

CONSIDERAȚII PRIVIND POLITICA DE PRODUS TURISTIC ÎN AREALUL APUSEAN AL ROMÂNIEI

*Prof. univ. dr. FILIMON STREMȚAN
Universitatea "1 Decembrie 1918" Alba Iulia*

Zona Munților Apuseni se bucură de existența pe teritoriul său a unui potențial de o însemnătate deosebită pentru turism, prin a cărei valorificare sunt favorizate în dezvoltarea lor, cele mai variate forme de turism, de la cel privind odihna și tratamentul balnear, la vânătoare și pescuit sportiv, de la turismul cultural la sporturi de iarnă, etc. De asemenea, diagnoza turismului zonei Munților Apuseni a evidențiat necesitatea obiectivă a adoptării unor politici de marketing și a unui set de măsuri care să conducă la transformarea și revitalizarea acestui important sector de activitate, ținându-se seama de rolul deosebit pe care îl poate avea în satisfacerea unor nevoi ale oamenilor și din cadrul economiei naționale, în creșterea calității vieții.

Realizarea acestor deziderate trebuie concepută în contextul premiselor științifice analizate anterior, cu privire la principalele direcții de valorificare a patrimoniului turistic al zonei M. Apuseni, pentru a se putea contura politici de marketing, mijloace și căi de valorificare cât mai realiste; între acestea pot fi înscrise: restructurarea politicii de produs turistic, diversificarea canalelor de distribuție, promovarea unei politici promoționale active, o strategie flexibilă în politica de prețuri și tarife.

Restructurarea politicii de produs turistic reprezintă un proces amplu care presupune parcurgerea mai multor etape, diferite din punct de vedere al conținutului. Dinamica transformărilor ce vor avea loc va determina și va face posibilă delimitarea strictă a

duratei fiecărei etape. Apreciem faptul că o parte din aceste transformări au fost elaborate și prevăzute a se derula într-un timp mai scurt, în măsura în care condițiile o vor permite.

Etapa actuală, ca etapă a procesului de restructurare, se caracterizează prin crearea unor condiții care să permită eliberarea acestei activități de oricare dintre "piedicile" care au determinat degradarea și declinul turismului în zona Munților Apuseni.

Etapa următoare necesită o perioadă de aproximativ 6-7 ani și se va caracteriza prin crearea condițiilor funcționării optime ale turismului ca activitate economică și socială prin: diversificarea și dezvoltarea formelor de proprietate, manifestarea tot mai deplină a funcționării mecanismului concurențial între acestea, dezvoltarea și modernizarea bazei tehnico-materiale, valorificarea superioară a potențialului turistic, sporirea calității serviciilor, crearea unei oferte turistice competitive, lansarea și promovarea sa pe terțe piețe, integrarea turismului specific zonei Munților Apuseni în fluxul turistic național, diversificarea formelor de turism etc.

Prin multiplele obiective avute în vedere, etapa restructurării este deosebit de amplă. Realizarea acestora va permite trecerea turismului zonei Apusenilor la o a treia etapă, de perspectivă, care va asigura funcționarea optimă a acestui domeniu de activitate, în scurt timp va fi creat și va funcționa un puternic sector al proprietății particulare și mixte, alături de sectorul

proprietății de stat și cooperatiste, situație care va permite funcționarea mecanismului concurențial.

H Legislația considerăm a fi unul din aspectele esențiale ale restructurării politicii de produs turistic. Prin crearea unui cadru juridic adecvat, stimulator și corespunzător respectivei restructurări a activității din turism, este creată condiția necesară a etapei actuale în care se pregătesc premisele pentru restructurare.

Spre a permite o restructurare realistă a politicii de produs turistic între aspectele principale ce urmează a fi reglementate prin legi și acte normative, considerăm necesar a se avea în vedere: obligațiile prestatorului turistic indiferent de forma de proprietate, pe care o reprezintă; drepturile consumatorului de servicii și produse turistice; utilizarea celor mai corespunzătoare modalități de încurajare a inițiativei private în domeniul turismului; încurajarea inițiativei unor firme sau persoane de a colabora cu organele teritoriale sau locale sau cu societăți comerciale din domeniul turismului; doritorii putând fi, fie persoane de origine română, fie străini; instituirea unor norme severe pentru buna conservare și protecție a resurselor naturale turistice și antropice; reglementarea raporturilor dintre unitățile turistice, bănci și instituțiile financiare prin intermediul unui cadru legal adecvat ce urmează a fi creat; asigurarea condițiilor de creare a unor asociații profesionale cu atribuții de coordonare, îndrumare, formare etc., în anumite sectoare ale turismului (asociații ale hotelierilor, deținătorilor de resurse, ghizilor, agenților de turism etc.) și afilierea acestora la asociații similare internaționale.

H Funcționarea unor noi structuri, asemănătoare celor existente în țările cu realizări deosebite în domeniul turismului, presupune ca pe lângă adoptarea unor acte normative favorabile, să se elaboreze o serie de măsuri care să vizeze: oferta (potențialul turistic, baza materială, serviciile), forța de

muncă, formele de turism, promovarea și comercializarea, în ceea ce privește potențialul turistic, este necesar a fi supuse atenției o serie de acțiuni care ar putea fi rezolvate în funcție de importanța lor în câteva etape:

- a) într-o primă etapă: reevaluarea tuturor resurselor naturale și antropice, a calității acestora și gradului de valorificare prin turism; sistarea unor lucrări sau activități care afectează elemente ale potențialului turistic, degradându-l (exemplu, exploatarea din perimetrele Roșia - Montană;
- b) în cea de-a doua etapă, ar urma să se realizeze: inițierea unor lucrări de conservare a resurselor turistice naturale și de restaurare și conservare a obiectivelor turistice antropice degradate; atragerea în circuitul turistic a celorlalte resurse nevalorificate până în prezent (avem în vedere factori naturali de cură, domeniul schiabil, valorile etnofolclorice din stațiuni, din perimetrul Bihor-Muntele Mare-Vlădeasa, ca și valea Arieșului);
- c) cea de a treia etapă, va cuprinde: continuarea și permanentizarea procesului de atragere în circuitul turistic și valorificarea superioară a resurselor naturale și antropice; dimensionarea și optimizarea utilizării resurselor balneare în Moneasa, Vața și Geoagiu Băi, acțiuni de prospecțiuni geologice în vederea descoperirii de noi resurse hidrominerale sau a altor factori naturali de cură; permanentizarea lucrărilor de restaurare și conservare a resurselor turistice antropice; măsuri de ocrotire a unor monumente ale naturii și acolo unde este cazul, de salvare a acestora (Peștera Urșilor, Peștera și ghețarul Scărișoara); amenajarea corespunzătoare în vederea valorificării prin turism a parcurilor și a rezervațiilor biosferei (Parcul Național Munții Apuseni); valorificarea superioară a domeniului schiabil din

masivele montane Bihor, Vlădeasa și Muntele Mare.

H Cu privire la baza tehnico-materială, apreciez că în acest domeniu se poate acționa în strânsă corelație cu măsurile referitoare la potențialul turistic, amintite anterior, avându-se în vedere tot trei etape distincte:

- a) în prima etapă ar trebui puse în prim plan inventarierea stadiului în care se află întreaga bază materială aferentă activității de turism; în continuare, în funcție de aceasta, modernizarea unităților de cazare, alimentație, transport, tratament balnear, agrement; construirea, cu firme consacrate din străinătate, a unor hoteluri de categorie superioară care să fie integrate unor lanțuri hoteliere (la Moneasa, Stâna de Vale sau Geoagiu Băi); crearea unei rețele diversificate și moderne de alimentație publică și de comerț specific (în toate arealele); modernizarea, diversificarea și dezvoltarea căilor și mijloacelor de transport turistic; dezvoltarea, diversificarea și înnoirea permanentă a dotărilor și mijloacelor de agrement, specifice tuturor formelor de turism - în special, pârtii de schi, mijloace de transport pe cablu; amenajarea la nivel internațional a bazelor de tratament din stațiunile balneare; respectarea cerințelor clasificării "pe stele" a tuturor unităților de cazare și de alimentație, în acest fel aliniindu-se la standardele internaționale;
- b) în cea de a doua etapă, procesul ar trebui continuat cu realizarea cât mai urgent cu putință a unei infrastructuri moderne din punct de vedere tehnic (căi de comunicație, alimentare cu energie electrică, căldură, apă etc.), dotarea corespunzătoare cu moteluri, campinguri, stații autoservice etc., a principalelor artere rutiere. (Avem în vedere E60 Oradea Cluj-Napoca, DN76

Oradea-Deva și DN75 Turda-Ștei);

- c) în cea de a treia etapă, trebuie încurajată, prin acordarea de credite, acțiunea de construire de către populația urbană, de reședințe secundare în localități de interes turistic (Arieșeni, Lupșa, Câmpeni, Gilău etc.), organizarea și funcționarea unei rețele diversificate de sate turistice și a unor sate de vacanță (Hălmagiu, Hălmăgel, Arieșeni); extinderea capacității de cazare în stațiuni și orașe (Alba Iulia, Deva, Câmpeni, Brad, Abrud), prin utilizarea mai amplă a spațiilor la particulari și prin sistemul de pensiuni; în acest fel s-ar asigura o dispersie corespunzătoare a structurilor de primire în teritoriu, în conformitate cu potențialul turistic existent și cu cererea turistică; diversificarea și dezvoltarea ofertei de cazare pentru a răspunde cererii tuturor segmentelor de clientelă, restaurarea și amenajarea unor monumente de arhitectură (castele, conacuri, locuințe particulare etc.), în vederea valorificării lor prin turism (Râmeș, Întregalde, Ciucea ș.a.).

Considerăm că procesul de modernizare a întregii baze, materiale turistice (unități de cazare, de alimentație, de agrement, de transport, de tratament balnear) constituie un proces complex și continuu, ce urmează a se desfășura concomitent cu modernizarea infrastructurii tehnice generale, cu extinderea și diversificarea dotărilor acestora.

Serviciile turistice necesită, în strânsă corelație cu baza materială, într-o primă fază, creșterea ponderii serviciilor suplimentare în totalul prestațiilor turistice, în special în stațiunile Geoagiu Băi, Stâna de Vale și Moneasa. În a doua fază ar trebui să se urmărească: diversificarea serviciilor turistice și ridicarea calității acestora; constituirea unui set de servicii obligatorii și de un anumit nivel calitativ - comparabil cu cele prestate în străinătate - ca o condiție

esențială în clasificarea unităților turistice; integrarea unităților hoteliere din zona Munților Apuseni în sistemul național și internațional de rezervare, a locurilor de cazare. Considerăm că în domeniul serviciilor turistice ținând seama de activitățile ce se impun în perspectivă, rolul acestora va spori prin specializarea ofertei - în sporturi de iarnă, speoturism, alpinism, odihnă și tratament balnear - ca și prin oferirea unor produse turistice originale. Acțiunile respective vor trebui însă coroborate cu alcătuirea unor programe turistice care pot prezenta interes pe oricare dintre piețele turistice, fie ele interne sau externe, în acest sens considerăm că este necesară, pe lângă o reevaluare a întregii oferte turistice și constituirea unei noi structuri de ofertă, cu mare aderență în rândul turiștilor (de exemplu, sate de vacanță, sate turistice, turism rural etc.), și întărirea ofertei tradiționale în stațiunile balneare și montane. Va trebui urmărită de asemenea crearea de noi oferte turistice, în paralel cu consolidarea aceleia pentru care va exista o cerere potențială ridicată ca urmare a diminuării posibile a cererii pentru unele produse turistice necompetitive.

Amplificarea și diversificarea formelor de turism ce se practică în zona Munților Apuseni, ca parte componentă a politicii de produs turistic, poate determina o altă latură importantă a restructurării politicii de produs turistic în zona Munților Apuseni.

În acest sens, considerăm că într-o primă fază sunt necesare și unele acțiuni suplimentare ca de exemplu: stimularea desfășurării turismului automobilistic (organizarea Raliului Munților Apuseni); asigurarea condițiilor de extindere a turismului de lux (prin unități de 4-5 stele); a celui de reuniuni internaționale în stațiunile zonei Munților Apuseni, în colaborare cu forurile științifice, culturale și artistice; promovarea în turism a unor forme de turism cu eficiență ridicată (vânătoare, alpinism etc.).

Într-o a doua fază există posibilitatea extinderii modalităților de petrecere a timpului liber al populației la sfârșit de săptămână prin asigurarea posibilităților de transport civilizate spre arealele ce oferă condiții de odihnă, recreere și agrement; dezvoltarea turismului balnear (profilactic, curativ și recuperatoriu) prin îmbunătățirea condițiilor de practicare a acestuia în cele patru stațiuni balneare sau în localități cu factori naturali de cură; stimularea circulației turistice internaționale prin deschiderea de noi puncte de frontieră cu Ungaria.

Într-o a treia fază se impun atenției impulsivarea practicării a cât mai multor forme de turism în zona Munților Apuseni; amplificarea turismului balnear solicitat de tot mai numeroase segmente ale cererii turistice interne și internaționale; extinderea practicării turismului montan vara și iarna în arealul Bihor-Vlădeasa-Muntele Mare; intensificarea practicării turismului cultural (excursii, circuite, tururi ale Munților Apuseni etc.); creșterea importanței turismului de vânătoare, pescuit, echitație; dezvoltarea turismului de lux, de afaceri, de reuniuni și congrese, festivaluri și manifestări cultural-sportive; dezvoltarea puternică a turismului rural și agroturismului; stimularea cererii interne din orașele Cluj-Napoca, Oradea, Alba Iulia, Hunedoara, Deva etc. pentru practicarea turismului la sfârșit de săptămână în arealele Munților Apuseni.

În contextul profundelor transformări ce vor avea loc, deosebit de importante apar și problemele ridicate de forța de muncă.

În acest context, în prima fază, considerăm necesar a se urmări: stabilirea unor criterii științifice de recrutare, selecționare și formare, perfecționare a tuturor lucrătorilor din turism; asigurarea unor condiții civilizate de muncă și viață atât pentru personalul permanent din turism cât și pentru cel sezonier; inițierea unor cursuri de formare și perfecționare a

monitorilor și animatorilor; statuarea acestor activități în cadrul categoriilor profesionale din turism.

În a doua fază, în perspectiva unor perioade mai lungi sunt necesare acțiuni mai complexe care să vizeze: formarea și perfecționarea personalului în țară, prin școli profesionale și post liceale, prin crearea unui cadru adecvat. De asemenea, să se organizeze cursuri de reciclare periodică și învățământ superior corespunzător, asociații profesionale de turism etc.; perfecționarea și specializarea personalului în străinătate prin cursuri și schimburi de experiență în cadrul organismelor de specialitate ale OMT sau ale altor organisme și asociații de turism; stabilirea unor modalități adecvate de cointereseare a personalului pentru asigurarea stabilității acestuia și prestarea unei activități de calitate; generalizarea cursurilor de învățare a limbilor străine de largă circulație în mod intensiv.

Un loc important în restructurarea politicii de produs turistic în zona Munților Apuseni revine și activității de cercetare științifică ce trebuie să stea la baza rezolvării diferitelor aspecte ale procesului de restructurare.

Potrivit periodizărilor făcute anterior și a acțiunilor analizate, aceasta ar avea menirea să asigure, într-o primă fază: realizarea unor studii care să vizeze utilizarea eficientă a diverselor resurse turistice; întocmirea de proiecte destinate turismului de week-end pentru noi areale turistice; realizarea unor studii privind aspectele calitative ale diverselor resurse turistice (zăcăminte hidro-minerale și alți factori naturali de cură) și ale

căror concluzii urmează să fundamenteze deciziile viitoare privind valorificarea lor prin turismul balnear; este vorba de factori naturali de cură din Geoagiu Băi, Vața și Moneasa.

Restructurarea politicii de produs turistic din zona Munților Apuseni are un caracter procesual, determinat de condițiile concrete, specifice zonei. Căile și soluțiile propuse sunt minimale, însă imperative pentru transformarea turismului zonei într-o activitate cu rol însemnat în economia zonei și în condițiile de viață ale oamenilor.

BIBLIOGRAFIE

1. Kotler Ph.: *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2005.
2. Kotler, Ph.; Armstrong, G.: *Principiile Marketingului*, Editura Teora, București, 2005.
3. Olteanu, V.: *Marketingul serviciilor. Teorie și Practică*, Editura Uranus, București, 1999.
4. Olteanu, V.: *Marketingul serviciilor*, Editura Ecomar, București, 2002.
5. Olteanu, V.: *Marketingul serviciilor - o abordare managerială*, Editura Ecomar, București, 2003.
6. Patriche, D.; Stremțan, F.; Ispas, A.; Patriche I.: *Elemente de marketing turistic*, Editura Global Media Image, Deva, 2000.
7. Stremțan, F.: *Marketing în Arealul Turistic Apusean al României*, Editura Eta, Cluj – Napoca, 1998.