

PERSPECTIVE POZITIVE - PENTRU TURISMUL ROMANESC

Mirela MAZILU

*Prof. univ. dr., Universitatea din Craiova,
Centrul Universitar Drobeta Turnu Severin*

Rezumat

Deși prognozele de bază pentru turismul și călătoriile în România în următorii 10 ani sunt, în general, foarte pozitive, ele subliniază unele slăbiciuni care pot îngreuna dezvoltarea turismului și călătoriilor. WTTC afirmă că acestea pot împiedica România să ajungă la adevăratul său potențial privind turismul și călătoriile pe termen mediu și lung. În același timp, o cooperare mai bună între toți factorii de decizie, dar și cu sectorul privat, și o mai bună administrare a creșterii turismului ar putea ajuta România să facă chiar mai mult decât sugerează prognozele actuale, maximizând beneficiile și asigurând că sunt bine distribuite în toate zonele țării și la toate nivelele populației.

Cuvinte cheie: turism, perspectivă, realitate, capacitate, turism durabil.

Clasificare JEL: L8, L83, Q, Q18

1. Introducere: Un imperativ necesar: CREȘTEREA CONȘTIINȚEI ÎN TURISM

Turismul și călătoriile au potențial să devină un sector de export important în România și să asigure locuri de muncă și creștere economică în rândul vastei populații rurale a țării.

Turismul și călătoriile au o capacitate inerentă de diversificare a economiei României, de stimulare a antreprenoriatului – în special pentru IMM-uri –, de catalizare a investițiilor, de creare a unui mare număr de locuri de muncă durabile și de a ajuta dezvoltarea socială în comunitățile locale.

În general, atât autoritățile guvernamentale, cât și sectorul privat sunt deschise dezvoltării turismului. Dar este nevoie de o mai profundă înțelegere a industriei, cum lucrează ea și de ce are nevoie ca să fie de succes.

Turismul și călătoriile ar trebui să fie introduse în politicile generale pentru forță de muncă, comerț, investiții, educație, cultură și protecția mediului. Pentru a facilita aceasta, ar trebui întreprinsă o campanie de imagine pentru a asigura că și factorii publici și cei privați sunt conștienți de contribuția industriei și, în special, de potențialul acesteia privind dezvoltarea rurală.

NEW PERSPECTIVES FOR THE ROMANIAN TOURISM

Mirela MAZILU

*PhD. Prof., University of Craiova, University Centre
of Drobeta Turnu Severin*

Abstract

Bien que les prévisions de base pour le tourisme et le Voyage en Roumanie au cours des 10 prochaines années sont généralement très positifs, ils mettent en évidence certaines faiblesses qui peuvent entraver le développement du tourisme et de Voyage. WTTC dit qu'ils peuvent empêcher la Roumanie pour atteindre son véritable potentiel dans le tourisme et l'industrie du Voyage dans le moyen et long terme. Dans le même temps, une meilleure coopération entre tous les décideurs, mais aussi avec le secteur privé, et une meilleure gestion de la croissance du tourisme pourrait aider la Roumanie à faire encore plus que les prévisions actuelles donnent à penser, en maximisant les avantages et de s'assurer qu'ils sont bien réparties dans toutes les régions du pays et à tous les niveaux de la population.

Key words: tourism, perspective, reality, capacity, sustainable tourism.

JEL classification: L8, L83, Q, Q18.

1. Introduction: THE INCREASE OF AWARENESS

Tourism and travels have the potential of becoming an important export sector in Romania and of ensuring workplaces and the economic increase among the vast rural population of the country.

Tourism and travels have an inherent capacity of diversification of economy of Romania, of stimulating the entrepreneurs - especially for SMCs - of catalyzing the investments, of creating a great number of sustainable workplaces and helping the social development in the local communities.

Generally, the governmental authorities as well as the private sector are open to the development of tourism. But a more profound understanding of the industry is necessary, of how it works and what it needs in order to be a success.

Tourism and travels should be introduced in the general policies for workforce, commerce, investments, education, culture and environment protection. In order to facilitate it, an image campaign should be performed in order to ensure that other public and private factors are aware of the contribution of the industry and, especially, of its potential regarding the rural development.

The government could take advantage of the opportunities to increase the awareness about Romania

Guvernul ar putea profita de oportunitățile de a crește conștientizarea despre România ca o destinație turistică, atât pe plan intern, cât și pe plan internațional. O oportunitate care va veni este aceea oferită de Sibiu – Capitală Culturală Europeană în 2007.

2. MĂSURAREA INDUSTRIEI

Cercetarea și prognoza economică și de marketing, referitoare la sectorul turism și călătorii al României, sunt, în general, insuficient exprimate atât cantitativ cât și calitativ.

Ca urmare, analiza sectorului public și politicile legate de acesta tind să scape din vedere sau să subestimeze impactul industriei ori să trateze numai componentele sale minore. Acest studiu de Cont Satelit în Turism, elaborat de WTTC și OEF pentru România, asigură un instrument important de planificare și de dezvoltare a politicii. Actualizarea anuală a Contului Satelit în Turism va ajuta la asigurarea că datele adecvate sunt disponibile pentru introducerea turismului și călătoriilor în strategiile economice și de angajare. El va furniza, de asemenea, Autorității Naționale pentru Turism date economice concrete pe care să se bazeze deciziile privind marketingul și promoțiile. Acest fapt va ajuta la ridicarea conștiinței printre factorii din sectorul public și privat referitor la impactul deplin al sectorului turism și călătorii asupra economiei naționale – nu numai pentru hoteluri, restaurante și comerț cu amănuntul, dar și pentru construcții, sectorul imobiliar, agricultură și alte sectoare.

Ca țară comunistă căreia i-a fost acordată de către S.U.A. clauza "națiunii celei mai favorizate" datorită politicilor guvernamentale anti-sovietice, România a fost o destinație turistică foarte cunoscută în vestul Europei în anii '70. Susținute de creditele americane însumate la 1 miliard USD, care au dat un imbold dezvoltării economice, și fiind foarte populare printre vizitatorii din Germania, Marea Britanie, Scandinavia, Franța, Italia, Austria și Belgia, stațiunile de pe coasta Mării Negre au înflorit. Totuși, pe la sfârșitul anilor '80 – datorită sub-investiției și unei situații politice din ce în ce mai instabile – numărul vizitatorilor a început să se micșoreze. După căderea lui Ceaușescu în decembrie '89, acest trend a continuat datorită impactului negativ al regimului comunist asupra dezvoltării țării. Deschiderea României a atras ochii omenirii către sărăcia extremă a poporului român, adesea incorporată în imaginea orfanilor – imagine depărtată de cea a unui paradis turistic.

Procesul lent de privatizare s-a combinat cu lipsa investițiilor în infrastructură în perioada anilor '90, pe măsură ce România s-a readaptat la viața de după comunism, concretizându-se într-o industrie turistică aflată într-o suferință crescândă. Totuși, libertatea nou descoperită și o clasă mijlocie în

as a tourist destination, on an internal level as well as on an international level. An opportunity that shall come is the one offered by Sibiu - European Cultural Capital in 2007.

2. THE MEASUREMENT OF THE INDUSTRY

The research and the economic and marketing prognosis referring to the tourism and travels sector from Romania are not generally very well expressed from the points of view of quality and quantity.

As a consequence, the analysis of the public sector and the policies related to it tend not to be taken into account or to underestimate the impact of the industry or to treat only the minor components. This study of the Satellite Account in Tourism, elaborated by WTTC and OEF for Romania, ensures an important instrument of planning and development of the policy. The annual updating of the Satellite Account in tourism, shall help to ensure that the adequate data are available for the introduction of tourism and travels into the economic strategies and employment strategies. It shall also supply the National Authority for Tourism the concrete economic data on which to base its decisions regarding the marketing and the promotion. This fact shall help bringing awareness among the factors from the public and private sector referring to the full impact of the tourism and travels sector on the national economy - not only for the hotels, restaurants and retail trading, but also for the buildings sector, the real estates, agriculture and other sectors.

As a communist country to which the "most favored nation" clause was granted by the USA due to the anti-soviet governmental policies, Romania was a very well known tourist destination in the western Europe in the 1970s. Sustained by the American loans summed up at 1 milliard USD, which offered a push to the economic development, and being very popular among the visitors from Germany, Great Britain, Scandinavia, France, Italy, Austria and Belgium, the resorts from the coast of the Black Sea flourished. Still, around the end of the 1980s, - due to sub-investment and a more and more unstable political situation - the number of visitors started to decrease. After the fall of Ceausescu in December '89, this trend continued because of the negative impact of the communist regime on the development of the country. The opening of Romania attracted the eyes of mankind towards the extreme poverty of the Romanian people, mostly incorporated in the image of the orphans - image really far from a tourist paradise.

The slow privatization process combined with the lack of investments in infrastructure in the period of the '90s, while Romania re-adapted to the life after communism, turning into a tourism industry found into a growing suffering. However, the newly discovered freedom and a middle class in formation brought an

formare au adus o creștere a numărului călătoriilor în străinătate, încurajate de prețurile mici din Grecia și Turcia. În prezent, o rată de schimb favorabilă a dolarului USA și imaginea îmbunătățită a Europei Centrale și de Est începe să atragă turiștii de peste ocean în România.

3. PERSPECTIVA GENERALĂ

Conform cercetărilor din 2005 ale WTTC privind Contul Satelit pentru Turism, România se clasează pe locul 4 din 174 de țări în ceea ce privește creșterea cererii pe termen lung. Membră a NATO din 2002 și proiectata aderare a României la Uniunea Europeană în 2007 înseamnă o creștere a conștiinței despre România la nivel internațional. La mijlocul anilor '90 s-a remarcat un nou interes pentru turism din partea guvernului central, când turismul a fost desemnat ca o prioritate națională. Controversatul Dracula Parc, deși niciodată realizat, este o dovadă a acestui angajament. Totuși, lipsa actuală de înțelegere a importanței turismului și călătoriilor, lipsa disponibilității operatorilor independenți de a lucra împreună și strategia guvernamentală incoerentă semnifică faptul că acest potențial neatins așteaptă încă să fie deblocat.

4. POTENȚIALUL

Cu o suprafață de aproximativ 237.500 km² aflată chiar în centrul Europei, România are o moștenire culturală bogată, dar în mare parte neexploatăată. Tezaurul României sunt răspândite de-a lungul și de-a latul țării. Bucureștiul nu este Praga sau Viena, dar micile orașe precum Sibiu, Brașov și Sighișoara au arhitectură, cultură și deschidere mai mult decât necesar pentru a concura cu vecinii mai mari. Înconjurată de uscat și cu cei 200 km de coastă la Marea Neagră, România se învecinează cu Republica Moldova la vest, Ucraina la Nord, Ungaria și Serbia&Montenegro la est, cu Bulgaria la sud și este accesibilă atât pe uscat cât și pe calea aerului.

Înapoi la natură ...

Cele 41 de județe ale României pot fi împărțite în 3 regiuni geografice principale. Munții Carpați din centru se mândresc cu cea mai mare densitate de carnivore mari din Europa – incluzând jumătate din populația continentală de urși, o treime din cea de lupi și o treime din cea de râși. Înspre vest se întind platourile unde satele și orașele pastorale sunt despărțite de dealuri și văi. Către est, câmpiile întinse de la șes, care sunt inima agricolă a țării, conduc Dunărea până la vărsarea în Marea Neagră prin intermediul Deltei sale unice. În toată țara există 33.792 de specii de animale și 3.700 de specii de plante, iar în Delta Dunării trăiește 60% din populația totală la nivel mondial de cormorani pitici. De la plajele Mării Negre la schiul și drumețiile montane și

increase of the travels abroad, encouraged by the low prices of Greece and Turkey. At the moment, a favorable exchange rate of the US Dollar and the better image of Central and Eastern Europe starts to draw tourists across the ocean to Romania.

3. THE GENERAL PERSPECTIVE

According to the researches from 2005 of WTTC regarding the Satellite Account in Tourism, Romania ranks the 4th place from 174 countries regarding the increase of the demand on a long term. Member of NATO from 2002 and the designed adherence of Romania to the European Union in 2007 mean an increase of awareness about Romania internationally. At the middle of the 1990s, a new interest for tourism from the part of the central government was shown, when tourism was designated as a national priority. The controversial Dracula Park, although it has never been executed, is a proof of this commitment. However, the current lack of understanding of the importance of tourism and travels, the lack of availability of the independent operators to work together and the incoherent governmental strategy mean that this untouched potential waits to be unlocked.

4. THE POTENTIAL

With a surface of approximately 237,500 km² located right in the centre of Europe, Romania has a rich cultural legacy, but mainly unexploited. Romania's Treasures are scattered along the country. Bucharest is not Prague or Wien, but small towns like Sibiu, Brasov and Sighisoara have architecture, culture and a wider opening than necessary to compete with the larger neighbors. Surrounded on land and with the 200 km of coast line at the Black Sea, Romania has as neighbors the Republic of Moldova in the west, Ukraine in the north, Hungary and Serbia and Montenegro in the east, Bulgaria in the south and it is accessible on land as well as in the air.

Back to nature...

The 41 counties of Romania can be divided into 3 main geographical regions. The Carpathians from the centre are proud of the largest density of large carnivore animals from Europe - including half of the continental bear population, a third of the wolves' population and a third of the lynxes population. Towards west the plateaus where the villages and pastoral towns are separated by hills and valleys stretch. Towards east, the wide fields from this area, which are the agricultural heart of the country, lead the Danube until the flow into the Black Sea through the means of its unique Delta. All over the country there are 33,792 species of animals and 3700 species of plants, and in the Danube Delta there lives 60% of the total population world wide of pygmy cormorant. From

turismul bazat pe natură în Delta Dunării, patrimoniul natural al României oferă oportunități nelimitate pentru turism.

O moștenire culturală unică ...

România deține a 7-a parte din siturile moștenirii culturale mondiale, incluzând mănăstirile pictate din Bucovina, cetatea istorică Sighișoara și cetățile dacice din munții Orăștiei. Transilvania, o lume faimoasă datorită asocierii ei cu legenda lui Dracula; lărga categorie de exemple de stiluri arhitectonice și o bogată istorie literară și muzicală sunt reflectate într-un amestec etnic de români, ungari, rromi, ucrainieni, germani, ruși și turci. O populație diversă și unică precum peisajele țării împreună cu o istorie bogată oferă vizitatorului o incursiune în trecutul și prezentul Europei.

Un potențial turistic divers.....oportunități tot timpul anului

Turismul s-a concentrat în mod tradițional pe stațiunile de pe coasta Mării Negre dar, în realitate, România are foarte mult de oferit. Pentru piața internă, turismul balnear a fost mult timp foarte popular, și numai eforturi și investiții semnificative pot conduce la dezvoltarea siturilor culturale pentru turiști. Stațiunile de schi există deja și unele facilități oferă un bun potențial pentru turismul de aventură și drumețiile în extra sezon. De asemenea, București-ul nu trebuie să fie ignorat pentru turismul de afaceri și conferințe care există deja și care, odată cu integrarea în UE, va crește inevitabil.

România are un potențial enorm care o poate transforma într-o destinație pentru tot timpul anului dacă vor fi înțelese și maximizate toate oportunitățile oferite de siturile moștenirii naturale și culturale. Turismul și călătoriile pot fi, de asemenea, o industrie a întregii țări, având potențialul de dezvoltare, antreprenorial și de angajare la 55% din populația care trăiește în mediul rural în România.

the beaches of the Black sea to the skiing and the mountain hiking and the tourism based on nature in the Danube Delta, the natural heritage of Romania offers unlimited opportunities for tourism.

A unique cultural legacy...

Romania holds the 7th part of the world cultural legacy sites, including the painted monasteries of Bucovina, the historic citadel of Sighisoara and the dacian fortresses from Orastie Mountains. Transylvania, a famous world due to its association with the legend of Dracula; the large category of examples of architectural styles and a rich musical and literal history reflected into an ethnic mix of Romanians, Hungarians, Romani people, Ukrainians, Germans, Russians and Turkish people. A diverse and unique population as well as the landscape of the country together with the rich history offers the visitor an incursion into the past and the present of Europe.

A diverse tourist potential....

Tourism focused traditionally on the resorts from the coast of the Black Sea but, in reality, Romania has a lot to offer. For the internal market, the spa tourism has been very popular for a long time, and only significant efforts and investments can lead to the development of the cultural site for the tourists. The ski resorts already exist and some facilities offer a food potential for adventure tourism and for hiking out Also, Bucharest must not be ignored for the business tourism and conferences which already exist and which, together with the integration in EU shall increase inevitably.

... Offering opportunities all year round.

Romania has a huge potential which can transform it into a destination for the year round if all the opportunities are understood and maximized, offered by the natural and cultural sites. Tourism and travels may also be an industry of the whole country, having the development, entrepreneurial and employment potential for 55% of the population who lives in the rural areas of Romania.

Tabel nr. 1. Beneficiile aduse de Turism

	Beneficii aduse de turism	Direcții de dezvoltare posibile
Intensificarea oportunităților economice	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creșterea numărului locurilor de muncă pentru rezidenții locali ▪ Sporirea veniturilor ▪ Stimularea organizării de noi întreprinderi de turism și stimularea și diversificarea economiei locale ▪ Încurajarea manufacturii locale de bunuri ▪ Câștigarea unor piețe noi și realizarea unor schimburi străine ▪ Îmbunătățirea standardelor de viață ▪ Generarea unor venituri suplimentare din taxele locale ▪ Oferirea posibilităților de a deprinde noi calificări pentru angajați ▪ Sporirea capacității de finanțare pentru acțiuni în zonele protejate și în comunitățile locale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Este necesar să existe produse și servicii pentru care turiștii să accepte să cheltuiască ▪ Este necesar a minimiza sumele care nu intră în bugetul local, reducând dependența turiștilor pentru bunuri și servicii din afara regiunii vizate ▪ Creșterea numărului de vizitatori ▪ Mărirea perioadei de ședere ▪ Atragerea unor nișe de piață mai bogate ▪ Ridicarea plafoanelor de cumpărare per vizitator, prin oferte speciale ▪ Furnizarea de servicii de cazare corespunzătoare ▪ Furnizarea de servicii de ghidaj și alte servicii complementare ▪ Evenimente în regiunile gazdă ▪ Cumpărarea de alimente și băuturi cu specific local
Protecția patrimoniului natural și cultural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Protecția proceselor ecologice și a suprafețelor de apă ▪ Conservarea biodiversității (inclusiv a genelor, speciilor și ecosistemelor) ▪ Protejarea, conservarea și valorificarea resurselor culturale și a patrimoniului construit ▪ Crearea de valoare economică și protecția resurselor care nu pot fi percepute altfel de către rezidenți ca fiind valoroase, sau care sunt percepute ca reprezentând mai degrabă un cost decât un beneficiu ▪ Transmiterea valorilor conservate, prin intermediul educației și interpretării ▪ Oferirea unui sprijin pentru comunicarea și interpretarea valorilor de patrimoniu natural și construit, cât și pentru promovarea moștenirii culturale a vizitatorilor din zonele vizitate, construind astfel o nouă generație de consumatori responsabili ▪ Suport pentru evaluarea și dezvoltarea inițiativelor de bună-practică în domeniul mediului și al sistemelor de management care să influențeze operațiunile de călătorie și turism de afaceri, dar și de comportamentul vizitatorului la destinație ▪ Îmbunătățirea facilităților locale, de transport și comunicații ▪ Sprijin pentru dezvoltarea mecanismelor de autofinanțare privind acțiunile întreprinse în ariile protejate 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Încurajarea comunităților locale de a menține sau a restabili organizarea celor mai importante festivaluri culturale, a tradițiilor sau evenimentelor cu specific local și chiar de a întreprinde acțiuni de restaurare a patrimoniului construit ▪ Comunitățile locale pot beneficia atunci când tradițiile și valorile locale sunt păstrate și când sunt încurajate, astfel, să își promoveze propriile comunități și regiuni, cu un sentiment mai puternic de mândrie și apartenență ▪ Încurajarea comunităților locale de a sprijini reconstrucția ecologică și acțiunile de conservare prin utilizarea sustenabilă a resurselor în zonele vizate
Îmbunătățirea calității vieții	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promovarea valorilor estetice, spirituale și a altor valori care aduc bunăstarea populației 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dezvoltarea facilităților și serviciilor pentru turism care pot să aducă beneficiu pentru condițiile de trai ale rezidenților locali

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprijinirea acțiunilor de educație și formare de mediu, pentru vizitatori și localnici ▪ Stabilirea unor elemente de atractivitate pentru destinații, pentru rezidenți dar și pentru vizitatori, care să contribuie la conceperea unor alte noi activități compatibile, de la pescuit la oferta de servicii sau produse ale industriilor locale ▪ Creșterea nivelului schimburilor interculturale ▪ Încurajarea dezvoltării activităților culturale, meșteșugurilor, și artelor ▪ Creșterea nivelului de educație a populației locale ▪ Încurajarea populației de a vorbi și a se apropia de cultura turiștilor străini ▪ Încurajarea populației locale de a aprecia cultura locală proprie și mediul 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Îmbunătățirea sistemului de comunicații ▪ Îmbunătățirea procesului de educație ▪ Sporirea nivelului de training pe domenii specifice ▪ Asigurarea serviciilor de sănătate ▪ Dezvoltarea cunoașterii și aprecierii publice a biodiversității de excepție a județului (vizitarea zonei de către rezidenți, interpretarea pe teren, program de educație ecologică în școală, încurajarea vizitelor făcute de grupurile de elevi în zonele locale cu potențial).
--	---	--

Table no 1. The benefitts by Tourism

	The benefits brought by tourism	Possible directions of development
Intensifying the economic opportunities	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Increasing the number of workplaces for the local residents ▪ Increasing the incomes ▪ Stimulating the organization of new tourism companies and the stimulation and the diversification of the local economy ▪ Encouraging the local crafts ▪ Gaining new markets and the achievement of certain foreign exchanges ▪ Improving life standards ▪ The generation of certain additional incomes from the local fees ▪ Offering possibilities to acquire new qualifications for the employees ▪ Increasing the finance capacity for actions in the protected areas and in the local communities 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Products and services are necessary for the tourists to accept spending their money. ▪ The sums that do not go into the local budget should be minimized, thus reducing the dependence of the tourists for the goods and services outside the region. ▪ Increasing the number of visitors ▪ The duration of the stay ▪ The attraction of some richer market niches ▪ Raising the purchase limit per visitor, through special offers ▪ Supplying proper accommodation services ▪ Supplying the guiding services and other additional services ▪ Events in host regions ▪ Buying food and drinks with local specific
The protection of the natural and cultural heritage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ The protection of the ecological processes and of the water surfaces ▪ The preservation of the biodiversity (including the genes, species and ecosystems) ▪ The protection, the preservation and the revaluation of the cultural resources and of the built heritage ▪ The creation of economic value and the protection of the resources which cannot be perceived differently by the residents as being valuable, or which are perceived as representing a cost rather than a benefit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encouraging the local communities to maintain or to re-establish the organisation of the most important cultural festivals, of the traditions or the events with local specific and even to carry on restoration actions of the built heritage ▪ The local communities can benefit when the local traditions and the values are kept and when they are encouraged, thus, to promote the own communities and regions, with a stronger feeling of pride and belonging. ▪ Encouraging the local communities to

	The benefits brought by tourism	Possible directions of development
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ The transmission of preserved values, through the means of education and interpretation ▪ Offering support for communication and interpretation of the values of the natural and built heritage, as well as for the promotion of the cultural heritage of the visitors from the visited areas, building thus a new generation of responsible consumers ▪ The support for the evaluation and the development of the initiatives of good practice in the field of the environment and of the management systems which influence the travels and the business tourism, but also by the visitor's behavior at the destination ▪ The improvement of the local, transport and communication facilities ▪ The support for the development of the self-finance mechanisms regarding the actions performed in the protected areas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ support the ecological reconstruction and the preservation actions through the sustainable use of the resources from the aimed areas
The improvement of the quality of life	<ul style="list-style-type: none"> ▪ The promotion of the aesthetic values, spiritual values and of other values that bring welfare of the population ▪ Support for the education and environmental training actions, for the visitors and local people ▪ Setting the attractiveness elements for the destinations, for the residents and for the visitors, who contribute to the design of compatible activities, from fishing to the services or products offer of the local industries? ▪ Increasing the level of the intercultural exchanges ▪ Encouraging the development of cultural activities, crafts and arts ▪ Increasing the level of education of the local population ▪ Encouraging the population to speak and get closer to the culture of the foreign tourists ▪ Encouraging the local population to appreciate its own local culture and environment 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ The development of the facilities and services for tourism that can bring benefits to the life conditions of the local residents ▪ The improvement of the communication system ▪ The improvement of the educational process ▪ The increase of the level of training on specific fields ▪ Ensuring the health services ▪ The development of knowledge and public appreciation of the exceptional biodiversity of the county (residents visiting the area, the field interpretation, the ecological education program in schools, encouraging the visits made by students groups to the local areas with potential).

Actorii implicați în turismul durabil

Am utilizat, deja, de câteva ori până acum, termenul de „actori” și „factori interesați” (stakeholders). Aceștia sunt persoane sau grupuri de persoane, părți interesate, strâns legate de o companie, o organizație, un proiect, un eveniment. În contextul dat, părțile interesate sunt implicate în procesul turistic.

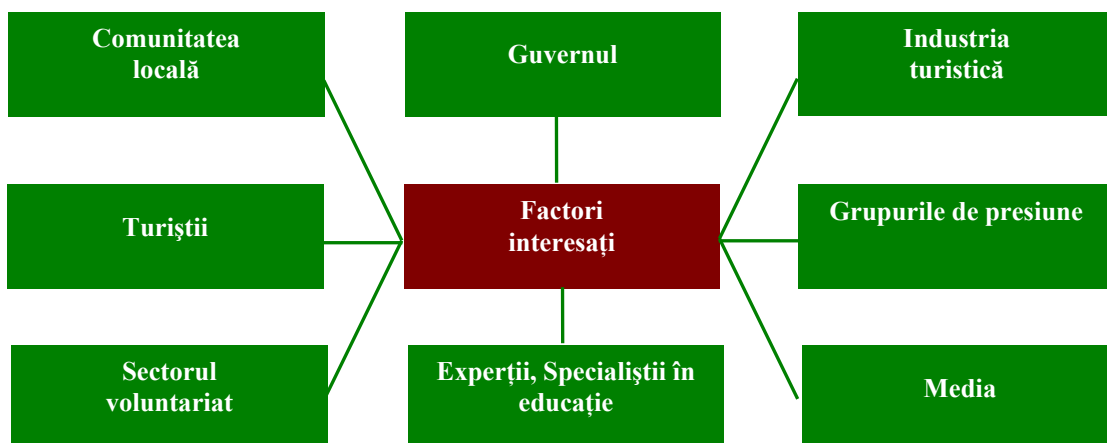
Referitor la turismul durabil, identificăm următoarele grupe de actori:

The actors involved in the sustainable tourism

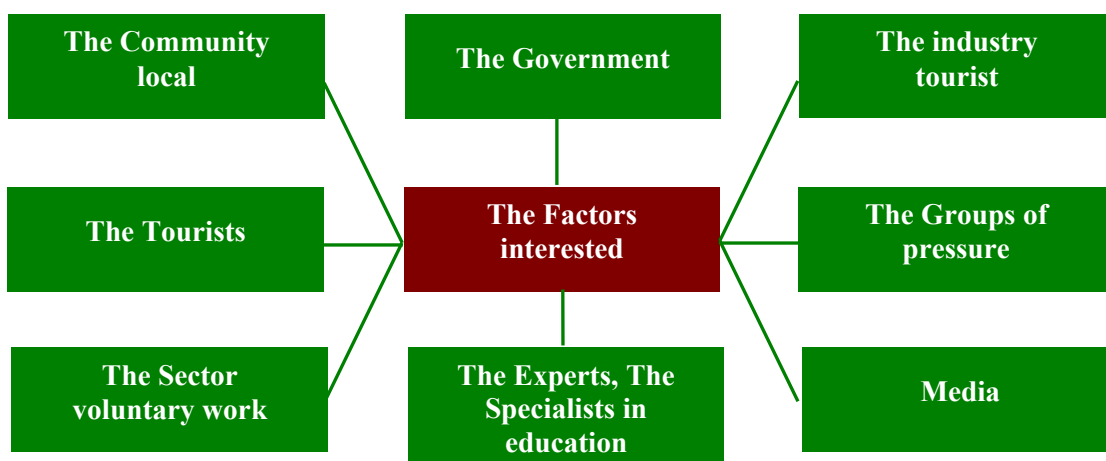
We have already used, many times so far, the term "actors" and "stakeholders". These are persons or groups of persons, interested parties, strongly connected to a company, an organisation, a project, an event. In our context, the interested parties are involved in the tourist process.

Regarding the sustainable tourism, we identify the following groups of actors:

Figura 1 – Actori ai turismului durabil



Picture 1 - Actors of the sustainable tourism



Toți actorii trebuie să îndeplinească o sarcină concretă pentru a da forța necesară dezvoltării turismului durabil și pentru ca fiecare dintre ei să obțină beneficii, prin păstrarea unui mediu turistic atractiv, care să protejeze în același timp mediul înconjurător. Se știe deja că turismul, în general, generează beneficii economice atât pentru țările și regiunile de destinație, cât și pentru țările emițătoare. Dezvoltarea sectorului ecoturistic va antrena simultan și prosperitatea altor sectoare ale economiei (industria alimentară, comerțul, transportul etc.). Deoarece cererea pentru turismul ecologic este în permanență și constantă creștere (pe plan mondial), ca o tendință de menținere a acestei influențe pentru piața turismului și a comunităților locale prezintă interes continuitatea promovării modelelor de dezvoltare durabilă.

5. Concluzii

All the actors must fulfill a concrete task in order to give the necessary strength to the development of sustainable tourism and for each of them to obtain benefits, through preserving an attractive tourist environment, which can protect the environment at the same time. We already know that tourism, generally, generates economic benefits for the destination countries and regions, as well as for the issuer countries. The development of this eco-tourism sector shall engage simultaneously the prosperity of other sectors of economy (the food industry, the commerce, the transport etc.). Because the demand for the ecological tourism is permanently and constantly growing (worldwide), as a tendency of maintaining this influence on the tourism market and on the local community, the continuity of promoting the sustainable development models is really important.

5. Conclusions

Ramură economică de interferență, de mare interes și cu importante disponibilități, turismul românesc trebuie să devină o componentă dinamizatoare a sistemului economic global.

Subsistem al economiei naționale, turismul suportă influențe din partea celorlalte subsisteme și exercită, la rândul său, o influență crescândă asupra evoluției acestora. Sectorul turismului în România deține în prezent numai o cotă modestă din Produsul Intern Brut, în special datorită faptului că nu a fost sprijinit consistent de factorii de decizie, dezvoltarea sa fiind lăsată la voia întâmplării. Este unanim recunoscută capacitatea turismului de a deveni un sector primordial al economiei naționale, în contextul în care se vor îndeplini obiectivele naționale în acest domeniu.

Economic branch of interference, of great interest and important availability, Romanian tourism should become a dynamic component of the global economic system.

Subsystem of the national economy, tourism bears influences from other subsystems and exercises, in turn, an increasingly influence on their evolution. The tourism sector in Romania currently holds only a modest share of GDP, in particular because it has not been strongly supported by decision factors, its development being left to chance. It is widely recognized the ability of tourism to become a primary sector of the national economy, in a context that will meet national targets in this area.

6. BIBLIOGRAFIE

- [1] CANDEA M., BRAN F., *The Romanian Geographic Space: Organisation, Improvement, Sustainable Development*, Economica Publishing House, Bucharest, 2001.
- [2] COJOCARIU C., *Education for a Sustainable Development, through and for the Community*, Axa Publishing House, Iasi, 2003.
- [3] COSMESCU I., NICULA V., TILEAGA C, *The Diversity and the Quality of Tourist Services: The Premises of the Sustainable Economic Development in the Black Sea Basin*, Constant Publishing House, Sibiu, 2004.
- [4] HORNER S., SWARBROOKE J., *International Cases in Tourism Management*, Elsevier Butterworth - Heinemann, Amsterdam, 2004.
- [5] MASON P., *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth - Heinemann, Oxford, Boston, 2003.
- [6] MAZILU MIRELA ELENA, Opportunities and Threats for Romania as a Tourist Destination after the World Economic Crisis, publicat în Proceedings ISI of 5-th WSEAS International Conference on Economy and Management Transformation (EMT'10), ISSN:1792-5983, ISBN:978-960-474-240-0, West Timisoara University, 2010, pag. 66-72.
- [7] MAZILU MIRELA ELENA, *Key elements of a Model for Sustainable Tourism*, published in International Journal of Energy and Environment, Issue 2, Volume 4, ISSN:1109-9577, 2010, p45-54, <http://www.naun.org/journals/energyenvironment/19-365.pdf>
- [8] MAZILU MIRELA ELENA, *Les euro-regions roumaines – une condition pour l'integration europeenne*, published in Problems of Geography Magazine, Bulgarian Academy of Science, ISSN 0204-7209, Book no. 1-2/2005, pg. 166-169.
- [9] MAZILU MIRELA ELENA, *The revival of tourism in Mehedinti county - case study, the Danube bend Destination*, published in Tourism

6. BIBLIOGRAPHY

- [1] CANDEA M., BRAN F., *The Romanian Geographic Space: Organisation, Improvement, Sustainable Development*, Economica Publishing House, Bucharest, 2001.
- [2] COJOCARIU C., *Education for a Sustainable Development, through and for the Community*, Axa Publishing House, Iasi, 2003.
- [3] COSMESCU I., NICULA V., TILEAGA C, *The Diversity and the Quality of Tourist Services: The Premises of the Sustainable Economic Development in the Black Sea Basin*, Constant Publishing House, Sibiu, 2004.
- [4] HORNER S., SWARBROOKE J., *International Cases in Tourism Management*, Elsevier Butterworth - Heinemann, Amsterdam, 2004.
- [5] MASON P., *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth - Heinemann, Oxford, Boston, 2003.
- [6] MAZILU MIRELA ELENA, Opportunities and Threats for Romania as a Tourist Destination after the World Economic Crisis, publicat în Proceedings ISI of 5-th WSEAS International Conference on Economy and Management Transformation (EMT'10), ISSN:1792-5983, ISBN:978-960-474-240-0, West Timisoara University, 2010, pag. 66-72.
- [7] MAZILU MIRELA ELENA, *Key elements of a Model for Sustainable Tourism*, published in International Journal of Energy and Environment, Issue 2, Volume 4, ISSN:1109-9577, 2010, p45-54, <http://www.naun.org/journals/energyenvironment/19-365.pdf>
- [8] MAZILU MIRELA ELENA, *Les euro-regions roumaines – une condition pour l'integration europeenne*, published in Problems of Geography Magazine, Bulgarian Academy of Science, ISSN 0204-7209, Book no. 1-2/2005, pg. 166-169.
- [9] MAZILU MIRELA ELENA, *The revival of tourism in Mehedinti county - case study, the*

- Magazine, no.7, 2009, ISSN:1844-2944, ranked B+, Code CNCIS 447, p. Suceava, 2009 (indexed in RePEc, EconPapers, Ideas, Dolj, CIRET; SOCOINET; SCIRUS
- [10] MAZILU MIRELA ELENA, MARIANA CIOBANU, MIHAELA DIMITRESCU, *The Study of the Environment Quality in the Mehedinti County-Heavy Metals, sediments and particulates*, published in The Bulletin of the Polytechnic Institute of Iași, Volume LV(LIX), fascicle 4, 2009, The Materials Science Section, ISSN: 1453-1690, pg. 99-107, "Gh. Asachi" University, Iași, 2009
- [11] MAZILU MIRELA ELENA, ROXANA MARINESCU, *The Impact of European Policies on the Romanian Tourism*, published in Caiete Turistice Magazine, Year II, No.2, 2008, p.51-57, ISSN:1843-7001
- [12] MITROI MIRELA ELENA, *Regional Geo-Economic Disparities, a Consequence of Transition*, published in Orizonturi Geografice Specialty Magazine, year 2, no.2, 2004, Universitaria Publishing House, ISSN 1583-4565, pg. 50-56, code CNCIS 130
- [13] PAGE, SSUSAN. J., *Tourism Management: Managing for Change*, Butterworth - Heinemann, Oxford, Boston, 2003.
- [14] STANCIULESCU GABRIELA, EMILIAN RADU, TIGU GABRIELA, *The Management of the Sustainable Tourism in the river-side countries of the Black Sea*, All Beck Publishing House, Bucharest, 2000.
- Danube bend Destination*, published in Tourism Magazine, no.7, 2009, ISSN:1844-2944, ranked B+, Code CNCIS 447, p. Suceava, 2009 (indexed in RePEc, EconPapers, Ideas, Dolj, CIRET; SOCOINET; SCIRUS
- [10] MAZILU MIRELA ELENA, MARIANA CIOBANU, MIHAELA DIMITRESCU, *The Study of the Environment Quality in the Mehedinti County-Heavy Metals, sediments and particulates*, published in The Bulletin of the Polytechnic Institute of Iași, Volume LV(LIX), fascicle 4, 2009, The Materials Science Section, ISSN: 1453-1690, pg. 99-107, "Gh. Asachi" University, Iași, 2009
- [11] MAZILU MIRELA ELENA, ROXANA MARINESCU, *The Impact of European Policies on the Romanian Tourism*, published in Caiete Turistice Magazine, Year II, No.2, 2008, p.51-57, ISSN:1843-7001
- [12] MITROI MIRELA ELENA, *Regional Geo-Economic Disparities, a Consequence of Transition*, published in Orizonturi Geografice Specialty Magazine, year 2, no.2, 2004, Universitaria Publishing House, ISSN 1583-4565, pg. 50-56, code CNCIS 130
- [13] PAGE, SSUSAN. J., *Tourism Management: Managing for Change*, Butterworth - Heinemann, Oxford, Boston, 2003.
- [14] STANCIULESCU GABRIELA, EMILIAN RADU, TIGU GABRIELA, *The Management of the Sustainable Tourism in the river-side countries of the Black Sea*, All Beck Publishing House, Bucharest, 2000.