

Capitolul I. TURISMUL

1.1. Considerații introductive

Ultimii ani au arătat că România se află la o răscruce definită în plan spațial, temporal prin trecerea de la un sistem economic specific societății socialiste la altul mult mai dinamic al economiei de piață. Noul mileniu va însemna îndeplinirea condițiilor de aderare la structurile politice, economice ale Uniunii Europene, opțiune strategică care implică numeroase transformări. Unul dintre obiectivele procesului de aderare îl constituie promovarea progresului economic și social, echilibrat și durabil, axat pe o valorificare mai eficientă a resurselor naturale, umane, antropice existente.

Un rol important în acest demers îl au și unitățile administrativ-teritoriale, reprezentate prin județe, percepute ca spații geografice, cu structuri organizatorice, economice, sociale mai apropiate de nevoile cetățenilor. Alături de alte județe, județul Caraș-Severin și-a propus să elaboreze pe baza participării tuturor factorilor interesați o strategie de dezvoltare economică durabilă.

Strategia dezvoltării durabile pornește de la aplicarea unor principii europene în elaborarea și aplicarea politicilor generale și sectoriale de dezvoltare, cum sunt: **planificarea durabilă și echilibrată** a alocării resurselor existente pentru a îndeplini obiectivele prioritare; **descentralizarea**, acțiune care presupune luarea deciziilor conform conceptului de subsidiaritate; **parteneriatul** activ între toți factorii implicați în dezvoltare, inclusiv participarea prin vot a populației pentru stabilirea obiectivelor majore; **cofinanțarea** pe bază de programe și proiecte prin care se asigură participarea financiară a tuturor factorilor interesați.

Privit în context național, județul Caraș-Severin este una din unitățile teritorial-administrative cu o evoluție dinamică pe toate planurile societății umane, având un grad mediu de dezvoltare economică, dar ridicat sub aspect cultural și spiritual. Situat în partea de sud-vest a României, acest județ și-a păstrat de-a lungul timpului aproximativ aceleași limite spațiale și a împletit propria istorie cu cea a întregii țări.

Prin poziția sa geografică, caracteristicile mediului natural deosebit de diversificat și pitoresc, prin varietatea și calitatea resurselor naturale, acest județ a beneficiat de

condiții optime pentru susținerea multor activități economice. Economia ultimilor cincizeci de ani a pus accent pe dezvoltarea ramurilor industriale. În ultimii ani ca urmare a schimbărilor survenite la nivel național, economia județului a înregistrat multe restructurări. Una din problemele majore este dată de existența unui important număr de unități industriale care au tehnologii și echipamente depășite, cu scăderi mari ale producției, cu apariția șomajului. Celelalte sectoare economice reprezentate de agricultură, silvicultură, servicii au înregistrat și ele ritmuri reduse.

Noua dezvoltare economică se sprijină pe politica generală formulată de instituțiile guvernamentale actuale care reprezintă orientare generală, un ghid de gândire și de acțiune pentru toate componentele economiei naționale. Acestea se răsfrâng la nivel teritorial prin respectarea unor principii și reguli de acțiune care sunt puncte principale în realizarea oricărei strategii de dezvoltare.

În acest context, județul prin toate instituțiile sale publice și private, este interesat să realizeze o strategie de dezvoltare economică pe termen mediu și lung prin care să-și pună în valoare toate resursele disponibile cu respectarea cerințelor de păstrare a calității actuale a mediului înconjurător.

În domeniul turismului caraș-severinean, strategia se dorește a fi un ansamblu de acțiuni orientate spre realizarea unor obiective prioritare menite să conducă la dezvoltarea și promovarea mai activă a acestui sector, cu respectarea condițiilor de durabilitate în timp și spațiu.

În realizarea acestui demers, doresc să aduc sincere mulțumiri conducătorilor și întregului personal din instituțiile publice reșitene care mi-au pus la dispoziție ultimele informații și date statistice referitoare la situația socio-economică și culturală din județ (Consiliul Județean, Direcția Județeană de Statistică, Centrul de Păstrare și Conservare a Tradiției Populare, Direcția Județeană de Cultură și a Patrimoniului, Muzeul Banatului Montan, Direcția Silvică Județeană, AJOPS-CS, Administrațiile celor trei parcuri naționale, Episcopia Caransebeșului.

Prezenta lucrare va încerca să abordeze pe baza ultimelor date o scurtă inventariere a resurselor turistice existente, să arate nivelul actual de valorificare, să prezinte cerințele actuale de dezvoltare și restricțiile datorate calității mediului ambiant. Totodată va realiza

armonizarea activităților turistice cu alte cerințe economice, va arăta acțiunile care sunt necesare pentru ca județul Caraș-Severin să devină o destinație turistică cu servicii de calitate și mai bine cunoscută pe plan intern și internațional.

1.2. Tendințe în turismul mondial și european

De-a lungul istoriei, încă de la începuturile civilizației umane, mediul înconjurător a început să sufere importante transformări din dorința omului de a valorifica tot mai multe resurse și de a crea condiții de viață tot mai bune. Pe parcurs, efectele modificatoare ale omului asupra mediului au fost tot mai evidente, ca intensitate și răspândire. Specializarea tot mai accentuată a principalelor sectoare economice a condus în timp și spațiu la conturarea fenomenului de poluare. Orice analiză a industriei turistice pornește de la cunoașterea ultimelor cerințe ale dezvoltării economico-sociale, precum și a tendințelor de evoluție a acestui sector.

1.3. Tendințe regionale în turismul european

Regiunea turistică europeană prezintă cea mai puternică industrie a ospitalității și include multe țări cu o mare experiență în turism. Gradul de dezvoltare economică, patrimoniul turistic remarcabil prin vechime și valoare istorică, arhitectural-artistică, memorială, urbanistică, oferta bogată de produse și servicii turistice, infrastructura modernă au făcut ca bătrânul continent să dețină o poziție privilegiată comparativ cu alte regiuni turistice de pe glob. România, aflată în proces de încheiere a capitolelor de aderare, va trebui să țină cont de modul cum evoluează piața turistică europeană.

Europa înregistrează cel mai mare număr de sosiri, astfel în 1999 a avut 392.5 milioane de turiști cu un procent de 2.3 % în plus față de anul precedent, adică cu 9 milioane de vizitatori mai mulți. Circa 84% dintre aceștia provin din țările de pe continent, 7.4% vin din cele două Americi 3.8% din Asia de Sud și Pacific, iar restul din Africa și Australia.

La nivelul subregiunilor componente. Europa de Sud a avut o ascensiune valorică. Europa de Nord și Occidentală a rămas la aceleași valori. Europa de Est și meridională a fost în scădere ușoară. Pentru Europa de Sud. două țări - Spania și Franța dețin supremația pentru sosiri și înnoptări.

În țările din estul și centrul european, bune rezultate au înregistrat Federația

Rusă cu o creștere de 17% față de anul 1998, tendință care continuă și în momentul de față, urmate de Armenia, Georgia, Ungaria, Cehia, Polonia, Bulgaria, Țările Baltice, în anul 1999 în Europa au fost efectuate 326 milioane de călătorii cu o creștere de 6% față de anul precedent. 2/3 dintre aceste călătorii au fost efectuate în perioada vacanțelor, de scurtă sau lungă durată, iar una din cinci a fost pentru derularea unor afaceri.

Mijlocul de transport cel mai frecvent utilizat este avionul, cu 52%, urmat de autoturism 32%, 12% autocar, restul pe calea ferată, fluvială și maritimă. Destinațiile cele mai solicitate de europeni sunt: Spania. Franța. Italia. Germania. Austria. Marea Britanie, Grecia. Aproape toate tipurile de vacanțe ocupă procente relativ egale, dar marea și plaja dețin o ușoară supremație, fiind urmate de circuite atractive, turism urban în vechile orașe medievale, vacanțe la munte și în mediul rural, în ultimii ani se constată o creștere semnificativă a preferințelor pentru turismul de sănătate și de fitness dar care nu depășește turismul de litoral.

În rândul țărilor emitente de turiști dispuși să călătorească mai mult se remarcă Germania. Marea Britanie, Franța, Olanda și Belgia, Italia, Austria, iar Spania se află abia pe locul 9. Turiștii din țările enumerate petrec sejururi mai scurte cu deplasări de 1-3 ori pe an. Actualmente există un număr de 8 regiuni europene emitente de turiști, reprezentate de:

- Subregiunea Renania de Sud-Westfalia din Germania (aglomerarea urbană Koln-Dusseldorf);
- Subregiunea landului german Bavaria (aglomerarea urbană Munchen-Nurnberg);
- Subregiunea landului german Baden-Württemberg (aglomerarea urbană Stuttgart-Mannheim-Karlsruhe);
- Subregiunea de Sud-Est a Marii Britanii (aglomerarea urbană și suburbană a Londrei);
- Subregiunea de Nord a Marii Britanii (aglomerarea urbană Manchester-Newcastle);
- Subregiunea de nord Randstad (aglomerarea urbană Amsterdam-Rotterdam-Haga);
- Subregiunea centrală a Austriei (aglomerarea urbană și suburbană a Vienei).

În anul 2002 Europa a fost cel mai vizitat continent cu o cotă de piață de 58%, iar în frunte se află Spania, Italia, Grecia, care dețin împreună peste 20% din piața

mondială a sosirilor, comparativ cu Europa de Vest. care a scăzut cu un procent față de media europeană. Germania și-a păstrat poziția, Belgia, Olanda și Austria, au crescut ușor cu 1-2% iar Marea Britanie a crescut cu 3%. Creșterea fluxurilor turistice în Europa de Vest se află sub media europeană, în timp ce în Europa Centrală și de Est acestea au crescut cu 4% față de anul anterior. Ca urmare a vremii nefavorabile, a marilor inundații, a problemelor economice, Cehia și Polonia au înregistrat o scădere de 5% fiecare.

Creșteri importante pentru fluxurile de sosiri turistice în 2002 au cunoscut Turcia cu 13,6%, Bulgaria cu 7,8%, Croația cu 6,1%, Anglia cu 3,1%, Franța cu 2%, în schimb s-au diminuat în Polonia cu 5,3%, Cehia cu 4,1%, Portugalia cu 3,5%, Germania cu 0,5%.

Măsurile antiteroriste luate în țările cu puternic potențial turistic (Indonezia, Tunisia) nu au redus semnificativ sosirile turiștilor, în schimb situațiile economice proaste, epidemiile puternice au condus la scăderi substanțiale.

Potrivit ultimelor previziuni ale OMT pentru perioada 1995-2020 se arată că turismul internațional în Europa va ajunge la 717 milioane de sosiri până în anul 2020. Acest fenomen reprezintă o creștere medie pe an de 3%. inferioară creșterii mondiale prognozate de 4,1%. La nivelul subregiunilor europene, Europa Occidentală va cunoaște o reducere semnificativă a sosirilor, în schimb Europa Centrală și de Est va reuși să atragă un număr mai mare de turiști. De asemenea, în Europa meridională se va înregistra importante creșteri ale numărului de turiști sosiți.

Pentru perioada 1995-2020, ritmul de creștere a călătoriilor pe lungă distanță în Europa se prevede să depășească cu un procent călătoriile intraregionale. Dacă pentru anul 1995, Europa deținea 55% din turismul emitent mondial, în anul 2020 va avea doar 47%. Țările din Europa Occidentală vor trimite cei mai mulți turiști spre alte țări ale vechiului continent.

La aceste importante areale emitente de turiști se mai pot adăuga altele mai mici, situate în nordul Italiei, sudul Austriei, nordul Franței. Pentru zona Balcanilor, OMT a prognozat pentru anul 2020 sosirea unui număr de circa 79 milioane de turiști, cu creștere medie anuală de 4,6% între 1995-2020. Principalele destinații

attractive vor fi reprezentate de Grecia, Turcia, Bulgaria, România, Croația, Muntenegru, care vor concentra aproximativ 95% din sosirile în această subregiune pentru anul 2020.

Un loc aparte între subregiunile europene îl deține Europa Centrală și de Est care a înregistrat în 1999 un număr de 82,7 milioane de turiști sosiți, cu 0,8% mai puțin decât în anul precedent, având o cotă de piață de 21.2% din totalul european, în această parte a continentului 93.4% îl reprezintă turiști europeni din alte subregiuni europene, 2.0% sunt turiști sosiți din cele două Americi, 1,9% din Asia de Est Pacific, 0,3% din Asia de Sud, 0.2% din Orientul Apropiat și Mijlociu, 0,1% din Africa.

Cele mai dinamice ritmuri în ultimii ani le-au avut Federația Rusă, Polonia, Ungaria, urmate de Cehia, Bulgaria, dar care, cu excepția Rusiei, din 2000 au intrat în ușor regres. Alte țări precum: Armenia, Georgia, Turkmenistan, Estonia au ritmuri relativ constante, în ușoară ascensiune. De asemenea, unele țări precum Federația Rusă, Kazastan, Azerbaidjan, Tadjikistan, Ucraina au început să devină treptat țări emitente de turiști către alte țări europene, inclusiv către cele din Europa centrală.

În anul 1999 cele mai mari cote de piață pentru sosiri turiști le-au avut Federația Rusă cu 22,4%. Polonia cu 21,7%. Cehia cu 19,4%. Ungaria cu 15,6% iar România a deținut doar 3,9%, fiind în urma Ucrainei și Bulgariei, în domeniul încasărilor suma totală pentru această subregiune a fost de 31,4 milioane USD, cu 2.5 % mai mică decât în anul anterior, iar pe țări situația este aproximativ identică ca pentru indicatorul de sosiri.

Tendința generală, în ciuda unor evoluții cu fluctuații de la un la altul, este de creștere a numărului de turiști și a încasărilor valutare pentru această subregiune turistică. Astfel, dacă în anul 1990 cota de piață pentru încasări a fost de 3,4% în 1995 de 10,7%, iar în 2000 de 14,2%. Acest lucru demonstrează că există un potențial turistic și o ofertă turistică care pot atrage an de an mai mulți turiști sau pot oferi servicii turistice de mai bună calitate dar și ceva mai scumpe.

1.4. Starea actuală în turismul românesc

Prin poziția sa geografică, contextul politic, istoric, etnic, economic și cultural România dispune de un diversificat și valoros potențial turistic care determină multiple forme de exploatare și valorificare în plan economic. Principalele componente ale zestrei sale turistice sunt date de: varietatea geologică, altitudinală, geomorfologică a reliefului destinat sporturilor de iarnă și drumețiilor, existența unui climat temperat cu nuanțe relativ moderate, cu calități bioclimatice evidente, numeroase izvoare cu ape minerale, lacuri cu virtuți terapeutice, importante râuri, fluviul Dunărea cu Delta Dunării, litoralul și apa Mării Negre, biodiversitate floristică și faunistică cu potențial cinegetic și piscicol, bunuri culturale alcătuite din mănăstiri, biserici, centre istorice vechi, muzee și colecții, case memoriale, tezaur etnografic de mare originalitate.

Pe parcursul ultimului deceniu, 1989-2002, turismul românesc este caracterizat prin următoarele particularități care îl distanțează în sens negativ față de alte țări din Europa centrală și de Est:

- diminuarea cu 22.7% a numărului de locuri de cazare turistică, de la 353 000 locuri în 1989 la 273 000 în 2002;
- reducerea cu 26.2% a numărului de turiști străini și cu 32,0% a celor români sosiți în stațiunile și localitățile turistice, de la 6,5 milioane în 1990 la 4,8 milioane;
- scăderea cu 61,5% a numărului de turiști cazați în structuri turistice clasificate și cu 68.1% a numărului de înnoptări înregistrate oficial pentru aceeași perioadă 1990-2002;
- menținerea unui număr de sosiri turistice mai mic față de plecările de turiști români în străinătate;
- descreșterea lentă, dar aproape continuă a coeficientului de utilizare a capacității de cazare de la 57,8% în 1990 la 34,6% în 2002;
- reducerea duratei medii de sejur de la 4,2 zile/turist în 1990 la circa 3.5 zile/turist, cu o diminuare mai evidentă pentru turiștii români comparativ cu cei străini care se află în creștere ușoară.

Aceste fenomene înregistrate de industria ospitalității au ca explicație scoaterea

din circuitul turistic a mai multor unități de cazare ca urmare a uzurii fizice și morale, declasificarea altora. Noile investiții directe din turism s-au axat pe construcții mai modeste - pensiuni turistice, hanuri, popasuri, campinguri, tabere școlare, cabane și vile turistice situate în zone recunoscute pentru atractivitatea turistică și mai puțin în zone cu un real potențial turistic, dar mai puțin cunoscute.

Apariția unor mari lanțuri hoteliere este redusă la cumpărarea în urma procesului de privatizare a unor hoteluri din marile centre urbane sau renumite stațiuni turistice și modernizarea acestora (lanțul Continental, Hilton, Best Western, Marriott, etc). În puține cazuri s-a trecut la construcții capitale precum Hotelul Sofitel -București. Hotel Mara -Sinaia.

La nivelul anului 2002, pe baza datelor statistice existente se poate face o scurtă radiografie a turismului românesc, caracterizat în principal prin:

- înregistrarea unui număr de 4,8 milioane de vizitatori străini și de 5,8 milioane plecări în străinătate;
- participarea redusă la formarea PIB-ului, cu doar 2.5%, foarte puțin în comparație cu alte țări din Europa centrală și de Est;
- existența a doar 460 000 locuri de muncă, ceea ce înseamnă doar 5.15 din totalul celor existente în economia națională;
- volum redus de investiții directe și indirecte care se ridică la doar 4.4% din totalul înregistrat la nivel național, din care cele directe nu depășesc 2,5% în 2002;
- circa 67.5% dintre locurile de cazare existente în funcțiune sunt de categoria 2 stele și 1 stea. ceea ce explică prestații turistice de calitate modestă;
- realizarea unor încasări de circa 612 milioane USD din turismul internațional, conform unei metodologii proprii de calcul acceptată de Banca Națională, mai mici față de cele din Bulgaria, Croația și Ungaria.

Din punct de vedere al unităților de cazare, al locurilor în funcțiune, a celor de alimentație pentru turism, România se află înaintea unor țări precum: Cehia, Slovacia, Ungaria, Polonia, Croația, dar diferențe mai evidente apar la structurile de agrement și divertisment mai modeste de țara noastră, în acest context, se impune stabilirea unor obiective majore care să revigoreze această ramură economică și să asigure recâștigarea

pieței turistice europene. Astfel, sunt avute în vedere următoarele obiective de perspectivă:

- creșterea participării industriei turistice la formarea PIB-ului la 5-7% în 2004/05 prin accelerarea investițiilor directe, realizarea unei promovări selective pe segmente de piață și mai agresive pe plan internațional;

- atingerea unui număr de 1.200.000 turiști străini sosiți și a unor încasări valutare de 1,15 miliarde USD pentru anul 2004;

- dublarea numărului de turiști români la circa 5 300 000 persoane în 2004, prin continuarea unor programe sociale, demarate în 2002;

- participarea mai activă a industriei turistice la susținerea dezvoltării regionale și locale prin valorificarea unor resurse turistice mai puțin cunoscute și promovate la nivel intern și european;

- realizarea unui număr de 350 000 locuri de muncă prin diversificarea formelor de turism și a serviciilor turistice.

Aceste obiective, după părerea noastră, nu vor putea fi transpuse în realitate fără a se realiza un set de politici adecvate care să se refere la: modernizarea și extinderea ofertei turistice românești prin produse turistice competitive și aplicarea calității totale; asigurarea necesarului de forță de muncă calificată cu alte mentalități și atitudini față de turiști care să asigure un înalt grad de satisfacție, realizarea unor acțiuni de promovare axate pe segmentele definiției ale pieței turistice europene și internaționale.