

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

C.Z.U.: 338.486:2(478)(043)

APETRI NICULINA

**FUNDAMENTAREA ECONOMICĂ A STRATEGIILOR
DE
DEZVOLTARE A TURISMULUI CULTURAL
RELIGIOS**

521.03 - ECONOMIE ȘI MANAGEMENT (ÎN TURISM)

Teză de doctor în economie

Conducător științific:

Elena Turcov, prof. univ. dr. hab.

Autorul:

CHIȘINĂU, 2017

© -- APETRI NICULINA, 2017

,

CUPRINS

CUPRINS	3
ADNOTARE	5
LISTA ABREVIERILOR	8
INTRODUCERE	9
1. ASPECTE TEORETICE PRIVIND MANAGEMENTUL TURISMULUI CULTURAL RELIGIOS	13
1.1. Definiere, concept și conținut al turismului cultural religios	13
1.2. Doctrină, legi, teorii care sunt aplicate în managementul turismului cultural religios.....	16
1.3. Particularități ale turismului cultural religios	28
1.4. Metodologii, metode, tehnici și procedee aplicate în abordarea managementului turismului cultural religios	33
1.5. Turismul și serviciile turistice în spațiul românesc	36
1.6. Concluzii la capitolul 1	43
2. ABORDAREA TURISMULUI RELIGIOS	45
2.1. Patrimoniul cultural religios – sursă inestimabilă pentru turism.....	45
2.2. Repere statistice privind circulația turismului religios la nivelul județului Suceava	55
2.3. Studiu comparativ între agențiile de turism și agențiile de pelerinaj	63
2.4. Concluzii la capitolul 2.....	73
3. DIRECȚII ÎN DEZVOLTAREA TURISMULUI CULTURAL RELIGIOS	75
3.1. Analiza SWOT a turismului cultural religios în județul Suceava	75
3.2. Asemănări / deosebiri între turismul cognitiv și turismul în scop cultural religios.....	80
3.3. Tendințe ale turismului cultural religios la nivel mondial.....	81
3.4. Analiza strategică a ramurii în contextul economic național	89
3.5. Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios	93
3.6. Concluzii la capitolul 3.....	119
CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI	120
BIBLIOGRAFIE	126
ANEXE	135
ANEXA 1 Structuri de primire turistică între anii 2009- 2014 în județul Suceava	135
ANEXA 2 Capacitatea de cazare existentă în județul Suceava între anii 2009-2014	136
ANEXA 3 Capacitatea de cazare în funcțiune în județul Suceava.....	137
ANEXA 4 Structuri de primire turistică după gradul de confort în județul Suceava.....	138
ANEXA 5 Capacitatea de cazare turistică existentă ca număr de locuri/pat în anul 2013/2014 în județul Suceava.....	139
ANEXA 6 Situația camerelor existente în structurile de cazare turistică din județul Suceava	140
ANEXA 7 Sosiri turiști în structurile de primire turistică din județul Suceava	141
ANEXA 8 Sosiri turiști români în structurile de cazare turistică din județul Suceava	142

ANEXA 9	Înnoptări turiști români în structurile de cazare turistică din județul Suceava	143
ANEXA 10	Înnoptări turiști străini în structurile de cazare turistică din județul Suceava	144
ANEXA 11	Evoluția numărului de sosiri și înnoptări ale turiștilor în structurile de primire turistică din județul Suceava.....	145
ANEXA 12	Indicele de utilizare a capacității de cazare în funcțiune pe categorii de clasificare din județul Suceava.....	146
ANEXA 13	Analiza comparativă a unor indicatori din anii 2004, 2014 și prognoza pentru 2024	147
ANEXA 14	Sosiri turiști români și străini în structuri de primire turistică după tipurile de structuri și categoriile de clasificare din județul Suceava.....	148
ANEXA 15	Clasificarea agenților de turism din județul Suceava	150
ANEXA 16	Pensiuni turistice din județul Suceava	152
ANEXA 17	Clasificarea obiectivelor religioase din România din punct de vedere administrativ.....	156
ANEXA 18	Clasificarea obiectivelor religioase din România după culte	190
ANEXA 19	Harta Județului Suceava	217
ANEXA 20	Lista monumentelor istorice din Județul Suceava	218
ANEXA 21	Chestionar pentru turiști / vizitatorii obiectivelor turistice cultural religioase ...	224
ANEXA 22	Chestionar pentru instituțiile cultural religioase.....	225
ANEXA 23	Lista obiectivelor UNESCO din județul Suceava.....	228
	DECLARAȚIE PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII	229
	CURRICULUM VITAE	230

ADNOTARE

Apetri Niculina,

“Fundamentarea economică a strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios”,

Teză de doctor în economie. Chișinău, 2017.

Structura tezei: introducere, 3 capitole, concluzii și recomandări, bibliografie, anexe, 125 pagini text de bază, 27 figuri, 16 tabele. Rezultatele sunt publicate în 9 lucrări științifice.

Cuvinte cheie: management, comunicare managerială, agenție de turism, agenție de pelerinaje, canale de distribuție, strategie, competitivitate.

Domeniu de studiu: Economie și Management în ramură. (Managementul turismului cultural religios).

Scopul și obiectivele lucrării: Scopul lucrării: fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, de armonizare a intereselor instituțiilor cultural religioase cu managementul turistic al agenților economici prestatori de servicii speciale și generale.

În conformitate cu scopul nominalizat se conturează următoarele obiective:

- determinarea interdependențelor dintre turismul cultural religios și alte forme de turism;
- prezentarea elementelor definitorii ce favorizează consolidarea turismului cultural religios;
- realizarea analizei SWOT la nivelul județului privind turismul cultural religios;
- determinarea direcțiilor de eficientizare a activității agențiilor de turism specializate și prestatorilor de servicii în domeniul de referință.

Noutatea și originalitatea științifică: necesitatea fundamentării noilor forme de turism și integrarea acestora în oferta agențiilor de turism specializate; realizarea psihodiagnozei profilului potențialului turist pelerin; elaborarea unui plan de dezvoltare și diversificare a ofertelor turistice în colaborare cu toate instituțiile; prezentarea unei analize a acestei forme de turism la nivel de județ.

Importanța teoretică și valoarea aplicativă: Rezultatele lucrării sunt susținute de valoarea constatărilor, concluziilor și recomandărilor, care pot fi utile: cercetătorilor în domeniul turismului cultural religios, cadrelor didactice din învățământul superior, la redactarea lucrărilor științifico didactice, studenților la însușirea și studierea dimensiunilor fenomenului cultural religios, agențiilor de turism ce practică această formă de turism, instituțiilor de analiză statistică și prognoză, fiind aplicate la stabilirea noilor direcții de dezvoltare a turismului în zona Suceava și în România.

Implementarea rezultatelor științifice. Conceptele și rezultatele lucrării prezentate în mai multe expuneri, conferințe, simpozioane, și publicate în reviste de specialitate au fost considerate extrem de operaționale și utile.

ANNOTATION

Apetri Niculina

"The economic foundation of the development strategies for the cultural religious tourism ", PhD in Economics Thesis. Chişinău, 2017.

Structure of the thesis: introduction, 3 chapters, conclusions and recommendations, bibliography, appendices, 125 pages of basic text, 27 figures, 16 tables. The obtained results are published in 9 scientific papers.

Keywords: management, managerial communication, travel agency, travel agency that offer pilgrimage tours, distribution channels, strategy, competitiveness.

Field of study: Economics and Management in the branch. (Management of the religious cultural tourism).

Goals and objectives: The goal of this thesis: complex study of religious cultural tourism impact on the population and outline of the directions in the development of religious cultural tourism. Outline of the frustrating aspects and identification of the causes that determined the shaping of this form of tourism and improvement of the activity of specialized travel agencies. In accordance with the set-up goal, the following objectives are outlined:

-determination of inter-dependencies between religious cultural tourism and other forms of tourism; presentation of defining elements and conditions promoting the increase of religious cultural tourism; clarification of the effects of religious cultural travels both on the travel agencies and on the religious cultural institutions; SWAT analysis on the religious cultural tourism at the county level; determination of the directions in increasing the efficiency of the specialised travel agencies and service providers in the reference field.

Scientific novelty and originality: it consists in the approach of pilgrimages from an interdisciplinary perspective both economically and socially; need for new forms of tourism to be substantiated and integrated in the offer of the specialized travel agencies; elaboration of a development and diversification plan for tourism products and services in collaboration with all institutions; presentation of an analysis of this type of tourism in the county.

Theoretical importance and practical value: The results of this thesis are supported by the value of the findings, conclusions and recommendations that may be useful to researchers in the field of religious cultural tourism, to teachers in higher education, for writing scientific didactic papers.

Implementation of scientific results. The concepts and results of this thesis previously exposed in multiple presentations, conferences, symposiums and published in professional journals have been considered as highly operational and useful.

АННОТАЦИЯ

Апетри Никулина

«экономическое обоснование стратегий развития религиозного культурного туризма».

Диссертация доктора экономических наук. Кишинев, 2017 год.

Структура диссертации: введение, 3 главы, выводы и рекомендации, библиография, приложения, 125 страниц основного текста, 27 рисунков, 16 таблиц. Полученные результаты опубликованы в 9 научных работах.

Ключевые слова: управление, культурный туризм, религиозный туризм, управленческие коммуникации, современные тенденции, туристическое агентство, агентство паломничества, каналы распределения, стратегия, конкурентоспособность.

Область исследования: Экономика и Менеджмент в отрасли. (Менеджмент религиозного культурного туризма).

Цель и задачи диссертации: Цель работы: комплексное исследование воздействия религиозного культурного туризма на население и определение направлений развития религиозного культурного туризма. В соответствии с целью, были выделены следующие задачи: определить взаимосвязь между экономическими операторами в сфере туризма и религиозными культурными учреждениями в процессе планирования культурных и религиозных путешествий; анализ туристического оборота в уезде Сучава и в центрах с интенсивным религиозным культурным туризмом; определение направлений развития религиозного культурного туризма, на уровне уезда, а также на национальном уровне; проведение SWOT-анализа религиозного культурного туризма на уровне уезда; определение направлений для повышения эффективности работы специализированных туристических агентств и поставщиков услуг в области религиозного культурного туризма.

Новизна и оригинальность исследования: включает в себя междисциплинарный подход при обосновании религиозного и культурного туризма, а также новых форм туризма и их интеграцию в туристское предложение специализированных туристических агентств, определение и анализ психологического профиля потенциального туриста и паломника, разработка планов развития религиозного культурного туризма, анализ религиозного культурного туризма на уровне уезда.

Теоретическая значимость и прикладная ценность: Результаты работы подтверждаются выводами, заключениями и рекомендациями, которые могут быть полезны: исследователям в области культурного религиозного туризма, преподавателям в системе высшего образования, работникам специализированных туристических агентств. **Внедрение научных результатов.** Исследования и результаты работы, были представлены на конференциях, симпозиумах и опубликованы в специализированных журналах где были определены как весьма актуальные и полезные.

LISTA ABREVIERILOR

- ANAT-** Asociația Națională a Agențiilor de Turism
- ANTREC-** Autoritatea Națională pentru Turism Rural și Ecologic
- AELS-** Asociația Europeană a Liberului Schimb
- AP-** Accesul pe piață
- BOR-** Biserica Ortodoxă Română
- C-D-** Cercetare –Dezvoltare
- CAEN-** Clasificarea Activităților din Economia Națională
- CCP-** Clasificarea Centrală pe Produs
- CCPCOM-** Clasificarea Centrală pe Produs a Comunității Europene
- CE-** Consiliul Europei
- CEE-** Comunitatea Economică Europeană
- CNS-** Comisia Națională pentru Statistică
- TQM-** Controlul Total al Calității
- CV-** Curriculum Vitae
- FIJET-** Federația Internațională a Jurnaliștilor și Scriitorilor din Turism
- FMI-** Fondul Monetar Internațional
- IMM-** Întreprinderi Mici și Mijlocii
- INS-** Institutul Național de Statistică
- MPS-** Mont Pelerin Society
- NACE-** Nomenclatorul activităților din Comunitatea Europeană
- OCDE-** Organizația de cooperare și Dezvoltare Economică
- OMC-** Organizația Mondială a Comerțului (World Trade Organisation)
- OMT-** Organizația Mondială a Turismului (World Tourism Organisation)
- OMS-** Organizația Mondială a Sănătății
- ONU-** Organizația Națiunilor Unite
- PIB-** Produsul Intern Brut
- PNB-** Produsul Național Brut
- SRL-** Societate cu Răspundere Limitată
- SNCFR-** Societatea Națională a Căilor Ferate Române
- UNESCO-** Organizația Națiunilor unite Pentru Educație, Știință și Cultură
- UIIOT-** Uniunea Internațională a Întreprinderilor și Organizațiilor din Turism
- SWOT-** Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
- UE-** Uniunea Europeană

Introducere

Actualitatea și importanța problemei abordate

Turismul religios reprezintă o formă aparte de turism caracterizată prin setea de cunoaștere a indivizilor, prin căutări permanente, prin dorința de a se informa, educa, regăsi sau desăvârși. Prin turismul religios turiștii se deplasează spre locuri sfinte, morminte, moaște sfinte, biserici și Mănăstiri în speranța regăsirii de sine, a căutărilor liniștii sufletești, a împăcării cu eul propriu și cu realitatea. Frământările, gândurile, zbuciumul sufletesc se diminuează până la dispariție în acele locuri sfinte în care turistul se simte mai aproape de divinitate, acolo unde inspirația divină îl ocrotește și îl motorizează pentru o vreme în sensul rezistenței sau chiar înfrângerii obstacolelor reale sau aparente din calea sa spre desăvârșire, perfecțiune profesională și morală. Căutarea divinității prin pelerinaje organizate în grupuri sau deplasări individuale este specific unui segment de piață diferit, ce nu poate fi încadrat nici într-o altă clasificare după vârstă, sex, venituri, categorie socială, educație, deoarece motivația turistică este strict spirituală și personală.

Turismul religios impune individului anumite sacrificii acceptate de bunăvoie cum ar fi ținuta decentă chiar sobră, atitudine plină de respect și pioșenie, reculegere, rugăciune, meditație, contemplație, interiorizare, conștientizarea asupra binelui și răului din fiecare individ. Turistul aflat în vizită la obiectivele religioase acceptă fără comentarii regulile bisericești, se supune de bunăvoie, uneori cu bucurie și chiar cu speranță, canoanelor indicate de slujitorii acestora.

Progresul tehnic și științific a determinat transformări și delimitări vizibile între clasele sociale. Nivelul de trai ridicat al unor categorii sociale a determinat nevoia de cunoaștere, de cultură, astfel s-a intensificat circulația turistică. Criza economică și socială a provocat sărăcia, șomajul și nivelul de trai a scăzut pentru unele categorii sociale. Astfel că unele segmente de piață sau orientat către agențiile de pelerinaje. Aprecierea justă a valorilor, moralitatea și decența sunt elemente tot mai rar luate în considerare, iar nemulțumirile determină anumite categorii sociale să caute rezolvarea problemelor în locuri sfinte. S-au construit foarte multe biserici, mănăstiri și catedrale în ultimii ani, peste 1000 în toată țara, care atrag turiști, pelerini din țară și străinătate. Motivația de bază, cultural religioasă a adus în Bucovina, în anul 1991, peste 200.000 de turiști, din toate țările lumii dornici să vadă mănăstirile cu pictura exterioară, unice în lume, cu o vechime de peste cinci veacuri. După statisticile franceze, mănăstirile din Bucovina se situează pe locul cinci în lume ca număr de vizitatori, înaintea altor obiective turistice celebre cum ar fi Piramidele din Egipt, Luvru, Brandenburg, Turnul din Pisa, etc.

Astfel, Voronețul, Moldovița, Sucevița, Humor și Arbore constituie capodopere ale artei universale, despre care cercetătorul francez de artă, Paul Henri spune că pictura murală de la Sucevița este „ **Testamentul artei moldovenești** “ .

Un loc aparte între bisericile și mănăstirile din Bucovina îl ocupă Mănăstirea Putna, despre care poetul Mihai Eminescu spunea la Serbarea ocazionată de împlinirea a 400 de ani de la sfințirea bisericii mănăstirii (14-16 august 1871), „ **să facem din Putna Ierusalim al neamului românesc și din mormântul lui Ștefan, altar al conștiinței naționale** “.

În Bucovina este cea mai mare densitate de obiective turistice cultural religioase din țară și de asemeni, peisajul geografic este atractiv. Aceste elemente determină valorificarea lor superioară prin turismul cultural religios, astfel încât să devină o destinație preferată pentru turiștii interni și externi.

În contextul schimbărilor calitative și al ritmului tot mai rapid al mediului de afaceri, turismul cultural religios este influențat considerabil de managementul interacțiunii dintre formele de turism, dintre acestea și nivelul de trai al populației, dintre acestea și schimbările socio - economice și chiar politice la nivel local, național și internațional.

Scopul și obiectivele tezei. Scopul lucrării: fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, de armonizare a intereselor instituțiilor cultural religioase cu managementul turistic al agenților economici prestatori de servicii speciale și generale. În conformitate cu scopul nominalizat se conturează următoarele obiective:

- identificarea oportunităților și amenințărilor în dezvoltarea turismului cultural religios la nivelul județului Suceava.
- studiul factorilor și condițiilor ce determină apariția și dezvoltarea turismului cultural religios, ca formă independentă de turism.
- determinarea interdependențelor dintre turismul cultural religios, alte forme de turism, dintre acestea și condițiile mediului ambiant.
- stabilirea direcțiilor relevante de dezvoltare a turismului cultural religios.
- propunerea de măsuri care ar contribui la consolidarea turismului cultural religios, ca formă de bază în zonele cu potențial specific.

Noutatea științifică a rezultatelor obținute.

Noutatea științifică a studiului cu privire la turismul cultural religios reprezintă o premieră în spațiul României, iar problema științifică analizată și soluționată constă în evidențierea modalităților de desfășurare a turismului cultural religios, dar și stabilirea strategiilor de dezvoltare a acestuia în contextul socio - economic actual, când deplasarea se face cu mijloace tot mai moderne, condițiile de cazare sunt tot mai civilizate, iar penitența este asumată.

Metodologia cercetării are la bază chestionarele administrate turiștilor/pelerinilor pentru a vedea nevoile acestora, dar și gradul de satisfacție, chestionare adresate personalului instituțiilor cultural religioase în vederea armonizării intereselor acestora cu ale turiștilor, analiza SWOT, alte metode.

Astfel în cadrul cercetării am analizat următoarele aspecte:

- definirea conceptului de turism religios
- evidențierea elementelor cheie care consacră această formă de turism
- stabilirea elementelor ce determină și favorizează dezvoltarea acestei forme de turism
- adaptarea turismului religios la condițiile concrete din jud. Suceava și posibilitatea de a obține profit
- recomandarea către turiști a traseelor și sejururilor ce au obiective cultural religioase.

Importanța teoretică a tezei. Cercetarea se înscrie în direcțiile prioritare ale țării, de dezvoltare a turismului și aliniere la circuitele turistice internaționale în scop religios, deasemeni și în tendințele la nivel mondial, fiind tot mai multe dezbateri, conferințe, simpozioane, pe această temă, în ultimii ani. Lucrarea constituie un bun suport metodologic pentru cercetările efectuate spre orientarea interacțiunii dintre turism și religie, către dezvoltarea companiilor de turism, dar și atragerea turiștilor către obiectivele consacrate religioase. Studiul poate fi utilizat în cursurile universitare, ca bază în formarea și dezvoltarea disciplinelor de turism.

Valoarea aplicativă a lucrării. Recomandările efectuate elaborate în rezultatul analizei turismului cultural religios vor contribui la eficientizarea activității agențiilor de turism specializate în pelerinaje prin:

- alinierea produselor turistice românești la circuitele turistice internaționale,
- creșterea operativității agențiilor de turism și pelerinaje prin implicarea personalului religios, dar și prin sprijinul statului.
- elaborarea de programe turistice la prețuri accesibile pentru categoriile cu venituri modeste, dar și pentru persoanele foarte ocupate, care solicită servicii de foarte bună calitate.
- elaborarea de strategii de dezvoltare în concordanță cu direcțiile de dezvoltare și de sprijin ale statului.

Aprobarea rezultatelor. Teza de doctor a fost discutată și aprobată la ședința catedrei de Turism a Academiei de Studii Economice din Moldova. Realizările tezei au fost expuse în lucrări științifice prezentate la diverse conferințe, simpozioane, manifestări.

Publicațiile au fost recenzate de specialiști în domeniu și apreciate atât în mediul academic cât și în mediul de afaceri.

Sumarul compartimentelor lucrării. Teza, structural include: adnotări în limba română, engleză, franceză, lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie ce cuprinde peste 180 de numiri și anexe.

În ” **Introducere**” este argumentată actualitatea și importanța temei de cercetare. Se formulează scopul cercetării și obiectivele investigației. Sunt prezentate originalitatea și noutatea științifică, semnificația teoretică a lucrării, valoarea aplicativă a tezei și aprobarea rezultatelor lucrării.

În **Capitolul 1: Aspecte teoretice privind managementul turismului cultural religios**, se prezintă definițiile, conținutul și conceptualizarea managementului interacțiunii turismului religios cu alte forme de turism, clarificările conceptuale, particularități ale turismului cultural religios, precum și metodologia, metodele și tehnicile de abordare a turismului cultural religios.

În **Capitolul 2: Abordarea turismului religios**, este evidențiată importanța patrimoniului turistic religios din județul Suceava, analiza și importanța acestuia la nivel local, național și internațional, este prezentată și situația acestuia în contextul crizei economice mondiale, dar și studiul comparativ cu alte forme de turism.

În **Capitolul 3: Direcții în dezvoltarea turismului cultural religios**, se caracterizează dimensiunea spirituală a acestuia, efectele globalizării asupra dezvoltării turismului cultural religios, abordarea strategică a patrimoniului cultural religios, din perspectiva economică, culturală, religioasă.

În ultimul compartiment al tezei „**Concluzii și recomandări**”, sunt generalizate concluziile la lucrare privind eficientizarea activității agențiilor de turism specializate în pelerinaje, direcțiile de dezvoltare a acestora și a altor prestatori de servicii.

1. ASPECTE TEORETICE PRIVIND MANAGEMENTUL TURISMULUI CULTURAL RELIGIOS

1.1. Definiere, concept și conținut al turismului cultural religios

Începuturile activității turistice datează din cele mai vechi timpuri, încă din antichitate când călătoria avea ca scop comerțul, religia, jocurile olimpice, sănătatea, etc. Conturarea călătoriei turistice ca specializare economică apare în 1914, odată cu înființarea primului Oficiu Național de Turism și apariția primelor statistici turistice. Se ia în considerare rolul turismului ca accelerator economic al tuturor ramurilor și se înființează ca organizație oficială în 1924, Oficiul Național de Turism, iar revoluția turistică la nivel mondial s-a produs odată cu legiferarea concediilor plătite în Italia(1927), Germania(1934), Franța și Belgia(1936).

România a intrat prin Ministerul Turismului în Organizația Mondială a Turismului(OMT), înființată în 1975, iar ONT devine membră a Uniunii Internaționale a Organismelor Oficiale de Turism (UIOOT).

Turismul este definit de către specialiști astfel:

- M. Peyromaure Debord: “turismul este acțiunea, dorința, arta de a călători pentru propria plăcere[17,pg.20].”
- J. Medecin: “Turismul este o activitate din timpul liber care constă în a voiaja sau locui departe de locul de reședință, pentru distracție, odihnă, îmbogățirea experienței și culturii datorită cunoașterii unor noi aspecte ale activității umane și a unor peisaje necunoscute[17,pg.22].”
- E. Guy Freuler: “Turismul este un fenomen al timpurilor noastre bazat pe creșterea necesității de refacere a sănătății și schimbarea mediului înconjurător, cultivarea sentimentului pentru frumusețile naturii ca rezultat al dezvoltării comerțului, industriei precum și a perfecționării mijloacelor de transport[17,pg.22].”
- Leveille-Nizerolle: “Turismul este ansamblul activităților nonlucrative ale omului în sfera ariei de reședință[16,pg.20].”
- Marc Bayer: “Turismul este schimbul unei valori economice(bani) contra achiziției unor valori culturale, estetice, de agrement[16,pg.20].”
- M. D. Mayer: “Turismul este ansamblul deplasărilor umane și activităților care rezultă, provocate de exteriorizarea și valorizarea dorinței de evadare care există în intensități diferite în fiecare individ[16,pg.20].”

Definițiile sunt extrase din “Culegeri ale comunicărilor Congresul ACR” și din “Manualul de Turism” al Dr. Markos Bela și Dr. Kolacsek Andras, Budapesta, 1961, pg. 162.

Turismul și industria turistică au apărut odată cu comercializarea primului pachet de servicii turistice, având în componență câteva prestații turistice (transport, cazare, alimentație sau animație) care prin comercializare aduc beneficii agenților economici. Primul care și-a programat un astfel de voiaj a fost Thomas Cook, în sec. XIX, care a devenit apoi unul din cei mai mari touroperatori la nivel mondial.

La Conferința ONU, din 1963, de la Roma s-a recomandat termenul de vizitator internațional ca fiind “orice persoană care călătorește într-o altă țară decât cea de reședință pentru orice alt motiv decât exersarea unei profesii remunerate în țara vizitată.”

Rodica Minciu consideră că noțiunea de turism este cea mai cuprinzătoare fiind ”poziționată la intersecția mai multor ramuri și sectoare din economie, toate acestea își găsesc reflectarea în varietatea punctelor de vedere cu privire la conținutul noțiunii de turism și al conceptelor adiacente”[24, p.12].

Cristiana Cristereanu definește circulația turistică internațională ca “totalitatea tranzacțiilor comerciale (cu servicii și mărfuri) care premerg, însoțesc și decurg din călătoriile turistice internaționale.” [17, pg. 28].

Considerând recomandările ONU pentru turism, acesta poate fi definit ca activitatea economico-socială care constă în deplasarea persoanelor de la locul de reședință la locul de sejur fără a presta activități remunerate.

Având în vedere scopul diferit al vizitatorilor sau motivarea călătoriei, se poate extinde definiția asupra turismului cultural religios.

Astfel, turismul cultural religios reprezintă activitatea social-economică care constă în deplasarea persoanelor de la locul de reședință la locul de sejur, fără a presta activități remunerate, cu scop cognitiv, spiritual.

Turismul cultural religios se manifestă prin cultivarea respectului față de patrimoniul cultural religios.

Turistul care are ca motivație religia este persoana care se deplasează de la locul de reședință la obiectivul religios fără a presta activități remunerate pentru o durată de cel puțin 24 de ore.

Conceptul de turism cultural religios, în contextul literaturii de specialitate, este definit prin deplasarea persoanelor către obiectivele cultural religioase în scop cultural, spiritual. Concomitent cu dezvoltarea tehnologiei, a accesului rapid la informații, turiștii își pot alege singuri destinația turistică, astfel încât să obțină maximum de satisfacție la un preț accesibil. Posibilitatea de a se documenta și rezerva singuri cazare, transport spre anumite destinații turistice, oferă turiștilor libertatea de opțiune ceea ce conduce la crearea unor destinații ”la

modă”, cum ar fi Ierusalim, Vatican, Fatima, iar în România, mănăstirile din Bucovina, Maramureș, Vâlcea sau în ultima perioadă Mănăstirea Prislop cu mormântul lui Arsenie Boca.

Concentrarea fluxurilor de turiști spre anumite zone presupune ținerea în atenție a atracției turistice respective și a zonei prin publicitate, dar și prin îmbinarea armonioasă a tradițiilor, cu elementele moderne, având în vedere și faptul că mănăstirile sunt amplasate într-un cadru natural extrem de pitoresc, ceea ce determină turiștii să revină adesea să revadă acele locuri, sau să recomande și altor persoane să viziteze anumite destinații turistice cultural religioase. La nivel local, se constată o luptă de rezistență față de tendințele globalizării, deoarece turiștii ce călătoresc în scop cultural religios sunt mai sensibili la tradițiile culturale, mai atenți cu mediul înconjurător, au o atitudine și un comportament respectuos față de monumentele cultural istorice și religioase ca urmare a unei educații mai bune.

Zonele receptoare de turiști obțin beneficii importante în urma circulației turistice mai intense ce se reflectă în crearea de noi locuri de muncă, modernizarea infrastructurii localităților respective, creșterea nivelului de trai a populației din zonă. Monitorizarea atentă a acestor zone în scopul creșterii calității prestațiilor turistice asigură maximizarea profitului agenților economici și creșterea gradului de satisfacție al consumatorilor.

Dicționarul Enciclopedic Român (1966, vol.IV) definește turismul ca ”activitate cu caracter recreativ sau sportiv, constând din parcurgerea pe jos sau cu diferite mijloace de transport a unor distanțe, pentru vizionarea regiunilor pitorești, a localităților, a obiectivelor culturale, economice, istorice, etc.”

Majoritatea specialiștilor pasionați și interesați de fenomenul turistic consideră turismul ca preocupare exclusivă pentru propria plăcere. Acceptând complexitatea fenomenului turistic se poate adăuga faptul că turismul cultural religios implică o atitudine reverențioasă față de cultură, religie, vestigii istorice. Astfel, scopul tezei este fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, de armonizare a intereselor instituțiilor cultural religioase cu managementul turistic al agenților economici prestatori de servicii speciale și generale. Printre obiectivele tezei se numără: stabilirea interferențelor cu alte forme de turism, consolidarea acestuia și stabilirea direcțiilor de dezvoltare, identificarea strategiilor de dezvoltare. Problematika cercetării turismului cultural religios s-a impus ca o necesitate determinată de intensificarea fără precedent a circulației turistice în scop cultural religios atât la nivel național cât și internațional. Prezenta lucrare este printre primele încercări de soluționare și stabilire a strategiilor de dezvoltare a acestei forme de turism care s-a conturat în ultimile decenii. Direcțiile de soluționare au fost redată în mai multe lucrări și constau în conlucrarea tuturor factorilor economici și sociali cu scopul fundamentării strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios.

1.2. Doctrine, legi, teorii care sunt aplicate în managementul turismului cultural religios.

Clarificări conceptuale

În ultimele decenii, turismul, o adevărată industrie a vacanțelor și loisir-ului a căutat să atragă în sfera sa de acțiune cât mai multe arii geografice. Aceste spații geografice de excepție, prin valențele lor recreative, estetice, educaționale, științifice se constituie ca obiective turistice de importanță deosebită, unele cu caracter unicat pe plan național și internațional.

Selectarea și aplicarea doctrinelor (ansamblul postulatelor filozofice ce servesc drept fundament al teoriei) reprezintă punctul de plecare în orice sistem de management. Rolul statului determină două orientări doctrinare:

- neoliberală - specifică economiei de piață, fără intervenția statului;
- colbertistă - specifică sistemului economic centralizat, bazată pe implicarea activă și directă a puterii publice în economie pentru asigurarea creșterii economice și eficienței.

Impactul turismului asupra mediului în județul Suceava, este deosebit de puternic, resimțindu-se în special în domeniul economic și social.

Teza subliniază importanța resurselor turistice ale județului Suceava, precum și posibilitatea valorificării superioare a acestora prin turism, respectiv turism cultural religios, astfel încât devină o destinație preferată în turismul intern și internațional. Astfel dezvoltarea turismului a condus la crearea a numeroase pensiuni în mediul urban și rural ce atrag anual atât turiști români cât și străini, agenții economici implicați fiind tot mai interesați de dezvoltarea afacerilor lor și de aliniere la direcțiile turismului mondial. Dezvoltarea turismului a condus la crearea a noi locuri de muncă, la dezvoltarea micilor investiții și artizanatului, comerțului, transporturilor, etc.

Având în vedere tema lucrării, s-a realizat o analiză atentă a obiectivelor turistice culturale religioase, ca ofertă turistică de excepție a județului Suceava. Aceasta a determinat cu precădere dezvoltarea turismului cultural religios în zonă.

Etimologic, termenul de turism provine din latinescul tur- turnare și din greacă, tornos-cerc, preluat apoi în engleză tour- a se mișca în cerc, ceea ce astăzi se numește turism. Scopul turistic determină forma de turism, respectiv cultura și religia în cazul turismului cultural religios.

Dezvoltarea turismului cultural religios determină strategii de dezvoltare specifice cu un caracter particular, care în ansamblu se înscriu în strategiile generale de dezvoltare a turismului.

Clarificarea conceptuală a strategiilor manageriale abordate de agenții economici implicați este impusă de domeniul de studiu:

-strategia avantajului competitivității, aplicabilă prin orientarea fluxurilor de turiști către zonele cele mai atractive;

-strategia diversificării ofertei turistice, prin combinarea de programe turistice și prin complexitatea prestațiilor turistice;

-alinieră la strategia națională și globală a turismului mondial, prin stabilirea obiectivelor strategice în conformitate cu strategia globală.

Călătoriile au existat încă din cele mai vechi timpuri, exploratori, comercianți, oameni de știință și cultură care au deschis calea spre cunoaștere au transmis posibilitatea și necesitatea de a călători.

Așa cum factorul demografic reprezintă pentru cererea turistică sursa sau suportul acesteia, tot la fel teritoriul, spațiul, se constituie ca o condiție esențială pentru existența ofertei turistice. Spațiul este definit în turism pe plan cantitativ prin capacitatea de primire a teritoriului și pe plan calitativ prin atractivitatea sa, sau valoarea turistică a teritoriului care poate fi naturală sau creată.

Mediul înconjurător, considerat în prezent o prioritate politică pe plan internațional, nu poate fi exclus din preocupările privind înscrierea economiei românești în coordonatele unei economii de piață. Dezvoltarea economică implică externalități suportate de mediul înconjurător, a cărui considerare condiționează chiar viabilitatea pe termen lung a procesului în sine; interacțiunea mediu-economie având caracter de feed-back.

Aplicarea în managementul turismului a teoriilor și legilor managementului în general conduce la eficientizarea managementului activității, astfel încât să cointereneze toți factorii implicați și să deruleze activități, prestații turistice avantajoase pentru turiști/pelerini, dar și pentru prestatorii de servicii.

Cele mai utilizate teorii neolibérale în managementul firmelor din turism[3, pag.351] sunt:

- teoria factorilor de producție - conform căreia costurile sunt dependente de disponibilitatea și proporția factorilor implicați;
- teoria cursului de schimb - determinată atât de competitivitatea monedelor țărilor implicate în relațiile de schimb, dar și de rata dobânzilor, în cazul turiștilor străini care cumpără în avans produse turistice, iar fluctuațiile monedelor de schimb pot produce modificări ale prețurilor produselor turistice;
- teoria liberului schimb - constă în circulația liberă a produselor, serviciilor, capitalului și resurselor umane, reglată de stat prin taxele vamale pentru produse,

iar pentru turiști prin descurajarea turiștilor români de a se deplasa în străinătate și atragerea turiștilor străini prin promovare susținută;

Un rol important în managementul turismului cultural religios revin legilor valabile în managementul general [71,pag.25], cum ar fi:

- legea unității și opoziției contrariilor - valabilă în procesul delegării împuternicirilor, în formarea fluxurilor informaționale;
- legea negării negației – abordată în delegarea împuternicirilor și în sistemul decizional;
- legea transformărilor cantitative și calitative, conform căreia calitatea prestațiilor turistice și numărul mare de turiști aduc beneficii mari agenților economici implicați;
- legea cauzalității - pentru situațiile în care sunt aceleași condiții se aplică aceeași decizie;
- legea identității - pentru situațiile de certitudine;
- legea economiei timpului - pentru orice activitate trebuie depuse eforturi spre a consuma cât mai puțin timp, adică obținerea de rezultate maxime cu eforturi și cheltuieli minime de timp, astfel încât să existe cât mai mulți turiști mulțumiți cu un minim de efort în timp foarte scurt;
- legea realității resurselor - în economie orice câștig reprezintă o pierdere pentru concurență și invers; dacă turiștii aleg o destinație turistică, alte destinații turistice intră în declin;
- legea concurenței - mai mulți producători/vânzători se confruntă pe piață cu mai mulți cumpărători;
- legea de echilibru - valoarea totală a bunurilor cerute la prețurile perioadei este totdeauna egală cu valoarea totală a bunurilor cerute la prețurile perioadei;
- legea debușeelor, conform căreia turismul cultural religios are clienți proprii și își formează o piață proprie;
- legea elasticității sistemului de management - sistemul trebuie să corespundă obiectivelor și în orice moment al evoluției poate fi adaptat la factorii de influență;
- legea unității sistemului de management - coordonarea are la bază aceleași principii;
- legea corelației optime între centralizare și descentralizare;

- legea proporționalității - toate elementele să se afle în raporturi cantitative și calitative adecvate. În sistemul de management aplicarea legilor socio-economice indică relații ce se stabilesc în managementul intern al firmelor. Climatul psihosocial pozitiv din interiorul firmelor și instituțiilor contribuie hotărâtor la dezvoltarea unui turism durabil.

Conceptul dezvoltării durabile, definit ca un „proces de transformare în care exploatarea resurselor, direcția investițiilor, orientarea tehnicilor și schimbărilor instituționale se desfășoară în mod armonios” reprezintă criteriul de selecție a politicilor economice și de ajustare structurală în general și a politicii mediului și de sănătate în special [18, pag.29].

În aplicarea conceptului dezvoltării durabile, guvernul poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și populației ca subiecți ai instrumentelor politicii de mediu, care au menirea să realizeze consolidarea legăturilor dintre creșterea economică și protecția mediului. Acesta va însemna mutarea accentului de la cantitate la calitate cu toate efectele pozitive ce decurg din aceasta. Introducerea politicii de mediu este nu numai necesară dar și oportună în această perioadă în care economia navighează în căutarea unui echilibru.

Nu se poate vorbi despre o intensificare a circulației turistice, fără a avea în vedere factorii care conduc la degradarea mediului ambiant, cu toate componentele sale și chiar deteriorarea unor obiective religioase prin supraaglomerarea zonei sau uneori, comportament necivilizat al turiștilor.

Pornind de la necesitatea ca obiectivele și eșalonarea măsurilor privind protecția mediului să fie conectate la evoluția economiei de piață în scopul asigurării unei dezvoltări durabile, este evident că ajustările macroeconomice trebuie să țină seama de restricțiile energetice și ecologice.

La nivel macroeconomic, problema tranziției și a ajustărilor structurale implicate de obiectivul dezvoltării durabile a unei economii de piață poate fi rezumată la atingerea capacității de producere a bunurilor și serviciilor care susțin concurența și piețele internaționale și, în consecință, la mărirea avantajelor comparative și a competitivității, astfel încât să asigure populației un standard ridicat de viață, susceptibil a fi menținut pe termen lung.

În acești termeni, reforma economică are ca principală coordonare eliminarea distorsiunilor ce afectează funcționalitatea mecanismelor pieței și, în acest context, restabilirea legăturii între criza resurselor și prețul resurselor [177, p.24].

Rolul acesta revine guvernului care, în aplicarea conceptului dezvoltării durabile, poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și al populației, ca subiecți ai instrumentului politicii de mediu.

Evident, este necesar un nou tip de management fundamentat pe sistemul de valori al societății moderne, actuale, care prin concepte, instrumente și abordare să fie în măsură să reorienteze activitatea agenților economici implicați în activitatea de turism cultural religios. Managementul modern pornește de la premisa gnoseologică și metodologică actuală către formarea specialiștilor viitorului.

Definirea științei managementului s-a cristalizat repede ca urmare a eforturilor specialiștilor de pe întregul mapamond, ca necesitate determinată de practicile economico-socială. Cele mai răspândite definiții sunt cele de ordin pragmatic, nord-americane, de exemplu, Reece și O'Grady consideră că managementul este "procesul de coordonare a resurselor umane, informaționale, fizice și financiare în vederea realizării scopului organizației." [B. Reece și J. O'Grady, Business, Houghton Mufflin Company, Boston, Dallas, Geneva, Palo Alto, 1984, p. 124]. Specialiștii Longenecker și Pringle consideră managementul ca fiind "procesul de obținere și combinare a resurselor umane, financiare și fizice în vederea îndeplinirii scopului primar al organizației." [135, p. 8].

Profesorii ruși Popova și Krasnopoiasa consideră că managementul se ocupă de "legile conducerii generale și de legile sintetice ale componentelor sale"[143, p. 25].

Dicționarul Larousse definește managementul ca "știința tehnicilor de conducere și gestiune a resurselor[155, p. 260). Profesorul român, Ovidiu Manolescu consideră că "managementul firmelor rezidă în studierea proceselor și relațiilor de management din cadrul lor, în vederea descoperirii legităților și principiilor care le generează, a conceperii de noi sisteme, metode, tehnici și modalități de conducere de natură să asigure ridicarea eficienței." [156. pg. 7]. Prezenta lucrare propune o definiție mai îndrăzneță a managementului, care se consideră a fi un ansamblu de metode, strategii și tactici ce au ca scop fundamental creșterea gradului de ocupare a populației în condiții generatoare de profit la nivelul firmelor.

Literatura de specialitate, extrem de bogată și variată în acest domeniu, preia elemente din domeniile: economic, politic, analiză economică, organizare, marketing, aprovizionare tehnico-materială, finanțe, etc.

Cracterul multidisciplinar este determinat de o serie de categorii de ordin sociologic, matematic, statistic, juridic, psihologic. Ca urmare a dezvoltării rapide a managementului ca știință și în special al managementului firmei, acesta poate fi abordat din variate puncte de vedere.

În cadrul activității de turism, procesul de management se structurează în trei etape:

- a) previzională, axată pe viziune, perspective, tendințe, motivații determinate de evoluția activității firmelor;
- b) operațională, de organizare, coordonare și antrenare a personalului în vederea realizării obiectivelor firmelor, dar și a obiectivelor strategice de dezvoltare națională;
- c) finală de măsurare și interpretare a rezultatelor, are caracter constatativ, de evaluare și control la încheierea unui ciclu de conducere și pregătirea condițiilor pentru următoarea conducere.

Procesul de management la nivel de formă a fost analizat pentru prima dată de Henry Fayol, care determină cinci funcții: previziunea, organizarea, comanda, coordonarea și controlul, în lucrarea *Administrative et generale*, Dunod, Paris, 1964.

Managementul științific, după Ovidiu Nicolescu este "ansamblul proceselor prin care elementele teoretico-metodologice ale științei managementului sunt operaționalizate în practica socială." Totuși instrumentarul științific de management este completat în activitățile economice de un management empiric al experienței și intuiției.

Cei mai importanți specialiști afirmă despre management:

- Mary Parkertollet: "esența actului de conducere o reprezintă coordonarea colaboratorilor și a activităților desfășurate de aceștia[143, pg.7]".
- Frederick W. Taylor: "managerul trebuie să fie capabil să creeze și să aplice metode științifice de conducere"[143, pg.8].
- Henry Fayol: "un cadru de conducere trebuie să pună în aplicare funcțiile managementului"[143,pg.9].
- Frank Gilberth: "rolul esențial al cadrelor de conducere este acela de a descoperi, prin studii și analize, cel mai bun mod de a face ceva"[143,pg.7].
- Oliver Sheldon: "managerul are rolul de a determina cel mai bun echilibru între problemele producției și umanizarea acestora"[143 pg.7].
- Douglas Mc. Gregor: "modul concret de a conduce al managerului, depinde într-o mare măsură, de presupunerile intime ale acestora cu privire la natura fundamentală a oamenilor, de filozofia lor de viață, recomandând o atenție deosebită laturii umane a conducerii"[143, pg.9].
- Leonard Sayles: "managerii trebuie să fie capabili să accepte și să ia decizii în condiții de incertitudine"[143, pg.8].
- Chester Barnard: "un conducător are rolul principal de a stabili un climat propice cooperării între oamenii din întreprindere, între diferitele grupuri din care este formată organizația"[143. pg.7].

- Ralph C. Davis: "un conducător trebuie să-și orienteze întreaga activitate în scopul creerii și oferirii către beneficiari a unor servicii de calitate"[143, pg.7].
- Rensis Likert: "managerul trebuie să desfășoare o astfel de activitate, în special din punct de vedere uman, încât să-și determine colaboratorii să-l ajute în acțiunile de control"[143, pag.9].
- Peter Drucker: "un cadru de conducere trebuie să ia decizii cu privire la obiectivele organizației ținând seama de faptul că ele se cristalizează în arii care afectează supraviețuirea și prosperitatea acesteia."[45, pg. 20]. Definițiile managementului stau la baza științei managementului și constituie punctul de plecare în fundamentarea strategiilor.

Managementul activității de turism are un caracter aparte fiind un sector extrem de dinamic, care își lărgeste continuu sfera de activitate. Conținutul și complexitatea activității turistice, ca latură a sectorului terțiar al economiei are ca scop conceperea și asigurarea derulării călătoriilor de agrement. Turismul trebuie adaptat permanent la schimbările din viața economică și socială, la preferințele turistului. Diversitatea activităților turistice ce dau conținut prestației turistice, la fel ca și prezența unora în structura altor ramuri cum ar fi: transporturi, alimentație publică, agrement, tratament balneo-medical conferă turismului caracterul unei ramuri de interferență. Amploarea și complexitatea legăturilor dintre turism și celelalte ramuri se manifestă permanent prin participarea altor ramuri economice la desfășurarea activității turistice cum ar fi: industria construcțiilor și a materialelor de construcții, a sticlei, a lemnului, metalurgiei, construcțiilor de mașini, chimiei, alimentară, textilă, agricultură, etc. Poziția importantă a turismului în economie este determinată de legăturile acestuia cu transporturile, telecomunicațiile, gospodăria comunală, cultura, arta, ocrotirea sănătății, comerțul. Aceste aspecte demonstrează rolul activ al turismului în procesul de dezvoltare și modernizare a economiei. Turismul este un element dinamizator al sistemului economic global ce stimulează producția ramurilor participante.

Prin dezvoltarea turismului se obține un spor de producție, se diversifică structura economică prin apariția unor ramuri proprii: industria agrementului, apariția agențiilor de turism și pelerinaje sau dezvoltarea celor existente.

Influența pozitivă a turismului este determinată și de crearea de noi locuri de muncă și utilizarea forței de muncă cu cele mai diverse specializări. Turismul poate fi considerat o pârghie de atenuare a dezechilibrelor economice interregionale, un mijloc de instruire și educare a oamenilor, având un rol deosebit în ocuparea timpului liber al

populației. Turismul cultural religios constituie și un important factor de culturalizare și instruire a populației în spiritul valorilor ortodoxismului.

În strategiile de dezvoltare a turismului se ține seama de vocația ecologică a acestuia și se impun măsuri de protejare a acestuia, a valorilor fundamentale ale existenței umane: peisaj, apă, aer, floră, faună, etc.

În țara noastră, reformularea restricțiilor de utilizare a funcțiilor mediului și/sau introducerea altora, unde este cazul prin intermediul diferitelor tipuri de instrumente ale politicii de mediu, are un caracter de necesitate și de urgență conferit de caracterul limitat și de deteriorarea gravă a factorilor de mediu.

Aceste instrumente sunt menite să realizeze consolidarea legăturilor pozitive dintre dezvoltare și mediu și să rupă legăturile negative dintre creșterea economică și deteriorarea mediului.

Aceasta nu înseamnă oprirea creșterii economice și nici perturbarea funcționării sistemului economic. Ea va însemna mutarea accentului de la cantitate la calitate cu toate efectele pozitive de decurg din aceasta.

Măsurile de introducere a restricțiilor privind folosirea funcțiilor mediului se concretizează în politicile de mediu sub forma instrumentelor. Rolul lor este ca, prin stabilirea unor prețuri corespunzătoare factorilor de mediu, să reprezinte stimulii necesari modificării comportamentului agenților economici.

Sunt numeroase tipuri (și combinații) de reglementări și instrumente pentru a obține evaluarea corectă a resurselor naturale și a bunurilor de mediu, [89, p.62]. Măsurile restrictive ale politicii mediului se concretizează în două categorii principale de instrumente de reglementare și control.

Instrumentele de reglementare pot fi descrise ca măsuri instituționale ce urmăresc să influențeze direct performanțele de mediu ale subiecților prin reglementarea proceselor sau produselor folosite, prin interzicerea depunerilor sau emisiunilor anumitor poluanți și/sau prin restrângerea activității în anumite zone, perioade, etc., în conformitate cu criteriul prevenirii îmbolnăvirii.

Principala lor trăsătură este că nu lasă alternative poluatorului: el trebuie să se conformeze sau să plătească penalități.

Se disting două tipuri de controale directe:

- stabilirea nivelelor permise a activităților poluatoare, reglementări ce reclamă folosirea procedurilor și proceselor ce reduc poluarea
- tip de control direct, prin care se poate evita măsurarea, dar trebuie să se asigure instalarea și funcționarea corectă a tehnologiei.

Cea mai răspândită formă a instrumentelor de reglementare sunt standardele de mediu. Instrumentele politicii de mediu pot fi etichetate ca economice atât timp cât ele afectează costurile și beneficiile acțiunilor alternative ale agenților economici, influențând astfel deciziile și comportamentul acestora, iar alternativa aleasă conduce la situații mai favorabile mediului decât în absența instrumentului. Având în vedere alte aspecte, se consideră că un instrument este economic dacă aplicarea sa implică componente financiare directe sau dacă stimulează mecanisme de piață. Contrar reglementărilor directe, instrumentele economice lasă subiecților libertatea de a răspunde la anumiți stimuli într-un mod pe care îl consideră cel mai avantajos.

Preocupările dezvoltării durabile, pentru a preîntâmpina apariția eventualelor probleme socio-economice și a unor distorsiuni importante în comerțul internațional și în investiții, precum și opiniile diferite privind includerea costurilor administrative, acceptarea sistemelor de taxe însoțite de subsidii și asupra primordialității funcției de eficiență sau a celei de echitate a condus la o variație de interpretări sau a modului în care este folosit.

Politicile guvernamentale desemnate să sprijine sectoarele productive din economie pentru a se conforma obiectivelor de protecția mediului nu pot fi considerate subsidii care să intre sub incidența reglementărilor internaționale, dacă prin aceste acțiuni nu rezultă avantaje competitive.

La fel este considerată și asistența tehnică și financiară acordată de țările dezvoltate celor în curs de dezvoltare pentru a le ajuta să se conformeze acordurilor internaționale în domeniu (*ca de ex. Protocolul de la Montreal*) acțiuni ce se realizează prin operațiuni bugetare normale și nu prin taxe speciale asupra investițiilor străine.

Dinamismul, profunzimea și amploarea transformărilor din toate sectoarele vieții economice și sociale – ca trăsături definitorii ale evoluției contemporane – se reflectă între altele, în modificarea structurii economice, în concordanță cu cerințele progresului tehnico-științific, cu exploatarea rațională a întregului potențial de resurse, cu sporirea eficienței și cu exigențele îmbunătățirii calității vieții. În acest context, turismul se manifestă ca o componentă distinctă a economiei, cu o prezență tot mai activă în viața economică și socială, cu o participare semnificativă la progresul general și, nu în ultimul rând, ca promotor al globalizării și factor al dezvoltării durabile. După ce au fost mult ignorate, considerate - *neproductive* - rolul serviciilor începe să fie tot mai mult recunoscut, ele substituindu-se din ce în ce mai mult, industriei în rolul de motor al creșterii economice [136, p. 57].

Turismul reprezintă un fenomen economico-social propriu civilizației moderne, puternic ancorat în viața societății.

Astfel, tendințele înregistrate în evoluția economiei mondiale, atât cele pozitive exprimate în sporirea producției și pe această bază a prosperității generale, în intensificarea schimburilor internaționale și în lărgirea cooperării dintre state, cât și a celor negative, precum crizele sau perioadele de recesiune economică, extinderea sărăciei și a șomajului, inflația, deteriorarea mediului au influențat cantitativ și structural activitatea turistică, stimulând călătoriile și diversitatea lor spațială.

De asemenea, faptul că turismul se adresează unor segmente largi ale populației, că răspunde pe deplin nevoilor materiale și spirituale ale acesteia, s-a reflectat în intensificarea circulației turistice, imprimând fenomenului unul din cele mai înalte ritmuri de creștere. Pe de altă parte, prin amploarea și conținutul său complex, turismul antrenează un vast potențial natural, material și uman, având implicații profunde asupra dinamicii economice și sociale, asupra relațiilor internaționale.

Rezultat al acestor interdependențe și tendințe, turismul se situează în prezent printre cele mai de seamă componente ale economiei mondiale, participând cu aproape 12% la realizarea produsului mondial brut, cu circa 8% la ocuparea forței de muncă, fiind cel mai important capital al comerțului internațional și mobilizând circa 11% din cheltuielile de consum ale populației. Cu toate acestea, nu pot fi neglijate efectele negative generate de dezvoltarea sa necontrolată, mai ales asupra palierele socio-culturale și de mediu.

La nivelul economiei unei țări sau regiuni, efectele turismului trebuie analizate în general plecând de la relația lor cu obiectivele fundamentale ale întregului sistem economic; se poate determina astfel contribuția turismului la creșterea economică, la stabilirea prețurilor, la echilibrul balanței de plăți, la distribuția echitabilă a venitului național și la utilizarea deplină a forței de muncă [153, pg.19]. Studiile realizate de Organizația Mondială a Turismului în această direcție, identifică și grupează efectele turismului în trei categorii:

- a) Efecte asupra strategiei globale a dezvoltării unei țări (sau zone) sau efecte globale;
- b) Efecte parțiale asupra economiei naționale, respectiv asupra agenților, sectoarelor și macrodimensiunilor fundamentale ale economiei;
- c) Efecte externe în domeniul socio-cultural, fizic, și cel al resurselor umane, cu rezultate;

Evoluția turismului internațional, ca rezultat al acțiunii conjugate a factorilor economici, demografici, psiho-sociali, politici, etc, a marcat de-a lungul timpului un curs ascendent. Se poate vorbi astfel de dezvoltarea activității turistice, concretizată.

Experiența internațională a dovedit că țările care nu au o politică turistică și nu depun eforturi pentru dezvoltarea turismului își pierd cu timpul poziția de pe piața internațională, în

favoarea concurenței, iar soluțiile miraculoase ulterioare de politică turistică necesare recuceririi pieței, sunt greu de găsit.

Luând în considerare avantajele turismului ca mobilizator al forței de muncă, cea mai importantă contribuție pe care statul o poate aduce pentru încurajarea creșterii numărului de locuri de muncă în turism, este aceea de a crea un mediu favorabil dezvoltării sectorului turistic pe piețele pe care acesta poate opera efectiv cu o puternică focalizare de liberalizare, de reglementare și pe posibilitatea industriei turistice de a investi și de a inova.

În țara noastră turismul a început să se dezvolte în adevăratul sens al cuvântului abia după revoluția din 1989.

Importanța turismului în economie și societate derivă din următoarele argumente:

- Turismul este unul din sectoarele economice cu valențe reale de dezvoltare pe termen lung;
- Turismul este un mijloc de creare și îmbunătățire a imaginii României în lume. Este o sursă de sporire a încasărilor valutare ale statului. Este o piață sigură a forței de muncă și de redistribuire a celei disponibilizate din sectorul puternic restructurat;
- Este un mijloc de asigurare temporară a locurilor de muncă și a veniturilor populației;
- Este un mijloc de dezvoltare economico-socială, atât prin veniturile create, cât și prin schimburile interumane și culturale pe care acesta le realizează;
- Este o modalitate unică de valorificare a potențialului natural bogat și variat al țării, care nu poate fi exportat în stare brută, dar poate constitui o sursă importantă de export prin valorificarea sa la fața locului;
- Este un mijloc de păstrare și valorificare a potențialului istoric, cultural și etno-folcloric al țării, prin care putem fi apreciați și cunoscuți în lume.

Turismul este o activitate complexă, capabil să determine mutații și în dezvoltarea în profil teritorial; din acest unghi, el este considerat o pârghie de atenuare a dezechilibrărilor interregionale, privite la scări națională sau mondială. Pe lângă incidențele asupra economiei regiunilor și zonelor turistice, rezultate din atragerea lor în circuitul de valori, dezvoltarea turismului are consecințe asupra geografiei acestora, asupra urbanizării și construcției de locuințe, amenajării de drumuri, realizării de servicii publice, industrializării etc. El favorizează, de asemenea, utilizarea pe plan local a diferitelor resurse, a disponibilităților de forță de muncă. Tot așa trebuie menționată și vocația **ecologică** a **turismului**. În strategia

dezvoltării turistice se impun măsuri de protejare a mediului, a valorilor fundamentale ale existenței umane: peisaj, apă, aer, floră, faună.

Pe plan social, turismul se manifestă ca mijloc activ de educare, de ridicare a nivelului de instruire, cultură și civilizație ai oamenilor. Prin stimularea schimbului de valori, dezvoltarea turismului facilitează îmbogățirea orizontului cultural, informațional atât pentru turiști cât și pentru populația locală, contribuind la formarea lor intelectuală. Turismul se caracterizează astăzi și printr-o largă penetrare în rândul tuturor categoriilor sociale, transformându-se într-un fenomen de masă, cu profunde semnificații umane. El creează condiții de accesibilitate la valorile culturale ale civilizației pentru un număr sporit de oameni.

Puternice nuclee de cultură și creație artistică de la începuturile existenței lor, lăcașurile Bucovinei își continuă menirea prin grija restauratorilor și a obștilor călugărești ce le gospodăresc. Este și motivul pentru care frescele exterioare ale bisericilor Humor (1535), Moldovița (1537), Arbore (1541), Voroneț (1547), Sucevița (1596), arhitectura și pictura mănăstirilor Putna, Dragomirna, Râșca, Slatina, ale bisericilor Pătrăuți, Bălinești, Probota, Bogdana, bogatele muzee de artă medievală, frumusețea peisajului și a creației artistice populare (arhitectură, port, datini), au concurat la decernarea distincției Mărul de Aur (Pomme d'Or) Bucovinei de către Federația Internațională a Jurnaliștilor și Scriitorilor de Turism, au determinat înscrierea tezaurului bucovinean în catalogul UNESCO, Mari monumente ale lumii. În cadrul turismului românesc, turismul sucevean ocupă un loc aparte, ținând cont de faptul că județul Suceava dispune de un potențial variat și deosebit de complex, cuprinzând în alcătuirea sa componente naturale și cultural istorice de mare varietate și atractivitate turistică.

Potențialul economic și uman de care dispune județul Suceava, inclusiv o seamă de avantaje comparative, nu au fost suficient și eficient utilizate pentru dezvoltarea cu prioritate a turismului, factorul cel mai important de promovare a imaginii unei țări sau zone în lume.

Județul concentrează, de asemenea, importante obiective de patrimoniu natural și cultural, care necesită măsuri de protecție și conservare. Dezvoltarea potențialului turistic al județului pe termen mediu și lung este garantată de promovarea unor proiecte, privind reabilitarea și echiparea edilitară a zonelor turistice, stimularea inițiativelor private în turism, îmbunătățirea structurilor informaționale privind oportunitățile turistice, conștientizarea populației privind protecția mediului și a resurselor turistice.

Județul Suceava, prin poziția sa geografică și bogatul potențial natural și antropic, va putea deveni o zonă de mare atracție turistică, în condițiile în care se pot concepe, implementa și promova o serie de strategii de dezvoltare turistică, atât la nivel județean, cât și regional.

Strategia de dezvoltare a turismului trebuie să respecte următoarele cerințe:

- Dezvoltarea va fi planificată rațional, pe criterii economico-sociale riguros fundamentate;
- La actuala dezvoltare va participa societatea civilă și comunitatea locală;
- Dezvoltarea se va realiza prin stimularea sectorului public și privat;
- Politicile și criteriile de dezvoltare vor respecta principiul durabilității.

Procesul planificării dezvoltării durabile are implicații importante în mai multe domenii:

- Economic, prin creșterea gradului de exploatare și valorificare a resurselor;
- Ecologic, prin evitarea degradării mediului;
- Social, prin creșterea numărului locurilor de muncă, practicarea unor meserii tradiționale și atragerea populației în practicarea turismului.
- Creșterea nivelului de trai al comunității locale;
- Consumul resurselor turistice naturale și antropice;
- Cunoașterea și conștientizarea ideii de conservare de către populația locală și vizitatori;
- Pregătirea unor consilieri locali în probleme de turism;
- Realizarea unor forme de instruire locală pentru practicarea unor meserii specifice turismului.

De altfel, obiectivul strategic al Programului de guvernare pe perioada următoare îl reprezintă relansarea rapidă și durabilă a turismului în cadrul economiei naționale, astfel încât acesta să devină sector prioritar prin acțiunea concentrată a organismelor legislative guvernamentale și ale administrației publice locale.

1.3.Particularități ale turismului cultural religios

Turismul este o consecință a dezvoltării mondializării și globalizării economice.

Dincolo de fenomenele economice, granițele culturale aproape că au dispărut, se circulă fără restricție în spațiul SCHENGEN, chiar fără buletin, iar în cele 27 de țări ale UE se circulă fără viză (România și Bulgaria nu fac parte din spațiul SCHENGEN, deci sunt țări care mai au de depășit anumite dificultăți în respectarea legislației).

Circulația internațională a depășit barierele culturale, astfel că a doua limbă vorbită în compania Microsoft este limba română, iar peste tot în lume se vorbește limba engleză, în special în centrele în care se înregistrează fluxuri importante ale circulației turistice.

Agențiile de turism specializate în turism cultural religios au un rol deosebit de important în formarea convingerii consumatorilor sau potențialilor consumatori/clienti/turiști asupra efectelor benefice pozitive ale turismului religios. Demersul comun al specialiștilor în turism este de a atrage continuu câți mai mulți clienți și de a -i orienta spre anumite destinații turistice. Comunicarea, publicitatea, tehnicile promoționale utilizate constituie activități distincte ale întreprinderii moderne.

Activitatea agențiilor de turism ce promovează și comercializează produse turistice cu tematică cultural religioasă este orientată către conceperea acelor produse considerate atractive și care deopotrivă aduc beneficii organizației, dar și clienților afectați tot mai mult de criza economică prelungită care își pune amprenta din ce în ce mai mult pe aspectele vieții sociale. Astfel, tendința ultimilor ani, în activitatea agențiilor de turism specializate în pelerinaje și turism religios și nu numai este concentrată pe un management modern ce ține seama de orientarea de marketing către client, spre fidelizarea acestuia și influențarea comportamentului de cumpărare și consum. Managementul modern include politica promoțională și publicitatea în mixul de marketing având un rol decisiv în realizarea produselor turistice, dar și a costului acestora. În perioada contemporană, orice firmă este puternic antrenată într-un amplu proces de comunicare atât cu clienții săi cât și cu distribuitorii.

Promovarea este poate, cea mai costisitoare componentă a strategiei de marketing, iar agenția de turism alocă sume importante pentru realizarea acesteia. Deciziile managementului firmei, în acest sens, au în vedere atât repartiția bugetului pe instrumente promoționale cât și impactul mesajului către publicul țintă. Având în vedere faptul că distribuitorii comunică între ei, dar și clienții își exprimă opiniile, care pot fi diferite, mesajul transmis fiind receptat în funcție de nivelul de instruire al acestora, se poate constata că este un proces destul de delicat și complex, procesul de comunicare promoțională având feed- back imediat.

Eforturile agențiilor de pelerinaje este din ce în ce mai mare concurând cu toate celelalte agenții de turism, piața fiind extrem de concurențială, iar eforturile de adaptare a ofertei la cererea consumatorilor sunt din ce în ce mai mari.

Activitatea promoțională devine un obiectiv strategic al agențiilor de pelerinaj, deoarece prin activitățile desfășurate se imprimă elemente distincte, care le conferă identitate și personalitate. Produsele turistice fiind aproape identice, destinațiile turistice fiind deasemeni aceleași, le deosebește doar amprenta și personalitatea prestatorului.

În activitatea promoțională se investește foarte mult, astfel încât, unele agenții de turism, datorează succesul economic unor enorme investiții, activitatea promoțională fiind un instrument strategic. Comunicația promoțională la nivel de agenție de turism poate fi

- a) comunicare formală
- b) comunicare informală
- c) comunicare mixtă.

a) Comunicarea formală constă în conceperea unor campanii mediatice realizate prin presă, radio, televiziune, afișe, participări la târguri și expoziții. Aceasta se realizează cu ajutorul specialiștilor în publicitate, se cheltuiesc sume mari de bani, de regulă sunt campanii finanțate care au obiective clare.

b) Comunicarea informală constă în circulația spontană a informației, prin intermediul angajaților, a altor persoane. Este spontană, naturală, cotidiană.

c) Comunicarea mixtă constă în desfășurarea în paralel cu strategia managerială bine pusă la punct de furnizare a informațiilor despre anumite produse și destinații turistice, a unui proces de comunicare informal, de către angajați, distribuitori sau beneficiari prin anumite detalii, legende, informații suplimentare menite să cimenteze, să consolideze succesul strategiei promoționale a activității firmei.

Publicitatea constituie axul activității agențiilor de turism și în special a agențiilor de pelerinaje. Este componenta centrală a firmei moderne, este unul din mijloacele prin care întreprinderea modernă se implică și se raportează la relațiile de piață.

„Publicitatea cuprinde toate acțiunile care au drept scop prezentarea indirectă (nepersonală), orală sau vizuală a unui mesaj în legătură cu un produs, un serviciu sau firmă de către orice susținător identificat.”(Virgil Balaure, Tehnici promoționale, București, 1994).

Publicitatea reprezintă totalitatea acțiunilor cu scop clar comercial, menită să determine potențialul client/consumator/turist/pelerin să cumpere produsul turistic respectiv.

Dincolo de acțiunile promoționale cu efect general, publicitatea constituie tactica agențiilor de turism și pelerinaje de a pătrunde pe anumite piețe geografice sau segmente de piață. Astfel, unele produse turistice (de exemplu excursii în Israel) au o accesibilitate restrânsă, nu pot aparține publicului larg, însă anumite mănăstiri din proximitatea turiștilor sunt accesibile favorizând astfel, încet, dezvoltarea unor microstațiuni în jurul mănăstirilor. Există multiple posibilități de cazare și masă, fie în structurile proprii ale mănăstirilor, fie în pensiunile din jur, fie în casele cetățenilor.

Comunicarea publicitară constituie principalul mijloc de transformare a cererii în consum, este deci indispensabilă eficienței activității agențiilor de turism și pelerinaje.

Publicitatea poate avea succes dacă se respectă următoarele principii:

- relevantă și conformă cu realitatea;
- decentă, fără cuvinte, imagini care pot părea vulgare sau imorale;
- loială, fără a profita de necunoașterea publicului și fără a specula superstițiile și teama;
- lipsa de superficialitate;
- evitarea confuziilor, în special cu firmele de succes;
- evitarea inducerii unor false mesaje, rezolvări de situații, etc.

Faima câștigată de un produs turistic trebuie menținută, însă schimbările care se aduc, sau îmbunătățirile trebuie să fie de aceeași calitate. Se impune o legislație corectă, clară, care să protejeze consumatorii în acest sens. Tipăriturile realizate cu scop publicitar trebuie să respecte limba română, să prezinte sumar programe, imagini sugestive și reale. Publicitatea exterioară realizată prin firme luminoase, panouri, etc., este eficientă în aglomerările urbane, dar mesajul este extrem de concis. Publicitatea gratuită sub forma interviurilor, sau a informațiilor furnizate de clienții mulțumiți, de angajați, alte persoane, este neplătită, dar în același timp extrem de eficientă și cu o valoare promoțională și morală extrem de ridicată.

Analiza situației statistice a condus la următoarele constatări:

- . a crescut numărul pelerinajelor realizate în județ,
- a crescut numărul de turiști străini ce ne vizitează județul,
- a crescut numărul de înnoptări atât în pensiunile din jurul mănăstirilor, cât și în spațiile de cazare din incinta mănăstirilor din județ,
- au crescut încasările din turism, respectiv încasarea medie pe loc de cazare.

O publicitate bine realizată conduce la creșterea cotei de piață a oricărui agent economic, în special a agențiilor de turism și pelerinaje. Astfel, turismul cultural religios se conturează ca fiind o formă de turism ce capătă dimensiuni din ce în ce mai mari prin promovarea constantă realizată atât de agențiile de pelerinaje cât și de celelalte agenții de turism ce realizează produse combinate, complexe. Efectele crizei economice, a scăderii la nivel național a nivelului de trai, conduce la creșterea cererii pentru turism religios. Astfel, atât pentru destinațiile din mediul urban cât și pentru cele din mediul rural se orientează cât mai mulți pelerini.

Paralel cu acestea se dezvoltă turismul de hramuri și turismul de parastase.

Turismul de hramuri constituie deplasarea oamenilor/turiștilor de la locul de reședință către un locaș de cult care sărbătorește numele sfântului căruia îi este închinat (de

exemplu, Hramul Sf. Ioan cel Nou de la Suceava, Hramul SF. Maria de la Mănăstirea Putna sau Nicula). Acestea determină paralel cu manifestările religioase, importante vânzări turistice și comerciale.

Turismul de parastase constituie deplasarea membrilor de familie, prieteni, colegi, curioși la locul de desfășurare a slujbelor de pomenire realizate în acest sens, care antrenează prestatori de servicii turistice: transporturi, cine specifice, realizarea unor produse specifice.

Rolul agențiilor de turism este de a-și diversifica oferta și a o adapta permanent la realitatea pieței, la continua diversificarea a cererii.

În cadrul agențiilor de turism și pelerinaje, marketingul și publicitatea prezintă o serie de avantaje și dezavantaje:

Avantaje:

- utilizează specialiști cu studii în domeniul de referință,
- vine cu un punct de vedere obiectiv în rezolvarea problemelor, datorită profesionalismului, dar și experienței în domeniu,
- are o mai mare putere de cumpărare a spațiului publicitar,
- depune eforturi mari pentru satisfacerea superioară a nevoilor clienților,
- clientul poate renunța oricând la produs.

Dezavantaje:

- reducerea flexibilității ofertei,
- apariția unor conflicte atunci când se impun anumite programe, sau se impune punctul de vedere cu orice preț,
- incapacitatea de control a clientului,
- creșterea costurilor pe produs, prin plata unor comisioane.

Turismul cultural religios are un specific aparte, motiv pentru care managementul activității agenților economici și prestatorilor de servicii implicați este unul special abordând doar metode care se pretează și sunt mai ușor de abordat.

1.4. Metodologii, metode, tehnici și procedee aplicate în abordarea managementului turismului cultural religios

Analizele și studiile au la bază metodologia, care, practic, îi indică cercetătorului drumul ce trebuie parcurs pentru a atinge scopul și obiectivele propuse. Astfel, profesorul Simion Certan, consideră că „**metodologia este un sistem complex de cunoștințe despre noțiuni, concepte, teorii, metode, tehnici și instrumente potrivite pentru a realiza cercetarea**”. La baza metodologiei stau doctrinele, teoriile, legile, principiile aplicate în managementul interacțiunii dintre nevoia de liniște și relaxare utilizate în scop economic.

În elaborarea tezei s-a utilizat sistemul deductiv bazat pe premise generale, dar și analize și interpretări, pentru a formula concluziile, dar și sistemul inductiv bazat pe abstractizare pentru a parcurge drumul de la ipoteze la fapte apelând la utilizarea lor mixtă pentru a construi ipoteze.

Metodele și tehnicile de cercetare reprezintă instrumente aflate la dispoziția factorilor de decizie cu scopul realizării obiectivelor propuse. Metodele și tehnicile specifice managementului pot fi aplicate și în cazul agențiilor de turism. La elaborarea deciziilor strategice, se aplică analiza, inducția, deducția.

În analiza activității, respectiv a circulației turistice în zona Suceava, s-au aplicat metode cum ar fi:

Analiza PEST care constă în identificarea și analiza/evaluarea impactului factorilor stimulatori: politici, economici, sociali și tehnologici urmărește identificarea și evaluarea impactului și tendințelor generale ale agențiilor economice implicați în derularea produselor turistice.

Această analiză urmărește obținerea răspunsurilor la următoarele întrebări:

1. Care sunt factorii de mediu ce determină dezvoltarea turismului cultural religios?
2. Care dintre acești factori este cel mai important pentru moment?
3. Care va fi factorul cel mai important în următorii cinci ani?

Urmează stabilirea factorilor PEST, astfel:

P - legislație, schimbare, stabilitate, continuitatea guvernării;

E - dobânzi, inflație, venit, cost, starea economiei;

S - evoluția, variația populației, stiluri de viață, nivel de educație, distribuția veniturilor, tendințe de cumpărare;

T - impactul tehnologiilor de ultimă oră asupra activităților desfășurate.

Analiza PEST se poate utiliza pentru o situație dată imediată, dar și pentru situații ce ar putea să apară în viitor. Analiza PEST poate oferi informații importante cu privire la mediul extern în care acționează un agent economic. Poate fi realizată cu scopul de a sta la baza cercetărilor de marketing ale agenților economici interesați de piețele externe. Factorii analizei PEST pot fi utilizați și în cadrul analizei SWOT la rubricile Oportunități și Amenințări.

Matricea SWOT sau **analiza SWOT**, este o metodă larg recunoscută pentru fundamentarea unei strategii viabile pentru agentul economic. Agentul economic poate formula o strategie de piață unică pentru toate produsele sale sau diferențiată pe grupe de produse sau chiar produse. Strategiile au un caracter dinamic ele putând fi modificate și adaptate permanent în funcție de condițiile pieței.

SWOT reprezintă inițialele de la STRENGTH (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități), Threats (amenințări), iar primii pași în realizarea unei analize constau în realizarea obiectivelor urmărite. Obiectivele trebuie să fie cât mai explicite și acceptate de toți factorii implicați la procesul de decizie.

	Concură la realizarea obiectivelor	Împiedică realizarea obiectivelor
Atribute interne, specifice agentului economic	Puncte tari	Puncte slabe
Atribute externe, specifice mediului în care acționează agentul economic	Oportunități	Amenințări

Fig. 1.1. Analiza SWOT

Atributele care pot constitui puncte tari sau puncte slabe ar putea fi: resursele financiare, umane, de amplasare, servicii oferite clienților, eficiența, avantajele față de concurenți, infrastructura, calitatea, personalul, managerii, prețurile practicate.

Elementele care ar putea constitui oportunități sau amenințări ar putea fi: acțiuni ale concurenței, condițiile economice, rata inflației, rata dobânzilor, gradul de saturație al pieței, adoptarea de legi și reguli noi. Este foarte important să se stabilească o diagramă SWOT corectă, iar în cazul în care obiectivele nu pot fi atinse trebuie stabilite alte obiective și procesul se repetă.

În cazul în care obiectivele pot fi atinse se stabilesc strategiile cele mai adecvate.

Matricea Boston Consulting Group (BCG) este o metodă ce are la bază fenomenul „curbei de experiență”. BCG pleacă de la premisa că alocarea optimă a resurselor de care dispune firma între diferite segmente strategice pentru a câștiga o poziție favorabilă pe piață reprezintă obiectivul primordial al obiectivului de analiză strategic. Această metodă poate măsura atât nevoia de lichidități cât și rentabilitatea.

Cadrantul „**Vedete**” conține activități aflate într-o ascensiune rapidă și datorită rentabilității firmei se asigură autofinanțarea.

Cadrantul „**Dileme**” cuprinde segmente de activitate mai puțin rentabile care implică necesitatea investițiilor comerciale și financiare.

Cadrantul „**Vaci de lapte**” imprimă firmei o poziție matură pe piață ce nu are nevoie de investiții imediate, firma dispunând de lichidități importante și are o poziție favorabilă pe piață.

Cadrantul „**Pietre de moară**” se referă la firma cu activitate cu rentabilitate scăzută, chiar negativă având o poziție dezavantajată față de principalul său concurent. Modelul acesta permite repetarea tipurilor de sisteme concurențiale în care este angajată firma îngăduind trecerea de la un sistem la altul.

<p>“VEDETE”</p> <p>Rentabilitate ridicată.</p> <p>Nevoi financiare mari</p> <p>Flux de fonduri=0</p>	<p>“DILEME”</p> <p>Rentabilitate slabă</p> <p>Nevoi financiare mari</p> <p>Flux de fonduri-</p>
<p>“VACI DE LAPTE”</p> <p>Rentabilitate ridicată</p> <p>Nevoi financiare slabe</p> <p>Flux de fonduri+</p>	<p>“PIETRE DE MOARĂ”</p> <p>Rentabilitate slabă</p> <p>Nevoi financiare slabe</p> <p>Flux de fonduri=0</p>

Fig.1.2. Matricea strategică BCG

Metoda scenariilor constă în crearea unei imagini fidele a ceea ce se dorește a realiza prin descrierea modalităților de acțiune. Scenariile au drept scop crearea mai multor posibilități de acțiune pe o piață.

În abordarea managementului turistic cultural religios se au în vedere mai mulți factori:

- combinare unor elemente
- evaluarea opțiunilor turiștilor
- procentul populației care apelează la o agenție de voiaj
- numărul mediu de turiști/pelerine pe an
- încasarea medie pe turist pe an.

1.5. Turismul și serviciile turistice în spațiul românesc

Prin specificul său, turismul aparține structural sferei sectorului terțiar. Diversitatea și eterogenitatea serviciilor turistice, trăsăturile comune cu celelalte activități ale terțiarului, tendințele în evoluția acestora, dinamica sub impulsul acelorași grupe de factori - cauză confirmă apartenența turismului la acest sector.

Dezvoltarea tehnologică din ultimii ani a condus la diversificarea formelor de turism. Printre acestea dezvoltarea accentuată la nivel național cât și mondial a înregistrat-o turismul religios. Acesta ca orice altă formă de turism necesită prestații de servicii turistice de bază și suplimentare, la care se adaugă cele specifice acestei forme de turism.

Turismul a devenit, în condițiile contemporane, un fenomen de masă, dezvoltarea acestui tip de activități fiind una dintre cele mai importante consecințe ale creșterii dimensiunii timpului liber, dar și a adâncirii diferențelor dintre clasele sociale privind veniturile.

Se remarcă faptul că serviciile sunt antrenate într-o proporție însemnată în crearea condițiilor pentru petrecerea timpului liber cât și în folosirea propriu-zisă a acestuia. Astfel, diversificarea ofertei de servicii și în special a ofertei turistice are efecte atât asupra dimensiunilor și modului de utilizare a timpului liber cât și pentru creșterea calității vieții populației. Serviciile turistice sunt importante pentru practicantii turismului religios, mai puțin pentru cei ce-și asumă penitența de bunavoie.

Serviciul turistic se prezintă ca un ansamblu de activități ce au ca obiect satisfacerea tuturor nevoilor turistului în perioada în care se deplasează și în legătură cu aceasta. O parte dintre aceste activități satisfac pe de o parte nevoi de bază cum ar fi odihna, hrana, iar altele vor fi destinate unor trebuințe specific turistice.

Serviciul turistic religios trebuie să creeze condițiile pentru refacerea capacității de muncă, pentru petrecerea instructivă a timpului liber; totodată el trebuie conceput astfel încât, în urma derulării consumului turistic, oamenii să dobândească un plus de cunoștințe, informații, chiar deprinderi noi, de asemenea să dobândească liniștea interioară. Numai în felul acesta prestația turistică își conturează un conținut concordant cu exigențele vieții moderne, cu cerințele turismului contemporan.

În perioada contemporană se manifesta un proces continuu de îmbogățire a conținutului prestației turistice cu noi tipuri de activități, expresie a receptivității și adaptabilității turismului la schimbările intervenite în structura nevoilor de consum, a creșterii rolului în formarea și educarea indivizilor.

Un alt element ce argumentează caracterul turismului de activitate prestatoare de servicii îl constituie modul de definire al produsului turistic și corespunzător, al ofertei.

Produsul turistic religios este considerat, astfel, a fi rezultatul asocierilor interdependențelor dintre interesul pentru obiectivul turistic religios și facilitățile sau serviciile oferite cumpărătorului, resursele luând forma diferitelor produse numai prin intermediul prestărilor de servicii specifice - găzduire, alimentație, transport. Se remarcă importanța deosebită a serviciilor prin faptul că în crearea și în individualizarea produselor turistice accentul cade pe servicii.

Conținutul particular al produsului turistic religios, modul său de determinare demonstrează atât caracteristica turismului de activitate prestatoare de servicii cât și nota sa de specificitate.

Aprecierea turismului ca activitate de prestări servicii rezultă atât din conținutul acesteia cât și din particularitățile serviciului turistic, din elementele ce-i conturează un specific distinct de alte prestații care aparțin sectorului terțiar. Unele din particularitățile serviciilor turistice sunt comune tuturor componentelor terțiarului, altele sunt specifice numai turismului.

Din rândul *caracteristicilor de ordin general* se remarcă:

- *Caracterul imaterial al prestației;* serviciul turistic se concretizează numai în momentul întâlnirii cererii cu oferta turistică;
- *Nestocabilitatea* se referă la faptul că serviciile turistice nu pot fi stocate și păstrate în vederea unui consum ulterior;
- *Simultaneitatea atât a producției cât și a consumului serviciilor;*
- *Serviciile sunt inseparabile de persoana prestatorului,* încetând să existe din momentul încheierii acțiunii acestuia.
- Serviciile turistice dețin o *pondere mare în realizarea produsului turistic prin efortul comun al factorilor implicați.* Astfel, pătrunderea progresului tehnic se face mai lent și cu eforturi mari.
- O altă caracteristică generală se referă la *intangibilitatea serviciilor* care generează un complex de probleme privind organizarea producției și comercializării lor deoarece nu pot fi percepute cu ajutorul simțurilor.
- Printre *caracteristicile specifice* pot fi menționate :
- *Personalizarea serviciului atât la nivelul grupului dar și la nivelul individului* face ca motivațiile, nevoile foarte variate ale cererii, precum și comportamentul diferit al turiștilor față de fiecare componentă a prestației să fie satisfăcute.

- *Serviciile turistice se caracterizează printr-un dinamism înalt;*
- *Prestațiile turistice manifestă și o puternică fluctuație sezonieră fiind rezultatul oscilațiilor cererii turistice precum și al concentrării acesteia în anumite perioade.*
- *Serviciile turistice se caracterizează și prin complexitate;*
- *Alta caracteristică se referă la substituibilitatea serviciilor turistice.*
- *Prestațiile turistice sunt eterogene. Aceasta caracteristică este dependentă de structura complexă a serviciului turistic.*
- *Participarea unui număr mare de prestatori la realizarea produsului turistic.*
- *Consumul serviciilor turistice se efectuează într-o ordine riguroasă, determinată de specificul prestației, locul și momentul acțiunii, forma de turism.*

Principalele prestații și succesiunea acestora ar putea fi următoarea :

1. *acțiunile de propagandă și informare turistică*, realizate de agenții de specialitate, birouri de turism, reprezentanți, prin contact direct dar și prin intermediul materialelor publicitare;

2. *contractarea aranjamentului*, a minimului de servicii solicitate și stabilirea programului de desfășurare a acțiunii;

3. *transportul*, transferul turiștilor și bagajelor la hotel sau de la un mijloc de transport la altul, în cazul în care comportă utilizarea mai multor mijloace de transport, dar și anumite facilități de care beneficiază turistul pe durata deplasării;

4. *cazarea și serviciile suplimentare* oferite de unitățile hoteliere;

5. *alimentația și prestațiile auxiliare* acesteia;

6. *agrementul* în varietatea formelor sale ;

7. *transportul* turiștilor pe ruta de întoarcere;

8. de-a lungul tuturor momentelor călătoriei este necesară prezența activității de *relații publice*, menite a asigura climatul favorabil desfășurării consumului turistic și revenirea turistului.

Datorită diversității și complexității serviciilor turistice s-a ajuns la concluzia că pentru a putea fi ușor de identificat, localizat, comparat și analizat acestea trebuie grupate în categorii omogene.

Serviciile turistice se pot clasifica după următoarele criterii:

- *Serviciile care sunt incluse în produsul turistic se grupează, în funcție de etapele principale din desfășurarea unei călătorii în servicii legate de organizarea voiajului și servicii determinate de sejur.* în grupa, serviciilor legate și organizarea voiajului pot fi incluse

prestațiile oferite de companiile de transport - facilitățile și comoditățile de organizare a călătoriei, transferuri, transportul bagajelor, fluiditatea călătoriei - dar și serviciile prestate de agențiile de voiaj și touoperatori, legate de publicitate, informare, comercializarea vacanțelor, facilități de plată. În cadrul serviciilor determinate de sejur se satisfac necesități cotidiene ale turistului (alimentație, odihnă) precum și asigurarea condițiilor de agrement. Acestea li se adaugă și servicii cu caracter special, determinate de formele particulare de turism.

- în funcție de importanța în consum și de motivația cererii, prestațiile turistice se clasifică în: *de bază* (transport, cazare, alimentație, inclusiv activitatea care reprezintă motivația de bază, scopul final al călătoriei cum ar fi tratament, vânătorare, schi, hipism, yachting) și *suplimentare* (informații, activități cultural -sportive, închirieri de obiecte și altele). Împărțirea în servicii de bază și suplimentare se face și în interiorul grupelor principale, între prestația propriu-zisă și activitățile auxiliare. Ponderea cea mai mare o au serviciile de alimentație și cazare, urmate de cele de transport și agrement și apoi de cele suplimentare. Raportul dintre serviciile de bază și cele suplimentare, precum și în interiorul grupelor, între diferite prestații este diferit în funcție de conținutul formelor de turism practicate.

- După forma de manifestare a cererii și modul de formulare a deciziei de cumpărare putem vorbi despre *serviciile turistice ferme* care sunt angajate anterior desfășurării consumului turistic cu ajutorul agențiilor de specialitate iar decizia de cumpărare a fost formulată în localitatea de reședință a turistului și *servicii spontane* care sunt solicitate atunci când cererea intră în contact cu oferta. Serviciile spontane se confundă de cele mai multe ori cu prestațiile suplimentare, iar în cazul turismului individual și cu cele de bază.

- în funcție de modalitățile de plată sau natura relațiilor financiare angajate între prestatori și beneficiari diferențiem *servicii cu plată* care pot fi realizate anterior, simultan sau ulterior consumului (în funcție de momentul efectuării plății), cu bani gheață, cu cecuri turistice sau cărți de credit (după mijlocul de plată folosit) și *servicii gratuite* sub formă de facilități, costul acestora fiind inclus în prețul prestațiilor de bază sau suportat din cheltuielile generale ale organizatorilor.

- O altă clasificare după natura, caracterul lor împarte prestațiile turistice în *servicii specifice*, create prin desfășurarea propriu-zisă a activității turistice și *servicii nespecifice* care reprezintă rezultatul existenței unei infrastructuri generale (transport în comun, telecomunicații, reparații, servicii cultural-artistice etc).

- Serviciile turistice se împart după categoria de turiști cărora se adresează în servicii pentru turiști interni și servicii pentru turiști internaționali (schimb valutar, ghid interpret, comercializarea unor produse specifice).

La aceste tipologii se adaugă și alte clasificări făcute de alți autori cum ar fi:

- Interdependența dintre potențialul solicitărilor de servicii într-o stațiune în care s-a decis turistul să-și petreacă timpul de vacanță și categoriile comportamentale ale clientelei turistice poate fi reflectată în următoarea clasificare:

a. *Servicii aferente unor preocupări pasive în timpul sejurului turistic* - vizează timpul petrecut în camerele unităților de cazare pentru odihnă, vizionarea programelor TV, lectura, activități cu caracter personal etc;

b. *Servicii aferente unor preocupări condiționat pasive* -privesc timpul afectat consumului de hrană, cel petrecut în barul de zi, braseria sau clubul unității, întâlnirii și discuțiilor cu prietenii, timpul alocat tratamentelor balneo-medicale.

c. *Servicii aferente unor preocupări condiționat active* - vizează timpul alocat vizionării de spectacole, manifestări sportive, plimbări și exerciții de gimnastică în aer liber la recomandarea sau și cu supravegherea cadrelor de specialitate;

d. *Servicii aferente unor preocupări active* - privesc timpul afectat agrementului și destinderii cu participare nemijlocită la libera alegere: plimbări, excursii, concursuri distractive etc.

O alta grupare a serviciilor turistice privește prestațiile turistice din punctul de vedere al gradului de urgență al manifestării necesităților pentru aceste servicii. Se remarcă astfel *servicii turistice generate de necesități relativ puțin urgente*, a căror satisfacere poate fi amânată în timp și *servicii turistice generate de necesități urgente*, care nu oferă alternative de amânare a satisfacerii lor cum ar fi cele:

- determinate de limitele impuse de timpul în care pot fi efectuate concediile și vacanțele;
- determinate de perioadele limitate de timp în care pot fi practicate anumite forme de turism, care provoacă o sezonabilitate acută a mișcării turistice în anumite perioade ale anului;
- determinate de datele calendaristice precise ale unor manifestări turistice;
- determinate de motive de îngrijorare privind starea sănătății.

Rezultatele concrete ale studiului evidențiază faptul că turismul cultural religios, la fel ca toate formele de turism se bazează pe servicii de bază și suplimentare care definesc calitatea unui produs turistic.

Acele prestații prin care se satisfac nevoile primare, generale ale consumatorilor, sunt serviciile la care turistul nu poate renunța și se numesc **servicii de bază**.

Din cadrul serviciilor de bază fac parte transportul, cazarea, alimentația și agrementul. Acesta din urmă, însă, este acceptat ca fiind o prestație de bază numai de către o anumită parte a specialiștilor, fiind un element nou care dobândește un rol din ce în ce mai important în structura consumului turistic. Acestea sunt foarte bine reprezentate în structurile de primire din județ, la toate categoriile de confort, poate mai puțin la cinci stele, dar care nu constituie neapărat un motiv de a nu rămâne mai mult în zonă.

Transportul asigură deplasarea turiștilor de la locul de reședință la locul de petrecere a vacanței, în cazul turismului de sejur, sau pe toată durata călătoriei, în cazul turismului itinerant.

Serviciile de transport presupun atât transportul propriu-zis cât și anumite servicii oferite pe durata călătoriei legate de transferuri, transportul bagajelor, servirea mesei, rezervări etc. Sunt cuprinse și serviciile oferite turiștilor ce practică o formă organizată de turism și prestațiile efectuate celor ce călătoresc cu mijloace proprii.

În funcție de natura mijlocului folosit se disting următoarele tipuri de transport și amune: transport rutier, feroviar, aerian și maritim. Acestea determină o gamă largă de aranjamente rezultate din combinarea lor, precum și din apelarea la cursele obișnuite sau speciale, care pot fi realizate de agențiile de turism sau de companiile de transport. Pe lângă mijloacele clasice se utilizează pentru atracția turiștilor, în formele combinate, turism religios și agrement, transportul cu mocănița în zona Moldovița, cu căruța trasă de cai, transport pe cablu. Calitatea serviciilor de cazare depinde atât de existența unei baze tehnico-materiale satisfăcătoare cât și de personalul implicat în acest domeniu, de nivelul de instruire, de calificare al lucrătorilor precum și de organizarea muncii în unitățile hoteliere. Calitatea serviciului de cazare influențează atât dezvoltarea turismului în general cât și eficiența acestei activități.

Pe lângă serviciile de bază, privite cu un interes crescând sunt **serviciile suplimentare**, deoarece aduc o contribuție din ce în ce mai mare în activitatea turistică. Fără să înlocuiască serviciile de agrement, serviciile suplimentare stimulează odihna activă și a petrecerii timpului liber într-un mod cât mai plăcut.

Din categoria serviciilor turistice suplimentare pot fi menționate: servicii de informare a clientelei turistice;

- servicii de intermediere;
- servicii cu caracter special;
- servicii turistice cultural - artistice;

- servicii și activități turistice cu caracter sportiv;
- servicii pentru tratament și cure balneare;
- servicii diverse.

Serviciile de informare le dau posibilitatea turiștilor de a obține informații corect și la timp asupra conținutului programelor oferite de o agenție, excursiilor organizate, tururile de oraș, asupra unor aspecte ale organizării călătoriilor. Serviciile de informare constituie o condiție esențială a bunei desfășurări a consumului turistic astfel turistul poate obține informații atât în perioada de pregătire a călătoriilor turistice precum și în cursul desfășurării aranjamentelor. Cei care oferă aceste servicii intră în atribuțiile tuturor organizatorilor de turism, distribuitorilor și a unităților prestatoare de servicii. Existența Centrului de Informare Turistică la Suceava sub administrarea Consiliului Județean are un efect pozitiv prin punerea la dispoziția turiștilor a materialelor informative, ghiduri, hărți, adrese utile mereu actualizate, prin participarea la târgurile de turism.

Ar fi necesar însă ca acestea să aibă mai mult personal angajat care să fie permanent la dispoziția turiștilor, în special a celor din alte localități și chiar să-i conducă spre unele obiective turistice, ar putea fi mai multe puncte de informare turistică în zonele aglomerate.

Serviciile de intermediere includ: serviciile de rezervări (bilete de călătorie pe mijloace publice de transport, bilete pentru spectacole, rezervări de ore pentru consultații medicale, servicii de rezervări prestate în alte unități etc), servicii de intermediere (obținerea vizelor pentru călătoriile în străinătate, procurarea de mărfuri și medicamente și expedierea lor la reședința turistului, mijlocirea unor servicii de service, întreținere, reparații și altele) și servicii de închiriere.

Servicii turistice cu caracter special sunt menite să faciliteze un sejur agreabil și diversificat. Acestea sunt determinate, în majoritatea lor, de forma particulară a turismului. Dintre serviciile cu caracter special se numără:

- servicii generate de forme specifice de turism (programe de vânătoare, pescuit, organizare de congrese, simpozioane, servicii de secretariat, traduceri, închirieri de apartamente, de birouri etc) ;
- programe și servicii speciale pentru copii ;
- asistență medicală și îngrijirea persoanelor handicapate; asistența medico-veterinară pentru animalele turiștilor;
- servicii de ghid însoțitor, interpret, dispecer.

Servicii turistice cultural-artistice au rolul de a asigura turiștilor petrecerea plăcută a timpului liber de vacanță dar și de îmbunătățire a cunoștințelor de cultură generală prin practicarea următoarelor activități: spectacole și manifestări folclorice, vizitarea de muzee, case memoriale, expoziții, obiective istorice, întâlniri cu anumite personalități, organizarea de excursii, de concursuri, dezbateri pe teme religioase, etc.

Servicii și activități turistice cu caracter sportiv sunt de o mare diversitate și include toate manifestările la care turiștii participă activ. Acestea se pot desfășura individual sau în grup. Activitățile sportive necesită existența unui personal de specialitate care să organizeze și să supravegheze desfășurarea activității, existența unor dotări adecvate și a unor puncte de închiriere a materialelor sportive.

În afara de serviciile menționate mai sus se adaugă și *serviciile financiare*.

În categoria *serviciilor diverse* se remarcă serviciile de păstrare a obiectelor de valoare, comercializarea produselor în sistem duty-free etc.

Din cele prezentate se poate desprinde concluzia că toate clasificările analizate au caracter pur convențional, reluând într-o formă sau alta aceleași elemente ce determină caracterul predominant al unui produs turistic sau al unei forme de turism. Astfel, nici o clasificare nu epuizează integral problematica prestațiilor, deoarece nu este suficient de cuprinzătoare pentru a delimita în detalii toată gama posibilităților de servicii turistice. Indiferent de forma de turism practică, se include și turismul cultural religios, aranjamentele de voiaj ale agențiilor de turism și pelerinaje, toate programele turistice cuprind o serie de servicii turistice de bază indispensabile: transport, transferuri, cazare, masă (opțional), dar și o parte din serviciile suplimentare care fac oferta atractivă. Turiștii/pelerinii apelează la serviciile suplimentare atât pentru a-și asigura un plus de confort, dar și pentru a duce cu ei cât mai multe amintiri plăcute de la locul de sejur.

1.6. Concluzii la capitolul 1

Managementul strategic de dezvoltare a turismului cultural religios reprezintă o direcție clară a tuturor factorilor implicați din sfera agenților economici (transportatori, unități de cazare și alimentație, agenți de turism, agenții de publicitate), a administratorilor obiectivelor patrimoniului cultural religios sub sprijinul și îndrumarea statului.

S-au prezentat doctrine și legi aplicabile turismului cultural religios.

- S-au specificat particularitățile turismului cultural religios, ca formă de turism aparte, în plină dezvoltare la nivel mondial, ca activitate ce contribuie la creșterea venitului național.
- S-a determinat necesitatea stabilirii unei viziuni clare de către fiecare firmă utilizând resursele pe care le are la dispoziție. Este necesară schimbarea mentalității administrative centralizate și adaptarea permanentă la mediul de afaceri actual bazat pe cerere și anticiparea nevoilor clienților.
- Mediul de afaceri este necesar să se adapteze la cerințele pieței. Astăzi, mediul de afaceri este influențat de schimbări extrem de accentuate, frecvente, bruște în direcții imprevizibile, greu de anticipat; altfel spus mediul extern este extrem de turbulent și instabil. Deoarece impactul mediului asupra fiecărei persoane poate fi direct sau indirect este imperios necesar a se cunoaște factorii de mediu și influența lor asupra activității agenților economici. Elementele prezentate conduc spre un nou tip de afacere a agenților economici implicați în turismul cultural religios, o posibilitate de extindere și diversificare a activității, redistribuirea resurselor proprii, astfel încât această formă de turism să devină cât mai eficientă.
- În acest capitol s-a definit turismul cultural religios ca un nou concept determinat de evoluția circulației turistice la nivel zonal, național și mondial.
- S-au prezentat deasemeni câteva clarificări conceptuale privind managementul turismului cultural religios, specificul și particularitățile acestuia, procedee în abordarea turismului cultural religios precum și locul și rolul acestuia în spațiul românesc, spațiu cu o densitate foarte mare de obiective cultural religioase (vezi Anexa 17, 18).
- S-au prezentat importanța și rolul serviciilor în turism ca fiind elemente ce contribuie decisiv la calitatea prestațiilor turistice. Se recomandă creșterea continuă a preocupărilor pentru calitatea serviciilor turistice.

2. ABORDAREA TURISMULUI RELIGIOS

2.1. Patrimoniul cultural religios – sursă inestimabilă pentru turism

În ultimele decenii, turismul, o adevărată industrie a vacanțelor și loisir-ului a căutat să atragă în sfera sa de acțiune cât mai multe arii geografice. Aceste spații geografice de excepție, prin valențele lor recreative, estetice, educaționale, științifice se constituie ca obiective turistice de importanță deosebită, unele cu caracter unicat pe plan național și internațional.

Impactul turismului asupra mediului în județul Suceava, este deosebit de puternic, resimțindu-se în special în domeniul economic și social.

Turismul religios consta în deplasarea persoanelor către obiective turistice religioase biserici, mănăstiri, morminte sfinte, în alte scopuri decât rugăciunea și penitența de bună voie.

Pelerinajul reprezintă deplasarea persoanelor către obiective turistice religioase, locuri sfinte având ca motivație principală rugăciunea și asumarea penitenței în unitățile administrative aparținând acestora, cazare și masă sărăcăcioase.

Pelerinul este un vizitator al obiectivelor religioase, persoana care se deplasează către obiectivele turistice religioase, locuri sfinte, având ca motivație principală rugăciunea și asumarea de bună voie a penitenței, servicii de cazare și masă în unitățile administrate de mănăstiri, tip arhondaric sau trapeză.

Începutul pelerinajului este din cele mai vechi timpuri, când oamenii se deplasau pe jos sau cu poștalioane spre diverse locuri sfinte, evoluând spre turismul religios, acum deplasarea efectuându-se cu mijloace moderne și rapide, iar cazarea și masa se oferă fie în unități modernizate ce aparțin unităților de cult, fie în hoteluri și restaurante mai moderne și bine dotate.

Activitatea de turism religios în contextul turismului mondial, reprezintă o parte a industriei turistice aflate în plină dezvoltare atât ca fenomen, cât și ca o consecință a crizei economice mondiale.

Turismul este singura și cea mai dezvoltată ramură economică care aduce profit tuturor țărilor, iar turismul religios aduce venituri lăcașurilor de cult și deopotrivă conduce la dezvoltarea localităților ce dețin astfel de obiective.

În acest sens, tema demersului nostru de a studia, cerceta, aprofunda această formă de turism, de a stabili dimensiunile circulației turistice și implicațiile asupra dezvoltării economice a unei zone, regiuni, țări.

Turismul religios în România a cunoscut o dezvoltare amplă în ultimii ani, astfel că Patriarhia și mitropoliile din subordine și-au creat agenții proprii de turism care efectuează pelerinaje și care folosesc comisionul pentru propriul beneficiu, fiind scutite de virarea impozitului la stat, ceea ce conduce la o diminuare a activității agențiilor de turism, conform președintelui ANAT.

În contextul dezvoltării economice durabile, turismul tinde să devină o ramură economică de bază. Patrimoniul de excepție al turismului cultural religios dublat de unicitatea și particularitățile peisajului natural constituie premise ale fundamentării strategiilor de dezvoltare a unui turism cultural religios durabil.

Conceptul dezvoltării durabile, definit ca un „proces de transformare în care exploatarea resurselor, direcția investițiilor, orientarea tehnicilor și schimbărilor instituționale se desfășoară în mod armonios” reprezintă criteriul de selecție a politicilor economice și de ajustare structurală în general și a politicii mediului și de sănătate în special [23, pag,29].

În aplicarea conceptului dezvoltării durabile, guvernul poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și populației ca subiecți ai instrumentelor politicii de mediu, care au menirea să realizeze consolidarea legăturilor dintre creșterea economică și protecția mediului. Acesta va însemna mutarea accentului de la cantitate la calitate cu toate efectele pozitive ce decurg din aceasta. Introducerea politicii de mediu este nu numai necesară dar și oportună în această perioadă în care economia navighează în căutarea unui echilibru¹.

Nu se poate vorbi despre o intensificare a circulației turistice, fără a avea în vedere factorii care conduc la degradarea mediului ambiant, cu toate componentele sale și chiar deteriorarea unor obiective religioase prin supraaglomerarea zonei sau uneori, comportament necivilizat al turiștilor.

Pornind de la necesitatea ca obiectivele și eșalonarea măsurilor privind protecția mediului să fie conectate la evoluția economiei de piață în scopul asigurării unei dezvoltări durabile, este evident că ajustările macroeconomice trebuie să țină seama de restricțiile energetice și ecologice.

La nivel macroeconomic, problema tranziției și a ajustărilor structurale implicate de obiectivul dezvoltării durabile a unei economii de piață poate fi rezumată la atingerea capacității de producere a bunurilor și serviciilor care susțin concurența și piețele internaționale și, în consecință, la mărirea avantajelor comparative și a competitivității, astfel încât să asigure populației un standard ridicat de viață, susceptibil a fi menținut pe termen lung.

În acești termeni, reforma economică are ca principală coordonare eliminarea distorsiunilor ce afectează funcționalitatea mecanismelor pieței și, în acest context, restabilirea legăturii între criza resurselor și prețul resurselor[158, p.24].

Rolul acesta revine guvernului care, în aplicarea conceptului dezvoltării durabile, poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și al populației, ca subiecți ai instrumentului politicii de mediu.

În țara noastră, reformularea restricțiilor de utilizare a funcțiilor mediului și/sau introducerea altora, unde este cazul prin intermediul diferitelor tipuri de instrumente ale politicii de mediu, are un caracter de necesitate și de urgență conferit de caracterul limitat și de deteriorarea gravă a factorilor de mediu.

Aceste instrumente sunt menite să realizeze consolidarea legăturilor pozitive dintre dezvoltare și mediu și să rupă legăturile negative dintre creșterea economică și deteriorarea mediului.

Aceasta nu înseamnă oprirea creșterii economice și nici perturbarea funcționării sistemului economic. Ea va însemna mutarea accentului de la cantitate la calitate cu toate efectele pozitive de decurg din aceasta.

Măsurile de introducere a restricțiilor privind folosirea funcțiilor mediului se concretizează în politicile de mediu sub forma instrumentelor. Rolul lor este ca, prin stabilirea unor prețuri corespunzătoare factorilor de mediu, să reprezinte stimulii necesari modificării comportamentului agenților economici.

Sunt numeroase tipuri (și combinații) de reglementări și instrumente pentru a obține evaluarea corectă a resurselor naturale și a bunurilor de mediu [156, p.62]. Măsurile restrictive ale politicii mediului se concretizează în două categorii principale de instrumente de reglementare și control.

Aceste măsuri și tipuri de controale asigură necesitatea protecției resurselor de toate categoriile și utilizarea lor judicioasă.

În ultimele decenii, turismul cultural religios este o constantă a cunoașterii suprapunându-se adesea cu turismul științific, cultural, cognitiv și firesc de penitență și rugăciune.

Ariile geografice de excepție, presărate cu obiective culturale, istorice și religioase de mare valoare, prin valențele lor estetice, educaționale, științifice se constituie ca obiective turistice de importanță deosebită, unele cu caracter unicat pe plan național și internațional, armonios completate de rețeaua structurilor turistice de primire ce întregesc patrimoniul național și internațional.

Cele 21 de mănăstiri din Arhiepiscopia Sucevei și Rădăuților (conform Anexei 17), cele mai multe necropole voievodale, cu muzee monastice ce dețin piese de patrimoniu inestimabile, cu sfinte moaște, cu icoane făcătoare de minuni, la care se adaugă bisericile altor culte, muzeele și casele memoriale constituie o categorie de resurse turistice de prim rang ce favorizează turismul cultural religios. Presa germană a supranumit Suceava, „țara cu 1000 de biserici”.

Din punct de vedere al atractivității lor, unele fiind considerate bijuterii UNESCO, obiectivele cultural religioase mai importante din județul Suceava se ierarhizează astfel:

- M-rea Voroneț;
- M-rea Sucevița;
- M-rea Moldovița;
- M-rea Humorului;
- M-rea Putna;
- M-rea Sf. Ioan din Suceava;
- M-rea Dragomirna;
- Biserica Arbore;
- M-rea Probota;
- M-rea Slatina;
- M-rea Râșca;
- M-rea Bogdana. La acestea se adaugă celelalte edificii cultural religioase și istorice (Anexa 6), edificiile contemporane care întregesc patrimoniul zonal.

Impactul turismului cultural religios asupra mediului în județul Suceava, este deosebit de puternic, resimțindu-se în special în domeniul economic și social. Din chestionarele administrate (Anexa 21, 22) se evidențiază faptul că turiștii obțin un grad ridicat de satisfacție în urma vizitării obiectivelor cultural religioase. Majoritatea turiștilor sunt atrași de notorietatea obiectivelor cultural religioase, de peisajul natural deosebit, dar și de ospitalitatea locuitorilor. Fluxurile mari de turiști ce se orientează spre lăcașuri de cult nu deranjează pe slujitorii acestora (Anexa 21 și 22), deoarece ei contribuie la dezvoltarea economică a acestora prin donații, sponsorizări, etc.

Prin această temă, lucrarea subliniază importanța resurselor turistice ale județului Suceava, precum și posibilitatea valorificării superioare a acestora prin turism, astfel încât să devină o destinație preferată în turismul intern și internațional.

Astfel dezvoltarea turismului a condus la crearea a numeroase pensiuni în mediul urban și rural ce atrag anual atât turiști români cât și străini (Anexa 16). Dezvoltarea

turismului a condus la crearea a noi locuri de muncă, la dezvoltarea micilor investiții și artizanatului, comerțului, transporturilor, etc. în pensiunile construite în jurul marilor atracții: Sucevița, Putna, Voroneț, Gura Humorului. În aceste centre se dezvoltă o mică industrie locală care antrenează toată populația rezidentă prin comercializarea de produse din gospodăriile proprii, prin locuri de muncă la pensiuni și restaurante, prin activități artisanale.

Începuturile călătoriei au fost determinate de practicarea războaielor și a schimburilor care au împins oamenii dincolo de sfera de influență a grupului din care făceau parte. Aceste călătorii au trezit dorința de deplasare și curiozitatea oamenilor de a cunoaște ceea ce se afla dincolo de raza lor vizuală.

În antichitate apare călătoria turistică; vechii greci, în călătoriile dintre statele grecești antrenau mase relativ mari de oameni pentru băile curative, jocurile festive organizate la perioade regulate și alte ocazii. Odată cu serbările olimpice apar și primele manifestări de propagandă și de organizare a călătoriilor. Data jocurilor și programul lor erau anunțate populației orașelor grecești de către mesageri călători.

Pelerinii călătoreau în Roma antică, către locurile sfinte, intelectualii și studenții către universități, dar și alte categorii sociale. Intelectualii săraci, actorii, muzicanții, cântăreții, studenții, călugării reuniți în grupuri omogene, prizonieri de lege și de biserică călătoreau pe drumuri ce legau orașele Europei Centrale și Occidentale, motiv pentru care s-au dezvoltat transporturile, în special cele pe apă. Așa cum factorul demografic reprezintă pentru cererea turistică sursa sau suportul acesteia, tot la fel teritoriul, spațiul, se constituie ca o condiție esențială pentru existența ofertei turistice.

Spațiul este definit în turism pe plan cantitativ prin capacitatea de primire a teritoriului și pe plan calitativ prin atractivitatea sa, sau valoarea turistică a teritoriului care poate fi naturală sau creată, teritoriul fiind deci o materie primă a ofertei turistice.

Preocupările specialiștilor contemporani pentru calitatea mediului înconjurător sunt în aceeași măsură și în atenția specialiștilor din turism. Interacțiunea mediu-economie are efecte pe termen lung și constituie o prioritate în contextul dezvoltării durabile.

Conceptul dezvoltării durabile, definit ca un „proces de transformare în care exploatarea resurselor, direcția investițiilor, orientarea tehnicilor și schimbărilor instituționale se desfășoară în mod armonios” reprezintă criteriul de selecție a politicilor economice și de ajustare structurală în general și a politicii mediului și de sănătate în special [18, pag,29].

Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului nu se poate face decât în contextul unui turism durabil, a unei analize a factorilor de dezvoltare durabilă și de protecție a patrimoniului turistic cultural religios.

În aplicarea conceptului dezvoltării durabile, guvernul poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și populației ca subiecți ai instrumentelor politicii de mediu, care au menirea să realizeze consolidarea legăturilor dintre creșterea economică și protecția mediului. Acesta va însemna mutarea accentului de la cantitate la calitate cu toate efectele pozitive ce decurg din aceasta. Introducerea politicii de mediu este nu numai necesară dar și oportună în această perioadă în care economia navighează în căutarea unui echilibru [166, p.24].

Pornind de la necesitatea ca obiectivele și eșalonarea măsurilor privind protecția mediului să fie conectate la evoluția economiei de piață în scopul asigurării unei dezvoltări durabile, este evident că ajustările macroeconomice trebuie să țină seama de restricțiile energetice și ecologice.

Aceste ajustări, pe lângă faptul că se cer a fi armonizate cu cele orientate, specifice de mediu, ca și cu schimbările, mai mult sau mai puțin previzibile la nivel microeconomic, sunt ele însele într-o strânsă conexiune. Astfel, spre exemplu:

- măsurile monetare afectează cererea agregată și prețurile relative;
- influențează tipul și cantitatea de resurse utilizate în fiecare sector;
- politicile comerciale influențează capacitatea de obținere a devizelor de realocare a resurselor între sectoare;
- politicile de reglementarea prețurilor pot conduce la îmbunătățirea acțiunii mecanismelor pieței în alocare eficientă a resurselor.

La nivel macroeconomic, problema tranziției și a ajustărilor structurale implicate de obiectivul dezvoltării durabile a unei economii de piață poate fi rezumată la atingerea capacității de producere a bunurilor și serviciilor care susțin concurența și piețele internaționale și, în consecință, la mărirea avantajelor comparative și a competitivității, astfel încât să asigure populației un standard ridicat de viață, susceptibil a fi menținut pe termen lung.

Rolul acesta revine guvernului care, în aplicarea conceptului dezvoltării durabile, poate influența comportamentul autorităților, agenților economici și al populației, iar prin măsuri legislative să protejeze resursele naturale la fel ca și cele antropice fiind principala resursă turistică a unei țări. În țara noastră, reformularea restricțiilor de utilizare a funcțiilor mediului și/sau introducerea altora, unde este cazul prin intermediul diferitelor tipuri de instrumente ale politicii de mediu, are un caracter de necesitate și de urgență conferit de caracterul limitat și de deteriorarea gravă a factorilor de mediu.

Aceste instrumente sunt menite să realizeze consolidarea legăturilor pozitive dintre dezvoltare și mediu și să rupă legăturile negative dintre creșterea economică și deteriorarea mediului.

Această abordare lasă loc, agenților economici poluatori să intervină cu subsidii sau diverse sume alocate în scopul reducerii pagubelor sau riscurilor determinate de anumite noxe. Turismul, ca atare este un puternic poluator prin industriile care contribuie la realizarea dotărilor, dar și prin intensa circulație, mijloace de transport, care nu sunt întotdeauna cele mai performante, zgomote, etc. Industria trebuie să se conformeze cerințelor continuu îmbunătățite ale standardelor. În această accepție, subsidiile se folosesc în țări ca: Germania, Franța, Italia, Olanda.

Politicile guvernamentale desemnate să sprijine sectoarele productive din economie pentru a se conforma obiectivelor de protecția mediului nu pot fi considerate subsidii care să intre sub incidența reglementărilor internaționale, dacă prin aceste acțiuni nu rezultă avantaje competitive. Astfel, politica statului susține zona turistică a Sucevei, prin proiecte de promovare turistică, dar și prin investiții ce țin seama de dezvoltarea durabilă, însă ar fi necesar să atragă mai mulți turiști străini.

La fel este considerată și asistența tehnică și financiară acordată de țările dezvoltate celor în curs de dezvoltare pentru a le ajuta să se conformeze acordurilor internaționale în domeniu (*ca de ex. Protocolul de la Montreal*) acțiuni ce se realizează prin operațiuni bugetare normale și nu prin taxe speciale asupra investițiilor străine.

Compatibilitatea instrumentelor economice utilizate cu caracteristicile mediului ambiant reprezintă nu numai raționamentul moral și economic în adoptarea unei varietăți de măsuri restrictive, dar și condițiile concrete de aplicare.

În urma cercetărilor efectuate s-a ajuns la concluzia că dinamismul, profunzimea și amploarea transformărilor din toate sectoarele vieții economice și sociale – ca trăsături definitorii ale evoluției contemporane – se reflectă între altele, în modificarea structurii economice, în concordanță cu cerințele progresului tehnico-științific, cu exploatarea rațională a întregului potențial de resurse, cu sporirea eficienței și cu exigențele îmbunătățirii calității vieții. În acest context, turismul se manifestă ca o componentă distinctă a economiei, cu o prezență tot mai activă în viața economică și socială, cu o participare semnificativă la progresul general și, nu în ultimul rând, ca promotor al globalizării și factor al dezvoltării durabile. După ce au fost mult ignorate, considerate - *neproductive* - rolul serviciilor începe să fie tot mai mult recunoscut, ele substituindu-se din ce în ce mai mult, industriei în rolul de motor al creșterii economice [165,pg.29]. Turismul reprezintă un fenomen economico-social propriu civilizației moderne, puternic ancorat în viața societății.

Astfel, tendințele înregistrate în evoluția economiei mondiale, atât cele pozitive exprimate în sporirea producției și pe această bază a prosperității generale, în intensificarea schimburilor internaționale și în lărgirea cooperării dintre state, cât și a celor negative, precum crizele sau perioadele de recesiune economică, extinderea sărăciei și a șomajului, inflația, deteriorarea mediului au influențat cantitativ și structural activitatea turistică, stimulând călătoriile și diversitatea lor spațială.

Rezultatul studiului a condus de asemenea, la concluzia că pe lângă necesitatea unei dezvoltări durabile este absolut și imperios necesar să se pună accent deosebit pe calitatea serviciilor turistice. Pornind de la faptul că turismul se adresează unor segmente largi ale populației, care răspunde pe deplin nevoilor materiale și spirituale ale acesteia, s-a reflectat în intensificarea circulației turistice, imprimând fenomenului unul din cele mai înalte ritmuri de creștere. Pe de altă parte, prin amploarea și conținutul său complex, turismul antrenează un vast potențial natural, material și uman, având implicații profunde asupra dinamicii economice și sociale, asupra relațiilor internaționale.

Rezultat al acestor interdependențe și tendințe, turismul se situează în prezent printre cele mai de seamă componente ale economiei mondiale, participând cu aproape 12% la realizarea produsului mondial brut, cu circa 8% la ocuparea forței de muncă, fiind cel mai important capital al comerțului internațional și mobilizând circa 11% din cheltuielile de consum ale populației. Cu toate acestea, nu pot fi neglijate efectele negative generate de dezvoltarea sa necontrolată, mai ales asupra palierele socio-culturale și de mediu.

La nivelul economiei unei țări sau regiuni, efectele turismului s-au analizat în general plecând de la relația lor cu obiectivele fundamentale ale întregului sistem economic; s-a determinat astfel contribuția turismului la creșterea economică, la stabilirea prețurilor, la echilibrul balanței de plăți, la distribuția echitabilă a venitului național și la utilizarea deplină a forței de muncă [122, pg.,57].

Turismul este o „*întreprindere pluridisciplinară*” care are nevoie de o strategie îndrăznească proprie sectorului, stabilită cu concursul responsabililor la nivel operațional, care să ofere o viziune, un model capabil să orienteze producția și comercializarea produselor turistice.

Țările care nu acordă atenție dezvoltării turismului deși au resurse turistice naturale și antropice extrem de valoroase devin destinații turistice puțin cunoscute și neatractive, iar eforturile ulterioare de promovare sunt foarte mari și ineficiente uneori. Este necesar să se acorde atenția cuvenită fiecărei resurse turistice ca potențială sursă de venituri și să fie promovată suficient. România, care dispune de un potențial turistic variat și bogat, face parte din categoria țărilor cu tradiție și experiență în domeniul turismului. La nivel de județ s-a

constatat că numărul locurilor de muncă în turism a crescut proporțional cu apariția și dezvoltarea pensiunilor și bazelor de agrement. Conlucrarea dintre toți factorii implicați, toate instituțiile și persoanele cu putere de decizie este necesară în stabilirea planurilor, a tacticilor, a direcțiilor de dezvoltare strategică. Colaborarea dintre Ministerul Turismului cu reprezententul său pentru județ, reprezentantul UNESCO pentru România, cu Direcția pentru Cultură, Culte și Patrimoniu, cu ANTREC, cu Centrul de Promovare și Susținere a Tradițiilor, cu Camera de Comerț, cu Arhiepiscopia Sucevei și Rădăuților, cu ONG-urile se impune în situațiile de restaurare și conservarea a monumentelor. Toți acești decidenți într-un efort comun trebuie să promoveze și să creeze brand-ul Bucovina, chiar înregistrat la OSIM cu siglă, logo, ca marcă proprie înregistrată.

Avantajele turismului ca mobilizator al forței de muncă sunt evidente mobilizând toate meseriile atât în prestările de servicii cât și în industriile prelucrătoare: textilă, mobilă, obiecte de uz casnic, perdele, covoare, electronice și electrocasnice, corpuri de iluminat, instalații sanitare, construcții, amenajări interioare, amenajări în teritoriu, peisagistică, etc.

Pe plan social, turismul în general și turismul cultural religios în special, se manifestă ca mijloc activ de educare, de ridicare a nivelului de instruire, cultură și civilizație al oamenilor. Schimburile de turiști/ pelerini au ca efecte cognitive cunoașterea unui popor la el acasă, a culturii proprii, a obiceiurilor de sărbători religioase, a portului popular, a meșteșugurilor, a limbii vorbite, a operei scriitorilor, compozitorilor, pictorilor, sculptorilor, a bogăției meniurilor tradiționale și specifice pentru perioada postului. Este o sursă inepuizabilă de cunoaștere pentru mai mulți oameni, dacă sunt gestionate cu grijă resursele.

Turismul reprezintă unul din cele mai plăcute modalități de petrecere a timpului liber, se asigură astfel recrearea, destinderea, dar și refacerea potențialului de muncă - prin odihnă, mișcare, tratamente balneo-medicale - influențând activ procesul de menținere a sănătății fizice și psihice a omului contemporan.

În cadrul turismului românesc, turismul sucevean ocupă un loc aparte, ținând cont de faptul că județul Suceava dispune de un potențial variat și deosebit de complex, cuprinzând în alcătuirea sa componente naturale și cultural istorice de mare varietate și atractivitate turistică.

Sub patronajul Consiliului Județean, la Suceava funcționează o comisie de administrare, gestionare și protejare a monumentelor UNESCO care asigură implementarea sistemului de management propus și în colaborare cu specialiștii UNESCO. Monumentele aflate sub patrimoniul UNESCO sunt:

- Biserica „Tăierea capului Sf. Ioan Botezătorul” din Arbore,
- Biserica „Adormirea Maicii Domnului” din satul Mănăstirea Homorului,
- Biserica „Buna Vestire” a Mănăstirii Moldovița,

- Biserica „Sf. Cruce” din Pătrăuți,
- Biserica „Sf. Nicolae” a Mănăstirii Probota, orașul Dolhasca,
- Biserica „Sf. Gheorghe” a Mănăstirii Voroneț,
- Biserica „Sf. Gheorghe” a Mănăstirii Sf. Ioan de la Suceava,
- Biserica „Învierea Domnului” a Mănăstirii Sucevița.

Lista ar putea continua cu alte obiective propuse pentru a intra în patrimoniul UNESCO, Cetatea de Scaun a Sucevei care beneficiază de lucrări de reabilitare cu o finanțare pe un proiect european de 13,9 milioane Euro, dar și Mănăstirea Dragomirna. O deosebită valoare istorică și patrimonială au și alte obiective turistice din lista celor 449 de clădiri, biserici, mănăstiri și ar putea fi trecute pe lista monumentelor UNESCO, Mănăstirea Slatina și Mănăstirea Putna.

Dacă la acestea se mai adaugă multe din realizările economice și sociale de mare interes pentru orice vizitator, precum și bogăția sufletească a oamenilor de aici, recunoscuți pentru ospitalitatea lor, se poate afirma cu certitudine că județul Suceava își va croi cu succes drumul către un loc de frunte printre zonele turistice ale țării.

Potențialul economic și uman de care dispune județul Suceava, inclusiv o seamă de avantaje comparative, nu au fost suficient și eficient utilizate pentru dezvoltarea cu prioritate a turismului, factorul cel mai important de promovare a imaginii unei țări sau zone în lume.

Evoluția economiei după anul 1990 s-a dovedit costisitoare sub aspectul resurselor consumate, al racordării producției la cerințele pieței, povara moștenirii structurale, cu deosebire în industrie, a amendat sever costul tranziției, producția pe stoc atingând ponderi însemnate. Schimbările din economie, au avut un impact negativ asupra dezvoltării umane: ocuparea forței de muncă s-a precarizat, gradul de dependență socială a crescut, a scăzut puterea de cumpărare, veniturile populației și nivelul consumului de bunuri și servicii, iar asigurările de locuințe tind să se plaseze în topul problemelor sociale.

Inegalitatea socială s-a adâncit, fiind vizibile semnele polarizării sociale, ale agravării sărăciei și excluziunii sociale. Un număr crescând de cetățeni se confruntă cu privațiuni care le restricționează accesul la serviciile publice, în special la învățământ și sănătate. Calitatea vieții se situează la nivele nesatisfăcătoare, cu consecințe nefavorabile asupra condițiilor de viață și de muncă ale populației. Toate aceste realități ale vieții economice și sociale a județului Suceava se reflectă și în domeniul turismului, acesta înregistrând un grad redus de utilizare, și dezvoltare a structurilor de cazare și servicii și având un nivel destul de scăzut de modernitate și diversitate.

Județul concentrează de asemenea importante obiective de patrimoniu natural în habitate naturale și arii protejate făcând parte din cele 5 regiuni biogeografice ale României și

cele 10 regiuni ale Europei. Dezvoltarea potențialului turistic al județului pe termen mediu și lung este garantată de promovarea unor proiecte, privind reabilitarea și echiparea edilitară a zonelor turistice, stimularea inițiativelor private în turism, îmbunătățirea structurilor informaționale privind oportunitățile turistice, conștientizarea populației privind protecția mediului și a resurselor turistice, diversificarea turismului de afaceri, dezvoltarea unor forme noi de turism (*vânătoare și pescuit sportiv*), promovate prin cele peste 42 agenții de turism (Anexa 15) din județ.

Județul Suceava (Anexa 2, privind dezvoltarea pensiunilor în jurul mănăstirilor), prin poziția sa geografică și bogatul potențial natural și antropic, va putea deveni o zonă de mare atracție turistică, în condițiile în care se pot concepe, implementa și promova o serie de strategii de dezvoltare turistică, atât la nivel județean, cât și regional. Este foarte important ca la elaborarea actualei strategii să se țină seama de respectarea principiilor dezvoltării spațiale durabile, a criteriilor științifice de amenajare a teritoriului fără a pune în pericol habitatele și ecosistemul prin defrișări masive, exploatarea irațională, concentrări turistice excesive.

Turismul se va menține durabil dacă se vor respecta normele, actele normative, OUG-urile, legile în vigoare. Obiectivul strategic al Programului de guvernare pentru perioada următoare îl reprezintă relansarea rapidă și durabilă a turismului în cadrul economiei naționale. Sistemul legislativ trebuie adaptat permanent la situațiile care se impun și trebuie respectat cu strictețe de către toți factorii implicați.

2.2. Repere statistice privind circulația turismului religios la nivelul județului Suceava

În județul Suceava circulația turistică s-a intensificat în ultimii ani, într-un ritm mai rapid decât în alte zone geografice și datorită densității mari de obiective religioase de mare valoare turistică. Conform Anexei 1 (vezi Tabel nr.1), structurile de primire turistică au crescut ca număr în special pensiunile, hotelurile și cabanele.

Se poate constata cu ușurință că a crescut numărul unităților de cazare în intervalul de timp analizat la toate categoriile de structuri, mai semnificative creșteri fiind la hoteluri, cabane, pensiuni. Cea mai spectaculoasă creștere s-a înregistrat la pensiuni atât în mediul urban cât și rural ceea ce demonstrează o circulație turistică mai intensă în apropierea marilor atracții culturale religioase, dezvoltându-se pensiuni în zonele Sucevița, Moldovița, Voroneț, Putna. Concomitent se dezvoltă unități de alimentație, dar și mica industrie artizanală care implică tot mai multe persoane, apar și se dezvoltă mici centre meșteșugărești: ceramica neagră la Marginea, ceramica roșie la Dolhești, încodeiatul oălor la Vama, Moldovița,

Ciocănești, Cârlibaba, țesături și cusături la Voroneț, Humor, sculpturi în lemn, împletituri de nuiele la Câmpulung Moldovenesc, Vama, etc.

Clima fiind mai răcoroasă, cazările în căsuțe de tip camping și în sate de vacanță sunt mai puțin solicitate, acestea funcționează doar vara și există la Dragomirna și Bucșoiaia. Ca urmare a creșterii circulației turistice în preajma mănăstirilor de renume, a apariției unor microstațiuni în jurul acestora se constată că dezvoltarea turismului cultural religios aduce beneficii economiei naționale, dar și populației rezidente.

Structurile de primire turistică, respectiv capacitatea de cazare se prezintă ca număr de locuri astfel: numărul de locuri în hoteluri a crescut de la 3176 în 2009 la 4065 în 2014, iar la pensiuni de la 1102 în 2009 la 1592 în 2014 și la pensiuni agroturistice de la 1738 la 2451 în 2014, acestea fiind cele mai mari creșteri (vezi Anexa 2, Tabelul nr.2).

Se constată că numărul locurilor de cazare a crescut la toate categoriile de unități de cazare, dar cea mai spectaculoasă creștere este la hoteluri cu peste 850 de locuri, la moteluri s-a dublat, iar la pensiuni cu peste 800 de locuri, o scădere semnificativă s-a înregistrat la vile turistice de 250 de locuri datorită faptului că multe dintre acestea s-au transformat în pensiuni. În aceeași perioadă de referință, capacitatea de cazare în funcțiune, adică numărul de locurile este structurată conform Anexei 3, Tabel nr.3. Capacitate turistică de cazare a înregistrat cele mai mari creșteri în pensiuni turistice de la 300606 la 407494 locuri, iar în hoteluri de la 1105425 la 1398169 locuri.

În situația statistică datele se referă la structurile de primire turistică cu o capacitate de cazare instalată de cel puțin 5 locuri-pat, fără a se lua în considerare căsuțele tip camping care nu au spații de campare, conform normelor metodologice. Structura capacității de cazare la nivelul județului, după numărul de stele sau gradul de confort se prezintă astfel în anul 2013 (vezi Anexa 4, Tabel nr.4 Structuri de primire turistică după gradul de confort).

Se estimează o creștere a numărului acestora până în 2020 cu 30% a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare de 2 și 3 stele și o dublare a numărului structurilor de 4 și 5 stele în zona adiacentă a mănăstirilor consacrate. În județul Suceava, din totalul structurilor de cazare existente, 12,2% se concentrează în zona Gura Humorului, 9,1% în zona Sucevița, 6,8% în zona Câmpulung Moldovenesc și Moldovița. La nivelul țării, Suceava se află pe locul patru cu 296 structuri de primire turistică, după Brașov cu 787 structuri de primire, Constanța cu 746 structuri de primire și Harghita cu 321 structuri de primire turistică. În anul 2014 s-a menținut tendința de creștere a capacității de cazare în funcțiune, fiind de 2686399 locuri zile, cu 1,7% mai mare față de 2013. În funcție de gradul de confort, în anul

2014, turiștii au preferat să se cazeze 37, 4% în structuri de cazare de 3 stele, fiind urmate de cele de patru stele, respectiv două stele.

Structurile de cazare turistică existente la sfârșitul anului 2013/2014, ca număr de locuri pe pat se prezintă astfel: din totalul de 9447/9650 în hoteluri sunt 3610/4065, în pensiuni turistice 1665/1592, iar în pensiuni agroturistice 2384/2451, conform categoriei de clasificare (vezi Anexa 5). Aceasta este direct proporțională cu numărul de locuri de cazare pe categorii de confort.

La nivelul anului 2013, structurile de primire turistică, din punct de vedere al dotărilor, se prezintă astfel: din totalul camerelor existente în structurile de cazare, 1777 erau în hoteluri, 789 în pensiuni turistice, iar 1158 în pensiuni agroturistice, conform Tabelului nr.6 din Anexa 6.

Se poate ușor constata că numărul locurilor în camerele de cazare este diferit, prezentându-se astfel, cele mai multe locuri de cazare sunt în unități cu grad de confort ridicat sunt în camerele cu duș sau baie proprie și camere cu două paturi. Suficiente locuri sunt în hosteluri și pensiuni, unde gradul de confort este mai scăzut, unde sunt mai multe locuri în camere, dar și prețurile mai scăzute preferate de majoritatea pelerinilor. Aceste unități turistice se află amplasate în preajma mănăstirilor. Activitatea de cazare turistică reprezintă sosirile de turiști în structurile de primire. Aceasta se reflectă în numărul de turiști care înnoptează în unitățile de cazare și care se prezintă astfel, din totalul de 209725 turiști în 2009 s-a ajuns la 260684 turiști în 2014 cazați în hoteluri un număr de 143240 în 2009 și 169052 în 2014, iar în pensiuni au înnoptat 16736 turiști în 2009 față de 31568 în 2014, în pensiunile agroturistice au înnoptat 24320 turiști comparativ cu 38060 turiști în 2014 (vezi Anexa 7).

Numărul de turiști care sosesc și se cazează în structurile de cazare turistică a crescut semnificativ în fiecare an și este în continuă creștere.

Dintre turiștii care sosesc și se cazează în structurile de cazare turistică, în mare majoritate sunt români, situația se prezintă astfel: 183477 turiști în 2009 în total, iar în 2014 220514 turiști, dintre care în hoteluri 121198 turiști în 2009, iar în 2014 135790 turiști. În pensiuni turistice s-au cazat în 2009 un număr de 15826 turiști, iar în 2014 29743, în pensiuni agroturistice s-au cazat 22771 turiști în 2009, iar în 34828 în 2014, conform Anexei 8.

Turiștii români preferă cazarea la pensiuni agroturistice, dar și la pensiunile din mediul urban unde se înregistrează cele mai mari creșteri, ca urmare a faptului că se află în apropierea elementelor de mare atracție turistică cultural religioasă, indiferent de sezonabilitate.

Sosirile de turiști în structurile de cazare se prezintă astfel, din punct de vedere a tipurilor de structuri și categorii de clasificare conform Anexei 10.

Turiștii români preferă unitățile de cazare cu grad de confort mediu și ridicat, de 2, 3 și 4 stele, iar un număr redus de turiști preferă unități de cazare de o stea, în special la hosteluri, vile turistice, pensiuni agroturistice și popasuri turistice.

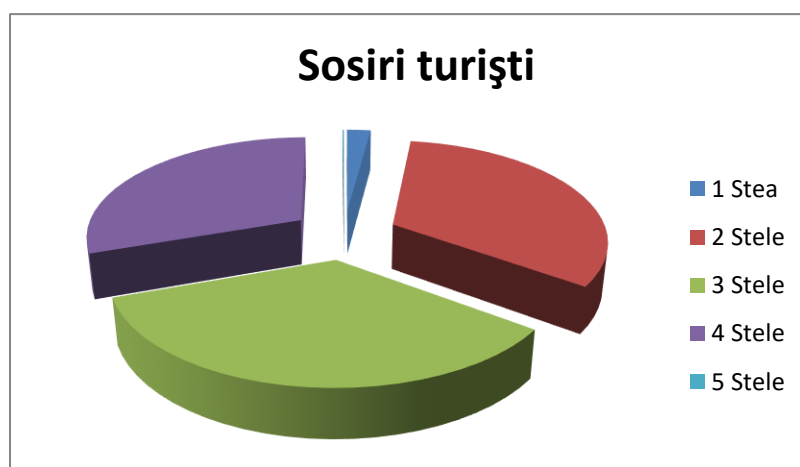


Fig. nr.2.1. Sosiri ale turiștilor în structuri de primire, pe categorii de clasificare, în anul 2013

Sosirile de turiști se concretizează în preferința acestora de a se caza la unități de 3 stele 34,6% , apoi 2 stele 32,9% , urmat de 4 stele 30,3% , la categoria o stea 2,1% și 0.1% la categoria 5 stele.

Un indicator elocvent este numărul de înoptări, care se prezintă astfel: totalul de 432481 în 2009 a ajuns la 511179 în 2014, dintre care înoptări în hoteluri au fost 275196 în 2009, iar în 2014 au fost 329431 înoptări, în pensiuni 34941 în 2009, iar în 2014 un număr de 64175 înoptări, în pensiunile agroturistice numărul înoptărilor a crescut de la 50535 în 2009 la 78462 înoptări în 2014 (vezi Anexa 9).

Numărul de înoptări a crescut semnificativ la unitățile de cazare de tip cabane, vile și pensiuni. În același timp a scăzut numărul înoptărilor la unități de cazare turistică de tip bungalouri și popasuri turistice.

În cazul turiștilor străini, situația se prezintă astfel: de la un număr de 46921 înoptări în 2009 s-a ajuns la 72463 în 2014, dintre care în hoteluri 38644 înoptări în 2009 la 55918 înoptări în 2014, în pensiuni turistice au înoptat 1854 turiști străini în 2009, iar în 2014 au înoptat 4420, în pensiuni agroturistice numărul înoptărilor turiștilor străini a crescut de la 3266 în 2009 la 7810 în 2014, conform Tabelului nr.10 din Anexa 10.

La toate structurile de primire turistică a crescut numărul de înoptări, astfel încât creșteri semnificative se înregistrează la hoteluri, moteluri, vile, pensiuni, dar în același timp și la campinguri, hosteluri sau popasuri turistice. Cea mai importantă creștere a numărului de

înnopțări se înregistrează în anul 2012, în special în pensiuni turistice cu aproape 25%, iar în anii următori fiind creșteri mai lente.

După țara de reședință a turiștilor, evoluția numărului de sosiri și înnopțări ale turiștilor în structurile de primire se prezintă astfel: s-a înregistrat un număr total de 241629 sosiri și înnopțări în 2009, iar în 2012 a crescut până la 586337. Dintre aceștia cei mai numeroși au fost turiștii europeni 38059 în 2009, iar în 2012 62299 (vezi Anexa 11).

Numărul de sosiri și înnopțări a crescut, atât în cazul turiștilor români cât și a turiștilor străini. În cazul turiștilor străini, dintre aceștia au beneficiat de mai multe înnopțări turiștii germani, austrieci, italieni și francezi. Se estimează o creștere cu 10-12% în următorii doi ani.

Un alt indicator elocvent al capacității de cazare în funcțiune este indicele de utilizare a acesteia pe categorii de confort: 21% turiști din total s-au cazat în unități de 5 stele, 30% în unități de 4 stele și doar 18% turiști s-au cazat în unități de 1 stea. După tipul unităților de cazare situația este similară astfel în hoteluri de 5 stele s-au cazat 27,6% turiști, în hoteluri de 4 stele 37,9%, iar în hoteluri de 1 stea s-au cazat 21,1% turiști. În pensiuni turistice s-au cazat 15,6 % turiști la 5 stele, 11,9% la 4 stele, numărul acestora fiind mai mare la pensiuni de 3 stele 17,3% și 2 stele 20,2% ca urmare a apropierii acestor pensiuni de atracția turistică, respectiv notorietatea mănăstirilor din județ (vezi Anexa 12).

Se constată că indicele de utilizare a capacității de cazare este mai ridicat la unitățile de 4 stele, respectiv 2 stele, decât la celelalte categorii de confort. De asemenea la hosteluri, vile și cabane de 2 stele și o stea este cel mai scăzut grad de confort, unități solicitate de turiști cu venituri medii și submedii.

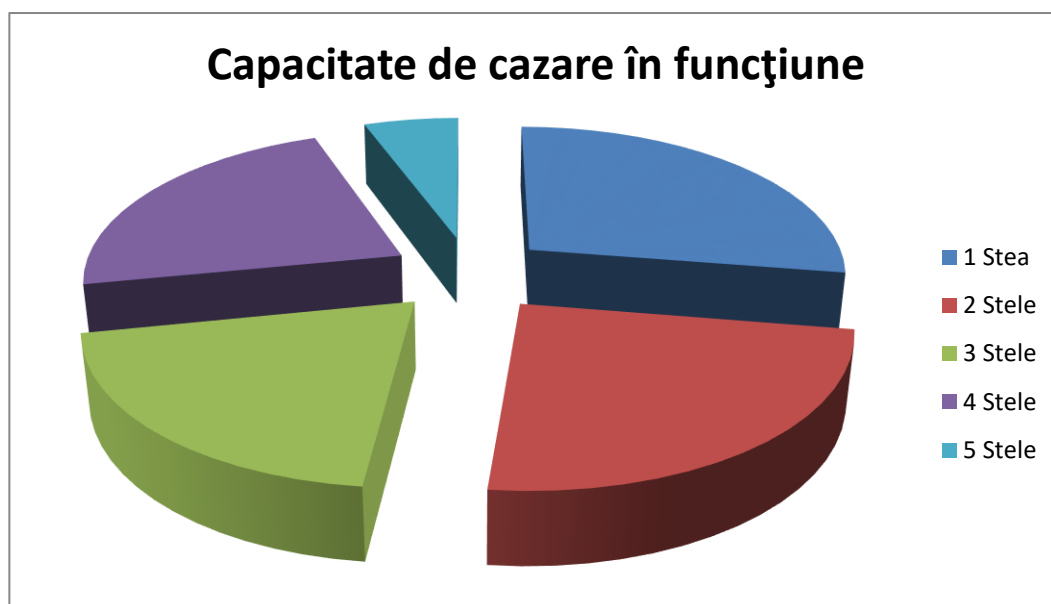


Fig.nr.2. 2. Indicii de utilizare a capacității de cazare în funcțiune pe categorii de clasificare în anul 2013

Capacitatea de cazare în funcțiune este utilizată pe tipuri de unități și pe categorii de confort, astfel încât cel mai ridicat indice îl înregistrează deasemeni pensiunile de 2 și 3 stele. Numărul structurilor de primire a fost de 143 în 2004, a crescut la 296 în 2014 și se preconizează o creștere până la 595 în 2024. Capacitatea de cazare existentă va crește de la 9650 locuri în 2014 la 14580 locuri în 2024. Numărul turiștilor cazați în pensiuni urbane a fost de 16235 în 2004, a crescut de la 31568 în 2014 la 60989 în 2024, iar numărul de turiști cazați în pensiuni agroturistice a fost de 11563 în 2004, de 38060 în 2014 și va crește la 78565 în 2024 (vezi Anexa 13).

Eficiența activității turistice este demonstrată de creșterile mari înregistrate la toți indicatorii, mai puțin la durata medie de sejur, care era de 2,9% în 2004 și a scăzut la 2,2% în 2014, ca urmare a preferinței turiștilor pentru unități de cazare cu grad de confort ridicat, dar a crescut semnificativ numărul de turiști.

Conform datelor Institutului Național de Statistică (INS), Direcției Județene de Statistică Suceava, acești indicatori sunt cei raportați de agenții economici, respectiv, IMM-uri, după forma juridică fiind SRL-uri sau SA. Creșterea anuală semnificativă a circulației turistice la toți indicatorii este și consecința efectelor globalizării și a dimensiunii spirituale a călătoriilor.

Dimensiunea spirituală și efectele globalizării asupra turismului cultural religios

Cetățenii români ca europeni, trebuie să înțeleagă că societatea viitorului este societatea pe care o clădesc, societatea în care vor să trăiască, societatea în care își vor crește copiii, societatea pe care o visează, prin urmare cetățeanul european poate călători oriunde, spre orice destinație turistică, indiferent de religia sa. Destinațiile culturale religioase din țară se îmbină într-o împletire armonioasă dintre orient și occident, coexistând de secole mărturie ale religiilor diferite ale naționalităților ce conviețuiesc împreună aici: români, poloni, maghiari, nemți, evrei, ruși, lipoveni, armeni, italieni într-o colaborare interetnică ce poate fi un model pentru Europa. Cunoașterea legilor, a mecanismelor de funcționare a societății, este o parte importantă a vieții, numai prin cunoaștere putând contribui pe mai departe la modernizarea, conceptualizarea și evoluția sistemului social, economic și politic în care trăiesc.

Răspândirea cunoștințelor legate de nașterea, organizarea și funcționarea instituțiilor Uniunii Europene este o datorie a celor care privesc obiectiv construcția europeană.

Concomitent cu toate religiile lumii ortodoxismul caută consolidarea religiei și a valorilor proprii prin atragerea românilor plecați din țară către lăcașele de cult nou construite

în țări europene. În România majoritatea populației este creștin ortodoxă, aproximativ 85% după recensământul din 2012.

Pentru promotorii de la noi ai europenismului, Charta drepturilor omului premerge Scriptura. Oamenii politici actuali persistă în ideologia cultivată de comunism. Se uită prea des că statul și Biserica (în ciuda separării formale, sau tocmai datorită ei) au un subiect comun: cetățeanul pentru primul, credinciosul pentru a doua.

Miza comunismului a fost aceea a separării celor două ipostaze. Credinciosul era tolerat numai între zidurile Bisericii; afară, el redevenea cetățeanul loial, harnic constructor al socialismului. Acasă se închina la icoană, iar la birou ziua îi era supravegheată de privirea necruțătoare a tabloului prezidențial; acum credinciosul/pelerinul se poate închina oriunde existând biserici aproape în fiecare cartier sau sat, iar icoane și obiecte bisericesti se găsesc în toate magazinele bisericesti, unele chiar fiind obiecte de artă. La birou sau serviciu cetățeanul este trimis adesea de șefi la biserică să-și rezolve problemele atunci când abuzurile, înșelăciunea și incompetența acestora au creat grave nedreptăți.

Biserica făcea pastorație creștină, iar statul misiune atee. În această dedublare și sfârșiere a omului acestuia îi este tot mai greu să reziste, este împins să cadă în ispită și să caute ajutor divin, duhovnicesc, dezvoltându-se tot mai mult pelerinajul.

Opoziția credința - ateism este continuată astăzi de una și mai gravă, mai subtilă: ortodoxie - europenism. Spre exemplu: modificarea articolului 200 din Codul Penal privind recunoașterea existenței și drepturilor minorității homosexuale. Ortodoxia este garanția europenității noastre; prin creștinismul poporului român suntem cu adevărat europeni. Cu siguranță că o asemenea perspectivă nu a fost luată în seamă de cei care opun Răsăritului, Apusul.

Responsabilitatea față de oameni se fundamentează (și este garantată astfel) pe responsabilitatea față de Dumnezeu. Acesta este sensul formulei: "Nihil sine Deo." Apare drept, evidentă trăsătura comună care leagă comunismul de ideologia actuală: lipsa oricărei responsabilități transcendente. Totul se consumă aici, în imediat.

Comunismul a arătat cu prisosință unde duce această monocoloră abordare a puterii: la dezumanizare, la reducerea omului din statutul de persoana la cel de individ. Omul poate fi omorât sufletește nu numai prin teroare, ci și prin libertatea maximă. Încurajarea relativizării valorilor imorale și spirituale este un demers fără precedent în istoria modernă a Europei. Ignoranța față de Europa și de ceea ce înseamnă aceasta în realitate este dublată de ignoranța față de ceea ce România are cu adevărat nevoie. Acest spor de ignoranță și inconștiență este un rezultat al crizei de identitate pe care o experimentează majoritatea oamenilor noștri politici.

Refuzul credinței este, în cazul românilor, sinonim cu refuzul identității, iar cine astăzi își refuză sau ignoră propria identitate refuză și ignoră în egală măsură și identitatea europeană. O spune Herder (deja în secolul XIX): "Europa este un concert de popoare în care fiecare națiune își face auzit sunetul propriu." Cu inițiative de genul celei referitoare la modificarea articolului 200 C. P., țara noastră riscă să se prezinte cu un sunet fals.

Strategiile managementului cultural religios trebuie să țină seama de etnocentrismul unui popor și al indivizilor care îl compun. Etnocentrismul reprezintă emiterea de judecăți de valoare asupra altor grupuri prin raportare la valorile și normele propriului grup. În mod obișnuit, etnocentrismul se manifestă ca asumare a superiorității propriei culturi și apreciere a altor culturi ca bune sau rele, înalte sau minore, drepte sau greșite, în măsura în care se aseamănă sau se diferențiază de cultura proprie.

Etnocentrismul are efecte contrare asupra indivizilor, grupurilor și societăților. Grupurile par să supraviețuiască mai bine decât cele tolerante; primele favorizează sacrificiile și martirajul. Etnocentrismul întărește naționalismul și patriotismul și protejează identitatea etnică.

Astfel, există posibilitatea asimilării indivizilor, elementelor noi, a îmbogățirii culturale, dar și riscul de a nu tolera infiltrațiile altor culturi, ceea ce conduce la izolare.

Turismul este un factor de diminuare a efectelor negative ale etnocentrismului care pot fi reduse prin intensificarea comunicării și interacțiunii dintre grupuri.

În spațiul cultural european și mondial, România se regăsește ca o entitate de sine stătătoare cu tendințe de influențare a culturii și religiei microzonelor geografice populate cu precădere de români, concomitent însă cu pătrunderea elementelor religioase din alte grupuri sau zone, indivizi care trec la alte religii supărați din diferite motive pe creștinism.

Este interesant de remarcat faptul că, în cadrul tot mai pronunțatului proces de globalizare, o mare parte a populațiilor țărilor neoccidentale este tot mai fascinată de bunurile produse de țările occidentale, de prosperitatea și confortul caracteristice acestor țări, iar populația este dornică de cunoaștere și de a căuta calea spre a ajunge la bunăstare cât mai repede.

Tocmai pentru că, în plan economic, instituțional etc. superioritatea Occidentului este indiscutabilă, compensatoriu, multe țări neoccidentale își construiesc un mit al superiorității propriei culturi asupra celei a țărilor occidentale. Cele două tendințe de globalizare și conservatoare coexistă, iar spiritualitatea nu are granițe. Turismul de pelerinaje are de câștigat prin crearea circuitelor turistice europene și mondiale, dar și prin promovarea propriilor valori și integrarea acestora în rândul marilor atracții universale.

2.3. Studiu comparativ între agențiile de turism și agențiile de pelerinaj

În România, agențiile de turism efectuează și pelerinaje, dar există și centre independente de pelerinaj pe lângă biserici și mănăstiri. În urma chestionarului administrat măicuțelor și călugărilor din mănăstiri (vezi Aneza 22) s-a constatat că aceștia, în mare majoritate cer permisiunea de a răspunde, iar atunci când oferă niște informații sunt extrem de rezervați, nehotărâți și ezitanți. Turiștii/pelerinii sunt bineveniți pentru că în același timp aduc și mici daruri, cresc prestigiul lăcașului respectiv, dar totuși provoacă o tulburare a liniștii lor firești.

Au fost supuse chestionării persoanele ce viețuiesc în cele 39 de schituri și mănăstiri din județul Suceava, adică 670 viețuitori din care 445 femei(66,5%) și 225 bărbați(33,5%). Cele peste 42 de agenții de turism din județul Suceava colaborează cu marii touroperatori din țară și străinătate specializați în pelerinaje și revând produsele turistice locale, desigur consacrat fiind „Turul clasic al mănăstirilor”.

ASEMĂNĂRI	DEOSEBIRI
<ul style="list-style-type: none">-sunt organizate de agenții conduse de persoane ce dețin Brevet de Turism;-au un rol important în diminuarea efectelor crizei economice;-contribuie la dezvoltarea economică a localităților de interes;-au efecte pozitive pe piața muncii;-se creează o puternică imagine de țară.	<ul style="list-style-type: none">-motivația religioasă a turiștilor ce preferă pelerinajele;- sunt conduse de preoți;-pelerinajele sprijină persoanele defavorizate;-serviciile turistice sunt minime în cazul pelerinajelor și nu de cel mai ridicat confort;-pelerinii își asumă penitența;-pelerinajele nu țin seama de sezonabilitate, se organizează în tot timpul anului;- se consolidează dialogul ecumenic;-se consolidează religia ortodoxă.

S-a constatat că majoritatea persoanelor care sosesc la mănăstiri sunt români, peste 75%, iar sosirile de turiști străini înregistrează aproximativ 25% și provin din Germania, Spania, Austria, Italia, etc.

Chestionarul privind potențialii turiști/vizitatori ai obiectivelor culturale religioase (vezi Anexa 21) indică faptul că aceștia sunt atrași de renumele și notorietatea obiectivelor culturale religioase din zonă, au aflat de acestea atât de la prieteni (60%) cât și din materialele publicitare difuzate(40%). Persoanele chestionate au răspuns că cel mai mult au fost atrase de M-rea Voroneț(35%), M-rea Putna(30%), M-rea Sucevița(5%), altele. Principalul motiv pentru care caută mănăstirile este renumele și atractivitatea acestora, deasemeni calitatea scăzută a vieții. Cele mai întâlnite motive de nemulțumire sunt: sărăcia, corupția, criminalitatea, falsitatea,etc., din aceste motive, dar și altele persoanele chestionate și-ar dori să găsească sfat duhovnicesc, alinarea sufletului, dar și condiții de cazare, masă. Chiar dacă

au mai vizitat și alte zone, aici vor veni mereu cu plăcere și ar prefera să vină în defavoarea altor destinații. Turistul pelerin apelează de obicei, la agențiile de pelerinaje în speranța că vor rezolva toate problemele. Deosebirea dintre turiștii pelerini români și cei străini este religia, cei străini fiind catolici în mare parte, dar și suferința, umilința, nedreptățile făcute celor ce caută alinare sufletească.

Rolul turismului cultural religios în dezvoltarea centrelor de pelerinaj

Turismul religios este o formă de turism care există, de secole și care mai păstrează încă unele trăsături, în privința pelerinajului propriu-zis, dar care a evoluat enorm.

Astăzi turismul religios implică din partea turiștilor un nivel de instruire și un grad de cultură ridicat care să permită aprecierea obiectivelor culturale - religioase din punct de vedere al arhitecturii, construcției, valorii, semnificațiilor spirituale și conținutului de obiecte de artă. Se păstrează încă pelerinajele determinate de tradițiile religioase din diferite țări (pelerinajul obligatoriu la Mecca), sau cele legate de evenimente și manifestări specifice (moaște de sfinți, icoane făcătoare de minuni). Turismul religios este un fenomen complex care se află în continuă transformare și diversificare, păstrându-și însă elementul de bază care l-a consacrat: religia.

Turismul de factură religioasă apare în a II -a etapă a evoluției turismului, numită etapa pseudo-turistică, ce coincide perioadei evului mediu timpuriu și mijlociu până în epoca renașterii. Pelerinajele religioase se îndreptau spre Roma și Ierusalim pentru creștini, Mecca și Medina în Arabia Saudită pentru musulmani, Lhasa și sanctuarele din India și Indochina pentru budiști, muntele Fuji pentru japonezi.

Turismul religios este acel tip de turism care are ca scop vizitarea edificiilor religioase cu implicații de ordin spiritual. Noțiunea de religios s-a dezvoltat de la înțelegerea motivațiilor turiștilor. Diferența dintre această formă de turism și altele o constituie motivația religioasă a turiștilor. Formele de manifestare ale turismului religios sunt diverse: pelerinaje religioase, tabere religioase pentru tineret.

Taberele religioase pentru tineret se desfășoară în toata lumea în perioada de vară. În cazul României, conform strategiei propuse prin programul „Orizont 2025”, autoritățile vor sprijini bisericile de diferite culte, în principal cei cu probleme sociale (el poate fi individual sau în grup organizat cum sunt pelerinajele și taberele religioase. Se practică de către o anumită categorie de persoane și vizează atât promovarea valorilor culturale, cât și a celor spirituale. De aceea nu se poate face o distincție netă între turismul cultural, referindu-ne la vizitarea edificiilor religioase, și turismul religios. Spre exemplu, turiștii care merg la mănăstiri din curiozitate, din nevoia de a cunoaște locuri și lucruri noi, atrași de frumusețea lor prin artă, prin faptul că sunt situate în locuri mai retrase, pitorești dar și prin viața

deosebită pe care o duc cei ce locuiesc în ele, în momentul întâlnirii cu lăcașul de cult ei se transformă subit în pelerini: își schimbă vestimentația, aprind o lumânare, se închină la icoane. Impactul a operat ceva în el. Întâlnirea cu sacrul modifică motivația exterioară a călătoriei, vizitatorul descoperind și o motivație interioară, de alt ordin decât cel pur turistic.

Pornind de la noțiunea de turism cultural religios se poate vorbi de două mari tendințe de călătorii:

- Călătorie unifuncțională, care are un singur scop de natură religioasă. Un exemplu foarte bun în cazul României sunt călătoriile religioase efectuate la lăcașuri cu icoane făcătoare de minuni: mănăstirea Neamț, mănăstirea Agapia, Sihăstria sau Nicula. Participantul la acest gen de călătorie este strict pelerinul.

- Călătorie plurifuncțională, care îmbină aspectele religioase ale călătoriei cu cele strict culturale, și care permit vizitarea unui număr mai mare de obiective turistice. Atunci când elementul de atracție pentru turiști se află într-un monument sau altă formă a patrimoniului cultural de factură religioasă, se poate vorbi de turism în spațiu religios.

O altă tendință a ultimelor decenii ale secolului trecut este de a petrece un sejur în apropierea unor lăcașe de cult renumite. Astfel, multe ansambluri monahale și-au realizat propriile case de oaspeți în care primesc un număr redus de credincioși și în care trebuie respectate anumite norme pe durata șederii, pentru a nu perturba ordinea activității monahale. Între turism și religie există nenumărate interacțiuni și combinații pe baza relației dintre locul sacru și motivația turistului.

Centrele de pelerinaj sunt mijloace moderne de promovare a spiritualității și culturii în contextul ecumenic local și internațional. Acestea au rolul de a dirija, coordona și controla procesul de organizare al pelerinajelor.

Acestea oferă o serie de servicii cum ar fi:

1. excursii pentru pelerini din țară și străinătate;
2. pelerinaje pentru pelerini de alte confesiuni, în special din Europa Occidentală;
3. tururi de orașe;
4. expediții și tabere de studii;
5. cazare în case de oaspeți și spații de primire ale bisericilor din România;
6. consiliere pelerinaje;
7. servicii de informare pentru turismul religios.

Se consideră că pelerinajul modern este un pact pe care industria turismului l-a încheiat cu religia. Cei care susțin diferențe fundamentale dintre turism și pelerinajul religios punctează disensiunile majore. Pelerinajul este văzut ca o călătorie la locuri sfinte, întâlniri sau manifestări cu caracter religios.

După opiniile bisericii, pelerinajul nu vizează doar influențarea psihicului prin instalarea liniștii sufletești, împlinirea spirituală ci consideră că o cale de atingere a acestei stări este biciuirea fizicului. Călătoria în sine, la locurile sfinte, ar trebui să fie o penitență, o suferință necesară pentru atingerea unui anumit nivel spiritual.

Ca urmare confortul, relaxarea, agrementul și alte forme de destindere și distracție nu ar avea ce căută în pelerinaj. Văzut în felul acesta, pelerinajul are prea puține puncte comune cu turismul. Turismul având la bază o motivație religioasă este mult promovat de agențiile de turism, însă ne întrebăm dacă se poate desfășura acest tip de turism fără participarea reală a celor din „destinațiile” vizate.

De cele mai multe ori, Biserica preferă să organizeze ea singură aceste pelerinaje, grupul să fie însoțit de preot, care pe parcursul deplasării să desfășoare activități specifice: rugăciuni, discuții pe teme spirituale etc. În finalul unui tur, făcut după „toate regulile Bisericii”, se acordă chiar un certificat ce atestă acest lucru. În acest caz, activitățile colaterale sunt reduse la minim.

Pe de altă parte însă, dintotdeauna turismul a fost considerat o formă de călătorie sacră sau spirituală. Trebuie să pleci, să ieși din mediul tău obișnuit pentru a te regăsi. Călătoria cu orice scop înseamnă o desprindere, o experimentare care influențează și de multe ori schimbă.

Agențiile de pelerinaje pot dezvolta oferte turistice determinate de anumite evenimente culturale religioase, cum ar fi festivaluri de muzică religioasă, tabere de pictură bisericească sau icoane, sculptură pentru elevi și studenți, turism de parastase și hramuri.

Turismul de hramuri

În România, datorită faptului că există multe mănăstiri ce poartă numele unor sfinți, acestea sărbătoresc hramul prin slujbe speciale, care adună mii de oameni de pretutindeni și care determină creșterea circulației turistice, utilizarea și dezvoltarea infrastructurii specific, creșterea numărului de locuri de muncă, dezvoltându-se astfel **turismul de hramuri**.

Prin deplasarea turiștilor către mormintele sfinte la comemorarea sfinților și personalităților se dezvoltă **turismul de parastase**.

Personalul și slujitorii bisericești în număr suficient asigură buna desfășurare a acestor forme de turism, împreună cu agențiile specializate.

În România sunt 631 de mănăstiri, în care trăiesc 3500 călugări și 5000 de măicuțe conform recensământului din 2002. Din totalul populației țării, 18 817975 sunt creștini ortodocși.

România are 18300 biserici, dintre care 1000 în construcție și renovare. De asemeni organizarea BOR cuprinde cinci mitropolii: Mitropolia Munteniei și Dobrogei, Mitropolia Banatului, Mitropolia Olteniei, Mitropolia Clujului, Albei, Crișanei și Maramureșului, Mitropolia Moldovei și Bucovinei.

În Republica Moldova populația este majoritar creștin ortodoxă și beneficiază de aceleași oferte turistice prezentate prin agențiile de turism sau organizatori de pelerinaje. Destinațiile consacrate din România atrag deopotrivă și turiștii din Republica Moldova. Mănăstirile Căpriană, Saharna, Noua Neamț sunt câteva din cele peste 53 de mănăstiri și schituri din Republica Moldova, deasemeni foarte cunoscute în România. Agențiile de turism din România, implicit și din Suceava organizează și derulează programe turistice în Republica Moldova la obiectivele demare atracție turistică: cetatea Soroca, Orheiul Vechi, Mănăstirea Căpriană, Mănăstirea Saharna, Beciurile de vinuri domnești de la Cricova, Chișinău, etc.

La nivelul județului Suceava există 39 de mănăstiri dintre care 27 de schituri, în care viețuiesc 670 persoane dintre care 445 de maici. Fiecare biserică sau mănăstire are o denumire, care generează o sărbătoare a locului numită hram. De exemplu: hramul Sf. Parascheva la Iași- 14 octombrie, hramul de Sanziene la Suceava, de Sf. Ioan- 24 iunie, hramul Adormirea Maicii Domnului- 15 august la M-rea Putna, etc.

Aceste sărbători generează fenomene turistice și religioase de amploare prin deplasarea oamenilor din diverse localități spre cea în care este hramul bisericii sau mănăstirii. Aceste fluxuri turistice conduc la ocuparea spațiilor de cazare, atât cele proprii ale mănăstirilor cât și a unităților de cazare din împrejurimi. Fenomenul este în continuă creștere ca urmare și a dezvoltării infrastructurii de primire și a transporturilor.

În anul 2010, în România, turismul reprezenta 3,5% din PIB, iar 1,6% din forța de muncă ocupată lucra în turism, față de 4% cât reprezenta turismul european din PIB –ul Uniunii Europene. În anul 2015, turismul reprezenta 9,5% din PIB-ul global, iar în România doar 5,1% din PIB, fiind pe ultimul loc în Europa. Această situație este total nemulțumitoare întrucât potențialul turistic al României este cu mult superior mediei europene, fiind chiar pe unul din primele locuri în Europa, având în vedere nu numai atracțiile culturale religioase din toată țara ci și litoralul și Delta Dunării, potențialul montan, speologic, domeniile schiabile, cele peste 70 de stațiuni balneare care dețin o treime din rezerva de ape minerale europene.

În 2016, cifra de afaceri în turism a atins 1,4 mld lei și se fac eforturi pentru includerea liniilor aeriene în turismul mondial, agențiile de turism vând tot mai mult atracțiile sfinte Ierusalim, Mecca, Grecia, etc. Circulația turistică s-a intensificat și în Republica Moldova, astfel cifra de afaceri în 2010 a fost de 237,6 mln lei, iar investițiile au reprezentat 6% din cifra de afaceri, conform Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova.

Numărul structurilor de cazare turistică a crescut în Republica Moldova de la 250 în 2010 la 275 în 2014. Numărul turiștilor cazați a fost de 229893 în 2010, iar în 2014 s-au înregistrat 283001 turiști, dintre care turiști străini 8956 în 2010 și 14362 în 2014. Numărul înnoptărilor a crescut de la 1412166 în 2010 la 1514273 în 2014. Turismul cultural religios este în creștere și în Republica Moldova alături de oferta balneară, turismul viniviticol, turismul de afaceri.

Eficiența economică a turismului cultural religios este pusă în evidență prin structura cheltuielilor efectuate de turiști. Turistul/pelerinul este mult mai cheltuitor decât turistul obișnuit, pentru că este mai vulnerabil sufletește, fiind accentuată starea de nemulțumire. Pe baza observațiilor personale, a chestionarelor administrate, a discuțiilor cu pelerinii, se constată că aceștia cheltuie încă o dată suma dată agențiilor de turism/pelerinaje.

Pentru un pelerinaj de două zile, Suceava- M-rea Prislop, un pelerin achită 200 lei organizatorilor, dar mai cheltuie cel puțin 200 lei pentru acatiste, suveniruri, cărți, icoane, etc.

Cifra de afaceri a unei agenții de turism, pe parcursul unui an este de 1 mld. Lei în medie, însă o agenție specializată în pelerinaje își poate dubla într-un an cifra de afaceri, ajungând la un rulaj de 2 mld. Lei.

Efecte pozitive / negative ale turismului cultural religios în jud. Suceava

Turismul ca activitate economico socială are o influență deosebită asupra economiei zonei geografice respective cât și asupra populației.

Dezvoltarea turismului cultural religios în județul Suceava a condus la extinderea bazei tehnico materiale aferente și în continuare, se poate vorbi de o industrie a turismului locală, prin construirea de noi pensiuni atât în mediul urban cât și în mediul rural, construirea și amenajarea de noi complexe de alimentație publică, amenajarea continuă a noi baze de agrement și de tratament.

În aceeași măsură s-au creat și dezvoltat noi locuri de muncă în toate sectoarele de activitate din turism sau de din domenii conexe: construcții, materiale de construcții, transporturi, industrie alimentară, comerț, servicii, etc.

Astfel, la nivelul județului Suceava s-au dezvoltat importante structuri de primire turistică de diferite dimensiuni și grade de confort.

Dezvoltarea turismului conduce la crearea unei infrastructuri specifice de cazare, alimentație, agrement, etc. astfel, la nivelul județului Suceava, baza tehnico-materială de cazare este bine reprezentată.

Nomenclatorul structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică existente la 31.07.2014 și care au funcționat în anul 2014 în județul Suceava pe tipuri de structuri de categorii și clasificare este prezentat în Anexa nr.14.

Structura unităților de cazare la nivelul județului Suceava, se prezintă astfel: din cele 143 de unități de cazare, ponderea o dețin unitățile de două stele cu 84 de hoteluri și pensiuni, urmate de unitățile de 1 și 3 stele cu 24, respectiv 23 de unități, pe ultimul loc situându-se unitățile de 4 stele în număr de 13, unități de cinci stele fiind neexistente în județ. O categorie aparte o reprezintă taberele școlare, reprezentate de Tabăra de elevi și preșcolari Bucșoaia, care este neclasificată.

Turismul cultural religios are efecte social - economice pe termen scurt, dar și pe termen lung, cum ar fi:

- dezvoltarea infrastructurii generale și specifice;
- dezvoltarea capacității de cazare proprii mănăstirilor;
- apropiere între slujitorii bisericești și turiști;
- promovează o mai bună înțelegere între țări;
- are efecte pozitive asupra cunoașterii, dezvoltării culturale, îmbogățirea de cunoștințe, învățarea limbilor străine, obiceiuri și tradiții ale altor țări sau zone
- are un puternic impact în mediul rural
- sprijină persoanele defavorizate
- au efect indus pozitiv constituit din procesul de multiplicare a cererii agregate la scară macroeconomică
- are efecte atât sociale cât și economice
- efecte pe piața muncii în zonă, dezvoltarea industriei artizanale, etc.
- religia are un efect pozitiv prin lupta pentru menținerea familiei concomitent cu migrația pe piața muncii.
- consolidarea dialogului ecumenic
- consolidarea religiei ortodoxe
- promovează comercializarea de obiecte bisericești
- duce la creșterea sporului natural
- întărirea sentimentului național
- are un efect anticriză comercializarea de obiecte bisericești, artizanale, cărți, derularea de acțiuni caritabile.
- creează o originală imagine de țară.

Aspecte comune și specifice agențiilor de turism și pelerinaje

Centrele de pelerinaj reprezintă agenții de turism ce funcționează pe lângă patriarhii sau mitropolii. Au structură juridică asemănătoare cu a oricărei agenții de turism cu

deosebirea că programele turistice sunt realizate cu precădere în scopul vizitării obiectivelor religioase, iar serviciile de cazare și masă sunt asigurate, atunci când este posibil în unități aparținând mănăstirilor sau chiar în cadrul acestora. Pelerinajele sunt conduse de preoți.

Aspecte comune

Agențiile de turism și agențiile de pelerinaje sunt societăți comerciale cu formă juridică de tip SRL sau SA, în funcție de capitalul social și numărul de angajați.

Atât agențiile de turism cât și agențiile de pelerinaj sunt conduse de persoane cu pregătire economică superioară în domeniul turismului ce dețin Brevet de Turism eliberat numai de Ministerul Turismului sau autoritatea națională în domeniu.

Agențiile de turism și agențiile de pelerinaj dețin obligatoriu Licența de Turism eliberată numai de Ministerul Turismului sau Autoritatea Națională pentru Turism care verifică permanent condițiile pentru care a fost acordată. Aceasta se suspendă atunci când nu se respectă condițiile pentru care s-a obținut.

Activitatea și sediul firmei sunt controlate permanent de Ministerul Turismului.

Sesizările și reclamațiile turiștilor se fac direct la Minister și se sancționează agentul economic dacă se face vinovat.

La sediul fiecărei agenții se afișează la loc vizibil Brevetul de Turism al persoanei care conduce agenția și Licența de Turism, dar și numerele de telefon ale Ministerului Turismului sau Oficiului pentru protecția consumatorilor.

Firma este semnalizată luminos și la loc vizibil.

Ofertele sunt expuse la vedere și prezentate publicului în mod politicos.

Aspecte specifice agențiilor de pelerinaj

Programele turistice se realizează la cererea turiștilor individuali sau grupurilor de turiști care preferă o anumită destinație.

Cererea este orientată cu precădere spre obiectivul turistic cultural religios care este și principala atracție turistică.

Serviciile de cazare și masă se asigură la cererea turistului/pelerin cât mai aproape de obiectivul turistic.

Marea majoritate a turiștilor pelerini doresc să participe la programul slujbelor religioase, în special în prajma sărbătorilor.

Grupurile de turiști/pelerini sunt însoțite de preoți sau persoane cu pregătire în domeniu.

Itinerariul cuprinde obiective cultural religioase. Serviciile de cazare și masă sunt extrem de modeste pentru români, iar turiștii/pelerini din străinătate preferă unități de cazare și servire a mesei în condiții de 4 și 5 stele.

În România, marile atracții culturale religioase, biserici, mănăstiri, monumente, catedrale sunt amplasate într-un spațiu geografic atractiv și bogat în resurse turistice naturale.

Mediul natural reprezentat prin relief, hidrografie, climă, peisaj, floră și faună este extrem de variat și bogat la nivelul întregii țări constituind un excelent suport pentru dezvoltarea turismului.

Turismul mai mult ca oricare alt domeniu de activitate, este dependent de mediul înconjurător, acesta reprezentând materia primă, obiectul și domeniul de activitate și de desfășurare a turismului, fiind suportul său cadru, purtătorul resurselor sale. Turismul se desfășoară în mediu și prin mediu, calitatea acestuia putând favoriza sau nega activitățile turistice.

Relieful, pădurile, râurile, lacurile, mare, monumentele naturii sau de artă și arhitectură, apele sau apele minerale etc., componente ale mediului înconjurător, se constituie și ca resurse turistice ce favorizează desfășurarea turismului de odihnă și recreere, de tratament balnear, de litoral sau cultural, drumeție, etc.

Cu cât aceste resurse sunt mai variate și complexe și, mai ales, nealterate, cu proprietăți cât mai apropiate de cele primare, cu atât interesul lor turistic este mai mare, iar activitățile pe care le generează sunt mai valoroase și mai atractive, răspunzând unor foarte variate motivații turistice.

În aceste condiții, relația turism – mediu înconjurător are o semnificație deosebită, dezvoltarea și ocrotirea mediului înconjurător reprezentând condiția sine qua non a turismului, orice modificare produsă acestuia aducând prejudicii și potențialului turistic prin diminuarea sau chiar anularea resurselor sale. Bineînțeles, problema se pune în aceeași măsură și evident corelat la toate categoriile de resurse turistice căror existență și atracție sunt influențate direct de calitatea diferitelor componente ale mediului înconjurător. Cu cât degradările produse acestuia au o amploare mai mare, cu atât activitățile turistice sunt mai afectate. În cazul turismului, consecințele degradării resurselor turistice pot avea implicații social-economice dintre cele mai grave.

Din punct de vedere economic, neajunsurile semnalate, ca urmare a existenței de resurse turistice degradate, se reflectă, în primul rând în imposibilitatea valorificării lor turistice ca surse de venituri, constituind astfel, o pierdere definitivă pentru turist, în primul rând și pentru economie.

Din punct de vedere socio-cultural, efectele negative, sunt de asemenea, importante. Dacă se acceptă că cele mai importante funcții ale turismului modern sunt cele recreativ-recuperative și instructiv educative, se înțelege mai ușor raportul dintre turism și mediul înconjurător. Afectarea, chiar în mică măsură, a acestuia, reduce posibilitățile de refacere a

sănătății și forței umane, prin diminuarea calității factorilor terapeutici sau a celor ce favorizează odihna și recreerea ca și a posibilităților de satisfacere a posibilităților de cultură.

Ocrotirea naturii și conservarea calităților sale devin pentru turism o necesitate, acțiunile întreprinse în acest sens concurând la protecția potențialului turistic. Datorită ansamblului de măsuri luate în țara noastră pentru protecția mediului înconjurător, turismul are asigurat, în general, un cadru corespunzător desfășurării lui, legislația cuprinzând numeroase reglementări eficiente care implică apariția conflictului turism – natură.

Dezvoltarea societății supune mediul înconjurător la două tipuri principale de presiuni:

- exploziei demografice și a expansiunii orașelor, ritmului rapid și creșterea considerabilă înregistrată în industrie, agriculturii și altor domenii de activitate, amplificarea circulației și a sistemelor de transport și de comunicații, a exploatării intensive și extensive a resurselor naturale;
- una mai puțin agresivă și cu caracter sezonier, care decurge din folosirea mediului înconjurător pentru activități de turism și agrement.

Aspecte nefavorabile se întâlnesc și în cazul degradării obiectivelor turistice antropice, atât prin substanțele poluante ce atacă, degradează și scurtează *viața* celor mai rezistente și mai durabile materiale, urmare fiind și dispariția unor monumente de rezonanță istorică, artistică sau culturală durate de oameni cu veacuri în urmă, cât și prin alți factori antropici sau naturali. Clădirile din zonele impurificate de fum, cărbune, ciment etc. se deteriorează, se șterg sau își schimbă aspectul, luând o culoare întunecată, sumbră (frescele exterioare ale unor biserici sau fațadele unor monumente din unele centre urbane reziduale).

Turiștii, prin atitudini inadecvate, îndeosebi vandalisme, pot contribui direct la deteriorarea unor bunuri culturale și religioase. Ei pot fi autorii declanșării unor incendii sau distrugerii prin tăiere, scrijelare a multor valori culturale [18 pag.82]. Se admite în general, că degradarea mediului înconjurător și a resurselor turistice provine de la două mari grupe de factori.

Factori care sunt ca urmare directă a dezvoltării economice:

- *poluarea aerului;*
- *poluarea apei;*
- *poluarea solului;*
- *poluarea sonoră;*
- *poluarea peisajului.*

Un alt exemplu de afectare a potențialului turistic îl reprezintă degradarea pădurilor. Acestea prezintă un deosebit interes pentru turism prin funcțiunile social-recreative și estetic-peisagistice. Aceste atribute fac ca pădurile, să fie considerate, indiferent de locul unde sunt amplasate, la munte, de-a lungul traseelor, în apropierea stațiunilor balneo-climaterice, în zonele preorășenești, drept obiective ce întăresc valoarea potențialului turistic al țării.

După anul 1990, prin defrișarea necontrolată a pădurilor s-au produs unele procese de degradare a solului ce au drept urmare afectarea peisajului respectiv, dispariția unor monumente ale naturii de interes științific și turistic, diminuarea posibilității de autopurificare a aerului, etc. Degradarea rezervațiilor naturale și a monumentelor naturii prejudiciază de asemenea potențialul turistic pe care-l lipsește de aportul științific și estetic, a unor obiective cu caracter de unicat sau de rară spectaculozitate, habitate naturale care au păstrat un echilibru biologic virgin. Aspecte nefavorabile se întâlnesc și în cazul degradării obiectivelor turistice antropice, atât prin substanțele poluante ce atacă, degradează și scurtează viața celor mai rezistente și durabile materiale, urmare fiind și dispariția unor monumente de rezonanță istorică, artistică sau culturală. Clădirile din zonele impurificate, cu fum, cărbune, ciment, se deteriorează, se șterg sau își schimbă aspectul, luând culoare întunecată, sumbră (*frescele exterioare ale unor biserici sau fațadele unor monumente din marile centre urbane industriale, simțind din plin acest aspect*).

Astfel spus, deteriorarea mediului ambiant determină o scădere a atractivității peisajului și o diminuare a activității turistice.

2.4. Concluzii la capitolul 2

În acest capitol s-a prezentat detaliat, pe baza indicatorilor statistici, evoluția circulației turistice la nivel de județ fără a se putea face diferența dintre turiștii care au preferat o formă de turism sau alta. Numărul turiștilor pelerini este practic foarte greu de măsurat deoarece statisticile se referă la turiști în general. Totuși pelerinii sunt prezenți la unitățile de cazare din preajma mănăstirilor, unele pensiuni fiind construite special în acest sens. Pelerinii vizitează bisericile și mănăstirile, dar numărul lor este de asemeni greu de identificat, datorită faptului că nu-i înregistrează nimeni, doar biletele de intrare la mănăstiri ar putea fi un indicator, vânzările de obiecte religioase ar putea indica nivelul de trai sau condiția financiară a acestora.

- Agențiile de turism efectuează programe specifice pentru pelerini și programe turistice mixte, dar nu înregistrează aceste date și nu raportează câți dintre turiștii pe care i-au

avut au fost pelerini. Din baza de date a agențiilor de turism se poate stabili numărul turiștilor care solicită destinații cultural religioase, iar agențiile de pelerinaj desfășoară integral activitate de pelerinaje, se recomandă raportarea acestor date la direcțiile de statistică.

- Pe baza chestionarelor(vezi Anexa 21 și 22), anchetelor, observațiilor efectuate se pot afla informații suplimentare care conduc la înmuntățirea activității agențiilor de turism și pelerinaje.
- S-a subliniat rolul deosebit al patrimoniului cultural religios asupra turismului și prin analiza statistico-economică realizată s-a demonstrat eficiența activității de turism cultural religios, care trebuie dezvoltată și promovată.
- Se subliniază aspectele pozitive și negative determinate de criza economică și socială, agențiile de pelerinaj fiind o consecință a acesteia. Centrele de pelerinaj de pe lângă mănăstiri, agențiile de turism ce efectuează pelerinaje sunt în creștere și se poate constata că este o activitate profitabilă. Se poate ușor constata că numărul pelerinilor este foarte mare și în creștere, ca urmare a pensiunilor ce apar în preajma mănăstirilor, a agențiilor de turism care au tot mai multe astfel de oferte, se recomandă creșterea calității serviciilor pentru a atrage și pelerini din străinătate. Este benefic acest lucru, atâta timp cât există avantaje economice pentru firmele implicate, dar și pentru obiectivele turistice de patrimoniu național și universal, dar mai ales pentru aflarea răspunsurilor pe care le caută pelerinii la întrebările lor.
- Agenții economici implicați trebuie să-și intensifice activitățile de marketing pe piața internațională pentru a atrage în special turiști străini, pentru a determina creșterea duratei medii de sejur a acestora.

3. DIRECȚII ÎN DEZVOLTAREA TURISMULUI CULTURAL RELIGIOS

România este o țară cu un potențial turistic de excepție, iar obiectivele turistice cultural religioase se află printre cele mai valoroase din lume, fiind vizitate de foarte mulți turiști europeni în special și asiatici dornici de cultură.

Toate acestea determină structurarea sau profilarea unui segment de piață, a unei categorii de clienți numită pelerini care se orientează către locurile sfinte. Prin resursele sale, Suceava mai mult decât restul țării oferă itinerarii spirituale complexe, diferite, fiind mereu în atenția specialiștilor și a publicului. Este imperios necesar a se cunoaște structura turistului pelerin deoarece acesta determină forma de turism cultural religios care produce modificări substanțiale în configurația circulației turistice, a destinațiilor turistice, a dezvoltării centrelor de pelerinaj și a localităților ce primesc turiști pelerini.

3.1. Analiza SWOT a turismului cultural religios în județul Suceava

Analiza resurselor materiale, financiare, umane și logistice pot la un moment dat să determine o evoluție pozitivă a turismului, cu condiția să fie bine gestionate și promovate la nivel regional, național și mondial.

Puncte tari

1. Existența celor cinci mănăstiri cu pictură exterioară: Voroneț, Moldovița, Sucevița, Humor și Arbore, care au primit distincția Pomme d'Or, decernată de Uniunea Internațională a Scriitorilor și Jurnaliștilor din Turism pentru frescele murale extrem de bine păstrate de mai bine de 500 de ani, nemaexistând altele în lume.

2. Existența celei mai mari densități de biserici și mănăstiri cu valoare de patrimoniu din țară.

3. Existența celui mai mare muzeu monastic din țară la M-rea Putna și a mormântului celui mai glorios voievod român, Ștefan cel Mare.

4. Existența Mănăstirii Bogdana, prima construcție din zid din Moldova, din a doua jumătate a sec. XIV, ctitor fiind Bogdan I, întemeietorul statului feudal Moldova, construcția fiind destinată familiilor domnitoare pentru a servi ca necropolă domnească, aici găsindu-și odihna veșnică peste zece domnitori și membri ai familiilor acestora, de la Bogdan I până la Alexandru cel Bun. Acest obiectiv, asemenea multor altele din județ favorizează dezvoltarea deopotrivă a turismului istoric, cultural, religios.

5. Existența Voronețului, unic în lume prin frescele sale exterioare pe fond albastru, cunoscut în întreaga lume, ca albastrul de Voroneț, supranumit și Capela Sixtină a Orientului.

6. Existența Mănăstirii Putna, cea mai mare construcție din zid din acea vreme, supranumită Ierusalimul neamului românesc.

7. Existența moaștelor Sf.Ioan, aduse din Trapezunt în 1402, care constituie loc de pelerinaj, cel mai mare din Suceava.

8. Existența în municipiul Suceava a bisericilor și mănăstirilor voievodale: Sf.Ioan ctitorie a lui Bogdan vodă și Ștefăniță vodă, biserica Mirăuți ctitorie a voievodului Petru I Mușat, biserica beizadelelor ctitorie a lui Vasile Lupu, biserica Sf. Dumitru ctitorie a lui Petru Rareș cu turnul adăugat de Alexandru Lăpușeanu, biserica Sf. Nicolae ctitorie a lui Iliăș fiul lui Petru Rareș, Biserica Sf. Înviere ctitorie a Elenei Rareș, Mănăstirea Teodorenii, ctitorie a lui Ieremie și Simion Movilă, Mănăstirea Zamca, Turnu Roșu, Hagigadar, ctitorii armenesti din sec. XVI.

9. Acordarea distincției Mărul de aur de la Mănăstirea Moldovița de către Uniunea Internațională a Scriitorilor și Jurnaliștilor de Turism.

10. La Salcea este aeroportul internațional, care deservește județele din nordul Moldovei și prin modernizarea acestuia se face legătura cu alte destinații europene.

11. Județul Suceava este străbătut de arterele rutiere E85 DN17 care fac legătura cu Ucraina și respectiv Transilvania.

12. Resursele naturale diversificate, munți, dealuri podișuri, depresuni, clima, flora și fauna, hergheliile, râurile, izvoarele, în special cele de ape minerale întregesc potențialul turistic natural de excepție al județului.

13. Potențialul turistic antropic extrem de variat și valoros reprezentat în special de bisericile din piatră și zid, apoi cele din lemn, cetatea de scaun a Sucevei, completate de rețeaua vastă a muzeelor și caselor memoriale, creațiile atâtor scriitori, pictori, sculptori, artiști populari, obiceiurile și tradițiile extrem de bine valorificate prin proiecte europene sunt armonios completate de edificiile contemporane.

14. Universitatea Suceava, înființată în 1963 pregătește anual câteva sute de specialiști în domeniul economic, și turism.

15. Rețeaua hotelurilor este completată de pensiunile turistice atât în mediul rural cât și urban având toate categoriile de confort.

16. Pe lângă posibilitățile clasice de agrement se pot face plimbări cu mocănița, schi și patinaj, pescuit și vânătoare, etc.

17. Turismul religios interferează armonios cu alte forme de turism, în județ existând posibilitatea practicării aproape tuturor formelor de turism.

18. Baza tehnico materială de cazare turistică este întregită de spațiile de cazare cu destinație turistică din cadrul mănăstirii Putna, și a posibilităților de servire a mesei la toate mănăstirile.

19. Dezvoltarea învățământului economic a determinat pe lângă universitate, să funcționeze în județ în toate orașele clase de liceu cu profil turism și alimentație publică pentru a deservi mai bine pensiunile și zona.

20. Toate cele peste 50 agenții de turism din județ, dintre care 40 numai în mun. Suceava oferă potențialilor turiști programe pentru turism religios și pelerinaje.

21. Dezvoltarea turismului religios la Suceava, este determinată și de gradul de încredere ridicat al populației în instituția bisericească.

22. Preocuparea susținută a unor politicieni pentru promovarea turismului în Bucovina a condus la implementarea unor proiecte de tipul: Crăciun în Bucovina, Paști în Bucovina, Promovarea produselor tradiționale prin festivaluri și târguri.

23. Criza economică și nivelul de trai scăzut al unor segmente de populație a condus la dezvoltarea turismului religios.

24. Lipsa locurilor de muncă și criza socială reprezintă un alt factor care conduce la consolidarea turismului religios.

25. Neîncrederea în instituțiile statului că ar putea rezolva unele probleme, de asemenea conduce la o intensificare a pelerinajelor și turismului religios.

26. Migrarea populației către vest în căutarea locurilor de muncă, produce dezechilibre economice, dar mai ales sociale, dezmembrându-se familii.

27. Schimbul de experiență între participanții la pelerinaje sau programe religioase este benefică prin împărtășirea necazurilor, dar și a rețetelor de succes.

Puncte slabe

Turismul cultural religios în județul Suceava, înregistrează următoarele puncte slabe:

1. Comercializarea programelor turistice cultural religioase prin agenții de turism nespecializate și conducerea voiajelor de către persoane fără pregătire corespunzătoare,

2. Lipsa spațiilor adecvate de cazare în incinta mănăstirilor sau în preajma obiectivelor cultural-religioase.

3. Lipsa posibilităților de servire a mesei în apropierea spațiilor cultural-religioase.

4. Lipsa grupurilor sanitare modernizate și curate în incinta locașurilor de cult.

5. Graba personalului din cadrul bisericilor și mănăstirilor în a oferi informații pelerinilor.
6. Pelerinii au așteptări mari în timpul deplasărilor și așteaptă să li se rezolve problemele sufletești, materiale, profesionale, iar de multe ori nu găsesc rezolvarea imediat.
7. Lipsa unor workshop-uri în timpul programelor pentru a stimula dezbaterile în grup.
8. Insuficiente posibilități de înregistrare a numărului de pelerini și a circulației turistice spre aceste destinații.
9. Imposibilitatea existenței unei situații exacte a numărului de sosiri turiști ca urmare a cazării la particulari, rude sau alte forme.

Amenințări

1. Îngrădirea educației religioase prin scoaterea religiei din programa școlară
2. Îngrădirea accesului în unele mănăstiri prin constituirea unui program de vizitare pentru public mult mai restrictiv.
3. Interzicerea unor practici religioase.
4. Interzicerea derulării programelor religioase de către agențiile de turism.

Oportunități

1. Criza economică și socială determină dezvoltarea turismului religios.
2. Catastrofele naturale pot determina creșterea fenomenului turistic religios.
3. Orientarea politică favorabilă susține dezvoltarea turismului religios.
4. Aprecierea de care se bucură turismul religios este influențat și de respectul pentru lăcașele de cult.
5. Cultivarea interesului față de valorile cultural spirituale ale poporului român.
6. Crearea unei baze tehnico materiale moderne în preajma mănăstirilor și chiar a pistelor de aterizare pentru elicoptere.
7. Instruirea de personal specializat în mănăstiri care să acorde mai multă atenție pelerinilor.
8. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii rutiere și a mijloacelor de transport.
9. Introducerea ghidajului în căști în autocare și la obiectivele turistice în limbi de circulație internațională.
10. Realizarea unor programe turistice combinate de turism religios și agrement, turism religios și conferințe, etc.

11. Realizarea de programe turistice cu participarea la slujbele religioase, în special în preajma sărbătorilor de Crăciun, de Sf. Paști sau hramuri bisericești.

12. Crearea unor aranjamente turistice cu transport combinat de tipul avion și autocar pentru distanțe mai lungi, pentru turiștii care nu au foarte mult timp liber.

13. Sprijinul acordat de clasa politică amenajării zonelor adiacente lăcașelor de cult, prin modernizarea infrastructurii specifice și generale.

14. Sprijinirea turismului religios de către factorii politici și legislativi.

15. Derularea proiectelor județene:

„Paște în Bucovina”,

„Crăciun în Bucovina”

„Pelerin în Bucovina”,

„Hora în Bucovina”,

sub patronajul Consiliului Județean Suceava, cu fonduri de la Uniunea Europeană, până în 2016, care intensifică valorificarea tradițiilor locale, provocând agențiile de turism să-și diversifice oferta și să atragă mai mulți turiști străini.

Implicațiile crizei mondiale asupra turismului cultural religios

Criza mondială economică și socială începută în 2009, a avut implicații negative asupra nivelului de trai a populației din întreaga lume, resimțite diferit de la țară la țară și de la individ la individ. Astfel, populația cu venituri medii și mici a sărăcit tot mai mult, în timp ce un segment de piață cu venituri mari trăiește într-un lux exagerat față de puterea economică a țării sau zonei sporind suferințele celor săraci.

Doborâți de griji, nevoi, datorii, suferințe, boli oamenii săraci sunt primii care caută liniștea în interiorul lăcașurilor de cult, care caută sfat duhovnicesc, mângâiere sufletească, liniște și împăcare. În același timp alte categorii de turiști cu venituri medii fac pelerinaje, acțiuni caritabile, donații și ajutoare către lăcașuri de cult, instituții cu caracter social, ajută persoane și familii sinistrate sau în impas financiar. Persoanele cu venituri ridicate de asemeni merg la mănăstiri, biserici în special pentru cunoaștere, pentru socializare, pentru a face uneori donații în numele celor morți apropiați sau chiar construiesc troițe, fântâni, sunt ctitori de biserici, pentru numele lor, pentru a-și spăla conștiința din cauza unor mari greșeli săvârșite.

Persoanele din categoria elitistă sunt pretențioase, au un nivel de trai foarte ridicat și preferă unități de cazare de 4 și 5 stele, cu mâncăruri gustoase, rafinate, cu specific local, în condiții de curățenie, igienă și ambianță corespunzătoare. Aceștia se deplasează cu autoturismele proprii, sau cu avionul pe distanțe mari, preferă hotelurile și pensiunile din preajma mănăstirilor și obiectivelor cultural religioase. Turiștii de condiție medie și submedie

se deplasează cu mijloace în comun, se cazează în spațiile mănăstirești, la pensiuni de 1 sau 2 stele, își asumă condiții modeste de servire a mesei. Aceștia sunt foarte disciplinați, participă cu regularitate la slujbele religioase, țin posturile, trăiesc o viață simplă, fără excese, sunt cumpărători fideli de obiecte religioase și suveniruri, au o viață decentă, modestă și din cauza smereniei sunt împinși adesea până la marginea prăpastiei, atunci caută sfat și ajutor bisericesc.

3.2. Asemănări / deosebiri între turismul cognitiv și turismul în scop cultural religios

Turismul cultural religios reprezintă o formă aparte de turism caracterizată prin necesitatea cognitivă a individului, prin căutări permanente, prin dorința de a se informa, educa, regăsi sau desăvârși.

Prin turismul religios turiștii se deplasează spre locuri sfinte, morminte, moaște sfinte, biserici și mănăstiri cu speranța regăsirii de sine, a căutărilor liniștii sufletești, a împăcării cu eul propriu și cu realitatea.

Cautarea divinității prin pelerinaje organizate în grupuri sau deplasări individuale este specific unui segment de piață diferit, ce nu poate fi încadrat nici într-o altă clasificare după vârstă, sex, venituri, categorie socială, educație, etc. deoarece motivația turistică este strict spirituală și personală.

Turismul religios impune individului anumite sacrificii acceptate de bunăvoie cum ar fi: ținuta decentă chiar sobră, atitudine plină de respect și pioșenie, reculegere, rugăciune, meditație, contemplație, interiorizare, conștientizare asupra binelui și răului din fiecare individ. Turistul aflat în vizită la obiectivele religioase acceptă fără comentarii regulile bisericești, se supune de bunăvoie, uneori cu bucurie și chiar cu speranță canoanelor indicate de slujitorii acestora.

Din punct de vedere spiritual, turistul pelerin se simte puternic și superior, iar bucuria sufletească îl înalță deasupra bucuriilor materiale și trecătoare ale vieții cotidiene. Turistul pelerin simte că a depășit o anumită dificultate și se întoarce împăcat cu sine și cu cei din jur, încărcat cu energia pozitivă necesară depășirii grijilor cotidiene și pregătit psihic și fizic pentru continuarea activităților. Acestea sunt doar câteva motive pentru care turiștii de orice vârstă sau condiție socială își îndreaptă pașii spre cunoaștere, în căutarea valorilor adevărate și nemuritoare. Județul Suceava se impune între județele țării printr-un potențial cultural-religios de excepție.

Obiectivele turistice naturale și cultural istorice se impun, în primul rând ca *documente* – geologice, arheologice, istorice, artistice, arhitectonice, etc. – care exprimă

complet și complex caracteristicile epocii în care au fost create, gradul de dezvoltare a tehnicii, a artei, dezvoltarea socială, situația politică, etc. În acest caz, și obiectul de arhivă sau o piesă de muzeu devin argumente în cunoașterea sau înțelegerea unei epoci.

În al doilea rând, aceste obiective au o valoare simbolică, prin mesajul patriotic pe care îl transmit. Prin turism, fiecare monument devine un instrument de influențare directă a conștiinței oamenilor, de educare a lor în spiritul admirației și prețuirii valorilor istorice. Turiștii internaționali sosesc în special pentru cunoaștere, iar cei români ca urmare a religiei sunt mai atrași de obiectivele cultural religioase din motive de ordin spiritual.

Călătoriile turistice sunt adevărate lecții, în aer liber, de științe ale naturii, de istorie, arheologie, geologie, geografie, de artă și cultură, sunt mijloace de educare și îmbogățire a cunoștințelor.

Asemănări între turismul cognitiv și cel religios:

- constă în deplasarea turiștilor către obiectivele cultural religioase, fiind turism itinerant;
- utilizează infrastructura generală și specifică;
- beneficiază de servicii gratuite, dar și cu plată;
- beneficiază de ghizi specializați.

Deosebiri între turismul cognitiv și turismul religios:

- turismul religios înseamnă penitență, frustrare, biciuire fizică de bună voie până la un nivel de conștiință al individului care să-l aducă în armonie cu propria persoană;
- turismul cognitiv se derulează normal, iar cel religios nu beneficiază de confort, mijloace de agrement, relaxare;
- turismul cognitiv presupune acumulare de cunoștințe care pot fi ulterior împărtășite, iar cel religios, nu;
- turismul religios constă în deplasare în condiții de profundă interiorizare și meditație, iar cel cognitiv este orientat spre socializare.

3.3.Tendințe ale turismului cultural religios la nivel mondial

O componentă de bază a produsului turistic o constituie serviciile turistice în complexitatea lor.

Serviciile au fost considerate multă vreme ca fiind cea mai nouă și mai modernă formă de manifestare a muncii oamenilor, succedându-se agriculturii și industriei. În realitate însă, ele au existat încă din cele mai vechi timpuri. Abia în perioada modernă serviciile sunt

privite dintr-o altă perspectivă, fiind considerate astăzi motorul oricărei economii, creatoare de prosperitate și de bogăție națională.

Dinamica deosebită a serviciilor, care au ajuns în țările dezvoltate să asigure până la 70% din Produsul Intern Brut, a imprimat o dinamică deosebită și vieții oamenilor. Astăzi, nimeni nu își mai poate imagina viața fără servicii. Oriunde, acasă, la serviciu, pe stradă, în omul modern consumă servicii, chiar dacă de multe ori nu este conștient de acest lucru.

O observație care se impune hotărâtor este faptul că serviciile suferă din punct de vedere calitativ, dar și ca diversitate în turismul cultural religios ,în jud. Suceava în special. Majoritatea serviciilor, plecând de la serviciile legate de asigurarea sănătății, de la utilitățile publice, cele legate de petrecerea plăcută a timpului liber și până la-cele de menținere a curățeniei și a liniștii publice, au ca obiectiv final creșterea calității vieții fiecăruia dintre noi. Dar prin creșterea calității vieții se înțelege și creșterea duratei timpului liber, a acelei secvențe de timp, apreciată de fiecare dintre noi și utilizată în cele mai diverse moduri. Dar în timpul liber, oamenii consumă și mai multe servicii. Deci, serviciile sunt atât generatoare de timp liber, cât și consumatoare. Poate tocmai această însușire a lor a dus la această expansiune a lor.

Serviciile turistice, prin natura lor, sunt destinate consumului timpului liber în mod superior, îmbinând utilul cu plăcutul îmbunătățind forma fizică și psihică a organismului și satisfăcând în același timp nevoi de ordin superior cum ar fi cele de cunoaștere sau autorealizare, lucru cunoscut în literatura de specialitate ca odihnă activă.

Activitatea turistică se integrează în sfera terțiarului, prin gama largă și eterogenă de servicii turistice, manifestându-se ca o componentă distinctă a economiei, având un rol tot mai important în viața economică și socială, dezvoltarea acestuia atrăgând după sine o bunăstare generală a societății. Diversitatea serviciilor face posibilă interferența turismului cultural religios cu alte forme de turism itinerante sau de sejur scurt.

Explozia serviciilor nu se regăsește numai în creșterea calității vieții oamenilor, ci și în creșterea rapidă a ponderii acestora în obținerea PIB. Tot mai mulți oameni lucrează astăzi în sfera serviciilor, acest sector fiind singurul care poate să preia surplusul de forță de muncă rezultat din disponibilizările făcute în agricultură și mai ales în industrie, cauzate de progresele tehnologice.

Foarte multe definiții accentuează faptul că serviciile sunt activități cu rezultate nemateriale, deci nu se concretizează într-un produs. O astfel de definiție aparține Asociației Americane de Marketing care definește serviciul ca fiind : „activitatea oferită la vânzare care produce avantaje și satisfacții fără a antrena un schimb fizic sub forma unui bun". Definiții de

acest fel generează ambiguități deoarece există multe servicii care se concretizează în bunuri materiale (serviciile de alimentație publică, editoriale, de informatică).

Din punct de vedere al materialității, rezultatele activităților de servicii pot îmbrăca forme foarte diverse, pornind de la intangibile pure până la diverse combinații de componente tangibile și intangibile.

Dicționarul Academiei de Științe Comerciale din Franța, pornind de la faptul că producția și consumul serviciilor sunt simultane, definește serviciul ca fiind un : „ansamblu de avantaje sau satisfacții procurate fie direct, fie prin folosirea unui bun pe care l-a achiziționat beneficiarul serviciului, sau dreptului de a-l utiliza”.

O altă definiție, cea a lui Hill (1977) pune accentul pe diferența între producătorul unui bun care nu știe, în general, cine achiziționează produsele lui și producătorul unui serviciu, aflat în relație directă cu consumatorul cu scopul de a surprinde specificitatea relațiilor economice determinate de producția serviciilor.

Conform lui Valerică Olteanu, conceptul de serviciu este exprimat prin „efectul util obținut în urma desfășurării unor activități umane aflate în intercondiționare”. Sensul activităților este exprimat de utilitate ca rezultat. Percepția utilității activităților este luată în calcul de consumator în strânsă legătură cu prețul.

Serviciile au un aport important în crearea condițiilor pentru petrecerea timpului liber și în folosirea acestuia. Prin diversificarea ofertei de servicii, în mod special a ofertei de servicii turistice se produc efecte benefice asupra dimensiunilor și modului de utilizare a timpului liber și pentru creșterea calității vieții populației, în special în condiții de stres accentuat ce caracterizează civilizația modernă.

Condițiile de dezvoltarea turismului cultural religios constau în existența unui anumit volum de timp liber, la dispoziția turiștilor care poate fi combinat cu agrementul. Același volum de timp liber poate fi utilizat diferit, iar ca destinație turistică, chiar cultural religioasă, serviciile ocupă un loc important, ca securitate și siguranță a turiștilor, dar și pentru îmbogățirea cunoștințelor, de exemplu un sejur pe litoralul grecesc poate cuprinde un pelerinaj la Meteora.

Primele încercări de a defini timpul liber au fost înregistrate încă din antichitate și reflectau anumite idei filozofice.

Aristotel, în lucrarea "Politika" scria: "Noi muncim ca să avem timp liber". În aprecierile altor analiști "timpul liber este preferabil muncii, este țelul celor care muncesc".

Dezvoltându-și ideile, Aristotel a făcut un pas mai departe prin conturarea laturii calitative a modului de petrecere a timpului liber. "Capacitatea de a utiliza corect timpul liber

este temeiul întregii vieți omenești. Natura ne cere nu numai să muncim bine, ci și să trândăvim la fel", considera filosoful grec.

În opinia lui Miller și Robinson timpul liber se referă la acel timp aflat la dispoziția individului, după munca necesară sau alte activități și obligații ce trebuie îndeplinite; acesta trebuie să fie consumat după opțiunea individuală.

Timpul de odihnă reprezintă acea parte din timpul liber destinată activităților angajate în scop de odihnă, care prin procese recreative și activități vesele, poate sau nu să fie atinsă.

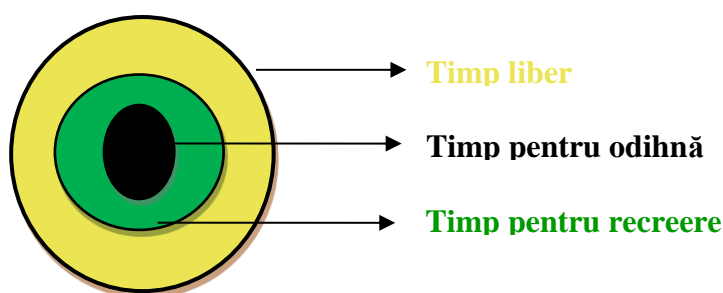


Fig. nr.3. 1.Relazia timp liber-odihnă-recreere

Timpul liber este perioada de timp rămasă după efectuarea muncii, și este constituit din timpul constrâns (timpul pentru somn, activități personale și gospodărești, sarcini sociale diferite) și recreerea.

În același timp liber turistul poate alege recreerea într-o zonă de agrement, dar și un pelerinaj la o mănăstire din apropiere simțindu-se la fel de liniștit ca după o zi de practicare a unui sport. Turistul/pelerinul călătorește cu scopul de a-și completa în mod dezinteresat informația, pentru a-și lărgi și dezvolta orizontul cunoașterii dar și participarea socială voluntară sau capacitatea creatoare, după ce s-a eliberat de obligațiile profesionale, sociale și familiale.

În afară de aceste activități specifice perioadei respective ritmul de viață este întrerupt la sfârșit de săptămână (pentru creștini) sau cu ocazia sărbătorilor religioase și ceremoniilor. Dar duminicile erau destinate bisericii, iar sărbătorile presupuneau un efort, o cheltuială de hrană și energie. Distracțiile populației erau legate de ceremonii, însă acestea reprezintă expresii ale cultului și nu fac parte din timpul liber.

Pentru ca timpul liber să devină posibil este necesar ca productivitatea muncii să permită apariția unei secvențe de timp în afara muncii suficiente pentru ca acele activități impuse de comunitate legate de biserică, ceremonii etc. să nu ocupe întregul timp disponibil.

Astfel, din punct de vedere istoric, evoluția timpului liber a fost influențată, în principal, de doi factori importanți și anume: durata medie a vieții și productivitatea muncii.

Nu se include și timpul fiziologic de bază (repaus, somn etc.) deoarece acesta se menține cu o pondere relativ constantă în bugetul de timp.

Această creștere a productivității muncii în țările dezvoltate a avut ca efect o creștere a veniturilor disponibile și a puterii de cumpărare, iar între 30-50% din această productivitate a fost transformată în timp liber.

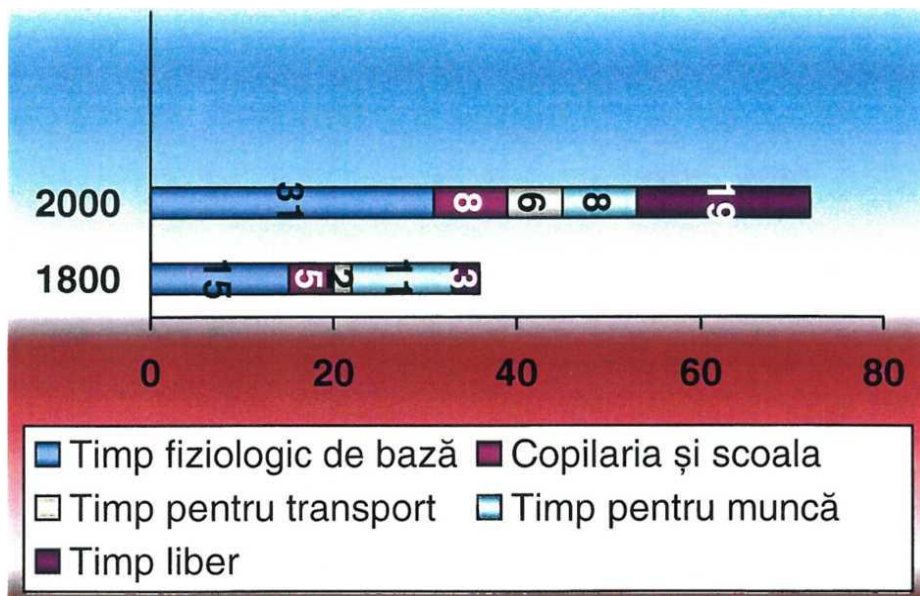


Fig. 3.2. Repartiția bugetului de timp în anii 1800 și 2000

O dinamică interesantă a cunoscut, în decursul a două secole, timpul destinat transportului și deplasării. Viteza de deplasare a crescut și s-a îmbunătățit într-un mod considerabil infrastructura de transport. Dar o dată cu aceste evoluții s-a mărit mobilitatea spațială a populației crescând astfel distanța pe care are loc deplasarea .

Reducerea timpului de muncă între anii 1800-2000 a fost atât absolută, de la 1 an la 8 ani cât și relativă ca pondere în totalul bugetului de timp, de la 31 % la 11 %, după cum se poate observa din fig.nr.3.1, fig. nr. 3.2.. fig.nr. 3.3.și fig.nr.3.4.

Tabelul 3.1. Structura bugetului de timp în anii

1800, 1900, 2000 și 2100

	1800	1900	2000	2100
	ani			
Durata medie a vieții	36	50	72	94
Timp fiziologic de bază (somm, repaus etc.)	15	22	31	43
Copilăria și școala	5	7	8	12
Timp pentru transport	2	3	6	8
Timp de muncă	11	12	8	6
Timp liber	3	6	19	25
procente				
Durata medie a vieții	100	100	100	100
Timp fiziologic de bază (somm, repaus etc.)	43.0	43.5	43.0	45.7
Copilăria și școala	14.0	14.0	11.0	12.7
Timp pentru transport	5.0	6.5	9.0	8.5
Timp de muncă	30.0	24.5	11.0	6.4
Timp liber	8.0	11.5	26.0	26.6

Durata medie a vieții s-a dublat în ultimii 200 de ani, de la 35-36 ani în jurul anului 1800, la circa 70-72 de ani în anul 2000, iar prognaza pentru 2100 este de aproximativ 94 ani.

Productivitatea muncii, în deosebi în sectoarele primar (agricultura, silvicultura, industriile extractive) și secundar (industriile prelucrătoare și construcțiile), dar și în ramuri ale sectorului terțiar (transporturi) a crescut în cursul ultimilor 125 de ani cu un ritm mediu anual de circa 3-4%.

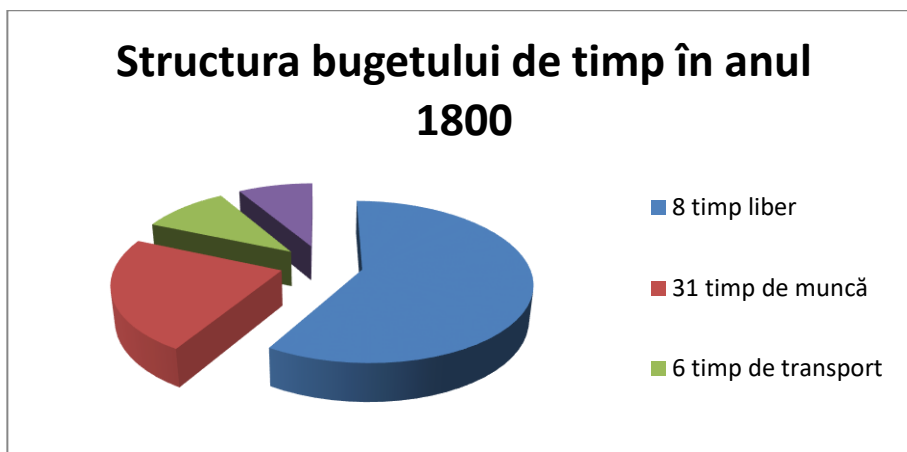


Fig.nr.3.3. Structura bugetului de timp în anul 1800

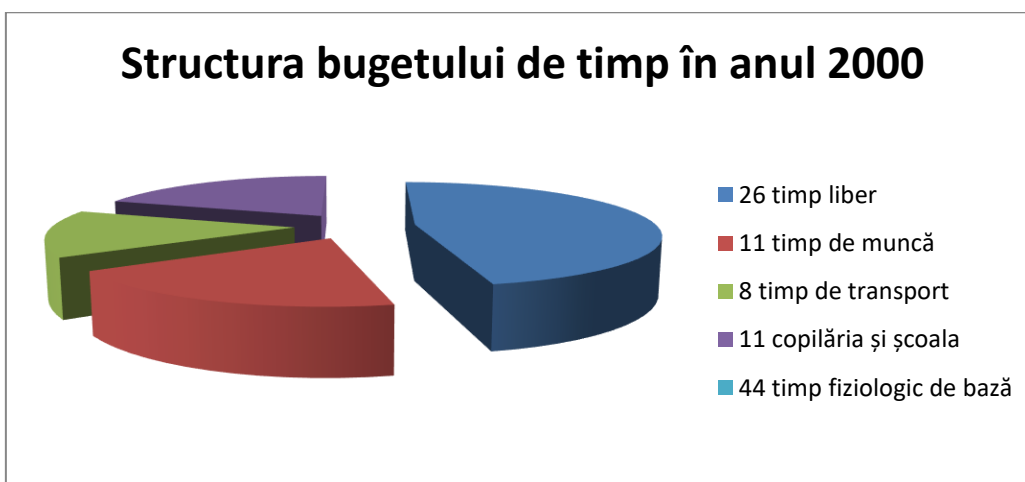


Fig.nr.3.4. Structura bugetului de timp în anul 2000

Doar timpul fiziologic de bază (somn, repaus etc.) se menține la același nivel, în decurs de două secole, dar numai ca pondere în bugetul total de timp, circa 43%. Acest fapt se explică prin natura activităților umane specifice secvenței respective de timp.

În ultimele două secole, înțelegând timpul liber în sens larg, incluzând și durata inactivă ulterioară pensionării, această secvență a bugetului de timp a cunoscut o puternică creștere în dinamica sa. Evoluția menționată apare și mai evidentă în expresie fizică: de la circa 3 ani în 1800, timp liber cumulat în decursul vieții, timpul liber crește până la aproximativ 19 ani la sfârșitul secolului XX.

Agrementul se definește ca fiind ansamblul mijloacelor, echipamentelor, evenimentelor și formelor oferite de unități, stațiuni sau zone turistice, capabile să asigure individului sau grupului social o stare de bună dispoziție, de plăcere, să dea senzația unei satisfacții, unei împliniri, să lase o impresie și o amintire favorabilă.

Turismul cultural religios interferează armonios cu toate formele de agrement în funcție de structura timpului liber, de vârsta participanților, categorie socială, etc.

Turismul cultural religios la nivel mondial înregistrează următoarele tendințe:

- Integrarea ofertei românești în cea externă și promovarea acesteia;
- Optimizarea dimensiunilor fluxurilor de turiști către marile atracții spre a se evita supraaglomerarea;
- Controlul și evaluarea serviciilor;
- Creșterea calității serviciilor și diversificarea acestora;
- Perfecționarea sistemului de organizare și management al serviciilor;
- Limitarea tendințelor de dezvoltare excesivă a unor forme de turism;
- Stabilirea unui loc prioritar al turismului în economiile naționale;
- Considerarea turismului ca o nouă dimensiune socială a nivelului de trai;
- Considerarea turismului ca un indicator al nivelului de trai;
- Considerarea turismului ca un factor puternic dinamizator al altor ramuri economice;
- Formarea de specialiști de talie mondială;
- Turismul reflectă gradul de dezvoltarea economică a unei țări;
- Armonizarea managementului modern și eficient;
- Integrarea în marketingul național și internațional;
- Are dublă eficiență atât asupra economiilor țărilor cât mai ales asupra indivizilor;
- Determină dezvoltarea industriei fotografice, a presei de specialitate, a promovării anumitor zone sau obiective turistice;
- Conduce la creșterea exigențelor consumatorilor și educarea gusturilor acestora;
- Creșterea gradului de cultură atât pentru turiști cât și pentru rezidenți;
- Conduce la creșterea numărului locurilor de muncă și la întârzierea sau evitarea bolilor;
- Are efecte profilactic asupra sănătății;
- Se urmărește evitarea supraaglomerării și deteriorarea ecosistemului;
- Constituie un factor de evitare a situațiilor conflictuale între țări;
- Presupune eforturi minime pentru o Europă unită;
- Conduce la dispariția granițelor țărilor;
- Conform Declarației de la Manila, 1980, turismul contribuie la creșterea veniturilor populației, la dezvoltarea zonală, atragerea turiștilor spre anumite zone;
- Crearea unor instituții de comensurarea a efectelor economice și sociale, a unor ghiduri de conduită turistică;
- Întărirea rolului de consultant pentru produsele turistice a unor instituții specializate.

3.4. Analiza strategică a ramurii în contextul economic național

În ultimii ani se instalează tot mai pregnant un nou domeniu al managementului și anume managementul strategic. Conceptul de analiză strategică constă în analiza unui ansamblu de elemente din domenii diferite: economie, sociologie, marketing, management, în scopul determinării etapei în care se află produsul turistic, analiza mediului intern și extern al firmei/ramurii. Aceasta are ca scop prelungirea duratei de viață a produsului turistic, atunci când este profitabil și prezintă interes național. Produsul turistic cultural religios conceput și lansat în forță o dată cu criza economică și socială din 2009, este într-o fază de creștere continuă, încă nu a ajuns la maturitate, iar declinul nu poate fi prevăzut pentru următoarele două decenii.

Economia ultimilor două decenii a suferit profunde modificări și mutații în cadrul ramurilor sale. Astfel, locul marilor întreprinderi industriale și a suprafețelor agricole cultivate a fost treptat luat de micile firme private cu domenii de activitate diverse. Turismul, din sfera terțiarului, tinde să devină ramură de bază a economiei naționale, asemeni țărilor cu un turism foarte dezvoltat: Spania, Grecia, Elveția, Austria. Obiectivul strategic al acestei analize este reliefaarea și promovarea patrimoniului turistic românesc în condițiile creșterii eficienței economice.

Analiza patrimoniului cultural religios

Existența resurselor turistice naturale și antropice favorizează în România practicarea aproape a tuturor formelor de turism cunoscute. Densitatea și valoarea deosebită a obiectivelor turistice cultural religioase (Anexa 3, 4, 6) distribuite pe întreg teritoriul și în special în județul Suceava determină cu precădere dezvoltarea turismului cultural religios ca formă de bază.

În Republica Moldova există de asemeni un potențial turistic cultural religios extrem de valoros ce cuprinde 6 cetăți medievale din piatră, peste 1000 de monumente de arhitectură protejate de stat cu peste 15000 obiective muzeistice în aer liber, 5698 monumente protejate, 66 muzee cu 673 piese de patrimoniu. Dintre acestea sunt peste 50 mănăstiri ortodoxe datând din sec.XV- XVII, unele foarte cunoscute: Vărzărești, Căpriană, Orheiul Vechi, etc. Cele peste 891 de edificii ecleziastice constituie un potențial ce poate fi valorificat prin turism cultural religios ca destinații favorite pentru turiștii interni, dar și pentru cei străini, formalitățile vamale îngreunând circulația turistică internațională.

În județul Suceava, prin turism cultural religios se pot valorifica cele peste 449 monumente istorice, de arhitectură, dintre care 84 biserici și mănăstiri, iar 8 sunt monumente UNESCO.

La **Mănăstirea Putna** se află mormântul celui mai glorios voievod român din toate timpurile, Ștefan cel Mare, acoperit cu marmură de Carara și ale soțiilor Maria de Mangop, Maria Voichița și fiilor săi Petru și Bogdan. Putna are cel mai mare muzeu monastic din țară cu piese foarte valoroase cum ar fi: Tetraevangheliarul de la Humor, Acoperământul de mormânt al Doamnei Maria de Mangop, o replică a sabiei voievodului Ștefan cel Mare, epitafuri, epitrahile, veșminte preoțești vechi, dar și o bibliotecă de carte veche, foarte valoroasă cu 60 de manuscrise slavo romane din sec.XV- XVII scrise pe foi de pergament legate în piele, lemn sau ferecate în aur și argint, care reprezintă cele mai valoroase cărți de cult și exegeză teologică. Dintre acestea, aparțin epocii lui Ștefan cel Mare doar 11 cărți, 3 tetraevangheliare, 2 psaltiri, 1 ceaslov, alte cărți de învățătură.

Mănăstirea Sucevița, ea însăși monument arhitectural cu elemente de artă bizantină și gotică îmbinate în stil moldovenesc are mormintele funerare ale voievozilor frați Ieremie și Simion Movilă acoperite cu marmură de Rușchița sculptate cu stema Moldovei. Iconostasul este sculptat în stil baroc rococo în lemn de tisa, iar icoanele vechi pictate se restaurează în atelierul propriu.

Mănăstirea Voroneț reprezintă o sinteză de elemente gotice și bizantine într-o arhitectură moldovenească. Pictura peretelui de apus este unică în arta orientului creștin, cea mai valoroasă dintre mănăstirile unicat pe plan mondial, care poate fi oricând alături de Capela Sixtină de la Roma, San Marco, Assisi, fiind mult superioară celor de la Athos și Camposanto.

La **Mănăstirea Moldovița** se află jilțul domnitorului Petru Rareș decorat cu stema Moldovei, manuscrise din sec. XV-XVII, aici funcționând un important centru de cultură, ca de altfel în toate mănăstirile din epoca feudală.

Mănăstirea Dragomirna are tetraevangheliare și cărți de învățătură, manuscrise din perioada feudală, aici a funcționat în 1429, primul și singurul centru de cultură română în limba slavonă. Manuscrisele feudale dovedesc importanța școlii de aici, un tetraevangheliar fiind astăzi la biblioteca din Oxford, iar altul la Muzeul de istorie din Moscova. Stranele sunt sculptate în lemn de Tisa încrustate cu fildeș, icoane aurite și argintate, morminte funerare din marmură sculptată cu stema Moldovei. Din patrimoniu mai fac parte: o cruce din abanos ferecată din 1542, evangheliar din 1557, epitaf brodat cu aur din 1588, un liturghier, un exemplar din Cazania lui Varlaam- prima carte în limba română scrisă în Moldova cu alfabet chirilic și tipărită la Iași în 1643, un policandru de cristal donat de Ecaterina aIIa a Rusiei. La picturile exterioare unicat se adaugă valoarea incontestabilă a muzeelor monastice, manifestările culturale religioase, toate într-un cadru natural peisagistic deosebit ce încadrează Bucovina în rândul destinațiilor turistice de elită la nivel mondial.

Ierarhizarea zonelor de interes turistic cultural religios

Grupele de criterii care stau la baza ierarhizării turismului cultural religios sunt:

- densitatea de obiective cultural religioase, în țară pe locul I fiind Suceava, apoi județele Neamț, Vâlcea, Maramureș.
- valoarea incontestabilă a monumentelor cultural religioase și istorice (în Suceava prin picturi exterioare și pise muzeistice, în Maramureș prin turlele cele mai înalte din lemn, etc.).
- infrastructura generală, aeroporturi, căi rutiere, feroviare, etc.
- baza tehnico materială specifică turismului.
- atractivitatea peisajului turistic.
- activitatea turistică, Suceava este o zonă cu tradiție turistică.
- gradul de poluare și degradare a mediului, în Suceava este totuși destul de scăzut în ciuda exploatărilor forestiere abuzive, a decopertării munților Călimani și a incendiilor din păduri.

Determinarea ciclului de viață al produsului turistic

Turismul cultural religios este un produs turistic complex, eterogen, puternic dependent de calitatea prestatorului de servicii, inseparabil de elementele ce l-au creat și foarte puțin dependent de sezonabilitate. Deși a existat încă din timpuri foarte vechi, s-a lansat în forță o dată cu criza mondială din 2009 și este în continuă creștere, fenomen demonstrat prin apariția agențiilor de pelerinaje sau cu programe mixte. Se presupune, conform statisticilor și cererii înregistrate pe piață (Anexa 7 și 8) că turiștii devin tot mai interesați de aceste călătorii. Se poate vorbi de un produs turistic ajuns la maturitate atunci când încasările sunt cele mai mari fără a se mai face publicitate, ori încă se investește în promovarea acestui fenomen care aduce profit agenților economici, crează locuri de muncă, ridică nivelul economic și cultural al zonei.

Declinul este atunci când scad încasările agenților economici, publicitatea este mult diminuată, iar produsul turistic nu mai prezintă interes pentru consumatori, ceea ce probabil nu se va întâmpla.

Infrastructura specifică turismului cultural religios

Infrastructura specifică turismului cultural religios cuprinde ansamblul unităților de cazare, alimentație ce deservește acestui segment de consumatori. Cazarea pentru pelerini se face în spațiile administrate de mănăstiri tip arhondaric (Mănăstirea Putna) sau în pensiunile construite în preajma acestora (vezi Anexa 16). Servirea mesei are loc la pensiuni sau la mănăstirile care au posibilități: Putna, Dragomirna, Sucevița, Moldovița. România deține o

bază tehnico materială de cazare foarte bună ca număr, egală cu cea a Elveției, dar cu unități numeroase de confort mai redus, peste 345 000 unități de cazare, dintre care aproape jumătate sunt pe litoral. În Republica Moldova existau în 2009 aproximativ 250 unități de cazare cu 28370 locuri și 116 structuri permanente. În ultimii ani s-a dublat numărul unităților de cazare, înregistrându-se o medie de 22,9 turiști pe zi în 2010, aceștia orientându-se către turismul viniviticol, orașul Chișinău și mănăstiri. Numărul de turiști a scăzut în Republica Moldova în ultimii ani, ca urmare a faptului că populația țării este atrasă de destinații din afara țării, iar specialiștii proprii ar trebui încurajați să revină să investească în țară.

Pelerinajele sunt practicate prin agenții de turism, dar și de personal bisericesc. În România, în prezent există 3000 agenții de turism, dintre care 800 în București, iar în Republica Moldova 274, dintre care, 200 în Chișinău. În Suceava există 42 agenții de turism (vezi Anexa 15). Numărul acestora rămâne insuficient comparativ cu alte țări: Italia are 13000 agenții de turism și este pe locul I în Europa, iar Franța 5000. Pe lângă agențiile de tip clasic funcționează și Agenții Touroperatoare Online(OTA), cu deosebirea că munca de căutare, informare, rezervare o face turistul și nu agentul de turism. La nivel mondial cele mai cunoscute sunt: Expedia, Priceline.com, Sabre Holdings, Orbitz, Worldwide. În România funcționează următoarele agenții online: Par avion.ro, companie a grupului HappyTour, Vola.ro în colaborare cu Polonia și extinsă în Ucraina și Vietnam, Traveo.ro lansată de Accent Travel. Personalul angajat este calificat și cunoaște limbi de circulație internațională.

Puncte tari și puncte slabe

Punctele tari ale turismului cultural religios sunt:

- Ofertă turistică excepțională prin atracții de talie mondială;
- Infrastructura generală care deservește deopotrivă și turismul cultural religios;
- Existența pensiunilor în preajma mănăstirilor;
- Personal foarte calificat în domeniu pe toate nivelele, de la studii submedii, medii, superioare, doctorale și postdoctorale cu specialiști cu stagii de perfecționare în alte țări;
- Promovare susținută de către fiecare agent economic, dar și la nivel de județ sau țară;
- Participare la simpozioane, conferințe și târguri internaționale;
- Organizarea de manifestări internaționale în țară cu invitați din străinătate;
- Încurajarea tuturor segmentelor de piață să participe la diferite programe, de exemplu programe pentru seniori;

- Dedicarea unei săptămâni activităților extrașcolare pentru elevii de toate vârstele;
- Acordarea unor facilități de călătorie prin aranjamente turistice.

Puncte slabe:

- investiții reduse pentru restaurarea și întreținerea monumentelor istorice, cultural religioase;
- Insuficiența spațiilor de cazare de confort ridicat;
- Preocupare scăzută a atașajilor culturali ai ambasadelor țării în străinătate;
- Promovare internațională inefficientă;
 - parte din antreprenorii și specialiștii buni rămân în străinătate;
 - Calitate scăzută a serviciilor, urmărindu-se profitul imediat.
 - Grad ridicat de criminalitate și infraționalitate.

Promovarea turismului cultural religios

Acțiunile specifice de promovare în cadrul turismului cultural religios sunt orientate spre o destinație sau alta, care se dorește a fi promovată. Pelerinii caută singuri aceste destinații atunci când consideră că au nevoie. În Republica Moldova sunt mai reduse pelerinajele, ca urmare a faptului că dezechilibrele capitalismului se produc mai lent. În scopul creșterii încasărilor trebuie intensificate acțiunile de promovare pe plan internațional.

3.5. Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios

Teoria și practica managerială demonstrează că, pentru a se concepe strategii generatoare de efecte maxime economice este necesar a se lua în considerare un set de elemente ce constituie punctul de plecare sau premisele. Acestea sunt:

Strategii diferențiate în funcție de etapa ciclului de viață a firmei

Ca și produsele, agenții economici au o durată de viață în cadrul căroră se desfășoară procese de concepere, creștere, maturitate și declin. Durata de viață există atât cât se înregistrează profit. Apar tot mai mulți agenți economici în domeniul hotelier și agenții de turism pentru că există cerere și resurse. În Republica Moldova există mai puține firme, ca urmare a stării economico financiare generale, a unor piețe insuficient conturate și lipsa unor resurse. În stabilirea strategiei punctul de plecare este viziunea(ceea ce se dorește a fi în viitor firma), misiunea(domeniul de interes al firmei și activitățile sale) și obiectivele.

Viziunea strategică stabilește locul firmei în următorii ani și se stabilesc sarcini corespunzătoare.

Misiunea este argumentată de indicatorii circulației turistice în continuă creștere. Astfel, obiectivele firmei devin sarcini la nivelul fiecărui lucrător.

Obiectivele pot fi: strategice și operaționale.

Procesul strategic ia în considerare următorii factori:

Administratorii/managerii firmelor urmăresc obținerea de profit cât mai ridicat, cât mai rapid și cu investiții minime.

Angajații firmelor solicită angajatorilor salarii cât mai mari, ridicarea calificării, protecție socială.

Sindicatul are un rol foarte important privind protecția socială a angajaților și militează pentru drepturile acestora.

Managerii abordează firma ca pe o posibilitate de obținere a veniturilor cât mai mari, manifestându-și competențele manageriale.

Consumatorii/turiștii/pelerinii așteaptă servicii de calitate în condiții optime care să nu compromită sejurul.

Furnizorii de servicii/prestatorii de servicii urmăresc consolidarea distribuției serviciilor și creșterea numărului de clienți.

Statul consideră fiecare agent economic o sursă de venit la bugetul național, o posibilitate de creare de noi locuri de muncă, eventual un exportator (în cazul turismului - sosiri de turști străini).

Autoritățile locale consideră agenții economici o sursă de venituri la bugetele locale, dar și o oportunitate de noi locuri de muncă.

Procesul strategic este elaborat în mai multe etape pornind de la obiective, apoi stabilirea și implementarea strategiei.

Elaborarea strategiei are la bază coordonatele mediului extern al firmei. Orice agent economic este influențat de o serie de factori pe care îi poate controla și care constituie micromediul firmei: furnizori de materii prime și materiale, furnizorii forței de muncă reprezentați prin instituții de învățământ, prestatorii de servicii, clienții, concurența și alte categorii de prestatori: bănci, agenții de publicitate, organisme vamale, oficii de protecție a consumatorilor, organizații nonguvernamentale.

Macromediul firmei cuprinde componentele mediului extern care influențează firma, dar aceasta nu le poate influența. Acestea sunt:

- Mediul geografic prin structura sa cu elemente de atracție turistică de relief, hidrografie, floră, faună;

- Mediul demografic din care firma își selectează clienții și care prezintă interes sub aspect numeric, al numărului de familii, al structurii familiei, al situației matrimoniale;
- Mediul economic interesant prin posibilitățile de investiții și dezvoltare a zonei;
- Mediul tehnologic interesează firmele sub aspectul tehnologizării, robotizării, a sistemului informațional performant, implementării de Know-how;
- Mediul social se reflectă în structura populației pe meserii și gradul de ocupare a acestora, în crearea de noi locuri de muncă;
- Mediul cultural este cea mai ambițioasă componentă deoarece de gradul de instruire și cultură a unui popor depinde nivelul de trai. Respectarea valorilor, tradițiilor, obiceiurilor constituie un mod de viață și se reflectă și în consumul turistic.
- Mediul legislativ are capacitatea de a încuraja activitatea agenților economici cu activitate turistică și poate favoriza circulația turistică la nivel internațional;
- Mediul politic și instituțional poate sprijini politicile de promovare a turismului în țară și străinătate.

Implementarea strategiei la nivel de agent economic, dar și la nivel de ramură are loc prin implicarea tuturor factorilor în realizarea sarcinilor corespunzătoare postului cu scopul îndeplinirii obiectivelor stabilite. Detalierea acestor activități este necesară la nivelul inferior al structurilor organizatorice.

Evaluarea rezultatelor strategiei constituie o analiză permanentă a rezultatelor operaționalizării strategice și compararea cu realizarea obiectivelor strategice și a obiectivului fundamental. Aceasta trebuie să surprindă atât aspecte cuantificabile, cum ar fi creșterea circulației turistice la toți indicatorii, dar și efecte necuantificabile, cum ar fi gradul de satisfacție al turiștilor (vezi Anexa 21 și 22).

Abordări strategice în turismul cultural religios

Ca în orice domeniu economic, în activitatea turismului cultural religios se pot aborda mai multe variante strategice în funcție de etapa ciclului de viață a produsului turistic cultural religios, în funcție de efectele crizei economice și sociale. Strategiile adoptate în acest domeniu pot fi:

- strategia restrângerii activității pentru zonele turistice supraaglomerate sau obiectivele turistice suprasolicitate, care produc deteriorări grave ale monumentelor istorice, cultural religioase și îngreunează procesul de restaurare a acestora și deteriorarea mediului;
- strategia de conservare și protejare a obiectivelor istorice, cultural religioase prin atragerea de fonduri și restaurarea acestora, dar și exploatarea rațională prin turism;
- strategii de austeritate abordate de unii agenți economici, în sensul eliminării risipei și cheltuielilor nejustificate;
- strategii de tip holding prin efortul comun al mai multor agenți economici de a se uni pentru a face față unor probleme, pentru investiții mai mari, pentru alinierea la oferta turistică internațională, pentru o calitate superioară a prestațiilor turistice;
- strategii de independență economică și financiară, prin încercarea agenților economici, în special a agențiilor de turism de a-și concepe singure programele turistice fără a mai depinde de marii touroperatori din turism;
- strategii de combinare a unor forme de turism pentru atragerea mai multor segmente de piață și încurajarea sejururilor medii și lungi;
- strategii de diversificare a ofertei turistice a programelor turistice, pentru menținerea în atenție a ofertei turismului cultural religios.

Tipologia strategiilor factorilor implicați în activitatea turistică:

Strategii pentru agențiile de turism și pelerinaje

- promovarea unor politici de încurajare și determinare a tuturor segmentelor de piață să participe la programele turistice ale agențiilor de voiaj;
- conceperea, elaborarea unor programe naționale și locale cu sprijinul autorităților, de atragere și susținere a obiectivelor turistice cultural religioase;
- creșterea rolului factorului educativ în formarea specialiștilor în turism, liceele și universitățile să efectueze stagii de practică la agenții economici;
- accentuarea formării de cadre tinere în susținerea patrimoniului turistic;
- accesibilitate pentru toate categoriile de participanți la programele turistice.

Strategii pentru obiectivele turistice cultural religioase

- sensibilizarea factorilor de decizie, minister, consilii locale în scopul susținerii întreținerii și restaurărilor obiectivelor turistice cu valoare de patrimoniu;
- atragerea de sponsorizări și investitori către obiectivele cultural religioase și în zonele adiacente;
- formare propriului personal în scopul creșterii atractivității și gradului de interes pentru programele turistice cultural religioase;
- promovarea acestora la nivel național și internațional

Strategii pentru agenții economici cu activitate turistică

- construirea unor unități de cazare pentru turismul de elită;
- creșterea rolului calității serviciilor turistice;
- creșterea responsabilității morale și materiale față de serviciul prestat;
- integrarea în programele comune naționale de promovare a turismului;
- conceperea de acțiuni proprii de promovare și publicitate;
- pătrunderea cu oferta proprie pe piețele internaționale.

Strategii pentru instituțiile de învățământ, formare și perfecționare în domeniul turismului

- diversificarea formelor de învățământ și specializărilor pe meserii;
- îmbunătățirea perfecționării personalului de formare și instruire;
- susținerea și creșterea aportului cercetării științifice;
- utilizarea marilor specialiști în domeniu și crearea unor modele de bună practică;
- creșterea gradului de responsabilitate pentru personalul didactic;
- realizarea unor stagii de practică la agenții economici;
- optimizarea sistemului de formare prin schimburi de experiență.

Strategii pentru organismele publice locale și naționale

- instituirea unor programe de dezvoltare, modernizare a localităților cu obiective turistice cultural religioase;
- conceperea unor programe de promovare turistică internațională cu evidențierea obiectivelor turistice cultural religioase;
- susținerea financiară și morală a activității turistice;
- sensibilizarea populației locale privind importanța obiectivelor cultural religioase;
- implicarea în creșterea calitativă a prestațiilor turistice.

Strategii de marketing

Strategii privind imaginea și publicitatea

- responsabilitatea pentru calitatea prestațiilor prin scoaterea din circuitul turistic a unităților neclasificate, a mijloacelor de transport necorespunzătoare;
- accentuarea și intensificarea acțiunilor de promovare și publicitate pe plan extern prin evidențierea obiectivelor turistice cultural religioase de referință;
- formarea și susținerea unui curent de opinie favorabil turismului;
- realizarea de cercetări de marketing (vezi Anexa 21 și 22), observații, analize cu scopul îmbunătățirii activității, creșterii calității prestațiilor de servicii și a gradului de satisfacție al consumatorilor.
- integrarea obiectivelor cultural religioase ca parte integrantă a patrimoniului universal;
- încurajarea editării cărților de specialitate și a publicațiilor în domeniu intensificarea manifestărilor și informarea publicului privind susținerea turismului.

Direcții de dezvoltare strategică a turismului cultural religios

Pornind de la analiza chestionarelor realizate (vezi Anexa 21 și 22), se poate constata că instituțiile cultural bisericesti nu sunt deranjate de intensificarea circulației turistice. Turiștii chestionați, 150 persoane supuse chestionării au răspuns că sunt atrași de notorietatea mănăstirilor din această zonă. Chestionarul privind potențialii turiști/vizitatori ai obiectivelor cultural religioase (vezi Anexa 21) a fost administrat unui număr de 150 persoane, care au răspuns astfel:

1. Care ar fi principala atracție pentru care veniți în Bucovina?

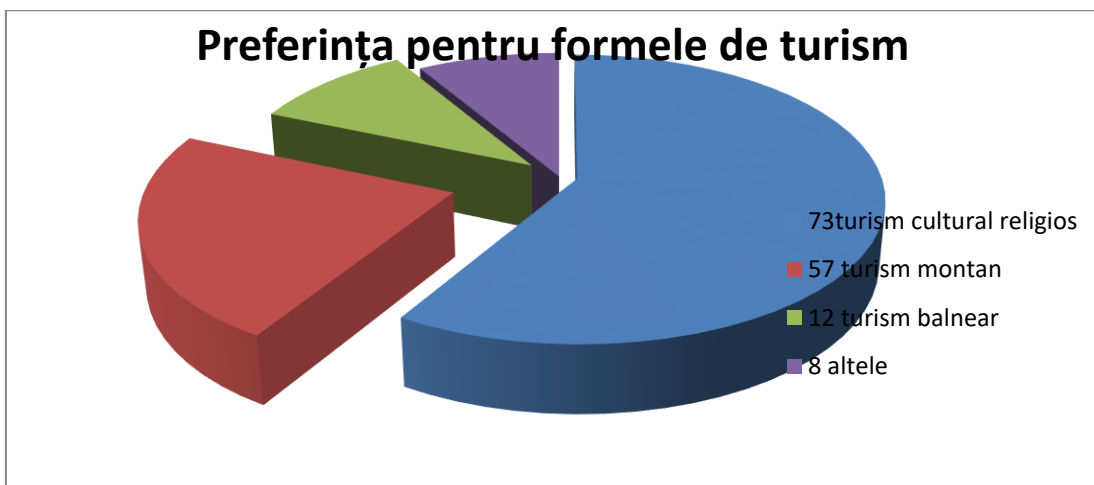


Fig.nr.3.5. Forme de turism atractive în Bucovina

Intervievații au răspuns că preferă turismul cultural religios 73 persoane, 48,7%, turismul montan 57 persoane, 38%, turismul balnear 12 persoane, 0,8%, iar alte forme de turism 8 persoane, 0,5%.

1. Urmărind o ierarhizare o atractivității mănăstirilor, la întrebarea a doua s- a constatat că pe primele 3 poziții se află mănăstirile Voroneț, Sucevița și Moldovița urmând apoi cele fără picturi exterioare.



Fig.nr.3.6. Preferințele pentru mănăstiri

Din totalul de 150 intervievați s-a constatat că 31 de persoane, 21% preferă mănăstirea Voroneț, 28 de persoane, 19% preferă Sucevița, 27 de persoane, 18% consideră Moldovița cea mai atractivă, iar celelalte 64 de persoane, 42% au preferințe diferite între Putna, Dragomirna, Slatina, Probota, etc.

2. La întrebarea 3 privind motivația care îi aduce aici pe turiști aceștia au răspuns diferit.

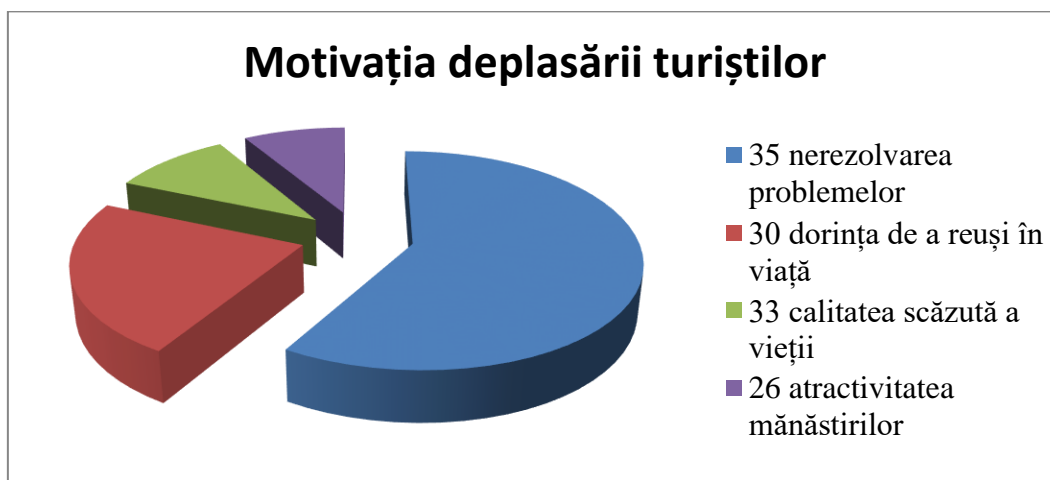


Fig.nr.3.7. Motivația deplasării turiștilor

Se constată că proporția răspunsurilor este aproximativ egală, astfel, 35 de persoane, 23% răspund că nerezolvarea problemelor este principalul motiv pentru care se deplasează la mănăstirile din nordul Moldovei, 30 de persoane, 20% se deplasează pentru dorința de a reuși în viață, 33 de persoane, 22% datorită calității scăzute a vieții, alte 26 de persoane, 17% se deplasează pentru atractivitatea deosebită a mănăstirilor sau alte motive.

4. La întrebarea 4 privind principalul motiv de insatisfacție, s-a răspuns astfel: calitatea scăzută a serviciilor nemulțumește 70 de persoane, 47%, infrastructura nemulțumește 42 de persoane, 28%, nerezolvarea problemelor prezintă insatisfacție pentru 23 de persoane, 15%, iar alte motive 15 persoane, 10%. Toți turiștii chestionați au fost impresionați de obiectivele turistice și doresc să revină cu plăcere de câte ori este posibil.

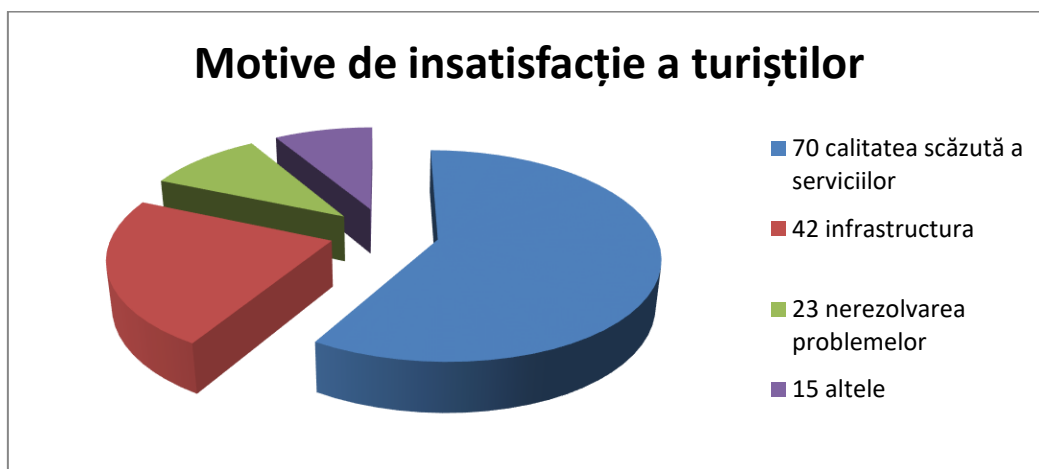


Fig.nr.3.8. Motive de insatisfacție a turiștilor

5. Ce servicii ați vrea să vi se ofere? Răspunsurile au fost foarte diferite astfel: 28 persoane, 19% au răspuns că doresc mai multă atenție din partea personalului bisericesc, 27 persoane, 18% doresc condiții de cazare și servire a mesei, 25 persoane, 17% doresc consiliere, iar 70 persoane, 46% altele.

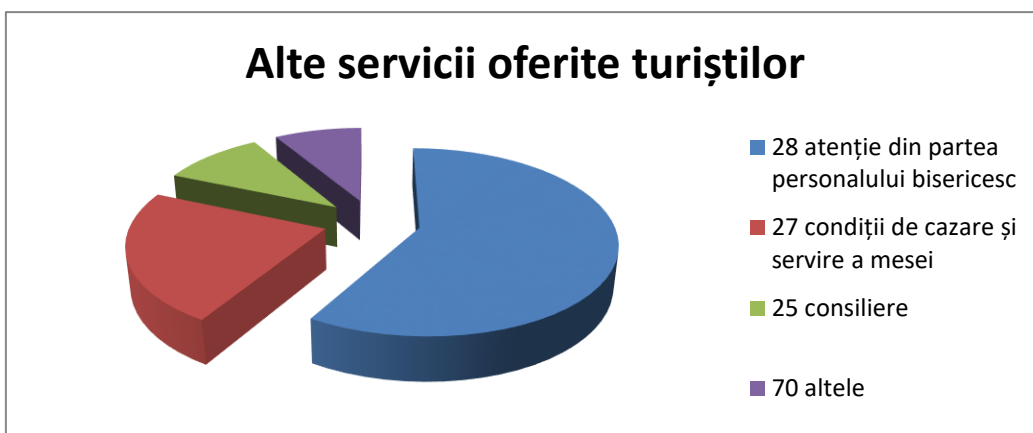


Fig.nr.3.9. Alte servicii oferite turiștilor

6. Cum ați aflat de aceste produse turistice?

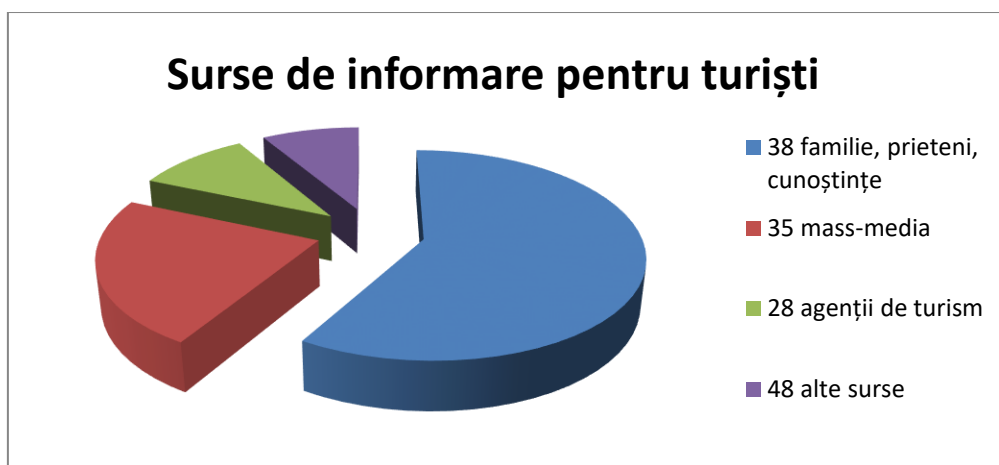


Fig.nr.3.10. Surse de informare pentru turiști

Se costată că cei mai mulți turiști au aflat despre existența și notorietatea mănăstirilor de la familie, prieteni, cunoștințe 38 de persoane, 25%, din mass-media au aflat 35 de persoane, 23%, de la agenții de turism și pelerinaje 28 de persoane, 19%, iar din alte surse 48 de persoane, 32%.

7. Ați vizitat și alte zone cu obiective cultural religioase?

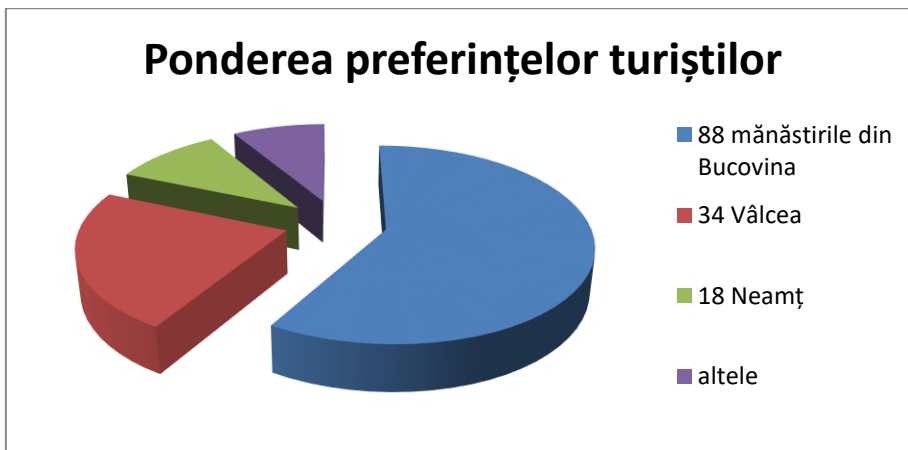


Fig.3.11. Ponderea preferințelor turiștilor

Se constată că din cele 150 de persoane supuse chestionării, 88 de persoane, 59% sunt atrase de obiectivele cultural religioase din Bucovina, au mai vizitat și alte obiective din alte zone 34 de persoane, 23% preferă Vâlcea, 18 persoane, 12% preferă mănăstirile din Neamț, 10 persoane, 0,7% au alte preferințe, dar revin cu plăcere de câte ori este posibil în Bucovina pentru că aici întâlnesc o combinație unică de cultură, religie, istorie, peisaj natural, obiceiuri și tradiții, gastronomie specifică.

Conform rezultatelor cercetării în urma chestionarului (Anexa 8), se constată că nici personalul bisericesc nu este deranjat de turiști, doar că aceștia trebuie să aibă un comportament civilizată pentru a nu se deterioara elementele de patrimoniu.

1. Turiștii individuali sau grupurile de turiști vă stânjesc viața?

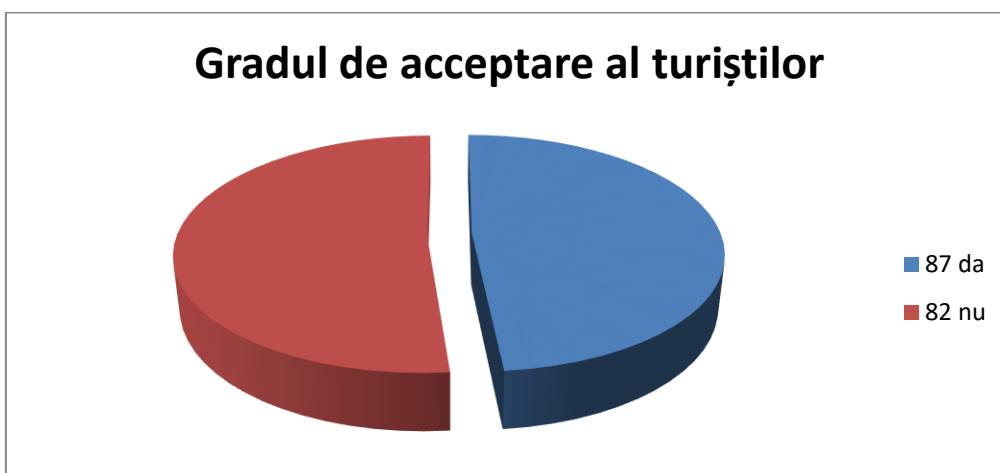


Fig.nr.3.12. Gradul de acceptare al turiștilor

Personalul bisericesc acceptă grupurile de turiști sau turiști individuali și doar 72 de persoane, 48% din cele 150 supuse chestionării au răspuns negativ, fiind deranjate de numărul

mare de turiști, în timp ce 78 de intervievați, 52% nu sunt deloc stânjeniți de prezența turiștilor.

2.Considerați că veniturile din turism contribuie la întreținerea mănăstirilor?

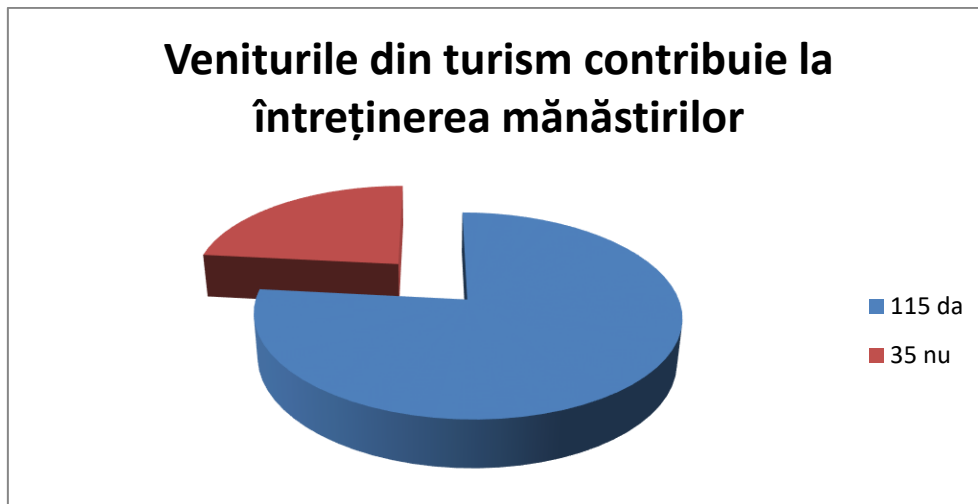


Fig.nr.3.13. Veniturile din turism contribuie la întreținerea mănăstirilor

Răspunsurile au fost în majoritate pozitive, din personalul bisericesc, 115 de persoane, 77% au răspuns că turismul contribuie la întreținerea mănăstirilor, în timp ce 35 de respondenți, 23% consideră că mănăstirile se întrețin singure.

3.Care ar trebui să fie comportamentul turiștilor în incinta obiectivelor cultural religioase?

Toți viețuitorii mănăstirilor au fost de acord că pelerinii trebuie să aibă un comportament civilizată, decent, ținută corespunzătoare.

4.Ce categorii de turiști frecventează cel mai des lăcașele de cult?

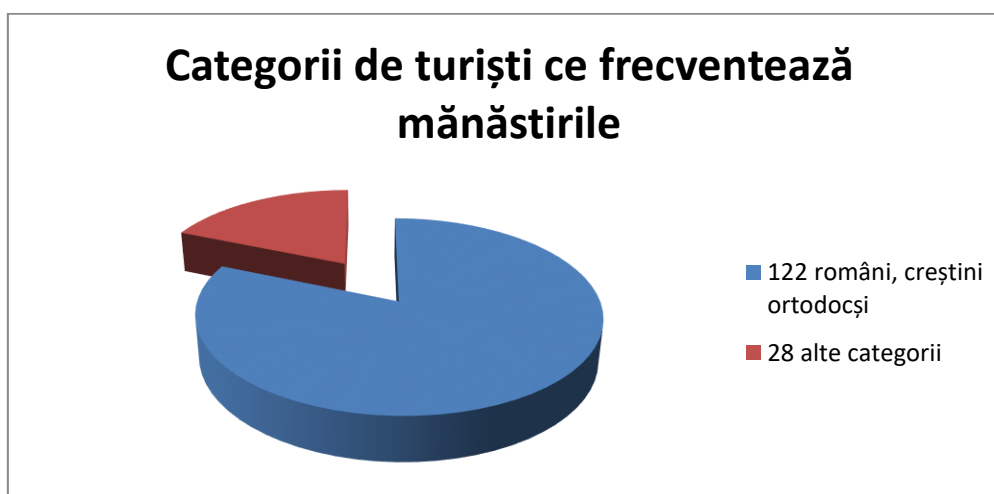


Fig.nr.3.14. Categoriile de turiști ce frecventează mănăstirile

Se constată că din cei 150 de respondenți, 122, 81% au observat că majoritatea turiștilor sunt români, creștini ortodocși, în special adulți cu probleme de serviciu sau familie, deopotrivă săraci sau bogați. Mai puțini turiști străini, la fel tinerii și vârstnicii sosesc mai rar la mănăstirile din Bucovina, 19%.

5.Dezvoltarea turismului cultural religios din ultimii ani v-a influențat viața?

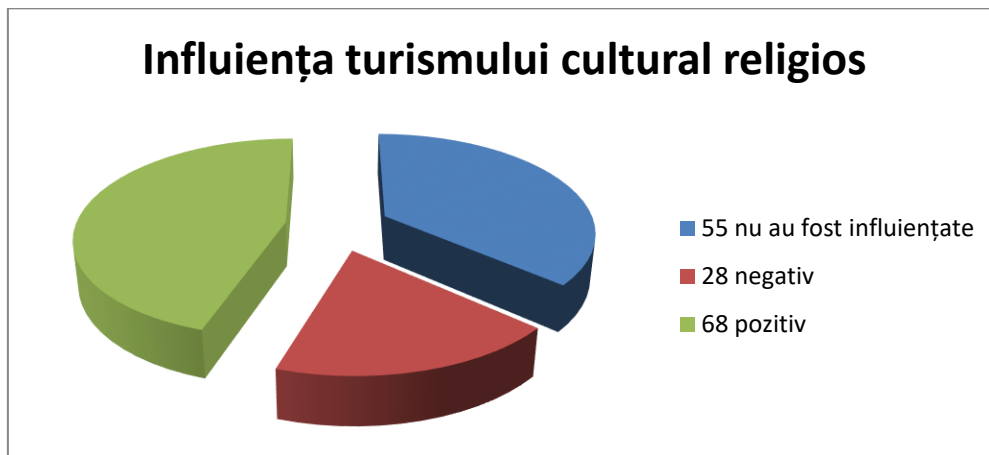


Fig.nr.3.15. Influența turismului cultural religios

Dintre persoanele intervievate 55, 37% au răspuns că turismul nu le-a influențat viața în nici un fel, iar 95, 63% au răspuns că au fost influențate astfel: 28 de persoane, 19% negativ prin deteriorarea liniștii și echilibrului interior, iar 67 de persoane, 45% pozitiv prin ridicarea nivelului de cunoștințe din discuțiile cu pelerinii și chiar creșterea nivelului de trai.

6.Cum se reflectă creșterea nivelului de trai al populației la nivelul instituțiilor bisericesti?

Toate persoanele chestionate au răspuns că nivelul de trai ridicat al populației se reflectă pozitiv la nivelul instituțiilor bisericesti, pentru că acestea primesc donații, sponsorizări, mici daruri din partea turiștilor pelerini.

7.Construcțiile bisericesti din ultimii ani, mașinile de lux, internetul, nu deteriorează imaginea monahilor?

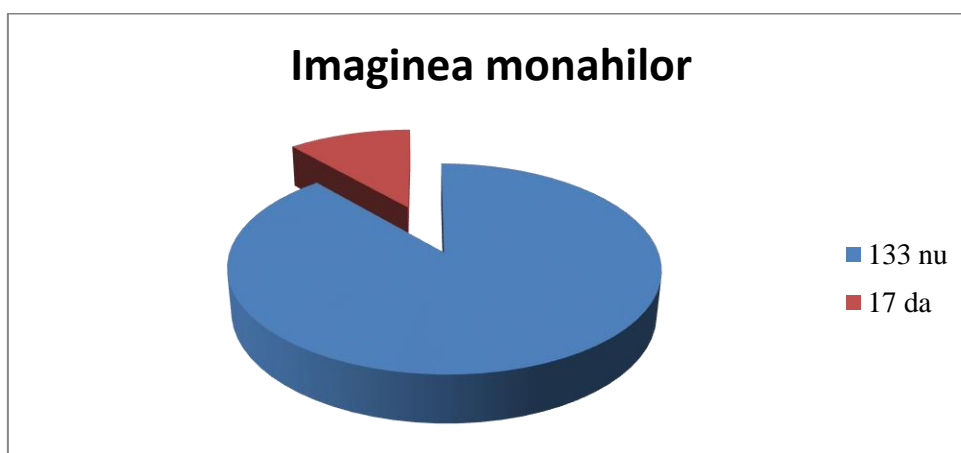


Fig.nr.3.16. Imaginea monahilor

Dintre 150 de respondenți, doar 17, 11% au răspuns că monahii trebuie să viețuiască în modestie, sărăcie și să se roage pentru popor, ceilalți, 87% consideră că toate construcțiile moderne, mașinile luxoase, telefoanele scumpe, etc. sunt o consecință a societății actuale moderne și nu le umbresc imaginea.

8. Preferați un program de vizitare a mănăstirilor pentru a nu tulbura slujbele, etc.?

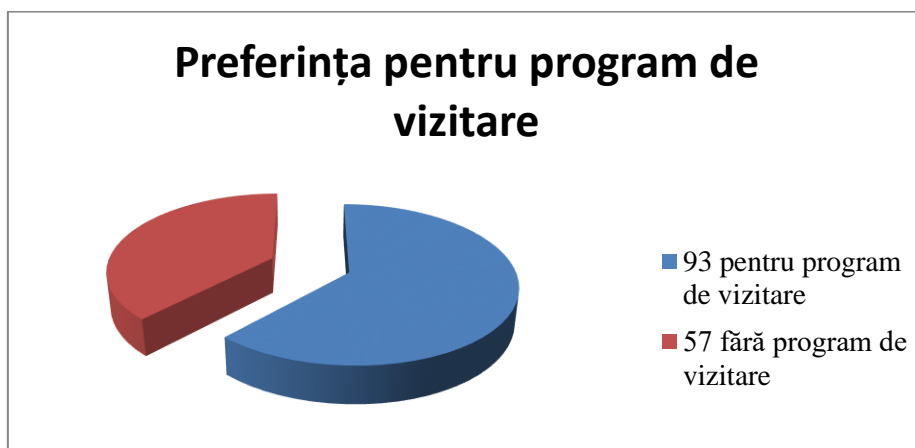


Fig.nr.3.17. Preferința pentru un program de vizitare

Doar 93 de respondenți, 62% sunt de acord cu un program de vizitare pentru a nu deranja ordinea interioară, iar 57, 38% au răspuns că turiștii/pelerinii pot veni oricând în casa Domnului pentru a se închina și ruga.

9. Circulația turistică excesivă duce la deteriorarea elementelor de patrimoniu? Cum?

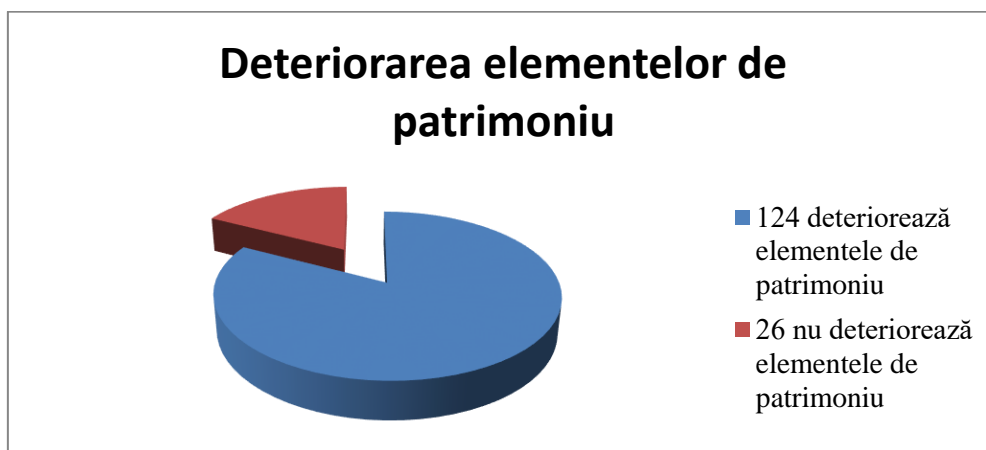


Fig.nr.3.18. Deteriorarea elementelor de patrimoniu

Majoritatea respondenților, 124 de persoane, 83% au fost de acord că se deteriorează elementele de patrimoniu prin modificarea microclimatului intern, prin supraîncălzirea muzeelor și bisericilor, trepidațiilor din cauza grupurilor de turiști și autocarelor, aruncarea

deșeurilor în locuri necorespunzătoare, fotografiat excesiv, zgârieturi ale picturilor, etc., iar 17% consideră că ne se deteriorează elementele de patrimoniu.

10. Județul Suceava are cea mai mare densitate de biserici și mănăstiri din țară și o viață de obște reprezentativă. Este aceasta o motivație puternică de dezvoltare a turismului cultural religios?



Fig.nr.3.19. Motivația dezvoltării turismului cultural religios

Dintre respondenți, 99, 66% au răspuns că da, densitatea mare de biserici și mănăstiri, numărul mare de slujitori ai acestora determină o motivație puternică în dezvoltarea turismului cultural religios, în timp ce 51 de respondenți, 34% consideră că nu aceasta este motivația de bază, dar n-au specificat altele.

11. Considerați că turiștii care vizitează biserica/mănăstirea dvs. pleacă mai bogați spiritual și cu un volum de informații mai mare?

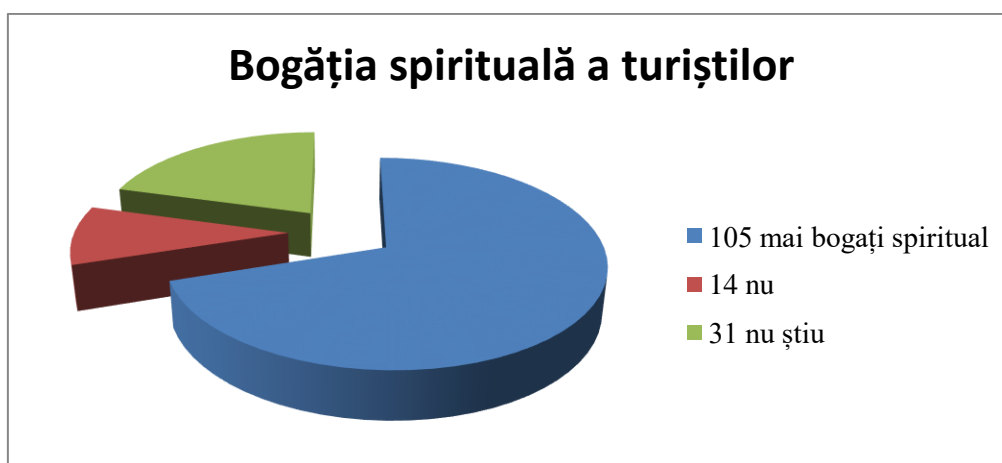


Fig.nr.3.20. Bogăția spirituală a turiștilor

Afirmativ au răspuns 105 respondenți, 70%, 14 au răspuns că nu, 0,93% , iar 31 au răspuns că nu știu, 20%.

12. Creșterea numărului de vizitatori conduce la o creștere a veniturilor din servicii religioase?

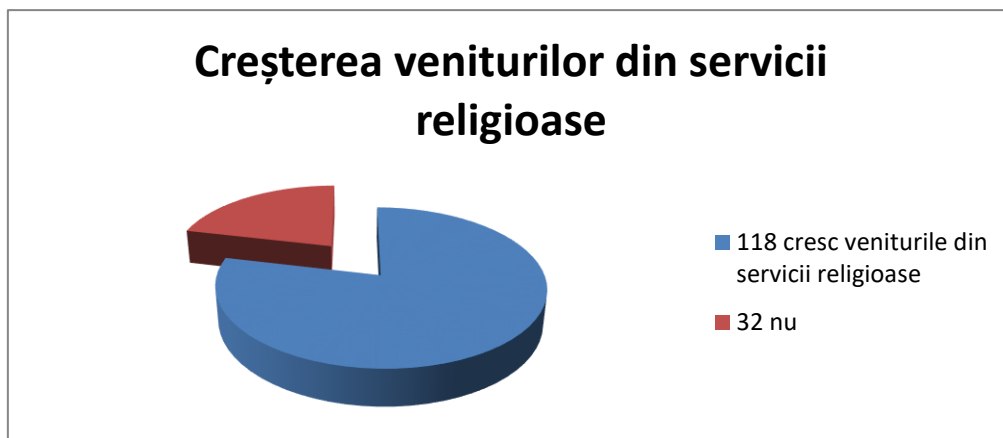


Fig.nr.3.21. Creșterea veniturilor din servicii religioase

Majoritatea viețuitorilor, 118 persoane, 79% au fost de acord că numărul mare de vizitatori contribuie la sporirea veniturilor din servicii religioase, iar 32, 21% consideră că nu influențează cu nimic numărul vizitatorilor, deoarece mănăstirile se întrețin singure.

13. Odată cu creșterea cererii pentru servicii religioase crește și volumul de muncă, respectiv responsabilitatea față de credincioși?

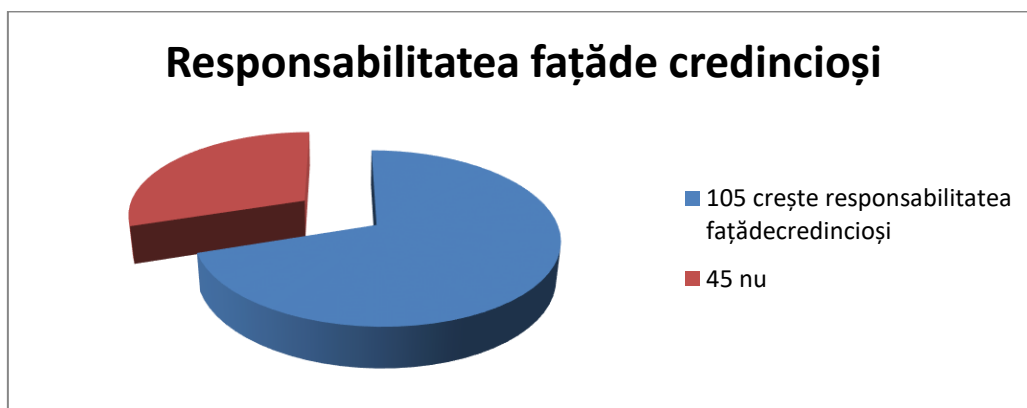


Fig.nr.3.22. Responsabilitatea față de credincioși

Dintre respondenți, doar 105, 70% au răspuns că într-adevăr crește responsabilitatea față de credincioși care se deplasează de la distanțe mari, fac eforturi financiare și au așteptări mai mari. Celelalte 45 persoane chestionate, 30% au răspuns că nu au un volum mai mare de muncă și nici responsabilități sporite deoarece a crescut în aceeași măsură și numărul slujitorilor bisericești.

14. Considerați că este necesară o mai mare implicare a bisericii în viața socială?

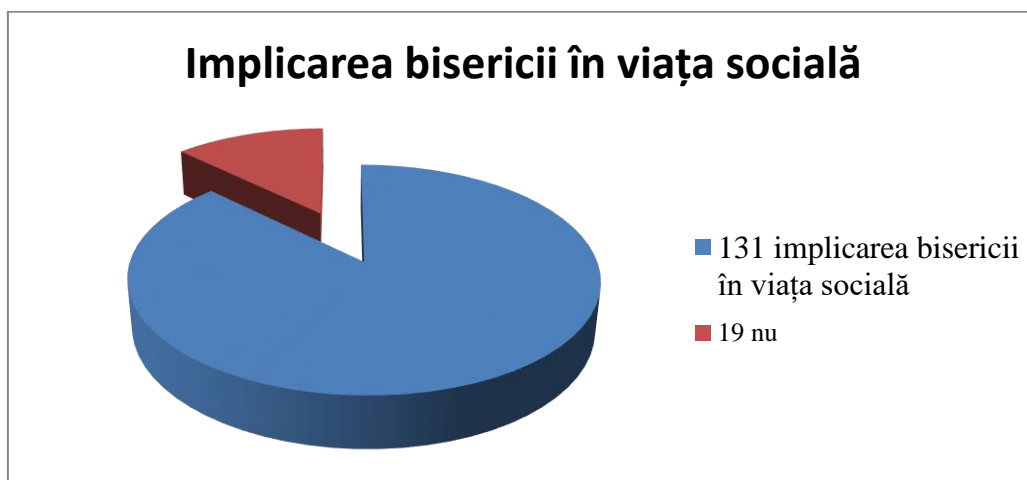


Fig.nr.3.23. Implicarea bisericii în viața socială

Datorită numărului tot mai mare de pelerini, care vin cu probleme tot mai diverse, majoritatea respondenților, respectiv 131 de persoane, 87% consideră că biserica trebuie să se implice mai activ în viața socială, sub aspect formativ, al creșterii moralității și responsabilității sociale.

Ceilalți 19 respondenți, 13% consideră că biserica și slujitorii ei nu trebuie să se amestece în viața laică.

15. Rolul cultural educativ al bisericii a crescut în ultimii ani?

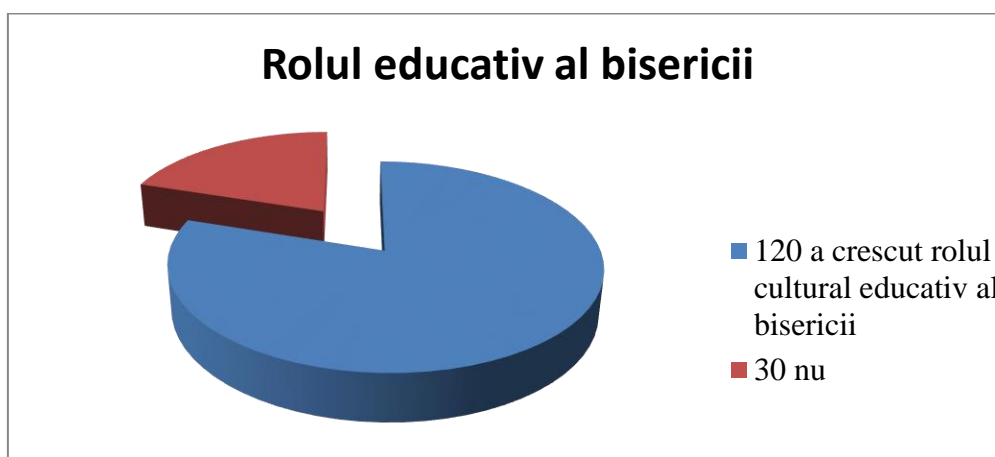


Fig.nr.3.24. Rolul cultural educativ al bisericii

Majoritatea respondenților, 120 de persoane, 80% sunt de acord că a crescut rolul cultural educativ al bisericii în societate, atât prin însăși existența lor, prin frumusețea arhitecturală, picturi murale, muzee amenajate, dar și seminarii, serbări religioase. Celelalte

30 de persoane intervievate, 20% consideră că în ciuda numărului tot mai mare de biserici construite în ultimii ani și a orelor de religie din școli, a crescut și infraționalitatea, criminalitatea chiar în rândul tinerilor.

16. Cum vedeți educația potențialilor turiști prin programe de inițiere/instruire privind valoarea universală a unor monumente culturale religioase prin școli de vară?

Toți respondenții au văzut pozitiv instruirea prin școli de vară a potențialilor turiști, activitate prin care crește notorietatea obiectivelor culturale religioase din zonă.

17. Turiștii sunt atrași în primul rând de valoarea universală incontestabilă a mănăstirilor sau de puterea/calitatea deosebită a serviciilor religioase?

Toate persoanele chestionate au răspuns că în aceeași măsură turiștii vin pentru frumusețea mănăstirilor, dar și pentru serviciile religioase.

18. Încurajarea pelerinajelor prin asigurarea condițiilor de cazare și servire a mesei în incinta mănăstirilor nu tulbură regulile bisericesti și tihna monahală?

Respondenții au fost în totalitate de acord că nu sunt tulburați de turiști chiar dacă li s-ar oferi cazare și masă în incinta mănăstirilor.

19. Cum apreciați dezvoltarea comerțului cu suveniruri și obiecte religioase în preajma mănăstirilor? Motivați.

Toți respondenții au considerat pozitiv comerțul cu suveniruri în preajma obiectivelor culturale religioase, pentru că turiștii/pelerinii cumpără aceste produse pentru ei sau prieteni și fac cunoscută zona.

20. Ce alte servicii suplimentare vă gândiți să oferiți turiștilor/vizitatorilor?

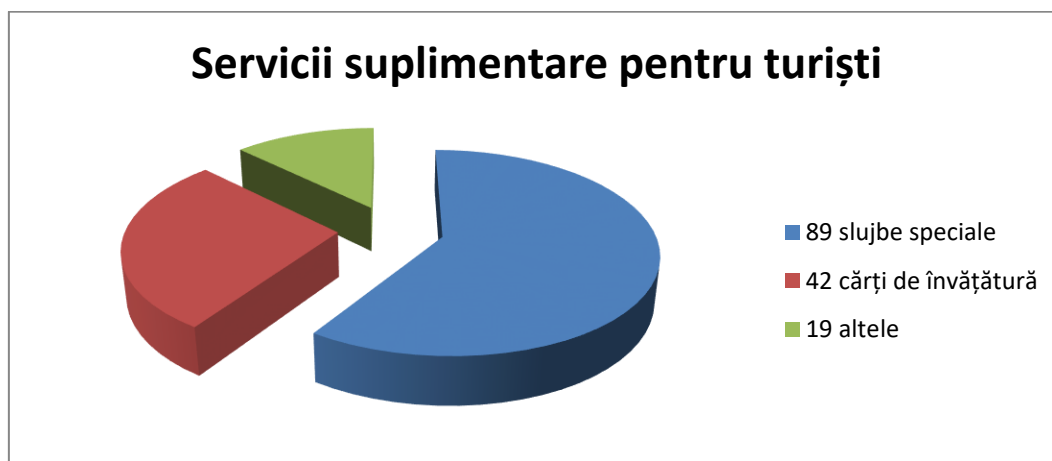


Fig.nr.1.25. Servicii suplimentare pentru turiști

Majoritatea celor chestionați, 89 de persoane, 59% au răspuns că pot oferi slujbe speciale pentru cei aflați în călătorii, pentru dezlegări, slujbe speciale la sărbătorile religioase, 42 de persoane, 28% au răspuns că pot oferi cărți de învățătură duhovnicească, programe de cateheză, iar ceilalți 19, 13% altele, etc.

21. Cum explicați faptul că în ultimii ani, în ciuda creșterii nivelului de trai al populației a crescut numărul schiturilor și al viețuitorilor acestora?

Toți respondenții au considerat că a crescut numărul schiturilor din necesitate și numărul viețuitorilor a crescut pentru că așa au considerat aceste persoane că pot fi utile societății.

Ca urmare administrării și analizei acestor chestionare s-a ajuns la următoarele concluzii:

Turismul cultural religios s-a dezvoltat foarte mult în ultimii ani și are implicații economice și sociale profunde. A crescut numărul de biserici, schituri și mănăstiri în România, acestea fiind frecventate de turiști ce provin din toate categoriile sociale. Influența turismului cultural religios asupra populației din zonă, asupra slujitorilor bisericești este pozitivă deoarece conduce la creșterea nivelului de trai. Potențialii turiști/pelerini/vizitatori se informează pe diverse căi de existența obiectivelor culturale religioase și doresc să revină în Bucovina de câte ori există posibilități. Dezvoltarea turismului cultural religios necesită stabilirea și fundamentarea unor strategii specifice.

Dezvoltarea strategică a turismului cultural religios determină abordarea unui management strategic axat pe următoarele direcții:

1. Direcții de acțiune pentru strategiile de dezvoltare a bazei tehnico materiale generale și specifice turismului:

- dezvoltarea tuturor ramurilor economice care contribuie esențial la dezvoltarea turismului implicit a turismului religios;
- dezvoltarea infrastructurii rutiere și feroviare (construirea unei autostrăzi de legătură cu Transilvania);
- modernizarea aeroporturilor (Salcea-Suceava) și internaționalizarea acestora;
- modernizarea parcarilor cu toalete moderne, benzinării, etc.
- modernizarea mijloacelor de transport și utilizarea celor mai moderne pentru turiști;
- utilizarea ghizilor calificați atât pentru informații turistice cât și a celor ce se ocupă de programul spiritual;
- modernizarea cazărilor în spațiile mănăstirilor, altor lăcașe de cult (tip arhondaric);

- crearea posibilităților de servire a mesei la pensiunile din preajma mănăstirilor, altor lăcașe de cult;
2. Direcții de acțiune pentru strategiile de dezvoltare turistică a zonei:
- alcătuirea/constituirea unei oferte de programe turistice religioase complete pentru o cerere diversificată atât pentru vizitarea obiectivelor religioase, biserici, mănăstiri, morminte, moaște, duhovnici, programe religioase, hramuri, slujbe de sfințire, comemorări, etc.;
 - crearea posibilităților de diseminare/discuții asupra programelor turistice derulate prin mese rotunde în spații special amenajate, săli de conferințe, biblioteci, unde turiștii pelerini își exprimă opiniile/părerile asupra celor vizitate și a sentimentelor trăite făcându-se propuneri de îmbunătățire a activității turistice și a înălțării spirituale;
 - invitarea unor personalități la anumite secțiuni de programe turistice, a unor ziariști, oameni de televiziune, oameni de cultură pentru dezbateri și îmbogățire cultural-spirituală
 - crearea posibilităților de alegere la cazare pentru turiștii care doresc pensiune sau în spațiile mănăstirilor;
 - utilizarea a doi însoțitori de grup, specialistul în turism, dar și preot pentru turiștii care doresc acest lucru;
 - crearea posibilităților de alegere a programelor prin participarea la slujbe, sau alte modalități de petrecere a timpului liber în excursii prin variante de programe, sau secțiuni de programe turistice, pentru microgrupurile formate;
 - realizarea de posibilități de desfășurare a taberelor religioase pentru educația moral creștină a copiilor și tinerilor, cu participare la activități recreative, dar și religioase;
 - realizarea unor tabere pentru tineri cu participare la acțiuni gospodărești, activități cultural recreative, dar și moral creștine cu invitați;
 - posibilitatea turiștilor/pelerinilor de a-și exprima gândurile și sentimentele atât prin oferirea de mici daruri către biserici și mănăstiri cum ar fi flori, lumânări, fețe de masă, prosoape, tămâie, sume mici de bani, dar și achiziționarea unor amintiri precum cărți, icoane, cruciulițe, iconițe, vederi, etc.;
 - instruirea personalului din mănăstiri (ghizi) să ofere turiștilor informații adaptate vârstei și posibilităților de înțelegere, dând dovadă de înțelegere și prietenie; instruirea mai multor ghizi capabili să ofere informații pentru situațiile când sosesc mai multe grupuri odată, sau turiști individuali din alte țări care solicită acest lucru;
 - cunoașterea limbilor străine și istoriei locului de către ghizii din obiectivele religioase;

- atragerea turiștilor pelerini către obiectivele religioase prin îngăduința asupra ținutei și comportamentului acestora și educarea lor treptată sau oferirea de echipament decent (halate, șorțuri);
- respectarea cu strictețe de către personalul mănăstirilor a valorilor moral creștine: ascultarea, asceza, modestia, lipsa averilor, neetalarea tendinței spre viciu a acestora.

Plan de acțiune a dezvoltării strategice a turismului cultural religios

La scară internațională, planificarea turistică urmărește dezvoltarea unei zone geografice prin punerea în valoare a resurselor turistice respective; acestea se extind peste frontierele mai multor țări și creează probleme ecologice de infrastructură care fac obiectul de studiu al mai multor specializări turistice din cadrul programelor de dezvoltare economică a țării.

Planul de dezvoltare strategică națională presupune o cunoaștere temeinică de către toți factorii de decizie, de existență a posibilităților de verificare și control, a măsurilor de aplicare stabilite.

Planurile turistice naționale de dezvoltare strategică a turismului trebuie să țină seama de conjunctura economică, de aspecte calitative, structurale care să conducă la optimizarea efectelor economice. La nivelul zonei Suceava, fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios se realizează cu toți factorii implicați, astfel încât deciziile luate la nivel de județ cu consultarea tuturor agenților economici țin seama de componentele mecmmediului (mediul politic, mediul social, mediul cultural, mediul economic, mediul juridic, mediul politic și administrativ), dar și de componentele micromediului (resurse materiale, resurse umane, resurse financiare, prestatori de servicii, furnizori de forță de muncă, societăți de asigurări, agenții de publicitate, presă, etc.).

Plan de acțiune – aprecierea direcției strategice

1.**Preambul.** Planurile de acțiune și dezvoltare strategică ale județului Suceava se armonizează cu planul național și se încadrează în strategia națională de dezvoltare a turismului.

2. **Introducere.** Strategia de dezvoltare turistică națională este implementată de ANAT în corelație cu strategia națională economică.

În România, Ministerul Turismului în colaborare cu specialiști în domeniu, a elaborat Master Planul de Dezvoltare a turismului Național pe perioada 2007-2027, ce cuprinde strategia națională de dezvoltare a turismului, la nivel local și pe domeniul ecoturism, balnear, elaborat de experți OMT cu specialiști români.

3.Obiective. Scopul principal este de a indentifica punctele slabe din România și indicarea acestora.

Recomandările sunt în Planul de acțiune pe forme de turism și arii geografice.

4.Importanța pentru economie. Se accentuează asupra importanței turismului pentru economie, fiind un factor accelerator pentru celelalte ramuri economice.

5.Ofertă turistică. Patrimoniul cultural religios cuprinde 30 de monumente UNESCO, Maramureș, Suceava, Cetățile dacice din Munții Orăștie, centre istorice bine conservate, Sighișoara, Mediaș, Sibiu, cultură puternică, festivaluri tradiționale, obiceiuri, tradiții, limbă, port, etc.

Infrastructura este sub nivel european, învechită în special cea feroviară, motiv pentru care se accentuează paralel și turismul de croazieră.

Baza tehnico materială de cazare, cuprindea peste 344 000 locuri, în 2013, din care 170 000 pe litoral, în unități de cazare de 2 și 3 stele în special. Conform INS în 2013 existau în țară 2822 agenții de turism, din care 2638 agenții touroperatoare, 937 ghizi calificați și autorizați.

6.Puncte tari și puncte slabe. Puncte tari pot fi: resursele naturale, patrimoniul cultural religios, infrastructura specifică, resursele umane, cadrul legal și organizațional, marketingul și promovarea. Punctele slabe sunt: infrastructura generală, poluarea, eroziune, reciclare insuficientă, legislație ce nu acoperă toate situațiile.

7.Viziune. România trebuie să devină o destinație turistică de calitate alături de alte destinații elitiste mondiale și să asigure o dezvoltare durabilă a turismului.

8.Obiective. Se stabilesc următoarele: imagine pozitivă, asigurarea dezvoltării durabile, respectul pentru valorile culturale și religioase ale țării, crearea unei mentalități pozitive a populației, crearea unei baze de date.

9. Ținte. Creșterea încasărilor de 2,5 ori peste zece ani în turism.

10. Direcții strategice. Direcțiile strategice se orientează către resursele semnificative.

11.Cadrul legal. Adaptarea cadrului legal în sprijinul turismului ca ramură de bază a economiei.

12.Strategia de implementare. Strategiile de implementare se stabilesc de minister și grupurile de lucru pe domenii de interes.

Plan de acțiune
Strategii de dezvoltare a turismului cultural religios în județul Suceava

Obiective specifice	Acțiunea	Țintă	Răspundere	Resurse	Termene	Rezultate
1. Modernizarea și dezvoltarea infrastructurii turistice	Modernizarea infrastructurii rutiere	Creșterea gradului de acces în unele locuri turistice	Consiliile locale	Bugetul județean și bugetele locale	2020	Lungimea drumurilor modernizate cu 20%
	Modernizarea transportului feroviar, înnoirea materialului rulant	Accesul spre unele localități	SNCFR	Bugetul național	2015-2020	Înnoirea materialului rulant, modernizarea căilor ferate cu 30%
	Modernizarea aeroportului, crearea de piste pentru elicoptere	Acces internațional rapid	TAROM	Buget național, județean	2015	Aflux mare de turiști, dublarea accesului turiștilor
	Îmbunătățirea accesului rutier spre obiective greu accesibile, amplasate în zone montane	Creșterea accesului spre unele obiective culturale religioase	Consiliile locale	Bugete locale	2015-2016	Creșterea numărului de turiști naționali cu 20 %
	Îmbunătățirea semnalizării rutiere și a marcajelor	Acces spre obiective	Consiliile locale	Bugete locale	2015	Creșterea gradului de satisfacție, evitarea accidentelor
2. Atragerea unui număr mai mare de turiști	Modernizarea spațiilor comerciale și artizanale din zonele de atracție, din apropierea obiectivelor turistice	Agenții economici implicați	Consiliile locale Agenții economici	Bugete proprii și atrase	2016	Creșterea vânzărilor cu 50 %

	Înființarea de puncte turistice în localitățile de interes și funcționalitatea permanentă a acestora	Accesul turiștilor la obiective și evenimente culturale religioase	Centrul de Informare Turistică ANTREC Direcția pentru Cultură, Culte și Patrimoniu Național	Bugete ale instituțiilor implicate	2016	Informare corectă, profesională a turiștilor
	Accesibilitatea populației la evenimentele culturale religioase	Creșterea numărului de turiști participanți	Agenții de turism	Bugete ale instituțiilor implicate	2020	Cunoaștere mai bună a zonei
3. Cultivarea respectului pentru patrimoniul cultural religios	Realizarea expozițiilor cu vizionare permanentă	Turiștii/ vizitatorii	Agenți economici, meșteri populari	Resurse proprii	Anual	Creșterea vânzărilor cu 50 %
	Stimularea participării la evenimentele culturale religioase	Monumente cultural-religioase, tradiții	Ministerul Culturii	Bugete ale instituțiilor implicate	2020	Creșterea numărului de evenimente și a participanților cu 20 %
	Realizarea unor planuri de restaurare și conservarea obiectivelor turistice	Monumente cultural-religioase și istorice	Ministerul Culturii	Bugete ale instituțiilor implicate	2020	Creșterea numărului de atracții turistice
4. Îmbunătățirea calității serviciilor	Organizarea cursurilor de perfecționare cu angajații, respectarea legislației	Agenți economici	Instituții de învățământ	Bugete ale instituțiilor implicate și ale agenților economici	2016-2018	Creșterea calității serviciilor turistice și a numărului de vizitatori cu 50 %
	Perfecționarea ghizilor, agenților economici, în promovarea ofertei	Agenți economici, instituții cultural-religioase	Instituții de învățământ	Bugete ale consiliului județean și bugete locale	2016	Creșterea numărului de vizitatori cu 10 %

5. Consolidarea mărcii turistice Bucovina, destinație cultural-religioasă consacrată	Crearea unui site al principalelor atracții turistice cultural-religioase	Obiectivele cultural-religioase vizate	Responsabilii marketingul obiectivelor turistice Ministerul Turismului	Bugete ale instituțiilor	2016	Informare mai bună a turiștilor cu 80 %
	Crearea unei oferte atractive și creșterea duratei medii de sejur	Agenții economici, agenții de turism	Agenții economici ANTREC Ministerul Turismului	Bugete ale consiliului județean Bugete ale instituțiilor	2020	Creșterea numărului de turiști cu 20 %
	Crearea de programe combinate și opționale	Promovarea atracțiilor turistice	Agenții de turism		2016	Creșterea satisfacției turiștilor
	Promovarea circuitelor turistice cultural-religioase în România și Europa	Atragerea turiștilor străini în zonă	Ministerul Culturii Ministerul Turismului Agenții economici implicați	Bugete ale instituțiilor Bugete proprii	2015	Numărul de turiști străini ridicat cu 20 %
	Acțiuni de promovare a caracterului de unicat al unor obiective (ex. Voroneț)	Atragerea turiștilor	Ministerul Culturii și Direcția Județeană de Cultură, Culte și Patrimoniu	Bugete ale instituțiilor Bugete ale consiliilor locale	2015	Creșterea numărului de vizitatori cu 30 %
6. Realizarea de contracte și parteneriate cu prestatorii de servicii naționali și internaționali	Contracte de transport turistic, călătorie între agențiile de turism din țară și străinătate	Programe turistice combinate	Agenții de turism	Bugete proprii	2015-2020	Creșterea numărului de turiști aflați la distanțe mari cu 70 %
	Încurajarea voluntariatului din partea ONG-urilor și a populației locale	Participarea/ cointeresarea populației rezidente	Consiliul județean Consilii locale ONG-uri	Bugete proprii	2015-2020	Cunoașterea obiectivelor turistice cultural religioase cu 100%

7. Promovarea susținută a zonei la nivel național/ internațional	Crearea unui pol de atenție mondial asupra obiectivelor cultural-religioase din zonă	Atragerea turiștilor străini	Ministerul Turismului Ministerul Culturii Consiliul Județean Direcția pentru Cultură, Culte și Patrimoniu	Bugete naționale Bugete județene Bugete locale	2015-2020	Alinierea la oferta internațională de profil Triplarea numărului de sosiri turiști
	Invitarea personalităților internaționale la evenimentele cultural-religioase	Promovarea valorilor cultural-religioase	Consiliul județean Consilii locale	Bugete ale consiliilor locale Surse externe	2015-2016	Creșterea interesului pentru zonă cu 50 %
	Realizarea infotripurilor pentru partenerii internaționali ai agențiilor de turism cu participarea mass-mediei	Promovarea valorilor cultural-religioase	Ministerul Turismului Agenții de turism	Bugete proprii	2015-2020	Conștientizarea valorii cultural-religioase a zonei Creșterea numărului de turiști cu 80 %
	Promovarea profesională prin includerea zonei în cataloagele marilor touroperatori internaționali	Practicarea turismului cultural-religios	Agenții de turism	Bugete proprii	2015-2020	Atragerea unui număr de turiști cu 80 %
8. Adoptarea cadrului juridic în scopul dezvoltării turismului cultural-religios în zonă	Susținerea întreprinzătorilor	Promovarea turistică a zonei	Instituții legislative	Bugete proprii	2015-2020	Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă cu 50 %

	Realizarea unor planuri de reabilitare, restaurare cu urmărirea acestora	Atractivitatea obiectivelor cultural-religioase	Ministerul Culturii ONG-uri	Buget național Bugete al Consiliilor județene Surse atrase	2015-2020	Creșterea atracțiilor turistice cu 10 %
	Respectarea cerințelor de calitate la nivelul prestațiilor turistice	Atractivitatea agenților economici implicați	Agenți economici Agenți de turism Oficiul Național de Autorizare și Control	Bugete proprii	2015-2020	Atractivitatea ofertei cu 60 %
	Atragerea populației rezidente în activitățile de ospitalitate	Păstrarea tradițiilor și obiceiurilor	Consiliile locale	Bugete proprii	2015-2020	Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă cu 40 %
	Crearea unui ghid de comportament civilizată pentru turiști în obiectivele cultural-religioase și în apropierea acestora	Atractivitatea obiectivelor cultural-religioase	Instituții de învățământ Consilii locale	Bugete proprii	2015	Reducerea riscurilor de degradare, poluare cu 70 %
	Crearea posibilităților de diseminare a informațiilor prin work-shop-uri, mese rotunde cu participanții	Creșterea interesului pentru obiectivele turistice cultural-religioase	Agențiile de turism Instituțiile implicate	Bugete proprii	2015-2020	Atragerea unui număr mare de turiști cu 40 %

Stimularea interesului pentru turismul cultural religios este susținută de existența unui număr impresionant de mare, 449 de monumente istorice în județul Suceava. (conform Anexa 6, Lista monumentelor istorice din județul Suceava). Atrag atenția în mod deosebit monumentele UNESCO: Mănăstirea Sucevița, Moldovița, Arbore, Voroneț, Humor, Sfântul Ioan cel Nou de la Suceava, Pătrăuți, Probota, se fac demersuri pentru înscrierea în catalogul UNESCO a Cetății de Scaun a Sucevei și a Mănăstirii Dragomirna. Se propun în continuare Mănăstirea Putna și Slatina.

3.6. Concluzii la capitolul 3

În acest capitol sunt prezentate detaliat influențele turismului religios asupra turiștilor, dar și asupra economiei naționale cu implicații în toate sectoarele de activitate. Se face referire și se argumentează faptul că dezvoltarea turismului cultural religios interferează adesea cu alte forme de turism conducând în ansamblu la dezvoltarea tuturor formelor de turism. Se subliniază conturarea la nivel global a dezvoltării turismului cultural religios, efectele economice și sociale determinate de acesta, interferențele cu alte forme de turism.

- S-a realizat o abordare strategică a ramurii la nivel național.
- S-au stabilit strategiile de dezvoltare pentru agențiile de turism și agențiile de pelerinaje în vederea alinierii la oferta turistică internațională.
- S-au stabilit strategii de dezvoltare a bazei tehnico materiale a turismului prin creșterea numărului de unități de cazare turistică, în special cele de confort ridicat.
- S-au stabilit strategiile dezvoltării programelor de promovare și publicitate cu accent pe promovarea internațională și evidențierea obiectivelor turistice de patrimoniu.
- S-a stabilit strategia perfecționării sistemului de învățământ și formare în domeniul turismului cu accent pe stagiile de practică în formarea specialiștilor.
- S-a stabilit strategia dezvoltării gradului de implicare a autorităților locale și naționale în susținerea turismului cultural religios, a obiectivelor turistice religioase ca parte integrantă a patrimoniului universal.
- S-au stabilit strategiile de marketing și promovare în special la nivel internațional.
- Sunt prezentate direcțiile de dezvoltare a turismului cultural religios la nivel mondial, particularizate pe zone geografice.

Implicațiile serviciilor turistice asupra turismului sunt decisive, dar în cazul turismului cultural religios acestea contează într-o mai mică măsură deoarece turiștii care îl preferă și pelerinii nu sunt pretențioși.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Prezenta lucrare este un demers în spațiul cunoașterii, un mic pas în direcția analizei fenomenului turistic cultural religios, în sfera științei. Rezultatele obținute reflectate prin publicațiile[170,p.95] aflate la dispoziția agenților economici constituie un avantaj în elaborarea strategiilor de dezvoltare a acestora. Impactul demersului este resimțit prin interesul în creștere în dezvoltarea științei, economiei și culturii. Tendințele acestei forme de turism la nivel mondial se răsfrâng asupra fiecărei țări în parte și deasemeni sunt resimțite la nivel de zonă sau regiune. Astfel, s-a analizat circulația turistică la nivelul județului Suceava și s-a constatat o creștere accentuată la toți indicatorii circulației turistice, conform datelor statistice furnizate de INS. Dacă în toată lumea se deplasează tot mai mulți turiști către destinațiile turistice renumite din punct de vedere cultural religios, Mecca, Medina, Ierusalim, Piramidele din Egipt, etc., în județul Suceava turiștii/pelerinii sunt atrași de unicitatea mănăstirilor cu picturi exterioare[172,p.103]. În aceeași măsură, ospitalitatea, tradițiile, obiceiurile, portul, alimentele tradiționale, peisajul geografic, aerul puternic ozonat fac din Bucovina o zonă extrem de atractivă[175,p.97-99]. Preocupările statului și ale clasei politice pentru dezvoltarea zonei s-au concretizat în cele patru proiecte ale Consiliului Județean Suceava, derulate pe patru ani 2012-2016:

- Paște în Bucovina
- Crăciun în Bucovina
- Pelerin în Bucovina
- Hora în Bucovina

menite să promoveze zona la nivel național și internațional[169,p.95].

S-au construit pensiuni în preajma mănăstirilor: Sucevița, Voroneț, Moldovița, Humor, Dragomirna (vezi Anexa 16), care primesc turiști străini și cărora le oferă meniuri tradiționale. Turiștii pot combina turismul cultural religios cu cel gastronomic, rural, ecologic, de cunoaștere, de relaxare, vânat, pescuit, montan. Turismul cultural religios este forma de turism dominantă la nivelul județului Suceava, ofertele tuturor agențiilor de turism din județ (peste 40) având astfel de programe. Astfel, mecanismul de optimizare a derulării programelor turistice cu caracter cultural religios constă în fidelizarea clienților și adaptarea permanentă a ofertei la cerere. Managementul strategic la nivelul IMM-urilor urmărește creșterea cu 10% anual a numărului de sosiri turiști, a creșterii gradului de ocupare a structurilor de cazare, a creșterii duratei medii de sejur cu peste 2,5 zile pe turist. Plusvaloarea

dobândită în urma acestui studiu este: notorietatea pentru instituțiile cultural religioase, creșterea profitului pentru agenții economici, creșterea gradului de satisfacție pentru clienți.

În urma studiului pe care l-am efectuat se constată două tendințe:

- La nivel mondial, o tendință de globalizare, de orientare a turiștilor/pelerini către destinații binecunoscute, consacrate, recomandările agențiilor fiind către aceste destinații și programe combinate pentru alte segmente de turiști.
- Paralel cu această tendință de mondializare, de a se crea o religie unică se depun eforturi de promovare a propriei religii, a culturii fiecărei țări, de atragere a turiștilor către propriile obiective cultural religioase.

Dezvoltarea turistică se concretizează în creșterea și dezvoltarea BTM de transport, a mijloacelor moderne de transport rutiere, feroviare, pe cablu, navale, aeriene oferind facilități de grup, cu afinitate și fără afinitate, chartere own-use, chartere specializate, la cerere, deasemeni SNCFR oferă reduceri de grup, facilități pentru elevi și studenți, pensionari, etc. Programele agențiilor de turism includ și transporturi combinate atunci când este cazul. Se constată o diversificare a BTM de cazare, de la hoteluri de 5 stele tot mai luxoase, cu meniuri exotice sau tradiționale, la hosteluri, pensiuni rurale modeste, sau chiar în spațiile de cazare ale mănăstirilor, fărâmasă sau cu servirea mesei la mănăstiri, cu meniuri de post, dietetice. Turismul cultural religios este în continuă creștere și solicitat de toate segmentele de piață, este în continuă ascensiune și diversificare ca urmare a combinării și cu alte forme de turism.

- Se recomandă ca pelerinajele să fie efectuate de slujitorii bisericești capabili să ofere informații și sfaturi duhovnicești de care pelerinii au mare nevoie.
- Ghizii de mănăstire să fie suficienți ca număr pentru a nu aștepta prea mult grupurile, să cunoască limbi străine, să fie răbdători cu unii turiști care nu sunt instruiți asupra comportamentului din incinta mănăstirilor.
- Programul slujbelor din mănăstiri să se armonizeze cu programul de vizitare a turiștilor astfel încât să nu se perturbe activitatea acestora.
- Să se amplaseze mai multe spații de cazare cu posibilități de servire a mesei în preajma mănăstirilor, astfel încât turiștii pelerini să poată rămâne cât doresc, pentru refacerea capacității fizice și psihice de muncă.
- Crearea unor centre de asistență socială pe lângă obiectivele religioase extrem de căutate.
- Construirea de heliporturi pentru situații de urgență în apropiere de mănăstiri.
- Amenajarea și modernizarea parcărilor pentru autocare și extinderea celor existente.
- Amplasarea benzinărilor în apropiere și a service-urilor auto.

- Statul trebuie să intervină în promovarea continuă a acestor zone de interes pentru pelerini și să faciliteze accesul prin rețeaua rutieră tot mai modernă și îmbunătățită, să asigure mijloace de transport rapide și moderne, să se preocupe de promovarea zonelor cu obiective turistice cultural religioase, în special în străinătate prin programe ale ambasadelor și consulatelor.
- Ministerul Turismului trebuie să încurajeze și să susțină activitatea touroperatorilor din turism, să faciliteze derularea programelor turistice cu cop religios, să alinieze oferta românească la cea mondială.
- Ministerul Turismului să se preocupe de facilitarea acordurilor între țări, de sprijinire a touroperatorilor români pe piețele turistice din străinătate.

Așadar, având în vedere dezvoltarea durabilă a turismului și creșterea calității vieții ca determinante hotărâtoare în strategia de dezvoltare a turismului cultural religios în general, se sugerează a se lua în considerare pentru județul Suceava, pe termen scurt și mediu următoarele[174, p.51]:

- modernizarea căilor rutiere cu acces către mănăstirile și schiturile din județ;
- înființarea heliporturilor în preajma celor mai vizitate mănăstiri;
- facilitarea legăturilor aeriene și modernizarea aeroportului Salcea pentru a încuraja sosirile de turiști străini;
- mărirea spațiilor de parcare, modernizarea acestora și a grupurilor sanitare;
- propunere de noi trasee de pelerinaj în județ pe lângă clasicul tur de mănăstiri: Suceava- Dragomirna- Putna- Sucevița- Moldovița- Voroneț- Humor- Suceava (denumită Parcul Național Regional al Mănăstirilor din Bucovina);
- alte trasee: Suceava- Fălticeni- Slatina- Suceava; Suceava- Fălticeni- Proboata- Suceava; Suceava- Râșca- Slătioara- Suceava; Suceava- Dragomirna- Pătrăuți- Volovăț- Arbore- Rădăuți- Suceava; Suceava- Voroneț- Cacica- Suceava; Suceava- Schit Rarău- Zugreni- Suceava; Suceava- Mestecăniș- Vatra Dornei- Suceava;
- participarea pelerinilor la seri duhovnicești și programul slujbelor religioase;
- eficientizarea colaborării agențiilor de turism implicate cu personalul bisericesc;
- crearea unui compartiment de pelerinaje interne în cadrul agenției de pe lângă Arhiepiscopia Sucevei și Rădăuților;
- conștientizarea tuturor categoriilor sociale asupra importanței turismului cultural religios și atragerea și a altor categorii de consumatori;
- implicarea organizatorilor de itinerarii culturale în realizarea programelor;

- cooperarea dintre sectorul public și privat în activitățile de restaurare;
- atragere sponsorilor în activitățile de susținere a turismului cultural religios;
- participarea elevilor și studenților în practica de specialitate la realizarea și derularea programelor;
- integrarea pe verticală a turismului cultural religios în județ și în țară;
- crearea de voiaje mixte pentru a atrage și alte categorii sociale;
- acordarea unor oferte gratuite în preajma sărbătorilor religioase clienților fideli;
- vânzări grupate ale agențiilor de voiaj, la o excursie în străinătate să se ofere și un pelerinaj în Suceava în același preț;
- oferirea de mici cadouri pelerinilor: iconițe, calendare, cruciulițe, mir, etc.
- încurajarea tinerilor specialiști/monitori să formeze grupuri care să fie orientate către turismul cultural religios;
- realizarea unui ghid de comportament civilizată al turistului/pelerin pentru a evita efectele negative, poluarea sau distrugerile obiectelor expuse;
- realizarea unor expoziții de obiecte de artizanat, ouă încondeiate, ceramică, sculpturi în lemn, împletituri din nuiele, icoane pictate, țesături, etc. cu caracter permanent în perioada postului dinaintea marilor sărbători religioase în toate secțiile muzeale și în primăriile din toate localitățile;
- demonstrații practice ale meșterilor populari nu doar în Centrul de promovare a tradițiilor, ci în atelierelor lor, sau în secțiile muzeale;
- spectacole și concerte concurs de muzică sacră cu premii pelerinaje în țară și străinătate;
- seri duhovnicești, dezbateri la Casele de cultură cu oameni de seamă, invitați, preoți, profesori, scriitori, medici, etc.;
- restaurarea urgentă a statuii lui Ștefan cel Mare din parcul cetății;
- restaurarea bisericii „Sf.Simeon” cu Turnul Roșu, ctitorie armenescă;
- introducerea unui sistem de indicatoare către obiectivele turistice mai eficiente și vizibile;
- modernizarea urgentă a șoselelor către monumentul UNESCO Probota și construirea unei structuri de cazare în preajmă;
- modernizarea șoselei către Mănăstirea Slatina și crearea unei microstațiuni culturale religioase și montane;
- modernizarea drumurilor de acces către schiturile din Munții Rarău și Pasul Mestecăniș;

- includerea în ofertele agențiilor cu transport zilnic a programelor scurte de o zi către mănăstiri ca: Dragomirna, Cămârzani, Reuseni, Probota, etc.
- expoziții de icoane permanente în zonele intens circulate, aeroport, sala de festivități a Gării din Suceava, etc.;
- atragerea tinerilor prin tabere religioase, de creație populară cu premii în obiecte și pelerinaje;
- dotarea Centrelor de Informare Turistică cu ghiduri de comportare civilizată, cu cărți de învățatură religioasă, albume fotografice, CD-uri, DVD-uri de promovare;
- organizarea Târgurilor de Crăciun și de Sf. Paști cu participarea sătenilor în costume populare naționale, a balurilor în fiecare sat;
- organizarea de festivaluri de film și teatru pentru tineri;
- organizarea unor seri culturale religioase de către bibliotecile din fiecare sat;

Pe termen lung se propun următoarele:

- promovarea susținută pe plan extern prin programele naționale, dar și prin site-uri proprii;
- alinierea zonei în rândul destinațiilor consacrate în turism cultural religios;
- creșterea nivelului de trai a populației din zonă;
- crearea unor centre culturale religioase în preajma mănăstirilor și dotarea acestora cu microbuze pentru pelerinaje;
- amenajarea unor săli multimedia pentru workshop-uri, în centrele culturale religioase de pe lângă mănăstiri, astfel încât acestea să devină puternice nuclee de cultură și de românism;
- realizarea de expuneri docte, științifice, bine documentate și argumentate insistându-se pe importanța tradițiilor, obiceiurilor, artei în susținerea turismului cultural religios;
- angajarea personalului cu studii corespunzătoare pentru fiecare post pentru a se evita serviciile de proastă calitate;
- schimbarea statutului meșterului cu al artistului;
- realizarea unor trasee culturale religioase de tipul: Viena- Budapesta-Putna, sau Viena- Budapesta- Cacica, sau Atena- Salonic- Sofia- București- Suceava (cu sejururi mai lungi la Suceava pentru a depăși media de 1,5 nopți/turist);
- includerea autobuzelor turistice permanente pe traseul clasic al mănăstirilor;

- implicarea slujitorilor bisericii în prezentarea obiectivelor religioase, a locurilor de închinăciune, a importanței postului , a spovedaniei și împărtășaniei;
- alinierea ofertei în rândul marilor atracții universale.

Strategiile de dezvoltare a turismului cultural religios au la bază resursele turistice de excepție, în contextul unei dezvoltări durabile și a unor servicii aflate într-un raport optim dintre calitate și preț.

BIBLIOGRAFIE

Lucrări cu un singur autor

- Bănăţeanu T. Arta populară bucovineană. Suceava: ROF, 1976.15 p.
- Bran F. Politici ecologice. Editura ASE, Bucureşti: ASE, 1997.89 p.
- Certan S. Managementul Afacerilor. Chişinău: Curs universitar, 2007.
- Constantin S. Marketing. Iaşi: Universităţii "Al.I.Cuza", 1995. 125 p.
- Cosmescu I. Turismul. Bucureşti: Economică. 1998, 221 p.
- Cosmescu I. Turismul, fenomen complex contemporan. Bucureşti: Economică, 2002. 135 p.
- Cristureanu C. Economia invizibilului. Tranzacţiunile internaţionale cu servicii. Bucureşti: All Beck, 2004. 176 p.
- Cristureanu C. Economia şi politica turismului internaţional. Bucureşti: ABEONA, 1999. 167 p.
- Cristureanu C. Economia şi politica turismului internaţional. Bucureşti: ABEONA, 1992. 202 p.
- Damian V. Comerţul electronic întârzie în România. Bucureşti: Capital Nr.36, 10 septembrie 1998
- Dinu M. Economie Contemporană. Bucureşti: Economică, 2000. 122 p.
- Dinulescu T. Vatra Dornei. Mic îndreptar turistic. Bucureşti: Meridiane, 1996. 55 p.
- Dragomir V. România. Atlas turistic şi rutier. Bucureşti: Flonarco, 1993. 143 p.
- Dumitru R. Idealul educaţiei creştine. Editura Institutului Biblic şi de misiune a Bisericii Ortodoxe, România, Bucureşti:Institutul Biblic şi de misiune a Bisericii Ortodoxe Române, 1990
- Flităr M. Eficienţa serviciilor în relaţie cu exigenţele consumatorilor. Bucureşti: ASE, 2006. 112 p.
- Florescu C. Comerţul în economia românească. Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti: Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1978, 37 p.
- Glăvan V. Turismul în România. Bucureşti: Economică. 2000. 88 p.
- Georgescu G. Reforma economică şi dezvoltarea durabilă, Editura Economică, Bucureşti: Economică, 1995. 154 p.
- Ghibuţiu A. Serviciile şi dezvoltarea. De la prejudecăţi la noi orizonturi. Bucureşti: Expert, 2000. 34 p.
- Ghinea D. Enciclopedia geografică a României. Vol. I, II, III. Bucureşti: Enciclopedică, 1996-1998. 76 p.
- Hamzescu I. Comerţul internaţional cu servicii. Bucureşti: Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1989. 223 p.

- Ionciă M. Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice. București: Uranus, 2006. 178 p.
- Jivan A. Economia sectorului terțiar. Timișoara: Sedona, 1998. 54 p.
- Jivan A. Serviciile moderne, o provocare pentru teoria și practica economică. Timișoara: Mirton, 1996. 22 p.
- Jivan A. Economia sectorului terțiar. Timișoara: Sedona, 1998, 234 p.
- Minciu R. Economia turismului. Ediția a III-a revăzută. București: Uranus, 2004. 176 p., 12 p.
- Daniela Morariu, *Funcțiile serviciilor în economia mondială*, Editura Mirton, Timișoara, 1999
- Gh. N. Niculescu, *Legități ale economiei de piață*, Editura Gh. Asachi, Iași, 1995
- Puiu Nistoreanu, *Ecosistem și turism rural*, Editura ASE, București, 2003
- Puiu Nistoreanu, *Managementul în turism servicii*, Editura ASE, București, 2006
- Puiu Nistoreanu, *Turismul rural o afacere mică cu perspective mari*, Editura Didactică și pedagogică, București, 1999
- Valerică Olteanu, *Marketingul serviciilor. Teorie și practică*, Editura Uranus, București, 2002
- Corina Popa, *Nordul Moldovei*. Ghid turistic, din colecția „În jurul lumii”, Grupul editorial Vremea, București, 2005
- Ioan Popa, *Tranzacții comerciale internaționale*, Editura Economică, București, 1997
- Al. Puiu, *Comerțul invizibil*, Institutul de Economie Mondială, București, 1987
- Radu Rey, *Civilizația montană*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985
- Nicolae Stainhard, *Dăruind vei dobîndi*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2000
- Elena Turcov, *Direcții de dezvoltare și promovare a turismului în Republica Moldova*, Editura ASEM, Chișinău, 2002
- Elena Turcov, *Tehnologia și organizarea comerțului/ Indicații metodice pentru seminare și lucrări practice*, Editura ASEM, Chișinău, 2004
- Elena Turcov, *Coordonarea Turismului, Ad. De St. Hoteliere, Catedra Internațională UNESCO, „Turism, Cultură, Dezvoltare”*, Editura ASEM, Chișinău, 2006
- Gabriela Țigu, *Turismul montan*, Editura Uranus, București, 2001
- Petre Țuțea, *Între Dumnezeu și neamul meu*, Editura Artă grafică, 1992
- Teodor Uscatu, *Potențialul Turistic al Bucovinei*, Editura Topaz, București, 1996

Lucrări cu doi autori

- Coralia Angelescu, Dorin Jula, *Timpul liber. Condiționări și implicații economice*, Editura Economică, București, 1997
- N. Barbu, Liviu Ionesi, *Obcinele Bucovinei*, Editura Sport Turism, București, 1987
- Florina Bran, I. Dincu, *Ecologie generală și protecția mediului*, Editura ASE, București, 1998

Ioan Cosmescu, Livia Ilie, *Economia serviciilor*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 1999

G. Erdeli, Ion Istrate, *Amenajări turistice*, Editura Universității, București 1996

Gurie Georgiu, Cristian Tia, *Despre mîntuirea sufletului și era postindustrială*, Editura Signum, Craiova, 2002

Constantin Grigorescu, Ștefan Mihai, *Dezvoltarea și specializarea serviciilor*, Editura Academiei Române, București, 1989

I. Mărculescu, N. Nichita, *Serviciile și modernizarea economiei românești*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1977

Rodica Minciu, Rodica Zadig, *Economia și tehnica serviciilor de alimentație publică și turism*, Editura ASE, 1984

Apetri Niculina, Apetri Benoni, *Turismul de croazieră*, Editura Demiurg, Iași, 2005

Coralia Angelescu, Dorin Jula, Iuliana Cetină, *Dezvoltarea serviciilor pentru populație și timpul liber*, Editura Politică, București, 1989

Lucrări cu trei autori

Florina Bran, Marin Dinu, Tamara Simon, *Economia turismului și mediu înconjurător*, Editura Economică, București, 1999

Florina Bran, Marin Dinu, Tamara Simon, *Turism rural. Model european*, Editura Economică, București, 1997

Florina Bran, Tamara Simon, Puiu Nistoreanu, *Ecoturism*, Editura Economică, București, 2000

Camelia Cămășoiu, Marina Rudăreanu, Gh. Manea, *Conceptul de eco-business*, Editura Magic, București, 1998

M. Iacobescu, I. Cocuz, N. Cârlan, *SUCEAVA. Ghidul județului*, Editura Sport-Turism, București, 1981

Maria Ionică, Rodica Minciu, Gabriela Stănciulescu, *Economia serviciilor*, Editura Uranus, București, 2000

Maria Ionică, Rodica Minciu, Gabriela Stănciulescu, *Economia serviciilor*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Uranus, București, 1999

Ion Istrate, F. Bran, G. Roșu, *Economia turismului și mediului înconjurător*, Editura Economică, București 1996

Gh. Mohan, A. Ardelean, M. Georgescu, *Rezervații și monumente ale naturii din România*, Editura Scaiul, București, 1993

V. Rojanschi, Florina Bran, Gheorghiu Diaconu, *Protecția și ingineria mediului*, Editura Economică, București, 1997

Lucrări cu mai mult de trei autori

- Constantin Alexa, Nicolae Sută, Violeta Ciurel, Emil Sebe, *Transporturi și asigurări*, Editura Metropol, 1994
- Florina Bran, Ioan Ildiko, D. Marin, Carmen Mockesch, *Mic lexicon de protecția mediului*, Editura Economică, București, 1999
- Maria Ionică, Mihaela Pădureanu, D. Popescu, A. Talpeș, *Economia serviciilor. Aplicații*, Editura Uranus, București, 2004
- G. N. Iosif, Florina Bran, V. Manole, Mirela Stoian, *Ecomarketing*, Editura Tribuna economică, București, 1999
- S. Mitrache, V. Manole, Florina Bran, Marilena Stoian, *Agroturism și turism rural*, Editura All, București, 1997
- Tatiana Moșteanu, Dalina Dumitrescu, Constantin Floricel, Felicia Alexandru, *Prețuri și tarife*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1993
- O. Nicolescu, Gh. Căpărescu, I. Verboncu, I. Cochină, *Ghidul managerului eficient*, Vol. I, II, Editura Tehnică, București, 1993-1995
- V. Rojanschi, Florina Bran, Gheorghiza Diaconu, G. N. Iosif, F. Toderoiu, *Economia și protecția mediului*, Editura Tribuna economică, București, 1997

BIBLIOGRAFIE RUSĂ

С.Н. Попова Ж.И. Красупвиата Организация Управления Производство Издательство Люсковсково Университета

BIBLIOGRAFIE ENGLEZĂ

- J. Bhagwati, *Importance du commerce international des services pour le developpement economique*, în *L'Europe face à la nouvelle economie de service*, Publications de l'Institut Universitaire d'Etudes Europeennes, Geneve, 1988
- W. Brakhahn, Ulrike Vogt, *ISO 9000 în servicii*, Editura Tehnică, București, 1998
- A. Bressand, K. Nikolaidis, *Strategic Trends in Services*, Editura Harper and Row, New York, 1989
- L. Brown (coord), *Probleme globale ale omenirii*, Editura Tehnică, 1988, 1992, 1994, 1995
- James W. Botkin, Mahdi Elmandajara, Mircea Malița, *Orizontul fără limite al învățării*, Editura Politică, București, 1981
- M. Gibbs, *Trade in Services, a Challenge for Development*, în "*Strategic Trends in Services*", New York

- B. Goodall, M. Stabler, *Environmental awareness action performance in the overseas hospitality* în *Tourism Management*, vol. 18, nr. 1, Editura Pergamon, Londra, 1997
- W. Hafele (coord.), *Energia într-o lume finită - căi spre un viitor viabil, Raport IIASA*, Editura Politică, 1987
- A. Harrison, E. Dalkiran, E. Elsey, *International Business. Global Competition from an European Perspective*, Oxford University Press, New York, 2000
- Paul Heyne, *Modul economic de gândire*, Editura Didactică și pedagogică, București, 1991
- T.P. Hill, *On Goods and Services*, The Review of Income and Wealth, December 1977
- R.P. Imnan (ed.), *Managing the Service Economy. Prospects and Problems*, Cambridge University Press, New York, 1985
- Smaranda Samad John, *Resurse turistice naturale și antropice*, Tribuna Economică nr. 14, București, 1998
- Peter Jones, *Management in Service Industries*, Pitman Publishing, London, 1989
- A. Kahn, L. Wiener, *Management - 2000*; Hudson Institute Inc. R. Laffont Paris, 1967
- Ph. Kotler, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 1997
- Ph. Kotler, *Managementul marketingului*, Ediția III-a, Editura Teora, București, 2002
- Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, Veronica Wong, *Principiile marketingului*, Editura Teora, 1998
- Ed. Manning, David T. Dougherty, *Sustainable tourism*, University Cornell, Montreal, 1995
- M. Miclin, H. Choldin, *Sociological Human Ecology*, Westview Press, 1984
- Moltke von K., *Structural Change Policies and the Environment, in Environmental Policies and Industrial Competitiveness*, OECD, Paris, 1993
- John Naisbitt, *Megatendințe*, Editura Politică, București, 1989
- A. Palmer, *Principles of Services Marketing*, McGraw-Hill Book Company, London, 1994
- D. Patriche, *Tratat de Economia Comerțului*, Editura Eficient, București, 1998
- A. Payne, *The Essence of Services Marketing*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1993
- M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, 1998
- Fr. F. Reichheld, W. E. Sasser, *Zero Defections: Quality Comes to Services*, în *Ch. Lovelock, Managing Services*, Prentice Hall International Edition, 1992
- Dawkins Richard, *Is science a religion*, The Umanist, New York, 2012
- Stephen Roach, *The restructuring of american services*, The Economist, 2-8 II 1991
- G. Sampson și R. Snape, *Identifying the Issues in Trade in Services*, The World Economy, 8 June 1985
- L.S. Simon, *Measuring the Market Impact of Technical Services*, Journal of Marketing Research, February, 1965

Joachim Singlemann, *The Sectorial Transformation of the Labour Force in Industrialized Countries*, University of Texas, Austin, 1994

Ed. Foyos-Sola, *Tourism policy: a mid summer night's dream* în *Tourism Management*, vol. 17, nr. 6, Editura Pergammon, Londra, 1996

Alvin Toffler, *Al treilea val*, Editura Politică, București, 1983

A. Toffler, *Ecospasmul economic*, Editura Antet, 1999

A. Toffler, Heidi Toffler, *A crea o noua civilizație*, Editura Antet, 1995

Intyre G.M., *OECD. Documents. Reconciling Trade, Environment and Development Policies*, Paris, 1997

BIBLIOGRAFIE FRANCEZĂ

Jacques de Bandt, *Can we measure productivity in services activities?*, în "*Strategic trends in services*", Ed. Harper & Row, New York, 1989

M. Darbelet, *Economie d'entreprise*, Les Editions Ferecher, Paris, 1993

J. C. Delaunay, J. Gadrey, *Les enjeux de la societe de service*, Presse de la Fondation Nationale des Sciences Publiques, Paris, 1987

Michel Didier, *Economie: les regles du jeu*, Editura Economică, Paris, 1989

Mattei Dogan, Dominique Pellasy, *Economia mixtă*, Editura Alternative, București, 1992

R. Le Duff, J. C. Papillon, *Gestion publique*, Vuibert Gestion, Paris, 1988

J. Dumazedier, *Vers une civilisation du loisir*, Editions du Seuil, Paris, 1962

Fr. Ecalte, *L 'economie des services*, PUF, Paris, 1989

P. Eiglier, E. Langeard, *Servuction. Le marketing de services*, Ediscience International, Paris, 1996

Jean Fourastie, *Le grand espoir du XX-eme siecle*, Gallimard, Paris, 1963

J. Gadrey, *L 'economie des services*, Editions La Decouverte, Paris, 1992

Orio Giarini, *The Globalisation of Services in Economic Theory and Economic Practice: Some Key Issues*, PROGRES Newsletter, Decembre 1999, January 2000, Annex II

Orio Giarini, Walter R. Stahel, *Limitele certitudinii*, Edimpress-Camro, București, 1996

Orio Giarini, Patrick Liedtke, *Dilema ocupării forței de muncă și viitorul muncii*, Editura AII Beck, 2001

Orio Giarini, Jean Remy Roulet, *L 'Europe face à la nouvelle economie de service*, L'Institut Universitaire D'Etudes Europeennes, Geneve, 1988

Maryse Giletta, *Les prix, politiques, strategies et tactiques des entreprises*, Editura Eyrolles, Paris, 1990

P. Hunkeler, *Les zones protejees, territoires modeles pour une conservation generalisee de la nature*, Rencontres environment, Nr. 40, Consiliul Europei, Strasbourg, 1997

P. Hunkeler, *Seminaire des gestionnaires des zones diplomies*, Rencontres environment, Nr. 15, Consiliul Europei, Strassbourg, 1992

Bertrand de Jouvenel, *Progresul în om*, Editura Politică, București, 1983

Ph. Kotler, Bemard Dubois, *Marketing Management*, 7^e Edition, Publi-Union Editions, Paris, 1992

R. Languar, *Sociologie au tourisme et des voyages*, Presses Universitaires de France, Paris, 1985

Henry Lepage, *La nouvelle economie industrielle*, Hachette, Paris, 1989

D. Munro, Allen R. Prescott, *Sauver la Planete, Strategie pour Vavenir de la vie*, Editura Geaud, Elveția, 1991

Jacques Nusbaumer, *Les services, nouvelle donne de Veconomie*, Economica, Paris, 1984

J.B. Quinn, *L'entreprise intelligente. Savoir, services et technologies*, Dunod, Paris, 1994

Louis Reboud, *Modernisation et services, Cahiers des Sciences Economiques*, nr. 9/ 1990, Grenoble, Mai 1990

Dominique Roux, *Analyse economique et gestion de l'entreprise*, Editura Dunod, Paris, 1986

Lionel Stoleru, *L'equilibre et la croissance economique*, Dunod, Paris, 1978

G. Tocquer, M. Langlois, *Marketing des services: le defi relationnel*, Dunod, Paris, 1992

Andre Tordjman, *Strategies de concurrence dans le commerce: les services aux consommateur*, Les Editions d' Organisation, Paris, 1983

ALTE SURSE

Anuarul Statistic al României, INS, București, 2004

Capacități de cazare, Ministerul Turismului, București,

Capacități de alimentație, Ministerul Turismului, București, 1998

Clasificarea Activităților din Economia Națională, Comisia Națională pentru Statistică, R.A. Monitorul Oficial, București, 1998 și CAEN Rev.

Colecția Ziarului „Monitorul de Suceava”, anii 2003-2005, Suceava

Criterii minime pentru clasificare pe stele a pensiunilor, Ministerul Turismului, 1995

Breviarul turistic al județului Suceava, Direcția județeană de statistică, Suceava, 2005

Dezvoltarea durabilă și ecoturismul în ariile protejate I.C.T., București, 1998

Ghidul campingurilor motelurilor și satelor de vacanță din România, conducător de proiect Caramarin Rodica, editat de Asociația Națională a Deținătorilor de Campinguri, Moteluri și Sate de Vacanță din România, proiect finanțat de Phare

Ghid de management, Colecția Business Club, Editura Nemira, București, 1997

Ghid de marketing, Colecția Business Club, Editura Nemira, București, 1998

Ghidurile SEDONA. Județul Suceava, Ed. SEDONA Timișoara, 2000

Indicii de corelare a capacității de dotare pentru prestațiile turistice I.C.T., București, 1992

Indicatori de monitorizare a resurselor turistice I.C.T., București, 1998

Legea nr. 19/2000 privind sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale, MO nr. 140 din 1.04.2000

Legea nr. 249/2004 privind pensiile ocupaționale, MO nr. 600 din 05.07.2004

Legea nr. 411/2004 privind fondurile de pensii administrate privat, MO nr. 1033 din 09.11.2004

Legea nr. 414/2002 privind impozitul pe profit, MO nr. 456 din 27 iunie 2002

Les services et le developpement, UNCTAD, New York, 1985, cap. II, p. 8

Liberalizing International Transactions in Services, UNCTAD and The World Bank, United Nations, New York and Geneva, 1994

Liberalizing International Transactions in Services, U.N., Geneva, 1994

Lumea Creștină, publicații periodice, 1990, ianuarie

OECD Documents. Reconciling Trade, Environment and Development

Problemele dezvoltării turismului durabil și relația sa cu mediul înconjurător, Consiliul European, Recomandarea (95), 10 din 11 septembrie 1995

Services in Transition Economies, Economic Commission for Europe, United Nations, Geneva, 2002

Specificites sectorielles de statistiques de services, EUROSTAT, Geneva, 18-21 Mars, 1991

Trends and Policies in Privatisation, OCDE, Paris, 1993

WEBGRAFIE

<http://www.montpelerin.org>

<http://www.romaniantourism.ro>

<http://www.rotravel.ro>

<http://www.ici.ro-romania>

<http://www.infotravel.ro>

<http://www.turism.ro/master> planul pentru turismul național al României 2007-2026

<http://www.turismbucovina.ro>

[http://ro.wikipedia.org/wiki/Republica Moldova](http://ro.wikipedia.org/wiki/Republica_Moldova)

CONTRIBUȚII

N. Apetri, Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, Suceava, 2015, Editura George Tofan, p.184, ISBN 978-606-625-178-5

în reviste științifice

N. Apetri, Aspects of Sustainable Development of Tourism in Suceava county, Journal EcoForum, number 2, volume 4, 2015, University "Ștefan cel Mare", p. 95-99, ISSN 2344-2174

N. Apetri, *Actual Problems in Developing Religios Tourism*, Revista Economică, ASEM, nr.4(90)/2014, p. 9-19, ISSN 1810-9136, Categoria B

N. Apetri, Analiza SWOT a turismului în județul Suceava, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, nr.9-10, editura Mecatrin, Brașov, 2014, p.103-109, ISSN 2344-696X

N. Apetri, Aportul Economic pentru protecția patrimoniului turistic, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, nr.9-10, Editura Mecatrin, Brașov, 2014, p.89-102, pg. 89-102, ISSN 2344-696

N. Apetri, Strategii de dezvoltare a turismului cultural religios în județul Suceava, „Repere Didactice Moderne”, nr.11-12, editura Mecatrin, Brașov, 2014, p.51-62, ISSN 2344-696X

în materialele simpozioanelor

N. Apetri, Turismul cultural religios în Bucovina, În Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, din 10-11 aprilie, 2009, volumul 1, ediția aVIIa, Editura ASEM, Chișinău, p.97-99, ISBN 978-9975-75-472-9,

N. Apetri, The role and Importance of Advertising in travel and pilgrimage tour agencies, În: Scientific Symposium of Young researches, din 4-5 aprilie 2014, ediția XII, volum I, Chișinău, pg.257-260, ISBN 978-9975-75-689-1

N. Apetri, Rolul interdisciplinarității în predarea disciplinelor economice, În: Simpozionul Interjudețean „Dimitru Rusu-mentor în învățământul economic ieșean”, Editura PIM Iași, 17 mai 2014, pg.82-85, ISBN 978-606-13-1377-8

ANEXE**ANEXA 1**

Tabel nr.1. Structuri de primire turistică între anii 2009- 2014

în județul Suceava

Unități de cazare	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	235	245	271	296	295	296
Hoteluri	30	31	34	36	42	45
Hosteluri	8	8	13	12	8	8
Moteluri	3	3	7	6	5	6
Vile uristice	18	19	18	16	14	14
Cabane turistice	4	7	14	13	12	13
Pensiuni turistice	54	62	67	74	73	73
Pensiuni agroturistice	110	107	109	130	132	127
Campinguri	4	4	3	3	3	4
Popasuri turistice	2	2	2	2	2	2
Bungalouri	2	2	2	2	2	2
Sate de vacanță	-	-	1	1	1	1
Căsuțe tip camping	-	-	1	1	1	1

ANEXA 2

Tabel nr.2. Capacitatea de cazare existentă în județul

Suceava între anii 2009-2014

Capacitatea de cazare	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	7554	8033	8835	9447	9585	9650
Hoteluri	3176	3354	3510	3610	3926	4065
Hosteluri	292	266	417	437	239	237
Moteluri	111	111	263	262	214	292
Vile turistice	530	572	379	357	283	291
Cabane turistice	259	246	332	304	308	258
Pensiuni turistice	1102	1383	1534	1665	1715	1592
Pensiuni agroturistice	1738	1755	1968	2384	2462	2451
Campinguri	230	230	224	220	220	246
Popasuri turistice	76	76	76	76	76	76
Bungalouri	40	40	40	40	50	50
Sate de vacanță	-	-	82	82	82	82
Căsuțe tip camping	-	-	10	10	10	10

ANEXA 3

Tabel nr.3. Capacitatea de cazare în funcțiune în

județul Suceava

Capacitatea de cazare în funcțiune	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	2176422	2263630	2439609	2594065	2642601	2686399
Hoteluri	1105425	1141347	1199286	1234081	1329994	1398169
Hosteluri	88791	89177	105945	107203	97838	54874
Moteluri	23844	30387	73628	73055	80773	103176
Vile turistice	164625	145579	101860	87689	77010	81643
Cabane turistice	74498	75846	60502	67734	74130	73956
Pensiuni turistice	300606	370943	419498	441450	417341	407494
Pensiuni agroturistice	367151	366167	431906	544569	520895	533607
Campinguri	34756	29398	31692	22712	29088	18352
Popasuri turistice	9386	8046	8252	6992	5732	4918
Bungalouri	7340	6740	6120	6740	8580	10210
Căsuțe tip camping	-	-	920	1840	1220	-

ANEXA 4

Tabel nr.4. Structuri de primire turistică după gradul de confort

în județul Suceava

Structuri de primire turistică	Total	5 stele	4 stele	3 stele	2 stele	1 stea	Neclasificate
Total	296	1	46	136	105	8	-
Hoteluri	36	-	8	14	13	1	-
Hosteluri	12	-	-	7	4	1	-
Moteluri	6	-	-	4	2	-	-
Vile turistice	16	-	2	10	2	2	-
Cabane turistice	13	-	-	11	2	-	-
Pensiuni turistice	74	1	13	35	25	-	-
Pensiuni agroturistice	130	-	22	51	55	2	-
Campinguri	3	-	-	2	1	-	-
Popasuri turistice	2	-	-	-	-	2	-
Bungalouri	2	-	-	2	-	-	-
Sate de vacanță	1	-	1	-	-	-	-
Căsuțe tip camping	1	-	-	-	1	-	-

ANEXA 5

Tabel nr.5. Capacitatea de cazare turistică existentă ca număr de locuri/pat în anul 2013/2014 în județul Suceava

Structuri de primire turistice	Total număr de locuri/pat	5 stele	4 stele	3 stele	2 stele	1 stea	Neclasificate
Total	9447/9650	20/58	1860/2284	4045/4467	3279/2608	243/33	-
Hoteluri	3610/4065	-	865/1050	1329/1733	1319/1185	97/97	-
Hosteluri	237/237	-	-	199/113	228/24	10/-	-
Moteluri	262/292	-	-	174/82	88/0	-	-
Vile turistice	357/291	-	44/65	200/82	69/-	44/44	-
Cabane turistice	304/258	-	-	186/94	118/6	-	-
Pensiuni turistice	1665/1592	20/28	406/55	757/44	482/65	-	-
Pensiuni agroturistice	2384/2451	-/30	463/32	1044	861	16/16	-
Campinguri	220/246	-	-	116	104	-	-
Popasuri turistice	76/76	-	-	-	-	76/76	-
Bungalouri	40/50	-	-	40	-	-	-
Sate de vacanță	82/82	-	1	-	-	-	-
Căsuțe tip camping	10/10	-	-	-	1	-	-

ANEXA 6

Tabel nr.6. Situația camerelor existente în structurile de cazare turistică din județul Suceava

Structuri de primire turistică	Total	Cu baie sau duș	Fără baie sau duș	Cu un pat de un loc	Cu un pat de două locuri	Cu două paturi de un loc	Cu mai mult de două paturi	Camere în apartamente
Total	4436	4003	433	146	1704	1992	264	330
Hoteluri	1777	1756	21	80	423	1084	81	109
Hosteluri	198	146	52	5	100	72	16	5
Moteluri	130	129	1	5	63	51	7	4
Vile turistice	167	155	12	3	46	89	14	15
Cabane turistice	144	123	21	4	76	43	10	11
Pensiuni turistice	789	691	98	28	363	224	75	99
Pensiuni agroturistice	1158	936	222	21	610	390	61	76
Campinguri	8	4	4	-	8	-	-	-
Popasuri turistice	4	2	2	-	2	2	-	-
Bungalouri	20	20	-	-	1	15	-	4
Sate de vacanță	41	41	-	-	12	22	-	7

ANEXA 7

Tabel nr.7. Sosiri turiști în structurile de primire

turistică din județul Suceava

Sosiri în structur ile de cazare turistică	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	209725	19 4365	22 9519	2 38611	241 629	260 684
Hoteluri	1 43240	13 1209	14 9158	1 49170	154 442	169 052
Hosteluri	4 031	36 99	43 27	5 295	474 7	399 6
Moteluri	2 980	22 09	52 07	3 347	441 0	533 3
Vile turistice	1 4608	10 190	83 39	7 620	658 5	698 7
Cabane turistice	1 624	22 29	26 84	3 874	360 1	399 4
Pensiuni turistice	1 6736	20 319	24 530	2 8848	302 02	315 68
Pensiuni agroturisti ce	2 4320	23 206	33 920	3 8785	360 67	380 60
Campingu ri	1 246	69 6	64 0	7 49	994	552
Popasuri turistice	3 94	22 6	21 2	1 30	139	152
Bungalour i	5 46	38 2	45 5	7 08	407	
Căsuțe tip camping	-	-	47	8 5	35	

ANEXA 8

Tabel nr.8. Sosiri turiști români în structurile de cazare turistică

din județul Suceava

Sosiri turiști români	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	183477	169755	196896	200423	200233	220514
Hoteluri	121198	111227	123891	118039	119778	135790
Hosteluri	3790	3505	3824	4888	4540	3745
Moteluri	2933	2129	4819	3286	4286	5260
Vile turistice	13586	9171	7115	6185	5465	5999
Cabane turistice	1607	2190	2603	3780	3407	3824
Pensiuni turistice	15826	18869	22622	26981	28346	29743
Pensiuni agroturistice	22771	21568	30953	36076	33286	34828
Campinguri	983	581	457	489	604	
Popasuri turistice	354	218	159	71	90	
Bungalouri	429	297	409	551	400	
Căsuțe tip camping	-	-	44	77	31	

ANEXA 9

Tabel nr.9. Înoptări turiști români în structurile de cazare

turistică din județul Suceava

Înoptări turiști români	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	432481	415073	493933	517394	501180	511179
Hoteluri	275196	275074	301255	306432	309547	329431
Hosteluri	9482	11081	14963	23003	26598	7624
Moteluri	4232	3824	10372	7249	5112	6971
Vile turistice	52553	29082	22870	13158	11850	11982
Cabane turistice	2475	3724	7081	9478	10284	10178
Pensiuni turistice	34941	42482	62206	60382	59512	64175
Pensiuni agroturistice	50535	47492	72326	94482	75360	78462
Campinguri	2055	1063	1389	1972	1932	480
Popasuri turistice	354	340	182	83	122	99
Bungalouri	658	911	1228	1069	792	1777
Căsuțe tip camping	-	-	61	86	71	-

ANEXA 10

Tabel nr. 10. Înnoptări turiști străini în structurile de

cazare turistică din județul Suceava

Înnoptări turiști străini	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	46921	45564	62316	68843	76052	72463
Hoteluri	38644	35441	45809	50750	58178	55918
Hosteluri	597	1304	2392	2595	1104	1113
Moteluri	79	96	933	86	262	184
Vile turistice	1821	1622	1825	2116	2690	1578
Cabane turistice	58	160	132	192	557	374
Pensiuni turistice	1854	3018	4161	4776	5651	4420
Pensiuni agroturistice	3266	3565	6644	7747	6770	8189
Campinguri	365	225	259	296	776	556
Pensiuni turistice	1854	3018	4161	4776	5651	5300
Pensiuni agroturistice	3266	3565	6644	7747	6770	7810
Campinguri	365	225	259	296	776	556

ANEXA 11

Tabel nr.11. Evoluția numărului de sosiri și înnoptări ale

turiștilor în structurile de primire turistică din județul Suceava

Țara de reședință a turiștilor	Sosiri			Înnoptări		
	2013	2012	%	2013	2012	%
Total	241629	238611	101,3	577232	586237	98,5
Români	200233	200423	99,9	501180	517394	96,9
Străini	41396	38188	108,4	76052	68843	110,5
Europa	38059	34668	109,8	699,41	62299	112,3
Uniunea Europeană	32913	30823	106,8	599,43	55224	108,5
Austria	3822	3064	124,7	8366	5827	143,6
Belgia	761	575	132,3	1632	1091	149,6
Bulgaria	265	226	117,3	419	344	121,8
Cipru	14	6	233,3	50	20	250,0
Danemarca	213	81	263	505	137	368,6
Estonia	10	37	27	16	37	43,2
Finlanda	35	57	61,4	187	81	230,9
Franța	3264	3869	84,4	5612	6536	85,9
Germania	7143	7359	97,1	13506	13289	101,6
Grecia	337	360	93,6	547	700	78,1
Irlanda	33	341	9,7	78	541	14,4
Italia	3482	3614	96,3	5789	6053	95,6
Letonia	55	20	275	111	25	444
Lituania	149	93	160,2	198	129	153,5
Luxemburg	29	6	483,3	32	8	400

ANEXA 12

Tabel nr.12. Indicele de utilizare a capacității de cazare

în funcțiune pe categorii de clasificare din județul Suceava

Indicele de utilizare a capacității de cazare - %	5 stele	4 stele	3 stele	2 stele ale	1 stea
Total	21,8	30,8	15,9	28,0	18,5
Hoteluri	27,6	37,9	15,5	28,8	21,1
Hosteluri	28,3	7,9	20,2	59,2	37,8
Moteluri	6,7	4,3	3,9	-	8,4
Vile turistice	18,9	15,4	20,9	28,2	41,7
Cabane turistice	14,6	-	12,5	-	28,5
Pensiuni turistice	15,6	11,9	17,3	20,2	11,2
Pensiuni agroturistice	15,8	13,2	16,4	-	12,2
Campinguri	9,3	14,3	3,3	-	-
Popasuri turistice	3	-	3,1	-	2,9
Bungalouri	9,4	-	9,4	-	-
Căsuțe tip camping	6,1	-	-	-	6,1

ANEXA 13

Tabel nr.13. Analiza comparativă a unor indicatori din

anii 2004, 2014 și prognoza pentru 2024

Indicele	2004	2014	2024
Număr structuri de primire turistică	143	296	595
Capacitate de cazare existentă(număr locuri)	5755	9650	14580
Capacitate de cazare în funcțiune(număr locuri/zi)	1760839	2686399	3868450
Turiști cazați în pensiuni turistice urbane	16235	31568	60989
Turiști cazați în pensiuni agroturistice	11563	38060	78565
Total înnoptări	432448	583642	725642
Total înnoptări turiști români	361371	511179	672355
Total înnoptări turiști străini	71077	40170	85689
Indice de utilizare a capacității de cazare	24,6	21,7	33,7

ANEXA 14

Tabel nr.14 Sosiri turiști români și străini în

structuri de primire turistică după tipurile de structuri și categoriile de clasificare din județul Suceava

Sosiri turiști	Total	5 stele	4 stele	3 stele	2 stele	1 stea	Neclasificate
Total	238611	180	68854	77179	91417	981	-
Români	200423	93	46497	69444	83514	875	-
Străini	38188	87	22357	7735	7906	103	-
Hoteluri	149170	-	42870	33724	72504	72	-
Români	118039	-	23602	28329	66036	72	-
Străini	31131	-	19268	5395	6468	-	-
Hosteluri	5295	-	-	3075	1821	399	-
Români	4888	-	-	2741	1770	377	-
Străini	407	-	-	334	51	22	-
Moteluri	3347	-	-	2864	483	-	-
Români	3286	-	-	2815	471	-	-
Străini	61	-	-	49	12	-	-
Vile Turistice	7620	-	2618	4576	127	299	-
Români	6185	-	1728	4034	127	296	-
Străini	1435	-	890	542	-	3	-
Cabane Turistice	3874	-	-	2720	1154	-	-
Români	3780	-	-	2644	1136	-	-
Străini	94	-	76	18	-	-	-
Pensiuni Turistice	28848	180	11790	12418	4460	-	-
Români	26981	93	10682	11825	4381	-	-
Străini	1867	87	1108	593	79	-	-
Pensiuni agroturistice	38785	-	11576	16986	10142	81	-
Români	36076	-	10485	16397	9135	59	-
Străini	2709	-	1091	589	1007	22	-
Campinguri	749	-	-	108	641	-	-

Români	489	-	-	108	381	-	-
Străini	260	-	-	-	260	-	-
Popasuri turistice	130	-	-	-	-	130	-
Români	71	-	-	-	-	71	-
Străini	59	-	-	-	-	59	-
Bungalouri	708	-	-	708	-	-	-
Români	551	-	-	551	-	-	-
Străini	157	-	-	157	-	-	-
Căsuțe tip camping	85	-	-	-	85	-	-
Români	77	-	-	-	77	-	-

ANEXA 15

Tabel nr.15 Clasificarea agențiilor de turism din județul

Suceava

Nr. crt.	Mun. SUCEAVA	Touroperatoare/Detailistă
1.	Bilco Travel	Touroperatoare
2.	Iason Turism	Touroperatoare
3.	Instant Travel Tours	Touroperatoare
4.	Juventus Travel	Touroperatoare
5.	West Travel	Touroperatoare
6.	MilleniumTour	Touroperatoare
7.	Unita Turism	Touroperatoare
8.	Dual Turism	Touroperatoare
9.	Best Travel Bucovina	Touroperatoare
10.	Gigi Turism	Touroperatoare
11.	Monny Travel	Touroperatoare
12.	Deea Turism	Touroperatoare
13.	ICAR TOURS	Touroperatoare
14.	Sind România Suceava	Touroperatoare
15.	Karma Travel	Touroperatoare
16.	Voiaj Tour	Touroperatoare
17.	Travis Turism	Touroperatoare
18.	Iakius Turism	Touroperatoare
19.	Mara Travel	Touroperatoare
20.	Novatouring Tourism	Touroperatoare
21.	Rural Travel	Touroperatoare
22.	Terratour International	Touroperatoare
23.	Totemturism	Touroperatoare
24.	General Tourism	Touroperatoare
25.	Eximtour	Detailistă
26.	Christian Tour	Detailistă
27.	Paralela 45	Detailistă
28.	Centrul de Pelerinaje al Agenției de Turism Basilica	Detailistă
29.	Clubul de Turism Voiaj al Universității Suceava	
30.	DMV turism	Detailistă
	Gura Humorului	
31.	Ramona Turism Travel	Touroperatoare
	Cîmpulung Moldovenesc	
32.	Dor de Bucovina	Touroperatoare
33.	Fota Turism	Touroperatoare
34.	George Turism	Touroperatoare
	Vatra Dornei	
35.	Bucovina Vacance Tour	Touroperatoare
36.	Țara Dornelor	Touroperatoare
37.	Euroski	Touroperatoare
38.	Dorna Adventure	Touroperatoare
39.	Dorna Turism	Touroperatoare
40.	Parcul Național Călimani	Touroperatoare

	Rădăuți	
41.	ABO Travel	Touroperatoare
	Fălticeni	
42.	Cris Travel	Touroperatoare

ANEXA 16

Tabel nr.16 Pensiuni turistice din județul Suceava

La nivelul județului Suceava s-a extins baza tehnico-materială de cazare, în ultimii ani înființându-se tot mai multe pensiuni atât în mediul urban cât și în mediul rural. Apropierea acestora de celebrele mănăstiri favorizează circulația turistică. Se remarcă constituirea unor microstațiuni în preajma mănăstirilor.

Pensiuni din zona Voroneț

Pensiunea	Localitatea	Categoria de clasificare
PENSIUNE TURISTICĂ CASA CRISTIAN	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ ELENA	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ HILDE'S	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ IOANA	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ ELEGANCE	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ CASA HUMOR	GURA HUMORULUI	4 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ LION'S	GURA HUMORULUI	3 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ CASA AURA	GURA HUMORULUI	3 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ VORONEȚ	GURA HUMORULUI	3 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ VILA MARIA	GURA HUMORULUI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ LA DUMBRAVA	GURA HUMORULUI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ HUMORELUL	GURA HUMORULUI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ BUCOVINA	GURA HUMORULUI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ BOGDĂNEASA	GURA HUMORULUI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ CASA BOCA	GURA HUMORULUI	2 STELE

Pensiunile se află în preajma mănăstirii Voroneț, care este situată în centrul orașului Gura Humorului. Turiștii sosesc tot mai mulți de la un an la altul pentru a vizita pictura care datează din anul 1496 și arhitectura religioasă care își păstrează în mare măsură forma inițială.

Pensiuni din zona Putnei

Pensiunea	Localitatea	Categoria de clasificare
PENSIUNE TURISTICĂ FAST	RĂDĂUȚI	3 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ CASA ALBĂ	RĂDĂUȚI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ MONTE CARLO	RĂDĂUȚI	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ AZUR	RĂDĂUȚI	1 STEA
PENSIUNE TURISTICĂ DOWN TOWN	SIRET	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ HANUL SOLCA	SOLCA	2 STELE
PENSIUNE TURISTICĂ MĂDĂLINA	PUTNA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CERBUL	PUTNA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ ISIDORA	PUTNA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ PUTNA	PUTNA	2 FLORI
CABANA POIANA PUTNA	PUTNA	3 FLORI

Datorită mănăstirii care este un lăcaș monahal ortodox, unul din cele mai importante centre culturale, religioase și artistice românești, unde se află cel mai mare și mai important muzeu monastic din țară, atracția turiștilor dornici de cultură, dar și pelerinilor crește. A fost supranumită "Ierusalimul Neamului Românesc" (M. Eminescu spunea la Sărbătorirea a 400 de ani de la construirea mănăstirii: „Să facem din Putna, Ierusalimul neamului românesc, iar din mormântul lui Ștefan, altar al conștiinței naționale). Pensiunile se află în preajma mănăstirii deoarece mulți turiști o vizitează pentru a se relaxa fiind o zonă extrem de frumoasă, dar și pentru reculegere sau pentru a vedea mănăstirea din toate punctele de vedere.

Pensiuni din zona Suceviței

Pensiune	Localitatea	Categorie de clasificare
PENSIUNE TURISTICĂ ALUNIȘ	SUCEVIȚA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA AVRAM	SUCEVIȚA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA LINA	SUCEVIȚA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ MEMORY	SUCEVIȚA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA PÎSLARU	SUCEVIȚA	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA ANDREEA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA BÂRSAN	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ LETIȚIA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CRISTAL CORP A	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CRISTAL CORP B	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CHIRAȘ TOADER	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA CRISTI	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA MIORIȚA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ VENERA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ ASPASIA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ FELICIA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ SILVA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ PARASCHIVA	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ POIANA DE VIS	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA TRAIAN	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ ROMANTIC PENSION	SUCEVIȚA	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ NICOLETA	SUCEVIȚA	2 FLORI

Pensiunile sunt amplasate în preajma mănăstirii Sucevița care este frecventată de turiști pe timp de vară pentru a vedea stilul arhitecturii moldovenești (îmbinare de elemente de artă bizantină și gotică, la care se adaugă elemente de arhitectură ale vechilor biserici de lemn din Moldova, edificiul, de mari proporții, păstrează planul trilobat și stilul statornicit în epoca lui Ștefan cel Mare, cu pridvorul închis).

Pensiuni din zona Humorului

Pensiune	Localitatea	Categorie de clasificare
PENSIUNE TURISTICĂ FLOARE DE COLȚ	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	4 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ IRIS	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	4 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ ANDREEA	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ MARIDOR	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ FLOARE DE IRIS	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	3 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA ANCUȚA	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA LAUR	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA BUBURUZAN	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ GHEORGHÎȚĂ MARIA	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA GEORGETA	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI
PENSIUNE TURISTICĂ CASA CORINA	MĂNĂSTIREA HUMORULUI	2 FLORI

Toate pensiunile se află în preajma mănăstirii Humorului, iar acest fapt ajută la atragerea multor turiști, fiind așezată într-un cadru natural de o rară frumusețe, cu priveliști încă sălbatice și pitorești.

ANEXA 17

Clasificarea obiectivelor religioase din România din

punct de vedere administrativ

I.Mitropolia Munteniei și Dobrogei				
1.Arhipescopia Bucureștilor				
Nr.crt.	Mănăstirea	Adresa/Acces/Anexe	Hram/Stareț	Viețuitori
1.1	Antim	Str. Antim, nr.29, București/Palatul Sfântului Sinod, Biblioteca, muzeu, expoziție	“Duminica Tuturor Sfinților”/ Arhimandrit Sofian Boghiu	15
1.2	Radu Vodă	Str. Radu Vodă, nr.24, București/Seminar Teologic al Arhiepiscopiei Bucureștilor	“Sf.Treime”	2
1.3	Plumbuita	Șos. Colentina, București/prima tipografie din bucurești în 1573, muzeu, Academia de Pictură bisericească și Patrimoniu	“Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul”/protosinghel Visarion Marinescu	10
1.4	Christiana	Șos. Pipera, nr.49, București	“Pogorârea Duhului Sfânt” și “Nașterea Maicii Domnului “/Benedicta Chirobocea	21
1.5	Cernica	Com. Cernica, jud. Ilfov/muzeu, bibliotecă, Seminar Teologic Monahal	“Sfântul Gheorghe”, la biserica mănăstirii, și “Sfântul Nicolae”, la biserica din insula Ostrov	65
1.6	Căldărușani	Com.Gruiu, jud. Ilfov/muzeu, Seminar Teologic	“Sfântul Dumitru”, la biserica mare, “Sfântul Evanghelist Ioan”, la biserica din cimitirul	30

			călugărilor, și “Sfântul Varvara” si “Duminica Tuturor Sfinților” la cimitirul pentru mireni/arhimandrit Laurentie Gâță	
1.7	Pasărea	Com. Brănești, jud. Ilfov/Seminar Teologic Monahal, colecție de artă veche bisericească	“Sfânta Treime”, la biserica mare si “Adormirea Maicii Domnului”, la biserica din cimitir/stavroforă Lucia Dumbravă	180
1.8	Sfântul Nicolae-Balamuci	sat. Sitaru, com.Grădiștea, jud. Ilfov	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Damian Bogdan	21
1.9	Țigănești	Com. Ciolpani, jud. Ilfov/atelierele de țesut și broderie ale Patriarhiei	“Adormirea Maicii Domnului”/Heruvima Timar	150
1.10	Samurcășești	Com. Ciorogârla, jud. Ilfov/colecție de artă, depozit de carte veche	“Sfânta Treime”, altarul din mijloc, “Adormirea Maicii Domnului”, altarul din dreapta, “Cuvioasa Parascheva”, altarul din stânga/Lucia Bostan	58
1.11	Snagov	Sat. Siliștea Snagovului, com. Gruiu, jud Ilfov/cel mai mare ansamblu mural dintr-o biserică sec.XVI	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”/protosinghel Emilian Poenaru	3
1.12	Crasna	Sat. Schiulești, com. Izvoarele, jud. Prahova	“Sfinții Împărați Constantin și Elena” la biserica veche, “Acoperământul Maicii Domnului” la biserica nouă/Nicodim Dimulescu	36
1.13	Ghighiu	Sat. Ghighiu,	“Izvorul Tămăduirii”/Pelaghia	50

		com.Bărăcănești, jud. Prahova	Tudor	
1.14	Sinaia	Sinaia, Jud Prahova/muzeu, atelier de sculptură în lemn	“Sfânta Treime”, la biserica mare, “Adormirea Maicii Domnului”, la biserica mică, “Schimbarea la Față”, la paraclis/Macarie Bogus	20
1.15	Înălțarea Sfintei Cruci	Bușteni, jud. Prahova, la poalele Muntelui Caraiman	“Buna-Vestire”, biserica are hramul “Adormirea Maicii Domnului”	3
1.16	Suzana	Sat.Mănăstirea Suzana, com.Măneciu, jud.Prahova/colecție muzeală cu icoane pe lemn și sticlă	“Sfântul Nicolae”, la biserica mare și “Acoperământul Maicii Domnului”, la biserica mică/stavrofora Singlitia Marin	62
1.17	Zamfira	Sat. Zamfira, com. Lipănești, jud. Prahova/colecție de obiecte bisericești	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului” și “Sfântul Nifon”/Iozefina Răduinea	40
1.18	Cheia	Sat. Cheia stațiunea Cheia, com. Măneciu, jud. Prahova 136 km București	“Sfânta Treime”, la biserica mare și “Adormirea Maicii Domnului”, la paraclis/Damian Toderiță	10
1.19	Pissiota	Com. Poenarii Burchii, jud. Prahova	“Naștera Maicii Domnului”/Mihaela Novacovschi	17
1.20	Sfântul Antonie	Sat. Mălăești, com.Dumbrăvești, jud. Prahova	“Sfântul Antonie”/Lazăr Nan	7
1.21	Turnu	Com.Târgșoru Vechi, jud. Prahova	“Sfântul Pantelimon”/Valentin Mățu	10
1.22	Comana	Com.Comana,	“Sfântul Nicolae”/Irineu	14

		jud. Giurgiu	Iurașcu	
1.23	Sfânta Maria-Techirghiol	Str. Ovidiu, nr.5, Techirghiol, jud. Constanța/bază de tratament	“Adormirea Maicii Domnului”/Semfora Gafton	45
2.Arhipescopia Tomisului				
2.1	Celic-Dere	Com. Frecăței, jud. Tulcea/colecție de artă veche bisericească	“Adormirea Maicii Domnului”/Melentina Popa	80
2.2	Cocoș	Com. Niculițel, jud. Tulcea/muzeu cu obiecte de artă religioasă	“Pogorârea Duhului Sfânt”/Protosinghel Andrei Tudor	32
2.3	Saon	Com. Niculițel, jud. Tulcea/gospodăria anexă a Arhiepiscopiei Tomisului	“Înălțarea Domnului”/Adriana Mierlușcă	33
2.4	Dervent	Com. Ostrov, satul Galița, jud. Constanța/vizitată de bolnavi pentru tămăduire	“Cuvioasa Parascheva”, Sf. Gheorghe” și “Izvorul Tămăduirii”	17
2.5	Peștera Sfântului Apostol Andrei	Com.Ion Corvin, Jud. Constanța	“Sfântul Andrei”/Neofit Oană	18
3.Arhipiscopia Târgoviștei				
3.1	Stelea	Str. Stelea nr. 6, Târgoviște, jud. Dâmbovița	“Învierea Domnului”/protosinghel Modest Zamfir	6
3.2	Dealul	Sat. Viforâta, com. Aninoasa, jud	“Sfântul Nicolae”, la biserica mare și “Acoperământul Maicii Domnului”, la paraclis/Eufrasia	35

		Dâmbovița/Depozit de carte veche, colecție de artă muzeală	Poiană	
3.3	Viforâta	Sat. Viforâta, com. Aninoasa, jud. Dâmbovița/colecție de obiecte de cult/casă sanatorială	“Sfântul Gheorghe”/arsenia Opriș	120
3.4	Peștera Ialomiței	lângă peștera Ialomiței Masivul Bucegi	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/Maxim Bădoiu	5
3.5	Bunea	Com. Vulcana-Băi, jud. Dâmbovița	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril”/Zosima Vlase	6
3.6	Nucet	Com. Nucet, jud. Dâmbovița	“Sfântul Gheorghe”/Veronica Cojocaru	6
3.7	Înălțarea Domnului- cota 1000	Com. Moroeni, jud. Dâmbovița	“Sfântul Ioan Hozevitul” și “Sfinții Arhangheli”/Melchisedec Dobre	5
3.8	Bâldana	Com. Tărtășești, jud. Dâmbovița	“Adormirea Maicii Domnului”/Calomfir Gruzea	5
4. Episcopia Argeșului și Muscelului				
4.1	Curtea de Argeș	Curtea de Argeș, str. Basarabilor 1, jud. Argeș/este scaun episcopal al Eparhiei Argeșului/muzeu cu obiecte de cult	“Adormirea Maicii Domnului”/ieromonah Epitrofan Roman	20
4.2	Văleni	Com. Sălătrucu, jud. Argeș/muzeu cu obiecte religioase	“Sfânta Treime”/Eleonora Papuc	40
4.3	Robaia	Com. Mușătești, jud. Argeș	“Sfântul Gheorghe”/Petronia Dobrescu	20
4.4	Trivale	Str. Trivale, Pitești,	“Sfânta Treime”/ieromonah	4

		jud. Argeș	Gherasim Nicuț	
4.5	Cetățuia	Com. Cetățuia, jud. Argeș	“Izvorul Tămăduirii”/Modest Ghinea	2
4.6	Ciocanu	Com. Bughea de Jos, jud. Argeș	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”/ieromonah Teofil Enache	15
4.7	Nămăești	Sat Nămăești, com. Valea Mare-Pravăț, jud. Argeș/colecție de carte veche românească/colecție de obiecte de artă feudală	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”/Ana Lucia Nedelea	40
4.8	Negru Vodă	Str. Negru Vodă, nr.64, Câmpulung, jud. Argeș	“Adormirea Maicii Domnului”/Vichentie Punguță	10
4.9	Slănic	Sat. Slănic com. Aninoasa, jud. Argeș/muzeu cu obiecte bisericești	“Nașterea Maicii Domnului”/arhimandrit Teofil Bădoiu	32
4.10	Glavacioc	Sat. Glavacioc, com. Ștefan cel Mare, jud. Argeș	“Buna-Vestire”/protosinghel Casian Crețu	4
4.11	Cotmeana	Sat. Cotmeana, com. Cotmeana, jud. Argeș	“Buna-Vestire”/protosinghel Ioasaf Boiciuc	5
4.12	Bascovele- Ursoaia	Sat Ursoaia, com. Cotmeana, jud. Argeș	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”/Cecilia Moldoveanu	5
4.13	Râncăcirov	Com. Călinești, jud. Argeș	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”/ieromonah Ioanichie Vacarciuc	5
4.14	Sfântul Calinic	Com. Călinești, jud. Argeș	-/Iorest Suma	8
4.15	Sfântul Prooroc Ilie- Paltinu	Com. Arfeu, jud. Argeș	“Sfântul Ilie”/Visarion Pristavu	3

4.16	Corbii de Piatră	Com. Corbi, jud. Argeș	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/ieromonah Ignatie Gorunescu	3
4.17	Sfântul Ioan Botezătorul-Antonești	Com. Corbeni, satul Slănic, jud. Argeș	“Sfântul Ioan Botezătorul”/ierodiacon Irineu Uță	2
4.18	Aninoasa	Sat. Slănic, com. Aninoasa, jud. Argeș	“Adormirea Maicii Domnului” mănăstirea se află în curs de organizare/ieromonah Clement Păunescu	
4.19	Vieroși	Orașul Colibași, jud. Argeș	“Intrarea Maicii Domnului în Biserică”/ieromonah Ioanichie Petrescu	-
4.20	Sf. Ioan-Ioanicești	Com. Poienarii de Argeș, jud. Argeș	“Sf. Ioan”/Carmen Marin	-
4.21	Sfânta Treime	Com. Ionești, jud. Argeș	-	-
5. Episcopia Buzăului				
5.1	Ciolanu	Com. Tisău, jud. Buzău/Seminar Teologic Monahal/colecție de obiecte de cult	“Sfântul Gheorghe”, la biserica mică și “Sfinții Apostoli Petru și Pavel”, la biserica mare/Paisie Fantaziu	25
5.2	Rătești	Com. Berca, satul Rătești, jud. Buzău/colecție de icoane, carte veche, obiecte de cult	“Sfânta Treime” și “Sfântul Dumitru”/Xenia Dumitru	106
5.3	Găvanu	Com. Mănzălești, jud. Buzău	“Adormirea Maicii Domnului”	5
5.4	Sfânta Treime	Sat Coțatcu, com. Podgoria, jud. Buzău	“Sfânta Treime”/Enea Emanuela	22
5.5	Barbu	Com. Tisău, jud. Buzău	“Sfinții Arhangheli”/Macrina	6

		la 27 km de Buzău	Munteanu	
5.6	Sihastru	Com. Homocea, sat Ploscuțeni, jud. Vrancea	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/Teodula Drăgușanu	50
5.7	Poiana Mărului	Sat Jitia de Jos, com. Jitia, jud. Vrancea	“Duminica Tuturor Sfinților”/Macarie Beșliu	5
5.8	Mușunoaiele	Com. Fitionești, jud. Vrancea lângă Panciu	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel Cleopa Nechita	6
5.9	Lepșa	Com. Tulnici, jud. Vrancea	“Nașterea Maicii Domnului”/Mihaela Clim	10
5.10	Cotești	Com. Cotești, jud. Vrancea	“Sfânta Treime”/Petronia Cantemir	17
5.11	Dălăuți	Com. Cârligele, jud. Vrancea	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril” și “Izvorul Tămăduirii”/Emilia Focșa	12
5.12	Recea	Com. Dumbrăveni, jud. Vrancea	“Nașterea Maicii Domnului” și “Sfântul Nicolae”/Olimpiada Chifane	11
5.13	Trotușanu	Com. Movilița, jud. Vrancea	“Sfântul Nicolae”/Antuza Voicu	10
5.14	Valea Neagră	Sat Vetrești-Herăstrău, com. Nistorești, jud. Vrancea	“Adormirea Maicii Domnului”/Melania Gândac	5
5.15	Vărzărești	Com. Urechești, jud Vrancea	“Adormirea Maicii Domnului”/Nicodim Bonzoc	5
5.16	Brazi	1 km sud-vest de orașul Panciu, jud. Vrancea	“Sfântul Gheorghe”/Iustina Angheluță	7
5.17	Rogoz	Com. Slobozia Bradului, jud. Vrancea	“Sfântul Ioan Botezătorul”/Serafima Pricope	20
5.18	Buluc	Com. Jariștea, jud. Vrancea	-/Gabriela Căruceru	10

6. Episcopia Dunării de Jos				
6.1	Adam	Sat Adam, com. Drăgușeni, jud. Galați	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel Mihai Narc	10
6.2	Sfinții Arhangheli	Str. Egalității, nr.6, jud. Galați	“Sfintii Arhangheli Mihail și Gavril”/arhimandrit Teofil Pandele	10
6.3	Buciumeni	Com. Buciumeni, jud. Galați/colecție de obiecte bisericesti și icoane vechi	“Sfânta Treime”/Macrina Humă	45
6.5	Vladimirești	Com. Tudor Vladimirescu, jud. Galați	“Adormirea Maicii Domnului”/stavroforă Veronica Gurău	160
6.6	Nașterea Maicii Domnului	Com. Cudalbi, jud. Galați	“Nașterea Maicii Domnului”/stavrofora Mariani Popa	29
6.7	Măxineni	Com. Măxineni, jud. Brăila	“Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul”/arhimandrit Simion Ovezea	5
6.7	Sfântul Mare Mucenic Pantelimon	Stațiunea Lacul Sărat, jud. Brăila	-/Pantelimona Carjos	5
6.8	Sfântul Nicolae	Sat Cărlomănești, jud. Galați	-	2
7. Episcopia Sloboziei și Călărașilor				
7.1	Sf.Voievozi- Slobozia	Str. Mănăstirii 1, Slobozia/muzeu de tricotaje și carte veche	“Sf.Voievozi Mihail și Gavril”/Irina Penea	14
7.2	Balaciu	Com. Balaciu, jud. Ialomița	“Adormirea Maicii Domnului”/Teofil Belea	6
7.3	Dridu	Com. Dridu, jud. Ialomița/atelier de pictură icoane	“Acoperământul Maicii Domnului”/Gabriela Haraga	-

7.4	Chiroiu	Chiroiu-Ungureni, com. Roșiori, jud. Ialomița	“Buna-Vestire”/Varvara Arnăutu	6
7.5	Hagieni	sat Hagieni, com. Mihail Kogălniceanu, jud. Ialomița	“Sf. Nicolae”	4
7.6	Radu Negru	9 km de Călărași, jud.Călărași	“Sf. Gheorghe”/Gherasim Noapteș	5
7.7	Libertatea	Sat Coslugeni, com. Dichiseni, jud.Călărași	“Sf. Treime”/Marina Necșulescu	4
7.8	Plătărești	Localitatea Plătărești, jud.Călărași	“Sf. Mercurie”/Mihaela Dumitrescu	2
8. Episcopia Alexandriei și Teleormanului				
8.1	Sfânta Treime	Com. Drăgănești- Vlașca, jud.Teleorman	“Sf. Treime”/Mitrodora Gligor	3
8.2	Sfântul Ioan Botezătorul	Com. Brânceni, jud.Teleorman	“Sfântul Ioan Botezătorul”/Teodora Doca	3
8.3	Sfântul Pantelimon	Com. Siliștea- Gumești, jud.Teleorman	“Sfântul Pantelimon”/Antonie Liță	15

II. Mitropolia Moldovei și Bucovinei				
1. Arhiepiscopia Iașilor				
1.1	Sfinții Trei Ierarhi	Str.Ștefan cel Mare și Sfânt, nr.28, Iași, jud. Iași/atelier de pictură/expoziții de artă religioasă	-/arhimandrit Clement Haralamb	8
1.2	Sfântul Nicolae Domnesc	Str. Anastasie Panu, nr.28, jud. Iași/mitropolitul Dosoftei a înfiinșat o tipografie în 1679	“Sfântul Nicolae”	-
1.3	Galata	Str. Mănăstirii, nr.4, jud. Iași/ateliere de broderie, croitorie pentru veșminte preotești, pictură	“Înălțarea Domnului”/Valentina Țugui	16
1.4	Golia	Str. Cuza Vodă, nr.51, Iași, jud.Iași/obiecte bisericesti vechi/radio trinitas, tipografia și editura Arhiepiscopiei Iașilor	“Înălțarea Domnului”/arhomandrit Vitalie Danciu	12
1.5	Cetățuia	Str. Cetățuia, nr.1, Iași, jud. Iași	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/Partenie Petric	27
1.6	Vlădiceni	Sat Vlădiceni, com. Tomești, jud. Iași	“Sfântul Ioan Teologul”/protosinghel Meletie Cicoară	10
1.7	Bucium	Str. Păun, nr.14, Iași, jud. Iași/atelier de tâmplărie	“Duminica Tuturor Sfinților”/protosinghel Ioachim Ceauș	19
1.8	Bârnova	Com. Bârnova, jud. Iași/atelier de pictură	“Sfântul Gheorghe”/Paisie Fundu	17
1.9	Brădiceși	Sat Brădiceși, com. Dolhești, jud.Iași	“Buna-Vestire”	2

1.10	Hlincea	Com. Ciurea, jud. Iași	“Sfântul Gheorghe”	11
1.11	Hadâmbu	Sat Schitul Hadâmbului, com. Mogoșești, jud. Iași	“Nașterea Maicii Domnului”/Nicodim Gheorghită	19
1.12	Dobrovăț	Com. Dobrovăț, jud. Iași	“Pogorârea Sfântului Duh”/Chesarie Codreanu	8
1.13	Piatra Sfântă Tărăța	Com. Bârnova, jud. Iași	“Adormirea Maicii Domnului” și “Buna- Vestire”/Cristofor Ruxandru	12
1.14	Lacuri	Com. Deleni, jud. Iași	“Sfântul Nicolae”/ieromonah Petroniu Andrei	4
1.15	Miclăușeni	Com. Butea, satul Miclăușeni, jud. Iași/sală de conferințe/muzeu	“Sfinții Voievozi”/Ecaterina Cămăruț	1
1.16	Stavnic	Sat Schitu Stavnic, com. Voinești, jud. Iași/ateliere de ceramică, cărămidărie, tâmplărie	“Sfântul Dumitru”/protosinghel amfian Ragoșcă	5
1.17	Șoldana	Sat Buhăeni, com. Andrieșeni, jud. Iași	“Sfinții Împărați”/ieromonah Valerian Ene	5
1.18	Agapia	Com. Agapia, jud. Neamț/seminar teologic pentru maici	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril” viețuitoare la Agapia Veche/Olimpiada Chiriac	-357 -52
1.19	Bistrița	Com. Viișoara, jud. Neamț/colecție de artă și obiecte de cult	“Adormirea Maicii Domnului “și “Izvorul Tămăduirii”/arhimandrit Ciprian Zaharia	51
1.20	Neamț	Sat Mănăstirea Neamț,	“Înălțarea Domnului”	60

		com. Vânători- Neamț, jud.Neamț/cea mai mare bibliotecă mănăstirească cu peste 18000 de volume, tipografia mitropolitană a Iașului, Seminar Teologic		
1.21	Sihăstria	Com. Vânători-Neamț, jud. Neamț	“Nașterea Maicii Domnului”/arhimandrit Victorin Oanele	140
1.22	Secu	Com. Vânători-Neamț, jud. Neamț/colecție de obiecte de patrimoniu	“Tăierea Capului Sfântului Ioan”/arhimandrit Vichente Amariei	68
1.23	Horaița	Com. Crăcăoani, jud. Neamț	“Botezul Domnului”/protosinghel Petroniu Marin	30
1.24	Durău	Com. Ceahlău, jud.Neamț/colecție de icoane, Centrul Cultural Pastoral	“Buna-Vestire”/stavroforă Raisa Lungu	35
1.25	Văratec	Com. Agapia, satul Văratec, jud.Neamț/ateliere de covoare și țesături	“Adormirea Maicii Domnului”/Onufria Nechifor	440
1.26	Sihăstria Tarcăului	Com.Tarcău, jud.Neamț	“Duminica Tuturor Sfinților”/ieromonah Calinic Crețu	18
1.27	Tazlău	Com. Talzău, jud.Neamț	-/protosinghel Spiridon Strugaru	12
1.28	Nechit	Com. Borlești, satul Nechit, jud.Neamț	“Schimbarea la Față”/arhimandrit Zenovie Ghidescu	16
1.29	Petru Vodă	Sat Petru Vodă, com. Poiana Teiului, jud.Neamț/azil de bătrâni,	“Sfinții Arhangheli”	75

		școală internat pentru copii		
1.30	Almaș	Com. Gârcina, jud. Neamț	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Laurentiu Niță	22
1.31	Pângărați	Com. Pângărați, jud. Neamț/stațiune de cercetări biologice	“Sfântul Dumitru” și “Sfinții români”/protosinghel Teofil Lefter	31
1.32	Bisericiani	Com. Viișoara, jud. Neamț	“Buna-Vestire”/protosinghel Serafim Mihali	12
1.33	Războieni	Com. Războieni, jud. Neamț	“Sfinții Arhangheli”/stavrofora Acachia Căuș	30
1.34	De pe Muntele Ceahlău	-	“Schimbarea la Față” și “Ștefan cel Mare și Sfânt”/ieromonah Antim Bozoancă	7
1.35	Cetatea Dăgâța	Com. Dăgâța, jud. Iași	“Pogorârea Duhului Sfânt”/ieromonah Lucian Gavril	3
1.36	Sfânta Treime	Com. Frumușica, jud. Botoșani	“Sfânta Treime”/protosinghel Isidor Bucătaru	8
1.37	Sfântul Nicolae-Popăuți	Str. Ștefan cel Mare, nr.33, Botoșani, jud. Botoșani	“Sfântul Nicolae”/protosinghel Luca Diaconu	14
1.38	Vorona	Com. Vorona, jud. Botoșani/colecție de obiecte bisericesti, depozit de icoane și carte veche bisericască a județului Botoșani	“Nașterea Maicii Domnului”/stavrofora Teofana Scânteie	57
1.39	Agafon	Com. Curtești,	“Pogorârea Duhului	40

		jud. Botoșani	Sfânt*/stavrofora Ambrozia Hitriuc	
1.40	Gorovei	Sat Gorovei, com. Văcuțești, jud. Botoșani	“Sfântul Ioan Botezătorul”/Teofil Timișag	9
1.41	Cozancea	Com. Sulița, jud. Botoșani	“Adormirea Maicii Domnului”/ieromonah Vasian Melencu	9
1.42	Eroii Neamului	Com. Durnești, jud. Botoșani	“Sfânta Treime”/Teodora Voloșenco	14
1.43	Sfinții Voievozi-Zosin	Com. Bălușeni, jud. Botoșani	-/ieromonah Teodosie Pleșca	8
1.44	Sfântul Nicolae-Coșula	Sat Coșula, com. Copălău, jud. Botoșani	-/protosinghel Calinic Chervasie	9
2.Arhipiscopia Suceviei și Rădăuților				
2.1	Putna	Com. Putna, jud. Suceava/cel mai mare muzeu monastic din țară	“Adormirea Maicii Domnului”/arhimandrit Melchisedec Velnic	47
2.2	Dragomirna	Com. Mitocu Dragomirnei, jud. Suceava/muzeu, colecție de obiecte de artă bisericească	“Pogorârea Duhului Sfânt”/stavrofora Meletina Buganu	61
2.3	Sfântul Ioan cel Nou	Str. Ioan Vodă-Viteazul, nr.2, Suceava, Jud. Suceava/depozit de carte veche românească	“Sfântul Gheorghe”/arhimandrit Vartolomeu Chira	8
2.4	Slatina	Com. Slatina, jud. Suceava/muzeu cu colecții de manuscrise și icoane	“Schimbarea la Față”	45
2.5	Sucevița	Com. Sucevița, jud. Suceava/muzeu, depozit de icoane	“Învierea Domnului”/stavrofora Adriana Cojocar	46

2.6	Râșca	Com. Râșca, jud. Suceava	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Mihail Bălan	30
2.7	Rarău	Sat Chiril, com Crucea, jud. Suceava	“Sfântul Ioan Bogoslovul”/protosinghel Veniamin Băican	10
2.8	Moldovița	Com.Vatra Moldoviței, jud. Suceava/muzeu cu obiecte valoroase, Mărul de Aur distincție acordată de Federația Internațională a Scriitorilor și Jurnliștilor din Turism pentru monumentele cu pictură exterioară din Bucovina	“Buna-Vestire”/stavrofora Benedicta Tatulici	28
2.9	Voroneț	Com. Voroneț/monument UNESCO celebru pentru pictura exterioară cunoscută ca ”albastru de Voroneț”	“Sfântul Gheorghe”/stavrofora Irina Pântescu	18
2.10	Humor	Com. Mănăstirea Humorului, jud. Suceava, monument UNESCO	“Adormirea Maicii Domnului”/stavrofora Parascheva Sorohan	40
2.11	Probotă	Sat Probotă, com. Dolhasca, jud. Suceava/monument UNESCO	“Sfântul Nicolae”/stavrofora Mariana Țurcanu	12
2.12	Bogdana	Str. Bogdan Vodă, nr.6, Rădăuți, jud. Suceava/necropolă mușatină, ferecături de carte	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Iustin Dragomir	26
2.13	Poiana Sihăstriei	Câmpulung Moldovenesc	“Înălțarea Domnului”/arhimandrit	9

			Ilarion Neagoe	
2.14	Teodorenii	Str. Ecaterina Teodoroiu, nr.16, Suceava, jud. Suceava	“Înălțarea Domnului”/stavrofora Nimfodora Utale	15
2.15	Cămârzani	Com. Vadu Moldovei, jud. Suceava	“Sfântul Gheorghe”/Maria Diac	25
2.16	Podu Coșnei	Com. Dorna Candrenilor, jud. Suceava	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/protosinghel Xenofon Grapa	3
2.17	Slătioara	Com. Râșca, jud. Suceava	-pr. V. Bostan	-
2.18	Buciumeni	Fălticeni, jud. Suceava	“Sfântul Gheorghe”/Maria Mălăiescu	-
2.19	Peștele	Com. Broșteni, jud. Suceava	-/ieromonah Ioan Floarea	-
2.20	Bogdănești	Jud. Suceava	-	-
2.21	Mestecăniș	Com. Iacobi, jud. Suceava	“Sf. Pantelimon”/Andrei Ionesi	-
3.Episcopia Romanului				
3.1	Bogdana	Com. Ștefan cel Mare, jud. Bacău	“Sfânta Treime”/Cristofora Hîrjoabă	40
3.2	Măgura Ocnei	Târgu Ocna, jud. Bacău	“Înălțarea Domnului”/Paraschiva Bîgu	47
3.3	Runc	Buhuși, jud. Bacău	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril”/arhimandrit Emilian Panait	40
3.4	Sfântul Sava	Sat. Buda, com. Poduri, jud. Bacău	“Schimbarea la Față”/Veniamin Iftime	20
3.5	Înălțarea Domnului- Strigoi	Sat Bolătău, com. Zemeș, jud. Bacău	“Înălțarea Domnului”/Emilian Ciobanu	6
3.6	Ciolpani	Buhuși, jud. Bacău/ateliere specifice vieții monahale	“Sfântul Emilian”/Lucia Chirvase	75

3.7	Tisa-Silvestri	Com. Secuieni, jud. Bacău	“Adormirea Maicii Domnului”/Teoctista Ungureanu	5
3.8	Parincea	Sat Satu Mare, com.Parnicea, jud. Bacău	“Sfântul Nicolae”/Evlampia Corciu	15
3.9	Cotumba	Sat Cotumba, com Agăș, jud. Bacău	“Pogorârea Duhului Sfânt”/Mihaela Sandu	7
3.10	Sfântul Cuvios Antipa de la Calapodești	Sat Calapodești, com. Dealu Morii, jud. Bacău	-/Gheorghe Dinga	4
3.11	Sfinții Apostoli Petru și Pavel	Sat Mâlosu, com Lipova, jud. Bacău	-/Ghenadie Dincă	3
3.12	Pogleț	Com. Corbasca, jud. Bacău	“Buna- Vestire”/Luciana Afloarei	5
3.13	Băimac	Sat Băimac, com. Izvorul Berheciului, jud. Bacău	“Intrarea Maicii Domnului în Biserică”/Justiniana Condurache	6
3.14	Giurgeni	Com. Giurgeni, jud. Neamț	“Nașterea Maicii Domnului”/protosinghel Antonie Jeflea	5
3.15	Ștefan cel Mare și Sfânt	Loc.Slănic Moldova, jud. Bacău	-/protosinghel Daniel Leonte	-
4. Episcopia Hușilor				
4.1	Sfinții Apostoli Petru și Pavel	Orașul Huși, Jud. Vaslui/reședința Episcopiei Hușilor	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”	10
4.2	Grajdeni	Sat Grăjdeni, com. Grivița, jud. Vaslui	“Sfânta Treime”/Irina Moaleș	25
4.3	Mălinești	Com. Gârceni, jud. Vaslui	“Adormirea Maicii Domnului”/Filip Mercaș	7
4.4	Bujoreni	Com. Zorleni, jud. Vaslui	“Izvorul Tămăduirii și Adormirea Maicii Domnului”/ieromonah	15

			Luchian Niculeț	
4.5	Pârvești	Com. Costești, jud. Vaslui	“Sfântul Nicolae”/Antonia Bălău	7
4.6	Fâstâci	Com. Delești, jud. Vaslui	“Sfântul Nicolae”/Parascheva Chelaru	10
4.7	Ștefan cel Mare și Sfânt	Co. Codăești, jud. Vaslui	“Sfântul Apostol Andrei”/Andreea Scutăreanu	17
4.8	Sfinții Împărați	Com. Miclești, jud. Vaslui	“Sfinții Împărați Constantin și Elena”/arhimandrit Ștefan Gușă	15
4.9	Sfânta Treime	Com. Tanacu, jud Vaslui	“Sfânta Treime”	5
4.10	Moreni	Com. Deleni, jud. Vaslui	“Adormirea Maicii Domnului”/Gabriela Duduman	40
4.11	Florești	Com. Poienești, jud. Vaslui	“Sfântul Ilie”/Dorina Albu	20
4.12	Rafaila	Sat Rafaila, com Todirești, jud. Vaslui	-/Vichentie Lupu	8
4.13	Schimbarea la Față	Cartierul Dobrina, Huși, jud. Vaslui	“Schimbarea la Față”/Manuela Ciobanu	7
4.14	Dimitrie Cantemir	Sat Grumezoaia, jud. Vaslui	“Sfântul Dumitru”/ieromonahul Silvestru Bodnar	5

III. Mitropolia Ardealului				
1. Arhiepiscopia Sibiului				
1.1	Brâncoveanu	Sat Sâmbăta de Sus, Com. Voila, jud. Brașov/școală și colecție de icoane pe sticlă, Centru Ecumenic	“Adormirea Maicii Domnului” și “Izvorul Tămăduirii”/arhimandrit Ilarion Urs	40
1.2	Bucium	Sat Bucium, com Sinca, jud. Brașov	“Schimbarea la Față”/Sava Lazia	5
1.3	Dejani	Sat Dejani, com. Recea, jud. Brașov	“Acoperământul Maicii Domnului”/ieromonah Gherontie Negură	2
1.4	Bunești	Com. Bunești, jud. Brașov	“Sfântul Gheorghe”/stavrofora Filofteia Potcoavă	16
1.5	Berivoii Mari	Sat Berivoi, com. Recea, jud. Brașov	“Sfântul Apostol Andrei”/Toma Iosif	3
1.6	Predeal	Predeal, jud. Brașov/școală de pictură și broderie	“Nașterea Maicii Domnului”	6
1.7	Boholț-Făget	Bolhoț, com. Beclean, jud. Brașov	“Nașterea Maicii Domnului”/Iuliana Hulpan	7
1.8	Cârțișoara	Com. Cârțișoara, Jud. Sibiu	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/Filofteia Papacioc	6
1.9	Sfânta Treime	Com. Orlat, jud. Sibiu	“Sfânta Treime”	-
1.20	Acoperământul Maicii Domnului	Com. Jina, jud. Sibiu	-/Achim Sofronie	3
2. Arhiepiscopia Vadului, Feleacului și Clujului				
2.1	Adormirea Maicii Domnului-Nicula	Sat Nicula, com. Fizeșu Gherli, jud. Cluj/centru de pictură icoane pe sticlă/depozit de carte veche/muzeu	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel Dumitru Cobzaru	30

2.2	Sf. Treime- Feleacu	Com. Feleac, jud. Cluj/puternic centru de cultură	“Sfânta Treime”/protosinghel Alexandru Ghent	3
2.3	Înălțarea Sfintei Cruci-Cășiel- Strâmbu	Com. Chiuiești, jud. Cluj	“Înălțarea Sfintei Cruci”/Varvara Georgiu	18
2.4	Sfântul Ilie- Băișoara	Com. Băișoara, jud. Cluj	“Sfântul Prooroc Ilie”/ieromonah Emanuel Scarlat	3
2.5	Nașterea Maicii Domnului-Ciucea	Com. Ciucea, jud. Cluj/muzeu memorial Octavian Goga	-/Inocenția Filip	7
2.6	Cuviosul Ioan Iacob Românul- Piatra Craiului	Sat Bucea, com. Ciucea, jud. Cluj	-/ieromonahul Spiridon Brumă	11
2.7	Înălțarea Domnului	Com. Măguri- Răcătău, jud. Cluj	-/ieromonah Gherman Mitoi	3
2.8	Sfânta Treime	Sat Sopor de Câmpie, com. Frata, jud. Cluj	-/ieromonah Irineu Paneș	7
2.9	Acoperământul Maicii Domnului	Com. Florești, jud. Cluj	“Acoperământul Maicii Domnului”/Teodora Câmpean	10
2.10	Sfântul Ilie- Nușeni	Com. Nușeni, jud. Bistrița-Năsăud	“Sfântul Ilie”/Gherontie Maxim	4
2.11	Sfinții Apostoli Petru și Pavel- Rebra-Parva	Între com. Rebra și Parva, jud. Bistrița- Năsăud	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/protosinghel Paisie Iloaie	40
2.12	Nașterea Maicii Domnului	Sat Piatra Fântânele, com. Tiha Bârgăului, jud. Bistrița- Năsăud	“Nașterea Maicii Domnului”/Pamfilia Solcanu	12
2.13	Schimbarea la Față	Com. Ilva, jud. Bistrița Năsăud	“Schimbarea la Față”	-
2.14	Sfântul Luca Evangelistul-	Sat Dobric, com. Căianu Mic, jud. Bistrița-	-/Veronica Coțofană	9

	Dobric	Năsăud		
2.15	Izvorul Tămăduirii- Salva	Com. Salva, jud. Bistrița- Năsăud	-/Emanuela Moisă	15
2.16	Buna- Vestire Cormaia	Com. Cormaia, pe Valea Pleșii, la 5 km de Sângeorz- Băi, jud. Bistrița- Năsăud	-/Ecaterina Ghiran	8
2.17	Sfântul Ioan Valahul- Bichigiu	Sat Bichigiu, com. Coșbuc, jud. Bistrița- Năsăud	-/ieromonah Dometie Dan	3
2.18	Schimbarea la Față	Sat Petreștii de Sus, com Petreștii de Jos, jud. Cluj	“Schimbarea la Față”/ieromonah Teofil Popescu	4
3. Arhiepiscopia Alba- Iulia				
3.1	Râmeț	Com- Râmeț, jud. Alba/muzeu/colecție de carte veche	“Izvorul Tămăduirii”, “Nașterea Maicii Domnului” și “Sf. Nicolae”, la biserica de parohie “Adormirea Maicii Domnului” și “Sfinții Apostoli Petru și Pavel”, la biserica nouă/Ierusalima Ghibu	95
3.2	Afteia	Com. Săliștea, jud. Alba	“Sfinții Împărați Constantin și Elena”/protosinghel Ioan Paven	12
3.3	Lupșa	Com. Lupșa, jud. Alba	“Înălțarea Sfintei Cruci”/Melchisedec Ungureanu	17
3.4	Oașa	Com. Șugag, jud. Alba	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel	16

			Andrei Barbu	
3.5	Sfântul Ioan Botezătorul	Com Valea Popii-Micești, jud. Alba/editura revistei Epifania	-/protosinghel Ioan Cojanu	6
3.6	Muncel	Sat Muncel, com. Baia de Arieș, jud. Alba	“Acoperământul Maicii Domnului”, “Martirii Neamului”/Filofteia Ionescu	25
3.7	Sfântul Dimitrie, Izvorătorul de Mir	Sat Dumbrava, com. Unirea, jud. Alba	-	7
3.8	Sfântul Ioan Botezătorul	Sat Strungari, com. Pianu, jud. Alba	-/Maria Vonica	25
3.9	Măgina	Com. Măgina, jud. Alba	“Sfânta Treime”/ieromonah Rafail Chira	4
3.10	Acoperământul Miicii Domnului- Tăuni	Sat Tăuni, com, Valea Lungă, jud. Alba	-	2
3.11	Rimetea	Com. Rimetea, jud. Alba	“Sfinții Arhangheli”	20
3.12	Negraia-Pătrângenii	Zlatna, jud. Alba	“Buna- Vestire”	2
3.13	Sf. Ilie- Albac-Câmpuri	La hotarul localităților Aslbac și Horea, jud. Alba	-/Dimitrie Ignat	3
3.14	Sfânta Treime	Com. Fărău, jud. Alba	-/Petru Uleşan	-
3.15	Obârșiei	Sat Secășel, com. Ohaba, jud. Alba	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril”/Valentin Stejar	-
3.16	Recea	Sat Recea, com. Unghieni, jud. Mureș/atelier de confecționat veșminte	“Nașterea Maicii Domnului”/Cristina Chiciernea	25

3.17	Sânmartinu	Com. Râciu, jud. Mureș	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel Teodul Libeg	5
3.18	Socolul de câmpie	Com. Cozma, jud. Mureș	“Tăierea Capului Sfântului Ioan Botezătorul”	5
3.19	Sfântul Dumitru Izvorătorul de Mir	Aurel- Vlaci 3-4 km de Sighișoara	-	7
3.20	Lăpușna	Com. Gurghiu, jud. Mureș	“Sfântul Nicolae”	4
3.21	Sfântul Ilie	Sat Cipăieni, com. Sânger, jud. Mureș	-	4
3.22	Jacu Român	Sat Jacu, com. Albești, O.P. Fântânele, jud. Mureș, la 48 km de Sighișoara și 47 km de Târgu Mureș	-	5
3.23	Cașava	Com. Gurghiu, jud. Mureș	“Duminica Tuturor Sfinților”	2
3.24	Nima Râciului	Com. Râciu, jud. Mureș	-	-
4. Episcopia Maramureșului și Sătmarului				
4.1	Bixad	Com. Bixad, jud. Satu Mare	“Sfinții Apostoli Petru și Pavel”/Emanuel Rus	11
4.2	Prilog	Sat Prilog, com. Orașul Nou, jud. Satu Mare	“Schimbarea la Față”	5
4.3	Scărișoara Nouă	Sat Scărișoara Nouă, com. Pișcolt, jud. Satu Mare	“Sfântul Ioan Botezătorul”/Teofil Pop	4
4.4	Izvorul Tămăduirii	Sat Măriuş, com. Valea Vinului, jud. Satu Mare,	-/ieromonah Gherontie Nergheș	5
4.5	Acoperământul	Sat Lunca Apei,	-/Antonia Țineghe	4

	Maicii Domnului	com. Apa, jud. Satu Mare		
4.6	Nașterea Maicii Domnului- Țeghea	Sat Țeghea, com. Craidorolț, jud. Satu Mare/ateliere de pictură, broderie și croitorie	“Nașterea Maicii Domnului”/Emanuela Mateiu	12
4.7	Rohia	Sat Rohia, Târgu Lăpuș, jud. Maramureș/biblioteca cu 40000 de volume, muzeu de icoane	“Adormirea Maicii Domnului”/Justin Hodea Sigheteanul	30
4.8	Moisei	Com. Moisei, jud. Maramureș/școală de pictură	“Adormirea Maicii Domnului”/exarh Ioan Horea	5
4.9	Dragomirești	Com. Dragomirești, jud. Maramureș	“Sfântul Ilie”/protosinghel Sofronie Perta	4
4.10	Înălțarea Sfintei Cruci	Sat Dumbrava, jud. Maramureș	-	3
4.11	Sfânta Treime	Com. Suci de Sus- Breaza, jud. Maramureș	-/Antonia Tineghea	8
4.12	Habra	Lângă Baia Mare, jud. Maramureș	“Învierea Domnului”/Rafaela Călini	5
4.13	Rohiița	Sat Boiereni, jud. Maramureș	“Acoperământul Maicii Domnului”/ieromonah Vasile Filip	7
4.14	Sfântul Ilie	Com. Dealu Mare, jud. Maramureș	-/Paisie Cosma	3
4.15	Bârsana	Com. Bârsana, jud. Maramureș/casă episcopală foarte frumoasă	“Soborul celor 12 Apostoli”/Filofteia	-
4.16	Nașterea Maicii Domnului	Sat Văleni, com. Călinești, jud. Maramureș	-/Augustin Hotovoi	5

4.17	Nașterea Maicii Domnului	Protopopiatul Lăpuș, jud. Maramureș	-/Magdalena Drăguș	9
4.18	Sfinții Împărați Constantin și Elena	Com. Budești, jud. Maramureș	-/Vichentie Lazăr	2
4.19	Sfântul Iosif Mărturisitorul	Com. Săpânța, jud. Maramureș	-	-
5. Episcopia Oradei				
5.1	Izbuc	Sat Călugăreni, jud. Bihor	“Adormirea Maicii Domnului”, la biserica mare si “Izvorul Tămăduirii”, la bisericuța de lemn/Arsenie Boariu	8
5.2	Sfânta Cruce	Str. Făcliei, nr.24 A, Oradea, jud. Bihor	“Cuvioasa Parascheva”/Mina Bădilă	40
5.3	Sfinții Apostoli Petru și Pavel	Stațiunea climaterică Stâna de Vale, protopopiatul Beiuș, jud. Bihor	-/ieromonah Macarie Feraru	7
5.4	Voievozi	Com. Popești, jud. Bihor	-	7
5.5	Buna- Vestire	Cartierul Episcopia Bihor, Oradea, jud. Bihor	-	3
5.6	Strâmba	Satul Păduriș, com. Hida, jud. Sălaj/cel mai important monument din județul Sălaj	“Adormirea Maicii Domnului”/protosinghel Grichentie Oțlea	6
5.7	Bălan	Com. Bălan, jud. Sălaj	-/Laurențiu Iordache	-
5.8	Nașterea Maicii Domnului- Bic	Șimleu Silvaniei, jud. Sălaj	-/Marina Lupău	11
5.9	Sfânta Maria	Com. Rus, jud. Sălaj	-	-

6. Episcopia Covasnei și Harghitei				
6.1	Toplița	Orașul Toplița, jud. Harghita/muzeu, colecție de obiecte de artă, colecție de carte rară	“Sfântul Ilie”/arhimandrit Mihail Goia	14
6.2	Doamnei- Moglănești	Toplița, loc. Component Moglănești	“Nașterea Maicii Domnului”și “Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”	5
6.3	Făgețel	Sat Făgețel, com. Frumoasa, jud. Harghita/se organizează cursuri de spiritualitate	“Sf. Treime”/protosinghel Andrei Moldovan	10
6.4	Mărcuș	Sat Mărcuș, com. Dobârlău, jud. Covasna	“Sfinții Români”/Serafima Comșa	6
6.5	Izvoru Mureș	Sat Izvoru Mureș, com. Voșlobeni, jud. Harghita	“Adormirea Maicii Domnului”/Miriam Oprea	-
6.6	Sfântul Nicolae	Str. Patriarhul Miron Cristea, nr.5, Miercurea Ciuc, jud. Harghita/ateliere de pictură pe sticlă și broderie bisericească	-	-
6.7	Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul	Com. Valea Mare, jud. Covasna	“Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul”/protosinghel Gheorghe Avram	-
6.8	Schimbarea la Față	Sita Buzăului, jud. Covasna	-	-

IV. Mitropolia Olteniei**1. Arhiepiscopia Craiovei**

1.1	Coșuna Bucovățu Vechi	Cartierul Mofleni, Craiova, jud. Dolj/colecții de cronici și pisanii, Seminarul Teologic al Arhiepiscopiei Craiovei	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Vasile Prescure	2
1.2	Jitianu	Sat Braniște, com. Podari, jud. Dolj/colecție de artă bisericească,	“Sfântul Dumitru” și “Sfântul Ilie”/protosinghel Macarie Oglice	6
1.3	Maglavit	Com. Maglavit, jud. Dolj	“Izvorul Tămăduirii” și “Nașterea Maicii Domnului”/protosinghel Vladimir Dărângă	4
1.4	Sadova	Com. Sadova, jud. Dolj	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Policarp Sidor	5
1.5	Cârcea	Sat Cârcea, com.Coșoveni, jud. Dolj	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului” și “Sfântul Antonie cel Mare”/Antonia Cîrstofir	15
1.6	Crasna	Com Crasna, jud. Gorj	“Sfântul Nicolae”/ieromonah Nifon Aftanache	8
1.7	Lainici	Loc. Lainici, jud. Gorj/colecție de artă, obiecte bisericești și carte veche	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului” și “Izvorul Tămăduirii” la biserica nouă/arhimandrit Ioachim Pîrvulescu	32
1.8	Locurele	Loc. Lainici, jud. Gorj	-/Gherasim Rotaru	2

1.9	Polovragi	Com. Polovragi, jud. Gorj/colecție muzeală, depozit de carte veche	“Adormirea Maicii Domnului”/Evghenia Vaida	25
1.10	Sfânta Treime	Sat Strâmba- Jiu, com. Turceni, jud. Gorj	“Sfânta Treime”/Mariana Gligor	40
1.11	Tismana	Com. Tismana, jud. Gorj/colecție muzeală, ateliere de croitorie și pictură	“Adormirea Maicii Domnului”/Ierusalima Gligor	55
1.12	Logrești	Sat Târgu Logrești, com. Logrești, jud. Gorj	“Sfinții Ioachim și Ana”/Fevronia Nuță	25
1.13	Dealul Mare	Com. Borăscu, jud. Gorj,	“Adormirea Maicii Domnului”/Pamfilia Pascu	8
1.14	Gura Motrului	Com. Butoiești, jud. Mehedinți/colecție de icoane pe lemn, carte veche și obiecte de cult	“Cuvioasa Parascheva”/Casian Dinescu	8
1.15	Topolnița	Com. Izvoru Bârzii, jud. Mehedinți	“Tăierea Capului Sfântului Ioan Botezătorul”/ieromonah Pavel Nicolăescu	12
1.16	Vodița	Vârciorovaa, Drobeta-Turnu Severin, jud. Mehedinți	“Sfântul Antonie cel Mare”/protosinghel Nicodim Nicolăescu	5
1.17	Sfânta Ana	Str. Panfil Șeicaru nr.6, Orșova, jud. Mehedinți	“Sfânta Ana”/Iustina Popovici	26
1.18	Strehaia	Strehaia, jud. Mehedinți	“Sfânta Treime”/Ioan Popa	3
1.19	Duminica Tuturor Sfinților	-	-/Aglaida Croicu	-
1.20	Sfântul Dumitru Izvorătorul de Mir	-	-/protosinghel Gurie Georgiu	-

1.21	Acoperământul Maicii Domnului și Sfântul Mucenic Gheorghe –la via Prisaca	-	-/protosinghel Inocențiu Porumbelu	-
1.22	Sfântul Ierarh Calinic Cernicanul	Sat Popânzălești, com. Drăgotești, jud. Dolj	-/Fanurie Chiriță	8
1.23	Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril și Schimbarea La Față	Com. Tismana, jud. Gorj	-	-
1.24	Cămărășeasca	Târgu Cărbunești, jud. Gorj	“Tăierea Capului Sfântului Ioan Botezătorul”/Cristofora Drăghici	6
1.25	Vișina	Com.Bumbești- Jiu, jud. Gorj	“Sfânta Treime”/arhimandrit Melchisedec Suparschi	12
1.26	Marconia	Cazanele Dunării, ține de com. Dubova, jud. Mehedinți	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril” și “Sfânta Treime”	-
1.27	Icoana	Sat Cărpiniș, com. Crasna, jud. Gorj	“Sfântul Ioan Botezătorul”/Rafaela Mirchin	3
2. Episcopia Râmnicului				
2.1	Arnota	Com. Costești, jud. Vâlcea/important monument istoric și de artă religioasă	“Sfinții Arhangheli Mihaail și Gavril”	12
2.2	Bistrița	Sat Bistrița, com.Costești, jud. Vâlcea/tiparniță, legătorie de cărți	“Adormirea Maicii Domnului”/Mihaela Tamaș	50

2.3	Cornetu	Sat Călinești, Brezoi, jud. Vâlcea	“Tăierea Capului Sfântului Ioan Botezătorul”/arhimandrit Mina Stan	4
2.4	Cozia	-muzeu cu obiecte de podoabă și cult	“Sfânta Treime”	30
2.5	Dintr-un Lemn	Com. Frâncești, jud Vâlcea/muzeu	“Nașterea Maicii Domnului”/Emanuela Oprea	50
2.6	Frăsinei	Com. Muereasca, jud. Vâlcea	“Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul” la biserica veche, “Adormirea Maicii Domnului”, la biserica nouă/arhimandrit Neonil Ștefan	58
2.7	Govora	Sat Govora, com. Mihăiești, jud. Vâlcea/tiparniță, tipografie	“Adormirea Maicii Domnului”/Heruvima Covaci	20
2.8	Hurez	Horezu, jud. Vâlcea/colecție de obiecte de artă, bibliotecă	“Sfinții Împărați Constantin și Elena”/Pavelina Gagea	60
2.9	Stănișoara	Călimănești, jud. Vâlcea	“Sfântul Gheorghe”/Laurențiu Popa	15
2.10	Surpatele	Sat Surpatele, com. Frâncești, jud. Vâlcea/colecție muzeală	“Sfânta Treime”/Tecla Bădescu	15
2.11	Turnu	Călimănești, jud. Vâlcea	“Intrarea în Biserică a Maicii Domnului”, la biserica veche, și “Schimbarea la Față”/Ioanichie Trifa	20
2.12	Brâncoveni	Com. Brâncoveni, jud. Olt	“Sfântul Nicolae”/Eufrosina Stanciu	70

2.13	Călui	Sat Călui, com. Oboga, jud. Olt	“Sfântul Nicolae”/arhimandrit Corneliu Miroslov	5
2.14	Clocociov	Cartierul Clocociov, Slatina., jud. Olt/atelier de tricatat	“Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril”/Iulia Băgăcean	37
2.15	Măinești	Balș, jud. Olt	"Acoperământul Maicii Domnului” și “Sfinții Arhangheli”/Elena Velicu	9
V.Mitropolia Banatului				
1.Arhiepiscopia Timișoarei				
1.1	Timișeni	Com. Șag, jud. Timiș/ateliere de croitorie, tricotaje, covoare, pictură	“Tăierea Capului Sfântului Ioan Botezătorul”/Casiana Șimon	50
1.2	Izvorul Miron	Sat Românești, com. Tomești, jud. Timiș/colecție de artă veche bisericească	“Sfântul Ilie”/protosinghel Constantin Timiș	8
1.3	Săraca	Sat Șemlacu Mic, com. Gătaia, jud. Timiș	“Schimbarea la Față”/Constantin Vântu	9
1.4	Cebza	Sat Cebza, com. Ciacova, jud. Timiș	“Înălțarea Sfintei Cruci”/Meletina Lazăr	2
2. Episcopia Aradului				
2.1	Arad- Gai	Cartierul Gai, Arad, jud. Arad/muzeu	“Sfântul Simeon Stâlpnicul”/Ieroteia Avram	25
2.2	Hodoș-Bodrog	Com. Felnac, jud. Arad/colecție de icoane, cărți vechi și obiecte de patrimoniu	“Intrarea Maicii Domnului în Biserică”/Iovan Nestor	30
2.3	Feredeu	Com. Siria, jud. Arad	“Sfântul Gheorghe”/Iarion Tăucean	8
2.4	Prislop	Sat Silvașu de Sus,	“ Sfântul Ioan	-

		Hațeg, jud. Hunedoara/Seminar Teologic Monahal	Evangelistul”/Pavelida Munteanu	
2.5	Crișan Vaca	Sat Crișan, com. Ribîța, jud.Hunedoara	“Nașterea Maicii Domnului”/protosinghel Visarion Neag	23
3. Episcopia Caransebeșului				
3.1	Bocșa-Vasiova	Str. Dognecei, nr.27, Bocșa, jud. Caraș-Severin /colecție de carte veche, muzeu, atelier de croitorie și broderie	“Sfântul Ilie”/Filofteia Nistor	5
3.2	Călugăra	Ciclova Montană, jud. Caraș-Severin	“Acoperământul Maicii Domnului”/Casian Onița	
3.3	Nera	Com. Sasca Montana, jud. Caraș-Severin	“Sfânta Treime” și “Cuvioasa Parascheva”/Siluana Petre	8
3.4	Almăj-Putna	Sat Putna, com Prigor, jud. Caraș-Severin	“Schimbarea la Față”/Sava Gana	
3.5	Brebu	Com.Brebu, jud. Caraș-Severin	“Acoperământul Maicii Domnului”/Sofronia Crâșmar	

Așezăminte monahale ale minorităților

Eparhia Armeană

Mănăstirea Zamca

Hram: Sfântul Auxentie

Mănăstirea Hagigadar

Hram: Adormirea Maicii Domnului

Adresa: com. Șcheia, jud. Suceava

Vicariatul ortodox sârb

Mânăstirea Bezdin

Hram: Adormirea Maicii Domnului

Adresa: sat Munar, com. Secusigiu, jud. Arad

Mânăstirea Sfântul Gheorghe

Hram: Sfântul Gheorghe

Adresa: sat Birda, com. Gătaia, jud. Timiș

Mânăstirea Baziaș

Hram: Schimbarea la Față

Adresa: sat Baziaș, com. Socol, jud. Caraș-Severin

Mânăstirea Zlatița

Hram: Sfântul Sava

Adresa: sat Zlatița, com. Socol, jud. Caraș-Severin

Mânăstirea Cusici

Hram: Soborul Sfinților sârbi

Adresa: sat Zlatița, com. Socol, jud. Caraș-Severin

Vicariatul ortodox ucrainean

Mânăstirea Rona de Sus

Hram: Adormirea Maicii Domnului

Adresa: com. Rona de Sus, jud. Maramureș

Cultul creștin de rit vechi

Mânăstirea Vovidenia

Hram: Intrarea Maicii Domnului în Biserică

Adresa: sat Slava Rusă, com. Slava Cereheză, jud. Tulcea

Mânăstirea Uspenia

Hram: Adormirea Maicii Domnului

Adresa: sat Slava Rusă, com. Slava Cereheză

Mânăstirea Nașterea Maicii Domnului

Adresa: sat Manolea, com. Forăști, jud. Suceava

Mânăstirea Nașterea Sfântului Ioan Botezătorul

Adresa: com. Lipova, jud. Bacău

ANEXA 18

CLASIFICAREA OBIECTIVELOR RELIGIOASE DIN ROMÂNIA DUPĂ CULTE

În România coexistă mai multe culte, fiecare având un patrimoniu extrem de variat și bogat reprezentat. Structura cultelor se prezintă astfel:

- **Biserica Ortodoxă Română**
 - Mitropolia Munteniei și Dobrogei
 - Mitropolia Moldovei și Bucovinei
 - Mitropolia Ardealului
 - Mitropolia Clujului, Albei, Crisanei și Maramuresului
 - Mitropolia Olteniei
 - Mitropolia Banatului
- **Episcopia Ortodoxă Sârba de Timișoara**
- **Biserica Catolică**
 - Biserica Romano-Catolică
 - Biserica Româna Unită cu Roma, Greco-Catolică
 - Ordinariatul Armeano-Catolic
- **Culte Protestante**
 - Biserica Reformată
 - Biserica Evanghelică C.A.
 - Biserica Evanghelică Lutherană
 - Biserica Unitariană
- **Biserica Armeană**
- **Biserica Creștină Rusă de Rit Vechi**
- **Culte Neoprotestante**
 - Uniunea Bisericilor Creștine Baptiste
 - Uniunea Penticostală - Biserica Lui Dumnezeu Apostolică
 - Biserica Creștină Adventistă de Ziua a Șaptea
 - Biserica Creștină După Evanghelie
 - Biserica Evanghelică Română
- **Cultul Musulman**
- **Cultul mozaic**
- **Organizația Religioasă "Martorii Lui Iehova"**
- **Episcopia ortodoxă sârbă de Timișoara**

Pentru credincioșii ortodocși sârbi din județele Arad, Caraș-Severin, Mehedinți și Timiș funcționează Episcopia Ortodoxă Sârbă, cu sediul la Timișoara. Acesta a funcționat ca episcopie începând cu secolul XVI, când, pentru prima dată, se găsesc mărturii scrise despre aceasta în documentele vremii, și până în timpul regimului comunist, când instituția a fost coborâtă la rang de Vicariat. După primul război mondial, comunitatea bisericească a ortodocșilor sârbi din Banat este condusă de arhierii-administratori numiți de Biserica Ortodoxă Sârbă, cu acordul statului român. Arhiepiscopul numește un locțiitor arhieresc care conduce Episcopia.

În prezent funcționează ca Episcopie Ortodoxă Sârbă de Timișoara, având un post de episcop, actualmente ocupat de un episcop-administrator numit de Patriarhia Ortodoxă Sârbă Belgrad, iar acesta are ca locțiitor un Vicar administrativ. Preoții și candidații la preoție, în marea lor majoritate, urmează studiile în Serbia (la seminarele și facultățile de Teologie Ortodoxă Sârbă), iar o parte din aceștia urmează cursurile facultăților de Teologie Ortodoxă din România..

Ca structură administrativă vicariatul este organizat și funcționează în 3 protopopiate (Arad, Socol, Timișoara), având în total 56 de parohii.

În afară de cele 56 de parohii ortodoxe sârbe, există și 5 mănăstiri: mănăstirea Baziaș (un viețuitor), mănăstirea Zlatița (fără viețuitori), Mănăstirea Cusici, fără viețuitori, mănăstirea Sf. Gheorghe (o viețuitoare), mănăstirea Bezdin (o viețuitoare).

Pe lângă fiecare parohie există un Comitet de conducere care îl ajută pe preot la rezolvarea problemelor administrativ-bisericești. Credincioșii ortodocși sârbi au menținut calendarul Iulian (stilul vechi).

Numărul credincioșilor este de circa 26.000.

Biserica romano-catolică

Primele dovezi ale prezenței pe teritoriul țării noastre a catolicismului provin din secolul al XI-lea și se datorează unor misionari (călugări dominicani și benedictini) angajați în răspândirea creștinismului roman.

Pe măsura cuceririi Transilvaniei de către Regatul Maghiar și stabilirea în această provincie românească a ungarilor catolici, ulterior și a germanilor, tot catolici, au luat ființă, în secolele XI-XII, episcopii catolice la Cenad (județul Arad), Oradea și Alba Iulia. A început, totodată, și procesul de atragere la catolicism a românilor-populația cea mai numeroasă din voievodat.

Într-o altă provincie românească, Moldova, constituită ca stat în sec. al XIV-lea, călugării catolici veniți din Polonia și Transilvania înființează episcopii la Milcov, Siret și Baia.

Cronicile pomenesc și de episcopii create în Muntenia, la Curtea de Argeș și Târgoviște, dar acestea au avut o existență scurtă. Constituirea statelor feudale românești și a mitropoliilor ortodoxe aferente (din Țara Românească și Moldova) a slăbit treptat influența catolicismului, fapt ce duce la destrămarea episcopiiilor catolice.

Cu toate acestea, atât în Țara Românească, cât și în Moldova, au continuat să existe credincioși catolici pentru care, la sfârșitul sec. al XVIII-lea, începutul sec. al XIX-lea, au luat ființă vicariatele apostolice la București, respectiv Iași. După unirea Țărilor Române și cucerirea independenței de stat, în România s-au creat Arhiepiscopia București (1883) și Episcopia Iași (1884).

În Transilvania, în sec. al XVI-lea, catolicismul este în regres, ca urmare a înfrângerii suferite de Ungaria în războiul cu Imperiul Otoman (Mohacs - 1526) și mai ales a Reformei religioase care a determinat trecerea la calvinism a unei mari părți a populației maghiare și la lutheranism a celei săsești. După alungarea turcilor din Ungaria și ocuparea Transilvaniei de către Imperiul Habsburgic (1699), catolicismul își reia dezvoltarea.

După unirea Transilvaniei cu România și formarea Statului Național Unitar Român (1 Decembrie 1918), numărul credincioșilor Bisericii romano-catolice a crescut considerabil, iar Biserica romano-catolică și-a intensificat activitatea. În țară apar noi ordine și congregații călugărești (călugării asumpționiști, surorile oblate asumpționiste, Congregația surorilor Sfânta Maria ș.a.). La București, Sfântul Scaun instalează o nunțiatură. Numărul școlilor catolice ajunge foarte mare, raportat la numărul credincioșilor, întrucât în ele învățau și mulți copii de alte confesiuni. Asociațiile laice, în primul rând „Acțiunea Catolică” (înființată în anul 1927), desfășoară o activitate tot mai vie.

Pe baza Concordatului din 1927-1929 a fost semnat între România și Statul Papal acordul din 1932, prin care bunurile din Transilvania doar administrate până atunci de „Statusul romano-catolic”, erau trecute în proprietatea bisericii.

După instaurarea totalitarismului, în țara noastră au fost luate măsuri și împotriva Bisericii Romano-Catolice.

După noua Lege a cultelor din 1948, printr-un decret din septembrie 1948 și o decizie din mai 1950, au fost aprobate doar două dieceze: una la Alba Iulia, pentru Transilvania, și alta, la București, pentru Moldova, Muntenia și Dobrogea. Acest fapt, ca și

alte nemulțumiri permanente ale clerului și credincioșilor romano-catolici, au dus la situația ca Biserica Romano-Catolică să nu aibă, după 1948, un statut de organizare și funcționare, așa cum prevedea Legea cultelor. Această situație se menține și în prezent.

Subliniem că episcopiile considerate „desființate” de către autoritățile române (Iași, Timișoara, Satu Mare și Oradea) au continuat să existe în practică.

Vaticanul, nerecunoscând desființarea lor și numind la conducerea lor câte un locțiitor de episcop („ordinar substituit”), care, deși nu erau recunoscuți formal de Statul român drept conducători de episcopii, în practică erau totuși tratați în această calitate.

Reglementările din România după al doilea război mondial au modificat substanțial și situația unor ordine și congregații călugărești.

Pe baza noii legi a învățământului și a etatizării instituțiilor sanitare și a celor de asistență socială, unele ordine și congregații (care aveau ca preocupare principală învățământul sau acțiunile caritative) au fost practic desființate.

Menționăm că în anul 1948 Biserica Romano-Catolică avea în România 25 de ordine și congregații, care dispuneau de 79 de mănăstiri cu 451 călugări și 124 mănăstiri cu 1649 călugărițe.

Aceste ordine și congregații aveau 421 instituții școlare, numeroase spitale, azile de bătrâni, orfeline și alte așezăminte de binefacere. Prin H.C.M. nr.810/1949 s-a dispus încetarea activității a 15 dintre cele 25 de ordine și congregații călugărești. Cele 10 ordine care n-au fost desființate prin lege (cum ar fi Ordinul Franciscan) și-au restrâns mult activitatea, activând în special în cadrul parohiilor.

După Revoluția din decembrie 1989, situația Bisericii Romano-Catolice s-a normalizat. Episcopiile Iași, Timișoara, Satu Mare și Oradea au fost din nou recunoscute de statul român. De asemenea, după abrogarea H.C.M. 810/1950, și-au reluat activitatea ordinele și congregațiile călugărești.

Biserica Romano-Catolică numără în prezent, conform recensământului din 2002, 1.026.429 credincioși, dintre care 587.033 sunt maghiari, 345.557 români, 36.040 germani, 11.580 slovaci, iar restul de altă naționalitate. Biserica dispune de 646 parohii și de circa 1.000 biserici și capele în care slujesc circa 800 preoți.

Organizatoric, Biserica Romano-Catolică din țara noastră este alcătuită din șase dieceze:

Arhiepiscopia Romano-Catolică București, care cuprinde: Muntenia, Oltenia și Dobrogea, cu circa 40.000 de credincioși, marea majoritate români. Arhiepiscopia a fost înființată de către Papa Leon al XIII-lea, la 27 aprilie 1883, care prin scrisoarea apostolică

Praecipuum munus a ridicat Vicariatul Apostolic al Valahiei la rangul de Arhiepiscopie cu reședința în București.

Tot atunci a fost numit și primul titular al Arhidiecezei în persoana Episcopului Ignatius Paoli care, din anul 1870, era Episcop de Nicopole și Administrator Apostolic al Valahiei.

Arhiepiscopia este totodată și mitropolia celorlalte dieceze, ea fiind împărțită în 6 protopopiate (decanate): București Nord și București Sud, Ploiești, Craiova, Constanța și Brăila, cu 66 parohii și 114 preoți diecezani. Pe teritoriul diecezei funcționează și două mănăstiri (clazuri): Sf. Agnes (București) și Timișul de Jos (jud. Brașov).

Funcționează de asemenea, 47 de ordine și congregații, dintre care menționăm: Surorile Oblate Asumptioniste, Surorile Franciscane Misionare de Assisi, Misionarele Carității (ordin înființat de Maica Tereza, 20 de grădinițe, 3 școli primare și gimnaziale, 1 liceu, 2 școli postliceale, 5 institute superioare, 20 de unități de asistență socială. Arhiepiscopia are și 3 publicații: Actualitatea creștină, Pro memoria și Verbum.

Arhiepiscopia Romano-Catolică Alba Iulia. De la întemeierea ei (1009) și până în anul 1932 s-a numit Episcopia Ardealului, iar din anul 1991 a fost ridicată de Vatican la rangul de arhiepiscopie. Ea înglobează Transilvania propriu-zisă (fără Maramureș și Crișana) și are circa 480.000 credincioși, marea majoritate maghiari.

Arhiepiscopia își desfășoară activitatea în cadrul a 15 decanate : Alba Iulia, Bistrița, Hunedoara, Sibiu-Făgăraș, Dumbrăveni, Brașov, Târgu Secuiesc, Cluj-Dăbâca, Arieș-Turda, Târnava, Târgu Mureș, Ciuc-Inferior, Ciuc-Superior, Gheorghieni, Odorhei-cu 265 parohii și 325 de preoți. În cadrul diecezei sunt și 16 mănăstiri, dintre care unele au regim de parohie, 304 de biserici, 45 de capele, 9 congregații, 7 centre pentru protecția copilului, 2 case de copii, 15 filiale și puncte de lucru „Caritas”, 12 centre de îngrijire medicală, azile și cămine de bătrâni, grădinițe, 4 case de studiu, o facultate de teologie în cadrul Universității „Babeș-Bolyai” din Cluj Napoca, un institut teologic în Alba Iulia, o școală postliceală, 4 licee teologice.

Arhiepiscopia are 5 publicații diecezane, Vasárnap, Keresztény Szó, Krisztus Világossága, Studia Theologica Transylvensia, Studia Universitatis, 17 publicații parohiale, reviste pentru tineret, emisiuni radio și tv etc.

Episcopia Romano-Catolică Iași, cu raza de activitate în Moldova. Numărul credincioșilor, în marea majoritate români, este de 243.708. Teritoriul diecezei este împărțit în 10 decanate Iași, Valea Siretului, Bucovina, Roman, Moinești, Bacău, Traian, Trotuș, Piatra,

Vrancea, și cuprinde 126 de parohii și 227 lăcașe de cult în care slujesc 222 preoți diecezeni. 50 de congregații cu 92 de case.

Pe teritoriul diecezei funcționează 50 ordine și congregații călugărești cu 152 de călugări și 467 de călugărițe. Dintre congregații menționăm: Frații Minori Capucini, Frații Augustinieni Asumpționiști, Surorile Oblate Asumpționiste Misionare, Frații Școlilor Creștine și Provincia Fraților Franciscani Conventuali din România-Sfântul Iosif, Misionarele Carității.

De asemenea, există 36 de centre de asistență socială și medicală (un spital, 10 orfelinate, 10 dispensare ș.a.), o facultate de teologie în cadrul Universității din Iași, 4 licee teologice, 3 seminarii teologice, 2 institute teologice (Iași și Roman), o academie teologică, o școală profesională, o școală de cântăreți bisericești, 1 colegiu sanitar, 14 grădinițe, 1 oratoriu-cămin de studenți, 2 centre de spiritualitate, o casa de reculegere, 2 centre de cercetare și studii religioase.

Episcopia Romano-Catolică Timișoara, întemeiată în anul 1030 cu titlul inițial de Cenad, din 1930 primește titlul de Timișoara și cuprinde județele Timiș, Caraș-Severin, Arad și o parte din Mehedinți.

Credincioșii, în număr de circa 160.000, aceștia fiind în ordine de etnie maghiară, germană, română, bulgară, croată, slovacă, cehă și alții. Episcopia numără 73 de parohii, grupate în opt decanate: Timișoara, Cenad, Deta, Arad, Vinga, Pâncota, Caraș și Severin, care la rândul lor formează trei arhidiaconate: Timiș, Mureș, Banatul Montan. Pe teritoriul Episcopiei își desfășoară activitatea 14 ordine și congregații călugărești, printre care Ordinul Fraților Minori Conventuali, Societatea Divinului Salvator, Surorile Notre-Dame, Surorile Benedictine, Surorile Franciscane.

Episcopia are 95 de preoți; persoanele consacrate 79, trăiesc în 12 centre mănăstirești preluate sau realizate recent. Asistența socială este organizată prin centre Caritas, în număr de 8. Există de asemenea, un liceu seminarial la Timișoara și o grădiniță pentru copii la Timișoara. Publicații periodice: „Vita Catholica Banatus” (lunar) și „Laudetur” (lunar-foaie pentru tineret).

Episcopia Romano-Catolică Oradea, cu activitate în județele Bihor și Sălaj. Numărul credincioșilor, în marea majoritate maghiari, este de circa 62.000. Episcopia are 57 parohii, grupate în două protopopiate: Oradea și Crasna. Episcopia are un liceu teologic la Oradea. Dintre organizațiile monahale menționăm: Ordinele Premonstratens, Misericordian, Franciscan Capucin și Ursulinelor.

Episcopia Romano-Catolică Satu Mare, cu sediul la Satu Mare, cuprinde județele Satu Mare și Maramureș. Episcopia a fost înființată în anul 1804. Numărul credincioșilor, cei mai mulți maghiari, precum și un număr de germani, se ridică la circa 100.000. Episcopia are 60 parohii și 59 de filii, grupate în șapte decanate: Satu Mare, Ugocea, Ardud, Carei I, Carei II, Baia Mare și Sighetu Marmăției. Sunt 121 de lășuri de cult și 62 de preoți. Dintre congregații amintim : Surorile de caritate Sf. Vincențiu de Paul (33 de surori), Societatea Inimii lui Isus, Surorile Misionare Hiltrup, Surorile Ursuline și Fiicele Mici ale Inimii lui Isus. Episcopia are două grupuri școlare teologice la Satu Mare și la Carei și o unitate de asistență socială centrală „Caritas” la Satu Mare și 47 de unități teritoriale.

Biserica Romano-Catolică desfășoară o bogată activitate caritativă. Prin intermediul asociațiilor „Caritas”, al altor asociații sau direct prin parohii și organizații călugărești, Biserica a înființat grădinițe pentru copii, cămine de orfani, azile de bătrâni, cantine pentru săraci, cabinete și centre medicale.

În cadrul Bisericii sunt editate mai multe publicații. Astfel, la București apare revista lunară „Actualitatea Creștină”, la Cluj „Keresztény Szó” (revistă lunară) și „Vasárnap”, la Iași „Lumina creștinului” și „Isus, prietenul copiilor” ș.a.

Reprezentanții Bisericii Romano-Catolice din țara noastră au legături strânse cu bisericile romano-catolice din străinătate și participă la întrunirile teologice organizate de Vatican și bisericile catolice locale.

În același timp, iau parte la reuniunile teologice inițiate de Consiliul Ecumenic al Bisericilor și Conferința Bisericilor Europene, în cadrul unor comisii mixte cu principalele biserici creștine din lume. În acest sens, remarcăm dialogul purtat de mai multă vreme cu bisericile ortodoxe, dialog început oficial în anul 1980 în insula Patmos. Următoarele întruniri au fost la München (1982), în insula Creta și Bari (1984), Viena și Freising (1990) și Balamand (1993). De remarcat că, început sub bune auspicii, dialogul a fost îngreunat după căderea comunismului de problema Bisericilor catolice de rit oriental.

Biserica romană unită cu Roma de tip greco-catolic

Această biserică a luat naștere în Transilvania la sfârșitul sec. al XVII-lea prin unirea cu Biserica Catolică a unei părți a românilor ortodocși.

În condițiile declinului puterii otomane și expansiunii Imperiului Habsburgic, care la sfârșitul secolului al XVII-lea a anexat Transilvania, protestantismul, dominant în timpul principatului transilvan sub suzeranitate otomană, își pierde din influență, iar catolicismul, religia Imperiului Habsburgic, este în ascensiune.

Diploma leopoldină emisă de Împăratul Leopold I, în 1691, recunoaște drepturile celor patru religii recepte (catolică, lutherană, calvină și unitariană), precum și privilegiile celor trei națiuni (unguri, sași și secui). În 1692, împăratul confirmă preoților ortodocși, care acceptă unirea cu Roma, aceleași drepturi de care se bucura clerul romano-catolic, iar prin diploma din 1698 acordă românilor posibilitatea de a trece la oricare dintre cele patru religii recepte.

Datorită situației economice grele în care se aflau românii, cei mai mulți aflați în stare de iobăgie, a lipsei drepturilor politice și religioase (Biserica Ortodoxă avea statut de religie tolerată), aceste promisiuni au dat rezultate.

Sinodul de la Alba Iulia, convocat în anul 1697 de către mitropolitul ortodox Atanasie Anghel, a acceptat cele patru principii obligatorii ale unirii cu Roma: recunoașterea supremației papale, existența purgatoriului, împărtășirea cu azimă și Filioque.

Prin primirea acestor condiții se garanta românilor uniți păstrarea ritualului tradițional, respectarea sărbătorilor ortodoxe, alegerea episcopilor de către sinod (urmând să fie după aceea recunoscuți de Papă și împărat), egalitatea în drepturi a clerului și a credincioșilor uniți cu clerul și credincioșii Bisericii Catolice. Aceste drepturi au fost confirmate în două diplome ale împăratului (1699-1701) dar, din păcate, ele n-au fost respectate decât în mică măsură.

Între uniți și Biserica ortodoxă au apărut neînțelegeri. Mitropolitul Atanasie Anghel, care, după ce a realizat unirea, a fost confirmat de Biserica Catolică doar ca episcop, a fost excomunicat de către Mitropolitul Țării Românești. Cu toate presiunile și constrângerile, mulți români transilvăneni au refuzat unirea, au fost chiar revolte împotriva acesteia, cea condusă de călugărul Sofronie de la Cioara, în anul 1759. Pentru aplanarea acestor conflicte și înăbușirea revoltelor a fost trimis cu trupe, în Transilvania, în anul 1761, generalul austriac Bukow.

Acesta, făcând exces de zel, a distrus numeroase biserici și mănăstiri ortodoxe.

Prima episcopie a românilor uniți și-a avut sediul, până în anul 1721, la Alba Iulia, apoi s-a mutat pentru scurt timp la Făgăraș, iar din anul 1737 s-a instalat definitiv la Blaj. Treptat, au fost create și alte episcopii unite: în anul 1777 s-a înființat episcopia de la Oradea, în anul 1853 au fost create episcopiile de la Gherla (în 1930 s-a mutat la Cluj) și Lugoj, iar Episcopia de la Blaj a fost ridicată la rangul de Arhiepiscopie și Mitropolie de Alba-Iulia și Făgăraș. După încheierea Concordatului dintre statul român și Vatican în anul 1930 s-a organizat Episcopia Maramureșului, cu sediul la Baia Mare.

Episcopia Română Unită cu Roma, Greco-Catolică Oradea, cu sediul la Oradea. Are jurisdicție în județele Arad (parțial), Bihor, Satu Mare (parțial) și Sălaj (parțial).

Cuprinde 10 protopopiate, 140 de parohii, 150 de preoți, 44 lăcașe de cult, 8 mănăstiri, 28 de călugări, 4 unități de asistență socială. Episcopia are la Oradea un departament de teologie al Facultății de Teologie greco-Catolică din cadrul Universității „Babeș-Bolyai” și un liceu teologic.

Episcopia Română Unită cu Roma, Greco-Catolică Cluj-Gherla, cu sediul la Cluj-Napoca. Are jurisdicție în județele Alba (parțial), Bistrița-Năsăud, Cluj (parțial), Maramureș (parțial) și Sălaj (parțial). Are în structură un vicariat la Gherla, 19 protopopiate, 168 de parohii și 150 preoți.

Episcopia Română Unită cu Roma, Greco-Catolică Lugoj, cu sediul la Lugoj. Are jurisdicție în județele Alba (parțial), Arad (parțial), Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș. Are în structură 10 protopopiate, 116 parohii, 107 preoți, 15 călugări și călugărițe, 2 unități de asistență socială..

Episcopia Română Unită cu Roma, Greco-Catolică Maramureș, cu sediul la Baia Mare. Are jurisdicție în județele Maramureș, Satu Mare (parțial), Sălaj (parțial) și Suceava. Cuprinde un vicariat la Suceava (pentru ucraineni), 14 protopopiate, 152 de parohii și 132 de preoți.

Ordinariatul armeano-catolic

La sfârșitul sec. al XVII-lea, armenii din Transilvania au trecut la catolicism, orașul Gherla devenind reședință episcopală. Situația lor era asemănătoare cu a românilor uniți, respectiv armenii acceptaseră principiile de bază ale catolicismului dar și-au păstrat ritul tradițional iar slujbele se oficiază în limba armeană.

Prin Concordatul din 1927-1929, armenii catolici au fost recunoscuți ca o eparhie de sine stătătoare. Menționăm că o mare parte dintre ei au fost maghiarizați de-a lungul timpului.

După anul 1948 ordinariatul armeano-catolic a avut o situație neclară, nemaifiind recunoscut de autoritățile române. Abia în anul 1964, printr-un decret al Vaticanului, ordinariatul a fost preluat de Episcopia Romano-Catolică Alba Iulia, iar în anul 1991 titlul de „ordinar” a fost conferit arhiepiscopului romano-catolic de Alba Iulia. Nu s-a solicitat Statului român recunoașterea acestei calități. În prezent, ordinariatul cuprinde patru parohii (Gherla, Gheorghieni, Dumbrăveni și Frumoasa), dar credincioșii mai trăiesc și în alte orașe transilvane.

Culte protestante

Biserica reformată calvină

Mișcarea reformată a apărut pe teritoriul de astăzi al României în prima jumătate a secolului al XVI-lea, făcând adepți printre credincioșii catolici de naționalitate maghiară din Transilvania. Pătrunderea ideilor Reformei în Transilvania a fost favorizată de înfrângerea de către Imperiul Otoman a Ungariei în bătălia de la Mohacs (1526), în urma căreia Transilvania va deveni principat autonom sub suzeranitate otomană, iar catolicismul nu va mai fi protejat oficial de autoritățile de stat.

Întemeietorul acestei confesiuni a fost Jean Calvin (1509-1564), preot catolic francez, care a aderat mai întâi la protestantismul luteran, apoi a dus mai departe ideile lui Luther. Învățătura de credință a calvinismului a fost concentrată și sistematizată în două documente de bază: „Catehismul de la Heidelberg” (1563) și „A doua confesiune helvetică”(1566).

Pătrunderea învățaturii reformate a fost facilitată de posibilitatea predicării Evangheliei în limba maternă, ceea ce la vremea respectivă Biserica Romano-Catolică nu îngăduia (liturghia fiind în limba latină).

Biserica Reformată a fost recunoscută oficial în anul 1564 de principele Transilvaniei Ioan Sigismund. Sinoadele din 1564 și 1567 au pus bazele organizatorice ale calvinismului din Transilvania. Între 1570-1580 se înființează Episcopia Reformată din Ardeal.

Dezvoltarea calvinismului a determinat puternice conflicte cu catolicismul maghiar. În 1566 călugării și preoții catolici au fost alungați din Transilvania, calvinismul beneficiind de sprijinul, inclusiv militar, al principilor calvini. Totuși, în anul 1572, se acordă din nou libertate de manifestare catolicismului. Astfel că acesta a supraviețuit și a început să se refacă în zonele Ciuc, Sf. Gheorghe, Odorhei, Trei Scaune.

După ocuparea Transilvaniei de către Imperiul Habsburgic se recunosc și întăresc drepturile Bisericii Catolice iar reformații au fost obligați să restituie catolicilor unele lăcașuri de cult.

După primul război mondial și unirea Transilvaniei cu România, parohiile din Banat, Crișana și Maramureș, care până atunci erau sub jurisdicția unor eparhii din Ungaria, au format o nouă episcopie, cu sediul la Oradea.

Biserica Reformată din România numără în prezent 701.077 credincioși, în marea majoritate maghiari, organizați în două eparhii (Cluj și Oradea), cu circa 1.000 lăcașuri de cult, în care slujesc 750 preoți. Biserica dispune de 780 parohii și 140 filii.

Conform Statutului de organizare și funcționare, organele de conducere ale cultului sunt: sinodul, pentru biserică în întregul ei, cu atribuții în ceea ce privește legislația

bisericească și adevărurile de credință), adunarea generală eparhială pentru fiecare din cele două eparhii și adunarea parohială. Ca organe executive sunt : Consiliul Dirigent (pentru eparhie), Consiliul protopopiatului (pentru protopopiat) și presbiteriul (pentru parohie). În toate aceste organe, laicii au un rol însemnat.

Eparhia Reformată din Ardeal, cu sediul la Cluj-Napoca, cuprinde credincioși din județele Transilvaniei propriu-zise. Eparhia este împărțită în 16 protopopiate : Aiud, Brașov, Călata (Huedin), Cluj-Exterior, Cluj, Dej, Gurghiu (Reghin), Hunedoara, Mureș, Mureș-Câmpie, Odorheiul Secuiesc, Sf. Gheorghe, Târnăveni, Tg. Secuiesc, Turda și Baraolt, care grupează cele 506 parohii și 96 filii, deservite de 490 de preoți.

Eparhia Reformată de pe lângă Piatra Craiului, cu sediul la Oradea, cuprinde credincioși din Banat, Crișana și Maramureș. Eparhia are 274 parohii și 44 filii, grupate în 9 protopopiate: Bihor, Baia Mare, Satu Mare, Carei, Eriu (Marghita), Arad, Timișoara, Șimleul Silvaniei și Zalău. Parohiile sunt deservite de 260 de preoți.

Biserica Reformată are o intensă activitate pastorală și de educație religioasă a credincioșilor prin servicii divine, vizite pastorale, predici, lecturi biblice, catehizare etc. Toate aceste activități se desfășoară în limba maghiară.

Au devenit tradiționale la Biserica Reformată festivitățile religioase, cum sunt: „Ziua Reformei”, „Sărbătoarea pâinii noi”, „Ziua Mamei”. Se practică în forme bine organizate catehizarea copiilor și tineretului, confirmarea în credință la vârsta de 14 ani făcându-se cu mult fast și o largă participare a credincioșilor.

Pregătirea preoților reformați se face în cadrul Institutului Teologic Protestant Unic de Grad Universitar din Cluj-Napoca, în limba maghiară. După decembrie 1989, Biserica Reformată a deschis Facultatea de Pedagogie Religioasă, în cadrul Universității „Babeș-Bolyai” din Cluj, Institutul Superior Reformat „Sülyok Istvan” din Oradea, seminarii liceale la Cluj-Napoca, Oradea, Aiud, Tg. Mureș, Sf. Gheorghe, Odorhei, Tg. Secuiesc, Zalău și Satu Mare, precum și școli postliceale sanitare la Cluj-Napoca și Tg. Mureș și o școală de cantori-învățători la Tg. Mureș.

S-au reluat, după 1989, și activitățile caritative. Astfel, s-au înființat centre de asistență socială la Cluj, Brașov și Oradea, case de copii, azile de bătrâni, cabinete medicale.

Cultul desfășoară și o vie activitate editorială și publicistică, organele de presă cele mai de seamă fiind: „Református Szemle” („Revista reformată”) „Uznet” („Mesajul”), „Igehirdető” („Propovăduitorul”), „Református Család” („Familia Reformată), „Értésítő” („Înștiințarea”), „Harangszó”, „Partiumi Köszlöny”.

Biserica Reformată este membră a Consiliului Ecumenic al Bisericilor, a Conferinței Bisericilor Europene, a Alianței Bisericilor Reformate Maghiare și a Sinodului Consultativ al Bisericilor Reformate Maghiare din întreaga lume.

Biserica evanghelică

Acest cult are la bază învățătura lui Martin Luther (1483-1546) cel care a inițiat reforma religioasă ce stă la baza întregului protestantism. Călugăr catolic și profesor la Universitatea din Wittenberg, Luther s-a apropiat de ideile umaniștilor Renașterii și a dat o nouă interpretare învățăturii creștine. În concepția sa, omul își obține mântuirea numai prin credință, biserica și clerul, sfinții, moaștele nu au nici un rol în iertarea păcatelor. În 1517, Luther a afișat pe ușa bisericii din Wittenberg cele 95 de teze prin care se condamnau abuzurile Bisericii Catolice, în special comerțul cu indulgențe.

Principii germani, interesați să înlăture autoritatea Bisericii Catolice asupra statelor lor, l-au apărut pe Luther și au răspândit noile idei. În anul 1526, dieta de la Speyer a hotărât că fiecare principe este liber să decidă religia supușilor de pe teritoriul său. Acest „protest” al principilor-contră încercării de reinstituire a catolicismului-a dus la denumirea de „protestantism”, utilizată pentru toate confesiunile născute în urma Reformei.

Reforma lutherană s-a răspândit în rândul populației săsești din Transilvania, la mijlocul secolului al XVI-lea, în urma contactelor intense cu viața spirituală din vestul Europei și cu universitățile din Germania. Organizatorul bisericii astfel înnoite a fost brașoveanul Johannes Honterus (1498-1549). Sinodul de la Mediaș din 1572 a fixat doctrina prin preluarea „Confesiunii Augustane”, cel mai de seamă document doctrinar al lutheranismului, elaborat în anul 1530 la Augsburg, ca bază a propovăduirii și vieții bisericesti.

Înglobarea Transilvaniei în Imperiul Habsburgic (1691) a însemnat pentru Biserica Evanghelică o schimbare simțitoare, noile autorități încurajând contrareforma catolică, mai ales în orașe.

După instaurarea dualismului austro-ungar și anexarea Transilvaniei la Ungaria (1867), Biserica a preluat și o funcție social-culturală, organizând mai ales viața școlară-confesională, în vederea menținerii identității naționale. Această funcție și-a păstrat-o și după realizarea României Mari (1918). Din anul 1867, sediul episcopiei, care din 1572 se afla la Biertan (lângă Mediaș), este la Sibiu.

După decembrie 1989, Biserica Evanghelică C.A. acționează intens pentru reluarea acestor activități social-culturale.

Statutul organic al Bisericii Evanghelice C.A. din România datează din anul 1861, suferind cu trecerea timpului o serie de modificări.

Structura organizatorică a bisericii cuprinde: biserica locală, biserica districtuală și biserica generală. Biserica locală (parohia) are statut de persoană juridică și este condusă de adunarea generală a reprezentanților comunității bisericești și de un consiliu parohial (prezbiteriu). În prezent, sunt 256 de comunități, organizate în 57 de parohii și 265 lăcașe de cult.

În cadrul Bisericii Evanghelice C.A. slujesc un număr de 42 de preoți. Biserica cuprinde cinci districte bisericești (protopopiate): Brașov, Mediaș, Sebeș, Sibiu și Sighișoara. Organele de conducere ale districtelor sunt: Congresul Bisericesc Districtual și Consistoriul Districtual. Districtul este condus de decan (protopop).

Totalitatea parohiilor formează Biserica generală. Organele de conducere ale acesteia sunt: Congresul Bisericesc General și Consistoriul Superior. Congresul Bisericesc General este alcătuit din membrii Consistoriului Superior, decanii și curatorii districtelor bisericești, delegați clerici și mireni, în total circa 40 de persoane. Acest for are competență în cele mai importante probleme ale Bisericii, inclusiv în alegerea episcopului, curatorului general și a membrilor Consistoriului Superior. Conducătorul Bisericii generale este episcopul.

Biserica lutherană

Biserica Evanghelică Lutherană are aceeași doctrină ca și Biserica Evanghelică de Confesiune Augustană. Spre deosebire de evanghelicii C.A., credincioșii evanghelic-lutherani sunt de naționalitate maghiară și slovacă.

După înființarea, în sec. XVI, a Bisericii Reformate, au mai rămas în Transilvania câteva parohii luterane maghiare în jurul Brașovului, altele în Banat (unele cu credincioși slovaci) și altele în Țara Crișurilor. Comunităților maghiare luterane din satele din jurul Brașovului, sate care erau proprietatea acestui oraș, li s-a impus păstrarea credinței luterane de către autoritățile sătești din Brașov, în baza principiului „Cuius regio, eius religio”. Aceste comunități au fost încorporate în episcopia lutherană a sașilor.

Parohiile luterane din vestul țării au intrat sub jurisdicția Bisericii Lutherane din Ungaria. În anul 1887 și parohiile evanghelice maghiare din jurul Brașovului au intrat sub jurisdicția acestei biserici.

După 1 Decembrie 1918, parohiile luterane maghiare și slovace din România Mare au format o biserică aparte de cea a sașilor. Acest cult numără, conform datelor recensământului, 27.112 credincioși, cei mai mulți maghiari, restul slovaci, precum și circa 200 credincioși de limbă română, în București.

Biserica Evanghelică S.P. are trei protopopiate (cu sediile la Braşov, Cluj-Napoca și Nădlac), 45 de biserici, 39 parohii, 6 filii și 44 preoți.

Biserica unitariană

Confesiunea unitariană, ca variantă radicală a protestantismului, a apărut în Transilvania la mijlocul secolului al XVI-lea, fiind întemeiată de David Francisc (1519-1579), care a propovăduit antitrinitarismul. Noul cult a fost recunoscut oficial prin edictul Dietei de la Turda privind libertatea religioasă (1568).

În pofida acestui edict, cultul unitarian a fost supus unor persecuții din partea principilor catolici și chiar din partea celor reformați, ceea ce a determinat ca numărul adeptilor săi să scadă cu timpul. Astfel, de la 425 parohii câte erau la sfârșitul secolului al XVI-lea, s-a ajuns, în anul 1700, la numai 125.

Teza fundamentală a religiei unitariene este credința într-un Dumnezeu unic și indivizibil. Iisus Hristos este considerat om, nu și Dumnezeu, deci nu este admisă dogma Sfintei Treimi. Bisericile sunt simple atât în exterior, cât și în interior, pereții sunt albi, simbolizând puritatea și claritatea credinței unitariene; în biserică nu se află icoane, picturi, monumente sau altar.

Cultul unitarian, cu sediul central la Cluj, cuprinde peste 70.000 de credincioși de naționalitate maghiară. Marea lor majoritate este grupată în județele: Cluj, Braşov, Covasna, Harghita și Mureș, unde, de altfel, sunt organizate și cele 6 protopopiate: Cluj-Turda, Mureș, Târnava, Cristuru Secuiesc, Trei Scaune-Alba de Sus și Odorheiul Secuiesc. Numărul parohiilor este de 126, iar al filiilor de 32. În parohii și filii, numărul lăcașurilor de cult este de 143, iar al preoților este de 115.

Organizarea cultului are la bază principiul sinodo-presbiterial, ceea ce înseamnă că laicii au un rol important, conducerea este colectivă, iar unitățile de bază sunt autonome. Organele centrale de conducere sunt Sinodul, Consistoriul Suprem și Consistoriul Bisericesc.

Sinodul este format, din oficiu, din episcop, doi curatori generali, alți demnitari bisericești și laici, precum și din delegați aleși de protopopiate și parohii. În total, acest for numără circa 250 de membri. Sinodul se întrunește o dată la 3 ani și are ca principale atribuții alegerea episcopului, sfințirea preoților și modificarea Constituției Bisericii.

Consistoriul Suprem este compus din membri aleși și din oficiu, preoți și laici; se întrunește anual la Cluj și are ca principală atribuție guvernarea anuală a Bisericii. Între sesiunile Consistoriului Suprem, conducerea operativă este asigurată de Consistoriul Bisericesc, care se întrunește trimestrial. Președinția Bisericii este reprezentată de episcop, vicar, cei doi curatori generali și directorul afacerilor publice.

La nivel de protopopiat și parohie, organele de conducere sunt: adunarea generală a protopopiatelor, respectiv adunarea generală parohială.

Pregătirea preoților se face în cadrul secției unitariene a Institutului Teologic Protestant Unic din Cluj. Cultul are și două licee confesionale la Cluj-Napoca și Cristuru Secuiesc.

Cultul Unitarian publică revista trimestrială în limba maghiară „Magvető Keresztény” („Semănătorul Creștin”) și publicația lunară „Unitárius Közlöny” („Monitorul Unitarian”).

Biserica Unitariană este membră a Asociației Internaționale pentru Libertate Religioasă (I.A.R.F.), cu sediul la Frankfurt pe Main (Germania) și a Consiliului Internațional al Unitarienilor (I.C.U.U.).

Biserica armeană

Biserica apostolică armeană reprezintă biserica națională a poporului armean, care viețuiește din cele mai vechi timpuri în ținutul dintre Munții Caucaz, Marea Caspică și Marea Neagră.

Convertirea la creștinism a armenilor a avut loc între anii 299-301. În anul 301 creștinismul a fost decretat religie de stat.

Din punct de vedere religios, centrul spiritual al armenilor din toată lumea este la Ecimiadzin (Armenia), unde își are sediul Patriarhul Suprem (catolicos).

Pe teritoriul țării noastre armenii s-au așezat începând din secolele XI-XII. Aici au găsit o atmosferă propice practicării îndeletnicirilor lor tradiționale în condiții de toleranță religioasă.

La sfârșitul secolului al XIV-lea și începutul secolului al XV-lea, numărul armenilor din Moldova a crescut, astfel că în anul 1401 domnitorul Alexandru cel Bun înființează o episcopie armeană la Suceava.

Armenii așezați în Transilvania încă din secolul al XI-lea s-au unit din punct de vedere religios cu Biserica Catolică.

Din punct de vedere dogmatic, al ritualului și al practicilor bisericești, deosebirile dintre Biserica Ortodoxă și Biserica Armeană sunt de importanță secundară.

Limba de cult este limba armeană literară veche, indiferent de țara în care se oficiază slujbe religioase.

Prin Legea cultelor din 1928, cultul armean a fost recunoscut de către Statul român ca făcând parte dintre bisericile istorice din țară. În 1931 este votată Legea pentru înființarea și funcționarea eparhiei armene.

În anul 1949 a fost aprobat Statutul organic și administrativ al eparhiei armene din România, unde se menționează că aceasta stă sub autoritatea dogmatică și canonică a catolicului tuturor armenilor din Ecimiadzin, dar își reglementează, conduce și administrează, în mod autonom, toate treburile religioase, culturale, fundamentale și epitropești, în conformitate cu legislația țării noastre și cu statutul cultului.

Episcopia armeană este condusă de un Arhiepiscop sau Episcop, ajutat de un vicar eparhial. Organul central este Congresul eparhial. Consiliul eparhial este organul executiv superior pentru treburile administrative, bisericești, culturale, fundamentale și epitropești ale întregii eparhii.

Consiliul eparhial are în componența sa trei comitete: comitetul spiritual bisericesc, comitetul cultural și comitetul economic.

Cultul armean nu are unități intermediare. Organele de conducere parohiale sunt: adunarea parohială, consiliul parohial (epitropia) și comitetele parohiale.

În cadrul Eparhiei armene din România funcționează 10 parohii deservite de 4 preoți, 3 diaconi, doi cântăreți, cu 16 biserici și 6 cimitire confesionale. Cele mai importante comunități sunt la București și la Constanța. Celelalte comunități sunt formate din 12-20 familii. La recensământul din anul 2002 au fost înregistrați 700 de credincioși armeni. În județul Suceava sunt două mănăstiri - monumente istorice, la Zamca și Hacıgadar.

Biserica Ortodoxă Rusă de Rit Vechi

Biserica Ortodoxă Rusă de Rit Vechi („Biserica lipovenească”) cuprinde credincioșii ortodocși ruși veniți în Țările Române, începând cu prima jumătate a secolului al XVIII-lea, ca urmare a persecuției și teroarei dezlănțuite de Biserica Ortodoxă Rusă și autoritățile rusești, pentru că nu au fost de acord cu reformele în ritualul cultului inițiate de Patriarhul Nikon, la mijlocul secolului al XVII-lea. În timpul perioadei de persecuție, o parte dintre membrii mișcării împotriva reformei lui Nikon au fugit în Polonia, Austria, Suedia, Prusia, Moldova, Dobrogea, iar cu timpul au ajuns și în America de Nord, Manciuria și chiar în Australia.

Primele comunități de lipoveni din România sunt cele din satele Lipoveni (1724) și Manolea (1743), ambele în județul Suceava; s-au constituit apoi comunitățile din Sarichioi, Jurilovca și Slava Rusă, toate din județul Tulcea.

Din punct de vedere organizatoric, la 28 octombrie 1846 ia ființă Mitropolia de Rit Vechi de la Fântâna Albă (Bucovina de Nord), primul ierarh fiind mitropolitul Ambrozie, fost anterior mitropolit al Bosniei și Herțegovinei.

Alegerea lui Ambrozie ca mitropolit a marcat constituirea comunităților creștine de rit vechi într-o Biserică autonomă ce cuprinde toți credincioșii de rit vechi din Europa, America și Australia. Succesorii lui Ambrozie (Kiril, Arcadie etc.) au purtat titlul de mitropolit, fiind recunoscuți conducători spirituali ai tuturor credincioșilor creștini de rit vechi din lume, statut și recunoaștere ce și le mențin și astăzi.

La 28 iunie 1940, datorită ocupării Bucovinei de Nord de către Uniunea Sovietică, mitropolia creștinilor de rit vechi se mută de la Fântâna Albă la Brăila, unde funcționează și în prezent, cu prerogative de conducere spirituală asupra tuturor coreligionarilor din lume.

Credincioșii creștini de rit vechi se consideră păstrătorii „adevăratei credințe ortodoxe” și a vechilor rânduieli tradiționale ale Bisericii Ortodoxe, păstrează calendarul pe stil vechi, iar serviciile religioase le oficiază în limba slavonă.

Biserica ortodoxă Rusă de Rit Vechi din România este organizat într-o mitropolie cu sediul la Brăila, condusă de un mitropolit și trei episcopi vicari. Cei aproape 38.000 de credincioși lipoveni au la dispoziție 37 de parohii și 57 lăcașe de cult, deservite de 37 preoți, 5 diaconi și 20 cântăreți bisericești. De asemenea, în cadrul cultului funcționează trei mănăstiri și un schit: „Vovidenia” (femei) și „Uspenia” (bărbați) în comuna Slava Cercheză, județul Tulcea, o mănăstire de bărbați și un schit pentru femei în satul Manolea, comuna Forăști, județul Suceava.

În proprietatea cultului se află și 32 cimitire parohiale. Cultul nu are organizat un sistem de învățământ teologic, preoții fiind aleși dintre acei credincioși apți să officieze serviciile religioase, cunoscători ai limbii slavone, tipicului și canoanelor bisericești.

În cadrul parohiilor preoții organizează, în timpul vacanțelor școlare, cursuri pentru învățarea limbii slavone pentru copiii de vârstă școlară. Periodic, cultul tipărește: „Abecedarul”, „Ceaslovul”, „Psaltirea”, „Liturghierul” etc. și anual calendarul bisericesc.

Culte neoprotestante

Biserica creștin baptistă

Popularizarea denumirii de *baptiști*, formă prescurtată a titulaturii de anabaptist se datorează, în special, eforturilor lui John Smith care a întemeiat în Țările de Jos, în anul 1609, o biserică *baptistă*. Dacă această titulatură s-a perpetuat, până în ziua de astăzi, acest fapt nu poate fi pus decât pe seama continuării unei tradiții.

În prezent, *baptiștii* constituie una din cele mai răspândite confesiuni creștine protestante din lume, având biserici în peste 211 țări și state și un număr de aproximativ 120 milioane de credincioși. În România, prima biserică baptistă a luat ființă în anul 1856, în București.

În practica religioasă, *bapțiștii* își propun să se remarce prin reîntoarcerea la ceea ce înțeleg prin „simplitate a bisericii din veacul apostolic”. Ei afirmă principiile Reformei: „Sola Scriptura – Numai Scriptura”, „Sola Fidae – Numai Credința”, „Sola Gratia – Numai Harul” și „Soli Deo Gloria – Numai lui Dumnezeu i se cuvine slava”. Potrivit acestor principii, singura autoritate în materie de credință și practică religioasă este atribuită Bibliei, ca fiind inspirată în totalitate de Duhul lui Dumnezeu. Mântuirea se dobândește numai prin credința în Domnul Isus Hristos și prin harul lui Dumnezeu, iar în toate și pentru toate slava se cuvine doar lui Dumnezeu. Astfel, este înlăturat tot ceea ce este considerat ca fiind tradiție ulterioară „veacului apostolic”: sunt negate autoritatea și tradiția Bisericii, este lăsat deoparte cultul liturgic și alte tradiții bisericești, nu sunt recunoscute rolul (mijlocitor) al Maicii Domnului – Fecioara Maria, al sfinților, rolul și autoritatea clerului bisericesc, cinstirea icoanelor, statuilor și moaștelor.

Bapțiștii acceptă, în linii mari, simbolul de credință niceeo-constantinopolitan, afirmându-și credința într-un singur Dumnezeu, revelat în Sfânta Scriptură în Trei Persoane: Tatăl, Fiul și Duhul Sfânt. *Bapțiștii* cred că Dumnezeu Tatăl este creatorul tuturor lucrurilor văzute și nevăzute. *Bapțiștii* cred în dumnezeirea și umanitatea Domnului Isus Hristos, născut din fecioara Maria, în moartea Sa ispășitoare pe cruce, în învierea glorioasă și înălțarea la cer, precum și în a doua venire a Fiului lui Dumnezeu, în slavă. *Bapțiștii* cred, de asemenea, în dumnezeirea Duhului Sfânt, care lucrează în om nașterea din nou (convertirea) și transformarea lui după chipul Fiului lui Dumnezeu.

În crezul și practica bisericii *baptiste*, botezul se administrează în numele Tatălui, Fiului și Sfântului Duh, prin afundare în apă și este precedat de convertirea celui ce se botează. Pentru copiii nou-născuți există un serviciu religios de binecuvântare de către comunitate.

Bapțiștii se organizează pe baza principiului autonomiei bisericii locale și practică așa-numita „preoție universală”, sugerându-se prin aceasta că, în rândurile lor nu ar exista o distincție între clerici și laici. Pe lângă simplii *frați* și *surori* există *frații-păstori*, *frații-presbiteri* sau *frații-diaconi*.

Închinarea publică a *bapțiștilor* se realizează prin participarea tuturor credincioșilor, de regulă, prin cantare, rugăciune, citirea și propovăduirea Sfintelor Scripturi. Zidirea duhovnicească se face și în grupuri mici, în case particulare sau în lăcașul de închinare, prin studiul Bibliei și rugăciune. Momentul culminant al închinării publice îl reprezintă Cina Domnului, înțeleasă în mod simbolic, prin care biserica locală comemorează jertfa unică a Noului Legământ, ce a fost adusă o dată pentru totdeauna de Isus Hristos.

Bapțiștii sărbătoresc Duminica - ziua învierii Domnului, ca zi de închinare săptămânală, precum și sărbătorile anuale legate de evenimentele principale ale istoriei mântuirii: Nașterea Mântuitorului, Botezul Domnului, Săptămâna Patimilor, Învierea Domnului, Înălțarea Domnului Isus Hristos și Pogorârea Duhului Sfânt.

Uniunea pentecostală

Pentecostalismul este o continuare a mișcării de „redeșteptare” a credinței, care a avut loc în secolul trecut. Pe la 1900, predicatorul american Charles F. Parham a început să susțină că asupra celor credincioși coboară Duhul Sfânt, aceștia căpătând darul vorbirii în limbi neînvățate (glosolalia). Conform Bibliei, acest dar a fost primit de apostoli în ziua cincizecimii (ziua coborârii Duhului Sfânt, Rusaliile). Întrucât a cincizecea zi se traduce în limba greacă prin „pentecosta”, adepții noii mișcări religioase au adoptat denumirea de pentecostali.

Din S.U.A. mișcarea pentecostală s-a răspândit și în Europa, mai ales în Germania și Norvegia. Numărul credincioșilor a crescut relativ repede, de la circa 1.000 în 1906 la peste 350.000 în 1936.

Prima comuniune pentecostală din România a apărut în localitatea Păuliș, județul Arad, în anul 1922. În pofida unor persecuții la care a fost supusă înainte și mai ales în timpul celui de al doilea război mondial, credința pentecostală s-a extins treptat în mai multe regiuni ale țării, în special în nordul Moldovei, în Banat și Crișana.

Asociația credincioșilor pentecostali s-a constituit în anul 1924. Și acest cult, ca și celelalte culte evanghelice, a avut de suferit, mai ales în timpul celui de al doilea război mondial, când mulți pastori au fost trimiși în închisoare sau lagăre. După 23 august 1944, Cultul Pentecostal funcționează în legalitate. În anul 1950, Biserica Pentecostală a fost recunoscută legal.

Conform credinței pentecostale, la baza vieții spirituale a fiecărui credincios trebuie să stea convertirea personală, după care, apoi, se administrează botezul prin cufundare în apă, în numele Tatălui, Fiului și Duhului Sfânt. Ceea ce constituie specificul acestui cult este propovăduirea și exercitarea botezului cu Duhul Sfânt, mărturisirea experienței darurilor Duhului Sfânt, care pot să-și facă simțită prezența în cadrul serviciilor divine, precum și obținerea vindecărilor divine prin rugăciune.

Organizarea cultului are la bază sistemul centralizat, respectându-se autonomia bisericească locală. Cultul are o conducere colectivă centrală, reprezentată de Consiliul bisericesc format din 21 membri și de Comitetul executiv format din 7 membri, în frunte cu

un președinte. Aceste organe sunt alese în cadrul Adunării generale electivă, forul cel mai înalt de conducere a cultului, care se întrunește o dată la 4 ani.

Bisericele locale au ca intermediar între ele și conducerea centrală șase comunități regionale: Arad, Brașov, București, Cluj, Oradea și Suceava.

Pregătirea pastorilor se face la nivel universitar, în cadrul Institutului Teologic Penticostal, care funcționează în București. De asemenea, cultul dispune de trei seminarii teologice liceale și de două școli postliceale.

Potrivit recensământului din 2002, Cultul Penticostal numără circa 324.462 credincioși. În cadrul cultului sunt 1.343 biserici și 7879 filii, deservite de 354 pastori.

Biserica adventistă de ziua a șaptea

„Adventus” înseamnă „revenire”, „a doua venire”; adventiștii readuc în atenție textele scripturistice care vorbesc de întoarcerea lui Iisus pentru întemeierea împărăției sale. Această idee a fost susținută de americanul William Miller (1782-1849), care a și stabilit pentru anii 1843-1844 data celei de a doua veniri, profeție care nu s-a adeverit. Mai târziu, Hiram Edson și în special soții James și Ellen White au răspândit această credință.

Începutul existenței Bisericii Adventiste de Ziua a Șaptea a fost marcat în țara noastră de anul 1870, odată cu vizita pastorului polonez (fost preot catolic) Chehonsky. Până la primul război mondial existau un număr restrâns de comunități adventiste (Pitești, București, Sarighiol, Sibiu, Cluj etc.) cu credincioși în majoritate de naționalitate germană. În ciuda opresiunii și a interdicției din partea statului, Biserica Adventistă s-a extins.

În perioada interbelică s-a creat organizația centrală sub denumirea de Uniunea de Conferințe a Bisericii Adventiste (1921). Statutul bisericii a fost semilegal; o asociație religioasă, într-o perioadă avea aprobare de funcționare, apoi, în altă perioadă, era interzisă. Recensământul din anul 1930 a relevat existența a 16.102 adventiști.

În timpul celui de-al doilea război mondial, Biserica Adventistă de Ziua a Șaptea a fost pusă în afara legii, membrii și pastorii fiind urmăriți, persecutați și condamnați la pedepse privative de libertate.

În anul 1946, pentru prima dată Biserica este recunoscută provizoriu, iar după promulgarea Constituției din anul 1948 se fac pregătirile în vederea recunoașterii de către stat, care are loc în anul 1950, prin Decretul Prezidiului M.A.N. 1203/1950. Pe aceeași dată se aprobă Statutul și mărturisirea de credință a Bisericii Adventiste de Ziua a Șaptea.

Elementele doctrinare specifice Bisericii Adventiste sunt următoarele:

- Domnul Iisus Hristos este singurul preot și mijlocitor între Dumnezeu și om. El a lucrat mântuirea la Golgota iar acum, în templul din cer, o desăvârșește.

- A doua venire a lui Isus este singura soluție pentru problemele omenirii. Ea va avea loc în curând.
- Sabatul zilei a șaptea este semnul distinctiv al unui Dumnezeu-Creator.
- Nemurirea aparține numai lui Dumnezeu; din cauza păcatului, omul este supus morții. Moartea este un somn, în timpul căruia omul este cu totul inconștient.
- Trupul omului este Templul Duhului Sfânt - fapt pentru care trebuie păstrat în deplină sănătate printr-un mod de viață rațional, în armonie cu legile naturii.

Organul central de conducere al Bisericii este Uniunea de Conferințe, care are în subordine 6 unități numite Conferințe (Muntenia, Moldova, Oltenia, Transilvania de Sud, Transilvania de Nord și Banat).

În total, conform recensământului din 2002, sunt 93.670 credincioși, din care 6.900 sunt de etnie maghiară.

Corpul pastoral al bisericii este format dintr-un număr de circa 340 de pastori. Totalul bisericilor locale de pe cuprinsul țării este de 1.185.

Pregătirea deservenților de cult se face la Institutul Teologic Adventist de grad universitar, care funcționează la Cernica, trei licee seminariale și o școală postliceală sanitară la Brăila. diale Adventiste.

Biserica creștină după evanghelie

Creștinii după Evanghelie consideră că înaintașii lor sunt acei creștini care, după ce împăratul Constantin cel Mare a recunoscut creștinismul, au considerat că bisericile legalizate și-au pierdut menirea vie de a vesti Evanghelia. Astfel, din acea vreme au existat grupuri de creștini, autointitulați „liberi”, care răspândeau cuvântul lui Dumnezeu. Conturarea lor mai clară are loc odată cu Reforma religioasă, datorită traducerii Bibliei în diferite limbi.

În România primul grup de “Creștini liberi”, din care s-a format asociația și apoi Cultul Creștin după Evanghelie, a luat ființă la București în 1899 sub influența unor misionari străini. La început, aria lor de răspândire a fost limitată la străinii care locuiau în București. Ulterior, au cucerit adepți și în rândul românilor.

În anul 1939, Creștinii după Evanghelie, recunoscuți de stat din anul 1933 ca asociație religioasă, constrânși de regimul vremii, au fuzionat cu Creștinii după Scriptură, formând Cultul Creștin după Evanghelie, cu două ramuri: ramura I (Creștinii după

Evanghelie, propriu-zis), care practică botezul la majorat, și ramura a II-a, care practică botezul la naștere.

Din 1946, Creștinii după Evanghelie au fost recunoscuți ca având calitatea de cult. După Revoluția din decembrie 1989, cele două ramuri ale cultului s-au despărțit, fiecare ramură alegându-și organe proprii și desfășurând activitate în mod independent. Ramura a doua s-a intitulat Biserica Evanghelică Română.

În prezent există două culte distincte, Cultul Creștin după Evanghelie și Biserica Evanghelică Română.

Biserica evanghelică- română

Biserica Evanghelică Română este o mișcare creștină evanghelică, născută pe pământul României în anii 1920-1924 prin tinerii teologi ortodocși Dumitru Cornilescu (traducătorul Bibliei folosită de cultele evanghelice) și Teodor Popescu (fost preot la biserica „Sfântul Ștefan” din București). Prin lucrarea acestora, câteva sute de credincioși construiesc pe Str. Carol Davila nr. 48 din București, în anul 1926, o biserică creștină de 1.000 locuri, care avea să devină centrul unei noi mișcări.

La solicitarea autorităților, pentru a fi deosebiți de alți credincioși, din anul 1927, noua mișcare creștină a purtat numele de „Creștinii după Scriptură”, organizată oficial sub formă de asociație. În foarte scurt timp, s-au deschis biserici în Ploiești, Câmpulung, Târgoviște, Rucăr, Buzău, Pitești, Bârlad, Brașov și alte locuri.

În anul 1939, asociația „Creștinii după Scriptură”, constrânsă de regimul vremii, a fuzionat cu asociația „Creștinii după Evanghelie” și astfel, deși erau deosebiri din punct de vedere dogmatic și al practicilor de cult, au alcătuit o unitate din punct de vedere organizatoric: „Cultul Creștin după Evanghelie”. Interziși în timpul războiului, odată cu „Creștinii după Evanghelie” și împreună cu aceștia, li se permite, în 1946, să-și reînceapă activitatea.

După decembrie 1989, „Conferința generală a reprezentanților bisericilor”, care a avut loc la București (27 ianuarie 1990), a hotărât desprinderea din „Cultul Creștin după Evanghelie” și funcționarea ca un cult independent, sub numele de „Biserica Evanghelică Română”.

Biserica Evanghelică Română, după pilda primilor creștini, practică botezul casei creștine, deci și a copiilor, prin cufundare în apă. Mântuirea și trăirea unei vieți după voia Domnului nu se capătă prin botez, ci prin credință personală în Domnul Isus Hristos.

În Biserica Evanghelică Română toți credincioșii sunt frați. Nu există cler sau ierarhi. Iisus Hristos este conducătorul Bisericii.

La nivel central este un Sfat de Frați pe țară, ales dintre credincioșii cei mai reprezentativi, care supraveghează și coordonează buna desfășurare a vieții bisericilor și un comitet de conducere care reprezintă interesele Bisericii în relațiile cu statul.

În biserică se practică cântarea comună, neexistând cor sau instrumente muzicale.

Credincioșilor nu li se impun taxe pentru susținerea bisericii. Biserica Evanghelică Română dispune de circa 220 biserici care se găsesc, cu precădere, în județele Argeș, Brașov, Constanța, Dâmbovița, Ialomița, Prahova, Vaslui, municipiul București și împrejurimi; numărul credincioșilor este de circa 20.000.

Publicația periodică a Bisericii este „Adevărul Creștin” - foaie de zidire sufletească, ce apare o dată la două luni. Cultul tipărește și alte lucrări teologice necesare.

B.E.R. are relații frățești cu Bisericele Creștine Evanghelice din S.U.A., Biserica Evanghelică din Olanda, Adunările Evanghelice Libere din Germania.

Biserica Evanghelică Română, fiind o mișcare născută în România, de vârstă relativ tânără - 70 de ani - nu are corespondent în străinătate.

Cultul islamic (musulman)

Islamul este una din marile religii ale lumii contemporane și cuprinde peste un miliard de adepți, grupați în două mari curente: sunniți și șiiți. Populația islamică din România (de naționalitate turcă, tătară, albaneză) aparține ramurii Sunni.

Practica islamului în România este legată de stabilirea pe teritoriul țării noastre - încă din secolul al XIII-lea - a populației turco-tătare. Astfel, în anul 1241, tătarii hanatului „Hoardei de aur” și-au instaurat dominația și în diferite zone din vecinătatea Munților Carpați.

Între anii 1262-1264, împăratul bizantin Mihail al XIII-lea Paleologul a acordat căpeteniilor turce Izettin Keyaus și Saru Saltâk Dede dreptul de a-și așeza tabăra militară în ținutul Dobrogei, cu misiunea de a apăra hotarele Bizanțului de invaziile dinspre nord. Astfel au apărut turcii selgiucizi în zona orașului Babadag de astăzi. Primele comunități musulmane stabile pe teritoriul României s-au constituit abia în sec. XIV-XV, ca urmare a instaurării suzeranității Porții Otomane asupra Principatelor Românești, dar ele s-au dezvoltat mai ales în Dobrogea și în unele localități de-a lungul Dunării.

În anul 1877 Cultul Musulman din România este organizat în patru muftiate. Între cele două războaie mondiale, prin contopire au rămas numai două, iar în 1943, muftiatele din Tulcea și Constanța s-au unificat, formând un singur muftiat (centru de cult), cu sediul în Constanța.

Practica religiei islamice constă în: îndeplinirea slujbelor zilnice (namaz); postul Ramadanului de 30 de zile pe an; vizitarea Kaabei din orașul Mecca și pelerinajul la mormântul lui Muhamed; ajutorarea celor lipsiți; păstrarea trează în memorie a mărturisirii de credință și pronunțarea ei zilnică.

Activitatea religioasă este condusă de **muftiu**, care este ales (prin vot secret) din rândul imamilor.

Pe lângă muftiu, cu vot consultativ, funcționează un colegiu sinodal numit **Sura Islam**, compus din 23 membri, care se întrunește periodic pentru rezolvarea unor probleme administrative și disciplinare ale cultului.

Unitatea de bază a cultului este comunitatea, care cuprinde toți credincioșii musulmani dintr-o localitate și este condusă de un comitet compus din 5-7 membri aleși pe o perioadă de patru ani. În România funcționează 50 de comunități musulmane și 20 de filii răspândite în județele Constanța (63 unități), Tulcea (4) și câte o unitate în județele Brăila, Galați și municipiul București.

Lăcașurile de rugăciune musulmane din România sunt de două categorii: geamia și mesgidul; în total sunt 77 lăcașuri de cult.

Sunt monumente istorice: geamia centrală și geamia Hunchiar, ambele din Constanța; geamia Esmahan Sultan din Mangalia; geamiile din Medgidia, Hârșova, Amzacea, Babadag și Tulcea. Celor de mai sus li se adaugă și cavoul lui Gasi Ali Pașa și al lui Saru Saltâk Dede din Babadag. Personalul clerical musulman din România este format din: hatipi, imami, muezini. În prezent, cultul musulman are 35 de imami.

Credincioșii musulmani din România sunt în număr de circa 67.300, dintre care marea majoritate trăiesc în județul Constanța, o parte în județul Tulcea, iar restul în diferite centre urbane, ca: București, Brăila, Galați, Călărași, Giurgiu, Oltenița, Turnu Severin etc.

Baza materială a cultului se realizează prin contribuții benevole de la credincioși, donații și subvenții acordate de stat și organizații religioase islamice internaționale, taxe pentru serviciile religioase, vânzarea de pliante, broșuri, ilustrate, taxe de vizitare a unor monumente islamice, venituri de la diferite terenuri și imobile proprietate de cult etc. Cultul musulman are în proprietate 108 cimitire.

În perioada 1880-1967, la Babadag și apoi la Medgidia, a funcționat Seminarul teologic al Cultului Musulman, care, din lipsă de cursanți, și-a suspendat activitatea. Din anul școlar 1993-1994 Seminarul teologic de la Medgidia și-a reluat activitatea, având și o secție pedagogică.

Cultul Musulman din România are bune relații bilaterale și multilaterale cu întreaga comunitate islamică internațională.

Cultul mozaic

Mărturii despre organizarea primelor comunități evreiești în Țările Române se întâlnesc în numeroase documente, cronici, note de călătorie, începând din sec. XVI. Ca urmare a persecuțiilor, declanșate în sec. al XVII-lea în țările vecine, se intensifică stabilirea în Țările Române a unor imigranți evrei, inițial chemați pentru a popula sau repopula unele târguri.

În această perioadă încep să se creeze condiții pentru organizarea vieții religioase a populației evreiești. Edicte, hrisoave și alte acte oficiale emise de autoritățile de stat românești au permis organizarea comunităților mozaice, libertatea de practicare a credințelor și preceptelor religioase, recunoașterea tribunalelor rabinice, crearea unor instituții specifice de învățământ, binefacere și sănătate. Vistieria, interesată să încaseze bir de la evrei, îi tratează în scopuri fiscale ca o breaslă, încă din timpul domniei lui Constantin Brâncoveanu. În Moldova, în temeiul unei hotărâri luate de Înalta Poartă, la 1719 ia ființă Hahambașia - adică funcția de rabin-șef al Moldovei. Hahambașa avea la București un locțiitor cu titlul de vechil.

Emanciparea politică a evreilor, promisă odată cu Revoluția de la 1848, devine pe deplin efectivă odată cu desăvârșirea statului național unitar român la 1918, garantarea drepturilor minorităților prin Constituția din 1923 conducând la unificarea comunităților evreiești din Vechiul Regat, sub denumirea de Federația Uniunilor de Comunități Evreiești (1928).

Constituția din 1923 acordă drepturi cetățenești și politice până la instaurarea regimului Goga-Cuza (28.XII.1937); de atunci încolo ele se restrâng treptat până la introducerea legii sângelui (august 1940), legislație amplificată până la jefuirea proprietăților evreiești și deportarea unora din ei în Transnistria sau din Ardealul ocupat de unguri, la Auschwitz.

Potrivit statutului de organizare și funcționare a Cultului Mozaic (iunie 1949), activitatea confesională a minorității evreiești din România este condusă de către Federația Comunităților Evreiești (Mozaice), cu sediul în București. Aceasta cuprinde toate comunitățile și obștile din țară. Ea asigură realizarea în fapt a practicilor, preceptelor și tradițiilor religioase mozaice și coordonează activitatea comunităților, aprobă constituirea de noi comunități sau desființarea acestora, reprezintă și apără, pe plan intern, interesele comunităților evreiești, organizează și întreține, pe plan extern, relații cu diaspora evreiască și organizațiile religioase internaționale.

Structura și componența organelor centrale și teritoriale de conducere a activității cultice, precum și desfășurarea vieții spirituale sunt elaborate în concordanță cu interesele, tradițiile și prescripțiile religioase mozaice.

Credincioșii cultului mozaic, în număr de cca.6.000, conform recensământului din 2002, sunt organizați în 78 de comunități și obști, răspândite în București și în 30 de județe. Cele mai importante comunități se află în București, Timișoara, Iași, Cluj, Galați, Bacău, Arad, Baia Mare, Botoșani, Brașov, Deva, Tg. Mureș etc. În localitățile în care trăiește un număr mai mic de credincioși evrei, aceștia sunt organizați în obști.

Organele locale de conducere ale comunității sunt: adunarea generală, comitetul de conducere și comisia de cenzori.

Principalele venituri ale Cultului Mozaic provin din cotizații, taxe și contribuții pentru serviciile religioase prestate; taxe pentru alimente rituale, alte contribuții benevole ale credincioșilor, chirii încasate din bunurile imobiliare etc. pentru opera de asistență socială și medicală. Federația Comunităților Evreiești primește un ajutor substanțial din partea Organizației Mondiale Evreiești, pentru ajutorarea celor aflați la nevoie.

Organizația religioasă Martorii lui Iehova

Organizația Religioasă „Martorii lui Iehova“ din România se consideră o denominațiune creștină și aparține grupării religioase mondiale a Martorilor lui Iehova, care, potrivit propriilor mărturii, numără circa 6,5 milioane de membri activi.

În România, înainte de Primul Război Mondial au început să-și intensifice activitatea *Studentii în Biblie*, aderenți ai pastorului Charles Taze Russel. Acesta fondase în 1881 *Societatea Turnul de Veghe*. C.T. Russel a murit în anul 1916, iar în perioada 1925-1930, o parte din aderenții mișcării care nu l-au agreat pe noul lider Joseph Franklin Rutherford, neacceptând inovațiile acestuia, au format comunități separate, respectând principiile formulate de Russel. În fundamentarea ideilor lor doctrinare, Martorii lui Iehova pornesc de la acceptarea autorității Bibliei, întrebunțând, cu predilecție, o ediție tradusă după principii de exegeză specifice propriei doctrine și tipărită în tipografiile proprii – *Traducerea Lumii Noi a Sfintelor Scripturi*.

Această organizație respinge dogma „Sfintei Treimi” acceptată de majoritatea confesiunilor creștine prin Simbolul de Credință Niceeo-Constantinopolitan. Pe Dumnezeu îl înțeleg strict în persoana Tatălui Cereșc, folosind în închinare Tetragramatonul - numele divin pe care-l traduc prin „Iehova”. Martorii lui Iehova cred în Isus Cristos ca Fiu și început al creației lui Dumnezeu, prin care Dumnezeu și-a continuat opera de zidire a lumii și prin care desăvârșește răscumpărarea credincioșilor de sub robia păcatului, în perspectiva restabilirii unui paradis terestru, fără a-l considera, însă, egal în dumnezeire și demnitate divină cu

Iehova (Tatăl). În același timp, se referă la Duhul Sfânt ca la o forță activă prin care Dumnezeu lucrează în lume.

În diversitatea lor toate religiile și-au creat propriile lăcașe de cult, ritualuri, obiceiuri, tradiții extrem de interesante și provocatoare pentru turiști. Statul român, prin politicile sale, încurajează turismul religios, pelerinajele, susținând refacerea patrimoniului bisericesc la toate cultele, permițând agențiilor de turism specializate și nu numai să desfășoare programe atractive astfel încât să atragă fluxuri cât mai mari de turiști.

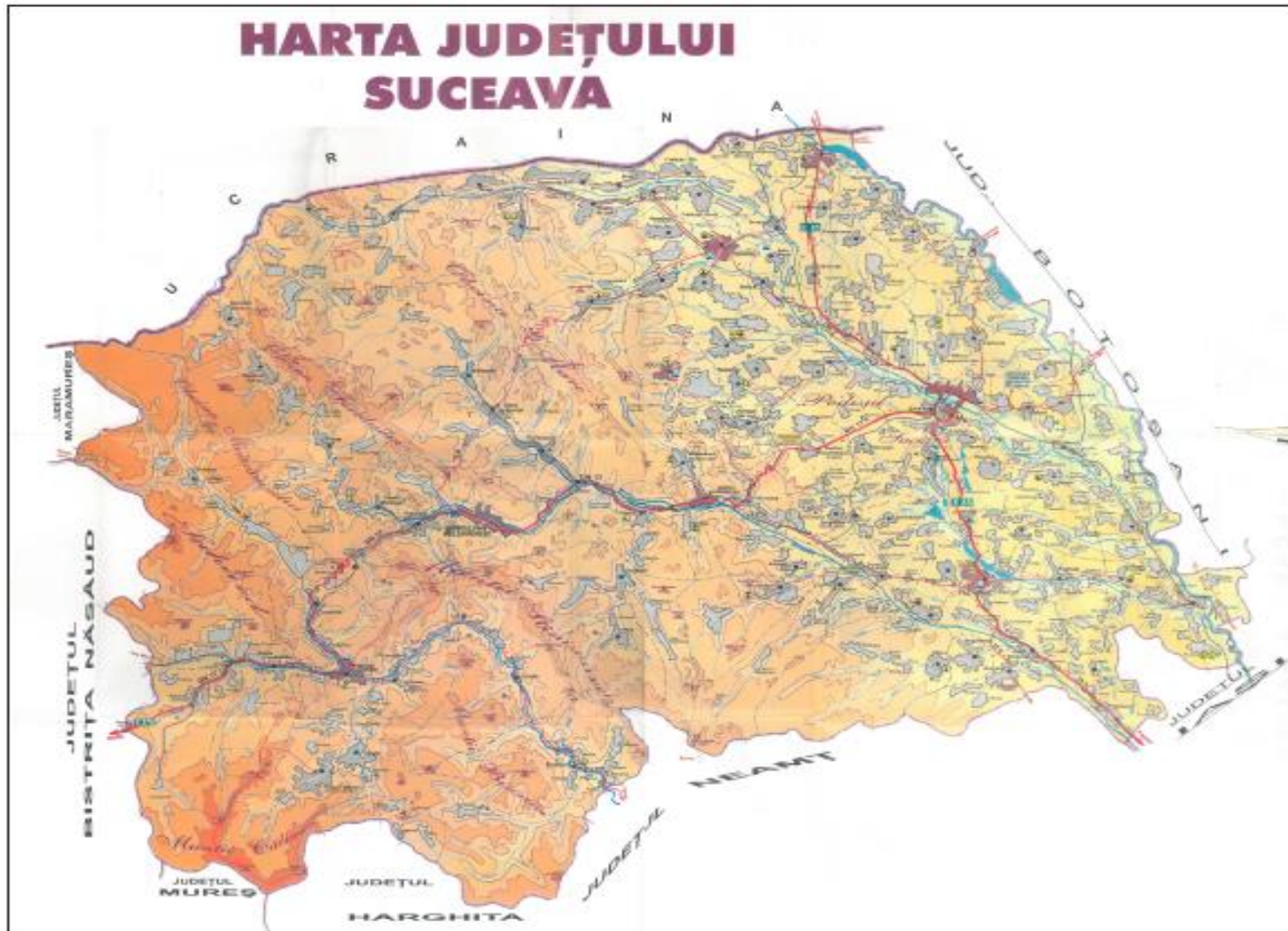
Prof. Richard Dawkins de origine keniană, fondatorul revistei „Adevăr și religie”, spune că religia frânează știința oferind false explicații, iar în sec. XXI religiile nu s-au schimbat ci doar atitudinea omului față de religie.

Noi susținem că turismul religios nu ține seama de tipul religiei fie monoteistă (iudaismul, creștinismul, islamismul), sau alte religii, călătoria în scop turistic sau pelerinajul are efecte extrem de benefice asupra oamenilor, aceștia îmbogățindu-se sufletește și rezolvându-și unele probleme.

La nivel mondial, monumentele turistice religioase dezvoltă anual importante fluxuri de turiști, iar România dorește să se alinieze acestor țări.

Tendința de a se crea o religie unică nu are implicații negative asupra turismului, ci poate asupra identității popoarelor, dar scopul călătoriei către obiectivele culturale religioase este atât personal, cât și social, dar în special cu implicații economice.

ANEXA 19



ANEXA 20

LISTA MONUMENTELOR ISTORICE DIN JUDEȚUL SUCEAVA

Din totalul de 449 de monumente istorice existente în județul Suceava, din punct de vedere cultural religios, cele mai importante sunt mănăstirile cu pictură exterioară, monumentele UNESCO, monumentele mai bine restaurate și păstrate.

Nr. crt.	Denumire	Localitate	Adresă	Datare
1.	Mănăstirea Voroneț, Biserica „Sf. Gheorghe”	Voroneț	Sat. Voroneț	Sec.XV
2.	Biserica „Sf. Înviere”, Mănăstirea Sucevița	Sucevița	Sat.Sucevița	sec. XV-XVI
3.	Mănăstirea Moldovița	Moldovița	Com.Moldovița	sec. XV
4.	Biserica Arbore	Arbore	Com.Arbore	sec. XV
5.	Mănăstirea Humorului	Gura Humorului	Oraș Gura Humorului	sec. XV-XVI
6.	Mănăstirea "Sf. Ioan cel Nou", Biserica "Sf. Gheorghe", Clisiarniță - paraclis, Stăreție, Chilii, Clopotniță	municipiul SUCEAVA	Str. Ioan vodă cel Viteaz nr.2	Sec. XVI-XIX
7.	Biserica „Sf.Nicolae” Probota	Probota	Loc.Probota, oraș Dolhasca	sec.XIV
8.	Biserica "Înălțarea Sfintei Cruci" - Pătrăuți	Pătrăuți	Sat.Pătrăuți	sec.XVI
9.	Biserica "Sf. Gheorghe" - Mirăuți	municipiul SUCEAVA	Str. Mirăuți 17	sec. XIV, XVII
11.	Ansamblul bisericii "Sf. Dumitru", biserica "Sf. Dumitru", ruinele bisericii vechi, clopotniță	municipiul SUCEAVA	Str. Ștefan cel Mare 1	sec. XIV-XVI
12.	Biserica "Nașterea Sf. Ioan Botezătorul" (a Coconilor)	municipiul SUCEAVA	Str. Ștefăniță Vodă 3	1643
13.	Mănăstirea Zamca, Biserica "Sf. Axentie", Paraclisul "Sf. Grigore", Paraclisul "Sf. Maria", Chilii, Zid de incintă, Turn clopotniță, Fortificația	municipiul SUCEAVA	Str. Zamca f.n.	sec. XVI - XIX

	de pământ			
14.	Biserica de lemn "Sf. Dumitru"	sat ADANCATA; comuna ADÂNCATA		sec. XVIII
15.	Biserica Armenească „Sf. Cruce”	Suceava	Str. Armenească. Nr.1	sec. XVI
16.	Biserica "Tăierea Capului Sf. Ioan	sat ARBORE; comuna ARBORE		1502
17.	Turn clopotniță	sat ARBORE; comuna ARBORE		1867
18.	Ruinele bisericii "Sf. Fecioară”	sat BAIA; comuna BAIA		1410
19.	Biserica "Sf. Gheorghe” - Albă	sat BAIA; comuna BAIA		sec. XV, XX
20.	Biserica "Adormirea Maicii Domnului”	sat BAIA; comuna BAIA		1530
21.	Ruina bisericii "Sf. Procopie”	sat BADEUȚI; oraș MILIȘĂUȚI		1487
22.	Biserica de lemn "Sf. Voievozi”	sat BAIȘEȘTI; comuna CORNU LUNCII		sec. XVIII
23.	Biserica "Sf. Nicolae”	sat BALINEȘTI; comuna GRĂMEȘTI		sec. XV
24.	Biserica de lemn "Sf. Nicolae”	sat BĂNEȘTI; comuna FÂNTÂNELE		sec. XVIII
25.	Biserica de lemn "Adormirea Maicii Domnului”	sat BILCA; comuna BILCA		1752
26.	Ansamblul bisericii "Sf. Voievozi”	sat BOGDANEȘTI; comuna BOGDANEȘTI		sec. XVIII - XIX
27.	Biserica de lemn "Sf. Voievozi”	sat BOGDANEȘTI; comuna BOGDANEȘTI		sec. XVIII
28.	Biserica de lemn "Adormirea Maicii Domnului”	sat BOROAIA; comuna BOROAIA		1808
29.	Biserica de lemn "Sf. Dumitru”	sat BOTOȘANA; comuna BOTOȘANA		mijl. sec. XVIII

30.	Ansamblul bisericii "Sf. Nicolae", Biserica de lemn "Sf. Nicolae", Clopotniță	localitatea BROȘTENI; oraș BROȘTENI		1779
31.	Ansamblul bisericii "Adormirea Maicii Domnului" - Hagigadar, Biserica "Adormirea Maicii Domnului" - Hagigadar, zid de incintă	sat BULAI; comuna MOARA		1512
32.	Biserica de lemn "Sf. Dumitru"	sat CALINEȘTI;		1794
33.	Ansamblul bisericii "Sf. Nicolae", Biserica de lemn "Sf. Nicolae", Casă parohială, Clopotniță	sat COLACU; comuna FUNDU MOLDOVEI		1800
34.	Biserica "Adormirea Maicii Domnului"	sat COMANEȘTI; comuna BOTOȘANA		sec. XVIII
35.	Biserica "Sf. Gheorghe"	sat COSTÂNA; comuna TODIREȘTI		1811
36.	Biserica de lemn "Cuvioasa Paraschiva"	sat CUMPARATURA; comuna BOSANCI		1792
37.	Biserica de lemn "Înălțarea Domnului"	sat DĂRMĂNEȘTI; comuna DĂRMĂNEȘTI		sf. sec. XVIII
38.	Biserica "Cuvioasa Paraschiva"	sat DOLHEȘTII MARI; comuna DOLHEȘTI		ante 1481
39.	Biserica de lemn "Adormirea Maicii Domnului" și "Sf. Spiridon"	sat DRĂGUȘENI; comuna DRĂGUȘENI		1780
40.	Biserica de lemn "Sf. Gheorghe"	municipiul FĂLTICENI	Str. Dumbrava Minunată 17	sec. XVIII
41.	Biserica "Sf. Nicolae"	municipiul FĂLTICENI	Str. Topitoriei 5	1798
42.	Biserica de lemn "Sf. Dumitru"	sat HORODNIC DE JOS; comuna HORODNIC DE JOS		sec. XVIII
43.	Ansamblul bisericii "Pogorârea Sf. Duh"	sat HORODNICENI; comuna HORODNICENI		sec. XVI - XIX
44.	Biserica "Pogorârea Sf. Duh"	sat HORODNICENI; comuna HORODNICENI		1538

45.	Biserica de lemn "Sf. Arhangheli Mihail și Gavril"	sat HUMORENI; comuna BOTOȘANA		mijl. sec. XVIII
46.	Biserica de lemn "Nașterea Maicii Domnului"	sat IACOBESȚI; comuna GRĂNICEȘTI		1792
47.	Biserica "Adormirea Maicii Domnului"	sat ILIȘEȘTI; comuna ILIȘEȘTI		1714
48.	Biserica de lemn "Sf. Nicolae"	sat LĂMĂȘENI; comuna RĂDĂȘENI		sec. XVIII
49.	Biserica de lemn "Intrarea în Biserică"	localitatea MĂNĂSTIOARA; comuna UDEȘTI		înc. sec. XVIII
50.	Biserica "Sf. Onufrie"	localitatea MANASTIOARA; oraș SIRET		sec. XVII
51.	Necropola Dolheștii Mari	Dolheștii Mari	Dolheștii Mari	sec. XIV, epoca daco-romană
52.	Mănăstirea Teodoreni	Burdujeni	Str. Cuza vodă nr.19	sec.XVI-XIX
53.	Ansamblul bisericii "Cuvioasa Paraschiva"	sat MITOCAȘI; comuna MITOCU DRAGOMIRNEI		sf. sec. XVIII
54.	Biserica de lemn "Cuvioasa Paraschiva"	sat MITOCAȘI; comuna MITOCU DRAGOMIRNEI		sec. XVIII
55.	Biserica "Sfinții Enoh, Ilie și Ioan Teologul" - Dragomirna Mică	sat MITOCU DRAGOMIRNEI; comuna MITOCU		1602
56.	Mănăstirea Dragomirna	sat MITOCU DRAGOMIRNEI; comuna MITOCU DRAGOMIRNEI		sec. XVII - XIX
57.	Biserica "Pogorârea Sf. Duh"	sat MITOCU DRAGOMIRNEI; comuna MITOCU DRAGOMIRNEI		1609
58.	Paraclisul "Sf. Nicolae"	sat MITOCU DRAGOMIRNEI; comuna MITOCU DRAGOMIRNEI		sec. XVII

59.	Biserica de lemn "Sf. Arhangheli"	sat MOARA NICĂ; comuna MOARA		sec. XVIII
60.	Biserica "Duminica Tuturor Sfinților"	sat PĂRHĂUȚI; comuna TODIREȘTI		1522
61.	Ansamblul Bisericii „Sf. Simion” Suceava	Suceava	Str. George Enescu, nr.51	sec.XVI
62.	Ansamblul bisericii de lemn "Sf. Voievozi"	sat PIRTEȘTII DE SUS; comuna CACICA		sec. XVIII - XIX
63.	Biserica "Adormirea Maicii Domnului"	localitatea PLOPENI; oraș SALCEA		1753
64.	Biserica "Nașterea Maicii Domnului"	sat POIANA; oraș DOLHASCA		sec. XIX
65.	Biserica de lemn "Sf. Dumitru"	sat POIANA STAMPEI; comuna POIANA STAMPEI		sec. XIX
66.	Biserica de lemn "Sf. Voievozi" și "Sf. Gheorghe"	sat PRAXIA; comuna FÂNTÂNA MARE		sec. XVIII
67.	Biserica „Învierea Domnului” Suceava	Suceava	Str. Ana Ipătescu nr.14	1551
68.	Mănăstirea Putna	sat PUTNA; comuna PUTNA		sec. XV - XIX
69.	Biserica "Sf. Apostoli Petru și Pavel"	sat PUTNA; comuna PUTNA		sec. XVIII
70.	Biserica de lemn "Sf. Mercurie și Sf. Ecaterina"	sat RĂDĂȘENI; comuna RĂDĂȘENI		sec. XVII
71.	Mănăstirea Râșca, Biserica "Sf. Nicolae", clopotniță, chili, zid de incintă	sat RIȘCA; comuna RAȘCA		sec. XVI - XIX
72.	Ansamblul bisericii "Tăierea Capului Sf. Ioan Botezătorul", Biserica "Tăierea Capului Sf. Ioan, Clopotniță	sat REUSENI; comuna UDEȘTI		sec. XVI - XIX
73.	Biserica "Sf. Treime"	oraș SIRET	Str. Victoriei 10	1352

74.	Mănăstirea Slatina, Biserica "Schimbarea la Față", trapeză, Paraclisul "Sf. Nicolae", paraclisul "Sf. Trei Ierarhi", turnuri, cișmea, zid de incintă	sat SLATINA; comuna SLATINA		sec. XVI - XIX
75.	Mănăstirea Solca, Biserica "Sf. Apostoli Petru și Pavel", ruine chilii, beciuri, zid de incintă, turnuri, clopotniță	oraș SOLCA		sec. XVII
76.	Biserica „Sf. Nicolae” –Prăjescu Suceava	Suceava	Str. Mihai Viteazu nr.2	sec. XVI - XVII
77.	Biserica de lemn "Sf. Voievozi"	sat ȘERBĂNEȘTI; comuna ZVORIȘTEA		sec. XVIII
78.	Biserica de lemn "Sf. Arhangheli"	sat TODIREȘTI; comuna TODIREȘTI		sec. XVIII
79.	Ansamblul bisericii "Înălțarea Domnului", Biserica de lemn "Înălțarea Domnului", clopotniță, Biserica de lemn "Sf. Nicolae", piua de sumane a lui Ilișoi	sat VAMA; comuna VAMA		mijl. sec. XVIII - înc. XX
80.	Mănăstirea Moldovița, Biserica "Buna Vestire", paraclisul de iarnă, clisiarniță, chilii Sud, zid de incintă cu turn de colț, turn clopotniță de intrare	sat VATRA MOLDOVIȚEI; comuna VATRA MOLDOVIȚEI		sec. XVI - XX
81.	Biserica "înălțarea Sf. Cruci"	sat VOLOVAȚ; comuna VOLOVAȚ		1500
82.	Mănăstirea Voroneț, Biserica "Sf. Gheorghe", ruine chilii, clopotniță, zid de incintă	localitatea VORONEȚ; oraș GURA HUMORULUI		sec. XV - XVIII
83.	Ansamblul bisericii "Sf. Dumitru", Biserica "Sf. Dumitru", zvoniță	sat ZAHAREȘTI; comuna STROIEȘTI		sec. XVI -XVIII
84.	Biserica "Adormirea Maicii Domnului"	sat ZVORIȘTEA; comuna ZVORIȘTEA		1782

ANEXA 21

Chestionar pentru potențialii turiști/ vizitatorii obiectivelor turistice culturale religioase

1. Care ar fi principala atracție turistică pentru care veniți în Bucovina?
2. Ce mănăstire/ obiectiv cultural religios vă place cel mai mult aici?
3. Care este motivația religioasă care vă aduce aici?

Nerezolvarea problemelor	
Dorința de a reuși în viață	
Atractivitatea și renumele mănăstirilor	
Calitatea scăzută a vieții	
Altele	

4. Ce vă nemulțumește cel mai mult?
5. Ce servicii ați vrea să vi se ofere?
6. Cum ați aflat de aceste produse turistice?
7. Ați vizitat și alte zone cu obiective culturale religioase?

8. Date de identificare:

Țara:

Localitatea:

Vârsta:

Studii:

Sex:

Stare civilă:

Religia:

Data:

Vă mulțumim!

ANEXA 22

Chestionar pentru instituții cultural religioase

Bună ziua!

Elaborăm un studiu privind impactul turismului asupra componentei cultural religioase la nivelul Jud. Suceava și ne-ați putea fi de mare ajutor răspunzându-ne la câteva întrebări. Vă asigurăm de confidențialitatea noastră, iar informațiile vor fi folositoare în scopul acestei cercetări.

1. Turiștii individuali sau grupurile de turiști vă stânjenesc viața (programul zilnic)?

a. Da . În ce mod?

b. Nu

2. Considerați că veniturile din turism contribuie la întreținerea mănăstirilor?

a. Da

b. Nu

3. Care ar trebui să fie comportamentul turiștilor în incinta obiectivelor cultural –

religioase?

4. Ce categorii de turiști frecventează mai des lăcașele de cult?

a. români c. tineri f. săraci

b. străini d. adulți g. bogați

e. vârstnici

5. Dezvoltarea turismului cultural – religios din ultimii ani v-a influențat viața?

a. Da : - pozitiv . Cum?

- negativ . Cum?

b. Nu

6. Cum se reflectă creșterea nivelului de trai al populației la nivelul instituțiilor bisericești (mănăstiri)? Explicați.

Pozitiv

Negativ

7. Construcțiile bisericești din ultimii ani, mașinile de lux, internetul, etc. nu deteriorează imaginea monahilor?

a. **Da**

b. **Nu**

8. Preferați un program de vizitare a mănăstirilor pentru a nu tulbura slujbele, etc.?

a. Da

b. Nu

9. Circulația turistică excesivă duce la deteriorarea elementelor de patrimoniu?
- Da . În ce mod?
 - Nu
10. Județul Suceava are cea mai mare densitate de biserici și mănăstiri din țară și o viață de obște reprezentativă. Este aceasta o motivație puternică de dezvoltare a turismului religios?
- Da
 - Nu
11. Considerați că turiștii care vizitează biserica (mănăstirea) dvs. pleacă mai bogați spiritual și cu un volum de informație mai mare?
- Da
 - Nu
 - Nu știu
12. Creșterea numărului de vizitatori conduce la o creștere a veniturilor din servicii religioase?
- Da
 - Nu
13. Odată cu creșterea cererii pentru servicii religioase crește și volumul de muncă, respectiv responsabilitatea față de credincioși?
- Da
 - Nu
14. Considerați că este necesară o mai mare implicare a bisericii în viața socială?
- Da . În ce mod?
 - Nu
15. Rolul cultural – educativ al bisericii a crescut în ultimii ani?
- Da
 - Nu
16. Cum vedeți educația potențialilor turiști prin programe de inițiere/instruire privind valoarea universală a unor monumente cultural – religioase prin școli de vară?
- pozitivă
 - negativă
17. Turiștii sunt atrași în primul rând de:
- valoarea universală incontestabilă a mănăstirilor?
 - puterea/calitatea ridicată a serviciilor religioase?
18. Încurajarea pelerinajelor prin asigurarea condițiilor de cazare și servirea mesei în incinta mănăstirilor nu tulbură regulile bisericesti și tihna monahală?
- Da
 - Nu
19. Cum apreciați dezvoltarea comerțului cu suveniruri și obiecte religioase în preajma mănăstirilor? Motivați.
- Pozitive

b. Negative

20. Ce alte servicii suplimentare vă gândiți să oferiți vizitatorilor?

21. Cum explicați faptul că în ultimii ani, în ciuda creșterii nivelului de trai al populației a crescut numărul schiturilor și al viețuitorilor acestora?

22. În ce categorie de vârstă vă încadrați ?

- a. 18-25 1
- b. 26-35 2
- c. 36-45 3
- d. 46-55 4
- e. peste 56 5

23. Sexul:

- Masculin 1
- Feminin 2

24. Ce studii aveți?

- Submedii 1
- Medii 2
- Superioare 3

ANEXA 23
Lista obiectivelor UNESCO din județul Suceava

Nr. crt.	Denumire	Localitatea
1	Biserica Tăierea capului Sfântului Ioan Botezătorul	Arbore
2	Biserica Bunei Vestiri	Mănăstirea Moldovița
3	Biserica Sfintei Cruci	Pătrăuți
4	Biserica Sf. Nicolae	Mănăstirea Probota
5	Biserica Sf. Gheorghe	Mănăstirea Voroneț
6	Biserica Sf. Gheorghe a Mănăstirii Sf. Ioan cel Nou de la Suceava	Mun. Suceava
7	Biserica Adormirea Maicii Domnului	Mănăstirea Humorului
8	Biserica Învierii	Mănăstirea Sucevița

DECLARAȚIE PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII

Subsemnata, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

APETRI NICULINA

20.10 2016



CURRICULUM VITAE

INFORMAȚII PERSONALE

Nume: APETRI NICULINA
Adresa: str. Mărășești, nr.9, Bl.B8. Sc.B ap.1,
Suceava,Romania, cod:720175
Telefon: 0742132340
E-mail: ninaapetrei@yahoo.com
Naționalitate: romana
Data nașterii: 21 .11.1963

EXPERIENȚA PROFESIONALĂ

Perioada : 1997-prezent
Angajator: Colegiul Economic” DIMITRIE CANTEMIR”
Suceava
Sector de activitate: învățământ
Postul ocupat: prof . titular

Perioada : 1993- 1997
Angajator : Colegiul Tehnic de Industrie Alimentară,
Suceava
Sector de activitate: învățământ
Postul ocupat: prof. suplinitor

Perioada : 1992-1993
Angajator: Colegiul Economic “DIMITRIE CANTEMIR”
Suceava
Sector de activitate: învățământ

Postul ocupat:	prof. suplinitor
Perioada:	1984-1992
Angajator :	Sucursala ADAS , Suceava
Sector de activitate:	asigurări
Postul ocupat:	agent de asigurări
Perioada:	1999-2001
Angajator :	S.C. SEDONA . S.R.L.
Sector de activitate:	publicitate, editura de carte
Postul ocupat:	director zonal, contract part-time
Perioada:	2001-2004
Angajator:	Universitatea “PRO HUMANITAS”
Sector de activitate:	învățământ
Postul ocupat:	lector
Perioada :	2004-2006
Angajator:	Agenția de turism AITI TRAVEL, Suceava
Sector de activitate:	turism
Postul ocupat:	director, contract part-time
Perioada:	2007-2010
Angajator:	AJOFM
Sector de activitate	învățământ
Postul ocupat:	lector, contract de colaborare

EDUCATIE SI FORMARE

Numele si tipul instituției:	ASEM Republica Moldova Doctorand, secțiunea Economie și Management
------------------------------	---

Numele si tipul instituției:	MEdC : UNIVERSITATEA TEHNICA “GHEORGHE ASACHI” Iași
------------------------------	--

Domeniul studiat/aptitudinii ocupaționale	Managementul Marketingului
--	----------------------------

Tipul calificarii	
/diploma obținută	masterat
Nivelul de clasificare a formeii de instruire/ învățământ	post universitar
Numele si tipul institutiei:	MEdC : UNIVERSITATEA “DIMITRIE CANTEMIR” București
Domeniul studiat/aptitudini ocupaționale	Facultatea de Management Turistic și Comercial
Tipul calificării	
/diploma obtinuta	licență
Nivelul de clasificare a formeii de instruire/ învățământ	superior, de lungă durată
Numele si tipul institutiei:	Academia de Studii Economice-București
Tipul calificarii	
/diploma obținută	grad didactic 1, 2007
Numele si tipul instituției:	Academia de Studii Economice-București
Tipul calificării	
/diploma obținută	grad didactic 2, 2003
Numele si tipul instituției:	Academia de Studii Economice-București
Tipul calificării	
/diploma obținută	definitivare în învățământ, 1998
Numele si tipul instituției:	MEdC : Consiliul Național pentru evaluarea si difuzarea manualelor
Tipul calificării	
/diploma obținută	expert evaluator manuale
Perioada:	7-10 feb 2007, Mediaș

Numele si tipul institutiei:	MEdC : Grupul Școlar”VIRGIL MADGEARU” Iași
Domeniul studiat/aptitudini	Introducerea conceptului de firma-exercițiu ocupational
Perioada:	8-10 dec 2006
Numele și tipul instituției	MEdC: Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic, Colegiul Economic”ION GHICA”, Braila
Tipul calificării/diploma obținută	aprofundare firma de exercițiu
Perioada:	23-25 mai 2003
Numele și tipul instituției:	Total Spain Language School, Granada ,Spania
Tipul calificării/diploma obținută	Curs de formare de noi competențe în marketing, turism rural, agroturism, turism istoric;
Perioada:	1-15 sept 2005
Numele și tipul instituției:	Centro de Espanol Garcia Lorca, Granada, Spania 2005
Tipul calificării/diploma obținută	Curs de limba spaniolă
Perioada:	5-9 sept 2005
Numele și tipul instituției:	MEdC, ISJ Suceava, CCD Suceava
Tipul calificării/diploma obținută	Curs de perfecționare-limba germană
Perioada:	14 feb -10 aprilie 2004, 50 ore
Numele și tipul instituției:	MedC, ISJ, CCD
Tipul calificării/diploma obținută	Curs de inițiere în operare pe calculator.Utilizarea tehnologiei informației și acomunicației în educație
Perioada:	10 martie-14 aprilie 2002, 30 ore
Numele și tipul instituției:	MedC, ISJ, CCD
Tipul calificării/diploma obținută	Curs de abilitare curriculară
Perioada:	26-27 ianuarie 2002 , 20 ore

Numele și tipul instituției:	M.E.C.T si ARACIP
Tipul calificării:	Curs de formare: Managementul și asigurarea calității educației în “Învățământul preuniversitar”
Perioada:	28-29 martie 2009, 12 ore
Numele și prenumele instituției:	Centrul Regional de formare profesionala a adulților Cluj
Tipul calificării/diploma obținută:	formator național/ Certificat de competențe profesionale
Perioada:	22.10.2009
Numele și tipul instituției:	Ministerul Turismului. Oficiul de Autorizare și Control în Turism
Tipul calificării/diploma obținută:	BREVET DE TURISM
Perioada:	mai 1998
Numele și tipul instituției:	Universitatea “Ștefan cel Mare Suceava”
Tipul calificării/diploma obținută:	Curs de formare: Mentalități Europene
Perioada:	septembrie 2011
Numele și tipul instituției:	MECTS, ISJ Suceava
Tipul calificării/diploma obținută:	Curs de formare profesori metodiști
Perioada:	iunie 2010
Numele și tipul instituției:	MECTS, ARACIP, FSLI
Tipul calificării/diploma obținută:	Curs de formare: Asigurarea internă a calității
Perioada:	ianuarie 2012

PARTICIPARE LA PROIECTE NATIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

- participare cu elevii la Târgul internațional al Firmelor de exercitiu, **Praga** în 2008 și obținerea locului 7 din peste 200 de participanți;
- participare în echipele de proiecte **PHARE RO 0108.01**, privind reabilitarea și modernizarea unităților școlare;
- participare la proiectul **SOCRATES COMENIUS 1** “Bucătărie tradițională” în colaborare cu unități școlare din Spania, Germania, Norvegia;
- participare la Proiectul de mobilități **LEONARDO da VINCI**, Spania, 2005;
- proiectul **ECO ȘCOALA**, participare în fiecare an;
- Participare cu elevii la Festivalul internațional al creativității în școli, proiect **Etwinning, SAN REMO**, martie, 2009;
- Participare la cursuri de formare și proiecte europene, **GRANADA, Spania, Torrelavega, Spania**, 2005;
- sunt coordonatorul proiectului de finanțare din fondurile europene FSE POSDRU NORDEST, care urmărește reintegrarea elevilor cu probleme.
- Participare în grupurile de lucru ale ISJ Suceava, ca profesor metodist pentru:
- elaborare de subiecte bacalaureat și trimise la **SNEE**.
- elaborare de subiecte pentru olimpiadele școlare;
- elaborare subiecte pentru concursul național de titularizare;
- Membru în comisia de organizare a Olimpiadei naționale de specialitate, 2005, și în fiecare an membru în comisia de organizare, elaborare subiecte și evaluare a olimpiadei de specialitate, fazele locale și județene.
- Profesor organizator al olimpiadei de specialitate, faza națională, 2004;
- Expert evaluator manuale;
- Profesor metodist din 2007.

Limba materna: romana
Limbi străine cunoscute: engleza- bine
franceza- foarte bine
germana-satisfăcător
spaniola-satisfăcător

Aptitudini și competențe sociale: lider de sindicat în Colegiul Economic
“DIMITRIE CANTEMIR “ ales de colectiv
din 2006, organizare de multiple acțiuni:
revelioane, mese festive, banchete, acțiuni
umanitare și caritabile la nivel de județ cu
reflectare în presa locală; promovarea școlii în
presa locală, organizator de excursii și programe
turistice în țară și străinătate, având Brevet de
Turism;

Aptitudini și competențe
organizatorice: organizarea de programe turistice pe diverse
teme
obținând Licența de Turism în anul 2006;
organizare olimpiade școlare și târguri ale
Firmelor de exercițiu- faze locale;

Premii și distincții: **Diploma de excelență**, pentru activitatea
didactică, acordată de Ministerul Educației și
Cercetării, în 2010, 2011, 2012;
Distincția “**Gheorghe Lazăr**” **clasa a III a**,
acordată
de Ministerul Educației și Cercetării, în anul
2009;

Publicații

N. Apetri, Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios,
Editura George Tofan, Suceava, 2015

Articole în diferite reviste științifice

N. Apetri, *Actual Problems in Developing Religios Tourism*, Revista Economica, ASEM, nr.4/2014, p. 9-19, ISSN 1810-9136, Categoria B.

N. Apetri, Aspects of Sustenaible Development of Tourism in Suceava county, Revista de Turism, Editura Universității „Ștefan cel Mare”, Suceava, Categoria B

N. Apetri, Influence free time for touristic services, Revista Economică, ASEM, Categoria B

Articole în culegeri științifice

N. Apetri, Turismul cultural religios în Bucovina, Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, Editura ASEM, Chișinău, 10-12 aprilie, 2009, pg.45-54,

N. Apetri, Evaluări/propuneri privind impactul turismului asupra mediului cultural religios, Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, Editura ASEM, Chișinău, 2009, pg.243-251

N. Apetri, The role and Importance of Advertising in travel and pilgrimage tour agencies, Scientific, Symposium of Young researches, Chișinău, aprilie, 2014, pg.257-260

Materiale/ teze la forurile științifice

N. Apetri, Turismul religios-factor de stimulare a relațiilor internaționale, Conferința Internațională de Comunicări Științifice, „Turismul între dezvoltarea regională și criza economică globală”, Sucevița, 22-23 mai 2009, cotată CNCSIS, categoria B+, cod 447

N. Apetri, E.Turcov, Aspects of sustainable development of tourism in Suceava county, Ecoforum Journal, Suceava, 2015, ISSN 2344-2174, pag.95-99.

Lucrări științifico-metodice și didactice

N. Apetri, Rolul interdisciplinarității în predarea disciplinelor economice- Simpozionul Interjudețean „Dumitru Rusu-mentor în învățământul economic ieșean”, Editura PIM Iași, 17 mai 2014, pg.82-85

N. Apetri, Analiza SWOT a turismului în jud. Suceava, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, editura Mecatrin, Brașov, 2014, ISSN 2344-696X, pg. 103-109

N. Apetri, Aportul Economic pentru protecția patrimoniului turistic, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, Editura Mecatrin, Brașov, 2014, ISSN 2344-696X, pg. 89-103.

N. Apetri, Strategii de dezvoltare a turismului cultural religios în județul Suceava, „Repere Didactice Moderne”,ditura Mecatrin, Brașov, 2014, ISSN 2344-696X, pg.51-62.