

H Proiecte demonstrative

1. Proiect demonstrativ Mamaia

1.1 Introducere

Scopul acestor proiecte demonstrative nu este de a oferi soluții de proiectare definitive pentru problemele cu care se confruntă dezvoltarea turismului, ci de a stabili metodologii largi și robuste pentru amenajarea turistică integrată a tipologiilor selectate sau a zonelor problematice. Deși proiectele ilustrează din punct de vedere fizic soluțiile sugerate pentru rezolvarea problemelor identificate, principalul lor obiectiv este de a demonstra cum sunt cuprinse într-un proces de interconexiune și interdependență toate componentele planificării turismului, incluzând proiecțiile pieței, formarea profesională, impactul economic și social, asigurarea standardelor și direcțiile de proiectare. Așadar, principalul scop al proiectelor demonstrative este de a demonstra agenției client sau agențiilor clienți ce aspecte trebuie examinate pentru dezvoltarea unor soluții de amenajare turistică durabilă.

În cursul pregătirii Master Planului au fost selectate două proiecte demonstrative; acestea sunt la Mamaia pe litoralul Mării Negre și la Sighișoara în Transilvania. În timp ce proiectul la Marea Neagră urmărește să demonstreze cum poate renaște o stațiune existentă prin inițiative structurale de amenajare, proiectul Sighișoara urmărește să demonstreze cum pot fi amenajate destinații turistice culturale, în special numeroasele obiective istorice pentru a permite creșterea viitoare a turismului.

Proiectul demonstrativ Mamaia are două obiective specifice. Ele constau în a demonstra:

- Cum poate fi îmbunătățit și restructurat centrul stațiunii pentru diversificarea atracțiilor din stațiune în scopul atragerii unor noi segmente de piață și creșterii duratei sezonului turistic;
- Găsirea unor măsuri de implementare și management care trebuie aplicate în vederea restructurării și administrării zonei stațiunii.

1.2 Cadrul general Constanța, Mamaia

Constanța este cel de al doilea oraș al României și are o populație de aproximativ 700.000 de locuitori. Orașul, ale cărui temelii au fost puse vechii greci, este cel mai mare port la Marea Neagră și cel de al patrulea port ca mărime din Europa din punct de vedere al capacității de încărcare. Mamaia, la periferia din partea de nord este singura mare stațiune din România și una din cele mai importante destinații turistice a țării. Stațiunea, amplasată pe litoralul Mării Negre la nord de Constanța, a fost dezvoltată inițial în anii 1890 o dată cu amenajarea căii ferate. Stațiunea a fost înflorit după 1919 o dată cu înființarea unui cazinou și apariția unor vile opulente și a devenit reședința de vară a regelui Ferdinand. Oricum, în anii 1960 Mamaia a cunoscut o dezvoltare pe scară largă inițiată de regimul socialist pe fâșia îngustă de litoral între Lacul Sighiol (unul din cele mai mari lacuri cu apă dulce din România) și Marea Neagră, pe o suprafață de peste 215 hectare.

Litoralul Mării Negre este bine cunoscut pentru nisipul fin și plajele largi înaintând lin în mare. Apa Mării Negre are un nivel redus al salinității, de circa 17%. În comparație cu alte mări interioare, practic nu are marea și curenți. Mamaia este cunoscută ca fiind deosebit de atractivă pentru familii datorită nisipului fin și plajei sigure de 5 km lungime.

Zeci de hoteluri, cu diverse niveluri de confort și dotare au fost construite până în anii 1980 și Mamaia a devenit una din stațiunile importante pentru țările Blocului de Est, reprezentând o destinație populară pentru turiștii interni și cei din Europa occidentală. Orașul are o climă temperată specifică litoralului Mării Negre, caracterizată prin temperaturi moderate vara de aproximativ 30°C iar iarna în jur de 1°C. Precipitațiile sunt slabe, cu o medie de circa 40cm pe an. Deși este un important centru industrial și cel de al patrulea port din Europa, poluarea apei mării se află sub limitele acceptabile.

Județul Constanța numără 106 hoteluri în total, din care 80 sunt amplasate în zona stațiunii Mamaia, cu o capacitate de cazare de aproximativ 28.000 de locuri. Acestea reprezintă aproximativ 7% din numărul total de locuri de cazare din țară. Sezonul turistic se limitează la lunile de vară, cu majoritatea hotelurilor închise în sezonul de iarnă. Principalele date statistice sunt prezentate mai jos, în Tabelul 11.1.

Tabel 1.1: Date statistice pentru turismul din Constanța 2005

Capacitate totală de cazare – locuri	28.000
Număr de hoteluri	106
Număr de hoteluri în Mamaia	80
Hoteluri în orașul Constanța	26
Hoteluri 5 stele	5
Hoteluri 4 stele	11
Hoteluri 3 stele	30
Hoteluri 2 stele	54
Hoteluri 1 stea	6
Număr de turiști	378.000
Turiști străini	52.000
Durata medie a sejurului	5 - 7 zile
Grad de ocupare (1 mai - 1 oct, 153 zile)	77%

Sursa: Constanța, Plan de dezvoltare durabilă

În zona stațiunii Mamaia există în total 63 de hoteluri înregistrate și 4 pensiuni, acestea însumând în total 9.569 dormitoare și 18.432 locuri de cazare. Oferta de hoteluri este prezentată mai jos în Tabelul 11.2.

Plaja din Mamaia are aproximativ 5,2 kilometri lungime și o suprafață totală de aproximativ 29 hectare (290.000m²). Pentru determinarea capacității plajei, se ține cont în general de suprafața netă pe care o ocupă fiecare turist pentru a se simți confortabil. Această măsurare este într-un fel subiectivă și se bazează într-o oarecare măsură pe mediul socio-economic din care provin turiștii și pe contextul cultural al grupului țintă. În lume, interpretarea oamenilor în ceea ce privește spațiul de care au nevoie fără a simți că plaja este supra-aglomerată până la nivelul unei puternice diminuări a confortului variază mult. Pentru acest exercițiu, propunem adoptarea unui spațiu net standard de

25m² pentru un turist, conform direcțiilor ambientale ale statului american Florida¹ și reflectate în rezultatele cercetării universității de Silva din Portugalia². Mai presupunem că 20% din suprafața plajei este folosită pentru dotări obișnuite pe plajă și spațiu de circulație. Aceasta sugerează o capacitate a plajei din Mamaia de 9.280 de persoane în orice moment.

Tabel 1.2: Hoteluri în Mamaia

Categoria	Număr paturi și camere	% din total
Camere 1 stea	502	5,25
Paturi 1 stea	739	4,01
Camere 2 stele	4.614	48,22
Paturi 2 stele	9.583	51,99
Camere 3 stele	2.154	22,51
Paturi 3 stele	5.335	28,94
Camere 4 stele	900	9,41
Paturi 4 stele	1.763	9,56
Camere 5 stele	176	1,84
Paturi 5 stele	391	2,12

Sursa: ANT

1.3 Propuneri și studii actuale pentru dezvoltare

Municipalitatea din Constanța în colaborare cu UNDP a întocmit Agenda 21 la nivel local pentru Planul de Dezvoltare Durabilă a orașului. Acest plan, care a fost finalizat în 2006, identifică o gamă de proiecte de mediu, infrastructură și turism care vor influența dezvoltarea viitoare a stațiunii Mamaia ca destinație turistică. Acestea sunt:

- Un studiu pentru evaluarea factorilor socio-economici care produc eroziunea solului pe litoralul Mării Negre, cu menționarea în mod deosebit a impactului asupra turismului din Mamaia
- Un program integrat de protecție a plajei
- Refacerea sistemului de purificare a apelor uzate și a sistemului de canalizare din Constanța împreună cu extinderea rețelelor de alimentare cu apă și de canalizare
- Întocmirea unui master plan pentru traficul rutier
- Construirea unui sistem de transport cu troleibuzul între Năvodari și Eforie
- Refacerea și modernizarea stațiilor de autobuz și autocar din Constanța
- Construirea Rivierei Tomis, prin legarea portului turistic cu stațiunea Mamaia
- Construirea unor spații de parcare suplimentare; 2000 în zona peninsulei, 1500 în oraș și 2500 în Mamaia
- Refacerea și mărirea capacității Gării Constanța
- Construirea unui centru comercial de distracții în zona Tomis III
- Construirea unui nou centru de expoziții și conferințe

¹ Departamentul pentru Protecția Mediului Florida, Îndrumări privind capacitatea necesară pentru vizitatori

² De Silva, Universitatea Nova Lisboa, Journal of Coastal Research

- Construirea Portului de agrement Mamaia în zona cazinoului
- Refacerea Portului turistic Tomis
- 'Popasul argonauților', Refacerea clădirilor istorice ale orașului
- Dezvoltarea unei Grădini botanice
- Refacerea și renovarea muzeelor orașului
- Înființarea unui centru de informații culturale

Popasul argonauților

Constanța, sau Tomis cum era cunoscută de vechii greci, era un punct de popas în călătoria mitologică a lui Iason și argonauților. Conceptul 'Popasul argonauților' încearcă să adauge valoare de patrimoniu orașului și să creeze o atracție turistică înfloritoare în centrul orașului.

Figura 1.1: Constanța, zona peninsulară



Proiectul, care are un cost estimativ de 12,5 milioane Euro, presupune următoarele acțiuni esențiale în vederea creării unei atracții turistice durabile:

- Refacerea spațiilor publice,
- Restaurarea monumentelor istorice și obiectivelor arheologice,
- Crearea căilor pietonale în zona peninsulară și construcția de noi zone de parcare, și
- Dezvoltarea unor magazine și restaurante pentru turiști în zona centrală.

Trebuie menționat că proprietatea asupra terenului în zona centrală reprezintă un subiect în litigiu și că renovarea multor obiective importante a fost afectată de permanentele dispute legale.

Portul Mamaia

Obiectivul acestui proiect constă în îndepărtarea conflictelor legate de ambarcațiuni și îmbunătățirea protecției litoralului prin construirea unui port turistic de agrement și a unei promenade de-a lungul plajei în zona Cazinoului din stațiunea Mamaia. Costul estimat al proiectului este de 6,3 milioane Euro și va consta într-o promenadă de 300 metri lungime și un golf mic pentru ancorare de 3,5 hectare protejat de un dig de 870m. S-a estimat că golful va avea o capacitate de circa 130 de ambarcațiuni, de la ambarcațiuni mici închiriate până la iahturi și motonave de croazieră. De asemenea, sunt estimate și ambarcațiuni pentru pasageri cu o capacitate de până la 400 de persoane.

Deși adăugarea portului de agrement va fi o suplimentarea binevenită a ofertei de produse a stațiunii Mamaia, trebuie menționat că portul propus va acoperi cel puțin 200 de metri de plajă și astfel va diminua capacitatea plajei. De asemenea, trebuie menționat că proiectul portului se concentrează aproape în exclusivitate pe amenajarea pentru ambarcațiuni și aparent oferă puține posibilități de amenajare pentru cazare, divertisment și alte atracții turistice pentru zona stațiunii. Dacă, spre comparație, examinăm dezvoltarea portului de agrement Barcelona, ilustrat mai jos, remarcăm că un adevărat port de agrement presupune o gamă largă de facilități amplasate pe țărm incluzând baruri, restaurante, cluburi de noapte, magazine și hoteluri magazin dezvoltate în jurul punctului central al unui golf și adesea centre vibrante ale vieții de noapte într-o stațiune. Trebuie să recunoaștem că proprietarii navelor de agrement și pasageri reprezintă un procent foarte mic de vizitatori potențiali în zonele porturilor de ambarcațiuni.

Figura 1.2: Portul de ambarcațiuni olimpic din Barcelona



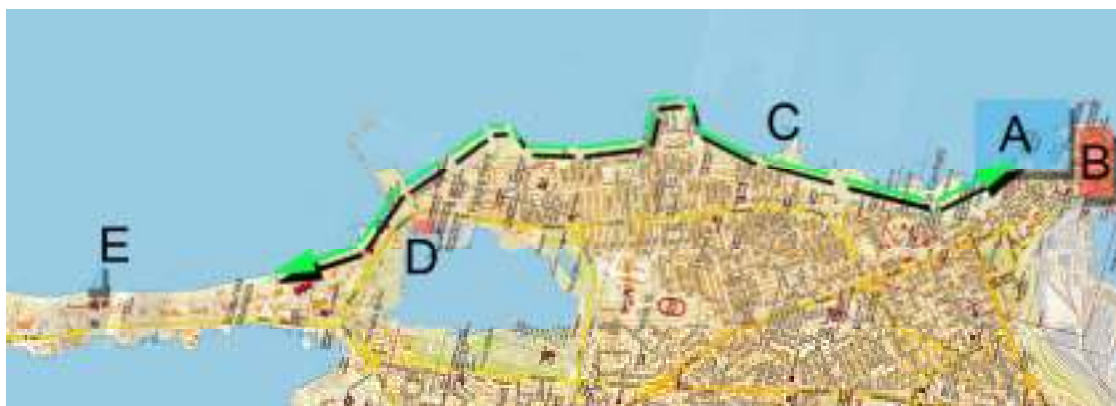
Sursa: Biroul de turism din Barcelona

Riviera Tomis

Obiectivul propus Riviera Tomis este realizarea unei legături rutiere moderne între zona portului Tomis și zona stațiunii Mamaia. Această rută va consolida digul dintre zona centrală a orașului și Mamaia și va include o cale de transport de 6m, alee pentru pietoni și bandă pentru cicliști. Drumul se întinde pe o distanță de 5500m, construcția lui va costa 12 milioane Euro și va necesita 18 luni până la finalizare.

Riviera va oferi oportunități de divertisment pentru turiști de-a lungul fâșiei de litoral ca alee pentru pietoni, bandă pentru cicliști și facilitatea de tur de vizitare. Deși această rută va fi dezvoltată cu ceva cheltuieli din partea municipalității locale, se pare că nu s-au identificat oportunități generatoare de venituri cu construcția ei. Este regretabil că un astfel de proiect major propus nu încearcă să adauge și să diversifice produsul turistic al orașului sau să creeze noi oportunități semnificative de dezvoltare pentru a compensa costul respectiv.

Figura 1.3: Proiecte propuse



- | | |
|----|----------------------|
| A. | Port turistic Tomis |
| B. | Popasul Argonauților |
| C. | Riviera Tomis |
| D. | Complex |

Portul turistic Tomis

Portul Tomis a fost inițial proiectat pentru ambarcațiuni de agrement și are nevoie de renovare și îmbunătățiri. Costul estimat al proiectului este de 6,5 milioane Euro și va dura peste 24 de luni. Proiectul propus presupune că se vor lua următoarele măsuri pentru crearea unui port modern și atractiv de agrement:

- Noi dane de acostare pentru pontoanele plutitoare și asigurarea alimentării cu apă și curent electric

- Repararea digului
- Parcări pentru nave pe coastă și în hangare, elevatoare pentru nave, zone de întreținere și ateliere de reparații
- Parcări pentru autovehiculele proprietarilor de nave și turiștilor

Dezvoltat în totalitate, Portul Tomis reprezintă probabil cea mai semnificativă oportunitate de dezvoltare turistică în centrul Constanței și este înprejmuit de potențiale pachete de dezvoltare a terenului care, dacă sunt folosite, ar putea crea o vibrantă și diversă zonă a orașului în apropierea mării. Proiectul propus nu consideră, totuși dezvoltarea zonei mai largi și posibilitatea stabilirii unui parteneriat public-privat pentru a finanța costul capitalului necesar pentru renovarea portului și crearea unei zone turistice cu multiple întrebuințări.

Zona marină înprejmuită a portului de ambarcațiuni propusă este de aproximativ 10 hectare, creând ceea ce conform oricăror standarde ar fi o facilitate substanțială.

Complexul expozițional Constanța

Acest centru este amplasat pe Lacul Tăbăcăriei la granița de sud a stațiunii Mamaia și se află în prezent în construcție din fonduri UE și se estimează a fi finalizat în 2008/9. Costul total al proiectului, care are o suprafață construită de circa 7.600 m², este de 6 milioane Euro. Complexul va consta din trei elemente: o sală de expoziție de 5000 m² pe două nivele, o sală pentru conferințe de 250 de locuri și un corp pentru administrație și presă.

Sal de expoziție va avea o capacitate de circa 100 de expozanți, presupunând că există standuri modulare de 12m² fiecare. În această formă, ea va putea fi utilizată pentru evenimente de mică sau medie amploare, dar nu și expoziții naționale și internaționale, care de regulă necesită un spațiu de expunere cu o suprafață minimă de 20.000m² și o capacitate de până la 500 de expozanți. În mod similar, un centru pentru conferințe de 250 de locuri nu poate găzdui evenimente naționale și internaționale majore, unde sunt necesare în general 2000 de locuri și largi spații de trecere. Mărimea acestei facilități sugerează pentru Constanța o locație pentru conferințe și expoziții specializate de amploare redusă sau medie.

Ca facilitate pentru conferințe și expoziții, centrul poate genera o cerere de maximum 500 de camere când este utilizat la capacitate maximă. Aceasta ar putea reprezenta un nivel semnificativ de 16% din oferta actuală de camere din Constanța din gama de 3 - 5 stele.

Golf

Deși nu este identificat ca un proiect prioritar, propunerea construirii unui teren de golf la Constanța prezintă un oarecare interes având în vedere că asigurarea unor facilități sportive reprezintă o importantă modalitate de prelungire a sezonului turistic. Golful este recunoscut ca fiind unul din cele mai importante sporturi de agrement în turismul mondial. În mod global, interesul față de sport crește rapid pe noile piețe, cum ar fi China, care se dezvoltă astăzi agresiv. În Europa, golful este deja un sport de divertisment cu tradiție, fiind asociat grupurilor cu venituri mari și cu comunitatea de afaceri. Asociația Europeană de Golf, care are 32 de state membre, a estimat că în

Europa există în prezent 6.000 de terenuri de golf și 5 milioane de jucători permanenți. Deși ratele de pătrundere a jocului sunt ridicate în Europa de nord, națiunile din Europa de est dezvoltă rapid interesul pentru acest joc, pe primul loc aflându-se Republica Cehă.

România are în prezent trei terenuri de golf, la Clubul Diplomaților din București, Breaza și Pianu de Jos. Toate terenurile dispun numai de nouă găuri și numai unul, Clubul Lac Verde de la Breaza din județul Prahova este recunoscut de Royal and Ancient ca teren de golf. Cu numai 3 jumătăți de terenuri având o calitate îndoielnică de joc și cu răspândirea actuală pe teritoriul țării, România nu poate fi considerată în prezent ca destinație pentru turismul de golf. În mod caracteristic, turistul de golf caută o gamă de terenuri de calitate, la distanță rezonabilă unul de altul, alături de divertisment, distracții și cazare de calitate. Trei până la patru terenuri este considerat în general un număr minim pentru a stabili o locație ca destinație de golf.

Tabel 1.3: Dezvoltarea golfului european

Țara	Populația (mii)	Jucători de golf înregistrați (mii)	Terenuri de golf	Jucători de golf înregistrați pe un teren	% din pop.
Irlanda	3.841	221	394	561	5,75%
Suedia	8.875	475	404	1.176	5,35%
Marea Britanie	59.648	1.206	2.589	466	2,02%
Danemarca	5.353	98	132	742	1,83%
Norvegia	4.503	80	113	708	1,78%
Finlanda	5.176	77	96	802	1,49%
Olanda	15.981	170	122	1.393	1,06%
Austria	8.151	60	110	545	0,74%
Elveția	7.283	37	72	514	0,51%
Franța	59.551	292	511	571	0,49%
Germania	83.030	370	604	613	0,45%
Spania	40.038	175	247	709	0,44%
Belgia	10.259	40	76	526	0,39%
Slovenia	2.000	3,1	11	282	0,16%
Italia	57.680	59	224	263	0,10%
Portugalia	10.000	9,4	59	159	0,09%
Rep. Cehă	10.280	8,5	23	370	0,08%
Slovacia	5.400	1	3	333	0,02%
Ungaria	10.300	1	6	167	0,01%

Sursa: Asociația Europeană de Golf în elaborarea KPMG

Cu un cost al construcției de ordinul a 4 – 5 milioane Euro, este în general acceptat că terenurile de golf separate, finanțate de membrii lor și prin taxe de mediu nu reprezintă investiții viabile. Forma generală de dezvoltare a golfului contemporan este forma de asociere cu dezvoltări de hoteluri și clădiri, unde prezența unui teren de golf crește valoarea de piață a unei proprietăți. Construcția a două terenuri cu 18 găuri în Mamaia-Constanța ar necesita teren de ordinul a 75 - 100 hectare, în funcție de configurația și planul terenurilor. În plus, este de așteptat ca cel puțin dublul suprafeței de teren să fie necesară pentru dezvoltarea unor construcții de clădiri asociate pentru finanțarea încrucișată a construcției terenului.

O examinare mai largă a vecinilor și concurenților României arată că atât Ungaria, cât și Bulgaria sunt în prezent angajate activ în dezvoltarea turismului de golf de mare valoare. În prezent, Bulgaria dispune de trei terenuri de golf cu 18 găuri, la Elin Pelin, Ihtiman și Sliven. Un al patrulea teren cu 18 găuri este acum în construcție. Cea mai însemnată din noile dezvoltări este stațiunea Kavarna unde se construiesc două terenuri sub semnătura lui Gary Player, împreună cu un hotel și un complex balnear, precum și aproximativ 5000 de reședințe.

Ungaria, care ca și România a avut o economie de piață începând din 1989, a construit șapte terenuri de golf cu 18 găuri și cinci terenuri cu 9 găuri. Federația Ungară de Golf estimează că se vor construi până la 15 noi terenuri în următorii 20 de ani pentru a satisface cererea în creștere. Deși terenurile existente au fost dezvoltate în jurul principalelor centre populate și au fost susținute inițial de comunitatea de afaceri expatriate, noile dezvoltări se concentrează pe zonele turistice, în special în jurul Lacului Balaton.

1.4 Aspecte cheie

Din discuțiile cu guvernul, administrația locală și cu reprezentanți ai industriei turistice au fost identificate o serie de aspecte cheie care influențează dezvoltarea și performanța stațiunii Mamaia ca destinație turistică, și anume:

- **Durata sezonului**, mare dependență de scurtul sezon de vară. În prezent, sezonul turistic pe litoralul Mării Negre este de numai 90 de zile, din care decurg probleme de la grad de ocupare anuală scăzut până la dificultăți în instruirea și păstrarea personalului. Pentru a crește viabilitatea destinației Marea Neagră, este deci crucială atât diversificarea ofertei de produse, cât și prelungirea sezonului cel puțin pe durata lunilor pre și post sezon.
- **Pierderea segmentului de piață**. Concurența stațiunilor bulgare și a altor destinații atrage turiști români cu consecința pierderii segmentului de piață pentru Mamaia. În plus, stațiunea nu reușește să atragă operatori străini și pe turiștii acestora.
- **Lipsa divertismentului și diversității**. Facilități limitate și de slabă calitate, adesea neoficiale și în conflict cu alte utilizări.
- **Aglomerarea transportului**. În plin sezon, zona stațiunii este extrem de aglomerată cu importante strangulări de trafic pe durata sezonului de vară. Plaja, la fel ca multe altele din țară, este acum administrată de Ministerul Mediului și nu de operatorii locali așa cum a fost cazul anterior.

- **Densitatea dezvoltării și extinderea stațiunii.** Zona stațiunii a fost construită pe o suprafață îngustă de teren cu posibilități limitate de extindere, densitate și restructurare a dezvoltării redusă.
- **Eroziunea și administrarea plajei.** De la construirea zonei portului petrolier la Midia, plaja a fost serios erodată, reducându-se capacitatea turistică a acesteia.
- **Aspecte legate de transport și acces,** permanentele întârzieri în construirea atât a autostrăzii București – Constanța, cât și a legăturilor feroviare au condus la creștere duratei călătoriei atât pe cale rutieră, cât și feroviară, ceea ce se consideră a avea impact asupra numărului de sosiri ale vizitatorilor, în special ale vizitatorilor de weekend din capitală.

1.5 Analiza situației

1.5.1 Utilizarea terenului

Întinderea zonei stațiunii Mamaia este prezentată în Figura 11.4. În linii mari, zona stațiunii este amplasată pe o fâșie îngustă de pământ între Marea Neagră și Lacul Siutghiol la nord de orașul Constanța. Stațiunea se întinde pe o distanță de circa 5 kilometri pe litoralul Mării Negre și acoperă o suprafață totală de 215 hectare. Lățimea zonei stațiunii variază între 200 și 450 metri. Zona stațiunii este intens dezvoltată și există puține soluții de spațiu disponibil care să permită restructurarea sau extinderea.

Figura 1.4 Stațiunea Mamaia



Mamaia a fost proiectată și construită ca o stațiune integrată la nivel ridicat de calitate în perioada anilor 1960 și 70 și reflectă filozofiile de proiectare și sociale ale acelei perioade. O dată cu dezvoltarea orașului Constanța și intensificarea dezvoltării stațiunii însăși, Mamaia este acum efectiv o zonă de plajă urbană. Ca urmare a căderii regimului comunist în 1989, această proprietate de stat a fost privatizată și vândută investitorilor. În multe cazuri, mari unități au fost divizate și privatizate, la fel ca și un număr de porțiuni funcționale cum ar fi hoteluri, restaurante, baruri și magazine.

Ceea ce anterior fusese o dezvoltare integrată sub controlul și în administrarea statului s-a transformat în sute de pachete individuale cu puține relații între ele. În perioada de după privatizare, atât piața turistică internă, cât și cea internațională s-au maturizat și solicită acum o gamă de produse și servicii mult mai sofisticată. Cu proprietate fragmentată și fără o direcție de dezvoltare strategică, pentru Mamaia a fost dificil să răspundă piețelor în schimbare și a suferit în consecință.

Deși multe hoteluri sunt de calitate foarte slabă și pot cu greutate să atragă oaspeți, există dovezi clare că multe în hoteluri a crescut nivelul calității și al serviciilor. Se consideră că acest proces va continua ca răspuns la cererea pieței și unități de calitate mai slabă se pot închide dacă nu fac investiții în îmbunătățiri.

Figura 1.4: Magazinele din zona Cazinoului



Sursa: Consultant

Deși există un număr de atracții turistice în zona stațiunii, multe din acestea sunt în prezent mai degrabă învechite și mult sub standardele unor destinații concurente cum sunt Spania și Grecia. Există trei centre de activitate în zona stațiunii cu un număr de atracții incluzând cazinouri, cluburi, un cinematograful în aer liber și un parc acvatic. Cea mai frecventă utilizare a terenului în aceste zone rămân totuși magazinele. Stațiunea Mamaia are zone întinse cu clădiri comerciale joase și densitate redusă, sub forma unor pavilioane individuale înconjurată de peisaje rigide pe zone întinse. Principalul centru de activitate este amplasat central în jurul Cazinoului din Mamaia și acoperă o suprafață de aproximativ 4 hectare. În perioadele de extrasezon, aproape toate întreprinderile din

aceste zone se închid, privând Mamaia de obiective pentru a atrage vizitatori și a susține forța de muncă.

Sunt în construcție câteva mici hoteluri în partea de vest a principalei căi de acces pe litoral de-a lungul lacului și există și un număr semnificativ de apartamente reședință de vacanță. Sunt informații că există un puternic și crescând interes pentru o a doua locuință din partea locuitorilor înstăriți din mediul urban și că acesta a început să se transforme într-o tendință de creștere a numărului de vizite de weekend la Mamaia. Această tendință, dacă este susținută, va conduce la creșterea volumului de mașini particulare care sosesc în stațiune și vor exercita o presiune și mai mare asupra drumurilor deja aglomerate.

Figura 1.5: Aquaparc din Mamaia



Sursa: Consultant

1.5.2 Sosirile vizitatorilor

Stațiunea Mamaia are cea mai mare capacitate turistică dintre toate stațiunile de pe litoralul Mării Negre. În prezent, acesta reprezintă 26.474 paturi în 61 hoteluri (de 1 până la 5 stele), 14 vile și 3 sate de vacanță. În fața concurenței reprezentate de Bulgaria și alte destinații străine, sosirile vizitatorilor la Mamaia au scăzut constant în ultimii ani, după cum reiese din Tabelul 11.4 de mai jos.

Tabel 11.4: Sosiri vizitatori la Mamaia

Anul	1997	1998	1999	2000	2001
Turiști interni	72.452	61.998	48.275	43.817	58.025
Turiști străini	782.084	844.056	720.648	713.927	687.479
Total turiști	854.536	906.054	768.923	757.789	745.504

Sursa: ANT

În mod anecdotic, evidența sugerează că în ultimii ani s-a înregistrat o creștere semnificativă a turismului de weekend, alimentat de o elită tot mai numeroasă de români înstăriți din zone urbane. Această tendință aparentă este susținută de construcția unui număr semnificativ de locuințe în Mamaia și Năvodari.

1.5.3 Eroziunea plajei

Eroziunea litoralului este o problemă specială la Mamaia, unde până la 2m din lățimea plajei s-au pierdut în fiecare an. Se consideră că această eroziune este cauzată de mâna omului ca urmare a lucrărilor de construcții de pe litoral și Dunăre. Prelungirea digului din portul Midia, care are o lungime totală de 5 Km, acționează în această zonă ca o barieră împotriva curenților din larg. Această barieră a transformat Mamaia într-un golf și a deviat curenții care transportă sedimentul care a umplut plaja, în larg, spre sud-est. Această situație a fost exacerbată de o reducere generală a alimentării cu sedimente în zona litoralului din cauza îndiguirii și canalului Dunării.

Figura 1.6: Eroziunea plajei din Mamaia



Plaja 1961



Plaja 1986

În iarna anului 1988, partea de sud a plajei din Mamaia a fost serios degradată de impactul unei puternice furtuni când linia litoralului în această zonă s-a retras cu până

la 60 m. Între 1966 - 1988, așa cum este ilustrat în Figura 11.6, aproape 9 hectare de plajă s-au pierdut prin eroziune. S-au inițiat măsuri de protecție a litoralului și s-au construit 6 diguri în larg, iar plaja a fost completată cu nisip marin. După implementarea acestor măsuri de protecție a litoralului, rata de erodare s-a redus și în prezent se raportează că este de ordinul a 2 metri pe an.

Continua eroziune a plajei a deteriorat infrastructura turistică și a afectat activitățile turistice pe plajă. Din anii 1960 s-a pierdut o mare parte a plajei și falezei stațiunii. Dacă procesul de eroziune continuă și nu se iau măsuri corespunzătoare de protecție a plajei, există un risc potențial pentru viitorul pe termen lung al stațiunii Mamaia.

Plaja din Mamaia are o lungime aproximativă de 1,5 km în zona centrală a stațiunii. S-a estimat că suprafața plajei s-a redus cu cca 65% între 1966 - 1988; Aceasta a micșorat dramatic capacitatea plajei. Cu o suprafață de 4 m² pentru un turist și rata curentă a rodării, se preconizează că plaja își va reduce capacitatea cu 11.000 de turiști în următorii 20 de ani. În prezent, un studiu privind administrarea litoralului, finanțat de JICA, examinează măsurile de protecție pentru această zonă. Acest studiu se referă la litoralul românesc al Mării Negre de la Midia până la Vama Veche la granița cu Bulgaria. Zonele identificate ca având nevoie de intervenție imediată sunt Mamaia Sud, Constanța Nord, Eforie Nord, Eforie Sud și Costinești. Echipa de studiu cercetează în prezent zona Mamaia Sud.

1.5.4 Năvodari

Orașul Năvodari se află de-a lungul graniței de nord a stațiunii Mamaia și ocupă porțiunea din nord de-a lungul plajei. Până de curând, zona de ieșire la mare era ocupată numai de Tabăra de copii Năvodari, pe o suprafață de 133 hectare, dezvoltată acum 47 de ani de mișcarea sindicală din România. Tabăra are în prezent un contract cu Ministerul Educației să pună la dispoziție locuri pentru copii, inclusiv un număr de locuri limitat pentru copii din alte țări. În anii 1980, aproape 46.000 de copii au petrecut vacanțe de cel puțin o săptămână în tabără în sezonul de vară, dar numărul lor a scăzut la 10.000 în 2005. Există aproximativ 4200 de locuri în tabără. Structura fizică este extrem de deteriorată și deși s-au făcut unele eforturi pentru renovare, este clar că în configurația actuală tabăra are o durată de viață limitată. Atât structurile de lemn, cât și cele din beton sunt în stare avansată de deteriorare și multe zone nu îndeplinesc normele sanitare și de siguranță.

În ultimii ani s-a înregistrat o mare dezvoltare a construcțiilor de clădiri în zona de litoral a stațiunii Năvodari, în mare parte slab proiectate și amenajate. În prezent, circa 3.000 de locuințe se construiesc de-a lungul hotarului cu Mamaia, o zonă denumită 'Mamaia Nord'. Dezvoltarea acestei fâșii de litoral nu adaugă nimic la atracția obiectivelor stațiunii Mamaia și probabil că doar va exacerba aglomerarea traficului pe artera de circulație de pe litoralul stațiunii.

1.5.5 Legături externe de transport

Constanța reprezintă punctul terminus al Coridorului IV trans-european, un coridor rutier și feroviar care face legătura cu Germania în vest cu Europa de sud-est. După ce trece prin Germania, Austria, Slovacia și Ungaria, coridorul se continuă în trei ramificații care se termină la Istanbul, Salonic și respectiv Constanța. Principalul drum, E68, intră în România la Nădlac și se bifurcă la Arad. Artera de sud, spre Istanbul și Salonic trece

prin Timișoara și Craiova pentru a traversa prin Bulgaria la Calafat. Artera prin Constanța, E81, trece prin Sibiu, Pitești și București spre Constanța.

Legăturile strategice rutiere și feroviare cu Constanța sunt modernizate din fonduri europene, iar lucrările continuă de câțiva ani. Deși ambele proiecte sunt rămase în urma programului, finalizarea se anticipează anul viitor. Aceste legături îmbunătățite vor reduce semnificativ durata călătoriilor din capitală și vor mări substanțial accesibilitatea spre zona litoralului.

Aeroportul din Constanța reprezintă o facilitate semnificativă cu recente îmbunătățiri la nivelul terminalului. Sosirile de vârf la aeroport s-au înregistrat în 1979 când circa 800.000 de pasageri au utilizat această facilitate. O dată cu colapsul turismului, numărul pasagerilor a scăzut la 110.000 în 2005. În 2006 sosirile de pasageri au mai scăzut cu încă 40% până la aproximativ 74.000. Din acest total, s-a estimat că 65.000 de pasageri erau turiști. Principalele piețe străine erau Germania, Franța, Scandinavia și Rusia. În 2007 se anticipează că sosirile de pasageri vor scădea din nou.

În ultimul an, autoritățile locale au investit 1 milion Euro în noi facilități și îmbunătățiri ale aeroportului. Aeroportul are o capacitate proiectată de 600 de pasageri pe oră, echivalent a 1 milion de pasageri pe an și este încadrat în categoria 4A standard. Aeroportul are două zone de benzi rulante. O bandă rulantă pentru pasageri cu 7 spoturi poate găzdui aparate de zbor de mare capacitate Boeing 767 și A340. O bandă rulantă are în general 11 spoturi.

Sala de plecări are 5 zone de ghișee de control, 24/24 control vamă și imigrație, 5 magazine duty free și o zonă bar/cafenea. Nu există un birou permanent de informare turistică la aeroport. Nu există o linie de autobuz care să deservească aeroportul din orașul Constanța deși un serviciu de minibuz a fost inițiat în mai 2007. Aeroportul se află la aproximativ 25km de oraș, timp de călătorie circa 25 de minute.

Pentru diversificare, aeroportul încearcă acum să-și ofere serviciile unui al doilea centru de încărcare cu o capacitate de 10.000 tone. S-au purtat unele discuții cu companii aeriene low cost, dar nici una nu s-a angajat să deservească Constanța.

1.6 Propuneri de bază

1.6.2 Plajă plus

Studiile de marketing în general au indicat că nivelul actual al atracțiilor și serviciilor din Mamaia nu este suficient pentru ca Mamaia să-și recupereze poziția pe piață și să redevină una din principalele stațiuni din Europa de est. Conceptul de stațiune cu plajă din anii 1960, pe care Mamaia îl reflectă, nu mai este atractiv pentru piață cu acum solicită 'plajă plus'. Atracția centrală rămâne plaja, dar vizitatorii au o gamă largă de opțiuni de divertisment și distracții din care pot să aleagă. În contextul resurselor potențiale din Mamaia, acestea pot include:

- Facilități balneare și de wellness
- Port de ambarcațiuni și sporturi nautice
- Călărie

- Golf și alte sporturi
- Atracții culturale
- Parcuri de amuzament tematice
- Distracții de noapte
- Oportunități de cumpărături
- Excursii

1.6.3 Locuințe secundare

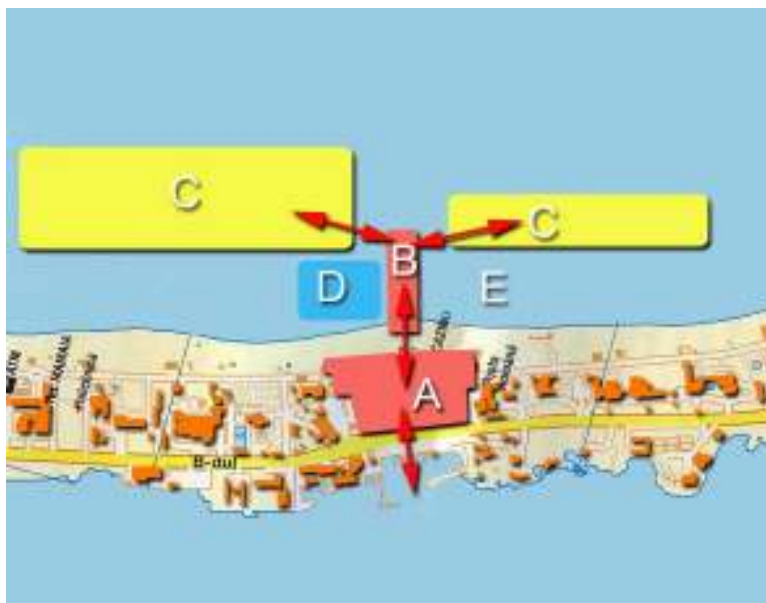
Pe măsură ce stațiunea se transformă pentru a deveni o destinație de weekend, sprijinită de legăturile îmbunătățite de transport între Constanța și București, va exista o cerere din ce în ce mai mare pentru dezvoltarea construcțiilor în această zonă. Acest fenomen se poate constata deja în dezvoltările continue din nord, la Navodari și reprezintă acum o trăsătură comună pentru destinațiile mature spaniole, franceze și italiene. Dezvoltarea centrului unei stațiuni cu un element al construcțiilor de mărime considerabilă, sub forma apartamentelor de vacanță, va veni în sprijinul acestei cereri și va asigura o populație 'permanentă' în zona centrală în lunile extrasezon, inclusiv iarna, pentru a susține un nivel mai ridicat al activității de retail și de divertisment.

1.6.4 Posibile zone de dezvoltare insulară

Una din constrângerile importante pentru dezvoltarea pe termen lung și extinderea stațiunii Mamaia este lipsa terenului. La vest, zona este îngrădită de Lacul Siutghiol, în vreme ce în nord și sud se extinde cu dezvoltările din Constanța și Năvodari. În partea dinspre mare, în est, zona plajei a fost erodată de mare și reprezintă subiectul unui studiu în curs de derulare.

O opțiune pentru a oferi protecția plajei și de acra dezvoltare suplimentară ar fi recuperarea terenului din largul mării sub forma unor insule care să se întindă paralel cu plaja pe circa 200 metri de la linia actuală a țărmului, după cum este prezentat în figura 11.7. Insulele, ca și în cazul celor din Dubai, ar fi dispuse în pachete pentru dezvoltări de hoteluri, locuințe și alte destinații, în timp ce partea dinspre țărm ar putea oferi o valoroasă suprafață de plajă pentru stațiune. În spatele insulelor, lagunele adăpostite ar crea o gamă de oportunități pentru practicarea sigură și la adăpost a sporturilor la Mamaia. Deși acesta este, indubitabil, un exercițiu de construcție costisitor, valorile mari și în creștere ale terenului din Mamaia pot compensa bine costurile realizării și ale serviciilor. Se recomandă studierea acestei opțiuni de dezvoltare.

Figura 1.7: Posibilă dezvoltare insulară



1.6.5 Impactul traficului

Se observă de asemenea că zonele de litoral ale stațiunii au fost planificate și construite în perioada din anii 1960 până în anii 80 sub vechiul regim pe baza concesiilor colective de masă. Nu s-a acordat atenție deloc sau prea puțină mașinilor particulare și nici grijii față de mediu din partea turiștilor. Va fi necesar să se ia în considerare impactul sporit al vehiculelor în zona stațiunii în situația dezvoltării oricărei propuneri detaliate pentru restructurarea zonei stațiunii.

1.6.6 Implementare

Având în vedere aspectele complexe ale diferitelor forme de proprietate asupra terenului și de coordonare, este clar că va fi necesară identificarea unui vehicul cu destinație specifică (Special Purpose Vehicle: SPV), pentru a facilita dezvoltarea și extinderea pe termen lung a stațiunii Mamaia.

1.7 Noul centru al stațiunii



1.7.1 Generalități

De facto Mamaia este în prezent o stațiune urbană cu plajă, iar asigurarea unor facilități suplimentare pentru a diversifica oferta sa pentru turiști trebuie deci să reflecte această realitate și să aibă amploarea și tipul care să o poată susține în a deveni o destinație vibrantă și atractivă. Se pot face paralele în ceea ce privește conținutul și imaginea cu alte destinații urbane europene cum ar fi Barcelona, unde zona plajei este sofisticată și complementară unei game mai largi de atracții urbane.

Mamaia a fost intens dezvoltată și orice parcelă de teren rămasă liberă, de-a lungul malului lacului este completată în prezent cu dezvoltări de mici apartamente de vacanță. Cele mai semnificative oportunități de dezvoltare rămase sunt grupările de dezvoltări de retail de mică înălțime, din care cea mai întinsă este în zona Cazinoului din Mamaia. Pentru a realiza un centru divers și atractiv al stațiunii Mamaia cu aspectul unei stațiuni urbane, se propune dezvoltarea acestei zone cu o densitate a multiplelor utilizări relativ mare, care să formeze o marcă vizuală distinctă a semnelor de reper pe uscat și care să asigure dezvoltări de înaltă calitate pentru vizitatori care sunt din ce în ce mai conștienți de standardele internaționale.

Se propune un nou centru al stațiunii în zona amplasamentului central al actualului Cazinou din Mamaia. Acest amplasament, care include un element al terenului marin recuperat, acoperă o suprafață totală de 9,6 hectare și este suficient de larg pentru a oferi o gamă largă de potențiale oportunități de dezvoltare și care să reprezinte un interes major pentru marii investitori internaționali. Zona a fost deja identificată de conducerea locală ca fiind adecvată pentru redezvoltarea unui complex al portului de

ambarcațiuni, care este amplasat la 200 metri în largul mării cu o adâncime a apei suficientă pentru acostarea iahturilor cu chilă.

Figura 1.8: Zona centrală a stațiunii



Sursa: Consultant

Zona centrală a stațiunii, conform ilustrării de mai jos, este concepută ca zonă integrată care va deservi nu numai turiști, ci și rezidenți din Constanța pentru a susține activități tot timpul anului și a oferi animație în extrasezon în zona stațiunii. Pentru a reflecta aspectul său urban, se propune ca o structură a punctelor de reper terestru, cu o înălțime maximă de 25 de etaje să fie dezvoltată pentru a marca o amprentă distinctă a stațiunii Mamaia, susținând restabilirea mărcii și imaginii destinației atât pe plan intern, cât și internațional. Importanța acestei zone este atât de mare, încât trebuie luată în considerare lansarea unei competiții naționale și internaționale de proiectare pentru acest amplasament.



Mixul și viabilitatea exactă a dezvoltării pentru centrul stațiunii propus vor trebui determinate de o serie de studii detaliate, care depășește obiectivul acestui exercițiu.

- Centru de divertisment și de retail
- Centru de conferințe
- Hoteluri
- Apartamente
- Portul de ambarcațiuni
- Faleza pe partea dinspre mare
- Parcări

1.7.2 Schema generală de dezvoltare

O schemă generală de dezvoltare pentru dezvoltarea propusă a centrului stațiunii a fost întocmită și este prezentată mai jos în Tabelul 11.5. În acest tabel sunt identificate principalele componente ale centrului stațiunii, suprafața amplasamentului necesară pentru această utilizare, raportul loturilor și suprafața totală brută construibilă pe care trebuie realizată construcția pentru această utilizare. Această schemă mai indică și înălțimea maximă pentru dezvoltarea componentelor, astfel hotelurile și turnurile rezidențiale ca 'puncte de reper terestru' ar avea o înălțime maximă de 25 de etaje. Alte componente ar fi în general limitate la trei etaje deasupra solului.

Trebuie dezvoltate standarde suplimentare pentru a indica asigurarea spațiilor de parcare, precum și spațiile libere și peisajele din jurul clădirilor. În general, se consideră că asigurarea parcarilor trebuie să fie în raport de 1 loc pentru o cameră de hotel și 1,5 locuri pentru un apartament în zonele rezidențiale.

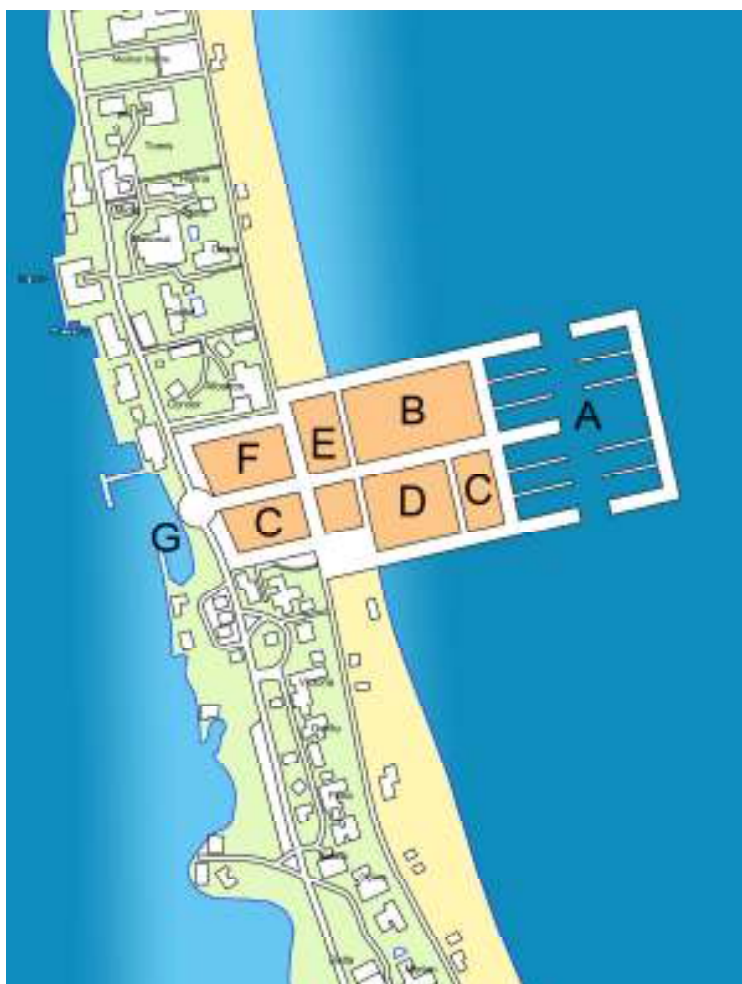
Tabel 1.5: Schema generală de dezvoltare

Utilizarea terenului	Zonă obiectiv (ha)	Raport parcelă	%	Suprafață brută etaj (m ²)	Înălțime maximă (etaje)	Observații
Drumuri și infrastructură	1,8	-	20	-	-	Toate drumurile publice, acces vehicule de urgență și rezerve de infrastructură
Peisaj	1,35	-	15	-	-	Faleză în apropierea mării, peisaj de-a lungul drumului, spații publice deschise
Comerț (magazine)	0,9	1.5	10	13.500	3	Mall cu magazine
Divertisment	0,9	1.5	10	13.500	3	Casino, bowling, patinaj, înot
Conferințe	0,45	2	5	9.000	3	Facilități pentru conferințe pentru maximum 1500 delegați, spații de trecere, pentru expunere și de alimentație publică
Hoteluri	1,8	5	20	90.000	25	Maximum 1200 camere de 4 stele suplimentar, 20% nivel de acoperire a amplasamentului
Apartamente	1,8	5	20	90.000	25	900 apartamente de 100m ² fiecare, 20% nivel de acoperire a

						amplasamentului
TOTAL	9,6		100			Zona de dezvoltare cuprinde actualul cazinou și zona comercială și teren recuperat din mare de 200m.
Port de ambarcațiuni	5,6				2	

Sursa: Consultant

Tabel 1.9: Plan general



Sursa: Consultant

A fost întocmit un Plan general pentru centrul stațiunii, care este ilustrat mai sus în Figura 11.9. Acest plan, care ar trebui să facă obiectul unor studii detaliate ulterioare, indică dispunerea întinsă a destinațiilor terenului, astfel:

- A. **Portul de ambarcațiuni Mamaia.** Portul de ambarcațiuni propus este amplasat la 200m în largul mării, până la o adâncime a apei de 5m care să permită navigarea unor iahturi mari. Portul de ambarcațiuni ar fi proiectat ca un dig pe mare adăpostind un spațiu interior de ancorare la nivelul pilonilor pontonului.
- B. **Zona rezidențială.** Apartamente de vacanță într-o dezvoltare atractivă la mare înălțime. Această zonă este plasată la extremitatea promontoriului dezvoltării pentru a oferi viitorilor cumpărători interni și internaționali o locație atrăgătoare asociată direct cu portul de ambarcațiuni.
- C. **Hoteluri.** Au fost identificate două loturi pentru dezvoltarea hotelurilor. Amplasamentului, care domină portul de ambarcațiuni cu perspectivă neîntreruptă spre mare, ar trebui să i se alocă o dezvoltare de hotel de 5 stele.
- D. **Centru de conferințe.** Centrul de conferințe, care ar trebui să aibă structura unei facilități de artă, este direct asociat cu hotelurile și complexul de divertisment pentru a crea o locație pentru conferințe atractivă.
- E. **Divertisment.** Complexul de divertisment este o clădire cu mai multe etaje și multiple destinații, care poate avea utilizare mixtă cu activitatea de retail din (F) și este amplasat paralel cu plaja publică pentru a permite accesul și asocierea utilizărilor de divertisment de-a lungul părții din față a plajei.
- F. **Centru comercial.** Centrul comercial sau de retail propus este amplasat în vecinătatea șoselei principale pentru a facilita accesul ținând cont de volumul traficului. Centrul trebuie să includă spații de parcare acoperite pe mai multe nivele.
- G. **Interschimb.** Noul centru va genera un volum considerabil de trafic, în special pentru zonele de retail și divertisment care vor deservi atât stațiunea, cât și orașul Constanța. Principalul drum de acces pe litoral este deja aglomerat, și deci va fi necesar să se ia în considerare asigurarea unei căi de acces separate spre zona de dezvoltare pentru a nu stânjeni fluxul liber al traficului.



1.8 Implementare și administrare

1.8.1 Situația existentă

Mamaia a fost planificată și dezvoltată ca stațiune în era socialistă. Deși multe hoteluri separate au fost dezvoltate de diferite întreprinderi ale sindicatelor, toate au făcut obiectul conducerii și inițiativelor centralizate ale statului. Ca urmare a căderii regimului comunist, această proprietate a statului a fost privatizată și vândută investitorilor din sectorul privat. În plus, pachete mari de dezvoltare, inclusiv hoteluri, au fost fărâmițate în componente mai mici și întrebuințate separat. Astfel, multe restaurante, magazine, baruri, la fel ca și mari hoteluri din Mamaia au devenit întreprinderi de sine stătătoare.

În prezent este clară necesitatea restructurării stațiunii Mamaia, îmbunătățirea calității și diversificarea atracțiilor stațiunii. Pentru a realiza toate acestea, va fi necesară găsirea surselor pentru investiții și experiență, precum și controlul și coordonarea procesului de dezvoltare. Pentru a realiza acest obiectiv, va fi necesară depășirea unor granițe administrative.

Dezvoltarea generală a zonei stațiunii trebuie să tindă către înalte standarde internaționale, pentru a reuși în concurența cu alte destinații pentru piețele interne și internaționale. Au fost identificate potențiale investiții majore în centrul stațiunii și pe noile insule. Succesul acestor inițiative și al altora vor depinde totuși de managementul procesului de dezvoltare și al componentelor separate. Scopul general trebuie să fie aplicarea celor mai înalte standarde internaționale de management.

Succesul dezvoltării proiectului în zonă va fi în strictă dependență de structurile organizatorice și manageriale, precum și de proiectarea și dezvoltarea unor trăsături unice. Este extrem de important să se demonstreze potențialilor investitori că prin cadrul dezvoltării se va atrage tipul adecvat de investitori și se va asigura aplicarea principiilor internaționale de management pe tot parcursul proiectului.

O problemă deosebită în restructurarea, dezvoltarea și managementul stațiunii Mamaia o reprezintă proprietatea puternic fragmentată pe tipuri de teren ca rezultat al privatizării activelor statului la începutul anilor 1990. Ca urmare a vânzării multor active, în special mici unități comerciale au fost închiriate unor operatori individuali și unități de retail din zonă, iar acum sunt destul de demodate, stridente și de slabă calitate. Lipsa unei coordonări generale a fost factorul care a contribuit la exercitarea controlului statului asupra zonei plajei și la plasarea acestuia în responsabilitatea Ministerului Mediului. Departe de a oferi un puternic cadru de administrare pentru plajă, ministerul a permis proliferarea utilizării temporare, și de cele mai multe ori conflictuale a utilizării părții din față a plajei care a dus la și mai accentuată degradare a confortului unei stațiuni deja afectate.

În scopul planificării, restructurării și administrării zonei stațiunii, se propune un nou cadru instituțional pentru stațiunea Mamaia.

1.8.2 Noua structură propusă

Pentru a diminua punctele slabe menționate mai sus, se sugerează următoarea structură nouă bazată pe principiile manageriale internaționale. Pentru a funcționa eficient și a preîntâmpina situația actuală, va fi necesară implicarea tuturor acționarilor din stațiune, inclusiv conducerea locală, proprietari și operatori în restructurarea și gestionarea stațiunii Mamaia. Aceasta este o situație care pare a se repeta de-a lungul litoralului românesc în toate zonele stațiunilor.

Se propune înființarea unei singure companii pentru dezvoltarea și administrarea zonei stațiunii Mamaia. Această companie, pe care o denumim provizoriu Societatea stațiunii Mamaia (Mamaia Resort Company: MRC), trebuie să aibă responsabilitatea dezvoltării, creării investițiilor, planificării, promovării și managementului stațiunii Mamaia. Proprietatea, funcțiile și managementul acestei companii trebuie să răspundă cerințelor specifice ale stațiunii Mamaia ca stațiune matură care necesită restructurare. Se propune următoarea structură de acționariat:

- Conducerea orașului Constanța, cu acțiuni proporționale cu terenurile deținute de conducerea locală inclusiv drumuri și alei, zone publice inclusiv plaja, și rezerve de utilități.
- Proprietari de terenuri din Mamaia, cu acțiuni proporționale cu zona proprietății individuale deținute.

Compania ar trebui condusă de un Consiliu de Administrație condus de un reprezentant al conducerii orașului Constanța și directori din sectorul public și proprietari particulari în

număr egal. Reprezentanți ai tur-operatorilor și asociațiilor arendașilor trebuie să fie de asemenea prezenți în consiliu fără capacitate de vot. Consiliul trebuie să numească un număr de comitete de specialitate pentru următoarele aspecte:

- Planificare și dezvoltare
- Marketing și promovare
- Întreținere și amenajare spații verzi
- Acces și infrastructură

Principala responsabilitate a MRC este de a coordona redezvoltarea stațiunii și de asemenea de a supraveghea coordonarea acțiunilor. Aceasta fie va vinde teren developerilor, fie va participa la înființarea unor societăți mixte. În plus, va asigura dezvoltarea asociațiilor propuse. În etapa de restructurare și dezvoltare, Societatea Stațiunii Mamaia va trebui să îndeplinească următoarele funcții:

1. Planificarea și exercitarea controlului asupra restructurării și dezvoltării zonei stațiunii.
2. Vânzarea terenului stabilit pentru dezvoltare sau redezvoltare, inclusiv noi zone recuperate și reinvestirea veniturilor generate în construcții de infrastructură, facilități și servicii generale și promovarea stațiunii.
3. Coordonarea marketingului și promovării stațiunii Mamaia posibil prin intermediul unor companii specializate de marketing.
4. Păstrarea legăturii cu conducerea orașului Constanța în ceea ce privește asigurarea infrastructurii.
5. Asigurarea securității zonei. În scopul realizării unui nivel ridicat de securitate, se propune ca funcțiile de securitate să fie delegate către o societate renumită de pază cu înalte standarde.
6. Întreținerea spațiilor verzi.
7. Păstrarea curățeniei și întreținerea spațiilor publice, inclusiv toalete și zona plajei.

1.8.3 Structuri asociate

Structura sugerată a MRC se bazează pe un model de parteneriat și colaborare. Pentru ca acest model să funcționeze optim, este necesar ca toți investitorii și operatorii să se angajeze în parteneriat mixt inclusiv participarea la eforturile mixte de marketing și promovare. Va fi deci necesară crearea și cooptarea unui număr de asociații și grupuri de afaceri ca parteneri în dezvoltarea și administrarea stațiunii Mamaia. Între altele, aceasta va include următoarele activități:

- Asociația agenților de turism
- Asociația operatorilor de plajă, inclusiv baruri, restaurante, discoteci, închirieri echipament, etc.
- Asociația operatorilor de nave

2. Proiectul demonstrativ Sighișoara



Figura 2.1: Cetatea Sighișoara

2.1 Obiectivele proiectului demonstrativ

România are o gamă largă și variată de atracții turistice. Țara este deosebit de bogată în atracții turistice, din care un număr important sunt incluse în lista Obiectivelor de patrimoniu cultural a UNESCO și de asemenea sunt identificate de legislația națională drept monumente istorice. Aceste atracții variază de la zonele istorice și centrele orașelor la clădiri individuale, ce includ biserici, mănăstiri, castele și palate. Multe din aceste centre, inclusiv Sighișoara, atrag deja numere considerabile de vizitatori. În Sighișoara acest număr este estimat la peste 100 000 turiști pe an, o cifră care trebuie verificată prin studiile privind sosirile la nivel local.

Impactul turismului este deja clar vizibil beneficiind de noi spații de cazare și comerciale pentru deservirea turiștilor într-o zonă istorică tot mai aglomerată. Pe parcursul perioadei derulării planului, până în 2026, se estimează că turismul național va crește cu 250%. Însă, în centre de atracție principale precum Sighișoara, această medie este posibil să fie depășită. Planurile de dezvoltare ale orașului au fost pregătite dar absența previziunilor privind creșterea turismului, ce reprezintă una din principalele activități economice ale orașului, lipsesc; acest lucru a avut drept urmare neinclusiunea în acest plan a unor prevederi exacte privind creșterea turismului.

Este clar pentru guvernul local faptul că turismul face deja presiuni asupra infrastructurii existente a orașului și că creșterea estimată va avea un impact major asupra structurii orașului și asupra atracțiilor sale, precum și în ce privește percepția de către vizitatori a destinației.

Rezultatele incapacității de a planifica în mod adecvat dezvoltarea turismului se pot deja observa într-o serie de locații din țară, unde infrastructura este depășită de numărul vizitatorilor. În regiunea Transilvaniei, un exemplu viu este Castelul Bran situat la vest de orașul Brașov. Bran este castelul legendar al personajului literar Dracula iar acest castel

este în proprietate privată și este în prezent una din atracțiile majore ale vizitatorilor din țară, cu un număr de vizitatori de 450 000 pe an³.

Figură 2.2: Castelul Bran



Castelul se luptă să facă față fluxului de turiști în timp ce zona înconjurătoare este afectată de construcții care nu respectă planul și principiile de urbanism. Managementul traficului rutier și spațiile de parcare sunt slab dezvoltate iar impactul asupra mediului în pădurile și apele înconjurătoare este grav. Ca urmare a lipsei planificării o resursă importantă este în prezent degradată iar plăcerea experienței vizitatorilor este mult redusă.

Obiectivul acestui proiect demonstrativ este de a ilustra modul în care o destinație existentă care face parte din Circuitul Turistic Transilvania din centrul României poate fi structurată pentru a face față cererii în creștere a piețelor turistice interne și internaționale și pentru a evita degradarea posibilă a destinației.

Proiectul demonstrativ va examina includerea în planul de urbanism a unei zone de primire a vizitatorilor în exteriorul incintei cetății și a orașului vechi, pe un teren curățat pentru redezvoltare urbană în anii 1980 și în mare parte încă liber și astăzi.

Zona propusă pentru primirea vizitatorilor va prelua presiunea dezvoltării din zona istorică oferind o soluție amplasată strategic de asigurare a spațiului în care se pot crea facilități de transport, informare și cazare, alături de centre de atracție și facilități suplimentare pentru lărgirea ofertei de turism a destinației și transformând Sighișoara într-un centru de turism din cadrul Circuitului Turistic Transilvania.

³ Daily Telegraph 6/1/07

Proiectul demonstrativ Sighișoara își propune să anticipeze creșterea sosirilor de turiști și să realizeze o planificare corespunzătoare prin examinarea amplă a unui număr de aspecte cheie, cum ar fi:

- Facilități de recepție a vizitatorilor
- Managementul și impactul fluxului de vizitatori
- Impactul mijloacelor de transport, inclusiv asigurarea spațiilor de parcare
- Facilitățile pentru vizitatori, inclusiv cerințe privind cazarea
- Informarea vizitatorilor și indicatoarele turistice
- Cerințe de urbanism, controlul și implementarea acestora

Trebuie accentuat faptul că proiectul, în forma prezentată, reprezintă un răspuns inițial la o serie de aspecte complexe ce vor necesita o analiză aprofundată în continuare. Planul final va necesita strângerea de informații privind totalul sosirilor de vizitatori, cheltuielile, activitățile și transportul, toate aceste date au fost puse la dispoziție pentru această lucrare. Propunerile totuși încearcă să stabilească principii ample de bază, precum dispersia și diversificarea, care trebuie urmărite. Propunerile se concentrează pe planificarea fizică și pe pregătirea unui plan de dezvoltare conceptual și a unor recomandări împreună cu o propunere de program de finalizare.

Deși se prezintă planificarea fizică, trebuie întreprinse studii suplimentare pentru a vedea impactul la scară mai largă a dezvoltării turismului în oraș, care să includă:

- **Impactul economic**, pentru identificarea impactului economic pe plan local și a surselor de finanțare potențiale, inclusiv a investițiilor în sectorul privat.
- **Impactul asupra resurselor umane**, stabilirea cerințelor de resurse umane, a aptitudinilor și nevoii de pregătire împreună cu mijloacele posibile de asigurare a școlilor și a cursurilor de pregătire.

2.2 Date generale despre Sighișoara

Orașul Sighișoara se află în județul Mureș în regiunea istorică a Transilvaniei pe malul râului Târnava Mare. Centrul orașului este reprezentat de cetate, o structură stâncoasă de relief pe care a fost construită strategic o cetate medievală în cadrul natural al dealurilor împădurite învecinate care formează un amfiteatru.

La recensământul din 2002 municipalitatea avea o populație de 32.304 locuitori. Conform aceleiași tendințe din multe alte așezări rurale din țară, populația din zonă a scăzut față de numărul din 1992, înregistrând o scădere de 10,1%. Cetatea Sighișoara este inclusă pe lista obiectivelor de patrimoniu mondial UNESCO și este punctul central al activității turistice a orașului. Cetatea este cea mai bine conservată cetate fortificată din Transilvania și unică prin faptul că este singura cetate medievală cu locuitori permanenți din lume, ceea ce face ca zona să fie descrisă drept un adevărat „muzeu viu”.

Originile cetății par să se piardă în Epoca de Bronz, în jurul anului 1800 î.Ch., și a devenit o fortăreață dacică în secolul al II-lea îen. În secolul 12 Transilvania a fost colonizată de sași din Germania saxonă care au pus bazele așezării Sighișoarei, sau Schassburg, așa cum este cunoscută. În 1999 cetatea Sighișoarei a fost desemnată drept obiectiv din patrimoniul mondial al UNESCO și a fost identificată drept una din cele

mai de valoare cetăți medievale din Europa. Au fost identificate un număr de 22 construcții cu semnificație deosebită, și anume:

- Casa cu țiglă din Strada Bastion, secolul 17
- Turnul Cositorarilor, secolul 17
- Biserica Reformistă, 1888
- Poarta cetății, Strada Turnului
- Turnul Tăbăcarilor, secolul 16
- Turnul cu Ceas, Piața Muzeului, secolul 14
- Turnul Măcelarilor, secolul 14
- Casa Wagner, Piața Cetății, secolul 18
- Casa cu cerb, Strada Școlii, secolul 17
- Casa Vlad Dracul, secolul 16
- Casa Venețiană, Piața Muzeului, secolul 17
- Primăria, 1888
- Biserica mănăstirii, secolul 12
- Turnul Giuvaergiilor, Piața Muzeului, secolul 16
- Liceul Joseph Haltrich, secolul 16
- Biserica din deal, Strada Scării, secolul 13
- Turnul Frânghierilor, Strada Scării, secolul 14
- Scările cu lemn, Strada Scării, 1656
- Biserica Lepers, Strada St. Cel Mare, secolul 16
- Turnul Blănarilor, Strada Zidul fortificat, secolul 16
- Turnul Pantofarilor, Strada Zidul fortificat, secolul 16
- Turnul Croitorilor, Strada Zidul fortificat, secolul 14

Există un număr total de 164 de clădiri rezidențiale în interiorul cetății, majoritatea dintre acestea sunt vechi de cel puțin 300 de ani și sunt considerate monumente istorice. Pentru cazarea turiștilor un număr total de aproape 300 de camere sunt disponibile în oraș, din care un procent mic se află în incinta cetății.

Tabelul 2.1: Unități de cazare în Sighișoara

Nume	Tip	Camere	Paturi
Hotel Rex	Hotel 3*	30	58
Hotel Europa	Hotel 3*	43	70
Hotel Sighișoara	Hotel 3*	32	70
Motel Dracul	Motel 3*	17	38
Gia	Pension 2*	8	20
Dracul Inn	Pension 2*	6	17
Motel Claudiu	Motel 3*	14	32
Hotel Steaua	Hotel 1*	54	121
Casa Stag	Pension 3*	10	20
Poenita	Pension 2*	22	41
Chic	Pension 2*	10	19
Vila Franka	Camping 2*	12	24
Hera	Pension 2*	7	16
Casa Wagner	Hotel 2*	4	10
Casa Legenda		5	12
Motel Burg	Hotel pentru tineret	8	8
TOTAL		282	576

Pe lângă unitățile de cazare înregistrate se crede că alte două noi hoteluri sunt în prezent în construcție în zona urbană a Sighișoarei iar acestea vor oferi 75 de camere suplimentare. Dacă nu se iau în considerare locurile de campare acest lucru înseamnă că până în 2008 în jur de 345 de camere vor fi disponibile în oraș. Fără a lua în considerare hotelul Steaua de o stea, care este în stare foarte precară, estimăm că vor fi disponibile 291 de camere.

Hotelul Steaua este o clădire impunătoare cu semnificație arhitectonică amplasată pe strada 1 Decembrie 1918 în orașul vechi în zona inferioară. Această unitate de cazare cu 54 de camere necesită renovare și modernizare pentru a respecta standarde de calitate acceptabile.

Din discuțiile cu persoane locale am constatat faptul că cererea pentru numărul limitat de camere în oraș este mare și că rata de ocupare medie anuală este de 70%. Nu există date statistice detaliate pentru a valida această afirmație. S-a sugerat de asemenea că natura unică a orașului ca o atracție pe care „trebuie” să o vezi a generat extinderea sezonului turistic, care se întinde din aprilie până aproape în luna noiembrie, care într-o anumită măsură explică gradul mare de ocupare anual.

Pentru a extinde sezonul turistic și pentru a atrage și alte segmente de vizitatori Sighișoara a creat un program bine conturat de festivaluri care se întind pe parcursul anului, incluzând:

- **Festivalul de artă medievală.** Acest festival a fost inaugurat în 1991 și se desfășoară la sfârșitul lunii iulie. Evenimentul se dorește a fi o prezentare a orașului în evul mediu, cu muzică, dans și teatru susținut de formații din România și din străinătate.
- **Festivalul Internațional de Muzică Academică și de Muzică Estivală.** Acest eveniment este susținut la începutul lunii august și este organizat de Fundația Pro Helvetia din București și este un festival internațional de muzică pentru studenți care se află în prezent la a 14-a ediție.
- **Festivalul ProEthnica.** Este festivalul comunităților etnice ce are loc în ultima săptămână din august și este organizat de către Centul Educațional Inter-etnic pentru Tineret.
- **Festivalul Paul Schuller** se desfășoară în septembrie și este organizat de către casa de cultură a orașului.
- **Festivalul de muzică veche** este organizat de Casa de Cultură și se desfășoară în luna decembrie.
- **Festivalul de poezie și critică literară Agora Festival.**
- **Festivalul Sighișoara Blues** se desfășoară în februarie și reunește trupe de muzică rock blues străine și locale.

2.3 Cadrul de urbanism existent

Sighișoara are un cadru bine dezvoltat de urbanism pe baza studiilor întreprinse la inițiativa guvernului local. Acestea sunt:

- **Planul de dezvoltare durabilă Sighișoara.** Primăria din Sighișoara a participat la programul UNDP, lansat în 2003, pentru a pregăti Planul de dezvoltare

durabilă Agenda Locală 21 (SDP). Agenda locală 21 este un plan de dezvoltare care promovează principiile dezvoltării durabile la nivelul administrațiilor locale. Planul include un program de dezvoltare socială și economică. Strategia pentru Sighișoara este structurată pe trei secțiuni; o strategie pentru dezvoltare durabilă, un plan local de acțiune și proiecte prioritare.

- **Planul de urbanism general al Sighișoarei (PUG).** Planul de urbanism general (PUG) pentru Sighișoara a fost elaborat și adoptat în 2006 de către primăria din Sighișoara. Planul include planul general de urbanism pentru dezvoltarea orașului așa cum este prezentat în Planul de Dezvoltare Durabilă Agenda 21. PUG stabilește utilizarea pe viitor a terenurilor și cerințele de infrastructură pentru Sighișoara.

Ambele planuri sunt lucrări excelente iar orașul este angajat să le elaboreze și să implementeze recomandările acestora. Atât SDP cât și PUG reprezintă baza pentru pregătirea propunerilor de dezvoltare turistică generală în concordanță cu previziunile incluse în Master Plan.

2.4 Obiectivele Master Planului pentru Turism

Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național din România identifică o serie de obiective și priorități pentru dezvoltarea turismului din țară. Transilvania este identificată drept o zonă prioritară pentru dezvoltarea durabilă a turismului, pe baza unei game largi de resurse pe care le oferă regiunea, inclusiv a oportunităților de turism cultural, rural, ecologic, montan și de aventură.

Figura 2.3 Conceptul Circuitului Turistic Transilvania



Principalul mod de dezvoltare a turismului din regiune este Circuitul Turistic Transilvania care își propune să delimiteze zonele cu resurse importante pentru sprijinirea dezvoltării durabile a turismului și pentru crearea unui produs definitoriu pentru dezvoltarea turismului din zonele rurale din România, prin creșterea numărului de vizitatori, a duratei șederii lor și a sumelor cheltuite. Un accent deosebit se va pune pe crearea de facilități

pentru un centru de atracție cheie al circuitului precum Sighișoara, și pe crearea de circuite mai specializate și tururi locale. Propunerile în ce privește circuitul regional se află în stadiul de inițiative strategice și vor fi necesare studii suplimentare detaliate pentru a determina forma și conținutul exact al circuitului propus. Aceste studii trebuie să pregătească următoarele elemente de bază:

- Planul turistic pentru dezvoltarea circuitului turistic, identificând resursele existente de turism cu modurile de distracție, resursele și punctele de atracție noi.
- Conturarea recomandărilor de design pentru dezvoltarea zonei principale.
- Schițe conceptuale și propuneri de design
- Propuneri pentru implementarea facilităților de vizitare, inclusiv a magazinelor, restaurantelor și parcărilor
- Crearea funcționalităților instituționale pentru implementarea, păstrarea și pentru managementul zonei centrale.
- Cerințe privind resursele umane
- Estimarea costurilor generale
- Realizarea unui studiu de fezabilitate de ansamblu
- Realizarea programului de implementare

2.5 Aspecte principale

În analiza situației curente a orașului Sighișoara și în aprecierea impactului probabil al dezvoltării viitoare a turismului au fost identificate o serie de aspecte cheie ce vor fi abordate în planul provizoriu de dezvoltare a turismului. Acestea sunt:

- Impactul traficului turistic, și în special nevoia de a asigura spații de parcare suplimentare pentru vehiculele turiștilor fără a degrada obiectivele turistice ale orașului și fără a afecta negativ activitatea localnicilor.
- Nevoia diversificării ofertei turistice, și în special nevoia de a atrage turiștii în afara zonei cetății, care va deveni tot mai aglomerată.
- Nevoia de a atrage noi segmente de vizitatori inclusiv turiști de afaceri și posibil piața de MICE.
- Nevoia de a îmbunătăți serviciile de informare turistică inclusiv indicatoarele și facilitățile de interpretare din centrul istoric.
- Nevoia creării de oportunități de afaceri pe plan local, în special în meșteșuguri pentru producerea de obiecte de artizanat pentru turiști.
- Nevoia de a crește stocul limitat al unităților de cazare turistică în unitățile cu număr mic de camere. Este nevoie să se crească numărul de camere și să se asigure unități de cazare care să poată permite cazarea unor grupuri de turiști mai mari.
- Sunt necesare legături între zonele limită și crearea unui circuit turistic local.

2.6 Propuneri privind planul de dezvoltare turistică inițial

2.6.1 Previziunile privind creșterea numărului de vizitatori

Pentru planificarea dezvoltării turismului în Sighișoara este necesar să se pregătească estimări corecte ale creșterii numărului de turiști. Deși datele de bază cu privire la Sighișoara nu sunt disponibile, a fost posibilă realizarea unui număr de presupuneri, care au permis proiectarea în viitor a estimărilor privind această creștere existente în master planul pentru dezvoltarea turismului. Principalele estimări, care așa cum am menționat trebuie validate, indică un număr de 100 000 vizitatori în 2007 în Sighișoara. Aceste estimări se bazează pe numerele curente de camere, grad de ocupare și procentul estimat de vizitatori care înnoptează în oraș. Studiul master planului identifică o rată de creștere a numărului de sosiri pentru următorii 20 de ani în perioada 2007 – 2026. Acest proiect demonstrativ ia în considerare perioada inițială de 15 ani, până în 2021. Deoarece Sighișoara este o atracție principală se presupune că creșterea numărului de sosiri va depăși media națională cu 25% pentru primii 10 ani și ulterior va urma rata de creștere medie națională. Previziunile privind creșterea numărului de vizitatori în oraș, așa cum este menționat în tabelul 10.2, indică o creștere a numărului de sosiri până la 300.000 în 2016.

Tabelul 2.2: Previziunile de creștere a numărului de vizitatori în Sighișoara

Anul	Creșterea națională %	Creșterea în Sighișoara %	Nr de vizitatori în Sighișoara
2007	-	-	100,000
2008	6.9	8.6	108,600
2009	6.9	8.6	117,900
2010	6.9	8.6	128,000
2011	6.9	8.6	139,000
2012	6.7	8.4	150,800
2013	6.7	8.4	163,500
2014	6.7	8.4	177,200
2015	6.7	8.4	192,000
2016	6.7	8.4	208,200
2017	7	7	222,800
2018	7	7	238,400
2019	7	7	255,000
2020	7	7	272,900
2021	7	7	292,000

Sursa: Consultanți

Este de remarcat faptul că, în cazul în care vor fi realizate noi atracții majore în Sighișoara cum ar fi parcul tematic „Experiența Transilvania” previziunile privind sosirile de turiști vor trebui revizuite corespunzător.

Studiul Master Planului identifică de asemenea previziunile privind creșterea gradului de ocupare în Sighișoara. Aceste previziuni sunt mai mari decât creșterea numărului de vizitatori pe baza faptului că durata medie de ședere va continua să crească pe perioada

planificată și astfel va genera o cerere mai mare de locuri de cazare pe lângă cea necesară ca urmare a creșterii numărului de vizitatori. În concordanță cu previziunile privind sosirile de vizitatori menționate mai sus, creșterea necesarului de unități de cazare turistică va depăși mediile naționale cu un procent de 25% în primii 10 ani din perioada planificată.

Astfel în prezent orașul are un total de 291 de camere disponibile pentru turiști. Creșterea cererii de unități de cazare în perioada 2008 – 2021, prezentată în tabelul 10.3 de mai jos, indică faptul că un număr suplimentar de 575 camere vor fi necesare în Sighișoara până în 2021. Aceste camere trebuie să se regăsească într-o gamă variată de tipuri de unități de cazare care include hoteluri, pensiuni și campinguri.

Tabelul 2.3: Creșterea cererii de spații de cazare în Sighișoara 2007 – 2021

Anul	Creșterea cererii de spații de cazare %		Camere	Camere suplimentare	
	Național	Sighișoara		Cumulative	Anual
2007	-	-	291	-	-
2008	7.1	8.9	316	25	25
2009	7.1	8.9	345	54	29
2010	7.1	8.9	375	84	30
2011	7.1	8.9	409	118	34
2012	6.8	8.5	444	153	35
2013	6.8	8.5	481	190	37
2014	6.8	8.5	522	231	41
2015	6.8	8.5	567	276	45
2016	6.8	8.5	615	324	48
2017	7.1	7.1	659	368	44
2018	7.1	7.1	705	414	46
2019	7.1	7.1	755	464	50
2020	7.1	7.1	809	518	54
2021	7.1	7.1	866	575	57

Sursa: Consultații

Master planul indică o divizare amplă a tipurilor de unități de cazare în categoria I, a IIa și a IIIa. Categoria I va reprezenta 16,6% și va consta din unități de cazare de 4 și 5 stele. Categoria a IIa reprezintă 71,4% iar categoria a IIIa reprezintă 12% din totalul necesar de unități de cazare. În scopul determinării necesarului de spații de cazare pentru Sighișoara considerăm că categoria I va fi reprezentată de spații de cazare în hoteluri, categoria a IIa va fi reprezentată de hoteluri și pensiuni, iar categoria a IIIa va fi reprezentată de spațiile de campare. Prezentul mix de spații de cazare este prezentat în tabelul 10.4.

Tabelul 2.4: Mixul de spații de cazare suplimentare în Sighișoara până în 2021

Tip	%	Camere
Hotel	46.6	296
Pensiuni	36.4	211
Camping	12	68
Total	100	575

Sursa: Consultații

Așa cum am menționat, impactul mijloacelor de transport, și în special necesarul de spații de parcare, reprezintă un element cheie pentru realizarea unei planificări a creșterii turismului. Previziunile privind numărul de vizitatori indică faptul că până în 2021 aproape 300 000 vor vizita orașul și în consecință impactul traficului va crește. Pentru a ameliora impactul general în această etapă inițială am realizat o serie de variante de planificare care sunt în concordanță cu normele generale. Acestea sunt următoarele:

- 80% dintre turiști vor sosi într-un sezon turistic de vârf care va dura 100 de zile, 233 000 turiști în total sau o medie de 2 330 pe zi
- O zi de vârf reprezintă 150% din media unei zile de vârf de sezon, în jur de 3500 vizitatori
- 20% sau 700 vizitatori vor sosi cu trenul și 2800 cu autovehicule
- 40%, sau 1 120 vor sosi cu autoturisme proprietate personală și 60% sau 1680 cu autocarul
- Rata medie de ocupare va fi de 2,5 pentru autoturisme și 25 pentru autocare, ceea ce indică un număr maxim de 448 mașini și 67 autocare.

Pe baza supozițiilor de mai sus se estimează că cererea de locuri de parcare pentru autoturismele proprietate personală pentru o zi de vârf de sezon va fi de 360 vehicule iar pentru autobuze va fi de 54, dacă se consideră un nivel maxim al cererii de 80%. Nu a existat posibilitatea de a face o evaluare a ofertei de spații de cazare existente în oraș dar dacă pornim de la presupunerea generală că cererea curentă pentru o treime din acestea este satisfăcută, vor fi necesare 240 de spații suplimentare de parcare pentru autoturisme și de 36 pentru autocare.

2.6.2 Zonele potențiale de dezvoltare

O analiză a planurilor curente de dezvoltare a orașului Sighișoara, precum și a numărului de vizitatori, a dus la identificarea unui număr de zone cheie cu potențial de dezvoltare turistică în oraș. Acestea sunt:

- Partea de jos a orașului vechi între piața Oberth și râu, care a reprezentat obiectul unei inițiative de redezvoltare amplă în perioada regimului comunist. Mare parte din clădirile vechi din această zonă au fost demolate și o serie de terenuri din imediata vecinătate a bazei cetății sunt încă libere. Suprafața totală liberă din această zonă, inclusiv construcțiile abandonate, este de aproximativ 9000 m².
- Zona vechiului stadion de fotbal și terenul liber din partea de nord a căii ferate împreună totalizează o suprafață de 6,8 hectare și este probabil cea mai importantă oportunitate de dezvoltare pentru centrul Sighișoarei. PUG sugerează faptul că va fi construit un centru comercial în această parte a orașului însă se poate considera că reconstrucția în curs care nu corespunde planului de urbanism a vechii fabrici Siltex completează această cerere.
- Albia și malurile râului Tarnava Mare care trece prin Sighișoara. Deși este canalizat prin zona urbană din Sighișoara, această zonă are potențialul de a forma o legătură majoră între Stadionul TDZ și centrul orașului.

2.6.3 Oportunități suplimentare de dezvoltare

Este de remarcat faptul că fosta fabrică Siltex din centrul orașului de pe strada Gheorghe Lazăr este în prezent reconstruită sub forma unui mare supermarket. Se recomandă să se facă eforturi pentru a se încuraja înglobarea atracțiilor și facilităților turistice în mixul de dezvoltare al acestui sector, inclusiv restaurante, magazine de suveniruri și toalete pentru vizitatori. În plus, trebuie să se ia de asemenea în considerare cererea de spații de parcare în lunile din vârful de sezon turistic.

Platoul Breite, din partea de vest a orașului, a fost inițial identificat drept locul propus pentru parcul tematic „Dracula”. Această propunere a fost respinsă la nivel național iar în prezent a fost abandonată. Platoul rămâne însă o zonă cheie pentru potențialul de dezvoltare a turismului, având legături bune către centrul istoric al orașului și către râu. PUG indică faptul că zona ar trebui rezervată pentru facilități turistice, iar noi sprijinim această decizie. Evaluările preliminare de marketing efectuate pe parcursul acestui studiu indică faptul că vor fi necesare atracții suplimentare majore pentru a atrage vizitatorii în afara punctelor de atracție din centrul istoric, de a menține vizitatorii mai mult timp în zonă și de a crește cheltuielile vizitatorilor. În acest sens parcul tematic „Experiența Transilvania” ce se adresează turiștilor iubitori de cultură și de natură ar putea constitui o dezvoltare viabilă. Pe baza studiilor ulterioare detaliate și a evaluării impactului se recomandă ca Platoul Breite să fie aprobat pentru acest scop.

2.7 Propuneri privind zonele centrale de dezvoltare turistică

Figura 2.4: Pachete de dezvoltare a ZDT centrale



Amenajări pentru îmbarcarea și debarcarea turiștilor în autocare

Sighișoara este un oraș ale cărui origini provin din evul mediu și a cărui infrastructură este bazată pe o rețea de drumuri construite pentru traficul atelajelor trase de cai. Accesul și locurile de parcare în orașul vechi, și în special în cetate, sunt extrem de limitate existând numeroase blocaje de trafic serioase în timpul sezonului turistic de vârf. Au fost deja luate măsuri pentru restricționarea accesului vehiculelor în cetate, în timp ce această zonă a fost lăsată să funcționeze ca un oraș viu. Argumentele curente trebuie analizate iar accesul ar putea necesita o limitare suplimentară în cursul sezonului turistic de vârf pentru a rezolva antagonismul pietoni – vehicule.

Zona de jos a orașului vechi suportă în prezent consecințele creșterii traficului rutier, în special apărând probleme legate de spațiile de parcare. Primăria a angajat recent îndrumători de trafic în încercarea de a impune măsuri de management al traficului în zona orașului vechi.

Pe măsura creșterii numărului de turiști pe perioada planificării, ca urmare a constrângerilor de spațiu din centrul istoric, nu mai este posibil ca turiștii să își parcheze mașinile în această zonă. Astfel au fost prevăzute spații în zona de dezvoltare turistică din partea de est a centrului istoric, pentru parcare autocarelor și a autoturismelor. Pentru a face față fluxului de turiști se propune crearea unei zone de primire a autocarelor de turiști în partea de jos a orașului vechi.

A fost identificat un tern triunghiular de aproximativ 1000 m² pe Strada Morii pentru a deveni zonă de debarcare a autocarelor de turiști, așa cum este ilustrat în designul conceptual din figura 10.1. Această insulă reprezentată de terenul liber oferă un acces excelent din drumul principal, care poate fi limitat la circulația pe un singur sens. Sunt recomandate trei platforme de 2 metri cu o lungime medie totală de 80 m și cu o capacitate de parcare de parcare pentru cinci autocare de 12 metri, cu 40 de locuri. Cu o pauză de debarcare de 30 de minute, capacitatea nominală a acestei facilități este de 400 pasageri pe oră.

Toalete pentru vizitatori au fost prevăzute lângă platformele de debarcare pentru autocare pentru a fi folosite de către pasageri și vizitatori. Este de remarcat pornind de la conceptul de design ilustrat în figura 10.2, că au fost create toalete pentru invalizi și pentru schimbarea copiilor, în conformitate cu normele europene. Zona învecinată va oferi de asemenea un perimetru de relaxare pentru turiștii care așteaptă îmbarcarea. Designul clădirii, deși modern ca funcționalitate, trebuie să se încadreze arhitectural structurilor existente în centrul istoric. Formele tradiționale ale acoperișurilor sistemului de ventilație și materialele sunt sugerate de conceptul arhitectural al clădirii.

Biroul de informare turistică și centrul de interpretare pentru vizitatori din Sighișoara

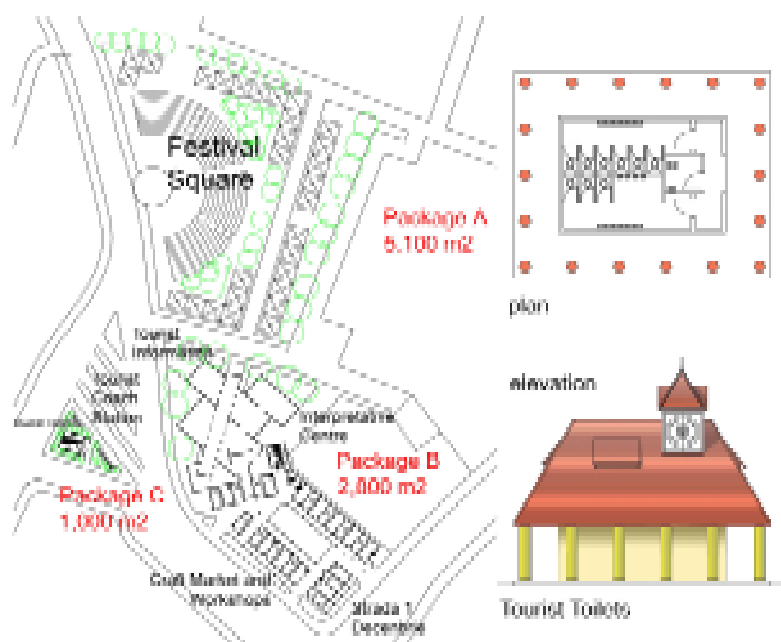
Sighișoara are un patrimoniu cultural și arhitectural excepțional, și este inclusă pe lista obiectivelor de patrimoniu mondial UNESCO. Aceste bogății nu sunt însă pe deplin promovate și numeroși vizitatori nu au ocazia să vadă mult dincolo de pitorescul locului în cursul scurtelor opriri în oraș. Pentru a pune în valoare această resursă și pentru a încuraja turiștii să rămână timp mai îndelungat, este necesar să se creeze atracții suplimentare. Pe plan internațional numeroase atracții similare obțin profituri suplimentare și reușesc să prelungească durata sejurului oferind centre de interpretare pentru a pune la maximum în valoare o serie de fațete ale acestui loc oferind totodată informații turistice.

Câteva componente cheie ale Centrului de Prezentare din Sighișoara, ce va avea o suprafață construită de aproximativ 1500 m², include următoarele:

- **Centru de informare turistică**
- **Galeria de cultură**
- **Galeria de istorie**

- **Teatru Multi-media**, un teatru interactiv cu film, grafică pe calculator, și actori care vor prezenta o serie de programe istorice, artistice și culturale în oraș.

Figura 2.5: ZDT Centrală



- **Centrul de informare genealogică**, care să ofere informații genealogice pentru familiile din diaspora transilvăneană.

Piețe și ateliere de produse de artizanat

Gama de produse de artizanat și suveniruri pentru turiști din Sighișoara, ca și în alte locuri din România, este foarte limitată. Gama de produse se limitează la câteva articole iar calitatea realizării și designul sunt în general slabe. Se pare de asemenea că produsele sunt tot mai mult importate din orientul îndepărtat pentru a face față cererii. Situația curentă nu sprijină câtuși de puțin imaginea generală a turismului și nu se bazează pe oportunitățile de creare de noi locuri de muncă. Astfel se propune crearea de activități de artizanat în Sighișoara prin intermediul piețelor și atelierelor pentru produse de artizanat.

A fost identificat un teren corespunzător la intersecția dintre Strada 1 Decembrie și Strada O Goga în latura sudică a ZDT drept amplasament pentru un număr de piețe și ateliere necesar. Această facilități este propusă drept un incubator de meșteșuguri care

oferă noi oportunități de afaceri, de pregătire în meserii și de conduită comercială într-un mediu comercial durabil.

Centrul propus cuprinde 14 unități comerciale independente de 60 m², ce includ un magazin și un spațiu adiacent pentru ateliere. Un spațiu suplimentar va asigura suprafața pentru o clasă de curs și pentru birouri. Activitățile comerciale incipiente trebuie selectate pentru a oferi o gamă de produse de artizanat tradiționale și contemporane. Suprafața aproximativă construită a centrului va fi de 1500 m².

Spații publice deschise, Piața Festivalului

Zona de nord a ZDT Zonei de Dezvoltare Turistică propuse este în prezent ocupată de un spațiu deschis care are o amenajare de slabă calitate. Acest spațiu deschis, care are o suprafață de aproximativ 5000 m², nu conține nici o facilitate pentru recreere și este necorespunzător întreținută. Ca atare acest spațiu deschis nu contribuie cu nimic la atracția aceste zone turistice cheie, dimpotrivă dă întregii zone un aspect de construcție neterminată și cu caracter temporar.

Planul propus pentru această zonă sugerează dezvoltarea acestei zone deschise pentru a reprezenta un obiectiv turistic ce interes pentru oraș. Recomandăm ca acest spațiu deschis să fie transformat într-o Piață a Festivalului ce va fi folosită pentru spectacolele din numeroasele festivaluri anuale ale orașului. Această piață poate fi construită pentru a include o scenă și până la 500 de locuri într-o construcție în formă de amfiteatru, conform ilustrației. Acest teatru în aer liber poate reprezenta de asemenea o locație pentru spectacole de sunet și lumină folosind drept fundal cetatea care se ridică deasupra acestei zone.

Perimetrul acestei zone amenajate se delimitează la nord și la est de o serie de chioșcuri acoperite de 25 m² ce pot fi folosite pentru a găzdui activități comerciale la scară mică în sezonul turistic, care să ofere oportunități de afaceri comunității locale.

Figura 2.6: Zona de dezvoltare turistică propusă a stadionului



2.8 Zona de dezvoltare turistică propusă a stadionului

Figura 2.7: Zona de dezvoltare turistică propusă a stadionului



2.8.1 Construcții hoteliere

Au fost identificate terenurile recomandate pentru 2 hoteluri în partea de sud a ZDT a stadionului de-a lungul drumului E60. A fost elaborat un studiu preliminar privind cererea viitoare de camere de hotel conform căreia s-a stabilit că vor fi necesare încă 296 de camere de hotel până în 2021. Suprafețele pentru astfel de construcții totalizând 1,9 hectare din zonă au fost identificate și două hoteluri au fost prevăzute în planul general indicat mai sus.

Pe baza studiilor suplimentare, hotelurile ar trebui să fie de trei stele, cu 148 de camere și să fie limitate la un regim de înălțime de 4 niveluri. Recomandăm construcția unuia din hoteluri cu facilități corespunzătoare pentru organizarea de conferințe pentru a atrage conferințe de până la 300 de persoane.

2.8.2 Parcare pentru autocare

O evaluare generală a cererii privind spațiile de parcare, pe baza previziunilor privind creșterea numărului de vizitatori, sugerează că până în 2021 vor fi necesare încă 35 de locuri de parcare pentru autocare în Sighișoara.

A fost identificată o zonă de parcare satelit pentru facilitarea parcarii autocarelor după debarcarea turiștilor în zona centrală, adiacentă centrului de campare la nord de calea ferată.

Această zonă de campare, care acoperă o suprafață de aproximativ 5000 m², trebuie protejată prin amenajări teritoriale ample și trebuie să cuprindă zone de odihnă pentru șoferi și să fie împrejmuite cu gard pentru siguranța parcării pe timp de noapte. Un punct de colectare a deșeurilor, care va deservi de asemenea zona de campare, este amplasat în această zonă pentru a facilita curățarea și spălarea vehiculelor.

2.8.3 Parcare autoturismelor turiștilor

O evaluare generală a cererii privind spațiile de parcare, pe baza previziunilor privind creșterea numărului de vizitatori, sugerează că până în 2021 vor fi necesare încă 240 de locuri de parcare pentru autoturisme. Un teren de 1,2 hectare a fost identificat în partea de nord a terenului propus pentru construcția hotelurilor în cadrul ZDT a Stadionului. Pornind de la o cerere de spațiu de 30 m² această zonă, care trebuie să fie intens amenajată, poate permite parcare a până la 400 de vehicule.

Măsurile de management a traficului în zona centrală trebuie create astfel încât să încurajeze vizitatorii să parcheze în această zonă, care se află la 1,2 kilometri de centrul istoric al orașului. Această zonă își propune să ofere acces pentru bicicliști și pietoni către centru de-a lungul unei parcuri pe malurile pârâsite ale râului Târnava Mare.

2.8.4 Spațiul de campare

O zonă de campare la standarde europene este propusă ca un element cheie al ZDT. Această zonă va oferi spații de cazare turistică pentru corturi, rulote precum și o gamă largă de facilități și servicii de calitate. Spațiul de campare propus nu trebuie confundat cu de bază al cuvântului românesc „camping” care se referă la cazare în unități simple cum ar fi cabanele sau căsuțele. Spațiile de campare din vestul europei, în special din Franța și Germania, sunt facilități sofisticate, ce oferă turiștilor o gamă largă de facilități și servicii și care atrag un număr mare de vizitatori. În Franța există peste 11.000 centre de campare⁴, ce reprezintă 9.6%⁵ din înnoptări și 15.8% din numărul total de paturi.

Situații anecdotice sugerează faptul că un număr tot mai mare de turiști folosesc vehicule proprietate personală, inclusiv rulote, și că facilitățile existente pentru acești turiști în România sunt sub cele din Europa de vest. Ca un element cheie al Circuitului Turistic Transilvania propus, este ușor de estimat că orașul va atrage un număr semnificativ din această categorie de vizitatori, care parchează adesea în piața centrală

⁴ Federation Francaise de Camping

⁵ Guvernul Francez, Directoratul pentru Turism

a cetății. Asigurarea unui spațiu de calitate va permite confirmarea Sighișoarei ca bază pentru turism în cadrul circuitului propus.

Tabelul 2.5: Suprafețele de campare necesare

Utilizare	Suprafață	Observații
Spațiu de campare	2.88 ha	68 loturi pentru servicii de 108 m ² , facilități de acces și centrale.
Toalete și lavoare	135 m ²	
Facilități centrale		
<i>Café/bar</i>	100 m ²	60 umbrele la 1.5 m ² pe persoană plus servire/bar
<i>Bucătărie</i>	40 m ²	
<i>Toalete</i>	20 m ²	
<i>Magazin și recepție</i>	70 m ²	
Conducere	12 m ²	
Birou general	12 m ²	
Terasă exterioară		1000 m ² , inclusiv terasă cafenea, piscină, piscină și zonă de joacă pentru copii
Parcare vizitatori		34 spații, 50% din numărul total al loturilor

Un spațiu verde de 2,88 hectare la nord de calea ferată și de-a lungul râului a fost identificat drept corespunzător pentru crearea unei zone de campare. Pe baza standardelor de design și de servicii pentru zone de campare conform exemplelor din Marea Britanie și Franța, a fost elaborat un tabel general privind dezvoltarea campingului (tabelul 10.5). Locul trebuie împrumuit corespunzător pentru a proteja proprietatea rezidenților, și de asemenea accesul vehiculelor trebuie strict controlat și trebuie impuse restricții de acces.

Figura 10.8 reprezintă o prezentare conceptuală privind zona de campare propusă ce include toate elementele majore ale facilității propuse. Accesul în camping se face din drumul E60 pe sub calea ferată principală. Este de remarcat faptul că zonele din PUG pentru acest spațiu este un spațiu deschis și drumul de acces va fi renovat și se va construi un nou pod rutier peste râu, pentru a îmbunătăți accesul în camping. Principalele elemente ale campingului și conținutul acestor sunt prezentate mai jos.

Figura 2.8: Prezentarea conceptului de camping

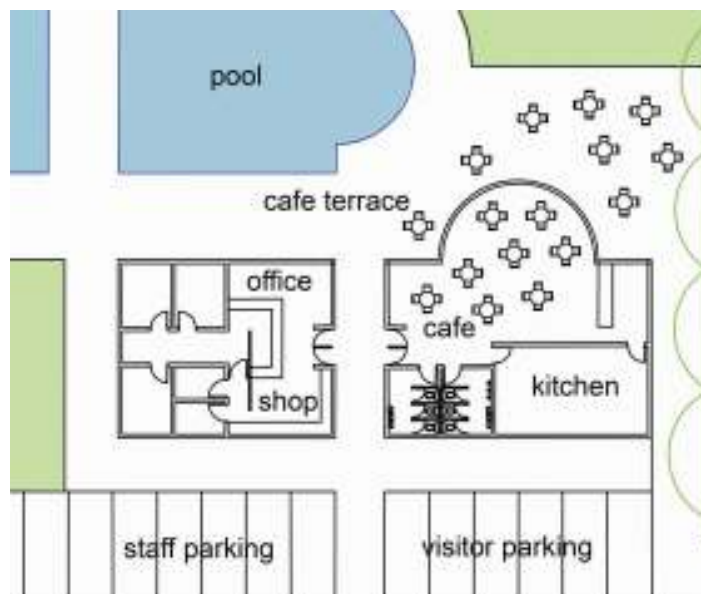


Facilități centrale

Centrul campingului este reprezentat de un mic complex cu facilități de bază ce asigură administrarea, siguranța, alimentația și modurile de divertisment pentru turiști. Birourile administrației și un spațiu pentru magazine/recepție sunt asigurate într-o aripă a clădirii. Magazinul trebuie să satisfacă cerințe minime și să aibă stocuri limitate dintr-o gamă limitată de produse alimentare de bază precum și suveniruri pentru turiști. O cafenea și un bar mici, cu capacitate de 60 de locuri, și o bucătărie trebuie să asigure mesele și gustările simple pentru turiști. Seara zona va servi de asemenea drept bar ce va deservi campingul și poate oferi o serie de moduri de divertisment de interior.

O terasă mare descoperită de 1000 m² va asigura locurile pentru cafenea/bar și de asemenea va fi asigurată o piscină pentru rezidenți. Alte facilități exterioare inclusiv o zonă de joacă pentru copii și pentru sporturi precum voleiul și tenisul pot fi de asemenea asigurate în zonă. O schemă de principiu a complexului cu facilitățile centrale este prezentată în fig. 10.9.

Figura 2.9: Facilitățile centrale ale campingului



Servicii utilitare de camping

Fiecărui loc de cort din acest camping trebuie să i se aloce o adresă și să fie aprovizionate cu servicii de utilitate, în general trebuie să fie amplasate după un stâlp protejat împotriva vehiculelor într-un colț al centrului. Acestea ar include în general următoarele:

- Punct de furnizare a apei. Un singur robinet sau orificiu de evacuare care permite conectarea unui furtun flexibil. Aprovizionările cu apă trebuie să îndeplinească regulamentele companiei de furnizare a apei. Fiecare parcelă de teren trebuie să aibă un punct de furnizare a apei și trebuie să existe puncte separate de evacuare a apei potabile și apei menajere precum și un punct separat de golire a toaletelor ecologice.
- Electricitate. În general două doze impermeabile de 13 amp 220V care respectă complet regulamentele furnizorului local de electricitate.

Suplimentar trebuie făcute aprovizionări pentru furnizarea de gaz GPL turiștilor din tabără. Acolo unde se folosesc butelii, există reguli stricte pentru așezarea și depozitarea acestora. Trebuie prevăzute depozite sigure și aerisite pentru buteliile de gaz pe teren. Trebuie făcută referire la norma europeană EN 1949, care stabilește standardele pentru instalarea de butelii GPL în rulote.

Toalete

O clădire pentru toaletă și baie este indicată în planul conceptual al locului de tabără. Nivelul adoptat, care ar trebui reflectat în standardele de autorizare este 1 WC, 1 pisoar

și 2 chiuvete pentru bărbați și 2 WC-uri și 2 chiuvete pentru femei per 30 locuri de cort. Dușurile, atât pentru bărbați cât și pentru femei, ar trebui realizate în proporție de 1 la 10 locuri de cort. În toate locurile de tabără trebuie prevăzute facilități la toaletă pentru bărbații și femeile cu handicap precum și dușuri și băi adaptate.

Sunt prevăzute facilități centrale de colectare a deșeurilor, pentru depozitarea acoperită a deșeurilor în condiții sigure. În planul conceptual pentru locul de tabără propus un punct de Colectare a deșeurilor este amplasat în zona de parcare a autocarelor turiștilor.

2.9 Spațiu deschis și legături externe

Ca centru al unui circuit turistic, este important ca Sighișoara să aibă o rețea amplă de legături cu atracțiile turistice ale circuitului și ca acele legături să fie cât mai atractive și convenabile posibil. Pe lângă rețeaua de drumuri se propune dezvoltarea unui sistem întins de trasee și piste de bicicletă de la Sighișoara al cărui element principal să fie o alee riverană.

2.9.1 Alei pe malul râului

Se recomandă ca sistemul de alei riverane să fie extins de-a lungul văii râului Târnava Mare spre Miercurea Ciuc în est și spre Alba Iulia în vest. Acest traseu ar forma un circuit de bază pentru ciclism și drumeții care se prelungește printr-o zonă bogată în atracții culturale și zone de o frumusețe naturală extraordinară. Sub rezerva unui viitor studiu detaliat acest traseu ar putea fi prelungit în etape de la punctul său de origine din Sighișoara. O prelungire inițială a traseului poate fi către vest spre Mediaș, 32 km de Sighișoara. Acest traseu ar oferi acces la centrul ecvestru din Daneș, la biserica armeană din Dumbrăveni și la biserica fortificată de la Biertan aflată pe lista UNESCO. Pot fi de asemenea prevăzute legături încrucișate pentru a obține acces la zonele de deal de la graniță, inclusiv Platoul Breite. Deși acest traseu nu a fost studiat în detaliu, imaginile din satelit arată că râul este mărginit de spațiu deschis sau de teren agricol care nu împiedică dezvoltarea traseului propus pentru ciclism/drumeții.

Deoarece trece prin zone rurale, construcția traseului ar trebui să aibă o specificație mai rustică cu piatră brută sau piatră spartă. Zonele de picnic și repaus trebuie amenajate din loc în loc în zone potrivite, iar panourile indicatoare trebuie să arate direcțiile și informații privind flora, fauna și punctele locale de interes. În final, acest traseu ar putea fi prelungit spre Alba Iulia unde se unește cu râul Mureș.

Realizarea unei rețele riverane de ciclism și drumeții va crea oportunități pentru dezvoltarea de cafenele și restaurante.

2.10 Studii viitoare și Implementare

2.10.1 Planuri Locale de Turism

Propunerile, astfel cum sunt stabilite, reprezintă un răspuns preliminar la problemele cheie identificate în dezvoltarea Sighișoarei ca destinație turistică. În timp ce propunerile sunt specifice orașului, problemele, la diferite nivele, sunt comune multora din orașele istorice din România. În timp ce planurile naționale și regionale de turism stabilesc

strategii și obiective extinse, există o nevoie clară de a pregăti și implementa planuri locale de turism, la nivel de oraș sau județ, pentru a îndruma dezvoltarea turismului și a oferi controale calitative și cantitative. Aceste planuri ar trebui pregătite la nivelul Planului Urbanistic General (PUG), sau pentru siturile cheie la nivel de Plan Urbanistic Zonal (PUZ). Planurile trebuie însoțite de o declarație scrisă a obiectivelor și condițiilor de dezvoltare care să includă următoarele elemente.

- **Plan Turistic Detaliat.** Planurile Detaliat sau Planurile Zonale, astfel cum sunt prevăzute de lege, ar trebui pregătite pentru atracțiile și zonele turistice, inclusiv orașele istorice precum Sighișoara. Extinderea planului nu ar trebui limitată la zona localizată de activitate turistică, ci trebuie să acopere cea mai mare parte a planului urbanistic general (PUG) și să stabilească impacturile mai mari ale dezvoltării turismului inclusiv accesul și parcare vehiculelor. Aceste planuri ar trebui elaborate pe o perioadă de 15 ani și supuse unei revizui la un ciclu de 5 ani. Planurile de turism trebuie conduse de piață și trebuie să țină cont de programul sosirilor vizitatorilor și de evoluția activităților turistice în cadrul perioadei planificate. Trebuie urmărit un nivel ridicat de consultare publică și industrială la elaborarea planurilor.
- **Faza de dezvoltare.** Planul ar trebui să identifice în mod clar faza de dezvoltare a Zonei de Recepție Turistică propusă în decursul perioadei planificate și conform cu previziuni cererii.
- **Proprietatea asupra terenului.** Trebuie identificată proprietatea asupra terenului în cadrul granițelor stabilite ale Planului Turistic. În această etapă inițială e posibil să se facă diferența doar între proprietatea publică și privată. În unele cazuri poate fi necesară achiziționarea terenului privat și va necesita compensație financiară. Trebuie identificate implicațiile acestui lucru și sursele de finanțare.
- **Standarde și Orientări pentru Dezvoltarea Zonei Turistice.**
- Trebuie pregătite standarde și orientări de design detaliate pentru a se garanta că standardele de design și calitatea din zonele turistice îndeplinesc standardele internaționale acceptabile. Orientările privind designul ar trebui să stabilească standarde pentru următoarele;
 - **Cazare turiști.**
 - **Designul clădirilor.** Acoperirea locului nu mai mare de 60%, înălțimea maximă a clădirii trebuie limitată la 3 etaje în zona centrală și 5 etaje în zonele periferice. Stilul de construcție trebuie să adopte un vocabular arhitectural 'transilvănean' în ceea ce privește finisajul pereților, forma și materialele pentru acoperiș, stilul ferestrelor, designul și materialele pentru lucrările exterioare și paleta coloristică.
 - **Parcare.** Parcare pentru hoteluri ar trebui inițial oferită în raport de 0,5 spații pe cameră. Cerințele detaliate pentru parcare mașinilor și a autocarelor de turiști trebuie stabilite ca rezultat al studiilor locale turistice și al evaluărilor de trafic.
 - **Plan de Management pentru Zona Turistică.** Pentru a menține calitatea unei destinații turistice, este necesar să existe un Plan de Management pentru dezvoltarea și întreținerea zonei, inclusiv servicii de mediu și peisaj. În Sighișoara majoritatea bazelor pentru acest Plan de Management a fost deja acoperită în Planul de Dezvoltare Durabilă, totuși, se pot solicita revizui și amendamente atunci când creșterea turismului este inclusă în propunerile prezente. Odată cu nivelul crescut de dezvoltare a turismului trebuie luat în considerare rolul pe care îl poate

juca sectorul privat în managementul urban pentru a reduce costurile comunității locale.

- **Studii și Statistici privind sosirile vizitatorilor.** O problemă specială în pregătirea propunerilor generale a constituit-o lipsa statisticilor locale privind vizitatorii. Trebuie observat că această lipsă de informații statistice detaliate și exacte este un impediment major pentru planificarea turistică detaliată în România în general. S-au făcut recomandări privind strângerea și analizarea statisticilor la nivel național, aceste informații vor permite stabilirea și monitorizarea tendințelor generale. La nivel local este încă foarte important să se stabilească performanțele și pentru a le atinge va fi necesar să se mențină studii locale privind sosirea, gradul de ocupare, cheltuielilor și transportul precum și măsurarea gradului de mulțumire a vizitatorilor.

2.10.2 Cadrul Instituțional pentru Planificarea Dezvoltării

Există o nevoie clară de implementare a dezvoltării turismului pentru a coordona planificarea și implementarea la diferitele nivele de guvernare, în vederea coordonării dispozițiilor privind infrastructura turistică pe o zonă mai largă. Planurile municipale de turism ar trebui avizate de și reflectate în Planurile Județene de Turism. Acestea, în schimb, ar trebui conduse de și reflectate în strategia regională de turism astfel cum este elaborată de Agenția pentru Dezvoltare Regională competentă. În acest sens, ar fi indicată constituirea unor comitete pe mai multe agenții care să supravegheze coordonarea, alcătuite din reprezentanți ai următoarelor organisme:

- Agenția de Dezvoltare Regională
- Consiliul județean
- Consiliul local
- Asociații de turism
- Organizația Națională pentru Turism (ONT)

Aprobarea planurilor locale de turism, la nivel municipal și județean, ar trebui condiționată de aprobarea planurilor de către Agențiile pentru Dezvoltare Regională și ONT.

I Anexe

1 Sistemul educațional românesc

Sistemul educațional românesc cuprinde două niveluri principale:

1. *Învățământul preuniversitar* este structurat în 4 cicluri:

- ☐ *Grădinița* sau *Învățământul preșcolar*- opțional, compus din trei sau patru trepte (*Grupa mică, Grupa mijlocie, Grupa mare* și, uneori, *Formarea pentru școală*)
- ☐ *Învățământul primar* cuprinde două perioade de 4 clase fiecare:
 - *Școala primară* - clasele I - IV
 - *Gimnaziu* - clasele V - VIII
- ☐ *Liceu* – patru sau cinci clase (clasele IX - XII/XIII)
- ☐ *Învățământ profesional și tehnic*, care poate continua sau înlocui Liceul pentru a pregăti elevii pentru cariere care se bazează pe activități manuale sau practice.

2. *Studii Superioare* reprezintă nivelul organizat (sau în curs de a fi organizat) în conformitate cu principiile procesului Bologna, care tinde spre construirea sistemului european al învățământului superior. El are următoarele patru componente:

- *Licență* 3 ani la majoritatea disciplinelor
- *Masterat* 2 ani la majoritatea disciplinelor
- *Doctorat* cel puțin 3 ani
- *cursuri postuniversitare, formare continuă*, care include învățământ postuniversitar care nu este inclus în cadrul Masteratului sau Doctoratului.

Există școli care nu corespund acestui cadru, de exemplu "școlile de limbi străine", "școlile de informatică", "școlile de contabilitate", etc., care eliberează diplome acreditate, dar care pot fi obținute pe orice nivel.

Școala primară este obligatorie pentru opt ani, de la clasa întâi până la clasa a patra fiind cunoscută ca "învățământ primar", iar de la clasa a cincea până la clasa a opta fiind cunoscută ca "învățământ gimnazial". Majoritatea școlilor elementare sunt școli de stat.

Învățământul în România este obligatoriu până la vârsta de 16 ani. În practică, având în vedere că majoritatea copiilor din România încep școala la vârsta de 6 ani, primele zece clase au fost stabilite de minister ca fiind obligatorii, începând din 2002. Sistemul educațional este valabil pentru întreaga țară și este foarte centralizat. Pentru o mai bună coordonare cu Educația din Uniunea Europeană a fost înființată *Direcția Generală de Integrare Europeană și Programe Comunitare –DGIEPC*.

Tipurile de institute de învățământ sunt: *Grădinița, Școala primară, Liceu, Colegiu, Grup școlar, Școală postliceală, Universitate, Universitate politehnică, Școală postliceală....*

Diplome: *Capacitate (examen), Bacalaureat (examen), Licență (examen și teză), Masterat (examen și teză), Doctorat (teză).*

Tipuri de licee

Grup Școlar – Un grup de două școli – un liceu (oferind în mod obișnuit programe teoretice de educație în domeniul tehnic și al serviciilor) și o Școală de meserii și comercială. Unele școli sunt considerate ca fiind cea mai proastă alternativă de acces la o diplomă de liceu sau la universitate, în timp ce altele sunt respectate pentru că acordă diplome foarte utile și respectate și oferă educație de calitate destul de bună (cum este Grup Școlar Economic Viilor București – care formează specialiști în gastronomie, ospătari de protocol etc. – dotat cu propriul restaurant, bar și patiserie).

Academia de Studii Economice București sau **ASE** este cea mai veche și prestigioasă universitate de economie din România. Fondată în 1913 în București, este cea mai mare instituție de învățământ superior din România și una din cele mai mari din Europa de sud-est.

Numărul de studenți este de aproximativ 45.000. Este una din cele mai solicitate universități din România, cu circa 34.000 de noi aplicații în fiecare an (9% rată de admitere pentru locurile plătite de stat și 11% rată de admitere la locurile cu taxă).

Conform Legii învățământului din 1995, Sistemul educațional românesc este reglementat de Ministerul Educației și Cercetării - MEC. Fiecare nivel are propria formă de organizare și face obiectul mai multor legi. Grădinița este opțională pentru vârste între 3 și 6 ani. Școala începe la vârsta de 6 ani și este obligatorie până la vârsta de 16 ani. Învățământul primar și secundar este împărțit în 12 sau 13 clase. Învățământul liceal este aliniat la sistemele de educație liceală europeană.

Din 1989, sistemul educațional românesc a fost într-un proces continuu de reformare, care a fost atât apreciat, cât și criticat.

Separat de sistemul școlar oficial și de recent introdusele echivalente private, trebuie să observăm existența unui sistem total privat de meditații semi-legal, neoficial. Meditațiile sunt cel mai mult folosite pe durata învățământului secundar pentru formarea în vederea diferitelor examinări, care se cunoaște că sunt dificile. Meditațiile sunt foarte răspândite și pot fi considerate ca făcând parte din Sistemul educațional. Ele au supraviețuit și chiar au prosperat pe perioada regimului comunist.

Sistemul educațional actual din România

Vârsta	Clasa	ISCED	Nivel educațional		Nivel competențe	Tip	
>19		6	Învățământ post-universitar		5	Învățământ obligatoriu	
		5	Învățământ universitar		4		
		4	Învățământ post-liceal		3		
18	XIII	3		Liceu - superior	Învățământ secundar superior	3	
17	XII		Liceu – superior	An tehnic			
16	XI						
15	X	2	Liceu – ciclu inferior	Școala de artă și meserii	Învățământ secundar inferior	1	Învățământ obligatoriu
14	IX						
13	VIII						
12	VII						

Învățământ post-obligatoriu

11	VI	1	Ciclu primar superior		-	
10	V					
9	IV		Școala primară	<i>Învățământ primar</i>		

Sursa: Strategia pe termen scurt și mediu pentru formarea profesională continuă 2005-2013, România

2 Conceptul de bază al Institutului român de formare în domeniul ospitalității

Pentru a începe formarea profesională în domeniul ospitalității în România, se recomandă dezvoltarea unei rețele de cel puțin 8 sau 10 institute de formare în domeniul ospitalității, dotate cu facilități de formare practică, cu răspândire în întreaga țară și situate în principalele zone de dezvoltare turistică. Această dezvoltare trebuie realizată în mai multe etape.

Pentru a crește fezabilitatea și a reduce costurile necesare pentru investiții, se recomandă ca un număr de hoteluri existente care nu funcționează sau nu pot funcționa să fie transformate în institute de formare în domeniul ospitalității, folosind camerele de hotel pentru cazarea cursanților (stil campus) și modernizând facilitățile operaționale ale bucătărilor și restaurantelor pentru a le transforma în facilități de formare efectivă, iar spațiile destinate conferințelor și alte zone publice transformându-le în clase.

Se estimează că un număr de foste hoteluri din stațiuni balneare pot fi de asemenea refolosite ca institute de formare, având în vedere că piața tratamentelor balneare s-ar putea reduce după anularea sau limitarea sistemului "biletelor".

Unele hoteluri existente "din alte timpuri" nu se vor mai ridica la nivelul cerințelor actuale de clasificare (mărimea camerei, etc.) și vor deveni neoperaționale sau vor necesita investiții incredibil de mari, dar ele pot fi transformate în institute de formare în domeniul ospitalității cu posibilitatea de cazare a cursanților.

Având în vedere că sezonul de vârf pe litoralul Mării Negre acoperă doar lunile iunie, iulie și august, hotelurile Institutului de formare în domeniul ospitalității din această zonă pot funcționa în aceste luni și pot fi folosite în scop de formare din septembrie până în mai, care oricum acoperă o perioadă medie de formare.

În zone specifice pentru sporturile de iarnă, cum sunt Brașov și Predeal, același model poate fi adaptat pe durata lunilor de vârf din sezonul de iarnă.

Nu este necesară urmarea exactă a perioadei de școlarizare de către institutele de formare în domeniul ospitalității.

Fiecare institut de formare în domeniul ospitalității trebuie să stabilească un parteneriat cu o școală hotelieră europeană recunoscută (membră EUHOFA), pe baza unui Memorandum de înțelegere pentru acordarea asistenței tehnice extinse în vederea dezvoltării curriculei, formării formatorilor și schimbului de experiență. Aceasta este o condiție importantă pentru asigurarea succesului.

Bugetele necesare trebuie alocate din Fondurile structurale europene sau prin programe bilaterale.

Conceptul propus pentru institutele de formare în domeniul ospitalității

Conceptul de bază al unui institut de formare în domeniul ospitalității specializat și caracteristic din România este o școală hotelieră de formare profesională, oferind formare în primul rând pentru locurile de muncă la nivel operațional; acordând un certificat de abilități practice în urma unui program de 3 semestre plus încă un semestru

pentru bucătari.

Există încă trei alte formate posibile oferind programe extinse pe module de formare în domeniul turismului și călătoriilor și pentru module de formare suplimentare la nivel intermediar, care să pregătească cursanții pentru potențiale funcții de coordonare, management de nivel mijlociu și funcții de conducere.

- 1 Institut de formare în domeniul ospitalității - IFO
- 2 Institut de formare în domeniul ospitalității și turismului – IFOT
- 3 Institut de formare în domeniul ospitalității cu module de management în domeniul ospitalității –IFO+
- 4 Institut de formare în domeniul ospitalității și turismului cu module de management în domeniul ospitalității –IFOT+

HTI – Structura programului

Pentru fiecare din institutele de formare în domeniul ospitalității, se recomandă o structură de bază pentru un program de formare profesională cu obținerea unui certificat, diferitele module și curricula.

STRUCTURA PROPUȘĂ PENTRU PROGRAMUL DE FORMARE ÎN DOMENIUL OSPITALITĂȚII

Program cu obținerea certificatului pentru abilități operaționale

Semestrul 1	Semestrul 2	Semestrul 3 (practică)	Semestrul 4
Noțiuni de bază	Pachet alimentație publică	Abilități culinare	Abilități culinare
		Servicii AP	
	Pachet cazare	Recepție	
		Menaj	

După aplicație, cursanții trebuie să susțină un test de abilități personale pe baza interviuării de către personalul de instruire și reprezentanții industriei.

Toți cursanții nou admiși vor începe programul de abilități practice în domeniul ospitalității cu un semestru de noțiuni de bază. Această etapă de cunoștințe generale va include subiecte cum sunt Introducere în domeniul ospitalității și turismului, Abilități de comunicare, Principii de bază în operarea computerului, Siguranță, pază și prim ajutor, Cunoștințe de bază în contabilitatea afacerilor, Comportament profesional și igienă

personală și Limbi străine (engleză și franceză sau germană).

În al doilea semestru, cursanții vor alege dintre pachetul Cazare incluzând operațiuni de recepție și operațiuni de menaj și pachetul Alimentație publică, constând în abilități pentru servicii de alimentație publică și abilități de preparare a preparatelor culinare. Deși programul este destinat pregătirii pentru ocuparea unui loc de muncă, acest pachet combină abilitățile de bază pentru servicii de alimentație publică cu abilitățile de preparare a preparatelor culinare (bucătărie). Astfel se vor lărgi considerabil oportunitățile cursanților pentru a ocupa un loc de muncă și le va susține mai bine opțiunea ulterioară.

Semestrul al treilea va fi în principal un semestru de practică. Cursantul de la alimentație publică a optat; urmează modulul de aptitudini culinare sau modulul pentru servicii de alimentație publică. Cursantul de la pachetul de cazare a optat; operațiuni de recepție sau abilități de menaj.

Având în vedere că abilitățile de preparare a preparatelor culinare și cele culinare reprezintă o adevărată meserie și necesită mai multă formare preliminară, cei care doresc să devină bucătari calificați mai au nevoie de încă un semestru de formare. Deci acest modul are în total patru (4) semestre (doi ani).

Se recomandă insistent ca restaurantul pentru formare să aibă o funcție comercială ca restaurant pentru servirea prânzului, de alimentație publică, pentru a-i obișnui pe cursanți cu servirea adevăraților oaspeți.

IFO- Structura curiculei

Curicula de bază propusă pentru institutul de formare în domeniul ospitalității

Semestrul 1:

Noțiuni de bază

- Introducere în domeniul ospitalității și turismului
- Abilități de comunicare
- Principii de bază în operarea computerului
- Siguranță, pază și prim ajutor
- Cunoștințe de bază în contabilitatea afacerilor
- Comportament profesional și igienă personală
- Limbi străine

Semestrul 2:

Abilități de bază în domeniul ospitalității și turismului (la alegere un pachet de module)

1. PACHET ALIMENTAȚIE PUBLICĂ

- Introducere în funcționarea hotelurilor

- Abilități de bază în serviciile de alimentație publică
- Noțiuni fundamentale de marketing în alimentație publică
- Abilități de bază pentru bucătărie
- Principii de bază în operarea computerului
- Grijă față de client și satisfacția oaspeților

2. PACHET CAZARE

- Introducere în funcționarea hotelurilor
- Noțiuni de bază pentru funcționarea recepției
- Noțiuni de bază pentru operațiuni de menaj
- Noțiuni fundamentale de marketing în domeniul ospitalității
- Noțiuni de bază în operarea computerului
- Grijă față de client și satisfacția oaspeților

Semestrul 3:

Abilități avansate în domeniul ospitalității (formare practică, un sector)

- Operațiuni alimentație publică
- Operațiuni bucătărie + **semestrul 4**
- Operațiuni recepție
- Operațiuni menaj

După 3 semestre, cursanții absolvenți vor primi un certificat de calificare (bucătari după 4 semestre)

Capacitatea de formare a institutului de formare în domeniul ospitalității

Numărul cursanților care urmează a fi pregătiți depinde atât de capacitatea de cazare (stil campus), cât și de numărul locurilor de muncă din bucătăria școală.

Din semestrul al patrulea, numărul maxim de cursanți trebuie cazați, câte doi în cameră. Într-un hotel existent cu 130 de camere pot fi cazați 260 de cursanți (stil campus), care înseamnă că o promoție de 80 de cursanți este un lucru fezabil, presupunând că toți cursanții vor fi interni. Numărul total de cursanți va fi (exemplu):

80 cursanți în primul semestru (80 noțiuni de bază)
80 cursanți semestrul doi (50 pachet AP și 30 pachet cazare)
80 cursanți semestrul trei (20 bucătari, 30 ospătari, 15 recepționeri, 15 menaj)
20 cursanți semestrul patru (20 bucătari)

Numărul total al absolvenților se împarte astfel:

Cu o promoție de 80 de noi cursanți pe semestru pentru programul de ospitalitate operațională, prima promoție de absolvenți va fi în număr de 60. Primii 60 de absolvenți vor primi certificatul după 3 semestre, iar ultimii 20 (bucătari) după 4 semestre (programul pentru bucătari este cu un semestru mai lung). După fiecare semestru, va fi

același număr de absolvenți.

Cu o capacitate existentă de 100 de camere, se pot prelua anual 60 de cursanți. Un hotel existent cu 80 de camere poate prelua 50 de cursanți pe semestru.

Pentru a putea începe programele la începutul lunii septembrie 2008, restaurantul pentru formarea practică trebuie să fie operațional la sfârșitul anului 2009. Disponibilitatea bucătăriei pentru practică este esențială pentru începerea programelor oficiale în semestrul al doilea.

Structura de management a institutului de formare în domeniul ospitalității

Echipa de management a institutului de formare în domeniul ospitalității IFO va consta în Director general, asistat de un Director de studii și un Director de operațiuni, și un Inspector financiar.

Director general

Directorul general al unui IFO este responsabil cu execuția politicilor și planurilor institutului. El/ea coordonează organizațiile și păstrează standardele în hotelul campus și institut. El/ea mai răspunde pentru politicile financiare de funcționare, personal și relații externe. Directorul general trebuie să păstreze bune relații cu:

- Sectorul public (guvern și autorități locale)
- Sectorul educației (licee și universități)
- Școala hotelieră europeană parteneră din străinătate
- Industria hotelieră și de turism

Profilul Directorului general este că el/ea are mai presus de orice altceva un simț al relațiilor externe. În plus, el/ea trebuie să aibă experiență în conducerea unor organizații complexe; el/ea trebuie să știe să delege sarcini, dar și să-și realizeze propriile îndatoriri. El/ea trebuie să aibă experiență în tratarea politicilor și procedurilor financiare.

Director de studii

Directorul de studii este responsabil cu organizarea zilnică a programului de studiu. Acesta cuprinde atât procesul teoretic din școală, cât și formarea practică în Institutul de formare și – când este necesar – în industrie.

Îndatoririle Directorului de studii sunt:

- Recrutarea și selectarea cursanților
- Întocmirea îndrumarului de studiu
- Întocmirea planurilor (evidențe) de predare, ore, cursuri și examinări
- Coordonarea schemei de apreciere și administrare
- Actualizarea sistemului de informare a cursanților

- Achiziționarea, păstrarea și tipărirea suporturilor de curs și materialelor, cum ar fi cărți, uniforme, echipament, etc.
- Organizarea pregătirii practice
- Îndrumarea și evaluarea performanței profesorilor/formatorilor/instructorilor
- Controlul calității procesului de predare și rezultatelor acestuia
- Dezvoltarea și controlul regulilor interne și aplicarea măsurilor disciplinare, dacă este necesar.

Profilul Directorului de studii este ca el/ea să predea excelent un subiect din industria ospitalității sau management. În plus, el/ea trebuie să aibă experiență în organizare și conducere. El/ea trebuie să știe să comunice ușor, în special cu tineri.

Director de operațiuni

Directorul de operațiuni este responsabil cu toate aspectele operaționale din restaurantul de formare și hotelul campus. El trebuie să se îngrijească de:

- funcționarea comercială a restaurantului de formare
- procesele (campus) de cazare a cursanților
- procesele de alimentație publică
- clădirea (întreținere și curățenie)
- echipamentul, decorațiunile și mobilarea Institutului de formare în domeniul ospitalității
- paza

Profilul Directorului de operațiuni este ca el/ea să aibă experiență în administrarea unui bun hotel și/sau restaurant de mărime medie. El/ea trebuie să fie flexibil, capabil să improvizeze și să aibă dezvoltată o puternică atitudine orientată spre servicii. El/ea trebuie să aibă experiență în predare/formare în Managementul în domeniul ospitalității în general.

Inspector

Inspectorul este responsabil cu executarea tuturor aspectelor legate de controlul financiar atât la nivelul institutului cât și al restaurantului. El/ea trebuie să întocmească bugete, proceduri financiare și situațiile profit și pierdere.

Profilul Inspectorului este ca el/ea să aibă experiență considerabilă în control, preferabil într-un hotel, restaurant și/sau institut de învățământ.

Personalul de formare

Profesorii și instructorii din IFO sunt responsabili cu dezvoltarea programelor de curs pe baza structurii curriculei și obiectivelor predării ale IFO în colaborare cu școala hotelieră europeană parteneră. În același timp, ei sunt responsabili cu derularea cursurilor oferite cursanților conform cerințelor și timpului planificat.

Profesorii trebuie numiți în etape și în conformitate cu procesul curiculei. Personalul de predare trebuie să fie alcătuit dintr-o echipă centrală și profesori cu normă întreagă, împreună cu profesori cu jumătate de normă, precum și instructori pentru dobândirea abilităților practice aferente cursurilor.

Sunt necesari următorii profesori pentru echipa centrală:

1. Operațiuni de preparare și specifice de bucătărie
2. Servicii de alimentație publică
3. Operațiuni de recepție
4. Operațiuni de menaj

Profilul profesorilor de Ospitalitate trebuie să fie:

- experiență la nivelul coordonării
- engleză fluent (pentru programul de formare a formatorilor)
- educație în domeniul hotelier internațional
- experiență în predare/instruire

Personalul de instruire practică

Profesorii/instructorii responsabili cu diferitele module de cursuri vor fi asistați de personal de instruire cu experiență, format din diferiți specialiști.

- Instructori pentru servicii de alimentație publică (restaurant, bar, banchet)
- Bucătar șef și instructori pentru bucătărie (patiserie, măcelărie, etc.)
- Instructor menaj

Instructorii pentru servicii de alimentație publică, precum și bucatarul șef și instructorii pentru bucătărie vor fi responsabili cu operațiunile comerciale ale restaurantului de formare și cu supravegherea elevilor sau cursanților pe perioada lucrărilor practice.

Întreg personalul trebuie să primească salarii corespunzătoare.

Selectarea cursanților

Preluarea anuală a cursanților necesită:

- Un bun **sistem promoțional** de lucru cu obiectivul de a atrage atenția potențialilor cursanți asupra industriei ospitalității și astfel asupra IFO. Un astfel de sistem promoțional este necesar să mai asigure suficienți participanți din industrie la cursuri. Școlile trebuie să aibă la dispoziție suficiente informații despre oportunitățile locurilor de muncă și de carieră;
- Un **sistem de aplicație** adecvat cu obiectivul de a-i motiva pe potențialii cursanți să se înscrie la programe și pe angajatori să-și trimită angajații să participe la modulele fără scoatere din producție;

- Un **sistem de selecție** eficient cu obiectivul de a alege cei mai buni cursanți din solicitări și de a asigura factorul de succes.

Procedeu de selecție

În funcție de numărul solicitanților, selecția trebuie organizată pe un anumit număr de zile. Pe durata acestei selecții, solicitantul va susține:

- Două sau trei interviuri cu conducerea IFO și (dacă este posibil) cu un reprezentant al industriei ospitalității. Pe parcursul acestor interviuri vor fi evaluate capacitatea pentru program și pentru locul de muncă în industrie;
- Un test psihologic pentru evaluarea inteligenței solicitantului (inclusiv calități de exprimare) și pentru a verifica motivația;
- Evaluarea rezultatelor școlare și a cunoștințelor teoretice

Decizia finală de acceptare a cursantului trebuie luată de un comitet de selecție al IFO.

Participanții din industrie vor parcurge o altă procedură de selecție.

Sistemul de apreciere a cursanților

Un sistem bine elaborat de apreciere a cursanților este important pentru instituție, pentru că:

- Evaluează progresul cursanților pe durata programului;
- Garantează nivelul pregătirii și deci calitatea programelor IFO și acceptarea acestora de către industrie;
- Verifică dacă predarea la IFO este adecvat și pe înțelesul cursanților.

Sistemul de apreciere trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

- Sistemul trebuie să fie strict și obiectiv, bazat pe criterii explicite (obiectivele predării)
- Sistemul de apreciere trebuie să ofere informații valoroase cursanților și formatorilor /instructorilor
- Aprecierile trebuie realizate frecvent
- Sistemul de apreciere trebuie să dea posibilitatea reexaminării

Aprecierea cursanților trebuie să se bazeze pe:

- Impresia formatorilor și instructorilor cuprinsă în rapoartele profesorilor
- Rezultatele testelor și examinărilor.

Un cursant va fi absolvent cu certificat dacă el/ea a trecut toate examinările și testele cu succes și a parcurs perioadele de instruire practică cu succes.

Se recomandă insistent organizarea unei Ceremonii de absolvire cu reprezentanți ai industriei ospitalității.

Conceptul propus pentru Institutul de formare în domeniul ospitalității și turismului

Programul de formare al unor institute de formare în domeniul ospitalității poate fi extins cu module de instruire în domeniul turismului și călătoriilor. Pentru aceste module nu sunt necesare facilități de instruire practică, dar sunt necesare săli de clasă suplimentare.

Formarea în domeniul călătoriilor și turismului în cadrul structurilor existente în licee și universități trebuie îmbunătățită prin dezvoltarea și introducerea curiculei concentrate asupra industriei și realizarea pregătirii de către formatori cu specializare în turism. Este necesară asistență tehnică externă.

Structura propusă pentru IFOT

Program cu obținerea certificatului pentru abilități operaționale în domeniul ospitalității și turismului

Semestrul 1	Semestrul 2	Semestrul 3 (practică)	Semestrul 4
Noțiuni de bază	Pachet alimentație publică	Abilități culinare	Abilități culinare
		Servicii AP	
	Pachet cazare	Recepție	
		Menaj	
	Călătorii și turism	Călătorii și turism	

Următorul pachet pentru călătorii și turism este adăugat la curricula generală a Institutului de formare în domeniul ospitalității și turismului.

Semestrul 2:

Abilități de bază pentru turism (la alegere un pachet de module)

3. PACHET CĂLĂTORII ȘI TURISM

- Introducere în operațiunile de turism și călătorii
- Organizarea și marketingul turismului
- Principii de bază ale activității de ghid
- Abilități de bază pentru operațiuni de călătorie
- Principii de bază în operarea computerului

- Grijă față de client și satisfacția oaspeților

Semestrul 3:

Abilități avansate în domeniul călătoriilor și turismului

1 Operațiuni în domeniul călătoriilor și turismului

- Abilități în activitatea de ghid

Structura propusă pentru Institutul de formare în domeniul ospitalității cu module suplimentare de management

Unele institute de formare în domeniul ospitalității nou înființate trebuie să dezvolte și un program paralel de formare pentru nivelul mediu de conducere, de 6 semestre în total (3 ani), inclusiv un semestru întreg de instruire practică în industrie.

Program de management în domeniul ospitalității

Semestrul 1	Semestrul 2	Semestrul 3 (practică)	Semestrul 4+5	Semestrul 6
Noțiuni de bază	Alimentație publică Cazare	Abilități bucătărie Servicii AP Recepție Menaj	Management în domeniul ospitalității	Formare pentru Management în industrie (în România sau în străinătate)

Programul de bază este similar programului cu obținerea certificatului operațional. Pe durata semestrului 2, cursantul la management parcurge atât programele pachetului de alimentație publică, cât și ale pachetului de cazare, iar în semestrul 3 parcurge toate cele patru module, înainte de a participa la instruirea pe tema managementului în domeniul ospitalității în semestrele 4 și 5.

Aceasta va asigura familiarizarea viitorilor manageri cu toate abilitățile practice în domeniul ospitalității.

“În principiu nici un cursant nu va absolvi ca manager, ci ca potențial manager”.

Absolvenții programelor de formare pentru managementul în domeniul ospitalității trebuie să câștige credit prin experiență în una sau mai multe abilități operaționale. În ultimul semestru, cursanții la management vor face instruirea practică în industrie într-unul din hotelurile existente ca un cursant la management înainte de absolvire.

Programul de formare a formatorilor IFO

“Orice curs este la fel de bun ca și formatorul!”

Cu o rețea de nou înființate institute de formare în domeniul ospitalității (școli hoteliere) pentru formarea noilor angajați din industrie conform cerințelor industriei și pentru ocuparea unor potențiale locuri de muncă, un factor critic îl reprezintă disponibilitatea formatorilor și instructorilor calificați, cu experiență în domeniilor lor de specializare.

În principiu, trebuie dezvoltată o nouă generație de formatori în domeniul ospitalității și turismului, care să se concentreze mai mult pe învățare pentru dobândirea de cunoștințe decât pe învățare prin lectură sau din prelegeri.

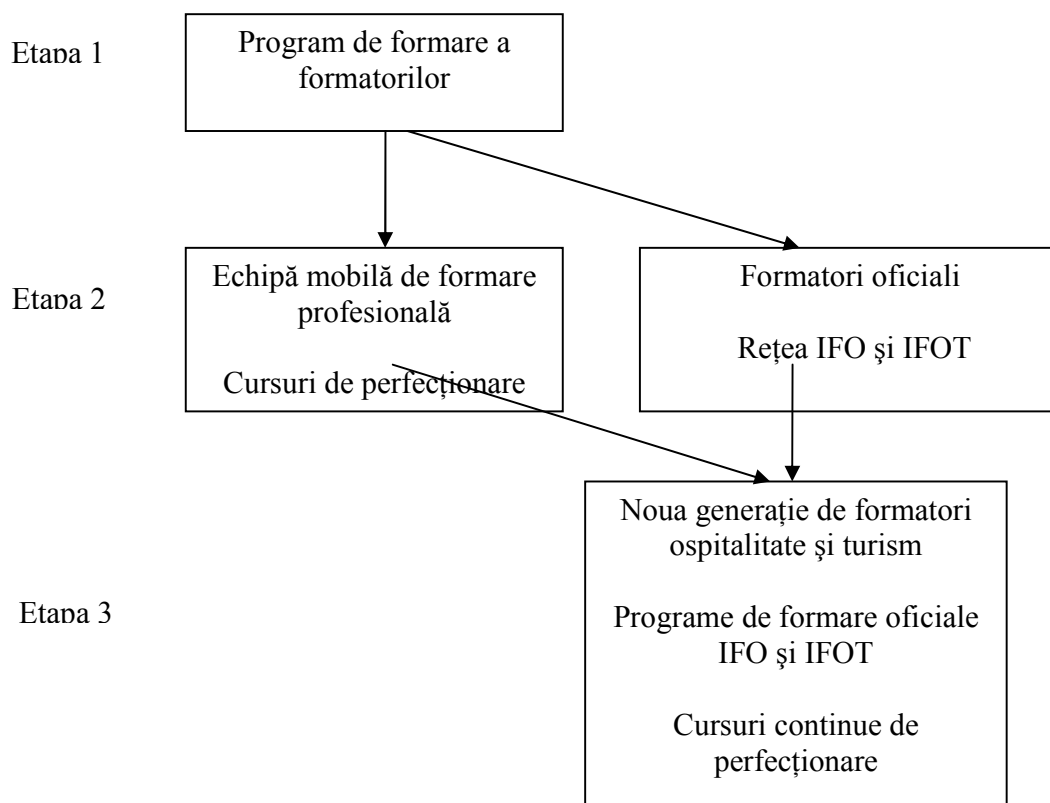
Formarea formatorilor calificați în domeniul ospitalității și turismului conform standardelor europene “best practice” trebuie realizată cu suficientă asistență tehnică din partea unor țări europene cu o industrie a ospitalității și turismului suficient de matură.

Viitoare programe scurte de perfecționare în industrie ale IFO

În plus față de programele oficiale de formare profesională cu sau fără scoatere din producție oferite de nou înființatele institute de formare în domeniul ospitalității (IFO) sau institute de formare în domeniul ospitalității și turismului (IFOT), institutele pot să dezvolte și să ofere și cursuri scurte de perfecționare pentru personalul existent din industrie.

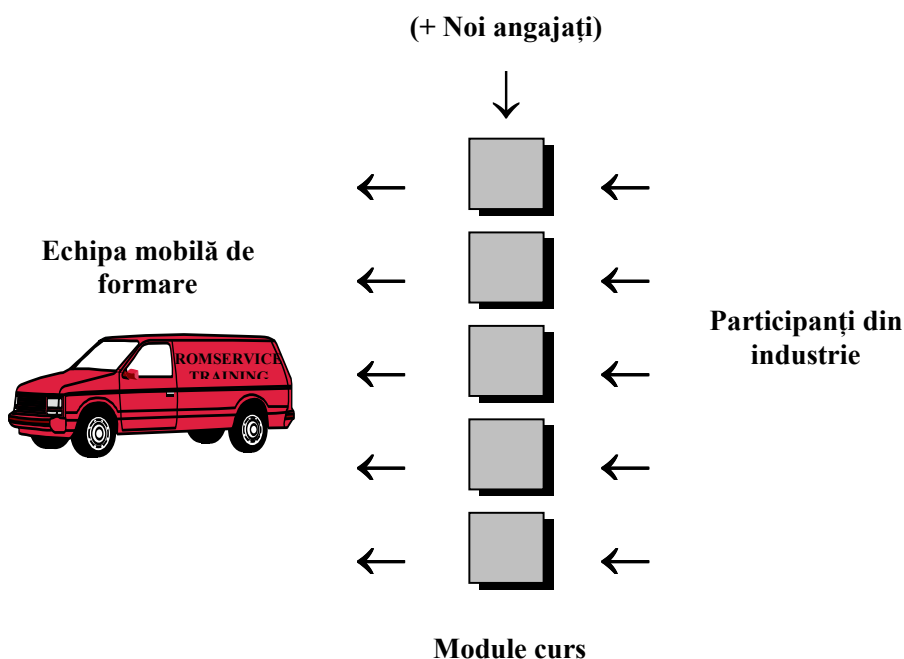
Asistența tehnică propusă în proiectul de formare a formatorilor (train-the-trainer) se va concentra în principal pe formarea unei echipe de formatori mobili care să ofere un număr mare de programe scurte de formare în toată țara ca un program gigant pentru îmbunătățirea abilităților în domeniul ospitalității și turismului în România.

Totuși, acest program de formare a formatorilor trebuie să includă și formarea formatorilor din institutele oficiale de formare profesională.



Având în vedere că toate cursurile scurte de perfecționare sau de recapitulare reprezintă un proces continuu, această responsabilitate poate reveni IFO și IFOT. Formatorii instruiți și cu experiență în industrie pot fi integrați în rețeaua altor IFO și IFOT, și astfel să se constituie o nouă generație de formatori în domeniul ospitalității și turismului.

3 Program de perfecționare profesională “ROMSERVICE”



O echipă mobilă de formatori specializați, instruiți prin intermediul asistenței tehnice externe în cadrul programului de formare a formatorilor, oferă o gamă largă de cursuri scurte de perfecționare pentru personalul operativ și personalul de coordonare angajat în acel moment în industria ospitalității și turismului, în întreaga țară, pe baze continue.

Cursurile vor fi organizate în parteneriat cu asociații și consilii locale și regionale din branșă. Vor fi utilizate spații adecvate și facilități de instruire practică, puse la dispoziție de industria ospitalității.

Într-un stadiu ulterior, după înființarea rețelei propuse de școli hoteliere naționale, această sarcină permanentă va fi preluată (parțial sau total) de institutele de formare în domeniul ospitalității.

Toate cursurile de formare vor fi de scurtă durată și organizate în perioade convenabile pentru industria ospitalității și turismului, vor fi o combinație de diverse metode de formare (prelegeri, studii de caz, exerciții, lucrări practice, evaluări, etc.), concentrate pe învățare, pentru grupuri care să nu depășească 25 de participanți.

Toate cursurile se vor plăti, având taxe suportabile pentru toți angajatorii, prin intermediul sponsorizărilor, prin fonduri structurale europene, fonduri sociale europene, etc., sau prin contribuții din Fondul taxelor pentru formare în domeniul ospitalității într-un stadiu mai avansat.

4 Funcții și standarde profesionale de performanță pentru industria ospitalității și turismului

Introducere

Se recomandă ca toate formele de instruire în domeniul ospitalității și turismului, fie că sunt oficiale sau nu, să se concentreze pe formarea pentru ocuparea unui loc de muncă și conform cerințelor industriei. Aceasta înseamnă că standardele de formare trebuie revizuite și ajustate conform standardelor profesionale actualizate.

Majoritatea standardelor profesionale din domeniul ospitalității și unele din domeniul călătoriilor și turismului trebuie să fie revizuite și actualizate în conformitate cu Competențele locului de muncă, Îndatoririle locului de muncă și Standardele locului de muncă.

Se recomandă ca acestea să fie în responsabilitatea Departamentului pentru dezvoltarea resurselor umane, formare profesională și conștientizarea turismului propus a se înființa în cadrul Organizației Naționale a Turismului, printr-un expert pentru asistență tehnică pe termen scurt.

Un format este exemplificat în cadrul Master Planului de Dezvoltare a Turismului.

Standardele ocupaționale sunt împărțite în următoarele sectoare:

- 1 Hoteluri (inclusiv moteluri și stațiuni balneare), Pensiuni și Restaurante
- 2 Hoteluri (inclusiv moteluri și stațiuni balneare) și Pensiuni
- 3 Operațiuni de Călătorii
- 4 Organizații de turism

Și include trei niveluri diferite:

Nivel 1 Nivel operativ începător neinstruit

Nivel 2 Nivel operativ instruit

Nivel 3 Nivel mijlociu management de coordonare (supraveghere)

În principiu, nivelul 1 personal operativ începători nu necesită formare profesională oficială specială, dar poate fi ușor instruit la locul de muncă de coordonatori. Ei pot fi promovați pe nivelul operativ instruit. Ar fi preferabil ca o parte a personalului de pe nivelul operativ instruit să aibă nevoie de formare de bază în școli hoteliere.

Nivelul mijlociu al managementului de coordonare are nevoie de certificatul de formare sau de formare a managementului în domeniul ospitalității de la școala hotelieră.

Personalul pentru meserii (bucătari) trebuie să fie pre-instruit într-o școală hotelieră pe toate nivelurile.

Funcții și standarde profesionale de performanță

Sector	Hoteluri, (inclusiv Moteluri, Stațiuni balneare, etc.), Pensiuni și Restaurante
Categorie loc de muncă	Servicii Alimentație publică

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează ca ospătar, având în responsabilitate mai multe mese dintr-un restaurant, sau ajută un șef (ospătar sală de mese sau secție) în funcționarea unei secții a unui restaurant (de hotel sau pensiune), având abilitățile și cunoștințele necesare de servire la nivel standard. Pregătirea zonelor de luat masa și de servire, luarea comenzilor, servirea preparatelor și băuturilor, întocmirea notelor de plată și a plăților. Lucrează sub directă supraveghere a coordonatorului pentru Alimentație publică	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Ajutor de ospătar <input type="checkbox"/> Steward <input type="checkbox"/> Ospătar cursant <input type="checkbox"/> Host/Hostess	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Ospătar <input type="checkbox"/> Chef de Rang <input type="checkbox"/> Ospătar vinuri/băuturi <input type="checkbox"/> Pers. servire preparate culinare <input type="checkbox"/> Ajutor servire preparate și băuturi <input type="checkbox"/> Barman
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Nivel 3

Profil	Lucrează ca manager de restaurant sau manager de alimentație publică, cu responsabilitatea de a conduce un restaurant, având abilitățile și cunoștințele necesare pentru supravegherea servirii preparatelor și băuturilor la nivel standard.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Manager restaurant <input type="checkbox"/> Asistent Manager restaurant <input type="checkbox"/> Manager Alimentație publică <input type="checkbox"/> Asistent Manager Alimentație publică
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>

Sector	Hoteluri, (inclusiv Moteluri, Stațiuni balneare, etc.), Pensiuni și Restaurante
Categorie loc de muncă	Preparare preparate culinare

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează ca asistent al bucătarului șef sau bucătar la bucătăria unui hotel, pensiune sau restaurant, sau altă unitate de producere a preparatelor culinare, preparând o gamă largă de preparate din meniu.
---------------	---

Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Bucătar <input type="checkbox"/> Patiser <input type="checkbox"/> Commis Cook <input type="checkbox"/> Lucrător bucătărie <input type="checkbox"/> Pers. curățenie bucătărie	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Bucătar <input type="checkbox"/> Patiser șef <input type="checkbox"/> Asistent maestru bucătar <input type="checkbox"/> Maestru bucătar
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Nivel 3

Profil	Lucrează ca manager sau șef executiv de alimentație publică la bucătăria unui hotel sau altă unitate de producere a preparatelor culinare, supraveghind pregătirea unei game largi de preparate și servicii de alimentație publică.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Șef executiv maestru bucătar/bucătar <input type="checkbox"/> Asistent Manager Alimentație publică <input type="checkbox"/> Manager Alimentație publică <input type="checkbox"/> Inspector Alimentație publică <input type="checkbox"/> Manager Catering
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>

Sector	Hoteluri, (inclusiv Moteluri, Stațiuni balneare, etc.), Pensiuni
Categorie loc de muncă	Operațiuni recepție

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează la recepția unui hotel, pensiune sau o unitate de cazare de categorie similară, care întâmpină și verifică oaspeții, închiriază camere, se ocupă de plecări și de alte cerințe administrative aferente. Lucrează sub supravegherea Asistentului/Managerului de recepție	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Funcționar începător front office <input type="checkbox"/> Receptioner asistent <input type="checkbox"/> Desk Clerk <input type="checkbox"/> Portar <input type="checkbox"/> Asistent relații clienți	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Receptioner <input type="checkbox"/> Funcționar recepție <input type="checkbox"/> Inspector relații clienți <input type="checkbox"/> Casier <input type="checkbox"/> Administrator

	<input type="checkbox"/> Telefonist	
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Nivel 3

Profil	Conduce recepția și departamentul de rezervări al unui hotel sau o unitate de cazare de categorie similară, supraveghind întâmpinarea și verificarea oaspeților, închirierea camerelor, supraveghind plecările și ocupându-se de alte cerințe administrative inclusiv rezervări.	
Funcții	Manager/Şef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Director recepție (de asemenea Şef recepție) <input type="checkbox"/> Manager front office <input type="checkbox"/> Manager recepție și rezervări <input type="checkbox"/> Manager servicii cazare <input type="checkbox"/> Administrator şef <input type="checkbox"/> Manager recepție	
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/şef de departament (nivel 3)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Sector	Hoteluri, (inclusiv Moteluri, Stațiuni balneare, etc.), Pensiuni
Categorie loc de muncă	Operațiuni menaj

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează cameristă într-un hotel sau pensiune sau o unitate similară, cu responsabilitatea de a face curățenie și deservi spațiile publice, camerele de dormit și băile oaspeților. Lucrează sub directa supraveghere a Supraveghetorului pentru menaj	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Lucrător <input type="checkbox"/> Cameristă începător <input type="checkbox"/> Îngrijitor <input type="checkbox"/> Cursant	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Cameristă <input type="checkbox"/> Îngrijitor <input type="checkbox"/> Personal menaj <input type="checkbox"/> Personal curățătorie
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi</i>	

	<i>începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>

Nivel 3

Profil	Lucrează ca director housekeeper sau manager servicii de cazare într-un hotel o unitate similară, cu responsabilitatea de a conduce și supravegheade servirea spațiilor publice, camerelor de dormit și băilor oaspeților
Funcții	Manager/Şef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Manager menaj <input type="checkbox"/> Director cameriste <input type="checkbox"/> Manager servicii Cazare <input type="checkbox"/> Supraveghetor etaj
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/şef de departament (nivel 3)</i>
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>

Sector	Operațiuni călătorii
Categorie loc de muncă	Tur-operator

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează ca tur-operator sau asistent pentru un tur-operator; planifică itinerarii, pachete și excursii, asistă stabilirea tarifelor de călătorie, organizează transferuri și înregistrări la hotel, dă instrucțiuni ghizilor și șoferilor de pe rutele interne, întocmește vaucherele, schițează comentarii pentru ghidurile turistice, colaborează la proiectarea broșurilor, vinde servicii și realizează o serie de alte îndatoriri.	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Organizator asistent tur-operator <input type="checkbox"/> Asistent tur-operator <input type="checkbox"/> Reprezentant tur-operator <input type="checkbox"/> Funcționar tur-operator <input type="checkbox"/> Reprezentant călătorii începător <input type="checkbox"/> Operator vânzări <input type="checkbox"/> Funcționar ghișeu <input type="checkbox"/> Asistent călătorie <input type="checkbox"/> Cursant	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Tur-operator <input type="checkbox"/> Reprezentant călătorie <input type="checkbox"/> Funcționar șef călătorie <input type="checkbox"/> Inspector transfer <input type="checkbox"/> Inspector/Agent Ticketing <input type="checkbox"/> Funct. sup. Pachete călătorie <input type="checkbox"/> Operator vânzări <input type="checkbox"/> Consultant călătorie <input type="checkbox"/> Funcționar/Agent reclamă
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	

Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>
------------------	---

Nivel 3

Profil	Lucrează ca manager sau manager asistent pentru un tur-operator; responsabil cu conducerea eficientă a activității tur-operatorului, analiza, raportarea și implementarea planurilor strategice și operaționale și îndeplinește o serie de îndatoriri administrative, inclusiv controlul afacerii.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Director <input type="checkbox"/> Director adjunct <input type="checkbox"/> Manager Tur-Operator <input type="checkbox"/> Șef Tour Officer <input type="checkbox"/> Șef birou Ticketing <input type="checkbox"/> Șef Marketing și Vânzări/Relații publice <input type="checkbox"/> Manager tehnologie informațională <input type="checkbox"/> Manager Produs <input type="checkbox"/> Manager contabil (pentru călătorii sau destinații specializate)
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>

Sector	Operațiuni călătorii
Categorie loc de muncă	Agent de călătorie

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează într-o agenție de voiaj; face rezervări, completează bilete, oferă informații, vinde servicii și îndeplinește o serie de îndatoriri administrative.	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Travel Agency Assistant <input type="checkbox"/> Travel Agency Operations Assistant <input type="checkbox"/> Travel Agency Counter Clerk <input type="checkbox"/> Travel Agency Reservations Clerk <input type="checkbox"/> Transfer Officer <input type="checkbox"/> Secretary <input type="checkbox"/> Foreign Tourism Officer <input type="checkbox"/> Cursant	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Consultant călătorii <input type="checkbox"/> Reservation Officer <input type="checkbox"/> Accounts Clerk <input type="checkbox"/> Casier <input type="checkbox"/> Hostess/Representative <input type="checkbox"/> Itinerary Officer <input type="checkbox"/> Operator Vânzări
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Nivel 3

Profil	Lucrează într-o agenție de voiaj de retail ca manager sau supraveghetor; responsabil cu planificarea strategică și operațională și performanța generală a afacerii. Aceasta include coordonarea și planificarea realizărilor și instruirea personalului agenției de voiaj. Managerul va lucra îndeaproape cu alți manageri, va promova activ agenția de voiaj, va gestiona bugetele, piețele și va vinde serviciile și va îndeplini o serie de îndatoriri administrative, inclusiv raportarea analitică și controlul.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Director <input type="checkbox"/> Director adjunct <input type="checkbox"/> Manager Agenție de voiaj <input type="checkbox"/> Manager asistent Agenție de voiaj <input type="checkbox"/> Manager Marketing și Vânzări <input type="checkbox"/> Manager produs marketing <input type="checkbox"/> Manager tehnologie informațională <input type="checkbox"/> Șef birou bilete <input type="checkbox"/> Inspector financiar
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>

Sector	Operațiuni călătorii
Categorie loc de muncă	Ghid de turism

Nivel 1 și 2

Profil	Să furnizeze servicii de ghid de turism pentru vizitatori, în locații de ordin general sau speciale, în scop local sau național, demonstrând combinația necesară de abilități, exprimare și cunoștințe.	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Ghid de turism începător <input type="checkbox"/> Asistent ghid de turism <input type="checkbox"/> Funcționar birou de informații <input type="checkbox"/> Junior National Park Ranger <input type="checkbox"/> Ghid montan începător	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Ghid de turism <input type="checkbox"/> Tour Representative <input type="checkbox"/> Tour Group Leader <input type="checkbox"/> Tourist Information Officer <input type="checkbox"/> National Park Ranger <input type="checkbox"/> Ghid montan
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică minimum de abilități și cunoștințe necesare pentru realizarea îndatoririlor specifice locului de muncă.</i>	

Nivel 3

Profil	Să lucreze ca supraveghetor, manager sau șef de departament al unei agenții de turism cu ghid și să conducă servicii de ghid de turism pentru vizitatori, în locații de ordin general sau speciale, în scop local sau național, asigurând standarde de calitate operațională și viabilitate.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Tour Guide manager <input type="checkbox"/> Tour Guide Supervisor <input type="checkbox"/> Tour Group Leader <input type="checkbox"/> Administrator
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>

Sector	Organizația de turism
Categorie loc de muncă	Administrație publică - Turism

Nivel 1 și 2

Profil	Lucrează ca administrator pentru un departament guvernamental de turism; conduce biroul; colaborează la planificarea produselor și serviciilor turistice; colaborează la planificarea financiară și bugetară; colaborează la marketing și vânzări; întocmește broșuri de turism și comunicate de presă, colaborează la schițarea legislației și reglementărilor de turism pentru furnizorii de infrastructură, rezolvă reclamațiile turiștilor și îndeplinește o serie de alte îndatoriri.	
Funcții	Nivel 1 – Operativ începător <input type="checkbox"/> Asistent specialist în turism <input type="checkbox"/> Funcționar administrativ turism <input type="checkbox"/> Assistant Tourism Information Officer	Nivel 2 – Operativ instruit <input type="checkbox"/> Șef specialist- Turism <input type="checkbox"/> Leading Specialist- Tourism <input type="checkbox"/> Tourism Information Officer
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru fiecare nivel al locului de muncă</i>	
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	
Standarde	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru operativi începători (nivel 1) și operativi instruiți (nivel 2)</i>	

Nivel 3

Profil	Lucrează ca Șef Specialist sau administrator de conducere pentru un departament al guvernului pentru turism; conduce biroul; colaborează la planificarea produselor și serviciilor turistice; colaborează la planificarea financiară și bugetară; colaborează la marketing și vânzări; întocmește broșuri de turism și comunicate de presă, colaborează la schițarea legislației și reglementărilor de turism pentru furnizorii de infrastructură, rezolvă
---------------	--

	reclamațiile turiștilor și îndeplinește o serie de alte îndatoriri.
Funcții	Manager/Șef de departament/Supraveghetor <input type="checkbox"/> Manager de turism <input type="checkbox"/> Șef de Departament/Direcție/Servicii
Competențe	<i>Indică minimum de competențe necesare pentru acest nivel al locului de muncă</i>
Îndatoriri	<i>Indică gama de îndatoriri minime ale locului de muncă pentru nivel de conducere/șef de departament (nivel 3)</i>

5 Urmărirea etapelor corecte pentru o carieră în domeniul ospitalității și turismului

Următoarele informații reprezintă un exemplu al conținutului unei broșuri speciale care ar putea fi distribuită în școli înaintea ciclului secundar, atunci când elevii se gândesc la viitoarea carieră.

Etapa 1: Ce este turismul?

Turismul se referă la oferirea de servicii și facilități așteptate de vizitatori, inclusiv cazare, alimentație publică, transport, lucruri pe care să le vadă și lucruri pe care să le facă, precum și informații care să-i ajute să-și planifice vizita și să realizeze cât mai multe pe durata sejurului lor.

Industria, deci, acoperă o gamă largă de diferite sectoare înrudite, care lucrează împreună pentru a satisface cerințele vizitatorilor. Foarte puține industrii se pot compara cu turismul din punct de vedere al gamei locurilor de muncă pe care le oferă.

Etapa 2: Ce avantaje are un loc de muncă în domeniul ospitalității și turismului?

- 1 Oferă locuri de muncă foarte necesare
- 2 Aduce venituri pentru țară și pentru noi personal
- 3 Ne oferă șansa de a întâlni oameni din întreaga lume
- 4 Învățăm din cultura altor popoare
- 5 Ne oferă ocazia de a călători

Etapa 3: Iată câteva locuri de muncă!

HOTELURI și RESTAURANTE

- 1 Receptorieri
- 2 Personal de administrație
- 3 Casieri
- 4 Alimentație publică
- 5 Personal Housekeeping
- 6 Maestru bucătar sau personal la bucătărie
- 7 Supraveghetori

TUR-OPERATORI

- 1 Consultant rezervări
- 2 Personal de vânzări
- 3 Administrație
- 4 Ghid de turism
- 5 Șofer

DEPARTAMENTE DE TURISM

- 1 Funcționar Marketing
- 2 Funcționar Informare
- 3 Funcționar Planificare
- 4 Contabil
- 5 Funcționar Personal
- 6 Receptorier

COMPANII AERIENE

- 1 Personal Operațiuni
- 2 Pilot
- 3 Personal Marketing
- 4 Însoțitori de bord

plus multe altele în:

ÎNCHIRIERI MAȘINI

SPORT și DIVERTISMENT

DEPARTAMENTE DE CONDUCERE

VAMĂ și IMIGRAȚIE

OPORTUNITĂȚI DE PROMOVARE

Toate locurile de muncă de pe această pagină a broșurii ar putea conduce spre ocuparea unui post de **conducere** de către cei care corespund. Cei care chiar doresc acest lucru. Discutați cu managerii din industrie și veți vedea că mulți dintre ei au început de la nivelul de bază și au urcat pe scara ierarhică.

Etapa 4: De unde puteți obține mai multe informații?

Acum că știți ce multe oportunități există în industrie, sunt siguri că veți dori să știți mai mult. Prin contactarea unui Institut de formare în domeniul ospitalității, deja ați început cercetarea. Oamenii cu care veți discuta vă vor sfătui unde să vă adresați în continuare ca să obțineți informații despre un anumit subiect.

Sau contactați direct Departamentul de dezvoltare a resurselor umane, formare și conștientizare a turismului din cadrul Organizației Naționale a Turismului (adresă + detalii de contact).

În afara acestor surse de informare cu privire la cariere, adresați-vă uneia di asociațiile din domeniul ospitalității și turismului, sau contactați hoteluri sau alte unități în domeniu, care vor fi nerăbdători să va ajute să vă alăturați nouă, celor din domeniul ospitalității și turismului.

Etapa 5: Calificări și caracteristici personale

CALIFICĂRILE pot fi obținute în institutele de formare în domeniul ospitalității și turismului din țară, prin programe oficiale de formare profesională. Mulți vor obține mai multe calificări prin formarea ulterioară la locul de muncă, atunci când vor lucra în industrie.

CARACTERISTICILE PERSONALE pot fi uneori mai importante decât calificările pentru a obține un loc de muncă. Este întotdeauna posibil să deprinzi noi abilități, dar este foarte dificil să-ți schimbi calități naturale, cum ar fi entuziasmul natural și personalitatea.

Desigur, pentru unele locuri de muncă trebuie să ai calificare, cum ar fi cel de pilot sau maestru bucătar și este necesară instruirea pentru ocuparea unui post de conducere, dacă asta este aspirația.



Master Planul pentru Dezvoltarea
Turismului Național 2007-2026

Etapa 6: Acum, dacă ați ajuns aici

Faceți pasul următor și alegeți o carieră în domeniul ospitalității și turismului!

6 Castelul și Parcul popular din Bunratty

Parcul popular din Bunratty (Bunratty Folk Park) constă în reconstituirea caselor și mediului specific Irlandei de acum peste un secol. Ferme țărănești, magazine și străzi sătești sunt recreate și decorate așa cum erau în acele vremuri.

În Folk Park există o multitudine de clădiri cu arhitectură specifică locului, reprezentative pentru toate păturile sociale, de la cea mai sărăcăcioasă locuință de o cameră, până la **Casa Bunratty**, un bun exemplu al unei reședințe georgiene a aristocrației (construită în 1804, casă a familiei Studdart, ultima familie care a ocupat Castelul Bunratty).

Village Street (Strada Satului) indică viața satului din Irlanda în secolul al XIX-lea. Târgurile și piețele din Village oferă ocazia fermierilor și meșteșugarilor rurali să-și vândă produsele pentru bani cash, în timp ce magazinele oferă produse pentru locuitorii din mediul rural. La începutul secolului al XVIII-lea, oamenii de la țară își produceau singuri majoritatea celor necesare, alimente, haine și alte bunuri și trebuiau să cumpere numai produse de lux cum ar fi zahăr, sare, ceai Casele și magazinele din sat au fost alese din mai multe zone diferite, pentru a forma o colecție de clădiri urbane irlandeze specifice secolului al XIX-lea. A se vedea Școala, Casa doctorului, Amanet, Bar, Țesătorie, Imprimerie, Băcănie, Magazin fierărie, Ceramică și Poștă.

MacNamara and Sons la capătul străzii satului este un bar autorizat să funcționeze ca **pub** în stilul demodat al unui bar de hotel, dar care oferă facilități moderne de catering. Fiți siguri și intrați la Mac's pentru o halbă! Barul este astfel decorat ca să reflecte stilul de viață din acea vreme și faptul că în acea vreme cârciumarul nu vindea numai băutură, dar făcea comerț și cu produse de băcănie și fierărie.

Personaje costumate recrează tradițiile și stilul de viață specifice unei epoci apuse și animează Parcul popular. Personajele includ Bean a Ti (gospodina), R.I.C. polițistul, Profesorul ș.a.m.d. Ocupațiile și meseriile tradiționale sunt de asemenea reprezentate, morărit, fierărie, olărit, tipărit, brutărie, cultivarea pământului etc.

Ardcroney Church – o clădire originală a unei biserici irlandeze, care a fost mutată piatră cu piatră din Ardcroney, Co. Tipperary și reconstruită în Folk Park pentru a fi dezvelită pentru public în 1998 aici, la Bunratty.

Hazelbrook House (reconstruită în the Folk Park în 2001) a fost inițial construită în 1898 și a fost locuința fraților Hughes care au produs înghețata HB – un nume de gospodărie în Irlanda. Casa Hazelbrook, construită în 1898 a fost locuința fraților Hughes care inițiat industria produselor lactate în anii 1800 și au produs ulterior înghețata HB, care a devenit un nume de înghețată produsă în gospodărie în Irlanda și așa a rămas până astăzi.

Hazelbrook House oferă vizitatorului ocazia unică de a învăța despre evoluția producerii înghețatei de la producția casnică până la o fabrică modernă de producție din zilele noastre. Casa prezintă istoria familiei de industriași Hughes care au fost pionierii mărcii HB.

O altă trăsătură a Folk Park este grădina oficială **Bunratty Walled Garden**, copie fidelă a grădinii originale din perioada Regenței care aproviziona cu fructe, legume și flori Casa Bunratty construită în 1804, iar acum este renovată în stil Victorian. Grădinile din Bunratty Folk Park au fost restaurate cu asistența unei donații ERDF prin programul de restaurare "Great Gardens of Ireland Restoration programme". Proiectul include împrejurimile Folk Park, precum și grădina originală îngrădită Regency Garden învecinată cu Bunratty House. Fiecare din secțiunile grădinii cuprinzând locuințele autohtone au fost de asemenea renovate, acordându-se o atenție deosebită plantării și

utilizării pământului în acea perioadă. Conceptul creează produsul, care este unic în Irlanda și în restul Europei. Unicitatea constă în faptul că grădinile și împrejurimile formează o parte a istoriei vieții de zi de zi a locuitorilor acelor case, așa cum o zugrăvește moștenirea noastră horticolă.

Vertical Mill (moara verticală) – este un exemplu clasic de moară rurală acționată prin căderea apei și **Horizontal Mill** (moara orizontală) – o moară de măcinat porumbul, bazată pe descoperirile unei exploatare miniere în Mashangla Co. Cork. Acest tip de moară este descris în detaliu în textele de lege irlandeze de acum 1000 de ani. Acest gen de mori au fost utilizate până la mijlocul acestui secol.

Caracteristicile Parcului popular Bunratty

8 gospodării țărănești în Folk Park

1. Loop Head Farmhouse

Casa mică a unor pescari. Acoperișul din paie este legat cu funii pentru a-l proteja împotriva vântului puternic de la Atlantic. Bean a Ti (gospodina din casă) coace pâine, separă laptele și bate untul în plin sezon. O pâine dulce tradițională cunoscută sub numele de 'spotted dick' se coace aici și este foarte populară.

2. Cashen Fisherman's House

O casă simplă cu două camere a unui pescar de somoni din North Kerry. O mare parte a lemnului folosit la construcția acestei case a fost recuperată din mare. Podeaua este din pământ bătătorit.

3. Mountain Farmhouse

O casă a unor fermieri săraci, tipică pentru zona de graniță de la Limerick și Kerry. Are un pod folosit ca spațiu de dormit suplimentar.

4. Shannon Farmhouse

Prima casă țărănească care a fost reconstruită în acest loc și care a marcat începutul dezvoltării de la Bunratty Folk Park. Casa a fost mutată de unde fusese inițial amplasată, pe pista aeroportului Shannon Airport.

5. Bothan Scóir

O locuință cu o cameră a unui sărman muncitor fără pământ.

6. Golden Vale

Locuința unor fermieri prosperi, din bogatele ținuturi Golden Vale ale regiunilor Limerick și Tipperary. Ea are grajduri, staule și un hambar pentru porumb. Aici, Bean a Ti coace pâine neagră, prăjitură "porter cake", tartă cu mere și pâine "griddle bread" tot anul. Felii de pâine fierbinte cu unt topit reprezintă gustarea preferată în această casă.

7. North Clare Farmhouse

Reflectă stilul și materialele de construcție din zona Moher în North Clare. Această casă provine dintr-o zonă aproape de Cliffs of Moher în North Co. Clare. Piatra din acele locuri, dale groase de piatră sunt folosite ca material pentru diferite construcții, case, clădiri, ziduri, piloni pentru porți etc. Dalele de piatră erau aduse adesea ca zestre de către mireasă în noua ei casă.

8. Byre Dwelling

Un exemplu din ținutul Mayo a unei locuințe ocupate atât de oameni, cât și de vacile lor. În apropiere se află o cocină de porci.

7 Geoturism

Într-un studiu recent al pieței americane – dar cu mare semnificație pentru alte piețe cheie generatoare, inclusiv cele din Europa – National Geographic Society, în asociere cu Travel Industry Association of America, au identificat trei mari categorii de turiști: pentru *turism, odihnă și recreere, și divertisment*.

Stilul **turismului** depinde de caracteristicile umane și fizice ale unei locații. Este tipic, dar nu limitat la etapele incipiente ale dezvoltării turismului, înainte de a deveni industrializat. Activitățile caracteristice includ vizitarea obiectivelor turistice și istorice, drumeții, fotografiere și gustarea preparatelor locale specifice. Stilul turism se caracterizează prin impact difuz și susținerea micilor activități. Caracteristica de bază a stilului acestei destinații este faptul că necesită protecția mediului și a patrimoniului și că necesită arhitectură, peisaje, bucătărie, etc., distincte ale locului. El se bazează pe trăsăturile particulare ale unui loc care îl diferențiază de oricare altul. În mod specific, deci, nu e vorba doar de o frumoasă lagună, ci de modul în care oamenii locului se asociază acestui aspect al mediului. Există multe lagune - diferențierea în mare parte vine din elementele ocupațiilor umane în cadrul economiei locale, culturale, de patrimoniu. Această formă de turism a fost denumită *geoturism* de către National Geographic Society.

Stilul **odihnă și recreere** depinde de trăsăturile fizice ale unui loc, dar nu depinde în general mult de caracterul uman al unui loc - cultura umană sau patrimoniul. Activitățile, stațiunile de litoral, parcurgerea pe jos a unui teren de golf (mai degrabă decât printre tufișuri), schi pe pârtie (mai degrabă decât schi prin țară cu tehnologii reduse), sporturi nautice și locuințe de vacanță. Asociate cu riscul de întindere, impact asupra mediului și oportunități pentru arhitectură, peisaje, bucătărie, care se adaptează specificului local.

Cel de al treilea stil al destinației, **divertismentul** definit de National Geographic ca nedepinzând deloc de specificul locului. Acest stil este caracteristic pentru parcurile tematice, mall-urile cu outlet-uri, parcurile de distracții, centrele de divertisment, arene sportive și cazinouri. Stilul turismului modifică caracterul local; este un element cu mare impact și generator de locuri de muncă (deși multe locuri de muncă au caracter servil). Acesta este turismul de masă cu mare trafic. Cea mai importantă concluzie trasă de National Geographic din aceasta este că dacă dezvoltarea este neverificată și neîndrumată, stilul destinației va devia de la "turism" la "odihnă și recreere" până la "divertisment." Și asta deoarece calea dezvoltării este determinată în cea mai mare parte de un mare număr de decizii comerciale individuale, și mai puțin de o viziune colectivă și un plan al turismului.

Un aspect frapant al muncii din geotourism îl reprezintă rezultatele unui studiu combinat realizat în 2002 de National Geographic împreună cu Tourism Industry Association of America. Acesta a identificat 53 milioane de oameni din SUA care au călătorit în ultimii trei ani ca fiind candidați pentru geoturism – cei care s-au încadrat în categoriile aferente segmentelor de *geo-pricepuți, sofisticați urbani și buni cetățeni* identificate în studiu (vezi *Executive Summary* pe www.tia.org/survey.pdf).

Geoturistii combină dorința de împlinire a călătoriei în parametri mai largi decât cei de ordin fizic, superficiali, cu un interes al oamenilor pentru originalitatea față de locurile pe



care le vizitează. Stabilirea țințelor asupra geotouriștilor implică identificarea și apelarea la valorile, interesele, aspirațiile și conștiința popoarelor. Cel mai bun exemplu al unei țări care a adoptat o strategie orientată către geoturiști este Noua Zeelandă. Acolo geoturiștii sunt numiți *turiști interactivi*.

8 Metodologia stabilirii obiectivelor-țintă privind vizitatorii și cerințele de cazare

8.1 Aspecte ale stabilirii țăntelor

Ce avem

Totalul sosirilor sunt disponibile pe țări de proveniență până în 2006 inclusiv, dar acestea includ vizitatori zilnici – în special din țările învecinate; și nu este posibil să se separe înnoptările – sau turiștii – de totalul sosirilor vizitatorilor.

Înregistrările cazărilor și volumul nopților petrecute în aceste spații de cazare sunt disponibile pentru oaspeții români și străini pe țări de origine pentru 2005 și 2006, dar numai ca cifre totale în primii ani. Sunt disponibile analize pentru:

- 2006 tip de locație vizitată sau loc de sejur
- 2007 tip și categorie de cazare

Există totuși două probleme care reduc corectitudinea acestor date ca măsură a cererii turiștilor pentru cazare comercială. Mai întâi, există multiple contabilizări ale aceluiași înregistrări de cazare, astfel încât dacă un turist face o călătorie în circuit, el/ea este numărat cu fiecare ocazie când se înregistrează la o unitate de cazare turistică. În al doilea rând, există un grad de neraportare, având în vedere că cerința ca unitățile de cazare înregistrate să-și înregistreze veniturile lunare nu este obligatorie și există un volum substanțial de cazare neînregistrată atât sub forma unor mici operațiuni pentru care nu există cerința legală de înregistrare (de exemplu 5 camere în case particulare) și piața “neagră” unde unitățile optează să nu se înregistreze.

Ce nu avem

Nu există evidențe ale sosirilor sau înregistrări ale cazărilor pe țări în funcție de scopul vizitei.

Aspecte

Ce legătură se poate stabili între sosirile turiștilor străini și clienții cazării? În afară de ultimul an, există o diferență considerabilă în tendințele de la un la altul în ceea ce privește sosirile și înregistrările cazărilor, de exemplu:

- 2003 – sosiri +16,7%, înregistrări +10,6%
- 2004 – sosiri +18,0%, înregistrări +23%
- 2005 – sosiri -11,5%, înregistrări +3,9%
- 2006 – sosiri +3,4%, înregistrări -3,5%

deși aceasta arată că s-a înregistrat o creștere mai mare a cazărilor străinilor decât a vizitatorilor zilnici și a celor care au optat pentru cazare în case particulare.

Analiza tipului de locație disponibilă nu “corespunde” în totalitate produsului/oportunităților de piață, de exemplu Constanța – o parte centrală a produsului de litoral – nu este inclusă în categoria “litoral”, ci în cea denumită “București și orașe reședință de județ”. În mod similar, locații din categoriile “stațiuni montane” și “stațiuni balneare” nu includ orașe reședință de județ, și astfel totalurile acestor categorii atenuază cererea prin faptul că ele oferă – sau asigură o bază centrală de acces pentru schi și respectiv facilități de tratament. Brașov, Sibiu și Târgu Mureș prezintă cele mai mari probleme din acest punct de vedere. În mod similar, cererea pentru București nu poate fi separată din totalul reprezentat de “București și orașe reședință de județ”.

Abordare propusă

Pare a avea puțină relevanță încercarea de a stabili corespondența dintre datele sosirilor și statisticile cazării, întrucât primele includ vizitatori zilnici, în timp ce ultimele înregistrează vizitatori care călătoresc prin țară de fiecare dată când se înregistrează la o unitate de cazare. Comparând cele două seturi de statistici, au existat 5,8 milioane sosiri în 2005, dar numai 1,4 milioane înregistrări cazări pentru străini. Chiar în cadrul piețelor de origine străină există variație: pentru europeni neincluși în UE sub 0,2 milioane înregistrări cazare au fost înregistrate în acel an, față de sosiri la frontieră de peste 2,6 milioane; în timp ce pentru țări separate cum sunt Marea Britanie, Israel și Japonia, volumul sosirilor cu cazare depășește cifra sosirilor – o indicație a călătoriilor în circuit implicând înregistrări multiple de cazare pentru vizitatorii provenind din aceste țări.

Ținte ale ratei de creștere au fost stabilite pentru sosiri pentru următoarele nouă țări/grupe de țări, selectate după două criterii, și anume:

1. ele au oportunități pentru segmente de piață comune care pot fi stabilite ca ținte prin campanii de marketing și promovare similare, sau
2. ele prezintă proiecții diferite de creștere pentru România:
 - UE centrală/de est: state cum sunt Bulgaria, Republica Cehă, Ungaria, Polonia, Slovacia, Slovenia
 - UE de nord: state cum sunt Germania, Austria, țările scandinave și baltice plus state neincluse în UE: Norvegia și Elveția
 - UE de mijloc/sud: Benelux, Franța, Italia, Portugalia, Spania, Grecia, Cipru și Malta
 - UE de vest: Marea Britanie și Irlanda
 - țări din Europa, neincluse în UE: Moldova, Ucraina, Bulgaria, Turcia, Serbia/Muntelegru, Federația Rusă, Belarus, Croația și state mai mici neincluse în UE
 - America de Nord: SUA, Canada
 - Israel
 - Japonia
 - Restul lumii

Această clasificare este utilizată în analizele de piață, strategia de marketing, planurile de marketing și promovare.

Pentru a dezvolta cerințele de estimare a cazării, a fost necesară o abordare diferită.

- a. **înregistrări cazare** au fost utilizate, cu variabile aplicate așa cum se prezintă mai jos pentru a ajunge la cerințele de cazare pentru fiecare din anii țintă,
- b. niveluri țintă de înregistrare au fost întocmite atât pentru **români (total), cât și pentru străini** pentru fiecare din anii țintă, de exemplu 2011, 2016, 2021 și 2026. S-a adoptat o formulă mai simplificată pentru țara/regiunea de origine a oaspeților străini țintă decât cea utilizată pentru ținte ale sosirilor – pentru a evita supracomplicațiile și apariția unei corectitudini de microdetaliu care ar fi falsă: de exemplu

- Europa în cadrul UE,
- Europa în afara UE, și
- Restul lumii

Ratele de creștere pe perioadele țintă pentru țările/regiunile țintă s-au bazat pe cele ale țintelor de piață pentru sosiri mai detaliate, dar ușor mai ridicate pentru a reflecta o rată de conversie mai ridicată între înregistrările sosirilor și ale cazărilor

în timp. Ca urmare a ratelor mari de creștere, raportul dintre sosiri și înregistrări crește pe perioada stabilirii țintelor de la 35% în 2005 la 48% în 2026 pentru turiștii UE; de la 4,5% la 8,5% pentru turiști din afara UE; și de la 81% la 85% pentru turiștii din restul lumii.

c. trei **niveluri de cazare** au fost utilizate, de exemplu:

- ridicat (4/5*),
- mediu (2/3*),
- scăzut (1* și neclasificat)

NB: diferențele variază în funcție de țara/regiunea sursă (cu cele mai recente statistici ale cazării folosite pentru orientare) și câteva modificări au fost încorporate pe perioadele de timp țintă pentru a reflecta creșterea nivelului cazării și a cererii pieței.

d. au fost utilizate trei **tipuri de locație**, de exemplu:

- oraș/urban,
- stațiuni,
- locații de circuit

NB: a fost dificilă identificarea unui set de realist de tipuri de locații. Categoriile statistice românești exclud orașele reședință de județ din tipurile de locații, astfel încât categoriile "litoral", "balneare", "zone montane" nu înregistrează în totalitate cererea pentru astfel de locații și nu pot fi folosite ca bază. În plus, ar fi incredibil dacă sugerăm că a existat o bază suficient de solidă pentru a indica ratele distincte de creștere ale acestor categorii detaliate de locații. Au fost incluse unele schimbări în combinația tipurilor de locații pentru anumite piețe, reflectând dezvoltarea reușită și marketingul produselor pe aceste piețe.

e. **durata sejurului** variabilă a fost aplicată pentru fiecare țară/regiune sursă, punctul de pornire fiind cele mai recente statistici ale cazării. Unele creșteri pe perioadele de timp stabilite ca țintă au fost incluse pentru a reflecta dezvoltarea unei game mai largi de atracții care încurajează vizitatorii să-și prelungească sejurul în țară.

f. a fost considerat un **grad de ocupare mediu** de 1,5 pentru vizitatori străini și de 1,75 pentru oaspeți români (pe baza mixului estimat între oaspeți în scop de afaceri și oaspeți în alt scop)

g. a fost aplicat un **grad de ocupare mediu anual țintă** de 65%.

8.2 Țintele cererii turiștilor

Țintele prezentate în tabelele de mai jos iau în considerare revizuirea datelor existente și tendințelor de piață cunoscute – pe baza cunoștințelor preexistente ale consultantului, a diferitelor rapoarte ale studiilor de piață realizate în 2006 în numele ANT de către diferite centre de cercetare pe 14 piețe generatoare, și a altor cercetări ale consultantului în Europa.

Tabelul 11 arată că, în termeni generali, creșterea anuală medie pe întreaga perioadă a Master Planului pentru turism este stabilită la 4 75%, conducând la o creștere de două ori și jumătate a sosirilor vizitatorilor în România. Creșterea este planificată a fi mai mare din țările UE (altele decât Europa centrală și de est), America de Nord și Israel – pentru toate 7,5% pe an, cu cea mai puternică extindere din toate – deși de la un volum bază redus – din Japonia – aproape de 10% pe an.

Până în 2011, un total de aproape 5 milioane sosiri poate fi anticipat din țările UE,

preluând fluxurile din țările neincluse în UE. Până la sfârșitul perioadei Master Planului pentru turism, o cifră țintă a sosirilor între 8,5 și 9 milioane rezidenți UE reprezintă ținta. Volumul nord-americanilor se poate mări de patru ori de la 164 mii în 2006 până la aproape 700 mii până în 2026. Vizitatorii israelieni vor depăși un sfert de milion de la baza actuală de 62 mii. Sosirile din alte părți ale lumii – în special de pe piețele asiatice – sunt stabilite a crește de la puțin peste 100 mii pentru a se apropia de jumătate de milion până în 2026. Fluxul de vizitatori japonezi este în prezent de 14 mii și o creștere până la aproape 100 mii poate fi realist țintită până la sfârșitul perioadei.

8.3 Ținte pentru cazare

Conform Tabelului 12, România oferă în prezent 141.597 camere (de exemplu, în 2005 cifra era de 283.194 locuri împărțit la 2). Un grad de ocupare de 65% nu va avea nevoie de acest nivel până în 2020. Pentru ca nivelul actual al cererii să fie satisfăcut la aproximativ 65% grad anual de ocupare, România avea nevoie de mai puțin de 50.000 camere în 2005. Sunt necesare hoteluri de înaltă calitate – chiar între oferta actuală și 2011, numărul trebuie să crească cu aproape 50%; deși există o supraofertă uriașă de cazare de nivel inferior. O capacitate a hotelurilor de nivel mai ridicat va fi necesară până în 2026, majoritatea amplasate în orașe.

Pe baza cererii planificate, oferta în locațiile de pe litoral vor reprezenta jumătate din nivelul actual până în 2026, indicând necesitatea presantă pentru cazarea de calitate inferioară în aceste locații – și la centre de turism – să fie îmbunătățită sau transformată pentru utilizare în alte scopuri.

Desigur, utilizarea unui grad de ocupare mediu mai scăzut de 65% ar oferi o imagine mai pozitivă din punct de vedere al noilor cerințe de camere – în special în locațiile de pe litoral. Totuși, având în vedere că un obiectiv central al exercițiului Master Planului pentru turism este atragerea de investiții în țară, în sectorul turismului, utilizând orice altă formulă decât cea care poate fi acceptabilă pentru potențialii investitori ar induce în eroare și ar putea conduce la respingerea și pierderea unor posibile investiții. Utilizarea unei norme de ocupare de 65% este de asemenea justificată de faptul că hotelierii /stațiunile de la Marea Neagră au oportunitatea ca prin dezvoltarea și diversificarea produselor corespunzătoare să prelungească substanțial sezonul de funcționare.

9 Fișa postului pentru membrii conducerii superioare a ONT

Director executiv – Organizația Națională a Turismului

Profil personal

- Evidente calități de lider
- Cunoștințe serioase de management.
- Diplomă de licență în Economie sau Management sau domenii înrudite.
- Cel puțin cinci ani de experiență la nivel de conducere
- Cunoașterea industriei turismului constituie un avantaj

Descriere generală:

Directorul executiv este responsabil cu funcționarea continuă a Organizației Naționale a Turismului, implementarea planurilor de dezvoltare și de marketing și realizarea eficientă a sarcinilor și obiectivelor acesteia.

Directorul Executiv va asigura dezvoltarea și implementarea abordării parteneriatului dintre Guvern și sectorul privat prin dezvoltarea și implementarea tuturor activităților organizației pe bază de parteneriat

Sarcini și responsabilități:

- Dezvoltarea și prezentarea planurilor, strategiilor și bugetelor anuale pentru ONT în vederea aprobării de către Consiliul de Administrație
- Aprobarea pentru prezentarea în Consiliul de Administrație a planurilor, strategiilor și bugetelor anuale ale Direcțiilor
- Păstrarea legăturii cu reprezentanții industriei turismului din România și de pe piețele internaționale pentru a asigura totala lor implicare și susținere față de organizație și obiectivele acesteia
- Selectarea candidaților la conducerea superioară pentru a-i recomanda Consiliului de Administrație în vederea numirii pe post în cadrul ONT.
- Distribuirea sarcinilor către conducerea superioară și urmărirea realizării acestor sarcini
- Asigurarea controalelor corespunzătoare și siguranței activelor și resurselor financiare ale ONT
- Asigurarea celei mai eficiente utilizări a resurselor financiare, fizice și umane ale ONT în vederea realizării obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării procedurilor stabilite pentru achiziționare și contractare
- Recomandarea către Consiliul de Administrație a planurilor, strategiilor,

operațiunilor și bugetelor necesare pentru realizarea obiectivelor ONT

- Asigurarea respectării bugetelor organizației și informarea Consiliului de Administrație în legătură cu orice depășire a bugetelor aprobate
- Raportarea către Consiliul de Administrație în legătură cu activitățile, realizările și nerealizările Organizației

Limitarea responsabilităților:

- Nemodificarea bugetelor fără aprobarea Consiliului de Administrație
- Neangajarea ONT în responsabilități financiare sau de altă natură în afara celor aprobate de Consiliul de Administrație

Responsabil față de:

Consiliul de Administrație

Responsabil pentru:

Directorii și personalul din cadrul Organizației

Criterii de performanță:

Realizarea sarcinilor stabilite

Director Marketing

Profil personal

- Evidente calități de lider
- Cunoștințe serioase de marketing și management, preferabil marketing internațional
- Cunoașterea industriei turismului și a sistemului de distribuție
- Diplomă de licență în Turism, Marketing sau domenii înrudite și cel puțin cinci ani de experiență la nivel de conducere în marketingul consumatorilor

Descriere generală:

Directorul de Marketing este responsabil pentru marketingul României ca destinație turistică dorită și asigură realizarea ȋintelor aprobate, prin implementarea strategiilor și planurilor stabilite.

Directorul de Marketing va asigura dezvoltarea și implementarea abordării parteneriatului dintre Guvern și sectorul privat prin dezvoltarea și implementarea tuturor activităților de marketing pe bază de parteneriat, utilizând Consiliul Consultativ de Marketing

Sarcini și responsabilități:

- Realizarea cercetării și formularea strategiilor, planurilor și acțiunilor de marketing anuale, pe termen mediu și lung pentru promovarea României ca destinație turistică atractivă.
- Întocmirea proiectelor bugetelor, planurilor și strategiilor de marketing pentru a le prezenta Consiliului Consultativ de Marketing
- Sub îndrumarea și recomandarea Consiliului Consultativ de Marketing întocmește bugetele, planurile și strategiile în vederea aprobării de către Directorul Executiv și Consiliul de Administrație și implementării ulterioare
- Publicarea statisticilor de turism, studiilor de cercetare, planurilor de marketing și a altor informații de interes pentru industrie.
- Promovarea și promovarea țării pe plan local, regional și internațional, ca destinație turistică de marcă.
- Înființarea, dotarea, operarea, contractarea sau colaborarea la funcționarea Birourilor /Reprezentanțelor de pe piață în ceea ce privește promovarea turismului pe piețe internaționale și regionale viabile.
- Colaborarea și îndrumarea organizațiilor profesionale regionale, județene și comunale cu privire la marketingul din zonele respective pe piețele interne și regionale corespunzătoare.
- Colaborarea la dezvoltarea abilităților de marketing și a inițiativelor de cooperare în cadrul industriei
- Promovarea unei conștientizări sporite a beneficiilor turismului
- Selectarea personalului pentru numirea în funcții în cadrul Direcției, cu aprobarea Directorului Executiv.
- Repartizarea sarcinilor către personalul de conducere și urmărirea realizării acestor sarcini
- Asigurarea controalelor corecte și a siguranței activelor și resurselor financiare ale ONT
- Asigurarea celei mai eficiente utilizări a resurselor financiare, fizice și umane în vederea realizării obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării procedurilor stabilite pentru achiziționare și contractare
- Recomandarea către Directorul Executiv a planurilor, strategiilor, operațiunilor și bugetelor necesare pentru realizarea obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării bugetelor organizației și informarea Directorului Executiv

în legătură cu orice depășire a bugetelor aprobate

- Raportarea către Directorul Executiv în legătură cu activitățile, realizările și nerealizările Direcției

Limitarea responsabilităților:

- Nemodificarea bugetului de marketing fără aprobarea Directorului Executiv
- Neangajarea ONT în responsabilități financiare sau de altă natură în afara celor aprobate de Directorul Executiv

Responsabil față de:

Directorul Executiv

Responsabil pentru:

Directorii și personalul din Direcția Marketing

Criterii de performanță:

Realizarea sarcinilor stabilite

Director Dezvoltare

Profil personal

- Evidente calități de lider
- Cunoștințe serioase de dezvoltare și management
- Cunoașterea planificării dezvoltării, a strategiilor, politicilor și operațiunilor din sectorul public
- Diplomă de licență în planificare, construcții sau arhitectură sau un domeniu înrudit și cel puțin cinci de experiență la nivel de conducere în dezvoltarea pe plan fizic

Descriere generală:

Directorul de Dezvoltare este responsabil cu dezvoltarea produselor, serviciilor și infrastructurii turismului din România.

Directorul de Dezvoltare va asigura dezvoltarea și implementarea abordării parteneriatului dintre Guvern și sectorul privat prin dezvoltarea și implementarea tuturor activităților de dezvoltare pe bază de parteneriat.

Sarcini și responsabilități:

- Întocmirea planurilor, bugetelor și strategiilor anuale pentru a fi aprobate de către

Directorul Executiv și Consiliul de Administrație în vederea implementării ulterioare

- Realizarea și actualizarea cu caracter de regularitate a inventarului resurselor turistice.
- Recomandarea și întocmirea strategiilor și master planurilor de dezvoltare a turismului în vederea direcționării investițiilor naționale în turism.
- Recomandarea adresată ministerelor, agențiilor naționale și regionale, agențiilor donatoare, consiliilor locale și primăriilor privind alocarea resurselor cu impact asupra turismului
- Aprobarea, conform legii, a planurilor pentru zonele și stațiunile turistice și a propunerilor și planurilor de construcții care trebuie utilizate pentru turism.
- Asigurarea studiilor de impact asupra mediului pentru obiectivele sau zonele turistice, conform cerințelor.
- Promovarea, încurajarea și colaborarea sub alte forme la asigurarea, extinderea sau îmbunătățirea unităților de cazare pentru turiști.
- Promovarea, încurajarea și colaborarea sub alte forme la asigurarea, extinderea sau îmbunătățirea facilităților, produselor și confortului în stațiunile turistice și în alte locații, pe care ONT le consideră necesare pentru dezvoltarea turismului către și în țară.
- Promovarea, încurajarea și colaborarea sub alte forme cu consiliile locale și primăriile pentru protejarea și păstrarea activelor turistice.
- Întocmirea planurilor de dezvoltare a produselor, a planurilor fizice, studiilor de fezabilitate ș.a.m.d. destinate a promova dezvoltarea produselor turistice.
- Consilierea, informarea și colaborarea sub altă formă cu potențialii dezvoltatori de turism
- Controlul calității și siguranței și dezvoltarea unor standarde înalte de servire
- Promovarea unor standarde înalte ale facilităților și de confort
- Asigurarea furnizării informațiilor și serviciilor către turiști în țară prin intermediul unei rețele a Centrelor de Informare Turistică (CIT)
- Selectarea personalului pentru numirea în funcție, cu aprobarea Directorului Executiv, în cadrul Direcției.
- Repartizarea sarcinilor către personalul de conducere și urmărirea realizării acestor sarcini
- Asigurarea controalelor corecte și a siguranței activelor și resurselor financiare

ale ONT

- Asigurarea celei mai eficiente utilizări a resurselor financiare, fizice și umane în vederea realizării obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării procedurilor stabilite pentru achiziționare și contractare
- Recomandarea către Directorul Executiv a planurilor, strategiilor, operațiunilor și bugetelor necesare pentru realizarea obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării bugetelor organizației și informarea Directorului Executiv în legătură cu orice depășire a bugetelor aprobate
- Raportarea către Directorul Executiv în legătură cu activitățile, realizările și nerealizările Direcției

Limitarea responsabilităților:

- Nemodificarea bugetului de marketing fără aprobarea Directorului Executiv
- Neangajarea ONT în responsabilități financiare sau de altă natură în afara celor aprobate de Directorul Executiv

Responsabil față de:

Director Executiv

Responsabil pentru:

Directorii și personalul Direcției Dezvoltare

Criterii de performanță:

Realizarea sarcinilor stabilite

Director Dezvoltarea industriei resurselor umane (DRU)

Profil personal

- Evidente calități de lider
- Cunoștințe serioase în domeniul DRU și management
- Cunoașterea planificării dezvoltării, strategiilor și politicilor de resurse umane, de preferat în industria ospitalității
- Diplomă de licență în managementul resurselor umane sau domenii înrudite și cel puțin cinci ani de experiență la nivel de conducere în învățământ sau formare

profesională

Descriere generală:

Directorul DRU este responsabil cu asigurarea forței de muncă instruite pentru industria turismului din România.

Directorul DRU va asigura dezvoltarea și implementarea abordării parteneriatului dintre Guvern și sectorul privat prin intermediul Comitetului de consiliere a DRU.

Sarcini și responsabilități:

- Întocmirea proiectelor de bugete, planuri și strategii în vederea aprobării de către Comitetul de consiliere DRU
- Sub îndrumarea și cu recomandarea Comitetului de consiliere DRU întocmește bugetele, planurile și strategiile în vederea aprobării de către Directorul Executiv și Consiliul de Administrație și pentru implementarea ulterioară
- În consultare cu Comitetul de consiliere DRU asigură resursele umane adecvate din punct de vedere al educației, abilităților și numeric pentru a satisface cerințele unor servicii de calitate în industria turismului.
- Participă cu regularitate la consultări sectoriale și studii de cercetare pentru identificarea cerințelor de instruire din turismul național.
- Cooperează cu organismele de resort pentru dezvoltarea și actualizarea curriculei naționale la toate nivelurile de personal din industria ospitalității, călătoriilor și turismului.
- Asigură și promovează programe de formare a formatorilor (“train the trainers”) corespunzătoare pentru organizațiile din domeniul ospitalității, călătoriilor și turismului.
- Se afiliază cu orice universitate internațională sau națională, din domeniul ospitalității sau de pe nivelul terțiar, astfel încât să dezvolte și să ofere programe de înalt nivel în domeniul ospitalității și al studiilor de turism.
- Selectarea personalului pentru numiri în funcție, cu aprobarea Directorului Executiv, în cadrul Direcției.
- Repartizarea sarcinilor către personalul de conducere și urmărirea realizării acestor sarcini
- Asigurarea controalelor corecte și a siguranței activelor și resurselor financiare ale ONT
- Asigurarea celei mai eficiente utilizări a resurselor financiare, fizice și umane în vederea realizării obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării procedurilor stabilite pentru achiziționare și contractare

- Recomandarea către Directorul Executiv a planurilor, strategiilor, operațiunilor și bugetelor necesare pentru realizarea obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării bugetelor organizației și informarea Directorului Executiv în legătură cu orice depășire a bugetelor aprobate
- Raportarea către Directorul Executiv în legătură cu activitățile, realizările și nerealizările Direcției

Limitarea responsabilităților:

- Nemodificarea bugetului din industria DRU fără aprobarea Directorului Executiv
- Neangajarea ONT în responsabilități financiare sau de altă natură în afara celor aprobate de Directorul Executiv

Responsabil față de:

Directorul Executiv

Responsabil pentru:

Directorii și personalul din cadrul Direcției DRU

Criterii de performanță:

Realizarea sarcinilor stabilite

Director Administrativ

Profil personal

- Evidente calități de lider
- Cunoștințe serioase financiare, administrative și de management
- Cunoașterea planificării, strategiilor și politicilor organizatorice, financiare și administrative
- Diplomă de licență în finanțe/economie și/sau membru într-un organism financiar/contabil recunoscut și cel puțin cinci ani de experiență la nivel de conducere în administrație

Descriere generală:

Directorul Administrativ este responsabil cu asigurarea controalelor financiare corecte,

siguranța financiară, a proprietății și echipamentului, activelor ONT și asigurarea birourilor și altor facilități corespunzător echipate și întreținute.

Sarcini și responsabilități:

- Identificarea, asigurarea și administrarea bugetului anual al organizației
- Întocmirea, în colaborare cu alte direcții și cu aprobarea Consiliului de Administrație, în vederea supunerii spre aprobarea Ministerului, a planurilor de lucru detaliate și a bugetelor anuale pentru ONT
- Transmiterea, pe baze continue, către Ministerul Finanțelor și alte ministere relevante, a informațiilor cu privire la progresul turismului, impactul său economic și potențialele impedimente în creșterea acestuia.
- Justificarea tuturor sumelor acordate ONT și a tuturor veniturilor încasate.
- Asigurarea înregistrărilor corecte a tuturor tranzacțiilor monetare
- Întocmirea și realizarea situațiilor financiare anuale și a rapoartelor anuale pentru ONT.
- Procurarea, păstrarea și asigurarea tuturor activelor materiale ale ONT (clădiri, mobilier, echipament și transport etc.)
- Recrutarea, dotarea, instruirea și păstrarea unui nivel de personal bine instruit care să permită Direcției să-și îndeplinească rolul și obiectivele
- Asigurarea necesităților de transport și protocol ale organizației
- Asigurarea serviciilor de secretariat pentru Consiliul de Administrație al ONT
- Acordarea consilierii juridice pentru ONT
- Asigurarea că ONT este corect deservită prin intermediul unui management eficient al Tehnologiei Informatice și o bază de date cuprinzătoare.
- În colaborare cu celelalte direcții și alte surse, colectarea și corectarea informațiilor relevante despre produse, servicii și facilități
- Construirea și păstrarea unui sistem informatic care să reprezinte principala sursă de date a turismului românesc.
- Furnizarea către celelalte direcții a suportului de tehnologie informatică onform cerințelor
- Managementul zilnic al Website-urilor de marketing românesc
- Asigurarea unor bune relații cu guvernul și proiectarea unei imagini pozitive a ONT

- Păstrarea legăturii cu ministerele din guvern în probleme de interes reciproc
- Folosind relațiile publice planificate, asigurarea că activitatea și rezultatele ONT sunt recunoscute în domeniul public
- Prin comunicări interne cu caracter regulat, asigurarea unui înalt nivel moral al personalului
- Selectarea personalului pentru numiri în funcție, cu aprobarea Directorului Executiv, în cadrul Direcției.
- Repartizarea sarcinilor către personalul de conducere și urmărirea realizării acestor sarcini
- Asigurarea controalelor corecte și a siguranței activelor și resurselor financiare ale ONT
- Asigurarea celei mai eficiente utilizări a resurselor financiare, fizice și umane în vederea realizării obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării procedurilor stabilite pentru achiziționare și contractare
- Recomandarea către Directorul Executiv a planurilor, strategiilor, operațiunilor și bugetelor necesare pentru realizarea obiectivelor ONT
- Asigurarea respectării bugetelor organizației și informarea Directorului Executiv în legătură cu orice depășire a bugetelor aprobate
- Raportarea către Directorul Executiv în legătură cu activitățile, realizările și nerealizările Direcției

Limitarea responsabilităților:

- Nemodificarea bugetului din industria DRU fără aprobarea Directorului Executiv
- Neangajarea ONT în responsabilități financiare sau de altă natură în afara celor aprobate de Directorul Executiv

Responsabil față de:

Directorul Executiv

Responsabil pentru:

Directorii și personalul din cadrul Direcției Administrative a Industriei

Criterii de performanță:

Realizarea sarcinilor stabilite

10 Fișa postului pentru asistenții tehnici

10.1 Consilier al Directorului Executiv al ONT

Proiect: asistarea Directorului Executiv al ONT în stabilirea și managementul unei Organizații Naționale a Turismului eficiente și acordarea asistenței tehnice Directorului Executiv în stabilirea procedurilor operaționale, recrutarea personalului de conducere, stabilirea obiectivelor, politicilor și strategiilor pentru organizație.

Locația: București

Durata: 2 ani

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Revizuirea și cunoașterea în totalitate a Master Planului pentru Turism și implementarea planului de acțiune.
- Consilierea și acordarea asistenței Directorului Executiv în implementarea scopului, obiectivelor, politicilor și strategiilor în conformitate cu Master Planul.
- Consilierea cu privire la acordurile instituționale corespunzătoare, inclusiv un program de dezvoltare a resurselor umane pentru conducerea și personalul ONT
- Instruirea Directorului Executiv și a conducerii superioare, organizarea și participarea cu alți experți la seminarii de instruire pentru conducerea și personalul ONT.
- Consilierea cu privire la structura și managementul ONT
- Consilierea în ceea ce privește activitatea productivă a Consiliului de Administrație al ONT și comitetelor de consiliere
- Colaborarea la dezvoltarea unei strategii a relațiilor publice cu companiile
- Consilierea cu privire la procedurile optime de conducere în scopul dezvoltării unui personal calificat și motivat
- Colaborarea la specificarea și implementarea strategiilor ONT de marketing, dezvoltare și industria DRU
- Consilierea în probleme financiare, inclusiv achiziții de fonduri, alocarea bugetelor și control bugetar
- Acordarea asistenței Directorului Executiv și Directorilor în executarea sarcinilor lor
- Acordarea oricărei alte asistențe care ar putea fi necesară în mod rezonabil.

Competențe:

Consilierul Directorului Executiv va avea o solidă cultură universitară, cu cunoștințe în domeniul turismului. El/ea va avea substanțială experiență în organizarea ONT, în managementul și implementarea planurilor de dezvoltare a turismului la nivel național și va deține poziții de responsabilitate majoră. O considerabilă experiență anterioară în proiecte de asistență tehnică în țări în curs de dezvoltare este esențială, iar experiența în

Europa de est ar fi de dorit. Abilitatea și capacitatea de a comunica, atât verbal cât și în scris, cu fluență în limba engleză sunt esențiale. Cunoștințele de operare pe computer sunt esențiale.

10.2 Expert în clasificarea și încadrarea unităților de cazare în categorii

Proiect: acordarea asistenței tehnice lucrărilor desfășurate de Direcția de marketing și promovare al noii organizații a turismului românesc.

Locația: București

Durata: 6 luni pe perioada unui an

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Acordarea asistenței Departamentului de Control al ONT pentru raționalizarea și simplificarea clasificării și schemei de încadrare a unităților de cazare în vederea alinierii la standardele europene, introducerii standardelor de calitate, introducerii unei scheme de tarifare a acordării licențelor și îndrumării Departamentului spre funcționarea prin autofinanțare;
- Acordarea asistenței la întocmirea întregii documentații necesare pentru vizitele în scop de evaluare a unităților de cazare;
- Dezvoltarea procedurilor automate pentru acordarea licențelor și a certificatelor de încadrare în categorii și preluarea datelor referitoare la cazare necesare în scopul clasificării, încadrării în categorii și pentru marketing;
- Instruirea actualilor "inspectori" și a noilor angajați pentru a deveni evaluatori și consilieri pentru operatorii de cazare o dată cu introducerea noii clasificări și scheme de încadrare în categorii;
- Realizarea celor de mai sus împreună cu personalul ONT stabilit, astfel încât să-i pregătească pentru conducerea eficientă a departamentului de acordare a licențelor, clasificare și încadrare în categorii.

Competențe:

Expertul în cazare va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în inspectarea hotelurilor, clasificarea și încadrarea în categorii, preferabil într-o organizație națională de turism. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism de pe piețe în curs de dezvoltare constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un avantaj.

10.3 Expert în IT, baza de date și Website

Proiect: coordonarea, stabilirea direcțiilor de acțiune și acordarea asistenței tehnice în

dezvoltarea bazei de date și website-urilor Organizației Naționale a Turismului.

Locația: București

Durata: Un an

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Specificarea cerințelor unei baze de date a ONT, inclusiv date statistice, privind produsele și serviciile turistice, imagine și alte baze de date;
- Asigurarea și adaptarea în funcție de necesități a unui software conform cerințelor bazei de date și supravegherea instalării, a introducerii datelor din rețele și a proceselor verbale operaționale;
- Supravegherea dezvoltării unei familii de website-uri de promovare turistică (specifice pieței) în legătură cu, și bazate pe principala bază de date a produselor și altele;
- Întocmirea unui program de marketing pentru website-uri;
- Acordarea instrucțiunilor utilizatorilor individuali;
- Instruirea directorului IT în operarea bazei de date și a sistemelor de website.

Competențe:

Expertul IT va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în crearea și managementul bazei de date și website-urilor. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un avantaj.

10.4 Expert în servicii de consultanță în dezvoltare

Proiect: acordarea asistenței tehnice lucrărilor din cadrul direcției de dezvoltare a Organizației Naționale a Turismului în stabilirea consilierilor de dezvoltare a produselor turistice în 8 regiuni ale țării.

Locația: București

Durata: 18 luni pe o perioadă de 2 ani

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Acordarea asistenței Departamentului de dezvoltare al ONT în scopul definirii rolurilor unei echipe de consilieri pentru dezvoltarea produselor care să lucreze în birourile-filială din fiecare regiune de dezvoltare a țării;
- Acordarea asistenței în recrutarea consilierilor corespunzători pe plan

- intern și extern;
- Dezvoltarea și derularea unui program de instruire și formare în acordarea consilierii pentru dezvoltare către micro-operatorilor și investitorilor medii și mari în turism;
 - Instruirea consilierilor pentru întocmirea planurilor de afaceri și de marketing pentru activitățile de turism;
 - Stabilirea legăturii cu Agențiile Regionale de Dezvoltare în ceea ce privește procedurile de comunicare și colaborarea dintre ARD și personalul ONT;
 - Urmărirea performanței consilierilor individuali în domeniu și a cadrului de susținere a îndrumării;
 - Realizarea tuturor celor de mai sus împreună cu Directorul Departamentului de dezvoltare pentru a asigura totalul transfer de abilități și cunoștințe.

Competențe:

Expertul în dezvoltare va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în dezvoltarea și planificarea afacerilor, preferabil în turism și cu IMM-uri. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism de pe piețe în curs de dezvoltare constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un avantaj.

10.5 Specialist dezvoltarea resurselor umane în domeniul turismului și al ospitalității

Proiect: coordonarea programului de dezvoltare a resurselor umane (DRU) în domeniul turismului și ospitalității din România și acordarea asistenței tehnice lucrărilor desfășurate în cadrul noului departament de DRU din Organizația Națională a Turismului.

Locația: București

Durata: 2 ani

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Supravegherea implementării recomandărilor de DRU din cadrul Planului de Dezvoltare a Turismului Național;
- Sprijinirea înființării unui comitet de consiliere DRU;
- Acordarea asistenței în dezvoltarea unui lanț de Institute de formare în domeniul ospitalității și turismului în România;
- Stabilirea cadrului pentru realizarea unei echipe 'mobile' de formatori care să fie instruiți pe teme cum ar fi grija față de client, conștientizarea turismului și alte subiecte conform definiției din Master Plan;
- Mobilizarea formatorilor 'mobili' pentru a realiza instruirea grupurilor

- stabilite în întreaga Românie;
- Stabilirea procedurilor de revizuire a curiculei institutelor de formare în domeniul ospitalității și turismului și modificarea criteriilor de acordare a certificatelor și diplomelor de calificare
- Instituirea cursurilor pentru formatori și a celor de punere în temă cu noua curiculă a profesorilor și instructorilor existenți în domeniul turismului și ospitalității
- Realizarea tuturor celor de mai sus împreună cu personalul stabilit al ONT în așa fel încât să dobândească capacitatea de a conduce departamentul de DRU și să lucreze cu Comitetul de consiliere a DRU.

Competențe:

Expertul în DRU va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în sectorul ospitalității și turismului, preferabil într-o școală hotelieră sau o instituție de învățământ înrudită. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism de pe piețe în curs de dezvoltare constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un avantaj.

10.6 Expert în marketingul destinației turistice

Proiect: coordonarea, îndrumarea și acordarea asistenței tehnice lucrărilor desfășurate de direcția de marketing și promovare a noii Organizații Naționale a Turismului.

Locația: București

Durata: 2 ani

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Implementarea aspectelor de marketing și promovare a schimbărilor instituționale în înființarea unei Organizații Naționale a Turismului;
- Proiectarea și coordonarea seriilor propuse ale studiilor de cercetare și a exercițiului de dezvoltare a conceptului imaginii de marcă;
- Proiectarea unei strategii de marketing și promovare bazată pe piață, precum și a unui program de acțiune pentru implementarea acesteia;
- Supravegherea procesului de restabilire a mărcii României ca destinație turistică
- Stabilirea direcțiilor pentru realizarea campaniilor de relații publice destinate a genera recunoașterea de către întreaga lume a atracțiilor turistice din România;
- Dezvoltarea website-urilor România Turism în instrumente eficiente de promovare;
- Crearea unui consiliu sau comitet mixt public-privat de marketing în turism, pentru a stabili campaniile specifice;
- Proiectarea și realizarea unui program de instruire în marketing pentru România Turism și personalul din sectorul privat, cuprinzând o

combinație de cursuri în străinătate și călătorii de studiu, programe de instruire adaptate și la locul de muncă.

Competențe:

Expertul în marketing va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în marketingul destinației. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism de pe piețe în curs de dezvoltare constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un avantaj.

10.7 Statistician

Proiect: Analiză statistică, Recomandări de studii și consolidare instituțională în România

Locația: București

Durata: 9 luni pe o perioadă de doi ani

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Consilierea și îndrumarea Autorității Naționale pentru Turism, Institutului Național de Statistică din România, Poliției de Frontieră și altor organizații implicate în ceea ce privește întocmirea unei metodologii de studiere corespunzătoare, practice, corecte și permanente a sosirilor/plecărilor vizitatorilor, precum și a unui chestionar în acest sens;
- Consilierea și îndrumarea Autorității Naționale pentru Turism, Institutului Național de Statistică din România, Poliției de Frontieră și altor organizații implicate în ceea ce privește întocmirea unei metodologii de studiere corespunzătoare, practice, corecte și permanente a cheltuielilor vizitatorilor, precum și a unui chestionar în acest sens;
- Acordarea asistenței pentru instruirea personalului de cercetare de pe plan local ;
- Revizuirea stadiului lucrărilor la proiectul privind Contul Satelit al Turismului efectuate de Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism, acordarea asistenței tehnice imediate și practice în termeni reali și identificarea unui program de acțiune pentru finalizarea acestui proiect împreună și a tuturor cerințelor de susținere a asistenței tehnice;
- Revizuirea rezultatelor statistice ale turismului existente la Institutul național de Statistică din România, a metodologiei folosite de acesta în colectarea datelor și realizarea chestionarelor în scopul consilierii pentru realizarea îmbunătățirilor corespunzătoare ce trebuie aduse conținutului și prezentării tabelelor care vor îmbunătăți claritatea și utilitatea datelor;
- Identificarea și schițarea propunerilor pentru orice alte viitoare cerințe pentru

asistența tehnică.

Competențe:

Statisticianul va avea diplomă în științe statistice/computer și cel puțin 5 - 10 ani de experiență în metodologia, colectarea și realizarea statisticilor despre turism la nivel național. Experiența de lucru cu națiuni din Uniunea Europeană care au aderat la Acordul Schengen în ceea ce privește deplasarea oamenilor dincolo de granițele naționale, sau în țări care au aderat de curând la UE constituie un avantaj.

10.8 Specialist în operațiuni în rețea și ale Centrelor de Informare Turistică (CIT)

Proiect: acordarea asistenței Organizației Naționale a Turismului în înființarea unei rețele de CIT în întreaga Românie, împreună cu autoritățile locale și alți operatori

Locația: București

Durata: un an

Responsabilități:

Responsabilitățile acestei funcții includ;

- Întocmirea îndrumărilor pentru CIT, inclusiv locația, structura fizică, aspect, echipament și personal
- Întocmirea îndrumărilor operaționale pentru CIT – nivelul serviciilor, proceduri operaționale, colectarea și managementul standardizat al informațiilor
- Definirea standardelor minime necesare pentru CIT pentru a fi supuse aprobării ONT și aprobării utilizării simbolului internațional 'I'
- Discuții, prezentări și informări ale operatorilor CIT existente pentru respectarea standardelor și direcțiilor naționale
- Instruirea personalului actual al CIT și pregătirea manualelor de studiu pentru viitorii formatori
- Stabilirea legăturilor între bazele de date ale ONT privind turismul național pentru informare și statistici și CIT pentru a asigura fluxul de intrare și ieșire a datelor
- Realizarea tuturor celor de mai sus împreună cu personalul stabilit al ONT astfel încât să dobândească capacitatea de a conduce rețeaua CIT

Competențe:

Expertul CIT va avea cel puțin o diplomă de studii și cel puțin 5 - 10 ani de experiență practică în operațiuni CIT și coordonarea unei rețele de CIT. Experiența de lucru cu un număr de organizații naționale de turism de pe piețe în curs de dezvoltare constituie un avantaj. Experiența ca formator sau personal de instruire constituie de asemenea un



Master Planul pentru Dezvoltarea
Turismului Național 2007-2026

avantaj.