase este utilizat la fabricarea mobilelor.

În ceea ce privește accesibilitatea și conexiunile rutiere, județul Covasna se află într-o poziție privilegiată, având căi rutiere și feroviare, acces la aeroporturi din Regiunea Centru, drumuri naționale care leagă județul cu restul țării și cu Europa. Majoritatea drumurilor naționale sunt modernizate, în cazul drumurilor publice procentul fiind de 40%. Drumurile județene și comunale sunt în mare parte cu îmbrăcămînți rutiere ușoare și pietruite, fapt ce necesită o prioritizare a dezvoltării infrastructurii.

Numărul populației din județul Covasna este de 210.177 de persoane, conform Recensământului 2011, 52 de procente dintre aceștia trăind în mediul rural. Conform evoluției populației se prevede

o scădere în procente, fapt ce este cauzat în mare parte de procesului migrațional și mai puțin de sporul natural. În ceea ce privește rata natalității și cea a mortalității, județul înregistrează valori mai bune decât media de la nivel regional sau național.

Urmărind demografia la nivelul județului, atât la nivel urban cât și la nivel rural, durata medie a vieții în cazul populației rurale este mai mică decât în cazul populației urbane, valoare ce este peste nivelul național. Totodată, populația județului Covasna arată o tendință de îmbătrânire, care afectează și populația din mediul rural. Majoritatea populației este de etnie maghiară, iar religiile ce au cea mai mare pondere sunt religia romano-catolică și cea reformată. Nivelul de educație al populației rămâne în urma mediei naționale, dar în cazul studiilor secundare (liceu, școală profesională, gimnaziu), județul Covasna depășește media națională, chiar și în mediul rural.

## 4.2. Situația economică a județului Covasna

### 4.2.1. Date generale privind economia

Produsul intern brut pe cap de locuitor în județul Covasna în 2008 era 4.923 de euro. Comparativ cu celelalte județe din regiune a fost afectat de criza economică cu o ușoară întârziere iar PIB-ul pe cap de locuitor nici astăzi nu atinge nivelul de dinaintea crizei. Valoarea estimată pentru 2014 (4.786 RON) rămâne sub media pe țară și este cea mai scăzută din regiune. Performanța modestă a economiei județului este evidențiată și prin faptul că în timp ce 1 la sută din populația activă a țării are rezidență de Covasna, numai 0,7 la sută din PIB este produs în județ.

Participarea serviciilor la valoarea adăugată brută este de 47,5%, ponderea industriei este de 30,9% și a agriculturii de 15,3%. Comparativ cu celelalte județe, ponderea agriculturii este mult mai mare (media pe țară fiind de numai 7,5% iar media pe regiune de 7,7%) iar cea a serviciilor mai scăzută (54,4% respectiv 49,2%). Sectoarele cele mai productive în domeniul serviciilor sunt comerțul, transportul și depozitarea, respectiv hotelurile și restaurantele. (Tabelul 15)

În județul Covasna cea mai importantă cifră de afaceri este generată de sectorul comercial dar numărul angajaților este cel mai mare în industria prelucrătoare, în special în industria textilă. La capitolul productivitatea muncii județul se situează sub media regională și națională aproape în fiecare ramură economică, excepțiile fiind transportul și depozitarea precum și hotelurile și restaurantele.

În 2012 în județul Covasna existau 3.924 de întreprinderi active, dintre care 2.912 în oraș și 1.012 în sate (Tabelul 12). Mai mult de o treime dintre acestea funcționează în comerț, urmat de industrie cu o participare de 13,9 la sută în orașe și 18,1 la sută în sate. În ceea ce privește distribuția sectorială, cea mai mare diferență între mediile de rezidență se înregistrează în agricultură: în orașe numai 2,2 la sută dintre întreprinderi funcționează în acest domeniu comparativ cu 15,9 la sută în sate.

#### 4.2.2. Situația economică în mediul rural

Evoluția numărului de unități economice locale active arată că în orașe efectul crizei economice a fost mai accentuat, numărul întreprinderilor scăzând cu aproape 25% în perioada 2008-2011, în mediul rural acest procent fiind de numai 5%. O posibilă explicație la această diferență ar fi faptul că în mediul rural există o simbioză mai puternică între activitatea antreprenorială și economia gospodăriei și că pierderile de venituri sau deficitul ce rezultă din funcționarea mai puțin rentabilă a întreprinderii se compensează prin reducerea consumului personal. În logica redistributivă a gospodăriilor aceste întreprinderi funcționează sub „constrângeri bugetare laxe” (Kornai 1992) iar situația de faliment poate fi evitată mai ușor și în timp de criză. Astfel întreprinderile se mențin, dar ceea ce este cel mai important: se menține și ocuparea forței de muncă iar șomerii nu grevează bugetul comunitar.

Cu toate acestea, activitatea antreprenorială în satele din județul Covasna rămâne foarte scăzută, numărul întreprinderilor active raportat la 1.000 de locuitori este sub 10, față de 25 cât s-a înregistrat în orașe.

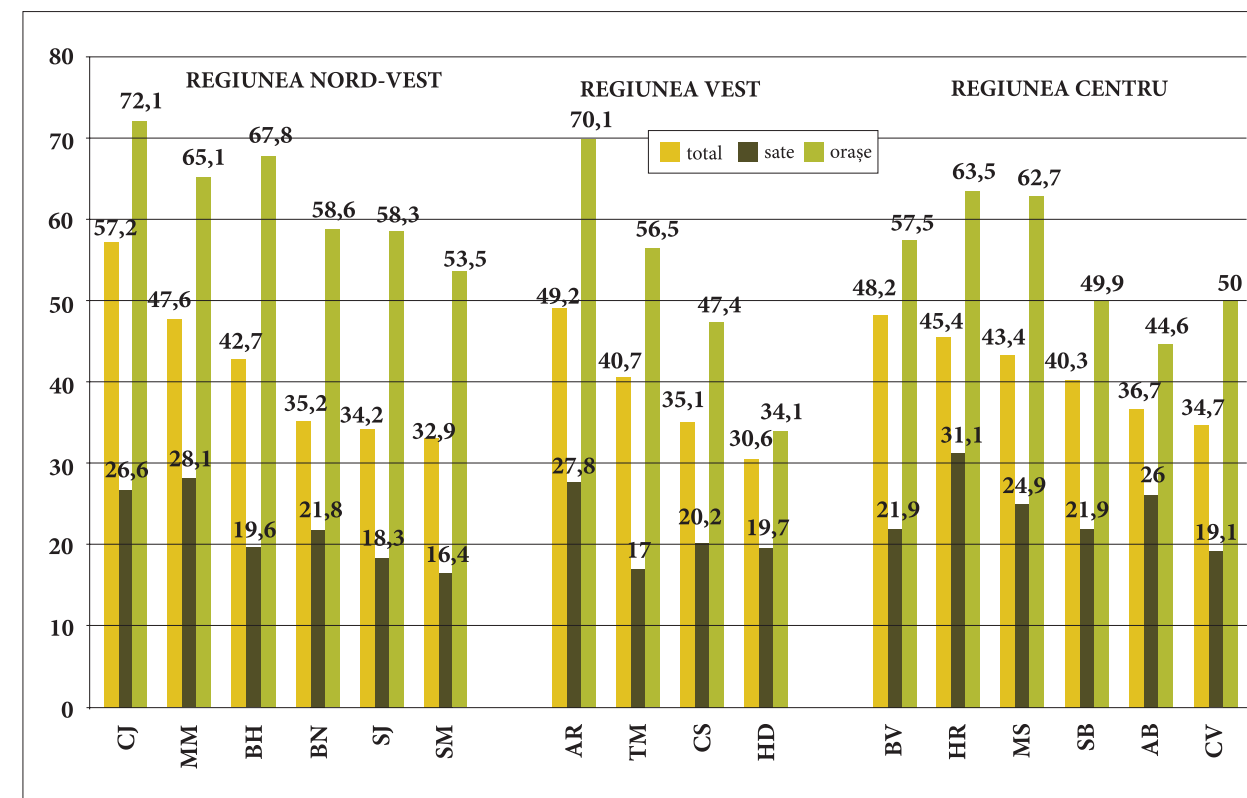
Tabel 12.  
Densitatea unităților economice din județul Covasna (2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012
Unități locale în mediul rural	1060	1132	1065	1009	1043
Densitatea unităților locale în mediul rural	9,4	10,0	9,4	8,9	9,6
Unități locale în mediul urban	3776	3573	3166	2836	2881
Densitatea unităților locale în mediul urban	31,5	30,0	26,6	23,9	24,5

Sursă: INS, Tempo online, 2013

Din baza de date a Registrului Comerțului (2008) – unde sunt incluse și întreprinderile private și asociațiile familiale – reiese că densitatea întreprinderilor în satele din județul Covasna este sub media din regiune.

Grafic 6.  
Întreprinderi în funcțiune pe mia de locuitori pe regiuni (2008)



Sursă: calcule proprii efectuate conform bazei de date a Oficiului Național al Registrului Comerțului



Din datele de mai sus reiese că activitatea economică a regiunilor este determinantă în mod evident de activitatea antreprenorială din orașe, iar din acest punct de vedere importanța zonelor rurale este mult mai redusă. În cazul județului Covasna se pare că proximitatea față de orașe are un efect pozitiv asupra activității antreprenoriale din zonele rurale înconjurătoare. Astfel, satele cu cea mai mare densitate a întreprinderilor sunt cele învecinate cu reședința de județ, Sfântu Gheorghe: Arcuș (28 de întreprinderi la mia de locuitori), Ilieni (21), Valea Crișului (17), Ghidfalău (14) și Ozun (14).

**Tabel 13.**  
Evoluția densității întreprinderilor în comunele din județul Covasna (2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012
Arcuș	19,68	27,01	25,12	24,59	28,23
Ilieni	21,34	23,21	18,96	20,01	20,71
Valea Crișului	15,7	17,8	17,48	14,39	16,82
Chichiș	13,72	18,5	15,02	14,7	16,27
Ghidfalău	11,92	16,44	16,04	14,62	14,28
Ozun	12,39	13,95	13,97	13,92	13,92
Ghelița	16,96	15,2	15,5	12,91	13,76
Comandău	8,92	13,01	13,1	11,29	11,35
Bodoc	12,8	12,7	11,52	11,86	11,02
Bixad	11,8	12,81	11,07	11,21	10,65
Bățani	11,35	11,14	10,98	10,18	10,15
Sita Buzăului	12,51	11,07	10,45	9,65	10,1
Brateș	10,34	11,07	9,86	11,26	10,05
Zagon	10,86	10,72	9,85	9,76	9,79
Hăghig	9,43	9,97	7,99	8,54	9,76
Micfalău	12,27	9,64	10,67	9,72	9,18
Cernat	6,58	6,82	7,58	7,88	9,12

Turia	9,92	10,21	9,17	9,11	8,63
Dalnic	1,05	5,3	5,19	7,4	8,53
Brețcu	7,78	8,98	8,74	8,31	8,39
Ojdula	8,5	9,37	8,83	7,73	8,3
Brăduț	8,73	9,5	8,38	7,95	8,13
Zăbala	7,3	7,44	7,9	7,89	8,1
Belin	4,73	7,51	7,85	7,39	8,06
Aita Mare	10,29	9,15	7,99	8,5	8,03
Malnaș	16,54	13,69	9,45	7,03	8,03
Moacșa	11,24	13,57	10,33	11,16	7,95
Mereni	8,43	9,17	9,07	6,95	7,85
Vârghiș	8,76	10,66	7,86	7,32	7,35
Vâlcele	6,21	7,74	7,41	6,58	7,13
Cătălina	5,72	6,6	5,48	5,86	7,1
Poian	5,42	7,74	9,47	5,58	5,71
Reci	7,19	5,34	6,73	6,31	5,43
Sânzieni	6,47	5,78	5,57	4,97	5,42
Lemnia	7,16	7,26	6,72	6,21	5,24
Dobârlău	3,62	3,22	3,26	2,82	4,23
Valea Mare	4,34	5,15	5,11	3,42	4,23
Estelnic	2,58	3,45	2,57	1,72	3,46
Boroșneu Mare	5,17	4,54	3,02	3,62	3,01
Barcani	3,79	4,05	3,06	3,32	2,81

Sursă: INS, Edemos, 2014



Relația strânsă între proximitatea orașelor și activitatea antreprenorială în județul Covasna a fost confirmată și de o analiză de regresie unde au fost incluși factorii principali despre care s-a presupus că ar avea influență asupra inițierii afacerilor. În afară de efectul spillover produs de orașe, benefic pentru crearea întreprinderilor, antreprenoriatul se pare că se corelează negativ cu indicatorul de fertilitate și, de asemenea, cu proporția populației cu un nivel de școlarizare scăzut.

**Tabel 14.**  
**Modelul de regresie liniară privind răspândirea organizațiilor economice**  
**(Coeficienți nestandardizați de regresie, cu erorile standard în paranteză)**

	Eșantion complet	Harghita	Covasna	Mureș
Eroarea standard a estimării regresiei	8,719	9,915	6,342	8,577
Distanța față de cel mai apropiat oraș	r.n.	r.n.	0,784*** (0,254)	r.n.
Numărul mediu al copiilor în comună raportat la o femeie	-12,474*** (3,204)	r.n.	-13,523** (4,441)	r.n.
Proporția absolvenților unei școli primare	r.n.	r.n.	-0,447* (0,193)	r.n.

Legenda: \* 0,05>p>0,01 \*\* 0,01>p>0,001 \*\*\* p<0,001, r.n.: relație nesemnificativă

**Tabel 15. Numărul unităților economice, cifra de afaceri, numărul salariaților și productivitatea muncii pe sectoare economice (2013)**

	Numărul unităților economice			Cifra de afaceri (milioane RON)			Nr. salariați (mii de persoane)			Productivitatea muncii		
	Județul Covasna	Regiunea Centru	România	Județul Covasna	Regiunea Centru	România	Județul Covasna	Regiunea Centru	România	Județul Covasna	Regiunea Centru	România
Agricultură, silvicultură și pescuit	220	2111	17026	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Industria extractivă	19	175	1285	38	3988	13501	193	8876	59839	196,9	449,3	225,6
Industria prelucrătoare	567	7430	47925	1748	43318	296429	14330	198628	1158321	122,0	218,1	255,9
Producția și furnizarea de energie electrică și termică,	1	143	1467	45	8989	56820	151	6798	64256	298,0	1322,3	884,3
Distribuția apei; salubritate, gestionarea deșeurilor,	15	401	3413	49	1878	15192	906	11097	88022	54,1	169,2	172,6
Construcții	328	5697	45815	208	7019	68610	2202	46385	377292	94,5	151,3	181,8
Comerț cu ridicata și cu amănuntul; repararea autovehiculelor	1422	19489	179084	2133	37745	422170	7228	104381	910960	295,1	361,6	463,4
Transport și depozitare	283	4457	36898	382	7395	57444	2152	42330	340321	177,5	174,7	168,8
Hoteluri și restaurante	229	3833	24670	107	1502	11190	1364	23496	159470	78,4	63,9	70,2
Informații și comunicații	144	1899	18747	155	2082	37583	737	12445	148429	210,3	167,3	253,2
Intermedieri financiare și asigurări	44	719	7021									
Tranzacții imobiliare	53	1319	13312	135	4166	60227	1743	51628	518502	77,5	80,7	116,2
Activități profesionale, științifice și tehnice	339	5771	54195	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Activități de servicii administrative și activități de servicii suport	106	2195	18617	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Învățământ	30	401	3464	4	78	713	84	1523	14274	47,6	51,2	50,0
Sănătate și asistență socială	40	1114	9720	9	468	5099	190	5858	54719	47,4	79,9	93,2
Activități de spectacole, culturale și recreative	31	648	5404	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Alte activități de servicii	46	1142	10705	25	947	10017	250	7488	85273	100,0	126,5	117,5
Total	3917	58944	498768	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.

Sursă: INS, 2014

**Tabel 16.**  
**Statistica economică a sectoarelor pe medii (2013)**

	Nr. Firme		Nr. Firme (%)		Nr. salariați /firmă		Salariați (%)		Cifra de afaceri (%)		Productivitate (mii RON)	
	urban	ural	urban	rural	urban	rural	urban	rural	urban	rural	urban	rural
Agricultură, silvicultură și pescuit	70	161	2,4	15,9	4,7	4,5	2,2	13,0	2,3	15,1	173	154
Industrie	406	183	13,9	18,1	25,7	12,2	46,4	51,5	32,4	38,1	116	97
Construcții	259	78	8,9	7,7	5,5	3,3	7,0	5,1	4,2	3,2	100	82
Comerț cu ridicata și cu amănuntul; repararea autovehiculelor și motocicletelor	1075	358	36,9	35,4	5,1	3,0	25,0	19,8	45,3	32,9	301	219
Transport și depozitare	212	72	7,3	7,1	5,8	3,7	5,9	5,6	8,1	7,5	227	176
Hoteluri și restaurante	162	69	5,6	6,8	4,8	1,6	3,7	2,8	1,6	1,2	73	55
Informații și comunicații	128	8	4,4	0,8	3,3	1,3	2,1	0,2	2,7	0,2	213	114
Intermedieri financiare și asigurări	42	4	1,4	0,4	1,8	1,0	0,5	0,1	0,1	0,2	41	163
Tranzacții imobiliare	45	8	1,5	0,8	1,4	1,5	0,4	0,3	0,3	0,1	156	60
Activități profesionale, științifice și tehnice	286	44	9,8	4,3	1,6	1,0	2,5	0,8	1,4	1,0	95	156
Activități de servicii administrative și activități de servicii suport	99	14	3,4	1,4	4,9	1,6	2,5	0,6	0,8	0,3	53	70
Învățământ	26	5	0,9	0,5	2,4	1,0	0,3	0,0	0,1	0,1	46	277
Sănătate și asistență socială	35	2	1,2	0,2	4,2	1,6	0,7	0,1	0,2	0,1	48	77
Activități de spectacole, culturale și recreative	25	1	0,9	0,1	2,6	1,0	0,4	0,0	0,3	0,0	129	95
Alte activități de servicii	42	5	1,4	0,5	1,5	1,0	0,4	0,1	0,1	0,0	62	28
Total	2912	1012	100,0	100,0	7,1	4,9	100,0	100,0	100,0	100,0	166	132

Sursă: calcule proprii pe baza datelor Registrului Comerțului, 2014

### 4.3 Piața forței de muncă

#### 4.3.1 Piața forței de muncă la nivelul județului

Potrivit datelor din recensământ, în perioada 2002-2011 populația județului Covasna a scăzut cu 12.266 de persoane, ajungând la 210.177 de persoane în anul 2011. De asemenea, evoluția populației active a scăzut cu 6.400 de persoane în ultimii 14 de ani, de la 96,3 mii de persoane în 2002, la 89,9 mii de persoane în anul 2013 (scădere de 6,6%). În aceeași perioadă, în mod similar s-a redus și populația ocupată cu 4.200 de persoane, numărând 83,2 de mii de persoane în anul 2013 (scădere de 4,8%). Numărul salariaților a ajuns de la 52,1 mii de persoane la 44,6 mii de persoane, cu 7.464 de persoane mai puțin decât în 2002 (14,3%).

**Tabel 17.**  
**Tendințe ale pieței muncii (2002-2013)**

	2002		2013		Schimbare relativă (% 2002-2013)	
	România (mii persoane)	Județul Covasna	România (mii persoane)	Județul Covasna	România	Județul Covasna
Populația totală (mii)	21681	222,4	21267	210,2	-1,9	-5,5
Populația de vârstă activă (mii)	9850,2	105,2	10162	95,4	3,2	-9,3
Populația activă (mii)	9089,6	96,3	9042,9	89,8	4	-6,6
Populația ocupată (mii)	8329	87,4	8530,6	83,2	2,4	-4,8
Populația inactivă (mii)	11831	117,3	11105	114,8	-6,1	-2,1
Nr. salariaților (mii)	4567,8	52,1	44435	44,7	-2,7	-14,3
Nr. șomeri	760623	8865	712000	5476	-6,4	-38,2
Rata șomajului	8,4	9,2	7,01	7,4	-16,5	-30,4
Rata de dependență	1,3	1,22	1,18	1,28	-9,2	4,9

Sursă: INS, 2014

Calculând rata de dependență cu ajutorul numărului de populație ocupată și de populație inactivă, putem afirma că această rată a înregistrat o creștere treptată în perioada mai sus-menționată, ajungând de la 1,22% în 2002 la 1,28% la finele anului 2013. Această valoare se află peste nivelul național.

Ciclurile economice precum scăderi în perioadele de creștere economică (2000-2007) și creșteri în perioadele de recesiune (2008-2009) au determinat evoluția numărului șomerilor și rata șomajului. În ultimii 14 de ani, numărul șomerilor s-a redus la 5.476 de persoane, cu 3.389 de persoane mai puțin decât în anul 2002, iar rata șomajului a ajuns la 6,4 %, sub nivelul național de 9,2%. După rata șomajului, județul Covasna se află pe locul 26 în clasamentul județelor din țară.

Urmărind structura pe domenii de activitate a populației ocupate în perioada 2008-2013, se poate observa o scădere minoră în cazul industriei, al agriculturii și al construcțiilor precum și o creștere în valori la comerț, transport și depozitare, hoteluri și restaurante, activități culturale.

Tabel 18.  
Populația ocupată pe activități ale economiei naționale (%)

Județul Covasna	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL Economie</b>	<b>87</b>	<b>83,1</b>	<b>80,7</b>	<b>81,9</b>	<b>84,4</b>	<b>83,2</b>
Agricultură, silvicultură și pescuit	23,5	23,7	23,2	23,8	24,4	23,2
Industrie	27	23,1	22,9	22,9	23,6	23,5
Construcții	4,1	3,6	3,2	3,3	3,6	3,3
Comerț cu ridicată și cu amănuntul; repararea autovehiculelor și motocicletelor	12	12,1	11,8	12,1	12,7	13,2
Transport și depozitare	3	3,4	3,3	3,5	3,7	3,7
Hoteluri și restaurante	1,8	1,5	1,8	1,9	1,7	2
Informații și comunicații	0,7	0,5	0,5	0,4	0,6	0,6
Intermedieri financiare și asigurări	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6

Tranzacții imobiliare	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Activități profesionale, științifice și tehnice	1,3	1,2	1,1	1,2	1,2	1
Activități de servicii administrative și activități de servicii suport	0,8	1	1	1,3	1,4	1,1
Administrație publică și apărare; asigurări sociale din sistemul public	2,3	2,2	2	2	1,9	1,9
Învățământ	4,8	4,7	4,4	4,3	4,2	4,3
Sănătate și asistență socială	3,5	3,6	3,4	3,2	3,2	3,2
Activități de spectacole, culturale și recreative	0,4	0,8	0,7	0,5	0,6	0,7
Alte activități de servicii	0,7	0,6	0,6	0,7	0,9	0,8

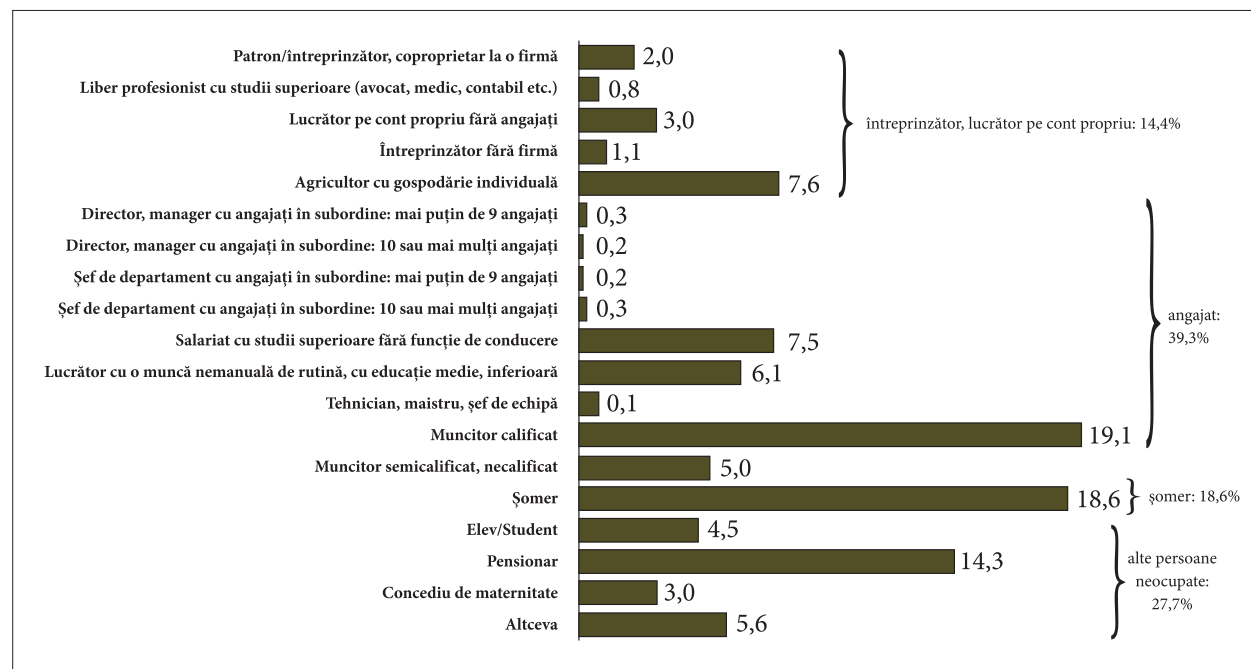
Sursă: *Balanța forței de muncă, 2013*

#### 4.3.2. Ocupare, situația pe piața muncii a populației din mediul rural

Potrivit rezultatelor din anchetă, în mediul rural din județul Covasna rata de activitate a populației de peste 18 ani este de numai 53 la sută, din care 39 la sută sunt angajați iar 14 la sută întreprinzători sau lucrători pe cont propriu. Majoritatea dintre cei ce aparțin ultimei categorii (8%) sunt agricultori în gospodărie individuală. Deci, se poate constata că activitatea antreprenorială în satele din județul Covasna este destul de scăzută în comparație cu media pe țară și județ. În contrast, numărul șomerilor este destul de ridicat, aproape o cincime din populația adultă a declarat că nu are loc de muncă.

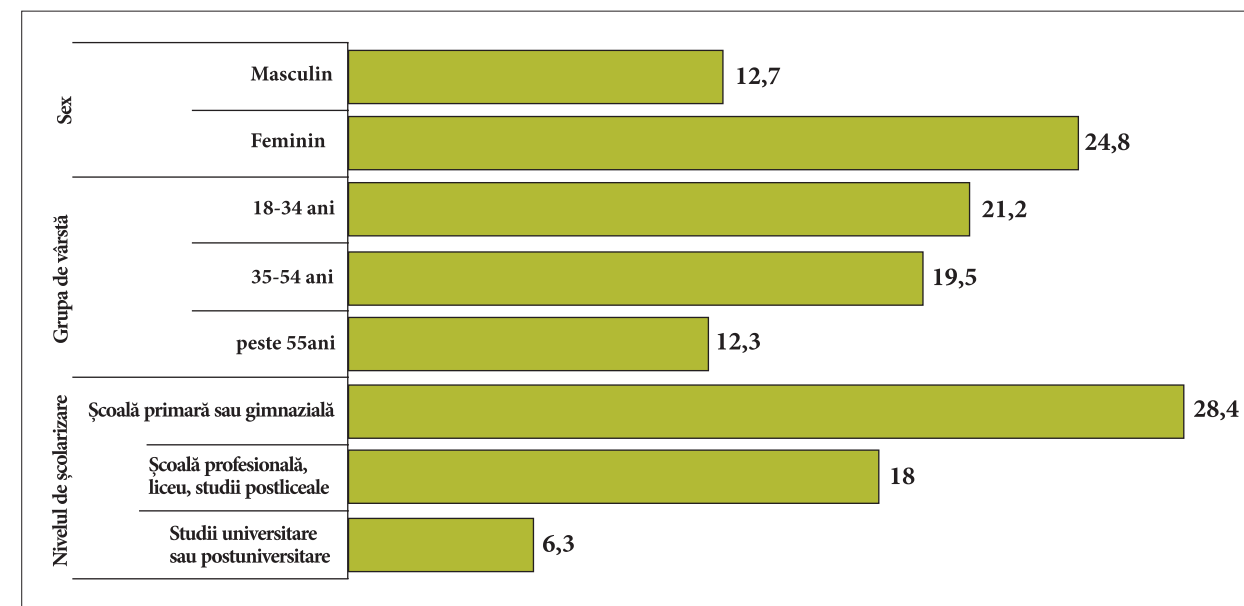
Ponderea șomerilor pare să fie mai mare comparativ cu rata șomajului care apare în statisticile oficiale (aprox. 9% pentru mediul rural din Covasna) dar trebuie luat în considerare faptul că în eșantion figurează și acele persoane care nu au un loc de muncă, dar nu s-au înregistrat ca șomeri la agențiile pentru ocuparea forței de muncă. De regulă, aceste categorii apar în statistici ca lucrători familiali neremunerați sau casnici și nu beneficiază de venituri salariale.

**Grafic 7.**  
**Cu ce vă ocupați în prezent;**  
**(Populația adultă sub 65 ani, mediul rural, județul Covasna)**



Probabilitatea de a deveni șomer depinde în mare măsură și de caracteristicile socio-demografice ale persoanelor (Graficul 8).

**Grafic 8.**  
**Ponderea șomerilor în diferite categorii sociale (%)**



Sursă: OTP Consulting, 2015

Din acest punct de vedere cele mai vulnerabile categorii sociale sunt cele cu un nivel de școlarizare mai scăzut (ponderea șomerilor fiind de 18,6%), femeile (24,8) și tinerii sub 35 de ani (21,2%). Există o diferență marcantă și pe baza apartenenței etnice, în rândul maghiarilor ponderea șomerilor fiind semnificativ mai mare. Șomajul din zonele rurale arată o variație foarte mare și între localități (Tabelul 19). Printre satele cele mai afectate se numără Belin (436 șomeri pe 100 salariați), Boroșneu Mare (281,9), Vâlcele (258) și Brăduț (253), iar cel mai puțin afectate sunt Chichiș (7,76), Dalnic (6,12), Valea Mare (5,08) și Estel nec (1,5). Se poate observa că diferențele dintre comune în această privință sunt extrem de mari (dispersia indicatorului este aproape 90 de persoane).

**Tabel 19.**  
Numărul șomerilor înregistrați care revine în medie la 100 de salariați (2013)

LOCALITATE	VALOARE	LOCALITATE	VALOARE
Belin	436,36	Ojdula	60,4
Boroșneu Mare	281,94	Bodoc	56,93
Vâlcele	258,37	Cernat	56,52
Brăduț	253,33	Cătălina	56,18
Barcani	189,11	Turia	40,32
Zagon	166,01	Brateș	34,78
Ghidfalău	141,79	Poian	34,78
Vârghiș	136,9	Sita Buzăului	27,35
Ozun	122,94	Aita Mare	24,19
Ghelința	117,75	Malnaș	19,46
Hăghig	112,79	Ilieni	17,32
Bățani	107,69	Arcuș	10,34
Valea Crișului	106,34	Lemnia	10,31
Reci	103,75	Chichiș	7,76
Micfalău	102	Dalnic	6,12
Comandău	98,39	Valea Mare	5,08
Dobârlău	87,5	Estelnic	1,5
Zăbala	83,85	Cătălina	56,18
Mereni	80	Turia	40,32
Bixad	67,95	Brateș	34,78
Moacșa	67,39	Poian	34,78
Brețcu	67,14	Sita Buzăului	27,35
Sânzieni	60,87		

Sursă: INS, Edemos

**Tabel 20. Statutul pe piața muncii al populației rurale din județul Covasna**  
– principalele categorii socio-demografice (%)

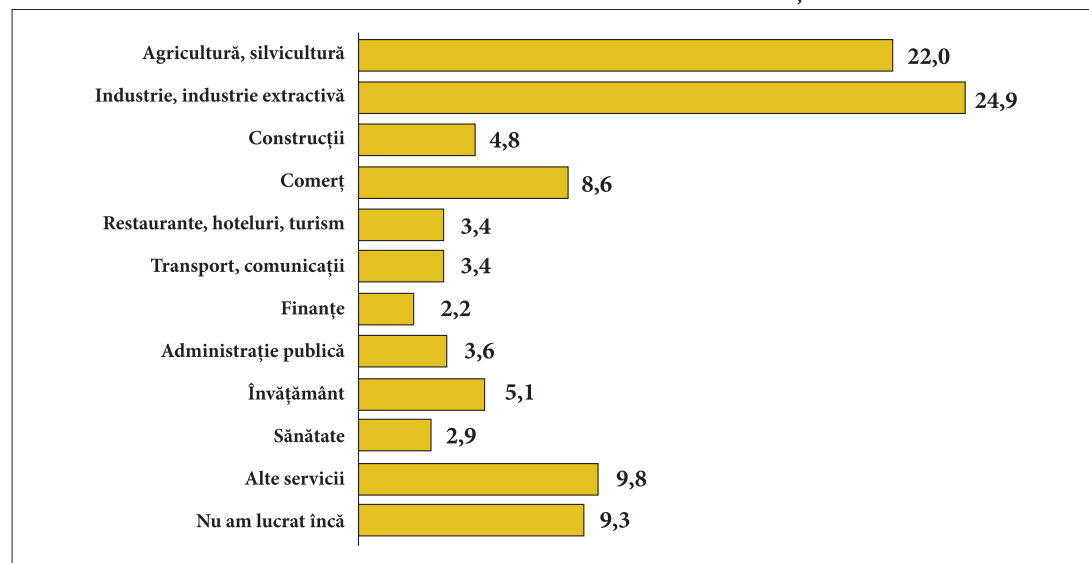
	Întreprinzător și lucrător pe cont propriu	Agricultor cu gospodărie individuală și întreprinzător fără firmă	Angajat, salariat	Șomer	Inactiv
<b>TOTAL</b>	<b>5,9</b>	<b>8,8</b>	<b>39,1</b>	<b>18,6</b>	<b>27,7</b>
SEX					
Masculin	8,0	12,0	47,8	12,7	19,4
Feminin	3,5	5,3	30,8	24,8	35,5
NAȚIONALITATEA					
Română	7,7	20,2	30,8	4,8	36,5
Maghiară	5,6	6,5	42,0	20,3	25,7
STAREA CIVILĂ					
Necăsătorit	4,3	5,7	42,1	21,4	26,4
Căsătorit	5,3	9,8	39,5	18,7	26,8
Altă situație	9,6	8,4	34,9	14,5	32,5
CATEGORII DE VÂRSTĂ					
18–34	6,7	5,4	42,1	21,3	24,6
35–54	6,6	10,7	47,4	19,5	15,8
55 și peste	2,3	10,8	17,7	12,3	56,9
NIVELUL EDUCAȚIEI					
Fără școală, nivel primar, general	0,7	14,9	14,2	28,4	41,8
Studii medii	6,1	7,2	44,2	18,0	24,5
Studii universitare	12,7	6,3	57,0	6,3	17,7
NIVELUL EDUCAȚIEI - TATĂL					
Fără școală, nivel primar, general	3,0	11,0	34,1	20,2	31,8
Studii medii	9,6	6,1	45,0	16,6	22,7
Studii universitare	13,3	0,0	60,0	13,3	13,3
SECTORUL ECONOMIC					
Agricultură	7,9	38,6	15,7	15,7	22,0
Industrie	4,6	1,7	53,8	16,8	23,1
Servicii	7,9	1,8	59,0	9,3	22,0

Sursa: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Caracteristicile socio-demografice ale populației sunt în relație de asociere nu numai cu statutul de șomer ci și cu celelalte tipuri de activitate economică. Așadar, antreprenoriatul apare mai des la bărbații tineri sau cu vârstă medie și cu un nivel mai mare de educație. Statutul de întreprinzător fără firmă și agricultor cu gospodărie individuală este tipic bărbaților căsătoriți de naționalitate română și cu un nivel de educație mai scăzut. O supraprezentare printre angajați se înregistrează în cazul femeilor cu vârsta cuprinsă între 18-54 de ani, al maghiarilor dar și printre cei cu studii universitare sau medii. Statutul de inactiv apare mai frecvent după vârsta de 55 de ani la femei de naționalitate română, cu un nivel de educație mai scăzut.

În ceea ce privește distribuția populației ocupate pe ramuri de economie, aceasta este asemănătoare cu datele prezentate la nivel de județ: aproximativ 25 de persoane din 100 lucrează în industrie, 22 în agricultură, 9 în comerț și 10 în alte servicii, 3 în sectorul turistic. Un procent de 9% dintre respondenți au declarat că nu avut niciodată un loc de muncă.

Grafic 9.  
Care este sectorul economic în care lucați?



Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Chestionarul a conținut întrebări și cu referire la forma în care populația ocupată este angajată. Datele arată că aproape 20 la sută dintre respondenții care au loc de muncă au declarat că lucrează fără contract de muncă/contract de prestări servicii. Munca fără contract este caracteristică nu numai în cazul celor care lucrează în agricultura de subzistență sau sunt antreprenori/lucrători pe cont propriu ci și la aproximativ 8 la sută dintre angajați, ceea ce arată că ponderea activităților economice în zona informală este destul de semnificativă (Tabelul 21).

Tabel 21. Statutul pe piața muncii al populației rurale din județul Covasna  
– principalele categorii socio-demografice (%)

	Cu contract de muncă	Fără contract de muncă
<b>TOTAL</b>	<b>80,2</b>	<b>19,8</b>
SEX		
Masculin	78,7	21,3
Feminin	82,6	17,4
NAȚIONALITATEA		
Română	84,9	15,1
Maghiară	62,5	37,5
CATEGORII DE VÂRSTĂ		
18-34	79,4	20,6
35-54	83,2	16,8
55 și peste	73,2	26,8
NIVELUL EDUCAȚIEI		
Fără școală, nivel primar, general	56,9	43,1
Studii medii	81,4	18,6
Studii universitare	96,4	3,6
NIVELUL EDUCAȚIEI - TATĂL		
Fără școală, nivel primar, general	76,1	23,9
Studii medii	83,5	16,5
Studii universitare	90,0	10,0

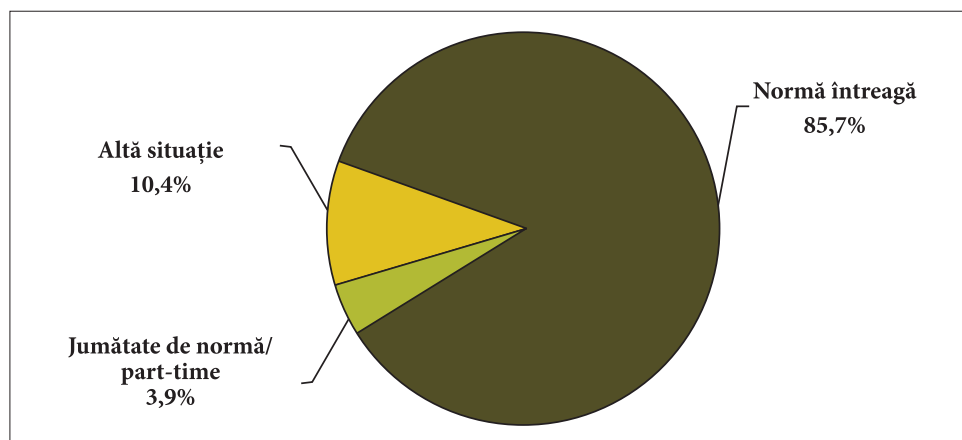
SECTORUL ECONOMIC		
Agricultură	37,7	62,3
Industrie	87,5	12,5
Servicii	93,8	6,3
STATUTUL PE PIAȚA DE MUNCĂ		
Întreprinzător și lucrător pe cont propriu	58,3	41,7
Agricultor cu gospodărie, individuală și întreprinzător fără firmă	10,7	89,3
Angajat, salariat	92,4	7,6

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Majoritatea angajaților au declarat că lucrează cu normă întreagă (85,7%), ponderea celor care lucrează part-time este de numai 3,9 la sută, iar 10,4 la sută se află într-o altă situație. Formele de angajare considerate mai flexibile sunt deocamdată destul de rare în mediul rural, 86,6 la sută din populația ocupată fiind angajată pe o perioadă nedeterminată, iar ponderea celor care pe lângă activitate principală mai au și alte activități aducătoare de profit este de numai 6,7 la sută.

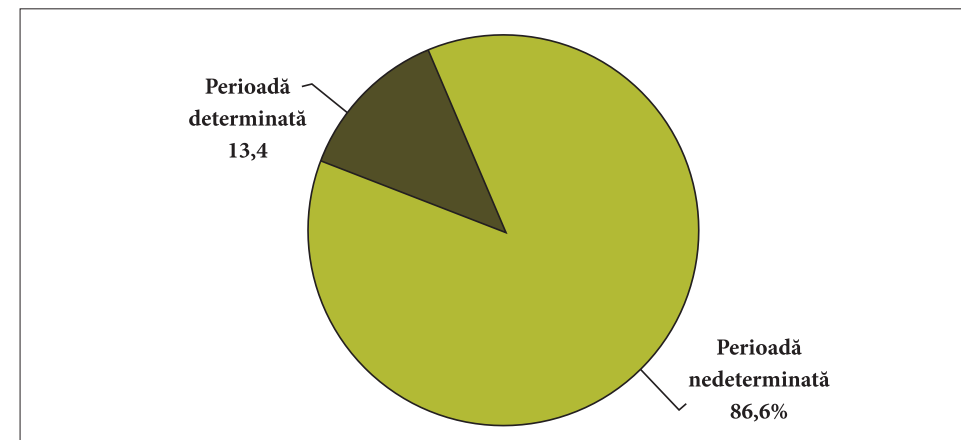
Grafic 10.

Care este timpul de lucru la locul de muncă amintit? (N=356)



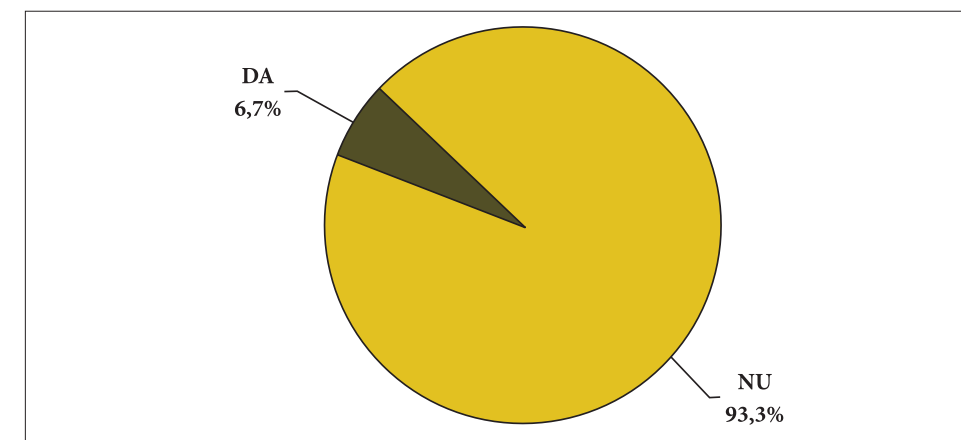
Grafic 11.

Pe ce perioadă sunteți angajat(ă) la acest loc de muncă? (N=343)



Grafic 12.

Pe lângă principală activitate mai aveți și alte activități aducătoare de profit? (N=628)





## Încalinație spre antreprenoriat, potențialul antreprenorial

În cadrul anchetei am formulat mai multe întrebări și despre dispoziția oamenilor de a înființa o afacere sau să devină lucrători pe cont propriu. La întrebarea „Dacă ați avea posibilitatea de a vă alege ocupația ați fi mai degrabă salariat, întreprinzător sau lucrător pe cont propriu?” răspunsurile date arată o variație destul de mare. Aproximativ o treime dintre cei întrebați ar opta pentru a fi lucrător pe cont propriu, 30 la sută preferă să fie angajat iar 25 la sută întreprinzător. Restul populației – majoritatea inactivă – nu ar opta pentru niciuna dintre variante (10,8%).

Preferințele față de formele de ocupare le-am analizat și din punctul de vedere al factorilor socio-demografici și rezultatele arată că statutul de salariat este preferat mai ales de femei căsătorite de vârstă medie cu educație generală sau studii medii. Tot într-o proporție mai mare ar lucra ca angajați cei care activează deja în industrie ca salariați sau în momentul cercetării nu aveau un loc de muncă.

Statutul de întreprinzător este preferat îndeosebi de bărbați tineri, necăsătoriți, de naționalitate maghiară cu studii medii sau superioare, care deja lucrează ca întreprinzători sau sunt lucrători pe cont propriu în servicii sau în industrie. În mod similar, existența independentă de lucrător pe cont propriu îi atrage pe bărbații cu un nivel educațional mai mare care lucrează în agricultură sau în servicii și deja au experiență în activitate independentă.

În final, majoritatea persoanelor care mai degrabă ar ieși de pe piața muncii sunt în vârstă, dețin un nivel de școlarizare mai redus, sunt inactivi (pensionari) sau lucrează în agricultură. Printre aceștia femeile și vădulele reprezintă o proporție ridicată.

Dacă ar fi posibil să aleagă nu numai statutul ci și domeniul economic în care ar lucra, 25 la sută din populația rurală în Covasna s-ar angaja în agricultură, 16 la sută în industrie și comerț și 13 la sută în construcții. În ceea ce privește domeniul turistic ar alege să activeze 5 persoane din 100, ceea ce reprezintă o pondere mai mare decât valoarea reală a ratei de ocupare din acest sector. Dorința de a munci în domeniul hotelier este deci mai mare comparativ cu ceea ce se manifestă în actuala performanță a acestui sector.

Tabel 22.  
Background-ul socio-demografic al preferințelor ocupaționale în satele din Covasna (%)

	Salariat	Întreprinzător	Lucrător pe cont propriu	Niciuna dintre variante
<b>TOTAL</b>	<b>30,7</b>	<b>24,7</b>	<b>33,9</b>	<b>10,7</b>
SEX				
Masculin	25,0	28,7	36,7	9,6
Feminin	36,6	20,4	30,9	12,1
NAȚIONALITATEA				
Română	29,9	28,0	31,1	11,0
Maghiară	33,7	6,7	49,0	10,6
STAREA CIVILĂ				
Necăsătorit	25,5	34,0	34,0	6,4
Căsătorit	33,1	21,3	34,5	11,1
Altă situație	28,0	25,6	29,3	17,1
CATEGORII DE VÂRSTĂ				
18-34	29,3	33,5	36,0	1,3
35-54	36,3	21,9	36,3	5,6
55 și peste	21,7	14,0	24,8	39,5
NIVELUL EDUCAȚIEI				
Fără școală, nivel primar, general	38,2	12,2	22,9	26,7
Studii medii	30,4	27,1	35,7	6,8
Studii universitare	20,5	32,1	42,3	5,1
NIVELUL EDUCAȚIEI - TATĂL				
Fără școală, nivel primar, general	33,0	16,8	33,9	16,2
Studii medii	24,8	36,1	36,1	3,0
Studii universitare	26,7	40,0	33,3	0
SECTORUL ECONOMIC				
Agricultură	23,8	15,9	38,9	21,4
Industrie	33,7	26,2	29,7	10,5
Servicii	29,3	27,1	36,9	6,7

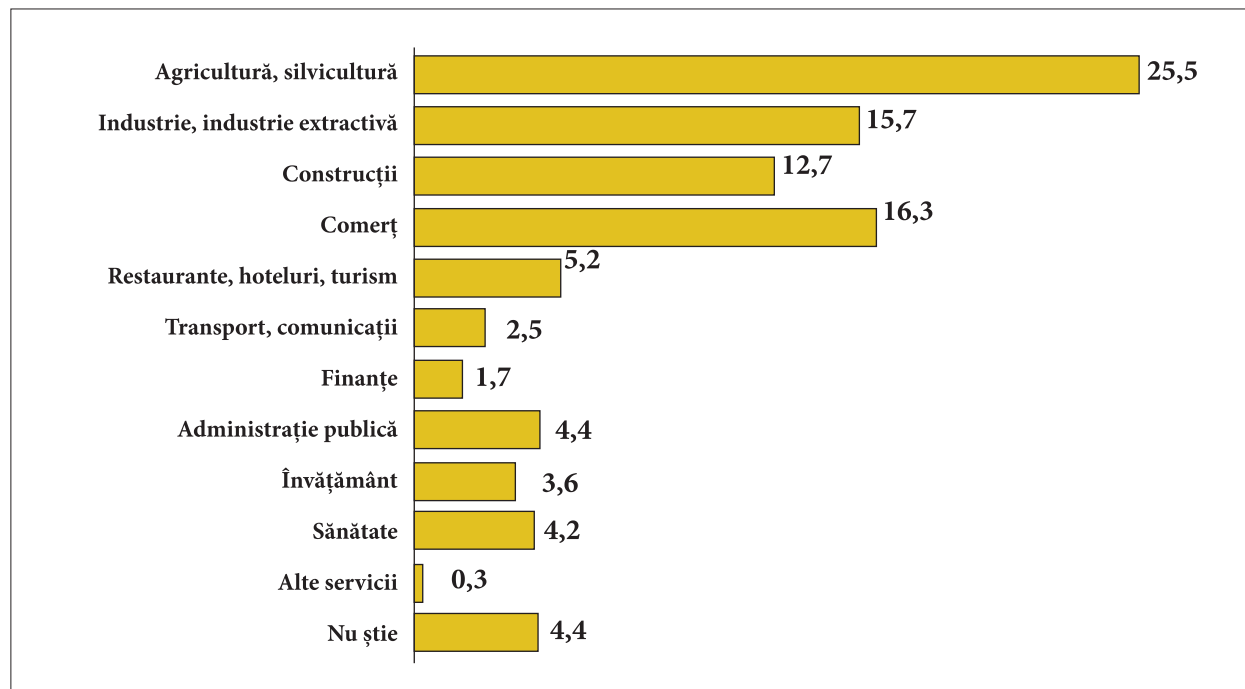


STATUTUL PE PIAȚA DE MUNCĂ				
Întreprinzător și lucrător pe cont propriu	13,5	45,9	40,5	0
Agricultor cu gospodărie, individuală și întreprinzător fără firmă	18,2	21,8	43,6	16,4
Angajat, salariat	35,1	27,9	33,1	4,0
Șomer	39,8	21,2	28,0	11,0
Inactiv	25,9	19,0	34,5	20,7

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Grafic 13.

Dacă ați avea posibilitatea de a vă alege domeniul de activitate în care să lucrați, ce ați alege? (N=645)



Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Dincolo de intenția de a deveni antreprenor, am întrebat respondenții dacă s-au gândit să pornească o afacere sau să intre ca partener într-o afacere existentă. Proporția celor care au dat un răspuns pozitiv a fost de 36 la sută, ceea ce depășește potențialul antreprenorial măsurat la nivel de regiune. Cu toate că ar fi un argument plauzibil, această diferență se pare că nu poate fi explicată de faptul că în sate rata de neocupare este semnificativ mai mare și în lipsa altor alternative viabile, oamenii ar lua în calcul mai des posibilitatea de a deveni independenți. Din contră, se pare că intenția de a demara o activitate independentă este semnificativ mai mică în cazul șomerilor și al inactivilor, potențialul antreprenorial fiind determinat în mare măsură de posibilitățile financiare, de resursele umane și sociale ale oamenilor. Așadar, dacă ne uităm la diferitele categorii socio-demografice, se poate observa că bărbații, tinerii, cei fără familie, cu studii universitare și cu un venit mai mare par să fie dispuși în mai mare măsură să pornească o afacere proprie. Pe de altă parte femeile, bătrânii, persoanele cu studii inferioare și cei cu venituri mai mici sunt mai puțin interesați de antreprenariat.

Tabel 23.

Caracteristicile socio-demografice ale intenției de a deveni antreprenor „V-ați gândit în ultimul timp să porniți o afacere proprie sau să intrați ca partener într-o afacere existentă?” (%)

	Da 36,0	Nu 64,0
<b>TOTAL</b>	<b>30,7</b>	<b>24,7</b>
SEX		
Masculin	41,7	58,3
Feminin	30,1	69,9
NAȚIONALITATEA		
Română	38,4	61,6
Maghiară	28,7	71,3
STAREA CIVILĂ		
Necăsătorit	44,2	55,8
Căsătorit	34,0	66,0
Altă situație	32,5	67,5

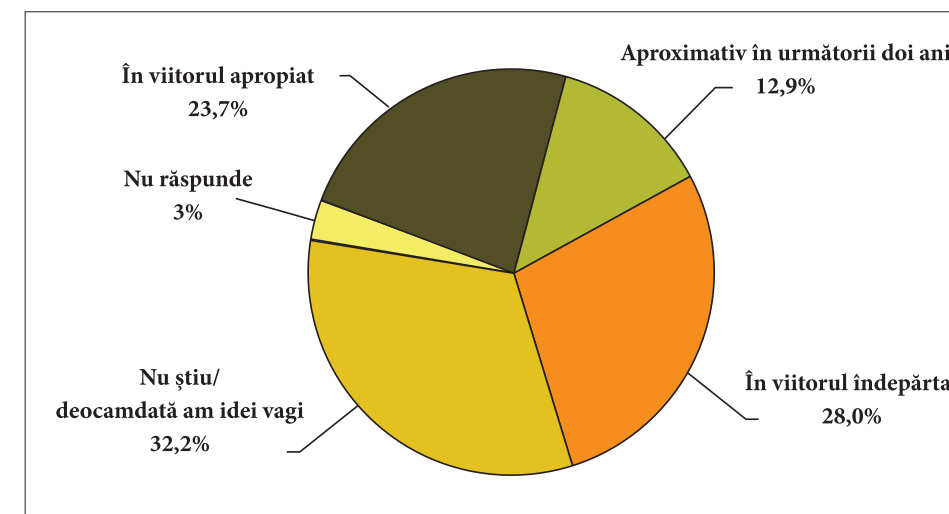
CATEGORII DE VÂRSTĂ		
18-34	48,7	51,3
35-54	33,2	66,8
55 și peste	17,6	82,4
NIVELUL EDUCAȚIEI		
Fără școală, nivel primar, general	17,6	82,4
Studii medii	37,1	62,9
Studii universitare	61,5	38,5
NIVELUL EDUCAȚIEI - TATĂL		
Fără școală, nivel primar, general	26,0	74,0
Studii medii	51,8	48,2
Studii universitare	40,0	60,0
SECTORUL ECONOMIC		
Agricultură	31,7	68,3
Industrie	39,5	60,5
Servicii	38,7	61,3
STATUTUL PE PIAȚA DE MUNCĂ		
Întreprinzător și lucrător pe cont propriu	62,2	37,8
Agricultor cu gospodărie, individuală și întreprinzător fără firmă	46,3	53,7
Angajat, salariat	40,6	59,4
Șomer	26,5	73,5
Inactiv	26,8	73,2
ANGAJAT		
cu contract de muncă	39,1	60,9
fără contract de muncă	33,3	66,7
VENIT		
Venit lunar pe persoană în gospodărie (RON)	609	491
ÎNCREDERE GENERALIZATĂ		
are încredere în oameni	40,5	59,5
nu are încredere în oameni	33,4	66,6

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Dintre cei care s-au gândit la lansarea unei afaceri, o proporție de 23,7 la sută au declarat că doresc să facă acest lucru în viitorul apropiat, 12,9% în următorii doi ani, 28% în viitorul îndepărtat iar destul de mulți – o treime dintre respondenți – nu știu sau au idei vagi despre momentul lansării.

Grafic 14.

Ați spus că v-ați gândit la lansarea unei afaceri. Când intenționați să realizați acest lucru? (N=232)



Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

La întrebarea în ce domeniu ar prefera să pornească o afacere, aproximativ o treime dintre respondenți au amintit sectorul turistic. Printre ei sunt prezenți într-o proporție mai mare femei, maghiari, persoane cu vârsta între 35-64 de ani, divorțate, cu un nivel de școlarizare peste medie dar cu un background educațional mai modest, angajații în servicii și persoanele cu o încredere generalizată mai mare. Turismul este favorizat într-o măsură mai mică de agricultori și întreprinzători fără firmă, cei care sunt captivi pe piața de muncă secundară și lucrează fără contract de muncă, cu venituri considerabil mai mici decât media rurală. Șomajul, la rândul lui, se pare că influențează negativ preferințele de a înființa o afacere în turism.

**Tabel 24.**  
**Caracteristicile socio-demografice ale intenției de a înființa o afacere în turism**  
**„Conform planurilor Dvs., în ce domeniu va activa firma Dvs.?” (N=212, %)**

	Da 36,0	Nu 64,0
<b>TOTAL</b>	<b>30,7</b>	<b>69,3</b>
SEX		
Masculin	24,4	75,6
Feminin	40,0	60,0
NAȚIONALITATEA		
Română	31,7	68,3
Maghiară	20,0	80,0
STAREA CIVILĂ		
Necăsătorit	20,0	80,0
Căsătorit	34,1	65,9
Altă situație	36,0	64,0
CATEGORII DE VÂRSTĂ		
18-34	18,7	81,3
35-54	41,2	58,8
55 și peste	50,0	50,0
NIVELUL EDUCAȚIEI		
Fără școală, nivel primar, general	17,4	82,6
Studii medii	30,5	69,5
Studii universitare	37,5	62,5
NIVELUL EDUCAȚIEI - TATĂL		
Fără școală, nivel primar, general	40,7	59,3
Studii medii	24,3	75,7
Studii universitare	16,7	83,3
SECTORUL ECONOMIC		
Agricultură	24,3	75,7
Industrie	30,0	70,0
Servicii	34,9	65,1

STATUTUL PE PIAȚA DE MUNCĂ		
Întreprinzător și lucrător pe cont propriu	31,8	68,2
Agricultor cu gospodărie, individuală și întreprinzător fără firmă	21,7	78,3
Angajat, salariat	33,0	67,0
Șomer	25,0	75,0
Inactiv	35,0	65,0
ANGAJAT		
cu contract de muncă	34,0	66,0
fără contract de muncă	14,3	85,7
VENIT		
Venit lunar pe persoană în gospodărie (RON)	721	558
ÎNCREDERE GENERALIZATĂ		
are încredere în oameni	35,0	65,0
nu are încredere în oameni	27,4	72,6

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

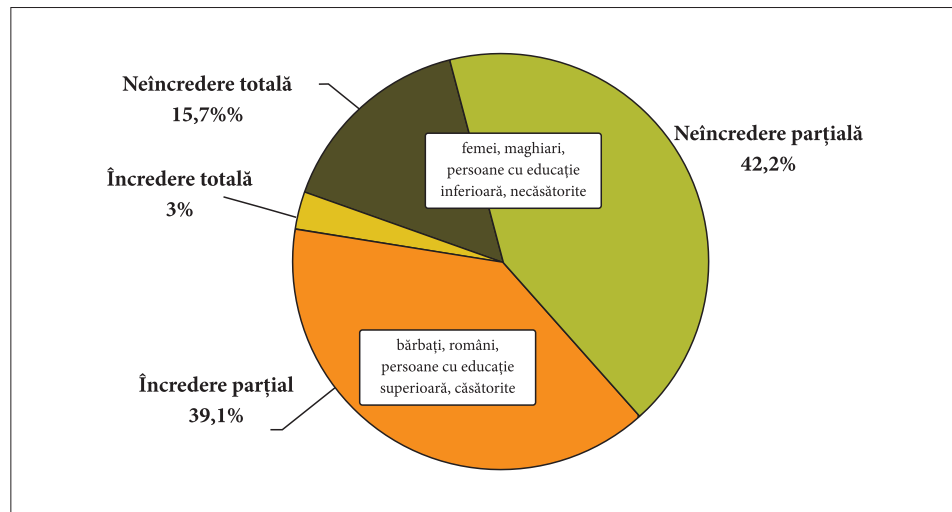
Majoritatea potențialilor antreprenori se gândesc să pornească o afacere individuală (24,6) sau o asociație/întreprindere familială (47,8) și numai 10,8 doresc să se asocieze sub forme juridice în care sunt implicați și parteneri din afara familiei (SRL: 0,8%, SA: 0,4%). La întrebarea explicită referitoare la partenerii de asociere numai 7,8 la sută au declarat că se gândesc să coopereze cu altcineva din afara familiei, aproape 70 la sută au declarat că ar porni afacerea împreună cu familia și 20 la sută singuri.

Aceste rezultate ne atrag atenția asupra dispoziției foarte scăzute de cooperare între oameni, tendință generală la nivelul întregii societăți. Se creează foarte greu relații de durată, în schimb oamenii încearcă modalități individuale de afirmare mai puțin viabile și de regulă nesustenabile pe termen lung. Cooperările economice de reprezentare comună a intereselor economice, la rândul lor, sunt foarte rare, rețelele și clusterelor industriale specifice economiilor mai dezvoltate lipsesc aproape în totalitate. Această situație se datorează în mare măsură lipsei de încredere generalizată între actorii economici, mai mult, analizele noastre precedente au arătat că criza economică și turbulențele sis-

temice cauzate de aceasta au erodat în mod semnificativ și încrederea între partenerii de afaceri cu un istoric de cooperare consistentă (Csata 2013). Așa cum am prezentat mai înainte, datele noastre confirmă faptul că nivelul scăzut al încrederii în oameni de dinafara mediului microsocial are un efect negativ asupra dispoziției de a porni o afacere.

Grafic 15.

În ce măsură aveți încredere în oamenii cu care vă întâlniți pentru prima oară? (N=626)



Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Datele noastre referitoare la încrederea generală în satele din județul Covasna sunt în concordanță cu rezultatele precedente la nivel național/regional. La întrebarea în ce măsură au încredere în oamenii cu care se întâlnesc pentru prima oară, majoritatea sătenilor au dat un răspuns negativ (57,9%). Încrederea generală s-a dovedit să fie semnificativ mai mare în rândul bărbaților și a persoanelor cu educație superioară, căsătorite, și se pare că depinde și de etnie: românii din regiune au o încredere generalizată mai mare decât maghiarii.

În condiții de neîncredere generală, dispoziția de a asuma riscuri poate contracara o parte din costurile de oportunitate cauzate de lipsa cooperării dintre agenții economici. Într-o societate mai atomizată, dispoziția individuală pentru inovare și competiție poate contribui la creșterea economiei. Se pare însă că la majoritatea populației – inclusiv și în rândul celor care vor să devină antreprenori – există o aversiune față de risc destul de accentuată.

Tabel 25.

Cât de riscant considerați că este pornirea unei afaceri proprii? (potențial antreprenori, N=226)

Foarte riscantă	22,6
Destul de riscantă	39,8
Puțin riscantă	31,9
Foarte riscantă	4,4
Nu știe	1,3

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Atitudinea de evitare a riscurilor și precauția se manifestă și în planurile celor care s-au gândit să intre în afaceri. Referitor la eventuala arie de cuprindere a afacerii, aproximativ o treime dintre respondenți au idei pentru o întreprindere care va avea interese și dincolo de frontierele localității.

Tabel 26.

Unde (în ce sediu/locție) intenționați să porniți afacerea?

În localitatea unde trăiesc	64,0
În județul unde trăiesc	20,0
În afara județului, în Transilvania	8,9
În afara județului, în România	2,7
În străinătate	3,1

Sursă: OTP Consulting, 2014, N=619, r= ±4,2

Ca și o concluzie pe marginea efectului capitalului social asupra dezvoltării economice în zonă, se poate constata așadar că în contextul unei piețe globale competitive care s-a deschis în urma aderării României la UE, lipsa de cooperare între antreprenorii locali are costuri de oportunitate foarte ridicate, întreprinderile autohtone fiind extrem de vulnerabile față de investițiile mari cu capital străin. Într-un context de neîncredere generală menținerea cooperării implică costuri de tranzacție adiționale pe care întreprinderile mai mici n-au posibilitatea să le plătească. Nu este de mirare deci că în acțiunile și deciziile lor antreprenorii și potențialii antreprenori – conduși de o aversiune accentuată față de risc – preferă să se folosească de relațiile personale în defavoarea celor profesionale; principala resursă (socială) în managementul și dezvoltarea afacerilor fiind în continuare rudele și prietenii apropiați. Aceste condiții de înglobare microsocioală a întreprinderilor contribuie însă la segmentarea, dezintegrarea economică și izolarea și mai accentuată a afacerilor, șansele pentru formarea unor cooperări de durată – instituționalizate prin cooperative, clustere, rețele de întreprinderi etc. – fiind scăzute. Ca și obiectiv de politică economică ar fi extrem de important să se creeze proiecte sociale la diferite nivele de acțiune care vizează intensificarea cooperării dintre agenții economici din zonă.

#### 4.4. Caracteristici ale turismului din județul Covasna

##### 4.4.1. Infrastructura turistică

##### Statistici despre structura de primire turistică și capacitatea de cazare turistică

Orice construcție și amenajare destinată cazării turiștilor se consideră structură de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică. Structurile de cazare sunt clasificate în mai multe categorii.

În anul 2014, în județul Covasna existau un număr de 105 unități de cazare funcționale, dintre care 59 unități erau situate în zonele rurale. Aceste unități oferă locuri de cazare în 15 hoteluri, 4 moteluri, 6 vile turistice, o cabană turistică, 2 campinguri, 23 de pensiuni turistice și 48 de pensiuni agroturistice. Se remarcă numărul ridicat al pensiunilor agroturistice în sate și comune (44 de unități), în timp ce structurile hoteliere sunt slab reprezentate.

Tabel 27.  
Numărul unităților de cazare

	Covasna Total	Covasna rural
Hoteluri	15	1
Hosteluri	1	0
Moteluri	4	4
Vile turistice	6	3
Cabane turistice	1	1
Campinguri	2	2
Popasuri turistice	1	1
Căsuțe turistice	2	1
Tabere de elevi și prescolari	2	2
Pensiuni turistice	23	0
Pensiuni agroturistice	48	44
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>59</b>

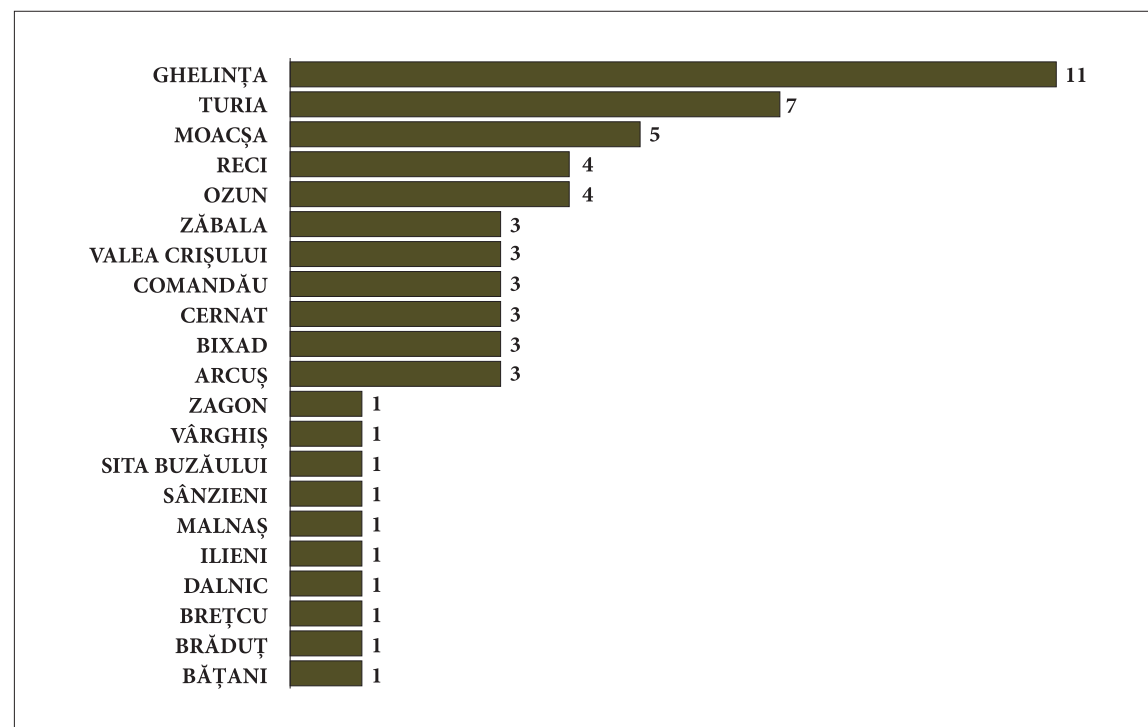
Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Aceste tipuri de cazare sunt adaptate cadrului natural și peisajului local, cât și modului de viață al oamenilor. Există un avantaj cert al acestor tipuri de cazare, deoarece gama de servicii oferite în pensiuni poate concura cu greu ofertele hotelurilor de categorie medie-superioară. Alte segmente de tipuri de cazare, precum hotelurile apartament, cabanele de vânătoare și de pescuit, bungalourile, lipsesc de pe paleta județeană a structurilor de cazare turistică.

Densitatea unităților de cazare din județul Covasna este de 2,8 la 100 km<sup>2</sup> și 1,6 în zonele rurale, față de 5,1 la nivelul regiunii Centru și 2,5 la nivel național.

Primul grafic prezintă structurile de cazare divizate între comunele aglomerate din județul Covasna. Comuna Ghelinta deține aproape o treime din capacitatea de cazare a zonei rurale din județ cu 11 unități de cazare turistică. Acesta este urmată de comuna Turia cu 7, Moacșa cu 5 și Reci și Ozun, ambele cu câte 4 unități de cazare.

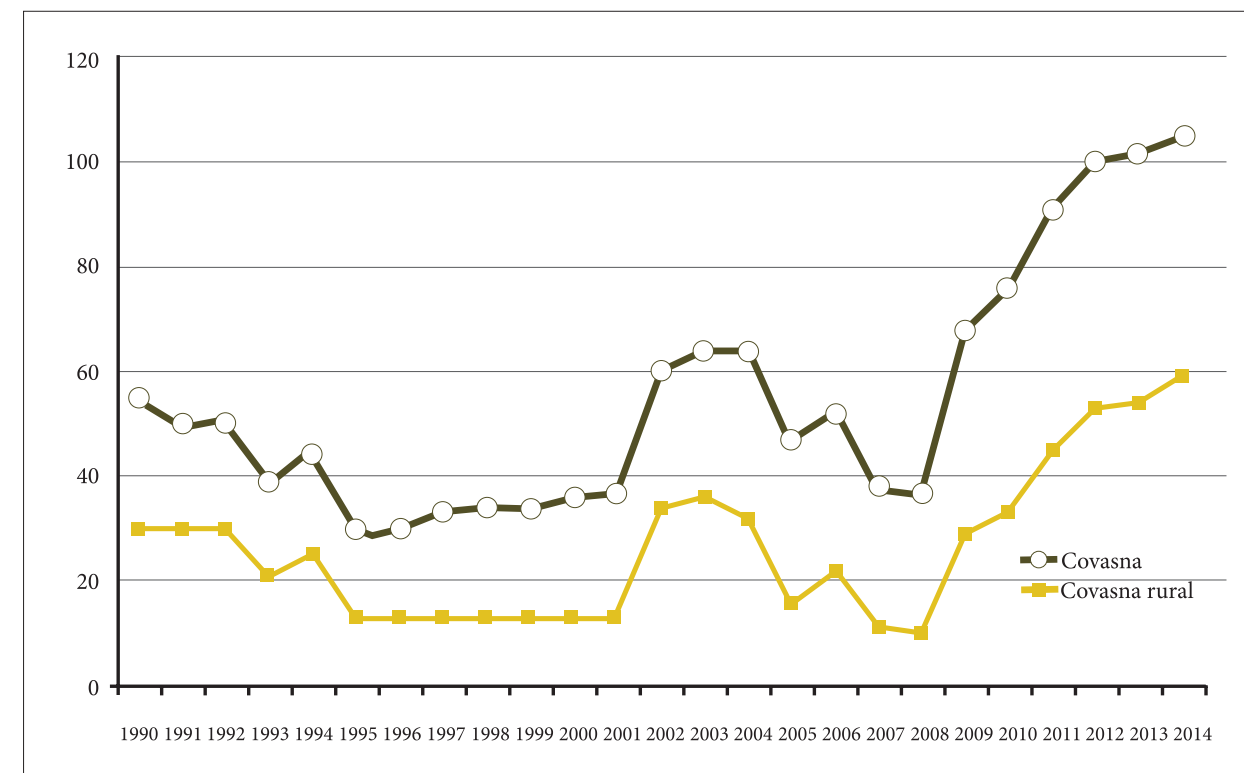
Grafic 16.  
Structuri de primire turistică, sate și comune (CV, 2014)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

În ultimii douăzeci de ani evoluția structurii de primire turistică a suferit transformări, atât creșteri cât și scăderi, după cum se poate observa în valorile statistice de mai jos. În interviurile focus-grup, experții în turism au subliniat faptul că această fluctuație în valori poate fi explicată prin modificarea procedurii de licențiere a unităților de cazare. Astfel, procesul de obținere a licențelor devine mai dificil și mai costisitor. Din această cauză există riscul ca întreprinderile în domeniu să exercite o mare parte a activităților lor în economia subterană.

Grafic 17.  
Evoluția structurii de primire turistică în județul Covasna (1990-2014)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

La începutul anilor nouăzeci în județ erau 55, iar în zonele rurale existau 30 de unități de cazare turistică. Numărul unităților de cazare prezintă o creștere treptată în valori statistice, până la începutul crizei economice din anii 2007-2008, când se înregistrează cea mai mică valoare, 37 de unități la nivel județean și 10 unități în sate și comune.

**Tabel 28.**  
**Unități de cazare**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nivel național	3900	4226	4710	4694	4840	5095	5222	5003	5821	6009	6130
Regiunea Centru	914	993	1223	1209	1268	1207	1188	1197	1526	1642	1745
Covasna	64	47	52	38	37	68	76	91	100	102	105
Covasna - Rural	32	16	22	11	10	29	33	45	53	54	59

Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Dacă analizăm evoluția acestor unități de cazare în ultimii 10 ani observăm un trend de creștere, în concordanță de altfel cu tendința la nivel național și la nivelul regiunii Centru.

Numărul structurilor de cazare se reflectă și în capacitatea de cazare turistică existentă, a cărei analiză o vom urmări pe o perioadă mai lungă de timp, privind dinamica acesteia pe parcursul anilor. Prin capacitatea de cazare turistică existentă, înțelegem numărul de locuri de cazare cu folosință turistică înscrisă în ultimul act de recepție. Acest indicator cuprinde locurile aferente structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică complementare (căsuțe, terenuri de campare etc.) și structură de cazare turistică de bază (hotel, motel, camping etc.) precum și utilizarea acestor locuri.

Capacitatea de cazare existentă în județul Covasna în anul 2014 este de 5.552 de locuri, cele mai multe dintre ele fiind în hoteluri (2.594), campinguri (1.120), pensiuni turistice (413) și pensiuni agroturistice (667). Se poate observa că aproape jumătate din capacitatea totală de cazare turistică, se află în zonele rurale ale județului. Pensiunile agroturistice (583), unitățile pentru tabere (262) și campingurile (1.120) au un număr ridicat în capacitatea de cazare.

**Tabel 29.**  
**Capacitate de cazare**

	Covasna Total	Covasna Rural
Hoteluri	2594	220
Hosteluri	20	0
Moteluri	103	103
Vile turistice	231	153
Cabane turistice	21	21
Campinguri	1120	1120
Popasuri turistice	15	15
Căsuțe turistice	106	24
Tabere de elevi și prescolari	262	262
Pensiuni turistice	413	0
Pensiuni agroturistice	667	583
<b>Total</b>	<b>5552</b>	<b>2501</b>

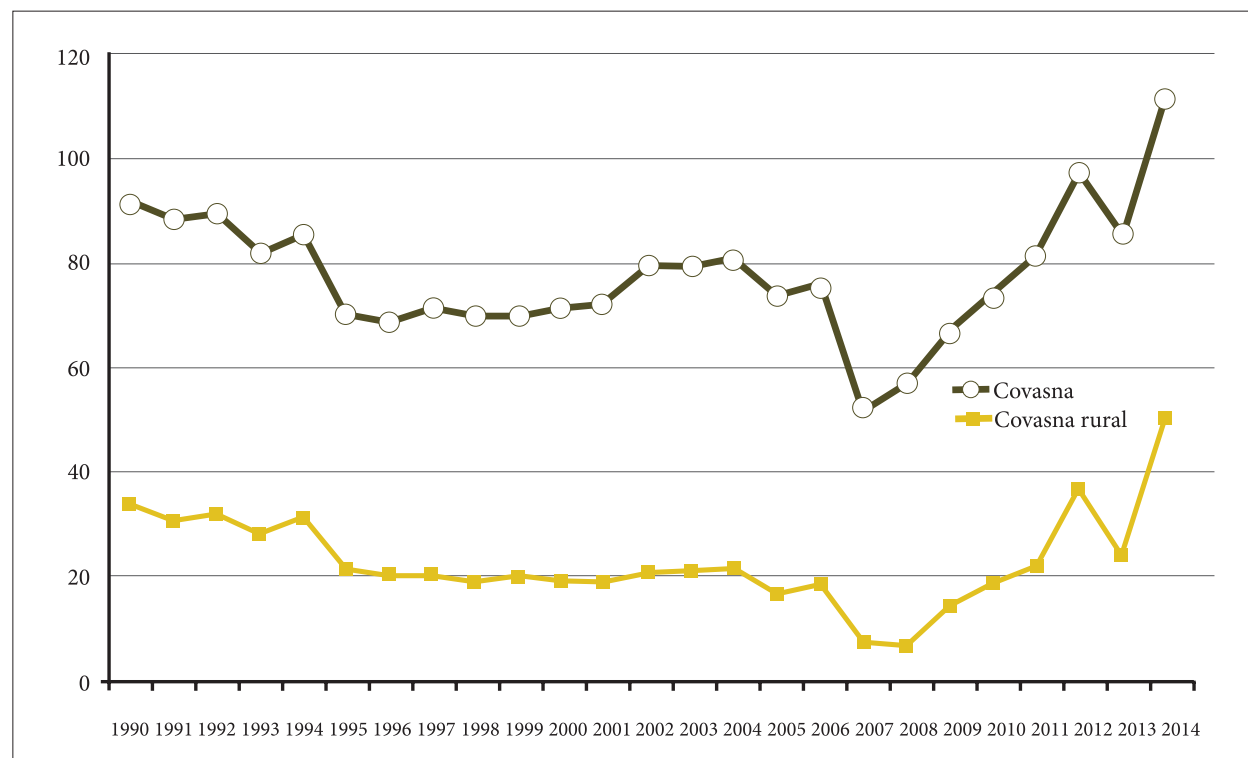
Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Dacă urmărim evoluția capacității de cazare în ultimii 25 de ani în zonele rurale ale județului, observăm un trend de creștere, în concordanță, de altfel, cu tendința la nivel județean. Din graficul de mai jos reiese efectul negativ al crizei economice din perioada 2007-2008, când capacitatea de cazare atinge cele mai mici valori.



Grafic 18.

Evoluția capacității de cazare turistică în județul Covasna (1990-2014)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Privind localitățile rurale din județ, putem afirma că cele mai multe locuri de cazare turistică există în Moacșa, Turia, Ghelinița, Zăbala și Arcuș. Aceste localități sunt foarte apropiate de câte un obiectiv turistic important al mediului rural din județ, prin acest fapt explicându-se numărul ridicat de locuri de cazare turistică.

În județul Covasna, în anul 2014 cele mai multe locuri de cazare se află în comuna Moacșa (1.343). Acestea se regăsesc în unitățile pentru tabere școlare și în campinguri. Numărul mare de locuri de

cazare poate fi explicat prin apropierea față de municipiul Sfântu Gheorghe. Totodată, pe teritoriul comunei se află „Dealul Pivnițelor Mari”, o zonă turistică des vizitată și potrivită pentru excursii de relaxare. Comuna Moacșa aflându-se într-o zonă muntoasă, regăsim aici și câteva pensiuni agroturistice.

Cea de-a doua comună cu un număr semnificativ de mare în locuri de cazare turistică este Turia (378). Majoritatea locurilor de cazare din Turia sunt locuri din hotel (220). Acest număr mare de locuri de cazare turistică se explică prin faptul că această comună cuprinde stațiunea de agrement Băile Bálványos, unde se află singurul hotel de 4 stele din zona rurală a județului. O altă explicație pentru numărul mare de locuri de cazare turistică poate fi existența grotei sulfuroase și a mlaștinii oligotrofe „Tinovul Buffalo” aflate pe teritoriul comunei. Trebuie menționat că în această comună funcționează cea mai mare mofetă din Europa. Nu putem neglija nici faptul că comuna se află în apropierea orașului Târgu Secuiesc, la 8 km distanță față de acesta, și beneficiază de concentrarea unei populații numeroase, fapt specific așezărilor urbane. În comună se regăsesc și alte tipuri de cazare turistică precum vile, cabane, căsuțe turistice și pensiuni agroturistice, majoritatea fiind întreprinderi de familie.

Tabel 30.

Capacitatea de cazare turistică existentă pe tipuri de structuri de primire turistică, pe mediul rural, județul Covasna, 2014

	Total	Hoteluri	Hosteluri	Moteluri	Vile turistice	Cabane turistice	Campinguri	Popasuri turistice	Căsuțe turistice	Tabere de elevi și preșcolari	Pensiuni agroturistice
<b>Total</b>	<b>2501</b>	<b>220</b>	<b>0</b>	<b>103</b>	<b>153</b>	<b>21</b>	<b>1120</b>	<b>15</b>	<b>24</b>	<b>262</b>	<b>583</b>
MOACȘA	1343	0	0	0	0	0	1120	0	0	182	41
TURIA	378	220	0	0	48	21	0	15	24	0	50
GHELIȚA	102	0	0	0	0	0	0	0	0	0	102
ZĂBALA	98	0	0	0	0	0	0	0	0	80	18



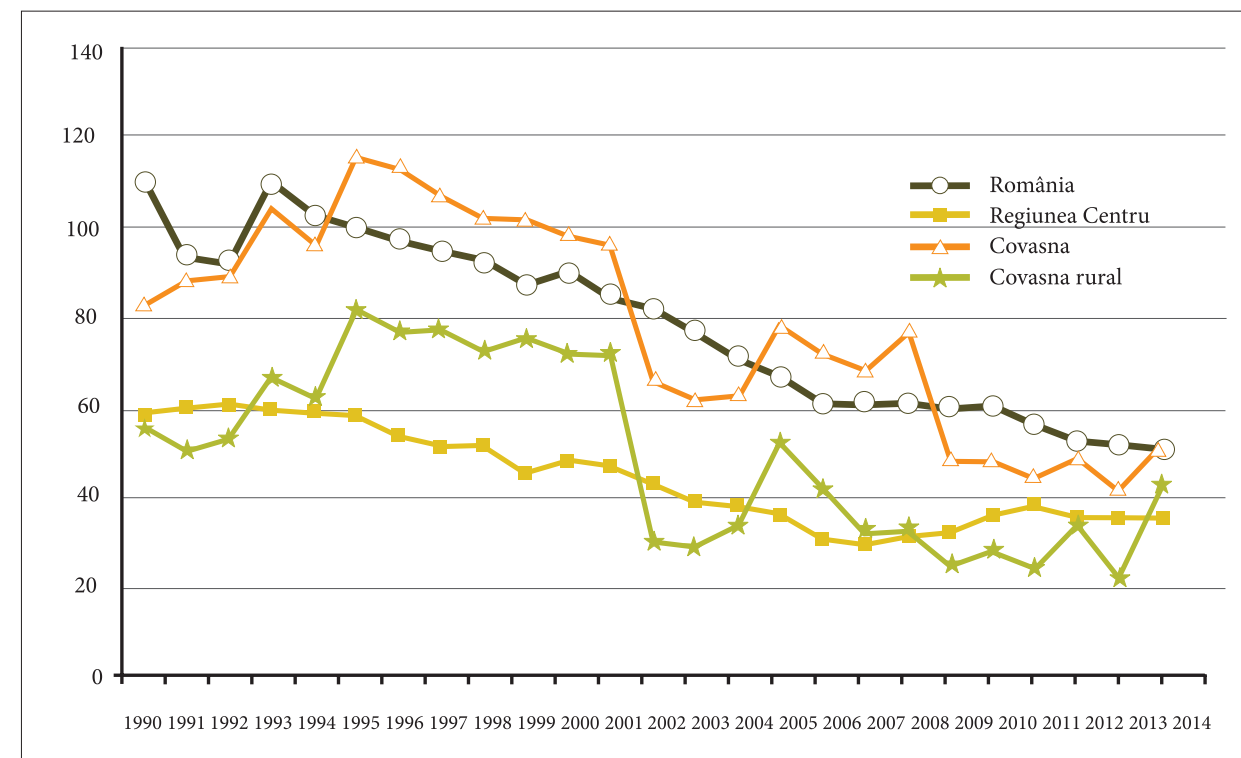
ARCUȘ	91	0	0	0	68	0	0	0	0	0	23
RECI	84	0	0	58	0	0	0	0	0	0	26
OZUN	73	0	0	0	0	0	0	0	0	0	73
COMANDĂU	63	0	0	0	37	0	0	0	0	0	26
CERNAT	48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48
VĂLCELE	46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	46
BIXAD	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36
BREȚCU	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
SITA BUZĂULUI	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
VĂRGHIȘ	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18
DALNIC	15	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0
ILIENI	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
BRĂDUȚ	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
ZAGON	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
MALNAȘ	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
BĂȚANI	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
SÂNZIENI	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
VALEA CRIȘULUI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

În comuna Ghelînța predomină pensiunile agroturistice (102). Datorită istoriei și tradiției localității turismul cultural este cel mai dezvoltat. Totodată, această locație este o destinație atractivă și pentru că se află la o distanță de 12 km față de orașul Târgu Secuiesc.

În comuna Zăbala predomină locurile de cazare în unitățile de tabere școlare (80), iar la Arcuș vilele turistice însumează un număr relativ mare (68). Acest număr mare de locuri de cazare se explică prin faptul că, localitatea se situează în apropierea municipiului Sfântu Gheorghe.

Grafic 19.  
Numărul mediu de locuri în evoluția unităților de cazare turistice (loc/unitate)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

Luând în considerare cele două serii de date, unitățile de cazare și capacitatea de cazare turistică, se poate calcula numărul mediu de locuri în unitățile de cazare. Acest indicator arată că între anii 1990 și 2014, valorile la nivel național au scăzut semnificativ de la 110 la 51, ceea ce poate fi din cauza răspândirii unităților mai mici în detrimentul hotelurilor mari. Județul Covasna în această privință a urmat tendințele înregistrate la nivel național. Acest trend poate fi explicat prin faptul că orașul Covasna este predominant de unitățile de cazare hoteliere, pe când județul Harghita este caracterizat de unitățile mai mici de cazare turistică.

Pentru comparația teritorială putem folosi datele despre unitățile de cazare la 10.000 de locuitori și numărul de locuri. Județul Covasna deține doar 1,7% din structurile de primire turistică ale României și 6% din cele ale Regiunii Centru. În privința unităților de cazare, județul Covasna se numără între primele zece județe: la 10.000 de locuitori revin 5 unități de primire turistică. Cu această valoare se află pe locul 7 în urma județelor: Brașov (14,33), Constanța (10,91), Harghita (10,33), Tulcea (6,62), Caraș-Severin (6,36), Vâlcea (6,27). În ceea ce privește numărul de locuri în unitățile de cazare, județul Covasna cu 264 de locuri la 10.000 de persoane se află peste nivelul național (154,7) și este al 5-lea dintre județe.

**Tabel 31.**  
**Indicatori județeni privind unitățile de cazare și capacitatea de cazare,**  
**defalcate în funcție de numărul de locuri la 10.000 de locuitori**

Județ	Populația		Structuri de primire turistică			Capacitate de cazare turistică		
	Nr.	Raportat la nivel național (%)	Nr.	Raportat la nivel național (%)	pe 10000 pers	Nr.	Raportat la nivel național (%)	pe 10000 pers
<b>România</b>	<b>20121641</b>	<b>100</b>	<b>6130</b>	<b>100</b>	<b>3.05</b>	<b>311288</b>	<b>100</b>	<b>154.70</b>
Constanța	684082	3.40	746	12.17	10.91	87496	28.11	1279.03
Brașov	549217	2.73	787	12.84	14.33	26145	8.40	476.04
Vâlcea	371714	1.85	233	3.80	6.27	11141	3.58	299.72
Caraș-Severin	295579	1.47	188	3.07	6.36	7998	2.57	270.59
Covasna	210177	1.04	105	1.71	5.00	5552	1.78	264.16
Harghita	310867	1.54	321	5.24	10.33	8045	2.58	258.79
Tulcea	213083	1.06	141	2.30	6.62	4361	1.40	204.66
Mureș	550846	2.74	273	4.45	4.96	10450	3.36	189.71
Bihor	575398	2.86	149	2.43	2.59	10421	3.35	181.11
Sibiu	397322	1.97	119	1.94	3.00	6547	2.10	164.78
Suceava	634810	3.15	296	4.83	4.66	9650	3.10	152.01
Prahova	762886	3.79	286	4.67	3.75	11525	3.70	151.07
Neamț	470766	2.34	225	3.67	4.78	6734	2.16	143.04

Arad	430629	2.14	160	2.61	3.72	5944	1.91	138.03
Argeș	612431	3.04	223	3.64	3.64	7829	2.52	127.83
Timiș	683540	3.40	151	2.46	2.21	8201	2.63	119.98
Ialomița	274148	1.36	27	0.44	0.98	3114	1.00	113.59
Alba	342376	1.70	140	2.28	4.09	3858	1.24	112.68
Cluj	691106	3.43	184	3.00	2.66	7611	2.45	110.13
Hunedoara	418565	2.08	99	1.62	2.37	4468	1.44	106.75
Mun. București	1883425	9.36	137	2.23	0.73	19050	6.12	101.15
Maramureș	478659	2.38	168	2.74	3.51	4636	1.49	96.85
Bistrița-Năsăud	286225	1.42	45	0.73	1.57	2769	0.89	96.74
Gorj	341594	1.70	87	1.42	2.55	2810	0.90	82.26
Brăila	321212	1.60	40	0.65	1.25	2544	0.82	79.20
Sălaj	224384	1.12	55	0.90	2.45	1593	0.51	70.99
Buzău	451069	2.24	90	1.47	2.00	3186	1.02	70.63
Mehedinți	265390	1.32	45	0.73	1.70	1804	0.58	67.98
Dâmbovița	518745	2.58	73	1.19	1.41	3263	1.05	62.90
Bacău	616168	3.06	84	1.37	1.36	3642	1.17	59.11
Satu Mare	344360	1.71	75	1.22	2.18	1961	0.63	56.95
Iași	772348	3.84	81	1.32	1.05	4014	1.29	51.97
Vrancea	340310	1.69	52	0.85	1.53	1760	0.57	51.72
Ilfov	388738	1.93	36	0.59	0.93	1933	0.62	49.73
Dolj	660544	3.28	52	0.85	0.79	2191	0.70	33.17
Teleorman	380123	1.89	19	0.31	0.50	1204	0.39	31.67
Galați	536167	2.66	32	0.52	0.60	1541	0.50	28.74
Călărași	306691	1.52	17	0.28	0.55	843	0.27	27.49
Botoșani	412626	2.05	16	0.26	0.39	1088	0.35	26.37
Vaslui	395499	1.97	43	0.70	1.09	927	0.30	23.44
Giurgiu	281422	1.40	11	0.18	0.39	570	0.18	20.25
Olt	436400	2.17	19	0.31	0.44	869	0.28	19.91

Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

#### 4.4.2 Fluxul turistic

##### Indicatori despre sosirile și înnoptările turiștilor

Ca să avem o imagine reală despre performanța turistică a județului, este recomandabil să prezentăm evoluția unor indicatori de bază a cererii turistice într-o comparație regională: județul Covasna în raport cu alte județe ale regiunii Centru. Figurile următoare vor ilustra evoluția numărului de turiști și cea a numărului de înnoptări înregistrate statistic în structurile de primire turistice destinate cazării.

Numărul total de turiști cazați în anul 2013 în județul Covasna a fost de 83.468, reprezentând 4,5% din turiștii cazați la nivelul regiunii Centru și 1,05% din turiștii cazați la nivel național. În anul respectiv, numărul total de înnoptări a fost de 438.224, reprezentând 10,8% din înnoptările înregistrate la unitățile de cazare existente în regiunea Centru și 2,2% din înnoptările înregistrate în România. În ponderea înnoptărilor la nivel regional și național, județul Covasna previne județul Harghita (10,8% și 7,9%). În acest fapt joacă un rol foarte important orașul Covasna, pe care îl vom prezenta detaliat cu ajutorul mai multor indicatori.

Din totalul de 7,9 milioane de turiști cazați în România, ponderea turiștilor străini a fost 21,62%, iar în județul Covasna acest număr a fost de 12,10%. După numărul înnoptărilor înregistrate, la nivel național 17,96% au fost turiști străini, iar în județul Covasna acest număr este de 7,71%.

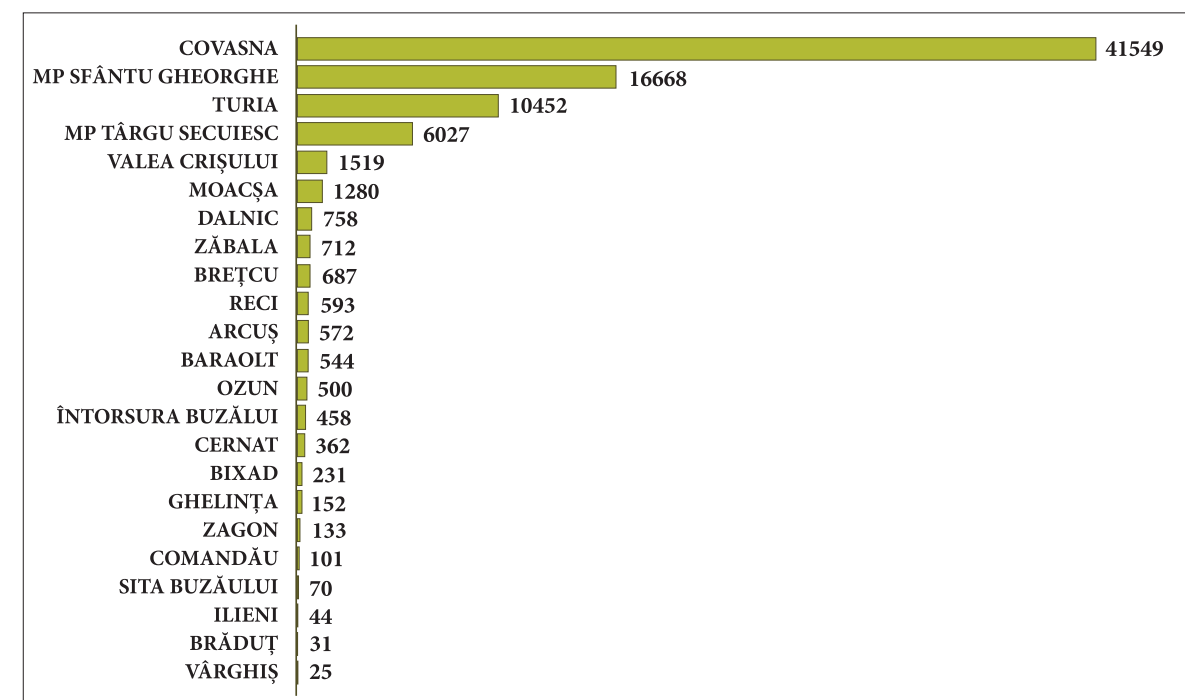
Tabel 32.  
Turiști cazați în 2013

	România	Regiunea Centru	Covasna	Mureș	Harghita
<b>Total sosiri</b>	<b>7943153</b>	1859853	83468	394834	114717
Pondere unități de cazare raportat la nivel național	100	23.41	1.05	4.97	1.44
Pondere unități de cazare raportat la regiunea Centru		100.00	4.49	21.23	6.17

Ponderea turiștilor străini (%)	21.62	17.26	12.10	17.22	22.93
Total înnoptări	19362671	4037579	438224	771931	319585
Pondere înnoptări raportat la nivel național	100	20.85	2.26	3.99	1.65
Pondere înnoptări raportat la nivel regiunea Centru		100.00	10.85	19.12	7.92
Ponderea turiștilor străini (%)	17.96	16.86	7.71	17.98	20.79

Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2013

Grafic 20.  
Sosiri ale turiștilor (CV, 2014)

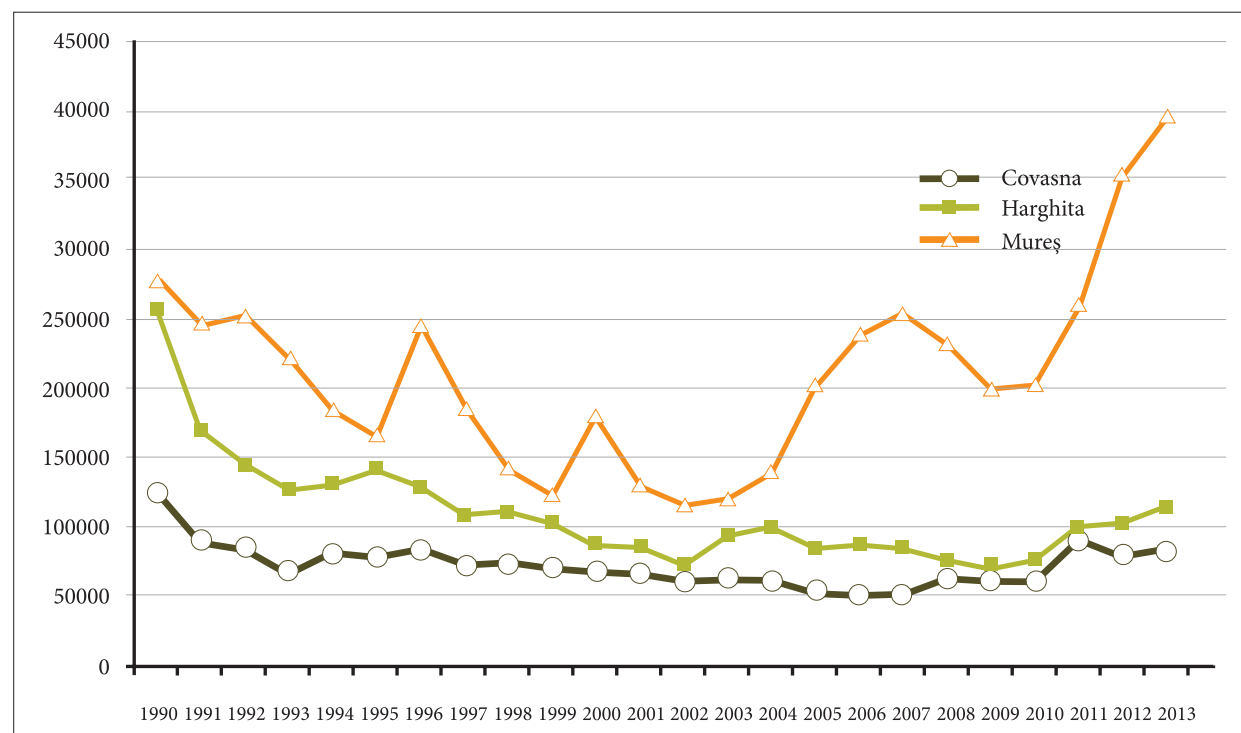


Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2014

După cum vedea din graficul de mai sus, jumătate dintre turiștii sosiți în județul Covasna se cazează în orașul Covasna. Altfel spus, în orașul Covasna se cazează la fel de mulți turiști ca și în tot restul județului, cumulată. Din zona rurală a județului cele mai multe sosiri sunt înregistrate în Turia, Valea Crișului, Moacșa, Dalnic și Zabăla.

După schimbarea de regim numărul turiștilor sosiți și numărul nopților de sejur a scăzut mai repede decât numărul de locuri în unitățile de cazare turistică.

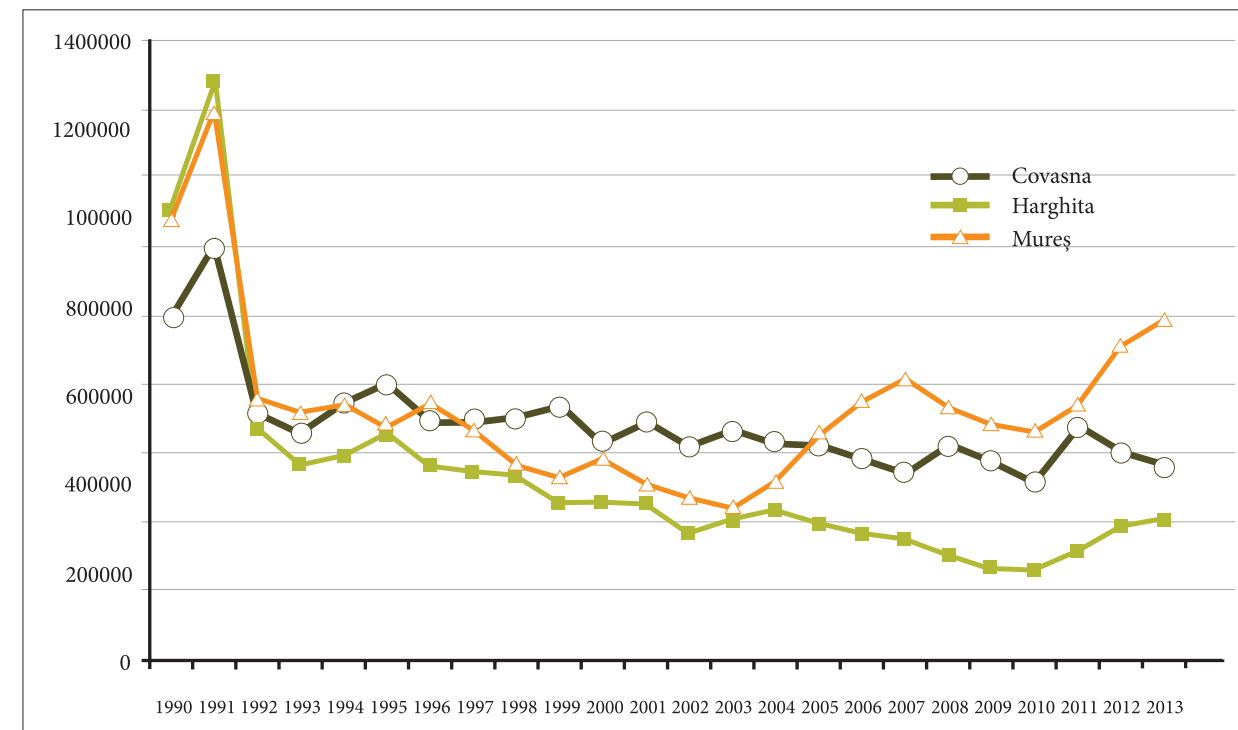
**Grafic 21.**  
Evoluția numărului de turiști sosiți (CV, 1990-2013)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2013

Numărul turiștilor din județul Covasna este în descreștere dacă ne raportăm la perioada 1990-2013, dar se poziționează pe un trend ușor crescător dacă ne raportăm la ultimii 10 ani, lucru care este de altfel în concordanță cu trendul județului Harghita.

**Grafic 22.**  
Evoluția numărului de înoptări (CV, 1990-2013)



Sursă: prelucrare proprie după date INS, 2013

În anul 1991 numărul nopților de sejur era de 931.495, care în anul 2002 aproape s-a redus la jumătate, 487.297 de înnoptări înregistrate în unitățile de cazare. Valoarea minimă era în anul 2010 în jur de 400.000 de înnoptări, după care se vede o creștere în valori. Dacă comparăm județul Covasna cu cele două județe din regiunea Centru, putem afirma că nu există fluctuații semnificative în evoluția numărului de înnoptări, precum în cele două.

Pentru a putea determina eficacitatea folosirii unităților de cazare, am utilizat doi indicatori: gradul de utilizare a capacității de cazare turistică în funcțiune și numărul mediu de zile de cazare.

Cu ajutorul numărului de sosiri și înnoptări se poate calcula evoluția duratei medii de sejur, ceea ce reflectă rezultatul raportului dintre turismul de sejur și cel itinerant, adică greutatea diferitelor forme și tipuri de turism. De exemplu, un județ cu pondere însemnată a turismului balnear, precum județul Covasna, va avea un număr mai mare de durată medie de sejur decât un județ unde turismul cultural se dezvoltă vertiginos. Deoarece turismului balnear și de agrement îi este specifică petrecerea mai multor zile în aceeași localitate, în cazul turismului cultural – chiar dacă circuitele culturale au ca punct de plecare o singură localitate – cazarea în același loc rareori depășește 3-4 zile.

Din datele de mai jos observăm că acest indicator se află în continuă scădere în ultimii 11 ani (de la o medie de 8 zile în 2003, până la 5,25 zile în 2013). Chiar și așa, Covasna depășește media națională (2,4 zile), reușind să devanseze din acest punct de vedere toate județele țării.

**Tabel 33.**

**Evoluția gradului de utilizare a capacității de cazare**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2011	2012	2013
Capacitatea de cazare în funcțiune	1048298	1030347	976886	803485	766526	869175	939074	962646	1236418	1313434	1225424
Sosiri ale turiștilor	62723	61517	53986	51350	52458	62642	62406	60937	91365	79135	83468
Înnoptări ale turiștilor	519613	492731	490890	457709	429028	486769	451974	409180	532388	472815	438224

Indicele de utilizare (%)	49.57	47.82	50.25	56.97	55.97	56.00	48.13	42.51	43.06	36.00	35.76
Nr. mediu zile de cazare	8.28	8.01	9.09	8.91	8.18	7.77	7.24	6.71	5.83	5.97	5.25

*Sursă: prelucrare proprie după date INS*

Evoluția duratei medii de sejur, chiar dacă este în scădere, precum este în județul Covasna, nu înseamnă că a scăzut numărul turiștilor sau înnoptărilor, ci exprimă un raport în scădere dintre numărul înnoptărilor și cel al turiștilor. Astfel spus, scade numărul de înnoptări pe turist. Această tendință sugerează că numărul turiștilor a crescut mai rapid decât numărul înnoptărilor.

Gradul de utilizare a capacității de cazare turistică în funcțiune este calculat prin raportarea numărului de înnoptări realizate, la capacitatea de cazare turistică în funcțiune, din perioada respectivă. În evoluția indicilor de utilizare se poate observa o creștere în valori până la începutul crizei economice (de la 49,5% în 2003, până la 56% în anul 2008). După anul 2008 gradul de utilizare este în continuă scădere iar în 2013 această valoare era de 35,7%.

Din datele de mai jos observăm că în 2013, deși este la cel mai mic nivel din ultimii 13 ani, gradul de utilizare (35,76%) este cu 10 procente peste cel înregistrat la nivel național (25,14%), reușind să depășească din acest punct de vedere toate celelalte județe din regiunea Centru: Sibiu (29,41%), Mureș (27,35%), Brașov (19,48%), Harghita (16,33%), Alba (18,71%).

În clasamentul județelor privind numărul de înnoptări la 100 de locuitori, Covasna cu 208 de înnoptări este al patrulea județ, după Constanța (499), Brașov (319) și Vâlcea (282). Cu acest număr de înnoptări, județul Covasna se află peste nivelul național (96,23). O explicație ar putea fi faptul că majoritatea turiștilor sunt veniți la tratament balnear și odihnă. Aceștia beneficiază de asigurările sociale acordate de stat, iar acest tip de turism presupune de obicei sejururi mai lungi, de până la 6 sau chiar 8 zile. Dat fiind faptul că predomină turismul balnear, durata medie a sejurului în Covasna este una dintre cele mai lungi din țară (5 zile), peste nivelul național (2,44 zile). În ceea ce privește numărul sosirilor, Covasna cu aproape 40 de locuri la 100 de persoane, abia depășește nivelul național (39,48).

**Tabel 34.**  
**Indicatori județeni privind numărul de turiști și nopțile de sejur petrecute în unități de cazare,**  
**defalcate în funcție de numărul de înnoptări la 100 de locuitori**

	Proportia populației din Romania	Rata de sosire	Rata de înnoptări	Sosiri la 100 de pers.	Înnoptări la 100 de pers.	Durata medie a sejurului	Indicele de utilizare (%)
Romania	100.00	100.00	100.00	39.48	96.23	2.44	25.14
Constanta	3.40	10.82	17.66	125.66	499.79	3.98	34.26
Brașov	2.73	10.51	9.06	152.03	319.42	2.10	19.48
Vâlcea	1.85	2.66	5.42	56.78	282.31	4.97	31.07
Covasna	1.04	1.05	2.26	39.71	208.50	5.25	35.76
Caraș-Severin	1.47	1.50	2.77	40.28	181.47	4.50	28.89
Bihor	2.86	3.17	4.92	43.80	165.48	3.78	36.67
Mureș	2.74	4.97	3.99	71.68	140.14	1.96	27.35
Sibiu	1.97	4.15	2.79	83.05	136.04	1.64	29.41
Mun. București	9.36	16.72	11.49	70.52	118.12	1.67	32.20
Prahova	3.79	4.61	4.53	48.01	114.95	2.39	21.00
Harghita	1.54	1.44	1.65	36.90	102.80	2.79	16.33
Timiș	3.40	3.52	3.32	40.92	93.93	2.30	24.25
Suceava	3.15	3.04	2.98	38.06	90.93	2.39	21.84
Tulcea	1.06	1.02	0.99	38.01	89.96	2.37	29.09
Cluj	3.43	4.34	3.01	49.87	84.31	1.69	19.35
Arad	2.14	2.48	1.75	45.82	78.69	1.72	18.93
Ialomița	1.36	0.51	1.04	14.66	73.60	5.02	36.02
Brăila	1.60	0.72	1.06	17.77	63.75	3.59	30.90
Neamț	2.34	2.02	1.52	34.14	62.63	1.83	16.63
Alba	1.70	1.28	1.10	29.75	62.22	2.09	18.71
Hunedoara	2.08	1.11	1.23	21.10	56.83	2.69	23.08
Gorj	1.70	0.95	0.88	21.99	50.11	2.28	22.32
Bistrița-Năsăud	1.42	0.84	0.73	23.18	49.05	2.12	17.52

Dâmbovița	2.58	0.93	1.26	14.30	46.88	3.28	24.17
Satu Mare	1.71	1.18	0.83	27.27	46.82	1.72	22.26
Iași	3.84	2.31	1.84	23.73	46.18	1.95	29.37
Mehedinți	1.32	0.66	0.60	19.72	44.12	2.24	20.42
Bacău	3.06	1.28	1.37	16.53	43.04	2.60	22.28
Buzău	2.24	0.80	0.94	14.10	40.56	2.88	15.90
Maramureș	2.38	1.37	0.99	22.79	40.08	1.76	11.19
Argeș	3.04	1.88	1.22	24.42	38.67	1.58	15.38
Ilfov	1.93	1.38	0.77	28.18	38.17	1.35	21.36
Sălaj	1.12	0.42	0.44	14.87	38.09	2.56	16.57
Giurgiu	1.40	0.31	0.43	8.88	29.42	3.31	29.70
Galați	2.66	0.89	0.68	13.23	24.68	1.87	28.68
Dolj	3.28	1.08	0.83	13.00	24.46	1.88	20.84
Vrancea	1.69	0.43	0.29	10.05	16.43	1.63	12.38
Vaslui	1.97	0.44	0.32	8.90	15.57	1.75	19.73
Olt	2.17	0.45	0.35	8.18	15.54	1.90	22.30
Botoșani	2.05	0.42	0.30	8.08	14.25	1.76	14.79
Călărași	1.52	0.14	0.18	3.60	11.19	3.11	15.36
Teleorman	1.89	0.17	0.20	3.47	10.37	2.99	14.18

Sursă: prelucrare proprie după date INS

### Fluxul turistic în mediul rural al județului Covasna

Urmărind evoluția fluxului turistic în mediul rural al județului Covasna se observă că în ultimii zece ani numărul turiștilor sosiți a crescut cu 72 de procente până în anul 2013. Ponderea turiștilor sosiți în mediul rural al județului este de 22 de procente. Cele mai vizitate sate și comune sunt Turia cu 10.452 de turiști, urmată de comuna Valea Crișului (1.519), Moacșa (1.280), Dalnic (758) și Zăbala (712). Numărul mare de turiști înregistrați în comuna Turia, se explică prin faptul că include stațiunea de



agrement Băile Bálványos. Din acest punct de vedere în clasamentul localităților din județ, comuna Turia se află pe locul 3, în spatele orașului Covasna și a Municipiului Sfântu Gheorghe.

În cazul numărului înnoptărilor înregistrate, creșterea în perioada 2003-2013 este mai mică față de numărul de sosiri, realizându-se peste 40.000 de noști de sejur în ultimul an.

**Tabel 35.**  
**Evoluția gradului de utilizare a capacității de cazare**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2011	2012	2013
Capacitatea de cazare în funcțiune	120195	110990	68512	87103	47819	63974	153499	160881	298611	392775	296875
Sosiri ale turiștilor	10561	7605	2892	5488	2798	3028	9652	9249	21139	19140	18222
Înnoptări ale turiștilor	35759	28605	9499	16478	7811	8262	20889	19323	45468	41650	41625
Indicele de utilizare (%)	29.75	25.77	13.86	18.92	16.33	12.91	13.61	12.01	15.23	10.60	14.02
Nr. mediu zile de cazare	3.39	3.76	3.28	3.00	2.79	2.73	2.16	2.09	2.15	2.18	2.28

Sursă: prelucrare proprie după date INS-Tempo

Durata mediei de sejur în mediul rural este mult mai mică, decât la nivel județean. În anul 2013, 2 zile este numărul mediu de zile de cazare. Cea mai lungă perioadă de sejur fiind realizată în anul 2003, aproape 4 zile. Comparată cu media județeană, aceasta rămâne în urmă cu 3 zile.

Evoluția gradului de utilizare arată o scădere în valori, ajungând la 14.02 de procente în anul 2013. Cele mai mici valori au fost înregistrate în perioada crizei economice, atunci ratele abia depășind 12 procente.

#### 4.4.3 Resurse în turismul rural - prezentare pe localități

Un aspect deosebit de important în planificarea liniilor strategice de dezvoltare ale turismul județean este prezentarea și cunoașterea diferitelor tipuri de resurse disponibile pe plan local.

O listă a diferitelor tipuri de resurse și obiective turistice din mediul rural al județului Covasna este prezentată defalcat pe localități în tabelul următor. La elaborarea listei de obiective au fost folosite paginile web ale primăriilor comunelor din Covasna, respectiv prezentările turistice județene ale Consiliului Județean Covasna.

**Tabel 36.**  
**Obiective și resurse turistice din mediul rural județului Covasna**

Numele localității	Numele localității în maghiară	Tipul localității	Obiective turistice
Aita Mare	Nagyajta	Comună	- Biserica unitariană din sec. al XIV-lea (fortificată în sec. al XVI-lea); - Biserica reformată construită în anul 1841, iar Biserica ortodoxă în anul 1866; - Conacul Cserey construit în sec. al XVIII-lea; - Reședința Dónáth de la sfârșitul sec. al XIX-lea.
Aita Medie	Középahta	Sat	- Biserică reformată din sec. al XII-lea a fost reconstruită în 1504 și complet renovată în 1882; - Izvoare de apă minerală.
Aita Seacă	Szárazahta	Sat	- Pe valea Galat se găsește un punct fosilifer cu faună din perioada pliocenă;
Albiș	Kézdiálbis	Sat	- Ansamblul Bisericii reformat-calvine (sec. XVI - XIX); - Casa Barabás (1830).
Alungeni	Futásfalva	Sat	- Biserica romano-catolică construită între anii 1851 și 1856 în cinstea lui Szent András; - Replica de lemn a statuii Maicii Domnului din Șumuleu Ciuc; - Conacul Hamar-Vargyassy, construit în anul 1828.
Angheluș	Angyalos	Sat	- Biserica reformată construită în anul 1830, în locul unei biserici medievale.

Aninoasa	Egerpatak	Sat	-
Araci	Árapatak	Sat	- Biserica reformat-calvină construită în secolul al XIV-lea, monument istoric; - Capela ortodoxă, construită în anul 1900; - Casa memorială Romulus Cioflec; - Cimitirul Eroilor.
Arcuș	Árkos	Comună	- Biserica unitariană; - Biserica reformată; - Castelul Szentkereszty, castel neobaroc din sec. al XIX-lea, amplasat în mijlocul unui parc dendrologic. Folosit în prezent ca tabără de sculptură
Ariușd	Erősd	Sat	- Biserica reformat-calvină, construcție din secolul al XVIII-lea; - Biserica ortodoxă; - Parcul geologic „Stâncile Ciocașului”
Băcel	Kökös-bácstelek	Sat	- Cel mai important edificiu din Băcel îl reprezintă biserica, o structură impresionantă construită la sfârșitul secolului al IX-lea.
Barcani	Zágonbárkány	Comună	- Monumentul Eroilor Români din Primul și cel de-al Doilea Război Mondial. Obeliscul a fost amplasat inițial în fața Bisericii ortodoxe din comuna Barcani, iar din anul 1972 a fost strămutat în fața sediului primăriei. Monumentul cinstește memoria eroilor români jertfiți în Primul și ce de-al Doilea Război Mondial.
Bățanii Mari	Nagybacon	Comună	- Biserica reformată constuită în anul 1141 și reconstruită în stil gotic în sec. al XIV-lea; - Biserica ortodoxă construită în 1900; - Casa de cultură concepută de către Kós Károly în 1927; - Monument istoric în cinstea eroilor din Primul și cel de-al Doilea Război Mondial; - Monument istoric în memoria cuceritorilor maghiari; - Izvoare de apă minerală.
Bățanii Mici	Kisbacon	Sat	- Biserica reformată construită între anii 1793 și 1795; - Muzeul a fost înființat în anul 1969 în casa în care a locuit publicistul și scriitorul Elek Benedek (1859-1926) și expune obiecte legate de viața și activitatea scriitorului, mobilă, documente originale și fotocopii, exemplare din cărțile sale tipărite; - Izvoare de apă minerală. - Peștera de apă minerală a lui Elek Benedek, raritate naturală; - Moară de apă.

Belani	Bélafalva	Sat	- Biserica romano-catolică
Belin	Bölön	Comună	- Biserica unitariană construită în anul 1893; - Biserică reformată construită din 1768; - Capelă catolică „Szent Katalin”; - Statuia reginei Elisabeta; - Reședința Dónáth construită în sec. al XVIII-lea; - Izvoare de apă minerală ; - Izvoare de apă minerală sărată ; - Cimitirul Bölöni.
Belin Vale	Bölönpatak	Sat	
Biborțeni	Bibarcfalva	Sat	- Ruinele Cetății Tiburcz; - Biserica reformată-calvină, fortificată, cu o frescă care prezintă legenda Sf. László datând din sec. al XV-lea.
Bicfalău	Bikfalva	Sat	- În localitate există o biserică fortificată. Elementele defensive ale bisericii au fost parțial demantelate, astfel încât astăzi mai există doar un turn medieval oval și ruinele fortăreței cu creneluri (sec. XVI-XVII); - Conacuri din sec. XVIII-XIX; - Foișor medieval Csigavár.
Bită	Bită	Sat	
Bixad	Sepsibükszád	Comună	- Ruinele Cetății Vápa; - Biserica romano-catolică construită în 1867; - Biserica greco-catolică construită în 1712; - Biserica ortodoxă „Sfântul Nicolae” construită în anul 1835. - Izvoare de apă minerală și sulfuroasă; - Stațiune de băi termale Mikes-fürdő.
Bodoc	Sepsibodok	Comună	- Biserica reformată, construcție din secolul al XV-lea; - Stație de apă minerală ; - Băi termale.
Bodoș	Bodos	Sat	
Boroșneu Mare	Nagyborosnyó	Comună	- Biserică reformată construită între anii 1853 - 1856 ; - Biserica romano-catolică.
Boroșneu Mic	Kisborosnyó	Sat	- Fostul „Conac Tompa” din satul Boroșneu Mic este înscris pe „Lista monumentelor istorice dispărute”, elaborată de Ministerul Culturii și Cultelor în anul 2004
Brădet	Bredét	Sat	-



Brăduț	Bardoc	Sat	- Biserica reformată; - Casa Memorială Benkő József.
Brateș	Barátos	Sat	- Biserica reformată, secolul al XVII-lea; - Parcul Elisabeta – aici are loc în fiecare an, în prima duminică a lunii iulie, întâlnirea fanfarelor din țară și din străinătate; - Cimitirul Brateș.
Brețcu	Bereck	Comună	- Biserica ortodoxă „Sfântul Nicolae” construită în anul 1783, cu abside laterale, având două turnuri, unul înalt în stil gotic deasupra intrării, iar celălalt, mai mic, deasupra naosului. - Biserica romano-catolică; - Castrul roman Augustia; - Casa memorială Gábor Áron; - Situl arheologic.
Calnic	Kálnok	Sat	- Biserica unitariană din Calnic (1674) este considerată monument istoric. Tavanul cu casete pictate cu motive florale datează din același secol. Cele două porți sculptate sunt creația meșterilor populari Dénes Nemes și András Bálint; - Cele două clopotnițe datând din secolul al XVIII-lea, acoperite cu șindrilă, sunt considerate capodopere ale artei lemnului sculptat din Calnic. La construcția lor nu a fost folosit niciun cui metalic. Ambele clopotnițe sunt înscrise pe Lista monumentelor istorice; - Biserica reformată a fost construită în secolul al XV-lea în stil gotic cu ziduri ovale de apărare. Turnul din lemn a fost construit în 1781; - La Calnic trăiește și creează sculptorul popular Lázár Bokor.
Căpeni	Köpec	Sat	- Biserica reformată renovată 1928; - Biserica ortodoxă construită în 1712, și reconstruită în 1881; - Conacul Hoffman din sec. al XIX-lea construit în stil clasicist; - Zone de pescuit și relaxare în Lunca Oltului; - Vechea colonie minieră (abandonată); - Fostul conac al administratorului minelor din perioada interbelică; - Izvoare de apă minerală.
Cărpinenii	Csángótelep	Sat	-
Cașinu Mic	Kiskászon	Sat	- Biserică romano-catolică ; - Izvoare de apă minerală
Catalina	Szentkatolna	Comună	-

Cernat	Csernáton	Comună	- Muzeul „Haszmann Pál”, care funcționează ca unitate externă a Muzeului Național Secuiesc din Sfântu Gheorghe; - Biserica ortodoxă „Sfântul Gheorghe” construită în anul 1872; - Biserica reformată fortificată; - Cetatea Ika, secolul al XIII-lea; - Conacul Domokos construit în anul 1831, unde funcționează și un muzeu al satului; - Conacul Farkas construit între 1840-1850, în care funcționează o grădinită de copii.
Chichiș	Kökös	Comună	- Biserica unitariană construită la sfârșitul secolului al XIII-lea, monument UNESCO; - Biserica de lemn cu Hramul „Sf. Apostoli Petru și Pavel” construită în anul 1740, monument istoric; - Biserica reformată; - Biserica ortodoxă cu Hramul „Sfânta Treime”; - Monumentul Gábor Áron; - Natura Parc, parc de distracții și agrement.
Chilieni	Kilyén	Sat	- Biserica unitariană, construită la sfârșitul secolului al XIII-lea, având picturi murale din secolul al XIV-lea atât pe interior cât și pe exterior și elemente de arhitectură gotică din secolul al XV-lea; - Biserica reformată construită la începutul secolului al XVIII-lea; - Biserica ortodoxă; - Conacul Vajda; - Conacul Székely-Potsa (construit în anii 1820); - Reședința Czako (1813); - Conacul Szilágyi (sec. al XVIII-lea); - Cimitirul Chilieni.
Chiuruș	Csomakörös	Sat	- Casa Memorială a lui Kőrösi Csoma Sándor; - Biserica reformată.
Comandău	Kommandó	Comună	-
Coșeni	Szotyor	Sat	- Biserica reformată, construcție din secolul al XVIII-lea; - Centrul de pictură bisericească Opaț; - Arealul cu elemente geologice și geomorfologice.
Crasna	Bodzakraszna	Sat	-

Dalnic	Dálnok	Comună	- Grădina conacului Beczássi (parc dendrologic); - Statuia lui Gheorghe Doja; - Biserica reformată-calvină; - Școala satului construită în anul 1896; - Pădurea Dalnic.
Dobârlău	Dobolló	Comună	-
Dobolii de Jos	Aldoboly	Sat	- Conacul Hollaky; - Biserica ortodoxă cu hramul „Sfântul Mare Mucenic Dimitrie-Izvorătorul de Mir” sfințită în anul 1895 de către mitropolitul Ardealului Miron Romanul; - Monumentul Eroilor; - Biserica reformată construită în sec. al XIV-lea; - Conacul Reznek-Kós.
Dobolii de Sus	Feldoboly	Sat	- Biserica reformată
Doboșeni	Székelyszáldobos	Sat	- Biserica reformată construită în anul 1826; - Clădirea Jancsó construită în stil gotic în anul 1836; - Monumentul Eroilor de la 1848.
Estelnic	Esztelnek	Comună	- Biserica romano-catolică din sec. al XIV-lea; - Memorial Szacsvey János inaugurat în 1997.
Filia	Erdőfüle	Sat	- Memorial Millennium 2000; - Biserică reformată construită în 1897; - Conacul Boda construit în 1713; - Cimitirul Filia; - La 13 km distanță față de sat se află fosta reședință de vânatoare a lui Ceaușescu.
Floroaia	Virágospatak	Sat	-
Fotoș	Fotosmartonos	Sat	-
Ghelița	Gelence	Comună	- Biserica romano-catolică „Sf. Emeric” este un monument deosebit de valoros, datorită zestrei sale artistice. Ca arhitectură prezintă o navă tăvănită și un cor gotic cu absidă poligonală și boltă pe nervuri, fiind un exemplu tipic de mică biserică de sat din Transilvania secolului al XIV-lea. Pereții navei păstrează un ansamblu de pictură murală gotică de o mare bogăție (cca 1330) reprezentând scene din ciclul cristologic, legenda regelui Ladislau, „Judecata de Apoi” etc. Plafon casetat în stil renascentist, decorat cu motive heraldice și florale (1628). Monument restaurat în 1972;

			- Biserica ortodoxă construită în anul 1880; - Biserica romano-catolică, secolul al XIX-lea; - Ruinele Conacului Basa; - Cel mai înalt vârf din județul Covasna, 1777 m de mare, Lakóca;
Ghidfalău	Gidófalva	Comună	- Biserica reformată alcătuită din clădirea bisericii (sec. XIII - XVII și transf. în anul 1787) și zidul de incintă cu turn și poartă (secolul al XV-lea). Ansamblul bisericii reformate are statut de monument istoric.
Hăghig	Hídvég	Comună	- Biserică reformată ; - Ortodox temploma 1854-ben épült; - Castelu Nemes din sec.XVIII-XIX; - Ruinele cetății Bagolyvár; - Casa Galbenă construită în 1606, modificată în sec. al XIX-lea; - Conacul Kövesdi construit în 1820
Harale	Haraly	Sat	- Biserică romano-catolică construită în secolul al XV-lea și lărgită în anul 1796 în stil baroc. În 1865 biserica a fost renovată, iar în 1978 a fost descoperită o frescă.
Hătuica	Hatolyka	Sat	- Biserica romano-catolică construită în stilul gotic și baroc.
Herculian	Magyarhermány	Sat	Biserică reformată din sec. al XV-lea, reconstruită în anul 1776.
Hetea	Hete	Sat	-
Hilib	Hilib	Sat	-
Iarăș	Nyáraspatak	Sat	-
Icafalău	Ikafalva	Sat	-
Ilienii	Illyefalva	Comună	- Biserica reformată-calvină. Biserica și fortificația interioară sunt din secolul al XVI-lea iar fortificațiile exterioare sub formă pentagonală, din secolul al XVII-lea; - Conacul Séra; - Conacul Bornemissza; - Casa Bakó; - Biserica Catolică 1868; - Centrul Tineretului Creștin; - Casă Memorială Mikszáth Kálmán; - Casa Bakó construită în 1794; - Statuia lui Mikszáth și Jókai.
Imeni	Imecsfalva	Sat	-
Lădăuți	Ladóc	Sat	-

Lemnia	Lemhény	Comună	- Biserica romano-catolică „Sf. Mihail” construită în anul 1510; - Biserica Nepomuki Szent János, datând din anul 1764; - Cetatea Haiducilor; - Rezervație naturală Mlaștina „Veresvízi”.
Leț	Lécfalva	Sat	- Biserică reformată
Lisnău	Lisznyó	Sat	- Biserică reformată din sec. al XIV-lea reconstruită în sec. al XV-lea, în stilul gotic și restaurată în 1913; - Biserica ortodoxă construită în anul 1813; - Unități de baie sulfuroase.
Lisnău-Vale	Lisznyópatak	Sat	- Băi termale, sulfuroase; - Traseu turistic de la sat până la Întorsura Buzăului
Lunca Mărcușului	Bélmező	Sat	-
Lunca Ozunului	Vesszőstelep	Sat	-
Lunga	Nyújtód	Sat	Biserică fortificată din sec. al XV-lea
Lutoasa	Csomortán	Sat	- Ruinele cetății Lutoasa ; - Biserica romano-catolică.
Măgheruș	Sepsimagyarós	Sat	-
Malnaș	Málnás	Comună	Izvor de apă minerală- alcalină, Siculia
Malnaș-Băi	Málnásfürdő	Sat	- Vizitatorii pot admira la Malnaș impresionante monumente de cult: Biserica catolică din secolul al XIX-lea, Biserica ortodoxă „Nașterea Maicii Domnului” (în altar se află o icoană cu foiță de aur și argint reprezentând-o pe Maica Domnului îndurerată. Icoana a fost adusă de la Muntele Athos de un creștin din Rusia, după ce a fost salvată de sub dărâmurile unei mănăstiri bombardate) și Biserica reformată; - Turiștii interesați de drumeții au posibilitatea de a alege mai multe trasee marcate pentru a ajunge în Munții Bodoc și Baraolt; - În stațiune se mai pot vizita izvoarele Mioara și Ileana și fostele băi terapeutice.
Mărcuș	Márkos	Sat	-
Mărcușa	Kézdimárko-sfalva	Sat	- Aici s-a născut Miklós Barabás (1810-1898) – pictor maghiar, reprezentant important al stilului biedermeier, autor a numeroase lucrări de artă. A pictat la Cluj, București, Viena, Veneția, Budapesta.

Mărtănuș	Kézdimartonos	Sat	- Monumentul Eroilor Români din Primul și ce de-al Doilea Război Mondial. Crucea memorială a fost ridicată în memoria ostașilor români căzuți în cele Două Războaie Mondiale, fiind amplasată în curtea Bisericii ortodoxe.
Mărtineni	Kézdimarton-falva	Sat	- Biserică reformată din sec. al XV-lea; - Conacul Bogdán construit în 1820.
Mereni	Kézdialmás	Comună	- Biserica romano-catolică, Parohie; - Lunca Mereni; - Cetatea Mereni; - Tradiții zonale.
Merisor	Almás	Sat	-
Micfalău	MikóújSat	Comună	- Biserică romano-catolică construită între anii 1826 și 1832; - Biserică greco-catolică – azi se țin în ea slujbe ortodoxe; - Biserică reformată.
Micloșoara	Miklósvár	Sat	- Castelul Kálnoky, din sec. al XVI-lea, construit în stilul renascentist
Moacșa	Maksa	Comună	- Dealul Pivnițele Mari – zonă turistică
Oituz	Ojtoz	Sat	- Vama veche; - Cascada Oituz; - Cetatea Rákóczi; - Bustul lui Mihai Viteazul – opera sculptorului Teodor Zamfirescu.
Ojdula	Ozsdola	Comună	- Biserica romano-catolică; - Peștera Kőlik (Peștera Orbán Balázs); - Piatra Uriășă; - Lunca Mlăștinoasă – cu specii de flori rare.
Olteni	Oltzem	Sat	- Castrul Roman; - Biserica reformată; - Castelul Mikó.
Ozun	Uzon	Comună	- Biserica reformată (secolul al XVII-lea); - Castelul Béldy-Mikes (1755); - Conacul Pünkösti (1810); - Conacul Temesvári (secolul al XIX-lea); - Conacul Ujvárosy-Agoston (1810 – 1825); - Fosta Cazarmă a Husarilor (secolul al XVIII-lea); - Conacul Gidófalvi; - Casa Dankó (1835); - Casa Györbíró (1838); - Casa Tarcsi (1826).

OzUCA-Băi	Uzonkafürdő	Sat	-
Pachia	Páké	Sat	-
Pădureni	Sepsibesenyő	Sat	- Biserică romano-catolică; - Conacul Babos construit în anul 1825; - Lacul Pădureni; - Izvor de apă sulfuroasă.
Păpăuți	Papolc	Sat	- Biserică reformată construită în anul 1895; - Biserică ortodoxă construită în 1814.
Peteni	Székelypetőfalva	Sat	-
Petriceni	Kézdikővár	Sat	-
Poian	Kézdiszentkereszt	Comună	- Biserica ortodoxă; - Biserica Poian; - Apă minerală Poian.
Racoșul de Sus	Felsőrákos	Sat	- La începutul lunii august 2008, într-o mină de lignit din această comună a fost descoperit întâmplător scheletul unui mastodont Borsoni. Oasele au o vechime de 2,5–3 milioane de ani, fiind unic în România și cel mai bine conservat din Europa; - Ruine ale diferitelor cetăți; - Biserica unitariană reconstruită în 1795 în stil baroc ; - Renumit pentru apele minerale.
Reci	Réty	Comună	- Biserica reformată din secolul al XIII-lea; - Castrul Roman de la Comolău; - Moara țărănească din secolul al XIX-lea; - Rezervația naturală Mestecănișul de la Rec (48,2 ha).
Saciova	Szacsva	Sat	-
Sărămaș	Szaramás	Sat	-
Sâncraiu	Sepsiszentkirály	Sat	- Biserica unitariană din sec. al XV-lea; - Biserica reformată construită în 1761; - Pod de piatră boltită construit în 1860.
Sântionlunca	Szentivánlaborfalva	Sat	- Biserica romano-catolică „Sf. Ioan Botezătorul” (1774); - Capela Szent-Iványi (sec. al XVIII-lea); - Biserica unitariană construită în anul 1862; - Biserică ortodoxă; - Conacul Apor.

Sânzieni	Kézdiszentlélek	Comună	- Biserica romano-catolică construită în anul 1401 și fortificată în sec. XV-XVI; - Capela „Sf. Ștefan” (cu turn-clopotniță) construită în secolul al XII-lea; - Reședința Könczey-Páll construită în 1608; - Reședința Tamás construită în 1812.
Scrădoasa	Tálpatak	Sat	-
Sita Buzăului	Szitabodza	Comună	- Biserica ortodoxă construită în 1861; - Capela „Sf. Margit” construită de Contele Mikes Benedek în anul 1856; - Monumentul Eroilor Români din Primul și cel de-al Doilea Război Mondial. Monumentul este de tipul troiță și a fost dezvelit în anul 1981, în memoria eroilor români jertfiți în anii 1914-1918 și 1940-1944. Troița este amplasată în centrul satului Sita Buzăului, fiind realizată din lemn, fără să aibă gard împrejmuitor.
Surcea	Szörcse	Sat	-
Tălișoara	Olasztelek	Sat	Castelul Daniel construit în 1609
Tamașfalău	Székelytamásfalva	Sat	Castelul Thúry-Bányai
Telechia	Orbajtelek	Sat	Castelul Horváth construit în sec. al XVIII-lea, stil baroc
Țufalău	Cófalva	Sat	Conacul Veress construit în 1794
Turia	Torja	Comună	- Biserica reformată fortificată (sec. al XVI-lea); - Cetatea Balványos; - Castelul Apor; - Tinovul Buffalo (mlaștină oligotrofă); - Grota sulfuroasă.
Vâlcele	Előpatak	Sat	- Biserica ortodoxă, construcție din 1844; - Casa parohială, secolul al XIX-lea; - Bustul lui Nicolae Bălcescu, istoric și revoluționar român; - Bustul lui Avram Iancu, intelectual transilvănean, conducătorul Țării Moților din 1849; - Troița Eroilor căzuți în cel de-al Doilea Război Mondial; - Rezervația naturală Ciucaș-Vițel; - Izvoare de apă minerală.

Valea Crișului	Sepsikörös-patak	Comună	- Biserica reformată construită în anul 1820; - Biserica unitariană; - Castelul Kálnoky; - Școala „Kálnoky Ludmilla” construită în anul 1891.
Valea Dobârlăului	Dobollópatak	Sat	-
Valea Mare	Nagypatak	Comună	- În centrul comunei se ridică o biserică ortodoxă construită în anul 1793. Aceasta poartă hramul „Arhanghelilor Mihail și Gavril” fiind totodată un important obiectiv turistic datorită stilului său arhitectonic deosebit de frumos. Interiorul bisericii este decorat cu icoane din secolul al XIX-lea. Mai veche chiar decât construcția este un clopot amplasat în clopotniță care datează din 1763; - Monumentul Eroilor Români din Primul Război Mondial. Crucea comemorativă din piatră este amplasată în curtea bisericii ortodoxe din satul Valea Mare, fiind înălțată în anul 1934, în memoria eroilor căzuți în Primul Război Mondial, de către societatea A.S.T.R.A. din localitate. Monumentul este împrejmuțat cu un gard de lemn și cuprinde un postament dreptunghiular, deasupra căruia este un soclu, înalt de 1 m, peste care se ridică o cruce treflată. Pe fațada monumentului este amplasată o placă pe care sunt înscrise numele a 28 eroi români; - Mănăstirea „Sfântul Ioan Botezătorul” din Valea Mare.
Valea Mică	Kispatak	Sat	-
Valea Scurtă	Kurtapatak	Sat	- Rezervația „Ezeréves erdő Lassúági”; - Capela în cinstea lui Szent Péter és Pál ; - Mănăstirea franciscană; - Biserică medievală.
Valea Seacă	Kézdiszáráz-patak	Sat	-
Valea Zălanului	Zalánpatak	Sat	- Prințul Charles a cumpărat aici trei clădiri vechi de peste o sută de ani, pe care le-a renovat și le-a transformat în reședință temporară.
Vârghiș	Vargyas	Comună	- Biserica ortodoxă cu Hramul „Sf. Arhangheli Mihail și Gavril” construită din lemn (în anul 1807) cu turnul în formă de navă și altar poligonal; - Biserica reformată; - Biserica unitariană; - Castelul Daniel și parcul dendrologic; - Cheile Vârghișului.

Zăbala	Zabola	Comună	- Biserica reformată fortificată din sec. al XIV-lea, reconstruită în sec. al XVI-lea ; - Biserica romano-catolică construită în anul 1869; - Castelul Mikes din sec. XV-XIX; - Muzeul Etnografic Ceangăiesc, care funcționează ca unitate externă a Muzeului Național Secuiesc, din Sfântu Gheorghe, expune o colecție de artă populară a maghiarilor din Moldova și despre viața cotidiană a comunităților de ceangăi. Sunt prezentate porturi populare, produse meșteșugărești și interioare tradiționale mobilate caracteristic comunităților din satele de ceangăi; - Biserica ortodoxă din lemn „Adormirea Maicii Domnului” (din anul 1828).
Zăbrătau	Zabrató	Sat	-
Zagon	Zágon	Comună	- Biserica ortodoxă cu hramul „Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril” construită în anul 1814; - Monumentul Eroilor; - Conacul Mikes Kelemen; - Excursii în împrejurimile montane, foarte pitorești; - Monumentul Eroilor Români din Primul și cel de-al Doilea Război Mondial. Obeliscul este amplasat în fața Bisericii ortodoxe, fiind ridicat în memoria eroilor români din cele Două Războaie Mondiale.
Zălan	Zalán	Sat	- Renumita pălinca de prune; - Biserica reformată construită în 1319, restaurată recent, în 2010; - Castelul Séra; - Izvor de ape minerale; - Parcul Elisabeta.
Zoltan	Étfalvazoltán	Sat	- Biserica reformată-calvină din sat, datată din secolul al XVIII-lea, este declarată monument istoric.

Sursă: siteurile primăriilor județului Covasna și a Consiliului Județean Covasna



#### 4.4.4 Tendințe ale ofertei turistice în județul Covasna

##### Atracții și resurse

Valoarea unui areal este influențată de imaginea acestuia, iar imaginea este determinată de impresia oamenilor care intră în contact cu ea. Resursele existente ale regiunii determină gradul de vizitare a arealului. Tot resursele existente sunt cele care definesc atracțiile. Aceste resurse sunt identificate atât în cadrul natural, cât și în cel antropic. Județul are un potențial turistic valoros, datorită peisajului său pitoresc, izvoarelor de ape minerale, mofetelor, dar și prin existența monumentelor istorice și culturale de artă și de arhitectură.

În județul Covasna atracțiile sunt definite de totalitatea acelor servicii turistice și de alimentație publică cât și a resurselor existente care atrag turiștii în această regiune pentru a beneficia de ofertele locale.

Atracțiile bazate pe resurse se pot califica după origine în două categorii: resurse naturale și resurse antropice.

##### Resurse naturale

Diversitatea formelor naturale devine atracție turistică, și astfel intră în circuitul economic a cadrului natural prin activitatea turistică. Vizitatorii zonei doresc să admire peisajul nemodificat de către om sau cu modificări neesențiale din partea omului. Numai pentru ca unele resurse naturale să fie admirabile și abordabile (munți, chei, rezervații, peșteri), omul a trebuit să intervină și să construiască infrastructura turistică potrivită respectivei zone naturale (căi de acces, puncte de odihnă etc.).

Categoriile de resurse naturale importante ale activităților turistice sunt: relieful, hidrografia, biodiversitatea (vegetația și fauna) și climatul.

##### Relieful

Relieful face parte din atracțiile peisagistice, fiind cea mai bogată și admirabilă resursă naturală. Totuși, trebuie menționat că cele patru mari categorii de resurse naturale se susțin reciproc iar

atractivitatea reliefului este îmbogățită prin aportul acestora. Județul Covasna beneficiază de forme complexe ale reliefului, precum: abrupturi, pasuri, chei, defileuri, cascade, văi, peșteri etc.

Teritoriul județului include în limitele sale o unitate geomorfologică foarte complexă, cu pronunțate diferențe de altitudine și masivitate, determinate de mișcările tectonice, distingându-se în două zone conturate, zona muntoasă și cea depresionară.

Munții ocupă peste 50% din suprafața județului și au vârfurile teșite fiind acoperite în mare parte de păduri. Relieful este format din trei unități majore:

1. O zonă exterioară muntoasă mai înaltă, cu altitudini de peste 1.600 m: M-ții Nemira (în partea nord-vestică a județului), M-ții Vrancei (aparțin județului Covasna numai prin nivelul de la cea mai mare altitudine, prin vârfurile cu înălțimi de peste 1.500 m), M-ții Întorsurii.
2. În partea centrală se află o zonă depresionară formată din Depresiunea Sfântu Gheorghe, delimitată de M-ții Baraolt, Bodoc și Culmile Tărlungului, ce se extinde pe o lungime de aproximativ 30 km și Depresiunea Târgu Secuiesc, delimitată din nord-vest și din nord de M-ții Bodocului și M-ții Nemirei, din sud-est de M-ții Brețcului și M-ții Întorsurii iar în sud-vest de culoarul piemontan de la Reci.
3. Spre nord și vest se află o zonă montană cu altitudini mai reduse ce rareori depășesc 1.200 m: M-ții Baraolt (situați în partea de vest a județului, pe direcția nord-vest) și M-ții Bodoc (se află în partea nord-centru a județului, întinzându-se între Angheluș și Tușnad pe o lungime de 30 km).

Altitudinea minimă este de 468 m pe baza de eroziune a pârâului Baraolt la Augustin, iar altitudinea maximă 1.777 m, Vârful Lăcăuți (Lakóca) din M-ții Vrancei.

Din punct de vedere petrografic, întreaga catenă muntoasă, cu excepția M-ților Buzăului, este construită din rocile caracteristice flișului extern al Carpaților Orientali, reprezentate prin gresia de Siriu, stratele de Zagon, șisturile negre și gresia de Tarcău mai la est.

Mai în detaliu, relieful județului Covasna se compune din următoarele subunități muntoase:

- M-ții Harghita ce se întind în partea de N-V a județului, având altitudini cuprinse între 520-1.558 m, suprafața de cca 34.000 ha, doar 9% din suprafața județului. M-ții Harghita are pe teritoriul județului Covasna următoarele subdiviziuni:
  - etajul conurilor vulcanice Ciomadu, Cuci, Murgu și Pilișca;
  - etajul platoului vulcanic, depresiunea Ozunca-Bixad;
- M-ții Nemirei situați în N-E județului, cu o altitudine medie cuprinsă între 600-1.640 m, suprafața de 27.600 ha, 7% din suprafața județului. Acest munte înglobează versanții din depresiunea Târgu Secuiesc, Cărpineni și Apa Roșie.
- M-ții Bodoc aflați aproape în partea centrală a județului, ce au altitudini cuprinse între 600-1.240 m, cu suprafața de 40.500 ha, 11% din suprafața județului.
- M-ții Baraolt ce se întind în partea de V a județului, având altitudine medie situată între 490-1.019 m și suprafața de 44.000 ha, reprezentând 12% din suprafața județului. Ca urmare a mișcărilor tectonice cuprind următoarele subunități:
  - subunități muntoase: Ariușd, Dealul Fagului, Hatod, Șugaș;
  - subunități depresionare cu altitudine medie de 608 m: culoarul depresionar Bățani, Belin Vale, Iarăș, Debren și Vâlcele;
  - subunități depresionare de eroziune cu o altitudine medie de 670 m: Hetea și Valea Zălanului.
- M-ții Vărghișului aflați în partea de V a județului, cu altitudini cuprinse între 470-893 m și suprafața de 7.180 ha, 2% din suprafața județului. Relieful este alcătuit din roci dure, din calcare și magmatite mezozoice.
- M-ții Vrancei se situează în partea de E a județului, cu o altitudine medie între 600-1.777 m și suprafața de 40.350 ha, 11% din totalul teritoriu al județului. Din această unitate muntoasă fac parte M-ții Brețcu, Lăcăuț-Goru, Lepsei și Cașinului.
- M-ții Buzăului se întind în partea de S a județului, cu o altitudine medie cuprinsă între 550-1.411 și având suprafața de 70.750 ha, 19% din suprafața județului. Din această unitate muntoasă, pe teritoriul județului Covasna se situează următorii munți: M-ții Întorsura (cuprinzând: Depresiunea Întorsura Buzăului, Depresiunea Cireș-Dărnău și Depresiunea Comandău), M-ții Tătaru, M-ții Podu Calului și M-ții Penteleu.

### Subunități depresionare:

- Depresiunea Brașov se află în cea mai mare pondere pe teritoriul județului Covasna, ocupând 29% din suprafața județului, având o altitudine medie cuprinsă între 470-670 m. În cadrul depresiunii se află șesul Chichișului și Brateșului;
- Depresiunea Baraolt;
- Depresiunea Bârsei;
- Depresiunea Sfântu Gheorghe (alcătuită din Câmpul Frumos și Câmpul Ilienilor);
- Depresiunea Târgu Secuiesc dominată de șesurile Brateșului și Estelnicului și de câmpurile de terase lacustre din dreapta râului Negru.

Prin delimitarea fizico-geografică a teritoriului județului Covasna, putem vedea cum se desprind principalele zone turistice, fiecare cu un patrimoniu turistic specific și valoros. Următoarele atracții turistice naturale sunt bazate și conturate în contextul și sub influența localnicilor. După cum se poate observa cele mai valoroase zone sunt cele montane, care în general adăpostesc și stațiunile balneoclimaterice din județ. Aici putem aminti masivele muntoase ale munților Baraolt, Bodoc, Nemira și Întorsura Buzăului.

M-ții Baraolt oferă vizitatorilor o amplă rețea de poteci turistice marcate, un peisaj de neuitat, cu zone bogate în ape carbogazoase și sulfuroase și stațiuni balneoclimaterice: Băile Malnaș, Ozunca, Vâlcele, Șugaș și Biborțeni. În M-ții Bodoc, datorită specificului reliefului sunt prezente destinații turistice importante, precum Balványos și Lacul Sf. Ana, unde se găsesc gaze mofetice și tezaure hidrominerale. Valoarea reprezentată de zona Munților Nemira și Brețcului este datorată zonei Șandru, cu vârful Șandru Mare (1.640m), care deține un bogat fond vânătoresc fiind în același timp și o atracție turistică prin trecătoarea Oituz cu nodul turistic Covasna-Comandău.

După prezentarea zonei muntoase a județului, trebuie menționate și cele câteva dealuri cunoscute și preferate de către vizitatori și localnici.



Dealul Perkő situat la poalele muntelui Repat este unul dintre cele mai frecventate locuri de către turiști. În această zonă sunt multe trasee montane (turistice) marcate, iar peisajul oferă vizitatorilor o experiență naturală de neuitat.

Lângă comuna Moacșa se află zona turistică-peisagistică și memorială, denumită Dealul Pivnițele Mari (în maghiară „Óriáspince-tető”) care oferă o priveliște unică și excepțională valorificată prin turism. Totodată, este locul memorial al maghiarilor din Ținuturile Trei Scaune și un loc de pelerinaj. Programele organizate aici atrag anual zeci de mii de vizitatori (Galopiada Secuiască). Locul reprezintă destinația îndrăgită a localnicilor și turiștilor care vor să viziteze locurile memoriale, dar și pentru cei care doresc să admire splendoarea panoramei unice de pe deal.

Valea Zânelor și împrejurimile sunt obiective turistice de o rară frumusețe, devenind astfel o destinație turistică frecvent vizitată de către localnici și turiști, datorită peisajului unic. Zona aparține din punct de vedere administrativ-teritorial orașului Covasna. Călătoria pe calea ferată îngustă care funcționează pe timpul verii poate oferi o experiență deosebită. Acest loc este preferat atât pentru turismul activ, cât și pentru turismul balnear destinat regenerării și relaxării.

Piatra Niergeș (în maghiară „Nyergestető”), cu un peisaj de neuitat, este un alt loc memorial al maghiarilor care merită vizitat. Acesta este situat în județul Harghita și leagă ținutul Trei Scaune de Scaunul Ciucului prin trecere dintre M-ții Ciucului și M-ții Puturosu (Torjai Búdöshegy).

Pe lângă toate aceste elemente ale reliefului, peșterile reprezintă ca potențial turistic una dintre cele mai spectaculoase resurse de atracție, fascinând vizitatorii regiunii. Chiar dacă numărul lor nu este nesemnificativ, printre ele mai cunoscute fiind Peștera Sulfuroasă (Puturosu, M-ții Puturosu, Turia), Peștera Vărghiș (M-ții Persani, limita sudică a județului Harghita cu județul Covasna), Peștera Kincses (Bățanii Mari) turiștii nu regretă că le-au trecut pe traseul lor :

- Peștera Puturosu este de fapt galeria unei foste mine de sulf unde există cea mai mare mofetă naturală, sulfuroasă. Peștera se află pe versantul de sud-vest al M-ților Puturosu, la o altitudine de 1.052 m. Prin gura grotei iese la suprafață o cantitate imensă de gaz mofetic, debitul său este de 3.000 m<sup>3</sup>/zi, fiind cea mai eficace mofetă uscată din Europa. Gazul mofetic conține hidrogen sulfurat respectiv dioxid de sulf, care la contactul cu condițiile atmosferice precipită sulf pur pe pereții

grotei. După indicatorii terapeutici, terapia (tratamentul) sulfuroasă are efecte benefice asupra organismului. Grota se poate vizita urmărind marcajul din Băile Balványos.

- Peștera Vărghiș este de fapt alcătuită din mai multe peșteri în cheile Vărghișului, reprezentând o arie protejată de interes național situată pe teritoriul județelor Covasna și Harghita. Aria protejată reprezintă un sector de îngustare realizat în calcare jurasice de râul Vărghiș, cu fenomene exocarstice și endocarstice. Cea mai cunoscută peșteră este Peștera Orbán Balázs.
- Numele de Peștera Kincses se datorează strălucirii piritelor din gresie aflate în aria peșterii.

Potențialul turistic al văilor și defileurilor este dat de către turiștii care frecventează aceste resurse naturale atractive. În zonele muntoase trecerea apelor prin diferitele roci cu duritate diferențiată au determinat forma și aspectul peisajului actual. Aceste mișcări ale apelor au dus la formarea unor tronsoane variate, prezentând sectoare înguste de chei și defileuri.

Cheile sunt sectoarele de văi înguste, cu lungimi variabile și puternic adâncite. Cheile Vărghișului sunt cele mai impresionante și ele se întind pe o suprafață de 800 de hectare. Aici găsim trasee pentru alpinism care atrag practicanții ai acestui sport de peste tot din țară și din străinătate dar și turiști interesați de turismul activ.

### **Hidrografia**

Componentele rețelei hidrografice au un rol foarte important în diversitatea ofertei turistice din județul Covasna. Fiind o zonă predominant muntoasă și depresionară este foarte bogată în izvoare și resurse de ape, fapt care sporește atractivitatea zonei.

Varietatea tipurilor hidrografice precum apele superficiale și subterane ne ajută în definirea unor tipuri și forme de turism specifice județului Covasna. Resursele hidrominerale au efecte balneare, rețeaua hidrografică are un mare impact peisagistic, iar suprafețele lacustre în funcție de geneză și caracteristici pot avea valoare balneo-turistică sau de agrement.

## Rețeaua hidrografică

Județul Covasna dispune de o rețea hidrografică relativ bogată în ceea ce privește numărul cursurilor de apă. Râul Olt este principala arteră hidrografică, de pe teritoriul județului, având o lungime de aproximativ 150 km și el colectând majoritatea cursurilor din această zonă. Afluentul cel mai important al Oltului este Râul Negru, care străbate partea estică a județului și izvorăște din versantul sudic al M-ților Șandru Mare. Partea sudică și de sud-est a județului este traversată de râul Buzău cu afluenții Bâsca Mare și Bâsca Mică.

Cascadele reprezintă niște formațiuni naturale, spectaculoase, ale rețelei hidrografice și ale reliefului. Cascadele, prin frumusețea lor, creează un peisaj inedit și pitoresc pe cursul unor râuri crescând atractivitatea turistică a acestora și devenind o atracție turistică în cadrul regiunii unde se situează. Cascada este o cădere de apă, sub un unghi de peste 45°, situată în general pe traseul unei ape curgătoare. Acest fenomen este recunoscut prin următoarele caracteristici: 1. în decursul căderii se produce ceață (amestec de apă pulverizată și aer); 2. are un vuiet caracteristic produs de căderea apei; 3. regiunea are un microclimat specific determinat de cascadă. Intensitatea acestor fenomene este determinată de înălțimea, gradul de cădere și debitul cascadei.

Cele mai impresionante cascade din aria județului Covasna sunt reprezentate de Cascada Oituz și Cascada Urlătoare. Este necesar de menționat că în rezervația Vârghișului traversarea râului Vârghiș a produs multe cascade prețioase și care merită a fi văzute.

## Resurse hidro-minerale și potențialul lor turistic

Județul Covasna deține unul dintre cele mai mari, mai bogate și valoroase zăcăminte de apă minerală din țară, dar și din Europa, care a favorizat apariția multor stațiuni balneare, balneoclimaterice. Dintre varietatea apelor minerale în regiune, există niște tipuri hidrochimice de bază: carbonatate, bicarbonatate-carbogazoase, feruginoase, sulfuroase etc. În județ sunt mii de izvoare de apă minerală, unele devenite branduri, altele cunoscute doar de către localnici, care le folosesc ca leacuri

pentru diverse boli. În unele localități aproape nu se găsesc fântâni cu apă dulce, doar cu apă minerală, fiecare având alt conținut, alt gust și alte proprietăți curative.

Pe teritoriul județului izvoarele de ape minerale sunt înșiruite de-a lungul a două linii orientate pe direcția nord-sud, pe versantul vestic al M-ților Bodoc, unde găsim izvoarele de la Băile Șugaș, Bodoc, Arcuș, Balványos, Micfalău și Malnaș-Băi cu ape carbogazoase, bicarbonate, potasice, calcice, magnezice, cloruro-sodice etc.

Valorificarea acestora s-a realizat doar într-o mică măsură față de potențialul de exploatare a resurselor. Apele minerale valorificate prin îmbutelieri pentru apă de masă sunt la Biborțeni, Bodoc, Malnaș-Băi, Covasna și Vâlcele. Apele minerale valorificate în scopuri terapeutice în stațiuni balneo-turistice de importanță locală sau chiar națională sunt la Băile Balványos, Belin, Covasna, Hătuica, Malnaș-Băi, Olteni, Șugaș-Băi și Vâlcele. În localitățile enumerate de mai sus se regăsesc atât băi calde cât și reci.

Pentru a revitaliza turismul balnear din județul Covasna, liderii locali al localităților menționate mai sus au implementat un proiect din fonduri Europene, numit „Drumul Apelor Minerale” în anul 2006. Cu ajutorul acestui proiect au fost reabilite 8 stațiuni din județ, care sunt renumite pentru izvoarele naturale de apă minerală. Scopul proiectului era crearea unei infrastructuri puternice de turism balnear. Aceasta presupunea amenajarea clădirilor de băi, pavilioane de ape minerale și reamenajarea izvoarelor naturale din localitate.

În aceste stațiuni apele minerale sunt folosite cu scopuri de tratament prin indicațiile terapeutice. Această apă minerală se poate folosi în cura internă pentru ameliorarea simptomelor bolilor aparatului digestiv. Băile cu ape sulfuroase sunt indicate în traterea simptomelor reumatismului articular și abarticular, în afecțiuni ale sistemului nervos periferic, în tulburări ale circulației periferice, cât și în afecțiuni dermatologice.

Trebuie neapărat menționată stațiunea Covasna ca fiind cunoscută pentru apele minerale și metoda de tratament, deoarece aici funcționează unul dintre cele mai mari centre de boli cardiovasculare, la nivel național, în cadrul căruia zilnic se fac 450-500 de tratamente în mofetă. Majoritatea

vizitatorilor în oraș sunt turiștii veniți la tratament balnear și odihnă, tratamente acordate prin asigurările sociale de stat. Aceștia vin din toate regiunile, dar și din împrejurimile rurale ale Covasnei.

Metoda de tratament din Covasna îmbină factorii terapeutici naturali cu exercițiile fizice regulate, cu o alimentație dietetică (săracă în sare și grăsimi), facilitând astfel reducerea cantității de medicamente și îmbunătățirea calității vieții bolnavilor. Pentru cei care doresc să se vindece oferă o mare varietate de izvoare de ape minerale, cu compoziție chimică și proprietăți fizice diferite, băi calde și băi uscate cu gaz (mofete).

Mofeta este o emanație de gaz degajat prin crăpăturile scoarței terestre în fazele finale ale activității vulcanice, sau prin degazeificarea apelor minerale, care este captată, eventual înmagazinată într-un recipient tampon și distribuită printr-o modalitate specifică (construirea unui mofetariu) în scopul folosirii în cure terapeutice externe.

Aceste servicii cu metoda de tratament din Covasna sunt utilizate mai ales în tratamentul afecțiunilor cardiovasculare, afecțiunilor aparatului locomotor, tulburărilor metabolice și ale sistemului nervos. Totodată, în centrul orașului se află Balta Dracului, o groapă adâncă cu noroi și cu emanații carbogazoase-sulfuroase, ce a devenit simbolul orașului. Funcționează ca baie publică din anul 1881, ea fiind utilizată inițial pentru tratamentul reumatismului. Astfel a intrat orașul în rândul stațiunilor balneoclimaterice. În zilele noastre aceste gaze sunt acumulate în spații special amenajate, denumite mofete, utilizate pentru tratarea în primul rând a bolilor aparatului cardiovascular.

### Resursele suprafețelor lacustre

În județul Covasna suprafețele lacustre se împart în două mari categorii, în funcție de geneza lor. Astfel, diferențiem lacuri naturale și artificiale.

După suprafața lacustrelor artificiale cele mai importante sunt Lacul Pădureni și Lacul Reci. Ambele sunt lacuri artificiale și cunoscute mai ales în rândul pescarilor deoarece sunt bogate în varietatea de pește.

- Lacul Pădureni este cel mai mare lac de acumulare din județul Covasna. A fost creat în anii 1980, prin construirea unui dig pentru apele pâraielor din M-ții Bodoc. Peisajul este frumos, lacul fiind un loc favorit al pescarilor. Lacul și zona constituie un loc ideal pentru iubitorii naturii, oferind posibilități pentru drumeții, plajă, plimbare cu barca.
- Lacul Reci aparține rezervației naturale a Mestecănișul de la Reci. Lacul este unul dintre cele mai mari lacuri artificiale ale județului. Locul este ideal pentru pescuit și apreciat de pescarii care vin aici pentru a participa la concursuri sau doar pentru a se relaxa. Principalele specii de pești pe care le oferă lacul sunt carasul, roșioara și crapul. Totodată, locul este ideal și pentru iubitorii de caiac-canoe, dar și pentru excursii cu cortul.

După cum vedem pescuitul are o tradiție, iar în împrejurimile Covasnei pescarii găsesc locul ideal pentru a practica sportul/hobby-ul preferat. Locurile cele mai frecvent vizitate sunt: Lacul Chiuruș, Lacul de la Zăbala, Surcea, unde se poate prinde crap, știucă, caras, iar în pâraiele de la Ghelința și Comandău, păstrăv.

- Lacul Chiuruș se situează la ieșirea din Covasna spre localitatea Chiuruș și pescuitul poate fi practicat contra cost.
- Lacul de la Zăbala se află în proprietate privată, fiind bine îngrijit, populat cu crap, caras, știucă, plătică și somon.
- Lacul Surcea aparține Asociației de Vânătoare și de Pescuit din Județul Covasna, ca și Lacul Reci. Pescuitul este contra cost și se poate prinde crap și știucă.

Dintre lacurile naturale, cel mai important este Lacul Sfânta Ana, care este unicul lac vulcanic din țară, situat în M-ții Ciomatu Mare, la stânga de cursul Oltului, în apropierea localității Tușnad-Băi. Este singurul lac de origine vulcanică din sud-estul Europei, aflat pe fundul unui crater. Craterul geamăn este Tinovul Mohoș, care are o suprafață de 80 de hectare. Lacul Sf. Ana are o formă aproape circulară, având o lungime de 620 m și o lățime maximă de 460 m, suprafață de 19,50 ha și o adâncime medie de 4 m (adâncime maximă 7 m). În ultimii 150 de ani adâncimea lacului a scăzut la jumătate. Neavând izvoare lacul este alimentat numai din precipitații.

## Biodiversitatea

Învelișul biogeografic este format din faună și vegetație. Biodiversitatea este însă determinată de relieful, climatul, rețeaua hidrografică, poziționarea geografică (altitudine, latitudine), substratul geologic. Toate aceste elemente ale cadrului natural determină apariția în areal a varietății de vegetație și faună.

Flora cuprinde o mare varietate de:

- Arbori: arin, fag, gorun, mesteacăn, molid, salcie, stejar și răchită;
- Arbuști: alunul, murul;
- Ierburi și specii de flori: brândușa, brebeneii, coada șoricelului, cincii degete, firuța, lintița, papura, păiușul, pelinul, rogozul, săgeata apei.

Trebuie să menționăm că pe teritoriul județului Covasna există 17.000 ha de păduri, ceea ce asigură condiții excelente unei faune bogate și diverse.

Localnicii din „Ținutul Pădurilor”, zona Baraoltului, sunt foarte mândri de bogăția și frumusețea florei. În anul 2011 ulmul din Căpeni (Köpecsi Szil év fája, 2011) a primit premiul de „Arborele anului”.

Fauna este bogată și variată din cauza mulțimii biotopurilor din valea Oltului, râului Negru și a râului Buzău până pe vârfurile zonelor muntoase din județ. Se regăsesc specii de mamifere, reptile, păsări și amfibieni. Având o faună bogată de animale sălbatice prezente în pădurile din zona de deal și munte (lupi, urși, cerbi, căprioare, mistreți etc.) există un mare potențial turistic pentru vânătoare.

Parcul Elisabeta (Erzsébet) din comuna Zălan reprezintă o destinație turistică ce merită vizitată deoarece dispune de o mare varietate de păsări: Guguștiuc, Ciuf de pădure, Graur, Mierlă, Vânturel roșu, Codroș de munte, Cocoșar, Țiclean, Florinte, Coțofană și multe altele.

În comuna Zăbala se află castelul Mikes construit cândva în secolul al XV-lea și care este înconjurat de un arboret ce se întinde pe mai multe hectare. Arboretul este o grădină botanică foarte bogată în

speciile de arbori și arbuști. Specii de arbore mai rare care pot fi găsite în parc: brad uriaș originar din America de Nord (*Abies grandis*), brad canadian originar din America de Nord (*Tsuga canadensis*), molid sârbesc originar din Bosnia-Herțegovina (*Picea omorika*), nuca neagră frecventă în Statele Unite ale Americii (*Juglans nigra*) etc.

## Arii naturale protejate

Cu toate că deja am prezentat parțial niște elemente ale resursei naturale care sunt protejate prin lege, vom rezuma ariile naturale protejate cât și importanța lor în turismul actual.

### Rezervații naturale și parcuri dendrologice:

- Rezervație naturală Mlaștina „Veresvízi” Lemnia;
- Rezervația naturală Mestecănișul de la Reci (48,2 ha) – adăpostește unele specii rare de plante declarate monumente ale naturii;
- Rezervația naturală Ciucaș-Vițel, Vâlcele;
- Rezervația „Ezeréves erdő Lassúági”, Valea Scurtă;
- Rezervația naturală Cheile Vărghișului, Vărghiș. Cheile Vărghișului, având o lungime de 4 km, din care lungimea totală a peșterilor formate de pârâul cu același nume este de 7,5 km. Cea mai cunoscută și cea mai mare este Peștera Orbán Balázs, știută și sub numele de Peștera Merești.
- Parc geologic „Stâncile Ciocașului”, Ariușd, de interes național;
- Arboretul Beczássi, lângă conacul Beczássi, Dalnic.

## Resurse turistice antropice

Resursele antropice sunt creațiile omului de-a lungul timpului. Aceste creații majoritatea au fost inspirate și determinate de elementele cadrului natural. Omul a încercat manipularea spațiului și a cadrului natural, dar având în vedere și apărarea valorilor existente. Aceste manifestări de interes față de resursele și atracțiile antropice inițial erau așezăminte religioase sau creații de interes cul-

tural, ulterior apar evenimentele cultural-artistice, care creează o atmosferă plăcută și o experiență comunitară a spațiilor.

Creațiile omului sunt concretizate în elemente de cultură și istorie a civilizației și a artei, socio-demografice, care prin caracteristicile lor atrag atenția turiștilor. Valoarea acestor obiective antropice a crescut odată cu dezvoltarea culturii și a civilizației în timp și spațiu.

Atracțiile antropice au conotații complexe: unele obiective aparținând timpurilor istorice vechi au conotații simbolice, iar altele prezintă un impact emoțional. În județul Covasna această explicație devine și mai interesantă, deoarece îmbină culturile și tradițiile mai multor naționalități. Aceste diferențe culturale se regăsesc în realizările omenești, în varietatea caracteristicilor arhitecturale, artistice.

Totodată, potențialul turistic antropic joacă un rol foarte important deoarece ajută la menținerea valorilor și elementelor caracteristice ale unei națiuni, la păstrarea elementelor religioase, culturale, folclorice prin aportul activităților și monumentelor caracteristice populației spațiului respectiv.

Resursele turistice antropice sunt clasificate în următoarele categorii, în funcție de apariție și funcția deservită: obiective istorico-culturale (conace, casteluri, cetăți, obiective cultural-religioase), obiective culturale și de agrement (instituții de cultură, muzee, spații expoziționale), evenimente socio-culturale.

### **Obiective istorico-culturale**

Această categorie cuprinde creații omenești aparținând unei anumite epoci din istorie și sunt concentrate într-un loc determinat. Valoarea acestor obiective antropice este de natură simbolică, impresionantă și emoțională, care împreună creează o conștiință comună. Pe aceste valori culturale se bazează turismul ereditar, care subliniază ideea că acest ansamblu arheologic-istoric face parte din moștenirea culturală a naționalității locale și joacă un rol important în păstrarea tradițiilor și a identității naționale.

### **Obiective cultural-religioase**

Bisericile reprezintă în prezent, așa cum au reprezentat și în trecut, adevărate centre spirituale, în locurile în care au apărut așezările umane. Bisericile au și în prezent un important rol în coeziunea localnicilor și a vizitatorilor, fiind deschise pentru reîmprospătare sufletească cât și pentru vizitare.

În județul Covasna unul dintre cele mai valoroase lăcașe de cult este biserica romano-catolică din Ghelița. Aceasta a fost ridicată în onoarea Sfântului Emeric. Este un monument istoric-religios unicat datorită frescelor din ea, care au fost pictate cândva între sec. al XIV-lea și al XV-lea. Biserica a fost construită în secolul al XIII-lea și are amprente de stiluri romanice, gotice, renașteriste și baroc.

Județul este un important centru religios care contribuie la mărirea potențialului turistic prin valorile religioase. În județul Covasna sunt reprezentate religiile tradiționale precum cele protestante și cele neoprotestante, având importante lăcașuri de cult, valoroase și ca obiective turistice. În aria județului, predomină religia romano-catolică împreună cu cea reformată, care reprezintă două treimi din totalul religiilor prezente. Găsim într-o proporție mai mică religia ortodoxă, unitariană, greco-catolică și luterană.

Aceste religii au propriile ceremonii și biserici, moștenite din diferite vremuri istorice-culturale. Majoritatea acestor biserici sunt trecute ca monumente de istorie după Ministerul Culturii și Patrimoniului Național.

Foarte multe dintre aceste monumente religioase sunt biserici fortificate, înconjurată de sisteme de protecție compuse din bastioane și ziduri. Fortificațiile acestea au avut un rol important în protecția localnicilor, în vremea invaziilor turco-tătare din secolul al XVII-lea. Toate acestea aparțin monumentelor istorice de arhitectură din Evul Mediu.

Cele mai vizitate biserici de către turiștii interesați de viața spirituală și culturală sunt: Biserica romano-catolică din Ghelița, Bisericile reformate din Turia și Ilieni, Bisericile unitariene din Aita



Mare, Chichiș și Chilieni. Turiștii de etnie română preferă Mănăstirea „Ion Botezătorul”, Mănăstirea „Adormire Maicii Domnului”, și Mănăstirea „Schimbarea la Față”.

Pentru a mări oferta turistică religioasă și culturală, ar trebui ca toate bisericile să facă parte dintr-un pachet complementar și promoțional, pentru a beneficia de mai multă popularitate.

### **Obiective culturale și cu caracter strategic: casteluri, conace, cetăți, ruine**

În toată regiunea, în Ținutului Secuiesc au fost construite cele mai multe conace ale micii nobilimi. În unele așezări au fost construite un număr de peste zece conace (Bicfalău, Cernat). Cele peste 160 de conace și castele reprezintă perlele patrimoniului arhitectural din regiune.

Conacele sunt o componentă importantă a ofertei turistice antropice, chiar dacă acestea de multe ori și-au pierdut funcția lor inițială, aflându-se într-o stare degradată. Salvarea lor este posibilă prin reabilitarea și introducerea lor în circuitul turistic. În comuna Bicfalău există peste 40 de conace, dintre care unele funcționează ca pensiuni agroturistice. Cea mai mare clădire a regiunii Trei Scaune, se află la Tâmașfalău. Coniacul Thúry a fost construită în stil Empire, probabil în jurul anilor 1810-1820. În prezent funcționează drept casă de cultură pentru locuitorii din Tâmașfalău.

Conace renovate și reabilite în mod corespunzător cu vremurile trecute, în prezent funcționând ca pensiuni, sunt la: Bicfalău, Cernat, Ilieni, Micloșoara, Ozun, Zăbala etc.

Turismul generat de prezența acestor conace, cetăți și castele crește valoarea regiunii. Construcțiile reamintesc de imaginea vremurilor trecute și de valorile acelor epoci. În județul Covasna există un mare potențial în turismul-castel. Acest tip de turism este foarte popular pe piața națională, dar și pe internațională. Motivul popularității poate fi explicat prin factorul „prinț Charles”, fiindcă prințul Charles a cumpărat la Valea Zălanului trei clădiri vechi de peste o sută de ani, pe care le-a renovat și le-a transformat în reședință temporară.

În prezent, pe suprafața județului putem aminti un număr relativ mare de casteluri funcționabile, în comparație cu celelalte regiuni ale secuimii (în județul Harghita singurul castel funcțional este cel de la Lăzarea). Majoritatea acestor castele au revenit în mâinile proprietarilor de drept, ei au utilizând clădirile valoroase în scopuri turistice. În acest mod, castelurile reabilite au conservat valorile trecutului iar în prezent fiind deschise publicului interesat. Cele mai frecventate casteluri sunt: Castelul Daniel (Tălișoara), Castelul Kálnoky (Micloșoara), Castelul Mikes (Zăbala).

Castelul Daniel situat în localitatea Tălișoara a fost ridicat de către căpitanul-adjunct al Ținutului Trei Scaune, Daniel Mihály. A fost construit în anul 1621, în stil renașcentist târziu, asemănător cu clădirile nobilimii din Depresiunea Baraolt. Castelul a trecut prin colectivizare, atunci pierzându-și funcția și mobilierul și fiind folosit ca și depozit pentru cereale. În prezent castelul a fost renovat iar cu ajutorul noilor proprietari a intrat în funcțiune pentru turiștii interesați de luxul oferit al unui castel romantic.

Castelul Kálnoky a fost construit în 1500, inițial având destinația unui conac de vânătoare al familiei. Arhitectura construcției îmbină stilurile baroc, renașcentist târziu și neoclasice. Castelul a fost abandonat timp de 50 de ani, în prezent, castelul aflat în proprietatea lui Tibor Kálnoky (diplomat austro-ungar) este restaurat, devenind o locație turistică frecventată și apreciată de către turiștii străini. Cel mai important vizitator al castelului este prințul Charles al Marii Britanii. Originile familiei Kálnoky ajung până în perioada medievală obscură, devenind una dintre cele mai importante familii istorice ale Transilvaniei.

Castelul Mikes se situează pe 34 de hectare de pădure prețioasă. Castelul datează din secolul al XVI-lea și a fost retrocedat în urmă cu câțiva ani urmașilor contelui Gregor, Mikes și Alexander Roy Chowdhury. Ei l-au renovat și l-au transformat într-un hotel romantic, fiind foarte căutat de către turiștii din țară și din străinătate. Datorită frumuseții arhitecturale și a trecutului său glorios, castelul este foarte mediatizat. Pentru mult timp castelul a servit drept școală, dar a funcționat și ca spital.

După prezentarea castelurilor, trebuie amintite obiectivele cu caracter strategic, cetățile și ruinele acestora, care fac parte din trecut și au o importanță culturală, tradițională și turistică. Cele mai

frecventate cetăți din județul Covasna sunt: Cetatea Bálványos (Turia), Cetatea Rákóczi (Oituz), Cetatea Ika (Cernat), Cetatea Haiducilor (Lemnia) și Cetatea de la Mereni.

### **Obiective culturale și de agrement (instituții de cultură, muzee, spații expoziționale)**

Zona rurală a județului Covasna este relativ bogată în obiectele culturale și de agrement. Se poate constata că populația rurală are o viață activă, culturală, fapt dovedit prin nenumăratele instituții de cultură, muzee și spații expoziționale.

Fiecare comună este mai valoroasă având o casă memorială a unei persoane celebre care s-a născut sau a creat în locul respectiv. Persoane vestite din regiunea Ținutului Trei Scaune sunt: Benedek Elek (Bățanii Mici), Kőrösi Csoma Sándor (Chiuruș), Mikes Kelemen (Zăbala) etc.

Majoritatea satelor se mândresc cu reședințe de țară care sunt deschise vizitatorilor curioși, ce vor să cunoască viața secuimii cu tradițiile și meșteșugurile sale. Fiecare comună dispune de un cămin cultural, care oferă locul pentru evenimentele și manifestările culturale ale localnicilor.

În arealul rural al județului sunt două muzee foarte frecventate și recunoscute de către localnici și vizitatori. În aceste muzee, vizitatorii au posibilitatea să se familiarizeze cu obiecte legate de istoria locală și de istoria culturală a localității.

Muzeul Etnografic al Ceangăilor a fost fondat în 1974 de către dr. Pozsony Ferenc, profesor de etnografie la Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca. Colecția muzeului s-a extins încontinuu cu obiecte din diferite zone etnografice ale Ardealului și Moldovei. În anul 1993 s-a organizat deschiderea primei expoziții a muzeului, iar în 2003 s-a deschis prima expoziție permanentă despre viața și cultura tradițională a ceangăilor din Moldova.

Muzeul „Haszmann Pál”, situat în localitatea Cernat, a fost înființat în anul 1974 și are diverse expoziții, al căror material de bază provine din colecția privată a fondatorului. Conacul Domokos asigură spațiul expozițiilor. În fața clădirii, vizitatorii pot vedea o expoziție permanentă în aer liber cu porți secuiești de mărime monumentală, monumente funerare, case țărănești tradiționale și

unelte folosite în meșteșugurile vechi. În cadrul muzeului sunt organizate diferite tabere creative, cursuri de sculptură în lemn, de pictură de mobilier etc.

### **Evenimente socio-culturale**

Manifestările culturale, tradiționale dar și cultura însăși reprezintă o componentă importantă a atractivității regiunii. Majoritatea evenimentele și festivalurile din județul Covasna, mai ales cele din zonele rurale, sunt de factură locală sau regională (inițiative comune cu județele învecinate).

Multe dintre localitățile rurale ale județului au manifestări de tip târguri, zilele localității, obiceiuri populare, evenimente tematice sau evenimente religios-culturale care însoțesc o sărbătoare cu importanță locală.

Dintre obiceiurile populare care se bucură de cel mai mare interes putem menționa Pelerinajul Rusaliilor, Carnavalul, Balul strugurilor (obicei maghiar), Tăiatul porcului.

Festivaluri: Festivalul Apelor Minerale, Reuniuni de Dans Popular, Zilele de Muzică Renascentistă, Festivalul Fanfarelor de la Reci etc.

Cele mai importante manifestări ale orașelor din județul Covasna, care atrag participanți din toată regiunea, fiind evenimente de factură locală, regională și națională, sunt Zilele Sf. Gheorghe, Zilele Târgului Secuiesc (Őszi sokadalom), Zilele Covasnei, Székely Nemzeti Vágta (defilarea husarilor, curse de cai) pe dealul Pivnițele Mari, Întâlnirea celor câte mii de fete din Ținutul Secuiesc (Ezer székeley leány találkozó).

### **Inovații**

O resursă importantă pentru turismul rural din județul Covasna o reprezintă bunele practici prezente în județ, întreprinderi și proiecte care sunt inovatoare în contextul local, oferă servicii turistice de o calitate înaltă, diversă, complexă.



Exemplele de moduri inovative de a practica turismul sunt diverse. Cele mai importante caracteristici ale acestor întreprinderi inovatoare sunt dezvoltarea pas cu pas, în limita fondurilor disponibile, cu finanțări nerambursabile din diverse surse europene sau guvernamentale; asigurarea unei calități înalte în ceea ce privește serviciile oferite, respectiv dotarea și amenajarea unităților de cazare. Un mod inovativ de a oferi servicii turistice este identificarea și exploatarea unei nișe de piață, crearea unei oferte care este la mare căutare, dar care nu este disponibilă în regiune; folosirea produselor agro-alimentare din gospodăria sau din comunitatea locală; implicarea comunității locale prin servicii conexe turismului; restaurarea unor clădiri sau ansambluri istorice și punerea în valoare a acestora prin diverse activități oferite turiștilor; formarea forței de muncă în cadrul întreprinderii pentru a avea angajați profesionalizați; atragerea și menținerea forței de muncă rar întâlnită în regiune; administrarea și dezvoltarea sustenabilă și prietenoasă cu mediul a complexului turistic; diversificarea serviciilor turistice oferite pentru a atrage mai mulți turiști; valorificarea în noi moduri a culturii și a tradițiilor locale etc.

Fiecare dintre aceste moduri de inovare trebuie analizat în contextul mediului rural din Covasna, astfel fiind evidențiată valoarea acestor inovații ca resurse pentru turism, ca exemple de urmat pentru potențialii antreprenori din domeniu.

### **Evaluarea situației actuale: percepția comunităților despre resursele locale**

Din datele empirice colectate de către noi, în urma cercetării sociologice, am dorit să sintetizăm percepțiile populației rurale cu vârstă activă (15-65 de ani) despre factorii și condițiile sociale care sunt relevante în determinarea posibilităților și limitărilor în domeniul turismului. Am intenționat să cunoaștem, care sunt acele resurse, în opinia lor, ce pot fi folosite ca obiective turistice sau ca resurse comodificative.

Ținând cont de literatura turismului scrisă de către experți ai domeniului (precum: Sharpley, 1994; Meethan, 2011; Chambers, 2010), am precizat patru categorii a resurselor turistice cu mențiunea că nu credem că aceste tipologii sunt exhaustive. În prima parte sunt a. resursele externe care cuprind patrimoniul construit, obiective naturale (lacuri, munți), obiective culturale etc., urmate de b. active corporale și condiții de infrastructură, care sunt necesare pentru funcționarea reușită a turismu-

lui. Trebuie să menționăm c. categoria resurselor umane, care cuprinde toate acele competente și abilități, ce sunt esențiale celor care se ocupă de turism. Ne gândim aici la comunicare, cunoașterea unei limbi străine, comportament adecvat, empatie față de oaspeți etc. În ultima categorie a resurselor turistice vine d. cultura cu sensul antropologic, ca și comportamentul cotidian.

În prima parte a analizei, am dorit să descoperim care sunt condițiile în care populația rurală din județul Covasna s-ar angaja/ar iniția o afacere în domeniul turismului. Din perspectiva intrării pe piața turistică din cele 641 de răspunsuri posibile, am primit 451 de răspunsuri valide, acestea reprezentând 72 de procente. Majoritatea răspunsurilor cu 152 de mențiuni (33 %) se referă la resursele materiale, care sunt necesare pentru practicarea turismului. Printre mențiunile despre condițiile necesare găsim lipsa de timp, de sănătate sau de vârstă activă (4.6 %), calitatea slabă a infrastructurii (3.7%).

Din aceste date se conturează faptul că în mediul rural al județului Covasna lipsa resurselor materiale în cadrul populației cu vârstă activă este supraevaluată. Totodată, rezultă că în jurul localnicilor domină o pasivitate externă, așteptând ca altcineva să fie primul care începe să practice o afacere în turism.

Corespunzător răspunsurilor, putem concluda că pentru practicarea turismului, ca activitate în mediul rural, este necesară susținerea financiară, bune condiții infrastructurale, timpul necesar, sănătate și vârsta activă.

Resursele turistice, după percepțiile localnicilor din mediul rural al județului Covasna, sunt categorizate în următoarele astfel: resurse naturale și peisagistice, resurse antropice, evenimente și manifestări, produse locale și gastronomie.

### **Resursele naturale, ca obiective cu potențial turistic**

Răspunsurile primite reflectă varietatea resurselor naturale din județul Covasna. Cele 606 de răspunsuri valide (95%) arată că sunt menționate obiective turistice care au o importanță deosebită în cultura și tradiția locală. De cele mai multe mențiuni dispun următoarele resurse: unicul lac

vulcanic din Europa, Lacul Sfânta Ana, menționat de o sută de persoane (17%), urmat de păduri (10%), izvoare de ape minerale (5%) și stațiunea de agrement Băile Bálványos (4%). Sunt menționate multe locuri concrete, ceea ce este important din punctul de vedere al planificării strategiei și a marketingului, precum: Peștera Merești, Lacul Pădureni, lacul și rezervația de la Reci, Cheile Vârghiș, Valea Zânelor, Peștera Puturoasă și comuna Turia.

În concluzie, putem afirma că imaginea rurală a județului Covasna cu privire la resursele naturale este construită undeva între obiectivul natural, Lacul Sf. Ana și împrejurimile păduroase, și rețeaua apelor minerale în cadrul căreia găsim locuri de interes istoric, precum Băile Bálványos și Peștera Puturoasă din Turia.

### **Resursele antropice ca obiective cu potențial turistic**

În cazul resurselor antropice cele 559 de răspunsuri valide sugerează că atracțiile istorice și culturale variază pe o scară largă. O proporție mare a obiectivelor istorice pot fi identificate pe harta județeană. Prin categoriile consolidate, reiese că de cele mai multe ori au fost menționate bisericile (1.341, 24.3 %), urmate de casteluri și conace (9.2 %), cetăți (7.4 %) și muzee (2.3 %). În categoria cetăților cu cele mai multe mențiuni sunt: Cetatea Bálványos, Cetatea Ika, respectiv în categoria castelurilor și conacelor: Castelul Mikes, Daniel, Kálnoky. Sunt prezente casele memoriale Benedek Elek și Gábor Áron, statuia lui Dózsa György etc.

Resursele antropice enumerate demonstrează cel mai bine că aceste obiective turistice sunt reprezentări ale istoriei și identității colective a etniei maghiare. Imaginea județului din perspectiva resurselor antropice este marcată prin locurile memoriale ale personalităților istorice și culturale și prin moștenirea comunității.

### **Resurse potențiale - evenimente și manifestări comunitare**

Majoritatea respondenților din mediul rural al județului Covasna (85 %) au menționat o manifestare comunitară care atrage turiștii în regiune. Cele mai populare evenimente din regiune sunt balurile, zilele satelor, Székely Vágta (galopul husarilor) și Ciobănașul. În particular este surprin-

zătoare lipsa comemorării zilei de 15 Martie, fapt care poate fi explicat prin caracterul politic al evenimentului.

Imaginea județului Covasna cu privire la evenimentele cu potențial turistic, în opinia localnicilor, este caracterizată de prezența balurilor și târgurilor, la care se adaugă Galopul husarilor din Dealul Pivnițelor Mari, comuna Moacșa. În ceea ce-i privește pe localnicii de etnie română, Ciobănașul este evenimentul cel mai popular.

### **Resurse potențiale - produse locale**

Resursele enumerate sunt completate de produsele locale. Rata de răspuns și în acest caz este ridicată, 85 de procente cu 551 de mențiuni. De așteptat, cartoful a primit un rol strategic, urmat fiind de țuică, cozonacul secuiesc, diferite produse lactate, pâinea de casă. În clasament erau prezente și mierea, apa minerală, cârnații afumați. Fiecare produs enumerat este de casă.

La final, putem afirma că imaginea mediului rural a județului, în percepția populației locale, arată astfel în ceea ce privește caracteristicile produselor locale și ale gastronomiei: cartof-țuică-cozonac-lactate.

## 5 EVALUAREA ȘI SEGMENTAREA PIETEI TURISTICE

### 5.1 CARACTERIZAREA GENERALĂ A TURISMULUI ÎN JUDEȚUL COVASNA

Dacă luăm în considerare numărul unităților de cazare și capacitatea de cazare, turismul din mediul rural al județului Covasna este foarte dezvoltat. Se remarcă numărul ridicat al întreprinderilor turistice mici și medii, față de structurile hoteliere, care sunt slab reprezentate. Cu privire la volumul și fluxul turiștilor, chiar dacă după schimbarea de regim a produs scăderi în valori, în ultimii ani se conturează un trend de creștere.

Cadrul rural dispune de o bogăție de zăcăminte de ape minerale, care sunt utilizate cu scopuri terapeutice în stațiuni balneare și balneoclimaterice, precum Băile Bálványos, Vâlcele, Belin, Hătuica etc. Totodată, aria satelor și comunelor abundă de resurse naturale și antropice, care sunt foarte atrăgătoare pentru turiști. Județul Covasna având un relief variat, cu o floră și faună diversificată, este ideal pentru iubitorii de natură, dar și pentru cei care doresc să cunoască cultura, tradiția, istoria zonei respective. Situat în mijlocul țării, județul Covasna este o destinație pentru turiștii din Ungaria (cunoscători ai limbii, având aceleași tradiții și istorie comună), totodată fiind și o trecere către Valea Prahovei, prin care primește turiști din direcția capitalei și sudul țării. Cu ajutorul „efectului Charles”, mediul rural al județului a stârnit interesul turiștilor străini, în special al celor din Marea Britanie.

Problemele turismului din mediul rural al județului Covasna se iscă din cauza turismului sezonier, deoarece capacitatea de cazare este suprautilizată în extrasezon. O altă problemă pe termen lung este dependența relativă a turismului balnear dezvoltat în zona orașului Covasna de serviciile oferite de către stat pentru pensionari, deoarece actuala configurație nu încurajează deloc inovația. O soluție ar fi sprijinul pentru alte categorii, care sunt interesate să investească în infrastructura turistică specifică stațiilor de tratament.

O altă problemă este generată de asimetria în distribuția teritorială a destinațiilor turistice, deoarece aceasta se concentrează pe trei poli, care nu totdeauna sunt complementari. Acești poli sunt determinați de scopurile vizitatorilor: zona balneară, mediul natural, mai ales în zonele montane, iar cel de-al treilea îi îmbină primii doi menționați fiind constituit de cadrul cultural al patrimoniului turistic și tradițiile zonei.

### 5.2 SEGMENTAREA CONSUMATORILOR

#### 5.2.1 Segmente tipice, consumatoare de produse și servicii turistice în mediul rural al județului Covasna

Din punctul de vedere al dezvoltării și al planificării segmentarea/diferențierea și tipizarea/caracterizarea consumatorilor – în cazul nostru, al turiștilor care își petrec cel puțin o zi în regiune – are o importanță strategică. Produsele și serviciile turistice trebuie adresate (targetate) și calibrate unor grupuri de turiști cu preferințe și gusturi diferite pentru a veni în întâmpinarea cerințelor și necesităților specifice ale acestora.

În cele ce urmează vom încerca să descriem principalele coordonate prin care marile grupuri de turiști pot fi definite; vom caracteriza fiecare grup identificat în parte.

Modelul aplicat este unul standard, bazat pe literatura de specialitate de marketing turistic, utilizat și în altă parte de către membrii echipei de cercetare (pentru detalii suplimentare vezi în special Pasztor-Peter-Gabora-Gagy, 2013: 33-43). Practic, ne vom axa pe principalele caracteristici socio-demografice, respectiv pe motivațiile tipice care determină turiștii să viziteze zona, precum activitățile preferate pe timpul sejurului. Ca variabile explicative ne interesează următoarele: motivul călătoriei, venitul, scopul călătoriei, durata sejurului la destinație, activități preferate, tipul de activități preferate, relația cu localnicii, modul de cazare, modul călătoriei, frecvența călătoriilor la destinație(idem).Toate tipurile sunt ideale, bazate pe diferențele constitutive dintre grupurile surprinse. (În realitate, grupurile sunt mai apropiate și mai eterogene).

Grupurile sunt relevante dintr-o perspectivă calitativă și nu una statistică. Datele pe care se sprijină segmentarea provin din observațiile noastre, discuțiile cu managerii facilităților turistice din zonă, din documentele studiate la fața locului, respectiv din datele statistice secundare precum și din cercetarea de tip anchetă efectuată.

Deoarece potrivit datelor de care dispunem există o diferență sesizabilă între turiștii care vizitează județul cu scopul 1. recreării, necesitând liniștea mediului natural, 2. căutarea patrimoniului turis-

tic, pe urmele nobilimii, 3. tratament sau de agrement în stațiuni balneoclimaterice. În prezentarea noastră vom apela la aceste distincții.

#### **ZONA MEDIULUI NATURAL**

##### **Segmentul 1. „Excursii de familie”**

Membrii acestui grup de consumatori sunt familii nucleare, cuplurile și familiile tinere fără copii. În unele cazuri grupurile sunt mai mari, familiile se deplasează însoțite de mai mulți prieteni. Scopul lor este mai degrabă de relaxare și recreare, de a evada din cotidian, departe de casă și cât mai aproape de liniștea cadrului natural, în aer liber. Durata medie de ședere se rezumă la intervalul de 3 zile și două săptămâni. Provin din orașele de mărime medie sau mari. Sosesc din zona Bucureștiului, Moldova, Ungaria și din secuime. Se deplasează cu mașina proprietate personală și se cazează la pensiuni (agroturistice), sau în case „la cheie” (mai rar). Relația cu localnicii este una foarte sumară, impactul asupra culturii locale este unul minim sau nerelevant. Bugetul disponibil este unul mediu, și această practică este specifică familiilor cu venituri medii, de vârstă de peste 35 de ani, ce aparțin clasei de mijloc. Din interviuri rezultă că acest segment este bun pentru turism, deoarece au venituri medii, însă cu ocazia vacanței cheltuiesc peste medie. Ei apelează la cazare în pensiuni și au vârsta peste 30 de ani. Practică acest tip de turism din nevoia de relaxare, recreere, evadare, organizându-se în jurul activităților pasive și gastronomice neautentice. Relația cu localnicii este una fără conflicte, dar se rezumă la serviciile utilizate. Atracția este reprezentată de natura variată și de distanța față de casă.

##### **Segmentul 2. „Adrenalină”**

Segmentul este compus din persoane mai tinere, de obicei sub 30 de ani, cu venituri peste medie, din mediul urban, cu studii medii sau superioare, care doresc „să se rupă” de stresul cotidian și să practice activități sportive recreative (iarna schi, snowboard/vara rafting, kayaking, alpinism, caving). Sejurul lor este precis direcționat și axat pe activitatea preferată prin utilizarea serviciilor specializate. Sejurul este de durată scurtă sau medie (3-7 zile), cazarea preferată în pensiuni (în principal în zona Cheile Vârghișului). Bugetul alocat este peste medie spre mare, iar atracția este reprezentată de posibilitățile oferite de natură și facilitățile conexe construite (pârții de schi, facilitățile de alpinism etc.). Vorbim de un turism determinat de natură, ca și în cazul mai sportiv

de „trekker&hiker” care se limitează la perioade de o zi fiind determinat de pista/locația care este parcursă/atinsă.

##### **Segmentul 3. „Business worker”**

Acest segment se concentrează pe pensiuni cu capacitate mai mare sau pe hoteluri, în principal la Băile Bálványos. Este un turism care este determinat de companie, iar activitățile pot fi variate, de reduse la câteva zile (1-3 zile, în special în weekend) și presupune activități cu predilecție de tip indoor. Cu ocazia acestor întâlniri, deseori sunt organizate work-shopuri sau evenimente de natură team building. Bugetul alocat este mare. Atracția principală este mediul diferit, dar izolat (ex. în hotel, sala de conferință) vis-à-vis de locul de muncă, aproape de natură.

#### **ZONA CU CARACTER CULTURAL-ISTORIC ȘI TURISMUL NOBILIMII**

##### **Segmentul 4. „Iubitorii de lux”**

Este vorba despre turiștii care vin pentru a petrece un weekend lung într-un castel romantic, unde primesc porția de istorie autentică combinată cu confortul timpurilor moderne (este cazul Castelului Daniel). Acești turiști au venit după „efectul Charles”, prințul Marii Britaniei, dar au necesități mai sofisticate, astfel că doresc să primească servicii de calitate și luxul oferit dintr-un hotel-castel de patru stele, cu camere spațioase, servire impecabilă, mâncare de calitate. Scopul lor este mai degrabă de relaxare, de a evada din cotidian, într-un loc ca în basme. Durata medie a sejurului se rezumă la 3-4 zile și se concentrează în weekend. Provin mai ales din capitală și din sudul țării, cu un venit peste media națională, aparținând clasei superioare și în cele mai multe cazuri de vârstă mijlocie. Sosesc cu partenerul lor de viață, sau însoțiți de familii, dar și persoane cu scopuri de business. Se implică în programele și evenimentele oferite de amfitrion, precum tras cu căruța, călărie în trasee marcate, cunoașterea tradițiilor vechi, vizitarea orașelor apropiate și a obiectivelor turistice. Relația cu localnicii este una foarte sumară, impactul asupra culturii locale este unul minim sau irelevant. Folosesc ca mijloc de transport mașina. Atracția este reprezentată de luxul oferit de decorul castelului romantic.

##### **Segmentul 5. „În urma nobilimii”**

Acest segment cuprinde persoane cu vârsta cuprinsă în jurul anilor 50-60, care au ales mediul rural al județului Covasna deoarece doresc să petreacă timpul într-un cadru natural, aproape neatins de

om, combinat cu stilul de viață a nobilimii în conacele și castelele prezente. Durata medie de ședere este una mai lungă, situată într-un interval de 1-2 săptămâni. Sosesc mai ales din străinătate, în principal din Marea Britanie. Acest segment trăiește lângă Londra, în direcția de sud-est, într-un oraș-grădină sau pe propria moșie. Ei sunt persoane influente, ofițeri, nobili sau persoane care la vârsta activă au lucrat în diplomație, deci foști diplomați, în prezent fiind pensionari cu vârsta de peste 50 de ani. Ei călătoresc împreună cu soțiile, care niciodată nu au fost ocupate în piața de muncă. Soțiile având ca hobby grădinăritul, înclinații artistice și activitate în cluburi comunitare. Ei deja au călătorit prin India și în Statele Unite ale Americii, dar cărora le place Transilvania pentru biodiversitatea care nu se mai găsește în Anglia din cauza revoluției industriale. Acest segment dispune de o cunoaștere aprofundată despre natură. Totodată, apreciază valorile trecutului și natura, care sunt neafectate de actuala societate de consum și au ocazia de a regăsi farmecul secolelor care îmbină armonia dintre natură și comunitate umană. Având o ședere de mai lungă durată, relația cu localnicii devine una amicală. Acest segment sosește cu avionul dar folosește ca mijloc de transport și mașina. Atracția este reprezentată de armonia dintre natură și valorile comunității umane.

#### **Segmentul 6. „Wannabe”**

Acest segment sosește tot din Anglia, dar au venituri mai mici decât cealaltă categorie (segmentul 5. În urma nobilimii) și aspiră la viața nobililor mici. Această călătorie este o ocazie pentru ca pentru un moment să aibă impresia că ar trăi ca și ei. Sejurul lor durează mai puțin, mai ales între 7-10 zile. Scopul lor este mai degrabă de relaxare și aspirare la viața nobililor, de a evada din cotidian într-un spațiu istoric-cultural. Domină activitățile pasive, însă vizitele la destinații aflate în zonă sunt frecvente (vizitarea orașului din apropiere, atracții naturale: peșteri, lacuri, cascade, chiar și sate), dar lipsește devotamentul față de mediul natural și cultural. Acest segment sosește cu avionul dar folosește ca mijloc de transport și mașina. Atracția este reprezentată de îndeplinirea aspirației spre nobilime.

#### **Segmentul 7. „Consumatori de etnocultură”**

Este vorba mai ales despre turiștii sosiți din Ungaria, cu scopul de a retrăi sentimentul de apartenență națională, vizitând locuri și obiective specifice ale istoriei și culturii maghiare. Acest segment folosește ca mijloc de transport autocarul sau mașina. Durata medie a șederii lor este de 3-4 zile, timp în care sunt organizate excursii cu destinații la obiectivele turistice relevante din punct de vedere cultural, tradițional și istoric. Sunt cazați în pensiuni cu mai multe locuri, dar și în pensiuni agroturistice. Ei sosesc mai ales în weekenduri și în apropierea sărbătorilor, în principal cu ocazia

Rusaliilor. Bugetul alocat este în jurul mediei, altfel că nu cheltuiesc mult. Călătoresc în grupuri sau cu familia, având ca al doilea scop vizitarea rudelor și a prietenilor din regiune. Atracția este reprezentată de cunoașterea limbii, sentimentul de familiaritate și un trecut istoric și cultural comun.

**Segmentul 8. „Alții”.** Acest segment este extrem de variat și ei fiind subreprezențați. Printre ei se numără turiștii care se deplasează cu scopuri profesionale sau de învățare, vânătorii aristocrați sau bogați din restul Europei.

#### **ZONA BALNEARĂ**

#### **Segmentul 9. „Weekend balnear”**

Este varianta axată pe stațiunile cu ape minerale și gaza naturale, mofete, a tipului „excursii de familie”, neexistând diferențe semnificative. Ei sosesc pentru a petrece un weekend la stațiunile balneare din județ, mai ales din apropiere sau chiar localnici, dar rareori putem întâlni turiști străini în această categorie. Este un segment foarte important, foarte larg.

#### **Segmentul 10. „Pensionari la tratamente”**

Este un segment deosebit de important, și foarte larg, compus din persoane de vârstă inactivă. În cazul lor motivația principală este reprezentată de starea lor de sănătate și provin din toate colțurile țării. Un subsegment este reprezentat de către cei care beneficiază de facilitățile sociale suportate de către bugetul de stat alocat pensionarilor și distribuit prin casele de pensii și de organizațiile pensionarilor. Durata medie de ședere este mare, până la 4 săptămâni. Bugetul disponibil variază, dar nu îl depășește pe cel de nivel mediu. Contactele cu comunitatea locală există, dar nu sunt semnificative, se comportă ca și cum ar fi acasă. Activitățile predominante sunt legate de tratament; în afară de acesta fiind pasive. Atracția principală este reprezentată de facilitățile balneare. Este un segment de importanță strategică pentru turismul zonei.

Din prezentarea segmentelor de mai sus putem constata că în mediul rural al județului Covasna este prezentă o gamă destul de variată și bogată de tipuri de turiști. Între diferitele tipuri de turism practicat există o legătură, unele dintre acestea fiind complementare.



## 6. Analizele SWOT

### 6.1 ANALIZA SWOT A FORȚEI DE MUNCĂ ÎN JUDEȚUL COVASNA

#### Puncte tari

S

- Procentul mare al populației rural în cadrul județului
- Numărul scăzut al șomerilor în ultimele 10 de ani
- Rata scăzută a șomajului la sexul feminin
- Creștere relativă a ocupației în domeniul hoteluri și restaurante, respectiv activități culturale și comerț
- Efectul spillover produs de orașe
- Proximitatea față de orașe distribuie efect pozitiv asupra activităților antreprenoriale din zonele rurale înconjurătoare
- Potențial antreprenorial ridicat, în special în cazul bărbaților tineri sau cu vârstă medie, cu un nivel mai mare de educație celor cu studii superioare,
- Turismul are un prestigiu ridicat
- Procentul celor cu studii secundare este peste media națională la nivel județean și în mediul rural

#### Puncte slabe

W

- Rată de dependență crescută
- Populație cu vârsta înaintată
- Îmbătrânirea populației
- Populația din mediul urban este mai tânără, decât în mediul rural
- Scăderea populației rezidente
- Numărul șomerilor în cadrul rural depășește pe cele din zonele urbane
- Rata mare de șomaj
- Activitatea antreprenorială în sate este destul de scăzută în comparația județeană și națională
- Densitatea întreprinderilor în sate este sub media din regiune
- Cifra de afaceri în sectorul hoteluri și restaurante produce performanțe scăzute în raport cu mărimea sa la nivel județean
- Rată de activitate aflată în scădere
- Lipsa profesionalizării în domenii strategice
- Bariere lingvistice
- Dispoziția de cooperare scăzută
- Lipsa competențelor de comunicare în limbi de circulației internațională
- Lipsa capitalului
- Starea infrastructurii scăzute

#### Oportunități

O

- Posibilități de cooperare transfrontalieră
- Posibilități de formare (noi)
- Structură demografică echilibrată față de demografia județului
- Potențial crescut în agricultură, sectorul hoteluri și restaurante, respectiv activități culturale
- Noi oportunități de finanțare
- Inovații, best practice-uri
- Rețele naționale de internship
- Experienței de ucenicie în străinătate
- Forța de muncă ieftină pentru companii străine
- Noile reglementări financiare
- Noul cod fiscal
- Extinderea tehnologiilor de informare și comunicare

#### Amenințări

T

- Migrația forței de muncă calificată în străinătate
- Migrația populației
- Tensiuni interetnice (român-maghiar)
- Birocrație
- Reglementare excesivă
- Excludere, diferențe regionale
- Ocuparea forței de muncă înaltă în sectoarele subzistente
- Politica monetară și fiscală
- Schimbarea trendurilor ocupaționale

**Punctele tari** în domeniul forței de muncă, țin în primul rând de situația calității resurselor umane, ocuparea în domeniul turismului, respectiv potențialul antreprenorial.

Turismul se bucură de un prestigiu mare și un potențial antreprenorial ridicat, ceea ce poate contribui la creșterea și mai mare a ocupării în domeniul hotelier și restaurante, respectiv în activități culturale și în comerț. Proximitatea orașelor și efectele secundare produse de acest fapt au efect pozitiv asupra activităților antreprenoriale din zonele rurale înconjurătoare. În cazul persoanelor cu vârstă activă, intenția de a lucra în domeniul turistic, dacă s-ar ivi ocazia, este destul de mare, conform rezultatelor furnizate de ancheta sociologică. Totodată, două treime dintre respondenți

și-ar dori să participe la cursuri de formare profesională în domeniul menționat. Nivelul de educație al populației rurale privind studiile secundare (liceal, profesional, gimnazial) depășește media județeană și națională, ceea ce oferă forță de muncă destul de calificată și pregătită.

**Problemele referitoare la forța de muncă** din județul Covasna se concentrează în jurul a trei teme majore: factorii externi în situația ocupațională, aspectele economice și sectoriale ale forței de muncă, respectiv aspectele despre calitatea resursei umane și a mediului socio-cultural.

Cel mai important factor inhibitor extern în situația ocupațională este starea proastă a infrastructurii, deoarece accesul la locurile de muncă pentru cei angajați/sau potențial angajați devine dificil. Starea căilor rutiere și feroviare este precară, necesită modernizare. Acest lucru împiedică dezvoltarea infrastructurii turismului, deoarece obiectivele turistice sunt greu accesibile pentru vizitatori. Pe lângă starea precară a drumurilor rutiere și feroviare, este necesară rezolvarea problematicii transportului public, deoarece acesta este aproape inexistent în mediul rural. Acest aspect are un efect negativ asupra pieței muncii, fiindcă reduce accesibilitatea persoanelor din sate și comune către locurile de muncă.

În ceea ce privește aspectele economice și sectoriale ale forței de muncă, problemele încep cu rata mare de șomaj. Numărul șomerilor în mediul rural îl depășește pe cel din zonele urbane, iar rata de activitate se află în scădere continuă. Veniturile înregistrate la populația din mediul rural se află sub media județeană și națională, iar lipsa capitalului reduce intenția antreprenorială, având astfel efect negativ pentru potențialii antreprenori. Totodată, activitatea antreprenorială în sate și comune este destul de scăzută în comparație cu cea județeană și națională, astfel că și densitatea întreprinderilor în mediul rural este sub media din regiune.

Pe lângă aceste probleme, apare riscul schimbării politicii monetare și fiscale, care reprezintă un efect negativ pentru forța de muncă. Un alt risc care trebuie luat în calcul este schimbarea tendințelor ocupaționale, reglementarea excesivă, birocrăția imensă și, nu în ultimul rând, creșterea diferențelor regionale care poate cauza excluderea unei grupe de persoane defavorizate.

Urmărind aspectele cu privire la calitatea resursei umane și a mediului socio-cultural, problemele țin în mare măsură de scăderea populației rezidente, respectiv îmbătrânirea populației. Situația este și mai proastă dacă luăm în considerare faptul că populația din mediul urban este mai tânără decât cea din mediul rural. Aspectele negative sunt reprezentate și de rata de dependență crescută în cazul populației neocupate față de cea ocupată. Din discuțiile cu experții din domeniul turismului, reiese faptul că lipsește profesionalizarea forței de muncă în sectoarele strategice conform economiei județene. Un alt motiv de preocupare sunt barierele lingvistice, cauzate de problema necunoașterii de limbi străine. Atitudinea de cooperare este scăzută în mediul rural al județului, ceea ce are un efect negativ pe piața forței de muncă.

Concluzionând în ceea ce privește problemele legate de aspectele calității resursei umane și asupra posibilităților de a avea locuri de muncă, un risc este reprezentat de migrația în străinătate a forței de muncă calificată, și activarea unei mari părți a populației în sectorul economiei de subsistență.



### Puncte tari

## S

- Poziție geografică favorabilă, accesibilitate ușoară dinspre orașele mai mari (Brașov, București)
- Abundența apelor minerale, a mofetelor, ca avantaj comparativ
- Resurse naturale variate, diversitatea florei și faunei, existența rezervațiilor naturale, ambianță autentică
- Moștenire arhitecturală autentică și diversificată: conacuri, castele, monumente istorice
- Produse agricole autentice, gastronomie specifică regiuni
- Regiune compactă din punct de vedere etnografic, cu moștenire culturală specifică secuiască – destinație atractivă pentru turismul etnocultural
- Tradiții, obiceiuri populare, ocupații tradiționale
- Diversitate etnoculturală în sudul județului
- Capacitate de cazare în extindere, și din ce în ce mai diversificată
- Existența serviciilor turistice în fiecare parte a județului
- Organizații turistice active, reprezentanță profesională în formare
- Existența inovării și a ideilor creative în dezvoltarea turismului

### Puncte slabe

## W

- Efect de sezonabilitate puternică
- Capacitate de cazare neexploată
- Perioada de ședere scurtă a turiștilor (în special a celor din străinătate)
- Accesibilitate redusă pentru turiști din străinătate, infrastructură de circulație subdezvoltată (lipsa aeroportului și a autostrăzilor în apropiere)
- Lipsă de capital, posibilități de finanțare limitate
- Obținerea resurselor de finanțare pentru dezvoltare este complicată, birocratică
- Managementul proiectelor de finanțare ineficientă
- Aversiune față de credit în rândul întreprinzătorilor
- Servicii integrate, pachete de turism limitate
- Ocazionalitate în procesul de planificare
- Productivitatea muncii în turism este scăzută, valoare adăugată scăzută
- Sector fragmentat, lipsa integrării prin rețea a întreprinderilor mici, lipsa clusterelor turistice
- Probleme în reguția pieței datorate economiei informale, a cazărilor ilegale
- Imposibilitatea de control și impunere a standardelor de calitate
- Piață dezechilibrată din cauza concurenței ilioiale impusă de turismul de sănătate subvenționată în orașul Covasna
- Cooperare anevoioasă între actori în programele de dezvoltare turistică
- Lipsa sau ineficiența mediatorilor de comunitate
- Resursă umană subcalificată
- Probleme cu cunoștința limbii române și a limbilor străine, probleme de comunicare eficientă cu oaspeții
- Salarii mici, remunerație sub media pieței, angajare informală, acces limitat la beneficii sociale
- Lipsa stimulentei de performanță alternative
- Nivelul scăzut al motivației în rândul angajaților
- Asimetrie informațională puternică între angajat și angajator
- Incompatibilitate parțială a obiceiurilor tradiționale de întâmpinarea oaspeților cu comodificarea turismului
- Încredere și dispoziție de cooperare limitată între actorii sectorului
- Aversiunea față de risc
- Implicarea limitată a comunităților locale în activitatea turistică, indiferența populației
- Deficiențe în infrastructura de informare a turismului, în armonizarea obiectivelor de promovare a regiunii

## Oportunități

# O

- Exploatare mai bună a capacității de cazare
- Posibilitate de valorificare integrată a resurselor legate de apa minerală
- Dezvoltarea turismului de sănătate și wellness
- Revitalizarea facilităților turistice cu un istoric de performanță (Malnaș, Comandău stb.)
- Posibilitatea de a revitaliza moștenire arhitecturală prin turism, urmărirea bunelor practici
- Existența modelelor de bune practici, posibilitatea de transfer de know how și relații (ex. agroturismul gestionat de prințul Charles)
- Condiții favorabile pentru agroturism
- Potențial pentru gospodărie biodinamică, posibilitate de aderare la mișcarea Slow-Food
- Posibilități de finanțare disponibile
- Extinderea turismului etnocultural pentru turiștii din Ungaria
- Valorificarea Exotismului etnocultural pentru turiști din România
- Dezvoltarea ornașizărilor generatoare de proiect, implicarea experților externi

## Amenințări

# T

- Gestionarea iresponsabilă a resurselor naturale greu de reproduse (păduri, fânețe, terenuri agricole)
- Eploatarea resurselor naturale în detrimentul sustenabilității
- Erodarea moștenirii arhitecturale
- Poluarea mediului
- Deteriorarea tendinței de cooperare, răspândirea oportunistului în schimbul
- Creșterea neîncrederii față de turiști
- Creșterea neîncrederii în cadrul industriei sectoriale
- Imagine turistică negativă generală despre România
- Dezvoltarea infrastructurii rămâne lentă
- Declin demografic
- Deteriorarea resurselor umane, emigrarea profesioniștilor în străinătate
- Creșterea influenței politice în deciziile despre piața turistică
- Indiferența populației față de problemele și deciziile comunitare
- Curaj și activism civic scăzut

Județul Covasna are o poziție geografică favorabilă fiind așezat în partea centrală a României și având o accesibilitate ușoară datorită căilor rutiere și feroviare dinspre orașele mari (Brașov, București). Județul reprezintă un punct de trecere către Valea Prahovei, iar prin defileul Oituzului leagă regiunea de zona Moldovei, dar totodată aparține și Ținutului Secuiesc, ceea ce determină diversitatea arealului. Prin amplasarea favorabilă, județul beneficiază de un relief variat care conferă un peisaj admirabil, plin de resurse naturale valoroase, cu o floră și o faună bogată oferind o ambianță autentică. Mediul are un avantaj competitiv prin abundența apelor minerale și a gazelor sulfuroase (mofete). Județul Covasna abundă de resurse antropice, o moștenire arhitecturală autentică și variată: casteluri, conace și alte obiective și monumente istorice. Nu degeaba a primit și denumirea județul/ținutul conacelor. Toate aceste resurse și obiective sunt completate de ospitalitatea localnicilor, gastronomia specifică a regiunii și prezentarea tradițiilor și obiceiurilor populare, meșteșugurilor tradiționale. Din punct de vedere etnografic regiunea este compactă, având o moștenire culturală specific secuiască. Toate cele mai sus-menționate contribuie ca mediul rural al județului să fie considerat o destinație atractivă pentru vizitatori. Pe cei interesați de regiune îi așteaptă o capacitate de cazare în extindere, și din ce în ce mai diversificată, de la tabere și pensiuni agroturistice până la hoteluri-castel, în funcție de așteptările tuturor tipurilor de turiști. Județul dispune de organizații și servicii turistice active, iar împreună cu alte idei creative și inovative acestea contribuie la dezvoltarea turismului în mediul rural al județului Covasna.

În mod similar, de-a lungul celor trei teme majore se pot și grupa problemele din domeniul turismului, numai că pentru o analiză aprofundată a problemelor este necesară clasificarea lor în cinci subteme importante.

Prima categorie conține probleme externe, precum infrastructura. Din mențiunea de mai sus reiese că infrastructura de circulație este subdezvoltată, respectiv lipsa aeroportului și a autostrăzilor în apropiere reduce accesibilitatea regiunii pentru turiștii din străinătate. Una dintre cele mai importante probleme ține de lipsa resurselor materiale, precum lipsa de capital, iar posibilitatea de finanțare este limitată. Totodată, obținerea resurselor de finanțare pentru dezvoltare turistică este complicată, împiedicată de birocrăție. Există o problemă și în ceea ce privește managementul proiectelor de finanțare, fiindcă acesta este ineficient, iar în unele cazuri se observă o aversiune față de credit în rândul întreprinzătorilor, atitudine ce are un efect negativ în dezvoltarea întreprinde-

rilor turistice. În județul Covasna, mai precis în mediul rural al județului, se simte lipsa serviciilor integrate, iar pachetele de turism sunt limitate. Majoritatea turiștilor străini ar dori aceste pachete pentru a cunoaște mai bine regiunea în ansamblul ei. În ultimul rând, problema este prezentă prin inconstanța în procesul de planificare, lipsind o planificare și un concept pe termen lung pentru dezvoltarea turismului din regiune.

Pe lângă problemele externe prezentate mai sus, regăsim și riscurile, care pe termen lung împiedică dezvoltarea turismului și a regiunii. Printre aceste riscuri putem menționa gestionarea iresponsabilă a resurselor naturale greu de reprodus (păduri, fânețe, terenuri agricole), respectiv exploatarea resurselor naturale în detrimentul sustenabilității. Totodată, există un pericol în poluarea mediului înconjurător și în erodarea moștenirii arhitecturale, culturale, astfel că supraviețuirea și conservarea resurselor naturale și antropice este amenințată. Sintetizând problemele și riscurile dominante din regiune, există pericolul ca pe termen lung imaginea generală a turiștilor despre România să fie una negativă. Există riscul răspândirii oportunistului care va lua locul sustenabilității, iar tendința de cooperare se va deteriora. Nu în ultimul rând, există pericolul ca dezvoltarea infrastructurii să fie una lentă împiedicând creșterea fluxului turistic.

Problemele externe sunt urmate de probleme simptomatice, prezente în infrastructura turistică, precum capacitatea de cazare neexploată și care prezintă un potențial pentru dezvoltare. În mediul rural al județului Covasna turismul prezintă un pronunțat caracter sezonier, iar perioada de ședere a turiștilor, în special a celor din străinătate, este una scurtă.

O altă categorie de probleme se rezumă la promovarea și marketingul județului Covasna, respectiv a mediului rural județean. Aceste probleme ce țin de deficiența infrastructurii de informare a turismului, lipsa armonizării obiectivelor de promovare a regiunii, toate contribuie la dezvoltarea imaginii negative despre regiunea secuiască.

În domeniul turismului cele mai mari probleme sunt legate de aspectele economice și sectoriale. Privind aspectele sectoriale se conturează faptul că productivitatea muncii în turism este scăzută, în mod similar valoarea adăugată este scăzută și ea. Sectorul turismului este fragmentat, lipsește intenția de integrare a întreprinderilor mici printr-o rețea comună, respectiv lipsa clusterelor turis-

tice. Problemele în reglarea pieței sunt cauzate de economia informală, mai precis de cazările ilegale. Creșterea numărului cazărilor ilegale este cauzată de impunerea standardelor noi de calitate, care cu greu pot fi îndeplinite. Totuși, sectorul turistic necesită impunerea standardelor de calitate pentru că în lipsa lor, controlul este imposibil de ținut. Respectiv, putem menționa concurența ne-loială impusă de turismul de sănătate subvenționat în orașul Covasna, care are efecte negative asupra turismului general, producând o piață dezechilibrată, în detrimentul celorlalte întreprinderi. Aceste fricțiuni și probleme conduc la o cooperare anevoioasă între actorii prezenți în programele de dezvoltare turistică. Totodată, lipsește sau este inefficientă munca mediatorilor din comunitate, care ar putea avea un rol de intermediar.

Cea de-a patra categorie de probleme ține de calitatea resursei umane, unde cauza problemei o constituie resursa umană necalificată. Aceasta este urmată de problema cunoașterii limbii române și a limbilor străine, astfel că cu greu este fezabilă comunicarea eficientă cu oaspeții. Este scăzut nivelul de motivație în rândul angajaților și lipsesc stimulentele de performanță alternativă, din cauza salariilor mici, respectiv a renumerației profesiei sub media pieței. Situația este îngreunată și de angajarea informală și accesul limitat la beneficii sociale. Totodată, există o asimetrie informațională puternică între angajat și angajator, respectiv încrederea și dispoziția de cooperare sunt limitate între actorii sectorului, ceea ce împiedică dezvoltarea sectorului turistic.

Cea mai mare îngrijorare este produsă de declinul demografic și emigrarea profesioniștilor în străinătate. Există pericolul ca indiferența populației să crească față de problemele și deciziile comunitare, astfel curajul și activismul civic să urmeze un trend descendent. Pentru viitor este posibilă creșterea influenței politice în deciziile despre piața turistică care ar spori deteriorarea dispoziției de cooperare.

În ultimul rând, problemele sunt prezente în domeniul socio-cultural. O problemă importantă este incompatibilitatea parțială a obiceiurilor tradiționale de întâmpinare a oaspeților cu condițiile de cazare solicitate de legislația în domeniul turismului. Problema este prezentă și prin încrederea și dispoziția de cooperare limitate ce există între actorii sectorului. Totodată, se observă indiferența populației față de activitățile turistice, astfel este redusă implicarea comunităților locale în domeniul turismului.

## 7 CONTEXTUL STRATEGIC

### 7.1 CADRUL GENERAL AL PLANIFICĂRII

Dezvoltarea poate avea succes doar în cazul în care există o viziune clară și fără echivoc despre viitor. Această viziune trebuie ferm trasată, promovată și realizată. Lipsa planificării strategice cauzează o activitate turistică cu slabe realizări, supus factorilor contextuali. Fără planificare rațională și instrumentală gestionarea optimă a resurselor disponibile nu este posibilă, cu rămâne doar la un nivel impresionist.

Principiile care au stat la baza prezentului document au vizat garantarea științifică a validității și fidelității datelor utilizate și a diagnozei. Printre principiile utilizate putem enumera: implicarea actorilor angajați în procesul și fenomenul turismului (a comunităților rurale, a elitelor locale responsabile); obiectivitatea, transparența procesului de cercetare, analiză și elaborare; neagajamentul autorilor; spiritul critic. Suntem conștienți de faptul că scopurile și obiectivele propuse pot fi atinse doar în cazul în care ele sunt acceptate și promovate de agenții interesați, a unui management coerent și hotărât la nivelul actorilor care trebuie să coordoneze și să închege punerea în practică a strategiei.

### 7.2 CADRUL EUROPEAN AL PLANIFICĂRII

Cadrul general al strategiei constă în principalele documente normative care reglementează și ghidează la nivel european, național și județean procesul turistic. Aici ne referim în principal la politicile comune și recomandările Comisiei Europene referitoare la direcțiile majore ale dezvoltării și promovării turismului european, la Masterplanul Național al României pe perioada 2006-2026, respectiv Planul de dezvoltare durabilă a județului Bihor.

Un document cheie al Uniunii Europene referitoare la liniile principale ale dezvoltării strategice a turismului european este *Europe, the World No 1 Tourist Destination – a New Political Framework for Tourism in Europe*. Documentul oficial precizează că turismul în Europa, ca ramură economică deosebit de importantă joacă un rol esențial în ocuparea forței de muncă, în special în rândul tinerilor și al femeilor. Însă, precizează documentul, dezvoltarea necesită un efort comun (NPTE, 2010:3) al

transportatorilor, tur operatorilor, agențiilor de turism și turiști; un efort încheiat și o coordonare din partea organizațiilor și agențiilor profesionale și de specialitate, respectiv administrație publică locală și regională. Altfel, concurența globală reprezintă provocări imposibil de contracarat.

Comisia Europeană pune un accent deosebit pe două valori considerate adevărate motoare al turismului european: *bogăția și varietatea teritorială* respectiv *diversitatea etnoculturală* (în județul Covasna ambele valori sunt prezente). Scopul primordial constă în *creșterea competitivității serviciilor și destinațiilor turistice*, respectiv în *dezvoltarea sustenabilă*. În politica europeană turismul este deci considerat ca instrument pentru ocupare și creștere economică (NPTE, 2010:4). Turismul are un rol esențial și în cultivarea antreprenoriatului cu predilecție în zonele montane și rurale (deci perfect caracteristic României în general și județului Covasna în special) prin sprijinirea financiară a întreprinderilor mici și mijlocii (p. 4).

Potrivit datelor EUROSTAT 5-la sută din GDP-ul european este produs direct de turism, dar dacă luăm în considerare și serviciile conexe, atunci acest proces atinge 10 la sută. (Noi, considerăm că aceste procente din produsul intern brut al județului Covasna poate fi atinsă în cel mult zece ani).

Asigurarea egalității șanselor este un deziderat strategic. Grupul celor cu dizabilități de deplasare este în creștere, iar procesele demografice prevestes că îmbătrânirea populației se va accentua până în anul 2020, deci trebuie asigurate accesul acestor persoane la serviciile turistice din considerente morale dar și comerciale. Ei reprezintă un segment de consumatori cu nevoi speciale care nu poate fi ignorată. La fel, membrilor minorităților etnice și femeilor, dar și copiilor trebuie asigurată o atenție sporită.

Deci politica europeană consideră, că noi sub-segmente de turiști trebuie ținuți țintiți: bătrânii și cei veniți din țările BRIC (Brazilia, Rusia, China și India). Pe termen mediu, procentul lor va crește, deci trebuie dezvoltate produse și servicii speciale pentru deservirea lor. În România prezența lor încă nu a atins pragul critic, dar în viitorul apropiat, după ce țara noastră va adera în spațiul Schengen, turiștii chinezi pot cumpăra o nouă gamă de servicii.

Potrivit documentului turismul european - și în consecință turismul românesc – trebuie să se bazeze pe trei principii majore de dezvoltare. Pe de o parte, pe *promovarea competitivității în concordanță cu protejarea mediului înconjurător*. Pe de altă parte, pe *cooperarea între statele membre* bazat pe schimbul de bune practici. Și în final, pe *politicile de finanțare integrate* la nivel european.

Aplicarea acestor principii trebuie să țină cont de realitățile contextuale. Aici avem în vedere *prezenta criză geopolitică* din Ucraina (care reduce și va reduce și mai mult în viitor numărul turiștilor din zonă, sau mai grav, în cazul agravării extreme a conflictului o parte din capacitățile de cazare vor fi ocupate de valurile de refugiați din zona Ucrainei, de cel mai posibil și din Republica Moldova). *Criza economică și financiară* a schimbat modelele de comportament și de consum a populației cu venituri medii. Ei s-au orientat către destinații mai aproape de casă și au redus durata medie a sejurului. În România *criza datoriilor clasei de mijloc din mediul urban* (cu venituri peste mediu, cu studii superioare și mobili social) a redus capacitatea lor financiară (aici ne referim la creșterea cursului valutat, în special în cazul francului elvețian care a erodat puterea de cumpărare a celor cu datorii la bănci). După cum am mai semnalat, *creșterea competiției globale și regionale* – noi țări din țările emergente atrag turiși, care per total sunt mai puțini – au afecte directe de care orice planificare pe termen mai lung trebuie să ia cont. *Trendul demografic* al Europei este unul negativ. După cum am mai arătat, ponderea populației de peste 65 de ani crește în ritm alert, dar acest trend poate avea și un efect pozitiv: ei reprezintă o populație cu un venit constant și stabil, cu o cerere specială – de alimentație, de servicii, de mobilitate, de cazare. În cazul în care ofertele turistice conștientizează valoarea lor reală pe piață - ca consumatori - și se adaptează cu pachete la noile cerințe – în jurul turismului de tip Health&Healing – capătă avantaje comparate față de concurență (p. 5-7).

*Shimbările climatice* din ce în ce mai evidente pun presiune pe biodiversitate, pe resursele naturale în general și afectează direct în mod negativ turismul activ de iarnă (snow-based active tourism). În planificare este nevoie de o atitudine responsabilă, care trebuie cultivată și în rândul turiștilor și agenților care operează în această ramură industrială, deoarece pe termen lung costurile legate de apă, reculare vor crește. Dar în același timp și aceste schimbări structurale majore vor aduce și noi oportunități: în viitorul foarte apropiat o nouă nișă se va consolida, bazată pe ideologia green, organizată în jurul atitudinii eco-friendly. Oricum, schimbările climatice produce noi provocări și priorități pentru turismul montan, la care și turismul din Zona Carpaților Orientali va trebui să

se adapteze pe termen mediu. Este clar că sustenabilitatea și dezvoltarea durabilă nu sunt simple concepte, ci necesități absolut obiective de care planificarea trebuie să țină cont.

Cadrul politicilor comune în domeniul turismului dezvoltat de Comisia Europeană (NPTE, 2010:6) atribuie un rol important managementului în ceea ce privește *rolul nou deținut de tehnologiile ITC*, al deviceurilor mobile referitoare la practicile de info-marketing. Problema accesibilității și a promovării multiplatformă li interactivă on-line este una foarte serioasă. În final, trebuie menționat din documentul prezentat direcțiile care țin de *nevoia diversificării ofertelor în perioada extrasezon*; este vorba de posibilitățile, proiectele și sursele de finanțare care vizează depășirea problemei de *calendar-gap*. Turismul rural din județul Covasna, axat puternic pe turismul balnear direct dependent de veniturile realizate pe timpul sezonului este foarte interesat de acest aspect.

În acest context, prioritățile EU pot fi structurate în felul următor:

1. stimularea competitivității;
2. turism de calitate, bazat pe responsabilitate și sustenabilitate;
3. un management eficient al destinațiilor;
4. maximizarea beneficiilor instrumentelor și politicilor financiare în slujba turismului (NPTE, 2010:8).

Prioritatea competitivitate presupune acțiuni care vizează diversificarea ofertelor și a serviciilor turistice, fundamentată de toate resursele și posibilitățile de care dispune comunitatea. Practic, documentul recomandă utilizarea încheagată a tuturor posibilităților existente (*a full range of resources*, p. 8.). Dezvoltarea inovațiilor reprezintă o direcție strategică care vizează direct tinerii și tinerii antreprenori prin stimularea activităților de marketing și promotion prin instrumentele și platformele ITC. Dezvoltarea competențelor și a deprinderilor (skills) vizează direct populația angajată în turism. Se are în vedere adaptarea lor la noile tehnologii, exemplele de buna practică respectiv schimburile de experiență între teamuri de succes. Extensia sezonului turistic și consolidarea activităților de cercetare și dezvoltare (R&D) și unei platforme de tip knowledge-base completează aceste acțiuni în viziunea UE (NPTE, 2010).



Principale proiecte la care se poate racorda în viitor sunt următoarele: EUROPE2020 Economic Strategy, Innovation Union, An Agenda for New Skills and Jobs, respectiv sistemul de standardizare de EU Eco-Label, EMAS Audit Standard, precum și NESCTour, EDEN Destination Network, EAFRD (European Fund for Rural Development).

### 7.3 CADRUL NAȚIONAL AL PLANIFICĂRII

Cadrul național al planificării strategice este reprezentată în principal de Masterplanul de Turism pentru România (Romania Tourism Development Master Plan 2007-2026, elaborat de către World Tourism Organisation). Aici cuvântul cheie este dezvoltare sustenabilă. Masterplanul trasează principalele direcții strategice pentru ca România să devină competitivă pe piața globală a turismului. Printre problemele identificate putem menționa disfuncționalitățile legate de proiectele neintegrate pe plan național (și procesul fragmentat al proiectării în sine), coordonarea ineficientă, sectorul public neperformant, un marketing slab în ceea ce privește destinațiile turistice din România. Oricum, Masterplanul consideră turismul ca o ramură de importanță strategică pentru economia României, bogată în resurse turistice, dar totuși neperformantă. Viziunea pentru dezvoltarea turismului proiectează un turism de calitate bazat pe resursele naturale și culturale la standarde europene pentru a genera creștere și dezvoltare sustenabilă.

Direcțiile strategice vizează coordonarea industriei turismului, dezvoltarea infrastructurii fizice, dezvoltarea resurselor umane, dezvoltarea produselor turistice, servicii de informare, cercetare și statistici, marketingul destinațiilor, mediu și politica de investiții.

Din punctul nostru de vedere politica care adresează resursele umane reprezintă o importanță deosebită, unde cadrul național sesizează deficiențele persoanelor care lucrează în domeniul legat de nivelul de educație, de migrație forței de muncă calificată, problemele de comunicare, de deficiențele motivațiilor personale, de veniturile mici, de cotația slabă a sectorului în percepția generală. Principalele măsuri propuse de Masterplan pentru contracararea acestor deficiențe referitoare la resursele umane sunt dezvoltate pe trei planuri. Pe de o parte, se propune campanii de conștientizare a rolului turismului în economie și pe piața forței de muncă. Pe de altă parte, se ia în considerare înființarea de organisme de coordonare, și în final, creșterea nivelului de educație și calificare profesională a personalului

angajat, prin cursuri de perfecționare și specializare. Planul nostru de dezvoltare este conceput în așa fel încât să fie compatibil și să beneficieze de acest cadru european și național.

### 7.4 STRATEGIA DE DEZVOLTARE A JUDEȚULUI COVASNA

Planul strategic de dezvoltare al județului Covasna 2015-2020 este un document strategic elaborat de Cluj Management and Planning Group, document care reprezintă bazele strategice a dezvoltării județului Covasna pentru perioada sus amintită, conturând direcțiile de dezvoltare pentru viitoarele proiecte de dezvoltare din județ, atât în cazul autorităților județene, cât și în cazul autorităților locale în cadrul unor proiecte de investiții.

Documentul abordează domeniul turismului în două trei capitole diferite: prima dată în analiza diagnostic a economiei județului Covasna, apoi în cadrul conturării profilului strategic al județului, mai exact în cadrul direcțiilor strategice de dezvoltare, iar în cele din urmă în cadrul programelor operaționale propuse pentru perioada 2015-2020.

În cadrul analizei diagnostic a turismului, documentul se bazează preponderent pe datele Institutului Național de Statistică. Principalele concluzii formulate despre turismul din județul Covasna sunt faptul că procentul cifrei de afaceri a turismului în cadrul economiei locale este peste media națională și cea la nivel de regiune de dezvoltare, sunt identificate ca tipuri de turism cu potențial însemnat în viitor turismul balnear, agroturismul și turismul cultural. În cazul datelor la nivel județean despre turism, județul Covasna are un număr relativ mic de capacitate de cazare, număr de turiști, număr de înnoptări, aflându-se sub media din Regiunea de Dezvoltare Centru, însă se află peste media națională și cea din regiunea de dezvoltare în ceea ce privește gradul de utilizare, respectiv durata sejurului turistic. Totodată, documentul subliniază importanța biletelor de tratament pentru pensionari în ceea ce privește numărul turiștilor din județ respectiv cifra de afaceri a sectorului turistic din Covasna.

În cadrul profilului strategic al județului Covasna, printre direcțiile strategice de dezvoltare turismul este prezentat ca un domeniu prioritar și cu un potențial ridicat. Principalele direcții strategice pentru turism constau în elaborarea de oferte turistice integrate, în care sunt implicate atât localitățile urbane, cât și cele rurale. Totodată, este important ca localitățile să elaboreze un profil bine definit în una

din tipurile de turism cu potențial, respectiv agroturism, turism balnear și turism cultural. Totodată documentul propune noi direcții de dezvoltare a turismului, ca de exemplu un tip de turism familial bazat pe potențialul natural al zonei care este neexploatat în unele componente. Iar în cele din urmă Planul strategic de dezvoltare al județului Covasna 2015-2020 propune ca direcție de dezvoltare îmbunătățire capacității de resurse umane în domeniul turismului.

Nu în ultimul rând, Planul strategic de dezvoltare al județului Covasna 2015-2020 propune mai multe proiecte operaționale prin care se poate dezvolta domeniul turismului din județul Covasna. Aceste proiecte pot fi împărțite în două categorii, respectiv proiecte propuse spre implementare Consiliului Județean Covasna, respectiv proiecte propuse autorităților locale, sprijinite în aceste demersuri de către Consiliul Județean Covasna. În prima categorie sunt enumerate proiectele precum reabilitarea ansamblului Muzeului Național Secuiesc din Sfântu Gheorghe, realizarea unei strategii de punere în valoare a resurselor de ape minerale și gaze mofetice din județul Covasna, dezvoltarea turismului în zona munților Bodoc printr-un proiect turistic integrat de renovare și restaurare a patrimoniul istoric, amenajarea de poteci turistice și pârtii de schi în cadrul patrimoniului natural, reabilitarea și extinderea posibilităților cazare, etc., respectiv amenajarea unei stâne turistice în zona Buzoaielor, cu centre de vizitare, trasee tematice, respectiv facilități pentru meșteșugarii din regiune. În a doua categorie, respectiv în cadrul proiectelor propuse autorităților locale, proiecte ce au nevoie de sprijinul Consiliului Județean, sunt enumerate proiecte ca reutilizarea Centrului istoric al orașului Târgu Secuiesc prin modernizarea spațiilor publice și îmbunătățirea aspectului estetic al mediului construit, consolidarea și restaurarea Ansamblului Bisericii Unitariene Fortificate din Aița Mare, dezvoltarea zonei de agrement Covasna Comandau, sprijinirea complexului turistic educațional Ciucaș, amenajarea unui centru balnear la Fortyogo.

Modul în care este prezentat viziunea despre turism în Planul strategic de dezvoltare al județului Covasna 2015-2020 este în concordanță cu viziunea documentului de față. Diferența între cele două documente sunt date de adâncimea și tipul analizei, documentul de față conține o analiză mult mai elaborată asupra domeniului turismului, deoarece se concentrează pe acest domeniu, și totodată, obiectivele și proiectele propuse sunt elaborate pentru acest domeniu. Totodată, există diferențe între liniile strategice propuse în cele două documente, însă nu există contradicții în ceea ce privește direcțiile strategice propuse.

## 8 DIRECȚII STRATEGICE DE DEZVOLTARE

### 8.1 PRINCIPIILE DE BAZĂ A PLANIFICĂRII

Planificarea strategică are un obiectiv clar: *creșterea angajării populației în domeniul turistic*. Această planificare trebuie să îndeplinească două condiții esențiale.

Pe de o parte, trebuie să fie *sustenabilă*, și în concordanță cu procesele sociale la nivel macrosocial și global care reprezintă contextul general al oricărei dezvoltări. Sustenabilitatea în cazul nostru reprezintă asigurarea și regenerarea într-un ritm optim a resurselor pe care turismul rural se bazează. Aici avem în vedere resursele naturale (precondițiile clare ale activităților și serviciilor turistice), managementul corect al deșeurilor, administrarea echitabilă a apei și a solului, respectiv relația organică între comunitățile locale și turiști, precum și prezervarea culturii specific colectivităților care primesc și deservește turiști. Mai apoi, planificarea trebuie să țină cont și de procesul schimbărilor climatice, al îmbătrânirii populației respectiv de concurența reală reprezentată pe plan regional și global de destinațiile aflate într-o arie apropiată județului Covasna.

Pe de altă parte planificarea trebuie să îndeplinească *condițiile egalității șanselor și a echității sociale*. Grupurile de risc (femeile, tinerii, cei care aparțin minorităților naționale, persoanele cu dizabilități motorice sau de orice alt fel, persoanele înaintate în vârstă dar și copii) trebuie să beneficieze de un tratament egal cu ceilalți respectiv trebuie să fie incluse în cercul celor care beneficiază de efectele pozitive ale dezvoltării serviciilor turistice. Angajarea și atragerea lor în viitor este o prioritate absolută.

Deci, planificarea strategică pe termen mediu și lung trebuie să asigure dezvoltarea durabilă și sustenabilă a spațiului rural vizat prin utilizarea rațională, optimă, eficientă și cumpătată respectiv responsabilă a resurselor disponibile. Avem aici în vedere resursele umane, materiale și simbolice dar și resursele naturale, culturale, istorice și etno-lingvistice, etnice de care dispune zona. Fără managementul corect al resurselor generațiile următoare nu vor putea beneficia de rezultatele dezvoltării. Din contră, managementul necorespunzător va duce inevitabil la epuizarea resurselor care va determina o situație de evital.



## 8.2 CADRUL GENERAL AL PLANIFICĂRII STRATEGICE. PROFILUL STRATEGIC AL TURISMULUI RURAL

Planul de dezvoltare se raportează la calitatea și structura actuală a pieței forței de muncă, a profilului populației de vârstă activă corelat cu starea generală a regiunii și a României respectiv adaptat la realitățile internaționale din domeniul ocupării (ne referim la procesele migrației circulare a populației de vârstă tânără și medie în țările din UE) respectiv la natura și volumul turismului postmodern.

Pentru a avea succes în fundamentarea planului strategic realist am formulat trei întrebări esențiale:

1. Cum se prezintă profilul forței de muncă din zona rurală a județului Covasna?
2. Cum se caracterizează turismul existent din mediul rural?
3. Care sunt elementele strategice pozitive și negative referitoare la forța de muncă și la turismul existent în vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic? Și în consecință cum putem crește nivelul angajării populației de vârstă activă în domeniul turismului?

Strategia a avut în vedere următoarele: *procesele schimbării sociale la nivel social și global, respectiv de tendințele prognozate pe termen mediu și lung referitor la evoluțiile economice, demografice, climatice și geopolitice*. Sociologic vorbind, aceste procese la nivel macro reprezintă contextul general a planificării. Aici ne referim la provocările societății informaționale, de tip rețea, unde interconectabilitatea și dispozitivele mobile de comunicare au creat un spațiu alternativ/virtual care este prezent la nivel de rutină în viața potențialilor turiști. Racordarea la acest trend comunicațional reprezentat de instrumentele ITC este o necesitate iminentă și o precondiție de adaptare pe termen imediat. Creșterea importanței cunoștințelor actualizate la cerințele crescânde venite din partea consumatorilor/turiștilor (informații, date referitoare la felul și natura serviciilor oferite de către agențiile turistice în timp real, precum și feed-back-urile furnizate de turiști cu impact puternic asupra potențialilor turiști), respectiv importanța rețelelor sociale, nevoia de now-how de ultim moment reprezintă provocări reale. Aceste provocări sau riscuri trebuie coroborate cu tradiția și cultura,

viața cotidiană a comunităților locale rurale și aduse la un numitor comun cu resursele care pot fi valorificate. Dezvoltarea este posibilă doar în cazul în care contextul macro și realitatea locală sunt aduse la un numitor comun.

Din acest motiv planificarea ia în considerare resursele și posibilitățile de care dispune zonele/regiunile cele mai importante din Covasna (ele reprezintă clustere distincte, cu resurse și posibilități, direcții specifice de dezvoltare). Aceste resurse sunt următoarele: *resursele naturale-geografice, materiale, culturale și istorice; dar și economice și cele percepute ca resurse proprii* cu semnificații sociale și adânc înrădăcinate în realitatea socială locală, în colectivul mental local; fiind situat în mijlocul țării, foarte important din punct de vedere turistic, deoarece este punct de trecere către Valea Prahovei, prin care atrage turiști din Ploiești, București și Constanța; capitalul uman și social; contactele dintre România și Ungaria prin etnoturism (cultură, istorie și limba maternă comună); resursele umane, forța de muncă disponibilă; posibilitățile de finanțare. !!!

Viziunea referitoare la viitorul zonei consideră de asemenea că întregul este mai mult decât suma părților, adică zona compusă din cele patru comune poate deveni mai puternică și mai competitivă decât dezvoltarea pe cont propriu.

Din acest motiv planul strategic elaborat pe o perioadă relativ lungă, propune un set coerent și încheiat de măsuri și acțiuni printr-o succesiune cumulată de activități axate pe obiective strategice și specifice pentru populația zonei cu scopul de a răspunde la provocările mai sus amintite.

### A. VIZIUNE

Județul Covasna va reprezenta un model de urmat, ce realizează dezvoltarea turismului rural care implică creșterea forței de ocupare pe piața muncii a resursei umane și înclinarea antreprenorială prin formarea calității a resursei umane, diversificarea ofertei serviciilor turistice bazate la așteptările turiștilor, și prin urmarea practicilor bune din mediul înconjurător.

## **B. OBIECTIVE GENERALE URMĂRITE**

Stimularea perfecționării resurselor umane; creșterea competitivității turismului rural prin diversificarea ofertei turistice; atragerea de noi segmente de turiști în perioada extrasezon; creșterea calității serviciilor; crearea de trei-patru hub-uri turistice; stimularea inovațiilor; construcția unui brand complementar; stimularea și facilitarea cooperării între actori.

Considerăm că creșterea competitivității și a calității resurselor umane, în special prin creșterea nivelului de educație/perfecționare a populației, reducerea disparităților și inegalităților de șanse, reinsertia socială a celor excluși/posibili excluși (copii și bătrâni) este condiția elementară a atingerii acestor obiective.

## **C. PRINCIPALELE PROBLEME SPECIFICE**

- Există probleme certe de cooperare și disfuncții de comunicare între actorii implicați în procesul turistic (aici ne referim la relația dintre angajați-angajatori; respectiv în unele cazuri între angajați-turiști; între firme cu profil turistic și administrația locală/financiară)
- Capitalul uman și resursele turistice sunt utilizate sub nivelul potențialul real
- Resursele umane au o acută nevoie de perfecționare, mai ales însușirea de limbi de circulație internațională
- Îmbătrânirea populației afectate în domeniul turismului
- Izolarea relativă a ofertelor din domeniul turistic, mai exact starea fragmentată a serviciilor turistice existente pe piață
- Slaba conexiune între turismul montan și balnear vor prezenta o problemă pe termen mediu și long
- Volumul mare de turiști se concentrează în principal în zona orașului Covasna, Municipiul Sfântu Gheorghe și la Băile Bálványos.
- Felul și natura managementului destinațiilor practicat în oferta turismului de tip balnear (Covasna/Băile Bálványos) nu generează inovații, nu stimulează investițiile și produce un dezechilibru major în structura internă a turismului rural

- Efectul slab de spill over în jurul celor doi poluri turistice în zona munților și în stațiunile balneoclimaterice
- Dependența absolută de veniturilor relizate în domeniul turismului în perioada se sezon, și subdezvoltarea ofertei și a produselor turistice în perioada extrasezon; se observă fluctuații maxime între perioadele sezon și extrasezon
- Lipsa locurilor de muncă și a unei viziuni strategice pe termen lung cu privire la dezvoltarea rurală generează factori de tip “push”, de împingere pentru tineri cu vârstă activă, respectiv pentru cei cu nivel de educație peste medie care determină migrația forței de muncă de valoare pe piață externe

## **D. PRINCIPALE DIRECȚII STRATEGICE**

- Dezvoltarea infrastructurii primare și racordarea lor la principalele rețele naționale și transfrontaliere ca o condiție primordială pentru dezvoltarea de ansamblu a comunităților și pentru asigurarea condițiilor necesare atragerii și menținerii turiștilor în județ
- Stimularea perfecționării resurselor umane angajate și angajatoare de vârstă activă
- Dezvoltarea și creșterea competitivității turismului rural prin diversificarea ofertei turistice, prin atragerea de noi segmente de turiști în perioada extrasezon, prin creșterea calității serviciilor în vederea ocupării forței de muncă și a creării de noi afaceri în sectorul turistic
- Creșterea competitivității prin stimularea cooperării între agenții economici pentru dezvoltarea serviciilor integrate și pentru sporirea complementarității ofertelor și pachetelor turistice astfel încât întreg potențialul disponibil din județ să fie valorificat
- Dezvoltarea turismului axată pe mai multe hub-uri turistice și clustere de oferte
- Integrarea serviciilor turistice pe o platformă on-line disponibilă pe dispozitivele mobile de comunicație
- Construirea unui brand atractiv comun și complementar, pentru atragerea de capital, locuri de muncă, capital uman și dezvoltarea serviciilor
- Stimularea inovațiilor și a unei reale alternative la turismul balnear concentrat la Covasna.

#### **E. VALORILE ÎN JURUL CĂRORA STRATEGIILE SUNT STRUCTURATE**

- Cooperare și coordonare
- Complementaritate și competitivitate
- Cultura și tradiția
- Sustenabilitate și egalitatea șanselor
- Posibilități multiple de alegere
- Adaptabilitate și inovare

#### **F. DIRECȚIILE PRINCIPILOR APLICATE DE STRATEGII**

- Echilibrarea structurii ofertei turistice prin conectivitatea serviciilor dezvoltate pe piața turistică din mediul rural
- Eficientizarea activităților turistice și creșterea calității produselor turistice
- Eficientizarea cursurilor de formare în domeniul turistic și creșterea calității resurselor umane
- Dezvoltarea activităților turistice prin elaborarea unor pachete calibrate la nevoile și posibilitățile grupurilor/segmentelor sepecifice ale turiștilor
- Investiții în infrastructură ITC
- Cooperarea la nivel instituțional între actorii sociali locali
- Inițierea de proiecte comune la nivelul de județ
- Elaborarea unui brand comun al regiunii Ținutul Trei Scaune, care să curpindă principalele hub-uri turistice

## **9. PROPUNERI STRATEGICE DE DEZVOLTARE A TURISMULUI RURAL ÎN JUDEȚUL COVASNA**

### **Axa de dezvoltare nr. 1**

#### **Explorarea și valorificarea resurselor turistice și antropice prin crearea următoarelor produse complexe și integrate**

- Explorarea și dezvoltarea resurselor balneare și terapeutice (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate – domeniu de dezvoltare prioritar, fiind un avantaj competitiv comparativ cu celelalte regiuni ale țării.
  - Dezvoltarea turismului balnear și wellness ca un produs generalizat pentru diferite grupuri-țintă cu scop preventiv, nu numai curativ.
  - Deconstrucția imaginii negative a turismului balnear din regiune creată de dominanța turismului social prin distribuția discreționară a билетelor de tratament.
- Stimularea dezvoltării turismului cultural prin revitalizarea/inventarea markerelor etnografice specifice fiecărei localități și reabilitarea siturilor istorice și culturale conexe.
  - Asocierea specificului cultural cu produse gastronomice particulare fiecărei localități și folosirea acestora ca simboluri și alegorii în crearea și consolidarea unei identități locale puternice. Stimularea procesului de identificare a localnicilor cu imaginea locală astfel creată/reprodusă și motivarea lor în vederea participării lor în procesul de producție și valorificare (prin crearea de produse și servicii).
  - Organizarea de festivaluri locale în fiecare an în jurul acestor markere culturale destinate în special turiștilor.
- Explorarea și valorificarea resurselor naturale-peisagistice pentru dezvoltarea turismului activ. Domeniu prioritar: hipismul, ca activitate puternic înglobată în tradițiile și cultura regiunii. Domenii de specialitate: vânătoarea și pescuitul. Alte domenii spre dezvoltare: drumeții, ciclism, sporturi de aventură și sporturile de iarnă în zonele montane (schi și patinaj).
- Explorarea și exploatarea potențialului de turism exclusivist destinat clasei mijlocii și elitei – valorificarea moștenirii arhitecturale, dezvoltarea turismului în conacele medievale.

## Axa de dezvoltare nr. 2

### Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului și a infrastructurii rurale din județul Covasna

- Stimularea cooperării printre actorii economici în domeniul turismului rural prin crearea unor forme de parteneriate durabile formale sau informale. Consolidarea parteneriatelor deja existente.
- Creșterea încrederii și a coeziunii sociale în sate, a angajamentului pentru dezvoltare locală sustenabilă, stimularea motivației localnicilor de a participa în crearea produselor turistice și conexe:
  - crearea, revitalizarea și consolidarea unor identități colective locale pe marginea unor simboluri și narrative specifice locului. Organizarea de evenimente și festivaluri pentru diseminarea acestor simboluri și ritualizarea acțiunii colective.
- Descoperirea și formarea unor „agenți culturali” la nivelul fiecărei localități cu atribuții referitoare la:
  - crearea/implementarea unei viziuni de dezvoltare locală sustenabilă prin intermediul turismului;
  - medierea cooperării între actorii locali în procesul de implementare a programelor de acțiune colectivă în domeniul turismului.
- Instituționalizarea formală a cooperării dintre experții de dezvoltare turistică și actorii de decizie (reprezentanții comunității, oficialii: primari, consilieri, politicieni) – creare de parteneriate permanente.
- Consultanță și dezbateri permanente cu experții de dezvoltare turistică din partea autorităților, integrarea și implementarea sugestiilor experților în proiectele de dezvoltare turistică.
- Consolidarea patronatelor și a altor structuri organizatorice neguvernamentale menite să reglementeze piața produselor turistice locale.
  - Introducerea unor standarde de calitate în serviciile turistice în vederea creșterii transparenței pieței pentru a dezvolta încrederea de lungă durată a consumatorilor.
  - Creșterea atribuțiilor de control intern în serviciile turistice în vederea consolidării calității acestora.
  - Reprezentanță comună mai eficientă pentru apărarea intereselor actorilor locali în special față de:

- activități comerciale ilegale;
- acțiuni de monopolizare a pieței de către actori externi, activități de tip rent-seeking din partea companiilor de stat (în special în turismul balnear social din orașul Covasna).
- Creșterea suportului administrației locale și județene față de patronate și organizații profesionale în domeniu, ca organisme de fundamentare a deciziilor.
- Monitorizarea permanentă a surselor de finanțare și consultanță specializată în acest domeniu pentru antreprenorii din turism.

## Axa de dezvoltare nr. 3

### Dezvoltarea capitalului uman și a know-how-ului managerial în turismul rural

- Diversificarea ofertei educaționale în domeniul turismului. Îmbunătățirea calității și productivității muncii prin creșterea educației practice în domeniu.
- Elaborarea și instituționalizarea unor modele de organizare de practică profesională și internship mai eficiente în cadrul educației formale din domeniu.
- Colaborare mai intensivă dintre instituțiile de educație și întreprinderi în domeniul turistic în vederea facilitării accesului direct al absolvenților pe locurile de muncă disponibile.
- Formare profesională continuă, organizarea unor cursuri de perfecționare într-un sistem flexibil, adaptat cerințelor specifice fiecărei agent economic.
- Introducerea unor programe speciale de formare și consultanță antreprenorială adaptată nevoilor acelor categorii pentru care munca în domeniul turismului reprezintă o activitate complementară.
- Organizarea de cursuri de conversație în limba română pentru angajații și managerii de etnie maghiară. Organizarea de cursuri de conversație în limba engleză.
- Introducerea unor sisteme de motivație și compensare alternative pe bază de performanță pentru angajatorii în domeniu.
- Introducerea unor servicii de mediere și de consultanță specială oferită managerilor pentru rezolvarea problemelor legate de recrutarea și menținerea forței de muncă, pentru evitarea fluctuației angajaților cauzate de caracterul sezonier al domeniului.
- Instituționalizarea unor programe de internship și schimb de experiență în străinătate pentru managerii și angajații în turism. Includerea acestor programe în sistemul de motivare alternativă a angajaților.

- Organizare de competiții și concursuri specifice fiecărui domeniu de activitate în turism (chelner, bucătar etc.) de către patronate și instituții profesionale pentru creșterea prestigiului ocupațiilor în turism.

#### **Axa de dezvoltare nr. 4**

##### **Marketingul destinației, promovarea imaginii turismului rural**

- Instituționalizarea consultării profesionale între experții în domeniul turistic și agenții economici.
- Promovarea unor modele de cooperare durabilă între agenții economici în vederea oferirii unor servicii complementare și integrarea acestora în pachete de oferte specifice pentru turiști.
- Elaborarea unor markere culturale specifice fiecărui localități, care vor funcționa ca și simboluri de coeziune socială pentru comunitățile locale, respectiv ca și brand-uri exclusive pentru vizitatorii de dinafară.
- Elaborarea elementelor de imagine și design bazate pe aceste markere culturale și folosirea acestora în materialele promoționale.
- Descoperirea și formarea unor specialiști („agenți culturali”) cu un rol de inițiere și coordonare a acțiunilor colective ale localnicilor legate de dezvoltarea turismului.
- Promovarea acțiunii colective de tip bricolaj în procesul de dezvoltare a turismului local. Facilitarea și promovarea accesului localnicilor de a participa la activitățile turistice și conexe (ex. cazare, producerea și comercializarea produselor agroturistice, prezentare de meșteșuguri tradiționale etc.). Promovarea implicării mai intensive a localnicilor în procesul de proiectare, producție și comercializare turistică a destinației.
- Realizarea unor cooperări instituționalizate și de durată privind promovarea și marketingul destinației la nivelul microregiunilor. Organizarea unui festival anual cu participarea tuturor localităților din regiune într-un sistem concertat, destinat special turiștilor.
- Realizarea unor cooperări de lungă durată între localități în vederea promovării microregiunilor prin implicarea comună a specialiștilor, a patronatelor și a autorităților locale. Promovarea comună a microregiunilor la conferințe, festivaluri și târguri

#### **Axa de dezvoltare nr. 5**

##### **Dezvoltarea durabilă a turismului rural**

- Consultanță profesională în vederea realizării unor politici de dezvoltare durabilă și competitivă a turismului.
- Eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării respectării normativelor de dezvoltare durabilă. Oferirea de sprijin profesional pentru implementarea politicilor și strategiilor europene și naționale referitor la mediu, amenajare teritorială și urbanism.
- Atragerea comunităților locale în economia locală de turism. Conștientizarea valorilor de patrimoniu local natural și cultural. Implicarea mai intensivă a comunităților locale în procesul de dezvoltare durabilă a turismului.
- Organizare și promovare de acțiuni pentru prevenirea efectelor negative ale turismului asupra mediului natural și socio-cultural.
- Elaborarea unui sistem de control și monitorizare privind respectarea normelor de protecție a mediului.

#### **Axa de dezvoltare nr. 6**

##### **Facilitarea accesului persoanelor defavorizate și cu nevoi speciale la serviciile turistice rurale**

- Introducerea unor programe speciale de formare și consultanță profesională pentru facilitarea angajării persoanelor cu dizabilități și cu nevoi speciale în domeniul turismului rural și a serviciilor conexe.
- Formarea managerilor și a angajaților cu scopul abordării în mod corect a persoanelor cu nevoi speciale.
- Instituționalizarea unor practici referitor la facilitarea accesului la serviciile turistice ale vârstnicilor și ale persoanelor cu nevoi speciale.
- Investiții în asigurarea accesului în incinte și servicii specializate, în special în instituțiile de tratament balnear.
- Elaborare de produse specializate adaptate nevoilor specifice ale persoanelor cu dizabilități.

