

Consiliul Județean Harghita

**STRATEGIA DE DEZVOLTARE A TURISMULUI
DIN JUDEȚUL HARGHITA**



VERSIUNE FINALĂ

AQUAPROFIT Consulting SRL.
530210 Miercurea Ciuc, str. Petőfi Sándor nr. 8.



AQUAPROFIT

15 martie 2009

STRATEGIA DE DEZVOLTARE A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

Realizat de:
AQUAPROFIT Consulting SRL, Miercurea Ciuc



Conducător proiect

Nagy Benedek

Colectiv de elaborare

Farkas Leila – economist
György Ottília - economist
Horváth Alpár - geograf
Kerekes Gábor - geograf
Miklós Árpád - economist
Miklóssy Enikő - sociolog
Nagy Benedek - economist
Peteley Attila - geograf
dr. Vofkori László - geograf

Consultant științific

dr. Dombay István

Hărți

Vofkori László jr.

Lectorare

Tamás Júlia

Miercurea Ciuc, 15 martie 2009

Reproducerea integrală sau parțială a acestui document se poate face doar cu acordul scris al autorilor!

CUPRINS

0. REZUMAT INTRODUCATIV	4
0.1. MULȚUMIRI	4
0.2. CAUZELE ȘI OBIECTIVELE ELABORĂRII STRATEGIEI DE DEZVOLTARE TURISTICĂ.....	5
0.3. PROCESUL DE ELABORARE A STRATEGIEI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	7
0.4. ECHIPA DE PROIECT	10
0.5. CONȚINUTUL SCURT AL STRATEGIEI	12
0.5.1. <i>Relația strategiei de dezvoltare a turismului din județul Harghita cu politica de turism și politica de dezvoltare regională.....</i>	12
0.5.2. <i>Analiza situației</i>	13
0.5.3. <i>Analiza SWOT.....</i>	16
0.5.4. <i>Viziunea pe termen lung a dezvoltării turismului din județul Harghita.....</i>	21
0.5.5. <i>Direcțiile strategice de dezvoltare ale turismului din județul Harghita</i>	22
I. RELAȚIA STRATEGIEI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA CU POLITICA DE TURISM ȘI POLITICA DE DEZVOLTARE REGIONALĂ.....	28
I.0. INTRODUCERE	28
I.1. ASPECTE PRIVIND AMENAJAREA TERITORIULUI ȘI DEZVOLTAREA TURISMULUI	30
I.2. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TURISTICĂ.....	33
I.2.1. <i>Contextul internațional - global</i>	33
I.2.2. <i>Contextul european.....</i>	39
I.2.3. <i>Contextul național</i>	47
I.2.4. <i>Contextul regional.....</i>	49
I.3. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TERITORIALĂ.....	50
I.4. ATRIBUȚII ALE CONSILIULUI JUDEȚEAN HARGHITA	54
II. ANALIZA SITUAȚIEI TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	55
II.1. TENDURILE CERERII TURISTICE ÎN LUME, ÎN EUROPA ȘI ÎN ROMÂNIA.....	55
II. 1. 1. <i>Megatendențe în turismul european.....</i>	55
II. 1. 2. <i>Tendențe ale cererii turistice în România.....</i>	62
II. 1. 3. <i>Evoluția cererii turistice înregistrate în județul Harghita.....</i>	69
II. 2. TENDINȚE ALE OFERTEI TURISTICE ÎN JUDEȚUL HARGHITA	76
II.2.1. <i>Atracții și resurse, problemele managementului.....</i>	76
II.2.2. <i>Infrastructura județului</i>	113
II.2.3. <i>Structuri de primire turistică.....</i>	129
II.2.4. <i>Informarea turistică</i>	144
II.2.5. <i>Imaginea zonei pe piețele turistice străine. Promovare externă</i>	148
II.2.6. <i>Problema resurselor umane în turismul din județul Harghita</i>	167
II.3. ANALIZĂ DE COMPETITIVITATE.....	184
II.3.1. <i>Atracții naturale și antropice</i>	184
II.3.2. <i>Infrastructura turistică.....</i>	187
II.3.3. <i>Turism de iarnă.....</i>	189
II.3.4. <i>Ape minerale – turism balnear</i>	192
II.3.5. <i>Accesibilitate.....</i>	195
II.3.6. <i>Concluzii</i>	198
III. ANALIZA SWOT A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	205
III.1. ANALIZA SWOT A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	205
III.2. PUNCTE FORTE.....	206

III.3. PUNCTE SLABE.....	209
III.4. OPORTUNITĂȚI.....	212
III.5. AMENINȚĂRI	215
IV. VIZIUNEA PE TERMEN LUNG A DEZVOLTĂRII TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	217
V. DIRECȚIILE STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	230
V.1. AXA DE DEZVOLTARE NR. 1. AMENAJAREA ȘI VALORIFICAREA RESURSELOR TURISTICE NATURALE ȘI ANTROPICE.....	231
<i>V.1.1. Prezentare sinoptică.....</i>	<i>231</i>
<i>V.1.2. Obiective operative.....</i>	<i>234</i>
<i>V.1.3. Principalele domenii de intervenție / programe.....</i>	<i>243</i>
V.2. AXA DE DEZVOLTARE NR. 2. STIMULAREA DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR DE PRIMIRE TURISTICĂ ȘI AL ALTOR INFRASTRUCTURI CONEXE	252
<i>V.2.1. Prezentare sinoptică.....</i>	<i>252</i>
<i>V.2.2. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor.....</i>	<i>255</i>
V. 3. AXA DE DEZVOLTARE NR. 3. DEZVOLTAREA SISTEMULUI ORGANIZATORIC AL TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	262
<i>V.3.1. Prezentare sinoptică.....</i>	<i>262</i>
<i>V.3.2. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor.....</i>	<i>266</i>
V.4. AXA DE DEZVOLTARE NR. 4. ÎMBUNĂTĂȚIREA CONDIȚIILOR FORMĂRII CAPITALULUI UMAN ANGAJAT ÎN TURISM.....	289
<i>V.4.1. Fundamentare.....</i>	<i>289</i>
<i>V.4.2. Obiective operative.....</i>	<i>290</i>
<i>V.4.3. Măsuri de intervenție.....</i>	<i>294</i>
V. 5. AXA DE DEZVOLTARE NR. 5. MARKETINGUL DESTINAȚIEI ȚINUTULUI SECUIESC	299
<i>V.5.1. Fundamentare.....</i>	<i>299</i>
<i>V.5.2. Obiective operative.....</i>	<i>301</i>
<i>V.5.3. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor.....</i>	<i>302</i>
V.6. PROIECTE TURISTICE ÎNIIȚATE, CONCEPTE SAU ÎN CURS DE EXECUȚIE LA NIVEUL JUDEȚULUI HARGHITA.....	309
BIBLIOGRAFIE.....	315
LISTA FIGURI	319
LISTA TABELE	321
ANEXA 1: HĂRȚI ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	323

0. REZUMAT INTRODUCATIV

0.1. Mulțumiri

În realizarea acestei strategii au conlucrat mai multe persoane cu devotament, atitudine deschisă și spirit de inițiativă. Dintre acestea, pe lângă echipa AQUAPROFIT Consulting - căruia dorim să-i mulțumim și prin această cale, trebuie să reliefăm câteva persoane și instituții care au arătat o atitudine constructivă și pozitivă deosebită.

Menționăm printre primii pe d-l Kerekes Gábor, reprezentant extern al turismului României în Ungaria, care pe lângă faptul că a elaborat un capitol în strategia de față, ne-a pus la dispoziție o serie de informații din propria bază de date cu privire la imaginea și promovarea externă a regiunii.

De asemenea, ne-a fost de mare ajutor Asociația de Turism Harghita și în cadrul acestuia d-na Márton Júlia Dalma, care ne-a furnizat multe informații cu privire la baza de cazare din județ, dar a contribuit semnificativ și la organizarea întâlnirilor cu diferiți întreprinzători din județ.

Consiliul Județean Harghita, ca Beneficiar a contribuit de asemenea foarte mult la această lucrare, nu numai printr-o atitudine profesionalistă, ci mai mult, și prin ajutorul acordat în organizare, idei, consultări, critici constructive.

D-l dr. Dombay István, directorul secției din Gheorgheni, al Universității Babeș-Bolyai, care ne-a ajutat la lectorarea materialului și ne-a consultat cu numeroase idei și propuneri științifice.

Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă de asemenea, ne-a răspuns prompt și eficient la datele cerute, ca de obicei, dar și celelalte instituții de la care am cerut date.

O recunoștință aparte datorăm și familiei d-lui dr. Vofkori László, care ne-a pus la dispoziție materialul semnificativ, pregătit în această temă de fostul nostru coleg, adevărat prieten și bun specialist în turism, care a muncit în viața sa extraordinar de mult pentru dezvoltarea turismului din Ținutul Secuiesc.

Pe lângă cele menționate mai sunt numeroase persoane și organizații, în administrație sau în sfera privată, din turism sau din alte domenii, care ne-au dovedit că într-adevăr se poate face o lucrare comună, pentru întregul județ, dacă există inițiativă și cooperare.

Le mulțumim tuturor !

0.2. Cauzele și obiectivele elaborării strategiei de dezvoltare turistică

După schimbările politice și sociale din 1989-1990, în România a urmat o perioadă de tranziție, caracterizată prin numeroase inițiative și conflicte, informare și dezinformare, oportunități și pierderi. După perioada tipică a tranziției a anilor 90, începe o perioadă mai stabilă, din punct de vedere economic și social. Această perioadă se caracterizează prin indicatori pozitivi ai creșterii economice, scăderea inflației și șomajului, creșterea investițiilor străine, finalizarea privatizațiilor și multe altele. Toate aceste rezultate vor face posibilă o nouă direcție a dezvoltării întregii societăți românești și anume aceea de dezvoltare în cadrul unor structuri mai mari, mai elevate, în care România s-a integrat în primul deceniu al mileniului, adică Uniunea Europeană și NATO.

Noile structuri deschid un șir de posibilități, dar și stabilesc direcții concrete pentru evoluția economică și socială a societăților, foste socialiste. Aceste direcții și forme de dezvoltare au la bază stabilitatea și posibilitatea de a fi calculabile, planificabile, pentru majoritatea opțiunilor de dezvoltare și de progres. Pentru a satisface aceste cerințe, UE cere de la fiecare nivel teritorial, care are funcții administrative sau de dezvoltare, economice, să-și exprime pe termen lung viziunea și opțiunile de progres, printr-o strategie clară, bine structurată pe termen lung. Uniunea Europeană cere aceste documente de planificare și programare de la autoritățile locale, centrale și regionale în scopul utilizării transparente și predictibile a fondurilor alocate din bugetul comun, manifestat prin Fondurile Structurale și de Coeziune. Strategiile pot fi elaborate pe lângă considerația maximală a principiilor de bază și ansamblului de mijloace folosite de UE, și pe lângă componentele întreprinse în sfera de activitate a sistemului instituțional autohton regionalist, adică pe lângă colaborarea activă a Consiliului de Dezvoltare Regională și Agențiile de Dezvoltare Regională.

Elaborarea strategiei este deci justificată prin motive multiple.

În primul rând, este vorba de o necesitate locală, ce derivă din proiectarea și planificarea tuturor dezvoltărilor, ceea ce ar putea să scoată de sub subordonarea politică direcțiile și viteza realizării obiectivelor economice și sociale, cât și formularea în general a acestor obiective.

În al doilea rând, se dovedește foarte eficient, în formularea acestor probleme și oportunități locale, precum și în soluționarea problemelor sau în operaționalizarea oportunităților, ca toate acestea să fie compactate într-un document cuprinzător, care este elaborat de specialiști

în dezvoltare teritorială și turistică. Considerăm că acest grup de specialiști poate să formuleze o strategie realistă și normativă numai în cazul în care se consultă în mod continuu și fundamental cu specialiștii și conducătorii (formali și informali) locali, și numai în cazul în care acest grup cunoaște foarte bine regiunea sau județul, specificitățile locale.

În al treilea rând, când se elaborează o strategie este incontestabil, ca rolul acestuia gravitează și în jurul comunicațiilor locale, între diferitele categorii și segmente locale, precum locuitorii, întreprinzătorii din turism, angajații administrațiilor județene și locale, sfera organizațiilor non-guvernamentale. Aceasta înseamnă, că se dorește să se facă public și cunoscut, să se „transparentizeze” toate dezideratele propuse și proiectele concrete prin acest document, către toate categoriile locale implicate prin efecte sau cauze.

Și în fine, dar nu în ultimul rând, strategia este și un mijloc de comunicare externă. Pe lângă faptul obiectiv că un document modern poate să arate direcțiile de dezvoltare ale județului, opțiunile de progres prin obiectivele și programele formulate, strategia în general, strategia turistică în special este și un document promoțional. Prin acesta se intenționează să se dovedească pentru categoriile, segmentele țintă externe, ca administrația județeană are intenții concrete, solide și bine determinate, în legătură cu viitorii 10-15 ani ai turismului din județ. Categoriile externe ale localității pot fi diverse: în primul rând organele administrative județene din alte județe și cele centrale, organele administrative ale Uniunii Europene, la nivel de țară, investitorii străini, întreprinzătorii care doresc să investească în afaceri de turism din Harghita, dar și turiștii și agențiile de turism din țară și din străinătate.

În concluzie recomandăm ca acest document - după adoptarea ei - să fie făcut public de către Consiliul Județean Harghita. Strategia trebuie să fie afișată integral pe pagina oficială a Consiliului Județean Harghita, dar să fie accesibilă și prin versiune imprimată în scopul însușirii și acceptării sale cât mai cuprinzătoare de către personajele din județ și din afara acestuia.

0.3. Procesul de elaborare a Strategiei de Dezvoltare a Turismului din Județul Harghita

Strategia de dezvoltare este un document normativ de planificare, care prin viziunea, misiunea și obiectivele sale descrie modul și alternativele de dezvoltare a unei unități teritoriale. Acest document era necunoscut în era socialistă, cu toate că și în aceea epocă dezvoltarea se baza pe planificare pe termen lung. Strategia însă este un mijloc de planificare mai flexibilă și mai permisivă, cu toate că este de asemenea de caracter normativ (prevăzând căile și mijloacele dezvoltării pe termen lung). În România au început să apară aceste tipuri de documente de planificare abia după anul 2000, într-un număr mai mare și în mai multe domenii. Consiliul Județean Harghita a înțeles necesitatea unui astfel de document și și-a formulat nevoia pregătirii strategiei de turism încă din anul 2006, când au început pregătirile în acest sens.

În 2006 a fost organizată o conferință la Băile Tușnad, unde s-au formulat principalele probleme ale turismului din județul Harghita și s-a conturat structura strategiei.

În 2007 s-a procedat la licitația publică a elaborării Strategiei de dezvoltare în turism, dar care a fost finalizată și câștigată de societatea noastră abia în anul 2008.

Lucrările efective ale strategiei au început pe 1 noiembrie 2008, în primul rând cu punerea de acord cu Beneficiarul lucrării (CJHR), despre așteptările și obiectivele legate de acest document normativ.

Prima fază a acestor lucrări a fost colectarea și analiza datelor și informațiilor existente. Am contactat direcțiile județene și locale de statistică, agențiile de ocupare a forței de muncă (AJOFM), asociațiile de turism, asociațiile de salvamont, pentru obținerea cât mai multor date despre situația existentă. Pe lângă acestea am studiat toate materialele deja existente, precum materialul elaborat de d-l dr. Vofkori László, Planul de Amenajare a Teritoriului Național, Secțiunea VI. Turism, planuri de dezvoltare ale localităților precum și al județului, ghiduri turistice, hărți și alte materiale scrise.

O a doua fază a culegerii informațiilor au fost deplasările pe teren, observațiile și consultările în diferite locații ale județului. Astfel am organizat consultări cu actorii locali interesați în

turism sau am participat la diferite întruniri cu această temă, în luna noiembrie-decembrie 2008, la Borsec, Gheorgheni, Lupeni, Odorheiu-Secuiesc, Miercurea-Ciuc. Totodată, am vizitat numeroase locații din județ, unde s-au efectuat investiții sau programe, evenimente turistice mai importante, în ultimii ani, din Merești până la Bilbor.

Paralel, am procedat la elaborarea capitolului de analiza situației turismului din Harghita, pe care am terminat spre sfârșitul lunii decembrie, anul trecut. După aceasta am mai avut o lucrare de coordonare cu colegii de la Consiliul Județean Harghita. Tot în cadrul primei părți demonstrăm ce fel de conexiuni posibile sunt între planurile și strategiile de dezvoltare elaborate pe nivele administrative mai ridicate, naționale, europene, cum sunt documente OMT, Planul Național de Dezvoltare 2007-2013, Programul Operativ Regional, Programul Național de Dezvoltare Rurală, și multe altele.

În luna ianuarie, după finalizarea analizei situației, am compus o sintetizare a acestor probleme de caracter economic, social și de mediu, structurată într-o analiză SWOT, care pe lângă punctele forte și cele slabe, deja stabilește și principalele oportunități de dezvoltare și pericole aparente.

Apoi a urmat constituirea tabelului care constituie „coloana vertebrală” a strategiei, conținând *viziunea* și *misiunea* pe termen lung a strategiei, *obiectivele* strategice, care susțin această misiune și care trebuie atinse pentru a ajunge la viziunea formulată, *axele principale de dezvoltare* care ajută la definirea direcțiilor de dezvoltare și *obiectivele operative* care contribuie la realizarea acestor axe, precum și un set de *măsuri* și *programe* concrete care o să determine succesul axelor de dezvoltare și măsura atingerii obiectivelor strategice ale viitorului județului.

La finalizarea acestora, în luna februarie întregul material a fost trimis pentru consultare la Consiliul Județean Harghita, la toate primăriile din județ, la toți participanții noștri la întrunirile din toamnă, la mulți alți specialiști din domeniu, precum și am făcut public ca la cerere, trimitem la orice persoană interesată. Astfel strategia a ajuns la mai mult de 200 de adrese e-mail și am primit numeroase semnaluri, critici și idei în legătură cu părțile elaborate.

Aceste idei și completări au fost introduse în materialul existent, în cele mai multe cazuri (în cazul în care nu au fost contradictorii cu ideile de bază ale concepției).

Ultimele pregătiri au fost construirea unui tabel despre proiectele turistice inițiate, sau doar concepute în județ, cu consultarea primăriilor locale (din păcate, foarte puține ne-au completat tabelul chestionar), care este ultima parte a strategiei.

După acestea au urmat lectorarea și corectura, și editarea finală a strategiei, pregătirea de tipărire.

0.4. Echipa de proiect

În echipa noastră de proiect din Miercurea-Ciuc am avut următoarele persoane:

dr. Dombay István – conferențiar universitar la Universitatea Babeș-Bolyai, specialist în geografie, turism și dezvoltare durabilă, directorul Extensiei Gheorgheni a Universității Babeș-Bolyai.

Farkas Leila – expert în domeniul turismului, absolvent al Universității Sapientia din Miercurea-Ciuc, Facultatea de Științe Economice și Umane, și masterand la Universitatea Lucian Blaga din Sibiu, în prezent manager la Hotelul Salvator din Șumuleu-Ciuc.

György Ottília – specialist în domeniul dezvoltării teritoriale și rurale, absolvent al Universității Babeș-Bolyai din Cluj, Facultatea de Științe Economice, student PhD la Universitatea din Debrețin, în tema dezvoltării teritoriale, respectiv asistent universitar la Universitatea Sapientia din Miercurea-Ciuc.

Horváth Alpár – specialist în domeniul dezvoltării regionale și turism, absolvent al Universității Babeș-Bolyai din Cluj, Facultatea de Geografie, student PhD la Universitatea din Pécs, Ungaria, în tema de dezvoltare regională, respectiv asistent universitar la Universitatea Babeș-Bolyai din Gheorgheni.

Kerekes Gábor – specialist în marketing turistic și branding, absolvent al Universității Babeș-Bolyai, Facultatea de Geografie, reprezentant în Ungaria al Autorității Naționale pentru Turism, conducătorul Biroului de Promovare Turistică din Budapesta.

Miklós Árpád – specialist în economie și finanțe, absolvent al Universității Sapientia din Miercurea-Ciuc, obținând diploma de economist, fiind consultant în elaborarea planurilor de afacere și a proiectelor.

Miklóssy Enikő – specialist în sociologie și dezvoltare rurală, absolvent al Universității Sapientia din Miercurea-Ciuc, obținând diploma de sociolog în anul 2006, în prezent este

inspector de specialitate la Direcția Economică, Management și Relații Internaționale al Consiliului Județean Harghita.

Nagy Benedek – specialist în domeniul dezvoltării regionale, în turism și marketing regional, absolvent al Academiei de Studii Economice din București, student PhD în prezent la Universitatea din Pécs, Școala de Doctorat Politică și Economie Regională, Ungaria, respectiv lector universitar la Universitatea Sapientia din Miercurea Ciuc.

Peteley Attila – geograf, absolvent al Universității Babeș-Bolyai, Facultatea de Geografie, doctorand și asistent universitar la UBB Cluj, extensia Gheorgheni, specialist în ecoturism.

Tamás Júlia – economist, absolvent al Facultății de Științe Economice Moderne, Tatabánya, filiala Odorheiu Secuiesc, profesor preuniversitar de limba și literatura engleză absolvent al Universității Janus Pannonius Pécs, Ungaria.

Vofkori László jr. - inginer chimist, absolvent al Universității Babeș-Bolyai, cu studii de marketing în domeniul turismului, proiectant și designer pe calculator în diverse domenii.

Pe lângă echipa de proiect sus-menționată, am avut relații de colaborare cu mai multe firme de arhitectură din Miercurea-Ciuc și din Ungaria, de consultanță în probleme financiar-bancare, institute de cercetare în domeniul social, economic, cu firme de traducere din țară, și nu în ultimul rând, în ajutorul nostru au fost și specialiștii de la firma-mamă, AQUAPROFIT S.A din Budapesta, care este socotită societatea cea mai recunoscută în Ungaria, în domeniul consultanței și proiectării balneare și turistice.

0.5. Conținutul scurt al strategiei

0.5.1. Relația strategiei de dezvoltare a turismului din județul Harghita cu politica de turism și politica de dezvoltare regională

În acest capitol abordăm *modalitățile de aliniere a obiectivelor* dezvoltării turismului din județ, cu obiectivele unor documente programatice de dezvoltare la nivel național, dar facem referire și la acele instrumente financiare care sunt puse la dispoziția diferiților solicitanți în cadrul programelor de finanțare din Fondurile Structurale ale UE. Și din această perspectivă, se poate sublinia că dezvoltarea turismului se integrează de fapt în *politica de dezvoltare regională*, contribuind la realizarea obiectivelor europene și naționale în privința creșterii economice, a creării și păstrării locurilor de muncă, precum și aplicarea principiilor dezvoltării durabile, mai ales în domeniul protecției mediului și în domeniul diversității culturale ale Europei.

Pentru interpretarea competențelor și atribuțiilor consiliului Județean Harghita în domeniul turismului putem să ne bazăm în primul rând pe **Ordonanța Guvernului Nr. 58/ 1998** privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România aprobat cu unele modificări prin Legea 755/2001, care cuprinde între altele următoarele prevederi direct referitoare la consiliile județene:

- inventarierea principalelor resurse turistice;
- elaborarea de propuneri de dezvoltare a turismului, care stau la baza Programului anual de dezvoltare a turismului;
- contribuirea la creșterea calității produselor turistice;
- urmărirea activității turistice, în așa fel încât agenții economici cu activitate în domeniul turismului să aibă acces la resursele turistice, cu respectarea normelor de punere în valoare și protecție a acestora.
- organizarea de centre de informare turistică în localitățile cu activitate turistică.

Desigur, în interpretarea acestora putem face referire la numeroase alte acte normative, atât din domeniul turismului, cât și la cele privind administrația publică locală, dezvoltarea regională, amenajarea teritoriului și urbanismul, protecția mediului, protecția și conservarea monumentelor istorice, și altele.

0.5.2. Analiza situației

Analiza situației se compune din trei părți: analiza trendurilor cererii turistice în lume, Europa și România; tendințe ale ofertei turistice în România și analiza de competitivitate.

Din prima parte obținem informații despre tendințele turismului, din analiza reiese că în anul 2007 sosirile turiștilor au ajuns la **903 milioane** de persoane, reprezentând o creștere de **6,6%** față de anul precedent, iar veniturile din turismul internațional au crescut cu **5,6%** la **856 md** de USD resp. 625 md. EUR. Dintre marile regiuni, Europa a avut o pondere de 54% cu 484 mil. sosiri, resp. 51% cu 433 md USD.

Schimbările din societatea și tendințele economice, sociale și în stiluri de viață au impact asupra turismului ca parte integrantă a societății. Pentru sectorul turistic este important să evalueze aceste schimbări într-o fază timpurie. Politicile existente de produse și servicii, marketingul, investițiile necesită ajustări sau adaptare când preferințele și comportamentul se dezvoltă în mod diferit față de cele din trecut. În trecut oferta mereu a dictat cererea, pe când astăzi contrariul este adevărat. Creșterea saturației pieței, consumatori mult mai conștienți, experimentați cu mai mult timp liber și venit disponibil determină profitabilitatea ofertanților din sectorul turistic.

În statistica turistică românească, gestionată de Institutul Național de Statistică, sunt deosebite următoarele categorii de destinații: stațiuni balneare, stațiuni din zona litorală, exclusiv orașul Constanța, stațiuni din zona montană, zona Delta Dunării, inclusiv orașul Tulcea, București și orașele reședință de județ, alte localități și trasee turistice. Cele 6 categorii de destinații ne oferă o oarecare structurare atât a ofertei de cazare, cât și a cererii înregistrate în structurile de cazare.

Pe baza datelor obținute din Baza de date Tempo-Online de pe siteul INSSE se constată că **numărul de turiști** cazați în România a crescut de la **4,92 milioane** în anul 2000 la **6,97 milioane** de persoane în anul 2007, din care numărul de turiști străini a crescut de la **867 mii** la **1.551 mii** persoane, ponderea lor crescând de la 17,6 % la 22,2 %. Pe fondul creșterii generale de 41,7 % în 2007 față de anul 2000, creșterea înregistrată la turiștii români a avut o rată totală de creștere de 33,7 %, iar în cazul turiștilor străini această rată a fost de 78,9 %.

Numărul turiștilor și al înnoptărilor din județul Harghita a scăzut în ultimii ani, chiar dacă durata medie a sejurului a rămas la peste 3 zile/turist. Valorile superioare ale duratei medii de sejur față de celelalte județe din regiunea centru, cu excepția Covasnei sunt de ajuns doar

pentru depășirea județului Alba în cazul înoptărilor, Alba și Covasna la numărul turiștilor. Pe fondul creșterii numărului înoptărilor în regiune de la 2,5 milioane la 3,1 milioane de înoptări, județul Harghita și-a pierdut 5% din ponderea inițială. Și în valori absolute, scăderea a fost de peste 100 mii de înoptări, o descreștere de 30 % în perioada respectivă.

În **partea a doua** prezentăm pe scurt tendințele ale ofertei turistice în România. ”Ansamblul condițiilor naturale formează suportul material al tuturor activităților turistice, așa când însușirile sale au valențe estetice deosebite, care declanșează fluxuri turistice.” (Cocean, P. *Geografia generală a turismului*, 2002). Diversitatea formelor naturale, aspectul estetic al acestora, devin atracții turistice, și intră în circuitul economic a cadrului natural prin activitatea turistică. Județul Harghita are o bogăție minunată a atracțiilor naturale și antropice: resursele atractive ale reliefului, potențialul climatic și bioclimatic, potențialul hidro-geografic, potențialul bio-geografic, obiective istorico – culturale, obiective arhitectonice urbane și rurale, obiective culturale și sportive, evenimente socio-culturale de importanță turistică, potențialul turistic etnografic.

Dezvoltarea **infrastructurii**, mai ales investițiile efectuate în scopul dezvoltării infrastructurii de transport și rutier este un element cheie în obținerea unor rezultate de succes în turism. Din păcate infrastructura slab dezvoltată din județul Harghita împiedică de multe ori venirea turiștilor, astfel infrastructura slab dezvoltată are efecte negative asupra dezvoltării calitative a turismului într-un județ cu potențial turistic mare și foarte diversificat. Starea proastă a drumurilor și lipsa investițiilor în acest segment reprezintă un impediment major în calea dezvoltării turismului dar și în dezvoltarea activităților economice.

În cadrul **structurilor de primire turistică** se remarcă numărul ridicat al pensiunilor urbane și rurale în timp ce lipsește categoria structurilor de cazare de 4 sau 5 stele, numărând doar o pensiune urbană de patru stele. Numărul structurilor de cazare se reflectă și în capacitatea de cazare turistică existentă, a cărei analiză a fost efectuată pe o perioadă mai lungă de timp, urmărind dinamica acesteia pe parcursul anilor.

Informarea turistică din județul Harghita este o activitate cu mari diferențe calitative în diferitele părți ale județului. Informarea turiștilor este un serviciu prestat în marea majoritate de oficii și birouri de informare de turism locale. Aceste birouri funcționează în câteva cazuri

din finanțarea municipalității, dar în multe cazuri din propria inițiativă a unor întreprinzători din domeniul turismului.

Promovare externă : turismul din Ținutul Secuiesc în general și județul Harghita în particular, este prezent pe piețele externe în mod deosebit prin 3 componente: turismul activ, turismul de patrimoniu și turismul balnear. Aceste forme de turism sunt conforme cu potențialul turistic și oferta turistică a zonei. Acest lucru trebuie avut în vedere în derularea demersurilor pentru formarea mărcii (branding). Forme de turism precum turismul de evenimente, festivaluri și turismul rural autentic pot fi și ele dezvoltate.

În subcapitolul legat de **probleme ale resurselor umane**, se analizează caracteristicile personalului angajat în turism, amintind și acele rețele informale, care există paralel cu structurile oficiale. În acest context, vom analiza numărul persoanelor active în acest domeniu, comparativ cu alte secțiuni ale economiei, având în vizor și numărul salariaților efectivi din sectorul turistic din Harghita. Neajunsurile și surplusul care există pe piața forței de muncă vor fi analizate prin examinarea șomajului pe diferitele categorii de ocupații în turism și, pe cealaltă parte, locurile vacante existente în acest domeniu în momentul de față.

În **partea a treia** analizăm competitivitatea turismului din județ, prezentăm pe scurt principalele atracții, puncte forte și puncte slabe din punct de vedere turistic a județului Harghita. Vom face o comparație între zonele concurente. Folosim conceptul „zonă” în loc de „județ” din simplul motiv, că sunt unele zone turistice concurente care din punct de vedere administrativ sunt pe teritoriul a mai multor județe, dar totuși formează o singură destinație turistică.

Primul pas în analiza competitivității trebuie să fie determinarea zonelor concurente, după care urmează listarea factorilor de competitivitate și identificarea strategiilor concurenților. Analiza competitivității o vom face pe două dimensiuni: pe de o parte am încercat pe baza datelor și informațiilor ce ne stau la dispoziție să facem o comparație cu zonele care dispun în mare parte de același profil, având condiții de mediu și potențial turistic asemănătoare. Cealaltă dimensiune, așa numita dimensiune “înnăscută”, trebuie interpretată pe baza comparației avantajelor sau competențelor care se pot exprima în date exacte, care derivă din condițiile naturale (de ex. apele minerale, așezare, condiții de zăpadă) analiza comparativă și competențele “create” , (de ex. capacitate, infrastructura, învățământ).

O bună parte a turiștilor care vizitează județul Harghita provin din Ungaria, din această perspectivă principalele zone concurente sunt județul Covasna și o parte din județul Mureș. Dacă ne uităm la o scară mai mare județul nostru face parte din Ținutul Secuiesc, astfel putem vorbi despre o concurență între Ținutul Secuiesc – Moldova, Valea Prahovei, Ținutul Săsesc.

0.5.3. Analiza SWOT

Analiza SWOT este o sinteză a analizei situației curente a turismului din județul Harghita, folosindu-se la evidențierea principalelor probleme cu care se confruntă turismul din județ, pornind de la condițiile dezvoltării acestuia – abilitatea și capacitatea de primire turistică, care până în prezent prezintă atât aspecte pozitive, cât și negative.

Puncte forte	Puncte slabe
<p>Resurse turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - existența câtorva obiective turistice naturale și culturale excepționale (Lacul Roșu și Cheile Bicazului, Lacul Sfânta Ana și Tinovul Mohoș, Cheile Vârghișului, complexul lacustru de la Sânpaul, salina Praid, centrul de ceramică Corund, biserica fortificată de la Dârjiu, patrimoniu UNESCO, complexul de monumente religioase și pelerinajul de Rusalii la Șumuleu-Ciuc etc.) - peisaj natural și calitatea mediului relativ bună, apropiată de natură, relief predominant muntos, climat temperat pe timp de vară, vegetație abundentă - populația bogată a unor specii de animale de interes cinegetic, ihtiofauna specifică pâraielor de munte (păstrăv) - prezența unui strat de zăpadă favorabil sporturilor de iarnă - bogăția de ape minerale și a emanațiilor mofetice - elemente de plante endemice și relice, ecosisteme specifice, multitudinea rezervațiilor naturale - patrimoniu cultural relativ bogat, atât în privința elementelor tangibile – construite, cât și intangibile – spirituale (autenticitatea moștenirii etnografice) - prezența majoritară a populației secuiești – forță atractivă pentru piața turistică din Ungaria, importanța turismului etnic și de VFR (vizitarea rudelor și prietenilor), legăturile multiple dintre comunitățile din județul Harghita și comunitățile maghiare din Ungaria și alte țări apropiate (Slovacia, Ucraina, Serbia, Croația și Austria), 	<p>Resurse turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - condiții climatice aspre în zonele montane - riscuri climatice pentru circulație și pentru programele turistice: frecvența ceții în depresiunile intramontane, ploile și nebulozitatea ridicată în sezonul de vârf - riscul întâzierii ninsorilor și a oscilațiilor mari de temperatură, cauzând în sezonul hibernal deteriorarea stratului de zăpadă în domeniile schiabile - deteriorarea calității esteticii peisajului și a biodiversității din cauza unor exploatari abuzive a pădurii, construcții necontrolate, abandonarea culturilor agricole de tip fâneată și pășune, neîntreținerea peisajului cultural - poluarea apelor și a solului cu deșeuri menajere în perimetrul așezărilor omenești și mai ales în arealele turistice, asociate și cu poluarea fonică - apariția pagubelor cauzate de animalele sălbatice (din cauza reducerii suprafeței necesare populațiilor respective) - probleme de reabilitare ale unor monumente istorice, clădiri și ansambluri cu valoare de peisagistică urbană, în unele cazuri din cauza regimului juridic neclar sau din cauza lipsei surselor financiare - lucrări constructive, de modernizare neadecvate în cazul unor clădiri monument sau cu valoare de patrimoniu (lipsa controlului și a intervenției timpurii a autorităților competente) <p>Infrastructura de bază</p> <ul style="list-style-type: none"> - poluarea aerului cu gaze de eșapament și praf în orașe din cauza traficului precum și din cauza salubrității neadecvate, a deficiențelor privind

<p>așezări și județe înfrățite</p> <ul style="list-style-type: none"> - unele zone forestiere au un caracter natural, intact, fără influență antropică umană, vizibilă - identitatea națională-regională a secuilor-maghiari, element al marketingului destinației - prezența elementelor culturale românești, ca factor de diversificare a ofertei regionale, element de atractivitate pentru piața internă, dar și pentru piața maghiară ca specificitate <p>Infrastructura de bază</p> <ul style="list-style-type: none"> - unele axe de circulație rutieră din județ, drumuri naționale și județene importante din punctul de vedere al accesibilității unor microregiuni sau obiective turistice au fost reabilitate recent - programe de modernizare a infrastructurii edilitare, apă-canalizare - creșterea conștiinței ecologice la nivelul factorilor de decizie publică, pregătirea pentru gestiunea durabilă a deșeurilor - dezvoltarea rețelelor de telecomunicații, mai ales telefonie mobilă, penetrarea internetului și în zona rurală <p>Infrastructura turistică</p> <ul style="list-style-type: none"> - investiții private în structurile de cazare, creșterea ponderii structurilor de 3 stele, mai ales pensiuni urbane și rurale - apariția serviciilor de wellness în câteva unități hoteliere - apariția unor unități de alimentație selecte în unele orașe - interesul crescut față de reabilitarea traseelor turistice montane marcate, inițiative din partea ONG-urilor și a autorităților publice locale (APL) - existența unor centre de echitație - amenajarea unor noi domenii schiabile (pârții și instalații de transport pe cablu) <p>Promovare, informare, cercetare</p> <ul style="list-style-type: none"> - inițiative de înființare a unor centre sau birouri de informare turistică - participarea la unele expoziții și târguri turistice din țară și din străinătate (mai ales în Ungaria) - apariția unor firme de consultanță în afaceri și prezența unor instituții de cercetare în domenii socio-economice, inclusiv turismul, aferente instituțiilor de învățământ superior <p>Resurse umane</p> <ul style="list-style-type: none"> - existența diferitelor niveluri și profiluri de învățământ turistic, atât în sistemul de învățământ gimnazial, cât și superior - organizarea din când în când a unor cursuri de perfecționare în diferite meserii turistice și de ospitalitate de către firme specializate și acreditate - interesul relativ crescut pentru învățământul turistic în rândul tinerilor, iar în cazul perfecționării adulților mai ales în rândul femeilor 	<p>amenajarea și protejarea zonelor verzi și curățirea întârziată a străzilor de reziduurile materialelor antiderapante utilizate în timpul iernii</p> <ul style="list-style-type: none"> - prezența frecventă a câinilor vagabonzi – lipsa unor plasamente specializate, adăposturi cel puțin temporare - deficiențe în rețelele de electricitate, cauzând câteodată întreruperi în furnizarea energiei electrice - insuficiența rețelelor de apă-canalizare, problemă acută în cazul stațiunilor balneoturistice de interes local - deficiențe grave în starea unor drumuri naționale, drumuri și străzi din orașe și stațiuni turistice - majoritatea drumurilor forestiere nu sunt în stare de funcționare - lipsa parcarilor, mai ales în orașe și în stațiuni, deficiențe în organizarea traficului, lipsa traseelor de ocolire - lipsa aleilor pietonale, a trotuarelor în numeroase așezări de-a lungul drumurilor principale, lipsa sau insuficiența parcurilor și scuarurilor în numeroase așezări de interes turistic <p>Infrastructura turistică</p> <ul style="list-style-type: none"> - ponderea scăzută a hotelurilor în infrastructura de cazare, predominanța unităților de cazare de capacitate redusă - nivelul calitativ scăzut al unor hoteluri existente în unele stațiuni, starea de degradare accentuată a bazelor de cazare, de tratament și de agrement în unele stațiuni, lipsa capitalului - lipsa unor complexe balneare cu ofertă diversificată de servicii de agrement funcționabile tot timpul anului - oferta unilaterală a serviciilor de alimentație, lipsa sau numărul redus al restaurantelor cu specific local, național, vânătorec sau pescăresc, cu programe artistice etc. - capacitatea redusă a domeniului schiabil, lipsa instalațiilor de transport pe cablu utilizabile și în sezonul estival (telecabină, telegondolă), lipsa caracterului de rețea sau sistem al domeniului schiabil, părțile fiind scurte, insuficient de diversificate - starea nesatisfăcătoare a rețelelor de trasee turistice marcate în zona montană - lipsa traseelor de cicloturism din orașe, stațiuni, și din zonele extravilane (excepție zona Ciucului inferior) <p>Promovare, informare, cercetare</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa sau insuficiența centrelor de informare turistice în orașe, stațiuni și alte localități de interes turistic - materiale de promovare uneori foarte
--	---

<p>Organizare</p> <ul style="list-style-type: none"> - interesul APL-urilor pentru integrarea turismului în strategiile de dezvoltare locale - angajarea în unele locuri de referenți pentru turism sau stabilirea relațiilor cu consultanți în teme turistice - crearea unor asocieri microregionale, asociații de dezvoltare intercomunitare, cunoașterea și interesul pentru programele de finanțare guvernamentale și/sau europene (din Fondurile Structurale) - existența unor cooperări informale sau formale între întreprinzători, în unele cazuri și între întreprinzătorii locali din turism - activitatea unor ONG-uri pentru promovarea formelor de turismul activ (drumeție, sporturi de iarnă), cultural și ecoturism 	<p>neatractive și depășite moral și informațional, despre județ și unele localități</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa unor centre de vizitare pentru ariile protejate - lipsa distribuției organizate și coordonate din punct de vedere profesional al materialelor informative ale întreprinderilor turistice, ale localităților și zonelor turistice, și mai ales ale obiectivelor turistice - lipsa strategiei și a programului anual de marketing al zonelor județului (potențiale destinații turistice), inclusiv raportarea publică de monitorizare a activității în acest sens - lipsa unui program județean/regional de cercetare a pieței turistice și a evoluției ofertelor și a trendurilor cererii - slaba cooperare între instituțiile /firmele/ de cercetare și agenții economici, respectiv autorități, lipsa diseminării informațiilor referitoare la politica turismului și a modelelor de bune practici <p>Resurse umane</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa sau insuficiența caracterului practic al învățământului turistic (inclusiv în privința învățământului limbilor străine), slaba cooperare între instituții de învățământ și agenții economici - prestigiul scăzut al ocupațiilor turistice și de ospitalitate, salarii și condiții de muncă neatractive, percepția perspectivei de carieră profesională ca fiind limitată - deficiențe ale culturii antreprenoriale în privința managementului resurselor umane - profesionalismul scăzut al lucrătorilor în sectorul ospitalității, atitudini și comportament greoaie, lipsa sau insuficiența sensibilității față de nevoile și exigențele oaspeților - nivelul redus al conștiinței turistice ale populației, implicit al conștiinței de mediu, al exigențelor față de starea spațiilor publice sau private (față de situația optimală pentru o destinație competitivă) <p>Organizare</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa sau insuficiența specialiștilor de turism în APL-uri și în unele instituții publice cu profil cultural sau de protecția mediului (administrația ariilor protejate) - slaba cooperare cu organizații naționale și sau internaționale pe teme turistice - slaba cooperare între APL-uri și întreprinderi turistice, de ex. pentru programe de marketingul destinației, planificare turistică, programe de asigurarea calității, promovarea investițiilor, coordonare între instituții de învățământ și piața forței de muncă - slaba cooperare între ONG-uri respectiv între ONG-uri și APL-uri
---	--

	- lipsa, insuficiența produselor turistice complexe, a pachetelor bine organizate
--	---

Oportunități	Amenințări
<p>Mediul de piață (micromediul turistic)</p> <ul style="list-style-type: none"> - interesul crescând față de diferite forme de turism activ: drumeție, cicloturism, turism ecvestru, alpinism, sporturi de iarnă - interes crescând față de turismul cultural și de patrimoniu - interes crescând față de ecoturism bazat pe cunoaștere și pe conștiință de consum ecologic - interesul crescând față de turismul de incentive în cadrul turismului de afaceri/profesional - interesul locuitorilor din marile orașe față de liniștea și autenticitatea spațiului rural, pentru stiluri de viață tradiționale și alimente naturale (mișcarea slow-food) - creșterea interesului pentru activități de relaxare, de păstrarea și refacerea sănătății, pentru servicii de tip wellness - dezvoltarea unor produse turistice inovative, adaptabile și în zona noastră - introducerea tichetelor de călătorie sau de vacanță în România <p>Mediul socio-cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - creșterea relativă a nivelului de culturalizare a populației cu implicații asupra motivațiilor de călătorie - creșterea relativă a timpului liber și a veniturilor discreționale - îmbătrânirea populației europene, creșterea ponderii vârstnicilor activi - presiunea cotidiană psihică și spirituală a lucrătorilor din sectorul terțiar creează impulsuri pentru participarea în activități de timp liber prin călătorie și programe distractive, și recreative în mediu natural - globalizarea culturală crește interesul față de specificități, de valori autentice în privința modurilor de viață, a creațiilor și a gastronomiei - descreșterea prejudecăților interetnice <p>Mediul economic</p> <ul style="list-style-type: none"> - creșterea economică mai rapidă în România față de tendințele generale din alte țări, concentrarea dezvoltării în marile centre urbane ale țării favorizează formarea unei cereri turistice interne crescute - deschiderea țării față de investitorii străini - dezvoltarea sectorului financiar-bancar facilitează creditele investiționale și de consum turistic <p>Mediul politic</p>	<p>Mediul de piață (micromediul turistic)</p> <ul style="list-style-type: none"> - distanța mare față de piețele turistice - întârzierea investițiilor publice sau private în infrastructura balneară și de agrement - intensificarea competiției turistice internaționale și descreșterea competitivității ofertei locale, regionale - conservarea unor atitudini, comportamente și practici nefavorabile din sectorul ospitalier din diferite întreprinderi turistice sau zone ale județului prejudicază atractivitatea județului - lipsa de adaptabilitate la noile tendințe ale cererii turistice - ineficiența eforturilor de promovare - asemănarea, lipsa de diferențiere între ofertele turistice locale, formate uneori fără personalitate și fără creativitate - efectele negative ale turismului de masă - unele probleme aparente descurajatoare pentru turismul activ, în legătură cu produsele turistice existente (deplasări motorizate – ATV-uri, snowmobiluri) sau cu ocupațiile tradiționale (câinii ciobanilor) <p>Mediul socio-cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - menținerea competențelor lingvistice reduse atât în privința limbilor străine de circulație internațională, cât și a limbii oficiale ale statului (totodată a pieței turistice interne) - menținerea prestigiului redus al locurilor de muncă din turism și industria ospitalității, migrația continuă a forței de muncă în alte țări <p>Mediul economic</p> <ul style="list-style-type: none"> - creșterea incertitudinii locului de muncă pe piețele emitente contribuie la scăderea sosirilor de turiști din acele zone - recesiunea economică sau crizele de scurtă durată afectează nivelul fluxului de turiști, creând greutate pentru afacerile turistice locale și pentru locurile de muncă din turismul județean - deziluzionarea actorilor locali față de profitabilitatea activității turistice și renunțarea la afacerile de primire a oaspeților ducând la reducerea capacităților de primire și dispariția unor locuri de muncă din turism <p>Mediul politic</p> <ul style="list-style-type: none"> - întârzierea clarificării situației dreptului de proprietate a terenurilor și a clădirilor - întârzierea reformelor din administrația publică - crearea unui mediu fiscal nestimulativ pentru

<ul style="list-style-type: none"> - retrocedarea unor terenuri și clădiri preluate în mod abuziv favorizează investițiile - stabilitatea politică internă crește încrederea investitorilor și a turiștilor față de destinațiile turistice din țară - statutul de stat-membru al Uniunii Europene crește încrederea investitorilor și a turiștilor față de destinațiile turistice din țară, totodată permite accesarea unor fonduri semnificative pentru dezvoltarea infrastructurii de bază, a resurselor umane, dar și a infrastructurii și serviciilor turistice, precum și pentru finanțarea activităților de marketing, mai ales promovare - Posibilitatea preluării modelelor de <i>best practice</i> în elaborarea și implementarea politicii de turism de la diferite organizații internaționale, la care România este parte - <i>Transferul de cunoștințe</i> în domeniul cercetării pieței turistice internaționale, asigurarea calității (standarde de calitate), dezvoltarea durabilă, responsabilă și universal accesibilă a turismului - Creșterea eficienței eforturilor de marketing pe piețele din afara Europei prin participarea României în ETC – Comisia Europeană a Călătoriilor - Statutul de membru al județului Harghita în Adunarea Regiunilor Europene – transfer de cunoștințe, lobby regional <p>Mediul tehnologic</p> <ul style="list-style-type: none"> - dezvoltarea unor tehnologii informaționale și comunicaționale cresc eficiența eforturilor de promovare, facilitează transmiterea mai ușoară a mesajelor de marketing către piețele-țintă, facilitează sistemul rezervărilor, dar și cercetarea piețelor - inovațiile în domeniul gestionării structurilor de primire turistică facilitează reducerea presiunii asupra mediului, consumul de materii prime și energie, permițând preluarea bunelor practice și prin aceasta creșterea competitivității afacerilor turistice - dezvoltarea serviciilor de transport aerian, extinderea ofertelor de curse aeriene low-cost <p>Mediul natural</p> <ul style="list-style-type: none"> - prin dezvoltarea treptată a infrastructurii locale, unele zone greu accesibile și intacte se deschid turismului, care – în cazul practicării unor forme de ecoturism – pot deveni atracții semnificative pentru turiștii din Occident. În caz contrar, în același timp, acest lucru poate să însemne și un pericol 	<p>afacerile turistice</p> <p>Mediul tehnologic</p> <ul style="list-style-type: none"> - întârzierea adaptării inovațiilor tehnologice contribuie la scăderea competitivității - întârzierea unor investiții publice în infrastructura de transport rutier și feroviar <p>Mediul natural</p> <ul style="list-style-type: none"> - creșterea riscurilor climatice, lipsa sau insuficiența stratului de zăpadă în sezonul de iarnă, temperaturi neobișnuite pentru anumite perioade ale anului - deteriorarea continuă a peisajului natural și cultural reduce atractivitatea regiunii și a zonelor din județ (de ex. afișarea unor panouri de publicitate pe unele porțiuni de drumuri, ca de pildă prin munții Harghita, pasul Tolvajos).
--	---

0.5.4. Viziunea pe termen lung a dezvoltării turismului din județul Harghita

În planificarea teritorială strategică a dezvoltării turismului elaborarea viziunii are rolul de a contura o stare de fapt viitoare, care poate fi acceptată de diferiții interesați ai turismului din regiune. Așa cum se vede din analiza SWOT a turismului din județul Harghita, trebuie luate în considerare aspecte referitoare la *condițiile actuale* ale turismului, precum și *provocări și oportunități* care se vor ivi în viitorul apropiat sau îndepărtat în fața interesaților turismului.

În viziunea turismului pe termen lung, nu ne ocupăm cu probleme operaționale (ce și cum trebuie făcut?), ci cu aspecte normative și strategice, conturând o situație optimă, de dorit, în care așteptările întreprinzătorilor și lucrătorilor din turism, a autorităților și a populației locale pot fi împlinite. Ca toți interesații să fie mulțumiți de situația viitoare a turismului, trebuie să atingem anumite obiective strategice, care se concretizează apoi în obiective specifice și operative, măsurile care vor fi luate conducând la realizarea stării de fapt dorite. Unde vrem să ajungem? Cum să arate turismul județului? Acestea sunt întrebările de bază. Răspunsul este: ***turism competitiv și durabil în județul Harghita***. Adică:

Județul Harghita va deveni una din cele mai importante destinații turistice din România, împreună cu județul Covasna, având la bază un turism activ și un ecoturism specific, dar și cu alte elemente complementare din zonă: balneare, culturale, rurale.

Viziunea pe termen lung al dezvoltării turismului din județul Harghita poate fi transformată într-un ***sistem de obiective ierarhizate***: obiective generale, strategice, specifice și operative. Aceste obiective vor putea fi împlinite printr-o serie de măsuri la nivel de programe și proiecte, grupate la rândul lor în direcții de dezvoltare sau axe prioritare.

0.5.5. Direcțiile strategice de dezvoltare ale turismului din județul Harghita

VIZIUNEA	<i>Județul Harghita va deveni una din cele mai importante destinații turistice din România, împreună cu județul Covasna, având la bază un turism activ și un ecoturism specific, dar și cu alte elemente complementare din zonă: balneare, culturale, rurale.</i>				
OBIECTIVE STRATEGICE	<ul style="list-style-type: none"> ● Creșterea circulației turistice și în special al înnoptărilor în toate destinațiile din județ (orașe, stațiuni, destinații agro turistice) ● Creșterea efectelor de multiplicare ale turismului, economice și sociale, printr-o integrare locală cât mai profundă a fenomenului turistic ● Formarea unei imagini turistice diferențiate și atractive, pentru județ sau pentru o altă delimitare teritorială viabilă ● Dezvoltarea ecoturismului și a turismului activ, în toate dimensiunile sale de intervenție: locații, programe, ghizi, atracții naturale și antropice ● Dezvoltarea stațiunilor balneoclimaterice și montane: infrastructură, organizații, investiții de specialitate ● Diversificarea agroturismului: stimularea programelor folclor, divertisment, a gastronomiei locale și îmbunătățirea accesibilității satelor 				
AXA DE DEZVOLTARE	1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice	2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe	3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita	4. Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism	5. Marketingul destinației Ținutului Secuiesc

Axa de dezvoltare nr. 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice

Obiective operative:

- Valorificarea potențialului de resurse naturale existente (peșteri, ape minerale, rezervații naturale) și promovarea obiectivelor naturale în scopul dezvoltării ecoturismului
- Identificarea și valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate
- Sprijinirea turismului rural practicat în județ și totodată stimularea dezvoltării agroturismului cu scopul promovării conceptului de dezvoltare durabilă
- Valorificarea potențialului turistic montan prin crearea condițiilor necesare pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ
- Salvarea și revigorarea tradițiilor culturale, religioase, folclorice și restaurarea siturilor istorice și includerea lor în circuitul turistic urmărind astfel creșterea atracțiilor turistice

Proiecte:

- Elaborarea concepțiilor de amenajare teritorială a zonelor și destinațiilor turistice din județ
- Amenajarea corespunzătoare a câteva destinații alese cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații
- Amenajarea unor trasee ecodidactice (ecoturistice) ale rezervațiilor naturale și mediatizarea acestora
- Sprijinirea localităților rurale cu scopul de a formula unicitatea (în tradiții și activități meșteșugărești sau alte valori populare culturale) pe care poate oferi față de celelalte localități
- Amenajarea corespunzătoare a pârtiilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare
- Coordonarea în timp și spațiu al manifestărilor și festivalurilor culturale și editarea unui calendar de evenimente al județului
- Sprijinirea renovării monumentelor, siturilor arheologice, biserici fortificate, castelelor, cetăților și conacelor cu scopul organizării unor tururi de vizitare al acestor obiective
- Identificarea (explorarea) surselor de apă minerală din județ și reabilitarea mofetelor nefuncționale

Axa de dezvoltare nr. 2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe

Obiective operative:

- Valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ prin restaurarea sau sprijinirea construirii structurilor de primire cu funcțiuni de tratament balnear sau wellness
- Crearea condițiilor necesare și întreținerea infrastructurii pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ
- Sprijinirea turismului rural și stimularea dezvoltării agroturismului, fiind o formă de primire specifică regiunii
- Stimularea renovării și amenajării sau creării structurilor de primire turistică destinate tineretului
- Creșterea calității serviciilor oferite în structurile de primire turistică
- Facilitarea dezvoltării și apariției diferitelor tipuri de structuri de agrement pe raza județului

Proiecte:

- Sprijinirea dezvoltării infrastructurii în stațiunile turistice și a elaborării planurilor de dezvoltare a acestor destinații
- Stimularea dezvoltării structurilor de primire pe raza traseelor de turism activ și pentru asigurarea suportului tehnic privind aceste forme de turism
- Recondiționarea taberelor școlare, campingurilor și vilelor
- Stimularea investițiilor în structuri de cazare de tip hotelier în zonele specificate, asigurând un grad ridicat de calitate a serviciilor
- Dezvoltarea structurilor de primire cu funcțiuni de alimentație cu specific și calificare ridicată
- Promovarea spiritului antreprenorial pentru apariția noilor investiții în domeniul structurilor de agrement în stațiunile turistice și zonele cu concentrație turistică ridicată

Axa de dezvoltare nr. 3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita

Obiecte operative:

- funcționarea parteneriatelor locale, județene și regionale dintre autorități publice centrale și locale
- funcționarea parteneriatelor dintre autoritățile locale, întreprinderi turistice și organizații non-guvernamentale
- stimularea parteneriatelor cu organisme profesionale naționale și internaționale
- creșterea conștiinței ecologice și turistice
- crearea unor locuri de muncă cu perspective de carieră profesională în sfera publică
- creșterea transferului de cunoștințe, adaptarea unor inovații din domeniul turismului
- parteneriate dintre instituții de învățământ vocațional pentru turism și piața forței de muncă

Proiecte:

- crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice la nivel local-microregional, județean și regional
- crearea Consiliului Consultativ al Turismului din județul Harghita
- stimularea creerii și funcționării unor asociații turistice profesionale locale
- înființarea posturilor de referenți și inspectori de turism
- stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltarea turismului din regiune
- organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și cultură
- stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice
- elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți
- organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale internaționale

Axa de dezvoltare nr. 4. Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism

Obiecte operative:

- creșterea numărului locurilor de muncă și a calității vieții prin turism
- facilitarea accesului grupurilor dezavantajate pe piața turistică a forței de muncă
- optimizarea necesităților pieței de muncă cu oferta educațională
- lărgirea specializărilor turistice accesibile în județ, la nivel preuniversitar și universitar

- promovarea calității sistemului de educație și formare profesională
- îmbunătățirea calității și productivității muncii prin formarea practică a angajaților în turism

Proiecte:

- programe destinate dezvoltării forței de muncă
- strategia de optimizare a sistemului de formare, formal și informal cu nevoile pieței, elaborat de Consiliul Județean Harghita
- formarea ghizilor turistici locali – interpreților rurali, specializați în gastronomia, tradițiile, cultura, demografia și alte aspecte ale regiunii
- formarea practică a elevilor, studenților, care vor să obțină calificare în turism sau activități conexe
- înființarea unui centru educațional destinat formării vocaționale a întreprinzătorilor în turism.
- elaborarea și inițierea unor pachete de cursuri de formare în turism, destinate specializărilor în acest sector, precum și inventarierea persoanelor calificate în diferite domenii specifice, cum ar fi: ghizi specializați în ecoturism; în prezentarea meșteșugurilor tradiționale secuiești; specializări în tratament balnear profesional, curiozități gastronomice, etc.

Axa de dezvoltare nr. 5. Marketingul destinației Ținutului Secuiesc

Obiective operative:

- realizarea unei cooperări cu județele Covasna și Mureș, cu scopul unei promovări comune a regiunii
- crearea unei imagini turistice distinctive, unice despre întregul Ținut Secuiesc
- identificarea elementelor de design și imagine, a simbolurilor care vor domina în materialele promoționale
- atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier, balnear, de agrement
- furnizarea eficientă și permanentă a informațiilor pentru turiști, despre toate atracțiile și serviciile existente în județ și în celelalte două județe
- realizarea unor cooperări de marketing pe plan microregional (destinații precum Ținutul Sării, Csomatu-Bálványos etc.), regional (la nivel de Transilvania) și național pentru realizarea unor imagini cât mai favorabile despre destinațiile respective.

Proiecte:

- realizarea unei cercetări sociologice și de piață, care să pună bazele folosirii simbolurilor și celorlalte elemente de identitate pentru planul de marketing
- elaborarea unui plan de marketing turistic regional al Ținutului Secuiesc, comun cu celelalte două (trei) județe
- lansarea unui program de marketing, pe baza planului de marketing, al regiunii turistice Ținutul Secuiesc
- realizarea unor materiale suplimentare pentru atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier și balnear, în primul rând
- crearea unui sistem de informare transparent și dinamic pentru turiști
- stabilirea unor relații de cooperare de marketing la nivel microregional, regional și național

În concluzie, se poate spune că prezenta strategie de dezvoltare turistică poate să asigure premisele dezvoltării viitoare, sintetizând și interesele și opțiunile sectorului turistic din județul Harghita. Trebuie însă menționat, că strategia este doar un mijloc fundamental al dezvoltării, o condiție de bază – dar nu înlocuiește însăși demersurile, acțiunile concrete ale întreprinzătorilor și liderilor din administrație.

Suntem convinși că Consiliul Județean Harghita vor putea să devină elementele cheie ale dezvoltării locale, prin rolul asumat și prin efectele acestor direcții de dezvoltare. Avem certitudinea că Ținutul Secuiesc va deveni astfel una dintre cele mai cunoscute și plăcute destinații turistice din România și din Europa de Est!

Vă urăm mult succes !

I. Relația strategiei de dezvoltare a turismului din județul Harghita cu politica de turism și politica de dezvoltare regională

I.0. Introducere

Deși fiecare guvern investit în urma alegerilor parlamentare trebuie să-și prezinte programul de guvernare elaborat pe perioada mandatului, care include atât capitolul referitor la politica turismului, cât și la politica de dezvoltare regională/teritorială, în cele ce urmează nu ne referim la acțiunile preconizate (și realizate sau ne-realizate) de guvernele succesive ale României, ci încercăm o raportare a viziunii și a sistemului de obiective, priorități din strategia turistică a județului la anumite *documente programatice*, care rămân valabile pe termen mediu și lung, realizând o punte peste ciclurile electorale.

Desigur, concepția diferitelor partide, lideri politici, grupuri de interese poate fi foarte diferită în privința rolului statului în organizarea și coordonarea acestui sector economic cu implicații socio-culturale, de mediu și chiar politice. Punctul nostru de pornire este *legislația turistică actuală* (chiar aflată într-un proces de transformare), care stabilește cadrul legal pentru funcționarea afacerilor turistice, dar și atribuțiile autorităților publice atât la nivel central, cât și local.

Dat fiind faptul că România este stat membru în diferite organizații guvernamentale și ne-guvernamentale internaționale, dintre care evidențiem *Organizația Mondială a Turismului* din cadrul ONU¹, *Consiliul Mondial al Turismului și al Călătoriilor*², *Comisia Europeană pentru Turism*³, precum și *Uniunea Europeană*⁴, trebuie luate în considerare unele documente adoptate de aceste foruri supra-naționale, care urmează să fie implementate în politica națională a turismului.

¹ United Nations World Tourism Organization, www.unwto.org

² World Travel and Tourism Council, www.wttc.org

³ European Travel Commission, www.etc-corporate.org

⁴ European Commission DG Enterprise and Industry Tourism Unit, http://ec.europa.eu/tourism/index_en.htm

Strategia de dezvoltare a turismului din județul Harghita vine în întâmpinarea angajamentelor naționale cu implementare la nivel local, la nivelul unităților administrativ-teritoriale de bază ale județului (municipii, orașe și comune). Altfel spus, în politica locală, județeană, regională a turismului, Consiliul Județean Harghita va manifesta o atitudine proactivă, responsabilă, deschisă spre aplicarea unor principii ale dezvoltării durabile în turism. Strategia județului are un rol de coordonare, îndrumare, consultanță în primul rând pentru consiliile locale, pentru diferite instituții publice, apoi pentru întreprinderile turistice și organizații non-guvernamentale cu profil turistic sau cu activitate cu implicații asupra condițiilor de dezvoltare ale turismului (ONG-uri culturale, de mediu, de tineret, sportive, sociale etc.).

În acest capitol abordăm *modalitățile de aliniere a obiectivelor* dezvoltării turismului din județ, cu obiectivele unor documente programatice de dezvoltare la nivel național, dar facem referire și la acele instrumente financiare care sunt puse la dispoziția diferiților solicitanți în cadrul programelor de finanțare din Fondurile Structurale ale UE. Și din această perspectivă, se poate sublinia că dezvoltarea turismului se integrează de fapt în *politica de dezvoltare regională*, contribuind la realizarea obiectivelor europene și naționale în privința creșterii economice, a creării și păstrării locurilor de muncă, precum și aplicarea principiilor dezvoltării durabile, mai ales în domeniul protecției mediului și în domeniul diversității culturale ale Europei.

Desigur, obiectivele, prioritățile dezvoltării turismului din județ nu sunt formulate doar prin preluarea obiectivelor altor documente programatice, elaborate fie la nivel supranațional, național sau regional. Dimpotrivă, ele se bazează în primul rând pe analiza situației curente din turismul județului în prezent, prezentată detaliat în capitolul II. și într-o formă concisă, sub forma analizei SWOT din capitolul III. Fiind un domeniu de activitate economică intersectorială, turismul este într-o strânsă interrelație cu alte domenii economice și politice, precum dezvoltarea IMM-urilor, transporturile, construcțiile și amenajarea teritoriului, mediul, agricultura și silvicultura, ocuparea forței de muncă, educația și învățământul, cultura, sănătatea, siguranța publică, relațiile externe etc. Acest lucru presupune o abordare în viziune sistemică, multidisciplinară integrând interesele *sectoriale*, predominant economice cu cele *teritoriale*, socio-culturale și ecologice.

Având în vedere faptul că turismul se desfășoară în areale și locuri geografice diverse, în mediu natural și construit, elementele de bază ale ofertei turistice – diferite tipuri de resurse turistice și elemente de infrastructură turistică - au *localizare* bine definite în spațiu cu dispersie sau

concentrare în funcție de calitățile peisajului natural sau umanizat. Localizarea spațială, geografică a elementelor ofertei turistice, precum și apropierea sau distanța față de piețele turistice (zonele emițătoare de turiști) ridică probleme specifice legate de accesibilitate, de conservare și de valorificare durabilă. Presiunea umană prin concentrarea turiștilor în anumite momente și lipsa lor în restul anului creează provocări pentru gestionarea teritoriului, care poate fi obiectul diferitelor tipuri de utilizare a spațiului, aflate uneori în situație de conflict (exploatarea forestieră, mineritul, diferite activități industriale etc.). Gestionarea teritoriului județului atât a terenurilor aflate în proprietate publică, cât și a celor din proprietate privată se realizează prin amenajarea teritoriului și urbanismul, activitate de politică publică de interes general, reglementată în România prin Legea 350/2001. Recunoscând importanța și responsabilitatea acesteia pentru dezvoltarea durabilă prezentăm o relaționare a politicii de turism cu politica de amenajare a teritoriului, aflată la rândul ei în strânsă interrelație cu protecția mediului.

1.1. Aspecte privind amenajarea teritoriului și dezvoltarea turismului

În structura guvernului dinaintea alegerilor din 30 noiembrie 2008, un fapt pozitiv a fost faptul că două domenii de politici publice cu interdependență de necontestat – dezvoltarea regională și amenajarea teritoriului – erau subordonate aceluiași minister, ceea ce a putut fi o premisă a integrării politicii regionale cu amenajarea teritoriului⁵. Acest lucru poate fi ilustrat și prin faptul că ideile de dezvoltare prin prioritizarea investițiilor publice, sau chiar private nu pot fi puse în aplicare, fără respectarea prevederilor privind amenajarea teritoriului și urbanismul.

Din legislația cu importanță deosebită pentru elaborarea strategiilor de dezvoltare socio-economică trebuie să evidențiem legile care se referă la diferite secțiuni ale Planului de Amenajare a Teritoriului Național (PATN), și anume:

- Legea nr. 363 din 21 septembrie 2006 pentru aprobarea PATN - secțiunea I – **Rețele de transport** (M. Of. Nr. 806/26.09.2006.)
- Legea nr. 171 din 4 noiembrie 1997 pentru aprobarea PATN - secțiunea II – **Apa** (cu modif. prevăzute în L. 20/11.01.2006., M. Of. 62/24.01.2006.)

⁵ vezi Legea nr. 315 din 2004 privind dezvoltarea regională din România, și Legea nr. 350 din 2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, cu modificările și completările ulterioare

- Legea nr. 5 din 6 martie 2000 pentru aprobarea PATN - secțiunea III – **Zone protejate** (M.Of. nr. 152/12.04.2000.)
- Legea nr. 351 din 6 iulie 2001 pentru aprobarea PATN - secțiunea IV – **Rețeaua de localități** (M.Of. 408/24.06.2001), cu modificările ulterioare (L 308/2006, M.Of. din 634/24.06.2006 și L 100/2007, M.Of. 284/27.04.2007.)
- Legea nr. 575 din 22 octombrie 2001 pentru aprobarea PATN - secțiunea V – **Zone de risc natural** (M. Of. 726/14.11.2001.).

Totodată s-a elaborat și **secțiunea VI a PATN – Turism**, sub formă de proiect de lege. În elaborarea strategiei turistice a județului Harghita am ținut cont de prevederile proiectului de lege, precum și de analizele cuprinse în studiul de fundamentare referitor la județul Harghita și județele limitrofe (Suceava, Neamț, Bacău din regiunea 1 - Nord-Est, respectiv județele Covasna, Brașov și Mureș din regiunea 7 - Centru).

Deși sunt incluse în procesul legislativ și proiectele de lege privind PATN secțiunea VII-a – Infrastructura pentru educație, și secțiunea VIII-a – Zone rurale, acestea deocamdată nu sunt publicate.

Legea 350/2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul prevede că Planul de amenajare a teritoriului național are caracter director și reprezintă *sinteza programelor strategice sectoriale* pe termen mediu și lung pentru întreg teritoriu al țării, prevederile din secțiunile sale fiind obligatorii pentru celelalte planuri de amenajare care le detaliază (Planul de amenajare zonal și județean).

Planul de amenajare a teritoriului județean – care trebuie reactualizat periodic, la 5 – 10 ani – are caracter director și reprezintă expresia spațială a *programului de dezvoltare socio-economică a județului*, prevederile sale fiind obligatorii pentru celelalte planuri de amenajare a teritoriului și de urbanism care le detaliază. PATJ-ul județului Harghita (realizat de Urban Proiect în 1995) este în curs de reactualizare. Pe de altă parte, în anul 2002 a fost publicat *Planul de dezvoltare pe termen mediu al județului Harghita* (elaborat de Societatea de utilitate publică de Consultanță și de Servicii Pro Professione, din Budapesta, coord. Kulcsár László) ale cărei prevederi trebuie integrate atât în noul PATJ, cât și în diferite strategii sectoriale elaborate ulterior.

PATZ-urile au rol director și se realizează în vederea soluționării unor probleme specifice ale unor teritorii, putând fi zone compuse din UAT comunale și/sau orășenești (PATIC, PATIO), din părți ale unor județe, sau județe întregi (PATIJ), din mai multe județe, constituind entități regionale (PATR). Documentațiile de *urbanism* (Plan Urbanistic General, Zonal respectiv de Detaliu) referitoare la localități urbane și rurale reglementează utilizarea terenurilor și condițiile de ocupare a acestora cu construcții, transpunând la nivel local prevederile PATN, PATJ, PATZ, având rol de reglementare specifică, cu reguli aplicabile până la nivelul parcelor cadastrale, elemente de fundamentare obligatorii pentru eliberarea *certificatelor de urbanism*.

Din cele prezentate mai sus, deja se poate recunoaște că legislația privind amenajarea teritoriului poate veni în sprijinul politicii de dezvoltare, dar, totodată poate fi și un frâu în calea fenomenelor, evoluțiilor nedorite, prin interdicții de construcție temporare și definitive. Alături de amenajarea cu scopuri turistice a teritoriului, trebuie pus un accent deosebit pe controlul de stat în domeniul construcțiilor, împiedicând utilizarea terenurilor sub potențialul lor, dar acest lucru este imposibil fără o *concepție de dezvoltare complexă*, fundamentată cu analize și strategii. Dacă se dorește ca turismul să devină un sector performant în economia județului, trebuie avute în vedere investițiile necesare pentru valorificarea durabilă a resurselor naturale precum și a patrimoniului cultural.

Dacă necesarul de investiții și acțiuni cu caracter organizatoric este inventariată și încadrată într-o strategie de dezvoltare a turismului, sursele de finanțare pentru acestea pot fi asigurate din diferite fonduri. Un complex de instrumente financiare este oferită în cadrul Programului Operațional Regional 2007–2013, prin Axa prioritară nr. 5. *Dezvoltarea și promovarea turismului durabil*⁶, precum și Măsura 313 – *Încurajarea activităților turistice* din cadrul Programului Național de Dezvoltare Rurală 2007–2013.⁷

Deci, o structurare a politicii județene de turism are ca mijloc *Strategia de dezvoltare a turismului*, prezentând analiza situației curente a condițiilor de dezvoltare a turismului în județ. Implementarea ei pe parcursul mandatelor succesive ale consilierilor județeni, ai președinților/vicepreședinților consecutivi va fi posibilă prin luarea unor decizii privind proiectele proprii consiliului județean, dar și prin stimularea unor proiecte investiționale și organizatorice la nivelul așezărilor urbane și rurale, cu accent pe *stațiunile turistice* de interes

⁶ www.inforegio.ro

⁷ www.apdrp.ro

național sau local, și pe *ariile protejate* situate în extravilanul mai multor UAT. Pregătirea proiectelor publice simultan cu încurajarea investițiilor private trebuie să aibă în vedere cerințele formulate în *Ghidul solicitantului* aferent fiecărui domeniu major de intervenție din POR, sau măsuri din PNDR. Documentațiile aferente *cererilor de finanțare* presupun respectarea reglementărilor de amenajarea teritoriului și urbanismul, alături de criteriile de fezabilitate economică și tehnică.

Deoarece nu toate condițiile de dezvoltare a turismului presupun investiții în construcții, strategia de dezvoltare turistică nu trebuie să fie confundată cu programele de investiții de infrastructură turistică, acestea fiind completate și de decizii de alte natură (resurse umane, marketing, conștientizarea importanței turismului în populație ș.a.). Strategia devine un cadru conceptual, cu caracter director, utilă doar dacă va fi aprobată de factorii de decizie și va fi pus în aplicare prin realizarea măsurilor propuse. Implementarea strategiei trebuie să fie însoțită de monitorizarea și evaluarea periodică a demersurilor și luarea unor noi și noi decizii cu caracter organizatoric, de reglementare și de investiții.

I.2. Cadrul politicii de dezvoltare turistică

Încadrarea politicii județene de turism trebuie să pornească de la două premise: politica de turism (cu conexiuni la nivel național și internațional) și politica de dezvoltare regională, de coeziune economică și socială. La nivel național ambele domenii de politici publice sunt expuse schimbărilor survenite în urma ciclurilor electorale, chiar dacă atribuțiile guvernamentale în domeniile respective au o continuitate firească, programele de guvernare succesive pot să aducă chiar schimbări esențiale. Angajamentele internaționale ale României, însă, reprezintă pentru fiecare mandat de guvernare puncte de reper, constituind factor de continuitate a strategiilor și programelor pe termen lung sau mediu. Din acest considerent, prezentăm câteva aspecte ale contextului internațional și național al politicii de turism și de dezvoltare regională.

I.2.1. Contextul internațional - global

Dintre organizațiile internaționale cu profil turistic cea mai cunoscută este ***Organizația Mondială a Turismului*** o agenție specializată a Organizației Națiunilor Unite (ONU),

funcționând ca un forum global în problemele politicii de turism și o sursă de know-how pentru turism. Joacă un rol central și decisiv în promovarea dezvoltării unui turism responsabil, durabil și universal accesibil, acordând atenție deosebită pentru țările în curs de dezvoltare. OMT cuprinde printre membrii săi 160 țări și teritorii, precum și 350 membri afiliați reprezentând sectorul privat, instituții de învățământ, asociații turistice și autorități locale. De-a lungul existenței sale, Organizația Mondială a Turismului din cadrul Națiunilor Unite a elaborat mai multe documente de poziție, dar chiar și ghiduri, manuale pentru dezvoltarea durabilă a turismului.

OMT încurajează implementarea *Codului global de etică pentru turism*, cu scopul de a asigura ca țările membre, destinațiile turistice, precum și afacerile din turism să-și maximizeze efectele economice, sociale și culturale pozitive, totodată minimizând impactele negative sociale și de mediu. Adoptat de Adunarea Generală a OMT de la Santiago (Chile) în 1999, Codul global de etică pentru turism este constituit dintr-un set de principii prezentate în 10 articole, principii care trebuie cunoscute și adoptate de statele membre, de companiile de turism, precum și de diferite instituții, comunități interesate direct sau indirect în turism, după cum urmează:

1. contribuția turismului la înțelegerea reciprocă și respectul între popoare și societăți
2. turismul ca vehicul pentru împlinirea individuală și colectivă
3. turismul, factor al dezvoltării durabile
4. turismul, utilizator al moștenirii naturale a omenirii și contribuabil la îmbogățirea ei
5. turismul, activitate avantajoasă pentru comunitățile și țările gazdă
6. obligațiile participanților la actul de turism
7. dreptul la turism
8. libertatea mișcărilor turistice
9. drepturile lucrătorilor și antreprenorilor în industria turismului
10. implementarea principiilor Codului global de etică pentru turism.

Principiile Codului sunt preluate într-o oarecare măsură și în legislația turistică românească, dar, parțial, și în schemele de finanțare din fondurile structurale al UE pentru dezvoltarea și promovarea turismului durabil (cerințe stipulate în Ghidurile solicitantului). Alte aspecte, însă rămân în domeniul recomandărilor, angajamentelor voluntare, nefiind impuse de norme legislative. Adoptarea și implementarea principiilor și recomandările Codului se vor concretiza mai mult prin diseminarea informațiilor de „best practice”, prin conștientizarea publicului

călător, al antreprenoriatului turistic și organelor administrației publice centrale și locale. Astfel, implementarea Codului la nivelul județului Harghita poate constitui tema unui studiu aparte, bazate tocmai pe cunoașterea detaliată a actorilor turistici din județ, a atitudinilor și comportamentului lor, atât pe partea de ofertă, cât și cea de cerere.

Fiind un județ locuit majoritar de comunități aparținând minorității maghiare din România, în județul Harghita capătă importanță deosebită prevederea din pct. 1 al art. 1.: „... *participanții la dezvoltarea turismului și turiștii înșiși, vor respecta tradițiile sociale și culturale și practicile tuturor popoarelor, inclusiv cele ale minorităților și populațiilor indigene și le vor recunoaște valoarea*”. Totodată „...*comunitățile gazdă, pe de o parte, și profesioniștii, pe de alta, se vor familiariza cu turiștii care îi vizitează, îi vor respecta, se vor interesa și le vor cunoaște stilul de viață, gusturile și preferințele, învățătura și pregătirea aduse la cunoștința profesioniștilor contribuie la primirea ospitalieră*” (Art.1. pct.4).

Deși majoritatea principiilor formulate în Codul global de etică pentru turism sunt implementabile prin legislația turistică națională în relație cu politicile conexe de mediu, amenajarea teritoriului, sociale și culturale, relații externe etc., pe parcursul implementării se evidențiază rolul nivelului județean, ca nivel de coordonare al administrației publice locale, mai ales în privința articolelor 3, 4 și 5. Acestea au ca punct comun responsabilitatea pentru valorificarea durabilă a patrimoniului natural și cultural, prin amenajare și exploatare adecvată sensibilității ecosistemelor sau a culturii tradiționale. Se remarcă ideea că resursele turistice de patrimoniu presupun atât drepturi, cât și obligații specifice pentru comunitățile locale, iar, mai ales în cazul elementelor protejate se impune ca populația locală să poată beneficia și din punct de vedere economic din prezența acestora, prin crearea de oportunități de afaceri și locuri de muncă.

În contextul implementării principiilor Codului se accentuează cooperarea dintre participanții publici și privați, care trebuie să recunoască rolul instituțiilor internaționale, printre care și OMT, apoi ai organizațiilor neguvernamentale cu competențe în dezvoltarea și promovarea turismului, protecției drepturilor omului, mediului înconjurător sau a sănătății, cu respectarea principiilor dreptului internațional. Pentru interpretarea Codului în cazul unor dispute între interesele sectorului s-a creat Comitetul mondial de etică în turism.

Desigur, activitatea OMT este foarte vastă, programele sale sunt desfășurate prin comitete specializate și comisii regionale, concretizându-se în organizarea de conferințe și seminarii,

cercetare și diseminare de informații, elaborarea de publicații despre trendurile pieței turistice internaționale, formularea recomandărilor către guvernele statelor membre, organizații internaționale, companii din turism etc.

Acțiunile de sprijin pentru Autoritățile Naționale pentru Turism intră în preocuparea OMT care își desfășoară activitatea și prin comisiile regionale, printre care și cea pentru Europa⁸. Misiunea acesteia este să servească statele membre în atingerea standardelor ridicate în performanțele politicii și guvernării de turism prin înființarea unor conținuturi adecvate în programele OMT, care să fie în relație cu obiective comune ale politicii de turism, ca dezvoltarea, moderarea schimbărilor climatice, ocuparea forței de muncă și alte Ținte ale Dezvoltării la Mileniu (Millenium Development Goals) formulate de ONU, precum și utilizarea turismului pentru sprijinirea obiectivelor altor politici publice.

Activitățile Comisiei pentru Europa a OMT sunt orientate spre asistarea statelor membre în dezvoltarea strategiilor în contextul unor piețe turbulente, utilizarea unor instrumente adresate problemelor calității și satisfacției consumatorilor, pregătirea și implementarea programelor referitoare la crearea de valori, la inovarea în tehnologii, în dezvoltarea resurselor umane și în conducere, dezvoltarea capacităților pentru oficialitățile publice, reprojectarea proceselor în sectorul public, produse noi etc.

Membri afiliați ai OMT sunt grupate în trei consilii, în funcție de profilul activităților lor de bază: Consiliul pentru Afaceri, Consiliul Destinațiilor Turistice, Consiliul pentru Educație și Știință. Programele de activitate ale OMT includ o serie de seminarii, workshopuri, conferințe pe diferite teme, dezbateri, editarea unor publicații, toate acestea contribuind în mod direct sau indirect la influențarea politicilor publice cu efect asupra diferitelor aspecte ale turismului. Dintre acestea se remarcă programele pentru creșterea competitivității, coordonarea în managementul și marketingul destinațiilor, combaterea sărăciei, managementul educației și a cunoștințelor, cercetarea pieței și promovarea, managementul riscurilor și crizelor, statistică și contul satelit al turismului, dezvoltarea durabilă.

O altă organizație de talie mondială este **Consiliul Mondial a Turismului și al Călătoriilor (WTTC)**⁹, fiind forumul liderilor afacerilor din industria turistică. Este alcătuit din directorii

⁸ <http://www.unwto.org/europe/index.php>

⁹ <http://wtcc.org>

generali ai celor mai mari companii turistice. Activează în scopul recunoașterii turismului ca unul dintre cele mai mari industrii din lume, contribuind la ocuparea a peste 230 milioane de oameni și la generarea unui procent de cca. 10 % din PIB-ul global. Cadrul strategic pentru asigurarea că turismul funcționează în interesul tuturor este publicat sub titlul *Blueprint for new tourism*. Acest document promovează turismul și călătoriile ca un parteneriat pentru integrarea eforturilor publice și private, având ca rezultat întâmpinarea nevoilor economiilor, autorităților și comunităților locale, afacerile cărora se bazează pe:

- recunoașterea turismului și călătoriilor ca o prioritate de vârf de către guverne
- afaceri care echilibrează economiile cu oamenii, cultura și mediul
- preocuparea comună pentru prosperitate și o creștere pe termen lung.

OMTC invită toți interesații să adere la apelul la acțiune al *Blueprint* și angajamentul pentru edificarea noului turism care ajută obținerea beneficiilor în toată lumea. Recomandările documentului sunt structurate în trei părți adresându-se guvernelor, sectorului privat respectiv cooperărilor dintre acestea.

Propunerile pentru **guverne** de a facilita dezvoltarea sectorului sunt următoarele :

1. Planificare turistică pe termen lung la nivel național și regional/local
2. Crearea unui mediu de afaceri competitiv care ocolește fiscalitatea generatoare de inflație, garantează transparența și oferă reguli de proprietate corporativă mai atractivă
3. asigurarea fundamentării politicii și a procesului decizional cu statistici și informații de calitate
4. aducerea unui nou profesionalism, finanțare și coordonare în promovare și marketing, ocupare și nevoi de perfecționare, infrastructură și politică regională/locală
5. dezvoltarea capitalului uman cerut de sectorul T&C (Turism și Călătorii). Guvernarea ar trebui să îndrume investițiile în resurse umane prin educație și prin apropierea autorităților cu industria, pentru a facilita planificarea dinainte pentru nevoile viitoare. O rețea online și ușor accesibilă de monitorizarea pieței poate relaționa informații de încredere despre piață cu datele despre ocupare.
6. liberalizarea comerțului, transporturilor, comunicațiilor, ușurarea barierelor din fața călătoriilor și investițiilor
7. edificarea încrederii consumatorilor și investitorilor față de siguranță și securitate
8. promovarea diversificării produselor ce extind cererea
9. planificarea expansiunii turismului durabil în acord cu caracterul culturilor

10. investiții în progrese tehnologice pentru facilitarea dezvoltării T&C sigure și eficiente, precum sisteme de navigație cu sateliți.

În opinia autorilor *Blueprint for new tourism* editat de OMTC, o asemenea agendă permite exploatarea și suportul oportunităților într-un spectru mai larg al afacerilor T&C, dezvoltând o gamă de produse de calitate, dar totodată asigură ca fluxurile turistice să respecte patrimoniul natural și construit, ca și interesele locale. Pentru sarcinile **sectorului privat** Blueprint expune următoarele :

1. extinderea piețelor în timp ce promovează protecția resurselor naturale, a patrimoniului local și a stilurilor de viață
2. dezvoltarea carierelor profesionale, a educației, a relațiilor de ocupare, promovarea firmelor mai mici, creșterea conștiinței de mediu, contribuția într-o manieră proprie la reducerea distanței dintre bogați și săraci
3. o prestare sensibilă de produse turistice tradiționale și diversificare închipuită a produselor care reduc sezonalitatea și cresc veniturile
4. îmbunătățirea calității produselor și serviciilor turistice și raportului preț-calitate crescând opțiunile consumatorilor
5. convenirea asupra standardelor de calitate și implementarea lor la toate nivelele și în toate domeniile, inclusiv în formarea personalului
6. transferul abilităților din industrie și de bune practici care extind beneficiile în cerc larg și în mod eficient
7. măsurarea din ce în ce mai sofisticată și precisă a activității proprii ai sectorului pentru a fundamenta deciziile strategice în afaceri
8. comunicare mai efektivă între T&C și guvernământ, la nivel strategic și local.

Efectul cumulat a măsurilor preconizate va fi o schimbare către un T&C care continuă să servească nevoile proprii sectorului privat, în timp ce îmbrățișează interese mai largi ale țărilor și comunităților în care operează. Alături de cele prezentate pentru sectorul guvernamental și cel privat se ivesc și sarcini specifice care pot fi îndeplinite cu succes doar printr-o **cooperare** mai largă. Printre acestea se numără următoarele:

1. cuplarea bunelor practici din dezvoltarea turismului cu politicile de afaceri regionale, transporturi, resurse umane, mediu, infrastructură și dezvoltare rurală

2. parteneriate public-private pentru pregătirea în comun a unor master-planuri durabile pentru destinații sau regiuni de vacanță întregi, sarcină prea pretențioasă pentru o singură companie sau autoritate de stat
3. crearea proceselor propulsate local pentru consultarea, participarea și beneficiile continue ale interesaiților
4. restructurarea administrațiilor naționale pentru turism ca parteneriate public-private
5. evitarea pericolelor dezvoltării excesive, neplanificate și constituirea obiectivelor politicii de mediu
6. dezvoltarea resurselor umane și instalarea efectivă a abilităților prin planificare și legislație care evită limitele bazate pe reședință sau alte cerințe
7. colaborarea în exigențele de informații pentru analiza sectorului public și formarea politicilor
8. muncă în comun pentru securitate cu completarea mecanismelor din sectorul privat cu acțiuni din partea autorităților
9. dezvoltarea încrederii în toate aspectele ale eforturilor care se întăresc reciproc.

Noul turism oferă recompensa pentru activitatea economică care ridică calitatea vieții și oferă oportunități noi pentru autorealizare și prosperitate locală. Recompensa poate fi câștigată de toate țările care se ridică spre provocările integrării nevoilor industriei T&C cu politicile naționale.

I.2.2. Contextul european

Prin procesul de asociere și apoi aderare la Uniunea Europeană, România și-a exprimat un sistem de valori, principii concordante cu valorile, principiile și obiectivele comunității europene, caracterul european al democrației românești aflându-se într-un proces de devenire prin adoptarea, atât la nivelul administrației publice centrale, cât și locale a practicilor europene de formularea politicilor publice.

Politica comunitară a turismului în UE s-a formulat destul de anevoios, deoarece inițiativa Comisiei de a lansa în 1996 programul Philoxenia a fost sortit eșecului, din cauza opiniilor divergente ale țărilor membre despre necesitatea politicii comunitare, îndeosebi despre finanțarea multianuală a programelor de dezvoltare. Procesul intitulat *Turism și Ocupare*, însă, a constituit cadrul de formare a politicii de turism. Începând cu o conferință organizată de Președinția UE și Comisia Europeană în 1997 cu tema *Ocuparea forței de muncă și turismul: linii*

directoare, a urmat constituirea Înalțului Grup de Turism și Ocupare din experții din Statele Membre a cărui raport intitulat *Turismul european: un nou parteneriat pentru locuri de muncă* a determinat Comisia Europeană să identifice măsuri pentru implementarea recomandărilor acestuia. În urma concluziilor formulate de Consiliul European din 21 iunie 1999, Comisia Europeană și Statele Membre au convenit asupra înființării a patru grupuri de lucru care s-au ocupat de analiza și dezbateră principalelor teme propuse de Consiliu. Cele patru grupuri de lucru, alături de al cincilea grup de lucru constituit la începutul anului 2001, până la finele anului 2001 au prezentat rapoartele lor¹⁰, ale căror recomandări au fost integrate în Comunicatul Comisiei Europene nr. 665 din 13.11.2001, cu titlul: *Lucrând împreună pentru viitorul turism european*¹¹.

După anunțarea măsurilor în acest comunicat, a urmat elaborarea unui nou comunicat al Comisiei, cu titlul *Orientări de bază pentru sustenabilitatea turismului european*¹², care a subliniat necesitatea realizării consistenței diferitelor politici și măsuri ai UE care afectează sustenabilitatea turismului și competitivitatea sectorului.

Reformularea Strategiei de Lisabona în februarie 2005, a însemnat concentrarea eforturilor UE asupra două mari sarcini, realizarea unei creșteri economice mai puternice și mai durabile și crearea mai multor locuri de muncă de calitate. În acest context Comisia Europeană a publicat un nou comunicat în 2006, cu titlul: *O politică înnoită de turism a UE: înainte pentru un parteneriat mai puternic pentru turismul european*.¹³ În acest comunicat Comisia Europeană a anunțat elaborarea unui document Agende 21 Europene pentru turism, iar pe baza raportului din februarie 2007 a Grupului pentru Turism Durabil a lansat un nou comunicat cu titlul *Agendă pentru un turism european durabil și competitiv*¹⁴. Acest comunicat conturează obiectivele pentru

¹⁰ Grupul de Lucru A – Facilitarea schimbului și diseminării de informații, îndeosebi prin tehnologiile noi
Grupul de lucru B – Îmbunătățirea perfecționării cu scopul de a crește competențele în industria turistică
Grupul de lucru C – Îmbunătățirea calității produselor turistice
Grupul de lucru D – Promovarea protejării mediului și a dezvoltării durabile în turism
Grupul de lucru E – Administrarea impactului și utilizării Tehnologiilor Informației și Comunicațiilor în sectorul turistic

¹¹ *Working together for the future of European tourism.* – COM (2001) 665 final / 13.11.2001.

¹² *Basic orientations for the sustainability of European tourism* – COM (2003) 716 final / 21.11.2003.

¹³ *A renewed tourism EU policy: towards a stronger partnership for European Tourism.* – COM (2006) 134 final / 17.03.2006.

¹⁴ *Agenda for a sustainable and competitive European tourism.* – COM (2007) 621 final / 19.10.2007.

durabilitatea turismului european și provocările legate de acestea, cadrul pentru acțiune, principiile pentru atingerea turismului competitiv și durabil, rolul interesatilor sectorului și a Comisiei.

Principiile conturate sunt următoarele:

- abordare integrată și holistică – luarea în seamă a tuturor impactelor turismului pe parcursul planificării dezvoltării lui
- planificare pe termen lung – luarea în seamă a nevoilor generațiilor viitoare, durabilitatea dezvoltării
- viteză și ritm al dezvoltării adaptate la caracterul, resursele și nevoile comunităților gazdă și destinațiilor
- implicarea tuturor interesatilor în procesul de luare a deciziilor
- utilizarea celor mai bune cunoștințe accesibile – împărțirea informațiilor referitoare la tendințele, impactele, abilitățile necesare turismului în toată Europa
- minimalizarea și gestiunea riscurilor – principiile precauției, prevenirea unor efecte nedorite prin evaluare preliminară
- reflectarea impactelor în costuri – principiul poluatorul plătește, prețurile trebuie să reflecte costurile reale a consumului și producției
- stabilirea și respectarea unor limite privind solicitarea capacității de suport a locurilor, destinațiilor de primire evitând supraaglomerarea și suprasolicitarea
- a întreprinde o monitorizare continuă a dezvoltării, bazându-se pe indicatori de durabilitate și intervenție în caz de neconformare.

Toate aceste principii sunt preluate și integrate în politica turismului al UE, Comisia stabilind rolul propriu și al interesatilor sectorului în acționarea în comun pentru dezvoltarea continuă a turismului. *Agenda pentru turismul european durabil și competitiv* conturează un proces voluntar și continuu, care implică guvernarea de la diferite nivele (autorități locale, organizații pentru managementul destinațiilor, regiuni, state membre) precum și Comisia Europeană, alături de afaceri, turiști, instituții de educație și cercetare, asociații comerciale, de consumatori, ONG-uri și organizații internaționale. Implementarea Agendei este posibilă prin respectarea principiului subsidiarității și a acțiunii edificate de jos în sus, angrenând interesații locali care au competența și puterea de a acționa în implementarea voluntară a Agendei. Prin raportul său Grupul pentru Turismul Durabil a creat cadrul responsabilităților și rolurilor specifice diferiților interesați, iar aceștia sunt invitați să le accepte. Agenda ghidează activitățile viitoare ale Comisiei în domeniul turismului și în alte domenii politice care exercită impact asupra turismului și a durabilității lui.

Va coopera cu țările vecine cu UE și va susține țările în curs de dezvoltare prin stimularea investițiilor străine directe din partea UE și a întreprinderilor mixte (joint ventures) în turism. În acest document sunt evidențiate 4 aspecte importante ale rolului CE:

1. *mobilizarea actorilor pentru producerea și împărțirea cunoștințelor*

CE organizează conferință și întreprinde studii de cercetare pentru a crește conștiința asupra provocărilor ca facilitarea călătoriilor tinerilor, vârstnicilor și persoanelor cu nevoi speciale, prin inițiativele de turism social și accesibil, precum și asupra metodelor de lucru aplicabile la nivel local sau regional. Ghidul despre arealele de cunoștințe de turism (tourism learning area) sprijină implicarea instituțiilor bazate pe cunoștințe în cadrul de realizare a consensului orientat la îmbunătățirea performanței IMM-urilor și potențialului uman în sectorul turistic la nivel de destinație. CE îndreaptă atenția asupra actorilor de producători de cunoștințe legate de durabilitate și competitivitate, ca universitățile și instituțiile de cercetare observatori publici și privați, pe de altă parte facilitează cooperarea și promovarea prestării de servicii educaționale formale și non-formale. Încurajează mobilitatea prin traininguri și plasarea forței de muncă transnațional, schimburile de metode, modele și conținuturi de training integrând principiile durabilității în programele de training. Susține alianțele dintre diferite tipuri de destinații turistice (de ex. rurale, costiere, montane, urbane) pentru împărtășirea practicilor bune și rele în managementul destinațiilor. Promovarea bunelor practici, de ex. aspecte de abordare a sezonality, pot contribui la durabilitatea și competitivitatea destinațiilor turistice. Forumul Turismului European organizat anual oferă o platformă unde toți interesarii turismului pot schimba experiențe și fortifica colaborările. Pentru a putea cunoaște mai bine și mai repede cum evoluează turismul european este nevoie de colectarea și predarea datelor statistice și geografice, informații necesare pentru monitorizarea provocărilor, schimbărilor cheie, importante pentru IMM-uri care sunt influențate de sezonality și ocuparea forței de muncă. În cadrul acestei direcții de acțiune, CE totodată invită organizațiile internaționale (OMT, UNEP, UNESCO etc.) de a contribui la realizarea Agendei Europene.

2. *promovarea destinațiilor de excelență*

CE continuă implementarea proiectului-pilot Destinații Europene de Excelență (proiectul EDEN), care promovează destinații europene în devenire. Oferă suport pentru destinațiile în care dezvoltarea turismului este realizată în astfel de manieră ca să se asigure durabilitatea socială, culturală și de mediu. În fiecare an este ales o temă aparte (de ex. destinații rurale, de ecoturism etc.), iar destinațiile câștigătoare sunt facilitate pentru realizarea unor rețele

europene permițând transferul modelelor reușite. Prin promovarea acestor bune practici sunt încurajate și alte destinații în adoptarea modelelor de dezvoltare durabilă a turismului. CE colaborează cu Comisia Europeană a Călătoriilor (ETC) și cu autoritățile naționale pentru turism în promovarea destinațiilor prin lansarea portalului www.visiteurope.com.

3. *mobilizarea instrumentelor financiare ale UE*

CE recunoaște nevoia interesatilor pentru sprijinul financiar pentru a favoriza implementarea Agendei. Statele Membre UE și regiunile au deja posibilitatea de a finanța proiecte prin Fondul European de Dezvoltare Regională (vezi Axa 5 din Programul Operațional Regional lansat și în România pentru perioada 2007-2013). Practicile durabile și inovative din turism sunt punctate ca criterii de prioritate în obiectivele diferitelor instrumente financiare și programe europene: FEDR, Fondul Social European, Fondul European pentru Dezvoltare Rurală, Fondul European pentru Pescuit, al 7-lea Program-Cadru de Cercetare, Dezvoltare Tehnologică și Demonstrații, programul Leonardo da Vinci, care introduce o măsură specifică pentru practicanți și tineri în educația vocațională, precum și un proiect de analiză și dezvoltare a calificărilor din sectorul turistic. Programul-Cadru de Competitivitate și Inovare sprijină competitivitatea IMM-urilor europene. CE va facilita diseminarea informațiilor despre modul de utilizare a instrumentelor financiare UE pentru interesații din sectorul turistic.

4. *aducerea în prim plan a durabilității și competitivității în politicile Comisiei*

Politicile generale europene, ca mediul, transporturi, ocuparea, cercetarea etc. pot avea o influență puternică asupra durabilității turismului contribuind la apucarea de provocările cheie. CE ia în considerare nevoile specifice ale diferitelor teritorii. Arealele montane necesită o politică de dezvoltare rurală prospectivă care să integreze cerințele de conservare a acestui mediu natural particular, ca și bunăstarea durabilă a locuitorilor, Comisia recunoscând necesitatea protecției patrimoniului natural acestor spații deseori vulnerabile. Arealele rurale investesc în turism în scopul de a diversifica economia lor, pentru care este necesară creșterea economică, ocuparea și dezvoltarea durabilă. Spațiile rurale oferă oportunități de atractivitate pentru a locui și a munci în acestea, având rol deosebit ca rezervoare ale resurselor naturale și ale peisajelor de înaltă valoare. Acest lucru implică asigurarea coerenței și sinergiilor între politicile Comunității și conservarea mediului și păstrarea spațiului rural. Turismul contribuie la dezvoltarea durabilă și a arealelor urbane prin îmbunătățirea competitivității afacerilor, răspunzând nevoilor sociale și protejând mediul cultural și natural. Ca destinațiile urbane să aibă succes în toate aceste domenii, este nevoie de o abordare globală bazată pe principiile

dezvoltării durabile, recunoscute și sprijinite de politicile publice la diferite nivele, inclusiv cel european.

Un alt aspect al politicii de turism la nivel european este existența și activitatea **Comisiei Europene pentru Călătorii**¹⁵, o organizație internațională care întrunește 39 țări¹⁶ din Europa, mai precis organizațiile/autoritățile naționale din țările respective. CEC/ETC este o organizație responsabilă pentru promovarea Europei ca destinație turistică pe piețele din afara Europei (America de Nord și Latină, Asia). Misiunea CEC este să clădească valoarea turismului pentru toate țările din Europa, prin cooperarea în domeniul împărtășirii bunelor practici, cercetării de piață și promovării. Principalele obiective ale CEC sunt promovarea Europei ca o destinație turistică atractivă, sprijinirea ONT-urilor membri în schimbul de cunoștințe și lucru în colaborare, a dota partenerii din industrie și alți interesați cu materiale informative și statistici ușor accesibile despre turismul receptor din Europa. În acest context activitățile sale cuprind relațiile publice, publicitate pentru consumatori pe piețele selectate de dincolo de mări (SUA, Canada, Japonia, America Latină, China), promovarea comerțului, cercetarea piețelor, dezvoltare profesională pentru membri prin seminarii, schimburi de experiență, contacte cu alte agenții relevante (OMT, OCDE, Unitatea pentru Turism din Directoratul General pentru Întreprinderi din cadrul Comisiei Uniunii Europene). Alături de informațiile utile din publicațiile CEC o importanță deosebită o are participarea la articularea politicii europene în domeniul dezvoltării durabile și a creșterii competitivității sectorului turistic. Dintre acțiunile de promovare se remarcă crearea și administrarea website-ului www.visiteurope.com.

Comitetul Regiunilor¹⁷ este un organism politic al Uniunii Europene care reprezintă colectivitățile regionale și locale, care a fost creat pentru a da colectivităților regionale și locale posibilitatea de a se implica în elaborarea legislației UE, a aduce Europa mai aproape de cetățenii săi și pentru a încuraja aplicarea principiului subsidiarității și a crea un loc de întâlnire

¹⁵ European Travel Commission, www.etc-corporate.org

¹⁶ Din **Uniunea Europeană**: Austria, Belgia, Bulgaria, Cipru, Danemarca, Estonia, Finlanda, Franța, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburg, Malta, Olanda, Polonia, Portugalia, România, Regatul Unit, Republica Cehă, Republica Slovacă, Slovenia, Spania, Suedia, Ungaria

Alte țări: Croatia, Georgia, Elveția, Islanda, Monaco, Muntenegru, Norvegia, San Marino, Serbia, Turcia, Ucraina.

¹⁷ <http://cor.europa.eu>

în care reprezentanții regiunilor și ai orașelor să își poată împărtăși experiența și să poată dialoga cu instituțiile europene. Din cele 27 delegații naționale România este una cu 15 membri. Activitatea CR se desfășoară prin următoarele comisii de specialitate:

- COTER – Comisia pentru politici de coeziune teritorială
- ECOS – Comisia pentru politici economice și sociale
- DEVE – Comisia pentru dezvoltare durabilă
- EDUC – Comisia pentru cultură, educație și cercetare
- CONST– Comisia pentru afaceri constituționale, guvernanță europeană și spațiul de libertate, securitate și justiție
- RELEX – Comisia pentru relații externe și cooperare descentralizată
- CAFA – Comisia pentru afaceri financiare și administrative.

Dintre acestea turismul intră în preocuparea Comisiei pentru dezvoltare durabilă (DEVE), care adoptă avizele specifice în urma pregătirii avizului de către un raportor. În cadrul UE Consiliul, Comisia și Parlamentul pot solicita Comitetului Regiunilor formularea unui aviz atunci când consideră necesar. Comitetul Regiunilor poate adopta avize din proprie inițiativă atunci când consideră necesar. Comitetul Regiunilor poate hotărâ adoptarea unui aviz pentru domenii în care a fost consultat Comitetul Economic și Social European (CESE) și pentru domenii în care sunt implicate interese regionale și locale specifice. Alături de avizele date pentru procesele decizionale în formularea politicii de turism se remarcă elaborarea unor studii și publicații, dintre care cel mai cunoscut este cel intitulat: *Turismul durabil, factor de coeziune între regiunile europene*¹⁸. Acest document cuprinde o serie de recomandări privind formularea politicilor de turism la diferite nivele teritoriale pe baza cerințelor de durabilitate și competitivitate.

O altă organizație europeană, dar care nu se limitează asupra UE este **Ansamblul Regiunilor Europene**¹⁹ - o rețea independentă a regiunilor europene și cea mai mare organizație de cooperare interregională din întreaga Europa, reprezentând 270 regiuni din 33 țări și 13 organizații interregionale. Nu trebuie confundat, însă cu *Comitetul Regiunilor*, instituție din cadrul UE. Misiunea ARE este promovarea principiilor subsidiarității și a democrației regionale, creșterea influenței politice ale regiunilor în cadrul instituțiilor europene, sprijină

¹⁸ *Sustainable Tourism as a Factor Among European Regions*. CoR Studies e-6/2006, Brussels

¹⁹ Assembly of European Regions – www.aer.eu

regiunile în procesul de lărgire europeană și de globalizare, facilitează cooperarea în toată Europa.

În structura ARE turismul intră în competența comisiei pentru Dezvoltare economică și regională, fiind unul dintre problemele principale, iar printre prioritățile politice anului 2009 este evidențiată și abordarea turismului durabil. Există preocupări pentru adoptarea standardelor de calitate a mediului în turism²⁰, precum și pentru contribuția la definirea liniilor directe pentru promovarea turismului durabil în cooperare cu alte organisme și instituții europene. S-a creat deasemenea Rețeaua turistică a ARE dispunând de portal propriu de informare și popularizare pe internet.²¹ Pe de altă parte, s-a format grupul de lucru ARE pentru turismul durabil.

Regiunile sunt nevoite să implementeze politici sustenabile/durabile pentru dezvoltarea economică, socială și ambientală pentru comunitățile lor. Mai recent turismul este recunoscut ca un mijloc neprețuit de a aprecia inițiativele locale și eco-dezvoltarea. Toate aceste inițiative contribuie la dezvoltarea comunităților și pot atrage vizitatori aducând creștere economică și locuri de muncă, de aceea ARE se preocupă de sprijinul membrilor în edificarea practicilor de turism durabil, dezvoltând 4 inițiative în acest sens:

- Portalul web ARE pentru turismul durabil, care se țintește asupra promovării strategiilor eficiente de turism durabil de calitate la nivel regional
- Parteneriat cu Biroul Internațional al Turismului Social, prin semnarea convenției de parteneriat care permite ambelor organizații de a se preocupa împreună de elaborarea unor proiecte pe termen lung
- Supervizarea durabilității turismului prin vizite de mentoring întreprinse de experți internaționali pentru a evalua politica turismului unei regiuni. Acest lucru ajută autoritățile regionale să-și îmbunătățească performanțele câștigând experiență din exemplul altora.
- Susținerea propunerii de proiect INTERREG IVC cu titlul “Peer Reviews for Sustainable Eco-Regions via Europe” în care ARE este liderul de proiect dintr-un consorțiu de 14 parteneri, printre care și județul Alba din regiunea Centru.

²⁰ Assembly of European Regions (1998) *Environmental Quality Standards in Tourism*. Lillehammer – www.aer.eu/en/publications/other_publications.html

²¹ <http://www.aertourismnetwork.org/home.html>

În calitate de membru al ARE, județului Harghita se ivesc oportunități de a se implica în parteneriate internaționale, contribuind la transferul cunoștințelor, adoptarea bunelor practici în domeniul politicii pentru turismul durabil și competitiv.

În afara organismelor menționate desigur, există și alte forme de cooperare internațională, atât pentru organismele guvernamentale, cât și pentru actorii unor instituții publice și private, pentru ONG-uri, și mai ales pentru diferitele afaceri ai sectorului turistic (hotelieri, agenți cu profil de turism balnear, de conferințe, ecoturism, turismul rural, organizatori de pachete de servicii turistice, ghizi etc.), am evidențiat doar acelea pe care le considerăm că pot să modeleze cel mai eficient relațiile public-private în politica turismului.

I.2.3. Contextul național

Documentul național care ar trebui să orienteze politica guvernelor succesive, precum și ale autorităților publice locale în domeniul turismului ar fi strategia națională pentru dezvoltarea turismului, dacă s-ar fi aprobat de Guvern și s-ar fi adoptat și de Parlamentul României. Deși în **Ordonanța Guvernului Nr. 58/ 1998** privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România aprobat cu unele modificări prin Legea 755/2001 s-a prevăzut elaborarea Strategiei de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung, precum și a Programului anual de dezvoltare a turismului (Art. 22.), până în prezent nu se poate vorbi de o asemenea strategie. Articolul 23. din aceeași lege prevede că: „*Ațiunile cu caracter turistic, inițiate la nivel teritorial de către autoritățile administrației publice locale, trebuie să se înscrie în Strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung și să respecte reglementările specifice pentru toate formele de turism practicate în România.*”

Inițiativele locale pentru dezvoltarea turismului pot să se alinieze deocamdată legislației turistice și într-o oarecare măsură pot fi luate în calcul două studii realizate pe de o parte de specialiștii fostei *Autorități Naționale pentru Turism* (încadrat ulterior sub forma de Departament pentru Turism din cadrul Ministerului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, a Comerțului, Turismului și Profesiilor Liberale), pe de altă parte studiul realizat în colaborare cu specialiștii OMT cunoscut sub numele de *Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național al României 2007 – 2026*, un potențial document programatic cu viziune pe termen lung. De asemenea, există studii elaborate și de Institutul Național pentru Dezvoltare și Cercetare în Turism, care pot servi la fundamentarea unor documente strategice elaborate la nivel regional și local.

În urma alegerilor parlamentare din 30 noiembrie 2008 s-a constituit noul guvern al României, în structura căruia a fost înființat Ministerul Turismului. La momentul redactării strategiei de dezvoltare a turismului din județul Harghita nu se poate prevedea stabilitatea noii structuri ai administrației publice centrale, totuși, luăm în considerare prevederile programului de guvernare al coaliției PDL-PSD cu referire la politica în domeniul turismului.

Programul de guvernare pentru perioada 2009–2012 cuprinde în capitolul 17 – Turism următoarele obiective de guvernare și direcții de acțiune:

Obiective de guvernare

1. Asigurarea condițiilor pentru realizarea unui turism atractiv și competitiv la nivel internațional - prioritate strategică a dezvoltării României pe termen lung.
2. Crearea și modernizarea infrastructurii de turism pentru valorificarea resurselor naturale și creșterea calității serviciilor turistice prin parteneriat între ministere și autorități locale.
3. Conservarea și reabilitarea obiectivelor turistice care fac parte din patrimoniul cultural universal și național și modernizarea infrastructurii conexe.
4. Dezvoltarea turistică adaptată la specificul regional și la cererea de servicii turistice de masă și de nișă, la standarde calitative competitive.
5. Promovarea României ca destinație turistică prin campanii eficiente de brand și marketing turistic.

Direcții de acțiune

- Restructurarea instituțională și înființarea unei organizații specializate pentru politica de marketing în turism.
- Asigurarea cadrului legislativ simplificat și eficient al turismului în vederea stimulării investițiilor în domeniu și a extinderii sezonului turistic.
- Elaborarea programului multianual de promovare a turismului românesc.
- Aplicarea unui nou sistem de autorizare a facilităților de cazare.
- Lansarea **Programului de dezvoltare zonală a turismului**, coordonat cu programele susținute de autoritățile locale.
- Înființarea de parcuri turistice.

- Reducerea numărului de formalități și taxe.
- Dezvoltarea turismului rural și acordarea de facilități fiscale pentru promovarea turismului.
- Elaborarea de planuri specifice de acțiune pentru turismul regional, pe litoralul românesc, în Delta Dunării, turismul montan etc., respectiv pentru turismul de afaceri, ecumenic, medical, balnear, cultural etc.
- Creșterea gradului de accesibilitate a pachetelor de servicii turistice pentru pensionari, studenți, elevi și adulți activi cu venituri modeste.
- Dezvoltarea sistemului de învățământ vocațional turistic astfel încât să corespundă cerințelor pieței.

I.2.4. Contextul regional

Apartinând la regiunea de dezvoltare Centru, strategia pentru dezvoltarea turismului din județul Harghita ar trebui corelată cu strategia turistică a regiunii, dar nefiind elaborat un asemenea document, putem să luăm în considerare capitolul referitor la turism din Planul de dezvoltare regională, elaborată pentru perioada 2007-2013. Pe de altă parte, principiile subsidiarității, a parteneriatului și a descentralizării arată spre o edificare a strategiei regionale de jos în sus, bazându-se pe strategiile județene din regiune. Dar, deocamdată nu toate județele dispun de asemenea strategii care ar putea fi comparate și integrate într-o strategie regională. Dat fiind faptul că regiunea Centru este o entitate teritorială de programare și nicidecum o destinație turistică, se poate aprecia că, de fapt nici nu trebuie elaborată o asemenea strategie, eventual după edificarea instituțională a regiunilor turistice ale României, bazate pe identitatea regională și provinciile istorice: Banat, Crișana, Maramureș, Transilvania, Bucovina, Moldova, Dobrogea, Munteni și Oltenia. În cadrul acestora apoi se vor delimita subregiuni turistice bazate pe diferite particularități locale, microregionale. În cea ce privește județul Harghita cuprinde o parte însemnată a Ținutului Secuiesc, o regiune cultural-istorică, cu identitate proprie, locuită predominant de comunitatea secuiască, o însemnată parte a minorității maghiare din România. Chiar dacă „Regiunea Secuiească” este doar un proiect politic pentru membri comunității maghiare din România, pe baza patrimoniului cultural-istoric tangibil și intangibil, pe baza identității regionale se poate concepe o strategie turistică a Ținutului Secuiesc, care respectând legislația românească promovează valorile proprii regiunii integrând în oferta turistică a țării, ca specificitate regională. Acest aspect este în concordanță deplină cu obiectivul fundamental al politicilor de dezvoltare europene, privind dezvoltarea durabilă și diversitatea culturală în Europa.

I.3. Cadrul politicii de dezvoltare teritorială

Deși se simte lipsa unui document strategic cu caracter director la nivel național în domeniul turismului, eforturile regionale și locale pentru dezvoltarea turismului pot fi totuși aliniate și integrate în politicile privind dezvoltarea socio-economică regională și dezvoltarea / amenajarea teritorială.

În contextul aderării României la Uniunea Europeană s-a impus ca să fie elaborate documente strategice precum *Planul Național de Dezvoltare 2007 – 2013* din care derivă și *Cadrul Strategic Național de Referință*, care la rândul lui este pus în aplicare prin *Programe Operaționale Sectoriale* și *Programul Operațional Regional*, toate valabile pentru perioada 2007 – 2013. Relația dintre aceste instrumente a politicii de coeziune economică și socială, conexiunea strategică a lor este redată în **figura nr. 1.3.1.**

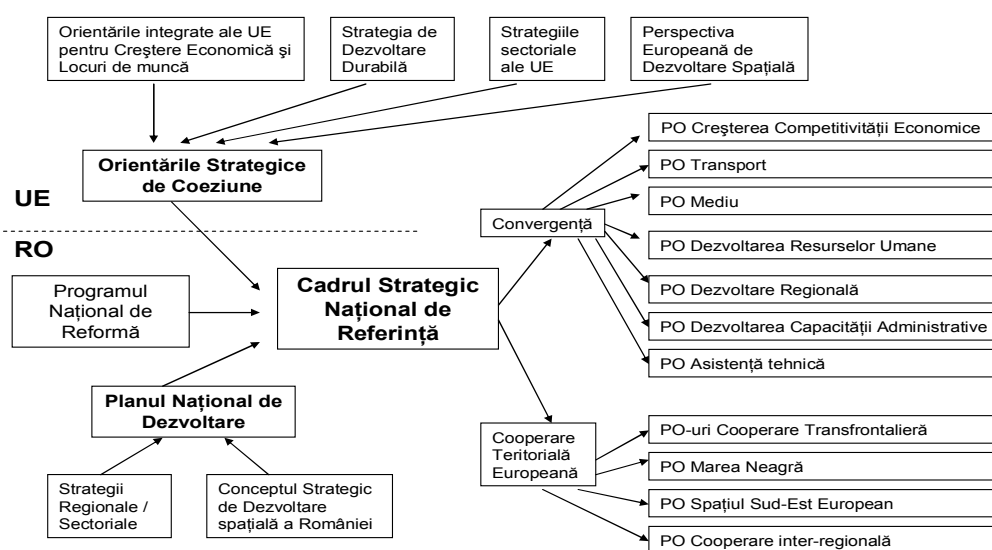


Fig. 1.3.1. Conexiuni strategice ale CSNR și ale Programelor Operaționale

Sursă: redactare după *Prezentarea CSNR*. Ministerul Finanțelor – Autoritatea de Management pentru Cadrul de Sprijin Comunitar. August 2006

Susținerea dezvoltării turismului prin programe de finanțare a fost conceput ca parte integrantă a *Programului Operațional Regional*, care este detaliat prin *Documentul Cadru de Implementare*. Acesta prezintă axele prioritare ale strategiei POR, care la rândul ei este în concordanță cu obiectivele PND și ale Cadrului Strategic Național de Referință 2007-2013

(CSNR), contribuind la atingerea obiectivului global și a obiectivelor specifice ale CSNR, privind diminuarea disparităților de dezvoltare dintre România și celelalte state membre ale UE.

Obiectivul strategic al POR este: sprijinirea unei dezvoltări economice, sociale, echilibrate teritorial și durabile a Regiunilor României, corespunzător nevoilor lor și resurselor specifice, prin concentrarea asupra polilor urbani de creștere, îmbunătățirea condițiilor infrastructurale și ale mediului de afaceri, pentru a face din regiunile României, în special cele rămase în urmă, locuri mai atractive pentru a le locui, vizita, investi și munci. Obiectivul strategic al Programului Operațional Regional se va realiza printr-o alocare diferențiată pe regiuni a fondurilor, în funcție de gradul de dezvoltare a acestora și printr-o strânsă corelare cu acțiunile realizate în cadrul celorlalte Programe Operaționale Sectoriale.

În concordanță cu *Strategia de Dezvoltare Regională a CSNR*, Programul Operațional Regional acordă prioritate regiunilor rămase în urmă și *zonelor mai puțin dezvoltate* din cadrul regiunilor mai prospere. În același timp, o atenție deosebită se va acorda sprijinirii dezvoltării durabile a orașelor - potențiali poli de creștere, care pot contribui la o dezvoltare policentrică a teritoriului României.

Obiective specifice ale POR

Pentru atingerea obiectivului general al dezvoltării regionale, strategia POR se articulează în jurul următoarelor obiective specifice:

- Creșterea rolului economic și social al centrelor urbane, printr-o abordare policentrică, pentru a stimula o dezvoltare mai echilibrată a Regiunilor;
- Îmbunătățirea accesibilității în regiuni și în special a accesibilității centrelor urbane și a legăturilor lor cu arealele înconjurătoare;
- Creșterea calității infrastructurii sociale a regiunilor;
- Creșterea competitivității regiunilor ca locații pentru afaceri;
- *Creșterea contribuției turismului la dezvoltarea Regiunilor.*

Axele prioritare ale POR

Dezvoltarea echilibrată a tuturor regiunilor țării se va realiza printr-o *abordare integrată*, bazată pe o combinație a investițiilor publice în infrastructura locală, politici active de stimulare a activităților de afaceri și sprijinirea valorificării resurselor locale, pe următoarele *axe prioritare*:

Axa prioritară nr. 1. Sprijinirea dezvoltării durabile a orașelor - poli urbani de creștere

Axa prioritară nr. 2. Îmbunătățirea infrastructurii regionale și locale de transport

Axa prioritară nr. 3. Îmbunătățirea infrastructurii sociale

Axa prioritară nr. 4. Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional și local

Axa prioritară nr. 5. *Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului*

Axa prioritară nr. 6. Asistență tehnică.

Fiecare axă prioritară este structurată și concretizată pe domenii majore de intervenție. Astfel, Axa prioritară nr. 5. *Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului* cuprinde trei DMI cu obiective, tipuri de operațiuni și activități eligibile specifice pentru fiecare domeniu. Cele trei DMI ale Axei 5 și obiectivele lor sunt următoarele:

Domeniul Major de Intervenție 5.1: Restaurarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, precum și crearea/modernizarea infrastructurilor conexe

Obiectivele acestui domeniu major de intervenție sunt:

- Creșterea importanței *turismului cultural*, ca factor care stimulează creșterea economică în regiuni, respectând principiile dezvoltării durabile și ale protecției mediului;
- Extinderea sezonului turistic;
- Creșterea numărului de turiști, prin valorificarea potențialului turistic cultural local și regional pe piața turistică națională și internațională.

Domeniul Major de Intervenție 5.2: Crearea, dezvoltarea, modernizarea infrastructurii de turism pentru valorificarea resurselor naturale și creșterea calității serviciilor turistice

Obiectivele acestui domeniu major de intervenție sunt:

- Valorificarea resurselor naturale în scop turistic;
- Diversificarea serviciilor turistice;

- Îmbunătățirea calității serviciilor de cazare;
- Crearea / extinderea structurilor de agrement turistic, în scopul creșterii numărului turiștilor și a duratei sejurului.

Domeniul Major de Intervenție 5.3: Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică

Obiectivele acestui domeniu major de intervenție sunt:

- Promovarea potențialului turistic românesc prin îmbunătățirea imaginii de țară, cu scopul de a promova România în străinătate și de a crește atractivitatea sa pentru turism și afaceri;
- Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) în scopul creșterii numărului turiștilor;
- Instituirea unui sistem integrat și informatizat al ofertei turistice românești.

În formularea viziunii și a priorităților de dezvoltare strategică a județului Harghita se ține cont de structura priorităților privind dezvoltarea turismului în cadrul POR, chiar dacă acesta reprezintă doar una dintre oportunitățile de finanțare ale diferitelor investiții, pe de altă parte se poate închipui că nu toți potențialii solicitanți eligibili ai finanțărilor vor fi interesați de aceste oportunități, fie din cauza percepției procesului de finanțare ca fiind prea birocratică și riscantă din punct de vedere al eșalonării plăților, fie din cauza incapacității administrative de a iniția, elabora și a implementa proiecte adecvate. Totodată este probabil că fondurile alocate pentru domeniile majore de intervenții se pot dovedi insuficiente pentru regiune. Necesarul de proiecte pentru dezvoltarea unei oferte turistice competitive în județul Harghita poate fi mai mare decât cea permisă de cadrul financiar al Axei 5 din POR. Trebuie avut în vedere că proiectele harghitene vor concura cu proiectele din celelalte 5 județe ale regiunii Centru: Mureș, Covasna, Brașov, Sibiu și Alba. Ca să putem avea o imagine mai concretă a situației de competiție a viitoarelor proiecte înaintate spre finanțare în cadrul POR, este util să facem referire și la *operațiunile* orientative pentru care se pot obține finanțări, detaliile legate de acestea fiind accesibile în Ghidurile solicitantului aferente fiecărui domeniu major de intervenție, precum și în Documentul Cadru de Implementare al POR.

1.4. Atribuții ale Consiliului Județean Harghita

Pentru interpretarea competențelor și atribuțiilor consiliului Județean Harghita în domeniul turismului putem să ne bazăm în primul rând pe **Ordonanța Guvernului Nr. 58/ 1998** privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România aprobat cu unele modificări prin Legea 755/2001, care cuprinde următoarele prevederi direct referitoare la consiliile județene.

ART. 20

Consiliile județene și, respectiv, Consiliul General al Municipiului București au următoarele atribuții în domeniul turismului:

- inventarierea principalelor resurse turistice;
 - administrarea registrelor locale ale patrimoniului turistic;
 - elaborarea de propuneri de dezvoltare a turismului, care stau la baza Programului anual de dezvoltare a turismului;
 - participarea la omologarea traseelor turistice și a pârtiilor de schi;
 - contribuirea la creșterea calității produselor turistice;
 - urmărirea activității turistice, în așa fel încât agenții economici cu activitate în domeniul turismului să aibă acces la resursele turistice, cu respectarea normelor de punere în valoare și protecție a acestora.
- "- organizarea de centre de informare turistică în localitățile cu activitate turistică."

"ART. 33

(1) Consiliile județene pe a căror rază administrativ-teritorială se află trasee turistice montane și/sau pârtii de schi organizează, până la data de 30 septembrie 2003, servicii publice județene "Salvamont" care coordonează activitatea de prevenire a accidentelor montane și de salvare în munți a persoanelor accidentate și supraveghează activitatea de amenajare, întreținere și reabilitare a traseelor montane din județ.

(2) Consiliile locale pe a căror rază administrativ-teritorială există pârtii de schi organizează, până la data de 30 septembrie 2003, servicii publice locale "Salvamont".

Desigur, în interpretarea acestora putem face referire la numeroase alte acte normative, atât din domeniul turismului, cât și la cele privind administrația publică locală, dezvoltarea regională, amenajarea teritoriului și urbanismul, protecția mediului, protecția și conservarea monumentelor istorice, și altele.

Rămânând însă la simpla enumerare ale acestor prevederi, putem să facem trimitere la capitolul referitor la edificarea sistemului de priorități de dezvoltare a turismului din județ, unde se vor deosebi *acțiunile proprii consiliului județean* de acele proiecte unde consiliul va avea rol de coordonare, eventual de avizare sau aprobare.

II. Analiza situației turismului din județul Harghita

II.1. Trendurile cererii turistice în lume, în Europa și în România

II. 1. 1. Megatendențe în turismul european

În formularea politicii naționale, regionale și județene pentru turism, precum și pentru elaborarea și implementarea strategiilor de afaceri pentru întreprinderile de turism nu pot fi neglijate acele aspecte, care sunt sau vor fi caracteristice pieței turistice internaționale, mai ales pentru specificitățile pieței turistice europene, respectiv central-est europene. În accepțiunea Organizației Mondiale a Turismului, România face parte din regiunea Europa, *subregiunea Europei Centrale și de Est*, împreună cu alte 20 state. Celelalte subregiuni europene sunt: Europa de Nord, Europa de Vest, Europa de Sud sau Mediteraneană. Statisticile internaționale realizate de OMT reflectă evoluții recente ale pieței turistice, iar pe baza acestora sunt elaborate și prognoze pe diferite termene. Departamentul de cercetarea pieței și promovare din cadrul OMT furnizează informații despre evoluțiile piețelor publicând rezultatele sub diferite forme: statistici, studii, rapoarte. Dintre publicațiile cele mai cunoscute se remarcă *Tourism Highlits* (cea mai recentă este ediția din 2008), *Tourism Market Trends* cu rapoarte pe marile regiuni, *UNWTO World Tourism Barometer* cu apariție de trei ori pe an.

Datele privind turismul internațional arată că în anul 2007 sosirile turiștilor au ajuns la **903 milioane** de persoane, reprezentând o creștere de **6,6%** față de anul precedent, iar veniturile din turismul internațional au crescut cu **5,6%** la **856 md** de USD resp. 625 md. EUR. Dintre marile regiuni, Europa a avut o pondere de 54% cu 484 mil. sosiri, resp. 51% cu 433 md USD. Ea fost urmărită de Asia și Pacificul cu 184 mil. sosiri și 189 md. USD (20, resp. 22 %), Americile cu 142 mil. sosiri și 171 md. USD (16 resp.20 %), Africa cu 44 mil. sosiri și 28 md. USD (5 resp. 3 %) și Orientul Mijlociu 48 mil. sosiri și 34 md. USD (5 resp. 4 %).

Alături de OMT, un alt organism care se ocupă cu analiza și interpretarea tendințelor socio-economice care afectează piața turistică este Comisia Europeană a Călătoriilor (European Travel Commission - ETC)²², o organizație non-profit cuprinzând 39 Organizații Naționale de Turism din Europa, rolul ei fiind promovarea turismului în Europa, precum și în țările afiliate. Împreună cu ETAG (European Travel and Tourism Action Group)²³ ETC a elaborat un

²² www.etc-corporate.org, www.visiteurope.com

²³ www.etag-euro.org

studiu despre tendințele ce afectează turismul european cu titlul ***Tourism Trends for Europe***. Acest document tratează aspecte legate de mediul turismului (demografie, schimbări de mediu, economie mondială, politică, cultură, siguranță), de tendințe ale consumului turistic, produse și marketing turistic. Din aprecierile acestui studiu prezentăm aspectele relevante pentru turismul european, cu probabilă influență pe termen mediu și lung asupra oportunităților și constrângerilor turismului din România și implicit pentru județul Harghita. Aspectele prezentate pot constitui repere și pentru analiza SWOT a turismului regional, respectiv informații utile pentru argumentarea direcțiilor și priorităților de dezvoltare.

Schimbările din societatea și tendințele economice, sociale și în stiluri de viață au impact asupra turismului ca parte integrantă a societății. Pentru sectorul turistic este important să evalueze aceste schimbări într-o fază timpurie. Politicile existente de produse și servicii, marketingul, investițiile necesită ajustări sau adaptare când preferințele și comportamentul se dezvoltă în mod diferit față de cele din trecut. În trecut oferta mereu a dictat cererea, pe când astăzi contrariul este adevărat. Creșterea saturației pieței, consumatori mult mai conștienți, experimentați cu mai mult timp liber și venit disponibil determină profitabilitatea ofertanților din sectorul turistic. Competiția a devenit mai volatilă. Deși unele tendințe sunt bazate pe ofertă, este deasemenea important prognoza tendințelor din cerere, toate aceste tendințe formează baza pentru determinarea timpului și banilor necesar pentru ajustările relevante. Tendințele prezentate în studiul ETC/CEC se referă la tendințele din societatea occidentală, în speță cea europeană, pentru următorii 5 ani, deci e vorba de o prognoză pe termen mediu. Studiul se bazează pe variate analize de trend calitative și cantitative deasemenea, precum și pe aprecierile experților din diferite organizații internaționale. Analiza tendințelor reflectă că fiecare tendință își creează și tendințe contradictorii, pe de altă parte ele nu se manifestă în mod izolat, ci se prezintă în forme mixte: mixte în privința fazelor de evoluție, în rezultate și în nivelul lor de importanță. Dat fiind acest lucru este aproape imposibil ca în evoluția turismului să fie izolate factorii de influență aflate într-o tendință anume de evoluție.

Tendințe generale și consecințe pentru sectorul turistic

Numărul persoanelor vârstnice va crește rapid, ei vor din ce în ce mai sănătoși și vor avea niveluri de venit mai ridicate decât în trecut. Numărul călătoriilor vârstnici experimentați va crește mai semnificativ decât cererea în general rezultând o pondere mai mare a lor în totalul cererii.

Consecințe pentru sectorul turistic

- Cerere crescândă pentru calitate, comoditate și securitate
- Cerere crescândă pentru transport mai ușor și confortabil
- Cerere crescândă pentru mai multe facilități relaxante de agrement și distracție
- Cerere crescândă pentru produse personalizate
- Cerere mai mare în lunile din extrasezon
- În marketing accent mai redus pe vârstă și mai mare pe confort

Numărul persoanelor pe gospodărie va scădea în continuare, rezultând venit discreționar și putere de cumpărare mai mare. Acest lucru în turism influențează cererea pentru călătoriile lungi dar și pentru escapade scurte.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- Cerere crescândă pentru lux („mică indulgență”)
- Cerere crescândă pentru produse speciale care pot fi obținute prin impuls
- Cerere crescândă pentru vizite în orașe (city-breaks) și alte ieșiri scurte peste hotare și în perioade mai puțin obișnuite
- Interes mai ridicat pentru oferte de tip „din iarnă în vară”

Va crește în continuare preocuparea pentru păstrarea sănătății ceea ce va influența nu atât volumul cererii în sine, cât mai ales decizia privind alegerea unor destinații turistice și comportamentul din timpul vacanței.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- destinațiile percepute mai puțin sănătoase vor fi evitate mai puternic decât în trecut
- cererea pentru vacanțele pasive va scădea în continuare
- vacanțele active vor deveni mai populare, cererea pentru facilități destinate satisfacerii nevoilor de activitate vor fi preferate și mai mult
- cererea pentru produse wellness va crește, inclusiv pentru băi de agrement și centre de fitness

Nivelul general al educației este în creștere, ceea ce rezultă că artele, cultura, istoria va juca un rol mai important în petrecerea vacanțelor, incluzând mai multe vacanțe educaționale și spirituale.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- Cerere crescândă pentru produse speciale

- Includerea mai prominentă a elementelor artistice, culturale și istorice în pachetele de servicii turistice și în vacanțe auto-organizate
- Nevoia unei comunicări mai bune și mai creative ale informațiilor
- Cerere crescândă pentru noile destinații din Europa Centrală și de Est

Societatea modernă exercită o presiune crescândă asupra vieții cotidiene ale oamenilor stimulând dorința pentru mai mult timp liber și relaxare – ceea ce are un efect nefavorabil asupra creșterii veniturilor discreționale, datorită scăderii zilelor plătite în favoarea timpului liber.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- nevoia crescută pentru mai multe produse de cost scăzut
- nevoia crescută pentru oferte de relaxare
- scurtarea vacanțelor lungi în favoarea călătoriilor mai scurte dar mai frecvente

Consumatorii mai rafinați sunt mai siguri pe sine referitor la nevoile și drepturile lor. Acesta înseamnă o atitudine din ce în ce mai critică în privința calității și mai ales a raportului preț-valoare.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- modalitățile alternative pentru a petrece timpul liber și a cheltui vor concura cu călătoriile, iar în cadrul acestora preferințele pentru destinații și cazare vor fi mai critice
- destinațiile, care nu vor ajunge la standarde acceptabile, vor suferi mai intens și pentru o perioadă mai lungă în viitor
- comportament mai mixt: o vacanță mai simplă, cealaltă mai luxoasă, într-un an călătorii mai lungi, în alta mai scurte
- preferințele de călătorii vor fi mai fragmentate, generând fluxuri repetate
- descrește fidelitatea pentru destinații
- turiștii cu experiență vor avea o atitudine mai critică față de ofertele artificiale, preferând o autenticitate mai ridicată, exigențele se vor orienta spre satisfacția emoțională și nevoia personalizării; ofertele artificiale (de ex. parcurile tematice) care nu se deosebesc destul de celelalte oferte vor pierde din importanță dacă nu ating la performanțe calitative
- experiențele și atitudinea critică a turiștilor vor stimula revizitarea destinațiilor vizitate în trecut care le-au oferit satisfacție mai mare
- preferințele crescute pentru mobilitate vor stimula închirierea de vehicule

- regiunile care oferă un concept abundent, variat, total echilibrat vor fi preferate în mai mare măsură ridicând cerințe pentru un management mai bun al destinațiilor

Stilurile de viață din societatea occidentală se schimbă treptat, influențând și percepția turiștilor despre propriile nevoi și comportamente.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- deși pot fi făcute investiții relevante, interesul pentru ofertele ‘Bed & Breakfast’ este în scădere, de când sunt percepute ca ieftine
- cum statutul este mai puțin important decât s-a obișnuit, comportamentul de agrement devine mai personalizat, ducând la cerere crescândă pentru unități de cazare mai mici, ca micile hoteluri familiale autentice și ferme turistice
- schimbarea în percepția vieții și a stilului de viață rezultă decline în cererea pentru călătorii total însoțite/ghidate
- ofertanții vor beneficia mai bine, dacă devin capabile să creeze produse, concepte și servicii complet noi, care să le diferențieze de ceilalți prin valoarea adăugată
- specializarea crescândă a ofertanților cu privire la hobby-uri și interes speciale va deveni mai importantă și vor fi mai mult combinate cu vacanțele
- preferințele crescute pentru “ancore” solide ca sprijin sigur într-o lume nesigură vor stimula dorința pentru posesia caselor secundare, chiar și în areale apropiate de aeroporturi regionale mai mici
- tendința “înapoi la temelii” va rezulta preferințe pentru vacanțe mai simple de la hoteluri la bungalouri, de la caravane la corturi

Penetrarea internetului și utilizarea lui pentru informare și achiziționarea produselor și serviciilor turistice va crește în continuare. Importanța lui în turism va fi maximă inclusiv prin noi metode de prezentare vizuală.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- Informațiile turistice gata disponibile despre destinații și produse și motoarele de căutare din ce în ce mai sofisticate permit comparația și analiza informațiilor și acesta va influența mai intens competiția
- Turiștii experimentați vor planifica împreună vacanțele pe baze modulare prin rezervări directe
- Rolul agențiilor de călătorie/ de turism va scădea, cum călătoriile all inclusive pot fi cumpărate într-o măsură mai mare direct pe internet

- Internetul va transforma rolul clasic al Organizațiilor Naționale pentru Turism în ritm accentuat, dar va crea un nou rol pentru e-marketing, inclusiv prin adoptarea Managementului Relațiilor cu Consumatori (CRM - Customer Relation Management) în marketingul destinației
- Marketingul destinației (un branding mai bun cu susținere publică) va crește în importanță ca sursă pentru stimularea a vizitelor site-urilor de web
- Posibilitățile de cumpărare prin internet vor stimula rezervările întârziate
- Nevoia crescândă de rezervări online sigure vor fi susținute de turiști mai experimentați și mai siguri pe sine

Accesibilitatea crescândă a trenurilor de mare viteză și a curselor aeriene vor influența fluxurile clasice de turiști, traficul rutier confruntându-se cu aglomerări și congestii mai mari.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- destinațiile vor beneficia mai mult în urma accesului mai ușor și la preț acceptabil pentru călătoriile scurte, mai ales sunt organizate evenimente majore în afara sezonului principal
- accesibilitatea crescândă prin trenuri și curse aeriene directe va stimula cererea pentru călătoriile scurte internaționale în orașe și în regiuni urbane, în detrimentul arealelor urbane
- utilizarea trenurilor de mare viteză pentru distanțe medii vor prelua o proporție mai mare de la călătoriile efectuate actual prin zboruri regulate
- aglomerarea rutieră va influența negativ transportul cu mașini private, mai ales în sezonul de vârf
- excursiile cu autobuze vor scădea în importanță
- obstacolele legate de orarele neadaptate sau de lipsa conectării optimale intermodale (legătura diferitelor tipuri de transport) vor influența foarte negativ destinațiile care nu pot să adapteze dorințelor de accesibilitate ușoară
- croazierele – nu numai cele scumpe, dar și cele cu costuri reduse vor crește în importanță, mai ales pentru generațiile de peste 50 de ani.

Conștiința de mediu (sau ecologică) va continua să crească, ceea ce rezultă o cerere mai mare pentru destinații durabile, în care natura și populația va avea un rol mai proeminent. Pentru reducerea costurilor durabilității, prețurile vor fi plasate spre turiștii însuși.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- componenta regională a destinațiilor va crește în importanță
- politicile de managementul destinației necesită îmbunătățiri printr-o planificare coerentă și consistentă
- preferința pentru destinații va fi mai puternic legat de suportul dat de populația locală pentru primirea, întâmpinarea unui număr crescut de vizitatori
- regiunile care suferă de supraconstruire (mai ales aglomerarea construcțiilor neadaptate peisajului) vor fi respinse într-o măsură mai mare ca destinații
- ecoturismul nu se confundă cu turismul durabil

Actele de terorism, războaiele regionale, poluarea mediului și alte crize devin fapte ale vieții cotidiene ceea ce influențează nevoia de a se simți în siguranță și securitate. Astfel destinațiile percepute ca nesigure vor fi evitate.

Consecințe pentru sectorul turistic:

- calitatea apei (din lacuri, din piscine, dar și a celei de la robinet) va avea importanță crescută în selecția destinațiilor și necesită o protecție mai bună
- turiștii mai critici vor fi mai pretențioși și își vor prezenta revendicări dacă produsele oferite nu se ridică la standardele așteptate
- costurile pentru garantarea securității și siguranței vor crește rapid
- industria trebuie să fie pregătită pentru întâmpinarea mai flexibilă a cererii în perioadele de criză.

Preluând prezentarea tendințelor generale care afectează turismul european în următorii ani din Raportul ETC, putem aprecia că unele dintre acestea în mod probabil vor influența și cererea potențială pentru ofertele din România și implicit din județul Harghita. Aceste tendințe și provocările generate de ele vor determina competitivitatea ofertelor din regiunea noastră, necesitând măsuri menite să asigure o dezvoltare durabilă a turismului, contribuind totodată la competitivitate pe termen mediu și lung a destinației turistice cât și a afacerilor turistice din regiune. Aprecierile prezentate se regăsesc sub formă succintă în analiza SWOT a prezentei strategii, și vor fi luate în calcul la elaborarea direcțiilor de dezvoltare și măsurilor preconizate pentru dezvoltarea turismului județean.

II. 1. 2. Tendințe ale cererii turistice în România

II. 1.2.1. Evoluția cererii turistice din România pe destinații turistice

În statistica turistică românească, gestionată de Institutul Național de Statistică, sunt deosebite următoarele categorii de destinații (cu prescurtările folosite în figurile și tablele de mai jos):

- stațiuni balneare (STB)
- stațiuni din zona litorală, exclusiv orașul Constanța (STL)
- stațiuni din zona montană (STM)
- zona Delta Dunării, inclusiv orașul Tulcea (DDT)
- București și orașele reședință de județ (BOR)
- Alte localități și trasee turistice (ALT)

Cele 6 categorii de destinații ne oferă o oarecare structurare atât a ofertei de cazare (capacitatea de cazare existentă, cât și cea în funcțiune), cât și a cererii înregistrate în structurile de cazare (numărul de turiști cazați și numărul de înnoptări realizate). Dat fiind că aceste categorii nu sunt destul de amănunțite, în unele categorii sunt agregate datele referitoare la performanța diferitelor forme de turism (cultural, de agrement, urban, rural etc.) aprecierile bazate pe această defalcare a volumului turismului, trebuie interpretate cu oarecare rezerve.

Desigur, există tendințe de a confunda cererea realizată în *București și alte reședințe de județ* cu turismul urban care integrează atât turismul cultural, cât și de afaceri, sau în *Alte localități și trasee turistice* cu turismul rural, precum și în *Zona Delta Dunării, inclusiv orașul Tulcea* cu ecoturismul – aceste interpretări au o notă de relativitate ridicată, oferând oarecare puncte de reper, dar nicidecum nu pot fi considerate adecvate din punct de vedere științific. Dintre categoriile de destinații turistice utilizate în statistica românească pot fi considerate mai credibile, cu caracter de apreciere cele referitoare la stațiunile montane și cele balneare. Din păcate, aceste șiruri de date nu au defalcare și pe regiuni sau județe, ele sunt redată doar la nivel național. Așadar, interpretarea cererii turistice pe destinații prezentăm ca evoluție generală la nivel național. Compararea acestora cu șirurile de date la nivel de județe este dificilă, necesitând studii și cercetări complementare, chiar cu caracter calitativ, primar.

Pe baza datelor obținute din Baza de date Tempo-Online de pe siteul INSSE se constată că **numărul de turiști** cazați în România a crescut de la **4,92 milioane** în anul 2000 la **6,97 milioane** de persoane în anul 2007, din care numărul de turiști străini a crescut de la **867 mii**

la **1.551 mii** persoane, ponderea lor crescând de la 17,6 % la 22,2 %. Pe fondul creșterii generale de 41,7 % în 2007 față de anul 2000, creșterea înregistrată la turiștii români a avut o rată totală de creștere de 33,7 %, iar în cazul turiștilor străini această rată a fost de 78,9 %. Numărul de turiști străini înregistrați în structurile de cazare a depășit pragul de 1 milion în anul 2003, iar în anul 2007, anul aderării României la UE s-a depășit pragul de 1,5 milioane de turiști străini, o creștere de 12,4 % față de anul 2006. Este puțin probabil că acest lucru este consecința aderării la UE, chiar dacă acest statut contribuie pozitiv la imaginea externă a țării, deoarece și în cazul turiștilor români se constată o creștere de 12,1 % în 2007 față de 2006. Totuși, este probabil ca fondurile de preaderare (de ex. SAPARD, PHARE) și cele structurale și de dezvoltare rurală (Măsura 313 din PNDR și DMI 5.2 din POR) vor contribui la creșterea nivelului calitativ al serviciilor turistice și prin aceasta la atractivitatea și competitivitatea turismului românesc.

Așa cum se poate observa din figura 2.1.1, în perioada analizată, cele mai multe sosiri s-au înregistrat în București și celelalte orașe reședințe de județ (aproape 48 %), 15 % în alte localități (urbane și rurale, trasee turistice), stațiunile turistice montane deținând o pondere de 14 %, în timp ce litoralul și stațiunile montane au ponderi de câte 11 %.

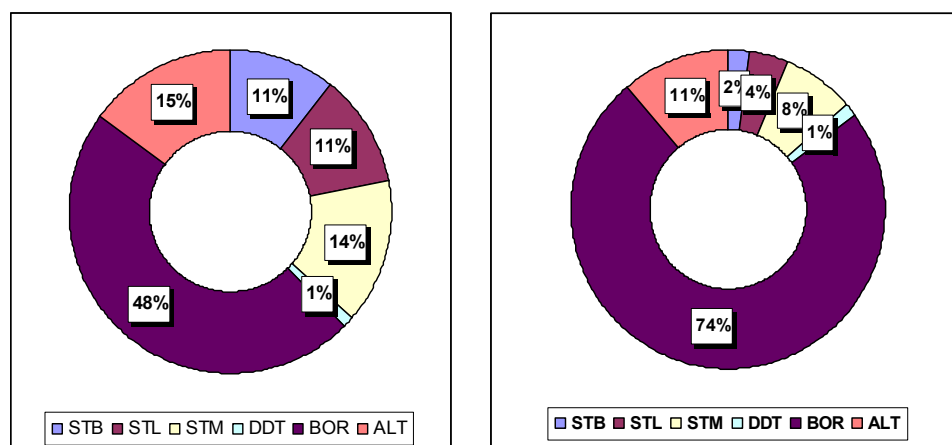


Fig. 2.1.1. Structura numărului de turiști în România pe destinații turistice în anul 2007, pe total turiști și turiști străini. (STB – stațiuni balneare, STL – stațiuni de pe litoral, STM – stațiuni montane, DDT – Delta Dunării și mun. Tulcea, BOR – București și alte orașe reședință de județ, ALT – Alte localități și trasee turistice)

Sursă: INSSE – Tempo-Online Data Series (www.insse.ro – 20.12.2008.)

Performanțele diferitelor zone ale țării de a atrage turiștii străini se poate deduce și din figura 2.1.2. observându-se că un număr mai important al turiștilor străini se remarcă tot în destinații în care se amestecă fluxurile de turism propriu-zis și călătoriile cu scopuri profesionale, mai ales de afaceri. Ca să avem o imagine mai nuanțată despre ponderea Bucureștiului în numărul turiștilor, putem apela și la tabelul cuprinzând ordinea județelor, din care rezultă că totalul turiștilor cazați în București în 2007 a fost de 908.921 din care 372.046 turiști români (40,9 %), 536.876 turiști străini (59,1 %). Deci, din totalul turiștilor înregistrați în București și alte orașe reședință de județ Bucureștiul deține 27,5 %, în cazul turiștilor români 17,2 %, în cazul turiștilor străini 46,9 %. Raportând datele Bucureștiului la numărul turiștilor din toată țara, rezultă ponderi de 13 % pe total turiști, 6,9 % la turiști români, dar 34,6 % din numărul turiștilor străini.

Un alt aspect al performanței destinațiilor este **numărul de înnoptări** înregistrate, așa cum se vede din fig. 3. Raportând numărul înnoptărilor la numărul turiștilor obținem un alt indicator de performanță, **durata medie a sejurului**, adică media înnoptărilor pe un turist. Cu cât acest indicator este mai mare, cu atât mai mult destinația respectivă se caracterizează printr-un turism de sejur și mai puțin de tranzit sau itinerant. Este firesc ca atât numărul de înnoptări, cât și durata medie a sejurului să fie mai mare în stațiunile balneare, caracterizate prin turism curativ cu tratamente de una-două săptămâni, precum și în stațiunile de pe litoral, caracterizate prin turism de agrement, pasiv, cu specific de relaxare sau distracție.

În perioada analizată numărul înnoptărilor a înregistrat creșteri însemnate, totuși, rata totală de creștere în anul 2007 față de 2000 a fost de 16,7 %, în cazul turiștilor români mai moderat (9,7 %), în cazul turiștilor străini, însă, de-a dreptul spectaculoasă: 66,9 %. Față de anul precedent valorile ratei creșterii numărului de înnoptări au fost de 8,4, 8,0 respectiv 10,6 %, deci mai modeste ca în cazul numărului de turiști. Desigur aceste evoluții se reflectă și în evoluția duratei medii de sejur. Ca să putem vorbi de adevărate performanțe, este nevoie nu doar de atragerea turiștilor, dar și reținerea lor cât mai mult timp este posibil.

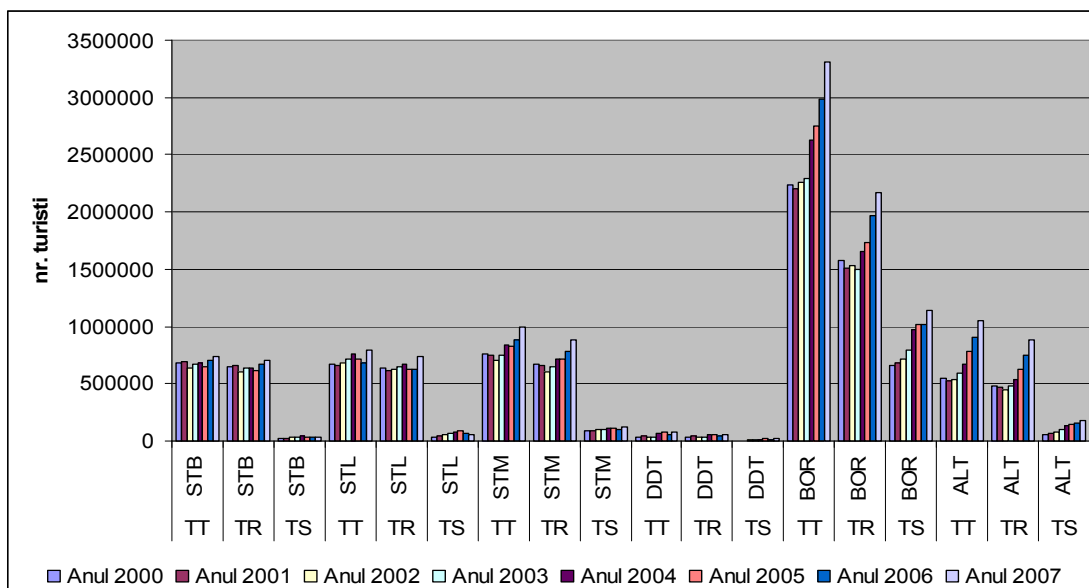


Fig. 2.1.2. Evoluția numărului de turiști în România pe destinații turistice în perioada 2000 – 2007. (TT – Total turiști, TR – turiști români, TS – turiști străini)

Sursă: INSSE – Tempo-Online Data Series (www.insse.ro – 20.12.2008.)

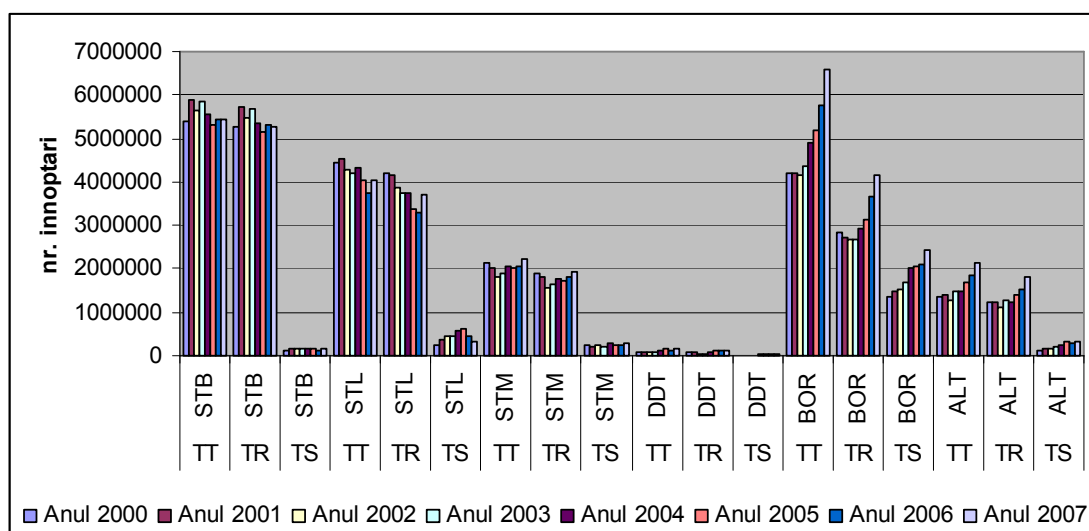


Fig. 2.1.3. Evoluția numărului de înnoptări în România pe destinații turistice în perioada 2000 – 2007. (TT – Total turiști, TR – turiști români, TS – turiști străini)

Sursă: INSSE – Tempo-Online Data Series (www.insse.ro – 20.12.2008.)

În ceea ce privește ponderea diferitelor tipuri de destinații din totalul înnoptărilor, figura 2.1.4 ne arată situația pe anul 2007. Din totalul de aproape **20,6 milioane de înnoptări** cele mai multe au fost înregistrate în București și alte orașe reședință de județ (32 %), urmând apoi stațiunile balneare cu 26 %, litoralul cu 20 %, stațiunile montane și alte localități și trasee cu

ponderi relativ reduse. Față de potențialul balnear și montan al României se pare că performanțele în aceste destinații sunt slabe, pe de altă parte interesul turiștilor și călătorilor înregistrați se concentrează asupra orașelor mai mari, aspect care poate reflecta încă odată importanța turismului cultural sau mai mult al celui cu *scopuri profesionale*. Se poate observa totodată că din aproape **3,6 milioane înnopțări de turiști străini** 67 % se realizează tot în București și alte orașe reședință de județ, ponderea celorlalte destinații fiind foarte scăzută, ceea ce reflectă o slabă atractivitate a destinațiilor balneare, montane și de litoral pentru turiștii străini.

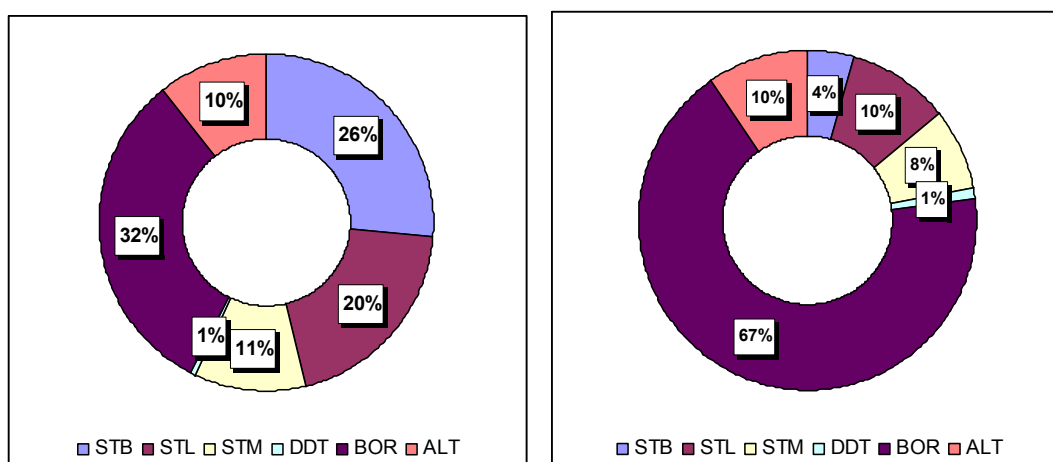


Fig. 2.1.4. Structura numărului de înnopțări în România pe destinații turistice în anul 2007, după total turiști și după turiști străini (STB – stațiuni balneare, STL – stațiuni de pe litoral, STM – stațiuni montane, DDT – Delta Dunării și mun. Tulcea, BOR – București și alte orașe reședință de județ, ALT – Alte localități și trasee turistice)

Sursă: INSSE – Tempo-Online Data Series (www.insse.ro – 20.12.2008.)

Durata medie a sejurului a avut în general o tendință de scădere, cu excepția Bucureștiului și a altor orașe reședință de județ, așa cum se vede și în figura nr. 2.1.5. unde sunt comparate valorile pentru anul 2000 și 2007. Cele mai drastice scăderi s-au înregistrat în stațiunile de pe litoral, dar și la cele balneare, mai ales în cazul turiștilor străini. Nici stațiunile montane nu și-au crescut durata medie a sejurului, chiar au avut loc scăderi, mai pronunțate în cazul turiștilor români.

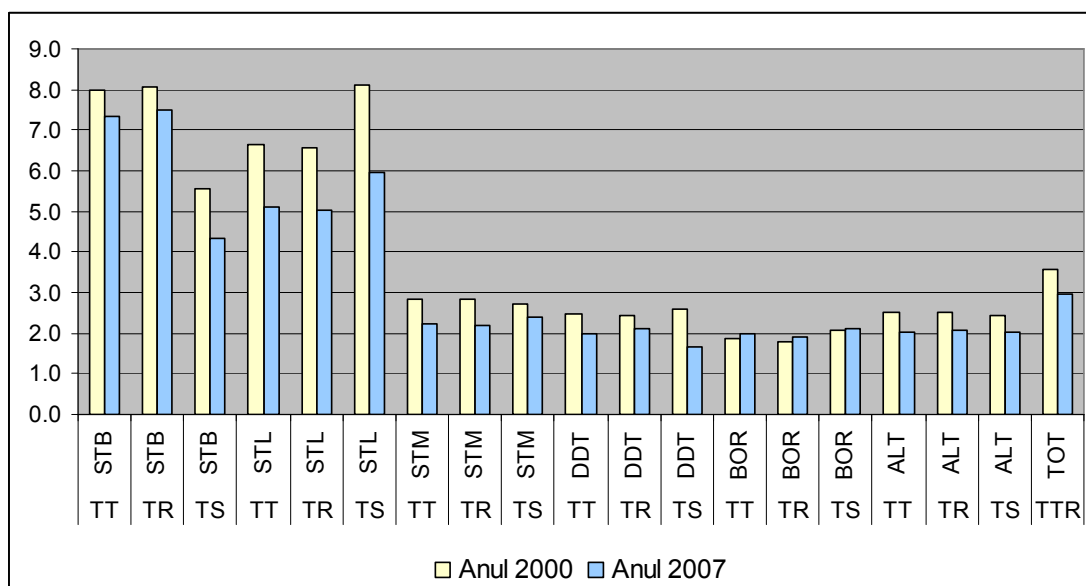


Fig. 2.1.5. Durata medie a sejurului în România pe destinații turistice în anul 2000 și 2007, după total turiști și după turiști străini

(STB – stațiuni balneare, STL – stațiuni de pe litoral, STM – stațiuni montane, DDT – Delta Dunării și mun. Tulcea, BOR – București și alte orașe reședință de județ, ALT – Alte localități și trasee turistice) Sursă: INSSE – Tempo-Online Data Series (www.insse.ro – 20.12.2008.)

În lumina statisticilor prezentate se pare că România în ciuda potențialului natural legat de zona montană care deține circa o treime din suprafața țării, și a marii varietăți de resurse terapeutice naturale, a existenței litoralului Mării Negre și a prezenței Deltei Dunării deocamdată nu a putut valorifica eficient acest potențial turistic variat. Faptul că se manifestă o creștere a bazei de cazare în diferite destinații turistice și județe ale țării nu înseamnă și creșterea în aceeași măsură a cererii turistice. Pe de altă parte, este foarte probabil ca sistemul informațional al turismului să nu funcționeze adecvat, nereflectând procesele realității din teritoriu.

II.1.2.2. Sosiri ale vizitatorilor străini la frontierele țării

Numărul de vizitatori înregistrați la frontierele României și ponderea diferitelor țări poate să ne ofere o imagine despre atractivitatea țării pe diferite piețe naționale ale turismului internațional cu rezerva că nu toți vizitatorii sunt turiști, deoarece în accepțiune statistică se consideră acei vizitatori care petrec cel puțin 24 ore pe teritoriul țării, înnoptându-se într-o măsură oarecare în structurile de cazare comerciale sau în alte forme de cazare (rude, prieteni, structuri de cazare neînregistrate statistic etc.). Totuși, ponderea diferitelor țări în volumul fluxului de la frontiere poate fi luată în considerare în aprecierea activității de marketing de până în prezent.

Din **7,722** milioane de vizitatori în 2007 94,4% au sosit din Europa, respectiv 62,3% din țările UE. Ordinea țărilor emițătoare este dominată de țările vecine cu excepția Serbiei/Iugoslaviei care a rămas pe locul 13, după alte țări europene. Din seria de date observăm că în 2007 din 17 state au sosit cel puțin 100 mii de vizitatori. Din primele 20 de state doar SUA și Israelul nu sunt state europene, Turcia fiind socotită la Europa. Din tabelul 1. se observă evoluția numărului de vizitatori între 2000 și 2007. Se remarcă o puternică concentrare a ponderii primelor state emitente (fig. 2.1.6.). Principale țări emițătoare au avut oscilații importante, dintre care se remarcă scăderea drastică în 2005 față de anul 2004, scădere determinată de mai multe aspecte, printre care și efectul referendumului din 5 decembrie 2004 din Ungaria care au afectat negativ relațiile maghiare-maghiare, totuși se remarcă o revenire, depășind deja valoarea anului 2003. Evoluții spectaculoase se remarcă la vizitatorii din Bulgaria, Ucraina, Polonia, Slovacia, Israel, Grecia și Spania. Creșterea numărului de vizitatori din țările occidentale deocamdată sunt mai puțin spectaculoase (Germania, Austria, Italia, Franța, Regatul Unit și SUA), dar, dacă eforturile de promovare vor fi mai eficiente, probabil va continua creșterea numărului vizitatorilor și din aceste țări (atât a turiștilor, cât și a călătorilor cu scopuri profesionale).

Tabelul 2.1.1. Evoluția numărului de vizitatori înregistrați la frontiere pe principale țări emitente, în ordinea descrescătoare din anul 2007 (mii persoane).

		Anul 2000	Anul 2001	Anul 2002	Anul 2003	Anul 2004	Anul 2005	Anul 2006	Anul 2007
1	Ungaria	1203	1131	1153	1537	2603	1522	1367	1743
2	Rep. Moldova	1436	1033	857	1059	1213	1435	1490	1110
3	Bulgaria	363	392	363	340	375	389	399	818
4	Ucraina	330	324	289	349	310	328	433	720
5	Germania	255	328	359	380	296	354	343	473
6	Italia	189	219	230	259	231	271	278	398
7	Turcia	253	230	191	205	195	201	219	284
8	Austria	66	85	88	101	90	129	151	218
9	Polonia	102	106	113	109	133	62	75	191
10	Franta	76	88	92	101	93	110	129	184
11	Iugoslavia	143	127	175	271	220	148	167	171
12	SUA	79	78	82	92	111	120	130	139
13	Slovacia	80	84	103	84	89	48	41	120
14	Regatul Unit	53	56	60	69	55	77	90	118
15	Republica Ceha	71	78	78	65	61	50	52	110
16	Israel	51	61	53	48	55	59	62	105
17	Grecia	70	67	59	60	46	61	64	104
18	Olanda	55	58	56	58	39	53	50	79

19	Spania	12	14	17	21	20	29	43	70
20	Federatia Rusa	83	86	80	85	53	49	54	54
	Total Top20 din 2007	4970	4645	4498	5293	6288	5495	5637	7209
	Total	5264	4938	4794	5595	6600	5839	6037	7722

Sursa: Institutul Național de Statistică și Studii Economice, Baza de Date Tempo-Online
(www.insse.ro – 15. 12. 2008.)

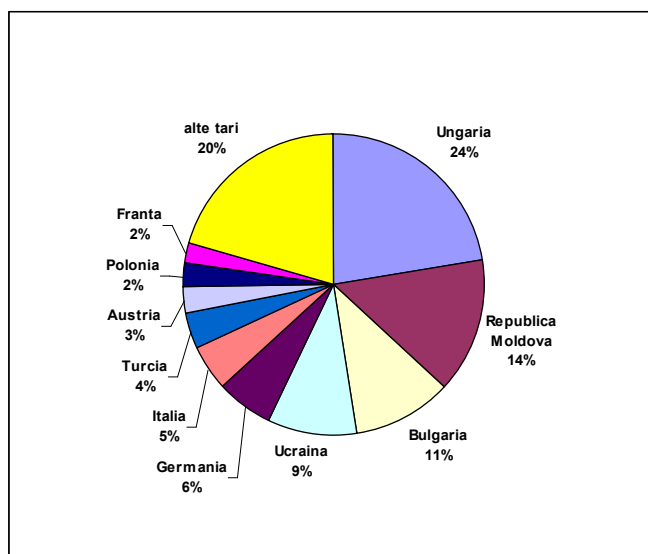


Fig. 2.1.6. Ponderele primelor 10 țări emitente din numărul vizitatorilor în anul 2007.

Sursa: Institutul Național de Statistică și Studii Economice, Baza de Date Tempo-Online
(www.insse.ro – 15. 12. 2008.)

II. 1. 3. Evoluția cererii turistice înregistrate în județul Harghita

Ca să avem o imagine oarecum apropiată de realitatea performanței turistice a județului, este recomandabil să prezentăm evoluția unor indicatori de bază a cererii turistice într-o comparație regională, mai precis prin comparația județului Harghita cu județele din regiunea Centru.

Figurile de mai jos ilustrează evoluția *numărului de turiști* și cea a *numărului de înnoptări* înregistrate statistic la structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare turistică.

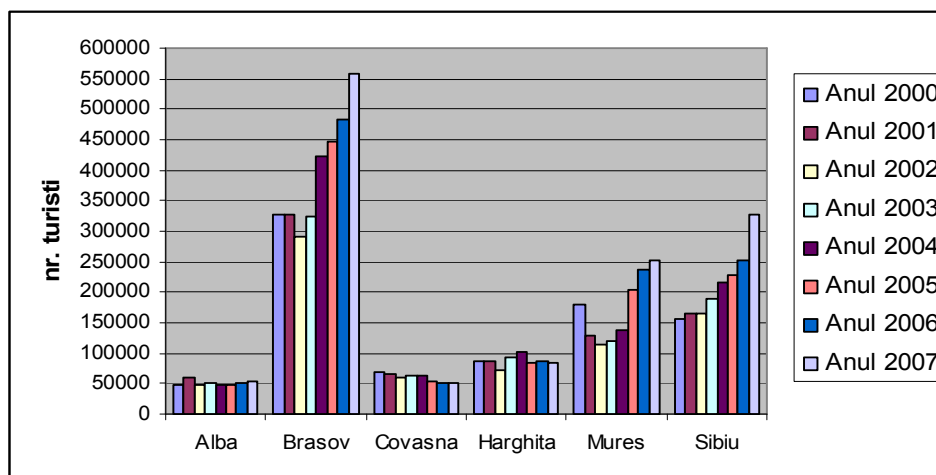


Fig. 2.1.7. Evoluția numărului de turiști în județele regiunii Centru, în perioada 2000 – 2007

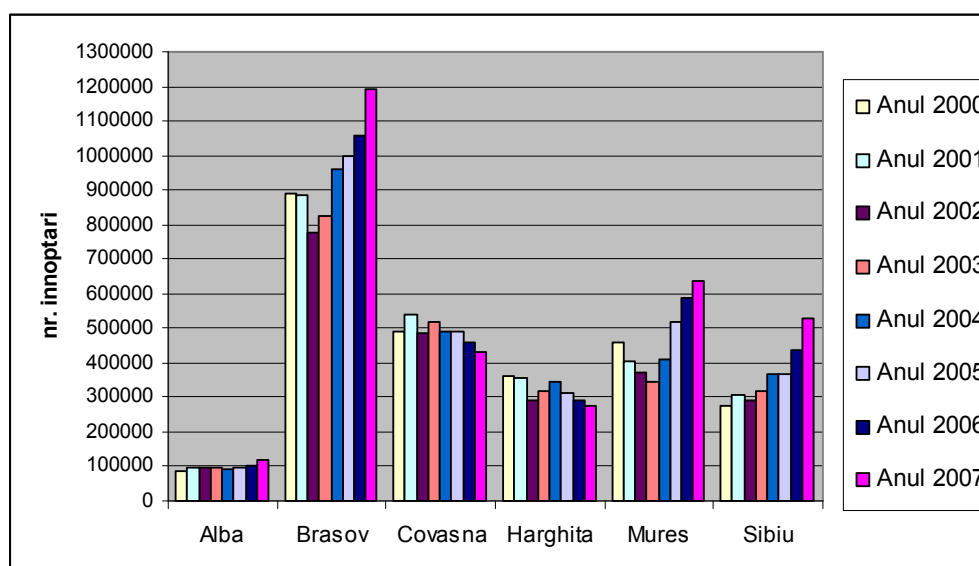


Fig. 2.1.8. Evoluția numărului de înnoptări în județele regiunii Centru, în perioada 2000 – 2007

Din cele două serii de date se poate calcula și evoluția duratei medii de sejur (DMS), ceea ce reflectă rezultatul raportului dintre turismul de sejur și cel itinerant, adică greutatea diferitelor forme și tipuri de turism. De ex. un județ cu pondere însemnată a turismului balnear va avea o DMS mai mare decât un județ unde turismul cultural se dezvoltă vertiginos. Dacă turismului balnear și de agrement este specifică petrecerea mai multor zile în același localitate, în cazul turismului cultural – chiar dacă circuitele culturale au ca punct de plecare o singură localitate – cazarea în același loc rareori depășește 4-5 zile.

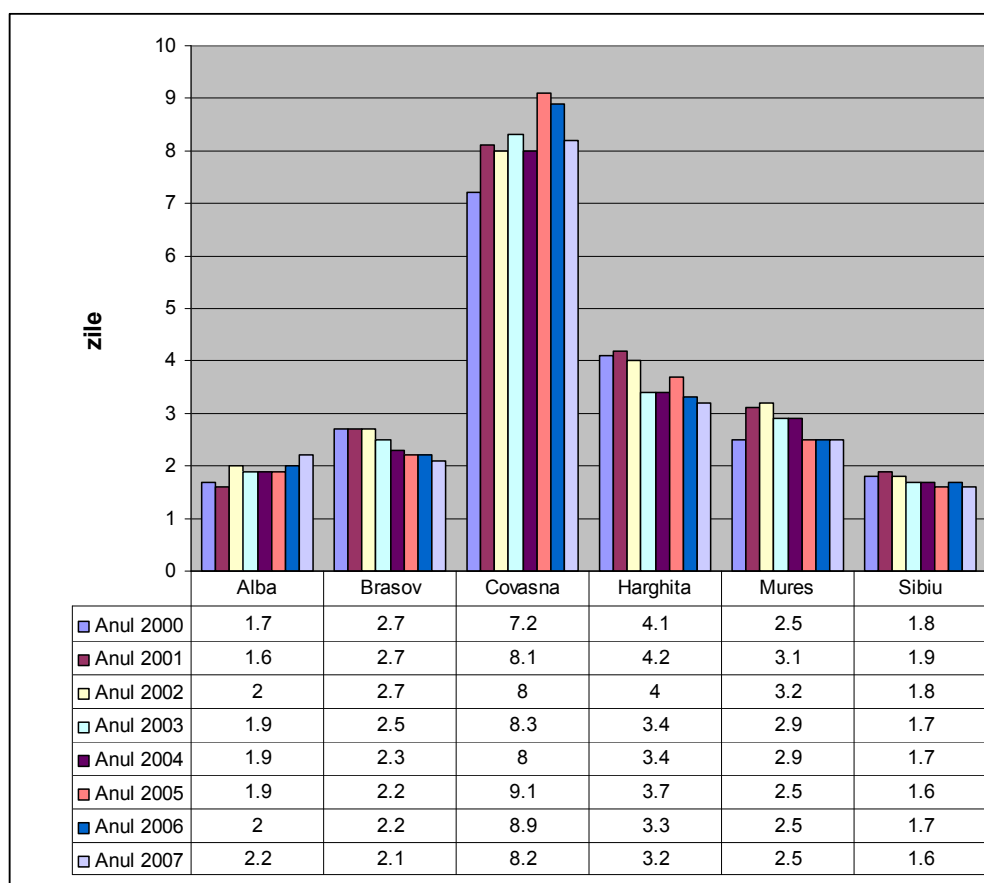


Fig. 2.1.9. Evoluția duratei medii de sejur în județele regiunii Centru, în perioada 2000 – 2007

Ca diagramele privind evoluția indicatorilor menționați să nu ne ducă în eroare, se recomandă analiza simultană a acestora. Realitatea este reflectată după diferite aspecte ale sale, interpretarea datelor fiind posibilă prin conștientizarea conținutului și semnificației clare ale fiecărui indicator. Evoluția *duratei medii de sejur*, chiar dacă este în scădere, nu înseamnă că a scăzut numărul turiștilor sau înnoptărilor, ci exprimă un *raport* scăzând dintre numărul înnoptărilor și turiștilor. Altfel spus, scade numărul de înnoptări pe turist. Această valoare sau tendință sugerează că numărul turiștilor a crescut mai rapid decât numărul înnoptărilor. Pe de altă parte, creșterea duratei medii de sejur nu înseamnă că a crescut numărul turiștilor și al înnoptărilor, ci pe fondul tendinței generale de scădere, nu s-a redus raportul dintre cei doi indicatori.

Pentru județele din regiunea Centru putem face următoarele aprecieri, subliniind unele aspecte aparent paradoxale. În perioada 2000–2007, numărul turiștilor și al înnoptărilor a fost cel mai mare în județele Brașov, Sibiu și Mureș. La începutul perioadei Covasna și Harghita a avut

valori mai ridicate decât Sibiu, dar odată cu creșterea valorilor în Sibiu și scăderea în Covasna și Harghita, acestea din urmă și-au pierdut din ponderea lor (vezi și figura 4.). Acest proces poate fi consecința mai multor factori, dintre care, probabil, dezvoltarea produselor, orientarea spre piețe mai performante, caracterul investițiilor în diferite tipuri de structuri de cazare (hoteluri sau pensiuni) a putut avea influență mai puternică.

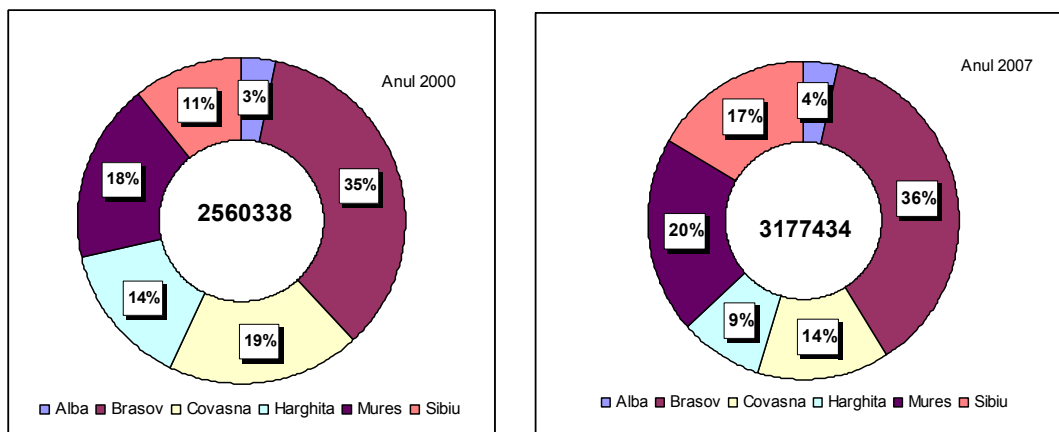


Fig. 2.1.10. Ponderea județelor din numărul înnoptărilor din regiunea Centru, în anul 2000 și 2007

Așa cum se vede din figura 2.1.7. și 2.1.8., numărul turiștilor și al înnoptărilor din județul Harghita a scăzut în ultimii ani, chiar dacă durata medie a sejurului a rămas la peste 3 zile/turist. Valorile superioare ale DMS față de celelalte județe, cu excepția Covasnei (dominat de turismul balneoclimateric din orașul-stațiune Covasna) sunt de ajuns doar pentru depășirea județului Alba în cazul înnoptărilor, Alba și Covasna la numărul turiștilor. Evoluțiile nefavorabile ale cererii în județul Harghita sunt evidențiate și de figura 4, unde sunt comparate ponderile din anul 2000 și 2007. Pe fondul creșterii numărului înnoptărilor în regiune de la 2,5 milioane la 3,1 milioane de înnoptări, județul Harghita și-a pierdut 5% din ponderea inițială. Și în valori absolute, scăderea a fost de peste 100 mii de înnoptări, o descreștere de 30 % în perioada respectivă.

Din totalul de **273 mii înnoptări** realizate în 2007 în județul Harghita de cei **85 mii de turiști**, înnoptările realizate de români reprezintă 79,8 %, respectiv de turiștii străini **20,2%**. În cazul sosirilor ponderea turiștilor români este de 73,7 %, iar a străinilor de **26,3%**. Aceste cifre evidențiază și faptul că românii poposesc în general mai mult în județ (în medie 3,5 zile), decât străinii (în medie 2,5 zile).

Tabelul nr. 2.1.2. Numărul sosirilor, înnopțărilor, durata mediu a sejurului turiștilor români și străini în județele regiunii Centru (anii 2000, 2007)

Indicatori ale cererii turistice realizate în județele regiunii Centru, în anul 2000 și 2007													
ANUL 2000	TT			TR					TS				
	SOS	INN	DMS	SOS	%	INN	%	DMS	SOS	%	INN	%	DMS
TOTAL	4920129	17646675	3.6	4053105	82.4	15497317	87.8	3.8	867024	17.6	2149358	12.2	2.5
Regiunea CENTRU	868033	2560338	2.9	710869	81.9	2175063	85.0	3.1	157164	18.1	385275	15.0	2.5
Alba	49319	86197	1.7	44100	89.4	72986	84.7	1.7	5219	10.6	13211	15.3	2.5
Brașov	326366	890712	2.7	260038	79.7	708785	79.6	2.7	66328	20.3	181927	20.4	2.7
Covasna	67771	489642	7.2	59271	87.5	450597	92.0	7.6	8500	12.5	39045	8.0	4.6
Harghita	87477	359140	4.1	72934	83.4	320442	89.2	4.4	14543	16.6	38698	10.8	2.7
Mureș	180262	459345	2.5	158103	87.7	416937	90.8	2.6	22159	12.3	42408	9.2	1.9
Sibiu	156838	275302	1.8	116423	74.2	205316	74.6	1.8	40415	25.8	69986	25.4	1.7
ANUL 2007	TT			TR					TS				
	SOS	INN	DMS	SOS	%	INN	%	DMS	SOS	%	INN	%	DMS
TOTAL	6971925	20593349	3.0	5420968	77.8	17006910	82.6	3.1	1550957	22.2	3586439	17.4	2.3
Regiunea CENTRU	1329992	3177434	2.4	1028324	77.3	2537224	79.9	2.5	301668	22.7	640210	20.1	2.1
Alba	54054	117665	2.2	45808	84.7	97941	83.2	2.1	8246	15.3	19724	16.8	2.4
Brașov	556816	1191469	2.1	452586	81.3	947783	79.5	2.1	104230	18.7	243686	20.5	2.3
Covasna	52458	429028	8.2	44367	84.6	402192	93.7	9.1	8091	15.4	26836	6.3	3.3
Harghita	85285	273868	3.2	62849	73.7	218502	79.8	3.5	22436	26.3	55366	20.2	2.5
Mureș	253454	635304	2.5	186841	73.7	498335	78.4	2.7	66613	26.3	136969	21.6	2.1
Sibiu	327925	530100	1.6	235873	71.9	372471	70.3	1.6	92052	28.1	157629	29.7	1.7

Sursă: redactat după datele INSSE Tempo-Online Data series, www.insse.ro (20.12.2008.)

În *clasamentul județelor* după numărul **înnopțărilor** realizate, la nivelul întregii țări, județul Harghita se situează pe locul **22**, fiind depășit de Brașov (locul 4 în clasamentul național), Mureș (locul 10), Sibiu (12), și Covasna (13). Imaginea cererii înregistrate este mai favorabilă în cazul înnopțărilor turiștilor **străini**, Harghita ocupând locul **13** cu 55 mii înnopțări, fiind depășit de Brașov (locul 3), Mureș (8) și Sibiu (6), Covasna rămânând pe locul 24, iar Alba pe locul 29.

Performanțele județelor de a atrage turiști străini reflectă pe de o parte capacitatea de a contribui la balanța comerțului exterior, prin turismul receptor, pe de altă parte și eficiența eforturilor de marketing întreprinse pe diferite piețe turistice externe, atât în privința dezvoltării de produse turistice pe baza resurselor turistice naturale și antropice, a infrastructurii, cât și a promovării acestora pe diferite canale comunicaționale. Numărul mai ridicat al turiștilor străini în județul Harghita (chiar în situația înregistrării mai slabe a circulației turistice – datorită ponderi mai mari ai pensiunilor, și ponderii mai scăzute a hotelurilor din

oferta de cazare) reflectă un grad mai ridicat de cunoaștere, și căutare a județului pe piața turistică, mai ales cea maghiară (vezi cap. 2.2.4. promovare și informare turistică).

Tabelul 2.1.3. Clasamentul județelor României după înnoptările turiștilor români și străini și ponderea județelor din totalul țării în anul 2007

Topul județelor după numărul înnoptărilor în structurile de cazare turistică (2007)											
	Județe	TT	%		Județe	TR	%		Județe	TS	%
	TOTAL	20593349	100.0		TOTAL	17006910	100.0		TOTAL	3586439	100.0
1	Constanța	4469418	21.7	1	Constanța	4041426	23.8	1	Municipiul București	1046244	29.2
2	Mun. București	1866217	9.1	2	Vâlcea	1249985	7.3	2	Constanța	427992	11.9
3	Vâlcea	1257688	6.1	3	Bihor	1038566	6.1	3	Brașov	243686	6.8
4	Brașov	1191469	5.8	4	Brașov	947783	5.6	4	Timiș	196682	5.5
5	Bihor	1139245	5.5	5	Prahova	885205	5.2	5	Prahova	177322	4.9
6	Prahova	1062527	5.2	6	Municipiul București	819973	4.8	6	Sibiu	157629	4.4
7	Cluj	722334	3.5	7	Caraș-Severin	708299	4.2	7	Cluj	139972	3.9
8	Caraș-Severin	721386	3.5	8	Cluj	582362	3.4	8	Mureș	136969	3.8
9	Timiș	638452	3.1	9	Mureș	498335	2.9	9	Bihor	100679	2.8
10	Mureș	635304	3.1	10	Suceava	460985	2.7	10	Arad	91737	2.6
11	Suceava	535078	2.6	11	Timiș	441770	2.6	11	Argeș	83214	2.3
12	Sibiu	530100	2.6	12	Covasna	402192	2.4	12	Suceava	74093	2.1
13	Covasna	429028	2.1	13	Sibiu	372471	2.2	13	Harghita	55366	1.5
14	Iași	372147	1.8	14	Ialomița	325522	1.9	14	Giurgiu	54715	1.5
15	Arad	353767	1.7	15	Iași	321562	1.9	15	Iași	50585	1.4
16	Argeș	348637	1.7	16	Bacău	302382	1.8	16	Ilfov	46373	1.3
17	Neamț	336978	1.6	17	Neamț	291780	1.7	17	Neamț	45198	1.3
18	Bacău	331865	1.6	18	Brăila	266108	1.6	18	Maramureș	38828	1.1
19	Ialomița	331604	1.6	19	Argeș	265423	1.6	19	Tulcea	33610	0.9
20	Brăila	297680	1.4	20	Arad	262030	1.5	20	Galați	31724	0.9
21	Hunedoara	293247	1.4	21	Hunedoara	261661	1.5	21	Hunedoara	31586	0.9
22	Harghita	273868	1.3	22	Dâmbovița	247030	1.5	22	Brăila	31572	0.9
23	Dâmbovița	267889	1.3	23	Bistrița-Năsăud	229804	1.4	23	Bacău	29483	0.8
24	Bistrița-Năsăud	253267	1.2	24	Harghita	218502	1.3	24	Covasna	26836	0.7
25	Maramureș	228998	1.1	25	Maramureș	190170	1.1	25	Satu Mare	25551	0.7
26	Buzău	182862	0.9	26	Buzău	169440	1.0	26	Bistrița-Năsăud	23463	0.7
27	Ilfov	158266	0.8	27	Satu Mare	125882	0.7	27	Olt	22648	0.6

28	Satu Mare	151433	0.7	28	Mehedinți	120764	0.7	28	Dâmbovița	20859	0.6
29	Tulcea	146733	0.7	29	Tulcea	113123	0.7	29	Alba	19724	0.5
30	Mehedinți	134875	0.7	30	Ilfov	111893	0.7	30	Dolj	16466	0.5
31	Galați	130745	0.6	31	Dolj	109060	0.6	31	Mehedinți	14111	0.4
32	Dolj	125526	0.6	32	Galați	99021	0.6	32	Buzău	13422	0.4
33	Alba	117665	0.6	33	Alba	97941	0.6	33	Caraș-Severin	13087	0.4
34	Gorj	105492	0.5	34	Gorj	96076	0.6	34	Călărași	12936	0.4
35	Giurgiu	80740	0.4	35	Vrancea	60685	0.4	35	Gorj	9416	0.3
36	Vrancea	66769	0.3	36	Vaslui	52930	0.3	36	Botoșani	7726	0.2
37	Vaslui	58551	0.3	37	Botoșani	49560	0.3	37	Vâlcea	7703	0.2
38	Botoșani	57286	0.3	38	Sălaj	47357	0.3	38	Sălaj	6856	0.2
39	Sălaj	54213	0.3	39	Călărași	39184	0.2	39	Vrancea	6084	0.2
40	Călărași	52120	0.3	40	Teleorman	29376	0.2	40	Ialomița	6082	0.2
41	Olt	49915	0.2	41	Olt	27267	0.2	41	Vaslui	5621	0.2
42	Teleorman	31965	0.2	42	Giurgiu	26025	0.2	42	Teleorman	2589	0.1

Sursă: redactare după datele INSSE, Tempo-Online Data Series, www.insse.ro (20.12.2008)

II. 2. Tendințe ale ofertei turistice în județul Harghita

II.2.1. Atracții și resurse, problemele managementului

Valoarea unui areal este influențată în mare măsură de imaginea acestuia. Imaginea ei este determinată de aspectul acestuia, dar și de impresia pe care o lasă pentru toți cei care intră în contact cu aceasta. Vizitabilitatea unui areal este influențată în mod direct de resursele existente, care definesc și atracțiile. Resursele se identifică atât în cadrul natural, cât și în cel antropizat, reprezentând punctele de atracție a arealului. De la resurse ajungem la atracții prin mediatizare, adică prezentarea resurselor pentru a atrage vizitatori.

Atracțiile reprezintă totalitatea acelor factori, care influențează decizia publicului de a depune efortul necesar deplasării până la locul respectiv, sau de a le motiva pentru cercetare și găsim de informații despre ea. Valoarea atracției crește cu popularitatea ei și cu vizitarea acestuia, atât în plan fizic cât și în plan virtual.

Atracția este cuantificabilă, se poate exprima valoric. Valoarea ei exprimă forța de atracție turistică a arealului. În cazul nostru suprafața observată este cea a unui teritoriu administrativ: județul Harghita. Atracțiile județului sunt definite de totalitatea acelor resurse și servicii care atrag turiștii în această zonă sau le oprește chiar și în tranzit, pentru a beneficia de experiențele sau serviciile locale.

Fiind bine cunoscut faptul ca e-turismul devine o metodă din ce în ce mai utilizată, și aceasta trebuie să fie tratată ca formă de vizitare. Atracțiile se bazează în totalitate pe resurse, care se pot clasifica după origine în două mari clase: *resurse turistice naturale* și *resurse turistice antropice*.

II.2.1.1. Resurse turistice naturale

”Ansamblul condițiilor naturale formează suportul material al tuturor activităților turistice, așa când însușirile sale au valențe estetice deosebite, care declanșează fluxuri turistice.” (Cocean, P. *Geografia generală a turismului*, 2002). Diversitatea formelor naturale, aspectul estetic al acestora, devin atracții turistice, și intră în circuitul economic a cadrului natural prin activitatea turistică. Majoritatea vizitatorilor doresc să admire un peisaj sau element a acestuia din natură nemodificat, sau cu cele mai mici și ne semnificative modificări din partea omului. Dar pentru

ca unele resurse turistice naturale să fie admirabile sau vizitabile (vezi chei, munți, defilee, peșteri, rezervații, etc), omul trebuia să amenajeze terenul până acolo, deci trebuia să construiască căi de acces, puncte de odihnă sau de deservire, adică trebuia să aducă modificări în peisajul existent, care poate au dus la schimbarea aspectului peisagistic. Dar aceste modificări trebuie minimalizate, pentru asigurarea unui stadiu de echilibru, care să protejeze și să asigure existența acestor elemente pentru generațiile ulterioare.

Principalele categorii de resurse naturale importante activităților turistice sunt: *relieful, hidrografia, climatul și biodiversitatea.*

1.1. Resursele atractive ale reliefului:

Relieful constituie cea mai bogată resursă atractivă, acesta fiind scheletul oricărei atracții peisagistice, fiind factor determinant și al personalității umane nu numai a activității acestuia. Potențialul resurselor oferite de varietatea formelor de relief, aspectul acestora, valoarea lor peisagistică domină clar structurile turistice prin morfologie, litologie, tectonică, precum și prin relația lui cu factorii moderatorii. De asemenea acestea sunt în coevoluție și susținere reciprocă cu celelalte aspecte ale cadrului natural, ca hidrografia, climatul și vegetația. Influențele sunt reciproce, atractivitatea reliefului este îmbogățită prin aportul acestora. În cazul nostru potențialul natural este direct influențat de varietatea largă a formelor de relief, acestea având o personalitate distinctă, fiecare contribuind la diversificarea paletii atractive prin impact peisagistic pornind de la macro-forme până la microforme de relief.

Formele complexe ale reliefului, asocierea lor într-un cadru restrâns duc la sporirea atractivității, astfel crește valoarea lor ca resurse. Dintre aceste forme menționăm: abrupturi, creste, pasuri, chei, defilee, canioane, cascade, cratere și conuri vulcanice, văi, doline, ponoare, ravene, peșteri, meandre, etc. Din peisajele rezultate din asocierea unor astfel de forme analizăm potențialul turistic al reliefului glaciatic, vulcanic, pe calcare și pe sare.

- potențialul turistic al reliefului glaciatic

Este unul spectaculos, cu potențial ridicat peisagistic, este strict legată de structură, de litologie, tectonică precum și relația lui cu factorii modelatori. În regiunile montane contrastul dintre forme - în funcție de condițiile amintite anterior - regăsim marea varietate de forme, care contribuie cu o personalitate aparte la diversificarea paletii atractive cu valențe peisagistice. Potențialul reliefului glaciatic este rezultatul acțiunii ghețarilor cuaternari, mai ales din ultimele

două mari perioade glaciare (Riss, Würm), care au acționat prin intermediul ghețarilor de circ și vale în regiunile cele mai înalte a Carpaților. Aspectul peisajului rezultat se datorează eroziunii ghețarilor, varietatea peisajului fiind dat de diversitatea litologică, care au fost afectate în postglaciar de procese de eroziune intense.

Cele mai spectaculoase forme de relief rezultate sunt *vârfurile*, adesea de formă piramidală, cu altitudini peste 2,000 metri. În județul Harghita doar un singur masiv depășește această altitudine, Munții Călimani, ai căror vârfuri au rămas deasupra ghețarilor de circ. *Crestele alpine*, care sunt rezultatul acțiunii proceselor de eroziune a ghețarilor din pleistocen, ce s-au manifestat pe ambii versanți a culmilor, rezultând astfel spinări înguste, puternic fragmentate ulterior. Componentele cele mai spectaculoase fiind crestele foarte înguste în formă de lame (custuri). Din crestele principale se desprind creste secundare, sub influența ghețarilor de cuib. *Circurile glaciare* sunt forme morfologice de bază a peisajului glaciar, care se remarcă prin complexitate și vastitate. Peisajul fiind caracterizat prin abrupturi pronunțate care delimitează crestele, dar pe versanți în sistemele complexe se mai regăsesc în locul circuri glaciare de cuib, care și acum pot adăposti lacuri mici glaciare. La baza lor găsim o masă mare de acumulări de grohotiș, înaintea de care mai putem găsi și *lacuri glaciare*.

Aspectul deosebit al peisajului din partea nordică a județului este dat de diversitatea oferită de culmile Munților Călimani, deși acestea sunt de origine vulcanică, înălțimea lor nu le-a exclus de sub modelarea glaciară, care ulterior a fost afectată de alte procese de eroziune superficială, dar totuși prezintă urmele glaciațiunii. Reliefurile deși nu este una specifică glaciației, asta datorându-se și substratului, aici se mai găsesc urmele ei prin abrupturi pronunțate, prezența circurilor glaciare, aspectul văilor deși s-a modificat din cauza denudării, s-a mai păstrat un lac glaciar de sub Vârful Reșiș, lacul glaciar Iezer, și se mai găsesc dar puține morene de fund și terminale, risipite prin văile existente.

- potențialul turistic al reliefului vulcanic

În urma erupțiilor vulcanice din neogen a rezultat un relief spectaculos, modelat de factorii exogeni. Spectaculozitatea reliefului este dat de prezența craterelor, calderelor, care s-au păstrat în mare, fiind puse în evidență de aliniamente circulare de vârfuri înalte. Aici remarcăm caldera Călimanilor, cu un diametru de 10 km, marcată de vârfurile: Pietrele Roșii, Tămău, Rășiș, Voievodeasa, Călimani Izvor și Călimani Cerbu. (Nicolae Ciangă, 2001). Aspectul peisajului este una a unui amfiteatru imens deschis către nord de către Valea Hăita. Pe marginea

vechiului crater agenții exogeni pe substratul existent au modelat pereți verticali formând pe alocuri coloane grupate.

Continuarea segmentului vulcanic la sud de cursul Mureșului, prin Munții Gurghiu și Harghita. În partea nordică regăsim cratere clar conturate, fragmentate de mari dimensiuni, puse în evidență de aliniamente circulare de vârfuri înalte, martori a craterelor inițiale. Masivele Fâncel-Bătrâna cu caldera, având diametrul de 13 km, este parțial conservată. Aceștia se continuă în masivul Saca, cu un crater bine păstrat, apoi masivul Șoimuș și Ciumani. Craterelor acestor doi vulcani au fost străpunse de cursurile unor râuri prin eroziune regresivă, care au săpat în interiorul lor văi adânci, cu abrupturi pronunțate, cu o mare energie a reliefului.

În munții Harghita se remarcă o succesiune de zece conuri vulcanice, pe direcția nord-sud. Dintre acestea cel mai impresionant ar fi conul Harghita, măsurând peste 1,800 metri, fiind drenat de Valea Vârghișului; apoi conul Luci în a cărei calderă s-a format un tinov cu același nume. În extremitatea sud-estică a Munților Harghita se găsește masivul Ciomatu Mare, având două cratere gemene, în unul din ele se găsește unicul lac vulcanic din România, Lacul Sfânta Ana. Acest crater este una dintre cele mai bine păstrate cratere din țară. În imediata vecinătate se găsește craterul geamăn al masivului, în care găsim tinovul Mohoș.

În partea vestică a conurilor vulcanice regăsim *platourile vulcanice*, care coboară în trepte spre Depresiunea Transilvaniei. Aceștia capătă extensii destul de mari mai ales în vestul Munților Giurgeu și Harghita. Văile se adâncesc treptat în piroclastite, formând mici depresiuni precum Chirui sau Căpâlnița în platoul vulcanic al Harghitei, unde au ajuns la suprafață și importante zăcăminte de ape minerale. (Ciangă N., 2001)

- potențialul turistic al reliefului pe calcare

Aceasta reprezintă una din elementele potențiale majore ale reliefului, prin marea varietate de forme rezultate a unui puternic proces de eroziune diferențiată, corelată cu un puternic tectonism pronunțat, precum și acțiunea chimică a apelor încărcate cu CO₂ asupra calcarelor.

Acest tip de relief se impune în peisajul montan prin varietatea formelor, precum și marea lor concentrate pe o suprafață mică, aici menționăm văi adânci, cu pereți verticali, cu multe forme ciudate, spectaculoase, cu surplombe și cascade, etc. În părțile înalte s-au format platouri structurale de mari extensii, iar în cadrul cărora apar forme individuale bine definite ca Piatra Singuratică, Vf. Ecem, care încântă pe toți cei care trec pe acolo. Deși cu o extensie relativ redusă, Munții Hășmașu Mare (Curmăturii) oferă o notă aparte a atractivității județului.

În urma diversității aspectului morfologic și a tectonismului, care a afectat acest masiv, șlefuit de acțiunea de erodare a apelor s-au format *văile în chei*; aici menționăm potențialul Cheii

Bicazului, Bicăjelului și afluenților acestora. Aceștia oferă o imagine a unui peisaj unic, cu o impresie unică pentru toate categoriile de turiști. Lung de 7.5 km, și împreună cu văile tributare Pr. Sugău, Pr. Oilor, Pr. Suhard, Pr. Cupaș, Lapoș, Licoș sculptează în masivele calcaroase văi înguste, în profilul lor longitudinal apărând discontinuități cu rupturi de pantă, pereți abrupti de câteva sute de metri, cu stânci înalte (Piatra Altarului, Pridvorul, Turnul Negru, Piatra Bardoș, Santinela, etc) și numeroase surplombe. Rupturile de pantă se manifestă sub forma unor repezișuri și cascade, ce îmbogățesc aspectul peisagistic. Aici pachetele rezistente de calcare alternate cu roci mai friabile provoacă apariția cascadelor, care individual sau în trepte pot depăși zeci de metri. La aceste elemente se mai adaugă și formele negative de relief. Dintre acestea amintim *dolinele și asociațiile de doline*, care se dezvoltă exclusiv pe platourile calcaroase, se prezintă sub forma unor microdepresiuni și *avenele*, forme spectaculoase, ca niște pâlnii adevărate, în care apa superficială dispare în sisteme subterane.

Pe lângă toate aceste elemente de *exocarst*, elementele endocarstului sunt reprezentate prin forme subterane, peșteri, care în această zonă a țării apar ca niște cavități subterane, rareori depășind câteva sute de metri. Peșterile ca potențial turistic reprezintă una dintre cele mai spectaculoase resurse de atracție, bazându-se pe elemente surpriză și fascinand publicul vizitator, stârnind imaginația acestora cu bogăția de speleoteme ca: stalactite, stalagmite, coloane, draperii, curgeri parietale, guru-ri, etc. Numărul lor nu este ne semnificativ, dintre ele mai cunoscute fiind Peștera Pârâul Șugău și Peștera Munticelu de pe valea pârâului Șugău, bine amenajate și întreținute; Peștera Flacăra și Peștera Gura Bardoșului de pe Valea Bardoșului. Celelalte peșteri sunt de dimensiuni mai mici, dar au impact pozitiv asupra aspectului peisajului.

Pe lângă speleoteme aceste forme endocarstice mai pot adăposti și *ghețari fosili*, la baza unor hornuri deschise sau alte elemente ca vestigii paleontologice. Aici menționăm descoperirea unor scheleți de urși de peșteră (*Ursus speleus*) sau alte mamifere de mici dimensiuni descoperite în Peștera Șugău.

- potențialul turistic al văilor și defileelor

Rețeaua hidrografică majoră a arealului Carpat, în funcție de neotectonica locală, în strânsă legătură cu structura geologică a munților au determinat forma și aspectul peisajului actual. Trecerea apelor prin diferitele roci de duritate diferențiată au dus la formarea unor tronsoane variate, spectaculoase, cu fizionomii complexe, prezentând atât sectoare înguste de chei și

defilee cât și porțiuni largi, netede, formând depresiuni intramontane, vezi depresiunea Giurgeului, Ciucului Superior, Bilborului, Borsec, Ghimeș și Plăieși.

Cheile reprezintă sectoarele de văi înguste, puternic adâncite, cu lungimi variabile. Sunt reprezentative pe structuri calcaroase și mai puțin pe alte structuri cristaline, vulcanice sau metamorfice. Caracteristicile principale ar fi lățimea mică (de doar câteva zeci de metri), versanți abrupti, deseori surplombați cu marmite laterale suspendate. Acestea s-au format pe structuri monoclinale sau cutate. În cazul de față, cheile pot fi rezultatul prăbușirii unor tavane, și astfel sectoare de râuri subterane ajung să fie deschise, oferind acces și la alte structuri cum ar fi sorburi, peșteri, avene, sifoane. Dar în aceste sectoare pot apărea și poduri naturale. Una foarte frumoasă din defileul de la Tușnad a fost distrus din cauza construcției unei hidrocentrale în anii 70.

Dar cel mai impresionant reprezentant al cheilor sunt Cheile Bicazului și Lacul Roșu, pe o lungime de 8 km, practic cel mai cunoscut din țară, aflat pe un traseu transcarpatic modernizat, deci foarte accesibil. Au sectoare de maximă îngustare în sectorul Gâtul Iadului, unde pot fi întâlnite pereți abrupti de 300-350 metri, cu sectoare frecvente de surplombe, marmite suspendate. Aici găsim nenumărate trasee alpine peste dragul 6A care atrag alpiniști de peste tot din țară și străinătate (Santinela de la Gâtul Iadului, Traseul 23 August, Traseul Pintenilor, Traseul din Turnul de Fildeș, Fisura Artei, Fisura Surducului Mare, etc). În această zonă și afluenții Bicazului, trec prin aceeași masă calcaroasă generând un relief spectaculos și la fel de impresionant, cu îngustări de 4-5 metri dar pereți verticali de 400 metri (aici menționez și Cheile Bicăjelului, Lapoșului, Licașului, Șugăului, etc).

Sectoarele de *defilee* sunt rezultatul acțiunii rețelei hidrografice majore, componente a marilor văi transversale, având trăsături morfologice complexe. Sunt puternic adâncite și se desfășoară pe lungimi mai mari. În aceste sectoare putem găsi și îngustări până la nivelul cheilor, după care urmează și sectoare de bazinete mici de origine tectono-erozivă sau eripogenetică. Așa pe Oltul Superior la ieșirea din Depresiunea Ciucului Superior, Oltul taie Defileul de la Tușnad lung de 5 km, în masivele andezitice Pilișca și Ciomatu Mare. Prezența celor două masive a defileului, a zăcămintelor hidro-carbo-gazoase termale cu efect curativ a dus la formarea multor stațiuni de aici, dintre care aș menționa Băile Tușnad, de interes național.

Văile principale ale județului, după importanța turistică ar fi Valea Mureșului și Oltului, largi și netede, formând cele două depresiuni menționate anterior. Dar apar și alte văi de importanță majoră cum ar fi Valea Târnavei Mici și Târnavei Mari, Valea Corundului, Bistricioarei de la Bilbor, Cașin, Ditrău, etc. De-a lungul acestor văi se desfășoară accesul în județ, sunt trasate căile de comunicație și de transport majore (atât feroviar, rutier cât și mai nou și aerian,

existând un aeroport de agrement la Remetea). Importanța lor este atât națională cât și locală. Starea și prezența lor sporesc accesul în zonele mai îndepărtate de arterele majore de circulație.

- potențialul reliefului carstic pe sare

Relieful carstic pe sare este foarte variat, dat fiind faptul că este una dintre cele mai solubile roci, oferind formațiuni variate, spectaculoase, însă durata formelor sculptate prin dizolvare este scurtă. Se formează forme carstohaline, precum lapiezuri, doline, nișe, avene, poduri, arcade sau chiar peșteri.

Defileul de sare și muntele de sare de la Praid este un diapir de dimensiuni impresionante, având rădăcina la circa 3 km adâncime, iar diametrul de 1.8 km o face deosebită. Este o rezervație geologică, unde pârâul Corund, care traversează defileul de sare, sculptează forme specifice. Aici sarea fiind la suprafață, apa meteorică sculptează forme unice, cu impresii de șiroiri, cu izvoare sărate. Zona este bine aranjată, cu traseu amenajat. Lângă formele naturale mai găsim și resturile exploatărilor superficiale, sau flori și cristale de sare, grote etc. Spectaculozitatea acestui peisaj nu trebuie neglijată sau umbrită de prezența în subteran a minei și salinei de la Praid, care se află în același munte.

1.2. potențialul climatic și bioclimatic:

Clima și elementele componente, influențați de poziția geografică și de configurația majoră a reliefului (munte, deal, câmpie), precum și detaliile morfologice (ca expoziția versanților, înclinarea, forma acestora) împreună cu învelișul vegetal (vegetația și fauna) influențează detaliile climatice din această zonă, care la rândul ei influențează organismul (starea de sănătate) și implicit și buna dispoziție a turiștilor. Factorii climatici cu impact bioclimatic sunt: temperatura, precipitațiile, umiditatea, vânturile, durata de strălucire a soarelui, compoziția atmosferei, radiațiile solare, etc. Aceste elemente determină principalele caracteristici atractive a unei regiuni sau chiar stațiuni turistice, definind preabilitatea acestora la cură, forme de terapie climatică, activități de recreere, sporturi de sezon, etc. Terapia climatică este determinată de trei factori principali: factorul termic, dinamic (vântul) și hidric (umezeala aerului) (Niangă N., 2001).

- indici bioclimatici

Una dintre cele mai utilizate metode de tratament este aeroterapia, dar pentru ca aceasta să aibă un efect sporit asupra organismului, anumite condiții trebuie să fie potrivite ca factorul termic precum aeroionizarea. Factorul termic este determinat de temperatura echivalent efectivă, TEE, care dă organismului o senzație termică, sub influența simultană a umidității și mișcării aerului (Teodoreanu Elena, 1984).

Indicele de confort termic, bazată pe relația dintre temperatura aerului, umezeala, vânt ne arată că senzația de confort termic se realizează, când organismul uman nu pierde și nici nu primește căldură. Acest lucru este posibil între anumite limite de temperatură efectiv resimțită de om în condițiile încălzirii aerului, încărcării cu vapori de apă și curenților de aer (temperatura echivalent efectivă). Dacă TEE se situează între 16,8 și 20,6°C se poate vorbi de confort termic, sub valoarea de 16,8°C de inconfort termic prin răcire, iar peste 20,6°C de inconfort termic prin încălzire. Umezeala cu valori mai ridicate contribuie la inconfort prin răcire la temperaturi scăzute, și inconfort prin încălzire la temperaturi ridicate, în cazul curenților de aer, însă, inconfortul prin încălzire la temperaturi ridicate este redusă, tinzând să realizeze starea de confort termic. (Ciangă N., 2001). Numărul de zile de confort termic determină în mare măsură majoritatea activităților turistice, perioada lor de maxim potențial, astfel definind și perioada de maximă utilizabilitate. Astfel zilele de confort termic apar în zona de munte între luna iunie – septembrie, până la 1500 metri altitudine. În zonele de deal și depresiuni submontane numărul lor crește, precum și perioada lor, extinzându-se între lunile aprilie – început de octombrie.

Băile de aer (aeroterapia) utilizate în stațiunile balneoclimatice pot fi de mai multe feluri, în funcție de condițiile termice efective, după acțiunea aerodinamică și condițiile higrometrice: reci, moderat reci, răcoroase, indiferente, calde, foarte calde (cele din urmă mai puțin utilizabile în condițiile mediului montan / submontan), statice, slab dinamice, medii dinamice, puternic dinamice, respectiv uscate, moderat uscate, umede, puternic umede. Desigur aceste procedee se aplică în mod individualizat luând în seamă starea de sănătate, respectiv indicațiile și contraindicațiile terapeutice pentru persoanele supuse acestora. Se iau în calcul, deci, *stresul cutanat*, care se resimte la nivelul pielii, apelând la mecanismele de termoreglare a organismului. Astfel vara, în condiții de temperatură ridicată se declanșează termoliza, prin care organismul uman reduce posibilitatea de încălzire a corpului prin eliminare de apă (transpirație). Astfel acest tip de stres este hipotonic. Iarna fenomenul apare prin solicitarea termogenezei, unde pentru evitarea pierderii de căldură prin frisoane, provocând stresul climatic hipertonic. Astfel din punct de vedere biologic, frigul și mișcarea au efect excitant, solicitând termogeneza, ca urmare funcțiile vitale ale organismului sunt stimulate, în contrast cu perioadele mai calde, vara

când stresul hipotonic provoacă contrariul, adică are efect sedativ și deprimant. Apoi *stresul pulmonar*, care se bazează pe schimbul respiratoriu, adică prin absorbția de oxigen și eliminare de bioxid de carbon. Acesta este direct influențată de umezeala aerului care dacă este ridicată poate provoca iritarea mucoasei căilor respiratorii, provocând disconfort hidratant (mai ales vara); iar în absența vaporilor de apă, acesta poate duce la inconfort deshidratant (mai ales iarna). Indicii specifici, utilizați în cuantificarea celor două tipuri de *stres bioclimatic*, conferă condițiilor meteo-climatice caracter de hipotonicitate, relaxante sau hipertonicitate, respectiv caractere deshidratante, echilibrate sau hidratante. Aceste caracteristici variază odată cu schimbarea parametrilor, în conformitate cu schimbarea mediului geografic, precum și cu evoluția stării vremii din locul respectiv. Solicitarea globală a climatului asupra organismului este redată de *stresul bioclimatic total*, rezultat din însumarea stresurilor cutanate și pulmonare. Cu cât valoarea ei este mai mică, cu atât este regiunea mai relaxantă.

Indicele climato-turistic este un alt indicator bioclimatic calculat pentru România de Fărcaș I. și colaboratori (1968, 1970), utilizând formula propusă de Klausse R. și Gerault A.; $I = (S+T-5D)/5$ (unde I = indice climato-turistic; S = durata de strălucire a soarelui în ore; T = temperatura medie; D = durata precipitațiilor din timpul zilei în ore, dacă se ia în calcul că o oră de ploaie echivalează cu 5 ore de soare). Conform acestui indicator, intervalul favorabil turismului în regiunile montane este iulie – septembrie, perioada asta crescând cum ajungem în regiunile depresionare sau extra-carpătice din vestul județului.

Nu trebuie neglijată nici *aeroionizarea* ca factor fizioterapeutic prin predominanța ionilor pozitivi sau negativi din atmosferă. Cunoașterea acestora în cadrul stațiilor turistice poate duce la definirea condițiilor optime de viață. Oxigenul ca cel mai important element ionizant din atmosferă, în condițiile unui agent ionizant are tendința de a forma ioni la nivel de atomi și molecule. Printre agenții ionizanți amintim emanațiile radioactive ale solului (cel mai important aici fiind radonul), apoi radiația cosmică (radiațiile ultraviolete și radiațiile X), sau putem aminti și agenți ionizanți secundari ca erupțiile vulcanice, furtuni de praf, viscole, descărcări electrice sau reacțiile chimice ale unor produse industriale.

Prezența ionilor negativi în stațiile montane influențează pozitiv evoluția unor afecțiuni precum astmul bronșic, reumatismul, hipertensiunea, nevroza sau surmenajul. Cele mai multe stațiuni au valori ale concentrării ionilor de 1400 ioni/cm³. Așa la Borsec se constată o ionizare negativă, iar în cazul Băilor Tușnad de unipolaritate-egalitate, ca pondere între cele două categorii de ioni. S-a constatat o corelație inversă între umezeala aerului și intensitatea ionilor, precum și un raport direct proporțional cu creșterea vitezei vântului.

- climato-terapie

Clima și componentele ei pot deveni mijloace terapeutice prin care se urmărește ameliorarea stării de sănătate a organismului uman. Această formă de terapie se poate aplica în două condiții: în cazul *meteoroterapiei* și *climatoterapiei*. Prima este mai puțin solicitantă pentru organism, care se desfășoară în condițiile mediului de viață din localitate. Persoanele afectate se adaptează ușor la condițiile climatice similare, cu care au fost deja obișnuiți. Climatoterapia se aplică în medii și climate diferite ca cele de proveniență pentru stimularea sau diminuarea activității neuro-endocrin-vegetative. Locul climatoterapiei este redată de două categorii de tratament care implică mediul intern (organismul uman) și adaptarea acestuia la mediul climatic (mediul extern). Legat de mediul intern trebuie să menționăm faptul că organismul uman are proprietatea de a-și menține temperatura internă și concentrația de oxigen din sânge, chiar și în condiții de variații de temperatură, umiditate, intensitatea radiației solare sau presiunii atmosferice. Climatoterapia urmărește readaptarea organismului la mediul climatic prin schimbarea valorilor elementelor componente. În cazul pierderii capacității de răspuns adecvat la variațiile climatice apare sindromul de domesticăție. Prin urmare climatoterapia poate duce la readaptarea omului la mediul său natural îmbunătățind starea de spirit și de sănătate a acestuia.

- efectul biologic al climei

Efectele biologice ale climei în cadrul stațiilor turistice precum și în zonele de reședință pot fi estimate prin analiza grupului de factori climatici, care se implică în sistemele și funcțiile organice.

Complexul de factori climatici cu acțiune termică acționează asupra organismului uman prin temperatură, umezeală, intensitatea circulației aerului, radiația solară termică. Starea termică a aerului influențează receptorii termici cutanați.

Complexul de factori climatici cu acțiune biologică, fotochimică și imunologică în cadrul cărora sunt cuprinse radiația luminoasă și ultravioletă. Radiația luminoasă stimulează funcțional hipofiza, tiroida, precum și activitatea glandelor genitale. Expunerea la radiațiile ultraviolete, cuprinse între 3200 și 4000 Å, mai ales dimineața între orele 9 - 9³⁰, pentru 40 – 60 minute, a organismului, timp de 10 -15 zile, sau o mare parte a suprafeței pielii provoacă modificări biologice ca eritemul și pigmentarea. Razele UV în general contribuie la formarea provitaminei D₂, care se formează în stratele superficiale ale pielii, este utilizat de organism

pentru asimilarea calciului. Tot cu expunerea la radiații UV mai crește și concentrația de anticorpi în sânge, scăderea valorii tensiunii arteriene, vasodilatația cutanată și creșterea cantității de suc gastric. În cazul supraexpunerii efectele devin contrare.

Complexul de factori hipobarici acționează cu scăderea presiunii atmosferice cu creșterea altitudinii, care contribuie la scăderea parțială a oxigenului din aer. Organismul este obligat să caute astfel posibilități de alimentare optimă cu oxigen a corpului. Climatoterapia în mare parte se aplică în general până la 2,000 metri altitudine, acestuia corespunzând în general o presiune atmosferică de 674 mmHg și o presiune atmosferică a oxigenului de 184 mm. Astfel factorii hipobarici contribuie la congestia mucoaselor alveolare, creșterea vitezei de circulație a sângelui, creșterea frecvenței de contracție a inimii, creșterea hematiilor din sânge tonificând organismul.

Complexul meteorologic al electricității și a aerosolilor se găsesc cam la toate treptele morfologice și au efect decongestionant asupra căilor respiratorii. La stațiunile turistice montane găsim aerosoli rășinoși (terpenici) caracteristice pădurilor de conifere, precum și în regiunea Praid – Corund și aerosoli iodurați și sărați.

Aici menționez efectul complex al *microclimatelor de salină și peșteri*, unde tratamentele cu aerosoli iodurați, precum și temperatura constantă sunt benefice pentru tratarea astmului bronșic, a bronșitelor acute sau a afecțiunilor asupra mucoasei căilor respiratorii.

- potențialul bioclimatic al stațiunilor turistice din județul Harghita

”Stațiunile balneo-turistice din județul Harghita se diferențiază și în funcție de condițiile bioclimatice. În determinarea acestora un rol de seamă are dispunerea lor după altitudine, precum și așezarea lor topografică cu influențe asupra particularităților topoclimatice. Inexistența unor stații meteorologice în cadrul stațiunilor nu ne permite aprecierea exactă a valorilor parametrilor climatici și bioclimatici. Se pot elabora doar câteva enunțuri generalizate în acest sens.

Stațiunile la care ne referim sunt cuprinși la altitudini între 500 și 1350m, deci se înscriu într-un bioclimat al munților mici și mijlocii, respectiv de dealuri submontane și depresiuni intra- și submontane. Bioclimatul munților se împarte în cel al formelor pozitive, respectiv negative. Formele pozitive, culmi, platouri, versanți cu expoziții variate au un climat rece, umed, cu nebulozitate accentuată, dar și cu durate relativ mari ai strălucirii soarelui, iar formele negative, depresiunile, văile, culoarele pot avea caractere mai continentale, vara cu insolație puternică, adăpostite de vânturi, în umbra de precipitații, iarna cu frecvente inversiuni termice însoțite de

ceață. Sub 1400m poate fi prezent confortul termic, mai ales în locurile adăpostite și însorite. Biostresul climatic total la Izvorul Mureșului are valori de 43, cel eutanat de 13, iar cel pulmonar de 30, la Lacul Roșu aceste valori sunt 50, 15 respectiv 35. Indicele climato-turistic fiind de 54,0 și 55,0 la cele două stațiuni (Ciangă,N.,1997).

Stațiunea Izvorul Mureșului indicat pentru nevroza astenică, stări de debilitate, surmenaj fizic și intelectual, convalescența cu stare generală bună, hipertiroidie benignă, rahitism și tulburări de creștere la copii, are ca factor natural terapeutic, un bioclimat sedativ, cu nuanțe tonice, de stimulare pentru organism. Situându-se la altitudine de 880 – 900 m, are o temperatură medie anuală de 5°C, în iulie de 15,5°C, în ianuarie -5,5°C. Nebulozitatea anuală este de 6 zecimi, numărul anual de zile cu cer senin 40, cel de zile cu cer acoperit de 130, iar durata de strălucire a soarelui este de 1800 ore/an. Precipitațiile anuale sunt de 700mm, numărul de zile cu precipitații fiind 155, iar cele cu strat de zăpadă de 100, grosimea maximă a acesteia fiind de 25 – 30 cm, în decada a treia din februarie.

Stațiunea Lacul Roșu, cu aceleași indicații, cu bioclimat tonic, stimulent de munte, cu ierni reci și veri răcoroase, se caracterizează prin următoarele parametri climatici: temperatura medie anuală 5°C, iulie 15,5°C, ianuarie -6,5°C, cu aceleași valori de nebulozitate și de cer senin sau acoperit, ca la Izvorul Mureșului, durata strălucirii soarelui fiind 1700 ore / an. Precipitațiile anuale au cantitatea de 750mm, ce cad în jur de 155 zile, stratul de zăpadă, cu aceleași valori ca în cazul precedent persistă timp de 100 zile. Lunile relaxante termic la ambele stațiuni sunt din mai până în octombrie, cele echilibrate fiind mai, septembrie, octombrie, la Lacul Roșu chiar aprilie. Stațiunea Valea Întunecoasă din zona Ghimeș (Valea Troțușului Superior), aflată la o altitudine medie de 800m, poate fi comparată cu Lacul Roșu, având un bioclimat tonic, stimulent, dar cu nuanțe sedative.

La Băile Harghita (1350m) și Sântimbru-Pucioasa indicațiile sunt afecțiunile cardiovasculare și bolile asociate (nevroza astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale), desigur aici bioclimatul tonic, stimulent de munte este completat și de mofete, ape minerale feruginoase, bicarbonatate, carbogazoase.

În zona depresiunilor intramontane stațiunile pot fi comparate, într-o oarecare măsură, cu Băile Tușnad, neomițând faptul că, totuși există diferențe în amplasarea topografică, deoarece Băile Tușnad se găsesc în defileul cu aceeași nume, iar cele la care ne referim (Băile Jigodin, Dănești, Madicia, Remetea, Toplița) sunt situate mai la nord (cu altitudini ce depășesc 650 m, mai ales în depresiunea Gheorgheni), în zone mai deschise, la poalele estice ale Harghitei și Gurghiului, fie pe glacișuri, fie pe terasele Oltului și Mureșului. Aceste stațiuni se pot

caracteriza cu un bioclimat sedativ, de cruțare cu nuanțe de stimulare, iar factorii terapeutici sunt completate și aici cu ape minerale, uneori emanații mofetice.

Spre exemplificare redăm parametri ce caracterizează stațiunea Băile Tușnad.

Având un climat de depresiune intramontan, aceasta are o temperatură medie anuală de 6,5°C, în iulie 17,5°C, ianuarie - 4°C, nebulozitate anuală medie de 6 zecimi, 50 de zile cu cer senin, 120 zile cu cer acoperit, durata de strălucire a soarelui de 1850 ore, cantitatea de precipitații 650mm, numărul de zile cu precipitații 135.75 cu zăpadă. Numărul de zile cu confort termic în iulie, la ora 13, este de 13, cele cu inconfort prin încălzire de 4. Valoarea biostresului cutanat este de 12, luni relaxante fiind aprilie - iulie, septembrie - octombrie. Biostresul pulmonar are valoare medie de 22, luni echilibrate fiind aprilie-mai și septembrie-octombrie, biostresul climatic total fiind de 34.

Dacă stațiunile situate în bazinele de pe văile ce străbat platoul vulcanic al Harghitei (Băile Homorod, Vlăhița, Băile Chirui și Selters) au un bioclimat sedativ, relaxant cu nuanțe tonice, stimulente), cele din zona depresiunilor submontane și intracolinare (Praid, Corund, Odorheiu Secuiesc, Cristuru Secuiesc) au un bioclimat mai mult sedativ, de cruțare.

Băile Homorod are temperaturi medii anuale de 7°C, 17°C în iulie, 4°C, precipitațiile ating 650-700mm, zona fiind sub influența circulației maselor de aer vestice, umede, stratul de zăpadă persistând și aici circa 100 zile. Datorită situației lor în mijlocul pădurilor de conifere (aerosoli terpenici) și abundența apelor minerale carbogazoase, bicarbonatate, clorurato-sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone, stațiunea poate fi recomandată pentru afecțiuni ale tubului digestiv, hepatobiliare, respiratorii (persoane expuse noxelor respiratorii sau frecvente pneumopatii microbiene, virotice) și endocrine, nevroză astenică.

Localitatea Praid (altitudinea de 580 m), înconjurată de dealuri acoperite de foioase, are un climat de depresiune intracolinară, adăpostită, deci un bioclimat relaxant. Aici importanță majoră au două elemente terapeutice: bioclimatul de salină, utilizată cu succes prin speleoterapie în tratamentul afecțiunilor sistemului respirator superior: persoane expuse noxelor respiratorii, pneumopatii microbiene și virotice anterioare, bronșite și traheobronșite cronice, astm bronșic, bronșiectazie. Apele minerale clorurate sodice concentrate, bromiodurate, borice, feruginoase, termale sunt recomandate pentru afecțiuni reumatismale, posttraumatice, cardiovasculare, afecțiuni neurologice periferice. Celelalte stațiuni din zona de dealuri sunt apreciate nu atât pentru proprietăți bioclimatice, ci mai mult pentru cele balneare.

Celălalt aspect al climatului interesant din punctul de vedere al organizării activităților turistice se referă la cantitatea și persistența stratului de zăpadă. Se poate spune, că și din acest punct de

vedere, județul Harghita dispune de un potențial apreciabil. În zonele montane mai înalte, mai ales în cazul versanților nordici, sau cel puțin umbriți de pădurile de rășinoase, acolo, unde și condițiile topografice (denivelări, înclinarea și regularitatea pantelor) permit acest lucru se pot amenaja domenii schiabile. Unele stațiuni climaterice, deja, se pot mândri de începuturi promițătoare. Sunt cunoscute părțile de schi de la Harghita-Băi, cu diferențe de nivel ce depășesc ușor 300m, pornind de la platoul somital, înclinat sub vârful Harghita-Ciceu (1759m), cu expoziție sud-estică, și alte două părți mai modeste din zona Stâncii lui Kossuth (1399m), orientate spre nord, spre versantul drept al pârâului Borviz denivelare între izohipsele 1350 m și 1275 m, respectiv 1250 m. Toate acestea sunt deservite de teleschiuri, fiind schiabile în general timp de patru luni, din decembrie adesea până la mijlocul lunii aprilie.

În stațiunea apreciată mai ales în rândul tinerilor, Izvorul Mureșului, cu durata de persistență a stratului de zăpadă ceva mai redusă (decembrie - sfârșitul lunii martie, uneori, până în prima decadă din aprilie), domeniile schiabile se oferă pe pantele nordice ale culmii nord-harghitene - Greșeș (1121 m) - Răchitiș (1153 m). Există o mică parte dotată cu teleschi chiar în apropierea izvorului turistic al Mureșului, având o denivelare de circa 100 m.

În perimetrul stațiunii Lacul Roșu funcționează, momentan, doar partea de lângă complexul Raza Soarelui, cel care pornește chiar de pe vârful Suhardul Mare (1504 m) are tronsonul de până la cabana Suhard abandonat, iar porțiunea inferioară dintre cabana și vila Bucur (aproape 200 m denivelare). În ciuda existenței unui mijloc de tracțiune pe cablu, nici ea n-a fost întreținută, pajiștea ajungând în stare avansată de degradare.

În ultimii ani s-au mai inaugurat părți de schi foarte moderne, cu echipament de transport pe cablu, iluminat nocturn și dotări de servire a turiștilor, precum și punct de închiriere de echipamente de schi la Toplița (Partia Măgheruș), având o lungime totală de 1450 metri, fiind alcătuit din două părți, una de 1,000 metri mai domol pentru începători, iar alta de 450 metri, de nivel mediu de solicitare pentru avansați.

În anul 2008 s-a inaugurat și noua parte de la Ciumani, care pleacă de la altitudinea de 1129 metri de pe Muntele Amza (1654 m) și ajunge la 838 metri, din 2 porțiuni cu echipament de transport pe cablu. Partea joasă a părții fiind iluminată este propice și schiatului nocturn. Alte părți noi au mai fost amenajate cu echipament de transport pe cablu și de-a lungul drumului peste pasul Bucin, în număr de trei, primul fiind chiar pe pas, iar celelalte două spre Praid. Alte zone, deși nu aparțin stațiunilor luate în studiu, pot fi amintite lângă orașul Gheorgheni (la km 5), pe pasul Pângărați (Bicaz, 1256 m), și nu în ultimul rând marea trambulina de la Valea Strâmbă, re-inaugurată prin mai multe competiții interjudețene, în ianuarie, 2000. Pentru diversificarea ofertei turistice, organizatorii de turism din Băile Tușnad se gândesc la

amenajarea unei pârtii pe versantul nordic al masivului Ciomatu, dar această inițiativă se va ciocni, foarte probabil, de rezistența ecologiștilor ce luptă pentru păstrarea cât mai intactă a rezervației din micro-regiunea Ciomatu Mare.

În afara de schiul alpin, zăpada din zonele mai puțin înclinate ar mai putea fi utilizată și pentru schi fond, pentru ture pe schiuri, precum și plimbări cu sâni cu cai, serviciu oferit mai ales în zonele deservite de turismul rural (zona platoului vulcanic).” (Horváth A., 2000).

1.3. potențialul hidro-geografic

Componentele rețelei hidrografice au un rol stimulent și pot diversifica atractivitatea și diversitatea ofertei turistice în județul Harghita. Fiind o zonă predominant montană, bogăția izvoarelor și a resurselor de apă favorizează nu numai existența omului, dar sporește și atractivitatea zonei, oferind un element de siguranță și confort tuturor activităților de turism. Varietatea tipurilor hidrografice: ape subterane sau superficiale se impun în definirea unor tipuri și forme de turism specifice Harghitei. Resursele hidrominerale au efecte balneare, rețeaua hidrografică se impune prin impactul peisagistic, suprafețele lacustre în funcție de genază, de caracteristicile chimice, fizice ale apei pot avea valoare peisagistică, balneoturistică sau de agrement. Zona se află de-a lungul aureolei mofetice, ca urmare a activităților post-vulcanice, apar o serie de resurse hidro-minerale carbogazoase și chiar hipotermale și mezotermale, ajungând și la hipertermale (apele minerale de la Băile Tușnad ajung la suprafață cu 64°C și o mineralizare impresionantă) cu diferite proprietăți hidrochimice și carbogazoase. Astfel putem afirma de bună dreptate că în județul Harghita există cea mai mare concentrație de zăcăminte hidrominerale din țară, care a favorizat apariția multor stațiuni balneare, balneoclimaterice.

- rețeaua hidrografică

Rețeaua hidrografică a județului Harghita este tributară a trei mari bazine hidrografice a țării: cel al Șiretului, prin Bistricioara, Bicazul și Trotușul; cel al Mureșului prin obârșia acestuia și afluenții săi, ca Târnavele; cel al Oltului, tot prin zona sa de obârșie, precum afluenții săi, Cașinul prin intermediul Râului Negru, respectiv Vârghișul și Homoroadele, ca să amintim numai principalele râuri. Importanța acestora constă în faptul că văile lor, uneori cu un pitoresc deosebit, au dictat evoluția recentă a peisajului, creând nivele de bază locale pentru procesele erozive și acumulative, au contribuit la formarea cascadelor, lacurilor (Lacul Roșu),

mlaștinilor (în depresiunile intramontane) au generat forme carstice (zona Cheilor Bicazului, Borsec, Peștera Șugău) sau carsto-saline (defileul în masivul de sare de la Praid), au creat văi, bazine, terase favorabile amplasării așezărilor omenești, deci și a stațiunilor. (Horváth A., 2000). Prezența lor influențează în mod hotărâtor dezvoltarea, estetica și ambianța atât a orașelor de pe malul lor, dar și a stațiunilor turistice. Abundența resurselor de apă, atât curgătoare, dar și a pânzei freatice și izvoarelor sporesc sentimentul de confort și prospețime. Pot ameliora efectele climei și au impact asupra elementelor biotice deci și asupra organismului uman.

- resursele suprafețelor lacustre

Suprafețele lacustre ale județului Harghita după origine se împart în mai multe categorii în funcție de geneza lor. Așa diferențiem *potențialul lacurilor naturale*. Aici după origine putem menționa *lacuri glaciare* (Lacul Iezer din Munții Călimani, unic în regiune situat la aproximativ 2,000 metri altitudine, sub vârful Reșiș din Munții Călimani).

O altă categorie de lacuri cu potențial turistic ar fi *lacurile de crater*, unde la nivel de țară fiind unicat amintim Lacul Sfânta Ana din craterul Muntelui Ciomatu Mare. Lacul Sfânta Ana, accesibil și pe jos de la Băile Tușnad, este singurul lac de origine vulcanică din Sud-estul Europei, aflat pe fundul unui crater. Procesul de colmatare a lacului, care are vârsta de 9800 de ani, s-a accelerat foarte mult. În ultimii 150 ani adâncimea maximă a lacului a scăzut la jumătate. Lacul, care este alimentat doar cu apă meteorică, are ca dușman primordial omul și activitatea acestuia (turiștii). Lacul are o suprafață de aproximativ 20 ha și o adâncime maximă de 6,3 metri. În 1909, potrivit măsurărilor efectuate de Gellei József, adâncimea maximă a fost de 8,3 metri; în 1971, geologul János Csaba a măsurat 7,2 metri; pe când în 1999, potrivit măsurărilor efectuate de Pál Zoltán, adâncimea maximă a lacului a fost de 6,3 metri. Dacă comparăm rezultatul ultimelor măsurători cu rezultatele măsurătorilor efectuate de Orbán Balázs în 1867, adică 40 de picioare, respectiv 12,5 metri, putem trage concluzia alarmantă că: în 140 ani, adâncimea maximă a apei a scăzut cu șase metri. Suprafața lacului astăzi a scăzut deja sub 20 de ha, datorită apariției turbăriilor la margini. Procesul de turbificare a lacului a început, azi ajungând într-un stadiu mai avansat. Pe viitor lacul poate ajunge într-un stadiu similar cu Mohoșul, tinovul (mlaștina oligotrofă) din craterul geamăn, deschis prin eroziune și drenat de Pârâul Roșu.

Dintre *suprafețele lacustre create prin barare naturală* putem aminti la nivel de țară cel mai reprezentativ exemplu, Lacul Roșu, ea este cea care a atras activitățile turistice, investițiile

pentru crearea infrastructurii de primire a turiștilor din cadrul stațiunii ce s-a creat pe marginea lacului. Format în anul 1837 prin alunecarea unor grohotișuri acumulate pe versantul nord-vestic al muntelui Ghilcoș din Munții Hășmaș și bararea văii la confluența a patru pâraie (Suhard, Licaș, Vereșcheu și Oii), a inundat talvegul văii acoperit cu molidișuri, resturile trunchiurilor conservate prin soluții de carbonat de calciu și siliciu, dau pitorescul inedit al acestei suprafețe lacustre, în care sunt oglindite pereții calcaroși roșiatici ai muntelui Suhardul Mic. Dacă lacul atrage pasionații plimbărilor cu bărci, stâncăriile Hășmașului atât în preajma stațiunii Lacul Roșu, cât și în interiorul Cheilor Bicazului, Bicăjelului și a Lapoșului (Ghilcoș, Făgetul Ciucului, Piatra Poienii, Surducul, Polițele Bardosului, Piatra Altarului, Suhardu Mic) fac posibilă alpinismul la orice grad de dificultate, iar stațiunea în sine și traseele turistice marcate pot atrage orice categorie de turiști. Cascadele de pe pâraiele repezi permit o nouă formă de sport, turism de aventură - canyoningul. Deși mai puțin cunoscut, dar de importanță aparte este prezența în acest areal și al unor *lacuri sărate*, care contribuie esențial la dezvoltarea stațiunii și anume Coștiui (Lacul Roșu, Tăul Fără Fund) (Ciangă N., 2001).

Atractivitatea *lacurilor de origine antropică* sunt importante puncte de interes local sau chiar regional și se încadrează în imaginea spațiului montan. Acestea deși create după anii 1960, au importanță atât economică cât și turistică. Lacurile de acumulare de la Zetea și Frumoasa pot contura noi arii turistice, chiar pot genera dezvoltarea unor noi stațiuni turistice, pornind de la case de vacanță particulare, pensiuni turistice și agroturistice. Tot aici aș mai menționa Lacul Ciucaș din cadrul stațiunii Băile Tușnad. Pentru prima dată, lacul a fost deschis publicului în 1894, din bunăvoința negustorului brașovean, Diamandi Manole, însă primul război mondial a pus capăt perioadei pompoase. Pentru a doua oară, brașoveanul Aronsohn Rudolf, a curățat lacul artificial deja parțial colmatat și plin de vegetație. Lacul deși multă vreme a fost abandonat și neîngrijit, trecând prin mâna a mai multor proprietari, dar cu efortul și sprijinul autorităților locale, un om de afaceri curajos a cumpărat terenul mlăștinos și urât mirositor. Noul proprietar a colonizat pești fitofagi în lacul de 2 ha și 3 metri adâncime, ulterior a curățat cuveta lacului după care l-a reumplut-o. De atunci, Lacul Ciucaș a redevenit mândria localității Băile Tușnad.

Pe lângă aceste suprafețe lacustre mai amintesc doar prezența multor ochiuri de apă mai mici, dezvoltate de-a lungul atât a Oltului, cât și a Mureșului, în bazinele superioare ale Ciucului, până la defileul de la Tușnad pe deoparte și pe culoarul Mureșului formate pe cursul superior al Mureșului în bazinul Giurgeului. Acestea au devenit mlăștinoase, acoperite în mare parte de vegetație hidro și higrofilă, atracția lor o să mai tratăm la capitoul vegetație.

- resurse hidro-minerale și potențialul lor turistic

”Carpații Orientali formează regiunea geografică unică din punct de vedere al concentrării zăcămintelor hidrominerale, al diversității hidrochimice a apelor minerale legate de litologia locală și de asemenea concentrează cel mai mare număr de stațiuni balneoclimaterice, valorificând această resursă naturală.” (Ciangă N., 2001). Județul Harghita este una dintre județele cele mai bogate în varietăți de resurse hidrominerale din țară. Datorită acestui fapt considerăm utilă prezentarea în detaliu a acestei regiuni.

Din analiza detaliată a varietății apelor minerale din regiune, rezultă existența a șapte tipuri hidrochimice de bază: bicarbonatate-carbogazoase, feruginoase, carbonatate, sulfuroase, sulfatate, clorurate și o grupare de câteva tipuri mai puțin numeroase, dar cu valențe terapeutice deosebite (vitriolice, arsenicale, radioactive, termale). Aceste tipuri se detaliază în 32 de subtipuri cu ponderi diferite în cadrul tipului hidrochimic, cât și ca răspândire spațială (Ciangă N., 2001).

Surse sau grupări de surse (cu același hidrochimism), frecvente pentru multe din stațiunile balneoclimaterice, apele minerale pot fi de tipul *bicarbonatat-carbogazos*, rezultat direct al fenomenelor postvulcanice, de emanație a CO₂ și care aparțin tipului hidrochimic dominant, *bicarbonatat-carbogazos*, rezultat direct al fenomenelor postvulcanice, de emanație a CO₂ și care caracterizează aureola mofetică Căliman-Harghita. Prin dizolvarea și a altor substanțe (Ca, Mg, Na, Cl, Fe) rezultă opt subtipuri hidrochimice subsidiare, dintre care patru conținând CO₂, deci cu un caracter carbogazos accentuat. Apoi *apele minerale feruginoase* concentrate în perimetrul aureolei mofetice au șase subtipuri. Acestea menționate până acum reprezintă sursele principale de factori terapeutici utilizați pentru cure interne și externe, dar și ca apă minerală de consum. Apoi *apele sulfuroase* și *sulfatate*, cu ape sulfuroase oligominerale, sulfuroase sărate bicarbonatate și sulfurate calcice magneziene. Mai găsim surse de *ape minerale carbonatate* dar de pondere mai mică.

Alte elemente de interes terapeutic, deci atractiv din punct de vedere turistic sunt *proprietățile elementelor radioactive*, proprietate datorată emanațiilor de radon din substratul vulcanic. Așa se disting izvoare *foarte slab radioactive* (până la 500 pCI, Mădăraș, Dănești, Sâncrăieni, Lueta, Miercurea Ciuc, Toplița, Iacobeni); ape minerale *moderat radioactive* (1000 – 5000 pCI (Borsec – izvorul Pierre Curie); precum izvoare cu *radioactivitate deosebită* (Băile Tușnad) (Ciangă N., 2001).

Pe de altă parte mai trebuie să menționăm arealul zonei de diapir din estul Depresiunii Transilvaniei cu proprietăți similare și stațiuni balneare tradiționale.

De la Bilbor, Borsec până la Băile Tușnad și Iacobeni, de la Cristuru Secuiesc, Odorheiu Secuiesc și Praid până la Valea Întunecoasă, pe tot cuprinsul județului, teritoriul este împânzit de izvoare de ape minerale. Valorificarea acestora s-a realizat doar într-o foarte mică măsură față de posibilitățile de exploatare a resurselor, fie prin îmbuteliere pentru apă de masă (Borsec, Sâncrăieni, Tușnad, Băile Jigodin, precum și Iacobeni), fie în scopuri terapeutice în stațiuni balneo-turistice de importanță locală sau chiar națională (Borsec, Băile Tușnad) prin băi calde și reci, respectiv pe cale bucală.

În ansamblul Carpaților Orientali resursele hidrominerale se concentrează pe trei arii hidrogeologice: aureola mofetică, flișul carpatic și contactul cu zona saliferă subcarpatică, de la depresiuni sub- și intramontane (400-600m) până la altitudinea de 1350m în Munții Harghita (Ciangă, N., 1997). În funcție de repartiția geografică a izvoarelor, geologul Artemiu Pricăjan, în lucrarea apărută în volumul „Factorii terapeutici naturali” (1974), a grupat acestea în șapte grupări:

Gruparea Tulgheș-Bilbor și Borsec-Toplița

Gruparea din Depresiunea Gheorgheni

Gruparea Ciucul Superior și Mijlociu

Gruparea Ciucul Inferior

Gruparea Cașin-Iacobeni

Gruparea Odorhei-Corund-Homorod (vestică)

Gruparea Ciomad-Băile Tușnad.

Aceste arii înglobează ape cu compoziție hidrochimică variată, în funcție de zonele geologice în care sunt cantonate. Zona cristalină găzduiește ape minerale în general bicarbonatice, calcice, magneziene, carbogazoase, uneori sulfuroase, mai ales în bazinul superior al Bistricioarei (Tulgheș, Bilbor, Borsec). Pe liniile de dislocații tectonice, fețele de strat ale formațiunilor grezoase circulă ape bicarbonatice-alkaline, sărate, carbogazoase, uneori sulfuroase, în bazinul superior al Cașinului și latura vestică a Munților Ciucului - Bodoc între Bancu și Balvanioș. Sedimentarul miocen din Bazinul Transilvaniei, în care resursele acumulate din stratele permeabile iau contact cu hidrocarburile gazeiforme și masivele de sare, cuprind ape iodurate, sărate (cu concentrații ridicate), bromurate, chiar cu conținut apreciabil de bor și potasiu (Praid, Odorheiu Secuiesc, etc.).

Andezitele Munților Harghita concentrează ape bicarbonatate, calcice, feruginoase, uneori sulfuroase, bogate în bioxid de carbon (Harghita-Băi, pe latura estică între Sântimbru și

Tușnad). Bicarbonatice, calcice, uneori sărate, feruginoase, carbogazoase sunt și apele cantonate în aglomeratele piroclastice din platoul vulcanic, zona periferică a Harghitei și a masivului Ciomad și Harghita: Căpâlnița, Băile Homorod, Vlăhița, Chirui, Lueta, respectiv Băile Tușnad. Depresiunile intramontane Gheorgheni și cei ai Ciucurilor au apele minerale cantonate în depozitele pliocen-cuaternare cu mari concentrații la Suseni, Ciumani, Remetea, Toplița, apoi Dănești, Mădăraș, Șumuleu-Ciuc, Miercurea-Ciuc, Sâncrăieni, Sânsimion, Cetățuia, Vrabia etc. Acestea au caractere bicarbonatice, feruginoase, carbogazoase.

Impregnarea cu bioxid de carbon a celor mai multe surse de apă minerală se datorează circulației intense a acestui gaz de-a lungul densei rețele de falii tectonice, care afectează fundamentul regiunii. Cele peste 1000 iviri de apă minerală precum și emanațiile uscate mofetice își găsesc apariția după ce liniile locale de dislocații preiau și distribuie gazele în ascensiune de la fracturile și faliile crustale și regionale. În perspectivă sursele de la izvoarele naturale, probabil, pot fi completate cu noi foraje, deoarece se presupune că și în zonele în care lipsesc aceste iviri, poate fi vorba de prezența unor formațiuni structural-petrografice, care închid și barează calea acestor gaze spre suprafață (Pricăjan, A., 1974, p. 17.). Din patrimoniul hidrogeologic foarte bogat al județului foarte puține resurse sunt valorificate pentru scopuri balneare, și acestea mult sub nivelul așteptărilor. Cauza acestui fapt poate fi considerat în gradul scăzut de dezvoltare al economiei în general. Credem, că această criză poate fi soluționată prin adoptarea unor politici regionale de dezvoltare, unor programe de investiții adecvate cerințelor unei economii de piață, printr-o strategie a cărei priorități să se bazeze atât pe interesele comunităților locale, cât și pe o dezvoltare durabilă, luând în considerare normele de protecție a mediului.

În continuare aș remarca câteva caracteristici terapeutice ai principalelor surse de ape minerale cu efecte curative, utilizate și azi:

- Valea Întunecoasă. Ape minerale carbogazoase, bicarbonatate, calcice, magneziene.

Bioclimat tonic, stimulent. Indicații: afecțiuni ale tubului digestiv, hepato-biliare, cardiovasculare;

- Toplița. Ape bicarbonatate, sodice, calcice, magneziene, hipotermale (26°C), slab radioactive.

Indicații: afecțiuni cardiovasculare, ale tubului digestiv și ale ficatului, nevroza astenică, stări de debilitate, surmenaj fizic și intelectual, convalescență în stare general bună;

- Remetea. Ape carbogazoase, feruginoase, bicarbonatate, sodice, magneziene, hipotone

- Madicia (Cârța). Ape carbogazoase;

- Dănești. Ape bicarbonatate, slab sulfatate, calcice, magneziene, carbogazoase, hipotone;

- Miercurea-Ciuc. Ape bicarbonatate, carbogazoase, slab feruginoase, hipotone, hipotermale;
 - Băile Jigodin. Ape carbogazoase, bicarbonatate, calcice. Bioclimat sedativ cu nuanțe de stimulare. Indicații: afecțiuni cardiovasculare, ale tubului digestiv, nevroza astenică;
 - Iacobenii. Ape bicarbonatate, feruginoase, calci ce, magneziene, sodice, carbogazoase, hipotone;
 - Sântimbru-Pucioasa, Ape carbogazoase, bicarbonatate, calcice, magneziene, sodice, slab feruginoase, hipotone. Emanatii mofetice. Bioclimat tonic, stimulent de munte Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroza astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale;
 - Băile Harghita. Ape feruginoase, bicarbonatate, carbogazoase. Mofete. Bioclimat tonic, stimulent de munte. Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroza astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale;
 - Băile Chirui. Ape carbogazoase, feruginoase, clorosodice, magneziene, calcice;
 - Băile Selters. Ape carbogazoase, feruginoase, clorosodice, magneziene, calcice;
 - Vlăhița. Ape carbogazoase, bicarbonatate, clorurate sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone;
 - Băile Homorod. Ape carbogazoase, bicarbonatate, clorurate sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone;
 - Praid. Ape clorurate sodice concentrate, mezotermale și termale. Salină. Bioclimat de cruțare. Indicații: afecțiuni reumatismale degenerative și abarticulare, afecțiuni posttraumatice, neurologice periferice, cardiovasculare, afecțiuni respiratorii (în salină).
 - Corund. Ape bicarbonatate, calcice, magneziene, feruginoase, carbogazoase, hipotone;
 - Băile Seiche (Odorheiu Secuiesc). Ape minerale carbogazoase. Nămol de turbă, mofete, bioclimat de cruțare. Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroză astenică, afecțiuni ale tubului digestiv, hepato-biliare, reumatismale degenerative și abarticulare;
 - Cristuru Secuiesc. Ape minerale clorurate sodice, concentrate. Indicații: afecțiuni reumatismale degenerative și abarticulare.
- Detalii și lista izvoarelor de apă minerală recunoscute și protejate de pe teritoriul județului găsim în anexa nr. 5 a hotărârii de guvern nr. 162/2005, ulterior modificat prin hotărârea nr. 142 din 2006 privind protecția valorilor naturale de pe teritoriul județului Harghita.
- Reprezintă însă un progres în zonă înființarea Drumului Apelor Minerale, care înaintează paralel cu râul Olt, a cărui punct de plecare este de asemenea Miercurea-Ciuc.
- Inaugurarea Drumului Apelor Minerale a avut loc pe 22 aprilie 2004, de Ziua Pământului. Drumul Apelor Minerale are o lungime de 26 km și este primul drum verde (tematic) al României. Acesta urmărește fidel albia râului Olt și se intersectează cu acesta în puncte precum

băile și izvoarele de apă minerală. În pofida acestui fapt totuși sursele de apă minerală nu sunt incluse în competența Direcției Apelor Olt, Secția de Gospodărire a Apelor, Harghita.

1.4. potențialul bio-geografic

Învelișul biogeografic este format din cele două mari componente: vegetația și fauna. Biodiversitatea însă este determinată de celelalte elemente ale cadrului natural, și anume: poziționare geografică (latitudinea, altitudinea), natura reliefului (expoziția versanților), substratul geologic, litologie, elementele climatologice și rețeaua hidrografică. Toate aceste elemente determină apariția în areal și varietatea posibilelor combinații florale și faunistice de pe teritoriul județului.

Ecosistemele peisajelor harghitene reprezintă chintesența influențelor din geosistemul spațiului carpatic. Etajarea elementelor biopedoclimatice este rezultatul dispunerii în trepte a reliefului, a orientării catenelor muntoase, a prezenței depresiunilor intramontane și a zonei de tranziție între lanțul vulcanic și întinsa depresiune a Transilvaniei. Dispunerea altitudinală a teritoriului județului se înscrie între extremele de cca. 350-400m pornind de pe văile aferente Depresiunii Transilvaniei și ușor peste 2000m în Munții Călimani, astfel apar aproape toate tipurile de vegetație caracteristice zonelor învecinate, îmbogățite de elemente rare (endemisme) vegetale și faunistice, făcând această zonă nu numai atractivă, dar și unicat cu elemente atât peisagistice, cât și științifice.

- potențialul vegeto-faunistic al județului Harghita

Pe intervalul altitudinal luat în studiu se succed mai multe etaje de *vegetație*: cel al pădurilor de foioase (nemoral), cu subetajele gorunetelor, goruneto-făgetelor (mai ales în vestul teritoriului) și cel al pădurilor de amestec de fag și rășinoase. Etajul boreal este reprezentat de molidișuri, urmat de cel al etajului vegetației alpine reprezentată de pajiștile alpine situate peste 1800 metri altitudine, situate în nordul județului. Pe lângă zonalitatea altitudinală se remarcă prezența vegetației intrazonale, în funcție de particularități microclimatice și edafice: asociații vegetale ale stâncăriilor și grohotișurilor (Lacul Roșu - Cheile Bicazului, Hășmașu Mare, Cheile Vârghișului), asociații de izvoare și pâraie de munte, de mlaștini oligotrofe (Munții Harghita) sau eutrofe (platoul vulcanic și depresiunile intramontane) uneori împânzite de ape minerale și asociațiile terenurilor sărăturate (masivul de sare de la Praid). Varietatea potențialului

biogeografic, precum și calitatea acestuia reprezintă factorii atractivi nu numai activităților de turism, dar și economice, în funcție de distanța lor de la marile centre urbane. În acest caz, datorită slabei urbanizări a județului, cu orașe peste 50,000 ne-existând în zonă, putem afirma, că suprafața împădurită de exemplu pe cap de locuitor se situează undeva printre primii pe plan național. Acestea favorizează procesele și activitățile turistice.

Rolul turistic al vegetației și faunei este conținut astfel în:

- compoziția asociațiilor vegetale
- prezența unor plante endemice și relict
- prezența unor plante cu modificări teratologice
- dimensiunile și vârsta anumitor plante
- ritmurile evoluției anuale
- efectul de margine și efectul de insulă
- vegetația ca ecotop
- elemente de ordin spiritual legate de existența vegetației. (Cocean P., 1999).

Vegetația alpină se dezvoltă de la limita superioară a pădurilor și până la cele mai înalte vârfuri. Contactul cu pădurile de conifere se realizează printr-un subetaj de tranziție, cel al tufișurilor subalpine, creând specii adaptate condițiilor morfo-climatice. Astfel menționăm aici: jneapănul (*Pinus mugo*), ienupărul (*Juniperus comunis*), afinul (*Vaccinium myrtillus*), rhododendronul (*Rhododendron Kotchi*). La limita superioară se găsesc pajiști alpine cu vegetații ierboase specifice. Învelișul ierbaceu atrage mai ales în perioada mai–iunie prin abundența de culori din perioada înfloririi, sporind efectul imaginii propuse de relieful glaciuar alpin.

Pădurile de molid ocupă teritorii întinse, în Carpații Orientali se dispun într-o bandă lungă de 200 km și lată de 40-80 km. Altitudinal se dispun între 1000-1200m și 1700-1800m, dar datorită frecvenței inversiunilor termice coboară până 750-800m în vetrele depresionare. Molidul este dominant (*Picea abies*) deseori se asociază cu scoruș (*Sorbus aucuparia*), mesteacăn (*Betula pendula*), paltin de munte (*Acer pseudoplatanus*), ulm de munte (*Ulmus glabra*), brad (*Abies alba*) și, în zonele mai însorite, cu fag (*Fagus silvatica*). Datorită desimii coronamentului stratul arbustiv și ierbos este mai slab reprezentat prin: afin și merișor (*Vaccinium myrtillus*, *V. vitis-idaea*, *V. uliginosum*), *Soldanella hungarica*, *Hieracium transilvanicum*, specii de mușchi (*Hyloconium splendens*, *Eurynchium striatum*), etc.

Brădețele (*Abies alba*) se asociază cu molidișuri sau făgete, mai ales pe versanții estici, la limita inferioară a molidului. Speciile asociate sunt: alunul (*Coryllus avellana*), socul (*Sambucus nigra*), zmeura (*Rubus idaeus*), respectiv *Salvia glutinosa*, *Asperula odorata*, *Pulmonaria rubra*,

Euphorbia amygdaloides, Hieracium transsilvanicum, Veronica officinalis, etc. Ferigile (Athyrium, Dryopteris sp.) și mușchii dau nota caracteristică a acestor păduri.

Făgetele (Fagus sylvatica) apar în zona submontană din vest făcând tranziția spre gorunete, pătrund pe văile și versanții însoriți (inversiuni vegetale) dinspre versanții estici ai Carpaților Orientali. Putem întâlni făgete asociate cu rășinoase, sau pure în defileul Mureșului de la Toplița-Deda, pe văile Bistricioarei (zona Tulgheș-Pintic), Biczului (aval de Cheile Biczului), în zona Ghimeș (valea Trotușului), la Izvorul Mureșului, pe Șumuleul Mare lângă Miercurea-Ciuc, pe Ciomatu Mare în amestec cu molid și brad, în Munții Perșani. Speciile asociate sunt: frasinul (Fraxinus excelsior), carpenul (Carpinus betulus), paltinul de munte, ulmul de munte, iar dintre arbuști alun, soc, tulichină (Daphne mezereum), specii de Salvia, Asperula, Pulmonaria etc. Allium ursinum (ceapa ursului) s-a semnalat de exemplu în vecinătatea estică a Cheilor Biczului, fiind comestibilă, utilizată ca plantă medicinală și de condiment. În zonele mai joase din vest în făgete mai apare gorunul (Quercus petraea), paltinul de câmp (Acer platanoides), frasinul, carpenul, plopul tremurător (populus tremula), rar și teiul (Tilia cordat, T. tomentosa). Dintre arbuști putem aminti cornul (Cornus mas), păducelul (Crataegus monogyna), etc.

Gorunețele apar mai ales în zonele deluroase dinspre Depresiunea Transilvaniei, asociate cu carpen, jugastru (Acer campestre), uneori mojdrean (Fraxinus ornus), mărul (Malus silvestris) și părul pădureț (Pyrus pyraeaster).

În contextul unor activități de exploatare forestiere (plutăritul de pe Mureș, ca activitate tradițională a satelor din depresiunea Gheorgheni) și pastorale, respectiv agricole, în locul pădurilor defrișate au rămas întinse pajiști secundare montane și submontane. Un alt aspect al reducerii suprafețelor împădurite se leagă de marile doborâtori de vânt din anii '90.

Pajiștile devenite pășuni sau fânețe sunt dominate de vegetație ierboasă, cu speciile: păiuș roșu (Festuca rubra), iarba vântului (Agrostis tenuis), pieptănăriță (Cynosurus cristatus), țepoșică (Nardus stricta), Poa pratensis, Festuca pratensis, Trifolium pratense, Centaurea austriaca, rușuliță (Hieracium aurantiacum), iar sub 700 m altitudine Agrostis tenuis, Festuca rupi cola, F. valesiaca, Trifolium campestre, Achillea millefolium, Thymus pannonicus, etc. Pajiștile de luncă pot fi caracterizate prin Poa pratensis, Agropyron repens, Trifolium repens, T. pratense, specii de Carex și Juncus, etc.

Ca vegetație intrazonală, trebuie să amintim asociațiile halofile dezvoltate pe sărăturile zonei diapire (Praid), cu atractivitate aparte despre care primele relatări aparțin unor botaniști ca Benko L, LCh.G. Baumgarten, F. Fronius din secolele XVIII.-XIX.: Salicomia herbacea,

Artemisia absinthium, A. salina Wild, Alsine marginata Koch, Aster trifolium L., Atriplex angustifolia, A. laciniata, A. triangularis, Glyceria distans-salina Schur, etc (Horvath I., 1999). Stâncăriile și grohotișurile calcaroase sunt dominate de asociații de Sesleria, Asplenium rutamuraria, Sedum maximum, Saxifraga paniculata, Festuca rupicola ssp. saxatilis, Sempervivum marmoreum, Carex sempervirens, etc., iar pe grohotișuri Rumex scutatus, Silene vulgaris ssp. Prostrata, Geranium macrorrhizum, etc.

Mlaștinile eutrofe (bahne) cu vegetație hidro- și higrofilă, cuprind specii de Phragmites, Typha, Juncus, Scirpus, Carex, Eriophorum asociate cu specii lemnoase de Alnus, Betula, etc. Cele oligotrofe (tinoave) sunt dominate de specii de Sphagnum. Mlaștini eutrofe întâlnim în depresiunile Ciucului (Valea de Mijloc-Tușnadu Nou, Grădina Mestecăniș- Tușnad Sat, Beneș-Vrăbia, Borșaroș-Sâncrăieni), Gheorgheni (după Luncă- Voșlobeni), pe platoul Harghitei (Poiana Harghitei-Băile Chirui) și platoul Praid Dealu (Dealu, Sânced, Fântâna Brazilor, etc.). Mlaștinile oligotrofe sunt reprezentate în Munții Harghitei (Lacul Dracului sub vârful Ostoros, Tinovul Luci, aproape de Băile Sântimbru-Pucioasa, Mohoșul din Ciomatu Mare) și în Munții Nemira (Apa Lină, Apa Roșie).

Asociațiile vegetale, împreună cu celelalte elemente ale cadrului natural influențează, precondiționează spațiul de viață a **faunei**, acestea devenind componente ale ofertei turistice cu caracter ecologic, cinegetic, respectiv vânătorec și de pescuitul sportiv. Pădurile harghitene sunt populate cu numeroase exemplare ale faunei de interes cinegetic: ursul (Ursus arctos) (județul Harghita fiind locul de relocare a multor urși considerați prea agresivi, în căutarea hranei din marginea marilor orașe). Județul Harghita deține cel mai mare număr de urși din țară, pe cele 13 fonduri de vânatoare administrate de instituția Direcției Silvice Harghita viețuiesc 370 de urși, cu 20 de exemplare mai mult decât în anul 2007) (Miercurea Ciuc Online), cerbul (Cervus elaphus), mai rar râsul (Lynx lynx), pisica sălbatică (Felis silvestris), cocoșul de munte (Tetrao urogallus), cocoșul de mestecăn (Lyrurus tetrax), la altitudini mai coborâte lupul (Canis lupus), vulpea (Canis vulpes), mistrețul (Sus scrofa), căprioara (Capreolus capreolus) și iepurele (Lepus europaeus). Atractivitatea asociațiilor vegetale fie păduroase, fie de poieni, pajiști este sporită de prezența numeroaselor păsări cântătoare, care împreună cu zgomotul pâraielor repezi de munte, creează o ambianță mult apreciată în rândul turiștilor proveniți din mediul urban. Păsările nu reprezintă numai "orchestra pădurii", ci pot deveni factori atractivi pentru ecoturism. Avifauna reprezentativă pentru diferitele asociații vegetale cuprinde următoarele specii:

- în etajul coniferelor: cocoșul de munte (*Tetrao urogallus*), negraica (*Dryocopus martius*), cucuveaua încălțată (*Aegolius funereus*), pițigoii de brădet (*Parus ater*), pițigoii moțat (*P. cristatus*), forfecuța (*Loxia curvirostra*), gaița de munte (*Nucifraga caryocatactes*),
- în făgete: pițigoii de munte (*Parus montanus*), muscarul mic (*Ficedula parva*), muscarul negru (*F. hypoleucos*), aușelul sprâncenat (*Regulus ignicapillus*),
- în gorunete: turturica (*Streptopelia turtur*), sturzul cântător (*Turdus phylomelos*), mierla neagră (*Turdus merula*), scorțar (*Sitta europaea*), ciocănitoarea pestriță mijlocie (*Dendrocopus medius*), pițigoii mare (*Parus major*), frunzăriță gălbuie (*Hippolais icterina*), ciuful de pădure (*Asio otus*), huhurezul mic (*Strix aluco*), codroșul de grădină (*phoenicurus phoenicurus*), ciocănitoarea verzuie (*picus canus*), șoimul rândunelelor (*Falco subbuteo*), cucuveaua pitică (*Glaucidium passerinum*).
- în zonele de stâncării apar fluturașul de stâncă (*Tychodroma muraria*), vânturelul roșu (*Falco tinnunculus*), șoimul călător (*F. peregrinus*), brumărița de stâncă (*Prunella collaris*), mierla de piatră (*Monticola saxatilis*), stâncuța (*Coleus monedula*), codroș de munte (*phoenicurus ochruros*), pietrarul sur (*Oenanthe oenanthe*), presura de munte (*Emberiza eia*), drepnea mică (*Apus apus*) și mare (*A. melba*), lăstunul de stâncă (*Hirundo rupestris*).
- în pajiștile de luncă apar codobatura de munte (*Motacilla cinerea*), fluierarul de munte (*Tringa hypoleucos*), codobatura galbenă (*M. flava*), barza albă (*Ciconia ciconia*).

Păsările răpitoare de zi și de noapte, au fost vâdate pentru aspectul lor maiestuos și valoare de simbol pe de o parte, pe de altă parte utilizarea unor îngrășăminte chimice i-au afectat prin lanțul trofic, ajungând să fie specii periclitare: acvila (*Aquila chrysaetos*), șorecarul mare (*Buteo rufinus*), vânturelul roșu (*Falco tinnunculus*), bufnița (*Bubo bubo*), etc.

Dacă mamiferele și unele păsări au importanță pentru turismul cinegetic, păsările și mamiferele mici pentru turismul ecologic, *ichtiofauna* creează premise pentru pescuitul sportiv. Zonele montane harghitene sunt recunoscute pentru bogăția pâraielor repezi bogate în păstrăvi (*Salmo trutta fario*). Acestea sunt foarte căutați de turiști în restaurante, mai ales în cele cu specific local, rustic sau național. Alte specii de pești din pâraiele de munte sunt zglăvocol (*Cottus gobio*), boișteanul (*phoxinus phoxinus*), mreana de munte (*Austropotamobius torrentium*), în râurile mai mari lipanul (*Thymallus thymallus*), moioaga (*Barbus meridionalis*), cleanul (*Leuscicus cephalus*), latița (*Albumoides bipunctatus*), porcușor de vad (*Gobio uranoscopus*). Apele mai line din zonele deluroase sunt populate de scobar (*Chondostroma nasus*), cleanul, știuca și mreana (*Barbus barbus*). (Horváth A. 2000).

- potențialul parcurilor naționale, rezervațiilor naturale și ale monumentelor naturii din județul Harghita

Condițiile topoclimatice și măsurile de protecția mediului au permis conservarea unor specii rare, endemisme sau relict. Acestea se găsesc în rezervațiile floristice-forestiere sau rezervații complexe de peisaj. Unele dintre acestea sunt Parcuri Naționale (Lacul Roșu - Cheile Bicazului) sau arii de protecție severă (Lacul Sfânta Ana – Mohoș - Muntele Puciosu).

Numeroasele rezervații din județul Harghita au importanță turistică deosebită, deoarece, fiind în apropierea așezărilor, vizitarea acestora devine mai ușoară, bineînțeles cu suportul autorităților locale sau implicarea unor instituții nonguvernamentale sau civile, care să asigure protecția, precum și amenajarea lor. Acestea pot constitui o prioritate în strategia diversificării ofertei turistice, prin interesul crescând manifestat (pe plan european) față de un turism cu nuanțe ecologice (turismul verde, ecoturism) și de cunoașterea mediului natural.

Parcul Național Lacul Roșu-Cheile Bicazului are suprafața actuală 955,3 ha. Alături de lacul de baraj natural și sălbaticile chei ale Bicazului și ale afluenților săi, aici întâlnim câteva specii rare de plante și chiar animale. Sunt cunoscute endemismele ca: omagul (*Aconitum tauricum* var. *remotisectum*, *A. romanicum*, *A. baumgartenianum*), cosacii lui Rorner (*Astragalus romerii*), barba ungurului (*Dianthus spiculifolius*), vulturica din Pojorâta (*Hieracium pojorâtense*), opaița lui Zawadski (*Melandrium zawadskii*), firuța (poa *rehmanii*), ovăsciorul carpatic (*Avenastrum decorum*), cocoșii bicăzeni (*Astragalus pseudopurpureus*), precum și gingașele exemplare de floare de colț (*Leontopodium alpinum*) și papucul doamnei (*Cypripedium calceolus*). Acestea mai sunt completate de sângele voinicului (*Nigritella rubra*), bulbuci (*Trollius europaeus*), ghințura galbenă (*Gentiana lutea*), crucea voinicului (*Hepatica transsilvanica*), tulichina (*Daphne cneorum*, *D. mezereum*) și ienupărul sau cetina de negi (*Juniperus sabina*), coada iepurelui (*Sesleria coerulans*).

Aproape de Izvorul Mureșului (alături de rezervația speologică Peștera Șugău) se găsește Mlaștina După Luncă („Fenek rétláp”), unde atrag atenția salba pitică (*Euonymus nana*), *Viola epipsila*, specii rare de *Pedicularis* și cununită (*Spiraea ulmifolia*).

Mlaștinile eutrofe din Ciucul inferior sunt apropiate de Băile Jigodin, Miercurea-Ciuc, respectiv de Băile Tușnad. Cea mai cunoscută este Mlaștina cu apă minerală Borsáros" (Sâncrăieni) cu relict glaciare, precum mesteacănul pitic (*Betula humilis*), mușchiul polar Meesea hexastica (limita sudică a răspândirii), ochii șoricelului (*Saxifraga hirculus*), curechiul de munte (*Ligularia sibirica*), roua cerului (*Drosera anglica*), bumbăcărița (*Eriophorum latifolium*, *E. angustifolium*), rogozuri (*Carex dioica*), șopârlița albă (*Parnassia palustris*). Mlaștina de la Valea

Mijlocie este renumită ca cel mai sudic punct de apariție a mestecănelui pitic, iar Mlaștina Beneș de lângă Vrabia adăpostește *Primula farinosa* ș.a.

Pentru Băile Chirui semnificativă poate fi apropierea Poienii Harghita, iar pentru Vlăhița poienile cu narcise (*Narcissus stellaris*) de pe platou. Băile Sântimbru-Pucioasa se pot mândri cu cea mai mare mlaștină oligotrofă din Transilvania, Tinovul Luci, extinsă pe fundul caldeirei vulcanice cu același nume și mlaștina Budos (puciosu). În Luci găsim *Andromeda polifolia*, *Drosera rotundifolia*, *Viola epipsila*, o serie de specii de mușchi de turbă (*Sphagnum*), *Carex stellulata*, *Betula nana* etc.

Importanța științifică a acestor rezervații naturale poate fi mediatizată în rândul turiștilor prin crearea unor trasee amenajate cu podețe, indicatoare cu explicații despre evoluția paleofitogeografică ("poteci de studiu") sub îndrumarea unor ghizi specializați, inițiative puse în practică în țările vest- și central-europene.

Parcurilor naționale, împreună cu rezervațiile biosferei, rezervațiile naturale și monumentelor naturii s-au aplicat norme de protecție prin hotărârea Consiliului Județean Harghita nr. 142 din 2006, precum și în hotărârea Consiliului Județean Harghita nr. 162 din 2005. Aceasta a fost emisă pentru modificarea Hotărârii Consiliului Județean Harghita nr. 162 din 2005 privind protecția valorilor naturale de pe teritoriul județului Harghita. Așa au fost stabilite în anexa 4 "Lista arborilor seculari și a parcurilor dendrologice din județul Harghita". În anexa 1 a hotărârii 162 din 2005 au fost stabilite parcurile naționale, rezervațiile naturale și monumentele naturii din județ.

Există și parcuri dendrologice, de importanță locală, ca de exemplu Parcul Dendrologic Grădina Csiky din Gheorgheni, care deși există în oraș din 1864, nu este introdus încă în circuitul ofertelor turistice, dar nici nu este amenajat corespunzător. Deține mai mult de 172 de specii de plante (arbori) și este unicat în regiune. În incinta sa funcționează actualmente din bunăvoința primăriei orașului Extensia Universitară Gheorgheni a Facultății de Geografie de la Universitatea Babeș Bolyai din Cluj Napoca, precum și Casa de Studii Caritas.

Toate aceste elemente unice enumerate mai sus arată potențialul atractiv imens a județului și sperăm că aceasta se va și arăta în indicatorii sociali și economici după conștientizarea valorilor de către autoritățile vizate pentru dezvoltare, protecție și promovare a acestor valori.

II.2.1.2. Resurse și atracții turistice antropice

Omul trăind în spațiul geografic, inițial a fost uimit de aspectul peisajului, a fost determinat și influențat de elementele cadrului natural. Apoi creând propriul lui spațiu de habitat, treptat a modificat aspectul spațiului învecinat habitatului după placul lui. Inițial a existat conviețuirea,

apoi încercarea de manipulare a spațiului, sau deopotrivă apărarea valorilor acestuia. Astfel, după atracția pentru elemente ale cadrului natural, omul încetul și-a diversificat aria de interes, astfel grupuri tot mai mari de persoane au început să fie atrași de obiective create de om din cele mai vechi timpuri, până la obiecte moderne de astăzi. Astfel aceste destinații și obiective, care și-au atribuit calitatea de atractivitate turistică, care deși inițial complementară, împreună cu celelalte elemente de atractive pot determina hotărâtor aspectul și valoarea unei regiuni. Aceste obiective antropice au căpătat valențele atractive împreună cu dezvoltarea civilizației și culturii în timp și spațiu. Aceste manifestări de interese față de obiective antropice erau inițial așezăminte religioase sau așezări de interes cultural, ulterior apar și târgurile, care încetul cu încetul își extindeau aria de influență. Fenomenul se accentuează treptat, cu un dublu impact: intrarea în aria de interes a cât mai multor obiective antropice și implicarea unui număr tot mai mare de oameni atrași de aceste obiective. Astfel această componentă a potențialului turistic și-a adus contribuția majoră la individualizarea turismului de masă.

Obiectivele antropice au conotații complexe; unele aparținând timpurilor istorice vechi au impact simbolic, emoțional, de impresionare asupra vizitatorilor, și pentru că vorbim de județul Harghita, aici se îmbină cultura și civilizația a mai multor naționalități, care face zona și mai interesantă, colorată, unică; în altă perspectivă aceste realizări umane caracteristici structurale și arhitectonice unice, prin natura materialelor folosite, stil, formă, coloratură, ornamentare, dimensiuni, scop – amplasate în locuri, unde acestea aveau importanță și în timpul creației, dar și astăzi, ca să scoată în evidență valențele ei (Ciangă N., 2001).

Scopul vizitării acestor obiective este de cunoaștere, descoperire precum și experiențele culturale și spirituale acumulate prin acest proces. Astfel județul Harghita își colorează paleta de oferte turistice pe lângă cele recreative, de tratament și cură, și cu programe și valori culturale, religioase, istorice de origine antropică, diversificând experiențele vizitatorilor.

Importanța turismului antropic este cel de păstrare a valorilor și elementelor caracteristice unei națiuni sau etnii, conservarea elementelor folcloristice, culturale, religioase, a muzeelor, a meșteșugurilor tradiționale, a festivalurilor, evenimentelor cultural-istorice tradiționale, a jocurilor medievale (istorice) precum și a altor activități sau monumente, care caracterizează populația locului, și îi permite să-și îngrijească valorile naționale tradiționale. Toate aceste elemente devin aspecte de motivație pentru alte popoare.

Astfel obiectivele antropice au fost clasificate în mai multe categorii, tipizate în funcție de apariție (criteriu istorico-cronologic) și de funcția deservită. Legea 422 din 2001 este Legea Monumentelor istorice, care a stabilit lista totală la nivel național a obiectivelor cultural-istorice, a vestigiilor de pe teritoriul țării.

2.1. obiective istorico – culturale

Cuprinde mai multe categorii și sub-categorii de ansambluri de clădiri care au fost grupate după condiții istorico–cronologice, deoarece trăsăturile și valențele acestora se regăsesc și sunt specifice categoriilor de obiective aparținând unei anumite epoci istorice și concentrate într-un spațiu geografic determinat. De asemenea impactul emoțional și interesul colectiv a unor grupuri de vizitatori sunt legate de ansamblul unor clădiri sau vestigii, ce acționează asupra conștiinței colective nu numai prin componentele estetice, dar și spirituale și emoționale.

O exprimare a aplicabilității obiectivelor istorice este turismul ereditar, strategia căruia se bazează pe utilizarea valorilor culturale, evidențiind faptul că acest ansamblu arheologic–istoric face parte din moștenirea culturală a etniei locale, canalizând interesul vizitatorilor asupra ideologiei ”înapoi la rădăcini”. Acestea sunt menite pentru a păstra și proteja aceste valori pentru generațiile următoare. Turismul ereditar se bazează pe totalitatea acelor vestigii istorice, cât și evenimente și festivaluri tradiționale folclorice, istorice sau culturale, manifestări din timpuri vechi, păstrătoare de tradiții și identitate națională.

- obiective cu caracter strategic: castele, conace, cetăți și ruine

Oferta turistică antropică a județului Harghita este destul de bogată, însă trebuie combinată și cu alte forme sau atracții de turism pentru a maximaliza calitatea experiențelor precum și a spori atractivitatea. Așa au fost luate în evidență 517 monumente istorice, dintre care 96 sunt de arhitectură antică, 25 de castele și cetăți, 120 de biserici și 115 de clădiri și grupuri de clădiri renumite. Aici se mai adaugă mobilier antic 35, 58 de clădiri de folclor tradițional, echipamente, scule tradiționale tehnice de valoare 24, valori arhitecturale și de artă 22, situri arheologice, istorice 20, cimitire și monumente funerare 1 și parcuri și grădini rare 1.

Resursele arheologice au fost catalogate în funcție de origine și timpul lor de apariție, așa după publicarea listei de situri arheologice au fost identificate 210 locații, dintre care în ordine cronologică sunt 8 situri neolitice (de la Dejuțiu, Ghipeș, Mugeni, Odorheiu Secuiesc, Oțeni, Sândominic, Leliceni și Păuleni Ciuc); din epoca de bronz 23 (Hallstatt și Wietenberg), din epoca de fier cu vestigii dacice 23, din epoca romană 19 situri (burgus, castellum, cetate, băi romane, locuri de așezări), vestigii din epoca marilor migrații ale popoarelor găsim în 16 localități și monumentele evului mediu se grupează în 11 așezări. Dintre toate aceste vestigii foarte puține sunt acelea care au rămas intacte după descoperirea lor, și pot fi vizitate în forma lor originală.

Turismul generat de vizitarea de castele, cetăți sau conace generează o atractivitate aparte. Acestea reprezintă un aspect important al zonelor în care apar, deoarece adună nu numai valorile antice, dar reprezintă și imaginea vremurilor trecute. Din nefericire încă castel-turismul nu a fost dezvoltat în județ. La capitolul castel-turismului și turismului evenimentelor socio-culturale județul are mari deficiențe pe piața națională, și mai ales internațională. Prima formă menționată își manifestă influența atractivă doar local, însă cu investiții acestea s-ar putea amplifica și lărgi. Cererile de cazare la castele, cetăți, conace arată tendințe de creștere pronunțată în Europa vestică, dar la noi aceasta apare doar sub forma vizitării acestor grupuri de clădiri ca muzee, care intră și în categoria de turism cultural, dar și în categoria de monumente istorice. Diversificarea acestei palete de oferte turistice ar putea beneficia serios nu numai polivalența ofertei turistice, dar și experiențele emoționale ale turiștilor. Conacele și curiile sunt încă o componentă importantă, deși acestea în multe cazuri au pierdut deja funcția lor inițială, fiind într-o stare avansată de degradare, singura lor salvare, sau scăpare ar fi re-introducerea lor în circuitul turistic. Astfel pe suprafața județului Harghita putem aminti un singur castel: cel de la Lăzarea (construit între 1450–1532), conace și curii în număr de 22, și două castele parc : cel de la Odorheiu Secuiesc (Curia Ugron) și cel de la Cristuru Secuiesc (Curia Biro).

Cetățile sunt o parte importantă nu numai a trecutului, dar sunt și parte a culturii, tradițiilor și turismului. Pe teritoriul județului există două cetăți: Cetatea Medievală Szekelytamadt (1562 – 1600) și Cetatea Miko (1623 – 1631). Pe lângă aceste două mai există 19 ruine de cetăți, care pot fi vizitate liber de public.

- obiective cultural religioase: biserici fortificate și alte obiective religioase

Bisericile reprezintă și reprezentau nu numai centre spirituale, dar în jurul lor se formau așezările umane, acestea deservind mai multe funcții de-a lungul istoriei. Bisericile și astăzi sunt centrele de colectare a localnicilor sau și a vizitatorilor, acestea fiind bine întreținute, sunt deschise atât vizitării dar și reîmprospătării sufletești. Județul Harghita are o singură biserică trecut în patrimoniul UNESCO, cel de la Dârjiu, acesta fiind unicat, ca și monument dar și datorită frescelor din ea, care au fost pictate în 1419, precum și a descoperirilor arheologice, cum este cărămida cu scriere runică; iar cel de la Inlăceni este în curs de acreditare. Numărul bisericilor este și un bun indicator de clasificare etnică a populației județului, sau criterii religioase. Astfel județul numără 88 de biserici catolice, 23 de capele catolice, biserici reformate

42, turnuri de biserică 12, biserici unitariene 39, biserici ortodoxe și mănăstiri ortodoxe 23, biserici greco-catolice precum o singură sinagogă și biserică catolică armeană.

Toate aceste biserici, dacă ar fi introduse în aceeași ofertă turistică, ar face parte din pachete ca elemente complementare și nu ca obiective în competiție, ar putea beneficia de mult mai multă popularitate, oferind o varietate culturală și spirituală nu numai după schimbarea aspectului reliefului și bazinelor.

2.2. obiective arhitectonice urbane și rurale

Aceste obiective sunt importante realizări tehnice. Ele reprezintă pe lângă unicitatea lor arhitecturală importante piese ale peisajului antropic. În cadrul lor trebuie menționate elemente ca căi ferate pentru exploatarea lemnului sau cu scop turistic, recreativ ca cel dintre Borsec și Toplița, încă din secolul XIX, sau viaducte, construite pentru suportul acestora, ca cel de la Borsec. La acestea se mai numără câteva poduri de lemn, gatere și mori de apă. Puține dintre acestea au fost recondiționate și introduse în circuitul turistic. Gaterul Zsigmond de la Mădăraș, au fost construit în secolul 19 și modernizat la începutul secolului 20. De fapt încă ar mai fi în stare de funcționare, dacă ar mai exista apă să-l propulseze, însă în urma ultimelor inundații, barajul acesteia s-a rupt, necesitând reparații. Proprietarul, Gáll Levente, dorește să-l mențină în condiții de funcționare. Dânsul plănuiește înființarea unui centru turistic, din care ar face parte și moara, aceasta fiind una dintre atracțiile majore. O altă moară de apă, considerată monument se mai găsește și în Gheorgheni la capătul străzii cu același nume (Str. Morii) aflată pe malul Belciei, considerată muzeu arhitectural.

În stațiunea Borsec sunt numeroase vile și clădiri care au nu numai valoare peisagistică, dar au și aspecte unice arhitecturale, împreună cu numeroasele fântâni de apă minerală oferă vizitatorilor o ambianță unică a peisajului, îmbinat artistic cu arhitectura și sculptura în lemn.

Pe lângă aceste clădiri se mai pot aminti și numeroasele monumente arhitectonice din centrele orașelor mari, ca de exemplu casele armene din centrul orașului Gheorgheni, Odorheiu Secuiesc, câteva datând din secolul al XVIII și XIX.-lea.

Toate aceste obiective îmbunătățesc imaginea peisajului antropic.

2.3. obiective culturale și sportive: galerii de artă și expoziții, muzee, cinematografe

În această categorie sunt incluse categoriile de edificii care se impun prin valori arhitectonice intrinseci a construcțiilor, dar mai ales pentru funcția lor de conservare, de imaginea lor ca

clădiri tradiționale, precum și prin exponatele din incinta lor, reprezentând fie lucrări de artă sau arhitectură, fie elemente ale culturii, civilizației și obiceiurilor tradiționale urbane sau rurale, sau personalități istorice importante.

Muzeele și colecțiile de artă reprezintă forme variate și concentrează pe un spațiu restrâns exponate, cu diferite atribuții caracterizând cultura, civilizația sau elemente ale științei naturii specifice zonei. Din acest punct de vedere există mai multe tipuri de muzee, fiecare cu un fond bogat și valoros, aparținând patrimoniului național și universal. Muzeele reprezintă o atracție culturală sau științifică aparte și au un caracter diversificator, combinat și cu alte tipuri de activități, incluse într-un pachet turistic pot avea impact mult mai mare asupra turiștilor. Există mai multe tipuri de muzee, dar acestea dacă incluse într-un circuit complex de vizitare ar spori circulația turistică.

Muzee există la Miercurea Ciuc, Gheorgheni, Odorheiu Secuiesc, Cristuru Secuiesc; muzee ale satului la Joseni, Sândominic și Corund; colecții de științele naturii de la Odorheiu Secuiesc și de geologie și cristalografie de la Gheorgheni; muzee școlare de la Odorheiu Secuiesc și Atid. Case memoriale din regiune sunt un deliciu cultural și istoric, oferind o condimentare aparte turismului vizitator muzeal. Case memoriale sunt la: Lupeni, Praid, Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Ciumani, Joseni, Lăzarea, Remetea, Satu Mare, Sândominic, Racu și Mățișeni. Mai există și un muzeu al apelor minerale la Tușnad.

Galeriile de artă reprezintă atracții culturale deosebite, mai ales cu expozițiile și colecțiile prezentate pot deveni factori atractivi sezonieri, dar exclusiviști, ca de exemplu expoziția de pictură Munkácsy de la Galeria de Artă din Miercurea Ciuc. Aceasta a avut un imens succes dar și a generat o atractivitate aparte, reprezentând atracția principală a turismului harghitean pe perioada expoziției. Impactul lui a fost deosebit, indicând o circulație turistică nemaîntâlnită, generată de o expoziție de artă similară. Alte galerii de artă mai găsim și la Odorheiu Secuiesc, Gheorgheni și Satu Mare (HR).

Turismul cultural mai este îmbogățit și de existența a mai multor grupuri și organizații teatrale tradiționale; în județ existând trei, și anume: Csíki Játékszín Miercurea Ciuc, Teatrul Tomcsa Sándor Odorheiu Secuiesc, Figura Stúdió Gheorgheni. Această formă de atracție reprezintă și oferta culturală pentru toți cei interesați, colorând paleta evenimentelor. Pe lângă teatru mai există și o filarmonică pe județ, acesta fiind Filarmonica de Copii de la Vlăhița.

La acest ansamblu cultural se mai adaugă existența caselor culturale și a bibliotecilor, acestea fiind localizate în Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Gheorgheni și Toplița. Paleta mai este completată de organizații culturale și folclorice, ca grupul de dans popular de la Miercurea Ciuc, Néptáncműhely Odorheiu Secuiesc, Ansamblu de Dans Popular Fenyő de la Mădăraș.

Ca o ofertă exclusivistă pentru iubitorii de artă și creație am mai aminti în organizarea Centrului de Arta Județeană a taberelor și expozițiilor de artă și creație de la Lăzarea, organizat de trei ori pe ani în cadrul Centrului de Creație de la Lăzarea.

Cinematografele erau cândva marea atracție atât a localnicilor, cât și a turiștilor, dar acestea în ultima vreme au cam pierdut din elanul și atractivitatea lor. Noile concepții precum și echipamentele sofisticate, atât acustice cât și vizuale încă nu au fost implementate în județ. În alte județe, cu orașe mai mari, precum și putere de cumpărare mai mare au fost construite mari centre comerciale, în incinta cărora conceptul de cinematograf a fost reinventat. Aceste mari centre comerciale lipsesc încă din județ, deși acestea ar putea spori atât industria, dar și posibilitățile de recreere sau divertisment a aproape tuturor categoriilor de vârstă.

Pe piața turistică anumite grupuri caută atât programele culturale, cât și cele recreative sau de agrement și wellness. De aceea turismul cultural are o importanță aparte în turismul harghitean, atât din punctul de vedere al tradiționalismului, cât și a păstrării valorilor identității individuale, care fac acest județ unicat pe piața ofertelor și a coloraturii asocierii posibilităților.

Pe lângă obiectivele culturale, obiectivele sportive au o importanță majoră. Sportul în județul Harghita are o importanță majoră, nu numai prin posibilitățile de antrenare în regim montan a atleților vizitatori, dar și a localnicilor, care nu numai că au prins gust, dar au și perfecționat unele sporturi, specifice harghitenilor. Hocheiul de gheață este sportul rege al județului, Harghita fiind numit și centrul hocheiului din România. Devenit sport tradițional, s-au format echipe nu numai în marile orașe dar și în comunele și satele învecinate. Sunt trei echipe din județ în prima divizie națională de hochei, două de la Miercurea Ciuc (Sport Club Miercurea Ciuc și HC Csikszereda, care au la dispoziție Arena de Gheață Vákár Lajos) și o echipă de la Gheorgheni (Progym Gheorgheni cu o arenă de gheață). Pe lângă aceste trei echipe tradiționale există patinoare în aer liber în aproape toate localitățile din bazinele Giurgeu și Ciuc. Competițiile județene sunt foarte puternice și oferă suportul de jucători echipelor de liga întâi. Cupele organizate între cluburile școlare sau asociațiile sportive sătești sau orășenești sunt disputate implicând populația din zonă. Patinoare sezoniere, naturale în aer liber sunt numeroase, astfel există la Remetea, Lăzarea, Ciumani, Satu Nou, Joseni. Cel de la Dănești Ciuc este în curs de acoperire, apoi mai sunt la Cârța și Sândominic. Patinoarul de la Bălan a fost desființat acum doi ani, din cauza lipsei de fonduri pentru a-l întreține. Pe lângă aceste echipe din provincie mai există cinci echipe de amatori în Miercurea Ciuc și două echipe în Gheorgheni. Sportul de iarnă mai este completat și de numeroasele pârtii de schi, și de cluburile sportive care oferă numeroși sportivi valoroși echipelor naționale atât la schi fond prin Tofalvi Eva, cât și la schi alpin Miklos Edit, sau patinaj viteză. Mai există și două

trambuline pentru sărituri cu schiurile, cea reînnoită de la Valea Strâmbă și cea de la Remetea. Pentru patinaj viteză de la Miercurea Ciuc din vecinătatea patinoarului Vákár Lajos, deși nu este acoperită. Însă este artificial răcită.

Bineînțeles pe lângă sportul rege, și celelalte sporturi sunt practicate în incintele cluburilor sportive, numeroase. Din fericire din programul guvernului anterior au ajuns fonduri și în județ pentru reamenajarea pistei de patinaj viteză în aer liber, la construirea a numeroase săli de sport moderne, facilitând performanțele sportivilor harghiteni.

Sporturile cu motor, mai ales cele pe traseu montan sau pe două roți, sunt în ascensiune. Creșterea poftii localnicilor, care se manifestă prin organizarea unor evenimente naționale sau internaționale atrag o pătură specifică a masei de turiști. Pista de motocros de la Pădurea Rotundă de lângă Odorheiu Secuiesc este una dintre cele mai moderne piste din toată țara, aici se țin curse anual din campionatul intern de motocros. Iar anul trecut s-a organizat pentru iubitorii enduro-crossului din regiune și țară o cursă spectaculoasă cu implicarea primăriei de la Lăzarea, pe pârția amenajată lângă Ghiduț, o primă epată inaugurală cu participare internațională. Cursele din campionatul intern de raliuri organizată în județul Harghita, atrag iubitorii sporturilor extreme pe patru roți, dar și cursele de carting sau enduro pentru mașini de teren au deja o tradiție. Nu numai evenimentele culturale, dar și oferta evenimentelor sportive oferă o coloratură și savoare pentru toate tipurile de vizitatori indiferent de sezon!

2.4. evenimente socio-culturale de importanță turistică

Cultura și manifestările cultural-tradiționale reprezintă o componentă importantă a atractivității. De aceea este necesar îngrijirea și apărarea valorilor tradiționale, sau al evenimentelor culturale de tradiție, precum și crearea unor noi forme și metode.

În primul și primul rând aș menționa cea mai însemnată manifestare culturală, religioasă din județul Harghita, și anume Pelerinajul și Întâlnirea de la Șumuleu Ciuc. Biserica și mănăstirea franciscanilor din Șumuleu deși constituie un străvechi loc de pelerinaj al secuimii catolice și a ceangăilor din Moldova, reprezintă un element cheie al obiectivelor turistice religioase. Încă din sec. al XV-lea credincioșii s-au adunat la Șumuleu cu ocazia sărbătorilor Sfântei Maria. Papa Eugeniu al IV-lea a adresat o scrisoare în 1444 reprezentanților bisericilor catolice din secuime în care le cere acestora „întrucât mulțimea credincioșilor obișnuiește să se adune pentru rugăciune și nu încetează să vină aici” pentru a se ruga Sfântei Maria, îndeamnă locuitorii zonei să ajute franciscanii la construirea bisericii. Un moment important al pelerinajului de la Șumuleu îl

reprezintă anul 1567, când principele Transilvaniei, Ioan Sigismund a încercat să impună credincioșilor din scaunele secuiești Ciuc, Gheorgheni și Cașin religia unitariană. Credincioșii adunați la Șumuleu, sub conducerea preotului István din Joseni au pornit spre Muntele Harghita pentru a înfrunța armata principelui. În acest timp, cei rămași la biserică - bătrânii, femeile, copii - s-au rugat Domnului și Sfântei Fecioare Maria să-i ajute în apărarea credinței. După respingerea atacului și redobândirea dreptului de a păstra religia lor, bărbații secui au împodobit cu crengi de mesteacăn drapelul și s-au întors la Șumuleu unde împreună cu ceilalți s-au rugat Domnului și Sfintei Fecioare, exprimându-și astfel recunoștința pentru păstrarea religiei. În memoria acestui eveniment istoric, în fiecare an, în sâmbăta Rusaliilor, catolicii din Secuime și Moldova, dar și din alte părți, vin în pelerinaj la biserică Sfântei Fecioare Maria din Șumuleu-Ciuc și înconjoară în procesiune dealul Șumuleu-Mic, la coborâre împodobindu-și steagurile cu crengi de mesteacăn. Din 1990, în fiecare an au venit sute de mii de pelerini la Șumuleu și au participat la marea procesiune religioasă.

Oferta evenimentelor culturale se culminează pe perioada verii, aceste evenimente chiar și ca atracții individuale influențează sau atrag curioșii nu numai din județ sau regiunile învecinate din țară, dar și de peste hotare. Turismul festivalurilor de aceea a devenit una dintre elementele cheie a ofertei harghitene.

Festivalurile, evenimentele culturale județene se bazează pe culturalitate, valori tradiționale, creațiile artiștilor contemporani, dar trebuie să se găsească toate acele elemente care pe parcursul acestor evenimente pot spori numărul înnoptărilor, acestea din urmă să depășească numărul zilelor manifestării. Combinarea acestora, sau succesiunea lor poate da rezultate pozitive pentru indicatorii turistico-statistici.

Județul Harghita este foarte bogat atât în valori tradiționale, cât și manifestări culturale, jocuri, obiceiuri, mitologie, etc. Acestea ar necesita un management atent și o strategie de integrare a lor, pentru ca acestea să fie prezentabile publicului vizitator. Un pas important a fost editarea Calendarului Manifestărilor Culturale a Județului Harghita, precum trimiterea acestora agențiilor de turism naționale și internaționale. Trebuie însă o planificare foarte atent supravegheată pentru a evita suprapunerea cu alte manifestări din regiune, pentru a evita conflictul de interese sau apartenența, oferind astfel o continuitate a evenimentelor, și colaborare, susținere interjudețeană sau regională.

Centrele de organizare a manifestărilor culturale județene se găsesc la Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Băile Tușnad, Toplița, Lacul Roșu, Borsec, Șumuleu Ciuc, Sândominic.

Festivalurile de muzică se bucură de o mare apreciere și propune o vizitabilitate ridicată. Acestea sunt: festivalul de muzică veche de la Miercurea Ciuc, festivalul rock de la

Băile Seiche, întâlnirea fanfarelor de la Sântimbru și Sâncrăieni, întâlnirea formațiilor muzicale de la Odorheiu Secuiesc, festivalul folcloric de la Băile Seiche, întâlnire de coruri și festival de muzică populară de la Odorheiu Secuiesc.

Evenimente tradiționale și de folclor sunt un deliciu cultural, în diversitatea prezentării obiceiurilor, dansurilor, porturilor populare. Astfel de la festivalul de dans pentru copii sau tabăra de dans de la Dănești, festivalul de dans popular de la Cozmeni, tabăra de dans popular de la Lunca de Jos, înmormântarea carnavalurilor de la Mădăraș și Cozmeni, Festivalul Celor 1000 de Fete Secuience (Ezer Székely Leány Napja) de la Șumuleu Ciuc, Festivalul Narciselor de la Vlăhița sau tabăra de pictură a mobilierului tradițional de la Merești. Dintre acestea aș menționa de exemplu Festivalul Celor 1000 de Fete Secuience, care este o posibilitate unică pentru prezentarea, păstrarea și perpetuarea tradițiilor populare specifice ținutului. Privind entuziasmul tinerelor participante care după slujba religioasă premergătoare festivităților urcă în șaua dintre Șumuleul Mic și Șumuleul Mare pentru parada portului și a frumuseții populare, ne încarcă un sentiment de mândrie și siguranță în siguranța transmiterii din generație în generație a valorilor tradițional-secuiești. Atmosfera festivă este amplificată și de programul special conceput cu această ocazie, care cuprinde printre alte activități și o atractivă cursă hipică pentru amatorii îmbrăcați în porturi populare, premiul cel mare fiind un mânz. Primul festival a avut loc în 1931 la Șumuleu, și de atunci festivalul a devenit poate cea mai importantă ocazie de prezentare a portului, cântecului, muzicii și dansului popular din zona Ciucului. Conform tradiției, în fiecare an o altă zonă folclorică se prezintă în fața unui public numeros. Festivalurile de creație meșteșugărească sunt menite să prezinte nu numai creațiile meșterilor olari sau a țesătoarelor, dar o ocazie unică de a le vedea cum lucrează aceștia, cum ia naștere o capodoperă. Aceste evenimente sunt o picanterie aparte a turismului festivalurilor; cu târgul de ceramică de la Arcio (Com. Corund), sau vizitarea atelierelor meșteșugărești de la Corund, Sândominic, Racu sau cele de la Lăzărești. Un element inedit reprezintă zilele cărbunarilor de la Lupeni și Corund care de asemenea atrag o mulțime de vizitatori.

Festivaluri folclorice combinate cu zilele satului sunt organizate nu numai pentru așezările din zonă. Oamenii din regiune vin să profite de voia bună, de jocurile tradiționale și de serbări specifice, îmbogățite cu arta culinară specifică locului. Aici se pot menționa zilele orașului sau satului organizate la Toplița, Dârjiu, Satu Mare. Acestea sunt completate de zilele tineretului și ale satului tradițional de la Dănești și Odorheiu Secuiesc. Toamna acestea sunt colorate cu balul culesului viței de vie sau a strugurilor de la Lueta, Satu mare, Brădești, Zetea și Vârșag. Acestea se organizează de către localnici și de obicei sunt invitați și satele din zonă pentru a participa. Astfel coloratura evenimentelor, dansurilor, mâncărilor este mai diversificată.

2.5. potențialul turistic etnografic

Potențialul turistic etnografic nu poate fi individual caracterizat, sau separat de celelalte componente ale atractivității și potențialului turistic antropoc, deoarece este în strânsă relație cu acestea. Astfel organizarea evenimentelor socio – culturalo – religioase se pot desfășura numai în legătură cu elementele potențialului istorico – cultural – religios, a elementelor arhitectonice urbane și rurale. Astfel nu numai locul, ansamblul de clădiri, cadrul natural, dar și omul, sunt importanți pentru sporirea succesului. Pentru susținerea și suportul turismului festivalurilor s-au format centre de artă tradițională pe care le găsim la Corund, Dănești, Lueta și Sândominic. La acestea se mai adaugă pentru păstrarea tradițiilor și culturii și ansambluri de dans popular ca la Jolotca, Joseni, Lunca de Jos, Cârța, Lăzarea, Cristuru Secuiesc. Unde există istorie și tradiție există și monumente de artă populară ca cele de la Zetea, Satu Mare și Ciucsângeorgiu.

Ținutul harghitean, cum bine se cunoaște este una din regiunile cele mai bogate în esențe lemnoase, secuii s-au înțeles foarte bine cu pădurea. Prelucrarea lemnului, sculptatul în lemn este o tradiție vie, unică care se mai păstrează și azi. Începând de la porți secuiești, la mobilier din lemn, la unelte și scule, lemnul a fost primul material dar și cel mai important prieten al oamenilor locului. Astfel, porțile secuiești considerate monumente, de o frumusețe și personalitate inedite se găsesc la Satu Mare, Zetea, Brădești, Târnovița, Sândominic, Miercurea Ciuc, Ciucsângeorgiu, Păuleni-Ciuc, Praid, Joseni și Ditrău. Când acestea sunt dedicate unor monumente, ele reprezintă modul de exprimare a secuilor. Colecții de porți secuiești găsim la Băile Seiche, Miercurea Ciuc, Satu Mare care intrate în circuitul turistic au un segment separat dedicat vizitării acestora.

Așa cum se vede, județul Harghita dispune de un imens potențial natural, și antropoc, dar care încă nici pe departe nu sunt valorificate la adevărata lor valoare. Lipsa fondurilor materiale precum și a unei strategii bine puse la punct, invitarea unor parteneri în re-organizarea și structurarea mai bună a activităților ar duce atât la creșterea vizitabilității și circulației cât și la ridicarea nivelului de trai a populației. Astfel și populația s-ar simți motivată pentru a participa mai activ în propriul ei interes.

II.2.2. Infrastructura județului

Dezvoltarea infrastructurii, mai ales investițiile efectuate în scopul dezvoltării infrastructurii de transport și rutier este un element cheie în obținerea unor rezultate de succes în turism. Din

păcate infrastructura slab dezvoltată din județul Harghita împiedică de multe ori venirea turiștilor, astfel infrastructura slab dezvoltată are efecte negative asupra dezvoltării calitative a turismului într-un județ cu potențial turistic mare și foarte diversificat. Starea proastă a drumurilor și lipsa investițiilor în acest segment reprezintă un impediment major în calea dezvoltării turismului dar și în dezvoltarea activităților economice. În aceste condiții, modernizarea infrastructurii la standarde europene este una dintre prioritățile necesare pentru perioada următoare. Astfel dezvoltarea și modernizarea infrastructurii județene este o condiție esențială în dezvoltarea și progresul turismului. Pe lângă acesta starea infrastructurii edilitare cât mai bune a localităților din județ este și baza unei situații economico-sociale progresive, care asigură creșterea calității vieții populației. Analiza infrastructurii se poate face pe o gamă largă. În esență fiecare activitate umană are o infrastructură specifică. Infrastructura legată de funcționarea, dezvoltarea turismului poate fi structurată pe două părți: infrastructura de gen uman, iar infrastructura tehnico-materială. Infrastructura umană reprezintă serviciile de sănătate, siguranța turiștilor și protecția consumatorului. Cealaltă grupă a infrastructurii, cea a infrastructurii tehnico-materiale se compune din: accesibilitatea județului și mijloacele de transport, căile de telecomunicație, rețelele de distribuție a apei, de colectare a apei reziduale, a gazului, a energiei electrice, zone verzi etc. Acest sistem de rețea și de construcții este baza infrastructurii comunicaționale, care are un rol important în funcționarea și totodată dezvoltarea societății umane.

II.2.2.1. Infrastructura de transport și accesibilitatea județului

Județul este așezat în partea centrală a României, în grupa din mijloc a Carpaților Orientali și în Estul Podișului Transilvaniei. Este județul cel mai estic al Transilvaniei și face parte din Regiunea Centru. Având în vedere mărimea județului, este al treisprezecelea din România, fiindcă se întinde pe o suprafață de 6638,9 km, reprezentând 2,8% din teritoriul țării. Vecinii județului sunt: județul Suceava la Nord, Neamț și Bacău la Est, Covasna și Brașov la Sud, Mureș la Vest. Principalele căi de transport la care are accesibilitate județul Harghita sunt: calea ferată, calea rutieră și calea aeriană.

Transportul **feroviar** este o formă majoră a transportului public în județul Harghita. Județul Harghita dispune de o rețea de cale ferată în lungime totală de 209 km, din care 83,2% (174 km) este electrificată. Rețeaua de cale ferată este cu linie normală din care 207 km este cu o singură cale. Cu 31,5 km de cale ferată la 1000 km², județul Harghita se situează sub media pe țară (45,3 km/1000 km²) și sub media pe Regiunea Centru (39,5 km/1000 km²). Lungimea

liniilor ferate în exploatare s-a redus în ultimii ani, în anul 1997 în județul Harghita lungimea căii ferate era 213 km, de atunci au fost închise unele părți ale căii ferate.

Tabelul nr.2.2.1.: Liniile de cale ferată în județul Harghita

	România	Regiunea Centru	Jud. Covasna	Jud. Harghita	Jud. Mureș
Linii de cale ferată (km)	10789	1346	116	209	283
Densitatea liniilor de cale ferată (km/1000 km ²)	45,3	39,5	31,3	31,5	42,2

Sursă: Regiunea Centru, anul 2006

Din totalul orașelor din județ (9) în șase orașe trece calea ferată și din totalul comunelor aflate în județul Harghita (58 comune) 45% au acces la cale ferată (26 comune).

Linia 400 traversează județul în direcția Sud-Nord, asigurând legătura pe ruta București – Brașov - Băile Tușnad - Miercurea Ciuc - Gheorgheni - Toplița și partea de Nord-Vest a țării. Din nodul feroviar Ciceu, linia 501 prin pasul Ghimeșului asigură legătura cu Moldova. Prin Ciceu trec/opresc zilnic multe trenuri, de rang accelerat, de rang rapid, intercity și trenuri personale. Aceste trenuri fac legătura cu destinații importante din afara județului ca Brașov, București, Baia Mare, Ploiești, Cluj Napoca, Oradea, Suceava, Bacău, Timișoara, Arad, Galați, Constanța și în afara țării, de exemplu Budapesta. Prin orașele Odorheiu Secuiesc și Cristuru Secuiesc trece linia principală 300 - linia Odorheiu Secuiesc - Vânători - Sighișoara - Brașov etc. O problemă majoră constituie lipsa căii ferate între cele două orașe principale a județului (Miercurea Ciuc și Odorheiu Secuiesc).

Problema majoră a infrastructurii **rutiere** a județului Harghita este calitatea drumurilor publice. Îmbunătățirea accesibilității județului depinde de mai multe factori: starea și capacitatea drumurilor, rezolvarea devierii traficului de transport și construirea unei autostrăzi care trece prin județ. Totodată circulația intensivă de tranzit are un efect negativ asupra turismului.

Lungimea totală a rețelei de drumuri din județul Harghita (cu excepția drumurilor forestiere și străzile din localități) în anul 2007 a fost de 1.828 km, care este compusă din drumuri europene (E578 – 127 km), drumuri naționale (DN – 318 km), drumuri județene (DJ – 849 km) și drumuri comunale (DC -534 km). Principalele drumuri naționale care traversează județul sunt: DN12, DN 13, DN15, DN11/B, DN15. În direcția Sud - Nord traversează D.N.12; D.N.12/A prin pasul Ghimeș spre Comănești; iar D.N.12/C Gheorgheni - Lacul Roșu -

Cheile Bicazului - Piatra Neamț face legătura cu Moldova. Din D.N.12 la Miercurea Ciuc se ramifică D.N.13/A care spre vest, peste Munții Harghitei asigură legătura cu Odorheiu Secuiesc iar în continuare spre Praid, Sovata, Târgu Mureș; sau spre Cristuru Secuiesc-Sighișoara. Drumul European E 578 traversează municipiul Miercurea Ciuc mergând spre Nord-Sud, spre Sud Băile Tușnad, Sfântu Gheorghe, iar în direcția Nord spre Gheorgheni, Toplița.

Tabelul nr.2.2.2. : Drumurile publice în județul Harghita

	România	Regiunea Centru	Jud. Covasna	Jud. Harghita	Jud. Mureș
Drumuri publice (km)	79952	10211	839	1647	1985
Densitatea drumurilor publice (km/100 km ²)	33,5	29,9	22.6	24,8	29,6

Sursă: Regiunea Centru, anul 2006

Densitatea drumurilor în județ este mai scăzută ca la nivel regional și național lucru explicabil prin relieful predominant muntos al județului. În anul 2007 lungimea drumurilor publice în județ a avut o creștere de 181 km. Între anii 1997 și 2007 lungimea drumurilor publice a crescut cu 26%, adică cu 380 de km. Din graficul următor reiese că ponderea drumurilor naționale în județul Harghita este mai mare ca la nivel național, dar în ultimii ani ponderea drumurilor naționale și europene din totalul drumurilor publice în județ arată o scădere. Având în vedere că în total lungimea drumurilor publice a crescut, aceasta înseamnă că lungimea drumurilor județene și cele comunale au crescut.

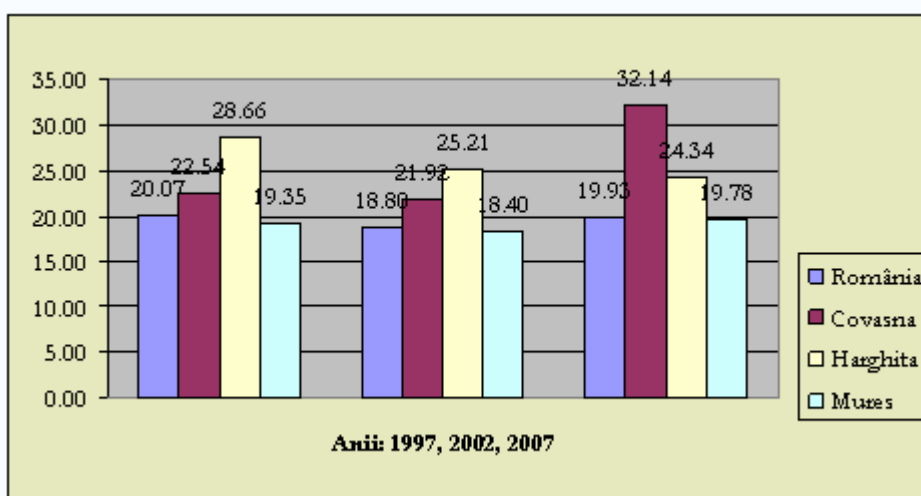


Figura 2.2.1. Ponderea drumurilor naționale și europene din totalul drumurilor publice

Din datele statistice anului 2007 reiese că ponderea drumurilor județene este cel mai mare din județ (47%), după care urmează ponderea drumurilor comunale (29%), iar ponderea drumurilor naționale este numai 18% și ponderea drumurilor europene este aproape 7%. Din graficul următor reiese că lungimea drumurilor modernizate din județ a avut o ușoară tendință de creștere în ultimii ani.

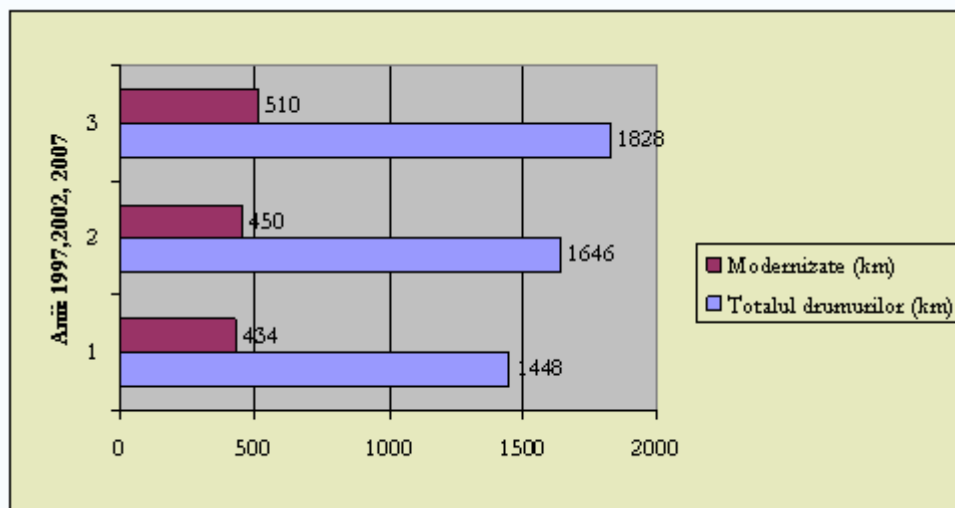


Figura 2.2.2. Drumurile publice în județul Harghita (km)

Majoritatea drumurilor naționale din județ sunt drumuri de categoria K, T sau L²⁴, care înseamnă că sunt drumuri asfaltate sau macadamizate în stare mediocră. În ultimii ani infrastructura rutieră a județului a avut o tendință de dezvoltare. În primul rând în anul 2006 a fost refăcută în totalitate artera de circulație DN13A, una dintre cele mai importante căi de tranzit din județ. Pe lângă acesta și pe drumurile județene DJ 134/A, DJ 137/A, DJ 137/C, DJ 125 și DJ 138 au fost executate lucrări de reabilitare. În ultimii ani au crescut fondurile accesibile pentru reabilitarea drumurilor județene, astfel în programul de reabilitare județeană din anul 2007 au fost încadrate mai multe reabilitări importante a drumurilor județene. Astfel în anul 2007 au fost reabilitate drumuri județene în valoare totală de 57.683.380 lei și drumuri comunale în valoare totală de 47.252.000 lei. Pe lângă acestea drumurile comunale din județ sunt de categoria E sau H²⁵, care înseamnă că majoritatea drumurilor comunale sunt drumuri de pământ și terasamente cu stare mediocră și multe drumuri din acestea au o stare de viabilitate. Cu toate acestea starea și situația drumurilor din județul Harghita încă nu este satisfăcătoare. Având în vedere că în perioada următoare se va construi Autostrada Transilvania care va traversa Regiunea Centru, (a cărei construcție a început în 2004, va asigura legătura între Brașov și Oradea), deși această autostradă nu va traversa județul Harghita

²⁴ Încadrarea drumurilor publice din județul Harghita, Consiliul Județean, 2008

²⁵ Încadrarea drumurilor publice din județul Harghita, Consiliul Județean, 2008

va fi aproape de județ și va avea un rol important în creșterea accesibilității județului. Pe lângă acesta este în curs de proiectare autostrada Transilvania–Moldova, proiectat pe traseul Sovata–Lupeni–Remetea–Tulgheș, care posibil va fi spre nord de Gheorgheni care va însemna o accesibilitate mai bună dinspre partea nordică a județului.

În ceea ce privește **transportul în comun**, principalul mijloc de transport este autobuzul. În județul Harghita trec multe curse regulate între localitățile județului, dar în ultimii ani numărul autobuzelor a avut a tendință de scădere destul de mare, astfel în anul 1995 au fost înregistrate 39 autobuze în județ, iar în 2007 numărul autobuzelor a fost numai 13. Calitatea serviciilor prestate populației cu ajutorul acestor autobuze este necorespunzătoare în majoritatea cazurilor, mijloacele de transport utilizate sunt învechite și uzate, investițiile realizate în acest domeniu au fost destul de reduse în ultimii ani. Nu numai numărul autovehiculelor a avut a scădere în ultimii zece ani ci și numărul pasagerilor a avut o tendință de scădere destul de mare. Graficul următor arată faptul că numărul pasagerilor în anul 1995 a fost 2331 mii de persoane, iar până la anul 2007 numărul pasagerilor a rămas numai 276,3 mii de persoane.

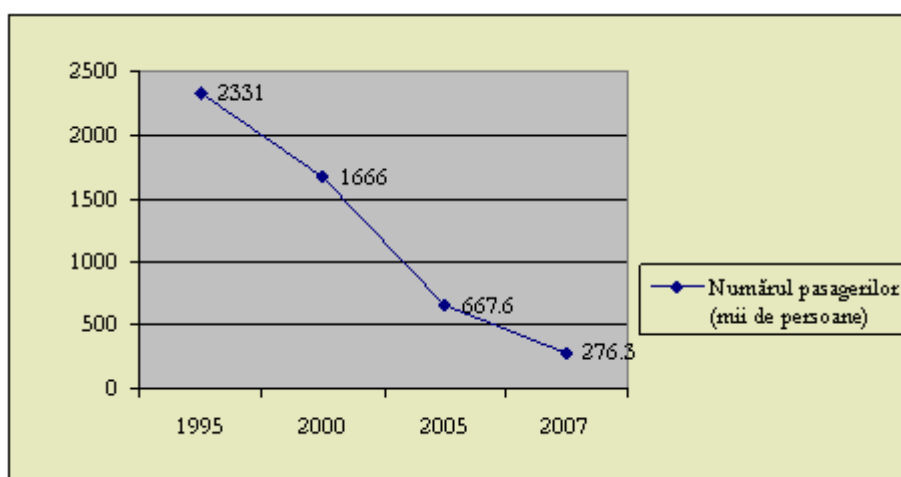


Figura 2.2.3. Numărul pasagerilor în transport comun (mii de persoane)

Pe lângă aceste autobuze în județul Harghita există mai multe societăți private care deservește transportul în comun, astfel transportul în comun în județ este destul de dezvoltată. Există o serie de curse internaționale, mai ales spre Ungaria. Cele mai importante societăți comerciale care asigură transportul în comun sunt: Autotransport, Corundtrans Csavargo, ITAS S.A., Gas Tours SRL, Transp-Tur. Internațional, Open World SRL, Trans Mag SRL, Farkas Trans SRL și altele.

Tabel nr.2.2.3.: Transportul în comun

Orașele județului	Nr de curse dus-întors (județene, regionale și internaționale)
Cristuru Secuiesc	30
Băile Tușnad	8
Bălan	24
Borsec	6
Gheorgheni	112
Miercurea Ciuc	312
Odorheiu Secuiesc	290
Toplița	28
Vlăhița	26

Sursă: <http://www.businfo.ro/static04/HR/index.html>

În România există 19 aeroporturi. Privind transportul pe **cale aeriană**, aeroporturile internaționale din Bacău și din Târgu Mureș sunt cele mai apropiate de acest județ. Două aeroporturi funcționează în Regiunea Centru, cel din Sibiu este al 6-lea din țară în ceea ce privește traficul de pasageri și al 5-lea în ceea ce privește traficul de mărfuri înregistrat în anul 2006. Aeroportul Bacău se află la o distanță de 124 km de la Miercurea Ciuc, adică timpul de transport este circa 2,5 -3 ore. Din Bacău există săptămânal și regulat zboruri internaționale și interne către diferite destinații. În prezent la aeroportul Bacău operează 4 linii aeriene: Tarom, Carpatair, Blueair și Clubair. Cele mai frecvente zboruri internaționale sunt spre țările Germania, Austria, Italia, Moldova, Grecia, Franța, Ucraina.

Aeroportul internațional din Târgu Mureș se află la o distanță de 157 km de la municipiul Miercurea Ciuc, cu un timp de transport circa 3 ore. Liniile aeriene actuale care operează la aeroportul Târgu Mureș sunt: Tarom cu destinații în București și Sibiu, Malév Hungarian Airlines spre Budapesta, Wizz Air spre Budapesta, Cimber Air spre Copenhaga și Billund (periodic), Aegean Airlines spre Heraklion (periodic), Air Berlin periodic, Blue Air spre Antalya (periodic). Alte destinații internaționale importante cu escale la Timișoara sunt în Italia (de ex. Roma), Germania (de ex. München).

Pe lângă aceste două aeroporturi ar fi important de amintit aeroportul Internațional din Cluj-Napoca, care leagă capitala Transilvaniei de mai multe orașe importante europene cum ar fi Budapesta, Viena, Frankfurt, Milano, München și Bologna în zboruri directe și de Ancona, Bergamo, Florența, München, Roma, Stuttgart, Treviso și Verona în zboruri regulate cu simplă

oprire sau cu transfer spre o altă aeronavă la Timișoara, indicate pe aeroporturi sub forma Cluj/Timișoara - destinație. Aeroportul Internațional Cluj-Napoca este unul dintre porțile aeriene cele mai importante al României. Se află la o distanță de 249,5 km de la Miercurea Ciuc, care înseamnă un timp de transport 4 -4,30 de ore.

Aeroportul Internațional Brașov–Ghimbav este în prezent în construcție, care va trece lângă viitoarea autostradă A3. În anul 2008 a fost inaugurată construcția la aeroport și data finalizării construcției este planificată pe 2010. Funcționarea acestui aeroport va reduce timpul de transport spre un acces la aeroport, fiindcă orașul Brașov se află la 91,8 km de la municipiul Miercurea Ciuc, astfel timpul de transport va fi mai puțin de 2 ore până la aeroport. Construirea aeroportului din Brașov va contribui la dezvoltarea turismului în această regiune. În concluzie putem spune că din punct de vedere geografic județul Harghita se situează într-un loc destul de bun, dar calitatea drumurilor și accesibilitatea județului are mai multe deficiențe.

II.2.2.2. Siguranța turiștilor și situația serviciilor de sănătate

Succesul dezvoltării turismului depinde și de o serie de factori externi. În dezvoltarea turismului are un rol important asigurarea siguranței civile a turiștilor dar și a locuitorilor din județ. Siguranța turiștilor depinde de o serie de elemente și factori: protecția consumatorului, informarea turiștilor în mod adecvat, siguranță publică, infracționalitatea, accidente rutiere, iluminatul public, trasee turistice, comportamentul adecvat față de turiști, servicii de sănătate, etc.

Pentru asigurarea și respectarea drepturilor consumatorilor precum și pentru combaterea practicilor abuzive din partea agenților economici este important activitatea Agenției Naționale pentru *Protecția Consumatorului*. Cadrul legislativ pentru protecția turiștilor în România este destul de dezvoltată. Prima lege referitoare la activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice a apărut prin OG 107/1999. Astfel cele mai importante legislații referitoare la protecția consumatorului în domeniul serviciilor turistice se referă la legislații privind clasificarea structurilor de primire turistice, privind unele măsuri de informare asupra tarifelor maximale pentru serviciile de cazare în structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare turistică la turismul neorganizat și cu privire la accesul, evidența și protecția turiștilor în structuri de primire turistice. Rolul acestor legi este controlul regulat asupra calității serviciilor turistice.

Activitatea Agenției Naționale pentru Protecția Consumatorului are la bază controlul asupra unităților de cazare (mai ales hoteluri și pensiuni) și controlul unităților de alimentație. În județul Harghita în anul 2008 s-au efectuat 28 de controale asupra unităților de cazare

înregistrate. Dintre aceste unități la cca. 50% au fost identificate abateri de la prevederile legale. Majoritatea acestor abateri se referă la deficiența informațiilor (mai ales lipsa informațiilor privind orarul de funcționare și privind tarifele și prețurile la produsele și serviciile oferite consumatorilor, neafișarea tarifelor practicate, lipsa informațiilor privind serviciile suplimentare oferite). La 2 dintre aceste unități s-a identificat unele lipsuri în serviciile obligatorii aferente unității respective, adică lipsa dotărilor corespunzătoare.

Cele mai multe reclamații s-au înregistrat în legătură cu unitățile de alimentație, restaurante, aceste reclamații s-au referit în principal la produsele alimentare comercializate. Dar s-au înregistrat și reclamații referitoare la condițiile de cazare necorespunzătoare numărului de stele clasificat. În concluzie s-a dovedit că în județul Harghita cele mai frecvente încălcări se înregistrează în domeniul alimentației. Majoritatea sesizărilor și reclamațiilor a venit din partea turiștilor din țară.

În România o problemă majoră o constituie și lipsa *informării turistice*. În toată țara există 39 puncte de informare turistică, adică mai puține decât numărul județelor. Astfel turiștii beneficiază de un nivel foarte scăzut de informații turistice comparativ cu alte state din UE (Norbert Wolfgang Gassner). Putem spune că județul Harghita este norocos din punct de vedere a informării turistice fiindcă una din 11 infochioscuri digitale instalate din toată țara este în Miercurea Ciuc.

În ceea ce privește *siguranța publică* și infraționalitatea stradală în județ, din datele statistice se dovedește diminuarea infraționalității stradale²⁶ față de anii precedenți. Totodată putem spune că și faptele de tâlhărie au o tendință de scădere.

În ceea ce privește *accidentele rutiere*, cele mai frecvente accidente sunt cauzate în principal de viteza neadaptată condițiilor de trafic, depășiri nereglementare precum și de indisciplina pietonilor.

Iluminatul public constituie o problemă majoră în județ, mai ales în comunele și satele prin care trec drumuri naționale sau județene. Pe lângă faptul că iluminatul public în aceste localități nu este corespunzătoare, în multe localități nu există trotuare continue care generează un grad de risc ridicat față de accidente. Pe lângă aceste lipsuri este important de amintit lipsa parcajelor în de-a lungul drumurilor publice, astfel aceste lipsuri nu asigură odihna eventuală a călătoriiilor. O problemă majoră constituie lipsa parcarilor în localitățile județului, mai ales în localitățile rurale. Dar pe lângă acesta nu există suficiente de multe parcări nici în localitățile urbane, având în vedere faptul că numărul mașinilor crește de la un an la altul. Un factor

²⁶ Raportul Prefectului, asupra stării generale economice, sociale și administrative a județului Harghita, pe anul 2006

important îl constituie asigurarea traseelor turistice corespunzătoare pentru hikere, cu scopul protecției naturii. Ar fi necesar și cartografierea traseelor existente, procurarea necesarului de materiale: plăci, amenajare locuri de odihnă și găsirea unor soluții pentru rezolvarea problemelor legate de câini (de lup), animalele periculoase din pădure (mai ales ursul). Pe lângă acestea ar fi necesar marcarea zonelor montane cu vopsea reflectorizantă. Alte probleme referitoare la siguranța turiștilor ar fi: problema câinilor vagabonzi în străzile localităților, cerșetori, comportamentul populației de naționalitate Rromă.

Siguranța turiștilor din județul Harghita este sprijinită de activitatea *Serviciului Public de Salvamont*. Această organizație face parte din infrastructura turismului județean și din această cauză aspectele acestuia trebuie analizate în perspectiva strategiei turistice a județului. Ca activitate fundația de salvamont există din 1975, pe bază de voluntariat. Salvamontiștii s-au format în echipe din 1985, iar în 1993, s-a înființat Serviciul Public Salvamont cu personalitate juridică. În județ sunt 4 fundații non-profit care funcționează la Gheorgheni, Odorhei, Toplița și Ciuc și activitatea principală este salvarea montană. În prezent 39 de persoane au calificativul de salvatori montani. Fundația Salvamont în prezent are ca angajați 11 salvatori montani, restul funcționează pe bază de voluntariat. Formațiunile sunt dotate în procent de 35%, echipamentul constând din târghi, truse de resuscitare. Lipsuri există în ceea ce privește echipamentul individual (îmbrăcăminte, bocanci, etc.) care au costuri foarte ridicate. În proprietatea fundației sunt 2 mașini utilitare în dotare (Dacia) uzate și aparatură radio (fiecare salvamontist are walkie-talkie prin care se ține legătura). Astfel sunt multe insuficiențe: mijloace de transport adecvate, echipament individual pentru orice tip de condiție climaterică, mijloace transport pentru accidentați (iarnă – vară) și ar fi necesar și procurarea polițelor de asigurare pentru tot personalul. Activitatea cea mai relevantă pe care le oferă fundația turiștilor este patrularea obligatorie în weekend (în caz de intervenții, în cazuri de calamitate tot personalul se consideră mobilizat).

Tabel nr. 2.2.4.: Statistica accidentelor montane din județul Harghita

ANUL	Total	Români	Străini	Iarnă	Vară
2006	83	68	15	43	40
2007	63	50	13	43	20

Sursă: *Serviciul Public Județean de Salvamont Harghita, 2008*

După datele statistice reiese faptul că o mare parte a accidentelor se întâmplă turiștilor români iar aproape 50% a locurilor producerii accidentelor se întâmplă pe pârtii de schi amenajate. Aceste date justifică importanța activității acestei fundații.

Infrastructura serviciilor de sănătate

În județul Harghita pentru deservirea populației din punct de vedere a serviciilor de sănătate există o rețea care cuprinde unități de proprietate de stat și de proprietate privată. După datele statistice din anul 2006 în județul Harghita există în număr de 157 cabinete medicale, din care 66 în mediu urban și 91 în mediu rural. Pe lângă acestea funcționează 6 cabinete medicale asociate, 5 centre de permanență (în Bălan, Vlăhița, Mădăraș, Zetea și Tușnad Băi). În județ funcționează 155 cabinete de specialitate în ambulatoriu, din care 133 funcționează în mediu urban. În județ putem găsi un număr destul de mare de cabinete de medicină dentară, adică 97 cabinete din care 62 unități funcționează în mediu urban. Aceste stomatologii sunt deservite de către 42 unități de tehnică dentară. Numărul spitalelor din județ este destul de modestă, fiindcă sunt numai 5 spitale (Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Gheorgheni, Toplița și Tulgheș) și 2 Centre de Sănătate în Vlăhița și Cristuru Secuiesc. Pe lângă acesta în județ are activitate 22 centre ca Serviciu de Îngrijire Medicală și Asistență Socială la Domiciliu. Serviciul Județean de Ambulanță are 21 stații din care 10 în mediul rural. După datele Agenției de Sănătate Harghita în județ în prezent sunt 100 de farmacii.

Tabel nr. 2.2.5.: Medici – stomatologi - paturi în spitale - farmacii – în anul 2005

Număr	România	Regiunea Centru	Jud. Covasna	Jud. Harghita	Jud. Mureș
Număr medici	47388	5411	350	423	1792
Numărul persoanelor/medici	456	468	640	772	326
Număr stomatologi	10249	1080	71	92	250
Număr persoane/stomatologi	2110	2343	3153	3550	2334
Paturi în spitale	143027	18253	2029	2302	4285
Numărul persoanelor/paturi în spitale	151	139	110	142	131
Număr farmacii	5823	686	38	94	157
Număr persoane/farmacii	3714	3689	5892	3474	3716

Sursă: Statistică teritorială, 2005

După datele statistice din tabelul de mai sus reiese situația județului Harghita din punct de vedere al medicilor, stomatologilor, paturilor în spitale și farmaciilor. Situația cea mai gravă este din punct de vedere al medicilor care lucrează în județ. Astfel se vede faptul că cele mai multe persoane în acest județ revin pe un medic. Pe lângă acesta nici numărul stomatologilor care revin pe populația județului este nesatisfăcătoare. Situația paturilor în spitale este în jurul nivelului regional, puțin mai bun decât pe plan național. Situația numărului de farmacii existente la nivel județean este destul de bună, chiar dacă știm că numărul acestor farmacii se găsesc mai ales în orașe și sunt multe localități mici unde nu există farmacie. Numărul medicilor din județul Harghita în ultimii ani a scăzut semnificativ. Din graficul următor reiese că deși între anii 2000-2005 în regiunea Centru numărul medicilor a crescut cu aproape 200 de persoane, județul Harghita a suferit o scădere de 15% din totalul de medici.

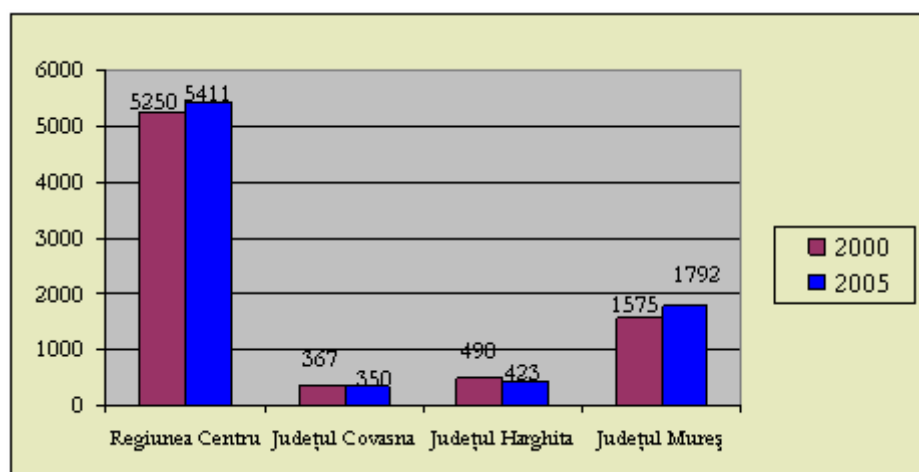


Figura 2.2.4. Numărul medicilor (exclusiv stomatologi)

II.2.2.3. Infrastructura telecomunicațiilor

Infrastructura telecomunicațiilor poate fi analizată din mai multe perspective: sistemul de telefonie, TV cablu, radio, internet, poștă, publicații și ziare regionale/locale, etc. Din punctul de vedere al abonaților telefonice în ultimele 15 ani a avut o creștere semnificativă. Pe lângă acesta județul beneficiază de o rețea modernă de telecomunicații, fiind conectată de multe localități din județ. Numărul abonamentelor de telefonie fixă între anii 1990 și 2005 a crescut cu 21921 de abonamente, în anul 2005 după datele statistice au fost înregistrate 49471 abonamente de telefonie fixă. Astfel pe 1000 de locuitori în anul 2005 revin 152 abonați. Acest număr de abonați (deși arată o creștere față de anii precedenți) este cel mai mic din Regiunea Centru astfel și se situează sub nivelul național.

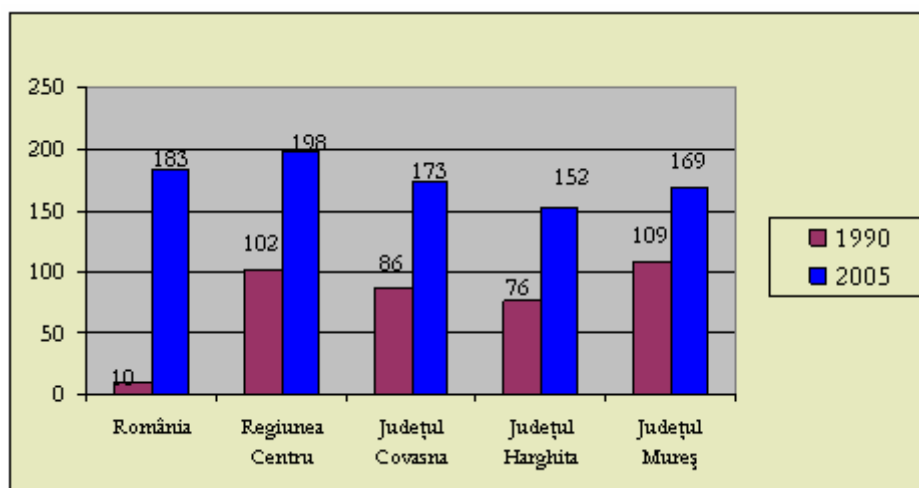


Figura nr 2.2.5. Abonamente telefonice la 1000 de locuitori

Pe lângă faptul că numărul abonaților de telefonie fixă a avut o tendință de creștere în ultimii zece ani pe nivel național dar și pe nivel județean, în ultimii ani a crescut și gradul de acoperire prin telefonie mobilă (astfel numărul abonaților cu telefonie a crescut în număr mare). Cele mai importante furnizori de servicii de telefonie mobilă sunt: Orange, Conex și Vodafone. Modernizarea acestui sector este în continuă dezvoltare, astfel se dezvoltă și accesul de informații de pe internet prin folosirea telefoanelor mobile.

Gradul de acces la informații poate fi analizată din punct de vedere al abonamentelor radio/TV și a serviciilor de televiziune și radio în județ. Numărul abonamentelor radio în ultimii 15 ani ca și în toată țara și în Regiunea Centru a avut o tendință de creștere, dar a rămas sub nivelul național și regional. În anul 2005 numărul abonamentelor radio al mie de locuitori în județ a fost de 201 de abonamente, care este mai mic decât la nivel regional (240 pe 1000 de locuitori) și se situează sub nivelul național (246 pe 1000 de locuitori). Abonamentele radio până la 2005 față de anul 1990 în județ a avut o creștere de 55%. Pe lângă acesta abonamentele de televiziune la nivel regional a avut o creștere semnificativă între anii 1990 și 2005.

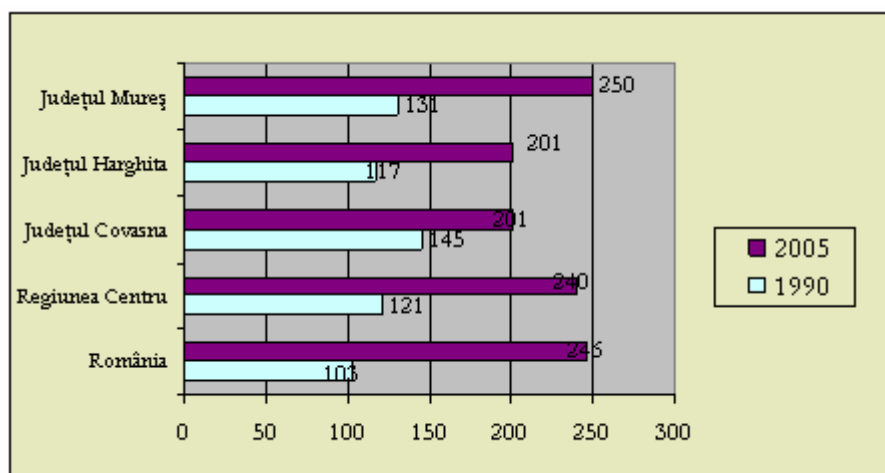


Figura nr. 2.2.6. Abonamente radio la 1000 de locuitori

În județul Harghita sunt înregistrate în număr de 22 de studiouri radio, majoritatea funcționând în mediu urban, dar sunt 2 radiouri în mediu rural: Suseni și Izvorul Mureș. Celelalte radiodifuzări sunt: Gheorgheni (6), Miercurea Ciuc (5), Toplița (5), Odorheiu Secuiesc (2), Cristuru Secuiesc (1), Borsec (1). Pe lângă acesta abonamentele de televiziune la nivel regional a avut o creștere semnificativă între anii 1990 și 2005, care a avut la bază creșterea numărului de firme și unităților locale/regionale care furnizează TV cablu. În județul Harghita există o serie de firme care furnizează servicii de televiziune prin cablu (23 firme) și firme care furnizează servicii TV cablu prin posturi care emit în eter (9). Pe lângă acestea există în mai multe localități din județ firme de televiziune care au program individual, dar pe lângă acestea sunt o serie de firme care furnizează doar TV cablu localităților din județ. Astfel în județ există în total 81 unități care furnizează TV cablu și pe lângă acestea există și posibilitatea serviciilor digitale în televiziune. Mulți locuitori beneficiază de serviciile digitale existente prin antene (satelit) proprii.

O altă cale importantă a serviciilor de telecomunicații este piața serviciilor de internet. Principalele mari furnizori de internet în județ sunt: UPC România, Romtelecom S.A., RDS-România Data System și furnizorii de internet special pentru abonații de telefonie mobilă Orange, Conex, Vodafone. Pe lângă acestea în județul Harghita, în depresiunea Ciucului există un proiect inițiat în anul 2004 cu numele Harghita Haló, cu scopul de a asigura accesul la internet pentru 25 de localități (3 orașe și 24 sate) din depresiunea Ciucului prin funcționarea unor Telecentre. Pe lângă acesta crește importanța accesului la internet fără cablu (wireless). Prin cumpărarea dispozitivelor de wireless proprii putem avea acces la internet aproape oriunde.

Numărul unităților de poștă care funcționează în cadrul activității Oficiului Județean de Poștă Harghita este asigurată de 129 unități, din care 31 sunt oficii poștale, iar celelalte sunt agenții, ghișee sau circumscripții poștale.

Cele mai importante publicații și ziare din județ sunt:

- Ziare locale cu apariție zilnică: Hargita Népe, Csíki Hírlap
- Săptămânal: Gyergyói Kisújság, Új Kelet
- Lunar: Székelyföld (magazin cultural lunar), Kedd (magazin pentru tinerii din Odorheiu Secuiesc)

II.2.2.4. Infrastructura edilitară

Infrastructura edilitară liniară în primul rând se compune din rețelele de apă potabilă, canalizare, gaz, energie electrică și salubritate.

Tabel nr. 2.2.6.: Utilități publice în anul 2006

	România	Regiunea Centru	Jud. Covasna	Jud. Harghita	Jud. Mureș
Ponderea localităților cu rețea de apă potabilă	63	64,5	53,3	70,1	65,7
Ponderea localităților cu rețea de canalizare	22,3	29,5	37,8	32,8	34,3
Ponderea localităților cu rețea de distribuție a gazelor naturale	24,4	57,0	31,1	32,8	81,4

Sursă: Planul de Dezvoltare Regiunea Centru 2007 -2013

Rețeaua de distribuție a apei potabile în lungime totală de 1028 km (2005) în județul Harghita acoperă 48 de localități din care 9 localități sunt orașe și 39 comune. Deși ponderea localităților cu instalații de alimentare cu apă potabilă în județ este mai mare decât la nivel național și regional, peste 30% din totalul localităților rurale sunt fără alimentare cu apă potabilă. După ultimele date statistice în anul 2007 numărul localităților rurale cu rețea de distribuție a apei potabile a crescut la 42 comune. Apa potabilă distribuită în anul 2005 a fost de 14242000 m³, din care pentru uz casnic a fost folosit 9733000 m³. Consumul mediu de apă potabilă/locuitor în ultimii ani are o tendință de scădere.

La sfârșitul anului 2006, 21 de localități din județ beneficiau de sistem de canalizare, reprezentând 32,8% din totalul localităților, pondere mai mare decât la nivel regional/național dar și așa este o pondere destul de modestă. Din totalul localităților rurale (58 comune) în anul 2006, numai în 12 localități (21%) a existat sistem de canalizare. Această pondere a localităților rurale cu sistem de canalizare în anul 2007 a crescut la 34%, adică în prezent există rețea de canalizare în 20 de localități rurale din județ. Lungimea totală simplă a conductelor de canalizare publică în anul 2007 este de 396 km astfel în prezent ponderea localităților cu rețea de canalizare în județul Harghita este de 43%.

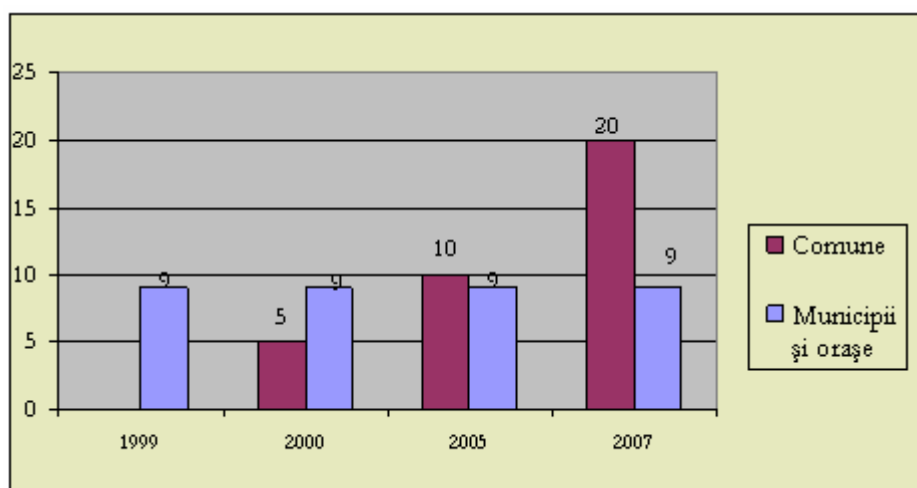


Figura nr. 2.2.7. Numărul localităților cu sistem de canalizare în județul Harghita

La sfârșitul anului 2006 rețeaua de distribuție a gazului a acoperit 32,8% din totalul localităților județului, astfel numărul localităților în care se distribuie gaz în anul 2006 a fost 22 de localități, din care 7 orașe (o acoperire de 77,7%) și 15 comune (o acoperire de 26%). Având în vedere rețeaua de distribuție a gazului la nivel regional (57%) județul Harghita rămâne mult sub nivelul acesta. În prezent în județ există rețea de gaz în 24 de localități, care înseamnă o pondere de 35,8%. Alimentarea județului Harghita cu energie electrică (cu excepția a 21 sate) este rezolvat.

Tabelul nr. 2.2.7.: Zone verzi (2007)

	Spații verzi în municipii și orașe (hectare)	Nr. orașe și municipii	Număr locuitori urban	m ² / orașe și municipii	m ² / locuitori urban
România	20724	320	11914343	647 625	17,39
Regiunea Centru	2184	57	1508179	383 158	14,48
Jud. Covasna	163	5	112583	326 000	14,47

Jud. Harghita	415	9	144421	461 111	28,73
Jud. Mureș	539	11	306412	490 000	17,59

Sursă: INSEE, 2007

În comparație cu cele trei județe din tabel și în comparație cu Regiunea Centru și la nivel național în județul Harghita (orașele și municipii) suprafața spațiilor verzi raportat la numărul de locuitori este destul de ridicat, iar suprafața spațiilor verzi raportat la numărul orașelor și municipiilor existente în județ se află sub nivelul național, dar peste nivelul regional.

În concluzie se poate spune în general despre infrastructura județului Harghita că în ultimele ani au avut o tendință de dezvoltare, dar pentru un progres de nivel de trai și mai ales pentru a obține rezultate cât mai bune în dezvoltarea turismului ar fi necesar și mai multe modernizări în infrastructura județului, mai ales în ceea ce privește infrastructura de transport (mai ales modernizarea drumurilor naționale din județ, construirea trotuarelor continue în localitățile rurale, amenajarea locurilor de parcare de-a lungul drumurilor publice, continuarea reabilitării drumurilor județene și comunale, formularea unor concepții posibile de realizare a unor trasee ocolitoare pe lângă localitățile în care trec drumuri naționale) modernizarea infrastructurii edilitare a localităților rurale (rețea de canalizare și de apă potabilă, rețea de gaz, reabilitarea străzilor intracomunale, spațiile verzi, amenajarea recipientelor stradale pentru gunoi, amenajarea parcarilor).

II.2.3. Structuri de primire turistică

Orice construcție și amenajare destinată, prin proiectare și execuție, cazării turiștilor, servirii mesei pentru turiști, agrementului, transportului special destinat turiștilor, tratamentului balnear pentru turiști, împreună cu serviciile aferente se consideră structură de primire turistică. Structurile de primire turistică sunt clasificate în cinci categorii, care sunt detaliate în continuare.

II.2.3.1. Structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică

Structurile de cazare sunt clasificate în următoarele categorii: hoteluri, hoteluri-apartament, moteluri, vile turistice, cabane, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, camere de închiriat în locuințe familiale, nave fluviale și maritime, pensiuni turistice și pensiuni agroturistice și alte unități cu funcțiuni de cazare turistică.

În prezent în județul Harghita sunt clasificate următoarele structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare²⁷:

- 7 hoteluri de 3 stele, 9 hoteluri de 2 stele, 2 hoteluri de 1 stea,
- 1 hotel pentru tineret de 2 stele, 2 hosteluri de 2 stele,
- 2 moteluri de 1 stea, 5 moteluri de 2 stele, 1 motel de 3 stele,
- 1 han de 2 stele, 2 cabane de 2 stele, 1 vilă de 1 stea, 3 vile de 2 stele,
- 1 camping de 1 stea și 1 camping de 2 stele,
- 3 pensiuni urbane de 1 stea/flori, 35 pensiuni urbane de 2 stele/flori, 7 pensiuni urbane de 3 stele respectiv flori și 1 pensiune urbană de 4 flori,
- 60 pensiuni agroturistice de 1 floare, 320 pensiuni agroturistice de 2 flori și 8 pensiuni agroturistice de 3 flori.

Se remarcă numărul ridicat al pensiunilor urbane și rurale în timp ce lipsește categoria structurilor de cazare de 4 sau 5 stele, numărând doar o pensiune urbană de patru stele. Numărul structurilor de cazare se reflectă și în capacitatea de cazare turistică existentă, a cărei analiză a fost efectuată pe o perioadă mai lungă de timp, urmărind dinamica acesteia pe parcursul anilor.

Tabelul nr. 2.2.8. Capacitatea de cazare turistică existentă pe tipuri de structuri (număr locuri) în județul Harghita (1990-2007)

Tipuri de structuri	1990	1990	2000	2000	2004	2004	2007	2007
	Nr. locuri	Procent din total național	Nr. locuri	Procent din total național	Nr. locuri	Procent din total național	Nr. locuri	Procent din total național
TOTAL	11.058	3,13	7.256	2,59	5.964	2,16	7.063	2,49
Hoteluri	1.910	1,14	1.582	1,00	1.343	0,84	1.655	0,98
Hosteluri	-	-	-	-	-	-	99	6,77

²⁷ Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, Direcția Juridică Autorizare și Control, Reprezentanța Teritorială Harghita

Moteluri	-	-	334	5,51	156	2,6	425	7,57
Vile turistice	5.895	12,61	2.074	10,51	569	3,53	452	2,95
Cabane turistice	546	4,39	601	7,54	301	4,84	233	4,22
Campinguri	1.069	2,30	880	3,05	746	2,81	685	2,74
Popasuri turistice	-	-	-	-	88	7,18	82	7,12
Căsuțe turistice	-	-	132	2,10	220	4,11	280	6,80
Tabere de elevi și preșcolari	1.215	2,61	1.295	3,23	1.295	4,29	51	0,25
Pensiuni turistice urbane	-	-	83	2,60	371	4,58	828	6,17
Pensiuni turistice rurale	-	-	105	5,79	294	5,49	2.273	14,71
Pensiuni agroturistice	-	-	170	9,83	587	14,48		

INSSE – TEMPO_TUR102D și calcule proprii pe baza acestor date

În anii 1990 vilele turistice din județ însumau mai mult decât jumătate din capacitatea totală de cazare turistică. Până în anii 2000 acest număr a scăzut la jumătate, iar în prezent este mai puțin de o zecime față de anul 1990, fapt care se datorează stării de degradare avansată a vilelor din renumitele stațiuni turistice ca de exemplu Lacul Roșu, Băile Homorod, Borsec etc.

Se poate observa faptul că în prezent pensiunile turistice rurale și pensiunile agroturistice din județul Harghita au un procent deosebit de ridicat la nivel național. Aceste tipuri de cazare se potrivesc deosebit de bine în cadrul natural și peisajul local, modul de viață a oamenilor și tradițiile. În acest timp în județul Harghita structurile hoteliere sunt reprezentate slab. Aceste

tipuri de cazare au un avantaj cert, deoarece gama de servicii oferite în pensiuni cu greu poate concura celei oferite în hoteluri de categorie medie-superioară. Relatat la nivelul țării taberele de copii reprezintă un procent foarte mic, aproape nesemnificativ. Hotelurile apartament, hanurile, cabanele de vânătoare și de pescuit, bungalourile și satele de vacanță sunt segmente de tipuri de cazare care lipsesc de pe paleta județeană a structurilor de cazare turistică.

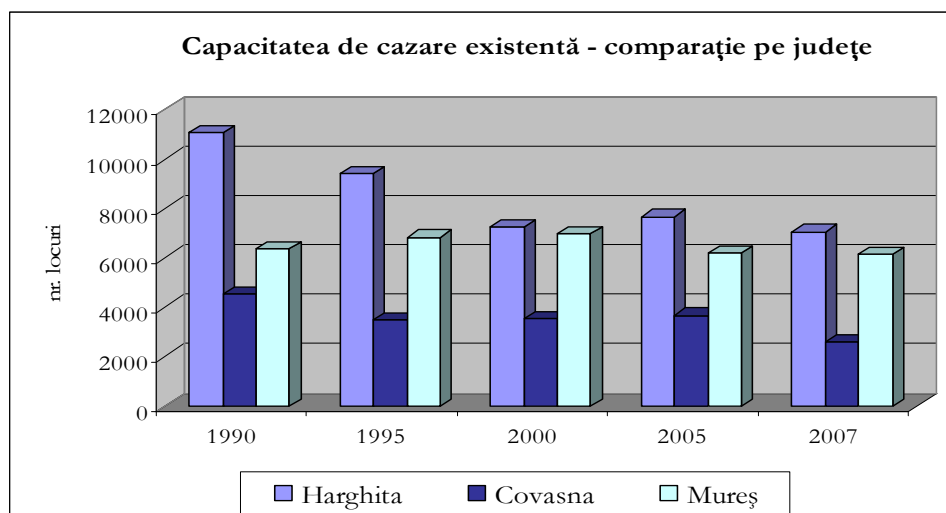


Figura nr. 2.2.8. Capacitatea de cazare existentă – comparație pe județe

INSSE – Capacitatea de cazare turistică existentă pe tipuri de structuri de primire turistică, regiuni de dezvoltare și județe TEMPO_TUR102D_04.11.2008

Comparând capacitatea de cazare existentă a județelor, este evident faptul că din anii 2000 județele Harghita și Mureș numără o capacitate de cazare asemănătoare, în timp ce județul Covasna rămâne cu mult în urma acestora. Pe plan național județul Harghita dispune de un procent de 3,13-2,49 din capacitatea de cazare existentă totală, în timp ce județele Covasna și Mureș dobândesc procente de 1,28-0,91 și 1,80-2,16 din totalul național.

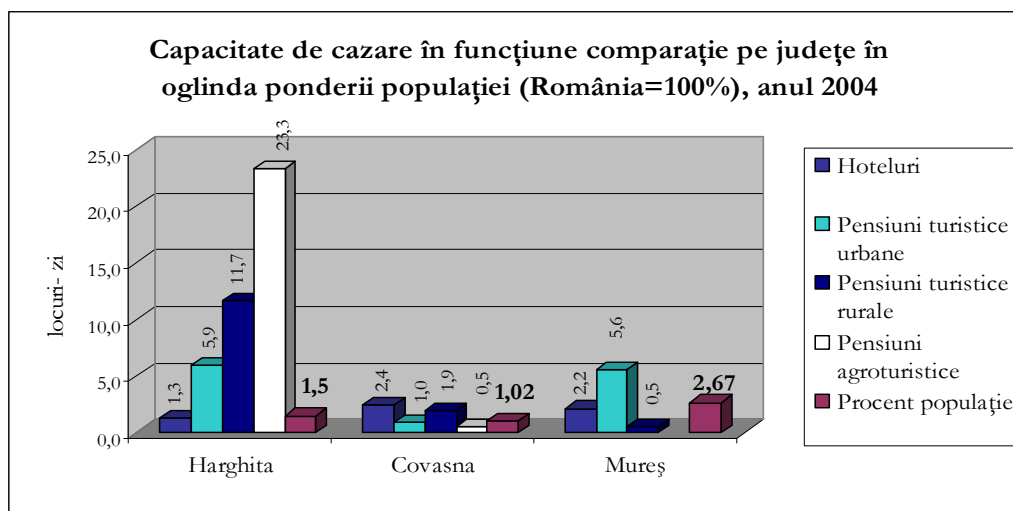


Figura nr. 2.2.9. Capacitatea de cazare în funcțiune, comparație pe județe în oglinda ponderii populației

INSSE – *Capacitatea de cazare turistică în funcțiune pe tipuri de structuri de primire turistică, regiuni de dezvoltare și județe TEMPO_TUR102B_04.11.2008, și calcule proprii*

Atât din observările simple cât și din unele date statistice reiese faptul că o pondere importantă în componența structurilor de cazare turistică o reprezintă pensiunile. Din păcate unele tabele statistice naționale au lipse, de exemplu pentru anii 2005-2006 nu se găsesc date despre capacitatea de cazare existentă în pensiunile agroturistice nici la nivel național nici pentru județe. Date mai complete se găsesc referitoare la sosiri în buletinele statistice lunare județene.

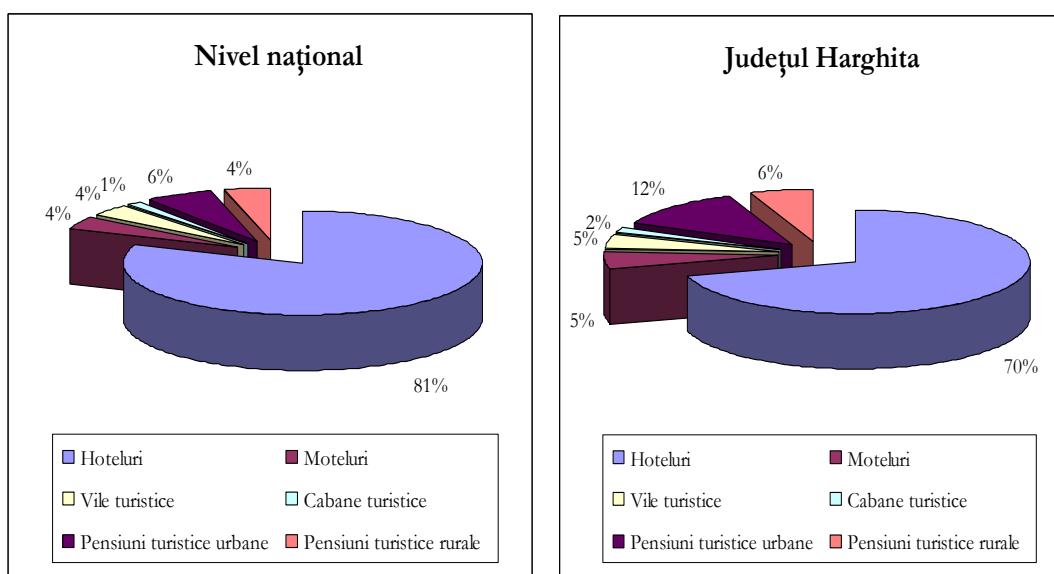


Figura nr. 2.2.10. Sosiri în principalele structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, pe tipuri de structuri de primire turistică, 2007

INSSE – *Buletin statistic lunar nivel național, Buletin statistic lunar județean 12/2007*

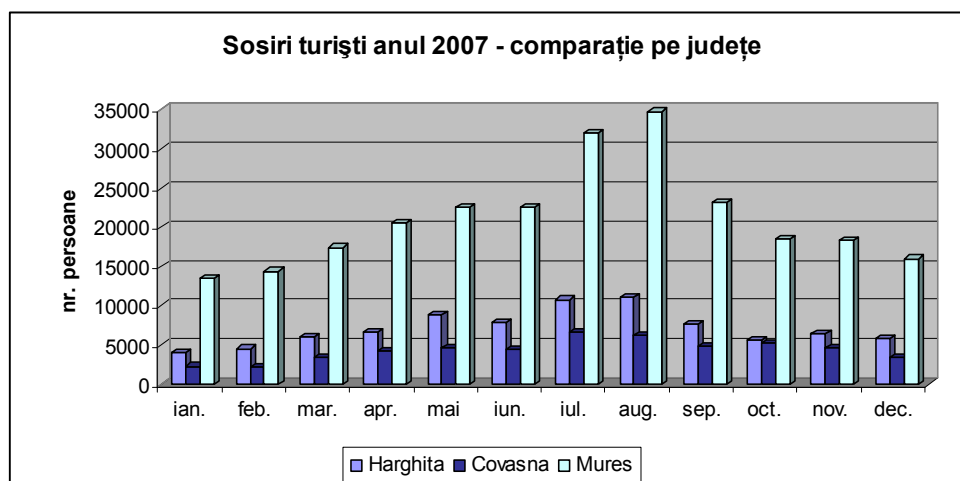


Figura nr. 2.2.11. Sosiri turiști anul 2007

INSSE – Buletin statistic lunar nivel național, Buletin statistic lunar județean 1/2008

Este interesantă comparația dintre județe privind capacitatea de cazare în funcțiune, sosiri turiști și indicele de utilizare netă pentru anul 2007. Capacitatea de cazare în funcțiune arată valori asemănătoare pentru județele Harghita și Mureș pe când aproape jumătate pentru județul Covasna. În acest timp în privința sosirilor județul Mureș este net superior celorlalte două județe, Harghita fiind situată cu puțin înaintea județului Covasna. În cazul indicelui de utilizare netă situația este din nou total diferită, după cum se vede în figura următoare.

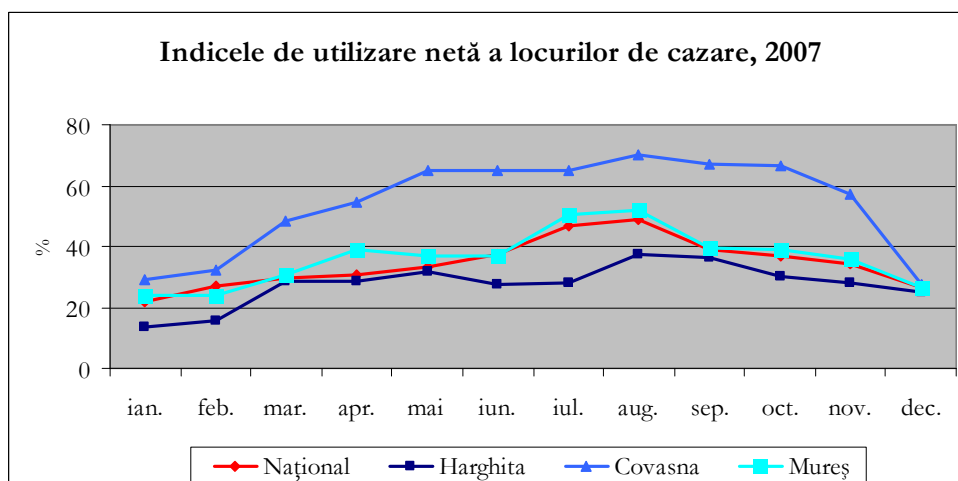


Figura nr. 2.2.12. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare, 2007

INSSE – Buletin statistic lunar nivel național, Buletin statistic lunar județean 1/2008

Analizând indicele de utilizare netă a locurilor de cazare pe parcursul anului 2007, se poate observa că acest indice în județul Harghita rămâne atât sub indicele de nivel național cât și sub indicele județelor în comparație. Județul Covasna însă se pare că utilizează locurile puține mai eficient decât celelalte două județe. Practic capacitatea de cazare în funcțiune nu este suficient de bine exploatată. Pe parcursul lunilor se poate observa un grad de utilizare mai ridicat pe parcursul lunilor de vară și o scădere pe timpul iernii, această tendință fiind simetrică pentru toate datele comparate.

II.2.3.2. Structuri de primire turistică cu funcțiuni de alimentație publică

Dacă înainte de 1989, numărul restaurantelor și al unităților similare din țara noastră era în jur de 35.000 de unități (cele independente și cele din cadrul structurilor hoteliere), în prezent numărul acestora depășește câteva sute de mii.

În marile și micile orașe, în comune și sate, pe arterele rutiere de mare circulație, au apărut unități din cele mai diverse tipuri: restaurante, baruri, cafenele, snack bar-uri, unități fast-food, pizzerii, pensiuni rurale etc. Evoluția ascendentă a numărului de unități de alimentație vine în întâmpinarea cererilor variate ale turiștilor.

Această categorie include unitățile de alimentație din incinta structurilor de primire cu funcțiuni de cazare, unitățile de alimentație publică situate în stațiuni turistice, precum și cele administrate de societăți comerciale de turism, indiferent de amplasament.

În județul Harghita sunt clasificate în total 39 de structuri de primire turistică cu funcțiuni de alimentație publică, dintre care 23 unități de categoria 2 stele și 16 unități de categoria 3 stele. Din punct de vedere al tipurilor de unități, ponderea majoră o deține categoria "restaurante clasice".

Dacă ne referim la structura unităților pe categorii de confort, observăm că ponderea principală o dețin cele de 2 stele. Condițiile oferite de structurile de alimentație de 2 stele răspund relativ bine cerințelor turiștilor, având în vedere conjunctura actuală a economiei naționale, când puterea de cumpărare a populației este scăzută, iar cererea pentru turism, reprezentând o nevoie de ordin superior, este de asemenea scăzută. Limitele sunt legate de

reducerea puterii de cumpărare a pieței interne și de oferta insuficient de competitivă pe piața externă.

În afara unităților de alimentație publică enumerate, în județ funcționează numeroase baruri, cafenele, fast-food-uri, pizzerii, cofetării etc., care însă nu sunt clasificate ca și structuri de primire turistice și astfel nu pot fi cuantificate în această lucrare.

II.2.3.3. Structuri de primire turistică cu funcțiuni de agrement

Agrementul este o componentă importantă a produsului turistic cu un rol esențial în asigurarea unui sejur plăcut într-o destinație turistică. Din păcate structurile de agrement nu sunt suficient de bine reprezentate nici în stațiuni nici în celelalte localități ale județului.

Dintre dotările de agrement cele mai întâlnite sunt cele clasice cum ar fi biliardul, sala de jocuri mecanice, parcul, discoteca, organizarea de excursii, drumeții, terenul de sport polivalent și piscina acoperită. Datorită zonei montane părțile de schi au o pondere deosebită în lista structurilor de agrement. În schimb, nu există de exemplu nici un teren de golf, facilitate caracteristică unei clientele de lux. De asemenea, semnalăm prezența scăzută a unor facilități de agrement care nu presupun investiții majore cum ar fi închirierea de biciclete, piste pentru concursuri cu bicicleta, tir cu arcul sau existența cluburilor paint-ball.

Numeroasele **trasee turistice** oferă posibilitate atât drumețiilor cât și circuitelor cu bicicleta sau turismului ecvestru. Pe raza județului sunt omologate și marcate în total 33 trasee turistice după cum urmează: Munții Giurgeu 6 trasee, Munții Hăghimaș 14 trasee, Munții Harghita 10 trasee, Munții Gurghiu 3 trasee.

Zona montană, peisajele naturale deosebite, climatul deosebit oferă un mediu adecvat **centrelor de echitație** și de trăsură. Astfel în momentul actual în județul Harghita sunt mai mult de 15 centre de echitație și hipism atât în Miercurea Ciuc, Gheorgheni și Odorheiu Secuiesc cât și în alte localități cum ar fi Homorod Băi, Subcetate și Iacobeni.

Județul Harghita are multe localități care dețin **pârții de schi**, răsfrirate atât pe cursul superior al Mureșului cât și pe cel al Oltului.

Tabelul nr. 2.2.9. Pârțile de schi omologate din județul Harghita, 2007

Nume pârtie de schi	Localitate	Grad de dificultate	Altitudine (m)	Lungime (m)	Lățime medie (m)
Șumuleu	Miercurea Ciuc	mediu	710	400	25
Tolvajos	Miercurea Ciuc	ușor	1335	480	230
Măgheruș	Toplița	mediu	855	460	55
Bradul	Toplița	ușor	855	1000	n.d.
Miklós	Harghita Băi	mediu	1370	388	60
Kossuth 1	Harghita Băi	ridicat	1350	510	n.d.
Csipike	Harghita Băi	ușor	1325	275	52
Kicsi Mihály	Mădăraș	mediu	1560	320	30
Nagy Mihály	Mădăraș	ridicat	1620	850	50
Sugó	Mădăraș	mediu	1610	850	30
Greceș	Izvorul Mureșului	ușor	965	380	50
Lobogó	Homorod Băi	mediu	810	400	60
Csángó	Valea Rece	mediu	126	450	n.d.
Előd	Sânmartin	ușor	806	310	60

Ghidul pârtiilor de schi 2007, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism

Pentru iubitorii sporturilor de iarnă sunt la dispoziție în Miercurea Ciuc 2 **patinoare** artificiale dotate cu sisteme de răcire dintre care unul acoperit, un patinoar artificial acoperit în Gheorgheni, un patinoar artificial în Odorheiu Secuiesc, unul în curs de acoperire la Cârța și patinoare descoperite la baza pârtiilor de schi la Pasul Tolvajos și Homorod Băi. În municipiile

județului se găsesc complexe sportive care oferă și alte posibilități cum ar fi: terenuri de tenis, teren de fotbal cu gazon artificial etc.

Județul Harghita fiind renumit și pentru numeroasele izvoare de apă minerală, printre structurile de agrement oferite turiștilor sunt și **ștranduri** cu apă plată sau minerală rece (ștrandul municipal Miercurea Ciuc, ștrandul Jigodin Băi, Frumoasa, ștrandul municipal Odorheiu Secuiesc, ștrandul Szejke etc.) cât și ștranduri cu apă mezotermală (Băile Tușnad, Vlăhița, Băile Miercurea Ciuc, Praid etc.) și piscine acoperite (Hotel Flamingo, Pensiunea Bella Vita, Băile Jigodin).

Inventariind posibilitățile de agrement și diversitatea paletelor de oferte în acest sens găsim și câteva dintre sporturile extreme. În Miercurea Ciuc există un club care asigură atât echipament cât și programe și cursuri de zbor celor interesați de **zborul cu parapanta**. Pe raza județului sunt multe locuri propice practicării acestui sport: Hășmașu Mare, Hășmașu Mic, Lunca de Jos și Șumuleu Ciuc (zonă accesibilă și piloților cu pregătire minimă).

În Odorheiu Secuiesc funcționează o asociație sportivă care oferă echipamente, cursuri și programe amatorilor de **river-rafting**, croaziere și aventură cu caiac sau canoe pe lacuri sau ape sălbatice. În gama serviciilor oferite se găsesc instructaj de 4 zile, excursii de o zi sau croaziere și sejururi de 3-4 zile pe cursul superior al râurilor Mureș, Olt, Târnava, lacul de baraj Bicaz, combinate cu escaladări sau pescuit.

Pentru iubitorii motociclismului există la Lăzarea o **pistă enduro** omologată, unde în anul 2008 sub egida Federației Române de Motociclism a fost organizată etapa a II-a a Campionatului Național de Enduro. Au mai fost organizate diferite competiții pe piste motocros și enduro la Cozmeni, Mădăraș și Odorheiu Secuiesc, dar nu este cunoscut stadiul exact de omologare al acestora.

În afara structurilor de agrement din domeniul sporturilor sunt și săli de spectacole și activități culturale care oferă posibilități de recreere turiștilor. Teatrul artistic din Miercurea Ciuc, Ansamblul de dans popular secuiesc Harghita, Orchestra simfonică de sală din Miercurea Ciuc. Deasemenea se găsesc și câteva cluburi și cazinouri, care însă nefiind clasificate din punct de vedere al structurilor de primire turistică nu se găsesc în evidențele statistice.

II.2.3.4. Structuri de primire turistică cu funcțiuni de transport

În județul Harghita nu există structuri turistice cu funcțiuni de transport cum ar fi trenulețele, transportul fluvial și maritim, transporturi rutiere regulate cu funcțiune special destinată turiștilor. Mijloacele de transport în comun, cursele regulate sunt folosite și de turiști.

Alte structuri turistice cu funcțiuni de transport sunt transportul pe cablu, teleschiul care se regăsesc pe pârtiile de schi fiind servicii complementare. În județul Harghita nu sunt telecabine destinate turiștilor. Pârtiile de schi sunt dotate diferit cu teleschiuri moderne, teleschi piloni cu farfurie sau teuri, baby ski lift cu braț etc.

În județ funcționează în total 32 agenții de turism, dintre care doar câteva organizează ocazional circuite interne. Agențiile de turism în general nu dispun de mijloace de transport proprii, acestea fiind închiriate de la societățile comerciale din domeniul transportului rutier de persoane.

II.2.3.5. Structuri de primire turistică cu funcțiuni de tratament balnear

Turismul balnear constituie o parte importantă a turismului la nivel național dar și pe plan județean. În România sunt cunoscute și omologate numeroase localități și puncte cu resurse balneare însumând aproape o treime din rezervele de ape termominerale ale Europei. Dintre cele 83 de stațiuni turistice înregistrate, 37 de stațiuni sunt de importanță națională²⁸ în majoritate cu funcțiuni balneare și sunt bine cunoscute și pe piața externă, îndeosebi cele profilate pe afecțiuni cardiovasculare, reumatismale, digestive, ginecologice și reparatorii. Valoarea terapeutică și calitățile fizico-chimice a factorilor naturali de tratament sunt asemănătoare sau chiar superioare celor existente în stațiuni externe cu renume mondială.

Județele cele mai bogate în resurse balneare sunt Harghita și Covasna, urmate de Mureș, Sibiu, Brașov și Alba. Județul Harghita deține în total 6 stațiuni de interes local și o stațiune de interes național cu baze de tratament, recomandate pentru afecțiuni cardiovasculare, reumatice și ale aparatului respirator. Județul Covasna numără o stațiune de interes național și o stațiune turistică de interes local, recomandate pentru afecțiuni cardiovasculare. Județul Mureș deține o stațiune de interes național cu ape sărate și iodurate pentru afecțiuni reumatice și ginecologice.

²⁸ HG 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice

Localitățile atestate ca stațiuni turistice din județul Harghita²⁹ sunt grupate astfel:

Stațiune turistică de interes național:

- **Băile Tușnad** – situată în partea sudică a depresiunii Ciucului, la o altitudine de 650m, cu climat subalpin, aer curat ozonat, bogat în aerosoli și ioni negativi. Cure de apă minerală, băi cu bioxid de carbon, mofete, băi galvanice, masaj, băi de plante, ionizări, magnetoterapie etc. Indicat în afecțiuni cardiovasculare, afecțiuni ale sistemului nervos, afecțiuni digestive și afecțiuni endocrinologice.

Stațiuni turistice de interes local:

- **Băile Homorod** – este situată la o altitudine de 756 m, pe valea Homorodului Mare. Are un climat subalpin, ferit de vânturi cu 6 izvoare de ape minerale indicate în afecțiuni cardio-vasculare, în tratarea hipertensiunii arteriale și în afecțiuni ale tubului digestiv. În prezent nu există bază de tratament.
- **Borsec** – situat la o altitudine de 900 m față de nivelul mării, cu climat montan, aer ozonat, încărcat cu ioni negativi, cu izvoare de ape minerale carbogazoase, magneziene, hipotone, calcice, neferuginoase. Indicat în afecțiuni ale aparatului digestiv, rinichilor și ale vezicii și căilor urinare, precum și ale sistemului circulator. Tipurile de proceduri fiind: mofete, băi cu plante asociate cu masaj, băi galvanice, împachetări cu parafină, fizioterapie, hidroterapie, băi de lumină. Însă baza de tratament în prezent nu este funcțională.
- **Harghita-Băi** – situată la o altitudine de 1350 m, cu climat montan, aer ozonat încărcat cu ioni negativi. Factorii naturali de cură fiind izvoarele de ape minerale și mofetele. În afara mofetei nu există alte baze de tratament pentru valorificarea apelor minerale.
- **Izvorul Mureșului** – este situată la o altitudine de cca. 900 m, la poalele Munților Hășmaș, cu climat montan, aer ozonat, încărcat cu ioni negativi.
- **Lacul Roșu** – este situată la o altitudine de 980 m, cu climat subalpin, aer curat, bogat în radiații ultraviolete, puternic ozonat, cu ionizare accentuată a atmosferei. Indicat în tratamentul nevrozei astenice, stării de debilitate, surmenaj fizic și intelectual, boli ale aparatului respirator, afecțiuni digestive și endocrine.

²⁹ Ghidul pârtiilor de schi 2007, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism

- **Praid** – situată în depresiunea Praid-Sovata la o altitudine de 580 m, cu climat stimulat, puternic ozonat, salină de adâncime cu microclimat specific. Indicații terapeutice în tratarea bolilor ale aparatului respirator: astm, bronșite, rinite cronice, sinuzite cronice, enfizem pulmonar, silicoze, afecțiuni respiratorii. Tipuri de proceduri: peleo- și climatoterapie în salină, bază de tratament cu 16 văni cu apă sărată încălzită.

Pe baza datelor Institutului Național de Recuperare, Medicină Fizică și Balneologie pe plan național sunt luate în evidență în total 477 de localități cu resurse balneare³⁰, dintre care 38 în județul Harghita, 29 în județul Covasna și 6 în județul Mureș. Cele mai cunoscute surse de solfatare se află în județele Harghita (la Sânsimion, Ciucsângeorgiu, Băile Harghita), emanații carbogazoase-sulfuroase slab radioactive, de altitudine, unice în Europa.

Structuri de tratament

Desfășurarea activităților de tratament balnear și a celor profilactice este legată în mod direct nu doar de existența factorilor naturali terapeutici, ci și de cea a structurilor specifice tratamentului care se constituie ca elemente definitorii ale stațiunilor balneoturistice. În majoritatea cazurilor, structurile de tratament din localitățile care dispun de factori naturali terapeutic sunt amplasate în cadrul unor unități de cazare, respectiv hoteluri și vile turistice.

În perioada 1996-2005 s-a constatat o scădere continuă a numărului unităților care dispun de structuri de tratament balnear, în principal datorită gradului lor avansat de uzură și a lipsei fondurilor pentru achiziționare altora noi și performante, care să răspundă cerințelor actuale privind cura balneară. Județul dispune de un potențial balnear deosebit care însă nu este valorificat suficient iar foarte multe din vechile stațiuni au fost închise. Trebuie să amintim și faptul că baza de tratament de la Borsec a ajuns într-o stare de degradare avansată fiind închisă recent.

Din fericire însă putem să înșirăm câteva exemple unde baza de tratament a fost renovată sau recent deschisă. Astfel de locații fiind :

Băile Jigodin, Miercurea Ciuc – centru balnear proaspăt renovat, bazin și 12 văni pentru baie cu apă minerală încălzită, saună, mofete, masaj;

Băile Szejke, Odorheiu Secuiesc – bază de tratament cu 11 văni cu apă minerală încălzită exploatată, mofetă cu gaze carbogazoase nefuncțională;

³⁰ Strategia turismului balnear, faza 1 - INCDT, București, septembrie 2006

Băile Nadaș, Tușnadu Nou – băile populare renovate cu apă minerală captată;

Racu – minibază de tratament recent renovată cu vane, izvoare minerale captate.

Tabelul nr. 2.2.10. Instalații și proceduri de tratament în centrele balneare în stațiunile turistice din județul Harghita

Localitatea	Proceduri	Instalații de tratament
Băile Tușnad	Electroterapie Hidroterapie Fizioterapie Masaj Magnetoterapie	Instalații pentru băi cu ape minerale carbonatate, băi galvanice, împachetări cu parafine, instalații pentru electroterapie, instalații pentru mofete (emanații naturale de bioxid de carbon) cu încăperi pentru inhalații de bioxid de carbon, instalații pentru băi de plante, instalații de aerosoli și inhalații, bazin în aer liber alimentat de apele Izvorului Băilor, săli de gimnastică, magneto-diaflux, ionizări, buvete pentru cură internă cu ape minerale.
Praid	Spelioterapie Climatoterapie	Baza de tratament subterană din Salina Praid se află la o adâncime de 120 m de la suprafață, tratamentul de speleoterapie și climatoterapie cuprinde practic inhalarea aerului din mină, fiind foarte util în cazul bolilor căilor respiratorii (boli astmatice, bronșitice și alergice).

Strategia turismului balnear, fază 1 - INCDT, București, septembrie 2006

În județul Harghita sunt în evidență și alte stațiuni balneoclimaterice care ori nu corespund cerințelor pentru atestare și din acest motiv nu sunt pe lista stațiunilor, ori au fost închise și sunt în stare avansată de degradare. Alte locații cu roluri balneare dar nefuncționale sau cu activitate sistată sunt Băile Selters, Băile Chirui, Remetea, Băile Szeredai (Miercurea Ciuc), Băile Dugaș. Locații cu potențial balnear nefuncțional sau activitate sistată sunt :

- Băile Arcio, Corund – băi cu cadă cu apă minerală, demolat, nefuncțional
- Băile Sărate, Cristuru Secuiesc – izvoare de apă minerală sărată captate, bază de tratament cu vane nefinalizat, demolat, nefuncțional

- Iacobeni, Cașin – băi calde din apă minerală încălzită, 12 cabine, nu mai există, sanatoriu care se află în proprietate privată, sub reconstrucție
- Băile Madicea, Cârța – bază de tratament cu 10 vane cu apă minerală, nefuncțional
- Băile Sântimbru-Pucioasa, Sâncrăieni – mofete cu gaze sulfuroase cu debite mari, exploatate, bază de tratament cu băi calde cu 6 vâni, închis
- Băile Banffy, Toplița – izvoare și strand cu apă mezotermală (26-28 °C) exploatate, nu există structuri balneare de tratament
- Valea Întunecoasă, Lunca de Jos – minibază de tratament cu 8 vâni, închis recent.

În afara echipamentelor avizate de către Ministerul Sănătății, în localitățile care dispun de factori naturali terapeutici mai funcționează și alte echipamente medicale. Multe din bazele de tratament medical se află într-o stare avansată de uzură fizică și morală, ceea ce influențează calitatea serviciilor prestate turiștilor sosiți pentru tratament și limitează posibilitățile viitoare de dezvoltare a stațiunilor. Deși o parte din societățile comerciale din stațiunile balneare din țară au început să-și modernizeze bazele de tratament, și după anul 1990 și-au achiziționat aparatură medicală modernă, totuși bazele de tratament din stațiunile balneare sunt în general învechite și insuficiente.

Structuri de wellness

În țară noastră, wellnessul a apărut doar în ultimii ani și mai mult în orașele mari, reședințe de județ, fiind mai puțin prezent în stațiunile turistice, ca ofertă de produse pentru turiști. Stilul de viață wellness înseamnă întoarcerea omului către natură unde caută metode și produse naturale pentru sănătate, pentru echilibrul psihic și energie. Centrele wellness oferă masaje aromatice, tratamente pentru celulită, împachetări cu alge. Cele mai importante centre de wellness din județ fiind:

- Hunguest Hotel Fenyő***, Miercurea Ciuc - unde turiștii pot alege între masajul anticelulitic, suedez, medical sau chiar cu miere la fel de bine cum pot apela la sala de fitness și la aparatele cardiologice din dotare, să participe la gimnastica de dimineață urmată de saună și infrasaună și încheiată în bazinul Kneipp sau să petreacă clipe de relaxare în jacuzzi.
- Hotel Flamingo***, Miercurea Ciuc – în cadrul Wellness Centrului se află cea mai mare piscină acoperită din Miercurea-Ciuc, cu o suprafață de 180 m². Temperatura apei din

bazin este de 28 °C, iar adâncimea se extinde de la 140 cm până la 170 cm. Alte facilități care stau la dispoziția turiștilor sunt sala de fitness, sala de masaj, solariul, sauna și baia jacuzzi.

- Hotel Târnava-Küküllő***, Odorheiu Secuiesc - oferă o varietate amplă de servicii pentru destinderea turiștilor. O echipă profesionistă poate introduce clientul în plăcerile și efectele benefice ale masajului relaxant, reflexologic și revitalizant. Se poate încerca senzația revigorantă a saunei, masajului și al jacuzziului! În fiecare zi aici se desfășoară activități de gimnastică medicală, și gimnastică de corecție.
- Pensiunea Villa Vitae***, Odorheiu Secuiesc - centrul de relaxare este dotat cu saună finlandeză, baie cu aburi, cură Kneipp și masaj, ideale pentru relaxare și odihnă. Din noiembrie 2008 o piscină de 90 mp, un bazin cu apă minerală și bazinul cu hidromasaj de 12 persoane stau la dispoziția clienților.
- Hotel Tușnad***, Băile Tușnad – datorită factorilor balneari aici se găsește o ofertă puțin diferită de cea a hotelurilor din municipiile județului. Serviciile de wellness fiind hidroterapie, homeopatie, masaj aromatic, masajul țesuturilor în adâncime, reflexologie, hidromasaj, terapie fizică, saună. Turiștii pot apela deasemenea la consultație pentru nutriție sau terapie, examinare fizică și la teste de laborator.

Privind trendurile mondiale de un deosebit succes se bucură acupunctura și acupresarea, curele de frumusețe, slăbire, longevitate, antistres, curele de fructe și plante medicinale, care pot fi folosite și în centrele locale. Totodată se poate apela și la tratamente cu produse balneare originale românești (Gerovital, antialergice, Boicil, etc.) care au dobândit renume și pe piața externă.

II.2.4. Informarea turistică

Informarea turistică din județul Harghita este o activitate cu mari diferențe calitative în diferitele părți ale județului. Informarea turiștilor este un serviciu prestat în marea majoritate de oficii și birouri de informare de turism locale. Aceste birouri funcționează în câteva cazuri din finanțarea municipalității (Odorheiu Secuiesc, Miercurea-Ciuc), dar în multe cazuri din propria inițiativă a unor întreprinzători din domeniul turismului.

Birourile de informare turistică au un rol deosebit de important în promovarea și dezvoltarea turismului local, nu numai pentru dirijarea și informarea turiștilor, dar și în atragerea acestora –

participarea la târguri și expoziții de specialitate, dar și în organizarea fluxurilor, programelor turistice și în generarea evenimentelor și proiectelor turistice. Analizând toate aceste deziderate, se poate afirma, că birourile de informare turistică din județul Harghita sunt subdezvoltate, fără o viziune complexă asupra misiunii lor, dar totuși cu o mare varietate în spectrul serviciilor oferite și în alte privințe.

După o scurtă incursiune de inventariere a birourilor de informare turistică, am găsit următoarele:

1. Biroul de informare din Băile Tușnad

A fost fondat în 2005, fiind ultimul birou apărut după 1990 și este finanțat de Asociația de Turism din Băile Tușnad. Are o locație favorabilă, și, deși este deschis doar pe timpul verii (între 1 iunie și 15 septembrie), are un program zilnic prelungit, de la orele 9.00 și 23.00, cu 2 salariați. Este un exemplu foarte bun, unde exclusiv din inițiativă și finanțare privată, se realizează un obiectiv astfel de important. Nu are pagină de web, deocamdată.

2. Biroul de informare din Borsec

Inițiat cu un an mai devreme (2004), are o soartă similară cu cea din Băile Tușnad, cu excepția că în acest caz, imobilul ce găzduiește biroul de informare – foarte similar ca mărime și stil arhitectural cu cel din Tușnad, a fost construit de către Consiliul Local, precum și cheltuielile de întreținere a acestuia (încălzire, electricitate) sunt în continuare finanțate de către acesta. Și acest birou este deschis doar pe timpul sezonului de vară, cu un singur angajat, finanțat de asociația de turism locală.

3. Biroul de informare din Gheorgheni

În Gheorgheni, a existat în trecut un birou în administrarea municipalității, până în 2004, de când funcționează doar datorită sprijinului unei agenții de turism, care a realizat importanța informării și prestează acest serviciu gratuit. Din păcate aceasta nu are o locație tocmai centrală, spre deosebire de cele de mai sus, dar măcar există un asemenea punct, cu un program scurt, dar în patru sezoane.

4. Biroul de informare din Praid

Este poate cel mai vechi punct de informare, din 1991, care este găzduit, ca și la Gheorgheni de o agenție de turism locală, dar mult mai activă și modernă, aproape în centrul stațiunii. Are un program în 4 sezoane, deschis între orele 9.00 și 17.00, cu 2 angajați. Agenția (stațiunea?)

are și o pagină de Internet, dar care din păcate nu funcționează întotdeauna (<http://www.praid.ro/>).

5. Biroul de informare din Miercurea-Ciuc

Soarta și funcționarea cea mai tristă dintre cele existente o are biroul de informare din Miercurea-Ciuc. Finanțat (în parte?) de municipalitatea reședinței de județ, este un birou mai demult inițiat, care a avut mai multe locații, nu tocmai corespunzătoare. Cu toate că la intrarea dinspre sud în oraș, un indicator descrie o adresă, destul de bine ascuns la etajul unui bloc, biroul nu se află la această adresă, ci, din 2004 (!) la etajul Primăriei, unde nu este afișat nici la intrare, nici la ușa biroului denumirea sa. În mod ciudat (și cu toată rezistența portarilor din Primărie), biroul are totuși activitate, dar mai mult probabil în organizarea unor evenimente, concursuri gastronomice. Nu avem însă informații despre programul biroului, obiectivele și rezultatele acestora, pe pagina de web a orașului (destul de bine structurat, de altfel, dar funcțional doar în două limbi, română și maghiară) găsim doar informații utile despre unele obiective din oraș, nu și despre biroul de informare în sine.

6. Biroul de informare din Odorheiu Secuiesc

Un contraexemplu în acest fenomen general de nepăsare aparentă din partea administrațiilor locale în această privință este biroul de informare din Odorheiu Secuiesc, situat pe piața centrală a orașului, și care își asumă un rol proactiv în viața turistică locală: pe lângă funcția principală, aceea de a informa turiștii, biroul a realizat mai multe tipărituri cu caracter promoțional (ultima, un catalog despre prestatorii din zonă, în 2007), a organizat study-tour-uri pentru a cunoaște mai bine atracțiile din zonă, și organizează întâlniri periodice cu toți prestatorii turistici din împrejurimi. Are o pagină de Internet separată (http://tourinfo.ro/component/option,com_frontpage/Itemid,31/lang,hu/), destul de bine structurată și o posibilitate pentru feed-back (printr-o fereastră de mesaje), lucru destul de rar în general în Ținutul Secuiesc. Biroul din Odorheiu Secuiesc funcționează din anul 2000, de pe urma unui proiect Phare câștigat.

Pe lângă birourile de informare prezentate există și câteva inițiative destul de simple, în încercarea de a face oferta turistică din zonă transparentă: nu demult a fost instalat un monitor touch-info în Miercurea-Ciuc. La începutul anilor 2000 s-a editat un CD de informare turistică despre județ din inițiativa Consiliului Județean de atunci și care este un material demodat

tehnic, informațional și din punct de vedere al atractivității (conținutul acestuia încă se poate vedea pe site-ul consiliului județean: <http://www.cchr.ro/jud/turism/hun/ind.html>).

Pe lângă acestea s-au editat numeroase prospecte, broșuri, mai mult sau mai puțin atractive, în general cu o deficiență tipică: cele cu caracter informativ nu sunt complete (de ex. cataloagele), cele cu caracter promoțional nu sunt atractive, ilustrează în cele mai multe cazuri doar peisaje fără dinamism, sugerând o lume statică, oarecum neprimitoare, și fără atmosfere pozitive, bine-conturate prin interacțiuni interpersonale infiltrate în aceste materiale.

O mare lipsă este în prezența hărților la dispoziția turiștilor: hărțile regionale, rutiere sunt puține (nu întotdeauna cu cele mai proaspete informații despre starea anumitor drumuri secundare sau despre atracțiile din zonă), există foarte puține hărți urbane din Secuime (o inițiativă bună în acest sens a avut societatea Geocart, care a editat mai multe din acestea), precum și există câteva hărți cu unele munți sau alte destinații de excursii, dar în general nu există hărți detaliate, complete și de încredere, despre multe locații și destinații de excursii, pentru ciclism montan, drumeții, excursii cu caii, etc. Și chiar și cele existente nu prea se găsesc (și mai rar sunt distribuite gratuit) la punctele de informare turistică sau la agențiile de turism. Situația este și mai gravă în privința transparenței evenimentelor: calendarele de evenimente, atât de necesare pentru o mai bună informare sunt de asemenea articole rare la punctele de contact cu turiștii.

II.2.5. Imaginea zonei pe piețele turistice străine. Promovare externă

II.5.1. Imaginea destinației turistice

Pentru creionarea imaginii zonei studiate (Țara Secuilor în general și județul Harghita în special) am utilizat o serie de surse formale și informale. În analiza ce urmează se fac unele aprecieri plecând de la particularizarea unor aspecte care au fost relevate de sursele utilizate în ceea ce privește România (sau Transilvania) ca destinație turistică. Particularizarea se poate face în acest caz fără riscul însemnat al denaturării datelor, întrucât marea majoritate a turiștilor maghiari care vizitează România includ în program și destinații din Țara Secuilor (excepție constituie poate segmentul turismului de afaceri, unde accentele sunt poate altele).

Studiul realizat de firma KPMG – Travel, Leisure and Tourism, în anii 2005-2006³¹, la comanda Autorității Naționale a României scoate în evidență trăsăturile principale ale imaginii României ca destinație turistică pe piața maghiară, principala emițătoare de turiști către zona studiată. Concluzia acestui vast material citat frecvent în cele ce urmează se întregeste cu aprecierile și experiențele șefilor de birou ale Birourilor de Promovare și Informare Turistică ale României, care activează pe principalele piețe turistice, care generează turiști inclusiv spre Țara Secuilor (în special turism activ, rural și balnear).

Prezența în presa maghiară de turism este un alt indicator important în aprecierea gradului de cunoaștere și popularității zonei. A doua parte a analizei ce urmează merge pe această linie, autorul materialului care urmează a fi prelucrat (autorul prezentului capitol) a analizat peste 300 articole pe tema România turistică³², dintre care peste 120 au ca temă destinații din Țara Secuilor. Cele 239 de relatări despre acestea, făcând parte din 64 localități (munți, parcuri naturale, alte obiective turistice), frecvența aparițiilor obiectivelor reflectă fidel imaginea turistică a zonei studiate. Se analizează de asemenea popularitatea Țării Secuilor³³, de la nivel de județ până la nivel de obiectiv turistic, și popularitatea formelor de turism ce se practică.

Drept sinteză a analizei, și pe baza rezultatelor acesteia, vom încerca să trasăm anumite concluzii cu menirea de a fundamenta strategiile de dezvoltare și de marketing-publicitate din domeniul turismului.

³¹ KPMG Travel, Leisure and Tourism, 2005: Percepția României ca destinație turistică în Ungaria

³² Fără publicitate plătită

³³ Județele Mureș, Harghita și Covasna, făcând abstracție de la faptul că nu întregul județ Mureș și Covasna aparținut entității numite tradițional Țara Secuilor

II.2.5.1.1. Perceperea României ca destinație turistică

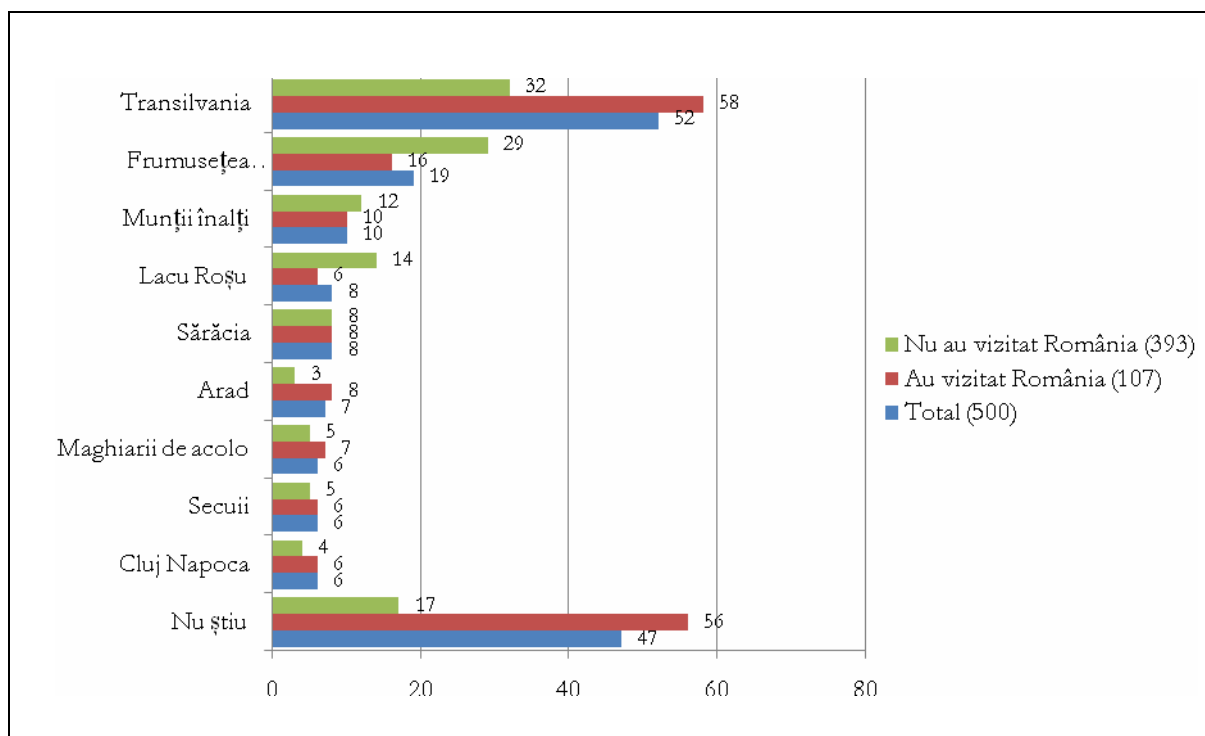
Din studiul realizat de KPMG, la comanda Autorității Naționale pentru Turism a României, relevă o serie de aspecte interesante cu privire la această temă. Răspunsurile date la întrebările realizatorilor sondajului erau dintre cele mai dicerse. Cele 500 persoane chestionate au indicat peste 200 de asocieri legate de România, dintre care doar 35 au fost negative (29 %).

Pentru turiștii maghiari, România ca destinație turistică este puternic asociată cu Transilvania (52 %). Frumusețile naturale (19 %) și munții (10 %) întăresc și ele imaginea pozitivă a României.

Asocierile negative sunt legate de sărăcie, în cea mai mare măsură (8 %). Alți factori negativi menționați relativ frecvent: mizeria (6 %), starea drumurilor (5 %).

Este interesant de remarcat, că 56 % din cei care nu au mai fost în România nu au putut preciza spontan nici un aspect. Printre cei care au experiențe, această cifră este de doar 17 %.

Fig. 2.2.13. - Asocieri legate de perceperea României ca destinație turistică (% , KPMG, n³⁴=500, n1=393, n2=107)



³⁴ n = numărul celor interogați, pe tot parcursul capitolului

Comparând asocierile celor care au mai călătorit în România și cele ale celor care nu au mai fost, se remarcă câteva aspecte interesante:

în mod spontan cei care au mai călătorit în România, asociază țara cu Lacu Roșu (14 %) și Cheile Bicazului (10 %), procent foarte ridicat față de cealaltă categorie (6 respectiv 1 %)

diferențe majore de percepere în favoarea celor care au mai călătorit în România se manifestă și la asocierile privind gastronomia (13 % versus 3 %), sau nivelul prețurilor (9 % versus 2 %).

Turiștii care nu se bucură de o experiență anterioară față de România, o asociază îndeosebi cu marile orașe strâns legate de istoria maghiară.

Fig. 2.2.14. - Asocieri legate de România ca destinație turistică (%) (KPMG, n=500, n1=393, n2=107)

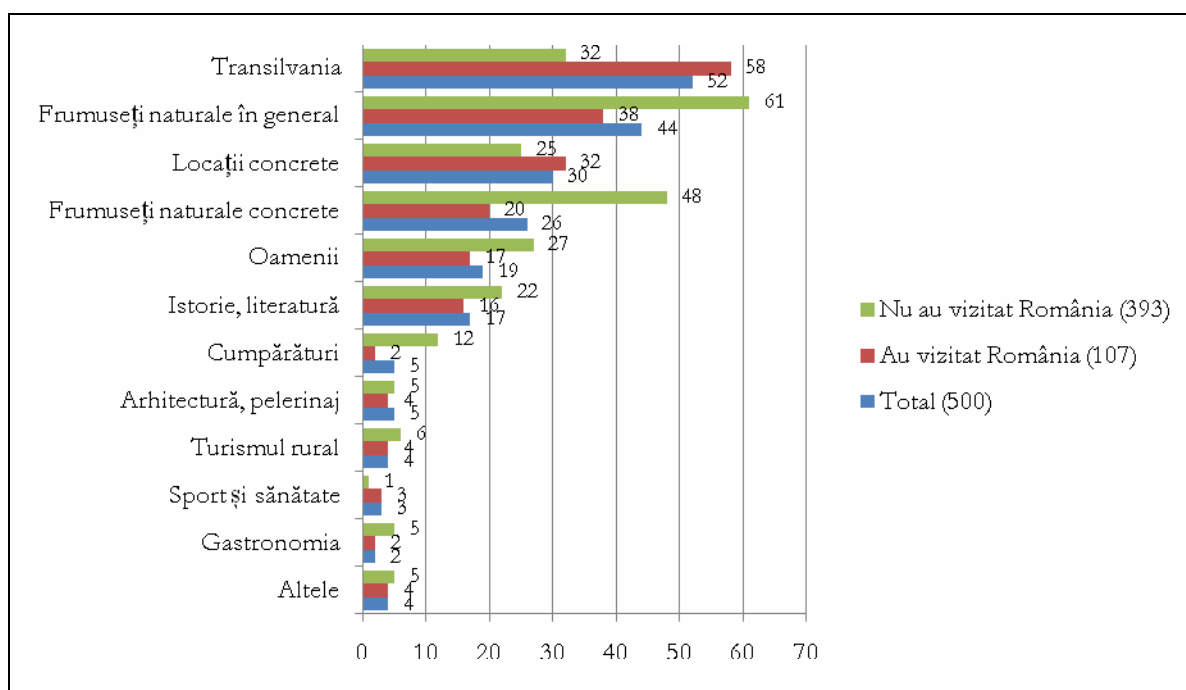
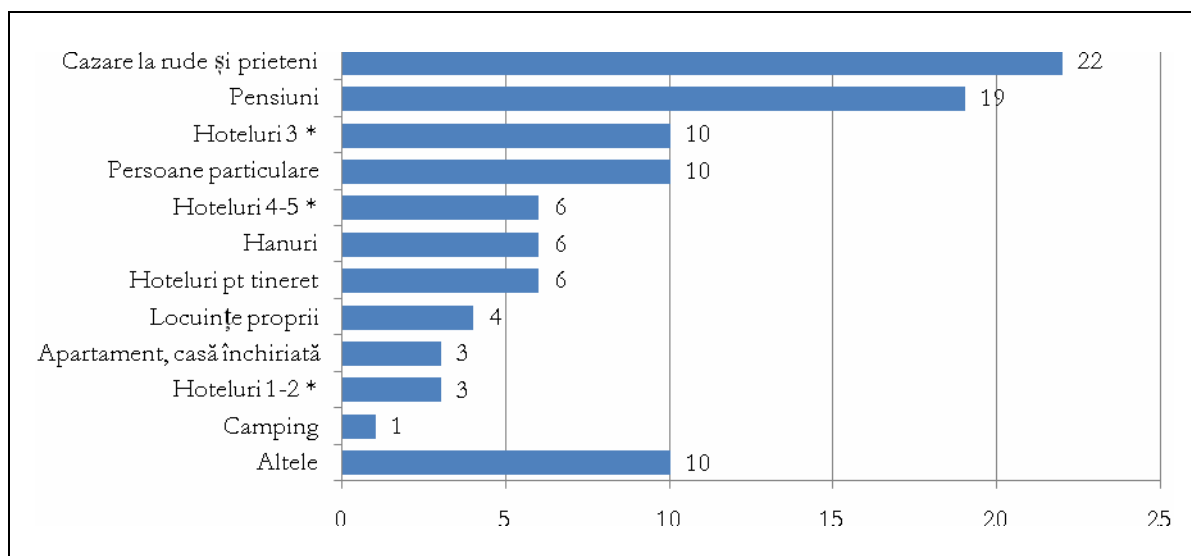
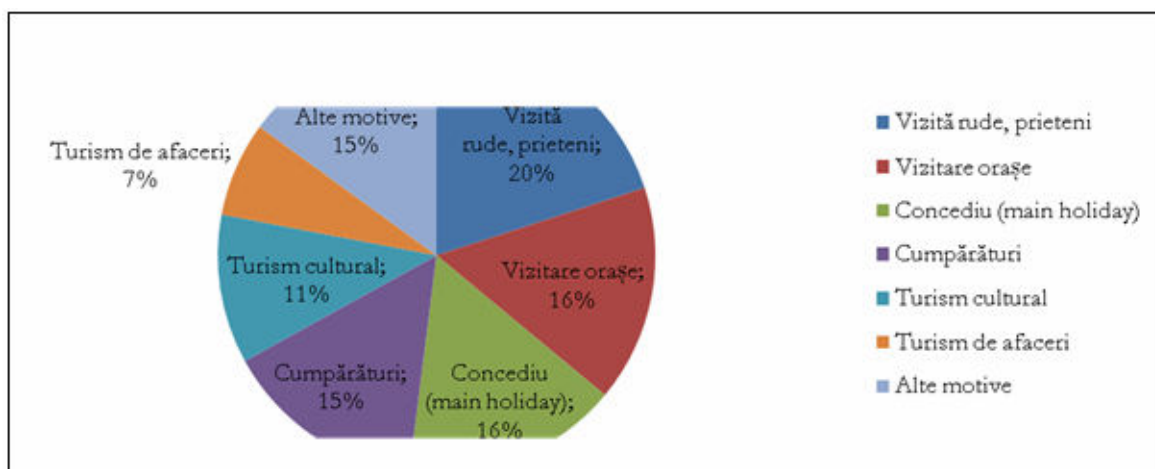


Fig. 2.2.15. - Tipuri de cazare preferate în România (%) (KPMG, n=80, ultimii 3 ani)

Turiștii maghiari care călătoresc în România în general și Țara Secuilor în particular, preferă cazarea ieftină. 22 % dintre ei s-au cazat la rude și prieteni, 19 % la pensiuni și 10 % la persoane particulare, câte 6 % la hosteluri și hanuri.³⁵

Hotelurile nu se încadrează printre tipurile de cazare preferate de turiștii maghiari care călătoresc în România, doar 19 % din cei chestionați alegându-l ca formă de cazare. 11 % au optat pentru hoteluri de 3 stele, și alte 5 % pentru unele de 4 stele.

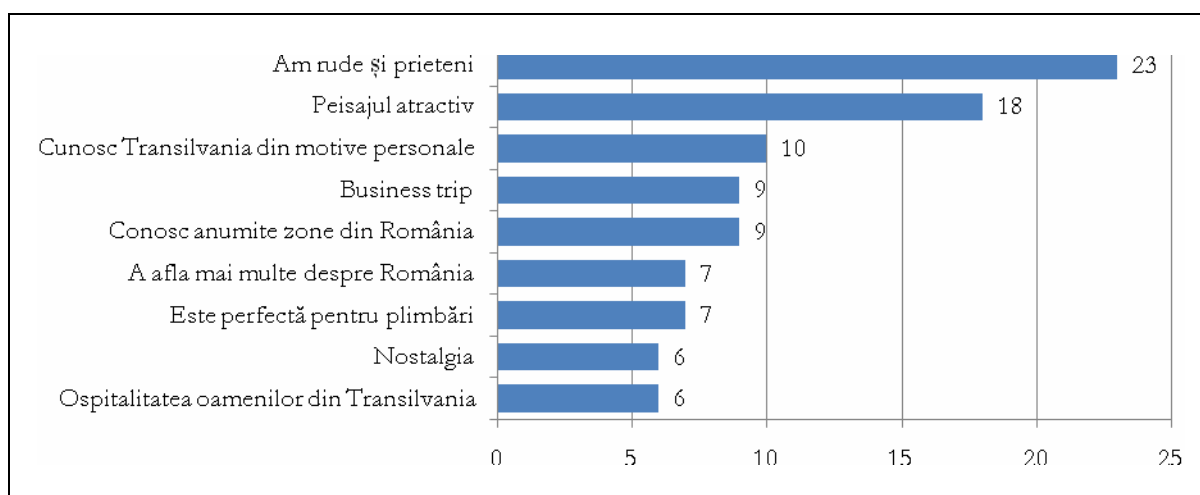
2.2.16. - Motive de călătorie (%) (cei care au călătorit în România în ultimii 3 ani) (KPMG, n=107)

³⁵ datele se modifică într-o oarecare măsură spre primele 2 tipuri de cazare menționate, întrucât

Principalele motive care i-au determinat pe maghiari să călătorească în România, s-au dovedit a fi foarte variate. Principalul motiv a fost vizitarea rudelor și prietenilor (20%), pondere mare având vizitarea orașelor³⁶ și petrecerea concediilor, fiecare cu câte 16 %. Cei 15 % înregistrați de cei care au ca scop desfășurarea cumpărăturilor, au vizitat mai ales destinații din vestul țării, în calitate de vizitatori (nu turiști, cf. definiției).

Aceași sursă arată, că maghiarii care au petrecut mai mult de o noapte în România, au avut ca scop petrecerea concediilor (20%), în special la munte (9%) sau la țară (7%).

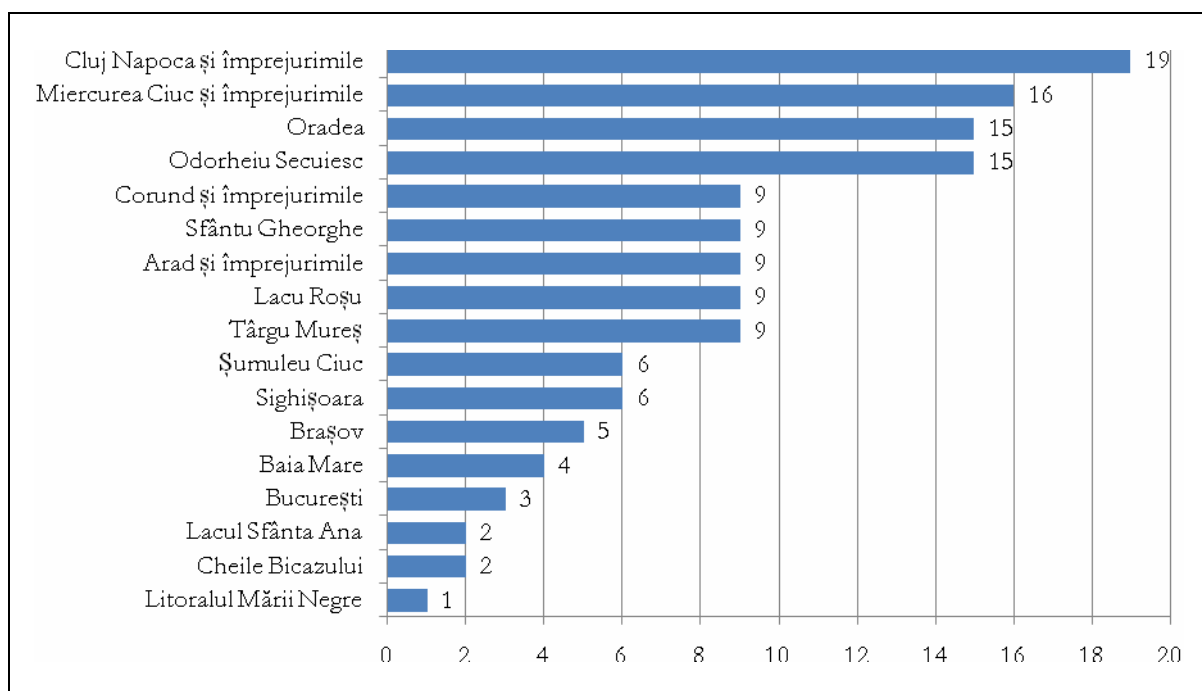
Fig. 2.2.17. - Motive pentru a călători în România (%) (în următorii 3 ani) (KPMG, n=160)



Cei care nu au mai călătorit în România dar care își planifică acest lucru în următorii 3 ani sunt motivați de faptul că au rude, prieteni și cunoștințe care locuiesc în România. Pentru 18 % din cei chestionați, peisajul reprezintă un motiv întemeiat și decisiv, iar 10 % sunt în căutarea descoperirii frumuseților din Transilvania.

³⁶ aspectul este specific în general pentru România (Transilvania), mai puțin pentru Țara Securilor

Fig. 2.2.18. - Destinații preferate din România (%), KPMG, n= 107, cei care au fost în ultimii 3 ani)



59 % dintre turiștii maghiari se concentrau asupra unei singure destinații: cu toate acestea, 41 % căutau să viziteze mai mult de 1 obiectiv. În general, turiștii își stabileau două destinații, pe parcursul excursiei în România. Se observă faptul că circa 57 % din eșantionul de 107 persoane chestionate, a menționat destinații din Secuime, iar dintre aceștia aproape 80 % au menționat obiective harghitene.

Fig. 2.2.19. - Sezonalitatea călătoriilor în România (%), KPMG, n=107, cei care au fost în ultimii 3 ani)

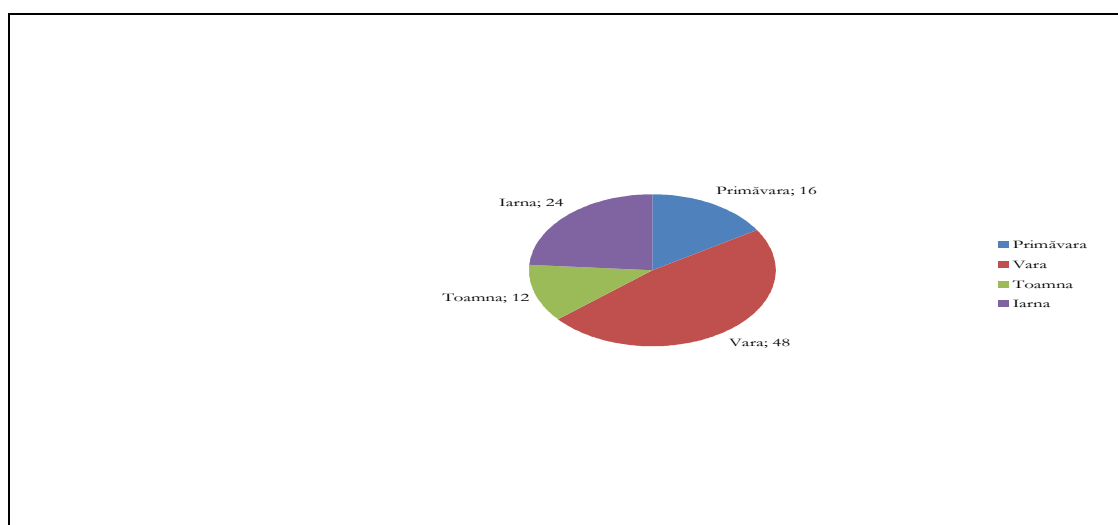
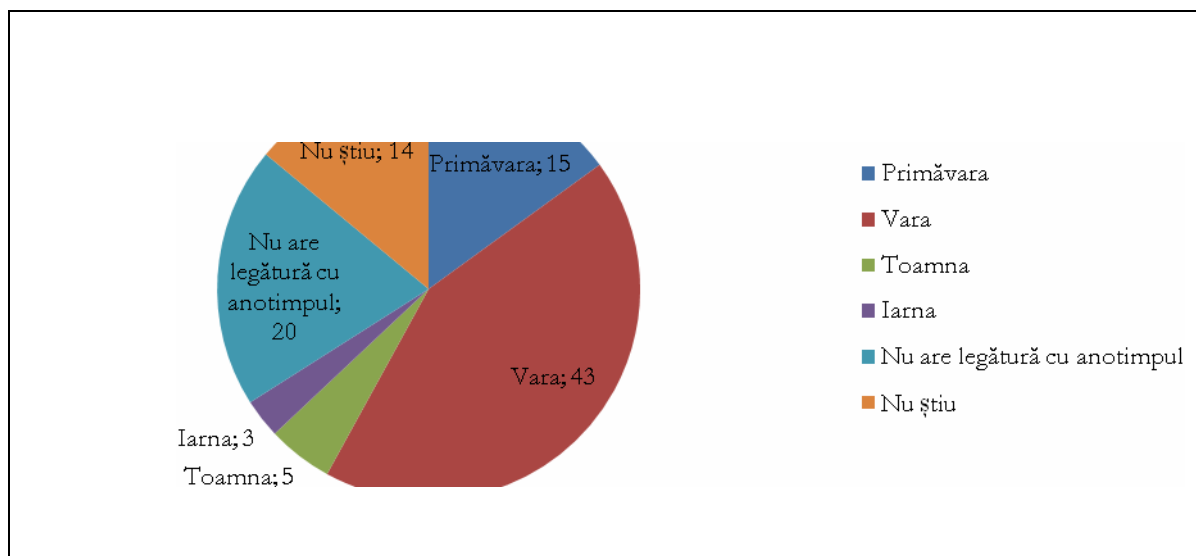
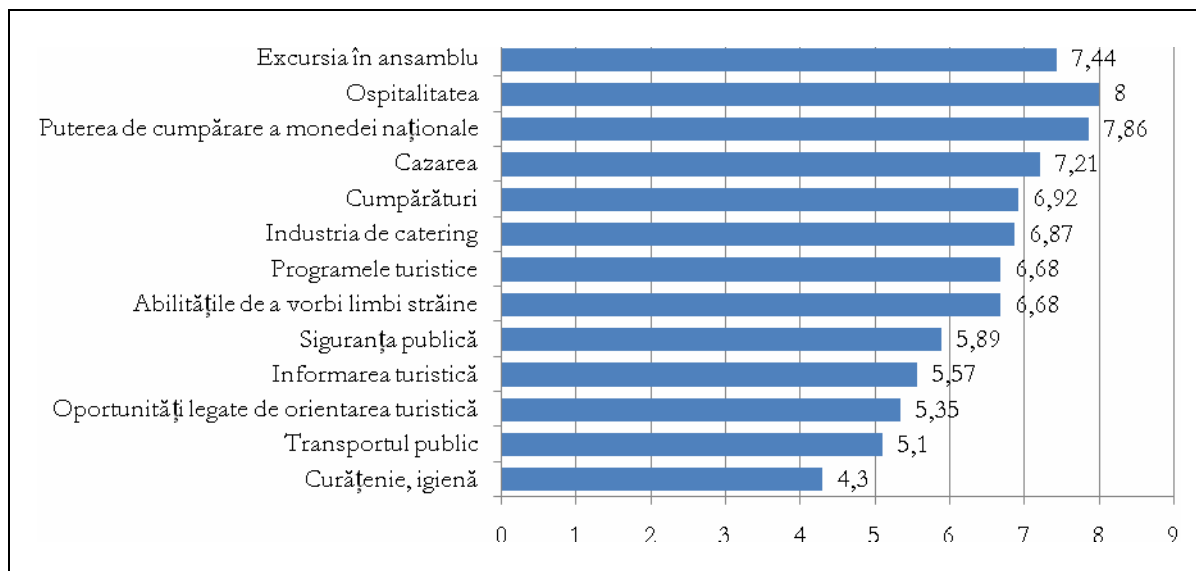


Fig. 2.2.20. - Sezonalitatea următoarelor vizite (%), KPMG, n=160, cei cu intenția de vizita România în următorii 3 ani)



Comparând cele 2 figuri, constatăm ponderea relativ scăzută a celor care doresc vizitarea țării iarna (3 %, față de 24 % din prima figură). Sezonul principal rămâne vara (43 versus 48 %).³⁷

Fig. 2.2.21. - Satisfacția turiștilor maghiari în urma călătoriilor în România (notă de la 1 la 10, KPMG, n=107)



³⁷ pentru județul Harghita, cifrele ar putea suferi modificări, datorită numărului mare de turiști care vin pentru sărbătorile de iarnă, respectiv pentru pelerinajul de la □umuleu, atenuând într-o mare măsură vârful de sezon din vară

Satisfacția turiștilor maghiari în urma călătoriilor în România a fost evaluată utilizând o serie de indicatori, cum ar fi ospitalitatea, cazarea, masa, igiena etc. A mai existat un indicator sintetic, rezultat în urma aprecierii în ansamblu a vizitei. Rezultatele sunt în general pozitive, doar un indicator (curățenia, igiena) fiind sub 5 pe scara de la 1 la 10. Transportul public în comun respectiv posibilitățile de orientare turistică întrunesc și ele note cu puțin peste 5. Punctele forte sunt ospitalitatea, cazarea și puterea de cumpărare a monedei naționale, toate primind note de peste 7.

Fig. 2.2.22. - Recomandări privind România ca destinație turistică (%), KPMG, n=107, cei care au călătorit în România în ultimii 3 ani)

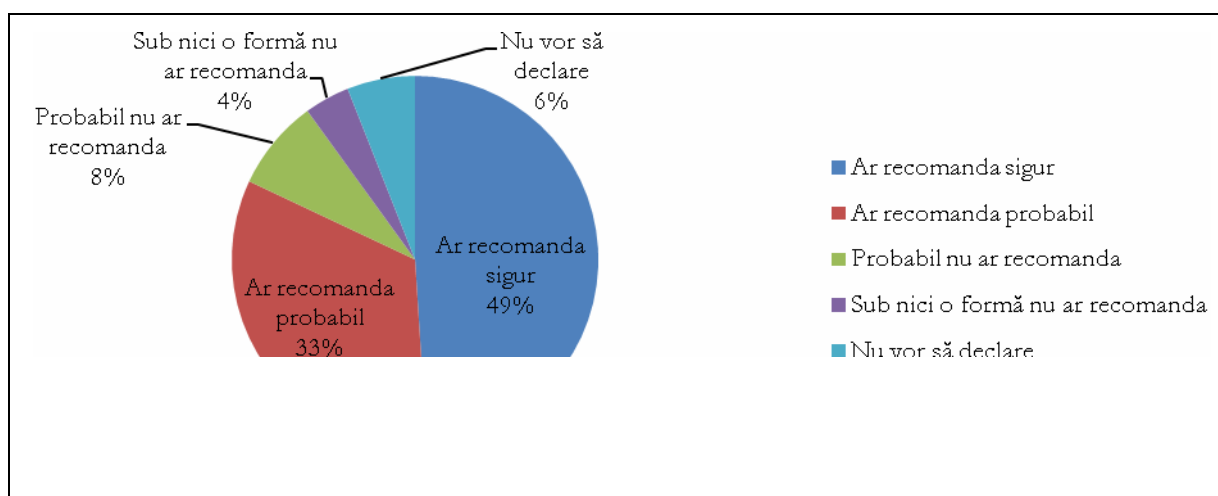
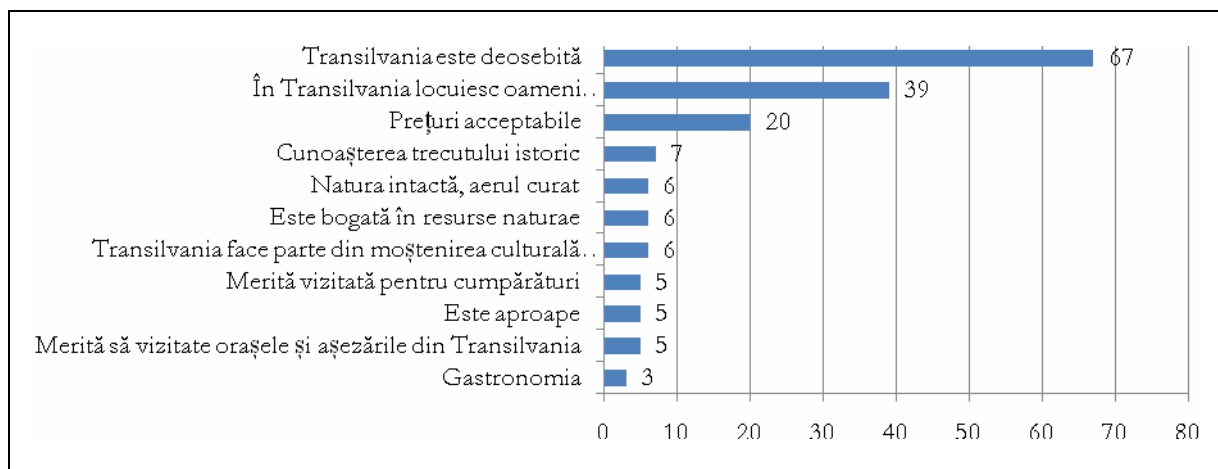


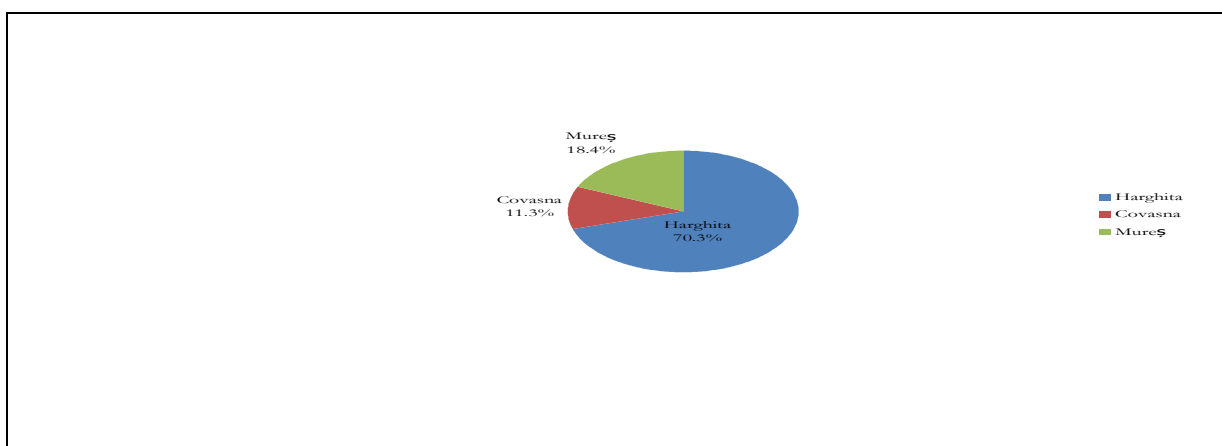
Fig. 2.2.23. - Argumente în vederea încurajării vizitei (%), KPMG, n=107, cei care au călătorit în România în ultimii 3 ani)



Din răspunsurile date la întrebarea „a-ți i recomanda România ca destinație turistică”, procentul celor care au dat răspuns negativ este foarte mic (12 %). Aproximativ jumătate din cei intervievați (49 %) sunt absolut siguri atunci când recomandă România. Cercetătorii care au efectuat sondajul, le-au adresat celor chestionați spontan o întrebare suplimentară, pentru a obține mai multe informații cu privire la oportunitățile oferite de România ca destinație turistică. În funcție de răspunsurile primite, evidențiem 3 aspecte importante: peisajul frumos al Transilvaniei (66 %), ospitalitatea, amabilitatea oamenilor (39 %), prețul serviciilor, puterea de cumpărare (peste 20 %).

II.2.5.1.2. Gradul de promovare și popularitatea Ținutului Secuiesc

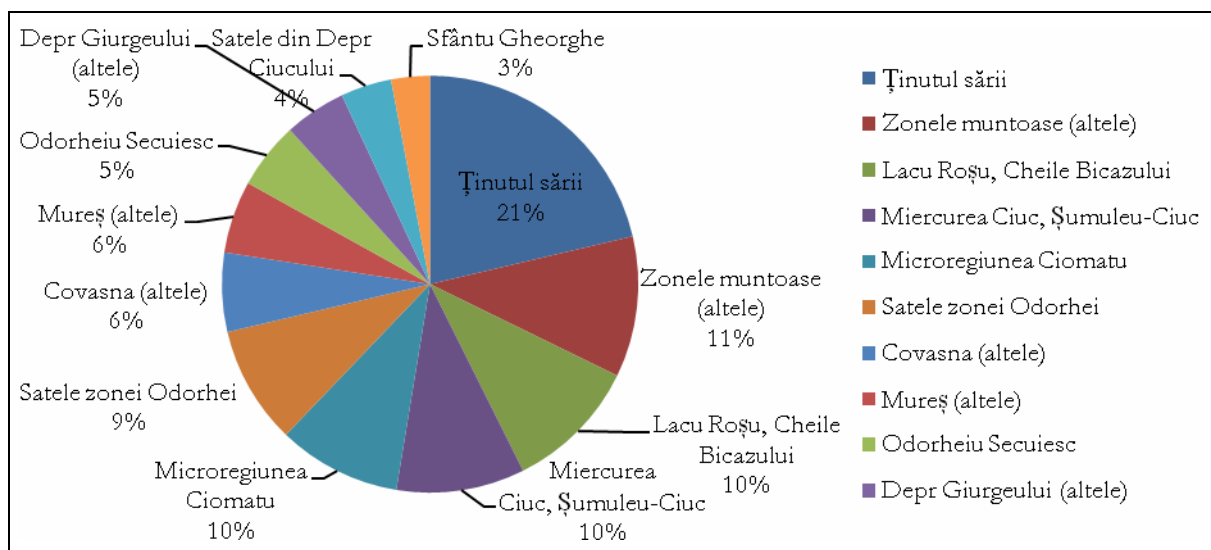
Fig. 2.2.24. - Gradul de cunoaștere/popularitate a județelor din regiune (% , K.G.³⁸, x³⁹=239)



³⁸ Kerekes Gábor, cercetări proprii

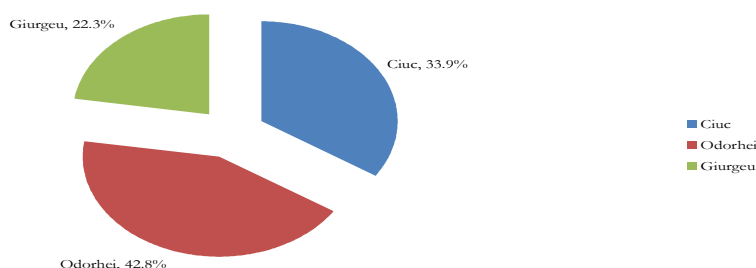
³⁹ x = nr relatări presă

Fig. 2.2.25. - Popularitatea microregiunilor (%) (K.G., x = 239)



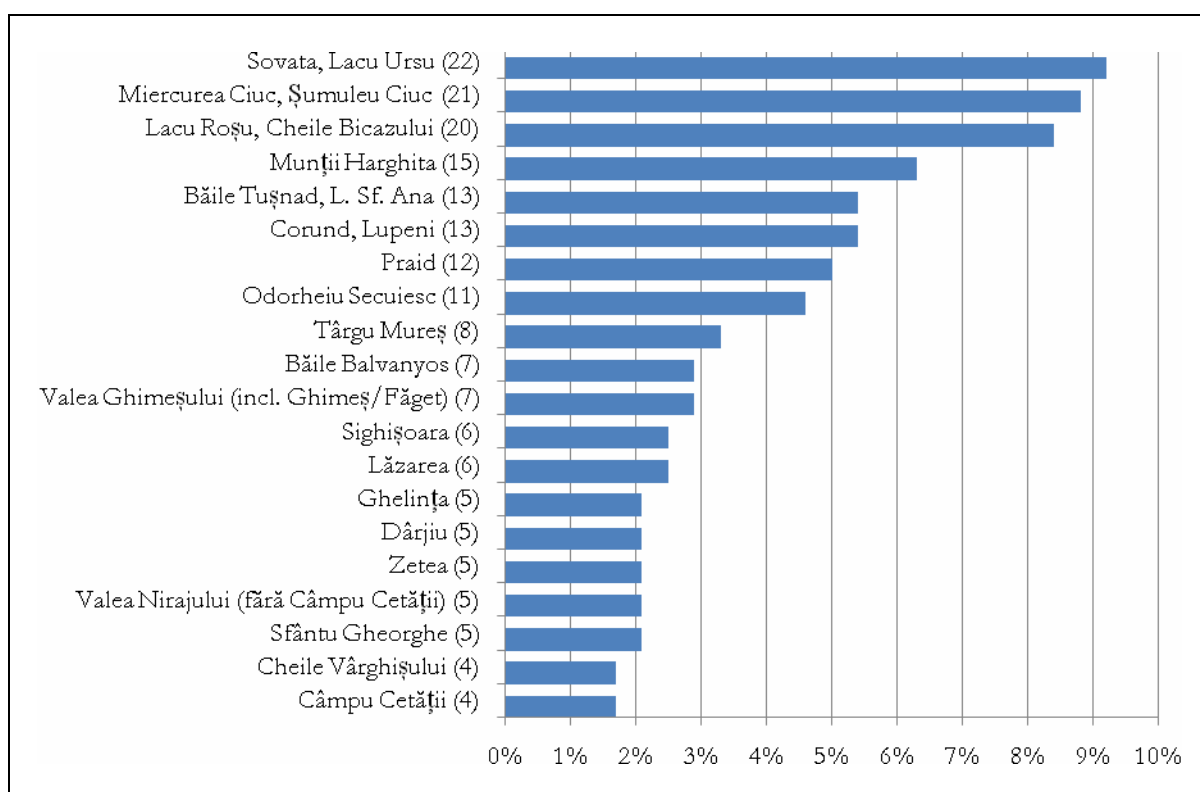
Se detașează la acest nivel, Ținutul Sării (21%), un areal turistic bine conturat, cu ofertă variată, care se întinde în zona de graniță a județelor Harghita și Mureș și se suprapune comunelor Corund, Praid, Sărățeni etc. și orașul Sovata. Pe lângă elementul central –turismul balnear– Ținutul Sării se detașează prin turismul rural și cultural. Destinațiile montane (luate la un loc), printr-o ofertă de turism activ omogenă, au o cotă de cunoaștere de aproape 30%.

Fig. 2.2.26. - Popularitatea zonelor județului Harghita (%) (K.G., x = 239)



În această privință tabloul ce se conturează este destul de echilibrat, proporțiile reflectând fidel numărul de locuitori din cele 3 zone. De asemenea, în fiecare dintre acestea putem identifica câte un pol de atracție turistică, în Ciuc chiar 2: Lupeni și axa Corund-Praid din zona Odorhei, Lacu Roșu-Cheile Bicazului în zona Giurgeu, și complexul Miercurea Ciuc-Șumuleu Ciuc respectiv Lacul Sf. Ana, în Ciuc.

Fig. 2.2.27. - Popularitatea destinațiilor⁴⁰ (%), K.G., x = 239)



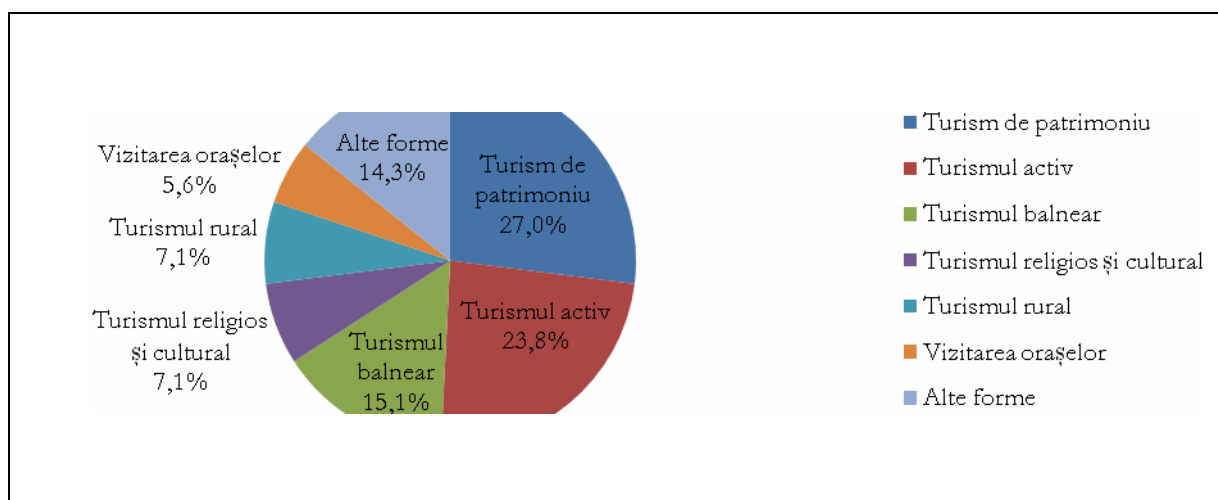
Datele de mai sus respectiv observațiile aferente se bazează pe studierea arhivei de materiale de presă a Biroului Român de Informare și Promovare Turistică din Budapesta. Aprecierile făcute sunt în linii mari în concordanță cu semnalele celorlalte birouri de informare și promovare turistică din lume, cu accent pe țările emițătoare de turiști spre țara Secuilor (Germania, Italia, Austria, Marea Britanie, SUA, Israel). Evident, marea majoritate a turiștilor străini care vizitează regiunea provin din Ungaria.

⁴⁰ În paranteză (grafic) numărul de relații

S-au analizat peste 120 de apariții în presa de turism din Ungaria (peste 30 organe de presă, îndeosebi presă scrisă), redactate în perioada 2006-2008, materiale care tratează destinații din Secuime. În acestea apar peste 60 destinații turistice, pe care le-am grupat în tabelul și figura nr. 2.2.5.1.2.4. În total se fac peste 230 referiri la aceste destinații.

Se remarcă aici un grad de cunoaștere mult mai mare a județului Harghita față de celelalte zone, lucru explicat oarecum prin lipsa armoniei în ceea ce privește activitatea comună și organizată de promovare. Acest lucru se explică prin faptul că în Harghita au apărut devreme o serie de structuri de primire turistică, de toate felurile. De asemenea, marketingul și promoția organizată a produselor din județ, derulată prin birouri de informare turistică și asociații de profil, este mai eficientă (acest lucru nu înseamnă, că ea nu poate fi îmbunătățită). Totodată nu trebuie să uităm, că potențialul turistic al județului depășește potențialul celorlalte zone (în special Covasna).

Fig. 2.2.28. - Popularitatea formelor de turism (%), K.G., x = 239)



Formele de recreere și odihnă preferate de turiștii străini sunt în concordanță cu preferințele lor cu privire la destinații. **Turismul de patrimoniu** se referă în principal la bisericile și cetățile din zonă, unele obiective având importanță internațională însemnată (Castelul Lăzarea, Bisericile din Dârjiu și Ghelintă). În categoria aceasta se încadrează și vizitarea muzeelor. Turismul activ include drumeții, vânătoare, practicarea sporturilor de iarnă.

Conform datelor statistice din ultimii ani, cca 22 % din înnoptările turiștilor străini în **stațiunile balneoclimaterice** din România le revin maghiarilor. Evident, cea mai mare parte a

lor vizitează Sovata și Praid. Ca o particularitate, mulți dintre cei care își petrec concediul în stațiuni balneoclimaterice din Țara Securilor, nu participă efectiv la programe de acest gen. Această observație este valabilă și pentru turiștii care utilizează structuri de cazare din sistemul turismului rural: rareori ei apelează la programe agroturistice propriu-zise, folosind locul de cazare, mai ales datorită prețului scăzut, drept punct de plecare în drumeții sau mini-circuite.

Turismul cultural și religios se suprapune aparent, parțial, cu turismul de patrimoniu. Există însă în zonă o serie de evenimente culturale care asigură o mare afluență de turiști (Zilele muzicii vechi, sau Ziua celor 1000 de secuience, de pildă). Deasupra tuturor se situează, ca și impact, pelerinajul de Rusalii de la Șumuleu-Ciuc, la care participă anual câteva zeci de mii de străini, majoritatea covârșitoare fiind maghiari. Impactul este deosebit, de Rusalii înregistrându-se un vârf secundar, extrem de important, în dinamica sezonieră a sosirilor de turiști.

Evenimente majore de toate felurile, care nu au legătură neapărat cu turismul, dar care sunt mediatizate intens în străinătate în general și în Ungaria în special, contribuie și ele la cunoașterea și popularitatea județului. Dintre acestea festivalurile, precum și participarea echipelor din Miercurea Ciuc și Gheorgheni în campionatul de hochei al Ungariei. De asemenea, unele performanțe sportive (sporturi de iarnă, biathlon în special, alpinism), intens mediatizate contribuie și ele la mediatizarea zonei.

Aspecte negative privind imaginea destinației⁴¹

Există o serie de elemente, fenomene și aspecte în România în general și în speță în zona cercetată, care influențează negativ imaginea destinației turistice, și cu care se confruntă turiștii care vizitează România. Dintre acestea se detașează:

- situația generală a protecției mediului (colectarea deșeurilor, traficul greu din Cheile Bicazului)
- stilul și arhitectura unor clădiri noi
- poluarea și pe alocuri mizeria din orașe
- igiena (îndeosebi în turismul rural: nr insuficient de băi și grupuri sanitare)
- birocrația

⁴¹ sursa: KPMG

- lipsa sau numărul mic a programelor distractive și de agrement (programele folclorice, mai dezvoltate, se derulează adesea la negru)

II.2.5.2. Promovarea

Promovarea se realizează pe căile consacrate, dintre acestea amintim următoarele:

Broșuri, pliante și fluturașe (materiale tipărite)

Există a gamă variată de asemenea publicații, ar fi de recomandat apariția organizată și coordonată a acestora.

Filme, clipuri de prezentare – suport promoțional care a apărut în ultima perioadă.

Participarea la târguri și expoziții de profil

Este canalul de promovare poate cel mai popular. Participarea are o componentă PR destul de însemnată, mai ales pentru sectorul ONG din domeniu. Mulți furnizori și asociații profesionale participă la standul României la principalele târguri internaționale de profil, cu finanțare de la bugetul de stat. Acest mod are o serie de avantaje indubitabile, mai ales de natură financiară, dar nu folosește creșterii vizibilității și individualizării produselor prezentate. Câțiva furnizori cu putere financiară mai mare participă cu stand propriu. De asemenea unele asociații, administrații locale sau birouri de informare turistică participă și ele cu stand propriu, fie prin efort propriu fie prin valorificarea unor relații de parteneriat cu entități similare din țara emițătoare de turiști.

De asemenea, unii furnizori sunt prezenți în standul partenerilor de afaceri din țara respectivă, sau la standul unor mari lanțuri hoteliere, din care fac parte.

Internet (e-marketing)

Este o metodă care va crește cu siguranță în viitorul apropiat, odată cu răspândirea internetului. Promovarea se face fie prin site-uri proprii fie prin diferite portaluri turistice, dotate eventual cu sistem de rezervare online.

Vizite de documentare organizate pentru ziariști, operatori turistici și formatori de opinie

Este o metodă încă prea puțin utilizată, în ciuda avantajelor. asemenea sunt organizate în număr insuficient deocamdată, mai ales de marii furnizori. Este o metodă eficientă de

promovare, recomandabilă și asociațiilor de profil mai mici, sau chiar furnizorilor mai mici. Costurile unor asemenea acțiuni care generează materiale de presă atractive, de calitate superioară, sunt mult mai mici decât costurile unor apariții publicitare directe.

Ca o trăsătură cu caracter general, putem afirma că –după opinia noastră- activitatea de promovare turistică este subfinanțată și dezorganizată. Acest lucru se datorează curențelor structurale și organizatorice privitoare la marketingul integrat, la nivel de localitate, microregiune, județ sau regiune. Ca o tendință generală, se remarcă o capacitate (și poate dorință) de auto-organizare destul de redusă. În plus, față de alte țări, în România, organul central de promovare turistică nu are subunități în teritoriu, informarea turistică și promovarea fiind realizată în cele mai multe cazuri de administrațiile locale, fără o coordonare centrală (în ceea ce privește brandingul, identitatea vizuală, proceduri, metode, regulamente).

II.2.5.3. Distribuția produsului turistic

Procurarea produsului turistic se realizează în principal pe cale individuală de către cei interesați. Doar o mică parte din turiști apelează la agenții specializate. De asemenea, se mai organizează sejururi și excursii de către diverse firme (pentru proprii angajați, călătorii de afaceri) și societăți de transport, sau chiar persoane fizice (cercetarea legalității unor asemenea activități nu constituie subiectul prezentului studiu).

Fig. 2.2.29. - Organizarea călătoriei (%), KPMG, n=107, cei care au fost în ultimii 3 ani)

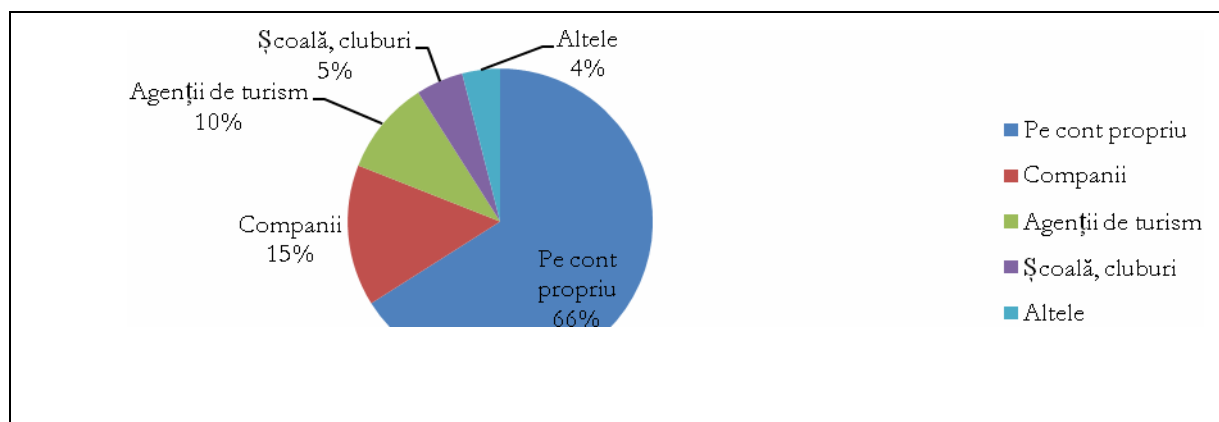
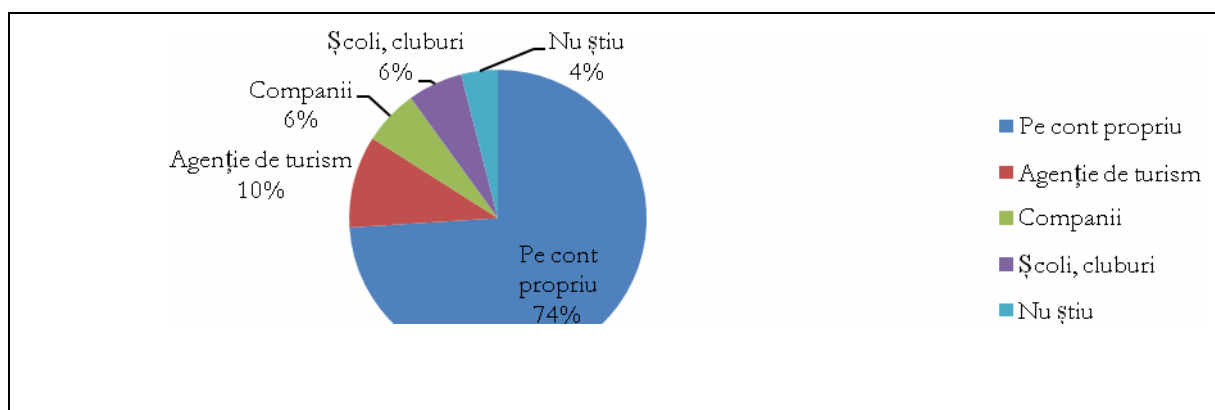


Fig. 2.2.30. - Organizarea călătoriei (% , KPMG, n=160, cei care intenționează să viziteze România în următorii 3 ani)



Din analiza de mai sus reiese, că doar cca 10 % a călătoriilor este organizată de entități specializate, dominând organizarea individuală a călătoriei. Principalele surse de informare sunt⁴²:

- prietenii, rudele (29 %)
- internet (27 %)
- persoane care au mai fost (21 %)
- ghiduri turistice (12 %)
- persoane din România (10 %)
- hărți (8 %)
- târguri turistice (6 %)
- agenții de turism (6 %)
- nu se informează dinainte (24 %)

Agenții de turism

Programele românești sunt vândute de câteva zeci de agenții touroperatoare la care se adaugă poate câteva sute de agenții revânzătoare. Nu există agenții specializate pe România (pe vremuri erau câteva). Peste 75 % din programele organizate și promovate de către agențiile care vând România oferă măcar parțial programe din țara Secuilor. Iată care sunt segmentele principale ale ofertelor:

⁴² sursa: KPMG, n = 107, cei care au călătorit în România în ultimii 3 ani, mai multe răspunsuri acceptate

Circuite – Domină oferta agențiilor de turism maghiare. Au o durată de circa 7-8 zile, cu vizita principalelor obiective din Transilvania, cu 3 sau 4 cazări și zile de programe în Secuime

Sejururi (Sovata, Praid) – pachete de câteva zile în cele 2 stațiuni balneoclimaterice (de cele mai multe ori nu sunt programe de relaxare și tratament în sensul strict al termenului)

Drumeții – apar în ofertele câtorva agenții, unele specializate în turismul activ. Includ drumeții, plimbări cu căruța sau sania respectiv alte programe în Munții Harghita, Ciomatu și Hășmaș.

Vacanțe de schi – oferte de schi îndeosebi la Harghita-Mădăraș și în mai mică măsură la Harghita-Băi

Mini-circuite – circuite de 3-5 zile, ce se derulează exclusiv în Ținutul Secuiesc, de cele mai multe ori plecând de la aceeași unitate de cazare (aici se includ și programele de participare la Pelerinajul de la □umuleu-Ciuc)

Ofertele de cazare pentru individuali sunt foarte diverse, se adresează tuturor categoriilor de turiști. Element important pe această paletă o constituie ofertele din turismul rural, cu câteva zeci de localități din zonă (Zetea, Leliceni, Vărșag, Vlăhița, Lupeni, Praid, Racu, Lăzărești, Lăzarea etc. Pe de altă parte sunt agenții care optează doar pe cazare la hoteluri de categorie mijlocie sau superioare. De asemenea, casele de vacanță cu aprovizionare pe cont propriu apar și ele frecvent în oferte.

Programe turistice populare

Pe lângă serviciile de bază, turiștii pot beneficia de pachete care includ și programe de divertisment, cum ar fi:

- tăierea porcului
- programe folclorice (dansuri, muzică populară)
- colectare de plante medicinale
- plimbări cu căruța sau cu sania trasă de cai
- programe de revelion
- obiceiuri de Paști
- gustare de afinată, pălincă și apă minerală
- prepararea pâinii și a cozonacului secuiesc (kürtös kalács)
- prezentări de meșteșuguri populare

- excursii cu caiacul
- drumeții montane

Relația profesională dintre agenții de turism și furnizori⁴³

Agențiile de turism din Ungaria colaborează în cele mai multe cazuri direct cu furnizorii de servicii, agenția de incoming lipsind în multe cazuri. Iată mai jos a scurtă trecere în revistă a unor aspecte semnalate de principalii touroperatori din Ungaria, care programează România (datele pot fi considerate relevante, întrucât min 70 % din programele oferite includ obiective turistice din Secuime):

- nivelul scăzut a abilităților de comunicare a furnizorilor se servicii români
- furnizorii nu își diferențiază prețurile, nu le adaptează totdeauna la cerințele pieței
- doar în puține cazuri se încheie contract între părțile implicate în valorificarea produsului turistic
- în cele mai multe cazuri, furnizorii nu oferă comision operatorilor turistici din Ungaria / acest lucru resimțindu-se în stabilirea prețurilor
- furnizorii își publică uneori prea târziu prețurile (după realizarea cataloagelor agențiilor de turism)
- furnizorii nu au preocupări suficient de accentuate în vederea prelungirii sezonului turistic

II.2.5.4. Concluzii, propuneri

Turismul din Ținutul Secuiesc în general și județul Harghita în particular, este prezent pe piețele externe (dintre ele se detașează decisiv, în mod firesc, cea din Ungaria) în mod deosebit prin 3 componente: **turismul activ** (vânătoare, pescuit, schi, drumeții), **turismul de patrimoniu** (biserici, castele, cetăți, locuri de pelerinaj, etc.) și **turismul balnear**. Aceste forme de turism sunt conforme cu potențialul turistic și oferta turistică a zonei. Acest lucru trebuie avut în vedere în derularea demersurilor pentru **formarea mărcii** (branding). Forme de turism precum **turismul de evenimente, festivaluri și turismul rural autentic** pot fi și ele dezvoltate.

⁴³ sursa: KPMG

Mulți turiști apelează la turismul rural doar prin utilizarea capacităților de cazare existente, fără să participe la activitățile și programele specifice acestui tip de turism.

Faptul că zona reprezintă un real potențial pentru dezvoltarea a multor tipuri de turism poate genera situații de capcană care trebuie evitate. Acestea se referă la unele eventuale demersuri și preocupări pentru dezvoltarea dezorganizată a diverselor tipuri de turism și managementul destinațiilor, fapt care duce fără doar și poate la fragmentarea resurselor destinate domeniului și la neclarități majore privitoare la brandul zonei, generând astfel dificultăți importante în activitatea de marketing și promoție.

Drept concluzie, putem trasa câteva linii majore care pot constitui elemente esențiale ale mărcii zonei, respectiv a strategiilor de promovare din viitor:

- Destinație relativ ieftină
- Obiective naturale diversificate
- Ape minerale cu multiple posibilități de utilizare
- Cultură și istorie maghiară
- Ospitalitatea oamenilor
- Curiozitate din punct de vedere etnic și cultural
- Armonia om/peisaj/natură
- posibilitățile de cazare sunt de bună calitate
- destinația este vizitată îndeosebi vara și primăvara
- există posibilități pentru atragerea unui flux important de turiști și iarna

În sensul celor de mai sus se recomandă luarea unor măsuri, pe termen scurt, din domeniul managementului destinației și al produsului, stimularea vânzărilor respectiv promovarea produsului. Ele vizează îndeosebi diversificarea gamei de evenimente ce se organizează în zonă (Zilele Culturii Populare din Europa de Est, Zilele Turismului, etc.), alocarea unor fonduri de la bugetele locale pentru sprijinirea dezideratelor propuse (management produs, managementul destinației-incluzând aici diversificarea programelor pentru petrecerea timpului liber, divertisment și agrement, promovare), respectiv crearea (relansarea, întărirea) unei structuri comune de marketing și promovare, finanțată de asemenea de la bugetele locale, cu o autonomie ridicată față de structurile guvernamentale din acest domeniu.

II.2.6. Problema resurselor umane în turismul din județul Harghita

Aspecte introductive privind resursele umane în turismul din Harghita

Analiza asupra situației actuale în domeniul personalului ocupat în turism, sau potențial viitor angajat în sectorul turistic trebuie abordat luând în considerare nu numai aspecte ale pieței de muncă și a salariaților în turism, ci trebuie avut în vedere și sistemul educațional și logistic formal și informal, pe care se bazează însușirea cunoștințelor și competențelor.

Turismul în județul Harghita este deseori abordat ca fiind un punct de reper în ceea ce privește dezvoltarea regională sau microregională; astfel, trebuie analizate și abordate toate aspectele pozitive și neajunsurile în acest domeniu. Strategia turistică în ceea ce privește forța de muncă din acest sector trebuie să identifice acele deficite în sistemul educațional, în comparație cu cerințele pieței, care trebuie corectate, completate, etc.

În acest subcapitol, ne vom referi asupra caracteristicile personalului angajat în turism, amintind și acele rețele informale, care există paralel cu structurile oficiale. În acest context, vom analiza numărul persoanelor active în acest domeniu, comparat cu alte secțiuni ale economiei, având în vizor și numărul salariaților efectivi în sectorul turistic din Harghita. Neajunsurile și surplusul care există pe piața forței de muncă vor fi analizate prin examinarea șomajului pe diferitele categorii de ocupații în turism și, pe cealaltă parte, locurile vacante existente în acest domeniu în momentul de față.

Educația instituționalizată și instruirea non-formală în domeniu au unele trăsături care trebuie amintite în acest context, fiind principala sursă de pregătire teoretică și practică pentru persoanele care doresc să se angajeze în sectorul turistic în general. Trebuie considerat faptul că sectorul turism în cadrul ocupațiilor recunoscute oficial nu se restrânge doar la profesiile tradiționale care se leagă de aceste servicii, ci cuprind o scală largă și variată de ocupații, pentru care există sau nu formare teoretică sau practică.

Trebuie discutate și cazurile unor persoane experimentate, talentate, care au primit „instrucție” profesionistă pe nave de croazieră, casinouri, stațiuni din SUA, Alpi etc. Există un număr mare de persoane care au lucrat la un nivel foarte înalt de profesionalism în locurile amintite mai sus, în special studenți, dar care revenind în țară nu își exploatează experiența dobândită în unități locale.

Deasemenea, ne vom referi la calificările oficial atestate și acreditate, existente în turismul din România, în general: atestate, brevete, licențe în turism, care au importanță în înțelegerea sistemului de autorizare și atestare.

Un alt aspect important sunt veniturile populației în ceea ce privește activitatea și consumul serviciilor turistice: ne vom referi aici la veniturile exprimate în lei, în comparație cu alte activități ale economiei naționale și comparând cu alte județe din Regiunea Centru.

Sezonalitatea excesivă contribuie și la lipsa de personal calificat și motivat, în special în stațiuni, unități axate pe un singur sezon scurt. Nu poți angaja profesioniști pentru 2 luni, în rest se angajează în alte locuri. Sau există posibilitatea de a lucra cu studenți, dar în acest caz este nevoie de un program intensiv și profesionist de instruire teoretică și practică. În acest caz este nevoie de cunoștințe specifice din partea managementului, de a organiza instrucția, trebuie să existe metodologie clară, bine elaborată, fișe de post care nu prea există în turism, la unitățile mici și medii.

O problemă generală în acest context, care apare deseori în discuțiile, dezbaterile premergătoare elaborării strategiei este lipsa personalului calificat, a ghizilor de turism care să aibă cunoștințe detaliate și exacte în ceea ce privește diferitele aspecte ale unei localități, microregiuni. În acest sens, ar fi nevoie de inițierea și realizarea unui program de instruire destinat acelor persoane din mediul rural și urban, care sunt buni cunoscători ai tradițiilor, gastronomiei, resurselor naturale, atracțiilor naturale sau antropice a unei anumite localități sau microregiuni, dar trebuie să însușească anumite metode, o structură de a-și prezenta informațiile, și, nu în ultimul rând, să fie instruite în cunoașterea la nivel de bază a unei limbi de circulație internațională.

II.2.6.1. Forța de muncă angajată în turism. Locuri de muncă din sectorul ospitalier și turistic

Numărul persoanelor ocupate în principalele domenii ale economiei naționale și evoluția acestui număr pe o perioadă stabilită este un indicator în preconizarea unor fenomene deja caracteristice, sau care vor fi caracteristici unei regiuni. În cazul județului Harghita, domeniul de ocupare a populației arată în primul rând o scădere în ponderea celor ocupați în agricultură. Conform diagramei de mai jos, numărul celor angajați în comerț și sectorul hotelier și de catering nu a avut o evoluție bine definită; comparând anii 2000 și 2006, se observă o scădere de 35,74% în numărul celor ocupați în sectorul hotelier și restaurante – acest lucru poate fi explicat prin desființarea a multor mari structuri de cazare și dezvoltarea micilor pensiuni, a facilităților agroturistice, etc.

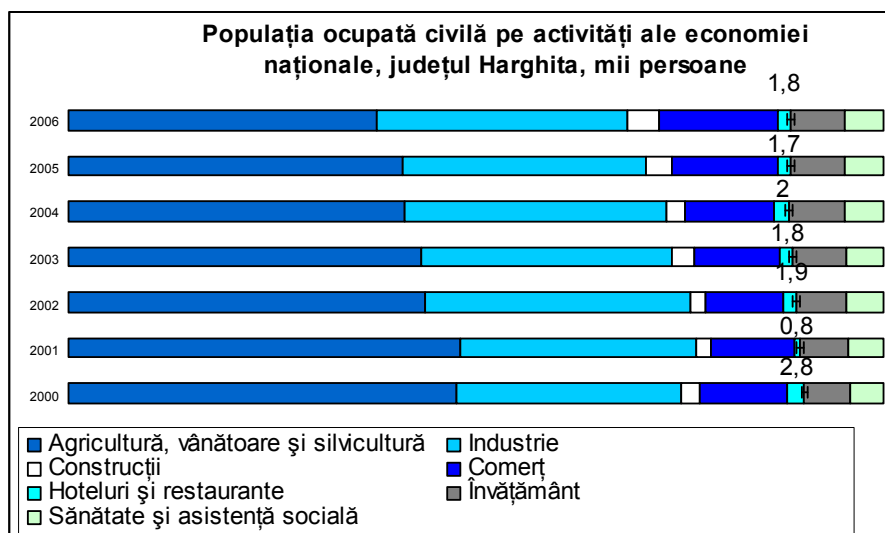


Figura nr. 2.2.31. Sursă: Institutul Național de Statistică.

În ceea ce privește numărul salariaților în diferite sectoare a economiei, următorul tabel are scopul de a evidenția evoluția salariaților, pe totalul activităților economice și pe ramura hoteluri și restaurante, comparând anii 1997, 2002 și 2007. Pe plan național, se poate urmări o scădere semnificativă în perioada 1997-2002, iar în următorii cinci ani, o ușoară creștere în numărul total al salariaților din România. În sectorul hotelier și catering, tendința este aceeași ca și cea anterioară. La nivelul Regiunii Centru, deși numărul total al salariaților a scăzut în continuare, acest sector aparte a înregistrat o scădere în prima perioadă, iar în următorii cinci ani, numărul salariaților în hotele și restaurante a ajuns la un număr mai mare decât din 1997, care indică o tendință de sporire a numărului celor angajați în sectorul terțiar și a serviciilor.

Dacă ne uităm pe plan județean, putem observa că la nivelul județului Covasna, numărul salariaților a scăzut la jumătate în zece ani; în Harghita, a înregistrat o scădere de 400 mii în această perioadă, în Mureș, pe de altă parte, a avut o creștere de cam aceeași mărime, deși numărul muncitorilor în 2007 a rămas doar o treime din cea înregistrată zece ani mai devreme. Pe baza acestor aspecte, putem concluziona încă o dată faptul că tendința predominantă din ultimii ani în ceea ce privește turismul regiunii este una a declinului unităților turistice mari, cu infrastructură și personal semnificativ, care nu s-au mai dovedit a fi profitabile; și se poate vorbi despre o dezvoltare a micilor întreprinderi turistice.

Tabelul nr.2.2.11. Sursă: Institutul Național de Statistică

Categorii de salariați	CAEN (activități ale economiei naționale - secțiuni)	Regiuni de dezvoltare și județe	Ani		
			Anul 1997	Anul 2002	Anul 2007
			UM: Număr persoane		
			Număr persoane	Număr persoane	Număr persoane
Total	Total	TOTAL	5597025	4567820	4885319
-	-	Regiunea CENTRU	739336	616385	612512
-	-	Covasna	70113	52130	49788
-	-	Harghita	86945	64366	64401
-	-	Mureș	148785	130840	127953
-	Hoteluri și restaurante	TOTAL	117693	76143	106754
-	-	Regiunea CENTRU	14906	11346	17091
-	-	Covasna	3853	1342	1575
-	-	Harghita	1931	1772	1453
-	-	Mureș	2175	1953	2626
Muncitori	Total	TOTAL	3807157	2810409	2721341
-	-	Regiunea CENTRU	522852	406087	368247
-	-	Covasna	50686	36397	29816
-	-	Harghita	61407	43224	38848
-	-	Mureș	103125	83309	66216
-	Hoteluri și restaurante	TOTAL	97315	57372	70359
-	-	Regiunea CENTRU	10550	8362	11803
-	-	Covasna	1040	1135	928
-	-	Harghita	1591	1499	1167
-	-	Mureș	1887	794	655

Conform noii clasificări în vigoare, codul unei ocupații este reprezentat de 4 cifre: – prima cifră va reprezenta grupa majoră; – a doua cifră va reprezenta subgrupa majoră; – a treia cifră va reprezenta grupa minoră; – a patra cifră va reprezenta grupa de bază. Oportunitatea unei noi clasificări a ocupațiilor, valabilă pentru toate țările și în primul rând pentru România, este determinată în principal de:

- a) apariția de ocupații noi ca urmare a rezultatelor spectaculoase în activitatea de cercetare-dezvoltare, a introducerii tehnologiilor noi, materiilor prime și a diversificării din sfera serviciilor (crupier, informatician – designer, detectiv, astronaut etc.) ;
- b) schimbările în structurile economico-sociale, mai ales în țările care trec la economia de piață, impun noi grupări de ocupații (conducători de întreprinderi mari și mici, specialiști cu ocupații intelectuale și științifice, manageri etc) ;
- c) alinierea întregului sistem de clasificări și nomenclatoare la sistemele standard internaționale, mai ales la cele din țările Comunității Economice Europene.

În cele ce urmează, vom realiza un bilanț a cerințelor și surplusului existent pe piața forței de muncă în acest sector din județul Harghita. Desigur, datele statistice nu pot reda cu exactitate situația existentă, dar pot da un indiciu în ceea ce privește tendințele actuale.

Conform statisticilor privind locurile de muncă vacante la nivel județean, cele mai căutate profesii au fost cele de ospătar, chelner și brutar.

Tabel nr. 2.2.12.: Locuri de muncă vacante, județul Harghita, 2008 aprilie. ⁴⁴

COD_COR	CALIFICARE	STOC	Ciuc	Odorhei	Gheorgheni	Toplița
342101	agent comercial	1			1	
341402	agent turism	1			1	
341904	agent vânzări	3	3			
741201	brutar	6	4	2		
512201	bucătar	4	3	1		
421101	casier	4		4		
741202	cofetar	1		1		

⁴⁴ Sursă: <http://www.harghita.anofm.ro/>

522006	lucrător comercial	1			1	
123307	manager marketing	1			1	
512302	ospătar (chelner)	9	5	4		
512202	pizzar	2	2			
349201	recepționar de hotel	3	3			
	SUB-TOTAL					
	TOTAL	310	214	74	17	5

Statistica privind numărul și specializarea șomerilor care beneficiază de indemnizație de șomaj, pe principalele ocupații și grupe de vârstă, pentru anul 2007, ne arată că și în acest caz, numărul ospătarilor în căutarea unui loc de muncă este relativ ridicat, în comparație cu celelalte ocupații. Brutarii șomeri sunt și ei prezenți în număr destul de mare, acest indicator arată o discrepanță relativ mare.

Tabelul nr. 2.2.13. Sursă: Direcția Județeană de Ocupare a Forței de muncă Harghita

Cod ocupație	Ocupație	TOTAL	Grupe de vârstă					
			Sub 25 ani	25-29 ani	30-39 ani	40-49 ani	50-55 ani	
5122	Bucătari	20	1	4	6	5	3	1
5123	Ospătari și barmani	39	4	3	8	14	7	3
5141	Coafori, frizeri și asimilați	2	2	0	0	0	0	0
5142	Valeți, cameriste și însoțitori	4	0	0	2	1	1	0
5220	Vânzători în magazine și piețe	326	12	10	117	106	71	10
7412	Brutari,	19	2	1	5	6	5	0

9132	patiseri și cofetari Femei de serviciu la birouri, hoteluri și alte instituții	33	8	5	9	9	2	0
9133	Spălătorese și călătorese	1	0	0	0	1	0	0
9152	Portari, paznici și asimilați	49	7	3	9	15	8	7

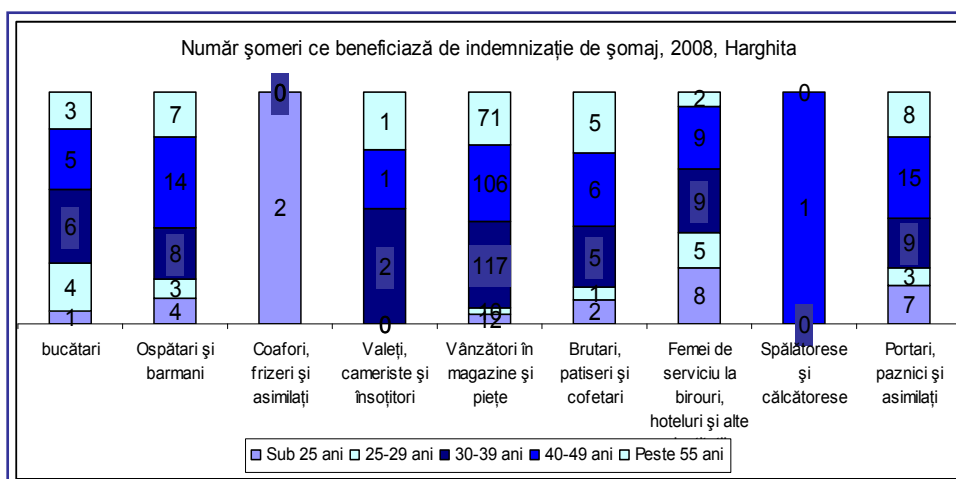


Figura nr. 2.2.32. Sursă: Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă Harghita

II.2.6.2. Sistemul educațional destinat sectorului ospitalier și turistic

Următorul aspect de analizat în domeniul resurselor umane este structura, caracteristicile și neajunsurile sistemului educațional destinat să deservească sectorul turistic – cel al întreprinzătorilor și al angajaților acestui sector.

La nivelul **educației preuniversitare**, domeniile de specializare din planul de școlarizare al Inspectoratului Județean Școlar Harghita sunt orientate în mare măsură spre deservirea cerințelor forței de muncă în catering sau alimentație publică. Sistemul de învățământ vocațional turistic trebuie astfel diversificat și extins pe alte calificări decât cele socotite

tradiționale în turism, îmbinând cunoștințele teoretice: management, marketing și practice (limbi străine, practică în domeniul de pregătire) în cadrul pachetelor educaționale.

Plan de școlarizare a Inspectoratului Județean Școlar Harghita, anii 2008-2009

Tabel nr. 2.2.14. Sursă: Inspectoratul Județean Școlar Harghita

An completare zi					
Unitatea	Domeniul de pregătire	Calificare	Nr. Clase la zi	Nr. Locuri	Limba de predare
Gr. Șc. Johannes Kajoni Miercurea Ciuc	Turism și alimentație	bucătar	1	28	Maghiară
Gr. Șc. Johannes Kajoni Miercurea Ciuc	Turism și alimentație	Ospătar /chelner vânzător în unități de alimentație	1	28	Maghiară
Gr. Șc. Johannes Kajoni Miercurea Ciuc	Turism și alimentație	Ospătar /chelner vânzător în unități de alimentație	1	28	Maghiară
Colegiul Tehn. Battyhanyi Ignac Gheorgheni	Turism și alimentație	bucătar	1	28	Maghiară
Gr. Șc. Gábor Áron Vlăhița	Turism și alimentație	Ospătar /chelner vânzător în unități de alimentație	1	28	Maghiară
Grup Școlar Corund	Turism și alimentație	Ospătar – chelner, vânzător în unități de alimentație	1	28	Maghiară
Colegiul Naț. Mihai Eminescu, Toplița	Turism și alimentație	Ospătar – chelner, vânzător în unități de alimentație	1	28	Română
Grupul Școlar Zimmethausen Borsec	Turism și alimentație	Ospătar – chelner, vânzător în unități de alimentație	1	28	Maghiară
An completare seral					
Unitatea	Domeniul de pregătire	Calificare	Nr. Clase la seral	Nr. Locuri	Limba de predare
Grup școlar Petőfi Sándor Dănești	Agricultură	Lucrător în agroturism	1	28	Maghiară
Clasa a 12.a progresivă zi					
Unitatea	Profil	Calificare	Nr. Clase la zi	Nr. Locuri	Limba de predare
Gr.Șc. Petőfi Sándor Dănești	Resurse naturale și protecția mediului	Tehnician în agroturism	1	28	Maghiară
Gr. Șc. Liviu Rebreanu Bălan	Servicii	Organizator banqueting	1	28	Română
Liceul Tivai Nagy Imre Sânmartin	Resurse naturale și protecția mediului	Tehnician în agroturism	1	28	Maghiară
Colegiul tehnic Batthyany Ignac Gheorgheni	Servicii	Organizator banqueting	1	28	Maghiară

Gr. Șc. Eötvös József Odorheiu Secuiesc	Resurse naturale și protecția mediului	Tehnician în agroturism	1	28	Maghiară
Clasa a 12.a progresivă seral pentru absolvenți din serii anterioare de an de completare angajați					
Unitatea	Profil	Calificare	Nr. Clase la seral	Nr. Locuri	Limba de predare
Gr. Șc. Corbu	Resurse naturale și protecția mediului	Tehnician în agroturism	1	28	Română
Gr. Șc. Johannes Kajoni Miercurea Ciuc	Servicii	Organizator banqueting	1	28	Maghiară
Învățământ postliceal					
Unitatea	Domeniul de pregătire	Calificare	Nr. Clase	Nr. Locuri	Limba de predare
Gr. Șc. Johannes Kajoni Miercurea Ciuc	Turism	Agent de turism ghid	1	28	Maghiară
Gr. Șc. Kós Károly Odorheiu Secuiesc	Turism și alimentație	Lucrător în alimentație	1	28	Maghiară
Grup Școlar Corund	Turism și alimentație	Lucrător în alimentație	1	28	Maghiară
Grup Școlar Corbu	Agricultură	Lucrător în gospodărie agroturistică	1	28	Maghiară

În ceea ce privește **cursurile de formare continuă** în domeniul turistic, în momentul de față se poate observa o tendință de creștere a cerințelor în acest sens, în cazul populației ocupate în turism: structura de informare și diseminare în turism, subordonată Primăriei Municipiului Miercurea-Ciuc, Csikinfo, organizează cursuri de management pentru proprietari și administratori de pensiuni.

Oferta județeană de formare profesională din industria ospitalității și a turismului cuprinde și cursurile organizate de Tourism, Hotel and Restaurant Consulting Group,⁴⁵ în colaborare cu Centrul Național de Învățământ Turistic. Programele de pregătire profesională oferite în cadrul THR CG, la filialele județene, pentru cursurile de calificare, specializare și management cuprind 1/3 instruire teoretică și 2/3 instruire practică din numărul total de ore prevăzut. La cursurile de calificare profesională se studiază o limbă străină de circulație internațională și tehnici de operare pe calculator. Practica profesională se realizează în societățile comerciale din care provin cursanții sau prin repartizarea lor în unități de prestigiu din industria hotelieră și turism.

⁴⁵ <http://www.thrgroup.ro/>,
http://www.infotravelromania.ro/cursuri_thrdetalii.html

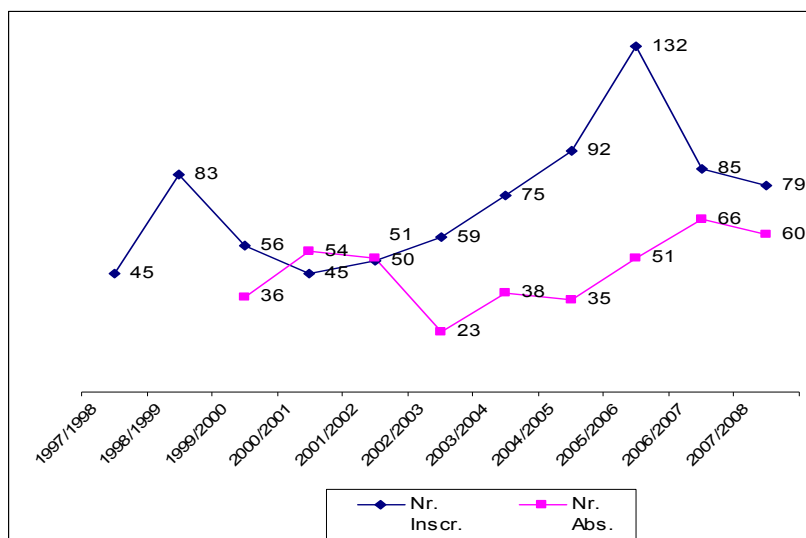


Figura nr. 2.2.33. Numărul studenților înscriși și care au absolvit specializarea geografia turismului

Formarea în sistemul educațional universitar în domeniul turistic este asigurat prin filiala Gheorgheni a Universității Babeș Bolyai din Cluj Napoca, specializare geografia turismului. Planul educațional structurat pe șase semestre oferă posibilitatea studenților de a studia aspecte teoretice și practice, noi tendințe și abordări în domeniul turistic prin modulele: legislație în turism, statistică în turism, economia activităților turistice, cartografie digitală, ecoturism, dezvoltare rurală, etc.

Un aspect comun în structurile din sistemul educațional și de formare continuă orientată spre turism îl constituie lipsa eficientizării și optimizării activităților de îmbinare a cunoștințelor teoretice însușite și practică. Din perspectiva pieței forței de muncă, nu există conexiuni relevante între structurile de formare, instruire și structurile cărora le sunt destinate cele dintâi, adică elevii, studenții sau cursanții și antreprenorii angajați în turism.

II.2.6.3. Sistemul de autorizare și atestare în turism - Licențe și brevete de turism; acordarea calificăției de ghid de turism.

Direcția Generală Autorizare și Post – Privatizare, din cadrul Ministerului responsabil pentru dezvoltarea, monitorizarea și managementul central al activităților turistice, exercită și răspunde de îndeplinirea următoarelor atribuții:

1. inițiază și promovează acte normative specifice în domeniul autorizării, precum și privatizării și post privatizării societăților comerciale de turism;
2. întocmește sinteze și rapoarte cu privire la activitatea de autorizare și privatizare și post privatizare a societăților comerciale de turism;
3. autorizează agenții economici și personalul de specialitate din turism, respectiv:
 - licențiază agențiile de turism;
 - clasifică structurile de primire turistice;
 - brevetează personalul de specialitate;
 - atestă ghizii de turism;
 - autorizează plajele cu destinație turistică;
 - autorizează activitatea de agrement nautic
 - omologhează pârtiile de schi și traseele turistice montane;
 - avizează documentațiile de urbanism și amenajare a teritoriului pentru zone și stațiuni turistice și documentațiile tehnice privind construcțiile din domeniul turismului;
 - acordă certificate de atestare a dreptului de proprietate asupra terenurilor pentru societățile comerciale din domeniul turismului.
4. realizează procedura de atestare a stațiunilor turistice de interes local sau național;
5. verifică respectarea criteriilor de clasificare și licențiere a structurilor turistice și a agențiilor de turism în vederea autorizării acestora;
6. verifică criteriile minime privind dotarea plajelor turistice în vederea autorizării acestora;
7. coordonează activitatea de privatizare și post privatizare a societăților comerciale de turism, elaborează și pune în aplicare strategiile de privatizare în domeniul turismului și asigură gestionarea procesului de privatizare al societăților comerciale de turism;
8. urmărește exercitarea drepturilor și obligațiilor statului, ca acționar al societăților comerciale cu activitate de turism până la finalizarea procesului de privatizare;
9. participă la acțiuni de documentare profesională: congrese, seminarii, simpozioane și alte acțiuni la nivel național și internațional în scopul îmbunătățirii activității de autorizare și control;
10. colaborează cu organisme și instituții din țară și străinătate specializate pentru autorizarea, controlul și promovarea calității serviciilor turistice;
11. coordonează activitatea de autorizare a agenților economici și a personalului de specialitate din domeniul turismului;

12. îndeplinește orice alte atribuții delegate de conducerea ministerului.

Licențe și brevete de turism

Licența de turism este documentul prin care se atestă capacitatea titularului de a comercializa servicii turistice în condiții de calitate și siguranță pentru turiști și posibilitatea de a înființa o agenție de turism;

Brevetul de turism este documentul prin care se atestă capacitatea profesională în domeniul turismului a persoanelor fizice care asigură conducerea agențiilor de turism sau a structurilor de primire turistice.

Licențele și brevetele de turism se eliberează de Ministerul Turismului, la cererea agentului economic și, respectiv, a persoanelor fizice care solicită obținerea brevetului de turism. În termen de maximum 30 de zile de la data înregistrării cererii agentului economic, respectiv a persoanei fizice, Ministerul Turismului, cu consultarea asociațiilor profesionale din domeniul turismului, va efectua verificările necesare și va elibera licența și, respectiv, brevetul de turism.

Ghizi de turism

Ghidul de turism, este persoana care conduce și îndrumă un grup de turiști sau vizitatori, oferind explicațiile necesare referitoare la locurile vizitate, și care asigură desfășurarea în cele mai bune condiții a programului turistic contractat.

În cele ce urmează, vom prezenta un scurt rezumat al cerințelor, bazei legislative și categoriilor de atestate în turism acordate în sistemul național, valabile și pentru județul Harghita.

Tabel nr. 2.2.15. Cerințe, baze legislative și categorii de atestate în turism

	Ghizi de turism	Licență de turism	Brevet de turism
Bază legislativă	HG 305/2001⁴⁶	ORDIN 691/2002⁴⁷	ORDIN 691/2002 ⁴⁸
	HG 631/2003	HG 238/2001	HG 238/2001
	ORDIN 637/2004	ORDIN 170/2001	ORDIN 170/2001

⁴⁶ Hotărârea Guvernului nr. 305/2001 privind atestarea și utilizarea ghizilor de turism

Hotărârea Guvernului nr. 631/2003 pentru modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr. 305/2001 privind atestarea și utilizarea ghizilor de turism

Cerințe	Certificat de calificare – Centrul Național de Învățământ Turistic Atestat de ghid Atestat de cunoaștere a unei limbi de circulație internațională	- activitate turistică precizată în obiectivul agentului - înregistrat în registrul comerțului	- atestat de pregătire profesională - atestare a perioadei lucrate în turism - atestat de cunoaștere a unei limbi străine
Categorii	-ghid local -ghid național -ghid specializat pe anumite segmente - montan, drumeție montană;- artă;- supraveghetor;- animație;- habitat natural: faună, floră;- ornitologie;- sportiv, respectiv: alpinism și cățărare pe stânci, schi, bob, înot, canotaj, iahting, zbor cu aparate ultraușoare (deltaplan, parapantă și altele);	-	- se eliberează brevet de turism pentru următoarele funcții: a) manager în activitatea de turism; b) director de agenție de turism touroperatoare; c) director de agenție de turism detailistă; d) director de hotel; e) director de restaurant; f) cabanier

Ordinul Ministrului Transporturilor, Construcțiilor și Turismului nr. 637 din 1 aprilie 2004 pentru aprobarea Normelor metodologice privind condițiile și criteriile pentru selecționarea, școlarizarea, atestarea și utilizarea ghizilor de turism

⁴⁷ ORDIN Nr. 691 din 26 septembrie 2002 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind criteriile și metodologia pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism, aprobate prin Ordinul ministrului turismului nr. 170/2001

Hotărârea Guvernului nr. 238 / 2001 privind condițiile de acordare a licenței și brevetului de turism

Ordinul Ministrului Turismului nr. 170 /2001 pentru aprobarea Normelor metodologice privind criteriile și metodologia pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism

⁴⁸ ORDIN Nr. 691 din 26 septembrie 2002 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind criteriile și metodologia pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism, aprobate prin Ordinul ministrului turismului nr. 170/2001

Hotărârea Guvernului nr. 238 / 2001 privind condițiile de acordare a licenței și brevetului de turism

Ordinul Ministrului Turismului nr. 170 /2001 pentru aprobarea Normelor metodologice privind criteriile și metodologia pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism

II.2.6.4. Venituri și cheltuieli în turism

În ceea ce privește veniturile și consumul populației în turism, nu au fost disponibile date privind consumul serviciilor turistice la nivelul județului Harghita. Următorul tabel este un rezumat al veniturilor nete lunare medii a populației Regiunii Centru, pe diferite activități ale economiei naționale, indiferent de funcție sau statut al individului ocupat într-un anumit sector.

Tabel nr. 2.2.16. Sursă: Institutul Național de Statistică.⁴⁹

Regiune - județ	Total economie	agricultură	industrie	comerț	construcții	hoteluri și restaurante	învățământ	sănătate, asistență socială
Centru	661	524	658	487	579	439	784	697
Alba	645	542	641	426	538	329	846	693
Brașov	681	506	677	559	606	508	774	674
Covasna	579	480	538	426	518	466	735	688
Harghita	617	573	606	420	524	353	648	622
Mureș	671	506	707	444	516	448	782	713
Sibiu	694	553	669	518	660	382	887	769

La nivelul Regiunii Centru, datele privind câștigul salarial mediu net lunar indică sectorul hoteluri și restaurante ca fiind cea mai prost plătită din sectoarele analizate. Județul Covasna are cea mai mică medie pentru câștigurile salariale, la nivelul economiei având cele mai mici salarii în agricultură și industrie.

În comparație cu celelalte județe, Harghita are cele mai joase valori pentru sectorul comerțului, în învățământ, sănătate și asistență socială. După județul Alba, Harghita are cele mai mici salarii medii nete pentru angajații din hoteluri și restaurante, acestea fiind cu 300 RON mai mici decât cele ale angajaților din învățământ, în timp ce salariul mediu net lunar pe țară în acest sector este de 455 RON.

⁴⁹ <http://www.insse.ro/cms/files/pdf/ro/cap4.pdf>

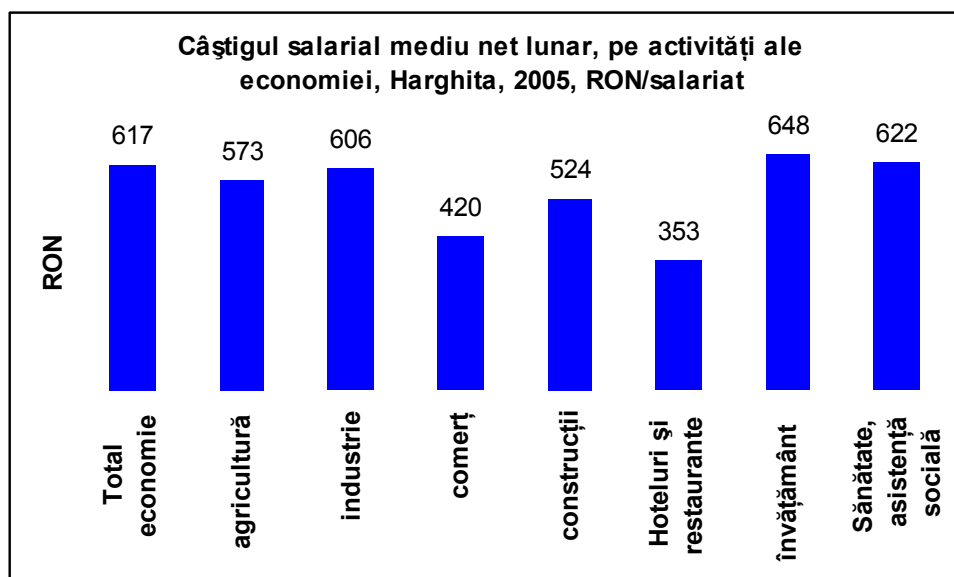


Figura nr. 2.2.34. Câștig mediu net lunar pe activități, Județul Harghita

II.2.6.5. Bilete de odihnă și tratament – sistemul de ajutor social și conexiunile acestuia cu turismul județean

Bugetul asigurărilor sociale de stat suportă diferența dintre valoarea biletului de tratament balnear și contribuția beneficiarilor de astfel de bilete, pentru un număr de locuri stabilit anual⁵⁰. Tarifele pentru serviciile acordate beneficiarilor biletelor de tratament de către unitățile de tratament aflate în proprietatea Casei Naționale de Pensii și Alte Drepturi de Asigurări Sociale se stabilesc prin ordin al ministrului muncii, solidarității sociale și familiei, la propunerea președintelui Casei Naționale de Pensii și Alte Drepturi de Asigurări Sociale, neputând depăși tarifele din unitățile similare cu care s-au încheiat contracte de prestări de servicii. În cursul unui an calendaristic se poate elibera un singur bilet de tratament aceluiași beneficiar.

Biletele de tratament balnear se distribuie pensionarilor, de către casele teritoriale de pensii. Bilete de tratament balnear se acordă gratuit, într-un număr stabilit anual, pentru: pensionarii I.O.V.R.; veteranii de război; persoanele cu drepturi stabilite în baza legislației în vigoare.

Conform datelor Casei Naționale de Pensii și Alte Drepturi de Asigurări Sociale, biletele de tratament, respectiv biletele de odihnă, acordate prin sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale, sunt repartizate între cei îndreptățiți, pentru locații turistice stabilite: localitatea Covasna, județul Covasna, localitatea Predeal, județul Brașov, Sovata, Mureș,

⁵⁰ <http://www.mmuncii.ro>

respectiv Băile Tușnad, Harghita – pentru bilete de tratament. Biletele de odihnă se acordă pentru localitățile: Covasna, Județul Covasna, Predeal, județul Brașov și Băile Tușnad, Harghita.

Tabel nr. 2.2.17. Nr. Biletele de tratament balnear distribuite

Bilete de odihnă în perioada 1 ianuarie - 30 septembrie 2007			
Localitatea	Județul	Număr bilete – 01.01 – 30.09 2007	Bilete 01.01. – 30.09.2007, în comparație cu 01.01- 30.09.2006
Covasna	Covasna	1148	1148
Predeal	Brașov	74	74
Tușnad	Harghita	143	143
Bilete de tratament în perioada 1 ianuarie – 30 septembrie 2007			
Bazna	Sibiu	641	-286
Covasna	Covasna	11925	-5135
Predeal	Brașov	866	-313
Sovata	Mureș	4431	-1810
Tușnad	Harghita	4021	-2015

Conform statisticilor, numărul biletelor de odihnă acordate în perioada 01.01. – 30.09. 2007, în comparație cu aceeași perioadă din anul anterior, a rămas constant în toate cele trei stațiuni de importanță națională analizate. În ceea ce privește biletele de tratament acordate în cadrul sistemului de asigurări sociale, numărul acestora este în scădere în toate stațiunile Regiunii Centru cuprinse în tabelul de mai sus.

Putem preciza faptul că, acest tip de turism, ca și parte a rețelei sociale, nu contribuie efectiv la profitabilitatea activităților turistice din localitățile amintite, fiindcă beneficiarii acestor bilete nu se numără, în general, printre turiștii cu situație financiară foarte bună.

Pe de altă parte, aceste categorii de turiști reprezintă grupuri relativ constante de vizitatori pentru o anumită localitate, un aspect pozitiv pentru angajații acelor facilități turistice, care primesc și deservește aceste persoane, precum și pentru ceilalți agenți turistici sau comerciali în localitatea respectivă.

Ca și **concluzie**, putem preciza următoarele:

- sectorul ospitalier și turistic se află într-una dintre cele mai nefavorabile situații în ceea ce privește salarizarea, veniturile care se pot obține în statut de muncitor – angajat;
- în ciuda acestui fapt, numărul populației ocupate în sectorul hotelier și restaurante nu a suferit scăderi semnificative în ultimii ani; acest lucru sugerează faptul că sectorul serviciilor și îndeosebi cel turistic, este considerat drept o prioritate de dezvoltare în județ, o reală șansă de venit în rândul populației; în același timp, sectorul turistic a beneficiat de anumite privilegii și prestigiu în stațiunile de interes național în perioada comunismului, în care angajații sectorului beneficiau de contact direct cu „lumea din afară”.
- deși populația în general, dar și elita societății are încredere în prosperarea județului datorită activităților turistice, sistemul educațional nu este capabil să acopere cerințele reale ale pieței, fiind orientată către ocupațiile „tradiționale” în turism;
- nu se pune accent suficient nici pe însușirea limbilor de circulație internațională în rândul elevilor, studenților, cursanilor, etc., ceea ce constituie un dezavantaj foarte greu de înlăturat în sectorul turistic;
- datorită salariilor mici și a motivațiilor scăzute care se leagă de aceste ocupații, sectorul turistic și ospitalier nu are prestigiul necesar pentru a deveni un sector atractiv pentru forța de muncă;
- există neajunsuri și în cultura sferei antreprenoriale active în turism: întreprinzătorii trebuie să dezvolte anumite exigențe față de activitatea pe care o practică, față de persoanele pe care le angajează, față de formarea profesională a acestora și urmărirea tendințelor europene în prioritățile de dezvoltare;
- prin diversificarea, profesionalizarea și orientarea spre cerințele reale a sistemului educațional cu specializarea în turism, se dorește înlăturarea situației actuale, în care angajații în acest sector nu primesc o calificare care să le dea siguranță în locul de muncă, pot fi ușor înlocuiți de către personal necalificat și nu sunt plătiți pe măsura eforturilor depuse.

II.3. Analiză de competitivitate

În acest capitol prezentăm pe scurt principalele atracții, puncte forte și puncte slabe din punct de vedere turistic a județului Harghita. Vom face o comparație între zonele concurente. Folosim conceptul „zonă” în loc de „județ” prin simplul motiv, că sunt unele zone turistice concurente care din punct de vedere administrativ sunt pe teritoriul a mai multor județe, dar totuși formează o singură destinație turistică.

Primul pas în analiza competitivității trebuie să fie determinarea zonelor concurente, după care urmează listarea factorilor de competitivitate și identificarea strategiilor concurenților. Analiza competitivității o vom face pe două dimensiuni: pe de o parte am încercat pe baza datelor și informațiilor ce ne stau la dispoziție să facem o comparație cu zonele care dispun în mare parte de același profil, având condiții de mediu și potențial turistic asemănătoare. Cealaltă dimensiune, așa numita dimensiune “înnăscută”, trebuie interpretată pe baza comparației avantajelor sau competențelor care se pot exprima în date exacte, care derivă din condițiile naturale (de ex. apele minerale, așezare, condiții de zăpadă) analiza comparativă și competențele “create”, (de ex. capacitate, infrastructura, învățământ).

O bună parte a turiștilor care vizitează județul Harghita provine din Ungaria, din această perspectivă principalele zone concurente sunt județul Covasna și o parte din județul Mureș. Dacă ne uităm la o scară mai mare județul făcând parte din Ținutul Secuiesc putem vorbi despre o concurență între Ținutul Secuiesc – Moldova, Valea Prahovei, Ținutul Săsesc. Analiza se poate face pe baza următoarelor caracteristici: atracții naturale și antropice, accesibilitate, infrastructura turistică, turism balnear.

II.3.1. Atracții naturale și antropice

II.3.1.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc

Județul Harghita are trei puncte nodale importante turistice și anume:

- a) Punctul nodal Lacul Roșu și Cheile Bicazului
- fac parte din parcul național cu nume asemănător, dar mai fac parte și Lăzarea (castel în stil renesans), și mai multe centre turistice rurale precum Remetea, Ditrău
- b) Praid și Corund care fac parte din Ținutul Sării

- aceste localități împreună cu Sovata sunt cele mai importante centre de terapie bazată pe sare din Ardeal dar și importante centre turistice rurale

c) Băile Tușnad

- orașul se află pe marginea județelor Harghita și Covasna, de aceea sunt unele atracții din județul vecin care pot fi considerate și atracții a stațiunii Băile Tușnad

- Lacul Sfânta Ana, Tinovul Mohoș, Băile Balványos, apele minerale de băut și cu efect terapeutic din Băile Tușnad, Lacul Ciucaș, ștrand mezotermal, complex balneologic

Principalele atracții din **județul Covasna:**

Zona orașului Sfântu Gheorghe, Băile Șugaș, Vârghiș (regiune carstică – peșteri), Covasna (ape minerale, gaze naturale, tratament balneo-climateric), Comandău, Valea Zânelor, Băile Balványos, Ghelinta.

Județul Mureș:

Sovata (face parte din Ținutul Sării, tratamente balneo-climaterice), Orașul Târgu Mureș (istoria și clădiri vechi), Sighișoara (cetate medievală), Scaunul Domnului, Munții Călimani, Sângeorgiu de Mureș (băi sărate), Rezervația Peisagistică Valea Mureșului.

II.3.1.2. Ținutul Săsesc

Județul Brașov: zone montane cu cei mai înalți munți din țară (Moldoveanu, Negoiu); munții Ciucaș, Piatra Mare, Bucegi, Piatra Craiului, Făgăraș, Perșani; parcuri naționale Bucegi și Piatra Craiului; pârtii de schi alpin la Predeal și Poiana Brașov; ape termale la Codlea și iodo-sodice la Perșani, Rotbav și Homorod, ape minerale la Zizin; Casteluri la Făgăraș, Bran, Rupea; Biserica Negară din Brașov și centrul Brașovului, clădirile construite în stil săsesc; Biserica fortificată săsească din Prejmer; Biserica fortificată din Râșnov; Peștera de la Râșnov.

Județul Sibiu: munții Făgăraș; ape curative din stațiunile balneoclimaterice Ocna Sibiului și Bazna; depozitele de calcar de la Cișnădioara și Turnu Roșu; rezervația din Valea Sârbă; Lacurile Bâlea și Iezerele Cindrelului; pârtii de schi la Păltiniș; clădirile construite în stil săsesc; municipiul Sibiu (Turnul Sfatului, Catedrala Evanghelică, Turnul Gros, Zidurile de apărare ale Cetății Vechi, Pasajul Scărilor); Cetatea Cișnădioara.

În județul Brașov sunt 2 stațiuni turistice de interes național (Poiana Brașov și Predeal) și 4 stațiuni turistice de interes local (Bran, Moieciu, Pârâul Rece, Timișu de Sus). În județul Sibiu sunt 3 stațiuni turistice de interes local (Bazna, Ocna Sibiului și Păltiniș).

II.3.1.3. Moldova

Județul Suceava: Munții Rarău și Giumalău, Munții Călimani; Valea și Cheile Bistriței; Cetatea de saun și Hanul domnesc de la Suceava; Mănăstirile din Bucovina (Voroneț, Humor, Moldovița, Sucevița, Arbore); Mănăstirea și Biserica din lemn din Putna; Vatra Dornei (băi cu apă minerală, climat perfect pentru sporturi de iarnă).

Județul Neamț: Cheile Bicazului; Parcul Național Ceahlău; factori balneoclimaterice la Durău, Negulești, Băltățești; ape minerale (Oglinzi); mănăstiri (Agapia, Văratec, Sihastria, Bistrița, Neamț); Cetatea Neamțului.

Județul Iași: factori balneoclimaterici (Strunga, Nicolina); mănăstiri („Trei Ierarhi”, Galata, Frumoasa, Cetățuia, Golia); Palatul Culturii din Iași, alte construcții din municipiul Iași; Palatul din Ruginoasa; Palatul familiei Sturdza din Miclăușeni; Orașele Pașcani, Târgu Frumos și Hârlău.

Județul Bacău: Curțile Domnești și biserica "Precista" din Bacău; biserica din Borzești; Mănăstirea Căsi; Văile Troțușului, Siretului, Bistriței; ape minerale la Slănic Moldova, Poiana Sărata, Târgu Ocna.

În județul Suceava sunt 3 stațiuni turistice de interes național (Câmpulung Moldovenesc, Gura Humorului, Vatra Dornei). În județul Neamț sunt 2 stațiuni turistice de interes local (Băltățești și Durău). În județul Iași nu sunt stațiuni turistice de interes național sau local. În județul Bacău sunt 2 stațiuni de interes național (Slănic Moldova și Târgu Ocna).

II.3.1.4. Valea Prahovei

Munții Bucegi, Baiului, Ciucaș; Valea Prahovei, Valea Slănicului, Valea Teleajenului; ape minerale și sărate (Azuga, Slănic); rezervația naturală Muntele de Sare; Mănăstirea Sinaia; stațiunile Bușteni, Vălenii de Munte, Slănic, Sinaia, Cheia, Azuga.

Conform HG 852/2008 (pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice) în județele din Ținutul Secuiesc sunt 3 stațiuni turistice de interes național (HR – Băile Tușnad, CV – Covasna, MS – Sovata Băi) și 7 stațiuni turistice de interes local (HR – Băile Homorod, Borsec, Harghita Băi, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu, Praid, CV – Balványos).

În continuare vom face comparația județului Harghita pe marginea diferitelor atracții, tipuri de turism cu alte destinații regionale din România.

II.3.2. Infrastructura turistică

II.3.2.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc

În analiza infrastructurii turistice ne-am focusat pe capacitatea de cazare prezentă în județele concurente. În primul tabel am comparat datele privind județele din Ținutul Secuiesc. Putem vedea că între anii 2000-2007 în județul Mureș a scăzut numărul locurilor omologate de cazare, numai județele Harghita și Covasna au reușit să arată o creștere minimă de 3,16% respectiv 5,47%. În numere absolute județul Harghita stă pe locul întâi în ceea ce privește locurile de cazare, dar la categoriile de sosiri, înnoptări pierde avantajul. Din acest motiv stă pe ultimul loc privind utilizarea capacității în funcțiune (27,7%), fiind devansat de județul Mureș cu 7,1% și de județul Covasna cu 29,3%. Rata de 57% la utilizarea locurilor de cazare în județul Covasna poate fi explicată cu masa de turiști care merg la stațiunea Covasna cu bilete de tratament.

În următorul tabel prezentăm situația județelor analizate privind tipurile de structuri de cazare turistică existente în anul 2007. Județul Harghita stă pe locul 3 privind numărul total de locuri după județele de renume internațional Brașov și Prahova. Observăm însă un decalaj la nivelul județului Harghita spre structurile de cazare tip pensiuni, acestea reprezentând 39,7% din oferta totală, iar hotelurile reprezintă numai 23,4%. Acest decalaj este unic atât pe planul Ținutului Secuiesc cât și pe planul județelor analizate. În județele Covasna și Mureș observăm exact contrariul unde hotelurile reprezintă 79,9% respectiv 42,5% în timp ce pensiunile reprezintă 8% respectiv 14,4%. În restul județelor hotelurile sunt cel mai bine reprezentate într-un cvantum de 40-50% iar raportul pensiunilor este între 10-40% din total.

Tabel nr. 2.3.1. Tipuri de structuri de cazare turistică existentă (număr locuri) în județele analizate (2007)

Tipuri de structuri 2007	HR	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	PH	Moldova	În țară
Total	7063	15793	17757	9249	17187	282875
Hoteluri	1655	6334	7754	5216	7787	168736
Hoteluri pentru tineret	0	164	362	31	410	2059
Hosteluri	99	121	12	57	171	1463
Moteluri	425	777	663	561	450	5614
Vile turistice	452	1121	1159	701	913	15333
Cabane turistice	233	263	804	634	642	5517

Cabane de vânătoare	0	0	30	0	0	57
Bungalouri	0	224	58	8	92	4461
Sate de vacanță	0	0	110	0	0	160
Campinguri	685	1332	120	200	564	25006
Popasuri turistice	82	229	0	46	182	1152
Căsuțe turistice	280	280	82	0	20	4120
Tabere de elevi și preșcolari	51	757	600	130	1653	20320
Pensiuni turistice urbane	528	1535	2973	1273	1412	13429
Pensiuni turistice rurale	2273	2656	3030	392	2817	15448
Spații de cazare de pe nave	0	0	0	0	74	519

Sursă: www.insse.ro cu redactare proprie

Tipul locurilor de cazare prezente în județul Harghita sunt potrivite pentru grupuri mai mici de turiști, având relativ puține locuri în hoteluri nu ne putem baza pe atragerea maselor mari de turiști. Decalajul dintre tipul locurilor de cazare iese în evidență și atunci când ne uităm la raportul procentual. Din totalul locurilor de cazare din România județul Harghita are 2,5% iar la categoria pensiuni are 20,88% din total, fiind devansat numai de județul Brașov cu procentul de 34,04. În județele Covasna și Mureș situația este contrară județului Harghita.

II.3.2.2. Ținutul Săsesc

Există mari diferențe între județele prezentate la acest subcapitol. În județul Brașov sunt de trei ori mai multe locuri de cazare decât în județul Sibiu, sunt de două ori mai multe sosiri însă media utilizării capacității în funcțiune este cu 8% mai bună în județul Sibiu.

Putem spune că Ținutul Săsesc și Ținutul Secuiesc au aproape la fel de multe locuri de cazare 18.216 respectiv 17.165 și media înnoptării este asemănător, 1.489 mii, respectiv 1.338 mii înnoptări. În celelalte date însă sunt diferențe semnificative. În timp ce în Ținutul Săsesc sunt 5.911 mii locuri-zile în funcțiune, în Ținutul Secuiesc sunt cu 40% mai puține. Ceea ce privește datele legate de sosiri este un avantaj de 66% în favoarea vecinilor de la sud. Avem un singur index care este mai bună în cazul Ținutului Secuiesc și anume utilizarea capacității. În timp ce în județele Brașov și Sibiu media utilizării este de 23,3% respectiv 31,4% în județele Harghita, Covasna și Mureș este 27,7%; 57% respectiv 34,8%

II.3.2.3. Moldova

În această regiune sunt mari diferențe între județe în ceea ce privește locurile de cazare. Județul Suceava are aproape dublul locurilor de cazare în fața fiecărui județ din cele analizate din Moldova. Această diferență se simte la aproape toate datele legate de capacități de cazare, de ex. locuri în funcțiune, sosiri, înnoptări. Putem observa o răsturnare de situație la capitolul utilizării capacității la județele care au condus la capacitate de cazare. Județele Suceava și Neamț au o rată de utilizare a capacității de cazare de numai de 24,3% în timp ce județele cu mai puține locuri de cazare (Bacău și Iași) au rata de utilizare de 38,9% respectiv 40,1%.

În regiunea Moldova și Ținutul Secuiesc sunt capacități de cazare aproape egale 17.635 respectiv 17.265, însă în județele din Moldova au sosit de două ori mai multe turiști (623 mii față de 277 mii). În privința rata utilizării a locurilor de cazare însă Ținutul Secuiesc este în avantaj cu ratele cuprinse între 27,7% - 57% față de 24,3% - 40,1%.

II.3.2.4. Valea Prahovei

Capacitatea de locuri de cazare este în continuă scădere, în timp ce în 2000 au fost 10.020 locuri, în 2006 abia au rămas 9.234, adică a fost o scădere de aproape 800 de locuri. În județ sunt cu 50% mai puține locuri de cazare ca în Ținutul Secuiesc, dar au înregistrat cu aproape 30% mai multe sosiri. Totodată utilizarea capacității a fost mai mică decât media județelor Covasna, Harghita și Mureș, dar a fost mai mare decât valoarea din județul Harghita.

II.3.3. Turism de iarnă

Relieful județului Harghita este bogat în munți, ceea ce este un factor bun privind turismul de iarnă. În fiecare an auzim vești despre înființarea a noi pârtii de schi, dar din nefericire nu toate sunt omologate încă. În continuare vom prezenta pârtiile omologate din județele analizate.

În următorul tabel prezentăm situația regiunilor analizate privind dotările lor cu pârtii de schi.

Tabel nr. 2.3.2. Pârtii de schi în județele, regiunile analizate:

Tipuri de structuri 2007	HR	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	PH	Moldova
Nr. pârtii de schi (în județ/regiune)	14	19	29	25	7
Lungime totală (metri, în județ/regiune)	7.073	9.443	45.500	40.740	8.680
Nr. stațiuni cu pârtii de schi (în județ/regiune)	8	13	5	3	4

Sursă: Ghidul pârtiilor de schi 2007, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, www.viaromania.eu, redactare proprie

II.3.3.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc

Pârțiile de schi sunt dotate diferit cu teleschiuri moderne, teleschi piloni cu farfurie sau teuri, baby ski lift cu braț, însă nu există telecabine. Numărul relativ mare a pârtiilor este impresionant față de cele prezente în județele Covasna și Mureș, dar lungimea lor nu este chiar atât de bună. Majoritatea lor este sub 500 metri lungime, numai unul ajunge la 1.000 de metri dar nu există nici unul mai lung de 1 km. Lungimea totală a pârtiilor de schi este de 7073 metri. Accesibilitatea lor nu este satisfăcătoare, majoritatea drumurilor de legătură intră în categoria drumurilor forestiere cu un singur sens de mers în timpul iernii. Infrastructura parcărilor este tot la un nivel minim, nu sunt locuri suficiente de parcare pentru mașinile turiștilor. Județul Harghita are de trei ori mai multe pârtii decât cele două județe, are aproape de două ori mai multe stațiuni dotate cu pârtii și posedă 75% din lungimea totală a pârtiilor de schi.

Județul Covasna: munțile din județ nu sunt atât de înalte ca la vecinul din nord, din acest motiv nici numărul zilelor cu zăpadă nu este prea mare. Putem aminti trei pârtii de schi, din care unul (Comandău) nu are în prezent un teleschi funcțional din cauza defectării. Lungimea pârtiilor, precum și altitudinea lor este mică, cel mai bun din acest punct de vedere este pârtia Comandău. Lungimea totală a pârtiilor este de 1.470 metri.

Accesibilitatea pârtiilor cu transport comun este foarte rea, de exemplu la pârtia din Băile Șugaș circulă autobuze numai pe sfârșit de săptămână. La pârtiile din Ghelinta și Băile Șugaș merge drum asfaltat iar la Comandău drum de macadam. Nici aici nu sunt soluționate problemele de parcare, la Șugaș sunt locuri asfaltate dar în număr relativ mic. Aceste pârtii sunt folosite cu precădere de localnici și în acest fel locurile de parcare sunt oarecum suficiente, dar în cazul unei mase mai mari de turiști acestea sunt depășite ca număr.

Județul Mureș: nici județul Mureș nu are condiții bune pentru pârtii de schi, dar pârtiile de schi bucură de interes din partea localnicilor. Din păcate drumul de acces este foarte prost din cauza circulației intense a camioanelor care transportă piatră. Nu există linii de transport în comun la pârtia, se poate ajunge acolo numai cu mașini pe un drum de macadam.

Lungimea pârtiei Aluniș1 este acceptabil, dar infrastructura de parcări este sub orice critică. Nu numai că nu sunt suficiente locuri de parcări pentru 10 mașini dar nici pârtia nu are o pistă de sosire adecvată, lățimea pârtiei este destul de mică. Lungimea totală a pârtiilor de schi este 1400 metri.

Din regiunea Ținutului Secuiesc județul Harghita posedă cele mai bune pârtii de schi atât ca număr cât și calitatea și lungimea lor. În privința accesibilității nu sunt prea multe diferențe, sunt mari deficiențe la fiecare județ.

II.3.3.2.Ținutul Săsesc

Județul Brașov: acest județ este foarte bogat în munții înalți, care oferă un climat foarte bun pentru iubitorii sporturilor de iarnă. Lungimea pârtiilor din stațiunile montane sunt optime, există 6 pârtii cu lungime mai mare de 2 km, o pârtie de 1,2 km iar restul este între 200 – 900 metri. Majoritatea pârtiilor se află la 2 stațiuni, deci sunt oarecum grupate, în timp ce pârtiile din Ținutul Secuiesc sunt așezate la mai multe localități. Diversitatea pârtiilor, precum și infrastructura de transport pe cablu este mult mai bună.

Nici județul Brașov nu poate scăpa de incapacitatea de gestionare a masei de mașini care vin la stațiuni, nu sunt parcări suficiente, drumurile sunt depășite de traficul imens mai ales în zilele de sfârșit de săptămână și de sărbători.

Județul Sibiu: în acest județ sunt mai puține pârtii decât în Brașov dar acest lucru este echilibrat de calitatea și lungimea pârtiilor. Sunt numai două pârtii sub 1 km lungime, majoritatea celorlaltor pârtii este mai lungă decât 2 km. Infrastructura de transport pe cablu, teleschi este de calitate bună și ea. Accesibilitatea zonei este bună, sunt drumuri asfaltate, dar gestionarea traficului și parcare mașinilor mai lasă de dorit.

Condițiile de zăpadă sunt mult mai bune în această regiune, ceea ce poate fi remarcată și în datele despre dotarea cu pârtiile de schi. Ținutul Săsesc are cu 50% mai multe pârtii de schi, care au o lungime totală de 45,5 km adică cu 3,5 ori mai mult. Aceste indicii sunt realizate în 5 stațiuni față de 13 prezente în Ținutul Secuiesc, ceea ce înseamnă o mai bună structurare a lor. Infrastructura de transport pe cablu este net superior la vecinii de la sud.

II.3.3.3.Moldova

Județele din Moldova sunt cunoscute mai degrabă de mănăstirile vechi, dar sunt și unele stațiuni montane care pot fi valorificate în sezonul iernii pentru iubitorii sportului de iarnă.

Județul Suceava: în județul Suceava sunt 5 pârtii de schi la două stațiuni, lungimea pârtiilor variază între 530 – 3.000 metri. Accesibilitatea zonelor este bună, sunt drumuri modernizate, asfaltate. Media lungimii pârtiilor este mai mare decât cele aflate în Ținutul Secuiesc, dar numărul lor este cu mult mai mică.

Județul Neamț: în județul Neamț sunt puține pârtii de schi, care nu sunt pentru schiorii profesioniști. Pârtia din Cozla este destul de lungă pentru ca să merite să vine turiștii aici pentru a schia. Infrastructura de accesibilitate este admisibilă, este drum asfaltat. În ceea ce privește oferta din Ținutul Secuiesc putem spune că este mai bogată din punct de vedere a numărului pârtiilor, dar nu există pârtii la fel de lungi ca la Cozla.

În județele Bacău și Iași nu sunt pârtii de schi omologate.

Privind numerele absolute Ținutul Secuiesc este în avantaj față de Moldova, fiindcă are cu 12 pârtii mai mult, iar lungimea totală ale acestora este cu 800 metri mai mare și numărul stațiilor dotate cu pârtii din Moldova este numai o treime din ceea a Ținutului Secuiesc. Dacă analizăm și ratele dintre ei avem altă situație. În Moldova avem în medie aproape 2 pârtii pe stațiune, iar în Ținutul Secuiesc avem numai 1,5 în medie. Lungimea totală de 8,6 km este împărțită în 4 stațiuni, respectiv 9,4 km în 13 stațiuni. În numere absolute Ținutul Secuiesc este în avantaj, iar privind ratele Moldova este în poziție favorită.

II.3.3.4. Prahova

În județul Prahova sunt cele mai multe pârtii de schi din țară. Varietatea lor este foarte bogată, sunt puține pârtii cu lungime mai mică de 1 km, aproape jumătatea lor este mai lungă de 2 km. Pârțiile sunt grupate în jurul a 3 stațiuni oferind turiștilor mai multe șanse de alegeri. Oferta pârtiilor de schi este cu mult mai bogată și valoroasă decât oferta Ținutului Secuiesc. Infrastructura de transport pe cablu și teleschi este și ea mult mai dezvoltată. Valea Prahovei este plină cu diferite stațiuni turistice montane, are accesibilitate bună și este relativ aproape de capitală, cu potențiali turiști în număr mai mare de 2 milioane.

Valea Prahovei are un avantaj care nu poate fi ajunsă din urmă de Ținutul Secuiesc. Județul Prahova are 25 pârtii de schi în trei stațiuni turistice și un total de 40,7 km de pârtii. Lungimea totală a pârtiilor este de 4 ori mai mare, iar aceste pârtii sunt împărțite în numai trei stațiuni.

II.3.4. Ape minerale – turism balnear

II.3.4.1. Ținutul Secuiesc

În județele din Ținutul Secuiesc sunt zăcăminte de apă minerală și emanații gazoase (mofete) importante, majoritatea izvoarelor din România se concentrează aici. Există și ape termale, dar acestea sunt prezente în număr mai redus și sunt în mare parte mezotermale. Sunt deasemenea

cantități importante de ape sărate în unele zone, dar frecvența lor este inferior apelor minerale. În continuare vom prezenta pe scurt localitățile care au aceste resurse naturale.

Județul Harghita⁵¹

Depresiunea Gheorgheni

Studiile hidrogeologice au arătat, că în depresiunea Gheorgheni pe valea râului Mureș există foarte multe erupții gazoase de CO₂ care se amestecă cu apele freatice și formează ape minerale. Emanatiile mofetice sunt caracteristic localităților Remetea⁵², Joseni, Ciumani, Voșlobeni, Gheorgheni, Lacul Roșu.

Depresiunea Ciucului

Sunt prezente mai ales băi cu ape minerale. Băile Miercurea Ciuc cu apă de 21-23 C°, Jigodin Băi, Mădăraș Ciuc – în prezent nu funcționează, dar apa a avut 26 C°, Băile Tușnad, Băile Madicea, Cârța, Ciucsângeorgiu, Iacobeni, Merești, Sâncrăieni, Sântimbru Băi, Băile Harghita. Mai trebuie să amintim și Bilbor, Vlăhița, Băile Chirui, Băile Szejke, Cristuru Secuiesc, Toplița, Bradu.

Județul Covasna: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: Covasna, Fortyogo – Tg. Secuiesc, Băile Șugaș, Biborțeni, Bodoc, Vâlcele, Micfalău, Bixad, Ozunca Băi, Malnaș Băi.

Județul Mureș: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: Sovata, Sângeorgiu de Mureș, Lăpușna, Ideciu de Jos.

În continuare vom prezenta instalațiile și procedurile pentru tratament la care pot apela vizitatorii stațiunilor:

- Balványos (CV): electroterapie, hidroterapie, termoterapie, kinetoterapie, aerohelioterapie, gimnastică medicală, masaj medical. Hotelul Best Western din Balványos este în fază de modernizare.
- Băile Tușnad (HR): electroterapie, hidroterapie, fizioterapie, masaj, magnetoterapie.
- Borsec (HR): electroterapie, hidroterapie, fizioterapie, electropunctură, vibromasaj, masaj manual.
- Praid (HR): spelioterapie, climatoterapie.
- Sovata (MS): electroterapie, hidroterapie, kinetoterapie, aerohelioterapie.

În tabelul următor avem informații despre localitățile cu proprietate balneoclimaterică din regiunile analizate.

⁵¹ Sursa: www.e-calauza.ro

⁵² Sursa: www.rotur.ro

Tabel nr. 2.3.3. Capacitatea de cazare a localităților cu factori naturali terapeutici (2006)

Tipuri de structuri 2007	HR	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	PH	Moldova
Nr. stațiuni	7	15	11	7	10
Nr. unități cazare	80	112	264	298	75
Nr. de camere	799	2461	3651	3487	1439
Nr. locuri	1684	5161	7415	7245	2991

Strategia turismului balnear, INCDT, 2006

Cele mai multe locuri de cazare are județul Covasna, unde a fost inaugurată un hotel nou de 4 stele în 2008, dar care nu apare în acest tabel. Punctele forte din acest punct de vedere din județul Harghita sunt localitățile Băile Tușnad și Praid, unde sunt 75% din locurile de cazare pe plan județean. Pe locul 3 se află județul Mureș cu o localitate care deține în proporție de 95% locurile de cazare din stațiunile balneoclimaterice din județ.

II.3.4.2. Ținutul Săsesc

Județul Brașov: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: Băile Homorod⁵³, Băile Perșani, Băile Rodbav, Fundata. Județul Sibiu: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: Băile Miercurea, Gura Raiului, Ocna Sibiului.

În continuare vom prezenta instalațiile și procedurile pentru tratament la care pot apela vizitatorii stațiunilor:

- Predeal (BV): electroterapie, hidroterapie, termoterapie.
- Bazna (SB): hidrokinetoterapie, hidroaeromasaj, dietoterapie, kinetoterapie, homeoterapie, filoterapie, acupunctură, aromaterapie.

În Ținutul Săsesc sunt prezente mai degrabă stațiuni cu apă sărată decât ape minerale sau termale. Aceste localități sunt în teritoriul județului Sibiu, vecinul din est are cu precădere stațiuni montane cu microclimat adecvat pentru odihnire și recuperare. Aceste stațiuni sunt folosite cu precădere de sportivi pentru cantonamente.

Privind locurile de cazare în aceste stațiuni județul Brașov are avantaj absolut față de județul Sibiu fiind o diferență mai mult de 6 mii de locuri.

În Ținutul Săsesc sunt cu 50% mai multe locuri în aceste stațiuni decât în Ținutul Secuiesc. Diferența nu este atât de mare dacă luăm în calcul că o parte a locurilor de cazare din județul

⁵³ www.e-calauza.ro

Brașov sunt folosite de turiști care practică sporturi de iarnă și nu-l folosesc din motive balneoclimaterice.

II.3.4.3. Moldova

În continuare vom prezenta instalațiile și procedurile pentru tratament la care pot apela vizitatorii stațiilor:

- Bălățești (NT): electroterapie, hidrokinetoterapie.

Din județele analizate în acest subcapitol două treimi din capacitățile de cazare sunt prezente în județul Suceava. Oferta locurilor este scăzută și în raport cu Ținutul Secuiesc unde sunt cu 40% mai multe locuri de cazare.

II.3.4.4. Valea Prahovei

În continuare vom prezenta instalațiile și procedurile pentru tratament la care pot apela vizitatorii stațiilor:

- Slănic Prahova (PH): hidroterapie, hidrokinetoterapie, termoterapie, electroterapie, laserterapie, masoterapie, aerosoloterapie, kinetoterapie, masaj medical.
- Sinaia (PH): electroterapie, hidroterapie, masaj.

În județul Prahova sunt mai multe locuri de cazare în localități cu factori naturali terapeutici decât în Ținutul Secuiesc. Diferența este de 50%, adică mai mult de 2.100 locuri. Majoritatea locurilor este prezentă în stațiunea Sinaia, după care urmează Bușteni.

II.3.5. Accesibilitate

II.3.5.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc

Județul Harghita: accesibilitate rutieră: DN12, DN 13, DN15, DN11/B, DN15. În direcția Sud-Nord traversează D.N.12; D.N.12/A; iar D.N.12/C face legătura cu Moldova. D.N.13/A asigură legătura cu Odorheiu Secuiesc. Drumul European E 578 traversează municipiul Miercurea Ciuc mergând spre Nord.

Județul Covasna: drumuri naționale: DN 2D limita Jud. Vrancea – Ojdula, DN 10, Limita jud. Buzău - Limita jud. Brașov, DN 11 Limita jud. Brașov - Limita jud. Bacău, DN 11B Târgu Secuiesc(DN 11) - Limita jud. Harghita, DN 12 Chichiș - Limita jud. Harghita, DN 13E Limita jud. Brașov- Int. Buzăului.

Județul Mureș: DN 13 limita jud. Brașov - Târgu Mureș, DN 13A Bălăușeri - Limita jud. Harghita, DN 13C Vânători - lim. jud. Harghita, DN 13D Sovata-Săcădat, DN 14 Limita jud. Sibiu - DN13(Sighișoara), DN 14A Limita jud. Sibiu – Iernuț, DN 15 Limita jud. Cluj - Limita jud. Harghita, DN 15A între DN 16(Reghin) - Năsăud, DN 15E Tg.Mureș- Satu Nou - int. DN16, DN 16 Limita jud. Cluj - Reghin.

Accesibilitate feroviară: linia 400 traversează regiunea în direcția Sud–Nord. Din nodul feroviar Ciceu, linia 501 asigură legătura cu Moldova, linia 405 face legătura între Deda – Războieni, linia 300 face legătura între București (Nord) - Brașov - Sighișoara - Teiuș - Războieni - Cluj Napoca – Oradea, linia 308 între Sighișoara – Odorhei.

Accesibilitate aeriană: aeroporturile internaționale din Bacău și din Târgu Mureș sunt cele mai apropiate la 124 km respectiv 157 km de la Miercurea Ciuc. De la Sfântu Gheorghe, aeroportul din Bacău este la 152km, Sibiu la 179 km și aeroportul din Ghimbav (40km) va intra în funcțiune în 2010.

II.3.5.2. Ținutul Săsesc

Accesibilitate rutieră: *județul Brașov*: șosele internaționale: E60, care face legătura între Oradea - Brașov - București - Constanța, E68 între Nădlac - Brașov. Drumuri naționale: DN1 care face legătura între Oradea - Cluj-Napoca - Brașov – București; DN1A între Brașov - pasul Bratocea – Ploiești; DN10 între Brașov – Buzău, DN11 între Brașov – Onești, DN73 între Brașov - Pitești; DN73A între Predeal – Șercaia. *Județul Sibiu*: drumuri internaționale E60, E68. Drumuri naționale: DN1, DN7 între București - Pitești - Râmnicu Vâlcea - Arad – Nădlac, DN7C între Bascov - Curtea de Argeș – DN1, DN 14 între Sighișoara - Sibiu, DN 14A între Mediaș – Iernut, DN 14B între Teiuș – Copșa Mică.

Accesibilitate feroviară: linia principală 200 traversează județele Brașov și Sibiu în direcția Est-Vest, asigurând legătura pe ruta Brașov – Sibiu – Arad - Curtici. Linia principală 300 traversează zona în direcția București (Nord) - Brașov - Sighișoara - Cluj Napoca – Oradea, iar linia principală 400 face legătura între Brașov - Ciceu - Deda - Satu Mare.

Accesibilitate aeriană: aeroporturile internaționale din Sibiu, Târgu Mureș (132km de la Sibiu și 173 km de la Brașov) și Cluj Napoca (168km de la Sibiu și 280 km de la Brașov) sunt cele mai apropiate de acest județ. Aeroportul internațional din Ghimbav (144km) va intra în funcțiune în 2010.

II.3.5.3. Moldova

Accesibilitate rutieră: *județul Suceava*: drumul internațional E85 care asigură legătura între granița cu Ucraina - Suceava - Bacău - Buzău - București - granița Bulgaria. Drumuri naționale: DN2 între București - Buzău - Bacău - Suceava - Graniță Ucraina, DN17 între Dej (DNc) - Bistrița - Vatra Dornei - Câmpulung Moldovenesc – Suceava, DN29 între Suceava - Botoșani - Săveni – Manoleasa, DN29a între Suceava - Dorohoi - Rădăuți - Graniță Republica Moldova. *Județul Neamț*: drum național: DN15 Turda - Târgu Mureș - Toplița - Piatra Neamț – Bacău, DN15d între Piatra Neamț - Roman – Vaslui. *Județul Bacău*: drum internațional: E85, E574 între Bacău - Târgu Secuiesc – Brașov, drum național: DN2, DN11 între Brașov - Târgu Secuiesc - Bacău, DN15. *Județul Iași*: drum național: DN24 între Mărășești - Vaslui - Iași - Sculeni - Graniță Republica Moldova, DN28 între Graniță Republica Moldova - Iași - Tețcan, DN66 între Simeria - Hațeg - Petroșani - Târgu Jiu – Filași.

Accesibilitate feroviară: *județul Suceava*: linia 500 traversează județul în direcția Sud–Nord. *Județul Neamț*: linia principală 500, linia 509 Bacău - Piatra Neamț – Bicăz, 517 Pașcani - Târgu Neamț. *Județul Bacău*: linia principală 500, linia 509. *Județul Iași*: linia principală 600 Făurei - Tecuci - Bârlad - Crasna - Vaslui - Iași – Ungheni.

Accesibilitate aeriană: aeroporturile internaționale din Bacău, Iași, Suceava sunt cele mai apropiate de aceste județe.

Distanța dintre municipiile județelor și aeroporturile:

Reședințe de județ	Suceava (km)	Iași (km)	Piatra Neamț (km)	Bacău (km)
Suceava (km)	-	148	111	148
Iași (km)	148	-	185	125
Piatra Neamț (km)	111	185	-	60
Bacău (km)	148	125	60	-

II.3.5.4. Valea Prahovei

Accesibilitate rutieră: drum național: DN1, DN1A face legătura între București - Ploiești - Vălenii de Munte – Săcele, DN1B Ploiești – Buzău, DN 1D Albești – Urziceni, DN72 Găești – Târgoviște – Ploiești.

Accesibilitate feroviară: linia principală 500 traversează județul în direcția Sud-Nord, liniile secundare 302 Ploiești–Târgoviște, 304 Ploiești (Sud) – Măneciu, 306 Ploiești (Sud) – Plopeni – Slănic.

Accesibilitate aeriană: aeroporturile internaționale din București sunt cele mai apropiate de acest județ la 57km.

II.3.6. Concluzii

II.3.6.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc

În ultimii ani s-a înregistrat o scădere a locurilor de cazare în regiunea celor trei județe, dar această scădere a fost determinată mai ales de județul Mureș în timp ce celelalte județe au reușit să obțină o creștere mai mică. Scăderea numărului de locuri nu a afectat rata de utilizare a lor, ci mai degrabă putem vorbi despre o creștere de 3,9% în județul Harghita, 10,2 la județul Covasna și 2,6% la județul Mureș. Rata impresionantă de utilizare a locurilor obținută de vecinul sudic poate fi explicată prin numărul mare de turiști care vin cu bilete de tratamente la stațiunea Covasna. Chiar dacă nu luăm în considerare aceste persoane, poziția județului Harghita rămâne neschimbată, dar diferența scade la numai câteva procente aproape ne semnificative. Când ne uităm la tipul structurilor de cazare observăm un decalaj mare spre pensiuni în cazul județului Harghita, aproape 40% din locurile de cazare sunt în pensiuni. Această înseamnă că ospitalierii din județ sunt pregătite pentru primirea grupurilor mai mici, familiilor în locul maselor mari de turiști. Preponderența pensiunilor pe piață înseamnă totodată că nivelul serviciilor oferite pentru turiști este oarecum mai mică ca din alte județe, fiindcă într-un hotel se poate solicita mai multe tipuri de servicii și la o calitate superioară. Mergând mai departe aceasta înseamnă că turiștii cheltuiesc mai puțini bani, veniturile domeniului nu pot fi crescute în acest mod. Din acest punct de vedere județele vecine sunt în avantaj deoarece divizarea tipurilor de structuri privind locurile de cazare este exact inversă a județului Harghita, pensiunile reprezintă numai o pătrime din ofertă și hotelurile reprezintă 40% în jud. Mureș și 80% în jud. Covasna.

Turismul de iarnă este un punct forte a județului Harghita față de județele Covasna și Mureș. În județele vecine sunt foarte puține pârtii de schi, condițiile de zăpadă nu sunt atât de bune ca la munții Harghita. Infrastructura pârtiilor mai lasă de dorit în fiecare județ, dar cele mai bune condiții sunt totuși în județul Harghita. Turismul de iarnă în regiunea ținutului Secuiesc are deficiență legată de zona de atragere a turiștilor. Pârțiile au caracter local, majoritatea vizitatorilor provine din localitățile învecinate, în cel mai bun caz sosesc și câteva turiști din județele vecine. Sunt prezente mai multe pârtii de schi în județul Harghita, sunt unele puncte

nodale de unde pornesc mai multe pârtii, ceea ce întărește poziția județului față de vecinii. Oferta județelor Covasna și Mureș este și din acest punct de vedere inferioară.

Lipsa caracterului de rețea sau sistem al domeniului schiabil este o altă problemă, care afectează calitatea turismului de iarnă practicat. Prin introducerea unei sistem de cartelă, prin care turistul trebuie să facă plăți la un singur loc (de ex. centrul de informare turistică) și prin urmare primește o cartelă pe care-l poate folosi la toate pârtiile pentru a i se permite accesul această problemă ar fi înlăturată. Accesibilitatea zonelor schiabile nu sunt tocmai bune, majoritatea locațiilor este legată de drumul principal prin drumuri forestiere, drumuri de macadam. Unele drumuri sunt atât de înguste încât iarna se poate circula numai pe un singur sens. Infrastructura de parcări este și ea pe un nivel scăzut de conformitate.

Din punctul de vedere a turismului balneoclimateric sunt multe aspecte care trebuie luate în seamă. Din punctul de vedere a resurselor naturale județul Harghita are avantaj, având mai multe stațiuni importante pe teritoriul lui (Tușnad Băi, Praid). Din punct de vedere a locurilor de cazare în aceste localități județul Covasna stă pe primul loc iar din punctul de vedere a serviciilor oferite județul Mureș stă pe primul loc prin stațiunea Sovata și hotelul de 4 stele. Județul Covasna nu este cu mult în urmă luând în considerare stațiunea Covasna și noul hotel de 4 stele inaugurat în anul 2008. Serviciile oferite din stațiunile din județul Harghita și aparatura folosită este veche, depășită și trebuie schimbat, modernizat.

Accesibilitatea județului Harghita este cea mai rea din cele trei județe. Județul Covasna este foarte aproape de punctul nodal Brașov unde se întâlnesc mai multe drumuri naționale, magistrale a căii ferate și va fi la aproape 40 de km de aeroportul din Ghimbav. Județul Mureș este bine accesibilă pe plan rutier, este mai puțin avantajoasă din punctul de vedere a căilor ferate dar aeroportul internațional din apropierea orașului Târgu Mureș este un punct forte. Județul Harghita este mai aproape de aeroporturile internaționale funcționale decât județul Covasna, dar este mai departe pe plan rutier și a căilor ferate de punctul nodal Brașov.

II.3.6.2. Ținutul Săsesc

Locurile de cazare prezente în Ținutul Săsesc sunt la un nivel egal cu cele din Ținutul Secuiesc. În ultimii ani au crescut atât locurile de cazare cât și rata de utilizare a lor. Cu totul că nivelul înoptărilor și a locurilor de cazare au fost oarecum egale în cele două ținute la categoria de mii locuri/zile în funcțiune, vecinii din sud au un avantaj impresionant de 40% care se manifestă și în datele privind sosirile unde vorbim de o diferență de 30%. Există diferențe și în

structura tipurilor de cazare. Știm că privind numărul total de locuri de cazare jud. Harghita stă pe locul trei dintre județele analizate, fiind devansat numai de Brașov și Prahova, dar se află pe o poziție mai mică privind prezența locurilor de cazare în hoteluri. Pensiunile din jud. Harghita însușează peste 20% din totalul ofertei României, dar rămâne în urmă la categoria hotelurilor. Privind datele totale din ținuturile situația este mai echilibrată, vecinii de la sud au 4,76% din totalul locurilor de cazare în hoteluri din țară față de 3,76% obținut de cele trei județe.

Ținutul Secuiesc este probabil cel mai bun loc pentru schiori, aici sunt cele mai multe pârtii de schi, există numai un județ și anume Prahova care poate concura cu pârtiile sale. O bună parte a domeniului schiabil este alcătuită din pârtii lungi de până 4,6 km în timp ce oferta din Ținutul Secuiesc este mult mai slabă, majoritatea pârtiilor fiind sub 1 km lungime. Infrastructura de transport pe cablu a schiorilor este mult mai dezvoltată. Numărul vizitatorilor este foarte mare, o bună parte provine din zona capitalei și realizează cheltuieli mai mari. Acest avantaj poate fi contrabalansat de aglomerația nebună care apare în fiecare sfârșit de săptămână sau în zilele de sărbători. Județele Covasna, Harghita și Mureș sunt din acest punct de vedere mai norocoase, de obicei aglomerația nu este atât de mare pe la aceste zone, atmosfera este mai suportabilă. Stațiunile de schi sunt accesibile prin drumuri întreținute, asfaltate. Problema este numai găsirea unui loc de parcare, fiindcă acestea nu sunt prezente în număr suficient.

În stațiunile balneoclimaterice din Ținutul Săsesc sunt mult mai multe locuri de cazare, dar nu trebuie să uităm, că aceste stațiuni funcționează și ca stațiuni montane și deservește turismul de iarnă. Din acest motiv nu putem spune că diferența în numărul locurilor de cazare este reală. Factorul de concurență este reprezentată de apele sărate din stațiunile Bazna, Ocna Sibiului dar la ape minerale județul Harghita și ținutul din care face parte are o poziție mai bună. Privind folosirea apelor sărate și oferta serviciilor conexe și complementare județul Sibiu este în poziție favorită.

Accesibilitatea județelor Brașov și Sibiu sunt mult mai bune decât a celor trei. Trebuie să ne gândim numai la Brașov unde se întâlnesc mai multe drumuri naționale, europene, dar și mai multe magistrale a căilor ferate. La Sibiu este un aeroport internațional, iar la Brașov (Ghimbav) este în curs de finalizare un alt aeroport.

II.3.6.3. Moldova

Numărul locurilor de cazare a crescut în ultimii ani în regiunea județelor analizate din Moldova dar rata utilizării a suferit o scădere. Cu totul că nivelul numărului locurilor de cazare sunt aproape egale între cele două regiuni, în Moldova s-a înregistrat un volum de sosiri dublu. Asta înseamnă că locurile din Ținutul Secuiesc nu sunt folosite eficient, majoritatea lor stă gol în mare parte a anului.

Oferta de pârtii de schi din aceste județe este mai modestă, sunt în total 7 pârtii în 2 județe, iar județele Bacău și Iași nu au încă pârtii. Media lungimii pârtiilor este mai mare decât cele aflate în Ținutul Secuiesc, dar numărul lor este cu mult mai mică. Infrastructura drumurilor de legătură este bună.

Sunt prezente stațiuni de renume internațională ca Slănic Moldova, Vatra Dornei. Această regiune este bogată în resurse de apă minerală, dar județele Iași și Neamț nu sunt atât de norocoase. Infrastructura de primire a turiștilor nu este atât de dezvoltată ca în cazul Ținutului Secuiesc, aici sunt cu 40% mai puține locuri de cazare.

Rețeaua drumurilor naționale este mai deasă în regiunea analizată din Moldova decât în județele din Ținutul Secuiesc. Nu numai numărul drumurilor naționale și europene este mai mare dar și legătura dintre ei este mai frecventă. Accesibilitatea județului pe plan feroviar este asigurată pe magistrala 500, densitatea liniilor principale și secundare este mai mare. Sunt prezente 3 aeroporturi la o distanță de 60-185 km de reședințe de județe. Distanța medie de aeroporturi este mai mică ca în cazul județului Harghita sau Covasna.

II.3.6.4. Valea Prahovei

Județul Prahova a înregistrat scădere privind numărul total a locurilor de cazare dar rata utilizării lor a crescut. Putem observa tendințe asemănătoare regiunii din Moldova, au obținut cu 30% mai multe sosiri cu locuri de cazare mai puține cu 50% decât are Ținutul Secuiesc.

Valea Prahovei este o capodoperă a turismului montan și de iarnă. Aici sunt prezente cele mai multe pârtii, lungimea lor depășește în cel mai mult caz 1 km. Aceste stațiuni sunt într-o poziția mai bună decât Ținutul Secuiesc sau chiar Ținutul Săsesc, este mai aproape de zona capitalei, unde locuiesc mai mult de 2 milioane de turiști potențiali. Infrastructura de schi,

transport pe cablu este mult superior celor din județul Harghita, problema de rezolvat fiind și aici traficul imens și lipsa parcărilor.

Județul Prahova poate concura cu Ținutul Secuiesc în privința lacurilor sărate, mina de sare. Totuși mina de sare din Praid este mai bine cunoscută și mai iubită de turiști. Există cu 40% mai multe locuri de cazare în stațiunile balneoclimaterice din județul Prahova dar majoritatea dintre aceste stațiuni funcționează concomitent ca destinație pentru turismul montan și turismul de iarnă, o bună parte a locurilor de cazare fiind dedicate acestor turiști.

Accesibilitatea văii Prahovei este mult mai facilă din simplul motiv că este exact între capitala țării și județul Brașov. Principalele drumuri naționale și europene trec aici, județul făcând legătura între Ardeal, Muntenia și Moldova. Accesibilitatea este mai bună și în privința căilor ferate și a aeroporturilor, excepție fiind numai județul Mureș.

În continuare pe baza caracteristicilor analizate prezentăm comparația completă a regiunilor. Pentru semnalizarea diferențelor am ales metoda scorurilor. Punctele sunt alocate sunt între 1-5 (1 punct - calificare cea mai slabă, 5 puncte – calificare cea mai bună).

În tabelurile următoare facem comparația județelor Covasna, Harghita și Mureș, iar în următoarele între regiunile prezentate.

Tabel nr. 2.3.4. comparația județelor Covasna, Harghita și Mureș

Factor analizat	Covasna	Harghita	Mureș
Atracții	3	5	4
Infrastructura turistică	4	3	5
Diversitatea serviciilor oferite	3	4	3
Turism de iarnă	2	5	2
Ape minerale – turism balneoclimatic	5	5	4
Accesibilitate	5	4	5
Total puncte	22	26	23

Totodată putem face analiza corigată cu ponderea factorilor denumite în tabelul anterior:

Tabel nr. 2.3.5. comparația județelor CV, HR și MS cu ponderea factorilor

Factor analizat și ponderea acestuia	Covasna	Harghita	Mureș
Atracții (15%)	0,45	0,75	0,60
Infrastructura turistică (25%)	1,00	0,75	1,25
Diversitatea serviciilor oferite (20%)	0,60	0,80	0,60
Turism de iarnă (10%)	0,20	0,50	0,20
Ape minerale – turism balneoclimatic (10%)	0,50	0,50	0,40
Accesibilitate (20%)	1,00	0,80	1,00
Total puncte	3,75	4,10	4,05

În următorul tabel vom prezenta comparația regiunilor analizate:

Tabel nr. 2.3.6. comparația regiunilor:

Factor analizat	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	Moldova	Valea Prahovei
Atracții	3	5	3	4
Infrastructura turistică	4	5	3	4
Diversitatea serviciilor oferite	4	5	2	4
Turism de iarnă	4	5	3	5
Ape minerale – turism balneoclimatic	5	3	3	2
Accesibilitate	4	5	4	5
Total puncte	24	28	18	24

Următorul tabel ia în considerație și ponderea factorilor analizate.

Tabel nr. 2.3.7. comparația regiunilor cu ponderea factorilor:

Factor analizat	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	Moldova	Valea Prahovei
Atracții (15%)	0,45	0,75	0,45	0,60
Infrastructura turistică (25%)	1,00	1,25	0,75	1,00
Diversitatea serviciilor oferite (20%)	0,80	1,00	0,40	0,80

Turism de iarnă (10%)	0,40	0,50	0,30	0,50
Ape minerale – turism balneoclimatic (10%)	0,50	0,30	0,30	0,2
Accesibilitate (20%)	0,80	1,00	0,80	1,00
Total puncte	3,95	4,80	3,00	4,10

Pentru înțelegerea categoriilor comparației este necesar o scurtă explicație a categoriilor listate.

Atracții – prin atracții înțelegem atât atracții naturale cât și antropice. Atracțiile naturale constituie munții, văile râurilor, parcurile naționale, rezervațiile naturale. Prin atracții antropice înțelegem orice reprezintă creația umană, resursele turistice antropice sunt rodul eforturilor tehnice, culturale și economice (vestigii arheologice, monumente istorice, de arhitectură sau de artă etc.).

Infrastructura turistică este compusă din mai multe elemente. S-a luat în considerare capacitatea de cazare a stațiunilor turistice, ponderea pensiunilor, hotelurilor în totalul național, structurile de alimentație turistică.

Diversitatea serviciilor este un indicator de bază a unităților și stațiilor turistice. Gama serviciilor de divertisment alternativ trebuie inclusă în oferta unităților din domeniul turismului. Aici am efectuat analiza diversității și complexității serviciilor (volumul și calitatea portofoliului materialelor informative despre posibilitățile turistice a localităților, existența și utilitatea birourilor de informare turistică, posibilitățile de tratament terapeutic, posibilitățile de distracție, trasee turistice, broșuri, plăci indicatoare, harte turistice, semnalizări trasee turistice, etc.).

Turism de iarnă: la acest capitol am analizat prezența pârtiilor de schi și diversitatea lor, serviciile legate de acestea, volumul locurilor de cazare existente în aceste stațiuni, accesibilitatea stațiunilor, volumul traficului, prezența parcurilor etc.

Ape minerale – turism balneoclimateric: am analizat prezența și diversitatea izvoarelor de ape minerale în județele și regiunile enumerate mai sus. Am comparat numărul locurilor de cazare existente în stațiunile balneoclimaterice, precum și varietatea instalațiilor și procedurilor de tratamente la care pot apela vizitatorii stațiunilor.

Accesibilitate – am luat în considerare accesibilitatea localității prin drumuri publice naționale și europene, a liniilor feroviare principale, distanța de la aeroporturile internaționale, precum și numărul direcțiilor prin care se poate ajunge la stațiune, respectiv câte tipuri de transport sunt disponibile pentru acesta.

III. Analiza SWOT a turismului din județul Harghita

III.1. Analiza SWOT a turismului din județul Harghita

Analiza SWOT este o sinteză a analizei situației curente a turismului din județul Harghita, folosindu-se la evidențierea principalelor probleme cu care se confruntă turismul din județ, pornind de la condițiile dezvoltării acestuia – abilitatea și capacitatea de primire turistică, care până în prezent prezintă atât aspecte pozitive, cât și negative.

Diferitele aspecte sunt grupate în 4 teme, în funcție de considerarea acestora ca favorabile sau nefavorabile turismului. Pe de altă parte, atât aspectele pozitive cât și negative aparțin fie mediului intern, fie mediului extern al turismului județean. Cele patru concepte care alcătuiesc modelul SWOT sunt punctele forte (strengths), punctele slabe (weaknesses), oportunitățile (opportunities) și amenințările sau riscurile (threats). Departajarea unui aspect anume ca aparținând punctelor forte sau oportunităților, respectiv punctelor slabe sau amenințărilor presupune o analiză critică, care are la bază răspunsul la întrebarea: putem *influența/modela/schimba* direct acel aspect sau trebuie să *ne adaptăm* evoluției fenomenului respective?

Ceea ce ține de aspectele din afara județului, sau din afara razei de acțiune a actorilor din turismului județului, aparțin mediului extern, intrând în sfera oportunităților sau amenințărilor. Oportunitățile și amenințările sunt evoluțiile mediului extern, fie al micromediului (piața turistică), fie macromediului (mediul economic, social, cultural, politico-juridic, tehnologic, natural), care prin tehnici adecvate de adaptare pot oferi avantaje sau dezavantaje pentru dezvoltarea turismului din județ.

Punctele cele mai caracteristice, uneori chiar generalizatoare și cele mai importante am evidențiat cu litere mai groase.

III.2. PUNCTE FORTE

Resurse turistice

- **existența câtorva obiective turistice naturale și culturale excepționale (Lacul Roșu și Cheile Bicazului, Lacul Sfânta Ana și Tinovul Mohoș, Cheile Vârghișului, complexul lacustru de la Sânpaul, salina Praid, centrul de ceramică Corund, biserica fortificată de la Dârjiu, patrimoniu UNESCO, complexul de monumente religioase și pelerinajul de Rusalii la Șumuleu-Ciuc etc.)**
- peisaj natural și calitatea mediului relativ bună, apropiată de natură, relief predominant muntos, climat temperat pe timp de vară, vegetație abundentă
- populația bogată a unor specii de animale de interes cinegetic, ihtiofauna specifică pâraielor de munte (păstrăv)
- prezența unui strat de zăpadă favorabil sporturilor de iarnă
- **bogăția de ape minerale și a emanațiilor mofetice**
- **elemente de plante endemice și relice, ecosisteme specifice, multitudinea rezervațiilor naturale**
- patrimoniu cultural relativ bogat, atât în privința elementelor tangibile – construite, cât și intangibile – spirituale (autenticitatea moștenirii etnografice)
- prezența majoritară a populației secuiești – forță atractivă pentru piața turistică din Ungaria, importanța turismului etnic și de VFR (vizitarea rudelor și prietenilor), legăturile multiple dintre comunitățile din județul Harghita și comunitățile maghiare din Ungaria și alte țări apropiate (Slovia, Ucraina, Serbia, Croația și Austria), așezări și județe înfrățite
- unele zone forestiere au un caracter natural, intact, fără influență antropică umană, vizibilă
- identitatea națională-regională a secuilor-maghiari, element al marketingului destinației
- prezența elementelor culturale românești, ca factor de diversificare a ofertei regionale, element de atractivitate pentru piața internă, dar și pentru piața maghiară ca specificitate

Infrastructura de bază

- unele axe de circulație rutieră din județ, drumuri naționale și județene importante din punctul de vedere al accesibilității unor microregiuni sau obiective turistice au fost reabilitate recent
- programe de modernizare a infrastructurii edilitare, apă-canalizare

- creșterea conștiinței ecologice la nivelul factorilor de decizii publice, pregătirea pentru gestiunea durabilă a deșeurilor
- dezvoltarea rețelilor de telecomunicații, mai ales telefonia mobilă, penetrarea internetului și în zona rurală

Infrastructura turistică

- investiții private în structurile de cazare, creșterea ponderii structurilor de 3 stele, mai ales pensiuni urbane și rurale
- apariția serviciilor de wellness în câteva unități hoteliere
- apariția unor unități de alimentație selecte în unele orașe
- **interesul crescut față de reabilitarea traseelor turistice montane marcate, inițiative din partea ONG-urilor și a autorităților publice locale (APL)**
- existența unor centre de echitație
- amenajarea unor noi domenii schiabile (pârții și instalații de transport pe cablu)

Promovare, informare, cercetare

- inițiative de înființare a unor centre sau birouri de informare turistică
- participarea la unele expoziții și târguri turistice din țară și din străinătate (mai ales în Ungaria)
- apariția unor firme de consultanță în afaceri și prezența unor instituții de cercetare în domeniul socio-economice, inclusiv turismul, aferente instituțiilor de învățământ superior

Resurse umane

- **existența diferitelor niveluri și profiluri de învățământ turistic, atât în sistemul de învățământ gimnazial, cât și superior**
- organizarea din când în când a unor cursuri de perfecționare în diferite meserii turistice și de ospitalitate de către firme specializate și acreditate
- interesul relativ crescut pentru învățământul turistic în rândul tinerilor, iar în cazul perfecționării adulților mai ales în rândul femeilor

Organizare

- **interesul APL-urilor pentru integrarea turismului în strategiile de dezvoltare locale**

- angajarea în unele locuri de referenți pentru turism sau stabilirea relațiilor cu consultanți în teme turistice
- **crearea unor asocieri microregionale, asociații de dezvoltare intercomunitare,** cunoașterea și interesul pentru programele de finanțare guvernamentale și/sau europene (din Fondurile Structurale)
- existența unor cooperări informale sau formale între întreprinzători, în unele cazuri și între întreprinzătorii locali din turism
- activitatea unor ONG-uri pentru promovarea formelor de turismul activ (drumeție, sporturi de iarnă), cultural și ecoturism.

III.3. PUNCTE SLABE

Resurse turistice

- condiții climatice aspre în zonele montane
- riscuri climatice pentru circulație și pentru programele turistice: frecvența ceții în depresiunile intramontane, ploile și nebulozitatea ridicată în sezonul de vârf
- riscul întâzierii ninsorilor și a oscilațiilor mari de temperatură, cauzând în sezonul hibernal deteriorarea stratului de zăpadă în domeniile schiabile
- **deteriorarea calității esteticii peisajului și a biodiversității din cauza unor exploatari abuzive a pădurii, construcții necontrolate, abandonarea culturilor agricole de tip fâneață și pășune, neîntreținerea peisajului cultural**
- **poluarea apelor și a solului cu deșeuri menajere în perimetrul așezărilor omenești și mai ales în arealele turistice, asociate și cu poluarea fonică**
- apariția pagubelor cauzate de animalele sălbatice (din cauza reducerii suprafeței necesare populațiilor respective)
- probleme de reabilitare ale unor monumente istorice, clădiri și ansambluri cu valoare de peisagistică urbană, în unele cazuri din cauza regimului juridic neclar sau din cauza lipsei surselor financiare
- lucrări constructive, de modernizare neadecvate în cazul unor clădiri monument sau cu valoare de patrimoniu (lipsa controlului și a intervenției timpurii a autorităților competente)

Infrastructura de bază

- poluarea aerului cu gaze de eșapament și praf în orașe din cauza traficului precum și din cauza salubrității neadecvate, a deficiențelor privind amenajarea și protejarea zonelor verzi și curățirea întârziată a străzilor de reziduurile materialelor antiderapante utilizate în timpul iernii
- prezența frecventă a câinilor vagabonzi – lipsa unor plasamente specializate, adăposturi cel puțin temporare
- deficiențe în rețelele de electricitate, cauzând câteodată întreruperi în furnizarea energiei electrice

- **insuficiența rețelelor de apă-canalizare, problemă acută în cazul stațiunilor balneoturistice de interes local**
- deficiențe grave în starea unor drumuri naționale, drumuri și străzi din orașe și stațiuni turistice
- majoritatea drumurilor forestiere nu sunt în stare de funcționare
- **lipsa parcarilor, mai ales în orașe și în stațiuni, deficiențe în organizarea traficului, lipsa traseelor de ocolire**
- lipsa aleilor pietonale, a trotuarelor în numeroase așezări de-a lungul drumurilor principale, lipsa sau insuficiența parcurilor și scuarurilor în numeroase așezări de interes turistic

Infrastructura turistică

- **ponderea scăzută a hotelurilor în infrastructura de cazare, predominanța unităților de cazare de capacitate redusă**
- nivelul calitativ scăzut al unor hoteluri existente în unele stațiuni, starea de degradare accentuată a bazelor de cazare, de tratament și de agrement în unele stațiuni, lipsa capitalului
- **lipsa unor complexe balneare cu ofertă diversificată de servicii de agrement funcționabile tot timpul anului**
- **oferta unilaterală a serviciilor de alimentație, lipsa sau numărul redus al restaurantelor cu specific local, național, vânătorec sau pescăresc, cu programe artistice etc.**
- **capacitatea redusă a domeniului schiabil, lipsa instalațiilor de transport pe cablu utilizabile și în sezonul estival (telecabină, telegondolă), lipsa caracterului de rețea sau sistem al domeniului schiabil, părțile fiind scurte, insuficient de diversificate**
- starea nesatisfăcătoare a rețelelor de trasee turistice marcate în zona montană
- lipsa traseelor de cicloturism din orașe, stațiuni, și din zonele extravilane (excepție zona Ciucului inferior)

Promovare, informare, cercetare

- **lipsa sau insuficiența centrelor de informare turistice în orașe, stațiuni și alte localități de interes turistic**
- materiale de promovare uneori foarte neatractive și depășite moral și informațional, despre județ și unele localități
- lipsa unor centre de vizitare pentru ariile protejate

- lipsa distribuției organizate și coordonate din punct de vedere profesional al materialelor informative ale întreprinderilor turistice, ale localităților și zonelor turistice, și mai ales ale obiectivelor turistice
- lipsa strategiei și a programului anual de marketing al zonelor județului (potențiale destinații turistice), inclusiv raportarea publică de monitorizare a activității în acest sens
- lipsa unui program județean/regional de cercetare a pieței turistice și a evoluției ofertelor și a trendurilor cererii
- slaba cooperare între instituțiile /firmele/ de cercetare și agenții economici, respectiv autorități, lipsa diseminării informațiilor referitoare la politica turismului și a modelelor de bune practici

Resurse umane

- **lipsa sau insuficiența caracterului practic al învățământului turistic** (inclusiv în privința învățământului limbilor străine), slaba cooperare între instituții de învățământ și agenții economici
- **prestigiul scăzut al ocupațiilor turistice și de ospitalitate, salarii și condiții de muncă neatractive, percepția perspectivei de carieră profesională ca fiind limitată**
- deficiențe ale culturii antreprenoriale în privința managementului resurselor umane
- profesionalismul scăzut al lucrătorilor în sectorul ospitalității, atitudini și comportament greoaie, lipsa sau insuficiența sensibilității față de nevoile și exigențele oaspeților
- nivelul redus al conștiinței turistice ale populației, implicit al conștiinței de mediu, al exigențelor față de starea spațiilor publice sau private (față de situația optimală pentru o destinație competitivă)

Organizare

- lipsa sau insuficiența specialiștilor de turism în APL-uri și în unele instituții publice cu profil cultural sau de protecția mediului (administrația ariilor protejate)
- slaba cooperare cu organizații naționale și sau internaționale pe teme turistice
- **slaba cooperare între APL-uri și întreprinderi turistice, de ex. pentru programe de marketingul destinației, planificare turistică, programe de asigurarea calității, promovarea investițiilor, coordonare între instituții de învățământ și piața forței de muncă**
- slaba cooperare între ONG-uri respectiv între ONG-uri și APL-uri
- lipsa, insuficiența produselor turistice complexe, a pachetelor bine organizate

III.4. OPORTUNITĂȚI

Mediul de piață (micromediul turistic)

- **interesul crescând față de diferite forme de turism activ: drumeție, cicloturism, turism ecvestru, alpinism, sporturi de iarnă**
- interes crescând față de turismul cultural și de patrimoniu
- **interes crescând față de ecoturism bazat pe cunoaștere și pe conștiință de consum ecologic**
- interesul crescând față de turismul de incentive în cadrul turismului de afaceri/profesional
- interesul locuitorilor din marile orașe față de liniștea și autenticitatea spațiului rural, pentru stiluri de viață tradiționale și alimente naturale (mișcarea slow-food)
- creșterea interesului pentru activități de relaxare, de păstrarea și refacerea sănătății, pentru servicii de tip wellness
- dezvoltarea unor produse turistice inovative, adaptabile și în zona noastră
- **introducerea tichetelor de călătorie sau de vacanță în România**

Mediul socio-cultural

- **creșterea relativă a nivelului de culturalizare a populației cu implicații asupra motivațiilor de călătorie**
- creșterea relativă a timpului liber și a veniturilor discreționale
- **îmbătrânirea populației europene, creșterea ponderii vârstnicilor activi**
- presiunea cotidiană psihică și spirituală a lucrătorilor din sectorul terțiar creează impulsuri pentru participarea în activități de timp liber prin călătorie și programe distractive, și recreative în mediu natural
- globalizarea culturală crește interesul față de specificități, de valori autentice în privința modurilor de viață, a creațiilor și a gastronomiei
- descreșterea prejudecăților interetnice

Mediul economic

- creșterea economică mai rapidă în România față de tendințele generale din alte țări, concentrarea dezvoltării în marile centre urbane ale țării favorizează formarea unei cereri turistice interne crescute
- deschiderea țării față de investitorii străini
- dezvoltarea sectorului financiar-bancar facilitează creditele investiționale și de consum turistic

Mediul politic

- retrocedarea unor terenuri și clădiri preluate în mod abuziv favorizează investițiile
- stabilitatea politică internă crește încrederea investitorilor și a turiștilor față de destinațiile turistice din țară
- **statutul de stat-membru al Uniunii Europene crește încrederea investitorilor și a turiștilor față de destinațiile turistice din țară, totodată permite accesarea unor fonduri semnificative pentru dezvoltarea infrastructurii de bază, a resurselor umane, dar și a infrastructurii și serviciilor turistice, precum și pentru finanțarea activităților de marketing, mai ales promovare**
- Posibilitatea preluării modelelor de *best practice* în elaborarea și implementarea politicii de turism de la diferite organizații internaționale, la care România este parte
- *Transferul de cunoștințe* în domeniul cercetării pieței turistice internaționale, asigurarea calității (standarde de calitate), dezvoltarea durabilă, responsabilă și universal accesibilă a turismului
- Creșterea eficienței eforturilor de marketing pe piețele din afara Europei prin participarea României în ETC – Comisia Europeană a Călătoriilor
- Statutul de membru al județului Harghita în Adunarea Regiunilor Europene – transfer de cunoștințe, lobby regional

Mediul tehnologic

- dezvoltarea unor tehnologii informaționale și comunicaționale cresc eficiența eforturilor de promovare, facilitează transmiterea mai ușoară a mesajelor de marketing către piețele-țintă, facilitează sistemul rezervărilor, dar și cercetarea piețelor
- inovațiile în domeniul gestionării structurilor de primire turistică facilitează reducerea presiunii asupra mediului, consumul de materii prime și energie, permițând preluarea bunelor practice și prin aceasta creșterea competitivității afacerilor turistice

- dezvoltarea serviciilor de transport aerian, extinderea ofertelor de curse aeriene low-cost

Mediul natural

- prin dezvoltarea treptată a infrastructurii locale, unele zone greu accesibile și intacte se deschid turismului, care – în cazul practicării unor forme de ecoturism – pot deveni atracții semnificative pentru turiștii din Occident. În caz contrar, în același timp, acest lucru poate să însemne și un pericol.

III.5. AMENINȚĂRI

Mediul de piață (micromediul turistic)

- **distanța mare față de piețele turistice**
- **întârzierea investițiilor publice sau private în infrastructura balneară și de agrement**
- intensificarea competiției turistice internaționale și descreșterea competitivității ofertei locale, regionale
- conservarea unor atitudini, comportamente și practici nefavorabile din sectorul ospitalier din diferite întreprinderi turistice sau zone ale județului prejudiciază atractivitatea județului
- lipsa de adaptabilitate la noile tendințe ale cererii turistice
- **ineficiența eforturilor de promovare**
- **asemănarea, lipsa de diferențiere** între ofertele turistice locale, formate uneori fără personalitate și fără creativitate
- **efectele negative ale turismului de masă**
- unele probleme aparente descurajatoare pentru turismul activ, în legătură cu produsele turistice existente (deplasări motorizate – ATV-uri, snowmobiluri) sau cu ocupațiile tradiționale (câinii ciobanilor)

Mediul socio-cultural

- menținerea competențelor lingvistice reduse atât în privința limbilor străine de circulație internațională, cât și a limbii oficiale ale statului (totodată a pieței turistice interne)
- menținerea prestigiului redus al locurilor de muncă din turism și industria ospitalității, migrația continuă a forței de muncă în alte țări

Mediul economic

- creșterea incertitudinii locului de muncă pe piețele emitente contribuie la scăderea sosirilor de turiști din acele zone
- **recesiunea economică** sau crizele de scurtă durată afectează nivelul fluxului de turiști, creând greutăți pentru afacerile turistice locale și pentru locurile de muncă din turismul județean

- deziluzionarea actorilor locali față de profitabilitatea activității turistice și renunțarea la afacerile de primire a oaspeților ducând la reducerea capacităților de primire și dispariția unor locuri de muncă din turism

Mediul politic

- **întârzierea clarificării situației dreptului de proprietate a terenurilor și a clădirilor**
- întârzierea reformelor din administrația publică
- crearea unui mediu fiscal nestimulativ pentru afacerile turistice

Mediul tehnologic

- întârzierea adaptării inovațiilor tehnologice contribuie la scăderea competitivității
- întârzierea unor investiții publice în infrastructura de transport rutier și feroviar

Mediul natural

- creșterea riscurilor climatice, lipsa sau insuficiența stratului de zăpadă în sezonul de iarnă, temperaturi neobișnuite pentru anumite perioade ale anului
- **deteriorarea continuă a peisajului natural și cultural reduce atractivitatea regiunii și a zonelor din județ (de ex. afișarea unor panouri de publicitate pe unele porțiuni de drumuri, ca de pildă prin munții Harghita, pasul Tolvajos).**

IV. Viziunea pe termen lung a dezvoltării turismului din județul Harghita

În planificarea teritorială strategică a dezvoltării turismului elaborarea viziunii are rolul de a contura o stare de fapt viitoare, care poate fi acceptată de diferiții interesați ai turismului din regiune, adică de întreprinderile turistice autohtone sau alohtone, de autoritățile administrației publice locale și centrale, de organizații non-guvernamentale de diferite profiluri, de diferite instituții publice, de biserici, precum și de populația locală.

În urma realizării analizei situației curente a turismului de pe teritoriul județului, a tendințelor din macromediul și mediul de piață a turismului local/regional am ajuns la concluzii care sunt sintetizate sub forma unei viziuni de lungă durată a dezvoltării turismului județean-regional, și care are la bază și opiniile exprimate de reprezentanții turismului din județ, atât din sfera publică cât și privată (autorități publice localele, instituții publice, întreprinderi turistice, organizații neguvernamentale). Așa cum se vede din analiza SWOT a turismului din județul Harghita, trebuie luate în considerare aspecte referitoare la *condițiile actuale* ale turismului, precum și *provocări și oportunități* care se vor ivi în viitorul apropiat sau îndepărtat în fața interesatilor turismului.

Un aspect primordial este conturarea *produselor turistice principale* ale ofertei județene-regionale, produse care sunt apreciate pe piață, sunt căutate atât de turiști, cât și de tour-operatori, produse care pot fi dezvoltate pe plan local-regional într-un mod eficient, având un raport acceptabil de cost/beneficii. Analizând tendințele pieței turistice internaționale și dotările județului cu resurse atractive și elemente de infrastructură, condițiile de mediu și disponibilitățile de resurse umane și organizatorice, am ajuns la concluzia, că județul Harghita poate să-și dezvolte o imagine oarecum individualizată bazată pe ***apropierea de natură și cultura locală-regională autentică***. Din păcate, există semne de alterare, degradare ale ambelor aspecte, totuși trebuie luate măsuri de prevenire a continuării degradării atât în domeniul protecției mediului natural, conservării peisajului, cât și în cel al protecției mediului construit.

În viziunea turismului pe termen lung, însă, nu ne ocupăm cu probleme operaționale (ce și cum trebuie făcut?), ci cu aspecte normative și strategice, conturând o situație optimă, de dorit, în care așteptările întreprinzătorilor și lucrătorilor din turism, a autorităților și a populației locale pot fi împlinite. Ca toți interesații să fie mulțumiți de situația viitoare a turismului, trebuie să atingem anumite obiective strategice, care se concretizează apoi în obiective specifice și operative, măsurile care vor fi luate conducând la realizarea stării de fapt dorite. Unde vrem să ajungem? Cum să arate turismul județului? Acestea sunt întrebările de bază.

Răspunsul este: ***turism competitiv și durabil în județul Harghita***. Adică:

Județul Harghita va deveni una din cele mai importante destinații turistice din România, împreună cu județul Covasna, având la bază un turism activ și un ecoturism specific, dar și cu alte elemente complementare din zonă: balneare, culturale, rurale.

Competitivitatea turistică a județului va însemna că regiunea în care se situează județul Harghita, partea estică-sud-estică a Transilvaniei, regiunea culturală denumită Ținutul Secuiesc se integrează în oferta turistică națională a României, cu particularitățile culturale specifice secuimii. Aspectul de diferențiere culturală va fi un element de unicitate cu valoare de marketing al destinației. La nivelul provinciei istorice a Transilvaniei multiculturalismul va fi un element de marcă, un brand specific, regiunea întrepătrunderii diferitelor culturi bazate pe limbă, religie, stiluri artistice și patrimoniu folcloric diferențiat, multicolor. În cadrul provinciei sau regiunii turistice a Transilvaniei Ținutul Secuiesc va apare ca o subregiune turistică integrată dar și diferențiată de alte zone din regiune. În susținerea imaginii culturii regionale, desigur județul Harghita va coopera cu județul Covasna și Mureș, luând în considerare opțiunile comunităților microregionale, mai ales în zonele mai eterogene din punct de vedere etnic și cultural, permițând afirmarea identității etnice, naționale. Pentru recunoașterea reciprocă a culturii și identității naționale se vor apropia comunitățile secuiești-maghiare și românești, atât pe plan cultural (organizarea unor evenimente comune) cât și pe plan profesional în diferite domenii ai politicilor publice (administrație, mediu, amenajarea teritoriului ș.a.).

Competitivitatea județului Harghita se va recunoaște după obținerea unor locuri de frunte (cel puțin în primele 10) în clasamentul cererii turistice realizate, atât în privința turiștilor străini, cât și rezidenților din România. La nivelul anului 2007 acest lucru presupune atingerea unui număr

de cel puțin 635 mii de înnoptări (față de cele aproape 274 mii de înnoptări cu care ne aflăm pe locul 22 din 42), având în vedere și faptul că județele din frunte își vor menține sau îmbunătăți pozițiile lor. Desigur, acest lucru presupune cele trei A-uri: atractivitate, accesibilitate, acomodare-cazare. **Atractivitatea** va fi dată de produsele turistice dezvoltate în parteneriate public-private, **accesibilitatea** va depinde de marile investiții publice în infrastructura de transport națională, regională (construirea, dezvoltarea, modernizarea de autostrăzi, drumuri expres, aeroporturi și căi ferate), iar condițiile de **acomodare-cazare** vor fi rezultatul investițiilor private, atât din partea întreprinzătorilor locali, cât și investitori externi (mai ales în cazul unităților hoteliere mai mari și cu servicii complexe).

Dacă reprezentanții administrației publice locale, a ONG-urilor și a sferei de afaceri locale pot avea rezultate în îmbunătățirea atractivității regiunii prin susținerea diferitelor *forme de cooperare locale, microregionale, județene, regionale* (probabil în cadrul unui sistem organizațional de managementul destinației turistice), pentru îmbunătățirea accesibilității va fi nevoie de un *lobby regional puternic* atât în raport cu administrația publică centrală, cât și pe plan transnațional în diferite instituții ale Uniunii Europene (Parlamentul European, Comitetul Regiunilor) și din afara ei (Ansamblul Regiunilor Europene, Congresul Autorităților Publice Locale din cadrul Consiliului Europei). Pentru creșterea impactului economic al turismului vor fi necesare *investiții* în complexe hoteliere-balneare, pentru care va fi necesară elaborarea, implementarea și monitorizarea unui program de atragere a investițiilor străine.

Aspecte privind produsul turistic de bază

Având în vedere aspectele ce decurg din poziția geografică a județului, a fragmentării reliefului, a caracterului mozaicat al structurii spațiului și implicit al peisajului (peisajul natural și gradul de umanizare al acestuia) dezvoltarea turistică a județului va avea **caracter diferențiat**. Diferențierea dezvoltării turismului are la bază criterii legate de conceptul produsului turistic. Produsul turistic harghitean – în cadrul produsului turistic românesc, transilvan respectiv secuiesc – este un produs complex, integrat, cuprinzând diferite macroproduse, bazate pe:

- **specificul activității de timp liber**: turism activ (drumeție, hipism, cicloturism, sporturi de iarnă, turism de aventură), turism cultural, turism religios, ecoturism, turism balnear, turism de agrement, turismul pentru cumpărături (shopping)
- **specificul spațiului unde se desfășoară**: turism montan, turism rural, turism bazat pe stațiuni turistice, turism urban

- **specificul segmentului-țintă** care participă la activitățile recreative respective: turism de tineret, turism familial, turismul vârstnicilor (senior), turismul persoanelor cu nevoi specifice.

Criteriile menționate nu se exclud ci pot fi folosite simultan pentru caracterizarea aceluiași fenomen. Există, desigur, diferite legături dintre acestea, după cum urmează:

- *turismul activ* este de fapt un grup de produse fiind practicat de diferite segmente de vârstă, mai ales în cadrul turismului organizat de asociații turistice și sportive, având la bază atât participanți individuali asociați după interesul comun, dar și familii. În cadrul acestuia se diferențiază:
 - *drumețiile*, specific turismului montan desfășurat în arealele naturale, constituind extravilanele diferitelor așezări urbane și rurale. Implică atât activitatea de recreație a populației locale-regionale, cât și a turiștilor veniți din alte regiuni ale țării, dar și de peste hotare
 - *sporturile de iarnă*, mai ales schiul (schi alpin și schi fond) se concentrează mai ales în zone accesibile cu mijloace auto, în preajma stațiilor montane, dar și în unele zone rurale. Alte forme specifice, precum turele pe schiuri, scootere și sanii trase de câini sunt specifice și zonelor montane mai îndepărtate de stațiuni.
 - *turismul ecvestru sau hipic* poate fi practicat în toate zonele din extravilanele așezărilor sub diferite forme și grade de dificultate ale turelor de călărie, bazându-se mai ales pe rețeaua drumurilor comunale, drumuri de câmp, forestiere, de-a lungul râurilor, pe digurile acestora. Se pretează mai ales turismului rural, eventual și în preajma unor stațiuni turistice.
 - *turismul cinegetic* este o formă aparte a turismului activ desfășurat sub formă organizată și oarecum controlată, pretabilă diferitelor zone naturale (montane, deluroase, forestiere sau acvatice).
 - *peșcuitul sportiv* este o formă de recreere activă atât pentru turiști, cât și pentru populația locală-regională, având la bază suprafețele acvatice naturale și artificiale specifice mai ales mediului rural (vezi turismul rural), putând fi integrat cu piscicultura cu scopuri productive
 - *cicloturismul* de asemenea, în funcție de condițiile de teren implică diferite segmente de oaspeți și populație locală, având la bază piste marcate și amenajate în orașe și stațiuni (ciclism cu scop recreativ și de circulație durabilă), precum și drumurile cu trafic redus, traseele cicloturistice din zona montană

- (drumuri forestiere, cărări bine întreținute), drumuri de câmp și digurile de pe lângă cursurile de apă, eventual terasamentul fostelor trasee de cale ferată îngustă
- *diferite tipuri ale turismului de aventură* sunt practicabile în funcție de specificul activității (alpinism, mountain-bikeing, canioning etc.) în anumite zone mai accidentate (Cheile Bicazului, Cheile Vârghișului etc.), mai ales de segmente de vârstă mai tinere și/sau ducând un stil de viață sportiv.
 - *turismul motorizat off-road* cu mașini și motociclete de teren, quad-uri se va practica în zone și pe trasee amenajate având grijă de a nu perturba liniștea zonelor turistice de agrement, balneare și mai ales ecosistemele, habitatele sensibile
- *Turismul cultural și pentru evenimente* este specific mai ales în intravilanele orașelor și a unor sate care dețin elemente valoroase și/spectaculoase ale patrimoniului cultural și religios construit, dar și în punctele unde sunt organizate periodic unele evenimente culturale, distractive, chiar sportive
 - *Turismul religios* se deosebește de turismul cultural prin motivația și activitatea efectuată având la bază elemente tangibile și intangibile ale locurilor sacre, putând fi afectat negativ, deranjat de turismul cultural, de prezența și comportamentul neadecvat al turiștilor la obiectivele religioase cu „valorificare” turistică
 - *Ecoturismul* este practicat de segmente de diferite vârstă – în formă organizată și de populația școlară (turism de tineret), esența lui constând în cunoaștere și contribuție personală la protecția mediului. Poate fi considerat și ca o formă specifică a turismului cultural, chiar dacă pe prim plan se află cunoașterea naturii, a speciilor și a ecosistemelor. Într-o accepțiune mai largă reprezintă de fapt conștiința ecologică a consumatorului turistic. Dat fiind, că în numeroase cazuri ofertele ecoturistice și interesul ecoturiștilor includ și elemente ale culturii materiale și spirituale tradiționale autentice acest produs turistic este foarte apropiat de turismul rural, chiar de agroturism. Poate fi practicat în zonele naturale din zona montană (turism montan), dar și în zone deluroase, depresionare, mai ales în preajma ecosistemelor acvatice. O viziune simplistă identifică ecoturismul cu vizitarea ariilor naturale protejate, dat fiind că acestea reprezintă puncte sau areale de interes științific deosebit, statutul de arie protejată (parc național, parc natural, rezervație naturală, monument al naturii) însemnând nu doar un aspect legislativ, dar și de promovare.

- *Turismul balnear sau curativ* implică participarea la diferite tratamente cu resurse terapeutice naturale sau artificiale prin folosirea diferitelor procedee și infrastructuri de tratament. În mod obișnuit implică îndeosebi populația vârstnică, mai ales prin intermediul sistemului de turism social, cu bilete de trimitere. Accentul crescând pus pe profilaxie în locul vindecării transformă turismul curativ într-un turism de sănătate, utilizând aproape aceleași resurse dar având caracterul unui turism de agrement, de relaxare pasivă. Locația specifică pentru aceste forme constituie stațiunile balneare, balneoclimaterice.
- *Turismul de agrement* este cea mai largă formă de turism cu diferite nuanțe de pasivitate-activitate, are un caracter de relaxare, deconectare, recreere, divertisment-distrație, locațiile caracteristice fiind stațiunile montane, climaterice, zonele de recreere periurbană, arealele de lângă principalele drumuri și malurile râurilor și lacurilor, într-o oarecare măsură zonele rurale (turismul rural).

Am văzut, deci o grupare a diferitelor forme de manifestare a turismului după specificul activităților, iar după specificul locațiilor turistice putem diferenția următoarele:

- *turismul montan* cuprinde activitățile desfășurate în spații montane apropiate sau îndepărtate de stațiuni sau așezări urbane și rurale. Așa cum am văzut mai sus, implică forme de turism activ, dar și ecoturism, mai puțin de agrement
- *turismul rural* se desfășoară în mediu rural, intravilanul satelor și anumite areale din peisajul cultural-antropizat (agroturism), poate să se interfereze cu turismul montan, poate să aibă caracter de turism de agrement, ecoturistic, de turism cultural, sau de turism activ (ciclism, călărie, pescuit sportiv, turism cinegetic)
- *turismul bazat pe stațiuni turistice* implică în funcție de profilul stațiunii turismul balnear-curativ și turismul de sănătate (wellness), turism pentru sporturi de iarnă, turism de agrement și pentru distracție-divertisment
- *turismul urban* este specific mai ales arealelor intens urbanizate din zonele marilor orașe (nespecifice județului Harghita) și îi sunt caracteristice turismul cultural (datorită concentrării monumentelor, instituțiilor și evenimentelor culturale), turismul pentru cumpărături (shopping), turismul pentru afaceri și conferințe (turism pentru scopuri profesionale, denumit și MICE, după meeting, incentive, conferences, events), „turismul de evenimente” implicând evenimente culturale, sociale, profesionale sau comerciale (expoziții și târguri)

După specificul anumitor segmente tipice se diferențiază unele produse speciale care intră fie în interesul *turismului social* (susținut financiar de stat sau diferite organizații non-guvernamentale, biserici și alte instituții publice, mai ales de educație și învățământ), fie în interesul sferei de afaceri, pe baza segmentării și poziționării produsului propriu. Produsele specifice anumitor segmente sunt:

- *turismul pentru tineret* – în general are caracter de agrement activ, dar cu nuanțe educative și de cunoaștere, se bazează pe taberele de școlari și preșcolari sau baze de cazare destinate organizațiilor studențești și de tineret. Este specific stațiunilor climaterice montane, uneori balneoclimaterice, zonei montane (cabane turistice). Poate îmbrăca forma circuitelor culturale desfășurate cu autocarul, vizitele la obiective culturale-istorice și chiar religioase.
- *Turismul familiștilor* - este de fapt produs turistic cu caracter de agrement sau chiar de agrement activ destinat familiilor cu copii de diferite vârste, pretabile mai ales turismului rural dar și stațiunilor balneoclimaterice dacă se depun eforturi de modernizare a bazelor de băi de agrement.
- *Turismul vârstnicilor* se diferențiază după starea sănătății, condiția fizică și interesul oamenilor înaintați în vârstă, în mod tradițional este specific turismului balnear dar și turismului cultural și religios.
- *Turismul persoanelor cu nevoi speciale* – reprezintă un produs specializat după nevoile specifice ale persoanelor cu dizabilități de diferite forme și grade. Presupune atât investiții în asigurarea accesului în incinte, cât și servicii specializate. Deocamdată se poate realiza prin turism organizat cu sprijinul ONG-urilor, și eventual prin subvenții din partea statului (despre turismul universal accesibil vezi Codul Global de Etică pentru Turism, cap. I.)

Aspectele tratate ale turismului, formele de manifestare diferite, precum și dezvoltarea produselor speciale înseamnă că în oferta viitoare a județului trebuie alese produse adaptabile condițiilor locale, dar și tendințelor cererii turistice naționale, internaționale. Pe de altă parte trebuie avute în vedere impacturile dorite ale turismului pe plan economic, sociocultural și de mediu. În literatura de specialitate se deosebește *turismul de masă* și *turismul alternativ*, aproape ca două paradigme ale dezvoltării turistice.

Accent pe echilibrul dintre turismul alternativ și de masă

Pornind de la premisele de până în prezent ale turismului din județul Harghita, diferite puncte de interes turistic din teritoriu, de la necesitatea creării locurilor de muncă (mai ales în mediul rural) prin afaceri turistice familiale sau prin societăți comerciale cu profil turistic, considerăm că aspectul economic și parțial, cel social presupune atragerea unui număr cât se poate de mare de turiști, și reținerea lor în județ cât se poate de multe zile (creșterea duratei medii de sejur). Pentru acest lucru este nevoie de dezvoltarea unor produse turistice atractive pentru o clientelă largă, caracterul activităților recreative să aibă o pondere mai mare pentru **turismul de sejur** decât cel de tranzit sau **itinerant**. Acest deziderat presupune accentuarea produselor centrate pe agrement pasiv (balnear și de wellness) și activ, care presupun investiții importante în bazele de agrement. Prin asigurarea unui flux ridicat de turiști va fi nevoie de un număr ridicat de lucrători pentru deservirea lor, iar dacă sejurul prelungit se asociază și cu cheltuieli pentru diferite servicii, prin acestea contribuția turismului la dezvoltarea socio-economică va fi mai mare.

Turismul de masă, însă, ridică anumite probleme: sezonalitatea cererii cu suprasolicitarea personalului, ai infrastructurii, a mediului natural și social în sezonul de vârf și utilizarea scăzută a gradului de ocupare în extrasezon. Acest aspect poate duce la nerespectarea capacității de suport a anumitor zone, obiective turistice, neimpunerea unor limite de utilizare, din motiv ca să fie asigurate veniturile pentru acoperirea costurilor din tot timpul anului. O problemă aparte este că cei care profită de prezența maselor mari de turiști nu contribuie la conservarea, protecția și susținerea obiectivelor, resurselor turistice naturale sau antropice. Prin acest lucru cerințele dezvoltării durabile ale turismului rămân iluzii. De aceea, considerăm că turismul județului nu trebuie să fie dominat de turismul de masă, ci trebuie creat un echilibru între turismul de masă și cel alternativ cu impact mai dispersat în timp și spațiu, impact mai redus economic (nefiind concentrat în anumite puncte), dar și impact mai puțin solicitant pentru mediu și pentru comunitățile socio-culturale.

Viziunea pe termen lung a turismului din județul Harghita este o destinație turistică competitivă bazată pe atractivitatea specificității **turismului alternativ cu profil ecoturistic cu nuanțe de turism activ** la care – în mod **complementar** – se asociază în ordine de importanță **turismul balnear, turismul cultural și turismul (de agrement) rural**. Ecoturismul (ecosisteme și cultură tradițională autentică) și turismul activ (drumeție, turism

ecvestru, cicloturism, sporturi de iarnă) reprezintă produsul cu imagine de diferențiere (prin servicii integrate în stilul comun de naturalețe și promovare adecvată a acestora pe piețele turiștilor exigenți). Aceste produse atrag turiștii în locații specifice turismului montan și rural (turism extensiv-dispersat), iar dintre produsele complementare, turismul balnear se concentrează pe rețeaua stațiunilor balneoturistice și climaterice montane de interes național și local (turism intensiv-concentrat). Turismul cultural își păstrează trăsăturile de până acum cu anumite schimbări de accente: de la circuite turistice organizate cu autocare și vizitarea obiectivelor turistice culturale la sosiri individuale și participarea la evenimentele culturale din regiune și chiar în activități de artizanat în cadrul turismului rural.

Așadar, spațiul tipic județului Harghita, caracterizat prin predominarea *spațiului rural și montan* va fi valorificat prin ecoturism și turism activ, cu caracter alternativ, mai ales în arealele: Cheile Vârghișului (poate în cadrul unui Geoparc al Munților Perșani), Popasul păsărilor de la Sânpaul, defileul de sare de la Praid, arealul montan Gurghiu-Harghita, Călimani cu defileul Mureșului, Giurgeu-Hășmaș și Masivul Ciomatu, areale mai mici din depresiunile intramontane (Bilbor, Borsec, Giurgeu, Ciucul Inferior). Turismul rural prezent în multe dintre satele județului, mai ales în zona Odorhei, dar și în Ciuc și Giurgeu va căpăta personalitate prin integrarea aspectelor de agrement activ, apropierea de natură și cultură autentică-activă locală, specifice diferitelor zone ale județului.

Stațiunile turistice actuale (Băile Tușnad, Harghita-Băi, Băile Homorod, Praid, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu, Borsec) și de perspectivă (de ex. Băile Banffy de la Toplița, Harghita-Mădăraș, poate Vlăhița ș.a.) vor fi bazele unui turism de masă cu profil balnear și de agrement cât se poate de civilizat, cu caracter curativ și de profilaxie, de recreere și atmosferă multiculturală specifică stațiunilor competitive. În urma prospectărilor hidrogeologice și atragerii investitorilor strategici se poate preconiza dezvoltarea unor noi stațiuni din apropierea unor așezări rurale sau urbane (Remetea, Madicia-Cârța, Dănești, Mădăraș Ciuc, Filași etc.), dezvoltarea acestora având la bază criterii severe de amenajare și protecție a mediului pornind de la prevederile legislației în vigoare.

Orașele mici și mijlocii din județ - Miercurea-Ciuc, Odorheiu Secuiesc; Gheorgheni; Toplița; Cristuru Secuiesc - vor valorifica după caz patrimoniul cultural, capitalul social și uman prin turism cultural și cu scopuri profesionale. Vlăhița și Bălan se pot evidența mai mult ca „portii” spre arealele montane de interes crescut (Harghita resp. Munții Hășmaș). Astfel produsele

ofertei harghitene devin complementare, clientela fiecărui tip de spațiu turistic utilizând și elementele atractive ale celorlalte locații în funcție de interesele particulare.

Aspecte privind segmentele-țintă

Clientela turistică specifică județului va prezenta unele transformări în urma eforturilor de promovare realizate în comun de asociațiile profesionale din turism, eforturi particulare ale întreprinzătorilor din turism, dar mai ales în urma programelor anuale care trebuie să implementeze strategiile de marketing elaborate de viitoarele parteneriate micoregionale și județene-regionale. Alegerea segmentelor de piață optime pentru atingerea scopurilor economice, sociale, culturale și de mediu ale regiunii vor avea în vedere tendințe pieței turistice internaționale, realitățile geografice din teritoriu, mai ales distanțele față de principalele piețe turistice emitente și accesibilitatea oarecum îmbunătățită a regiunii (modernizarea aeroportului Tg. Mureș, construcția aeroportului Brașov-Ghimbav, construirea autostrăzii Borș-Brașov, eventual Tg. Mureș-Iași, modernizarea DN 15 și DN 12, modernizarea căii ferate 400 concomitent cu optimizarea mersurilor trenurilor).

Dintre segmentele-țintă se vor evidenția mai ales turiștii români din regiunile joase ale țării (din estul, sud-estul și vestul țării) de preferință din clasele medii-superioare, cu putere de cumpărare pentru servicii de calitate și *exigențe ridicate* față de calitatea mediului, de raportul preț-calitate și așteptări față de ospitalitatea secuciească, segment caracterizat printr-un comportament civilizată, și respect față de ceilalți oaspeți, față de natură și de comunitățile locale. Ei vor constitui baza turismului de masă de calitate, exigență, specific stațiunilor și într-o măsură oarecare și de agrementul rural, cu valențe active. Vor fi specifice mai ales grupurile mici de familii cu copii, având în vedere ofertele poziționate spre acest segment. Dezvoltarea produselor cu orientare spre acestea presupune, desigur, relație amiabilă dintre oaspeți și gazde, aceștia din urmă fiind pregătiți și în domeniul animației turistice, cu activități recreative incluzând diferite forme de joacă și „aventură în siguranță”.

Alături de grupurile de turiști români cu interes pentru turismul de masă exigent specific stațiunilor și celor cu interes special față de valorile ecoturistice și de oportunitățile de turism activ, va crește numărul și ponderea turiștilor străini de pe piețele tradiționale ale regiunii (mai ales Ungaria), dar și piețele din vestul, nord-vestul Europei (Germania, Austria, Regatul Unit, țările Benelux, țările scandinave și baltice).

Segmentele tradiționale de pe piața maghiară își vor păstra importanța prin faptul că mesajele de marketing pot fi transmise cu eficiență mai mare, relațiile multiple dintre instituții, așezări, județe înfrățite, comunitatea de limbă și cultură națională va menține conjunctura favorabilă de turism etnic și de VFR. Interesul turiștilor maghiari se va orienta în mai mare măsură spre aspectele de agrement activ și petrecerea vacanței în areale montane cu peisaj natural și cultural bine întreținut, chiar dacă interesul față de elementele culturale va fi o oportunitate de prelungirea sejurului. Odată ce se restructurează componența clientelei maghiare, de la grupuri mai mari cu autocare, la grupuri mai mici, veniți cu mașini proprii, de la persoane în vârstă, la persoane de vârstă medie, sau spre tinerii adulți, cu atât mai mult cererea va fi mai apropiată de natură și sejur activ. Ca și în cazul turiștilor români, accentul va cădea pe familii cu copii de vârstă preșcolară și școlară.

Având în vedere că zona montană a Carpaților Orientali este cea mai apropiată destinație montană pentru turiștii din Republica Moldova (ceea ce se reflectă și în prezent în statistica sosirilor și înnoptărilor), odată cu creșterea veniturilor discreționale va crește și fluxul turiștilor moldoveni, orientați mai ales spre stațiunile climaterice și balneoclimaterice.

În urma relațiilor de colaborare profesională cu rețelele agroturistice din România, afiliate la diferite rețele europene se presupune și creșterea ușoară a segmentelor din sudul și sud-vestul Europei, având în vedere și așezarea geografică a Ținutului Secuiesc între Moldova și regiunile central-europene și sud-europene, respectiv relațiile multiple dintre locuitorii din Moldova și comunitățile românești din Italia și Spania. Presupusa atractivitate a Bucovinei și Moldovei pe piețele franceze, italiene, spaniole vor determina un flux de tranzit spre acestea traversând și județul Harghita. Colaborările regionale cu alte zone din Transilvania pot oferi eficiență mai mare ale promovării Ținutului Secuiesc pe piețele mai îndepărtate (de ex. SUA și Japonia), dar cu produsele turismului alternativ, nicidecum oferte bazate pe stațiuni, ci mai mult pe cultură autentică și apropierea de natură.

Aspecte privind condițiile umane și organizatorice

Dezvoltarea și menținerea unor relații optime cu piețele turistice va presupune și în continuare un accent deosebit pe dezvoltarea resurselor umane (educație și perfecționare profesională) precum și *parteneriate* eficiente de managementul destinației.

Din punctul de vedere al *ocupării forței de muncă* prin turism și al *dezvoltării economiei locale-regionale*, importanță mai mare vor avea afacerile turistice mai mari (hoteluri, baze de tratament și de agrement) care se vor concentra în stațiunile turistice și în orașe, iar ofertele din mediul rural își vor păstra caracterul de afaceri familiale cu rol complementar de diversificarea veniturilor. În zona montană și rurală turismul va avea impact economic prin integrarea lui cu producția și comercializarea produselor agro-alimentare de preferință certificate ecologic, creșterea animalelor urmând și scopuri de servicii de agrement (mai ales în cazul cabalinelor).

Dezvoltarea diferențiată și echilibrată a turismului va fi posibilă prin existența și buna funcționare a unor parteneriate dintre autoritățile județene și locale, pe de altă parte între autoritățile locale, întreprinderile locale și ONG-urile locale. Cooperarea în domeniul turistic se va desfășura atât formal (*sistemul organizațional al managementului destinației turistice*), cât și informal prin multiplele legături profesionale și personale ale interesaților din turismul local și regional. Totodată se vor crea parteneriate profesionale cu organismele guvernamentale (Organizația Națională pentru Turism prevăzut în Master Planul pentru dezvoltarea turismului național al României) și neguvernamentale naționale, precum și diferite cooperări internaționale.

Dezvoltarea turismului bazat pe crearea și dezvoltarea produselor va fi sprijinit de investițiile publice și private în infrastructură, care împreună cu programele de dezvoltare umană și organizațională vor contribui la îmbunătățirea calității serviciilor turistice (și structuri de măcar 4 stele alături de cele de 3 stele) și implicit la creșterea competitivității destinației și afacerilor turistice.

Turismul va fi considerat un sector economic cu multiple efecte pozitive, contribuind la generarea veniturilor, la crearea și menținerea unor locuri de muncă *apreciate* și de lucrători, dar și de angajatori. Relațiile profesionale din sfera turismului vor fi marcate de spirit de colegialitate și identitate regională cu implicații directe și indirecte pozitive asupra relațiilor cu oaspeții veniți din diferite culturi. Turismul va contribui, deasemenea la recunoașterea valorii patrimoniului natural și cultural, a calității mediului, implicit a esteticii peisajului natural și construit.

Turismul județului Harghita pe termen lung va deveni un turism competitiv și durabil, contribuind la satisfacerea nevoilor prezente și de viitor, prin preocuparea și grija accentuată

față de resursele de care dispune, resurse care trebuie folosite într-o manieră care să permită folosirea aceluiași resurse și în deceniile următoare. Coordonarea dezvoltării turismului va presupune mijloace de stimulare, dar și de limitare, de restricții și de sancțiuni, după caz. Investițiile mai ample în turism (cu efecte socio-economice mai importante) se justifică doar, dacă există garanția conservării, protejării și îmbunătățirii calității mediului. Degradarea continuă a mediului va pune sub semnul întrebării investițiile cu profitabilitate pe termen lung, conservând actualele tendințe de investiții locale în structuri de cazare de capacitate mică, fără siguranța creșterii în măsură similară a fluxului turistic, iar, efectele economice și sociale vor rămâne sub nivelul așteptărilor.

Viziunea pe termen lung al dezvoltării turismului din județul Harghita poate fi transformată într-un **sistem de obiective ierarhizate**: obiective generale, strategice, specifice și operative. Aceste obiective vor putea fi împlinite printr-o serie de măsuri la nivel de programe și proiecte, grupate la rândul lor în direcții de dezvoltare sau axe prioritare.

Un aspect cantitativ al viziunii turistice pe termen lung este ca evoluția cererii turistice să aibă caracter echilibrat, dar prin atingerea unor performanțe în creșterea numărului de turiști, atât români, cât mai ales străini, creșterea numărului de înnoptări, care rezultă și o creștere a duratei medii de sejur, precum și creșterea gradului de ocupare.

Ca județul Harghita să ajungă la unul din primele 10 locuri din clasamentul județelor României trebuie să înregistreze valori mult mai ridicate, decât în prezent. Nu va fi nevoie de creșterea pe termen mediu a capacității de cazare, ci mai mult de creșterea ponderii structurilor de tip hotelier, a structurilor cu grad de confort mai ridicat. Eforturile de marketing și de dezvoltarea resurselor umane, precum și îmbunătățirea culturii antreprenoriale și ale abilităților de management trebuie să ducă la creșterea numărului de turiști și înnoptări, de la 87 mii la circa **260 mii de turiști** respectiv de la 274 mii la cel puțin **780 mii de înnoptări**. Aceste obiective cuantificate vor putea fi atinse, doar prin sinergia multiplelor eforturi din sfera competițională și cea publică. O bună organizare, un **mix de marketing** (politicile de produs, prețuri, sistem de distribuție și comunicare/promovare) bine adaptat oportunităților de piață și capacitate de management adecvată la nivelul destinației poate face posibilă atingerea scopurilor ambițioase. Pe de altă parte odată cu asigurarea calității produsului turistic harghitean, eforturile de stopare a turismului clandestin (primirea turiștilor în unități de cazare neclasificate și nerespectarea obligației de înregistrare a turiștilor) vor permite atingerea cifrelor preconizate.

V. Direcțiile strategice de dezvoltare ale turismului din județul Harghita

VIZIUNEA	<i>Județul Harghita va deveni una din cele mai importante destinații turistice din România, împreună cu județul Covasna, având la bază un turism activ și un ecoturism specific, dar și cu alte elemente complementare din zonă: balneare, culturale, rurale.</i>				
OBIECTIVE STRATEGICE	<ul style="list-style-type: none"> ● Creșterea circulației turistice și în special al înnoptărilor în toate destinațiile din județ (orașe, stațiuni, destinații agroturistice) ● Creșterea efectelor de multiplicare ale turismului, economice și sociale, printr-o integrare locală cât mai profundă a fenomenului turistic ● Formarea unei imagini turistice diferențiate și atractive, pentru județ sau pentru o altă delimitare teritorială viabilă ● Dezvoltarea ecoturismului și a turismului activ, în toate dimensiunile sale de intervenție: locații, programe, ghizi, atracții naturale și antropice ● Dezvoltarea stațiunilor balneoclimaterice și montane: infrastructură, organizații, investiții de specialitate ● Diversificarea agroturismului: stimularea programelor folclor, divertisment, a gastronomiei locale și îmbunătățirea accesibilității satelor 				
AXA DE DEZVOLTARE	1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice	2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe	3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita	4. Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism	5. Marketingul destinației Ținutului Secuiesc

V.1. Axa de dezvoltare nr. 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice

V.1.1. Prezentare sinoptică

Axa de dezvoltare	Axa de dezvoltare nr. 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice
Obiective operative	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valorificarea potențialului de resurse naturale existente (peșteri, ape minerale, rezervații naturale) și promovarea obiectivelor naturale în scopul dezvoltării ecoturismului 2. Valorificarea potențialului turistic montan prin crearea condițiilor necesare pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ 3. Identificarea și valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate 4. Sprijinirea turismului rural practicat în județ și totodată stimularea dezvoltării agroturismului cu scopul promovării conceptului de dezvoltare durabilă 5. Salvarea și revigorarea tradițiilor culturale, religioase, folclorice și restaurarea siturilor istorice și includerea lor în circuitul turistic urmărind astfel creșterea atracțiilor turistice
Fundamentare	<p>Scopul realizării unui turism durabil trebuie să fie subordonat planurilor naționale și regionale de dezvoltare economică și socială. Acțiunile pot acoperi scopuri economice (creșterea veniturilor, diversificarea activităților, zonarea dezvoltării), scopuri sociale (ameliorarea sărăciei și a inegalității distribuției veniturilor, protecția patrimoniului socio-cultural, participarea și implicarea comunităților locale) ori scopuri ecologice (protejarea mediului, conservarea și utilizarea durabilă a biodiversității).</p> <p>Obiectivul strategic al județului are la bază ca produse turistice principale dezvoltarea turismului activ și al ecoturismului specific completat cu alte forme turistice ca turism balnear, cultural și rural. Au fost alese produsele turistice care au o tendință de creștere pe piața turistică internațională dar au fost analizate adânc și dotările județului. Acest obiectiv specific presupune dezvoltarea</p>

	<p>destinațiilor turistice prin prisma valorificării resurselor existente care în prealabil au la bază evaluarea resurselor de bază din județ și puterea de atracție a turiștilor. Deci amenajarea turistică a teritoriului înglobează ansamblul sistemelor de componente naturale, istorice și culturale ale unei zone, resursele ce reprezintă atracțiile principale și care motivează turiștii.</p> <p>Acest obiectiv își propune finanțarea, identificarea și promovarea zonelor naturale și antropice cu potențial turistic și includerea acestora în circuitul turistic național și internațional, campanii de conștientizare a publicului larg, în general, și a locuitorilor din zonele învecinate obiectivelor naturale, culturale și antropice vizate. Pe lângă acesta scopul primordial al acestei obiective este să asigure unicitate și diversificare atractivă și pentru zonele cu potențial natural mai redus, cu putere de atracție a turiștilor mai slabă, să se poată asigura o dezvoltare echilibrată a teritoriilor.</p> <p>Potențialul turistic al județului este foarte ridicat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ numeroase rezervații și monumente ale naturii precum și complexitatea mare de resurse ale naturii, zone ce prezintă totodată valori peisagistice deosebite și de patrimoniu istoric, cultural, de arhitectură și etnografie. ▪ există importante stațiuni turistice și balneoclimaterice, acestea nu sunt folosite la întreaga lor capacitate din cauza dotării tehnice necorespunzătoare, a reclamei turistice insuficiente sau datorită prestării unor servicii de slabă calitate. ▪ turismul montan reprezintă prin varietatea sa peisagistică un mare potențial care așteaptă să fie exploatat. ▪ dezvoltarea turismului rural după anul 1990 în localitățile rurale constituie baza dezvoltării continue acestui forme de turism care are un rol complementar pe piața economică a județului. ▪ din punct de vedere ecologic, există un bogat fond forestier în zonă, ceea ce contribuie la menținerea unui echilibru pe termen lung, condiționat de altfel de exploatarea rațională a resurselor forestiere. ▪ vegetația silvică a favorizat și dezvoltarea unei variate și bogate faune de animale sălbatice pentru vânat.
Principalele domenii de intervenție /	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborarea concepțiilor de amenajare teritorială a zonelor și destinațiilor turistice din județ

programe	<ol style="list-style-type: none"> 2. Amenajarea corespunzătoare a câteva destinații cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații 3. Amenajarea unor trasee ecodidactice (ecoturistice) ale rezervațiilor naturale și mediatizarea acestora 4. Sprijinirea localităților rurale cu scopul de a formula unicitatea (în tradiții și activități meșteșugărești sau alte valori populare culturale) pe care poate oferi față de celelalte localități 5. Amenajarea corespunzătoare a pârtiilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare 6. Coordonarea în timp și spațiu al manifestărilor și festivalurilor culturale și editarea unui calendar de evenimente al județului 7. Sprijinirea renovării monumentelor, siturilor arheologice, biserici fortificate, castelelor, cetăților și conacelor cu scopul organizării unor tururi de vizitare al acestor obiective 8. Identificarea (explorarea) surselor de apă minerală din județ și reabilitarea mofetelor nefuncționale
-----------------	---

În urma dezvoltării turismului prin prisma acestui obiectiv **rezultatele așteptate** sunt:

- creșterea numărului de turiști, creșterea duratei de sejur prin îmbunătățirea și diversificarea ofertei turistice
- îmbunătățirea condițiilor de viață prin ameliorarea calității mediului și înfrumusețarea localităților
- întărirea atitudinii responsabile față de protecția mediului a locuitorilor
- ameliorarea atractivității localităților prin oferirea de noi posibilități de agrement și refacere pentru turiști
- creșterea atitudinii responsabile față de patrimoniul istoric și cultural, prin reamenajarea și renovarea obiectivelor antropice
- creșterea interesului față de tradițiile populare și meșteșugurile locale
- creșterea identității locale a populației
- consolidarea cooperării și relațiilor mai strânse între sectorul economic, organizațiile non profit și Consiliile Locale
- consolidarea competitivității și atractivității turistice a județului

V.1.2. Obiective operative

V.1.2.1. Valorificarea potențialului de resurse naturale existente (peșteri, ape minerale, rezervații naturale) și promovarea obiectivelor naturale în scopul dezvoltării ecoturismului

O prioritate importantă în strategia diversificării ofertei turistice constituie ecoturismul sau turismul verde. Interesul față de turismul verde pe plan european, după studiile internaționale are o tendință de creștere și totodată reprezintă cheia dezvoltării durabile. În această formă de turism principala motivație a turistului este observarea și aprecierea naturii și tradițiilor locale legate de natură, **cunoașterea naturii prin prisma protecției mediului și conservarea resurselor naturale**. Această formă de turism combină posibilitățile turistice montane, culturale sau antropice, dar obiectivul principal este cunoașterea naturii prin ocrotirea mediului natural.

Astfel ecoturismul urmărește **evitarea degradării mediului natural** și este văzut ca o formă turistică alternativă în care produsul turistic este natura și elementele sale. Practicarea turismului verde presupune o modernizare a infrastructurii, utilizarea de forme de energie neconvenționale, tehnici mai puțin poluante.

Județul Harghita este bogat în **numeroase resurse și rezervații naturale** cu importanță deosebită:

- Rezervații naturale și arii de protecție severe (Parcul Național Cheile Bicazului-Lacul Roșu, alte rezervații floristice și forestiere ca Lacul Sfânta Ana, Mohoș, Mlaștina Puciosu, Mlaștina Borsaros-Sâncrăieni, Mlaștina După Lunca („Fenek rétláp”), Mina de sare din Praid)
- Ape minerale (Drumul Apelor Minerale)
- Peșteri (de exemplu Peștera Pârâul Șugău și Peștera Munticelu de pe valea pârâului Șugău, bine amenajate, și întreținute; Peștera Flacăra și Peștera Gura Bardosului de pe Valea Bardosului)
- Flora și fauna unică existentă, valorile geologice și alte resurse naturale
- Parcuri dendrologice de importanță locală (Grădina Csiky din Gheorgheni)

Numeroasele rezervații din județul Harghita au importanță turistică deosebită, deoarece, fiind în apropierea așezărilor, vizitarea acestora devine mai ușoară, bineînțeles cu suportul autorităților locale sau implicarea unor instituții nonguvernamentale sau civile, care să asigure

protecția, precum și amenajarea lor. Aceste rezervații pot constitui o prioritate în strategia diversificării ofertei turistice, prin interesul crescând manifestat (pe plan european) față de un turism cu nuanțe ecologice (turismul verde, ecoturism) și de cunoașterea mediului natural. Ecoturismul poate fi dezvoltat numai prin parteneriat între comunitățile locale, agenții de turism, gestionari de zone naturale protejate și asociații de mediu.

Principalele **posibilități în dezvoltarea** ecoturismului:

- Amenajarea corespunzătoare a câtorva destinații cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații (saturi ecologie: Vărșag, Inlăceni, Ghimeș.)
- Amenajarea corespunzătoare a zonelor sau ariilor naturale protejate, asigurarea accesibilității acestora în mod organizat (Lacul Sfânta Ana, mlaștini)
- Oferirea unor programe complexe ecoturistice (colaborare cu agențiile de turism și unitățile de servicii)
- Amenajarea unor trasee ecodidactice (ecoturistice) ale rezervațiilor naturale și mediatizarea acestora
- Organizarea unor acțiuni care conduce la conștientizarea populației față de ocrotirea mediului și respectarea naturii
- Organizarea taberelor pentru tineret (cu funcția educativă), pentru formarea atitudinii pro ecologice
- Asigurarea ghizilor specializați pentru traseele ecodidactice organizate
- Promovarea utilizării formelor de energie neconvențională, tehnicilor mai puțin poluante
- Editarea și promovarea unui ghid ecoturistic al județului Harghita (prezentarea tuturor traseelor ecoturistice oferite și organizate din județ)
- Sprijinirea și asigurarea prezentării activităților meșteșugărești tradiționale locale precum și producția produselor locale.
- Promovarea unei mărci a județului care să sintetizeze specificul acestei zone

Prin valorificarea potențialului de resurse naturale existente în județ și organizarea profesională a ecoturismului putem crea o zonă turistică internațională din punct de vedere ecoturistic, care va oferi programe turistice atât turiștilor din țară cât și din străinătate. Pe baza condițiilor naturale și antropice existente în județ există posibilitatea de a dezvolta ecoturismul la nivelul unui important sector turistic, cu efecte pozitive asupra veniturilor și pieței forței de muncă.

Astfel prin valorificarea posibilităților în ecoturism se vor îmbunătăți standardele comunităților locale dar și atitudinea față de respectarea naturii și a zonelor protejate.

V.1.2.2. Identificarea și valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate

Pentru multe persoane vacanțele în stațiunile de recreare constituie o relaxare, dar pentru alții curele de ape minerale, mofetele (surse naturale de dioxid de carbon) precum și băile de noroi constituie componentele unui tratament complex al diverselor afecțiuni. Având în vedere necesitatea dezvoltării acestui segment de turism – turismul de sănătate în județ, cât și gradul avansat de uzură al societăților balneare, se impun în mod stringent și obligatoriu, investițiile ca un mod de redresare atât din punct de vedere al bazei materiale, cât și a tratamentului balnear.

Județul Harghita este unul dintre cele mai bogate județe în resurse balneare și terapeutice (izvoare de apă minerală, mofete, aer curat). Județul deține de 6 stațiuni de interes local (Băile Homorod, Borsec, Harghita Băi, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu și Praid) și o stațiune de interes național cu bază de tratament (Tușnad Băi). Pe lângă acestea există în județ mai multe localități cu resurse și roluri balneare. Județul dispune de un potențial balnear deosebit care însă nu este valorificat suficient iar foarte multe din vechile stațiuni au fost închise (Borsec, Băile Banffy, Toplița, Băile Sântimbru-Pucioasa, Sâncrăieni). Alte locații cu roluri balneare dar nefuncționale sau cu activitate sistată sunt Băile Selters, Băile Chirui, Remetea, Băile Szeredai (Miercurea Ciuc), Băile Dugaș, Băile Madicea, Cârța, Băile Sărate, Cristuru Secuiesc, Băile Arcio, Corund, Iacobeni, Cașin. Prin valorificarea corespunzătoare resurselor balneare județul are posibilitatea dezvoltării unei activități turistice de sănătate calitative (terapeutic și wellness) foarte atractive.

Problema principală al acestor structuri de tratament balneare este gradul lor avansat de uzură, degradarea fizică a stațiunilor balneare care nu corespund cerințelor necesare pentru tratamente.

Posibilități de dezvoltare:

- Identificarea, amenajarea și valorificarea surselor de apă minerală
- Reabilitarea și modernizarea mofetelor și bazelor de tratament nefuncționale (Băile Selters, Băile Chirui, Remetea, Băile Szeredai (Miercurea Ciuc), Băile Dugaș, Băile Madicea, Cârța, Băile Sărate, Cristuru Secuiesc, Băile Arcio, Corund, Iacobeni, Cașin, Valea Întunecoasă)

- Refacerea și amenajarea căilor de acces la resursele minerale a traseelor de cură de teren, a spațiilor de recreare și popas, a facilităților de utilizare a izvoarelor minerale
- Amenajarea centrelor de tratament și în celelalte localități care au resurse balneare (Băile Banffy, Băile Sântimbru-Pucioasa, Sâncrăieni)
- Măsurile administrative de clarificare a drepturilor de proprietate a bazelor de tratament în eventualele cazuri
- Amenajarea unor centre de turism de sănătate în stațiunile balneare și colaborarea lor cu instituțiile de sănătate
- Organizarea evenimentelor periodice culturale, muzicale și de alte feluri în stațiunile cu oferte de servicii terapeutice
- Introducerea și promovarea pachetelor complexe de sănătate turistică în toate stațiunile balneare (organizarea acestuia împreună cu spitale și instituții de sănătate)
- Introducerea în circuitul turistic biletelor de tratament tuturor persoanelor care necesită această formă de recreere
- Organizarea accesibilității acestor stațiuni cu scopul de a ușura accesul populației în vârstă la serviciile terapeutice existente

Astfel județul Harghita dispune de un potențial bogat în dezvoltarea turismului balnear, dar pentru acesta va fi nevoie de o serie de investiții și dezvoltări complexe. Obiectivul principal în acest domeniu este, ca județul Harghita să devină unul dintre cele mai cunoscute județe cu oferte variate de servicii balneare și de tratament combinat sau completate cu servicii wellness. Prin realizarea acestor priorități va crește calitatea vieții populației în stațiunile respective, va crește numărul locurilor de muncă și nu în ultimul rând competitivitatea turistică a județului va fi mai puternică.

V.1.2.3. Sprijinirea turismului rural practicat în județ și totodată stimularea dezvoltării agroturismului cu scopul promovării conceptului de dezvoltare durabilă

Tendențele actuale atât pe nivel European dar și la nivelul județului arată o creștere destul de mare față de practicarea turismului rural. Combinarea sau completarea activităților turistice rurale cu posibilitățile agroturistice va contribui la consolidarea turismului rural. Această formă de turism se desfășoară mai ales în cadru familiar și astfel are la bază viața de zi cu zi a localităților rurale.

Practicarea și dezvoltarea turismului rural este foarte favorabil din mai multe motive: înseamnă surse de venituri complementare, creează noi locuri de muncă, este în general mai ieftin decât celelalte forme de turism și totodată are la bază păstrarea și cunoașterea valorilor, obiceiurilor și tradițiilor locale. Avantajul mare al turismului rural constă în faptul că aproape oricare localitate rurală poate practica această formă de turism. Turismul rural are la bază **cunoașterea vieții rurale, activităților de producție agrare și a comunității în care ne aflăm**. Turismul rural poate avea succes pe o perioadă de lungă durată dacă pe lângă odihnă și locuri de cazare oferă prezentarea altor valori morale. Cererea turistică și alegerea destinațiilor turistice este influențată de formele de agrement și programele oferite de fiecare zonă în parte, de poziție și accesibilitate, cadrul natural precum și cel socio-economic, etnografia și folclorul local (Glăvan, V. Marchidan, G. –, „Experiența națională și internațională în valorificarea patrimoniului rural”).

După datele statistice se poate observa că în județul Harghita în ultimele 10 ani turismul rural din punct de vedere al posibilităților de cazare a avut o tendință de creștere deosebit de mare. Pensiunile turistice rurale și pensiunile agroturistice din județul Harghita au un procent deosebit de ridicat la nivel național (20% în anul 2004). În județ multe în multe localități rurale găsim activități și servicii oferite în scopul dezvoltării turismului rural. Aceste activități și oferte ar trebui coordonate într-o rețea de dezvoltare a turismului rural cu scopul de a deveni o zonă cât mai competitivă și atractivă din punct de vedere al turismului rural. Fiecare localitate trebuie să-și formuleze unicitatea pe care poate oferi față de celelalte localități și astfel fiecare localitate rurală va avea o ofertă unică iar împreună oferta în domeniul turismului rural al acestor localități din județ va fi foarte diversificată și atractivă.

Pe lângă acesta câteva localități (Borsec, Lăzarea, Praid) din județul Harghita fac parte din Asociația Națională pentru Turism Rural Ecologic și Cultural din România (ANTREC-membră a Federației Europene de Turism Rural (EuroGites) care are la bază identificarea și popularizarea potențialului turistic din spațiul sătesc.

Problemele principale care trebuie rezolvate în acest domeniu sunt: lipsa ofertelor de programe variate, lipsa coordonării activităților în acest domeniu între comunitățile locale dar și în cadrul comunităților locale între agenții economici care se ocupă cu turism rural, lipsuri de infrastructură și alte probleme de gen ecologic (rețea de canalizare, sistemul de colectare al deșeurilor), promovarea turismului rural numai în limba maghiară, lipsa cunoașterii

corespunzătoare a altor limbi străine, programele existente oferite nu sunt coordonate și periodice.

Posibilități de dezvoltare în domeniul turismului rural și agroturism:

- Alcătuirea parteneriatelor între localitățile unde se dezvoltă turismul rural și colaborare continuă între aceste comunități cu scopul de a oferi o paletă largă de programe și cu scopul de a evita suprapunerilor eventuale în programele oferite
- Sprijinirea localităților cu scopul de a formula unicitatea (în tradiții și activități meșteșugărești sau alte valori populare culturale) pe care poate oferi față de celelalte localități și astfel fiecare localitate rurală va avea o ofertă unică
- Prin oferta al acestor activități totodată ar fi important promovarea produselor culinare locale și tehnologiilor tradiționale
- Participarea și activarea și a altor localități rurale în cadrul Asociației Naționale pentru Turism Rural Ecologic și Cultural din România (ANTREC) cu scopul intrării în circuitul turistic rural din țară
- Având la bază modelul localității Praid (Festivalul Sarmalelor) promovarea organizării a altor evenimente gastronomice internaționale sau a meșteșugurilor tradiționale care reflectă valori locale. De exemplu Festivalul “Kürtős kalács”, sau Festivalul meșteșugurilor tradiționale din județ, Festivalul pălinci de prune (Dealu), Festivalul unor produse agricole caracteristice regiunii (cartofi, de exemplu)
- Editarea unui ghid al județului în care apare fiecare localitate cu oferta ei unică și pachetele de programe oferite, evenimentele cele mai importante ale localității respective
- Organizarea și promovarea mai multor pachete de programe pe diferite trasee turistice (de exemplu traseul de-a lungul depresiunii Ciucului sau Odorhei sau Gheorgheni)
- Organizarea taberei internaționale de “Stil de viață” pentru tineri și copii cu scopul cunoașterii caracteristicilor vieții rurale

Localitățile rurale din județul Harghita au la bază o serie de tradiții și valori locale care pot fi fructificate în scopul turismului rural, de exemplu aer curat, liniștea, peisajul natural, tradițiile și obiceiurile locale bogate, posibilitatea cunoașterii și practicării multor forme de activități agrare. Astfel obiectivul cel mai important în dezvoltarea turismului rural județean este diversificarea paletei de oferte și a programelor, organizarea acestora într-un puternic lanț județean și cu toate acestea va crește perioada de ședere a turiștilor. Prin diversificarea

activităților rurale și promovarea practicării agroturismului prin extinderea rețelei de ferme și gospodării autorizate va crește standardul de viață a zonelor rurale.

V.1.2.4. Valorificarea potențialului turistic montan prin crearea condițiilor necesare pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ

Începând de la anul 1990 a crescut dorința oamenilor de a trăi în mod sănătos și paralel cu aceasta turismul activ a căpătat un loc deosebit printre formele turistice existente. Zona montană și peisajele naturale bogate și climatul deosebit al județului oferă posibilitatea dezvoltării a **mai multor forme de turism activ**: ciclism, turism hipic, vânătoare, alpinism, sporturi de iarnă, drumeții chiar și sporturi extreme. În prezent în județ cele mai importante forme de turism activ sunt sporturile de iarnă: schiul și alte sporturi extreme de iarnă. În mai multe localități din județ sunt amenajate pârtii de schi, dar aceste localități care dețin pârtii de schi nu oferă servicii corespunzătoare și de calitate pentru turiști.

Pe lângă sporturile de iarnă sunt și alte posibilități deja amenajate în județ pentru lărgirea ofertei turismului activ: centre de echitație și hipism, cursuri de river rafting, pistă enduro, programe și cursuri pentru zboruri cu parapantă.

Având în vedere posibilitățile bogate în domeniul turismului activ, putem spune că județul Harghita poate valorifica potențialul montan în foarte multe direcții, astfel ca atractivitatea turistică să fie mai puternică și oferta turistică să fie mai largă.

Posibilități de dezvoltare în domeniul turismului activ:

- Amenajarea traseelor pentru practicarea ciclismului montan
- Amenajarea corespunzătoare pârtiilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare (altitudine peste 1300 m)
- Asigurarea și organizarea transportului în stațiunile montane unde sunt amenajate pârtii de schi, amenajarea parcarilor necesare, asigurarea condițiilor de sănătate, asigurarea posibilității închirierii de echipamente sportive, organizarea unor cursuri de inițiere la schi)
- Sprijinirea continuă al activității Serviciului Public de Salvamont din județ, astfel asigurând siguranța turiștilor
- Editarea și promovarea unui ghid turistic activ al județului Harghita (prezentarea tuturor posibilităților turistice active din județ)

- Amenajarea și marcarea traseelor montane în scopul turismului de drumeții și alpinism (asigurarea ghizilor, siguranței turiștilor, locurilor de odihnă)
- Sprijinirea construirii sălilor de sport și piscinelor acoperite mai ales în orașele unde încă nu există
- Sprijinirea și amenajarea terenurilor potrivite turismului de echitație (un sport tradițional minorității maghiare)
- Organizarea regulată a taberelor de sport și antrenament (școlare/de tineret) în stațiunile de schi (asigurarea condițiilor necesare pentru acestea)
- Organizarea mai multor evenimente sportive naționale și internaționale
- Valorificarea potențialului turistic de vânătoare prin crearea condițiilor necesare și organizarea activității de vânătoare corespunzătoare (cabane de vânătoare, organizarea diferitelor partide de vânătoare)
- Amenajarea unei locații pentru practicarea sportului extrem de aventură Canopy, iubit de turiști (se aventurează la vale pe niște cabluri legați de câteva centuri și cu o caschetă pe cap, la înălțimi mari, printre copaci și stânci)
- Construirea unei pârtii de bob (sau sanie) într-o zonă corespunzătoare pentru acesta (de exemplu Harghita Băi)
- Elaborarea unor concepții de amenajare a teritoriului a câtorva destinații principale din județ

Prin valorificarea potențialului turistic montan județul are șansa de a crea premisele creșterii competitivității regiunii pe piața turismului activ intern și internațional, astfel turismul montan va contribui la creșterea nivelului de viață al locuitorilor. În esență, scopul tuturor acțiunilor este de a obține o identitate regională a județului Harghita bazată pe câteva forme esențiale de turism, din care o parte importantă are atractivitatea posibilităților turistice montane.

V.1.2.5. Salvarea și revigorarea tradițiilor culturale, religioase, folclorice și restaurarea siturilor istorice și includerea lor în circuitul turistic urmărind astfel creșterea atracțiilor turistice

Județul Harghita poate oferi o gamă largă și bogată de valori culturale, religioase, istorice diversificând astfel experiențele turiștilor. Importanța turismului antropocentric pe lângă faptul că îmbogățește oferta turistică are o importanță majoră în păstrarea și conservarea valorilor și tradițiilor culturale, religioase, folclorice și istorice.

Caracterul multicultural al județului este un punct forte din prisma resurselor turistice. Prin **renovarea și exploatarea conștientă** al acestor valori putem îmbogăți oferta turistică menținând specificul unic regional și pot fi create noi surse de venit astfel conducând la creșterea calității vieții. Ofertele antropice a județului fiind destul de bogate se poate combina și cu alte forme de atracții turistice cu scopul atractivității turistice.

Acest obiectiv operativ include o serie de **posibilități de dezvoltare** în domeniul turismului cultural:

- Crearea unor drumuri ale castelelor, cetăților și conacelor prin renovarea și amenajarea acestor obiective și introducerea lor în circuitul turistic (crearea condițiilor necesare pentru vizitatori și turiști)
- Includea într-un pachet turistic vizitarea muzeelor, galeriilor de artă și caselor de artă sau muzee din sate, galeriilor de artă, centrelor de artă tradițională (dezvoltarea calității serviciilor oferite de muzee, expoziții organizate prin metode interactive, prezentare și în limbi străine)
- Sprijinirea renovării monumentelor, siturilor arheologice, biserici fortificate și alte obiective religioase cu scopul organizării unor tururi de vizitare al acestor obiective (Zona Ciucului de Jos – Zona Ciucului de Sus)
- Organizarea periodică a taberelor folclorice și de artă (tabere internaționale) care au la bază păstrarea tradițiilor populare și activitățile meșteșugărești precum și prezentarea produselor locale (prezentarea chiar și educarea meșteșugurilor, produselor locale)
- Coordonarea în timp și spațiu al manifestărilor și festivalurilor culturale (evitarea suprapunerilor) precum și organizarea a cât mai multor evenimente culturale de tradiție și festivaluri bogate în valori tradiționale, zilele satelor în perioada de sezon turistic (programe în limbi străine)
- Editarea unui calendar de evenimente (anual) al județului, în care sunt introduse toate evenimentele de gen cultural, istoric, de artă, folclorice, de muzică, de dans, religioase, etc. cu rol de informare și promovare
- Promovarea localităților ca puncte de atracție care sunt cunoscute prin prisma unor oameni celebri (Băile Seiche, Lupeni)
- Amenajarea unui traseu de pelerinaj în județul Harghita, Covasna cu stația finală la Șumuleu Ciuc (loc de pelerinaj foarte cunoscut) și organizarea periodică acestor pelerinaje turiștilor

Astfel printr-un program de amenajare și organizare a potențialul variat antropic și cultural al județului, aceste valori pot fi incluse în circuitul turistic, care vor mării atractivitatea turistică a județului. Aceste obiective turistice și valori antropice pot fi elemente complementare ale ecoturismului, astfel îmbinarea mai multor forme de turism va îmbunătăți gama de ofertă și imaginea turistică a județului.

V.1.3. Principalele domenii de intervenție / programe

V.1.3.1. Elaborarea concepțiilor de amenajare teritorială a zonelor și destinațiilor turistice din județ

Un prim pas în dezvoltarea planificată a județului este identificarea zonelor cu valoare turistică ridicată și realizarea unor planuri integrate care să cuprindă obiectivele propuse în zonele respective, dimensiunile, funcțiile, accesibilitatea, amplasamentul, situația juridică actuală, bugetul de investiție a acestora, etc. potențialii investitori sau realizatori ai acestor obiective sau programe, termenii și gradul de prioritate.

Amenajarea teritoriului este un instrument de investigare și cunoaștere, de previziune și planificare, de edificare și permanentă readaptare a mediului uman, a cadrului material creat de societate. Amenajarea teritoriului presupune un proces de sistematizare a teritoriului, prin care obiectivele principale sunt: buna gospodărire a fondului funciar avându-se în vedere caracteristicile sale de raritate și nereproductibilitate; stabilirea celor mai adecvate destinații; asigurarea unei dezvoltări economice echitabil repartizată teritorial și combaterea decalajelor regionale prin valorificarea eficientă a tuturor categoriilor de resurse; asigurarea utilizării eficiente a teritoriului; valorificarea completă a potențialului acestuia (resurse și cadru fizic); păstrarea echilibrului ecologic și protejarea mediului.

Cele mai importante destinații, pentru care trebuie să se elaboreze în termen cel mai scurt aceste concepții de amenajare teritorială turistică (aproximativ în ordine prioritizată) :

- **Zona 1: Munții Harghitei** (eventual cu două subzone turistice: Harghita de Nord și Harghita de Sud), fiind cel mai important, fiindcă deține unul dintre cele mai puternice „mărci” turistice din județ, prin intermediul denumirii sale. Se vor implica localități din Ciucul de Jos și Ciucul de Sus, municipiul Miercurea-Ciuc, Vlăhița, Brădești, Satu Mare, Zetea. Dezvoltarea turistică va avea caracter *punctiform*, coconcentrat în cazul

stațiunilor turistice Harghita-Băi, Băile Homorod, Harghita-Mădăraș, Sântimbru-Băi ceea ce presupune realizarea unor PUZ-uri și stabilirea regulamentelor urbanistice locale, având grijă de asigurarea spațiilor necesare circulației, relaxării active, porțiuni de pădure amenajate ca parcuri, terenuri de sport și de joacă. Totuși trebuie evitată aglomerarea continuă a construcțiilor. Dacă în cazul stațiunilor activitățile turistice vor avea caracter de agrement, sporturi de iarnă, în perioada de vară trebuie asigurate dotările pentru sporturi în cadrul și în perimetrul stațiunilor. Munții Harghita va deveni baza turismului montan cu caracter activ, iar în preajma arealelor ocrotite se vor plasa dotările specifice ecoturismului (trasee eco-didactice, cu panouri de informare, foisoare pentru observare și fotografiere-filmare). În extravilanul așezărilor harghitene dezvoltarea turistică va avea caracter liniar-dispersat, adică elementele de bază vor constitui traseele turistice marcate pentru drumeție, pentru călărit și pentru ciclism montan. Formele de turism off-road vor fi interzise, respectiv dirijate către piste special amenajate. Pentru satisfacerea exigențelor de motocross, ture cu mașini de teren, ATV-uri trebuie alese anumite drumuri forestiere, de preferință mai îndepărtate de stațiunile turistice și de arealele dens populate de animalele sălbatice. Asemenea terenuri vor fi necesare pe ambele laturi ai Munților Harghita.

- **Zona 2: Ciomatu – Bálványos** (în colaborare cu județul Covasna), având ca parteneri localitățile Băile Tușnad, Tușnadu-Nou, Lăzărești (Cozmeni), Turia, Bixad, Valea Seacă, Casinu Nou (Plăieșii de Jos). Dacă în stațiunea Băile tușnad și Bálványos dezvoltarea va fi concentrată, specifică stațiunilor (turism balnear-curativ, de conferințe, agrement și sporturi de iarnă), în arealul montan se vor menține restricții severe de construcții și circulație motorizată, accentul fiind pus pe dezvoltare ecoturistică și turism activ cu presiune redusă asupra biodiversității. Se recomandă eventual înființarea unui centru de vizitarea rezervației naturale, cu rol de informare, ghidare și organizare a unor cursuri, tabere în mijlocul naturii.
- **Zona 3: Hășmașu-Mare – Lacu-Roșu** (în colaborare cu județul Neamț), având ca localități partenere Gheorgheni, Bălan, Tulgheș, Voșlobeni, Sândominic). Dacă la stațiunea Lacu Roșu se va menține turismul de masă cu caracter de agrement, dezvoltarea fiind specifică stațiunilor consacrate (terenuri de sport, de joacă, alci, pârtie de schi, în arealul stațiunii, în Parcul Național Hășmaș– Cheile Bicazului vor fi permise doar formele de turism activ nemotorizate, drumeție, ciclism, echitație, ture pe schiuri, atelaj cu câini etc. Zonele mai spectaculoase cum ar fi zona Piatra Singuratică vor fi accesibile pe cale pietonală, parțial prin trăsură, nefiind indicate instalațiile de transport

- pe cablu. Municipiul Gheorgheni care polarizează Bazinul Giurgeu, împreună cu Lăzarea va avea o ofertă bazată pe turismul cultural (prin elemente de patrimoniu și evenimentele culturale și sportive organizate în fiecare an) completat cu forme de turism activ, elementele de diferențiere fiind oferite de pista de motocros din Lăzarea și de tradiția curselor cu atelaj, călărit.
- **Zona 4: Ținutul Sării** (în colaborare cu județul Mureș): Praid, Ocna de Sus, Ocna de Jos, Corund, Sovata, Sărățeni. Microregiunea Ținutul Sării își va menține caracterul de turism balnear-curativ, de agrement și cultural, fiind necesare intervenții în organizarea traficului și a parcărilor, mai ales dacă se vor construi băile de agrement de la Praid. Oferta turismului activ pentru drumeții, ciclism, echitație, precum și un eventual centru de vizitare pentru Defileul Sării de la Praid va avea un element ecoturistic ce completează turismul de masă din localitățile zonei.
 - **Zona 5: Borsec - Toplița**, cu așezările apropiate Bilbor, Capu Corbului, Corbu, Tulgheș, Sărmaș. Va avea caracter curativ, de agrement, pentru sporturi de iarnă cu concentrare în stațiunile Borsec și Toplița (redevenind stațiune) completat de oferta ecoturistică și de turism activ din zona Parcului Național Călimani.
 - **Zona 6: Munții Gurghiului** (în colaborare cu județul Mureș), având ca localități implicate Suseni, Ciumani, Borzont, Borzont, Lăzarea, Remetea, Subcetate, Gălăuțaș, Toplița, Stânceni, Deda, Ideciu de Jos, Jabenita, Gurghiu, Eremitu, etc. Se va pune accent pe turism montan cu caracter activ (drumeție, ciclism montan, călărit) respectiv unele areale cu baze de sport (amonte de Borzont, pasul Bucin, cabana Bogdan, Ciumani și spre nord Toplița), totodată zona vârfului Seaca, Valea Gurghiului, vf. Fâncel pot constitui bazele ecoturismului și drumeției, iar în timp de iarnă turelor de schi, atelaje cu câini, ture cu sanii trase de cai sprijinind și turismul rural din localitățile adiacente. Desigur, ca și în Munții Harghita, și în Gurghiu un element de marcă va fi și turismul cinegetic, completat de servicii de observare a animalelor sălbatice
 - **Zona 7: Târnava – Nyiko**: localități de-a lungul râului Târnava și a păraurilor Nyiko și Goagiu. Având ca factor de polarizare principală municipiul Odorheiu Secuiesc, arealul extins până dincolo de Cristuru Secuiesc își va fortifica oferta de turism cultural și rural sprijinit pe patrimoniul cultural bogat al celor două orașe și satele din jur, pe patrimoniul construit arhaic și îndletniciri tradiționale. Vor fi dezvoltate traseele tematice locale și microregionale, bazându-se chiar pe experiențele de la Satu Mare. În

- privința turismului cultural se va căuta strângerea relațiilor cu mun. Sighișoara, pentru pachete turistice complementare (cultura săsească și secuiască)
- **Zona 8: Microregiunea Pogány-havas** (în colaborare cu județul Bacău): cuprinzând Miercurea-Ciuc, Frumoasa, Păuleni, Mihăileni, Lunca de Sus, Lunca de Jos, Ghimeș, Făget, precum și Leliceni, Ciucsângeorgiu (incl. satele componente), Ciugheș, Cădărești. Miercurea-Ciuc, va dezvolta condițiile turismului urban cu valențe profesionale și culturale, respectiv religioase la Șumuleu-Ciuc. Centrul de informare turistică va deservi nu doar microregiunea în cauză ci întreg Ținutul Secuiesc, în parteneriat cu centrele din Odorhei, Sfântu Gheorghe, Gheorgheni și Târgu Mureș. Zona Ghimeșelor va evidenția caracterul arhaic, prin turismul cultural și rural, completând oferta cu elemente ecoturistice orientate spre poalele sud-estice ale Munților Hășmaș și cele active spre munții Ciucului. Prin Harghita-Băi Miercurea-Ciuc va fi și baza turismului montan din Harghita, iar un element de marcă pentru municipiul Miercurea-Ciuc vor rămâne manifestările sportive, mai ales hocheiul de gheață.
 - **Zona 9: Homoroade – Cheile Vârghișului:** Lueta, Merești, Mărtiniș, Sânpaul va fi evidențiată prin ecoturismul bazat pe cheile Vârghișului și popasul păsărilor de la Sânpaul, ecoturism care va implica și trasee de vizitare ale elementelor culturii tradiționale, vizitarea satelor fiind recomandată prin trăsuri cu cai, călărit și ciclism, fără excluderea circulației motorizate. Apropierea de defileul Oltului de la Racoș (coloanele de bazalt și castelul de la Racoș) respectiv valea inferioară a Homorodului (biserici fortificate, cetatea Rupea) stimulează dezvoltarea în continuare atât a ecoturismului, turismului activ, cât și a turismului cultural și rural.

Bineînțeles, aceste zone nu sunt complete sau definitive, precum și ordinea propusă a elaborării concepțiilor de amenajare este una orientativă, în funcție de resursele existente, potențialul turistic al zonei și de dezvoltarea actuală a turismului din zonă.

Principalii actori ai realizării acestui domeniu de intervenție vor fi: Consiliile Locale și Consiliul Județean Harghita, societăți de specialitate. **Termenul propus** realizării acestor modernizări este de TS - Termen scurt adică de realizat între 1-3 ani.

V.1.3.2. Amenajarea corespunzătoare a câteva destinații alese cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații

În scopul practicării unui ecoturism profesional în primul rând este nevoie de realizarea unui inventar detaliat a resurselor actuale și modul lui de valorificare al acestora, alegerea a câtorva destinații cu scopul amenajării unor sate ecologice. Cu acest scop este nevoie de elaborarea unor planuri de dezvoltare pentru destinațiile alese (trebuie prezentat oferta ecoturistică a acestor destinații și ținta segmentului de piață) și pe urma acestuia amenajarea corespunzătoare acestor destinații prin folosirea energiei neconvenționale, centrale termice cu lemn, construcții din lemn sau alte surse naturale, biogaz. (Câteva exemple pentru **saturi ecologice**: Vărsașag, Inlăceni, Ghimeș.)

Pentru a obține rezultate cât mai bune în realizarea acestor măsuri este nevoie de o colaborare cât mai bună între diferite departamente: agricultura, silvicultura, amenajarea terenurilor. Dar în această activitate vor avea **rol important** și alte instituții județene ca Agenția Județeană pentru Protecția Mediului, Consiliile Locale, Instituții de Educație din județ și alte organizații nonguvernamentale de conservare (Asociația Polgár Társ, Asociația Eurokultúra, Asociația pentru Protecția Mediului din Ciuc, etc.). Planificarea unei stațiuni ecoturistice poate fi realizată de stat, de o companie privată sau o societate de dezvoltare având la bază standardele stabilite și aprobate inițial de către instituții guvernamentale.

Orizontul de timp în general este în concordanță cu gradul de prioritate, dar depinde și de capacitatea administrativă sau managerială a responsabililor, actorilor competenți, respectiv de voința de a participa sau nu în inițierea și implementarea acțiunilor în cauză.

Termenul propus al realizării acestor modernizări este de TM - Termen mediu adică de realizat între 3–7 ani.

V.1.3.3. Amenajarea unor trasee ecodidactice (ecoturistice) ale rezervațiilor naturale și mediatizarea acestora

Scopul acestei măsuri este amenajarea unor trasee (sau o rețea de trasee) ecologice care să ofere posibilitatea de a prezenta peisajul din punct de vedere al protecției mediului. Această metodă de cunoaștere a naturii va avea un rol important în educarea tineretului și atitudinii responsabile față de protecția mediului și al naturii. Nu în ultimul rând prin amenajarea

acestor trasee și locuitorii județului vor avea posibilitatea de a cunoaște mai bine valorile naturale ale județului.

Astfel prin această măsură va fi nevoie de identificarea traseelor ecodidactice, elaborarea unor planuri de dezvoltare al acestora, expunerea indicatoarelor și panourilor informaționale, cartografierea traseelor, amenajarea locurilor de odihnă, amenajarea recipientelor pentru gunoi (în locurile unde posibilitățile ne lasă) de-a lungul traseelor. Aceste trasee ecologice pot fi de mai multe forme: trasee amenajate cu indicatoare prin urma căruia nu este necesar asigurarea unui ghid de specialitate sau trasee cu tururi organizate cu ajutorul ghizilor specializate. În județul Harghita avem multe posibilități de a amenaja câteva trasee ecologice, un exemplu pentru un traseu poate fi: Vârful Cetății –Vârful Ciomatu Mare, Mlaștina Mohoș, Lacul Sfânta Ana – Vârful Poplis –Bixad (CV) – Piatra Șoimilor –Băile Tușnad. Pe lângă acest exemplu de traseu trebuie identificate cele mai relevante în scopuri ecodidactice.

În realizarea acestei măsuri vor avea **rol important** instituțiile județene, Consiliul Județean, Agenția Județeană pentru Protecția Mediului, Consiliile Locale, Instituții de Educație din județ și alte organizații nonguvernamentale de conservare (Asociația Polgár Társ, Asociația Eurokultúra, Asociația pentru Protecția Mediului din Ciuc, etc.), asociațiile microregionale sau societăți comerciale sau asociații turistice. **Termenul propus** al realizării acestor modernizări este de TM - Termen mediu adică de realizat între 3–7 ani.

V.1.3.4. Sprijinirea localităților rurale cu scopul de a formula unicitatea (în tradiții și activități meșteșugărești sau alte valori populare culturale) pe care poate oferi față de celelalte localități

Prin găsirea unicității fiecărei localități va fi nevoie de valorificarea acesteia prin prezentarea și integrarea acestor activități și tradiții în cadrul programelor oferite turiștilor. Există deja în județ câteva exemple foarte bune în practicarea turismului rural (Satu Mare, Zetea, Lueta).

Astfel fiecare localitate în parte trebuie să-și găsească unicitatea pe care le poate oferi și după identificarea acesteia integrarea acestei oferte într-un program. Câteva exemple pentru diversificarea paletei de programe:

- activități meșteșugărești: olăritul (Corund, Dănești), țesutul, sculptatul, lemnul, dogăritul, tunsul oii (Joseni), producția pălăriilor din pai (Crișeni)

- activități tradiționale țărănești: secatul, culegerea fructelor, creșterea animalelor pe ferme, pescuit, culegerea fructelor de pădure, plantelor medicinale, ciupercilor
- activități în grupuri: muncă cooperativă, recoltă, fârsang
- activități și tehnologiilor tradiționale (gastronomice) în jurul casei: pregătirea gemurilor de casă, murăturilor, siropurilor naturale, pâinii de casă, cașcaval de casă, brânză burduf, telemea, brânză de vacă, pregătirea pălinci de prune, urdă

În realizarea acestei măsuri **principalii actori** sunt Consiliile Locale localităților rurale, asociațiile micro-regionale sau alte asociații din zone rurale, populația comunităților locale și societăților comerciale care au activitate legată de turism rural și în ultimul rând Consiliul Județean. **Termenul propus** al realizării acestor modernizări este de TS - termen scurt adică de realizat între 1–3 ani.

V.1.3.5. Amenajarea corespunzătoare a pârtiilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare

În județul Harghita sunt amenajate 23 de pârtii de schi dintre care 14 sunt omologate.

Obiectivul principal al acestei măsuri este amenajarea corespunzătoare a pârtiilor de schi existente (Harghita Băi, Harghita Mădăraș, Bucin, Borsec, Lacul Roșu, Băile Tușnad), lărgirea și modernizarea acestora: mărirea lungimii unor pârtii de schi (unde se poate), construirea de instalații de transport pe cablu pentru persoane, instalarea de echipamente pentru producerea zăpezii artificiale, instalarea echipamentelor pentru iluminatul nocturn al pârtiilor de schi, dotarea cu echipamente pentru întreținerea pârtiilor de schi, amplasarea indicatoarelor de semnalizare și balize, amplasarea panourilor de orientare în principalele puncte de interes ale stațiunii sau ale localității montane, amenajarea locurilor de parcare corespunzătoare ca număr de locuri la baza pârtiilor. Prin modernizarea acestor pârtii ele vor fi omologate, astfel condițiile practicării schiului de agrement va fi mai atractiv și siguranța turiștilor se va ameliora. Pe lângă acesta ar trebui identificate noi destinații pentru construirea a unor noi pârtii de schi (cu altitudine peste 1300 metri și lungimea pârtiei să fie peste 1000 metri).

Principalii actori ai realizării al acestui domeniu de intervenție vor fi: Consiliile Locale, Consiliul Județean Harghita, organizațiile și asociațiile sportive, proprietarii și managerii pârtiilor de schi existente și altor întreprinderi care au legătură directă cu turismul montan. **Termenul propus** realizării acestor modernizări este de TM - Termen mediu adică de realizat între 3–7 ani.

V.1.3.6. Coordonarea în timp și spațiu al manifestărilor și festivalurilor culturale și editarea unui calendar de evenimente al județului

Numărul evenimentelor și festivalurilor culturale, istorice, de muzică, de artă, folclorice sau religioase este destul de vastă în județul Harghita și în aproape toate localitățile urbane și rurale se organizează câteva evenimente anuale. Scopul principal al acestor măsuri este editarea unui calendar de evenimente al județului în care apar toate aceste evenimente importante urmărind prin acesta evitarea suprapunerilor. Aceste evenimente trebuie să aibă un standard cât mai exigent și competitiv să atragă atât turiști din țară cât și din străinătate. Un rol important al editării acestui calendar va fi promovarea acestor evenimente la nivel internațional. În realizarea acestor măsuri **are rol important** Agenția Județeană de Cultură, comunitățile locale și asociațiile și organizațiile non-profit. **Termenul propus** realizării acestora este de TS - termen scurt adică de realizat între 1–3 ani.

V.1.3.7. Sprijinirea renovării monumentelor, siturilor arheologice, biserici fortificate, castelelor, cetăților și conacelor cu scopul organizării unor tururi de vizitare al acestor obiective

Administrarea amplasamentelor, proiectarea arhitecturală și peisagistică în zone turistice în zone cu situri istorice și alte obiective arheologice sau religioase, trebuie realizate de un comitet sau o comisie de analiză arhitecturală aleasă în acest scop. Renovarea acestor obiective trebuie să aibă la bază armonizarea cu mediul înconjurător local și tradițiile arhitectonice. Pe lângă acesta obiectivele renovate trebuie integrate în circuituri turistice prin organizarea și promovarea tururilor de vizitare al acestora.

Finanțarea planificării turistice a siturilor arheologice sau istorice la nivel local intră în aria de **responsabilitate a autorităților locale și centrale**, dar are rol important de exemplu și Muzeul din Miercurea Ciuc. Pe lângă acesta finanțarea restaurării zonelor istorice poate fi realizată și de către sectorul privat, dar cu sprijin din partea guvernului. **Termenul propus** realizării acestor modernizări este de TM - termen mediu, adică de realizat între 3–7 ani.

V.1.3.8. Identificarea (explorarea) surselor de apă minerală din județ și reabilitarea mofetelor nefuncționale

Din patrimoniul hidrogeologic (ape minerale) foarte bogat al județului foarte puține resurse sunt valorificate pentru scopuri balneare, iar cele valorificate sunt mult sub nivelul așteptărilor. Izvoarele minerale mai ales în spațiul rural nu sunt captate și protejate corespunzător. În județ sunt multe localități rurale unde sunt posibilități de amenajare a unor noi structuri de tratament sau modernizarea mofetelor existente: Băile Banffy, Băile Sântimbru-Pucioasa, Sâncrăieni, Băile Selters, Băile Chirui, Remetea, Băile Szeredai (Miercurea Ciuc), Băile Dugaș, Băile Madicea, Cârța, Băile Sărate, Cristuru Secuiesc, Băile Arcio, Corund, Iacobeni, Cașin, Valea Întunecoasă.

Modernizarea acestora se referă la o serie de lucrări: renovarea dotărilor existente sau construirea unor noi. Structurile ce se vor realiza în viitor trebuie să se integreze armonios în stațiune, ele trebuind să formeze cu structurile vechi un ansamblu unitar ca aspect, funcționalitate și posibilități de comercializare.

Principalii actori ai realizării acestui domeniu de intervenție vor fi: Consiliile Locale, Consiliul Județean Harghita, populația locală respectiv organizațiile non-guvernamentale (asociații, fundații), proprietarii și managerii bazelor de tratament existente, altor întreprinderi care au legătură directă cu turismul balnear, instituții și societăți de specialitate (instituții de sănătate).

Termenul propus realizării acestor modernizări este de TM - Termen mediu adică de realizat între 3–7 ani.

V.2. Axa de dezvoltare nr. 2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe

V.2.1. Prezentare sinoptică

Axa de dezvoltare	Axa de dezvoltare nr. 2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe
Obiective operative	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ prin restaurarea sau sprijinirea construirii structurilor de primire cu funcțiuni de tratament balnear sau wellness 2. Crearea condițiilor necesare și întreținerea infrastructurii pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ 3. Sprijinirea turismului rural și stimularea dezvoltării agroturismului, fiind o formă de primire specifică regiunii 4. Stimularea renovării și amenajării sau creării structurilor de primire turistică destinate tineretului 5. Creșterea calității serviciilor oferite în structurile de primire turistică 6. Facilitarea dezvoltării și apariției diferitelor tipuri de structuri de agrement pe raza județului
Fundamentare	<p>Cum se vede și în capitolele precedente, județul Harghita dispune de o mare și variată bogăție naturală și antropică, numărând o paletă largă a destinațiilor turistice. Obiectivul strategic al județului are la bază o dezvoltare turistică echilibrată care se sprijină pe mai multe piloane: segmente, forme și produse multiple realizabile prin dezvoltarea a diferitelor tipuri de spații de cazare și a tipurilor de locație, prin oferta de produse și servicii diferențiate zonal cu valorificarea resurselor existente, asigurând o dezvoltare echilibrată a teritoriilor și reducerea sezonalityi.</p> <p>Infrastructura turistică și balneară din renumitele stațiuni turistice ale județului este în stare critică, structurile de cazare și de tratament în cele mai multe locuri sunt degradate, nefuncționale. Cele puține care sunt în funcțiune nu corespund</p>

cerințelor de igienă, oferă servicii calitate inferioară, structurile de cazare și tratament sunt vechi etc. Datorită acestei stări, potențialul turistic și balnear excepțional ale acestor stațiuni este foarte slab exploatat fiind nevoie de investiții majore pentru a reda locurilor caracterul și importanța de pe vremuri. Recunoscând situația existentă și importanța destinațiilor turistice cu potențial turistic, Ordonanța de urgență nr.142 din 28.10.2008 vine în ajutorul unităților administrativ-teritoriale cu resurse turistice de interes național sau local. Turismul este considerat o activitate economică prioritară în unitățile administrativ-teritoriale cu resurse turistice cuprinse în anexele ordonanței. Proiectele de infrastructură turistică, tehnică și de protecția mediului, pentru unitățile administrativ-teritoriale cu resurse turistice vor fi promovate cu prioritate, prin programele naționale, regionale și județene de dezvoltare.

Conform statisticilor județul Harghita este situat pe locul al doilea la nivel național privind numărul locurilor în domeniul pensiunilor turistice rurale cu un procent de 14,7%. În privința pensiunilor rurale se situează pe locul șase însumând un procent de 6,2%. Analizând acești indicatori este evident că județul are o poziție mai solidă în domeniul pensiunilor. Aceste tipuri de cazare corespund în linii mari obiectivului de dezvoltare a turismului activ și al ecoturismului specific completat cu alte forme turistice ca turismul cultural și rural. Dar este evident faptul că la nivel județean segmentul hotelier este slab reprezentat, fiind nevoie de dezvoltarea, renovarea și reclassificarea structurilor de cazare existente precum și de construirea a astfel de structuri de capacitate de primire mare și grad de confort ridicat. Aici însă este nevoie de o planificare a locațiilor deosebit de riguroasă evitând suprasolicitarea și deteriorarea mediului înconjurător și a patrimoniului natural, antropic. Prin aceste acțiuni bine gândite se poate realiza și zonarea dezvoltării, în dezvoltarea de tip hotelier accentul fiind pe stațiunile turistice, în alte zone ale județului păstrându-se caracterul de turism rural. Pentru lărgirea ofertei de tipuri de structuri de primire și atragerea altor segmenti de turiști este nevoie de recondiționarea și dezvoltarea taberelor școlare și campingurilor de pe raza județului.

În scopul realizării unui grad de ocupare mai ridicat și de prelungire a sejurului este nevoie de investiții importante în baze de agrement preponderent în

	<p>stațiunile turistice, unde se va dezvolta un turism de masă cu caracter balnear și de agrement. Dar pentru ținerea turiștilor în zonă este nevoie de realizarea a diferitelor tipuri de agrement și în alte locații unde este o concentrație mare a turismului rural sau activ. Aceste tipuri de investiții au ca scop diversificarea activităților, creșterea veniturilor atât prin folosirea structurilor de agrement cât și prin prelungirea duratei de sejur a turiștilor.</p> <p>Pentru a se asigura o diversificare atractivă este nevoie de unități de alimentație cu specific, care lipsesc aproape în totalitate. Regiunea dispune de o bucătărie tradițională deosebită, tehnologiile tradiționale de preparare a produselor culinare sunt vii. Este necesar atât dezvoltarea structurilor de primire turistică cu funcțiuni de alimentație de calitate superioară cu specific gastronomic regional, cât și stimularea structurilor de primire rurale pentru oferirea mâncărilor tradiționale.</p>
<p>Principalele domenii de intervenție / programe</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sprijinirea dezvoltării infrastructurii în stațiunile turistice și a elaborării planurilor de dezvoltare a acestor destinații 2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire pe raza traseelor de turism activ și pentru asigurarea suportului tehnic privind aceste forme de turism 3. Recondiționarea taberelor școlare, campingurilor și vilelor 4. Stimularea investițiilor în structuri de cazare de tip hotelier în zonele specificate, asigurând un grad ridicat de calitate a serviciilor 5. Dezvoltarea structurilor de primire cu funcțiuni de alimentație cu specific și calificare ridicată 6. Promovarea spiritului antreprenorial pentru apariția noilor investiții în domeniul structurilor de agrement în stațiunile turistice și zonele cu concentrație turistică ridicată

Efecte scontate

- turismul reprezintă ramura economică de bază în aceste stațiuni, reabilitarea și dezvoltarea acestuia având un impact deosebit asupra economiei și a pieței locale de forță de muncă,
- atragerea investitorilor strategici poate asigura un nivel de calitate a serviciilor deosebit de ridicat și competitivitate pe piața națională și internațională,
- prelungirea duratei medii de sejur turistic prin oferirea alternativelor pentru petrecerea timpului liber,
- atragerea de noi segmente interesate în acest tip de turism,
- reducerea sezonității prin introducerea unor noi forme de atracții turistice și de agrement oferite,
- turism activ în siguranță,
- diversificare a serviciilor turistice,
- venituri complementare întreprinzătorilor locali
- prezența maselor mari de turiști poate afecta protecția și susținerea resurselor turistice naturale sau antropice.

V.2.2. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor

V.2.2.1. Sprijinirea dezvoltării infrastructurii în stațiunile turistice și a elaborării planurilor de dezvoltare a acestor destinații

Resursele județului în domeniul turismului de sănătate sunt relevante: numeroase izvoare de apă minerală, mofete, medii naturale și condiții optime pentru recreere. Însă degradarea fizică a stațiunilor balneare împiedică exploatarea eficientă a acestora. Pentru dezvoltarea strategică a stațiunilor turistice este necesară accentuarea funcției de bază a acestor localități, adică a funcției turistice balneare. În prezent oferta serviciilor de tratament balnear sunt profilate mai ales pe segmentele de populație mai vârstnică, venită mai ales cu sprijinul oferit de sistemul biletelor de tratament. Sistemul actual pentru biletele de tratament este susținut de Casa Națională de Pensii și Casa Națională de Asigurări de Sănătate. Oricum, bazele de tratament sunt învechite și nu corespund cerințelor și reglementărilor actuale. Dar stațiunile turistice au în vedere și abordarea altor segmente de piață, de exemplu populația mai tânără, cu venituri mai ridicate care solicită o diversitate de servicii de agrement. Din acest motiv, dezvoltarea turismului în stațiunile turistice din județ are două obiective strategice:

- modernizarea și reabilitarea infrastructurilor balneare și de tratament
- formarea turismului de tip wellness și de agrement.

Accentul fiind atât pe reconstituirea profilului vechi a localităților, cât și pe formarea unui profil secundar pentru care este cerere atât pe piața națională cât și pe cea internațională.

Proiectul se referă la locațiile și unitățile existente cum sunt **Băile Tușnad** și **Borsec**, unde trebuie reabilitată și/sau menținută infrastructura specifică turismului balnear și de tratament tradițional, destinată în special populației de vârstă a doua și a treia, dar se impune ridicarea standardelor de calitate a serviciilor existente și dezvoltarea paletelor de oferte. Structurile de cazare sunt caracterizate prin hoteluri de cură de categoria 2 stele și pensiuni nou apărute. Capacitatea de cazare în stațiunea Băile Tușnad fiind satisfăcătoare, este nevoie de ridicarea clasificării hotelurilor de cură la nivelul de 3-4 stele și de atragerea investitorilor și a **know-how**-ului pentru dezvoltarea bazelor de tratament și ridicarea calității serviciilor oferite. În cazul stațiunii Borsec pe lângă reconstruirea bazei de tratament este nevoie de dezvoltarea infrastructurii de primire turistică cu funcțiuni de cazare de tip hotel cu capacitate ridicată și clasificare de cel puțin 3 stele. Produsele turistice oferite în aceste locații sunt destinate turismului de sejur caracterizat de o durată mai lungă, de una sau două săptămâni. Ca urmare se impune și dezvoltarea produselor de agrement activ și pasiv de tip wellness.

Pentru evitarea densității ridicate a construcțiilor și stilului arhitectural inadecvat al clădirilor precum și evitarea degradării mediului înconjurător trebuie adoptat un model de amenajare turistică în fiecare destinație turistică în parte. La elaborarea **planurilor de dezvoltare** se va avea în vedere păstrarea calității mediului, prospețimea naturii, caracterul de liniște.

Termen de realizare: Termen mediu, 3-5 ani

Actori responsabili propuși:

- autoritățile-publice locale, Consiliul Județean Harghita
- investitori și întreprinzători, IMM-uri turistice
- lanțuri hoteliere internaționale
- firme de consultanță

V.2.2.2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire pe raza traseelor de turism activ și pentru asigurarea suportului tehnic privind aceste forme de turism

Pentru dezvoltarea cu succes a turismului activ și pentru valorificarea cu succes a potențialului turistic este nevoie și de dezvoltarea infrastructurii în sprijinul acestor tipuri de activități. Pentru asigurarea tipurilor de turism activ este important a avea în vedere sloganul „aventură în siguranță”. Pe lângă amenajarea traseelor pentru drumeții hiking, cicloturism sau turism ecvestru se vor amenaja **refugii destinate turiștilor**. Aceste refugii trebuie să asigure loc de ocrotire față de fenomenele naturii dar și față de animalele din sălbăticie. În mod ideal vor fi dotate cu sistem de telecomunicație, cu rezerve minime de hrană și apă potabilă, accesorii pentru punerea focului și deszăpezire, putând asigura refugiu până la încetarea pericolului sau până la sosirea echipelor de salvamont.

Pe raza traseelor turistice cu un flux ridicat de turiști, pentru păstrarea mediului înconjurător și un mod de turism civilizat, va fi necesară **amenajarea popasurilor cu infrastructură adecvată**: determinarea locurilor pentru foc, dotarea cu tomberoane pentru gunoi suficiente. În cazul unor trasee turistice destinate turismului activ și a pârtiilor de schi va fi necesar amenajarea locurilor de parcare suficiente la punctele delimitate, evitând aglomerarea și poluarea mediului, precum și de dotarea spațiilor și popasurilor cu toalete ecologice.

Se propune dezvoltarea tipurilor de structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare de forma **cabanelor de vânătoare** cu amenajări specifice pentru exploatarea turistică a fondului cinegetic și de observare a animalelor sălbatice. Aceste tipuri de structuri putând fi de o categorie de confort medie în locații obișnuite destinate turiștilor de prima sau a doua vârstă cu venituri medii. În al doilea rând este necesar dezvoltarea structurilor de primire de categorie de confort ridicată, cabane sau vile vânătoarești în locații speciale, destinate segmentului de piață de vârstă a doua sau a treia cu venituri mari.

În același timp este nevoie de stimularea actorilor locali care dețin spații de cazare turistică pentru a asigura suportul tehnic pentru turismul ecvestru. Este necesar ca proprietarii pensiunilor rurale și agro-turistice, sau alte forme de IMM-uri să amenajeze **baze hipice** de calitate ridicată, cu un număr de cabaline suficientă pentru drumeții montane oferite unor grupuri mai mici de turiști. Organizarea de excursii de mai multe zile cu popasuri la diferite

destinații turistice, necesită locații unde va fi asigurată infrastructura potrivită atât pentru cazarea turiștilor cât și pentru adăparea și înoptarea cailor.

Termen de realizare: Termen scurt, 1-3 ani

Actori responsabili propuși:

- autoritățile-publice locale
- Consiliul Județean Harghita
- IMM-uri turistice
- proprietari de pensiuni rurale sau agroturistice
- asociații de profil

V.2.2.3. Recondiționarea taberelor școlare, campingurilor și vilelor

În județul Harghita în prezent oferta de structuri de cazare cuprinde foarte puține spații destinate școlărilor, studenților sau persoanelor tinere sau de vârstă medii cu venituri moderate. Deși pe raza județului există mai multe tabere, campinguri sau popasuri turistice acestea sunt în stare de degradare sau nu sunt amenajate și exploatate corespunzător.

Stațiunile turistice cum sunt **Băile Homorod**, **Izvorul Mureșului** și **Lacul Roșu** sunt destinații unde există astfel de infrastructuri, dar necesită o recondiționare și reamenajare completă. Dezvoltarea acestor tipuri de infrastructuri contribuie și la realizarea obiectivelor propuse în Axa de dezvoltare nr.1 privind valorificarea potențialului turistic și antropic. Pe de altă parte sprijină și dezvoltarea ecoturismului, campinurile și căsuțele fiind forme de cazare turistică mai apropiate acestui fel de turism. În acest mod sunt posibile observarea și aprecierea naturii de mai aproape.

Taberele școlare și campingurile trebuie să ofere spații de cazare de un confort mai scăzut, dar în mod civilizată, însă prin caracterul lor pot fi amenajate și în apropierea rezervațiilor naturale.

Prin acest program se propune **reabilitarea taberei școlare** de la Băile Homorod, a **vilelor** ajunse în stare de degradare foarte avansată de la Lacul Roșu și Băile Homorod. Este necesară **amenajarea corespunzătoare a campingurilor și popasurilor turistice** de la Băile Tușnad, Borsec, Lacul Roșu, Băile Szejke și Chirui. Prin dotarea locațiilor cu elementele de infrastructură

tehnică și edilitară necesare se poate ajunge și la o exploatare mai ridicată a acestor structuri de primire.

Termen de realizare: Termen scurt, 2-3 ani

Actori responsabili propuși:

- Direcția Județeană pentru Tineret Harghita
- IMM-uri turistice

V.2.2.4. Stimularea investițiilor în structuri de cazare de tip hotelier în zonele specificate, asigurând un grad ridicat de calitate a serviciilor

În stațiunile turistice și centrele urbane din județ există unități de cazare de categoria celor de 2-3 stele și pensiuni urbane cu clasificare asemănătoare. Urmărind obiectivele de dezvoltare turistică propuse se impune creșterea capacităților de cazare pe alte segmente, adică la nivel de 3⁽⁺⁾ și 4 stele și de tip hotelier. Este de preferat tipul de structură de cazare de hotel, deoarece prin numărul mare de spațiu de cazare se poate oferi turiștilor o gamă mai diversificată de servicii la un nivel calitativ ridicat față de micile pensiuni, care nu pot concura în acest domeniu. Considerăm necesară construirea și/sau dezvoltarea acestor tipuri de infrastructuri doar în anumitele zone sau destinații turistice ale județului cum ar fi **centrele urbane** ca Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc și Gheorgheni precum și în **stațiunile turistice** ca Băile Tușnad, Băile Harghita, Borsec și Lacul Roșu.

Pentru realizarea acestor investiții de anvergură este necesar atragerea unui capital financiar ridicat și de specialiști în domeniul hotelier. În sprijinul acestui proiect trebuie să vină și Axa de dezvoltare nr. 4 privind formarea capitalului uman. Succesul acestor infrastructuri fiind asigurat atât prin crearea infrastructurii adecvate cât și prin angrenarea unui personal calificat, un management de specialitate și oferirea de servicii de calitate excepțională.

Termen de realizare: Termen mediu, până la 5 ani

Actori responsabili propuși:

- lanțuri hoteliere internaționale
- investitori și IMM-uri turistice
- firme de consultanță

V.2.2.5. Dezvoltarea structurilor de primire cu funcțiuni de alimentație cu specific și calificare ridicată

Pentru obținerea unui mix de servicii diversificat sunt necesare restaurantele și structurile cu funcții asemănătoare pentru a impresiona plăcut turiștii în timpul șederii. Destinațiile turistice și structurile de cazare nu sunt suficiente pentru atragerea și menținerea turiștilor, este importantă și prezența unităților de alimentație. În prezent structurile de primire turistică cu funcțiuni de alimentație sunt puține, în general restaurante clasice și de calitate medie-inferioară.

Este nevoie de construirea unor unități de alimentație noi, de categorie superioară cu **specific local, național sau vânătoresc** având în vedere tradițiile gastronomice și bucătăria specifică din regiune, calitățile zonei de interferență între cultura maghiară-secuiească și cea românească. Gastronomia locală nu se rezumă doar la alimentație ci și la o evocare a patrimoniului cultural culinar, specificitatea gastronomiei în domeniul turismului însemnând atractivitate. Iar prin promovarea produselor culinare și tehnologiilor tradiționale în cadrul restaurantelor cu specific, se realizează și sprijinirea economică a producătorilor autohtoni, dar și menținerea unei forme de alimentație sănătoasă bazată pe produse naturale, ecologice.

Termen de realizare: Termen scurt, până la 2 ani

Actori responsabili propuși:

- Investitori
- IMM-uri turistice

V.2.2.6. Promovarea spiritului antreprenorial în domeniul structurilor de agrement în stațiunile turistice și zonele cu concentrație turistică ridicată

Pentru reducerea sezonității și prelungirea duratei de sejur sunt necesare diversificarea ofertei de servicii turistice complementare, dezvoltarea diferitelor tipuri de agrement practicabile atât în aer liber cât și cele în interior, atât vara cât și iarna, activități de timp liber de natură sportivă sau culturală.

Este necesară dezvoltarea structurilor turistice de agrement culturale, cum ar fi amenajarea teatrelor de vară, amfiteatre în aer liber pentru spectacole, concerte și organizarea de baluri. Restaurarea castelurilor și a conacelor oferind programe de evocare a tradițiilor, de exemplu

prezentare hipică, gastronomie cu folosirea îmbrăcămintelor, muzicii, obiceiurilor tradiționale. Astfel de locații pot fi **Castelul medieval de la Lăzarea**, **Curia Mikó** din Joseni, **Conacul Biális** de la Mihăileni etc.

În al doilea rând în destinațiile turistice trebuie realizate noi centre și posibilități de agrement de tip sportiv cum ar fi:

- terenuri de tenis, handbal, popice sau paint-ball,
- centre hipice: călărit și plimbări cu trăsura, concursuri hipice,
- ștrand cu piscine în aer liber și/sau acoperite și centre de agrement acvatic.

Termen de realizare: Termen scurt, 2-3 ani

Actori responsabili propuși:

- Investitori
- IMM-uri turistice locale

V. 3. Axa de dezvoltare nr. 3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita

V.3.1. Prezentare sinoptică

Axa de dezvoltare	Axa de dezvoltare nr. 3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita
Obiective operative	<ol style="list-style-type: none"> 1. funcționarea parteneriatelor locale, județene și regionale dintre autorități publice centrale și locale 2. funcționarea parteneriatelor dintre autoritățile locale, întreprinderi turistice și organizații non-guvernamentale 3. stimularea parteneriatelor cu organisme profesionale naționale și internaționale 4. creșterea conștiinței ecologice și turistice 5. crearea unor locuri de muncă cu perspective de carieră profesională în sfera publică 6. creșterea transferului de cunoștințe, adaptarea unor inovații din domeniul turismului 7. parteneriate dintre instituții de învățământ vocațional pentru turism și piața forței de muncă
Fundamentare	<p>Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita presupune o serie de măsuri cu caracter de coordonare, stimulare, facilitare a dialogului dintre interesații locali, microregionali, județeni și regionali ai turismului. Dezvoltarea turismului este rezultatul a mai multor factori: crearea atractivității materializată prin obiective atractive de rezonanță, constituind miezul produselor turistice cu specific ecoturistic, activ, de sănătate, cultural etc.</p> <p>Crearea, susținerea și dezvoltarea resurselor și obiectivelor atractive poate fi competența diferiților actori ai vieții socio-economice. Dezvoltarea diferitelor forme de turism activ sau ecoturism de ex. este rezultatul eforturilor unor ONG-uri sau instituțiilor publice. Turismul cultural poate fi susținut de instituții</p>

culturale ale căror scopuri, misiuni nu se rezumă la deservirea turiștilor (de ex. muzeele), dar pot contribui la trezirea interesului vizitatorilor pentru valorile locale și prin mijloace adecvate pot să profite chiar din deschiderea față de turiști și tour-operatori. Axa 3 este complementară cu celelalte axe de dezvoltare a strategiei, deoarece facilitează *implementarea* tuturor obiectivelor și măsurilor preconizate în cadrul lor.

Consiliul Județean Harghita poate avea un rol de inițiere și coordonare, de stimulare a diferitelor parteneriate din județ, pe diferite teme, diferite interese. Obiectivele operative conturate se traduc în domenii de intervenție sau programe inițiate de CJ Harghita, dar în implementarea acestora partenerii diferă în funcție de conținutul și anvergura programului respectiv.

Fără măsurile preconizate mai jos dezvoltarea turismului din județul Harghita își va păstra caracterul *spontan* cu persistarea unor efecte nedorite și întârzierea beneficiilor așteptate de la dezvoltarea turismului. O bună organizare a activităților legate de turism poate asigura creșterea *competitivității* ofertei turistice a județului, prin eficientizarea eforturilor de dezvoltare a produselor turistice, asigurarea calității și profesionalizarea serviciilor, pregătirea adecvată a forței de muncă din turism, dezvoltarea culturii antreprenoriale, perfecționarea marketingului destinației. Totodată, implementarea tuturor măsurilor preconizate – prin mecanismele de colaborare dintre autoritățile administrației centrale și locale, autorități și întreprinderi turistice, respectiv cu societatea civilă – poate asigura și caracterul mai durabil / sustenabil al dezvoltării turismului pe termen lung.

Un sistem organizatoric pentru managementul destinației turistice presupune o relativă independență de factorul politic (politica de partid), asigurarea profesionalismului prin manageri de destinație specializați, motivați, precum și resurse financiare pentru susținerea programelor inițiate. Crearea sistemului organizatoric județean poate avea *alternative* cu accente pe APL-uri, cu accente pe IMM-uri sau pe ONG-uri profesionale de turism. Poate avea *caracter etapizat*: într-o primă fază se constituie organizațiile de MDT microregionale, apoi cele județene și cele regionale. O altă alternativă este crearea mai întâi a organizației

	<p>MDT la nivel județean, urmată de organizațiile microregionale. Trebuie avute în vedere inițiativele similare de până acum, cum este cazul Asociației Turistice Harghita, în care CJ Harghita este membru fondator și susținător important. Trebuie evitată crearea unor organizații, organisme paralele cu aceleași scopuri, dar se poate închipui crearea unor structuri <i>complementare</i> care să acționeze în domenii neabordate până acum.</p> <p>În momentul de față, pe termen cel mai scurt se pare că se impune <i>asocierea autorităților administrațiilor publice locale</i> pentru elaborarea și implementarea unor strategii microregionale și locale derivate din strategia județeană, planuri de acțiune pe diferite teme (dezvoltarea condițiilor dezvoltării ecoturismului, sau a turismului balnear, a turismului cultural etc.). Odată cu crearea unei asociații de dezvoltare a turismului, trebuie regândită și agreată relația dintre organizația/organizațiile de MDT și AT Harghita, cea din urmă fiind concentrată deocamdată pe acțiuni de promovare prin participarea la expoziții și târguri de turism.</p> <p>Parteneriatele autorităților cu ONG-uri poate contribui la o implementare mai eficientă a legislației privind protecția naturii, a monumentelor istorice și prin acestea la protecția resurselor turistice. Pe de altă parte, voluntariatele specifice societății civile pot fi integrate în planurile de acțiune pentru amenajarea turistică a teritoriului, prin susținerea financiară dar și controlul tehnic-profesional al acestora. ONG-urile sunt capabile de a prelua anumite sarcini de la administrația publică locală, având avantajul funcționării mai elastice, dar și dezavantajul dependenței financiare de organisme finanțatoare. Județul Harghita se caracterizează printr-o viață civică relativ bine dezvoltată, dar în unele aspecte neintegrată în societatea civilă românească, nefiind capabilă să se folosească de resursele disponibile pentru aceasta. În privința asociațiilor profesionale se recomandă afilierea la, sau colaborarea cu organizații naționale și internaționale cu specific turistic pentru preluarea modelelor de bune practici, dar și pentru reprezentarea mai eficientă a intereselor locale-regionale în raport cu organismele guvernamentale și sfera competițională, după caz.</p> <p>Măsurile/programele conturate mai jos pot fi concepute fie ca alternative, fie ca</p>
--	--

	<p>aspecte complementare neexcluzându-se reciproc. În cazul unora, desigur există deja premise; în mai multe localități cu activitate turistică au apărut deja organizații profesionale, asociații ale întreprinzătorilor turistici, așa cum există numeroase asociații cu profil ecologic, turistic, sportiv, cultural sau social, care au acumulat deja unele experiențe și în promovarea activităților legate de turism (îmbogățirea ofertei turistice regionale sau stimularea participării cetățenilor la activități recreative-turistice).</p> <p>Un aspect aparte al dezvoltării turismului este latura socială, adică facilitarea persoanelor dezavantajate la activități turistice, precum și respectarea drepturilor lucrătorilor din turism, sector unde mișcarea sindicalistă este mai puțin specifică, mai ales la IMM-uri. Aceste aspecte necesită colaborări dintre diferite instituții publice, ONG-uri dar și reprezentanți ai afaceriștilor din turism. Fără sensibilizarea interesatilor din turism față de nevoile resurselor umane din turism calitatea serviciilor turistice nu va evolua în direcția competitivității și mai puțin a durabilității.</p> <p>Programul de guvernare cuprinde în capitolul Turism printre direcțiile de acțiune <i>Restructurarea instituțională și înființarea unei organizații specializate pentru politica de marketing în turism</i>. Se poate presupune luarea în serios de către Guvernul României a Master Planului pentru dezvoltarea turismului național în care se prevede crearea Organizației Naționale de Turism alături de ministerul responsabil pentru turism. Birourile regionale ale Departamentului de Dezvoltare ale ONT vor colabora prin inspectorii teritoriali cu <i>inspectorii de turism numiți de autoritățile locale</i>, care, la rândul lor vor coordona turismul pe plan local și vor supraveghea activitatea Centrelor de Informare Turistică.</p>
Principalele domenii de intervenție / programe	<p>3.1. crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice la nivel local-microregional, județean și regional</p> <p>3.2. crearea Consiliului Consultativ al Turismului din județul Harghita</p> <p>3.3. stimularea creerii și funcționării unor asociații turistice profesionale locale</p> <p>3.4. înființarea posturilor de referenți și inspectorii de turism</p> <p>3.5. stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltarea turismului</p>

	<p>din regiune</p> <p>3.6. organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și cultură</p> <p>3.7. stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice</p> <p>3.8. elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți</p> <p>3.9. organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale internaționale</p>
--	--

V.3.2. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor

Axa de dezvoltare nr. 3. *Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita* va fi implementată prin domeniile de intervenție descrise mai jos, concretizate în programe sau proiecte la nivel județean, local.

V.3.2.1. Crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice (OMDT) la nivel local-microregional, județean și regional

Deși există anumite premise în colaborarea microregională și județeană dintre autoritățile publice locale, și între întreprinzătorii locali din turism, județul Harghita este încă departe de funcționarea unor modele de tipul Managementul Destinației Turistice. Experiențele de până acum acumulate mai ales prin activitatea Asociației de Turism Harghita se concentrează mai mult la aspecte de promovare. Promovarea, desigur, intră în competența organizațiilor de MDT, dar nicidecum nu se rezumă la acestea. În contextul legislației actuale cu privire la asociații și fundații se poate închipui crearea unei OMDT cu denumirea de *Asociația pentru Dezvoltare Durabilă a Turismului din județul Harghita*, care să includă reprezentanții sferei de afaceri, ai autorităților și ai societății civile.

O asemenea organizație poate fi edificată de jos în sus, sau pornind de la nivelul județean cu rolul inițiator al Consiliului Județean Harghita. Se poate închipui atât ca o asociație județeană, sau ca o *federație județeană* a asociațiilor turistice microregionale, zonale. Structurarea acesteia ar

avea la bază criteriile generale obișnuite în cazul asociațiilor (adunare generală, consiliu director etc.) cât și specific profesionale prin comitete specializate:

- Comitet pentru dezvoltarea produselor turistice și promovare turistică,
- Comitet pentru protecția mediului și amenajarea teritoriului,
- Comitet pentru asigurarea calității și probleme de branding regional,
- Comitet pentru dezvoltarea resurselor umane,
- Comitet pentru aspecte juridice și legislative,
- Comitet pentru relații naționale și internaționale etc.

În cazul unei asociații (și nu federații) județene interesele microregionale-locale pot fi evidențiate și prin crearea unor *comitete sau comisii microregionale* (pentru zona Ciuc, Odorhei, Giurgiu, Toplița etc.), dar care să aibă specialiștii pentru aspectele tematice menționate. *Atribuțiile principale ale unei asociații derivă din modul de organizare*, din structurarea funcțională pe comitete și din legislația turistică, de mediu, de amenajarea teritoriului și urbanismul, de protecția consumatorilor, de învățământul vocațional, de sănătate și asigurare socială, dreptul muncii, dar mai ales cea de administrație publică locală.

Dat fiind faptul că factorii de decizie în administrația publică vor rămâne consiliile locale, respectiv județene (la nivel regional Consiliul de Dezvoltare Regională), precum și primarii, respectiv președinții consiliilor județene, OMDT va fi de fapt un organism de *fundamentare a deciziei*, un cadru de colaborare cu compartimentele actuale responsabile pentru turism, protecția mediului, amenajare din cadrul primăriilor și din aparatul de specialitate a consiliului județean. Înainte de crearea unui asemenea cadru organizatoric există posibilitatea de a înființa *grupuri de lucru tematice* prin dispoziția președintelui CJ Harghita, în care să fie cooptați și specialiști din afara aparatului de specialitate a CJ. Așadar, OMDT-ul sau alte forme similare pot avea rol de fundamentare a deciziilor, rol de avizare, dar deciziile privind unele reglementări, lucrări publice, investiții, organizarea unor programe sub egida APL-urilor va rămâne în competența factorilor actuali de decizie.

În sfera privată-competițională, cei care iau decizii privind aprobarea unor măsuri, implementarea unor politici și strategii din domeniul turistic tot va rămâne în competența directorilor executivi, managerilor acestora. OMDT-ul va fi deci pentru acestea o sursă de know-how, factor de creștere a competitivității produselor și serviciilor oferite.

Termen de realizare: termen mediu, 3 – 5 ani, dar cu începere imediată

Efecte scontate:

- realizarea unei politici de dezvoltare durabilă și competitivă a turismului
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării calității serviciilor turistice
- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice prin profesionalizarea activităților
- transfer rapid de cunoștințe despre surse de finanțare, oportunități de promovare, tendințe de piață, facilitarea obținerii cunoștințelor despre segmentele-țintă
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- prevenirea efectelor negative ale turismului asupra mediului natural socio-cultural și economic
- diminuarea sezonalityi prin dezvoltarea produselor turistice și organizarea unor evenimente în afara sezonului turistic
- creșterea calității forței de muncă din turism, prin programe de pregătire și perfecționare realizate în parteneriat cu IMM-uri

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean Harghita
- primarii localităților, consiliile locale
- instituții de învățământ superioare și de cercetare
- firme de consultanță
- reprezentanții societății civile
- reprezentanții IMM-urilor turistice

V.3.2.2. Crearea Consiliului Consultativ al Turismului din județul Harghita

O alternativă sau chiar un prim pas pentru crearea sistemului OMDT poate fi înființarea unui Consiliu Consultativ al Turismului din județul Harghita, pe lângă Consiliul Județean Harghita, care să fie un for consultativ, de dezbatere pentru elaborarea și implementarea politicii județene de turism, pentru pregătirea strategiilor și planurilor de acțiune cu impact semnificativ al turismului. Ar putea fi forul de fundamentare al deciziilor și ale pregătirii documentelor de poziție în raport cu organismele regionale, naționale și internaționale guvernamentale și

neguvernamentale ale consiliului județean și după caz al Asociației pentru Dezvoltare Durabilă a Turismului din județul Harghita / Ținutul Secuiesc. Un asemenea consiliu ar trebui să implice reprezentanții instituțiilor publice respectiv ale firmelor specializate din învățământul superior, cercetare-dezvoltare, precum și serviciile desconcentrate ale ministerelor (direcții, agenții, inspectorate județene). Diferența dintre OMDT și Consiliul Consultativ este tocmai faptul că acesta din urmă angrenează și serviciile desconcentrate ale ministerelor, OMDT-ul însă este o formă bazată pe autorități și organizații locale, cadru organizațional pentru exercitarea autonomiei locale în domeniul turismului. Se ridică desigur și anumite aspecte de incompatibilitate de funcții, adică o persoană nu poate fi în același timp factor de decizie în organizații locale și reprezentant teritorial al organismelor guvernamentale. Acest lucru, însă, nu exclude *parteneriatul* dintre puterea centrală și locală.

Consiliul Consultativ, deci, poate fi închipuit ca o formă de cooperare dintre reprezentanții organismelor guvernamentale și neguvernamentale, inclusiv asociațiilor de întreprinderi turistice. Similar cu concepția prezentată în Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național al României, relația dintre OMDT și CCT pe plan județean ar perpetua aceea împărțire a atribuțiilor ca ONT și ministerul responsabil pentru turism. OMDT-ul ar fi un cadru al elaborării (pregătirii și fundamentării deciziilor) și implementării politicii locale de turism, iar Consiliul Consultativ ar fi un for decizional în privința aprobării politicilor de turism locale-județene. Există un paradox aparent în caracterul decizional sau de fundamentare a deciziilor Consiliului Județean sau al consiliilor locale. CCT are putere decizională în relație cu OMDT, iar în relațiile cu autoritățile publice are doar rol de avizare, de fundamentare a deciziei, poate fi conceput, chiar, ca un „filtru” între OMDT și autoritățile administrației publice locale. OMDT-ul ar fi un organism mai mult operativ, iar CCT un organism strategic. Secretariatul CCT poate fi asigurat de OMDT sau Compartimentul pentru turism din cadrul aparatului de specialitate a CJ Harghita, având ca rol pregătirea ședințelor CCT, evidența corespondenței și a proceselor verbale, ale hotărârilor adoptate de CCT.

Funcționarea CCT va fi caracterizată de ședințe ordinare semestriale și ședințe extraordinare, iar OMDT-ul are o funcționare operativă permanentă. Structurile recomandate pentru OMDT-ul județean, pe comitete specializate, poate să se reflecte și în structurarea CCT, pe comisii de specialitate. Adică în probleme de promovare, de ex. elaborarea unor programe anuale de marketing să revină în competența *Comitetului pentru dezvoltarea produselor turistice și promovare turistică* în cooperare cu *Comitetul pentru asigurarea calității și probleme de branding regional*

din cadrul OMDT, iar CCT să adopte decizii după avizul *Comisiei de marketing* din cadrul ei. Comisiile de specialitate ale CCT își vor ține ședințele cu regularitatea cerută de intensitatea muncii OMDT, contactarea membrilor acestora fiind posibilă și pe cale electronică (on-line). Urgența adoptării unor decizii privind avizele date de comisiile CCT se va impune mai ales în cazul inițierii unor noi proiecte înaintate spre finanțare la diferite programe guvernamentale și/sau neguvernamentale, naționale sau internaționale.

Ca un alt exemplu, în privința inițierii unui program de conștientizare ecologică și turistică a turiștilor, respectiv a populației, sarcina de pregătire, fundamentarea tehnică revine *Comitetului pentru protecția mediului și amenajarea teritoriului*, și a *Comitetului pentru dezvoltarea resurselor umane* iar *Comisia pentru protecția mediului* din cadrul CCT să se pronunțe înainte de aprobarea unui asemenea program. Pregătirea unui set de reglementări privind construcțiile și folosința spațiilor din stațiunile turistice revine în competența *Comitetului pentru protecția mediului și amenajarea teritoriului* în colaborare cu *Comitetul pentru aspecte juridice și legislative* fiind avizat de Comisia juridică și Comisia de amenajarea teritoriului urmând ca reglementările să fie adoptate de CJ Harghita și/sau consiliul local în cauză.

Pentru pregătirea constituirii CCT Harghita se impune o serie de consultații între diferite compartimente ale aparatului de specialitate ale CJ respectiv reprezentanții sectorului turistic și de consultanță managerială (experții firmelor de consultanță și ale instituțiilor de învățământ superior), chiar sub forma *grupurilor de lucru* prevăzute la crearea OMDT-ului. În urma consultațiilor preconizate se poate contura organigrama și regulamentul de organizare și funcționare atât pentru CCT, cât și pentru OMDT.

Un asemenea consiliu poate funcționa și în cazul existenței și în cazul inexistenței unei OMDT din județ. Caracterul consultativ presupune nu doar interogarea intereselor sectoriale sau microregionale, dar și pregătirea implementării programelor de inovare, adaptarea bunelor practici din experiențele internaționale.

Termen de realizare: termen scurt, până la 3 ani

Efecte scontate:

- îmbunătățirea cooperării cu ministerul responsabil pentru turism și presupusa Organizație Națională pentru Turism
- facilitarea implicării în cooperări naționale și internaționale în domeniul turismului

- realizarea unei politici de dezvoltare durabilă și competitivă a turismului
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării calității serviciilor turistice
- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice prin profesionalizarea activităților
- transfer rapid de cunoștințe despre surse de finanțare, oportunități de promovare, tendințe de piață, facilitarea obținerii cunoștințelor despre segmentele-țintă
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- prevenirea efectelor negative ale turismului asupra mediului natural socio-cultural și economic
- diminuarea sezonality prin dezvoltarea produselor turistice și organizarea unor evenimente în afara sezonului turistic
- creșterea calității forței de muncă din turism prin programe de pregătire și perfecționare realizate în parteneriat cu IMM-uri

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean Harghita
- primarii localităților, consiliile locale
- instituții de învățământ superior și de cercetare
- reprezentanții structurilor descentralizate ale ministerelor
- firme de consultanță
- reprezentanții societății civile
- reprezentanții IMM-urilor turistice

V.3.2.3. Stimularea creerii și funcționării unor asociații turistice profesionale locale

Un aspect de detaliu, chiar un prim pas sau etapă intermediară în crearea sistemului OMDT descris la pct. 3.1. este stimularea asociațiilor turistice profesionale locale, care *în cazul inexistenței OMDT* pot afilia direct la federații de profil din țară și din străinătate, sau, dacă s-au înființat *după crearea OMDT-ului județean*, pot afilia la aceasta, beneficiind de experiențele acumulate prin această organizație. Asociațiile actuale ar trebui să-și diversifice activitatea pe lângă eforturile de promovare și în domeniul asigurării calității, cooperarea în domeniul planificării și amenajării teritoriului cu administrația publică locală.

Asociațiile actuale includ în primul rând *oferanții de cazare*, dar trebuie să deschidă față de ONG-uri turistice, sportive, instituții culturale, IMM-uri cu profil de servicii de agrement (centre de echitație, pârtii de schi, închiriere de echipamente sportive, ghizi specializați), generând o sinergie a eforturilor promoționale necoroborate până acum. Colaborarea dintre acestea se impune indiferent de demersurile realizate în constituirea OMDT. Relația dintre asociațiile locale și OMDT nu va fi ierarhică, decât doar în cazul unor proiecte inițiate, finanțate sau coordonate de Consiliul Județean Harghita. Caracterul ierarhic cerut de eficiența eforturilor de marketing nu trebuie să însemne instituirea unei autorități exagerate, natura relației dintre o organizație județeană și asociațiile locale sau microregionale trebuie să fie *colegială*. Principiul subsidiarității ar trebui să se manifeste și în practica coordonării eforturilor de dezvoltare turistică. Autoritarismul și birocratismul exagerat poate duce la eșuarea inițiativelor de colaborare.

Strategia județeană pentru dezvoltarea turismului, pe parcursul implementării continue a ei, trebuie să fie elastică, integrând acele idei, inițiative de proiecte care vor apărea în viitor. Înscrierea sau nu a eforturilor locale într-o strategie județeană va determina măsura în care factorii decizionali de la nivel județean vor sprijini sau nu inițiativele locale. Trebuie avut în vedere că orice domeniu de intervenție conceput la nivel județean, regional sau chiar național va fi implementat pe plan local, iar implementarea unor programe pe bază de proiecte individuale trebuie să respecte interesele locale. Reducerea riscului conflictelor, eșecurilor este posibilă prin colaborarea dintre nivelele decizionale teritoriale, caracterizată prin respect reciproc.

Susținerea asociațiilor actuale se concretizează prin asistență tehnică-profesională, precum și sprijin financiar pe bază de concursuri de cereri de finanțare. În localitățile de interes turistic se vor stimula crearea unor noi asociații, mai ales între întreprinderile turistice familiale, IMM-uri, pentru facilitarea transferului de cunoștințe necesare creșterii competitivității pe piața turistică, precum și pentru angrenarea lor în programe de pregătire și perfecționare profesională. Pe plan local referenții/inspectori de turism din cadrul primăriilor vor fi persoanele-cheie în relația cu întreprinzătorii locali, fiind responsabili de organizarea unor foruri locale (vezi și pct. 3.4). De asemenea stimularea participării cetățenilor în organizații neguvernamentale de tineret, culturale, sportive, ecologice, turistice poate contribui la inițierea unor proiecte de amenajare ecoturistică, de turism activ, organizarea de evenimente culturale și promovarea

meșteșugurilor, toate ducând la extinderea efectelor pozitive ale turismului, pe plan economic și cultural, precum și la fortificarea identității locale/regionale.

Termen de realizare: termen scurt, începere imediată, realizare continuă

Efecte scontate:

- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice prin profesionalizarea activităților
- transfer rapid de cunoștințe despre surse de finanțare, oportunități de promovare, tendințe de piață
- facilitarea obținerii cunoștințelor despre segmentele-țintă
- eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării calității serviciilor turistice
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean Harghita – inițiere și consultanță
- primarii localităților, consiliile locale – inițiere și consultanță
- reprezentanții societății civile – inițiere și implementare
- reprezentanții IMM-urilor turistice – inițiere și implementare

V.3.2.4. Înființarea posturilor de referenți și inspectori de turism

În procesul decizional al autorităților administrației publice locale responsabilitatea deciziilor este a primarilor și consilierilor. Fundamentarea unor decizii legate de probleme de amenajarea teritoriului, protecția mediului, de autorizarea sau interdicția unor investiții – mai ales în cazul localităților de interes turistic – presupune o fundamentare din punct de vedere al îmbunătății condițiilor de dezvoltare a turismului. În asemenea localități s-ar impune să fie angajată cel puțin o persoană cu pregătire specială (învățământ superior nivel licență în mediu rural, nivel master în cazul stațiunilor și orașelor) pe post de inspector, oferta de resurse umane fiind accesibilă prin existența învățământului superior cu profil turistic în județ.

Această persoană ar coordona pe plan local activitatea biroului de informare turistică, ar reprezenta localitatea la toate forurile microregionale, județene, regionale legate de turism,

precum și la lucrările Consiliului Consultativ (3.2) sau în OMDT (3.1.), ar ține legătura cu compartimentul specializat al aparatului de specialitate al CJ Harghita. Odată cu apariția acestor posturi cu funcțiile și atribuțiile stabilite cu sprijinul Compartimentului pentru turism din cadrul aparatului de specialitate al Consiliului Județean Harghita, vor fi inițiate parteneriate cu instituțiile de învățământ superior și cu firmele de consultanță pentru elaborarea planurilor de învățământ specifice, necesare perfecționării specialiștilor, denumiți chiar, după modelele occidentale manageri de destinație. În cazul în care se constituie rețeaua OMDT-urilor din județ și regiune, managerii de destinație vor fi specialiștii din cadrul OMDT, iar în cadrul APL-urilor vor lucra referenții sau inspectorii de turism, care vor ține legătura cu managerii de destinație responsabile pentru mai multe APL-uri, la nivel microregional. Având în vedere că dintre cele 67 unități administrativ-teritoriale, nu toate au potențial turistic destul de ridicat, nu neapărat este nevoie de 67 de referenți/inspectorii, dar în cazul unor entități mai complexe (Miercurea-Ciuc cu Harghita-Băi sau Gheorgheni cu stațiunea Lacul Roșu se justifică împărțirea sarcinilor între 2 referenți). Necesarul de resurse umane, desigur, trebuie inventariată și adaptată specificităților locale.

Acest domeniu de intervenție trebuie coroborată și cu dezvoltarea rețelei punctelor, birourilor și centrelor de informare turistică, trebuind integrată în mixul de marketing al turismului județean-regional ca al 5-lea element: politica de personal respectiv de resurse umane.

Termen de realizare: termen scurt, începere imediată

Efecte scontate:

- eficientizarea politicii locale de turism
- creșterea capacității administrative a autorităților administrației publice locale
- transfer rapid de cunoștințe
- contribuție la creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- sprijin pentru atragerea unor investitori (dacă se consideră necesar)

Actori responsabili propuși:

- primarii localităților, consiliile locale
- Consiliul Județean Harghita

V.3.2.5. Stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltarea turismului din regiune

Cercetarea fenomenelor și proceselor socio-economice legate de funcționarea sistemului turistic intră în preocuparea specialiștilor de geografie, științe economice (inclusiv management și marketing), sociologie, antropologie culturală, politologie etc. În județul Harghita există câteva baze de cercetare fie în cadrul instituțiilor de învățământ superior, fie asociații/fundații sau chiar firme cu profil de cercetare și consultanță în afaceri și management. Dintre acestea afinitatea cea mai mare cu dezvoltarea turismului are/ poate avea Extensia din Gheorgheni a Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca. Preocuparea de bază a instituției este deservirea pregătirii specialiștilor de geografia turismului și geodezie la nivel de licență și în perspectivă apropiată organizarea cursurilor la nivel de Masterat cu profilul *Ecoturism și dezvoltare durabilă*. Ca și în cazul Universității Sapientia cu filiala Miercurea-Ciuc (Facultatea de Științe, cu specializări de sociologie și comunicare, ingineria mediului etc. și Facultatea de Științe Economice și Umane cu diferite programe de economie, limbă și literatură română și engleză) și Facultatea de Științe Economice Moderne Tatabánya, filiala Odorheiu Secuiesc, alături de activitatea didactică, cadrele didactice sunt stimulați să participe în activități de cercetare, prin programele de doctorat la diferite instituții de prestigiu din țară și străinătate prin participare la conferințe științifice chiar cu valențe *aplicate*.

Acest potențial uman poate fi valorificat pentru dezvoltarea turismului județului prin implicarea acestor instituții în viața publică sub diferite forme, dintre care aici evidențiem doar aspectul referitor la cercetare. Chiar dacă la centrele universitare de prestigiu (București, Cluj-Napoca, Iași, Timișoara etc.) și la instituțiile academice de anvergură națională sunt în curs programe de cercetare, rezultatele acestora în relativ puține cazuri sunt folosite în fundamentarea proceselor decizionale în administrația publică sau în managementul agenților economici din județul Harghita. Un impact mai important pot avea instituții subordonate unor ministere, agenții guvernamentale sau autorități centrale, ca Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Turism, Institutul Național Urbanproiect sau Institutul Național de Recuperare Fizică și Balneoclimatologie. Desigur nu sunt excluse nici colaborările mai strânse dintre APL-uri și aceste instituții, precum nici transferul de cunoștințe de la acestea prin centrele de cercetare din județ către comunitățile locale.

Prin organizarea pe plan județean a unor serii de conferințe, workshopuri, seminarii etc. cunoștințele acumulate pot fi transferate nu doar spre comunitatea academică ci și spre comunitățile locale și mai ales către factorii de decizie locali. Această formă de diseminare a informațiilor poate să stimuleze parteneriatele locale dintre APL-uri, IMM-uri, ONG-uri având activități cu impact asupra turismului, mai ales prin promovarea conceptului de turism durabil și adaptarea modelului Managementul Destinației Turistice.

Cadrul organizatoric și de finanțare al cercetărilor de turism este oferit de instituții naționale cum este Consiliul Național pentru Cercetare Științifică în Învățământul Superior din cadrul Ministerului pentru Educație și Cercetare. Granturile gestionate de aceasta oferă oportunități de finanțare și din surse UE (al 7-lea Program-Cadru de Cercetare), dar aceste programe sunt oarecum greu accesibile, datorită competiției naționale și mai ales diversității domeniilor de cercetare. Odată cu crearea unui sistem de OMDT și CCT în județul Harghita se poate concepe dezvoltarea unor programe de cercetare destinate proiectelor mai mici cu tematici legate de evoluția piețelor turistice, percepția destinației turistice și ale produselor specifice, studiul de impact al dezvoltării turismului în diferite locații, planificarea teritorială a turismului etc.

Dat fiind că în instituțiile de învățământ superior cadrele didactice sunt suprasolicitate, dezvoltarea pe plan local a centrelor de excelență este oarecum greoaie. Totuși, există premisele creării unor rețele de cercetare, inițiative de organizare de conferințe, care vor fi dezvoltate în viitor prin eforturi proprii instituțiilor, dar încurajarea parteneriatelor cu APL, instituții publice, cu societatea civilă și cu IMM-uri va fi binevenită. Se vor crea deci parteneriate pentru cercetare, precum și parteneriate pentru diseminarea cunoștințelor respectiv pentru program de educație profesională și perfecționare (vezi și punctele 3.6. – 3.10. Se recomandă completarea ofertelor actuale de *burse pentru cercetare*, în sensul subordonării temelor alese de potențialii bursieri tematicii anunțate de OMDT-ul județean sau regional.

Întemeierea unei *biblioteci publice de specialitate pentru turism și dezvoltare teritorială* ar constitui un factor de stimulare a profesionalizării specialiștilor, experților de turism. Această bibliotecă ar colecta doar acele publicații care se leagă de cele două domenii vaste, atât cărțile de specialitate editate în țară și în străinătate de edituri de prestigiu, cât și periodicele recunoscute și cotate în bazele de date internaționale. Inițiativa întemeierii unei asemenea instituții poate fi a CJ Harghita, fiind susținut de instituțiile de învățământ superior, centre de cercetare și de firmele

de consultanță. O asemenea investiție ar crea o instituție de importanță regională sau chiar națională, dacă politica de achiziții ar avea la bază criterii strict profesionale, sprijinindu-se desigur pe rețelele internaționale legate de Organizația Mondială a Turismului, Comisia de Călătorii din Europa, Consiliul Mondial pentru Turism și Călătorii, Fondul Națiunilor Unite pentru Mediu etc.

Un aspect important al cercetării aplicate legată de turism și dezvoltarea teritorială (dezvoltarea regională și rurală, amenajarea teritoriului) este activitatea unor firme de consultanță specializate pe elaborarea strategiilor de dezvoltare, studiilor de fezabilitate, consultanță în întocmirea documentațiilor necesare cererilor de finanțare, mai ales în cazul granturilor din cadrul Programului Operațional Regional. Firmele de specialitate cultivă o relație de „competiție colaborativă” cu universități în privința cercetărilor din domeniile menționate. Se recomandă, deci o colaborare între acestea sub forma unor consorții de cercetare.

Termen de realizare: termen scurt, începere imediată

Efecte scontate:

- eficientizarea politicii locale de turism
- creșterea capacității administrative a autorităților administrației publice locale
- transfer rapid de cunoștințe
- contribuție la creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- sprijin pentru atragerea unor investitori (dacă se consideră necesar)

Actori responsabili propuși:

- instituții de învățământ superior
- centre de cercetare publice și private
- firme de consultanță
- Consiliul Județean (prin OMDT și CCT)

V.3.2.6. Organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și cultură

Există premisele pentru seminarii tematice legate de turism, protecția mediului, acestea fiind susținute mai ales de ONG-uri pe baza unor programe de finanțare destinate acestora. Seminariile sunt benefice mai ales pentru transferul de cunoștințe, împărtășirea unor experiențe pozitive sau negative, însușirea unor competențe profesionale și dezvoltarea unor abilități necesare în comunicarea interpersonală. S-ar impune, totuși, o deschidere spre multidisciplinaritate, adică o apropiere între specialiști din diferite domenii: geografi, economiști, sociologi, arhitecți, urbanisti, ecologi etc. Schimburile de opinii facilitează integrarea diferitelor concepții, interese în elaborarea unor politici locale de dezvoltare (vezi experiențele programelor Agenda 21 Locală).

Seminariile multidisciplinare și intersectoriale organizate pe tema *turism și dezvoltare durabilă* ar trebui să fie intens mediatizate, contribuind la implementarea locală a unor strategii și programe internaționale pentru dezvoltare durabilă. Pentru turismul local acest lucru ar însemna atragerea comunităților locale în economia locală de turism (vezi tranziția de la turismul rural la agroturism), ar contribui la conștientizarea valorilor de patrimoniu local natural și cultural (material și spiritual).

Angrenarea copiilor și tinerilor în asemenea programe (chiar prin tabere tematice) contribuie la apariția unei generații mai eco-conștiente, mai deschise spre schimbare, mai responsabile și ambițioase. Totodată ar contribui și la fortificarea identității locale și regionale, factor de dezvoltare endogenă recunoscută de specialiști de știință regională. Desigur, o generație mai bine educată pe baza experiențelor internaționale va manifesta un spirit civic mai dezvoltat, iar penetrarea lor în funcții de conducere va favoriza o capacitate administrativă și cultură antreprenorială mai dezvoltată. Experiențele programelor promovate de ex. de Fundația pentru Parteneriat din Miercurea-Ciuc (Agenda 21 Locală, Moștenire Vie, Drumuri Verzi, Eco-Business, Parteneriat pentru Mediu etc.) oferă un model de bune practici pentru societatea civilă dar și pentru instituții publice.

O inițiativă de perspectivă în domeniul turismului și dezvoltării durabile este organizarea primei conferințe cu participare internațională *Rolul turismului în dezvoltarea teritorială* de către Extensia din Gheorgheni al UBB, precum și conferințele organizate la începutul anilor 2000,

destinate dezbaterii problemelor vieții socio-economice din Ținutul Secuiesc, precum și conferințele organizate de CJ Harghita în colaborare cu Universitatea Sapiientia cu ocazia zilelor județului. Ambele inițiative merită susținute în continuare, deoarece facilitează transferul de cunoștințe, de bune practici, contribuind la formularea unor politici publice locale cu efect de mobilizare ale resurselor endogene ale dezvoltării regionale.

Termen de realizare: termen scurt, realizare continuă

Efecte scontate:

- eficientizarea politicii locale de turism
- creșterea capacității administrative a autorităților administrației publice locale
- transfer rapid de cunoștințe
- contribuție la creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice
- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- sprijin pentru atragerea unor investitori (dacă se consideră necesar)

Actori responsabili propuși:

- organizații neguvernamentale
- instituții de învățământ superior
- Consiliul Județean (prin OMDT și CCT)
- Centrul Cultural Județean

V.3.2.7. Stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice

Inițiativele de dezvoltare a turismului din județul Harghita aparțin fie organizațiilor neguvernamentale, mai ales promovarea unor forme de turism (turism activ, ecoturism, turism cultural, turism pentru tineret), managementul unor arii protejate, fie IMM-urilor prin investiții în elemente de infrastructură de cazare, alimentație, agrement (pârții de schi, centre de echitație), agenții de turism, fie APL-urilor prin înființarea unor birouri de informare turistică, investiții în infrastructura de bază ale stațiunilor turistice, proiecte de amenajare și reabilitare ale unor structuri de tratament balnear.

Asistența tehnică pentru eforturile de dezvoltare este asigurată de unele servicii publice, diferite compartimente ale aparatului de specialitate ale CJ Harghita, birouri ale Agenției de Dezvoltare Regională Centru, al Direcției de Agricultură și Dezvoltare Rurală, inspectorii teritoriali ai serviciilor descentralizate ale administrației publice centrale, firme de consultanță în afaceri și pentru management, precum și în unele cazuri asociații și fundații de mediu, culturale. Consilierea informală a întreprinzătorilor, primarilor, consilierilor locali, reprezentanților societății civile poate fi oferită și de specialiști din unitățile de învățământ superior, dar aceasta din urma are un caracter aleator, transferul de cunoștințe putând fi greoi și ineficient.

Asistența pentru identificarea oportunităților de finanțare și pentru managementul proiectelor va rămâne un serviciu de sprijin al afacerilor, realizându-se pe baze contractuale, dar alături de firmele de consultanță OMDT-ul propus la pct. 3.1. va putea oferi și aceste servicii. Până când se constituie rețeaua OMDT aceste sarcini revin instituțiilor publice, care în domeniul lor de activitate (construcții, urbanism, mediu, atragere sau stimulare de investiții) și în prezent oferă asistență de specialitate. Dacă există aceste surse de informare și diseminare de informații, ceea ce trebuie făcut este doar mediatizarea mai eficientă a acestora, mai ales în domeniul controlului de stat și autorizării în construcții și urbanism. Consultanța nu are doar rolul de asigurare a respectării diferitelor reglementări legale, dar și implementarea bunelor practici, ghiduri de conturare a *stilului* construcțiilor și amenajărilor sub forma de recomandări (vezi activitatea unor asociații de arhitecți). În domeniul construcțiilor se recomandă manifestarea unui interes pentru construcții ecologice (vezi Romanian Green Building Council).

Pentru mediatizarea serviciilor de consultanță o sarcină urgentă este crearea unor site-uri pe Internet și relaționarea reciprocă a acestora prin „linkuri utile”. Rețelele de know-how pot deveni eficiente prin promovare pe diferite canale de comunicare, mai cu seamă cele electronice.

Termen de realizare: termen scurt, realizare continuă

Efecte scontate:

- transfer rapid de cunoștințe
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism și eficientizarea politicii locale de turism
- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice
- creșterea capacității administrative a autorităților administrației publice locale

- implicarea comunităților locale în parteneriate microregionale, județene, regionale
- sprijin pentru atragerea unor investitori (dacă se consideră necesar)

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean (prin OMDT și CCT)
- firme de consultanță
- organizații neguvernamentale, asociații profesionale
- instituții de învățământ superior
- organele de presă

V.3.2.8. Elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți

Din rezultatele cercetărilor primare cu caracter calitativ se cunoaște că funcționarea ofertei turistice locale-regionale se confruntă cu probleme de raport nefavorabil preț-calitate, serviciile locale nefiind competitive cu ofertele de pe piața turistică internațională. Una dintre cauzele de bază a competitivității IMM-urilor locale provine din politica de personal (managementul resurselor umane) neadecvate. Criticile din partea întreprinzătorilor se îndreaptă către modul și conținutul învățământului vocațional, lipsa pregătirii practice în domeniul ospitalității (în sens extins cuprinzând atât alimentația publică cât și serviciile de cazare și de agrement), administrației agențiilor de turism. Capitalul uman disponibil pentru sfera de afaceri este nemulțumitoare, pe de altă parte se constată din partea potențialilor lucrători de turism (absolvenții școlilor profesionale sau ale învățământului superior cu profil turistic) lipsa motivației, dezinteresul pentru munca în prestarea serviciilor turistice.

În cazul angajaților la firmele de ospitalitate în numeroase cazuri se constată lipsa perfecționării profesionale și deficiențe în comportament, în atitudinea față de oaspeți. Cauzele probabile sunt atmosfera lipsită de sentimentul de încredere și respect reciproc la locul de muncă, relația neadecvată a personalului de conducere și execuție, manifestat și în quantumul salariilor, lipsa mecanismelor de recunoaștere a performanței individuale. IMM-urile turistice se confruntă cu probleme de managementul resurselor umane, recomandându-se utilizarea unor servicii de training, de team-building.

Un factor important de competitivitate a personalului și implicit al firmei este dată de *competențele de comunicare*, cunoștințele de limbi de circulație internațională, precum și deficiențele în vorbirea limbii române, dintre cauzele probabile putând fi evocată metodologiile improprii în sistemul de învățământ preuniversitar. Se pune prea puțin accent pe dezvoltarea abilităților de comunicare orală, de exprimare a ideilor proprii. Sistemul de învățământ prin planurile de învățământ și metodele pedagogice se pare că nu ține seama de explozia informațională și de stilul de viață schimbat în contextul penetrării internetului și a ofertei de canale de televiziune. Abilitățile lingvistice trebuie dezvoltate ulterior absolvirii liceului, în multe cazuri prin eforturi financiare și de gestiunea timpului personal, astfel forța de muncă devine competitivă doar prin investiții suplimentare.

Toate aceste aspecte pot fi îmbunătățite prin măsurile conturate în cadrul axei de dezvoltare nr. 4 din strategia prezentă, dar trebuie să accentuăm și aspectul organizatoric, necesitatea intervenției cu caracter de coordonare. În lipsa unui sistem OMDT Consiliul Județean poate acționa în apropierea agenților economici și instituții de învățământ, pentru elaborarea unui program de cooperare în fundamentarea activităților practice din învățământul vocațional. Stabilirea unui *contract-cadru de colaborare* poate aduce beneficii și pentru întreprinzători și pentru unitățile de învățământ, elevii și studenții fiind motivați prin diverse metode de a lua meseria în serios. Funcționarea parteneriatul presupune în primul rând angajamentul întreprinzătorilor de a sprijini această colaborare. Consiliul județean poate fi actorul de inițiere, mediere și de supraveghere, implicând și Agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă în elaborarea și implementarea acestui program.

Termen de realizare: termen scurt, realizare continuă

Efecte scontate:

- creșterea competitivității economice a IMM-urilor cu profil turistic
- îmbunătățirea capitalului uman
- eficientizarea politicii locale de turism prin creșterea calității serviciilor turistice
- sprijin pentru atragerea unor investitori (dacă se consideră necesar)

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean (prin OMDT și CCT)
- IMM-uri cu profil turistic

- asociații profesionale
- instituții de învățământ vocațional

V.3.2.9. Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale

Schimburile de experiență cu diverse organizații pe plan național sau internațional acoperă întregul tablou al activităților de dezvoltare a turismului pornite de la autorități, de la instituții publice, de la biserici, de la societatea civilă și de la sfera de afaceri. Fiecare tip de actor local-regional are propriile relații internaționale, de la instituții și așezări înfrățite până la cooperarea teritorială europeană, transnațională.

Relațiile internaționale pot și trebuie să fie folosite atât pentru cultivarea relațiilor, cât și pentru importul – și de ce nu: exportul – de cunoștințe în domenii legate de managementul diferitelor situații, probleme. Fără să detaliem relațiile asociațiilor locale cu cele naționale și internaționale, trebuie să evidențiem faptul că societatea civilă poate să exercite controlul democratic, doar dacă este activ și puternic, dispune de energiile necesare monitorizării exercitării puterii de factorii politici. ONG-urile nu trebuie să-și restrângă activitatea la căutarea oportunităților de finanțare, la elaborarea cererilor de finanțare și participare în programe uneori influențate de partidele politice. Dimpotrivă, prin tehnici adecvate de marketing trebuie să-și asigure independența de viața politică și de interesele economice.

Schimburile de experiență între actorii locali și cei naționali-internaționali poate fi facilitată prin călătoriile de studii și participarea la conferințe internaționale ale specialiștilor din județ, din cadrul APL, ONG sau IMM-uri, pe de altă parte și prin invitarea specialiștilor din alte regiuni ale țării, respectiv din străinătate. Legăturile multiple pe plan profesional ale județului cu instituții de cercetare, universități, asociații neguvernamentale, autorități publice din Ungaria este firească prin apartenența majorităților locuitorilor din județ la cea mai mare minoritate națională din România, cea maghiară, chiar cu accentul pus pe specificitatea identității secuiești. „Județele secuiești”, Harghita, Covasna și parțial Mureș formează o entitate teritorială cu identitate regională relativ consolidată, iar această identitate etnică și culturală reprezintă pentru România un capital uman și socio-cultural aparte. Indiferent de mișcările politice pentru recunoașterea autonomiei teritoriale ale Ținutului Secuiesc, care reprezintă un aspect delicat al relațiilor interetnice, putem afirma că această specificitate de majoritate relativă a unei

minorități naționale reprezintă oportunități de piață pentru turismul românesc în două privințe: pe de o parte, pentru turiștii români, Harghita este o zonă turistică cu specificități de ofertă etno-culturală, materializată și prin gastronomie, pe de altă parte punctul forte al turismului românesc pe piața maghiară, Transilvania și în cadrul ei Ținutul Secuiesc se detașează ca o destinație cu atractivitate aparte, nu neapărat competitivă în raport cu destinațiile europene consacrate, ci oferind o conjunctură favorabilă prestatorilor de servicii turistice prin *turismul etnic*, o formă specifică de turism în care se întrepătrunde turismul cultural și de patrimoniu cu turismul de VFR (vizitarea prietenilor și rudelor).

Prezența comunității secuiești în partea estică a Transilvaniei reprezintă o punte între turiștii din Ungaria și destinațiile românești din apropierea Ținutului Secuiesc (Bucovina, Moldova, Valea Prahovei și zona Brașov-Bran), agenții economici de turism având o oportunitate de piață în segmentul de incoming, iar prin cunoașterea ofertelor din Ungaria, mai ales în turismul de sănătate-wellness, și în segmentul de outgoing pentru turiștii români pentru destinațiile ungare.

Pentru integrarea actorilor locali ai turismului din județul Harghita în turismul românesc se consideră necesară pe de o parte profesionalizarea managementului destinației (vezi pct.3.1.), pe de altă parte afilierea la organizații profesionale naționale, cum este *Federația Asociațiilor de Promovare Turistică din România* formată în anul 2008 de organizații teritoriale similare în diferite părți ale țării (Litoral, Bucovina, Maramureș, Banat, Sighișoara, Sibiu, Valea Prahovei, Oltenia de sub Munte etc.).

Pot fi strânse relațiile cu Asociația Națională pentru Turismul Rural, Ecologic și Cultural, Asociația Bed & Breakfast din România, Asociația Națională a Agențiilor de Turism, Asociația de Ecoturism din România și altele. Organizațiile profesionale au roluri multiple dintre care evidențiem parteneriatele cu ministerul de resort și cu viitoarea Organizație Națională pentru Turism. Construcția pe diferite nivele teritoriale ale unor asocieri profesionale tematice facilitează implicarea comunităților locale – chiar în mod indirect – în diferite proiecte internaționale inițiate, gestionate sau finanțate de organisme din Uniunea Europeană sau pe plan european, implicând colaborări și cu actori din state europene nemembre în UE.

În privința activității Consiliului Județean se remarcă oportunitățile de transfer de cunoștințe și bune practici, modelarea politicii europene de turism prin *Ansamblul Regiunilor Europene* și prin

Comitetul Regiunilor, organism consultativ al UE alături de Comisia Europeană, Parlamentul și Consiliul European. Internaționalizarea relațiilor profesionale este o tendință generală, o provocare dar și o oportunitate pentru APL-uri, ONG-uri, și pentru asociațiile de întreprinzători.

Recomandăm, deci, stimularea reprezentanților vieții socio-economice pentru deschiderea spre colaborările internaționale, necesitând o atitudine de învățare continuă și receptoare pentru inovațiile apărute în diverse domenii ale tehnologiei, ai managementului calității și altele.

Termen de realizare: realizare continuă

Efecte scontate:

- realizarea unei politici de dezvoltare durabilă și competitivă a turismului
- sprijin pentru implementarea politicilor și strategiilor de mediu, amenajare teritorială și urbanism
- eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării calității serviciilor turistice
- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice prin profesionalizarea activităților
- transfer rapid de cunoștințe despre surse de finanțare, oportunități de promovare, tendințe de piață, facilitarea obținerii cunoștințelor despre segmentele-țintă
- implicarea comunităților locale în parteneriate internaționale
- prevenirea efectelor negative ale turismului asupra mediului natural socio-cultural și economic
- diminuarea sezonalityi prin dezvoltarea produselor turistice și organizarea unor evenimente în afara sezonului turistic
- creșterea calității forței de muncă din turism, prin programe de pregătire și perfecționare, realizate în parteneriat cu IMM-uri

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean (prin OMDT și CCT)
- ONG-uri și asociațiile profesionale
- instituții de învățământ vocațional și superior

V.3.2.10. Parteneriat pentru implementarea legislației cu privire la tichetele de vacanță

În urma apariției Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 8. din 2009 s-a creat cadrul juridic necesar pentru introducerea unui instrument de stimulare a cererii turistice interne, prin conturarea unor interese reciproce dintre angajatori, angajați, unități afiliate la implementarea programului (unități de primire turistică care acceptă tichetele de vacanță ca mijloc de plată) și stat. Argumentele prezentate în OUG 8/2009 se referă la problema presiunii personalului bugetar pentru creșterea salariilor și odată cu aceasta necesitatea măririi salariilor și în domeniul privat, pentru a evita pierderile de forță de muncă calificată, mai ales a celei în care angajatorii au investit pentru perfecționarea profesională. Fenomenul accentuat la nivel național al emigrării forței de muncă subliniază competiția firmelor nu doar în privința creșterii ponderii vânzărilor și a cotei de piață, ci și competiția pentru resursele necesare desfășurării activității, printre care resursele umane sunt de importanță strategică. Iar, dacă se creează condițiile descreșterii ofertei forței de muncă calificate disponibile, atunci costurile salariale vor crește în urma competiției cu sfera publică și cu locurile de muncă din străinătate. În concepția actului normativ introducerea tichetului de vacanță va fi un factor stimulatoriu pentru *stabilitatea forței de muncă* la locurile de muncă existente, oferirea acestor tichete pe lângă salariile obișnuite înseamnă un mijloc de *motivare* mai puțin costisitor pentru angajator, decât alte forme de premiere. Tichetele de vacanță sunt de fapt o formă alternativă de venit pentru angajați, scutite de sub impozitul pe venit și impozite sociale aferente, iar pentru angajator sumele corespunzătoare tichetelor de vacanță acordate sunt deductibile din impozitul pe profit, respectiv la calculul impozitului pe venit, în limita a șase salarii de bază minime brute pe țară pe fiecare angajat pe an fiscal.

Efectul scontat al introducerii tichetelor de vacanță este pe de o parte stimularea cererii turistice interne, deoarece aceste bonuri cu valoare nu pot fi utilizate, decât pentru servicii turistice oferite de structuri de primire turistice din țară. Agenții economici cu profil turistic, clasificați sau licențiați sunt denumite *unități afiliate* deoarece pot afilia la programul Ministerului, neputând fi obligați de a participa, dar pe de altă parte, nefiliindu-se, pot să-și piardă din competitivitatea lor față de unitățile care acceptă această modalitate de plată, fluxul turiștilor deținători de tichete de vacanță îndreptându-se spre locurile de acceptare ale acestor tichete. Stimularea consumului turiștilor se va manifesta și pentru sumele facturilor ce depășesc contravaloarea tichetelor disponibile turiștilor. Datorită faptului că plățile dintre unitățile emitente de tichete și angajatorii care își procură acestea pentru angajații lor, respectiv plățile

dintre unitățile afiliate, care trebuie să deconteze la emitenți tichetele utilizate pentru plata serviciilor prestate turiștilor se vor efectua prin intermediul societăților bancare fluxul sumelor plătite pentru servicii va fi mai transparentă contribuind la reducerea turismului „la negru”. Putem presupune, că angajatorii care vor trăi cu aceste instrumente de motivare a salariaților o să provină în primul rând dintre firmele care au deja un management normativ, cultură antreprenorială dezvoltată, unde valoarea resurselor umane calificate este recunoscută. Probabil, turiștii care vor dispune într-o primă fază de aceste tichete vor fi din segmentele mai educate, din clasa mijlocie, cu cerințe față de servicii de calitate. Pe de altă parte angajații din sectorul bugetar vor beneficia cu mai mare probabilitate de aceste facilități, iar în cazul familiilor cu un salariat din sfera bugetară și soțul/soția din angajat/ă în sfera privată, care nu primește de la angajator tichet de vacanță, în petrecerea concediului tichetul primit de un membru al familiei va stimula și consumul celorlalți. Deci, se poate preconiza cu mare probabilitate că în funcție de disponibilitatea structurilor de primire turistice de a adera la program și de deschiderea angajatorilor privați de a oferi angajaților această formă de recompensă, programul guvernamental în parteneriat cu agenții economici îi va arăta roadele în decurs de un an, iar în acest proces consiliul județean poate fi un actor de stimulare, de catalizare a evoluției procesului.

Interesul județului Harghita este ca să fie cât mai multe structuri de primire turistică din județ care să afilieze la programul ministerului, deoarece se poate aștepta la o creștere a circulației turistice interne. Modalitatea de plată prin tichete de vacanță fiind atractivă pentru turiști, se va crea încă o premisă pentru alegerea Ținutului Secuiesc ca destinație de vacanță. Consiliul Județean Harghita poate să vină în sprijinul programului guvernamental prin *popularizarea* tichetului de vacanță, iar pentru firmele angajatoare de forță de muncă locală să ofere *premiu de excelență* în funcție de utilizarea sau nu a acestor mijloace de motivare a resurselor umane (după discuții purtate cu Camera de Comerț și Industrie din județul Harghita). Despre modul de aplicare concretă a programului județean de stimularea afilierii structurilor de primire turistică la programul național, putem contura măsuri concrete după apariția normelor metodologice aferente implementării OUG 8/2009. Până atunci, cu termenul cel mai scurt trebuie lansate declarații de presă, campanii de informare, conștientizare a eficienței economico-sociale a programului.

Termen de realizare: termen scurt, cu începere imediată

Efecte scontate:

- eficientizarea politicii locale de turism în privința asigurării calității serviciilor turistice
- creșterea competitivității economice a IMM-urilor turistice prin creșterea volumului de vânzări ai serviciilor

Actori responsabili propuși:

- Consiliul Județean Harghita
- reprezentanții agenților economici și ai instituțiilor bugetare locale în calitate de angajatori
- reprezentanții IMM-urilor turistice

V.4. Axa de dezvoltare nr. 4. Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism

V.4.1. Fundamentare

Dezvoltarea abilităților, calităților și formarea capitalului uman prin sistemele educaționale existente, cu scopul îndeplinirii cerințelor reflectate de tendințele de pe piața forței de muncă este o prioritate evidentă a strategiei turistice. Astfel, nu se poate vorbi despre investiții infrastructurale, îmbunătățirea logisticii sau oricare măsuri de dezvoltare, fără participarea activă și prezența forței de muncă actuală și de viitor în cazul unei regiuni sau subregiuni. Sectorul turistic din România în general, dar și cea din județul Harghita, se află într-o situație deosebită și din prisma faptului că există un număr mare de hoteluri și alte structuri neînregistrate în sistemul național, există deci și un număr mare de angajați neînregistrați din diferite motive. Aceste deficiențe ale pieței sunt în defavoarea competitivității sectorului, prin menținerea prețurilor la nivele neprofitabile pentru întreprinderile înregistrate și personalul calificat.

Analizând tematica resurselor umane dintr-un sector economic anume, și în special în sectorul turistic, **PRIORITĂȚILE** pe care se va axa dezvoltarea capitalului uman angajat în turism vor fi următoarele:

- **Diversificarea ofertei educaționale** din sistemul universitar și preuniversitar, precum și de formare continuă
- Concentrarea asupra **lărgirii paletei specializărilor în turism** – evitarea surplusului de ofertă în ocupații considerate „tradiționale”, cum ar fi cel de bucătar, chelner
- Pe piața forței de muncă, se va focusa – în situația crizei economice de față - pe termen scurt și mediu, asupra **menținerii și diversificării locurilor de muncă în turism**, iar pe termen lung, asupra creșterii numărului locurilor de muncă. Ar fi ireal și neîntemeiat să afirmăm, că cerințele pieței de muncă în turism se vor mări cantitativ în mod semnificativ în următoarea perioadă, dacă considerăm rata crescândă a șomajului și criza financiară pe scară globală, care, deși nu are o influență directă negativă asupra întreprinzătorilor din regiune, dar totuși cauzează incertitudini și pesimism în acest sens.
- **Menținerea absolvenților** liceelor și universităților specializate în turism **în sfera serviciilor turistice**; în momentul de față, acest indicator arată un procentaj estimativ

de 20% în acest sens pe scară națională, conform Master Planului pentru dezvoltarea Turismului național 2007-2026. Se poate estima faptul că acest indicator arată un procentaj asemănător în județul nostru, datorită incoerențelor existente între oferta educațională și cerințele reale care se manifestă pe piața forței de muncă în momentul de față.

V.4.2. Obiective operative

Obiectivele strategiei în ceea ce privește resursele umane din sectorul turistic relevă cele mai importante principii spre care trebuie să se orienteze dezvoltarea capitalului uman și a condițiilor și caracteristicilor care descriu activitatea acestora pe piața forței de muncă, respectiv a condițiilor de pregătire – formarea potențialului grup de angajați și experți în turism. Astfel, în cele ce urmează, ne vom concentra în principiu asupra două grupuri de persoane: forța de muncă activă sau inactivă din sectorul turistic, precum și capitalul uman implicat în sistemul de formare și educație orientat spre sectorul turistic.

Obiectivele și principiile de dezvoltare propuse, în concordanță cu măsurile de intervenție, sau programele, proiectele, prin care se dorește realizarea acestora, trebuie să fie inițiative reale, bazate pe analiza situației și a datelor adecvate, care propun o dezvoltare integrată, sustenabilă a sectorului turistic și care susțin, înainte de toate, creșterea calității vieții localnicilor, a populației din județ sau ținut.

Aspecte legate de piața forței de muncă

V.4.2.1. Creșterea numărului locurilor de muncă și a calității vieții prin turism

Acest obiectiv vizează în primul rând DIVERSIFICAREA SERVICIILOR oferite la nivel județean și regional, în domeniile majore ale activităților turistice, prin corelarea ofertei forței de muncă la toate sectoarele de ocupație în turism:

- Catering și alimentație publică – optimizarea numărului persoanelor cu următoarele ocupații: chelner, ospătar, bucătar, barman, prin angajarea personalului bine calificat și cu experiență practică în domeniu.
- Organizare conferințe și evenimente – Acest domeniu de activitate fiind unul relativ nou în turismul județean și al Ținutului Secuiesc; trebuie elaborat un pachet de formare practică și teoretică, prin implicarea actorilor economici care oferă astfel de facilități, pentru educarea ocupațiilor de: hostess, interpret, etc.
- Cazare – cameriste, recepționeri

- Turism și călătorii – personalul agențiilor turistice, agenții de bilete, ghizi de turism
- Atracții turistice – personal legat de ecoturism, turism cultural, ecvestru, activ, salvamontiști
- Administrare și organizare turistică – personal, centre de informare turistică

Un alt aspect de considerat în cadrul acestui obiectiv este ÎMBUNĂTĂȚIREA STATUTULUI DE ANGAJAT în turism, prin demersuri de:

- CREȘTEREA SALARIILOR, în limita posibilităților existente, ca urmare a dezvoltării și profesionalizării sectorului, cu scopul ca ocuparea unei profesii în turism să fie o decizie rentabilă pentru indivizi.
- OBȚINEREA FORMELOR DE MUNCĂ LEGALE pentru toți cu activități în turism, neînregistrați încă, printr-un sistem de coordonare și monitorizare mai eficient la nivel județean este un obiectiv care țintește ridicarea prestigiului și competitivității ocupațiilor în turism.
- SCĂDEREA FLUCTUAȚIILOR înregistrate mai ales la nivelul sectorului ospitalier–sezonal se poate realiza cu ajutorul celor două măsuri amintite mai sus
- Impunerea obligației angajaților de a urma CURSURI DE FORMARE ȘI PERFECȚIONARE în domeniul de activitate
- ATRAGEREA PERSONALULUI CALIFICAT în sectorul turistic, prin diferite demersuri, cum ar fi cele menționate mai sus.

V.4.2.2. Facilitarea accesului grupurilor dezavantajate pe piața turistică a forței de muncă

Un alt obiectiv în ceea ce privește îmbunătățirea capitalului uman din acest sector, se referă la condițiile atragerii grupurilor, care se află în situații dezavantajate pe piața forței de muncă. În acest caz putem vorbi despre:

Șomeri cu specializare în turism, adică grupul persoanelor care nu se pot angaja în domeniul lor de specializare, fie pentru că nu-și găsesc un loc de muncă în conformitate cu nivelul sau caracterul de instruire dobândit, sau nu sunt plătiți adecvat și preferă statutul de inactiv. Pentru aceste categorii, sunt necesare inițierea unor cursuri de reprofilare, sau orientare spre facilități turistice care asigură salarii decente, în urma proceselor de dezvoltare.

În cazul **debutanților** pe piața forței de muncă, situația pe care aceștia o confruntă este asemănătoare în toate sectoarele economiei: nu au experiența și competențele practice pentru ocuparea unor funcții care necesită o oarecare rutină în activitate. Astfel, se poate propune încurajarea angajării debutanților și introducerea unor programe de formare practică în prima perioadă (max. 6 luni) de angajare.

Persoanele cu dizabilități ușoare pot fi și ele integrate în acest sector, cu condiția ca activitățile prestate să aibă în vedere potențialul real și abilitățile reale ale persoanelor și limitele de performanță în desfășurarea activităților de muncă.

Grupuri etnice minoritare – în acest sens, ne referim la grupul rromilor, care de obicei, nu sunt „bineveniți” în acest sector, dar care totuși pot fi integrați ca și lucrători necalificați.

Un alt grup de persoane care trebuie amintite sunt **studenții** în căutarea locurilor de muncă half-time sau sezonale; acest grup poate fi unul prioritar pentru întreprinderi în turism, care se confruntă cu valuri mai mari de turiști într-o anumită perioadă a anului; ori, aceștia pot fi angajați pentru desfășurarea unor activități de caracter tipic sezonal. Activitatea cu program redus este și ea o posibilitate în acest sens pentru multe persoane.

V.4.2.3. Optimizarea necesităților pieței de muncă cu oferta educațională

Acest obiectiv, elaborarea unei strategii de optimizare, în conformitate cu obiectivele specifice ale dezvoltării capitalului uman, este concretizat sub forma unei măsuri de intervenție care trebuie adaptat la situația existentă în județ.

Un alt țel, despre care am mai vorbit, dar care ține de menținerea unui echilibru sustenabil în acest sector este încurajarea persoanelor cu experiență în sectorul turistic de a se angaja în acest domeniu, fie ca întreprinzători, sau ca și angajați ai diferitelor facilități.

Aspecte legate de sistemul educațional și de formare profesională continuă

Prioritatea principală a dezvoltării capitalului uman este, în primul rând, creșterea calității serviciilor și produselor turistice, fundamentarea competitivității întreprinderilor județene, precum și îmbunătățirea de formarea unei carieri pentru indivizi și firme implicați în turism. Remodelarea mentalităților, dezvoltarea infrastructurii, competențelor, abilităților și a întregului pachet de servicii oferite se poate realiza doar printr-un sistem educațional modern și corespunzător cerințelor reale ale pieței de muncă. În acest sens, pentru obținerea unui sistem de formare flexibil, modern și adaptabil cerințelor actuale, este nevoie de sugestii și inițiative de regândire și remodelare a structurilor educaționale și de formare, precum și dezvoltarea lor continuă.

Trebuie menționat faptul că au existat și sunt inițiate în continuare proiecte, programe cu scopul optimizării sistemului educațional pentru a se adapta tendințelor economice existente, aceste programe la nivel național trebuie să se regăsească și la nivel județean⁵⁴.

⁵⁴ Program de formare profesională a adulților din și pentru turism și de sprijinire a învățământului turistic, 2007 – www.mturism.ro

În domeniul educației și formării în turism obiectivul principal este punerea accentului mai degrabă pe aspecte calitative, decât pe cele cantitative, astfel, se urmărește diversificarea specializărilor oferite pe baza cerințelor pieței, îmbunătățirea calității structurilor de formare prin toate mijloacele posibile.

V.4.2.4. Lărgirea specializărilor turistice accesibile în județ, la nivel preuniversitar și universitar

- Adaptarea sistemului de formare la cerințele turistice de standard european
- Întemeierea unor noi structuri de formare, în afara sistemului educațional și de formare instituționalizat.

V.4.2.5. Promovarea calității sistemului de educație și formare profesională

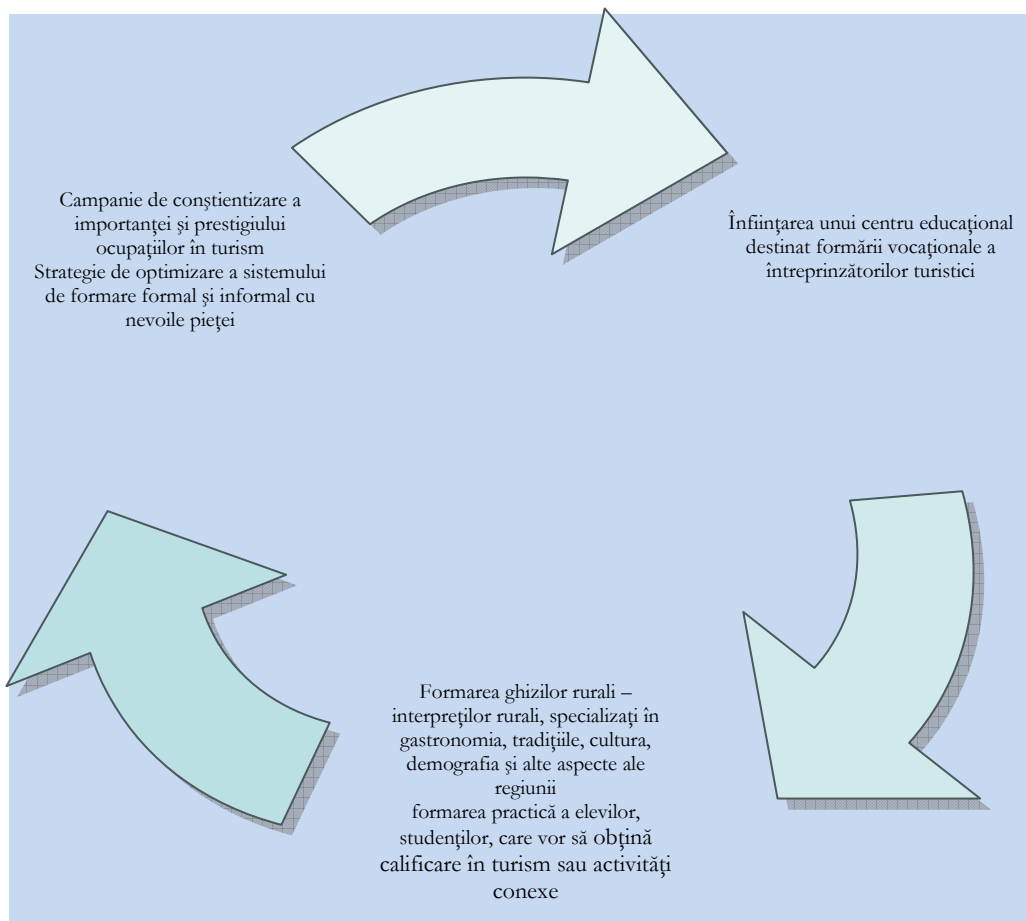
- Actualizarea curriculumului de predare prin adaptarea la nevoile și cerințele actuale și concentrarea asupra pregătirii practice a elevilor și studenților, respectiv cursanților
- Remodelarea sistemului axat doar pe obținerea diplomelor, în locul unei calificări competitive pe piața forței de muncă.
- Lărgirea infrastructurii și facilităților de pregătire profesională în licee și cursuri universitare
- Creșterea nivelului de aptitudini dobândite după absolvirea unităților de învățământ cu specializare în turism sau a cursurilor de formare
- Însușirea competențelor profesionale necesare în exercitarea ocupațiilor din domeniul turistic

V.4.2.6. Îmbunătățirea calității și productivității muncii prin formarea practică a angajaților în turism

- Formare profesională continuă la locul de muncă pentru personalul care necesită calificare profesională din cadrul structurilor turistice. Scopul nu este ca fiecare angajat să dețină toate competențele unui manager de hotel sau restaurant, ci să fie calificat conform cerințelor și standardelor ocupației, prin organizarea de cursuri de perfecționare, cursuri modulare tematice, activități practice demonstrative, vizite de documentare și schimburi de experiență
- Folosirea și conștientizarea terminologiei acceptate pe scală mondială
- Formarea personalului cu scopul abordării în mod corect a persoanelor cu nevoi speciale

V.4.3. Măsuri de intervenție

În cele ce urmează, vom inventaria și analiza posibilitățile de punere în practică a obiectivelor enumerate mai sus. În principiu, se dorește, în cadrul dezvoltării capitalului uman, elaborarea unor programe-cadru și pachete de măsuri de intervenție prin care cele două grupuri-țintă vizate prin aceste inițiative, și anume forța de muncă activă sau inactivă în turism, respectiv persoanele implicate în sistemul educațional și de formare implicat în turism, să se poată ridica la standardele europene în ceea ce privește activitatea lor viitoare sau actuală.



V.4.3.1. Programe destinate dezvoltării forței de muncă

Pentru obținerea unei alte abordări și mentalități în ceea ce privește turismul și prestigiul ocupațiilor din acest sector, am subliniat faptul că este nevoie de o campanie de reabilitare a ceea ce înseamnă lucrător în turism. Inițierea unei CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE A IMPORTANȚEI ȘI PRESTIGIULUI OCUPAȚIILOR ÎN TURISM, care constituie în fine o oglindă a caracterului nostru spre turiști din străinătate, ar fi responsabilitatea autorităților publice locale și județene. O astfel de campanie de diseminare și promovare se poate realiza prin organizarea întrunirilor, dezbaterilor pe această temă, editarea și diseminarea unor materiale informative: broșuri, afișe, care ar atrage atenția asupra aceluia imens potențial de care

dispune județul și regiunea în acest sens. Scopul acestei campanii ar fi conștientizarea populației, incluzând toate categoriile sociale, economice și de vârstă, asupra atuu-lui pe care o reprezintă acest capital pentru dezvoltarea județului.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Promovarea valorilor turismului județean - Creșterea prestigiului ocupațiilor în turism - Atragerea personalului calificat în sector - Încurajarea inițiativelor de formare și perfecționare în turism
Termen de realizare	TS, de realizat în următorii 5 ani. Programul trebuie să aibă un aspect de fundamentare a conștientizării valorii și potențialului turistic; acesta urmează să fie repetat periodic cu scopul atragerii atenției la problematicile actuale cu care se confruntă turismul (ex. angajați neînregistrați, lipsa cunoștinței limbilor de circulație internațională, etc.) direcționat pe anumite segmente ale societății.
Actori responsabili	Consiliul Județean Harghita, consilii locale, asociații turistice, centre de informare turistică.

V.4.3.2. Strategia de optimizare a sistemului de formare, formal și informal cu nevoile pieței, elaborat de Consiliul Județean Harghita. În cadrul acestui program, se dorește analiza asupra sistemului educațional și de formare formal și informal, inventarierea specializărilor existente orientate spre turism, cât și a necesităților pieței forței de muncă: locuri de muncă vacante în turism, posturi aferente publicate în diferite ziare, publicații.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Echilibrarea necesităților și ofertelor existente în sectorul turistic - Orientarea sistemelor de formare în turism la nevoile reale de absorbție a pieței forței de muncă - Evitarea surplusului de persoane cu aceeași specializări, care nu-și mai găsesc locuri de muncă pe piața actuală - Realizarea unor analize la nivel județean și cercetări care pot fi utilizate în mai multe scopuri
-----------------	--

Termen de realizare	TS, în următorii 2 ani
Actori responsabili	Consiliul Județean Harghita, în parteneriat cu Inspectoratul Județean Școlar Harghita, Direcția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă

V.4.3.3. Formarea ghizilor turistici locali – interpreților rurali, specializați în gastronomia, tradițiile, cultura, demografia și alte aspecte ale regiunii. Această măsură de intervenție vizează diversificarea paletelor specializărilor în turism și poate fi ușor implementată în localitățile rurale ale județului. Acest pachet de formare nu este destinat numai persoanelor cu o specializare prealabilă în acest domeniu, ci poate fi practicat de oricine cu abilități și cunoștințe în legătură cu aspecte ale vieții locale.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificarea serviciilor oferite în cadrul turismului cultural și ecoturismului - Diversificarea specializărilor în turism - Angajarea referenților turistici în cadrul autorităților publice locale de interes - Elaborarea unui modul educațional adaptabil și în județele învecinate, cu potențial turistic de caracter asemănător cu cel al județului Harghita
Termen de realizare	TM – aprox. 5 ani
Actori responsabili	Consiliul Județean Harghita, actori economici implicați în turism prin încurajarea personalului să urmeze aceste cursuri; centre de formare județene care pot oferi continuitate în organizarea acestor cursuri și după derularea programului în sine.

V.4.3.4. Formarea practică a elevilor, studenților, care vor să obțină calificare în turism sau activități conexe. Această măsură este un mijloc mai eficient de predare practică a competențelor necesare în diversele ocupații din turism; programul propus este menit să rezolve în oarecare măsură deficiențele cu care se confruntă debutanții pe piața turistică, cărora li se cer competențe, abilități și rutină care se poate dobândi doar printr-o perioadă de formare

practică. Programul își propune de asemenea analiza asupra practicilor existente în acest domeniu, pentru a afla cauzele datorită cărora sistemul prezent este nefuncțional și nu realizează dobândirea cunoștințelor necesare pentru practicarea specializărilor țintate. În cadrul acestui modul, se pot introduce mai multe elemente și cunoștințe generale care trebuie însușite de personalul angajat în turism, cum ar fi: cunoașterea terminologiei europene în turism, cunoașterea expresiilor și limbajului folosit în activități turistice, etc.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea unui modul educațional de optimizare a formării practice, prin care se îmbină cunoștințele teoretice cu dobândirea abilităților practice necesare - Facilitarea debutanților în sectorul turistic, prin urmarea acestui curs - Implicarea întreprinderilor turistice în formarea practică a viitorilor angajați - Colaborare de termen lung între autoritățile educaționale și organismele de absorbție a personalului calificat sau necalificat
Termen de realizare	TM, următorii 5 – 10 ani.
Actori responsabili	Consiliul Județean Harghita, cu implicarea instituțiilor de învățământ și formare, precum și a întreprinderilor cu activitate turistică

V.4.3.5. Înființarea unui centru educațional destinat formării vocaționale a întreprinzătorilor în turism. Prin această măsură, se dorește înființarea și coordonarea unei infrastructuri de formare și specializare dedicat actorilor economici cu activități turistice. Acest centru poate fi realizat prin inventarierea cerințelor în acest sens exprimate de către întreprinzători și trebuie concentrat pe elaborarea unor module educaționale sau organizarea unor seminarii și schimb de experiență, care îndeplinesc cerințele care se pot ivi în momentul de față cu scopul dezvoltării întreprinderilor. Tematica cursurilor, modulelor sau dezbaterilor poate fi: însușirea competențelor manageriale, bazele cunoștințelor legate de buget și finanțe, consultanță în domeniul elaborării proiectelor UE sau naționale, posibilități de creditare, cunoașterea limbilor de circulație internațională, dar și însușirea adecvată a limbii române.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Creșterea profesionalismului întreprinzătorilor activi în turism - Însușirea acelor abilități profesionale, prin care turismul județean se poate ridica la standardele internaționale - Cunoașterea detaliată a nevoilor, cerințelor de formare a actorilor economici turistici din județ - Creșterea competitivității întreprinderilor județene în domeniu
Termen de realizare	TM, realizabil în următorii 5-10 ani
Actori responsabili	Întreprinzători turistici, experți de formare în diferite domenii

V.4.3.6. Elaborarea și inițierea unor pachete de cursuri de formare în turism, destinate specializărilor în acest sector, precum și **inventarierea persoanelor calificate în diferite domenii specifice**, cum ar fi: ghizi specializați în ecoturism; în prezentarea meșteșugurilor tradiționale secuiești; specializări în tratament balnear profesional, curiozități gastronomice, etc.

Efecte scontate	<ul style="list-style-type: none"> - Promovarea valorilor tradiționale județene prin oferirea serviciilor profesionale - Stabilirea bazelor de cooperare de interes comun, cu scopul dezvoltării turistice prin contribuirea tuturor actorilor locali, persoane fizice și juridice. - Implicarea know-how-ului existent cu scopul valorificării acestora pe paleta turistică - Creșterea posibilităților de venit din turism ca și activitate complementară - Diversificarea serviciilor oferite pe plan județean și regional
Termen de realizare	TL: următorii 10 ani
Actori responsabili	Centre de formare vocațională, experți în diferite domenii, autorități publice responsabili pentru coordonarea acestor activități

V. 5. Axa de dezvoltare nr. 5. Marketingul destinației Ținutului Secuiesc

V.5.1. Fundamentare

Principala idee de la care trebuie să pornim în sublinierea ideii și necesității marketingului destinației în general este aceea a globalizării. Se poate întreba de ce tocmai **globalizarea** ne îndeamnă la o diferențiere a locației turistice, în condițiile când această tendință de uniformizare tocmai omogenizează majoritatea metropolelor, stilurilor de viață și destinațiile turistice, de asemeni?

Este vorba de o distincție dintre **rutină**, viața de zi cu zi, care într-adevăr devine foarte similară (și ca formă și în fond) în multe locații ale post-industrializării, și de **evadare din rutină**, de agrement și timp liber, adică tocmai logica turismului. Această logică urmărește din ce în ce mai mult căutarea specificului, a atracției unice și chiar personalizate în anumite cazuri. De aceea, majoritatea locurilor trebuiau să se diferențieze și își caută aspecte, caracteristici distinctive proprii, pe care trebuie să și le facă cunoscute cât mai eficient.

Un alt argument de suport al tendinței este cel al **competiției**. Globalizarea, pe lângă faptul că încurajează pe termen lung diferențierea destinațiilor turistice, în viziunea noastră, creează și un puternic climat competițional, din motive tehnice și tehnologice, adică de parcurgere și tranzitare mai rapidă a spațiului. Locurile devin mai apropiate, mai accesibile, atât al accesului direct, fizic, prin mijloace de transport mai rapide și mai ieftine (cu toată penuria globală de energie, unitatea de transport pe tonă-km devine mai ieftină, din cauza tehnologiei de transport tot mai elevate), cât și indirect, virtual și comunicațional, prin mijloacele de comunicație ale secolului 21, oferind informații imediate turistului și investitorului potențial despre orice locație necunoscută în trecut.

Astfel, nici o locație sau destinație turistică nu poate face abstracție de aici încolo de această concurență acerbă, trebuie să se afirme pe plan mondial, fiindcă piața funcționează din acest moment pe plan global.

Competitivitatea locației trebuie să ne plaseze pe o poziție favorabilă cel puțin pe plan continental sau intra-continental, regional.

Iar pentru aceasta nu este de ajuns doar să aducem modificări pozitive la nivelul produsului turistic, al prestațiilor, **este o deosebită nevoie de o comunicare credibilă, diferențiabilă, atractivă și compactă.**

În ceea ce privește, delimitarea teritorială a destinației alese pentru marketing și promovare, putem să afirmăm că aceasta nu trebuie să coincidă cu delimitarea administrativă, pentru care se formează strategia de dezvoltare.

Produsul va fi conceput la nivel județean, deci, și **destinația promovată va fi stabilită la nivel regional, cel al Ținutului Secuiesc**, ca regiune turistică.

Este nevoie de utilizarea acestei delimitări în promovare pentru simplul fapt că județul Harghita nu are o identitate palpabilă în imaginea turiștilor străini, și nici al celor din Ungaria, astfel. În schimb, Ținutul Secuiesc este o formațiune teritorială istorică, cu rădăcini încă din Evul Mediu, din vremea scaunelor cvasi-independente de regalitatea din Buda și chiar cu o populație care are o identitate puternică locală și cu caractere etnice, în multe cazuri care face regiunea și mai interesantă din punct de vedere turistic.

Astfel, problema regiunii turistice Ținutul Secuiesc trebuie și poate fi adaptată la modelul regiunilor turistice din Ungaria, sau din alte țări, cu un turism mai avansat, din punct de vedere cantitativ și calitativ.

Marketingul turistic al destinației Ținutul Secuiesc **poate fi un act pozitiv și din alte puncte de vedere**, al dezvoltării generale economice și sociale: pe de o parte permite pe termen lung o abordare mai susținută al promovării regionale din partea administrațiilor locale, adică un autocontrol invizibil al dezvoltării, atragerii de capital și afirmării pe diferite piețe de desfacere ale produselor locale. Cu alte cuvinte, dacă regiunea va funcționa în domeniul turismului, este foarte posibil, ca această colaborare și această imagine funcțională să fie propulsată și în domeniul investițional, rezidențial și al exporturilor, ca piețe emergente în emulația localităților. Pe de altă parte, afirmarea destinației turistice Ținutul Secuiesc poate să însemne un fapt pozitiv în sine în emanciparea identității regionale al populației băștinașe, fapt care în general facilitează o serie de atitudini sociale pozitive față de schimbări și transformări statale sau provocate de piață, fortificând atașarea sentimentală a populației de această regiune.

Efectele posibile scontate ale marketingului destinației la nivel de regiune:

- diferențierea față de principalii concurenți pe piața turistică
- facilitarea afirmării unor întreprinderi turistice prin apelarea la o imagine regională mai așezată
- vânzarea mai ridicată a produselor și prestațiilor turistice din întreaga regiune, în țară și în străinătate

- aplanarea sezonalityi turistice și a deconjuncturilor, prin campanii de promovare controlate și focusate pe anumite perioade și locații
- creșterea atractivității turismului regional, în general, pentru forța de muncă autohtonă și chiar pentru cea străină
- creșterea atractivității și a renumelui domeniului turistic din Secuime, pentru investitori străini și interni, din domeniul hotelier (lanțuri hoteliere), balnear și al agrementului profesional
- posibilitatea realizării unor vânzări mai ridicate a produselor autohtone regionale, prin turism, dar mai ales a produselor specifice locale, și prin exportarea acestora în țările emițătoare de turism, spre regiunea turistică Ținutul Secuiesc

V.5.2. Obiective operative

Obiectivele operative trebuie să facă legătura între obiectivul general al domeniului de intervenție și programele, proiectele și măsurile concrete care vor constitui mijloacele efective realizării obiectivului general. Obiectivul general al domeniului de intervenție este **ridicarea gradului de cunoaștere și potențialului de atracție** a regiunii Ținutul Secuiesc, și în cadrul acestuia a județului Harghita.

1. Realizarea unei cooperări cu județele Covasna și Mureș, cu scopul unei promovări comune a regiunii
2. Crearea unei imagini turistice distinctive, unice despre întregul Ținutul Secuiesc
3. Identificarea elementelor de design și imagine, a simbolurilor care vor domina în materialele promoționale
4. Atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier, balnear, de agrement
5. Furnizarea eficientă și permanentă a informațiilor pentru turiști, despre toate atracțiile și serviciile existente în județ și în celelalte două județe
6. Realizarea unor cooperări de marketing pe plan microregional (destinații precum Ținutul Sării, Csomatu-Bálványos etc.), regional (la nivel de Transilvania) și național pentru realizarea unor imagini cât mai favorabile despre destinațiile respective.

Obiectivele operative pot fi cuantificate, gradate și măsurate în perioade de timp de 5 ani, în care se va aprecia gradul de îndeplinire a acestor obiective. Obiectivele specifice, operative pot fi îndeplinite numai prin operaționalizarea acestora, adică prin atribuirea la acestea a unor mijloace (programe) realizabile în termene previzibile, de către responsabili bine determinați.

V.5.3. Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție / programelor

V.5.3.1. Realizarea unei cercetări sociologice și de piață, care să pună bazele folosirii simbolurilor și celorlalte elemente de identitate pentru planul de marketing

În efortul de a contura un sistem de simboluri și elemente de profil ale comunicațiilor regiunii, este foarte indicat cercetarea științifică a însemnurilor existente în imaginea mentală a populației rezidente și a turiștilor care vizitează în momentul de față Ținutul Secuiesc.

Această cercetare se va efectua prin metoda sondajului aleatoriu, cu un eșantion din rândul populației locale și cu un eșantion din rândul turiștilor care vizitează regiunea. În alegerea eșantionului turiștilor, este foarte important ca să se focuseze atât pe segmentul turiștilor autohtoni, români, cât și pe cei străini, pentru a-i asigura reprezentativitatea.

Cercetarea va delimita care sunt acele simboluri vizuale, auditive și culturale (persoane, valori fundamentale etc.), care trăiesc în conștiința populației și care vor putea fi încorporate în sistemul de comunicații proiectat ulterior. Aceste simboluri pot fi de natură culturală sau etnică (steaguri, combinații de culori), folclorice (obiecte, muzică, obiceiuri), istorice (evenimente, comemorări), naturale (elemente de floră sau faună), gastronomice sau altele. Important este, ca în stabilirea, alegerea simbolurilor dintre toate cele conturate, să aibă în vedere ca cele alese trebuie să fie funcționale la nivel regional, să fie acceptate și reprezentative pentru întregul Ținut Secuiesc, iar pe de altă parte trebuie să diferențieze regiunea de alte regiuni culturale sau turistice.

Pe lângă simbolurile care pot fi operaționalizate, cercetarea trebuie să descopere și imaginile și asociațiile existente, de asemenea în reprezentarea mentală a celor două categorii (rezidenți și turiști), în legătură cu regiunea Ținutul Secuiesc. Multe dintre acestea pot să se suprapună cu

etnicitatea secuilor, însă această cercetare va trebui să rămână focusat mai mult pe reprezentarea localității, nu și a etnicității sau a altor elemente de comunitate.

Termeni propuși realizării intervenției: TS, 1 an

Coordonator propus al proiectului: Consiliul Județean Harghita

Parteneri: Consiliile Județene Mureș și Covasna

Executarea proiectului: instituție de cercetare în domeniu (sondaje mass-media, cercetări sociologice)

V.5.3.2. Elaborarea unui plan de marketing turistic regional al Ținutului Secuiesc, comun cu celelalte două (trei) județe

Planul de marketing va merge mai departe, va sintetiza rezultatele cercetării și va stabili concepția de marketing a regiunii. Planul de marketing va fi elaborat în strânsă colaborare cu celelalte două județe, pentru a atinge un consens maxim în privința obiectivelor, ideii de bază și măsurilor și mijloacelor utilizate.

Planul de marketing va cuprinde obligatoriu următoarele părți componente:

- i. Auditul de imagine: sintetizarea elementelor identificate în cercetarea premergătoare, a simbolurilor și a imaginilor existente în viziunea locuitorilor și turiștilor
- ii. Auditul de piață: analiza segmentelor de piață existente și potențiale (turistice), pe baza unor interviuri, analize empirice și a unor sondaje și cercetări realizate în trecut, cu alte ocazii
- iii. Auditul de concurență: analiza regiunilor și destinațiilor concurente din țară și din străinătate, existente și potențiale
- iv. Concepția de produs: este esența planului de marketing, prin aceasta trebuie demarcat care va fi *caracterul principal* al regiunii Ținutul Secuiesc - în consens cu imaginile existente, strategiile turistice județene și posibilitățile determinate de evoluțiile piețelor turistice internaționale
- v. Concepția de comunicare: prin aceasta se va sintetiza care vor fi principalele elemente de comunicare. Această parte trebuie să cuprindă concepția mesajului (alegerea mesajului principal și celor complementare, în conformitate cu concepția produsului și care vor fi elementele de profil ale mesajului – slogan, logo, design), și concepția mijloacelor (care vor fi mijloacele preferate, în ce formă și intensitate).

- vi. Programul de marketing: operaționalizarea concepțiilor, descrierea scurtă a activităților necesare, a termenelor și responsabililor coordonării și executării.

Termeni propuși realizării intervenției: TS, 2 ani

Coordonator propus al proiectului: Consiliul Consultativ al Turismului Județean și organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: Consiliile Județene Mureș și Covasna

Executarea proiectului: societate comercială specializată în consultanță

V.5.3.3. Lansarea unui program de marketing, pe baza planului de marketing, al regiunii turistice Ținutul Secuiesc

După elaborarea planului de marketing, autoritățile competente pot să inițieze un program de marketing, pe baza planului, mai ales după schema și metodologia descrisă în ultimul capitol al acestuia.

Trebuie subliniat, pe când planul de marketing este un document, programul de marketing este un set de acțiuni, unice sau permanente, definite în mod planificat, atribuite unor persoane responsabile și termene de realizare, și monitorizate în mod constant. Este un punct în plus, în creșterea eficienței acestuia pe termen lung, dacă programul este precedat de un audit al circulației turistice existente, iar în anumite perioade de timp acest volum este măsurat din nou, cu aceleași metode, servind astfel măsurarea eficienței acțiunilor de promovare și desfacere. În orice caz, activitatea de monitorizare a programului în sine, nu poate fi ocolită, pentru a evita greșeala deplasării de indicațiile și obiectivele planului de marketing și pentru a redresa anumite inadvertențe care decurg din necorespondența propunerilor planului cu realitățile existente. Monitorizarea poate fi făcută prin utilizarea indicatoarelor de performanță, de control, de asigurare a calității și prin rapoarte periodice care să garanteze seriozitatea aplicării programului.

Termeni propuși intervenției: TS și TM, în mod continuu

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: Consiliile Județene Mureș și Covasna, organele abilitate ale acestora (de preferat un MDT comun al regiunii sau mai multe dar cu atribuții similare în fiecare județ)

Executarea proiectului: societate comercială specializată în marketing

V.5.3.4. Realizarea unor materiale suplimentare pentru atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier și balnear, în primul rând

Atragerea de investitori în anumite domenii este un pas strategic în dezvoltarea turistică a județului și a regiunii, în general. Profesionalizarea domeniului turistic, introducerea unor coduri de bune practici și a unor servicii de calitate presupune atragerea unor investitori de specialitate care vor putea să propage aceste cunoștințe și cultură organizațională, în principal hotelurilor și bazelor de wellness, existente în zonă. Un alt motiv, care face atragerea investitorilor (străini) indispensabilă este lipsa de capital. Pentru dezvoltarea domeniului balnear și wellness, este nevoie de infuzia unui volum semnificativ de capital. Acest lucru niciodată nu se va realiza din inițiative locale, nu numai pentru că nu există garanție (bază) economică pentru susținerea unui împrumut în acest sens, ci și pentru că nu există un know-how suficient în aceste domenii care să asigure o investiție optimă capitalului existent (nu va fi cheltuit suma în mod eficient, recuperabil). Exemple bune, pozitive sunt și investițiile străine în regiune (Sovata – Hotel Danubius Sovata) sau autohtone, dar cu un suport consistent din partea unui lanț hotelier voluntar (Hotel Fenyő – Lanțul Hunguest), care prestează cele mai bune servicii hoteliere în Ținutul Secuiesc, în privința calității și profesionismului.

Materialele promoționale pentru atragerea de capital vor fi personalizate, vor cuprinde posibilitățile de dezvoltare, de investiție, inclusiv locații concrete, descrierea locației, a infrastructurii existente, a situației drepturilor de proprietate, accesibilității și alte informații utile. Materialele respective vor fi tipărite într-un număr relativ redus (200-300 exemplare) și o parte dintre ele vor fi trimise unor lanțuri hoteliere integrate, centre balneare din Europa Occidentală, orașe înfrățite, agenții imobiliare internaționale, ambasade și consulate din București și alte contacte din domeniu. O altă parte dintre ele pot fi păstrate pentru ocazii, întâlniri cu personaje din domeniu care vizitează zona, când le sunt înmânate.

Termeni propuși realizării intervenției: TM, 3 ani

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: Consiliile Județene Mureș și Covasna, organele abilitate ale acestora (de preferat un MDT comun al regiunii sau mai multe dar cu atribuții similare în fiecare județ), și administrațiile publice locale

Executarea proiectului: societate comercială specializată în marketing

V.5.3.5. Crearea unui sistem de informare transparent și dinamic pentru turiști

Organizația proiectată să coordoneze turismul din județul Harghita, denumită în capitolele anterioare MDT, va fi însărcinată și cu proiectarea sistemului de informare. Acest sistem trebuie să fie unul transparent, accesibil și va furniza informații complete despre:

- produsele turistice de tip pachet
- atracțiile naturale și antropice existente
- serviciile de transport, cazare, alimentație din oferta turistică regională, inclusiv prețul aproximativ al acestora
- evenimentele, programele culturale și artistice din județ
- punctele de prim-ajutor
- servicii balneare și wellness
- servicii de agrement: echitație, pârtii de schi, ciclism, plimbări cu bărci, etc.
- alte informații despre ghiduri turistice, servicii de închiriere, tranzitare, documente pentru străini, etc.

Sistemul de informații trebuie construit pe o **rețea de puncte de informații**, marcate cu același însemn în întreaga regiune, și care au cel puțin o persoană disponibilă pentru prestarea serviciilor de informare, cu program prelungit între orele 8.00 și 20.00 (în extrasezon cu program mai scăzut). Punctele de informare existente pot fi încorporate în noul sistem, iar pentru eficientizarea timpului de lucru a angajaților în perioadele de extrasezon, aceste puncte și acest personal poate fi în interiorul organizației MDT.

Bineînțeles, acești angajați nu pot memora un asemenea volum de informații, despre toate domeniile menționate mai sus, de aceea se recomandă operarea acestor puncte pe baza unui **sistem informatizat** cu legături directe la prestatorii de servicii turistice și conexe, și prin care angajatul punctului de informare poate să verifice imediat cu exactitate toate informațiile despre prestator, servicii, tarife, condiții, disponibilitate și acces și să le furnizeze solicitantului.

Punctele la care se recomandă amenajarea unor puncte de informare:

- cele 7 stațiuni turistice: Băile Tușnad, Harghita-Băi, Praid, Băile Homorod, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu, Borsec.
- cele 3 municipii: Miercurea-Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Gheorgheni.

Pe lângă acestea, bineînțeles se pot inițializa și în alte locații, după dezvoltarea treptată a turismului, precum Lăzarea, Zetea, Lupeni, Toplița, Vlăhița, Lunca de Jos, Bălan etc.

Termeni propuși realizării intervenției: TM, 5 ani

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: administrațiile publice locale (APL) și asociațiile de turism

Executarea proiectului: implementarea proiectului va putea fi realizată de o societate de consultanță din domeniul turismului

V.5.3.6. Stabilirea unor relații de cooperare de marketing la nivel microregional, regional și național

La nivel microregional, trebuie aplicate pe termen lung aceleași metode de marketing ca și la nivel regional, adică crearea unui plan de marketing și a unui program de marketing, dar aceste planuri trebuie să se conformeze cu concepția regională de marketing care va avea prioritate. Totodată, elementele regionale de marketing (simboluri, design și profil) trebuie utilizate și la nivel microregional, pe lângă cele specifice locale pentru amplificarea efectului de sinergie. Aceste microregiuni turistice sunt descrise la punctul V.1.3. din această strategie, la primul program de intervenție propus.

Termeni propuși realizării intervenției: TM, 5 ani

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: administrațiile publice locale (APL) și asociațiile de turism, consiliile județene Covasna, Mureș, Bacău, Neamț.

Executarea proiectului: organizațiile MDT locale (microregionale) sau asociațiile de turism locale

Cooperarea la nivel regional, pe plan de marketing înseamnă realizarea unor acțiuni comune la nivelul Transilvaniei, în privința promovării și al desfacerii în anumite târguri internaționale, din Occident, unde regiunea turistică Ținutul Secuiesc s-ar putea să nu aibă destulă putere de atracție pentru a fi vândabilă în sine. Bineînțeles, aceste cooperări trebuie realizate astfel încât imaginea comună promovată a Transilvaniei să nu lezeze și să nu fie contradictorie cu ceea ce este concepută despre Ținutul Secuiesc. O întrebare deschisă rămâne și faptul că cine va inițializa și cine va aplica un astfel de promovare comună, foarte necesară de altfel pentru întreaga macroregiune. Imaginea Transilvaniei este foarte cunoscută și atractivă pe multe piețe turistice, care ar trebui cultivată în mod conștient și permanent.

Termeni propuși realizării intervenției: TL, 7 ani

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: Consiliile Județene Harghita-Mureș-Covasna.

Executarea proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

La nivel național, regiunea turistică Ținutul Secuiesc trebuie să întreprindă un altfel de cooperare. Este vorba în primul rând de cooperare diplomatică și politică, pentru ridicarea acceptanței ideii regiunii în sine, de altfel care este și un deziderat politic. Opinia publică națională trebuie convinsă că această regionalizare turistică nu înseamnă nici o amenințare la adresa suveranității Statului Român, ci dimpotrivă, va reprezenta un mijloc de promovare al turismului românesc în general. Ținutul Secuiesc va trebui să apară în timp pe prospectele și broșurile editate de către Ministerul Turismului și altor organizații turistice naționale pentru a beneficia de aceleași „drepturi” ca și celelalte regiuni promovate: Maramureș, Moldova, Litoralul românesc, etc.

Termeni propuși realizării intervenției: TL, 10 ani

Coordonator propus al proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

Parteneri: Consiliile Județene Harghita-Mureș-Covasna, reprezentanți în Parlament al județelor Harghita, Mureș și Covasna

Executarea proiectului: Organizația (organizațiile) MDT regional

V.6. Proiecte turistice inițiate, concepute sau în curs de execuție la nivelul județului Harghita

Listarea proiectelor pe baza axelor de dezvoltare propuse prin strategia turistică					
	Axa 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice	Axa 2 Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe	Axa 3 Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita	Axa 4 Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism	Axa 5 Marketingul destinației Ținutului Secuiesc
Programe, proiecte derulate sau inițiate de CJHR					
I. Proiecte – Programe de dezvoltare în curs de desfășurare	Derularea proiectului Drumul Apelor minerale	Turismul în siguranță: cartarea, reabilitarea traseelor turistice montane din M. Harghita, Hășmaș, Călimani	Program de colaborare cu asociațiile din domeniul turismului din județul Harghita	Formarea interpreților rurali printr-un proiect de formare continuă Leonardo da Vinci, transfer de inovație	Program privind promovarea imaginii publice a județului Harghita
	Elaborarea concepțiilor de amenajare teritorială a zonelor și destinațiilor turistice din județ: Munții Harghita, Masivul Ciomatu-Balványos, Hășmașu Mare-Lacu Roșu, Ținutul Sării, Borsec-Toplița, Munții Gurghiuului, Târnava-Nyiko, Microregiunea Pogany-havas, Zona Homorade-Cheile Vârghișului	Sprijinirea dezvoltării infrastructurii în stațiunile turistice și a elaborării planurilor de dezvoltare a acestor destinații: Băile Tușnad, Borsec, Toplița, Lacu Roșu, Izvoru Mureșului, Harghita-Băi, Băile Homorod, Sântimbru-Băi, Băile Seiche, Băile Soskut, Praid etc.	Crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice (OMDT) la nivel local-microregional, județean și regional	Inițierea unei campanii de conștientizare a importanței și prestigiului ocupațiilor în turism	Realizarea unei cercetări sociologice și de piață, care să pună bazele folosirii simbolurilor și celorlalte elemente de identitate pentru planul de marketing
II. Proiecte recent inițiate și idei de proiecte	Stimularea dezvoltării structurilor de primire pe	Stimularea creerii și funcționării unor asociații	Strategie de optimizare a sistemului de formare formal și informal cu nevoile pieței	Formarea practică a elevilor, studenților, care vor să obțină calificări în turism sau	Elaborarea unui plan de marketing turistic regional al Ținutului Secuiesc , comun cu celelalte două (trei) județe



	<p>Amenajarea corespunzătoare a câteva destinații alese cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații: Parcul Național Hășmaș-Cheile Bicazului, Lacul Sfânta Ana-Tinovul Mohoș, Cheile Vârghișului, Popasul Păsărilor de la Sânpaul, Defileul de sare de la Praid, Tinovul Luci și Poiana Harghitei din Munții Harghita de Sud, etc.</p> <p>Proiect inițiat în cadrul programului de cooperare INTERREG IVC cu scopul menținerii biodiversității arilor protejate prin optimizarea impactului turismului</p> <p>Sprrijinirea localităților rurale cu scopul de a formula unicitatea (în tradiții și activități meșteșugărești sau alte valori populare culturale) pe care poate oferi față de celelalte localități</p> <p>Coordonarea în timp și spațiu al manifestărilor și</p>	<p>raza traseelor de turism activ și pentru asigurarea suportului tehnic privind aceste forme de turism: refugii și cabane în Munții Hășmaș, Gurghiu</p> <p>Recondiționarea taberelor școlare, campingurilor și vilelor în stațiunile balneare și climatice montane</p> <p>Stimularea investițiilor în structuri de cazare de tip hotelier în zonele specificate, asigurând un grad ridicat de calitate a serviciilor</p> <p>Promovarea spiritului antreprenorial în domeniul structurilor de agrement în stațiunile turistice și zonele cu concentrație turistică ridicată</p> <p>Modernizarea salvării montane, creșterea siguranței turismului montan și activ; proiect depus în cadrul POR D.M. 5.2</p>	<p>turistice profesionale locale</p> <p>Stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltarea turismului din regiune: centru de cercetare și bibliotecă de specialitate pentru turism și dezvoltare teritorială</p> <p>Organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și cultură</p> <p>Stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice</p> <p>Elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți</p> <p>Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale</p> <p>Parteneriat pentru implementarea legislației cu privire la tichetele de vacanță: campanie de informare și promovare a tichetelor de vacanță</p>	<p>activități</p> <p>Înființarea unui centru educațional destinat formării vocaționale a întreprinzătorilor turistici</p> <p>Elaborarea și inițierea unor pachete de cursuri de formare în turism, destinate specializărilor în acest sector</p> <p>Proiect de formare continuă (Leonardo da Vinci) vizând siguranța și diversificarea serviciilor de salvare montană</p>	<p>Lansarea unui program de marketing, pe baza planului de marketing, al regiunii turistice Ținutul Secuiesc</p> <p>Realizarea unor materiale suplimentare pentru atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier și balnear, în primul rând</p> <p>Crearea unui sistem de informare transparent și dinamic pentru turiști: rețeaua birourilor de informare turistică și a sistemului de panouri informative, indicatoare</p> <p>Stabilirea unor relații de cooperare de marketing la nivel microregional, regional și național</p> <p>Program de promovare a valorilor culturale-naturale ale județelor Harghita și Covasna; proiect depus în cadrul POR, axa 5.3.</p>
--	--	--	---	---	--

	<p>festivalurilor culturale și editarea unui calendar de evenimente al județului</p> <p>Sprijinirea renovării monumentelor, siturilor arheologice, bisericici fortificate, castelilor, cetăților și conacelor cu scopul organizării unor tururi de vizitare al acestor obiective</p> <p>Identificarea (explorarea) surselor de apă minerală din județ și reabilitarea mofetelor nefuncționale</p>			
--	--	--	--	--

Programe, proiecte derulate sau inițiate de consiliile locale

	<i>Axa 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice</i>	<i>Axa 2 Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe</i>	<i>Axa 3 Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita</i>	<i>Axa 4 Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism</i>	<i>Axa 5 Marketingul destinației Ținutului Secuiesc</i>
I. Proiecte – Programe de dezvoltare în curs de desfășurare	<p>Ecologizarea stațiilor turistice Lacu Roșu și dezvoltarea infrastructurii pentru turism etapa I a) Sistem de alimentare cu apă potabilă, b) Sistem de canalizare – Gheorgheni</p> <p>Reabilitarea curiei "Mikó", Joseni</p>	<p>Amenajarea unei părții de schi – Borsec – stadiu PT</p> <p>Amenajare tabără de tineret, Mădăraș</p> <p>Reabilitarea căminului cultural și amenajarea anexei cu funcție de locuri de cazare – com. Căpălănița</p>	<p>Înființarea Asociației Turistice din Bazinul Giurgeu</p> <p>Stabilirea relațiilor cu Asociația de Promovare Turistică din Bucovina</p>		

<p>II. Proiecte recent inițiate și idei de proiecte</p>	<p>Construirea unei baze de tratament pentru exploatarea apei minerale – Borsec</p> <p>Construirea unui Complex balnear – Praid</p> <p>Reabilitarea și amenajarea casei de cultură ca și complex balnear – Băile Tușnad</p> <p>Analiza calitativă și cantitativă, cartografierea apei termale existente în zona Călimani, care poate fi valorificată ca și obiectiv turistic</p> <p>Reabilitarea conacului Bialis și transformarea lui într-un Centru Cultural Muntifuncțional, com. Mihăileni</p> <p>Cumpărarea casei Lado și</p>	<p>Reabilitarea cabanei de la Piatra Singuratică</p> <p>Proiectarea infrastructurii suport pentru zona turistică Sântimbru Băi</p> <p>Amenajare "Zona de agrement - Homorodloka", Căpâlnița</p> <p>Amenajarea unei părții de schi la Sântimbru Băi</p> <p>Amenajarea unei părții de schi la Tulgheș, marcarea traseelor turistice</p> <p>Relansarea festivalului de dans popular și obiceiuri de iarnă „Roata stelilor” - Tulgheș</p> <p>Dotarea casei de cultură și a pensiunii aferente din Satu Mare</p>	<p>Înființarea asociațiilor turistice profesionale pe arealele microregionale din județ și constituirea federației județene, regionale ale acestora</p> <p>Înființarea posturilor de referenți și inspecții de turism în cadrul primăriilor sau al asociațiilor de dezvoltare intercomunitară</p> <p>Stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice</p> <p>Elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți</p> <p>Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale</p>	<p>Înființarea rețelei turistice a animatorilor locali, la nivelul localității Cristuru Secuiesc</p>	<p>Elaborarea unui amplu pachet de promovare a orașului și a microregiunii Cristur</p> <p>Elaborarea unui DVD cu film scurt despre promovarea turismului din zona Călimani în 100 de exemplare.</p> <p>Analiza calitativă și cantitativă, cartografierea apei termale existente în zona Călimani, care poate fi valorificată ca și obiectiv turistic</p> <p>Realizarea unor materiale suplimentare pentru atragerea unor investitori de specialitate în domeniul hotelier și balnear, în primul rând</p>
--	--	---	--	--	--

	transformarea ei într-un Muzeu Tărănesc, com. Mihăileni				Crearea unui sistem de informare transparent și dinamic pentru turiști: rețeaua birourilor de informare turistică și a sistemului de panouri informative, indicatoare
	Reabilitarea morii din satul Mihăileni, nr. 44.				Stabilirea unor relații de cooperare de marketing la nivel microregional, regional și național











Alte proiecte derulate sau inițiate de ONG-uri, instituții publice, asociații profesionale, întreprinderi turistice

	<i>Axa 1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice</i>	<i>Axa 2 Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe</i>	<i>Axa 3 Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita</i>	<i>Axa 4 Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism</i>	<i>Axa 5 Marketingul destinației Ținutului Secuiesc</i>
	Amenajarea unor trasee ecodidactice (ecoturistice) ale rezervațiilor naturale și mediatizarea acestora Extinderea programului de reabilitare a traseelor turistice marcate în zona montană și deluroasă: platoul vulcanic Gurghiu-Harghita, Dealurile Târnavei Mici, Odorheiului și	Extinderea complexului hotelier Fenyó din Miercurea-Ciuc, amenajarea unui centru de wellness și centru de conferințe la standarde ridicate Înființarea unei tabere de vară în stațiunea Soskut, microregiunea Cristur	Înființarea asociațiilor turistice profesionale pe arealele microregionale din județ și constituirea federației județene, regionale ale acestora Organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și	Elaborarea și inițierea unor pachete de cursuri de formare în turism, destinate specializărilor în acest sector	Elaborarea unor materiale informative-promoționale (hărți, ghiduri, broșuri, pliante, site-uri de internet, DVD-uri) despre atracțiile turistice din regiune, diferențiat pe produse turistice : ecoturism,








	<p>Homoroadelor, Magistrata albastră Gurghiu-Harghita-Munții Baraolt și/sau Perșani,</p> <p>Planificarea rețelei de trasee de cicloturism și turism ecvestru de-alungul principalelor cursuri de apă și integrarea acestora în rețeaua națională și internațională EUROVELO</p> <p>Amenajarea corespunzătoare a pârtilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare</p>	<p>Înființarea unui centru de tineret de către Asociația Feherlofia cu spațiu agrement sportiv, în Cristuru Secuiesc</p> <p>Execuția unui spațiu de cazare de 50 locuri la HB HOTEL S'-Hotel Ciucaș, Băile Tușnad</p> <p>Reabilitarea și extinderea complexului hotelier ONIX, la SC KONTAKT SRL, Băile Tușnad</p> <p>Reabilitare generală a Hotelului „Olt”, amenajarea unei parcuri moderne; amenajarea unei piscine acoperite la HB HOTEL S'-Hotel Ciucaș, Băile Tușnad</p> <p>Dezvoltarea structurilor de primire cu funcțiuni de alimentație cu specific și calificare ridicată</p>	<p>cultură</p> <p>Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale</p>	<p>turism activ (drumeție, ciclism, sporturi de iarnă), turism balneo-curativ, turism cultural și religios; difuzarea acestora pe canalele de promovare și distribuție a produsului turistic: expoziții și târguri turistice, agenți economici tour-operatori</p> <p>Realizarea unui site internet pentru promovarea și dezvoltarea turismului din Bazinul Giurgeu, cu funcție de promovare, dar și de cercetare on-line și susținerea formării managementului destinației turistice</p>
--	---	--	--	--

Bibliografie



Cărți, ghiduri turistice:

-  Ciangă Nicolae, *România, Geografia Turismului (Partea Întâi)*, 2001, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca;
-  Ciangă Nicolae, *Turismul din Carpații Orientali*, 1998, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca;
-  Ciangă Nicolae, 1998: *Turismul în Carpații Orientali*, Institutul Național de Statistică a Județului Harghita, 2005;
-  Cocean Pompei, *Geografia Turismului*, 1999, Editura Focul Viu, Cluj-Napoca;
-  Cocean Pompei, *Geografia Turismului Românesc*, 1997, Editura Focul Viu, Cluj-Napoca;
-  Cocean, P., Vlăsceanu, Gh., Negoescu, B., *Geografia generală a turismului*, (2002), Editura Meteora Press, București;
-  Deák Ferenc, László László, *Erdély Útikalauz*, 2005, Editura Erdélyi Gondolat, Odorheiu Secuiesc;
-  Ghidul stațiunilor turistice, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, 2007;
-  Ghidul pârtiilor de schi, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, 2007;
-  Horváth Alpár, *Stațiunile balneo-climaterice mici și mijlocii din județul Harghita*, 2000, Lucrare de disertație, UBB Facultatea de Geografie, Cluj-Napoca;









Documente, articole, lucrări utilizate:

-  Arhiva Reprezentanței de Informare și Promovare Turistică Budapesta a MIMMCTPL;
-  Baza de date a Reprezentanței de Informare și Promovare Turistică Budapesta a MIMMCTPL;
-  Buletin statistic lunar județean, Institutul Național de Statistică, 2006-2008;
-  Fișa traseelor turistice din județul Harghita, Serviciul public Salvamont Harghita;
-  HG 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, Monitorul Oficial 379/19.05.2008;
-  INS: Recensământul Populației și a Locuințelor din martie 2002;
-  INS: Statistica Teritorială, 2005, 2006;


















- 📖 Încadrarea drumurilor publice din Județul Harghita, Ediția Februarie 2008, Consiliul Județean Harghita;
- 📖 Ghidul pârtiilor de schi 2007, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională de Turism;
- 📖 Master Planul pentru Turismul Național al României, realizat de Organizația Mondială a Turismului, 2007;
- 📖 OM 636/2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice, Monitorul Oficial 613/20.08.2008;
- 📖 Pârtii de schi clasificate în județul Harghita;
- 📖 Percepția României ca destinație turistică în Ungaria, KPMG Leisure&Travel, 2005;
- 📖 Planul de Amenajare a Teritoriului Național, Secțiunea a-VI-a - Zone Turistice;
- 📖 Planul de Dezvoltare Regiunea Centru 2007 – 2013;
- 📖 Planul Național de Dezvoltare 2007-2013, Guvernul României, București 2007;
- 📖 Programul Operativ Regional, parte a Strategiei Naționale de Dezvoltare Regională 2007-2013, Guvernul României, București 2007;
- 📖 Raportul Prefectului asupra stării generale economice, sociale și administrative a județului Harghita pe anul 2006 - www.prefecturaharghita.ro/programe/programe.htm;
- 📖 Raport Privind Starea Mediului pe anul 2006 în Regiunea 7 Centru, ARPM Sibiu;
- 📖 Restaurante clasificate din județul Harghita;
- 📖 Rețeaua de reprezentanțe străine a MIMMCTPL:
- 📖 România. Geografia turismului (Partea întâi), Presa Universitară Clujeană. Cluj-Napoca, 2001;
- 📖 Strategie a Autorității Naționale a Turismului, faza draft, Autoritatea Națională pentru Turism, București, august 2006;
- 📖 Strategia Turismului Balnear, Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Turism, București, septembrie 2006;
- 📖 Structuri de primire clasificate în județul Harghita, Reprezentanța Teritorială Harghita a Ministerului Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, Direcția Juridică Autorizare și Control;
- 📖 Studiul „Percepția României ca destinație turistică în Ungaria”, KPMG Leisure&Travel, 2005;
- 📖 Turismul româniei-Breviar Statistic, Institutul Național de Statistică, 2007;





-  Varga E. Árpád, <http://www.kia.hu/konyvtar/erdely/erd2002.htm>;
-  World Travel and Tourism Council: România – Impactul Turismului și Călătoriilor asupra Locurilor de muncă și Economiei;

Autorități care au furnizat date:

-  Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă, Județul Harghita;
-  Asociația de Turism Harghita
-  Consiliul Național al Audiovizualului Harghita
-  Direcția Județeană de Statistică Harghita, Miercurea Ciuc;
-  Inspectoratul Județean Școlar Harghita
-  Oficiul Județean pentru Protecția Consumatorilor Harghita
-  Rețeaua de reprezentanțe străine a MIMMCTPL
-  Serviciul public de salvamont Harghita

Pagini web:

-  www.businfo.ro/static04/HR/index.html
-  www.cchr.ro/jud/turism/hun/ind.html.
-  www.cchr.ro/ghidininvestitor
-  www.ciucon.ro/harghita/crestere_moderata_a_efectivelor_de_ursi_din_judet___stiri_harghita_191_349913.html
-  www.clmc.topnet.ro/ro/ezer.php?fc=m10
-  www.covasna.info.ro/html/strategia_turismului.html
-  <http://www.cugh.ro>
-  www.e-calauza.ro
-  www.harghita.anofm.ro
-  www.infotravelromania.ro/cursuri_thrdetalii.html
-  www.insse.ro
-  <http://isjhr.eduhr.ro>
-  www.iturism.ro
-  www.mturism.ro
-  <http://www.praid.ro/>
-  www.prefecturaharghita.ro/prezentarehr.htm
-  www.rotur.ro

-  www.thrgroup.ro
-  http://tourinfo.ro/component/option,com_frontpage/Itemid,31/lang,hu/
-  www.viaroamnia.eu
-  www.wikipedia.ro - Aeroporturi în România

Lista figuri

Figura nr. 1.3.1. Conexiuni strategice ale CSNR și ale Programelor Operaționale	50
Figura nr. 2.1.1. Structura numărului de turiști în România pe destinații turistice în anul 2007 pe total turiști	63
Figura nr. 2.1.2. Evoluția numărului de turiști în România pe destinații turistice în perioada 2000 – 2007	65
Figura nr. 2.1.3. Evoluția numărului de înnoptări în România pe destinații turistice în perioada 2000 – 2007	65
Figura nr. 2.1.4. Structura numărului de înnoptări în România pe destinații turistice în anul 2007, după total turiști și după turiști străini	66
Figura nr. 2.1.5. Durata medie a sejurului în România pe destinații turistice în anul 2000 și 2007, după total turiști și după turiști străini	67
Figura nr. 2.1.6. Ponderea primelor 10 țări emitente din nr-ul vizitatorilor în anul 2007	69
Figura nr. 2.1.7. Evoluția nr-ului de turiști în județele regiunii Centru	70
Figura nr. 2.1.8. Evoluția nr-ului de înnoptări în județele regiunii Centru	70
Figura nr. 2.1.9. Evoluția duratei medii de sejur în județele regiunii Centru	71
Figura nr. 2.1.10. Ponderea județelor din numărul înnoptărilor din regiunea Centru, în anul 2000 și 2007	72
Figura 2.2.1. Ponderea drumurilor naționale și europene din totalul drumurilor publice	116
Figura 2.2.2. Drumurile publice în județul Harghita (km)	117
Figura 2.2.3. Numărul pasagerilor în transport comun (mii de persoane)	118
Figura 2.2.4. Numărul medicilor (exclusiv stomatologi)	124
Figura nr 2.2.5. Abonamente telefonice la 1000 de locuitori	125
Figura nr. 2.2.6. Abonamente radio la 1000 de locuitori	126
Figura nr. 2.2.7. Numărul localităților cu sistem de canalizare în județul Harghita	128
Figura nr. 2.2.8. Capacitatea de cazare existentă – comparație pe județe	132
Figura nr. 2.2.9. Capacitatea de cazare în funcțiune, comparație pe județe în oglinda ponderii populației	133
Figura nr. 2.2.10. Sosiri în principalele structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, pe tipuri de structuri de primire turistică, 2007	133
Figura nr. 2.2.11. Sosiri turiști anul 2007	134

Figura nr. 2.2.12. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare, 2007	134
Figura nr. 2.2.13. - Asocieri legate de perceperea României ca destinație turistică	149
Figura nr. 2.2.14. - Asocieri legate de România ca destinație turistică	150
Figura nr. 2.2.15. - Tipuri de cazare preferate în România	151
Figura nr. 2.2.16. - Motive de călătorie (%)	151
Figura nr. 2.2.17. - Motive pentru a călători în România	152
Figura nr. 2.2.18. - Destinații preferate din România	153
Figura nr. 2.2.19. - Sezonabilitatea călătoriilor în România	153
Figura nr. 2.2.20. - Sezonabilitatea următoarelor vizite	154
Figura nr. 2.2.21. - Satisfacția turiștilor maghiari în urma călătoriilor în România	154
Figura nr. 2.2.22. - Recomandări privind România ca destinație turistică	155
Figura nr. 2.2.23. - Argumente în vederea încurajării vizitei	155
Figura nr. 2.2.24. - Gradul de cunoaștere/popularitate a județelor din regiune	156
Figura nr. 2.2.25. - Popularitatea microregiunilor	157
Figura nr. 2.2.26. - Popularitatea zonelor județului Harghita	157
Figura nr. 2.2.27. - Popularitatea destinațiilor	158
Figura nr. 2.2.28. - Popularitatea formelor de turism	159
Figura nr. 2.2.29. - Organizarea călătoriei	162
Figura nr. 2.2.30. – Organizarea călătoriei	163
Figura nr. 2.2.31. – Populația ocupată civilă pe activități ale economiei naționale, județul Harghita	169
Figura nr. 2.2.32. Număr șomeri care beneficiază de indemnizație de șomaj	173
Figura nr. 2.2.33. Numărul studenților înscriși și care au absolvit specializarea geografia turismului	176
Figura nr. 2.2.34. Câștig mediu net lunar pe activități, Județul Harghita	181

Lista tabele

Tabelul 2.1.1. Evoluția numărului de vizitatori înregistrați la frontiere pe principale țări emitente, în ordinea descrescătoare din anul 2007 (mii persoane)	68
Tabelul nr. 2.1.2. Numărul sosirilor, înnoptărilor, durata mediu a sejurului turiștilor români și străini în județele regiunii Centru (anii 2000, 2007)	73
Tabelul 2.1.3. Clasamentul județelor României după înnoptările turiștilor români și străini și ponderea județelor din totalul țării în anul 2007	74
Tabelul nr.2.2.1. Liniile de cale ferată în județul Harghita	115
Tabelul nr.2.2.2. Drumurile publice în județul Harghita	116
Tabel nr. 2.2.3. Transportul în comun	119
Tabel nr. 2.2.4.: Statistica accidentelor montane din județul Harghita	122
Tabel nr. 2.2.5. Medici – stomatologi - paturi în spitale - farmacii – în anul 2005	123
Tabel nr. 2.2.6. Utilități publice în anul 2006	127
Tabelul nr. 2.2.7. Zone verzi (2007)	128
Tabelul nr. 2.2.8. Capacitatea de cazare turistică existentă pe tipuri de structuri (număr locuri) în județul Harghita (1990-2007)	130
Tabelul nr. 2.2.9. Pârțile de schi omologate din județul Harghita, 2007	137
Tabelul nr. 2.2.10. Instalații și proceduri de tratament în centrele balneare în stațiunile turistice din județul Harghita	142
Tabelul nr.2.2.11. Evoluția salariaților, pe totalul activităților economice și pe ramura hoteluri și restaurante	170
Tabel nr. 2.2.12. Locuri de muncă vacante, județul Harghita	171
Tabelul nr. 2.2.13. Număr șomeri care beneficiază de indemnizație de șomaj	172
Tabel nr. 2.2.14. Plan de școlarizare a Inspectoratului Județean Școlar Harghita	174
Tabel nr. 2.2.15. Cerințe, baze legislative și categorii de atestate în turism	178
Tabel nr. 2.2.16. Veniturilor nete lunare medii a populației Regiunii Centru	180
Tabel nr. 2.2.17. Nr. Biletele de tratament balnear distribuite	182
Tabel nr. 2.3.1. Tipuri de structuri de cazare turistică existentă (număr locuri) în județele analizate (2007)	187
Tabel nr. 2.3.2. Pârțile de schi în județele, regiunile analizate	189
Tabel nr. 2.3.3. Capacitatea de cazare a localităților cu factori naturali terapeutici	194
Tabel nr. 2.3.4. comparația județelor Covasna, Harghita și Mureș	202

Tabel nr. 2.3.5. comparația județelor CV, HR și MS cu ponderea factorilor	203
Tabel nr. 2.3.6. comparația regiunilor	203
Tabel nr. 2.3.7. comparația regiunilor cu ponderea factorilor	203

Anexa 1: Hărți ale turismului din județul Harghita