

IMPORTANȚA TURISMULUI PENTRU ECONOMIA ROMÂNEASCĂ

*Prof. univ. dr. hab. Petru Ion ROȘCA, ULIM
Drd. Dan Alexandru BUȘU, ULIM,
(România)*

Turismul este un element dinamizator al sistemului economic global prin antrenarea unei creșteri constante în sfera producției de bunuri și servicii, cu stimularea altor ramuri economice (industrie, agricultură, transporturi) care se implică direct în susținerea acestuia și pe plan economic.

Cuvinte-cheie: turism, resurse naturale, structuri turistice, infrastructură, marketing și promovare.

JEL: A1, E2, F2, F5

Introducere. România are o mare diversitate de resurse naturale care formează o mare parte din produsul turistic „de bază”. Acestea includ litoralul Mării Negre, Dunărea și râurile, Carpații și alte lanțuri montane, precum și Rezervația Biosferei Delta Dunării. Există 13 Parcuri Naționale și 13 Rezervații Naturale ce acoperă 7% din suprafața țării.

Există o mare biodiversitate, cu multe specii de floră și faună unice în Europa. România are cea mai bogată varietate de specii de mamifere mari din Europa și este un culoar major pentru migrația păsărilor.

1. România ca destinație turistică. România rămâne în general o țară preponderent agricolă, cu numeroase sate și cu un peisaj rural atrăgător, ce oferă posibilități excelente pentru turismul rural [3, p. 75].

O treime din izvoarele naturale din Europa sunt localizate în România. Există 117 localități cu diferiți factori terapeutici – apă, nămol, gaze etc. – ce reprezintă baza de resurse pentru numeroase stațiuni din țară. Există 29 de stațiuni desemnate ca stațiuni de importanță națională și alte 32 – de importanță locală. Acestea reprezintă o resursă majoră pentru turismul de odihnă și tratament, precum și pentru tratamentele medicale.

Litoralul românesc se întinde pe 245 de kilometri – de la Delta Dunării, în nord, până la granița cu Bulgaria, în sud, și prezintă întinderi mari de plajă cu stațiuni turistice și porturi importante. Aproape jumătate din numărul de locuri de cazare din țară se află pe litoral [2, p.92].

Patrimoniul cultural. Patrimoniul cultural religios are o importanță aparte. Există 30 de monumente incluse în lista Patrimoniului Mondial UNESCO, printre care bisericile de lemn din Maramureș, bisericile pictate din Moldova și cetățile dacice din Munții Orăștie.

Există o rețea de orașe ce cuprinde numeroase monumente arhitecturale cu câteva centre istorice bine conservate.

Există peste 6 600 de monumente de importanță națională și peste 670 de muzee.

THE IMPORTANCE OF THE ROMANIAN TOURISM ECONOMY

*Petru Ion ROȘCA, PhD, univ. prof., ULIM
Dan Alexandru BUSU, S-PhD, ULIM,
(Romania)*

Tourism is a stimulating element of the global economic system by training a constant increase in the production of goods and services to stimulate other economic sectors (industry, agriculture, transport) that are directly involved in its support and economically.

Key words: tourism, natural resources, tourism structures, infrastructure, marketing and promotion.

JEL: A1, E2, F2, F5

Introduction. Romania has a great diversity of natural resources that form a large part of the tourism product "core". These include the Black Sea, the Danube and other rivers, the Carpathians and other mountain ranges and the Danube Delta Biosphere Reserve. There are 13 National Parks and 13 Nature Reserves, covering 7% of the country.

There is great biodiversity with many species of flora and fauna unique to Europe. Romania has the richest variety of large mammals in Europe and is a major bird migration corridor.

1. Romania as a tourist destination. Romania remains in large parts a predominantly agricultural country with numerous villages and an attractive rural landscape, which offers excellent opportunities for rural tourism [3, p. 75].

A third of the natural springs in Europe are located in Romania. There are 117 cities with different therapeutic factors: water, mud, gas, etc., which are the resource base for many resorts in the country. There are 29 spa resorts designated as of national importance and 32 other of local importance. They are a major resource for tourism, rest and treatment, and medical treatments.

The Romanian coastline stretches 245 kilometers from the Danube Delta in the north to the border with Bulgaria and features long stretches of beach resorts and major ports. Almost half of the places in the country are on the coast [2, p.92].

Cultural heritage. Religious heritage is of particular importance. There are 30 monuments included in the UNESCO World Heritage List including th wooden churches of Maramures, the painted Churches of Moldavia and the Dacian fortresses Drastic.

There is a network of cities that includes numerous architectural monuments with several preserved historic centers.

Există o cultură populară puternică și numeroase evenimente și festivaluri tradiționale.

Artele vizuale sunt puternic reprezentate și la standarde internaționale. Există 146 de locații principale ce oferă anual peste 17 000 de spectacole.

Transport. Rețeaua de drumuri este extinsă dar, în general, sub standardele europene. Proiectele de îmbunătățire a infrastructurii planificate ar trebui, în general, să rezolve această deficiență până în 2015.

Rețeaua de căi ferate este una din cele mai ample din Europa. Mare parte din materialul rulant necesită modernizare și este necesară electrificarea mai multor linii de cale ferată.

Există o rețea extinsă de aeroporturi regionale, multe dintre acestea oferind curse internaționale regulate precum și curse *charter*. Bucureștiul are două aeroporturi cu conexiuni directe și curse regulate către majoritatea capitalelor europene și regionale [2, p. 92].

De asemenea, este necesară amenajarea debarcaderelor de acostare a navelor de croazieră, pentru vizitarea de către turiști a orașelor portuare de la Marea Neagră.

Cazare. În 2013, au funcționat 4710 structuri de primire turistice ce oferă 281 000 locuri de cazare. 70% din unitățile de cazare sunt însă de 2 stele sau și mai puțin. S-a înregistrat o creștere a numărului de hoteluri din mediul urban și, în special, de pensiuni urbane și rurale, în ultimii ani.

Un procent mare de unități de cazare se află pe litoral, dar au un sezon turistic scurt.

There are over 6,600 monuments of national importance and more than 670 museums.

There is a strong popular culture with many traditional events and festivals.

The arts are strong and comply with international standards. There are 146 major venues over 17,000 shows annually.

Transport. The road network is extensive, but generally below European standards. Planned infrastructure improvement projects should generally resolve this deficiency by 2015.

The railroad network is one of the largest in Europe. Much of the rolling stock requires modernization and several rail lines need electrification.

There is an extensive network of regional airports, many of them with international regular and *charter* flights. Bucharest has two airports with direct and regular flights to most European capitals and regional [2, p. 92].

Also required port stops arrangement of cruise ships visiting the ports of the Black Sea.

Accommodation. In 2013 there were 4,710 tourist accommodations offering 281,000 places. 70% of the accommodation units are, however, two stars or less. In recent years there was an increase in the number of urban hotels, and particularly rural and urban hostels.

A large percentage of units are on the coast, but they have a short touristic season.

Tabelul 1 / Table 1

Unități de cazare și locuri de cazare în funcție de locație / Accommodation by location

| Locație / Location | Unități de cazare / Units of accommodation | % Unități de cazare / % Units accommodation | Locuri de cazare / Accommodation | % Locuri de cazare / % accommodation |
|---------------------|--|---|----------------------------------|--------------------------------------|
| Litoral / Seaside | 1 497 | 42 | 160 214 | 56 |
| Balnear / Spa/baths | 369 | 10 | 39 090 | 14 |
| Montan / Mountain | 828 | 23 | 33 196 | 12 |
| Deltă / Delta | 122 | 3 | 3 806 | 1 |
| Orașe / Cities | 745 | 21 | 51 734 | 18 |

Sursa: Institutul Național de Statistică / Source: National Institute of Statistics

Structurile turistice de pe litoral beneficiază de cel mai redus sezon, deschis în medie pe an timp de mai puțin de trei luni. Sezonul turistic din Delta Dunării funcționează, de asemenea, timp de mai puțin de șase luni pe an. Gradul de ocupare în cursul perioadelor de funcționare nu este foarte ridicat.

Seaside tourist structures have the shortest season, opening on average less than three months per year. The tourist season in the Danube Delta functions also for less than six months per year. Occupation during periods of operation is very high.

Tabelul 2 / Table 2

Gradul de ocupare anual mediu în cursul perioadelor de funcționare /
Average annual occupancy during periods of operation

| Locație / Location | % Grad de ocupare / %Occupancy |
|---------------------|--------------------------------|
| Litoral / Seaside | 45 |
| Balnear / Spa/baths | 53 |
| Montan / Mountain | 22 |
| Deltă / Delta | 27 |
| Orașe / Cities | 31 |

Sursa: Institutul Național de Statistică / Source: National Institute of Statistics

Oferta de locuri de cazare de calitate slabă depășește cu mult cererea. Se observă o cerere pentru unități de cazare de calitate superioară.

Resurse umane. Existau 151 000 de angajați în sectorul hoteluri și restaurante în 2013.

Există 2 822 agenții de turism înregistrate, din care 2 638 sunt de asemenea autorizate să funcționeze ca tour operatori. Nu se cunoaște numărul de angajați.

Viziune. Viziunea este să transformăm România într-o destinație turistică de calitate pe baza patrimoniului său natural și cultural care să corespundă standardelor Uniunii Europene privind furnizarea produselor și serviciilor până în 2013 și să realizăm o dezvoltare durabilă din punct de vedere al mediului a sectorului turistic într-un ritm de dezvoltare superior altor destinații turistice din Europa.

2. Puncte forte și puncte slabe ale României ca destinație turistică

Punctele forte:

- biodiversitatea Deltei Dunării (Rezervație a Biosferei, aflată în Patrimoniul Mondial al UNESCO);
- diversitatea parcurilor naționale și a ariilor naturale protejate – 7% din suprafața țării – cu păduri, lacuri și râuri nepoluate;
- litoralul și plajele Mării Negre;
- munții Carpați;
- fluviul Dunărea;
- număr mare de peșteri;
- diversitatea florei și faunei, din care numeroase specii unice sau cu cea mai mare densitate din Europa, în special carnivore mari;
- 35% din izvoarele de ape minerale din Europa și de mofete, care oferă o gamă largă de tratamente balneare;
- climat temperat continental;
- condiții naturale bune pentru activități de turism – schi, drumeții montane, hipism, ciclism, sporturi nautice etc.

Cultură și patrimoniu cultural:

- diversitatea obiectivelor de patrimoniu – mănăstiri, șantiere arheologice, așezări fortificate etc., inclusiv 7 obiective/areale care se află în patrimoniul mondial al UNESCO;
- cetăți medievale;

The supply of places with poor quality exceeds the demand by far. A demand for higher quality accommodation can be observed.

Human Resources. There were 151,000 employees in hotels and restaurants in 2013.

There are 2822 registered travel agencies, out of which 2638 are also authorized to act as tour operators. Their number of employees is unknown.

Vision. The vision is to transform Romania into a quality tourist destination, based on its natural and cultural heritage, to meet EU standards for the provision of goods and services by 2013 and to achieve sustainable development of the environment in terms of the tourism sector in a growth rate, superior to other tourist destinations in Europe.

2. Strengths and weaknesses of Romania as a tourist destination

Strang points:

- The Danube delta's biodiversity (Biosphere Reserve, located in the UNESCO World Heritage);
- Diversity of national parks and protected natural areas – 7% of the country, with unpolluted forests, lakes and rivers;
- Black and Black Sea beaches;
- Carpathian mountains;
- The Danube river;
- A great number of caves;
- Diversity of flora and fauna, including many unique species or with the highest density in Europe, especially large carnivores;
- 35% of the mineral springs in Europe and pits, which offer a range of spa treatments;
- Moderate continental climate;
- Good natural conditions for tourism activities – skiing, hiking, riding, cycling, water sports etc.

Culture and Heritage:

- Diversity of heritage – monasteries, archaeological sites, etc. fortified settlements, including 7 destinations/ areas which are part of UNESCO World Heritage;
- Medieval fortresses;
- Rural settlements where one can experience

- așezări rurale în care se poate experimenta stilul de viață tradițional o *Muzee* – pe diverse tematici;
- spectacole muzical-artistice de talie mondială – atât clasice, cât și moderne o gamă largă de festivaluri de tradiții și folclor;
- legende – Dracula etc.
- Sibiu – Capitala Culturală a Europei în 2007.

Infrastructură, transport și comunicații:

- o rețea bună de aeroporturi;
- o rețea feroviară mare – a patra ca mărime din Europa o Rețea de drumuri amplă, cu numeroase puncte de trecere a frontierei;
- companii de transport aerian cu o rețea amplă de destinații și prezența a numeroși alți transportatori;
- autocare de înaltă calitate pentru transportul interurban și alte mijloace de transport prin tur-operatori [3, p. 74];
- un sistem de transport fluvial bine pus la punct;
- rețele de telecomunicații bine dezvoltate – telefon, radio, GSM, satelit;
- furnizarea energiei electrice pentru 95% din țară.

Resurse umane:

- o țară cu oameni primitori și cu ospitalitate tradițională;
- populație tânără cu abilități lingvistice, ce oferă un potențial pentru resursele umane din turism;
- a fost înființat Centrul Național pentru Educație Turistică care monitorizează pregătirea profesională din industria hotelieră;
- cursuri de turism asigurate de către numeroase instituții de educație auxiliare;
- numeroși touroperatori calificați și experimentați.

Cadrul legal și organizarea:

- sistemul de autorizare a activității turistice și a furnizorilor de servicii turistice este funcțional, însă este supus presiunilor;
- cadru juridic solid pentru gestionarea ariilor protejate (parcuri naționale, rezervații ale biosferei) și pentru protecția mediului;
- specialiști ai Autorității Naționale pentru Turism cu o bogată experiență, cu rol de coordonare în dezvoltarea turismului.

Marketing și promovare:

- sector dinamic al operatorilor din turism;
- Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism (INCDT);
- rețea de birouri de promovare și informare turistică ale Autorității Naționale pentru Turism în străinătate;
- program amplu de promovare a turismului în străinătate – publicitate, târguri, mass-media și vizite ale operatorilor de turism [50, p. 49];
- mărcile de turism existente – Dracula și Transilvania.

Altele:

- interesul crescut al investitorilor străini în dezvoltarea turismului.

the traditional lifestyle, museums on various themes;

- World-class musical and artistic events, – both classic and modern, a wide range of traditional and folklore festivals;
- Legends – like Dracula etc.
- Sibiu – European Capital of Culture in 2007.

Infrastructure, Transport and Communications:

- A good network of airports;
- A large railway network – the fourth largest in Europe, an extensive road network, with many border crossing points;
- Air transport companies with an extensive network of destinations and the presence of many other carriers;
- High-quality coaches and other interurban transportation with tour operators[3, p. 74];
- Inland water transport system well developed;
- Well-developed telecommunications networks – telephone, radio, GSM, satellite;
- Supply of electricity for 95% of the country.

Human Resources:

- A country with hospitable people and traditional hospitality;
- Young population with language skills, providing potential human resources in tourism;
- The National Center for Education Tourist monitoring training in the hospitality industry;
- Tourism courses provided by numerous auxiliary educational institutions;
- Many qualified and experienced tour operators.

Legal framework and organization:

- Authorization system of tourism activity and tourism service providers is functional, but is under pressure;
- Solid legal framework for management of protected areas (national parks, biosphere reserves), and environmental protection;
- National Authority for Tourism specialists with extensive experience coordinating role in tourism development.

Marketing and Promotion:

- Dynamic sector tourism operators;
- National Institute of Research – Development in Tourism (INCDT);
- Network promotion and tourist information offices of the National Tourism abroad;
- Comprehensive program to promote tourism abroad – advertising, fairs, media visits and tour operators [50, p. 49];
- Existing tourism brands – Dracula and Transylvania.

Other:

- Increased interest of foreign investors in

Punctele slabe.

Geografie și mediu:

- poluarea industrială;
- unități industriale dezafectate și poluante cu un impact vizual negativ;
- puncte de colectare și reciclare a deșeurilor slab răspândite sau insuficiente o Poluare a Dunării, a Mării Negre și a râurilor;
- eroziunea și poluarea plajelor [4, p. 111];
- schimbarea climei reprezintă o amenințare la adresa stațiilor montane de schi;
- o slabă implementare a legislației de mediu ca urmare a lipsei resurselor umane și material
- Densitatea excesivă a unităților turistice în anumite zone;
- utilizarea abuzivă a bazei forestiere [2, p. 93].

Cultură și patrimoniu cultural:

- starea de degradare a numeroaselor clădiri și monumente istorice;
- legislația privind conservarea clădirilor și păstrarea caracteristicilor arhitecturale nu este implementată [1, p.119];
- calitatea prezentării și traducerii în muzee este, în general, de slabă calitate;
- lipsa investițiilor statului în dezvoltarea și promovarea obiectivelor culturale – muzee, monumente etc.;
- lipsa unei baze de date a festivalurilor și a evenimentelor culturale care să permită o promovare eficientă pentru turiști (interni și străini);
- lipsa susținerii față de tradițiile locale și folclor.

Infrastructură, transport și comunicații:

- slaba dotare a aeroporturilor locale și a gărilor;
- este necesară, în unele cazuri, extinderea pistelor aeroporturilor pentru a le transforma în noduri regionale de transport aerian și pentru a facilita dezvoltarea turismului;
- calitatea slabă a trenurilor și a autobuzelor;
- calitatea slabă a drumurilor;
- lipsa autostrăzilor și drumuri trans-europene nefinalizate;
- lipsa șoselelor de centură în jurul orașelor istorice;
- lipsa indicatoarelor turistice la obiectivele și atracțiile turistice – indicatoare turistice convenționale internaționale de culoare maro;
- electrificarea insuficientă a rețelei de căi ferate;
- acces limitat pentru persoanele cu dizabilități la numeroase hoteluri și puncte de atracție turistică;
- lipsa sistemelor de canalizare și de alimentare cu apă, în special în zonele rurale;
- folosirea slabă a surselor de energie alternativă;
- numeroase unități de cazare necesită modernizare;
- facilități de campare adesea de slabă calitate;
- dotări depășite în numeroase stațiuni balneare;
- lipsa parcărilor și a grupurilor sanitare în numeroase obiective turistice;
- rețea redusă și incorect răspândită a centrelor de

tourism development.

Weak points

Geography and Environment:

- Industrial pollution;
- Dismantled and polluting industrial units with a negative visual impact;
- Collection points and recycling weak or insufficient to spread pollution of the Danube, the Black Sea and rivers;
- Erosion and pollution of beaches [4, p. 111];
- Climate change is a threat to mountain ski resorts;
- Poor implementation of environmental legislation due to lack of human and material resources, excess density of the tourism facilities in certain areas;
- Misuse of forest base.

Culture and Heritage:

- Status of degradation of many historical buildings and monuments;
- Legislation on the conservation and preservation of buildings with unique architectural characteristics is not implemented [1, p.119];
- Presentation and translation quality in museums is generally poor;
- Lack of state investment in the development and promotion of culture - museums, monuments and so on;
- Lack of a database on festivals and cultural events that allow an effective promotion for tourists (domestic and foreign);
- Lack of support to local traditions and folklore.

Infrastructure, Transport and Communications

- Poor quality of local airports and stations;
- It is required in some cases to expand airport runways, to turn them into regional aviation hubs and facilitate tourism development;
- Poor quality of trains and buses;
- Poor quality of roads;
- Lack of Trans European highways and roads completed;
- Lack of ring roads around the historic towns;
- Lack of tourism signs to the objectives and attractions – conventionally brown international tourist signs;
- Insufficient electrification of the rail network;
- Limited access for people with disabilities to many hotels and tourist attractions;
- Lack of sewerage and water supply, especially in rural areas;
- Poor use of alternative energy sources;
- Numerous accommodation facilities require modernization;
- Camping facilities often of poor quality;
- Outdated facilities in many resorts;

- informare turistică;
- rute de transport aerian național și orare de zbor necoordonate;
- slabe facilități de transport terestru la aeroporturile regionale;
- lipsa unui centru internațional de conferințe special destinat acestui scop.

Resurse umane:

- conștientizarea slabă a importanței turismului pentru economie;
- lipsa școlilor hoteliere;
- salarii mici și condiții de muncă grele, care stimulează migrația forței de muncă din industria hotelieră;
- pregătirea profesională din sectorul hotelier nu corespunde întocmai nevoilor angajatorilor migrația forței de muncă din industria hotelieră;
- educația insuficientă în școli în domeniul turismului și protecției mediului;
- slaba conștientizare a oportunităților și a potențialului de dezvoltare a carierei în industria turismului.

Cadrul legal și organizarea:

Norme de acordare a autorizărilor în turism necesită o revizuire pentru a satisface cerințele curente ale pieței

- lipsa structurilor instituționale de dezvoltare regională a turismului;
- lipsa planurilor de dezvoltare turistică integrată a orașelor/stațiunilor;
- lipsa stimulentei și a mecanismelor de sprijin pentru investitori;
- nesoluționarea problemelor juridice privind proprietatea asupra terenurilor și a proprietăților imobiliare care limitează dezvoltarea;
- consultarea la nivel inter-guvernamental înaintea elaborării noilor legi este slabă;
- implementarea legislației curente este adesea inadecvată – este necesară stabilirea de priorități [4, p. 112];
- trebuie să se stabilească prioritatea de circulație pe anumite drumuri.

Marketing și promovare:

- lipsa unei imagini puternice, pozitive a României în străinătate ca destinație turistică;
- lipsa unui plan de marketing oficial al destinațiilor turistice la nivel național;
- cercetarea insuficientă a pieței;
- număr insuficient al personalului din birourile autorității naționale pentru turism din străinătate, fapt ce limitează pătrunderea pe piață;
- rețea necoordonată de centre de informare turistică în România care să ofere servicii la diferite niveluri;
- insuficienta utilizare a mijloacelor informatice și a internetului pentru informare, marketing și rezervare;
- colaborare redusă a sectorului public/privat pe

- Lack of parking and restrooms at numerous attractions;
- Scarce and unevenly spread network of tourist information centers;
- The coordination of national air routes and flight schedules;
- Poor land transport facilities at regional airports;
- Lack of an international conference centers specially designed for this purpose.

Human resources:

- Poor awareness of the importance of tourism to the economy;
- Lack of hotel schools;
- Low wages and difficult working conditions that stimulate labor migration in the hospitality industry;
- Training in the hospitality sector does not exactly match the needs of employers;
- Labor migration in the hospitality industry;
- Insufficient education in schools on tourism and environmental protection;
- Low awareness of the opportunities and potential career development in the tourism industry.

Legal framework and organization:

- Rules for granting authorizations tourism requires a revision to meet current market needs.
- Lack of institutional structures for regional development of tourism;
- Lack of integrated tourism development plans of cities / resorts;
- Lack of incentives and support mechanisms for investors;
- Solving legal problems regarding ownership of land and property that limits development;
- Inter-governmental consultation before drafting new laws is weak;
- Implementation of the current legislation is often inadequate – should be a priority [4, p. 112];
- Traffic on certain roads needs to be prioritized.

Marketing and Promotion:

- Lack of a strong, positive image of Romania abroad as a tourist destination;
- Lack of a formal marketing plan of tourist destinations at national level;
- Insufficient market research;
- Insufficient number of staff in the national tourism offices abroad, which limits market penetration;
- Uncoordinated network of tourist information centers in Romania offering services at different levels;
- Insufficient use of information technologies and the Internet for information, marketing and

probleme de marketing.

Altele:

- sezon turistic scurt al stațiunilor de pe litoral și al stațiunilor pentru practicarea sporturilor de iarnă,

Obiective:

- crearea unei imagini nuanțate atât la nivel intern, cât și la nivel extern privind avantajele României ca destinație turistică și imaginea mărcii sale turistice;
- asigurarea unei dezvoltări durabile a turismului într-o manieră în care bogățiile sale de mediu, culturale și de patrimoniu să fie în egală măsură apreciate în prezent și păstrate pentru generațiile viitoare;
- asigurarea recunoașterii turismului ca factor cheie în cadrul economiei și ca un generator de noi locuri de muncă;
- conștientizarea populației din România cu privire la bogățiile turistice ale țării noastre și dorința de a le împărtăși oaspeților Consolidarea rolului ANT ca o organizație națională de turism eficientă, care să asigure respectarea standardelor de calitate a produselor și serviciilor, să ofere informații vizitatorilor și să sprijine toate sectoarele industriei turistice a țării în procesul de dezvoltare a turismului;
- dezvoltarea și implementarea anuală a planurilor de marketing a destinației turistice prin colaborarea dintre sectorul public și cel privat, vizând toate piețele principale cu potențial pentru România [1, p. 118];
- asigurarea mecanismelor de sprijin coordonat pentru organizațiile de turism regionale și locale în dezvoltarea politicii turismului zonal.

Strategii și planuri:

- extinderea sistemului pentru colectarea, analiza și diseminarea regulată a statisticilor și a studiilor de piață, pentru a oferi asistență în crearea unui Cont Satelit de Turism pentru România și pentru sprijinirea investițiilor și a procesului decizional în marketing;
- crearea unei rețele de centre de informare turistică coordonate în toate principalele zone turistice, pentru a extinde mesajul de ospitalitate față de oaspeți, oferind acestora informații corecte pentru a-i asista în orientarea, plăcerea și aprecierea destinației lor;
- realizarea unei baze de date la nivel național a produselor, unităților, evenimentelor și serviciilor atât în industria turistică, cât și în ceea ce privește accesul publicului;
- extinderea paginii de turism național, aceasta reprezentând un instrument major de promovare, informare și efectuare a rezervărilor;
- dezvoltarea unui sistem performant de clasificare și evaluare a produselor și a serviciilor pentru a asigura furnizarea de produse și servicii de calitate, în vederea satisfacerii nevoilor și

reservation;

- Reduced collaboration between the public and private sectors on issues of marketing.

Other:

- Short tourist season at seaside resorts and resorts for winter sports.

Objectives:

- Creating a nuanced image both internally and externally on the advantages of Romania as a tourist destination and its tourism brand image;
- Ensuring the sustainable development of tourism in a way, that its environmental, cultural and heritage riches are equally appreciated at present and preserved for future generations;
- Ensure recognition of tourism as a key factor in the economy as a generator of new jobs;
- Raising awareness of Romania's population about the tourist attractions of our country and the desire to share them with guests;
- Empowering the role of ANT as an efficient national organization for tourism, ensuring quality standards of products and services, provide visitor information and support all sectors of the tourism industry of the country in the development of tourism;
- Developing and implementing annual marketing plans for tourist destinations through collaboration between the public and private sectors, covering all major markets with a potential for Romania [1, p. 118];
- Ensuring coordinated support mechanisms for local and regional tourism organizations in the development of regional tourism.

Strategies and plans:

- Extending the collection, analysis and dissemination of statistics and regular market research to assist in the creation of a Tourism Satellite Account for Romania and for supporting investment and marketing decision-making;
- Creating a network of tourist information centers coordinated in all the main tourist areas to expand the message of hospitality to guests, providing them with accurate information, to assist them in orientation, enjoyment and appreciation of their destination;
- Creating a national database of products, facilities, events and services in both the tourism industry and in terms of public access;
- Expanding the national tourism homepage, this is a major instrument for promoting, informing and making appointments;
- Developing an efficient classification and evaluation of products and services to ensure

- așteptărilor oaspeților;
 - introducerea de mecanisme și subvenții pentru a facilita investițiile în turism atât din partea investitorilor români, cât și a celor străini;
 - consolidarea cadrului legal pentru turism astfel încât acesta să asigure o bună aplicabilitate și să garanteze standarde ridicate fără existența unei birocrății inutile;
 - încurajarea autorităților municipale, județene și regionale în dezvoltarea planurilor integrate de dezvoltare a turismului, inclusiv a tuturor elementelor de infrastructură pentru a evita dezvoltarea lipsită de coordonare;
 - dezvoltarea sistemului de educație prevocațională și vocațională pentru sectorul hotelier astfel încât programa să includă satisfacerea necesităților pieței și asigurarea calificării unui număr de personal suficient pentru a respecta criteriile de angajare / pentru completarea posturilor vacante [3, p. 74];
 - facilitarea dezvoltării unui centru convențional național care să permită capitalului și țării să concureze pentru realizarea de întruniri la nivel internațional;
 - dezvoltarea stațiilor balneare din România pentru a asigura gama de tratamente, centre și servicii necesare pentru un număr de clienți într-o rapidă creștere;
 - dezvoltarea zonelor montane și a stațiilor montane pentru a oferi facilități și atracții oaspeților pe parcursul întregului an;
 - identificarea oportunităților și luarea măsurilor care să permită extinderea sezonului turistic de către stațiile de pe litoralul Mării Negre;
 - asigurarea faptului că cerințele turiștilor sunt luate în considerare cu prioritate în dezvoltarea sistemului de transport național inclusiv a rețelei de drumuri și căi ferate, a infrastructurii de aeroporturi și porturi. Extinderea sistemului de marcare a obiectivelor turistice de interes național în conformitate cu standardele UE și introducerea de rute turistice tematice;
 - sprijinirea dezvoltării ecoturismului din Delta Dunării, a parcurilor naționale, a rezervațiilor și a zonelor rurale;
 - instruirea și pregătirea personalului muzeelor și monumentelor naționale majore în îmbunătățirea facilităților oferite de către acestea oaspeților, în special a facilităților ospitaliere, de interpretare și de marketing, ca un exemplu pentru toate aceste monumente;
 - crearea unei baze de date a evenimentelor culturale pentru a facilita promovarea artelor vizuale și auditive, în special a festivalurilor tradiționale și a evenimentelor folclorice;
 - dezvoltarea unei Strategii de Implementare Eficiente pentru a asigura îndeplinirea obiectivelor Master Planului.
- that the provision of products and quality services meets the needs and expectations of guests;
 - Introduction of mechanisms and subsidies to facilitate investment in tourism from both Romanian investors and foreign ones;
 - Strengthening the legal framework for tourism so that it ensures a good application and ensures high standards without the existence of unnecessary red tape;
 - Encouraging the municipal, county and regional integrated development plans for tourism development, including all infrastructure elements to avoid uncoordinated development;
 - Development of prevocational and vocational education for the hospitality sector so that the program include market needs, ensuring the qualification of a number of staff to meet the criteria for hiring / filling vacancies [3, p. 74];
 - Facilitate the development of a national conventional center allowing the capital and the country to compete for the organization of international events;
 - Development of spas in Romania to ensure the range of treatments, centers and services needed for a rapidly growing number of customers;
 - Development of mountain areas and mountain resorts facilities and attractions to offer visitors throughout the year;
 - Identifying opportunities and taking action to allow extending the tourist season resorts on the Black Sea;
 - Ensuring that the requirements of the tourists are considered a priority in the development of the national transport network including roads and railways, airports and ports infrastructure Extension marking landmarks national interest in accordance with EU standards and the introduction themed tourist routes;
 - Support the development of ecotourism in the Danube Delta, the national parks, the reserves and rural areas;
 - Staff training at major national museums and monuments, improving the facilities offered by these visitors, particularly hospitable facilities, interpretation and marketing, as an example for all of these monuments;
 - Creating a database of cultural events to facilitate the promotion of the visual arts and music, particularly traditional festivals and folk events;
 - Development of effective implementation strategies to achieve the objectives of the master plan.

Tinte – Potențial

În cazul în care recomandările referitoare la structură, produse, servicii și marketing vor fi implementate, se estimează că sosirile de vizitatori străini vor crește de două ori și jumătate, în 2026, atingând cifra de cca 15 500 000.

Se prevede că volumul cheltuielilor vizitatorilor străini va crește de peste opt ori, ajungând, în 2014, la aproximativ 7,7 miliarde euro. Cheltuielile în turismul intern se estimează că vor crește de aproape patru ori și jumătate, atingând cifra de 8,3 miliarde euro, în aceeași perioadă.

Contribuția totală la PIB al României se estimează că până în 2026 va constitui 6,9%.

3. Concluzii. În urma celor prezentate în acest articol putem aprecia că, un produs turistic bine realizat, pe bază de cercetări, poate influența dezvoltarea unei zone defavorizate prin:

- atragerea unui flux de turiști străini în zonă;
- modernizarea și extinderea infrastructurilor: cazare, alimentație, transport astfel încât să nu afecteze mediul natural existent;
- crearea de noi locuri de muncă și dezvoltarea resurselor umane locale prin perfecționarea angajaților;
- păstrarea continuității tradițiilor, obiceiurilor și valorilor spirituale din zonă. Produsele turistice ce se creează de către ofertanții naționali trebuie să se bazeze pe preferințele turiștilor străini și naționali, aflate din cercetări de piață. Acest lucru ar duce la asigurarea fluxului turistic în zonele promovate de produsele respective și un înalt grad de satisfacție al turistului.

Calitatea și competitivitatea produselor turistice românești pot contribui la dezvoltarea și menținerea unui turism durabil, mai ales dacă se ține seamă și de tendințele turismului mondial care se manifestă spre:

- a) căutarea rădăcinilor culturale, a specificului local autentic: arhitectura, obiceiurile, arta, tradițiile etc.;
- b) căutarea echilibrului personal, fizic și mental, prin practicarea activităților fizice care nu presupun spiritul de competiție.

Fiind numit și „industria oamenilor” turismul antrenează prin amploarea și conținutul său un vast potențial natural, material și uman având implicații profunde asupra dinamicii economiei și societății, asupra relațiilor internaționale.

Targets – potential

If the recommendations relating to the structure, products, services and marketing are implemented, it is estimated that foreign visitor arrivals will increase by two and a half times by 2026, reaching up to 15.500 million.

It is predicted that the foreign visitor expenditure will increase eight-fold by 2014, to about 7.7 billion. Domestic tourism expenditure is expected to increase nearly four and a half times, to 8.3 billion in the same period.

The total contribution to Romania's GDP is projected to grow to 6.9% by 2026.

3. Conclusions. As a result of this article we can say that a well-developed tourism product, based on research, may influence the development of disadvantaged areas through:

- Attracting a stream of foreign tourists in the area;
- Modernization and expansion of infrastructure: accommodation, food, transports so as not to affect the existing natural environment;
- Creation of new jobs and the development of local human resources by improving employees;
- Maintaining continuity in traditions and spiritual values in the area. Tourism products are created by domestic bidders shall be based on the preferences of domestic and foreign tourists, assessed through market research. This would ensure the inflow of visitors to the promoted areas and to high tourist satisfaction.

Quality and competitiveness of Romanian tourism can contribute to the development and maintenance of sustainability, especially if one takes into account the global tourism trends manifested in:

- a) search for cultural roots, the specific authentic local architecture, customs, art, traditions and so on;
- b) seeking personal balance, physically and mentally, by practicing physical activities that do not involve a competitive spirit.

Being called "people industry", tourism involves through its complexity and content a vast natural, material and human potential, having profound implications for the dynamics of the economy and society, as well as international relations.

Referințe bibliografice / Bibliographic references:

1. BAN, O. *Economia turismului internațional*. Oradea: Universitatea din Oradea, 2006, (p.118-119).
2. BĂDULESCU, A. *Economia turismului*. Oradea: Universitatea din Oradea, 2004. (p.91-93).
3. CÂNDEA, M., ERDELI, G., SIMION, T. *România potențial turistic și turism*. Universitatea din București, 2008 (p.72-75).
4. ISPAS, A. *Imaginea României ca destinație turistică*, în Revista Convorbiri Economice, nr. 4/aprilie 2007, (p.48-53).
5. NEDELEA, A. *Piața turistică*. București: Didactică și Pedagogică, 2003. (p.110-112).