



Sesiuni de comunicări științifice

ISSN 3061-6891

ISSN-L 3061-6891

NR 8 AUGUST 2025

Coordonator Revistă
Prof Ec Dr PETRE
DANIELA

REDACTIA:

Redactor coordonator :

Prof Ec Dr Petre Daniela

Redactor Șef :

Prof Ec Dr

Mirea Cosmin Nicolae

Redactori Turism :

Prof Ing Dr Rădoi Eugenia Dorina

Prof Ec Dr

Albu Ovidiu Toma

Redactor Tehnic :

Prof Ing Dr

Damian Adriana

Redactori Religie :

Prof Ing Farm.Dr Pușcaș Gabriela

Prof Dr Teșu Cristinel

Prof Dr Georgescu Bogdan

Redactor Economic /Comerț:

Prof Jr Ec Dr Simina Andora

Prof Ec Dr

Jeleascov Monica

Cuprins :

1. IMPORTANȚA POTENȚIALULUI TURISTIC NATURAL AL JUDEȚULUI BUZĂU TROVANȚII DE ULMET DIN COMUNA BOZIORU Prof Ec Dr PETRE DANIELA	pag 4
2. ASPECTE SOCIO -MEDICALE ALE VINULUI Prof Ec Dr MIREA COSMIN NICOLAE	pag 6
3. IMPORTANȚA AGROTURISMULUI ȘI A AEDUCAȚIEI TINERILOR ÎN ȘCOLI PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMICĂ Prof Ec Dr IACOB IRIMIA CATI	pag 8
4 .TURISMUL DE EXPERIENȚĂ - TURISMUL VITICOL Prof Dr SĂNDULESCU DUMITR.....	pag 10

Totul dintr-un singur loc

IMPORTANȚA POTENȚIALULUI TURISTIC NATURAL AL JUDEȚULUI BUZĂU

TROVANȚII DE ULMET DIN COMUNA BOZIORU

Prof Ec Dr Petre Daniela
Colegiul Tehnologic Grigore Cerchez București

Pe raza comunei Bozioru ,din județul Buzău , mai exact în satul Ulmet se găsesc minunații trovanții cărora li se mai spune „Babele de Ulmet”.

Trovanții sunt formațiuni sedimentare ce iau naștere prin cimentarea nisipurilor și sedimentelor sub acțiunea apelor subterane bogate în carbonat de calciu. Procesul are loc lent, în milioane de ani, iar rezultatul este apariția unor „bulgări” de piatră cu forme rotunjite sau bizare.

Una dintre caracteristicile care fascinează este impresia că trovantii „cresc”. După ploi abundente, suprafața lor absoarbe apa, iar presiunea internă a mineralelor poate determina apariția unor excrescențe noi. Acest fenomen, observat ocazional, a generat convingerea populară că „pietrele sunt vii”. De aici provine și denumirea lor populară de „pietre care cresc” sau „pietre vii”. Din punct de vedere științific, procesul este rezultatul reacțiilor chimice dintre minerale și apa infiltrată, nicidecum o formă de viață.



Figura 1 Sursă proprie

Sătenii povestesc că pietrele ar avea puteri supranaturale, că aduc noroc celor care le ating sau că sunt rămășițe ale unor uriași care au trăit cândva în aceste locuri. Alți localnici cred că ele se mișcă sau se înmulțesc în timp. Astfel, trovantii nu reprezintă doar o curiozitate geologică, ci și un reper cultural și identitar pentru comunitate.

Din păcate această zonă este foarte puțin vizitată de către turiști din cauza lipsei de promovare a obiectivelor turistice din județul Buzău ,dar și din cauza drumurilor aproape nepracticabile care duc spre aceste obiective turistice .

Obiectivele turistice din județul Buzău care ar trebui cunoscute publicului larg sunt : Focul Viu , Țara Luanei , Trovanții de Ulmet , Fierbătoarele de la Berca , Muzeul Chihlimbarului și Vulcanii Noroioși .

Trovantii nu se regăsesc doar la Ulmet; formațiuni similare apar și în alte zone din România (Vâlcea, Cluj, Suceava), dar cei din județul Buzău se remarcă prin număr, diversitate și contextul pitoresc. Studiul lor oferă informații esențiale despre procesele geologice de sedimentare și cimentare, dar și despre interacțiunea dintre mediul natural și percepțiile umane.

Trovantii de la Ulmet sunt o adevărată „carte de vizită” a județului Buzău și o mărturie a modului în care natura poate crea forme spectaculoase. Îmbinând știința cu tradiția, realitatea geologică cu mitul, aceste formațiuni atrag vizitatori români și străini deopotrivă. Conservarea și promovarea lor responsabilă sunt esențiale pentru a păstra intact acest patrimoniu natural unic.

Trovantii de la Ulmet

.....

Aspecte socio-medice ale vinului

prof. dr. Cosmin Nicolae MIREA
Colegiul Tehnologic "Grigore Cerchez"

Vinul, prin valențele sale, se dovedește a fi o băutură cu adevărat complexă. Acest lucru derivă din perspectivele prin care poate fi privit. În primul rând, vinul are un caracter social, în sensul că se consumă cu prilejul unor ocazii speciale, dar și în cadrul unor discuții amicale.

De asemenea, vinul are și un caracter spiritual, mai ales în rândul popoarelor creștine, deoarece este folosit în diferite procesiuni religioase, simbolizând sângele Mântuitorului Isus Hristos. Pe lângă aceste două perspective, vinul manifestă și o latură medicală. Așa cum au arătat Artero et al., (2015), consumul moderat de vin are diferite beneficii asupra sănătății. În urma unui experiment, Micallef, Lexis și Lewandowski (2007) au arătat că vinul roșu are capacitatea de a crește statusul antioxidant și de a scădea stresul oxidativ atât în rândul tinerilor, cât și în rândul persoanelor mai în vârstă. Ca urmare, vinul poate fi caracterizat prin prisma triadei societate-spiritualitate-medicină.

Vinul este considerat a fi o băutură mai sănătoasă decât berea și băuturile spirtoase de cea mai mare parte a oamenilor, indiferent de generația din care provin. În ceea ce privește tipul vinului, cea mai mare parte a oamenilor, indiferent de generația din care provin, consideră că vinul roșu este cel mai sănătos dintre toate tipurile de vin (Chang, Thach și Olsen, 2016).

Starea de sănătate, alături de o educație formală și de obiceiuri de viață mai sănătoase influențează tinerii să consume vinuri, în detrimentul altor băuturi, precum berea sau lichiorul. Cu alte cuvinte, tinerii consumatori de vin, în comparație cu tinerii care consumă alte băuturi alcoolice, tind să aibă un nivel mai mare al educației formale, tind să aibă o greutate normală și nu preferă mâncarea de tip fast food, mult preferată de tineri (Paschall și Lipton, 2005). Drept urmare, se poate admite că tinerii care pun preț pe beneficiile medicale ale vinului, au un fundament solid cu privire la obiceiurile de consum sănătoase.

În general, tinerii români care consumă băuturi alcoolice sunt bărbați, au un nivel scăzut de educație, sunt fumători, iar principala băutură alcoolică pe care o preferă este berea, urmată de vin și de băuturile spirtoase (Pop et al., 2020). În general, consumul excesiv de alcool este o practică des întâlnită în cazul tinerilor. În cazul tinerilor români, consumul excesiv de alcool se întâlnește de 1.72 ori mai des în cazul bărbaților, comparativ cu femeile, iar riscul relativ de alcoolism în rândul bărbaților tineri din România este de 7.18% (Bucur, Fulop și Croitoru, 2014). Pentru o stare de sănătate normală și pentru a nu beneficia de diferite etichete sociale, este foarte important ca tinerii să consume vin și alte băuturi alcoolice în cantități moderate, astfel încât să nu se depășească limita bunei dispoziții și să se ajungă în stări avansate de ebrietate.

Bibliografie:

- Artero, A., Artero, A., Tarin, J. J., & Cano, A. (2015). The impact of moderate wine consumption on health. *Maturitas*, 3-13, vol. 80.
- Bucur, P., Fulop, I., & Croitoru, M. D. (2014). Romanian young people's drinking habits. *Acta Medica Marisiensis*, 186-190, Vol. 60, no. 5.
- Chang, K. J., Thach, M. L., & Olsen, J. (2016). Wine and health perceptions: Exploring the impact of gender, age and ethnicity on consumer perceptions of wine and health. *Wine Economics and Policy*, 105-113, vol. 5.
- Micallef, M., Lexis, L., & Lewandowski, P. (2007). Red wine consumption increases antioxidant status and decreases oxidative stress in the circulation of both young and old humans. *Nutrition Journal*, 1-8, vol. 6, no. 27.
- Paschall, M., & Lipton, R. I. (2005). Wine preference and related health determinants in a U.S. national sample of young adults. *Drug and Alcohol Dependence*, 339-344, Vol. 78.
- Pop, G. N., Bodog, F. D., Christodorescu, R., Voita-Mekeres, F., Tudoran, C., Tudoran, M., et al. (2020). Psychosocial factors and patterns of alcohol consumption in young adults from Western Romania . *Romanian Journal of Legal Medicine*, 269-277, vol. 28.

Importanța agroturismului și a educației tinerilor în școli pentru dezvoltare economică

Prof.ec.dr. Irimia Iacob Cati
Colegiul "Ion Kalinderu", Bușteni

Agroturismul reprezintă una dintre formele de turism cu cel mai mare potențial de dezvoltare în țara noastră, având la bază valorificarea resurselor rurale naturale, culturale și umane într-un mod cât mai sustenabil. Această activitate turistică îmbină tradițiile locale, ospitalitatea satului românesc și frumusețea cadrului natural, devenind o alternativă viabilă la turismul de masă și o modalitate de revitalizare a spațiului rural [3].

Agroturismul este activitatea care aduce beneficii economice semnificative comunităților rurale. Prin atragerea turiștilor în mediul rural, se creează oportunități de venit suplimentar pentru gospodării, ceea ce reduce dependența exclusivă de agricultură [5].

Dezvoltarea pensiunilor rurale, comercializarea produselor tradiționale și implicarea localnicilor în activități turistice generează locuri de muncă și contribuie la menținerea populației tinere în mediul rural de aceea educația are un rol fundamental în transmiterea valorilor legate de respectul pentru natură, tradiții și spirit antreprenorial.

Pregătirea tinerilor încă din școală pentru a înțelege și valorifica oportunitățile oferite de agroturism reprezintă o investiție pe termen lung în dezvoltarea economică și culturală a României.

Agroturismul are și o puternică dimensiune culturală. Turiștii sunt atrași de obiceiurile, meșteșugurile și gastronomia tradițională românească, ceea ce determină comunitățile să își păstreze și să își valorifice identitatea culturală [4].

Spre deosebire de turismul de masă, agroturismul se bazează pe principii de durabilitate și respect față de mediu. Promovarea produselor ecologice, utilizarea resurselor locale și limitarea impactului asupra ecosistemelor rurale contribuie la protecția mediului și la promovarea unui turism responsabil [1].

România are un avantaj competitiv, datorită biodiversității sale și a zonelor rurale încă puțin afectate de industrializare. La nivel european, agroturismul este o direcție de dezvoltare prioritară, fiind sprijinit prin politici agricole și de coeziune. România, ca stat membru al Uniunii Europene, are acces la fonduri nerambursabile destinate dezvoltării infrastructurii turistice rurale și susținerii antreprenorilor locali [2].

Valorificarea acestor oportunități poate contribui la creșterea competitivității turismului românesc și la integrarea sa în circuitul european al agroturismului iar școlile, prin discipline precum economia sau educația tehnologică, pot contribui la conștientizarea importanței agroturismului pentru comunitățile rurale. Tinerii educați în spiritul protejării mediului și al promovării tradițiilor vor fi mai predispuși să dezvolte inițiative turistice locale prin programele și proiectele originale [4].

Este necesar ca educația în școli trebuie să pună accent pe dezvoltarea spiritului antreprenorial. Cunoștințele dobândite de către elevi să fie orientate spre organizarea unei afaceri și utilizarea resurselor locale astfel încât tinerii absolvenți să devină antreprenori în domeniul agroturismului [5].

Educația este un vector al păstrării și promovării identității culturale. Elevii implicați în proiecte educaționale dedicate turismului rural și agroturismului învață să valorifice tradițiile gastronomice, meșteșugurile și portul popular, aspecte ce constituie puncte de atracție pentru turiști [1].

Programele școlare și extracurriculare care includ schimburi de experiență și acces la fonduri europene îi pot motiva pe tineri să se implice în dezvoltarea agroturismului [2].

Un exemplu de bune practice în acest caz îl reprezintă laboratoarele tehnologice și practica de specialitate menite să dezvolte abilități profesionale de succes.

În concluzie educația tinerilor reprezintă cheia unei dezvoltări sustenabile a agroturismului în România. Printr-o abordare care îmbină cunoștințele teoretice cu experiența practică, școala poate deveni un incubator de idei și inițiative, generațiile viitoare în promotori ai satului românesc autentic. Dezvoltarea agroturismului în România este esențială pentru revitalizarea spațiului rural, diversificarea economiei și promovarea patrimoniului cultural.

Această formă de turism poate reprezenta o soluție viabilă afirmarea României ca destinație turistică autentică pe plan internațional. În condițiile globalizării și ale schimbărilor de comportament ale turiștilor, care caută experiențe autentice și sustenabile, agroturismul devine o șansă de dezvoltare durabilă pentru noi toți.

Bibliografie

1. BOȚAN, C. (2016). Turism rural și agroturism. Teorie și practică. București: Editura Economică.
2. COMAN, M. (2020). Politici europene și dezvoltarea agroturismului în România. Cluj-Napoca: Editura Risoprint.
3. MEREUȚĂ, C. (2015). Turismul rural – o șansă pentru România. Iași: Editura Polirom.
4. NISTOREANU, P. (2019). Managementul agroturismului și turismului rural. București: Editura ASE.
5. PĂUNESCU, A. (2017). Dezvoltarea durabilă a spațiului rural prin turism. Brașov: Editura Universității Transilvania.

TURISMUL DE EXPERIENȚĂ - TURISMUL VITICOL

Prof Dr Dumitru Săndulescu[1]
Colegiul Tehnologic „Viaceslav Harnaj” București

Turismul de experiență este noul tip de nișă de turism care ar putea reprezenta o oportunitate pentru companiile de ospitalitate și turism de a se extinde. În ceea ce privește turismul viticol, amintirile experiențelor trăite în timpul vizitei la cramă sunt unul dintre cei mai importanți factori de influență pentru turiști. Experiența în cramă este fundamentală pentru atragerea turiștilor și pentru dezvoltarea turismului viticol. Sinergia dintre vin și turism este considerată benefică pentru ambele părți și, pentru a obține rezultate solide în acest sens, este nevoie de un mediu creativ pentru a dezvolta activități care să-i facă pe oameni să dorească să călătorească în regiunile viticole pentru astfel de experiențe. Pe de altă parte, turismul viticol este considerat a fi o vizită la podgorii, crame, festivaluri de vin și expoziții de vin, unde degustarea de vinuri și experimentarea caracteristicilor viței de vie sunt principalele motive ale vizitei. Această definiție întărește importanța experienței pentru turismul viticol, unde degustarea de vinuri reprezintă punctul de plecare al unei vizite la o cramă.

Turismul viticol este considerat parte a turismului rural sau agroturismului, principalul motiv fiind faptul că, din punct de vedere geografic, cramele sunt situate în zone agricole. Mai mult, experiențele de turism viticol combinate cu ruralitatea peisajului sunt recunoscute ca fiind atractive pentru vizitatori.

Turismul, în special turismul viticol și turismul rural, aduce o contribuție economică importantă comunităților locale. Sectorul vinicol este din ce în ce mai mult modelat de provocări globale precum schimbările climatice, așteptările de sustenabilitate și răspândirea instrumentelor digitale. În ciuda acestor dificultăți, industria vinicolă din regiune rămâne un gardian esențial al tradițiilor și valorilor culturale locale. Festivalurile vinului și rutele vinului au jucat mult timp un rol central în dezvoltarea turismului, deși importanța lor a scăzut semnificativ din cauza războiului.

Dezvoltarea sectorului turistic în diferite țări a devenit una dintre prioritățile sectoarelor naționale de dezvoltare (Sutiadiningsih et al., 2023). Turismul, un sector global în creștere rapidă, stimulează semnificativ economia, în special în zonele rurale, prin crearea de locuri de muncă și creșterea veniturilor locale.

[1] Prof. Dr. Colegiul Tehnologic Viaceslav Harnaj, Sector 1, București,
miti.sandulescu@yahoo.com

De asemenea, acesta încurajează producția de bunuri locale și infrastructura care aduce beneficii populației locale. În același timp, turismul poate fi numit una dintre cele mai mari victime ale pandemiei de COVID-19, sectorul cândva de succes înregistrând o scădere fără precedent a traficului și a veniturilor. Exemplele europene arată, de asemenea, că gastroturismul devine treptat o formă independentă de turism, fiind create rute vinicole și rute tematice. Turismul viticol, o formă de turism rural, contribuie în mod notabil la economiile locale, semnificația culturală a vinului făcându-l parte integrantă a multor experiențe turistice.

Sectorul turistic este influențat și modelat de noile tehnologii ca niciodată înainte. Accesul facil și confortabil la noi instrumente, cum ar fi chatbots, asistenții virtuali, rezervările online, tururile virtuale, recomandările personalizate sau digitalizarea, remodelează comportamentul clienților. Turismul durabil, care pune accent pe practicile ecologice și responsabile social, este în creștere.

Turismul viticol implică vizite la podgorii, crame, festivaluri și expoziții, unde degustarea de vinuri și experiențele regionale sunt centrale (Hall et al., 2000). Acesta îmbunătățește imaginea unei destinații și combină peisajele rurale, patrimoniul cultural, festivalurile, gastronomia și educația în domeniul vinului. Responsabilitatea față de mediu este esențială, metodele de producție eco-eficiente câștigând teren. Interacțiunile directe cu clienții prin intermediul canalelor digitale susțin creșterea turismului viticol. Regiunile viticole emergente și piețele mari de consum, precum China, au remodelat comerțul global cu vin. În ciuda stagnării consumului global de vin din 2008, comerțul cu vinuri premium a crescut (del Rey & Loose, 2023). Comerțul global cu vin a înregistrat o scădere în volum și valoare în 2023 din cauza reducerii veniturilor reale, a supraaglomerării post-pandemice și a schimbării preferințelor consumatorilor. Schimbările climatice afectează cultivarea durabilă a strugurilor (Navia-Osorio et al., 2023), cererea de vinuri cu conținut scăzut de alcool și fără alcool fiind în creștere. Se așteaptă ca piața vinurilor fără alcool să crească cu 10% anual între 2023 și 2033 (Kucherenko & Uspalenko, 2023). Turismul vinicol se extinde pe măsură ce cultura vinului se dezvoltă și tendințele globale de consum evoluează.

Turiștii, în special generațiile Y și Z, caută experiențe dincolo de degustarea de vinuri, cum ar fi oportunități de recoltare și asocieri gastronomice. Sustenabilitatea este din ce în ce mai importantă, agricultura ecologică câștigând popularitate. Rețelele de socializare influențează cramele să ofere experiențe „Instagramabile”, iar degustările virtuale de vinuri și-au extins acoperirea. Serviciile pentru familii și experiențele educaționale legate de vinuri largesc publicul țintă (Santini și colab., 2024).

Bibliografie

1. del Rey, R., & Loose, S. (2023). State of the International Wine Market in 2022: New Market Trends for Wines Require New Strategies. *Wine Economics and Policy*, 12(1), 3–18.
2. Hall, C., Longo, A., Mitchell, R., & Johnson, G. (2000). Wine Tourism in New Zealand. In: S. L. Hall C.M: *Wine Tourism around the World: Development, Management and Markets*, Oxford: Elsevier Science, 150-176.
3. Kinczel, A., & Müller, A. (2023). The Emergence of Leisure Travel as Primary Preventive Tools in Employee Health Behavior. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Year XVI, 47(2), 432-439.
4. Kucherenko, V., & Uspalenko, O. (2023). Relevance of the Production of Non-alcoholic Wines. *BIO Web of Conferences* 68, 03017.
5. Navia-Osorio, E. G., Porras-Amores, C., Mazarrón, F. R., & Cañas, I. (2023). Impact of Climate Change on Sustainable Production of Sherry Wine in Nearly-zero Energy Buildings. *Journal of Cleaner Production*, 382, 135260.
6. Santini, C., Cavicchi, A., & Bertella, G. (2024). Cornering Authenticity in Wine Tourism: The Case of Tuscany. In: Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Sánchez-García, E., Millán-Tudela, L.A. (eds) *Strategic Management in the Wine Tourism Industry*. Palgrave Macmillan, Cham
7. Sutiadiningsih, A., Purwidiyani, N., Dewi, I. H. P., Hamdani, A. T., & Tho Le, H. (2023). Gastronomic Experience as a Motivation for Tourists to Choose Tourist Destinations in Indonesia and Vietnam. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Year XVI, 47(2), 424-431.