

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE ROMANIAN SPA TOURISM

Anca Gabriela TURTUREANU, Associate Professor, Phd.
“DANUBIUS” University of Galati

Abstract:

Development of tourism in Romania must be both an aim and a means to obtain general social-economic development taking into consideration the circumstances of the national policy of development and integration within the European structure. The development of the Romanian spa tourism is triggered by Romania's macroeconomic development, by better regulation of problems which this form of tourism faces as well as by the involvement of Romania's Government in supporting Romanian spa tourism.

Key words: Romanian Spa Tourism, macroeconomic development, treatment spas
JEL Classification: M10, M30,

Directii de dezvoltare a turismului balnear românesc

Dezvoltarea turismului în România trebuie să fie un obiectiv și un mijloc al dezvoltării economico-sociale de ansamblu, în contextul politicii naționale de dezvoltare și de integrare în structurile europene¹.

În ansamblu, România are un potențial bun fiind o importantă țară de destinație turistică în viitor. Acest lucru se va realiza în condițiile în care se vor aduce îmbunătățiri substanțiale asupra produsului turistic și nivelului serviciilor. Diversitatea ofertei turistice din stațiunile balneare este considerată ca fiind unul dintre punctele forte ale României turistice. Oferta balneoturistică românească are o concurență mare pe piața balneoclimatică europeană, fiind rigidă, neperformantă și neadaptată la cerințele moderne ale pieții turistice². Oferta europeană de profil s-a orientat spre curele de susținere a sănătății, venind în întâmpinarea clienților cu amenajări moderne de lux, ca piscine de agrement, jacuzzi-jet pool, saună, săli de gimnastică, instalații de siguranță în exploatarea acestor dotări, terenuri de sport, programe speciale, facilități turistice etc. Unul din obiectivele de revitalizare a turismului balnear este acela de a conștientiza la nivelul piețelor internaționale că România este o destinație balneoturistică de prestigiu în Europa.

Development direction of the Romanian spa tourism

The progress of Romanian tourism must be seen both as an aim and means to obtain general social-economic growth considering context of the national policy of development and integration within the European structures³.

Viewed as whole, Romania has a very good potential being an important country for touring destination in future. This is to be achieved by improving substantially the touring product and service level. The diversity of the touring offer from the spa baths is considered to be one of the strongest points of tourism in Romania. The Romanian spa offer has a tough concurrence from the European spa market being rigid, non-performant and un-adapted to modern demands of the touring market⁴. The European offer within the field has oriented towards health sustaining holidays, coming to meet client's demands with modern luxurious accommodations, as agreement pools, Jacuzzi-jet pool, saunas, gym rooms, exploiting safety devices, sport grounds, special programs, touring facilities etc. one of the objectives of spa tourism revitalization is that of worldwide market acknowledgement that Romania is a famous bath touring resort within Europe.

¹ Stanculescu G., *Managementul operațiilor de turism*, Editura All Beck, București, 2002

² Cosmescu Ion, *Turismul-Fenomen complex contemporan*, Editura Economică, București, 1998

³ Stanculescu G., *Management of touring operations*, All Beck Publishing House, Bucharest, 2002

⁴ Cosmescu Ion, *Tourism-A contemporan complex phenomenon*, Economic Publishing House, Bucharest, 1998

Directione de dezvoltare a turismului balnear românesc sunt determinate de dezvoltarea macroeconomică a României, de mai bună reglementare, din punct de vedere legislativ, a problemelor acestei forme de turism și de implicarea Guvernului României în susținerea turismului și turismului balnear românesc.

Planul de acțiune al Programului de guvernare pe perioada 2001 – 2004, aprobat prin H.G.R. 495/2000, cuprinde obiective precise⁵, termene scurte și modalități concrete de punere în aplicare în domeniul turismului, guvernul considerând turismul domeniul prioritar al economiei naționale.

Astfel, unul din obiective – accelerarea procesului de privatizare, a fost favorizat de hotărârea de guvern prin care Ministerul Turismului prelua competențele privind efectuarea privatizării, în defavoarea fostului Fond al Proprietății de Stat, cu intenția declarată de a debirocrațiza și simplifica procedurile de privatizare în turism. Un alt obiectiv, încă valabil, este efectuarea integrală a procesului de privatizare.

Privatizarea s-a desfășurat într-un ritm susținut și prin finalizarea ei, „fora schimbării” cum am denumi proprietatea privată, va putea acționa, va crește calitatea și competitivitatea ofertei de turism și turism balnear și se va înregistra, din nou, un trend pozitiv în evoluția indicatorilor ce caracterizează această activitate.

Tabelul următor prezintă capacitatea și activitatea de cazare turistică, pe forme de proprietate, relevând poziția dominantă a proprietății majoritare private, care a atins în jur de 80 % la structuri de primire și capacitate în funcțiune și aproape 75 % la capacități existente.

Marea majoritate a structurilor intrate în proprietate privată au intrat deja în planuri mai mari sau mai mici de modernizare, ceea ce reflectă interesul investitorilor de a schimba imaginea structurilor de cazare, alimentație, tratament sau agrement al celor proprietari au devenit.

În măsura în care vor realiza o nouă ofertă și o mai bună calitate a serviciilor vor înregistra rezultate pe măsura efortului investițional.

The development directions of the Romanian spa tourism are determined by Romanian macro economic development, by a better regulation from the legal point of view of this tourism branch and the implication of the Romanian Government in sustaining tourism and Romanian spa tourism in particular.

The action plan of the government programme for 2001 – 2004, approved by H.G.R. 495/2000, contains three specific objectives⁶, short terms and actual implementation means in the tourism sector, the government considering tourism a priority of the national economy.

Therefore, one of the objectives – acceleration of the privatization process, had been facilitated by the government decision by means of which the Ministry of Tourism overtook the legal competences regarding the implementation of privatization, against the former State Property Fund, with clear intention of debureaucratizing and simplifying the privatization processes within tourism. Another objective, still valid is achieving the privatization process.

The privatization process developed in sustained rhythm and through its finalization, the “change force”, how we named the private property, shall take action and increase the quality and competitiveness within touring and spa offer and a positive trend in the evolution of the indicators characterizing this specific activity, shall be registered again.

The following table presents the round trips accommodation capacity and activity, upon property forms revealing the dominant position of the majority private property, which reached 80 % at the level of receiving structures and running capacity and 75 % at the level of existing capacity.

The majority of private property structures have already been co-opted to different modernization projects, reflecting the investor's interest to change the image of the accommodation structures, food, treatment and leisure, which owners have become.

As their offer in point of services improves, as the registered result will meet their expectations.

⁵ H.G.R. nr.495/2000, *Programul de guvernare pe perioada 2001 – 2004*, Monitorul Oficial nr.291 din 2000

⁶ H.G.R. nr.495/2000, *Governing schedule during 2001 – 2004*, Official Monitor no 291 from 2000

Un rol important în dezvoltarea turismului balnear românesc îl are politica socială a guvernului, care, pentru a veni în sprijinul pensionarilor, suport anual de la buget, în limita unor cheltuieli efectuate prin sistemul de asigurări sociale în jur de 70% din valoarea biletului de tratament, facilitând accesul persoanelor de vârstă a III-a în stațiunile cu factori de cură, asigurând astfel o bună utilizare a ofertei balneoturistice.

One of the most role within Romanian spa development is played by the government social policy, which, in order to meet retirement sector expectations, sustains annually from budget, within the limit of certain costs made by means of social insurance system, approximate 70% out of the value of treatment ticket, facilitating the access of the elderly persons of III rd semester age in the treatment spas, providing a good flow spa resorts.

Table no.1 Touristic accommodation capacity and activity, upon property forms

	U.M.	Total		Property forms			
				Mainly from state		Mainly private	
					%		%
Tourists receiving structures	no	3.900	100	730	18,7	3170	81,3
Existent capacity	places	275.941	100	71.104	25,7	204.937	74,3
Running capacity	Thousand places/days	53.989	100	11.123	20,6	42.866	79,4

Source: - National Statistics Institute *Frequentation of the touring accommodation receiving structures* March, 2006.

Alte obiective din programul de guvernare sunt:

- armonizarea legislației Uniunii Europene;
- reglementarea cuprinzătoare a principiilor de dezvoltare a turismului și strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung;
- dezvoltarea și modernizarea bazei turistice cu două acțiuni care vizează direct turismul balnear:
- crearea zonelor turistice speciale, ce includ și stațiunile balneo-climaterice;
- acordarea de facilități fiscale și relansarea potențialului de tratament geriatric al Institutului „Ana Aslan – Otopeni”;
- promovarea potențialului turistic;
- dezvoltarea relațiilor cu organizațiile internaționale de turism.

The other objectives of the government program are mentioned below:

- harmonization with EU legislation;
- comprehensive regulation of tourism development and progress strategy on average and long term basis;
- developing and modernization of the touring, based on two actions directly hinting spa tourism:
- creating special touring areas including spa-climacteric resorts;
- granting fiscal facilities and rejuvenating the potential of the Institute „Ana Aslan – Otopeni” geriatric treatment;
- promoting the touring potential;
- developing the relations with international tourism organizations.

În vederea recâștigării pieelor turistice internaționale pierdute, și chiar a pieei interne, prin H.G.R. nr. 296/08.03.2001, s-a aprobat „Programul de marketing și promovare turistică pentru anul 2001”, prin care s-au alocat 77,4 miliarde lei, pentru realizarea următoarelor obiective specifice:

- a) îmbunătățirea imaginii produsului turistic românesc pe pieele externe;
- b) stimularea parteneriatului între sectorul public și privat;
- c) recâștigarea pieelor turistice externe și câștigarea altora noi;
- d) stimularea cererii turistice interne și internaționale pentru vacanțele de iarnă în România⁷.

Materialele de informare și promovare turistică tipice sau destinate informării prin mijloace audiovizuale, acțiunile de reclamă, publicitate și promovare a ofertei turistice, participarea la târguri internaționale, au dat deja roade, turoperatorii de renume, revenind din acest an pe piața turistică a României cu perspective foarte bune în privința creșterii numărului de turiști în anii următori.

O bună promovare însoțită de schimbarea în bine, din punct de vedere calitativ și competitiv, a ofertei românești de turism balnear, cu factori naturali de cură atât de valoroși, pot face din țara noastră o destinație din ce în ce mai solicitată de turiștii străini mai ales că prețul sejurului balnear este foarte accesibil pentru aceștia.

Anul 2003 a fost „Anul turismului balnear” și împreună cu Programul național de relansare a turismului balnear românesc, arată preocuparea deosebită a Autorității Naționale pentru Turism și a Guvernului României pentru acest form de turism.

Principalele direcții de dezvoltare au în vedere următoarele acțiuni:

- Îmbunătățirea ambianței generale a stațiilor;
- Folosirea cât mai largă a resurselor naturale disponibile;
- Diversificarea activităților de tratament;
- Creșterea competitivității activităților de primire;

In order to regain the international lost touring market, and even the domestic market, it has been approved by means of H.G.R. no 296/08.03.2001, the „Marketing and touring promotion for year 2001”, by means of which there have been allotted 77,4 billions, for achieving the following specific objectives:

- a) improving the image of the Romanian touring product over the foreign market;
- b) stimulating the partnership between private public sector;
- c) regaining the foreign tourism markets and conquering new ones;
- d) stimulating the domestic and international touring request for holidays and travel in Romania⁸.

The touring information and promotion fliers, meant to advise by audio-visual approach, advertising clips, publicity and promoting strategies of the touring offer, participation to international tourism fairs, have already given the correct feedback, well known tour operators, have reappeared on the Romanian touring market with excellent perspectives in increasing the number of tourists for the years to come.

A good promotion strategy doubled by an improvement of the Romanian spa touring offer in point of quality and competitiveness, having such valuable natural treatment factors can do wonders for our country, turning it into one of the most requested destination for foreign tourists, considering that the price of the spa treatment holiday is very accessible for them.

The year 2003 is called the „Spa Tourism Year” and along with the national programs of renewing the Romanian spa tourism, shows the special concern of the National Tourism Authority and of Romanian Government for this touring form.

The main development directions consider the following actions:

- Improving the general environment of the resorts;
- Broad usage of the available natural resources;
- Diversification of the treatment procedures;
- Increasing the competitiveness of the receiving activities;

⁷ H.G.R. 296/08.03.2001, *Programul de marketing și promovare turistică pentru anul 2001*, Monitorul Oficial al României, partea I, nr.140 din 21.03.2001

⁸ H.G.R. 296/08.03.2001, *Marketing and touring promotion program for year 2001*, Romanian Official Monitor, part I, no140 from 21.03.2001

Dezvoltarea și îmbunătățirea calității serviciilor din unitățile de alimentație;
Diversificarea dotărilor de agrement și a acțiunilor specifice.

În ceea ce privește investițiile, datorită faptului că turismul este, prin excelență, un domeniu al sectorului privat, din acest sector va proveni și ponderea cea mai mare a investițiilor. Statului îi revine, înșă, rolul de coordonare prin utilizarea mecanismelor și pârghiilor specifice economiei de piață pentru stimularea investițiilor.

Rolul statului este major în asigurarea infrastructurii generale de calitate prin realizarea de investiții în scopul modernizării acesteia, în crearea cadrului legislative stimulative, asigurarea stabilității macroeconomice și a unui mediu sănătos de afaceri.

Toate aceste acțiuni ce îi propun integrarea în standardele europene a calității produsului balnear, în condițiile în care cererea internațională pentru turism balnear este în creștere, vor da posibilitatea exploatarea potențialului balnear al României în folosul unui cât mai mare număr de turiști români și străini.

Există trei direcții principale de acțiune ale politicii UE în domeniul turismului, care încurajează:

- o mai bună planificare, dezvoltare și un mai bun management al turismului de masă, în special în zonele de coastă și cele alpine;
- dezvoltarea turismului durabil și a diferitelor tipuri de activități produse în alte zone;
- schimbări în comportamentul turistic și conștientizarea turiștilor cu privire la problemele mediului înconjurător.

În practică, modul în care Comisia Europeană a reușit să se asigure că problemelor de mediu li se acordă atenția cuvenită, este legat de toate proiectele care s-au finanțat prin Fondurile Structurale. Cei care își desfășoară activitatea în sectorul turistic și au nevoie de acest gen de finanțare, trebuie să găsească cele mai bune opțiuni pentru mediu când dezvoltă un proiect.

Developing and improving the quality of the food unit services;

Diversification of leisure equipment and specific actions.

As long as the investments are concerned, due to the fact that tourism is by excellence a domain of the private sector, the largest share of investments is to come from this very sector. State has the coordination role by using mechanisms and devices specific to market economy for stimulating investments.

State holds a key role in insuring the general quality sub structure by investing for modernization in order to create a stimulant legislative framework, to ensure the macro economic stability and creating a healthy business context.

All these actions aiming to align within the European standards of the spa product, considering the fact that the international request for the spa touring product is growing may give the chance to exploit the Romanian spa potential for the benefit of a large number of Romanian and foreign tourists.

There are three main streams of action of the EU politics within touring field, encouraging:

- a better planning development and management of mass tourism, especially for the tourism within coast and alpine areas;
- developing a durable tourism and of various type of activities and products in other areas;
- changes of tourism behaviour and acknowledgement the environment issue.

In practice, the manner in which the European committee succeeded in focusing the attention upon environment is connected with the entire set of projects financed by Structural Funds. Those who develop their activity within touring field and need this particular type of finance must find best environment options when they develop a project.

În plus, legislația existentă a UE care prevede evaluarea impactului asupra mediului pentru anumite proiecte din sectorul public sau privat, afectează direct proiectele de dezvoltare din turism, rezultatele unor asemenea evaluări, putând influența direct întregul proiect. Comunitatea a susținut financiar sprijinirea acțiunilor legate de mediul înconjurător. În particular, Programele BIFF cofinanțază proiectele demonstrative care ajută la dezvoltarea și implementarea politicii de mediu a UE.

Directii strategice⁹ - Extinderea în toate stațiunile balneare modernizate a tratamentelor gerontologice cu medicamente originale românești; dezvoltarea unei rețele de 5 parcuri balneare în prima fază pentru tratamente wellness.

- Dezvoltarea/diversificarea procedurilor de tratament pe baza factorilor naturali în toate stațiunile balneare modernizate.
- Dublarea capacității tuturor facilităților de petrecere a timpului liber.
- Îmbunătățirea tuturor facilităților din stațiunile balneare modernizate pentru exploatarea resurselor naturale.
- Îmbunătățirea accesului pe cale rutieră, feroviară și aeriană, în stațiunile balneare modernizate;

Acțiuni

- Crearea unei rețele de minim 15 stațiuni balneare echipate la standarde internaționale și în concordanță cu tendințele pe plan internațional – wellness.
- Incluziunea a trei saline în circuitul turistic internațional.
- Reabilitarea infrastructurii necesare exploatarea resurselor minerale (de la izvoare de apă minerală la nămol terapeutic) în stațiunile modernizate.
- Retehnologizarea bazelor de tratament existente, modernizarea și ridicarea gradului de confort al structurilor de primire, extinderea amenajărilor și dotărilor de agrement specific și general;
- Modernizarea și dezvoltarea infrastructurii de transport și acces în stațiunile balneare.

In addition, the existing legislation in EU regulating the impact upon environment for specific projects of private or public sector, directly affects the tourism expanding projects, their results could directly influence the entire projects. The Community sustained financially the actions related to the environment. In particular, BIFF programs co-finance demonstrative projects meant to develop and implement the environment politics of EU.

Strategic directions¹⁰ - Extend the use in all modernized baths of the geriatric treatments with Romanian domestic medication; developing a network of five national spa parks, in the first stage for wellness treatments.

- Developing/diversification of the treatments procedures based on natural factors in all modernized baths.
- Doubling the capacity of all leisure facilities.
- Improving all facilities from modernized baths for exploiting natural resources.
- Optimizing the access railroads, railways and airlines to the modernized baths;

Actions

- Creating a network of minim 15 baths equipped at international standards and in conformity with worldwide trends – wellness.
- Including three saline halls within the international round trips circuit.
- Rehabilitation of the substructure required for exploiting mineral resources (from mineral springs to therapeutic mud) within modernised resorts.
- Revamping all existent treatment bases, modernization and increasing the degree of comfort of receiving structures, extending specific and general leisure areas;
- Modernization and development of transport infrastructure and access to spa resorts.

⁹ Gl van V. și colectiv, *Tendințele și perspective ale ofertei turistice balneare în contextual turismului european*, ICT 1995

¹⁰ Gl van V. and collective, *Trends and perspective of the spa touring offer within the context of the European tourism*, ICT 1995

Programe

Revitalizarea ofertei balneoturistice presupune eforturi financiare și manageriale deosebite.

Acestea se pot realiza treptat în baza unor studii de piață și proiecte concrete, începând cu stațiunile necunoscute ca profil balnear pe piețele externe. Se au în vedere următoarele:

- Programul Stațiuni balneare - modernizarea și introducerea în circuitul turistic internațional a unui număr de 15 stațiuni balneare.
- Programul Salina Verde. Modernizarea infrastructurii generale și specifice la trei saline - Praid, Sălcuțel și Sălcuțel Prahova.

a) Proceduri

- Amenajarea de laboratoare/cabinete speciale pentru tratamente naturiste/tradiționale specific românești.
- Construirea de bazine cu apă termală /minerală sub formă unor complexe de relaxare și odihnă.
- Amenajarea de trasee turistice pentru întreținerea condițiilor fizice/petrecerea timpului liber în stațiuni/parcurile din stațiuni și împrejurimi.
- Modernizarea modalităților de captare a factorilor naturali de cura, a accesului la aceștia și întreținerea lor.
- Construirea de structuri adaptate organizării evenimentelor culturale în aer liber sau spații închise – expoziții, concerte, festivaluri de muzică etc.

Oferta turistică :

- inițierea de proiecte de modernizare și dezvoltare a unei oferte turistice competitive pe piața turistică europeană legată de Munții Carpați (sporturi de iarnă, drumeția montană, vânatoare și pescuit sportiv, sporturi extreme, etc.), fluviul Dunărea și Delta Dunării (croaziere, turism ecologic și științific, etc.), Marea Neagră (sejur, croaziere), stațiuni balneare, patrimoniul cultural (german, slovac, ceh, maghiar, ucrainean, armean, etc.);
- inițierea unor programe turistice transfrontaliere cu Ungaria, Serbia, Bulgaria, R. Moldova și Ucraina, prin crearea de zone turistice transfrontaliere și a unor programe turistice cu toate râurile din bazinul Mării Negre;

Programs

The revitalization of the spa touring offer implies high financial and managerial efforts.

They can be gradually achieved based upon market and actual projects researches, starting with spas which are unknown to the external market. The following are considered:

- the program spa resorts- modernization and introducing in the international touristic circuit a number of 15 spa resorts
- the program the Green Salina. Revamping the general and specific infrastructure afferent to the three saline halls - Praid, Sălcuțel Moldova and Sălcuțel Prahova.

a) Procedures

- creating special labs/cabinets for Romanian naturist/traditional treatments.
- building up thermal/mineral water pools as relaxation and resting complexes.
- creating round trip circuits for maintaining physical health/leisure time in resorts /parks within resorts and vicinities.
- Modernizing the technology of capture the natural treatment factors, access to them and their maintenance.
- building up structures adapted for organizing cultural special events in open air or closed arenas – exhibitions, concerts, music festivals etc.

Touring offer:

- initiating the modernizations and developing processes for a competitive touring offer over the European market correlated to the Carpathians mountains (winter sports; mountain camping, sportive hunting and fishing, extreme sports, etc.), Danube and Danube's Delta (cruises, ecologic and scientific tourism etc.), Black Sea (holidays, cruises), spa resorts, cultural heritage (German, Slovak, Czech, Hungarian, Ukrainian, Armenian etc.);
- starting trans frontier touring programs with Hungary, Serbia, Bulgaria, R. Moldova and Ukraine, by creating round trips areas without borders and touring programs involving all countries within the Black Sea shore;

- dezvoltarea și promovarea unui turism durabil în ariile transfrontaliere și în țară.
- b) Cadrul legislativ și de cooperare
- armonizarea cu legislația din rile UE pentru standarde de calitate; standarde pentru construcții și amenajări turistice; standarde tehnice; uniformizarea și utilizarea indicatorilor statistici pentru turism, a înregistrărilor și analizelor statistice;
 - alinierea la standardele ecologice și de pregătire profesională în domeniu;
 - dezvoltare cadrului de colaborare internațional la nivel guvernamental și al sectoarelor public și privat, a asociațiilor profesionale din turism;
 - participarea activ în cadrul organismelor internaționale și elaborarea documentelor necesare pentru integrarea europeană pe linie de turism.
- c) Asigurarea protecției, securității și siguranței turiștilor
- protecția turiștilor față de riscuri privind sănătatea și siguranța acestora;
 - reglementarea protecției intereselor turiștilor și disponibilitatea agenților economici pentru despăgubirea acestora față de daunele aduse;
 - facilitarea accesului consumatorilor de servicii turistice la informațiile adecvate;
 - promovarea codurilor de conduită al agenților economici și al turiștilor față de mediu.

Definirea strategiilor adecvate turismului balnear din România, trebuie să pornească de la o bună cunoaștere a potențialului turistic balnear, a gradului actual de valorificare, precum și a conjuncturii economice, sociale și politice care influențează evoluția turismului românesc în general și a celui balnear în particular. Managementului strategic îi este specific analiza mediului extern, pe de o parte, pentru a anticipa sau sesiza la timp schimbările din cadrul acestuia și a situației interne, pe de altă parte, pentru a evalua capacitatea ei de a face față cu succes schimbărilor¹¹.

- developing and promotion of a durable tourism within trans frontier areas and within country.
- b) legislative and cooperation framework
- harmonization with the EU legislation for quality standards; for constructions and touring improvement, technical standards; unification and usage of the statistic tourism indicators, of the records and statistic analysis;
 - alignment with the ecologic and training standards within the field;
 - increasing the degree of international cooperation within the governmental level and of the private public sectors of the professional associations from tourism;
 - active participation within international organisms and issue of necessary documents for European integration in point of tourism.
- c) ensuring protection, security and safety of tourists;
- tourists protection against risks regarding their health and security;
 - guidelines for protecting tourists interests and availability of economic agents to pay back in case of damages and prejudices;
 - facilitating the access of consumers to the touring service and proper information;
 - promoting environmental conduct codes for economic agents and tourists.

Defining adequate strategies for Romanian spa tourism must start from a good acknowledgement of the spa potential, degree of capitalization, as well as economic, social and politic conjuncture, influencing the progress of the Romanian tourism in general and of spa tourism in particular. Specific to strategic management is the external environment analysis, on one hand, in order to anticipate or detect in time changes within and external situation, on the other hand in order to evaluate the capacity of facing with success the changes¹².

¹¹ Russu C., *Management strategic*, Ed. All Beck, București, 1999

¹² Russu C., *Strategic Management*, Ed. All Beck, Bucharest, 1999

Din acest punct de vedere, un model util de analiză, ca bază a stabilirii strategiilor de dezvoltare, îl constituie matricea S.W.O.T. Acest model reunește o serie de informații privind starea actuală a pieței turismului balnear, permițând identificarea strategiilor adecvate.

Prin analiza diagnostic realizată, am identificat ca **puncte forte** ale turismului balnear românesc următoarele:

- România are avantajul major de a dispune de o mare bogăție de factori naturali de cură (ape minerale și termominerale, emanații naturale și gaze terapeutice, nămoluri și locuri terapeutice), răspândite pe aproape întreaga suprafață, exploatabilă în tot cursul anului și care acoperă toată gama afecțiunilor tratabile prin cura balneară;
- o particularitate importantă reprezintă faptul că pe teritorii restrânse, uneori pe arealul unei singure stațiuni, se întâlnesc mai multe tipuri de ape minerale, asociate câteodată și cu alți factori - bioclimat adecvat, saline, ceea ce permite tratarea pacienților cu boli multiple (Sînic Moldova, Olnești);
- volumul și cantitatea rezervelor de substanțe minerale balneare este foarte mare, putând permite realizarea de noi stațiuni;
- eficacitatea de excepție a unor tratamente cu ape minerale, în special în afecțiuni sau situații în care chimioterapia sau alte medicamente nu dau rezultate (alergii - Olnești, sterilitate - Sovata);
- puritatea factorilor de mediu și calitatea cadrului natural, lipsit de surse majore de poluare, ca ambianță determinantă pentru zonele și stațiile balneare, cu efect benefic complementar;
- menținerea, în majoritatea stațiilor balneare de interes internațional, a profilului tradițional;
- constituirea ofertei de cazare balneară destinată turiștilor străini din hoteluri de categorie medie, în special 2 stele;
- o bună accesibilitate către stațiile balneare, din toate direcțiile, datorită rețelelor de circulație rutieră și feroviare bine dezvoltate;
- prețuri accesibile față de puterea de cumpărare a turiștilor străini, factor ce poate influența decizia acestora de a petrece concediul într-o stațiune balneară din România;

From this point of view, a useful analysis pattern, seen as base for establishing the developing strategies, is the S.W.O.T. matrix. This pattern reunites several information regarding the actual status of the spa tourism market, allowing thus to identify proper strategies.

Through this diagnosis, we have identified the following **strong points** of the Romanian spa tourism:

- Romania has the major advantage of managing a large range of natural treatment factors (mineral and thermo-mineral waters, natural gas emanations and therapeutic gas, mud and therapeutic areas), spread over almost the entire surface, exploitable the entire year and covering the entire range of sicknesses treatable by spa cure;
- another important particularity is represented by the fact that within restricted area, sometimes, belonging to one and the same resort area, several types of mineral waters are encountered, associated sometimes with other factors - adequate bio climate, saline halls, having the possibility of treating patients with multiple infirmities (Sînic Moldova, Olnești);
- the volume and quantity of spa mineral substances reserves is very high, offering the possibility of creating new resorts;
- exceptional efficacy of certain cures with mineral water, especially for the cases where chemotherapy or other treatments have no results (allergies - Olnești, sterility - Sovata);
- the purity of the environment factors and quality of the natural environment, lacking major polluting factors, as ambience determined for spa areas and resorts, have a complementary curing effect;
- maintaining within the majority of international interest resorts the traditional character;
- preparing the spa accommodation offer for foreign tourists in average category hotels, especially 2 stars;
- improving the accessibility towards spa resorts, from all directions, due to well developed railroads and railways;
- reasonable prices in report with foreign tourist buying capacity, decisive factor to spend the holiday in Romanian spa resort;

- existența unui personal pentru asigurarea serviciilor turistice și asistenței medicale cu o bună pregătire profesională;
- apropierea unor stațiuni balneare de zonele montane, ceea ce poate favoriza amenajarea și dezvoltarea unor stațiuni turistice cu profil complex;
- existența unui patrimoniu cultural și religios de mare valoare în zonele unde se practică turismul balnear, mărțurire a spiritualității românești, ceea ce contribuie la originalitatea ofertei noastre, în perspectiva integrării europene;
- experiența specialiștilor în turism și în tratamentul balnear în amenajarea și dezvoltarea stațiilor balneare;
- cadrul instituțional adecvat de la nivelul guvernamental până la nivelul stațiilor balneare și societăților comerciale;
- efortul la nivel macroeconomic pentru îmbunătățirea imaginii României în străinătate în vederea recâștigării piețelor turistice externe;
- rețeaua de comunicații de marketing deja operațională în România și în străinătate, incluzând agențiile românești și Oficiul pentru Promovarea Turismului, cu cele 12 filiale interne și 19 birouri de reprezentare în străinătate.

În ciuda acestor avantaje ale turismului balnear românesc există numeroase **puncte slabe** ce au împiedicat dezvoltarea acestei forme de turism, cum ar fi:

- privatizări nereușite ce au generat neîncrederea în cadrul fostelor întreprinderi de turism balnear;
- mari întârzieri în elaborarea cadrului legislativ necesar bunei funcționări a acestei forme de turism;
- managementul necorespunzător ce a generat degradarea sau chiar închiderea unor structuri de primire și baze de tratament;
- lipsa resurselor financiare pentru modernizarea și dezvoltarea stațiilor balneare;
- lipsa condițiilor avantajoase de acordare a creditelor pentru dezvoltarea turismului;
- slabe acțiuni investitoriale în stațiile balneare de interes internațional;
- key personnel well trained to provide best touring services and medical assistance;
- proximity of several spa resorts to mountain areas in order to favourize the construction and development of what we call complex profile touring resorts;
- the existence of a highly valuable cultural and religious heritage within spa touring areas, testimony of the Romanian spirituality, feature which increases the originality of our offer from the European integration perspective;
- the experience of touring and spa experts in modernizing and developing spa resorts;
- the proper institutional framework from the governmental level to spa resorts and commercial companies;
- the macroeconomic effort for improving Romanian image abroad in order to reconquer the external tourism markets;
- marketing communication network, already operational in Romania and abroad, including Romanian agencies and the Office for Promoting Tourism, with 12 internal branches and 19 representing offices abroad.

Despite these advantages of the Romanian spa tourism there are also numerous weak points, obstructing the development of this tourism branch, namely:

- failing privatization generating misunderstandings within former spa tourism companies;
- tremendous delays in issuing the legislative context necessary for the good functioning of this tourism form;
- unproper management which generated degrading or even closure the receiving structures and treatment bases;
- lack of finance for revamping and developing of spa resorts;
- lack of advantageous conditions for granting credits in order to develop tourism;
- poor investment actions in the international interest spas;

- lipsa unei infrastructuri corespunzătoare (telecomunicații, canalizare, alimentare cu apă și gaze, rețeaua de încălzire);
- uzura fizică și morală a structurilor de primire, alimentație și tratament;
- lipsa aparaturii moderne din cadrul bazelor de tratament;
- severitatea accentuată a regimurilor dietetice, ca și uniformitatea meniurilor;
- lipsa unui produs de înaltă calitate, cu accent pe tratamentul și cazarea de lux;
- inexistența unei specializări a ofertei balneare de interes internațional, pentru copii și sportivi;
- asigurarea la un nivel scăzut a serviciilor de tratament, recreere și de divertisment;
- slabă dezvoltare a laturii profilactice a stațiunilor balneare destinate turismului extern;
- dezvoltarea insuficientă a activităților de agrement și divertisment;
- lipsa de preocupare pentru ameliorarea mediului ambiant prin întreținerea în cele mai bune condiții a parcurilor balneare, asigurarea unei curățenii exemplare în incintă și exterior, precum și prin studierea și realizarea unei estetici generale, de atracție în stațiuni;
- exploatarea intensivă, nerațională a substanțelor și resurselor minerale din stațiunile balneare care a condus la degradarea și reducerea calității curative ale acestora (Sovata, Herculane, Borsec);
- utilizarea incompletă a factorilor de cură tradiționali sau recent puși în evidență, precum și folosirea redusă a noilor produse medicale;

Punctele slabe privind activitatea de turism balnear în România, evidențiate mai sus, ne arată unde trebuie intervenit pentru a valorifica la adevărată rată și capacitate potențialul stațiunilor noastre balneare. Pentru a găsi soluții acestor probleme, este însă necesar să înțelegem seama și de oportunitățile și limitele mediului extern.

- lack of proper infrastructure (telecommunications; sewage, water and gas supply, heating network);
- physical and moral wear of the accommodation, food and treatment;
- shortcoming in point of modern devices within treatment bases;
- drastic food regimes as well as menu uniformity;
- non-existence of a high level product with accent on luxurious accommodation;
- inexistence of a specialized spa offer of international interest, for children and sportive persons;
- insuring at a reduced level of the services of treatment, leisure and divertissement;
- poor development of the prophylactic feature of spa resorts for external tourism;
- insufficient development of leisure and divertissement directions;
- the lack of concern for improving environment by maintaining at its best all spa parks, ensuring adequate cleaning within and outside parks, as well as implementing a general aesthetics of attracting tourists in these resorts;
- intensive irrational exploitation of the mineral substances and resources from spa resorts lead in time to a degradation and a reduction of the curative role of the cures (Sovata, Herculane, Borsec);
- incomplete use of the traditional treatment factors or recently highlighted, as well as scarce use of the new medical products;

The weak points of the Romanian spa tourism underlined above, show the key spots where we have to intervene so as to economize at its real capacity the potential of spa resorts. In order to solve these issues, it is tremendous to consider the opportunities and limits of the external environment.

Ca **oportunități** ale dezvoltării turismului balnear din România putem menționa: o creștere relativă a interesului pentru țara noastră, în ultimii ani, pe toate planurile – mai ales politic și economic – din partea țărilor europene, în special a celor puternic dezvoltate, în perspectiva integrării europene, ceea ce poate contribui la o atragere mai importantă a investițiilor străine în turismul balnear românesc sau a unor finanțări din exterior; o liberalizare mai accentuată a activității economice – promovată și de actuala putere din România – ce a permis finalizarea procesului de privatizare, încurajarea și susținerea inițiativelor particulare și în turism; o previzibilă creștere a nivelului de trai în țara noastră, ca o premisă a sporirii cererii turistice potențiale; existența unor afinități socio-culturale cu numeroase țări ale Europei: Ungaria, Ucraina, Yugoslavia, Germania, Austria, Franța, Spania, Italia, ceea ce ar trebui să ușureze eforturile de promovare a turismului românesc în aceste țări.

Dar, așa cum se menționa anterior, există și unele **limite** care frânează dezvoltarea turismului românesc balnear. Astfel, amintim concurența puternică pe piața europeană a turismului balnear, manifestată de țări ca: Germania, Franța, Italia, Spania, Austria și chiar Slovacia, Cehia, Polonia; interesul, nu destul de mare, manifestat de fosta putere – în comparație cu alte țări – în dezvoltarea turismului românesc în general și a celui balnear în particular (având în vedere potențialul, turismul ar putea fi considerat o ramură principală a economiei naționale și în consecință interesele și eforturile economice ar fi îndreptate cu prioritate spre turism); implementarea foarte lentă a practicilor manageriale moderne în conducerea turismului românesc, ca de altfel în toate domeniile activității economice din țara noastră, aspect ce nu poate fi remediat decât într-o perioadă mai lungă de timp; slabă implicare a comunităților locale în dezvoltarea turistică, datorită lipsei de experiență în acest sens, dată fiind centralizarea foarte puternică din perioada comunistă.

As progress **opportunities in developing** spa tourism from Romania we can mention: a relative increase of the interest for our country in the passed years, on all levels – especially on the political and economic field – from the behalf of European countries, especially those strongly developed, from the perspective of the European integration, fact that may contribute to attract external financing; an accentuated liberalization of the economic activity – promoted by the Romanian actual management – allowing to finalize the privatization process, encouraging and supporting particular initiative in tourism; a predictable increase of the living standard of our country, as a premise for growing the potential touring demand; existence of socio-cultural affinities with numerous European countries: Hungary, Ukraine, Yugoslavia, Germany, Austria, France, Spain, Italia, action that will ease the promotion plans of the Romanian tourism in these countries.

But, as mentioned previously, there several **limits** slow down the Romanian spa tourism. Therefore, we name here the strong competition over the European market displayed by countries as: Germany, France, Italia, Spain, Austria and even Slovakia, Czech republic, Poland; interest, not very high, manifested by former politics –as compared with the expectations – in developing the Romanian tourism in general and of the spa one in particular (considering the potential, tourism may be considered a main branch of the national economy, and consequently, the economical interests and efforts may be orientated with priority towards tourism); slow implementation of the modern managerial principles in administrating Romanian tourism, common trend within all economic activity fields from our country, aspect which can only be rectified within a longer time frame; poor implication of the local communities in touring development, due to lack of experience in this respect, as a reminiscence of communist centralization.

Acestora li se adaug faptul c , în general, oferta româneasc de turism balnear este pu in cunoscut de touoperatorii str ini, datorit insuficientelor activit i de promovare turistic pe pie ele vizate (Marea Britanie, Germania, Olanda, Danemarca, Norvegia, etc.); în plus, touoperatorii str ini manifest o serie de reticene fa de oferta româneasc , din urm toarele cauze: lipsa unei infrastructuri corespunz toare, generale i turistice; lipsa unor facilit i obi nuite în alte sta iuni din lume; inexisten a unor colabor ri reale cu prestatorii români în vederea asigur rii unui num r de locuri în hotelurile din sta iunile balneare în perioada Cr ciunului i a Anului Nou; absen a unor investi ii care s modernizeze o structur material în domeniul turismului dep it fizic i moral; lipsa de adaptabilitate a personalului din hoteluri i restaurante la noile exigen e ale turismului interna ional; instabilit ea continu a pre urilor; imaginea general de “ ar s rac “ a României, creat de mass-media european în ultimii ani.

Because of them, the Romanian spa offer is not well known by the foreign tour operators, insufficient promotion actions of tourism over the target markets (Great Britain, Germany, Holland, Denmark, Norway, etc.); in addition, foreign tour operators have reticence versus the Romanian offer due to the following causes: poor infrastructure, general and round tripping; absence of common facilities encountered in other worldwide resorts; inexistence of real collaboration with Romanian service providers in order to ensure vacancies within spa resorts hotels during Christmas and New years Eve; lack of investments which are able to modernize physical and moral obsolete structures in tourism; lack of hotel and restaurant personnel' adaptability to new worldwide exigencies; price continuous instability; general image of Romania as “poor country“ created by European mass-media during the passed years.

Selective bibliography:

1. Bran, F., Condea, M., Cimpoieru, I., - *Organisation, improvement durable development of geographic environment*, Universitat ii Publishing House, Bucharest, 2006;
2. Chiri ,V., - *Dornelor depression – physical and geographic study*, Universit ii Publishing House, Suceava, 2003
3. Matei, E., - *Rural and eco-tourism*, Credis Publishing House, Bucharest, 2005
4. Popa,C., - *North of Moldavia. Touring guide*, Vremea Publishing House, Bucharest, 2005
5. Turtureanu,A.,G., Ioan,A.,C., - *Actual issues of services and tourism* , Zigotto Publishing House, Galati, 2005;