



PROGRAMUL DE COOPERARE ELVEȚIANO-ROMÂN
SWISS-ROMANIAN COOPERATION PROGRAMME

MANUAL PRACTIC PENTRU MONITORIZAREA UNEI DESTINAȚII TURISTICE



Brașov, 2017

Autori: Delia Fratu
Andrei Blumer
Bogdan Papuc

Fotografie copertă: Mihai Moiceanu

Publicație co-finanțată de Elveția prin intermediul Contribuției Elvețiene pentru Uniunea Europeană extinsă. Publicația a fost realizată în cadrul proiectului *Țara Hațegului – Retezat: destinația ecoturistică de excelență a României. Un model de dezvoltare durabilă prin ecoturism*, implementat de Asociația de Ecoturism din România în parteneriat cu Asociația pentru Dezvoltarea Turismului Social și de Sănătate și Asociația de Turism Retezat.

Această publicație nu reflectă în mod neapărat poziția oficială a guvernului elvețian.

Responsabilitatea pentru conținutul acesteia este asumată în întregime de Asociația de Ecoturism din România.

www.swiss-contribution.ro
www.swiss-contribution.admin.ch/romania

Totodată, dezvoltarea destinațiilor de ecoturism este posibilă datorită sprijinului financiar oferit de Romanian-American Foundation și a Fundației pentru Parteneriat.



fundatia pentru
parteneriat



Un material realizat de:

Asociația de Ecoturism din România (AER, 2017)

www.eco-romania.ro | www.asociația-aer.ro



aer
Asociația de Ecoturism
din România

Cuprins

1. Cum trebuie citit acest manual	4
2. De ce să monitorizezi o destinație turistică	5
3. Ce se poate monitoriza.....	6
4. Etapele procesului de monitorizare.....	8
5. Concluzii.....	14
Anexa A – Reguli de elaborare a unui chestionar.....	15
Anexa B – Exemplu de fișă de colectare de date de la operatori de cazare	17

1. Cum trebuie citit acest manual

Acest manual este elaborat spre a fi folosit de un coordonator de destinație turistică de tip organizație de management a destinației (OMD) în procesul de planificare a monitorizării destinației turistice. Cu toate că experiența practică în implementarea metodelor descrise în acest manual se bazează pe monitorizarea unei destinații de ecoturism, metodele și etapele descrise pot fi utilizate și pentru monitorizare cu succes a oricărei destinații de turism independent de profilul ei (balneo-climateric, cultural etc.).

Acest document este un manual elaborat de Asociația de Ecoturism din România în contextul experienței practice de dezvoltare și punerea în practică a sistemului de monitorizare integrat pentru destinațiile cu profil ecoturistic. Acest sistem integrat de monitorizare colectează date atât de la vizitatorii destinației, cât și de la operatorii economici care oferă servicii de cazare.

La momentul realizării manualului, monitorizarea pilot a destinației de ecoturism Țara Hațegului - Retezat a cuprins două metode: un chestionar aplicat vizitatorilor și colectarea de date de la operatorii economici. Metoda utilizării chestionarului a fost aplicată în sezonul 2016 – 2017 și a fost finalizată cu succes. Acest tip de monitorizare va fi extins la alte cinci astfel de destinații începând cu anul 2018. Metoda colectării de date de la operatorii economici (structuri de cazare) a fost aplicată pentru anul 2016, urmând a se repeta anual pentru a putea evalua evoluția destinației. Această metodă s-a aplicat deja și în alte șase destinații cu profil de ecoturism. Această abordare este o premieră pentru România pentru o monitorizare integrată a unor destinații turistice și reprezintă un prim pas în abordarea unui management de destinație profesionist.

Astfel, manualul de față este conceput ca urmare a înțelegerii nevoii de ghidare pentru a pune în aplicare un sistem de bază pentru colectarea de date statistice reale folosite de cei care coordonează o destinație turistică. Metodele propuse reprezintă cele mai bune soluții disponibile în contextul socio-cultural actual (de exemplu, neîncrederea de a furniza date exacte cu privire la numărul de turiști din partea pensiunilor) și considerând limitarea resurselor financiare avute la dispoziție în general de o destinație. Totodată, monitorizările propuse sunt dezvoltate astfel încât să țină seamă de contextul național în care datele oficiale de la Institutul Național de Statistică nu sunt suficient de concludente în special în mediul rural.

Acest manual este conceput ca un instrument practic și simplu de utilizat, pe bază de pași/etape. Conținutul manualului poate folosi direct în elaborarea procesului de monitorizare sau poate fi baza unei cereri de asistență din partea unei instituții/organizații cu experiență în acest domeniu. Acesta este motivul pentru care conținutul acestui document a fost limitat la un minim necesar pentru înțelegerea procesului de monitorizare.

2. De ce să monitorizezi o destinație turistică

Turismul este un sector economic extrem de dinamic, ce prezintă un ritm alert de transformare și dezvoltare. Apariția de noi produse și servicii turistice și diversificarea acestora au ca rezultat o piață turistică extrem de concurențială.

Totodată, turismul depinde de fenomene externe activității turistice, cum ar fi cele din sfera economică, politică, socială sau de mediu, atât la nivel local, cât și global. În același timp, este guvernat de relația complexă dintre ofertele turistice, calitatea serviciilor și a infrastructurii și diversele dorințe și nevoi ale clienților. Acest cumul de factori generează un ansamblu extrem de complex ce poate sta la baza unui produs turistic sau a unei destinații turistice.

Tot acest ansamblu are nevoie să poată fi monitorizat și analizat prin intermediul unor studii aplicate de cercetare. Există diverse motive care stau la baza realizării unor astfel de monitorizări din perspectiva unei destinații turistice. Printre cele mai frecvente sunt următoarele:

- cunoașterea stadiului actual în care se afla destinația, ce poate permite adoptarea de decizii strategice;
- cunoașterea performanței diverselor componente ale destinației, precum serviciile și infrastructura pentru a le putea îmbunătăți;
- identificarea problemelor cu care se confruntă destinația pentru rezolvarea sau diminuarea lor;
- identificarea amenințărilor și oportunităților ce apar pe piața turistică pentru a le putea contracara/maximiza la nivel de destinație;
- cunoașterea impactului negativ, dar și pozitiv, asupra mediului natural și asupra comunităților locale pentru o dezvoltare durabilă a destinației;
- cunoașterea tendințelor în comportamentul consumatorilor de turism pentru a putea adapta oferta turistică a destinației.

Toate aceste motive au de fapt la bază dorința, pe de o parte ca destinația să-și continue existența și să rămână pe piața competitivă a destinațiilor atractive de turism, iar pe de altă parte ca ea să-și mărească gradul de sustenabilitate în raport cu comunitatea locală și mediul natural.

O destinație turistică este în mod normal sub coordonarea unei entități de tip organizație de management a destinației (OMD). OMD-ul are responsabilitatea să realizeze un management de destinație coordonând actorii locali și resursele destinației. Pentru a realiza acest obiectiv este extrem de necesar ca destinația, prin intermediul OMD-ului, să aibă rezultatele unei monitorizări bazate pe studii aplicate și analize care să-i permită în timp real cunoașterea situației interne a destinației și a poziției destinației pe piață. În plus, această monitorizare trebuie să aibă loc periodic, păstrând constantă metodologia, astfel încât rezultatele să poată fi comparabile de la o perioadă la alta.

3. Ce se poate monitoriza

În funcție de nevoile identificate la nivel de destinație, se pot defini diverse teme de monitorizare pentru componentele destinație:

- profilul vizitatorilor;
- profilul destinației:
 - gradul de satisfacție al vizitatorilor în urma experienței turistice avute în destinație;
 - infrastructura turistică;
 - atractivitatea destinației în general;
 - calitatea serviciilor.
- performanța destinației față de indicatorii turistici;
- managementul destinației:
 - implementarea unei strategii sau a unui plan de acțiune la nivelul destinației;
 - eficacitatea și eficiența măsurilor implementate.
- destinația în contextul local:
 - atitudinea comunității locale în urma dezvoltării actuale și viitoare a turismului;
 - impactul economic și social.
- destinația în context global:
 - poziționarea destinației.

Acest ghid propune în continuare abordarea a câtorva tipuri de monitorizări ce țin de nevoile de bază ale unui organism de management de tip OMD identificate în mod practic de AER. Astfel, vom clasifica tipurile de monitorizări de bază în funcție de modul și proveniența datelor colectate cât și din perspectiva indicatorilor de monitorizat. Ghidul propune structura din tabelul alăturat:

Sursa datelor	Colectare date	Teme pentru monitorizare	Indicatori de monitorizat
Vizitatori	Chestionar structurat pentru vizitatori	Profilul vizitatorilor	<ul style="list-style-type: none"> • vârstă; • apartenența la un grup socio-profesional; • educație; • venit; • naționalitate; • structura grupului cu care vizitează destinația.
		Profilul destinației	<ul style="list-style-type: none"> • scopul principal al vizitei; • tipuri de activități; • tipuri de servicii utilizate; • distribuția spațială și temporală a utilizării infrastructurii turistice; • durata media a sejurului; • cheltuieli medii zilnice; • gradul de satisfacție;

			<ul style="list-style-type: none">• canalele utilizate pentru informare și rezervare.
Operatori economici	Colectarea datelor direct de la operatori	Performanța destinației	<ul style="list-style-type: none">• capacitatea de cazare în destinație;• utilizarea capacității de cazare (grad de ocupare);• sezonabilitate;• piețe emitente.

În cele ce urmează, acest ghid își propune să detalieze etapele necesare derulării acestor tipuri de monitorizări.

4. Etapele procesului de monitorizare

A. ETAPE GENERAL VALABILE PENTRU ORICE FEL DE MONITORIZARE

A1. IDENTIFICAREA OBIECTIVULUI DE MANAGEMENT CARE NECESITĂ APORTUL UNUI STUDIU DE MONITORIZARE

Pentru a demara un studiu de monitorizare trebuie să ne fie extrem de clar de ce îl facem, ce nevoie de informații avem și ce obiectiv de management al destinației are nevoie de un astfel de studiu. Analizele realizate pe baza rezultatelor monitorizării vor ajuta la fundamentarea anumitor decizii de management ale destinației.

A2. IDENTIFICAREA TEMEI DE CERCETARE, A METODELOR DE CERCETARE, A REPETITIVITĂȚII ȘI A RESURSELOR NECESARE

Organizația de management a destinației va defini una sau mai multe teme de cercetare ce se vor transpune în tipuri de monitorizare, acestea fiind corelate cu unul sau mai multe obiective de management. Odată ce temele și metoda de cercetare au fost identificate, se va demara etapa de selectare a tipului și a metodei de cercetare. Foarte important este ca tema să genereze metoda de cercetare și nu invers. Adeseori se discută de metoda de cercetare (ex. *facem un chestionar de monitorizare*) înainte de a fi clar ce anume dorim să aflăm în urma monitorizării. Metoda de cercetare este instrumentul prin care aflăm informațiile necesare și nu este un scop în sine.

Totodată, este necesar ca odată cu selectarea metodei de cercetare, să fie determinată repetitivitatea monitorizării. Astfel vom decide asupra frecvenței la care se repetă procesul de colectare a datelor necesar pentru a putea observa evoluția indicatorilor în timp. Tot în această fază se va face o primă evaluare a necesarului de resurse umane, materiale și financiare pentru realizarea unui ciclu complet de monitorizare.

A3. IMPLICAREA ACTORILOR LOCALI ȘI EVALUAREA RESURSELOR NECESARE

Odată ce OMD-ul a definit nevoia de cercetare, tema, metoda, repetitivitatea și resursele necesare, se vor consulta actorii locali pentru a evalua gradul lor de implicare în procesul de monitorizare și disponibilitatea de a sprijini și contribui cu resurse la procesul de monitorizare. În funcție de tipul de monitorizare, se pot implica activ actori locali precum operatorii economici, universități sau ONG-uri active la nivelul destinației care să ofere asistență în procesul de colectare a datelor sau ulterior în procesul de prelucrare și analiză a datelor.

B. ETAPE ÎN PROCESUL DE CERCETARE PE BAZĂ DE CHESTIONAR CU COLECTARE DE INFORMAȚII DE LA VIZITATORI

B.1. REVIZUIREA CONCEPTULUI ZONEI ȘI IDENTIFICAREA METODEI DE EȘANTIONARE SPAȚIALĂ, TEMPORALĂ (INTERVAL ȘI FRECVENȚĂ) ȘI METODA DE SELECTARE A RESPONDENȚILOR

În această etapă se va definitiva metodologia utilizată în cazul în care se utilizează metoda de evaluare cu aplicarea de chestionare. Acest ghid propune modalități practice de monitorizare, având în vedere caracterul unei cercetări aplicative. De aceea este extrem de important în a se respecta câteva condiții minime de rigurozitate specifice unei cercetări, pentru ca rezultatele să fie relevante. Astfel, alegerea unei bune eșantionări este crucială pentru a genera rezultate

utile și corecte. Întrucât de cele mai multe ori nu se poate calcula cu rigurozitate științifică mărimea populației studiate (numărul total de vizitatori ai destinației), iar în practică în acest domeniu statisticile cantitative încă nu există sau nu generează cifre relevante (de exemplu: indicatorii turistici din statisticile oficiale ce acoperă zone rurale), atunci eșantionarea va utiliza câteva elemente ce pot să-i ofere un grad de obiectivitate ridicat.

Pașii recomandați pentru o eșantionare corectă:

- **identificarea tipurilor de vizitatori la nivelul destinației pe baza conceptului de turism¹ al zonei.** Dacă destinația nu are un concept de turism sau are un concept vechi atunci este necesar a se realiza un scurt exercițiu de actualizare. Acest lucru este extrem de important pentru a putea cartea tipologia de vizitatori existentă în destinație și distribuția lor spațială și temporală astfel încât să poată genera locurile de amplasare a operatorilor de interviu și, totodată, perioadele de colectare a informațiilor.
- **eșantionarea spațială - stabilirea locurilor de amplasare a operatorilor de interviu** Acest ghid recomandă utilizarea operatorilor de interviu ce vor fi amplasați în punctele cheie ale destinației, astfel încât să existe o mare probabilitate ca prin amplasarea lor să poată fi colectate interviuri cu persoane ce acoperă toate tipologiile de experiențe oferite de destinație. Astfel, stabilirea acestor locuri de amplasare va ține cont de diversele puncte de atracție și culoare de trecere la nivelul destinației.
- **eșantionarea temporală - definirea perioadei de monitorizare și a zilelor de aplicare a chestionarelor**

Eșantionarea temporală conține următoarele elemente:

- **perioada de monitorizare** este intervalul de timp în care se face un ciclu de monitorizare. Se recomandă extinderea unei perioade de monitorizare la un an dacă se urmărește obținerea unei imagini relevante asupra profilului vizitatorilor și al destinației. Desigur, dacă există perioade de sezon *mort*, nu se va insista cu colectarea de date în acea perioadă.
- **zilele de colectare** sunt acele zile în care toți operatorii vor fi pe teren în punctele stabilite și vor aplica chestionarele. Este important ca toți operatorii să fie prezenți pe teren în aceeași zi în toate punctele stabilite. Această măsură va diminua posibilitatea devierii rezultatelor din cauza condițiilor externe (ex. starea vremii). Se va defini un orar pentru aplicarea chestionarelor ținând cont și de fluxul de vizitatori prin acel punct. Zilele de colectare trebuie să acopere ca specific sezonul și extra sezonul și zile lucrătoare și zile libere de sfârșit de săptămână.
- **selectarea respondenților**
Pentru fiecare punct în care se vor colecta informații se va stabili procedura de selectare a respondenților. Procedura va ține cont de fluxul de vizitatori și va stabili un algoritm simplu, predefinit, de selectare a persoanelor interviuate. De exemplu, la fiecare al cincilea grup se va alege o persoană. Dacă acest lucru nu se poate (de exemplu, persoana nu dorește să răspundă), atunci se va alege o persoană din grupul următor. Dacă punctul de aplicare a chestionarelor este situat pe o rută cu flux mare de vizitatori, atunci se poate defini o altă metodă de selectare a intervievaților prin definirea unui interval de colectare, de exemplu la fiecare al 10-lea grup sau la fiecare

¹ Conceptul de turism cuprinde o zonare spațială a destinației turistice în funcție de experiența dominantă a vizitatorilor ce este generată de tipologia și comportamentul vizitatorilor actuali, infrastructura existentă, accesabilitate, tipurile de atracții, activități și fluxurile turistice.

30 minute. Realizând acest tip de algoritm se va reduce probabilitatea alegerii subiective a respondenților de către operatori, ce poate altera reprezentabilitatea eșantionului.

B.2. REALIZAREA CHESTIONARULUI

Realizarea chestionarului trebuie să țină cont de regulile utilizării acestui instrument. Câteva dintre ele sunt menționate în anexa A, dar este dincolo de obiectivul acestui ghid în a detalia modul de elaborare al unui chestionar. Este important ca atunci când se realizează chestionarul să se urmărească a se acoperi toți indicatorii de monitorizare cu întrebări. Este posibil ca anumiți indicatori să fie detaliați printr-un set de întrebări.

B.3. ALEGEREA UNEI METODE DE APLICARE A CHESTIONARULUI

Chestionarul poate fi utilizat pe suport de hârtie sau în format digital pe suport de tip smartphone sau tabletă. Este recomandat a se folosi un suport digital, cu posibilitatea colectării datelor și în condiții off-line și crearea unei baze automate de date în care se vor descărca interviurile. Acest procedeu eficientizează realizarea bazei de date și elimină posibilele erori umane în introducerea manuală a valorilor în baza de date de către operatori. Este important ca operatorii să fie instruiți în utilizarea aplicației ce include chestionarul, iar ei să aibă telefoanele disponibile pentru instalarea aplicației.

Este important ca aplicarea chestionarului să fie realizată într-o mare măsură ca o discuție, în care operatorul trece prin diversele întrebări și bifează răspunsul corect fără a întrerupe șirul discuției. Metoda recomandată de acest ghid, este ca doar operatorul să aibă acces la chestionar. Acest chestionar nu este menit spre a fi utilizat direct de persoana interviuată.

B.4. TESTAREA CHESTIONARULUI

Independent de suportul utilizat pentru chestionar, este nevoie de o testare a acestuia care se poate realiza ieșind pe teren și parcurgând pașii normali de interviu. În urma testării se poate ajusta durata aplicare a chestionarului ce poate duce la o reanalizare a volumului de întrebări, modificarea anumitor întrebări și o redimensionare a timpului real necesar parcurgerii unui chestionar. Totodată, în cazul folosirii unor instrumente digitale se testează operativitatea cu care se introduc datele și funcționarea întregului sistem de colectare, transmitere și stocare de date.

B.5. IDENTIFICAREA ȘI SELECTAREA OPERATORILOR DE INTERVIU

Această etapă este importantă deoarece cooptarea unor operatori de interviu entuziaști și dedicați acestui studiu poate crește calitatea interviurilor. Se pot alege voluntari dintre elevii și studenții din arealul destinației. Este de dorit ca operatorii să aibă calități de comunicare deschisă cu oamenii, să nu fie timizi și să cunoască deja destinația foarte bine. Totodată se recomandă ca fiecare punct de monitorizare să aibă permanent cel puțin două persoane dedicate.

B.6. INSTRUIREA OPERATORILOR DE INTERVIURI

Operatorii de interviu trebuie să fie instruiți astfel încât să înțeleagă necesitatea acestei monitorizări și rolul lor crucial în colectarea de informații relevante destinației. Dincolo de caracterul motivațional al instruirii, operatorii trebuie să dobândească cunoștințele practice necesare în abordarea persoanelor, modalitatea de comunicare pe timpul interviului și pentru utilizarea instrumentelor de lucru (ex. aplicația pentru interviu).

B.7. COLECTAREA DATELOR DIN TEREN

Odată stabilite perioadele de colectare a datelor din teren, trebuie avut în vedere deplasarea în teren a operatorilor. Prezența în teren trebuie să fie independentă de condițiile meteo. Totuși, în cazul unei situații meteorologice extrem de nefavorabile se va amâna ziua de colectare și se va stabili o altă dată, dar similară ca specific (ex. sezon/extrasezon).

B.8. MONITORIZAREA COLECTĂRII DATELOR ȘI AJUSTAREA SISTEMULUI

Este important să existe o persoană delegată care să monitorizeze dacă survin probleme sau disfuncționalități în sistemul de colectare în timp real. Mai întâi trebuie să ne asigurăm că toți operatorii sunt la punctele lor și au tot ce este necesar pentru aplicarea chestionarelor. De asemenea, trebuie să verifice descărcarea datelor în baza de date (proces ce se face automat prin intermediul aplicației).

B.9. REALIZAREA BAZEI DE DATE

Această bază de date se poate realiza în diverse programe (ex. Excel, SPSS) și este important ca valorile inserate în baza de date să fie verificate și manual pentru a nu apărea disfuncționalități de calcul. De asemenea, este nevoie și de o operare manuală a informațiilor provenite din întrebări deschise sau mixte. Este important ca această bază de date să fie salvată cu un back-up, căci deteriorarea sau dispariția ei va duce la irosirea întregului efort de monitorizare și probabil o întârziere de un an.

B.10. PRELUCRAREA BAZEI DE DATE DE CĂTRE UN SPECIALIST

Această prelucrare de date se va face folosind unul dintre programele dedicate pentru prelucrarea statistică a datelor. Pentru acest lucru este necesar cooptarea sau contactarea unui specialist în analizarea datelor statistice ce va realiza prelucrarea bazei de date și operaționalizarea ei, astfel încât să fie gata pentru a intra în faza de analiză.

B.11. ANALIZA DATELOR PRIMARĂ ȘI SECUNDARĂ

O analiză primară a datelor se va realiza pornind de la întrebările de bază, unde se vor analiza procentual apartenența respondenților pe diversele categorii studiate (de exemplu, structura de vârstă, durata de sejur exprimate de obicei în procente). Apoi, se va trece în faza unei analize mai elaborate, în care diversele tipuri de întrebări cu răspunsurile aferente se vor încrușișă cu alte răspunsuri și vor genera rezultate ce necesită o interpretare adecvată.

B.12. INTERPRETAREA REZULTATELOR ȘI FORMULAREA CONCLUZIILOR

Rezultatele tehnice din urma analizării datelor vor trebui să fie interpretate. Fără o interpretare adecvată a acestor rezultate tot efortul depus până în această fază poate fi irosit. Anumite încrușișări de întrebări pot genera rezultate ce nu au sens iar altele pot dezvălui situații interesante ce pot duce la formularea unor concluzii utile pentru analiza destinației.

B.13. DISEMINARE ȘI DISCUTAREA REZULTATELOR

Odată ce concluziile s-au formulat este de dorit ca ele să fie diseminate partenerilor la nivel de destinație și să facă obiectul unor discuții de analizare a situației.

B.14. FUNDAMENTAREA DECIZIILOR DE MANAGEMENT

În urma discutării rezultatelor cu partenerii, se pot fundamenta deciziile de management care vor putea fi puse în practică pentru atingerea unuia sau a mai multor obiective de management.

C. ETAPE ÎN PROCESUL DE CERCETARE PE BAZĂ DE COLECTARE DE INFORMAȚII DE LA OPERATORII ECONOMICI

C.1. IDENTIFICAREA ȘI SELECTAREA OPERATORILOR – FURNIZORI DE DATE STATISTICE

Această metodă utilizează o colectare de date direct de la operatorii economici care operează spații de cazare. Pentru a utiliza o astfel de metodă trebuie agreat cu fiecare dintre operatorii economici un parteneriat pentru a furniza date reale. Cu cât vom avea mai mulți operatori dornici să ofere date, cu atât metoda va da rezultate mai bune. De obicei, operatorii care formează rețeaua de servicii ce susțin OMD-ul vor dori să contribuie cu datele necesare. Această metodă aduce un plus de exactitate datelor statistice venite de la Institutul Național de Statistică. Dacă nu se pot obține date de la o majoritate a serviciilor, atunci este necesar a alege o gamă variată de spații de cazare din diverse zone ale destinației și eventual cu tipuri diferite de oferte de cazare, astfel încât să existe o imagine reală în diverse puncte din destinație cu un minim de furnizori de date. Este important a se înțelege că aceste date au un regim confidențial și ele nu fac obiectul unei analize a fiecărui operator economic (cu excepția cazului în care se dorește acest lucru de către operator). Ele vor fi utilizate punând împreună aceste date colectate pentru a analiza sezonalitatea sau a gradul de ocupare mediu pe întreaga destinație.

C.2. STABILIREA INDICATORILOR CE URMEAZĂ A FI MONITORIZAȚI, INTERVALUL ȘI FRECVENȚA PROCESULUI DE MONITORIZARE

Această metodă se utilizează cel puțin pentru analizarea capacității de cazare cu gradul de ocupare aferent, sezonalitatea și piețe emitente. Pentru aceasta OMD-ul va transmite către operatorii economici (cazare) din destinație un format unitar de colectare a datelor bazat pe indicatorii ce urmează a fi calculați. Totodată, se va stabili intervalul care va fi acoperit cu colectarea de date, dar rezultatele trebuie fie relevante pentru un an complet. Acest tip de monitorizare este recomandat să se aplice anual, cu o frecvență de colectare a datelor la un an (de exemplu se colectează datele în ianuarie pentru ianuarie – decembrie din anul precedent).

C.3. REALIZAREA UNUI FORMULAR DE COLECTARE A DATELOR ȘI DISTRIBUIREA FORMULARULUI CĂTRE OPERATORI

Pe baza indicatorilor selectați pentru monitorizare se va realiza un formular de colectare de date care va fi trimis la operatorii dornici să contribuie cu date la programul de monitorizare. Acest formular poate fi util și pentru analiza calcularea indicatorilor respectivi la nivel de operator dacă acesta dorește să aibă o astfel de analiză. Formularul va fi distribuit la operatorii economici care doresc să pună la dispoziție datele statistice despre clienții lor.

C.4. ASISTAREA OPERATORILOR ÎN COMPLETAREA DATELOR ȘI COMPLETAREA FORMULARELOR

Nivelul de înțelegere este diferit de la un operator altul, iar uneori există o capacitate scăzută de a oferi aceste date, în special în cazul operatorilor mici (de exemplu pensiunile din mediul rural). Astfel, pentru utilizarea acestui formular (Anexa B) este recomandată asistarea operatorilor în completarea lui. Completarea formularului poate avea loc la sfârșitul sezonului sau pe parcursul anului.

C.5. COLECTAREA FORMULARELOR ȘI INTEGRAREA DATELOR ÎNTR-O BAZĂ DE DATE

Colectarea formularelor este recomandată a se realiza după încheierea anului, iar apoi datele din fiecare formular se vor integra într-o bază de date unitară la nivelul destinației.

C.6. ANALIZA DATELOR, INTERPRETAREA REZULTATELOR ȘI FORMULAREA CONCLUZIILOR

Odată baza de date creată se pot calcula și analiza valorile pentru indicatorii agreeți pentru monitorizare. Pe baza analizării indicatorilor se vor interpreta rezultatele ce definesc performanța destinației. Ulterior se vor formula concluziile.

C.7. DISEMINARE ȘI DISCUTAREA REZULTATELOR

Este recomandat ca rezultatele și concluziile obținute să fie diseminate partenerilor locali și în special membrilor rețelei locale care au furnizat datele. De asemenea, este recomandat ca rezultatele să facă parte din suportul de comunicare tehnică al destinației către diverse tipuri de public. Pot exista rezultate ce pot rămâne cunoscute doar unui cerc restrâns, ca de exemplu echipei tehnice și consiliului de conducere al OMD, dacă se consideră că pot pune destinația într-o poziție dificilă față de alte destinații în competiție.

C.8. FUNDAMENTAREA DECIZIILOR DE MANAGEMENT

Pe baza rezultatelor obținute prin această metodă se pot fundamenta deciziile de management aferente care pot contribui la atingerea obiectivelor de management ale destinației. În procesul de fundamentare al deciziilor de marketing se poate lua în calcul și rezultatele provenite din alte tipuri de monitorizare, de exemplu cercetarea pe bază de chestionar adresat vizitatorilor.

5. Concluzii

Acest manual este un ghid practic pentru o cercetare aplicată în domeniul monitorizării unei destinații turistice. El nu se dorește a acoperi toate tipurile de metode de cercetare, astfel el propune integrarea a două metode deja utilizate și testate de AER și partenerii săi: monitorizarea pe bază de chestionar a vizitatorilor și evaluarea indicatorilor destinației pe bază de colectare de informații de la operatorii economici.

Acest sistem de monitorizare integrat propus de AER poate da o imagine de ansamblu asupra fenomenului turistic pe parcursul unui an într-o destinație. Analiza situației existente este necesară a se baza pe date provenite din evaluarea situației reale, cu o evaluare a indicatorilor tehnici ce se repetă la intervale de timp agreeate.

Având o astfel de monitorizare putem avea următoarele beneficii majore:

- se pot fundamenta decizii de management pe baza situației reale existente la un moment dat, ridicând astfel nivelul de management al unei destinații;
- se poate urmări evoluția unei destinații și totodată se poate monitoriza eficacitatea și eficiența deciziilor de management.

În contextul în care conceptul de management al destinației turistice este la început de drum în România, este extrem de important ca o viitoare construcție a acestei organizații să integreze și această componentă necesară pentru o fundamentare sistematică și profesionistă a deciziilor de management.

Anexa A – Reguli de elaborare a unui chestionar

Chestionarul este un instrument fundamental în colectarea datelor care ne interesează, de aceea este potrivit să îi acordăm o atenție deosebită și să respectăm câteva reguli pentru a ne ușura munca.

Obținerea unor răspunsuri corecte de la subiecți depinde de capacitatea cercetătorului de a concepe chestionarul în așa fel încât subiecții să fie interesați și motivați să coopereze în transmiterea informațiilor.

Un chestionar cuprinde mai multe tipuri de întrebări:

- 1) Întrebările deschise sunt acele întrebări care presupun libertatea deplină a unui răspuns așa cum gândește respondentul. Acestea au avantajul că vom obține informații noi și că respondenții vor fi mai implicați în răspuns deoarece au un sentiment mai puternic al contribuției lor la realizarea cercetării. Dezavantajul utilizării acestui tip de întrebări este că îngreunează cu mult procesul codificării precum și pe cel de analiză. De aceea, doar din rațiuni ce țin de ușurarea procedurii de prelucrare a datelor, recomandăm ca o întrebare deschisă să fie convertită în 2-3 întrebări închise.
- 2) Întrebările închise îl pun pe subiect în situația de a indica unul sau mai multe din răspunsurile posibile propuse. Acestea oferă posibilitatea ca răspunsurile să fie mai ușor de dat iar prelucrarea și interpretarea lor să fie mult simplificate. Acestea pot fi:
 - a. Întrebări simple cu răspunsuri de tip „da” sau „nu”;
 - b. Întrebări care presupun o alegere unică dintr-un set de alternative propuse;
 - c. Întrebări care presupun o alegere multiplă dintre mai multe variante propuse.
- 3) Întrebări mixte reprezintă o combinație a unei întrebări închise cu o întrebare deschisă-de regulă o întrebare închisă care conține și varianta de răspuns „Altele”.

Primul pas în conceperea chestionarului pornește de la ceea ce dorim să aflăm, adică tema de cercetat. Din aceasta rezultă obiectivele cercetării și, pe această bază, sunt stabilite informațiile care urmează a fi obținute sub forma răspunsurilor date la întrebările din chestionar. De aceea, în primă fază este indicat să formulăm o serie de întrebări, toate care credem noi că ne-ar fi utile, pe care să le scriem în ordine aleatorie. Să ținem cont că întrebările ar fi recomandat să fie închise sau mixte pentru a ne ușura apoi procesul de prelucrare al datelor. Când scriem aceste întrebări este bine să ținem cont de următoarele sugestii:

- folosirea unor cuvinte simple și ușor de înțeles;
- formularea întrebării să fie într-o manieră directă;
- formularea să fie precisă, fără ambiguități;
- evitarea întrebărilor care sugerează o anumită variantă posibilă de răspuns;
- evitarea întrebărilor ce implică răspunsuri implicite;
- evitarea întrebărilor care include și sugerează o singură variantă de răspuns din mai multe posibile;
- evitarea întrebărilor care sugerează răspunsuri dezirabile sub aspect social sau care au încărcătură emoțională;
- nu trebuie pusă o întrebare compusă, care se referă simultan la două sau mai multe aspecte;
- întrebările de vârstă, ocupație, educație și venit trebuie puse cu mare grijă, într-un mod în care să convingă subiectul de ce este nevoie de asemenea informații;
- întrebările nu trebuie să fie lungi.

După ce am formulat aceste întrebări, vom formula o serie de variante de răspuns ținând cont de realitatea din teren. Aceste variante de răspuns reprezintă măsurarea/cuantificarea răspunsurilor la întrebări. Pentru a putea efectua analize diverse cu întrebările cercetării, este recomandat să luăm legătura cu un specialist care să ne ajute cu acest proces de organizare a variantelor de răspuns.

Odată avute întrebările cu variantele de răspuns aferente, va trebui să le ordonăm. **Ordinea de aranjare a întrebărilor** în chestionare este foarte importantă deoarece influențează decizia respondentului de a coopera și de a răspunde la toate întrebările.

Recomandări generale privind aranjarea întrebărilor în chestionar:

1. Primele întrebări dau tonul chestionarului și au scopul de a capta și de a dezvolta interesul de a răspunde, de aceea trebuie să fie simple, generale, ușoare și atractive;
2. Întrebările dificile, care surprind probleme complexe, este indicat a fi plasate în prima parte și către zona de mijloc a chestionarului, intercalate cu întrebări ușoare sau de complexitate medie. Acestea nu se vor plasa chiar la început deoarece respondentul poate considera că problematica abordată este prea grea pentru el și va refuza să răspundă, dar nici la sfârșit nu este indicată deoarece respondentul poate fi obosit și fie va refuza să răspundă fie va oferi informații de calitate slabă.
3. Întrebările de reprezentare permit descrierea respondenților în raport cu anumite criterii socio-economice precum: vârstă, sex, profesie, educație, venit etc., iar acestea se plasează de regulă la finalul chestionarului.

Dimensiunea chestionarului depinde în primul rând de cantitatea de informație de care avem nevoie dar trebuie astfel conceput încât să aibă dimensiuni rezonabile. Mărimea chestionarului se va lua în considerare și în funcție de locul de aplicare al acestuia. De exemplu, durata de aplicare a unui chestionar într-un loc public (în cazul nostru la anumite atracții turistice) nu trebuie să depășească 15- 20 de minute.

De asemenea, de o importanță majoră în colectarea de date o reprezintă **operatorii de interviu**. Aceștia pot asigura succesul sau nereușita colectării de date. Pregătirea prealabilă a operatorilor de interviu presupune:

- Explicarea importanței cercetării și a obținerii de date reale și precise. Cu cât aceștia sunt mai angrenați în importanța subiectului cercetat cu atât se vor implica mai bine pentru a obține datele.
- Parcurgerea fiecărei întrebări pentru a ne asigura că e înțeleasă pe deplin astfel încât să fie pregătiți să răspundă oricăror lămuriri suplimentare solicitate de respondenți.
- Explicarea importanței implicării în acest procedeu de culegere a datelor și obținerea răspunsurilor la fiecare întrebare în parte, pe cât posibil.
- Depășirea situațiilor în care respondentul este reticent la completarea chestionarului sau la a răspunde la anumite întrebări .
- Operatorii de interviu trebuie să fie fluenți în limba de interviu, să fie amabili, plăcuți și sociabili.

