

# **Realități și tendințe în evoluția turismului. Implicații pe plan economic și social**

**Constanta Petcu**

## **1. Turismul - fenomen economico-social**

Privit în ansamblu, turismul reprezintă un fenomen economico-social complex, specific civilizației moderne, puternic ancoreat în viața societății și, în consecință, influențat de evoluția ei. Adresându-se unor segmente largi ale populației și răspunzând necesităților oamenilor de recreere, odihnă și cunoaștere, de refacere a stării de sănătate, turismul se caracterizează printr-o evoluție ascendentă și un puternic dinamism. În același timp, prin caracterul său de masă și conținutul complex și eterogen, turismul antrenează un vast potențial material și uman, cu implicații profunde asupra evoluției întregii societăți.

### *1.1. Impactul economic*

Pe plan economic, turismul se dovedește a fi un factor de progres, cu puternice implicații asupra dezvoltării întregii societăți. Astfel, prin faptul că acționează în direcția introducerii în circuitul economic a resurselor turistice naturale, a patrimoniului cultural-istoric, a zonelor cu potențial de atracție, turismul se constituie într-un factor dinamizator al sistemului economic, într-un mijloc de diversificare a structurilor economice și de optimizare a economiei la nivel local.

Privit prin prisma conținutului său și în corelație cu ansamblul economiei naționale, turismul acționează ca un factor

stimulator al sistemului economic. Desfășurarea călătoriei turistice presupune o cerere și, respectiv, un consum de bune și servicii specifice, ceea ce antrenează o creștere în sfera producției acestora. La rândul ei, cererea turistică determină necesitatea adaptării ofertei, care se materializează, între altele, în dezvoltarea bazei materiale a acestui sector și, indirect, în stimularea producției ramurilor participante la realizarea acesteia.

Dezvoltarea turismului determină, astăzi, un important spor de producție. În anul 2000, turismul intern și internațional reprezentau circa 12% din produsul mondial brut. Aportul turismului la PIB diferă sensibil între statele lumii în funcție de nivelul acestuia și de dezvoltarea și structura economiei țărilor respective. Astfel, pentru țările mici, cu o economie bazată pe turism, cota de participare este foarte ridicată: 85% în insulele Maldive, 35% în Jamaica, peste 20% în Malta și Cipru. În țările dezvoltate, dar și cu o bogată activitate turistică, ponderea turismului la realizarea PIB se situează între 5 și 10%: în Spania 11%, în Franța 7,5%, în Elveția 8%, în SUA 5,5%, în Canada 4,5%, în Marea Britanie 4,2%. În unele dintre aceste țări, aportul turismului la crearea PIB este comparabil cu cel al unor ramuri de bază, precum agricultura în Franța, industria automobilului în Italia, industria otelului în Marea Britanie. Sunt și țări în care turismul este slab dezvoltat și,

corespunzător, aportul lui la crearea PIB este modest. Din această categorie face parte și țara noastră, unde, în ultimii ani, turismul a participat doar cu 2-3% la realizarea PIB.

Turismul are și o contribuție importantă la realizarea valorii adăugate. Prin specificul său de activitate de servicii, care presupune un consum mare de muncă vie, turismul participă la crearea valorii adăugate într-o proporție superioară ramurilor apropiate din punctul de vedere al nivelului de dezvoltare.

Turismul are, în același timp, și un efect de antrenare și stimulare a producției din alte domenii, ca rezultat al caracterului său de ramură de interferență și sinteză, activitatea multor sectoare economice fiind determinată, într-o proporție mai mare sau mai mică, de nevoile turismului. Între acestea se numără comerțul, transporturile, industria alimentară, serviciile culturale și recreative etc.

Turismul joacă un rol important în economie și prin faptul că generează noi locuri de muncă, având, din acest punct de vedere, o contribuție majoră la atragerea excedentului de forță de muncă din alte sectoare și, implicit, la atenuarea șomajului. Complexitatea industriei turistice, diversitatea gusturilor și preferințelor consumatorilor, necesitatea individualizării și personalizării vacanțelor, pe de o parte, și posibilitățile relativ limitate de mecanizare-automatizare a operațiunilor turistice, pe de altă parte, determină un consum mare de muncă vie, ceea ce se reflectă în proporția mare a celor ocupati în sfera turismului, comparativ cu ramurile cu structură apropiată.

Turismul reprezintă, totodată, o cale de valorificare superioară a tuturor categoriilor de resurse și, în mod deosebit, a celor naturale, traditionale, sau a celor de mici dimensiuni, fiind, din acest punct

de vedere, o componentă importantă a economiilor locale.

Turismul poate provoca mutații în dezvoltarea în profil teritorial, poate contribui la atenuarea dezechilibrelor inter-regionale, constituind un remediu pentru zonele dezindustrializate și o soluție pentru prosperitatea celor defavorizate.

Sub aspect strict economic, turismul prezintă și alte avantaje față de alte domenii de activitate:

- nu este o ramură energointensivă;
- utilizează, în mare măsură, materii prime autohtone;
- permite transferarea în valută a unor resurse naturale, materiale sau umane, neexploataibile pe altă cale;
- cursul de revenire obținut din turismul internațional este mai avantajos în comparație cu alte ramuri, deoarece realizându-se un export invizibil (în interiorul țării), prețul produselor turistice nu mai este încărcat cu cheltuieli de transport, asigurare, taxe vamale, ambalare etc.

### 1.2. Efecte sociale

Efectele sociale ale turismului sunt dificil de cuantificat, având un caracter multidimensional și surprinzător, cu prioritate, latura calitativă a activității. În concordanță cu funcțiile pe care acesta le îndeplinește, efectele sociale ale turismului se referă la aspecte precum: petrecerea plăcută a timpului liber, largirea orizontului de cunoaștere și chiar ridicarea nivelului de instruire, refacerea capacitații fizice a organismului, confortare și divertisment, satisfacerea unor nevoi psihice de prietenie, asociere etc. Deși turismul, în ansamblul său, produce efecte sociale, unele dintre formele sale

de manifestare - turismul de tratament și cură baneară, turismul cultural, turismul rural sau cel ecologic, turismul de tineret - au o încărcătură socială mai mare.

Turismul balnear, prin conținut și adresabilitate, are o contribuție majoră la îmbunătățirea stării de sănătate a individului, a condiției sale fizice și psihice și, în ultimă instanță la sporirea productivității în activitatea desfășurată.

Turismul, în general, poate fi considerat și un act de cultură, unele dintre formele sale având o contribuție mai mare la largirea orizontului de cunoaștere, la ridicarea nivelului de instruire, civilizație și educație. Turismul itinerant, turismul tematic legat de participarea la diverse evenimente culturale, artistice sau sportive, de vizitare a unor obiective istorice, asigură satisfacerea unor nevoi spirituale ale călătorilor.

Turismul social, ca formă distinctă de turism, are menirea de a facilita petrecerea vacanțelor pentru categoriile de populație cu venituri modeste, prin subvenționarea costului sejurului. Acesta este constituit, în principal, din turismul de tratament, turismul pentru tineret, călătorii de studii, tabere școlare etc.

## 2. Tendințe în evoluția turismului

Dezvoltarea economică accelerată a țărilor industrializate, sporirea puterii de cumpărare a populației, creșterea gradului de urbanizare, prelungirea duratei timpului liber sunt factori socioeconomi care au marcat profund cea de-a doua jumătate a secolului trecut. Aceștia au dus la expansiunea și diversificarea activității turistice, care, venind în întâmpinarea cererii din ce în ce mai variate, și-a extins aria de cuprindere de la turismul de masă, ieftin, până la produsul turistic de lux, personalizat.

### 2.1. Evoluții pe plan mondial

Ca tendință generală, piața turistică a înregistrat o creștere în ritmuri superioare celor ale economiei mondiale.

Astfel, perioada 1950-1975, caracterizată printr-o creștere rapidă a economiilor țărilor occidentale într-un ritm mediu anual de 5%, a antrenat o accelerare a dezvoltării turismului internațional la 6% anual. Perioada anilor 1975-1986, căreia îi corespunde o scădere a ritmului de creștere economică la 2% anual, a însemnat și o diminuare a procentului de creștere a turismului internațional la 3%. A urmat o scurtă perioadă de ascensiune pentru ca, după 1990 avântul să fie din nou stopat de criza economică și de nesiguranță din anumite zone.

Această corelație între creșterea economică și dezvoltarea turismului poate fi explicată, pe de o parte, prin influența creșterii economice asupra numărului locurilor de muncă și, pe de altă parte, pe cale de consecință, prin impactul său asupra veniturilor potențialilor turiști.

Principalii indicatori care caracterizează evoluția turismului, respectiv numărul sosirilor de turiști internaționali și încasările valutare, demonstrează faptul că turismul este unul dintre cele mai dinamice sectoare economice. În perioada 1950-2000, călătoriile internaționale au înregistrat o creștere spectaculoasă, de peste 25 de ori, de la 25 de milioane de persoane la 665 de milioane, într-un ritm mediu anual de 7,5%. În aceeași perioadă, încasările au sporit de peste 200 de ori, de la 2 miliarde de dolari în 1950 la 460 miliarde de dolari în 2000. În perioada 1990-2000, sosirile de turiști internaționali au crescut cu aproape 60%, în timp ce încasările valutare aferente au sporit, în aceeași perioadă, cu 120%. Dinamica mult mai accentuată a încasărilor se datorează numai în parte creșterii numărului

sosirilor, a duratei sejururilor, a distanțelor de deplasare, a cheltuielilor pe zi-turist etc. O influență asupra acestei evoluții spectaculoase a exercitat, desigur, și fenomenul inflaționist.

Cea mai dinamică zonă a lumii a fost Asia de Est și Pacific, regiune în care dezvoltarea economică a imprimat ritmuri foarte înalte și turismului, respectiv de 2-3 ori mai mari decât media mondială. Ca urmare, ponderea acestei zone, ca destinație turistică, a crescut la indicatorul sosiri turiști de la 1,0% în 1960, la 11,6% în 1990 și la 15,1% în 2000. Încasările au crescut de la 2,9% în 1960, la 14,9% în 1990 și la 16,5% în 2000.

Principalele destinații turistice, după numărul de turiști sosiți, sunt: Franța, Spania, SUA, Italia, China, iar după volumul încasărilor, ierarhia este: SUA, Spania, Franța, Italia, Marea Britanie. Cele mai importante țări emițătoare de turiști, după numărul de plecări sunt: Germania, SUA, Marea Britanie, Japonia, Franța, iar după volumul cheltuielilor efectuate: SUA, Germania, Marea Britanie, Japonia, Franța.

Începutul mileniului trei marchează intrarea într-o nouă etapă, caracterizată prin maturizarea fenomenului turistic și a industriei specifice, prin apropierea de pragul de saturatie, situat, potrivit unor cercetări, la circa 70% din totalul timpului liber și la 15% din venituri, alocate practicării turismului. În acest sens, este prognozată o stabilizare a ritmurilor dezvoltării turismului la 3% anual.

## 2.2. Turismul în Europa

Europa rămâne zona cu cea mai intensă activitate turistică de pe glob, ea atrăgând mai mult de jumătate din fluxurile turistice înregistrate pe plan mondial, în ciuda tendinței de reducere a ponderii sosirilor de la 72,5% în 1960, la 62,2%

în 1990 și la 59,2% în 2000. Si la capitolul încasări din turismul internațional Europa deține ponderea cea mai mare din total mondial, dar cu o evoluție oscilantă și cu tendință generală de scădere de la 56,8% în 1960, la 53,6% în 1990 și 51,5% în 2000. Această scădere relativă a fost provocată, pe de o parte, de ascensiunea țărilor asiatici și, pe de altă parte, de o serie de mutații economice și politice la nivelul continentului, printre care se numără apropierea de punctul de saturatie a cererii turistice în acest spațiu, uzura morală a echipamentelor turistice, scăderea competitivității producelor turistice oferite, deteriorarea raportului calitate-preț, declinul țărilor estice.

La nivelul continentului, fluxurile turistice s-au orientat masiv spre Europa de Vest și Sud, care concentrau, în 2000, 65% din sosirile de turiști și 70% din încasări, situație care reflectă nivelul de dezvoltare economică, experiența și tradiția în domeniul a țărilor plasate în aceste areale.

După anul 1990, regiunea Europei Centrale și de Est a cunoscut o creștere a sosirilor de turiști, mărindu-și ponderea în circulația turistică a continentului de la 14,4% în 1989 la 23,8% în 1996, apoi stabilizându-se la 20-21%. Ponderea încasărilor a sporit de la 3,9% în 1989 la 11,5% în 2000.

Din punctul de vedere al aportului turismului în economia națională a diferitelor țări, acestea pot fi grupate în trei categorii:

- țări dezvoltate, care au un puternic potențial turistic emitent, dar cu o ofertă turistică mai puțin atractivă, cum sunt: Suedia, Danemarca, Norvegia, Finlanda, Germania, Olanda și.a., care înregistrează un sold negativ ridicat al balanței de plăti turistice;

- țări dezvoltate, cu ofertă turistică deosebit de atractivă, dar și cu potențial emitent ridicat, ca: Franța, Italia, Spania, Austria și.a., în care aportul pozitiv al soldului balantei de plăti turistice are o pondere importantă în economia națională a țărilor respective;
- țări mediu dezvoltate, dar cu o ofertă turistică competitivă, bine valorificată pe piața externă, care înregistrează un sold pozitiv al balanței turistice, cum sunt: Grecia, Croația, Polonia, Ungaria, Republica Cehă, Portugalia, Turcia.

### **3. Realități ale turismului românesc**

Cu toate că dispune de un potențial turistic natural bogat și variat, concentrat într-un spațiu geografic echilibrat și relativ restrâns, în România turismul deține una din cele mai mici ponderi în economia națională. Situația economico-socială din ultima perioadă a influențat negativ atât locul turismului în structura economiei și în consumul populației, cât și poziția României pe piața internațională.

#### *3.1. Turismul intern*

Numărul de turiști români înregistrări în unitățile de cazare din țară a cunoscut în deceniul 1970-1980 o evoluție ascendentă, crescând într-un ritm mediu anual de 6-7%. În deceniul următor, deși tendința a rămas tot pozitivă, evoluțiile au fost foarte lente, în ritmuri medii anuale de sub 1%. După 1990 s-a instalat o tendință descrescătoare, în ritmuri accelerate, de peste 10% pe an. Astfel, după ce a crescut de la 5,5 milioane în 1970 la peste 10 milioane în 1980, menținându-se la acest nivel până în 1990, numărul de turiști interni a scăzut la 4 milioane

în 2000, stabilizându-se la 3,9 milioane anual până în 2003. Cauzele principale ale acestei involuții se află în deteriorarea sensibilă a condițiilor de viață pentru majoritatea populației dar și în calitatea tot mai slabă a serviciilor turistice, ceea ce a determinat orientarea către petrecerea vacanțelor în străinătate pentru cei cu posibilități financiare mai ridicate și renunțarea la călătorii pentru cei cu venituri modeste.

În corelație cu tendința descrescătoare a circulației turistice interne, gradul de ocupare a spațiilor de cazare a marcat, de asemenea, o continuă involuție în ultima perioadă, scăzând de la 57,8% în 1990, la 35% în 2000 și 34% în 2003. Si aceasta, în condițiile în care numărul locurilor de cazare s-a diminuat de la 427 de mii în 1989, la 280 de mii în 2000 și 273 de mii în 2003, prin dezafectarea unor capacitați de primire aflate în stare avansată de uzură, scoaterea temporară din circuitul turistic a unor unități pentru lucrări de modernizare, trecerea în proprietate particulară și schimbarea destinației etc.

Dimensiunile și structura bazei materiale a turismului, precum și tendințele înregistrate în dinamica sa, privite comparativ cu potențialul natural și antropic existent, evidențiază o dotare modestă și, în consecință, o slabă valorificare a atracțiilor turistice.

#### *3.2. Turismul internațional*

Turismul internațional al României cuprinde sosirile de turiști străini în țară și plecările de turiști români în străinătate.

Numărul de turiști străini a cunoscut o evoluție ascendentă, în ritmuri înalte până în 1981, când au fost înregistrate peste 7 milioane de sosiri, o creștere de 3 ori față de 1970 și de peste 10 ori față

de 1966, care coincide cu etapa de avânt al economiei românești și de intensificare a schimburilor internaționale. Intervalul 1982-1989 se caracterizează printr-o tendință descrescătoare a sosirilor de turiști străini și corespunde unei perioade de reducere a ritmurilor de creștere economică și de relativă izolare a țării noastre pe plan internațional. În anul 1990, în noile condiții create de schimbările politice, sosirile de turiști străini au înregistrat un salt brusc de la 4,8 milioane în 1989 la 6,5 milioane. În anii următori însă, numărul acestora a scăzut în mod constant, oscilând în jurul cifrei de 5 milioane turiști străini anual, politica de deschidere internațională nefiind susținută de o bază materială turistică adecvată și de servicii de calitate. Astfel, de la un loc în primele 15 țări turistice ale lumii în 1981, în prezent România se situează abia pe locul 40 în ierarhia mondială și în primele 20 de țări receptoare de turiști din Europa.

Numărul de turiști străini cazați în unitățile turistice este însă cu mult mai mic față de cel al sosirilor la frontieră, iar diminuarea lui de la 1,5 milioane în 1990 la 1,1 milioane în 2003, relevă declinul turismului românesc, decalajul mare față de țările europene cu vocație turistică. Diferența, foarte însemnată de altfel, între numărul persoanelor înregistrate la frontieră și numărul celor cazate în unitățile turistice provine din ampoarea micului trafic de la graniță, din călătoriile la rude, cunoștințe sau prieteni, din ponderea mare a turismului de tranzit - peste 25% - și, nu în ultimul rând, din erorile de înregistrare statistică bazate pe declarațiile vizitatorilor (în ceea ce privește scopul călătoriei), care nu corespund întotdeauna realității.

Referitor la proveniența turiștilor săsi în România, peste 95% sunt din Europa, 3/4 din total venind din țările vecine:

Republica Moldova 30%, Ungaria 20%, Bulgaria 9,5%, Ucraina 6,5%, Turcia 6,7%, Polonia 4,2%.

În privința plecărilor de turiști români în străinătate, se remarcă creșterea spectaculoasă a numărului acestora în anul 1990 - peste 11 milioane față de 898 de mii în 1989 - și menținerea la un nivel ridicat până în 1995. Această creștere explozivă a plecărilor de turiști în străinătate a transformat România dintr-o țară receptoare într-o emițătoare. Noul statut a fost generat mai degrabă de cauze de natură subiectivă - limitarea dreptului de călătorie până în 1989, dorința de cunoaștere - decât de cele obiective: nivelul de dezvoltare economică, posibilitățile financiare ale populației, insuficiența ofertei sau prețuri mai avantajoase. După 1995, numărul plecărilor a scăzut sensibil, stabilizându-se la 5-6 milioane anual, ca urmare a unor restricții impuse de majoritatea țărilor europene, dar și a scăderii veniturilor reale ale populației.

Țările europene și, în mod special, cele din vecinătate, constituie principalele destinații de călătorie pentru turiștii români. Printre acestea se numără: Ungaria cu 45%, Iugoslavia cu peste 22%, Bulgaria cu 9%, Turcia 9,5%, Republica Moldova 3%.

Încasările din turismul internațional al României, de ordinul a 2-300 de milioane de dolari, sunt modeste în comparație cu cele înregistrate de țări cu potențial turistic asemănător. Cheltuielile efectuate de turiștii români, mai numeroși, plecați în străinătate, depășesc încasările obținute din sosirile în România ale turiștilor străini, mai puțin numeroși, ceea ce a determinat apariția soldului negativ al balanței de plăti a turismului. După o perioadă îndelungată cu sold pozitiv, caracteristică statutului de țară receptoare, pe care îl avea România până în

1989, au urmat câțiva ani cu rezultate simbolice pozitive sau negative, pentru ca, după 1995, soldul să devină cronic negativ. De la un excedent de 132 de milioane de dolari în 1989, s-a atins un deficit maxim de 257 de milioane de dolari în 1997, pentru ca în următorii ani declinul să continue în ritmuri mai lente, ajungându-se la diminuarea deficitului până la 61 de milioane de dolari în 2002.

Cu o pondere a încasărilor valutare din turism în PIB de numai 2-3%, România se situează în urma majorității țărilor central și est-europene: Croația 10,5%, Republica Cehă 7,5%, Slovenia 6,8%, Polonia 6,3%. România se situează sub media zonei și la alți indicatori:

- încasări pe turist: 178 de dolari, față de 346 de dolari;
- încasări din turism pe locuitor: 23 de dolari, față de 72 de dolari;
- ponderea încasărilor din turism în export mărfuri: 6,3% față de 13%;
- ponderea încasărilor din turism în export servicii: 37% față de 52%.

Această situație este cauzată, în prezent, mai puțin de statutul de țară receptoare și mai mult de structura circulației turistice, în care tranzitul deține o pondere foarte mare, precum și de calitatea turiștilor - cu mijloace financiare reduse, cu sejururi de scurtă durată.

Din punct de vedere al rezultatelor economice obținute din turismul internațional, România constituie o categorie singulară între țările din zonă, ca țară cu potențial turistic valoros dar care nu a reușit să facă din industria turismului o sursă importantă a creșterii economice.

Nivelul modest al circulației turistice internaționale a României, comparativ cu resursele de care dispune evidențiază rezervele de creștere în viitor, care presupun însă, pe de o parte, relansarea în

ansamblul ei a economiei românești, de care turismul este puternic dependent, iar pe de altă parte, ridicarea nivelului calitativ al serviciilor turistice, modernizarea bazei materiale și a infrastructurii generale, realizarea unei politici promotoionale agresive, largirea cooperării internaționale în domeniul.

#### **4. Orientări actuale pe piața turistică europeană**

Modificările în structura consumurilor turistice sunt determinate de tendințele înregistrate în evoluția unor factori determinanți. Dintre aceștia, un rol important revine fenomenului de îmbătrânire a populației, în special în țările dezvoltate, creșterii duratei timpului liber, ascensiunii factorilor socioculturali și emoționali asupra celor materiali, obiectivi în fundamentarea motivațiilor turistice și în formarea cererii. Asociate unor evoluții economice pozitive, acțiunile acestor factori se reflectă în tendințele de fragmentare a vacanțelor și efectuarea unor călătorii de durată mai scurtă, de largire a perioadelor de desfășurare a deplasărilor, cu implicații pozitive în atenuarea sezonialității, în diversificarea destinațiilor turistice etc. Pe de altă parte, ponderea în creștere a turiștilor cu posibilități financiare limitate relansează cererea pentru vacanțele standard, mai ieftine.

Corespondență modificărilor cererii au loc mutații și în cadrul ofertei. Se urmărește apropierea de dinamica nevoilor și chiar anticiparea lor, dar și respectarea constrângerilor de protejare a resurselor și de eficiență a producătorilor. În aceste condiții, oferta înregistrează o profundă înnoire. Este vorba de îmbunătățirea calitativă a produselor consacrate și de largirea gamei sortimentale, prin crearea de noi tipuri de vacanțe.

În privința dezvoltării unei palete de

produse turistice noi se detașează câteva orientări:

- crește interesul pentru vacanțele tematice - culturale, sportive, explorări - mai ales în rândul clientelei exigente, cu experiență, care efectuează mai multe călătorii pe an;
- în domeniul prestațiilor individuale, de o atenție deosebită se bucură cazarea dispersată. În locul hotelurilor mari sunt preferate vilele mai mici, locuințele individuale sau chiar cazarea la cetăteni. În acest context, trebuie menționată ascensiunea turismului rural care, pe lângă asigurarea cazării dispersate, răspunde și unor nevoi socio-culturale, de cunoaștere a tradițiilor locale;
- creșterea ponderii vacanțelor la mare distanță, cu o diversificare a motivațiilor de călătorie. Acestea au ca efecte directe sporirea importanței avionului ca mijloc de deplasare și o atenuare a sezonalității;
- devine tot mai consistent fluxul călătoriilor pentru cumpărături sau pentru alte motive mai puțin turistice (medicale, profesionale, de afaceri);
- implicarea, tot mai mare, în comercializarea vacanțelor, alături de agențiile de turism, a companiilor aeriene, a lanțurilor hoteliere sau a altor instituții interesante, cu efecte asupra prețului sau condițiilor de comercializare;
- creșterea ponderii ofertei de vacanțe ieftine, în dorința de apropiere de nevoile consumatorilor, de atragere a celor cu mijloace financiare modeste. Organizatorii de turism reduc cotele de comision, se mulțumesc cu marje de profit mai mici, în schimbul unor cifre de afaceri mai mari. Deși cele două forme majore ale circulației turistice - de masă și de lux - vor continua să existe, se manifestă, totuși, o înclinație spre vacanțele cu prețuri mai accesibile;
- promovarea cu prioritate a formelor ecologice de petrecere a vacanțelor, paralel cu sporirea responsabilităților statului, organismelor de turism, turiștilor însăși în dezvoltarea turismului durabil, în protejarea resurselor. Acest aspect se fundamentează pe efectul poluator al turismului și pe accentuarea acestuia ca urmare a intensificării călătoriilor.

## **5. Direcții prioritare în perspectiva integrării europene**

Având în vedere particularitățile și tendințele pieței europene, turismul românesc dispune de mai multe posibilități de acțiune pentru accelerarea integrării sale în circuitul turistic european.

Este cunoscut faptul că în motivarea alegării României ca destinație turistică centrul de greutate îl reprezintă elementele atractive ale ofertei, cele funcționale fiind acceptate pentru a beneficia de primele. În aceste condiții, dezvoltarea și modernizarea produsului turistic național constituie unul din factorii hotărâtori în creșterea competitivității ofertei pe piața internațională. Realizările în domeniul valorificării potențialului turistic al României sunt încă modeste și, în nici un caz, nu sunt la nivelul cerut de standardele de competitivitate europene.

Din această perspectivă, trebuie avute în vedere câteva direcții prioritare de acțiune:

- elaborarea unor programe, cu viziune de ansamblu și de perspectivă, pe

baza unor studii de evaluare a potențialului natural și antropic, pe zone de atracție turistică, în funcție de specificul local, fundamentate pe criterii științifice, corelate cu studii de impact economic, social, ecologic, de prospectare a pieței, în colaborare cu departamentul de specialitate din ministerul de resort și cu organele locale interesate, eventual cu atragerea unor fonduri comunitare pe proiecte punctuale;

- stimularea investițiilor în obiective turistice situate în zonele cu potențial turistic nevalorificat și care oferă oportunități pentru atragerea fluxurilor de vizitatori, prin acordarea unor facilități fiscale micilor întreprinzători;
- modernizarea bazei tehnico-materiale actuale, ca factor decisiv al desfășurării activității turistice în general, și pentru atragerea turiștilor străini în special, ale căror standarde în ceea ce privește confortul nu pot fi satisfăcute de condițiile oferite de unitățile existente;
- conservarea potențialului natural și antropic, ca factor fundamental al practicării turismului, prin măsuri și sanctiuni severe privind protecția mediului;
- reabilitarea patrimoniului cultural-istoric de interes turistic, aflat în proces de degradare, prin utilizarea mai eficientă a fondurilor UNESCO și a surselor de finanțare interne alocate pentru întreținerea acestuia;
- protejarea obiectivelor cu caracter de unicat - Delta Dunării, rezervația Rețezat, Sighișoara, mănăstirile din nordul Moldovei, castele și cetăți, peșteri etc. -, punerea în valoare într-un mod rațional și în același timp eficient din punct de vedere economic a acestor atracții turistice, prin asigurarea acce-
- sului controlat al turiștilor în zonele și locațiile respective;
- modernizarea infrastructurii generale de comunicații și transport, ca factor permisiv al activității turistice. Având în vedere că în deplasările lor prin România, 75-80% dintre vizitatorii străini utilizează mijloacele de transport rutiere, se impune modernizarea căilor de transport pentru facilitarea accesului în zonele turistice preferate;
- revigorarea turismului balnear prin acțiuni de modernizare a stațiunilor deja lansate în turismul internațional, de dezvoltare a spațiilor de cazare și a bazelor de tratament din stațiunile de interes național și crearea unor noi stațiuni de interes local care să valorifice factorii naturali de cură și tratament tradiționali. Aceasta s-ar putea concretiza în rezultate economice pozitive, datorită durerii mai îndelungate a sejurului, legat în mod direct de cura de tratament și, de asemenea, ar avea efecte benefice în ameliorarea sezonalității activității, ca urmare a influenței mai reduse a factorilor climatici în practicarea acestei forme de turism;
- dezvoltarea dotărilor destinate agrementului, având în vedere starea precară și gradul redus de diversificare al celor existente, precum și scopurile și motivațiile turiștilor în alegerea unei destinații de vacanță. Înțînd cont de înclinația și disponibilitatea mult mai mare a oamenilor de a cheltui în timpul concediilor, oferta bogată de servicii suplimentare de agrement ar putea constitui o importantă sursă de încasări pentru turism;
- modernizarea infrastructurii stațiunilor de pe litoralul românesc al Mării Negre, prin ridicarea nivelului de confort al unităților de cazare, care

rezintă un grad avansat de uzură fizică și morală, multe dintre ele având o vechime de peste 30 de ani. Prelungirea sezonului turistic, limitată în prezent, în proporție covârșitoare, la lunile iulie și august, s-ar putea realiza prin diversificarea serviciilor auxiliare celor de bază, dezvoltarea agrementului de incintă în complexele hoteliere, crearea și organizarea de evenimente cultural-artistice sau sportive în capetele de sezon, valorificarea factorilor naturali de cură balneară și în extrasezon, practicarea unor tarife mult mai avantajoase în aceste perioade;

- realizarea amenajărilor necesare practicării sporturilor de iarnă și distribuirea mai echilibrată a echipamentelor și instalațiilor tehnice în zona montană, în concordanță cu valoarea și complexitatea potențialului natural și cu oportunitățile de valorificare a acestuia. În acest fel ar putea fi reorientate fluxurile de turiști și s-ar descongestiona Valea Prahovei, care concentrează în prezent peste 70% din activitatea turistică din zona montană;
- promovarea formelor de turism cu caracter tematic: cultural, istoric, sportiv, religios etc.; a celor destinate practicării unor *hobby*-uri: vânătoare, pescuit etc. sau a celor care să pună în valoare anumite tradiții: gastronomice, degustări de vinuri etc., prin organizarea de programe și circuite turistice care să includă și astfel de acțiuni;
- amenajarea pentru agrement a zonelor situate în apropierea marilor aglomerări urbane, promovarea turismului de week-end, mult mai accesibil majorilor largi atât sub aspect financiar cât și din punct de vedere al timpului liber. Această formă de turism răspunde nevoii de recreere la sfârșit de

săptămână și tendinței de fragmentare a conchediilor în perioade mai scurte;

- crearea condițiilor favorabile și a facilităților necesare pentru dezvoltarea turismului de afaceri (congrese, conferințe, reuniuni, simpozioane). Aceasta este forma de turism cea mai eficientă din punct de vedere economic, practicându-se în special în extrasezon și contribuind la creșterea gradului de utilizare a unităților turistice din categoriile superioare de confort;
- dezvoltarea turismului rural și ecologic, prin susținerea și stimularea micilor fermieri în crearea condițiilor corespunzătoare desfășurării unor astfel de activități; asigură atât punerea în valoare a tradițiilor și obiceiurilor locale, a celor mai pitorești și atractive zone agroturistice, cât și ridicarea din punct de vedere economic a acestora, răspunzând totodată și unor nevoi reale de cunoaștere, de revenire la un mediu curat și mai puțin transformat de progresul tehnic;
- practicarea unor tarife în concordanță cu calitatea serviciilor oferite, diferențiate în funcție de sezon sau extrasezon, acordarea unor facilități în anumite perioade sau anumitor categorii sociale, acestea având puternice influențe asupra turismului intern, în condițiile unui nivel redus al veniturilor majorității populației;
- creșterea calității serviciilor turistice de cazare, alimentație, transport, agrement etc., prin permanentizarea, profesionalizarea și adaptarea personalului din acest domeniu la exigențele turismului european;
- intensificarea, diversificarea și amplificarea acțiunilor de promovare a ofertei turistice românești, în special

pe piețele externe, în vederea îmbunătățirii imaginii țării noastre ca destinație turistică, atragerii turiștilor străini,

ini, creșterii încasărilor din această activitate și câștigării locului meritat în circuitul turistic european.

### Referințe bibliografice

- Bran, F.; Marin, D.; Simon, T. - *Economia turismului și mediului înconjurător*, Editura Economică, București, 1998.
- Cazes, G.; Poitier, Fr. - *Le tourisme urbain*, PUF, Paris, 1996.
- Cosmescu, I. - *Turismul, fenomen complex contemporan*, Editura Economică, București, 1998.
- Cristureanu, C.; Neacșu, N.; Băltărețu, A. - *Turism internațional*, Editura Oscar Print, București, 1999.
- Dewailly, J.M.; Flament, E. - *Le tourisme*, SEDES, Paris, 2000.
- Durand, H.; Guirand, P.; Spindler, J. - *Économie et politique du tourisme*, Librairie Générale de Droit et Jurisprudence, Paris, 1994.
- Ionescu, I. - *Turismul - fenomen economic, social și cultural*, Editura Oscar Print, București, 2000.
- Lockwood, A.; Medlik, S. - *Tourism and Hospitality in the 21<sup>st</sup> Century*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2001.
- Neacsu, N. - *Turismul și dezvoltarea durabilă*, Editura Expert, București, 2000.
- Neagu, V. - *Servicii și turism*, Editura Expert, București, 2000.
- Pasqualini, J.P.; Jacquot, B. - *Tourisme en Europe*, Dunod, Paris, 1992.
- Pierre, Py - *Le tourisme - un phénomène économique*, Collection La Documentation Française, Paris, 1996.
- Swarbrooke, J.; Horner, S. - *Business Travel and Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2001.
- Vellas, Fr. - *Économie et politique du tourisme international*, Economica, Paris, 1995.