

ANCA ADRIANA CRISTEA

**TEHNOLOGIA
ACTIVITĂȚILOR DE
TURISM**

Ediția a II-a, revăzută



Copyright © 2007, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin

Editurii Pro Universitaria

Nici o parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al

Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

CRISTEA, ANCA ADRIANA

Tehnologia activităților de turism / Anca Adriana

Cristea. - Ed. a 2-a, rev. - București : Pro Universitaria, 2007

Bibliogr.

ISBN 978-973-129-093-5

338.48(075.8)

CAPITOLUL 1

CADRUL GENERAL DE ORGANIZARE A ACTIVITĂȚII DE TURISM

1.1. Scurt istoric privind evoluția turismului pe continentul european

Călătoriile au reprezentat din cele mai vechi timpuri un mijloc complex de dezvoltare a personalității umane, de îmbogățire sub aspect material, spiritual și cultural. Deși există foarte mari diferențe între modalitățile de a călătoria din antichitate și cele din prezent, esența motivațiilor călătoriilor nu s-a modificat, ci dimpotrivă s-a diversificat continuu, ca urmare a împlinirii tot mai strânse a legăturii dintre cererea și oferta de servicii specifice.

În antichitate, izvoarele istorice atestă faptul că se călătorea, principalele motive care-i determinau pe greci, spre exemplu să se deplaseze dintr-o localitate în alta, chiar și la mare distanță fiind vizitarea locurilor sfinte, efectuarea de băi curative, participarea sau vizionarea unor jocuri festive organizate periodic.

Cel mai cunoscut eveniment al vremii, care determina o mare mobilizare de participanți și de spectatori l-a constituit Olimpiada. Primele jocuri olimpice au fost organizate în anul 776 î. e.n. în Grecia Antică, prin grația zeilor Olimpului, acestea fiind destinate întrecerilor sportive între tinerii aristocrați, data și programul lor erau anunțate populației orașelor grecești de către mesageri călări. Putem considera acest exemplu o primă formă de produs turistic căruia i s-a făcut și reclamă.

În Roma Antică călătoriilor aveau scopuri comerciale, militare, culturale și de refacere a sănătății. Romanii au rămas în istoria umanității în special pentru construcția de drumuri, care legau toate provinciile cucerite, și pentru termele amenajate, atât de necesare pentru refacerea sănătății și a capacității de luptă a armatelor. Romanii au fost primii care au construit reședințe secundare, au dezvoltat tehnicile de comunicații și au amenajat primele hanuri structurate pe ranguri.

Evul Mediu a reprezentat perioada revoluției industriale, etapa marilor descoperiri geografice, dezvoltarea imperiilor coloniale, o perioadă de înflorire a schimburilor comerciale, culturale și a dorinței de cunoaștere, principalele categorii de călători fiind: comercianți, reprezentanți bisericii, ambasadori, artiști, alchimiști, studenți, persoane înstărite sau din alte categorii.

Etapele care au favorizat dezvoltarea turismului în Evul Mediu pot fi considerate:

- inventarea motorului cu abur și dezvoltarea aplicațiilor sale în domeniul transporturilor terestre și maritime;

- descoperirea drumului spre Indii și America, care a determinat dezvoltarea comerțului intern și internațional precum și a schimburilor culturale;
- creșterea circulației banilor și transformarea economiei naturale în economie de piață;
- realizarea reformei în religie, apariția predicatorilor, a misionarilor care călătoreau la distanțe mari, în slujba bisericilor nou constituite;
- dezvoltarea universităților, generatoare de mari fluxuri de circulație în rândul profesorilor și al studenților.

Este cunoscut faptul că, în jurul anului 1700 s-a realizat conceptul de produs turistic – așa numitul „grand tour”, itinerar ce cuprindea orașele: Paris, Torino, Florența, Roma, Neapole, Veneția, Viena, precum și regiunea Rinului (Germania); durata călătoriei a fost de 3 ani, de această etapă fiind legată apariția termenilor de „turism” și „turist”;

În țările în care s-a dezvoltat o mare circulație turistică a apărut o nouă ramură economică, respectiv industria hotelieră, și odată cu aceasta și a noilor meserii de ghid, restaurator, crupier, precum și manifestarea de preocupări privind editarea ghidurilor de turism.

Secolul XIX este marcat de apariția primului birou de voiaj înființat de Thomas Cook.

Thomas Cook este considerat „părintele” turismului organizat, el fiind cel care a realizat pentru prima dată, în anul 1841 un produs integrat. Produsul oferit a cuprins servicii de transport, alimentație (ceai și cozonac), muzică și animație pentru un grup de 500 de persoane, membre ale Asociației Antialcoolice din Anglia. În anul 1845 devine primul agent de voiaj, creează formula „inclusiv tour” și cuponul de transport și hotel „Voucher”; ajungând să exploateze în anul 1890 15 nave.

În a doua parte a secolului XIX revoluția industrială cuprinde întreaga Europă, efectele sale influențând major dezvoltarea turismului prin:

- construirea rețelei europene de căi ferate;
- perfecționarea din punct de vedere tehnic și al confortului al navelor de călători;
- conștientizarea importanței turismului în cadrul economiei naționale;
- înființarea de instituții pentru coordonarea turismului;
- specializarea prestatorilor de servicii din domeniul turismului.

Secolul XX reprezintă o etapă de profunde restructurări în toate domeniile de interferență cu turismul, totodată, au loc procese de natură organizatorică la nivel de politică de stat, turismul devenind un factor de dezvoltare economică a cărui reglementare era imperios necesară.

Turismul devine un fenomen economic și social a cărui dezvoltare a fost posibilă și datorită creșterii duratei timpului liber, ca urmare a stabilirii prin lege a

concediilor plătite în Italia din anul 1927, Germania 1934 și în Franța începând cu anul 1936. O contribuție importantă la dezvoltarea turismului au avut-o și următoarele aspecte:

- constituirea în anul 1914 în Franța a primului Oficiu Mondial de Turism;
- acordarea de facilități la transportul pe distanțe mari pentru turiști în Franța și Italia;
- oferirea unui curs valutar mai avantajos pentru serviciile turistice oferite în Italia și Germania;
- înființarea în anul 1975 a Organizației Mondiale a Turismului.

Turismul românesc a cunoscut o puternică dezvoltare în secolul XIX, fiind integrat în contextul dezvoltării generale a acestui fenomen, această perioadă caracterizându-se prin înființarea primelor asociații cu profil de turism, ca urmare a dezvoltării circulației turistice interne și intensificarea acțiunilor de punerea în valoare a elementelor de potențial turistic autohton.

Cele mai importante momente ce au marcat istoria turismului românesc sunt prezentate un tabelul ce urmează:

Asociații și instituții de turism din România din secolul XIX

Anul constituirii	Denumirea asociației (instituției)
1873	Asociația Alpină a Transilvaniei ființă la Brașov
1875	Societatea Română de Geografie
1876	Club Alpin al Banatului pentru zona „Alpilor bănățeni” înființat la Caransebeș
1890	Societatea Carpatină Ardeleană din Cluj
1895	Societatea Carpatină din Sinaia
1903	Societatea Turiștilor Români
1911	Asociațiunea Turistică „Reșița” (A.T.R.)
1921	Asociația „Tineretul Muncitoresc din Oravița” (T.M.O.), constituită ca o filială a asociației „Prietenilor Naturii”
1921	Turing-Clubul României (T.C.R.)
1922	Oficiul de Camping Sport și Turism „Prietenii Mării” creat la Eforie Nord
1929	Asociația Turistică „Bănatul” constituită la Oravița
1929	Asociația Drumeților din Munții Iubiți ai României (A.D.M.I.R.)
1930	Asociația Turistică „România Pitorească” (A.T.R.P.)
1933	Clubul Alpin Român (C.A.R.)
1934	Federația Societăților de Turism din România
1935	Clubul Turistic Bănățean (C.T.B.) din Caransebeș
1936	Oficiu Național de Turism înființat pe lângă Ministerul de Interne
1955	O.N.T. Carpați

Se remarcă faptul că, în jurul anului 1930 o serie de întreprinderi comerciale s-au ocupat de organizarea de excursii colective în țară și străinătate, ca de exemplu: Oficiul de Călători al C.F.R., Serviciul de Turism C.F.R. și Compania Internațională de Navigație Aeriană (C.I.D.N.A.).

1.2. Rolul turismului

Turismul contemporan se constituie într-un fenomen de masă cu implicații globale sub raport economic, social, cultural, geografic, demografic, ecologic, al calității și securității.

1.2.1. Relația turism – economie

La începutul acestui secol industria turismului și a călătoriilor reprezintă, pe plan mondial, cel mai dinamic sector de activitate și, în același timp, cel mai important generator de locuri de muncă. Din punct de vedere economic turismul se constituie în același timp și ca sursă principală de redresare a economiilor naționale ale acelor țări care dispun de importante resurse turistice și pe care le exploatează corespunzător.

În acest context, principalele argumente care determină necesitatea dezvoltării turismului ca ramură a economiei naționale, rezultă din următoarele aspecte:

- resursele turistice fiind practic inepuizabile, turismul reprezintă unul dintre sectoarele economice cu perspective reale de dezvoltare pe termen lung;
- exploatarea și valorificarea complexă a resurselor turistice însoțite de o promovare eficientă pe piața externă, poate constitui o sursă de sporire a încasărilor valutare ale statului, contribuind astfel la echilibrarea balanței de plăți externe;
- turismul reprezintă o piață sigură a forței de muncă și de redistribuire a celei disponibilizate din alte sectoare economice puternic restructurate;
- turismul, prin efectul său multiplicator, acționează ca un element dinamizant al sistemului economic global, generând o cerere specifică de bunuri și servicii care antrenează o creștere în sfera producției acestora, contribuind în acest mod, la diversificarea structurii sectoarelor economiei naționale;
- dezvoltarea armonioasă a turismului pe întregul teritoriu, contribuie la creșterea economică și socială și la atenuarea dezechilibrelor apărute între diverse zone, constituind și o sursă importantă de sporire a veniturilor populației;
- turismul reprezintă un mijloc de dezvoltare a zonelor rurale, prin extinderea ariei ofertei specifice și crearea de locuri de muncă în mediu rural, altele decât cele tradiționale, ameliorând condițiile de viață și sporind veniturile populației locale;

- în condițiile respectării și promovării principiilor de dezvoltare durabilă, turismul constituie un mijloc de protejare, conservare și valorificare al potențialului cultural, istoric, folcloric și arhitectural al țărilor;

- prin adoptarea unei strategii de dezvoltare turistică durabilă și impunerea unor măsuri de protejare a mediului, a valorilor fundamentale ale existenței umane (apă, aer, floră, faună, ecosisteme etc.), turismul are în același timp și o vocație ecologică;

- pe plan social turismul se manifestă ca un mijloc activ de educare și ridicare a nivelului de instruire și civilizație a oamenilor, având un rol deosebit în utilizarea timpului liber al populației.

1.2.2. Relația turism – conduită socială

Într-o societate în care crește numărul populației în vârstă, crește numărul persoanelor bolnave, precum și riscul apariției unor boli generate de stres; în condițiile în care timpul liber scade ca urmare a faptului că majoritatea persoanelor active, indiferent de vârstă au mai mult de un loc de muncă, relația dintre turism și implicațiile sale socio-economice se modifică.

Rolul social al turismului crește, acesta având funcții de refacere și menținere a sănătății și capacității de muncă pentru toate categoriile de persoane active sau pensionate. Aceste aspecte vizează însăși securitatea națională, fiind astfel necesară formularea unei strategii pe termen lung.

Pentru copiii și tinerii care desfășoară activități de învățământ, turismul conferă un context favorabil pentru dezvoltarea relațiilor sociale și a personalității. În esență, turismul este un factor de cunoaștere, de dezvoltare a nivelului cultural, un mijloc de comunicare internațională.

1.2.3. Relația turism – factori perturbatori

Deși ne aflăm într-o era a informației, în care totul pare previzibil, controlabil și măsurabil există o serie de factori negativi cu efecte perturbatoare pentru turism cum sunt de exemplu fenomenele naturale imprevizibile, catastrofele naturale, actele teroriste, conflictele armate regionale, embargourile economice, epidemiile etc.

În aceste condiții este din ce în ce mai greu pentru prestatorii de servicii turistice să-și valorifice oferta, în timp ce pentru intermediari este destul de dificil să ofere clienților destinații sigure.

Odată cu extinderea acestor factori de risc s-au dezvoltat și o serie de măsuri speciale menite să prevină și să contracareze eventualele efecte negative determinate de acestea. Sub aspect practic însă în cadrul tuturor tipurilor de contracte din turism factorii perturbatori menționați se concretizează în clauze de forță majoră, care exonerează de răspundere pretatorii, intermediarii de servicii turistice, precum și companiile de asigurări.

1.2.4. Relația turism – calitate

Calitatea în turism este un concept care a cunoscut în timp multe accepțiuni. Dacă acum 20 de ani calitatea însemna confort, igienă, preț corespunzător, azi noțiunea de calitate se transpune în competitivitate, accesibilitate, specificitate, selectivitate, inovație, creativitate, autenticitate, unicitate, securitate, imagine, implementarea managementului calității, a principiilor calității totale precum și aplicare standardelor specifice pentru toate serviciile turistice.

În România preocupările pentru calitatea în turism s-au concretizat prin înființarea a numeroase organisme de certificare în domeniul calității și a unor firme de consultanță în domeniu.

Dintre organismele de certificare, auditare, cu recunoaștere și în străinătate, prezente în România amintim: RACIS- România, TUV-România, TUV Karpaten, TUV Rheinland-România, Mach, All est Syistem, Renar, Qualex, Aerog, Simtex-OC, Sycert etc. În afara organismelor de certificare, pe piața specifică de oferte se regăsesc o mulțime de firme care oferă servicii de audit și consultanță.

În iulie 2005 s-a înființat Centrul pentru Calitatea Serviciilor în Turism și Industria Ospitalității - **INQUALTOUR**.

INQUALTOUR este o asociație profesională, de drept privat, de interes public, non-guvernamentală și non-profit, cu sediul principal în București, membrii fondatori fiind persoane juridice și fizice cu competențe și prestigiu recunoscute în domeniile calității și turismului, reprezentând următoarele instituții: Societatea Română pentru Asigurarea Calității – SRAC, SC Tourism, Hotel and Restaurant Consulting Group SRL – THR CG, Asociația Națională pentru Turismul Rural, Ecologic și Cultural – ANTREC, precum și experți, specialiști cu o bogată experiență.

Scopul înființării acestei asociații este acela de a realiza în România un centru de excelență și expertiză pentru domeniul turismului și industriei ospitalității, care să inițieze creșterea calității și competitivității turismului românesc, a performanțelor și cifrei sale de afaceri, în condițiile integrării europene și globalizării.

Obiectivele generale și permanente ale INQUALTOUR sunt:

- sensibilizarea și conștientizarea pieței turistice românești (furnizori și clienți) în ceea ce privește cerințele și standardele europene și mondiale în domeniul turismului și industriei ospitalității;

- promovarea în domeniul menționat a unei culturi a calității și excelenței, care să includă și respectul pentru valorile civismului și pentru mediul înconjurător și natură; dezvoltarea în același timp a practicilor corespunzătoare și promovarea lor pe plan european în conexiune cu specificul produselor și serviciilor românești;

- derularea activităților de cercetare în domeniul menționat (analize, studii, identificări și evaluări de bune practici operaționale și manageriale);

- identificarea celor mai bune practici din turism și industria ospitalității și codificarea acestora; valorificarea și diseminarea lor prin derularea unor programe de:

- informare: seminarii, simpozioane, conferințe;

- formare: inițiere, calificare, specializare, perfecționare, alte forme de educație;

- formalizare și elaborare a standardelor referențiale sectoriale din domeniul menționat (coduri și modele de bune practici, standarde, modele de excelență), necesare pentru proiectarea, implementarea și certificarea sistemelor de management și pentru premiarea organizațiilor care ating nivelul de excelență;

- înființarea unui premiu de excelență pentru turism, realizarea expertizei corespunzătoare (model, instrumente de evaluare etc.) și decernarea anuală a premiului;

- derularea programelor de formare a specialiștilor și formatorilor, precum și derularea programelor de consultanță și asistență tehnică de specialitate pentru organizațiile și angajații din domeniul menționat;

- proiectarea și implementarea modelelor de bune practici operaționale și a sistemelor de management specifice și aplicabile în domeniul menționat (tourooperatori și agenții de turism, structuri de primire, restaurante și alte unități de alimentație publică și de catering, organizații furnizoare de agrement și de alte produse și servicii specifice domeniului);

- asumarea rolului de organism de specialitate al societății civile util pentru autoritățile competente în domeniul turismului și industriei ospitalității prin furnizarea către acestea a datelor, informațiilor, consultanței și expertizei de specialitate necesare pentru fundamentarea strategiilor, proiectelor de organizare și reglementare în vederea creșterii calității ponderii în produsul intern brut a serviciilor, atractivității, competitivității;

- reprezentarea partenerilor de interese din societatea civilă (asociații patronale și profesionale de profil, mediul universitar și academic etc.) și promovarea parteneriatelor, în special a celor de tipul public-privat;

- derularea unor programe editoriale (cărți și publicații de specialitate, manuale și suporturi de curs etc., în format tipărit sau electronic) destinate informării și formării profesionale;

- promovarea unei culturi a calității și excelenței în turismul românesc; promovarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor modeme privind calitatea produselor, serviciilor și a vieții, inclusiv protecția consumatorului și a mediului;

- derularea activităților de comunicare și relații publice în vederea informării publicului privind obiectivele și activitățile INQUALTOUR;

- promovarea, în turismul și industria ospitalității din România, a unui mediu de afaceri caracterizat prin concurență loială și competitivitate bazată pe creativitate și inovație.

În România există astăzi mai multe categorii de instituții care au ca scop direct sau implicit de aplicarea principiilor de calitate, acestea fiind instituții cu activitate de reglementare sau de formare în domeniul forței de muncă, instituții de audit sau de formare a specialiștilor în managementul calității conform cu standardele SR EN ISO 9001:2001 și SR EN ISO 22000:2005.

1.3. Instituții publice cu rol în turism

În România activitatea de turism este reglementată de Ministerul pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale (M.I.M.M.C.T.P.L.), prin Departamentul de Turism din cadrul acestuia.

Această departament are ca principale atribuții crearea cadrului general de organizare și funcționare a activităților de turism, precum și reprezentarea țării noastre în relațiile externe privind promovarea turismului.

1.3.1. Departamentul pentru Turism

Această instituție funcționează în subordinea Ministerului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale (M.I.M.M.C.T.P.L.) ca organ de specialitate al administrației publice centrale, cu personalitate juridică, prin care acesta își realizează atribuțiile în domeniul turismului (Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 24/2007 privind stabilirea unor măsuri de reorganizare în cadrul administrației publice centrale).

Acesta are statut de instituție publică, finanțată de la bugetul de stat, cu următoarele atribuții principale:

a) implementează politicile de aplicare a strategiei naționale în domeniul turismului;

b) aplică strategiile de dezvoltare a infrastructurilor de turism;

c) fundamentează și elaborează necesarul de fonduri de la bugetul de stat pentru domeniul său de activitate;

d) organizează și realizează activitatea de promovare turistică a României atât pe piața internă, cât și pe piețele externe, prin activități specifice reprezentanțelor de promovare turistică din țară și din străinătate, înființate cu aprobarea Ministerului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale;

e) organizează congrese, colocvii, simpozioane și alte acțiuni similare, în țară și în străinătate, în domeniul turismului;

f) organizează evidența, atestarea și monitorizarea valorificării și protejării patrimoniului turistic, conform legii;