

**STRATEGIA INTEGRATĂ DE TURISM A
JUDEȚULUI HARGHITA PENTRU PERIOADA
2020 – 2027**



Consiliul Județean Harghita
Harghita Megye Tanácsa
Harghita County Council

CUPRINS



Consiliul Județean Harghita
Harghita Megye Tanácsa
Harghita County Council

.....	1
CUPRINS	2
I. RELAȚIA STRATEGIEI INTEGRATE DE TURISM A JUDEȚULUI HARGHITA CU POLITICA DE TURISM ȘI POLITICA DE DEZVOLTARE REGIONALĂ	5
1.1. ASPECTE PRIVIND AMENAJAREA TERITORIULUI ȘI DEZVOLTAREA TURISMULUI	5
1.2. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TURISTICĂ	7
1.2.1 <i>Contextul internațional – global</i>	7
1.2.2 <i>Contextul european</i>	12
1.2.3 <i>Contextul național</i>	40
1.2.4 <i>Contextul regional</i>	43
1.3. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TERITORIALĂ.....	44
1.4. ATRIBUȚII ALE CONSILIULUI JUDEȚEAN HARGHITA.....	47
II. ANALIZA SITUAȚIEI TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	49
2.1. TRENDURILE CERERII TURISTICE ÎN LUME, ÎN EUROPA ȘI ÎN ROMÂNIA.....	49
2.1.1 <i>Megatendințe în turismul european</i>	49
2.1.2 <i>Tendințe ale cererii turistice în România</i>	50
2.1.2.1 Evoluția numărului turiștilor în România în perioada 2016 – 2018	50
2.1.2.2 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de destinațiile turistice.....	51
2.1.2.3 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare	53
2.1.2.4 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de proveniența acestora	58
2.1.2.5 Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de destinațiile turistice	60
2.1.2.6 Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de destinațiile turistice	62
2.1.2.7 Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare	64
2.1.2.8 Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare.....	70
2.1.3 <i>Evoluția cererii turistice înregistrate în județul Harghita</i>	76
2.1.3.1. Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita	76
2.1.3.2. Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare	77
2.1.3.3. Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de proveniența acestora.....	82
2.1.3.4. Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare	84
2.1.3.5. Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare	89
2.2 TENDINȚE ALE OFERTEI TURISTICE ÎN JUDEȚUL HARGHITA	94
2.2.1 <i>Atracții și resurse, problemele managementului</i>	94
2.2.2 <i>Infrastructura județului</i>	123
2.2.3. <i>Structuri de primire turistică</i>	125
2.2.3.1 Evoluția structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018	125
2.2.3.2 Structura tipurilor de structuri de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018.....	126
2.2.4. <i>Informare turistică</i>	131
2.2.5 <i>Imaginea zonei pe piețele turistice străine. Promovarea externă</i>	132
2.2.6 <i>Problema resurselor umane în turismul din județul Harghita</i>	134
2.2.6.1 Analiza forței de muncă în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita	135
2.2.6.2 Analiza locurilor de muncă vacante în domeniul turismului	138

2.2.6.3 Sistemul de autorizare și atestare în turism – Licențe și brevete de turism; acordarea Calificării de ghid turistic	140
2.2.7. <i>Soluții pentru introducerea cursurilor de specialitate și vocaționale în domeniul turismului, precum și a cursurilor de limbi străine destinate persoanelor care își desfășoară activități în acest domeniu, cu atenție deosebită acordată cursurilor de limba română</i>	142
2.2.8 <i>Cursuri de perfecționare destinate ghizilor</i>	144
2.3 SINTEZA ANALIZEI STATISTICE A TURISMULUI DE LA NIVELUL JUDEȚULUI HARGHITA	144
III. ANALIZĂ DE COMPETITIVITATE	146
3.1 ATRACȚII NATURALE ȘI ANTROPICE	146
3.2 INFRASTRUCTURĂ TURISTICĂ	155
3.3 TURISM BALNEAR – APE MINERALE ȘI MOFETE – BĂI TRADIȚIONALE, IZVOARE DE APĂ MINERALĂ, BĂI CU APE MINERALE	156
3.4 ECOTURISM	159
3.5 TURISM DE IARNĂ – TURISM SPORTIV – CU ACCENT PUS PE PROGRAMUL „ȘCOALA ALTFEL” PE TIMP DE IARNĂ – TURISM INVERNAL ȘI ESTIVAL CU MAI MULTE COMPONENTE.....	161
3.6 TURISM ECVESTRU ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACEST TIP DE TURISM – DRUMEȚII PE CAI	162
3.7 .TURISM CICLIST ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACESTA	164
3.8. DRUMEȚII – AMENAJAREA ȘI MODERNIZAREA UNOR TRASEE PENTRU PRACTICAREA TURISMULUI LENT (ANALIZÂND ATÂT VARIANTA ACTIVĂ CÂT ȘI CEA LENTĂ).....	165
3.9. TURISM RELIGIOS – DEZVOLTAREA CONTINUĂ A DRUMULUI DE PELERINAJ VIA MARIAE	167
3.10. ȘUMULEU CIUC – DESTINAȚIE TURISTICĂ DE INTERES INTERNAȚIONAL	168
3.11 GASTROTURISM ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACESTA	170
3.12. TURISM CULTURAL AXAT PE IMAGINEA TRADIȚIONALĂ A ZONEI, CU ACCENT PUS PE VALORIFICAREA PATRIMONIULUI ANTROPIC	171
3.13. INFRASTRUCTURĂ – DEZVOLTAREA ȘI ÎMBUNĂTĂȚIREA SITUAȚIEI EXISTENTE – DRUMURI, AEROPORT, PISTE PENTRU CICLIȘTI ...	178
3.14. TABERE DE TINERET – SOLUȚII PENTRU REMEDIEREA SITUAȚIEI – TABERE RELIGIOASE	179
3.15. TURISM AXAT PE PARCURI TEMATICE – PARCUL URȘILOR, PARCURI ACVATICE.....	180
3.16 TURISM DE CAMPARE, PARCURI CU RULOTE ȘI POSIBILITĂȚILE OFERITE DE ACESTEA	181
3.17. SERVICIUL DE SALVAMONT – DEZVOLTĂRI, CURSURI, EXTINDEREA SERVICIILOR OFERITE.....	182
3.18. TURISM AVENTURIER – TRASEE DE ALPINISM, CANOIG, CICLISM	184
3.19. TURISM CINEGETIC – OBSERVATORI ȘI VÂNAT.....	185
3.20. TURISM AXAT PE EXISTENȚA MONUMENTELOR	186
3.21. TURISM AXAT PE EXISTENȚA ARIILOR PROTEJATE	188
3.22. ACCESIBILITATE.....	188
3.23. CONCLUZII	189
IV. ANALIZA SWOT A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	190
V. PROMOVAREA TURISTICĂ EFICIENTĂ A JUDEȚULUI HARGHITA, ȚINÂND CONT DE FOLOSIREA MIJLOACELOR DE PROMOVARE MODERNE	198
5.1. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII ROMÂNI.....	199
5.2. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII EUROPENI	201
5.3. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII DIN AFARA UNIUNII EUROPENE.....	202
5.4. CONCLUZII.....	202
VI. ANALIZA COMPARATIVĂ A METODELOR DE PROMOVARE FAȚĂ DE ALTE JUDEȚE (ȚINÂND CONT DE CELE 4 ASPECTE EXISTENTE – RESURSE BUNE+PROMOVARE BUNĂ, RESURSE BUNE + LIPSA PROMOVĂRII, LIPSARESURSELOR + PROMOVARE BUNĂ, LIPSA RESURSELOR + LIPSA PROMOVĂRII)	203
6.1. ATRACȚII NATURALE ȘI ANTROPICE	204
6.1.1. <i>Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc</i>	204
6.1.2. <i>Ținutul Săsesc</i>	205
6.1.3. <i>Moldova</i>	205

6.1.4. Valea Prahovei	206
6.2. INFRASTRUCTURA TURISTICĂ	206
6.2.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc	206
6.2.2. Ținutul Săsesc	207
6.2.3. Moldova.....	207
6.2.4. Valea Prahovei.....	208
6.3. TURISM DE IARNĂ	208
6.3.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc	209
6.3.2. Ținutul Săsesc	209
6.3.3. Moldova.....	210
6.3.4. Prahova	211
6.4. APE MINERALE – TURISM BALNEAR	211
6.4.1. Ținutul Secuiesc	211
6.4.2. Ținutul Săsesc	212
6.4.3. Moldova.....	213
6.4.4. Valea Prahovei.....	213
6.5. ACCESIBILITATE	214
6.5.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc	214
6.5.2. Ținutul Săsesc	214
6.5.3. Moldova.....	215
6.5.4. Valea Prahovei.....	216
6.6. CONCLUZII	216
6.6.1. Concurența județelor în interiorul Ținutului Secuiesc	216
6.6.2. Ținutul Săsesc	217
6.6.3. Moldova.....	218
6.6.4. Valea Prahovei.....	219
VII. VIZIUNEA PE TERMEN LUNG A DEZVOLTĂRII TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	223
VIII. DIRECȚIILE STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	247
8.1 AXA DE DEZVOLTARE NR. 1 AMENAJAREA ȘI VALORIFICAREA RESURSELOR TURISTICE NATURALE ȘI ANTROPICE.....	247
8.2 AXA DE DEZVOLTARE NR. 2 STIMULAREA DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR DE PRIMIRE TURISTICĂ ȘI AL ALTOR INFRASTRUCTURI CONEXE	252
8.3 AXA DE DEZVOLTARE NR. 3 DEZVOLTAREA SISTEMULUI ORGANIZATORIC AL TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	259
8.4 AXA DE DEZVOLTARE NR. 4 ÎMBUNĂȚĂȚIREA CONDIȚIILOR FORMĂRII CAPITALULUI UMAN ANGAJAT ÎN TURISM.....	280
8.5 AXA DE DEZVOLTARE NR. 5 MARKETINGUL DESTINAȚIEI HARGHITA	290
8.6. PROGRAME, PROIECTE DERULATE SAU ÎNIȚIATE DE CONSILIILE LOCALE DIN JUDEȚUL HARGHITA.....	311
IX. BIBLIOGRAFIE	313
X. LISTA FIGURI.....	315
XI. LISTA TABELE.....	319
XII. HĂRȚI ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA	320

I. RELAȚIA STRATEGIEI INTEGRATE DE TURISM A JUDEȚULUI HARGHITA CU POLITICA DE TURISM ȘI POLITICA DE DEZVOLTARE REGIONALĂ

1.1. ASPECTE PRIVIND AMENAJAREA TERITORIULUI ȘI DEZVOLTAREA TURISMULUI

Un aspect important este ca ideile de dezvoltare prin investiții private și publice pot fi puse în aplicare prin respectarea prevederilor privind amenajarea teritoriului și urbanismul.

Pentru elaborarea strategiei trebuie să evidențiem legile cu importanță deosebită care se referă la diferite secțiuni ale **Planului de Amenajare a Teritoriului Național (PATN)**, astfel:

- Legea nr.363 din 21.09.2006 pentru aprobarea PATN – secțiunea I – rețele de transport
- Legea nr.171 din 04.11.1997 pentru aprobarea PATN – secțiunea II – apa
- Legea nr.5 din 06.03.2000 pentru aprobarea PATN – secțiunea III – zone protejate

- Legea nr.351 din 06.03.2001 pentru aprobarea PATN – secțiunea IV – rețeaua de localități

- Legea nr.575 din 22.10.2001 pentru aprobarea PATN – secțiunea V – zone de risc natural

Sunt elaborate și în curs de aprobare, sub forma de lege secțiuni ale planului de amenajare a teritoriului național – PATN:

- planul de amenajare a teritoriului național - secțiunea VI - infrastructura pentru turism

- planul de amenajare a teritoriului național - secțiunea VII - infrastructura pentru educație

- planul de amenajare a teritoriului național - secțiunea VIII - zone rurale.

În elaborarea strategiei turistice a județului Harghita s-a ținut cont de prevederile proiectelor de lege, cât și de analizele cuprinse în studiul de fundamentare referitor la județul Harghita și județele limitrofe (regiunea 7 – centru: Covasna, Brașov, Mureș; regiunea 1 – nord-est: Suceava, Neamț, Bacău).

Planul de amenajare a teritoriului național, conform Legii 350 din 06.07.2001 privind amenajarea teritoriului și urbanismul, 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 (PATJ) are caracter director și reprezintă expresia spațială a programului de dezvoltare socio-economica a județului. Prevederile sale fiind obligatorii pentru celelalte planuri de amenajare a teritoriului și de urbanism care le detaliază.

Plan de amenajare a teritoriului zonal (PATZ) – are rol director și se realizează în vederea soluționării unor probleme specifice ale unor teritorii, putând fi compuse din UAT comunale și/sau orașenești (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 localitățile urbane și rurale reglementează utilizarea terenurilor și condițiile de ocupare a acestora cu construcții, transpunând la nivel local prevederile PATN, PATJ, PATZ, având rolul de reglementare specifică, cu reguli aplicabile până la nivelul parcelelor cadastrale, elemente de fundamentare obligatorii pentru eliberarea certificatelor de urbanism.

Legislația privind amenajarea teritoriului poate veni în sprijinul politicii de dezvoltare, dar, totodată poate fi un obstacol calea fenomenelor, evoluțiilor nedorite, prin interdicții de construcții temporare și definitive. Pe lângă amenajarea teritoriului în scopuri turistice, trebuie pus accent pe controlul de stat în domeniul construcțiilor, implicând utilizarea terenurilor sub potențialul lor. Acest lucru este imposibil fără un concept de dezvoltare complexa, fundamentată cu analize și strategii.

Ca turismul să devină un sector performant în economia județului, trebuie avute în vedere investițiile necesare pentru valorificarea durabilă a resurselor naturale și a patrimoniului cultural.

Sursele de finanțare pot fi asigurate din diferite fonduri, dacă este inventariată și încadrată într-o strategie de dezvoltare a turismului necesarul de investiții și acțiuni cu caracter organizatoric. Instrumentele financiare sunt oferite în cadrul POR - Program Operațional Regional 2014-2020, prin Axa prioritară 7: Diversificarea economiilor locale prin dezvoltarea durabilă a turismului; precum și Axa prioritară 6: Îmbunătățirea infrastructurii rutiere de importanță regională (<http://regio-adrcentru.ro>).

Strategia de dezvoltare a turismului structurează politicile județului în turism, prezentând analiza situației curente a condițiilor de dezvoltare a turismului în județ. Implementarea ei de către factorii de decizie și de executare la nivel județean și local va fi posibilă prin luarea unor decizii privind proiectele în domeniul consiliului județean, cât și prin stimularea proiectelor investiționale și organizatorice la nivelul orașelor și a satelor, mai ales în cazul stațiilor turistice de interes național sau local, pe ariile protejate aflate în extravilanul mai multor Unități Administrativ Teritoriale (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. Documentațiile aferente cererilor de finanțare obligă la respectarea reglementărilor de amenajare teritoriului și a urbanismului, alături de criteriile de fezabilitate economică și tehnică.

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 altă natură cum ar fi, resurse umane, marketing, conștientizarea importanței turismului în populație etc. Strategia de dezvoltare a turismului devine un cadru conceptual, cu caracter director, utilă doar dacă va fi aprobată de factorii de decizie și va fi pusă în aplicare prin realizarea măsurilor propuse. Implementarea strategiei trebuie să fie însoțită de monitorizarea și evaluarea periodică a demersurilor și luarea deciziilor noi cu caracter organizatoric, de reglementare și de investiții.

1.2. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TURISTICĂ

Politicile județene de turism trebuie să se bazeze pe politica de turism cu conexiuni la nivel național și internațional și politica de dezvoltare regională. 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 a României reprezintă pentru fiecare mandat de guvernare puncte de reper, constituind factor de continuitate a strategiilor și programelor pe termen lung sau mediu. Datorită acestor considerente, prezentăm mai jos câteva aspecte ale contextului internațional și național al politicii de turism și de dezvoltare regională.

1.2.1 CONTEXTUL INTERNAȚIONAL – GLOBAL

Cea mai cunoscută organizație internațională cu profil turistic este Organizația Mondială a Turismului (OMT-UNWTO), care este o agenție specializată a Organizației Națiunilor Unite (ONU) și funcționează ca un forum global în problemele politicii de turism și o sursă de know-how în acest domeniu. Are un rol central și decisiv în promovarea dezvoltării unui turism responsabil, durabil și accesibil tuturor, acordând atenție deosebită țărilor în curs de dezvoltare.

OMT cuprinde printre membrii săi 160 de state membre cu drepturi depline, 6 membri asociați și peste 400 de membri afiliați din sectorul privat, educațional, asociativ și public. România este stat membru fondator al OMT, din 1975, cu drepturi depline. OMT a elaborat mai multe documente de poziție, ghiduri, manuale pentru dezvoltarea durabilă în domeniu.

OMT încurajează implementarea Codului Global de Etică pentru Turism (CGEPT), care a fost adoptat de Adunarea Generală a OMT de la Santiago (Chile) în anul 1999, cu scopul de a asigura că țările membre, destinațiile turistice, precum și afacerile în turism să-și maximizeze efectele economice, sociale și culturale pozitive, și în același timp să minimizeze impactele negative sociale și de mediu. Codul global de etică pentru turism este constituit dintr-un set de principii prezentate în 10 articole. Aceste principii trebuie cunoscute și adoptate de statele membre, de companii de turism, precum și de diferite instituții, comunități interesate direct sau indirect în turism, după cum urmează:

- contribuția turismului la înțelegerea reciprocă și respectul între popoare și societăți
- turismul ca vehicul pentru implementarea individuală și colectivă
- turismul, factor al dezvoltării durabile
- turismul, utilizator al moștenirii naturale a omenirii și contribuabil la îmbogățirea ei
- turismul, activitate avantajoasă pentru comunitățile și țările gazdă
- obligațiile participanților la actul de turism
- dreptul la turism
- libertatea mișcărilor turistice
- drepturile lucrătorilor și antreprenorilor în industria turismului
- implementarea principiilor Codului Global de Etică pentru Turism.

Principiile Codului sunt preluate într-o oarecare măsură și în legislația turistică din România și parțial în schemele de finanțare din fonduri structurale ale UE pentru dezvoltarea și promovarea turismului durabil (conform cerințelor stipulate în Ghidurile solicitantului). Alte aspecte, însă rămân în domeniul recomandărilor, angajamentelor voluntare, nefiind impuse de norme legislative. Adoptarea și implementarea principiilor și recomandărilor 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.

Implementarea Codului global de etică pentru turism în județul 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 pe partea de cerere.

Fiind un județ locuit majoritar de comunități aparținând minorității maghiare din România, în județul Harghita capătă importanță deosebită prevederea din CGET pct.1 al art.: „...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 altă parte, 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 adecvata a 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 prezenta 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 competente 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 interesarii sectorului s-a creat Comitetul Mondial de Etică în Turism (CMET).

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.

Actiunile de sprijin pentru Autoritățile Naționale pentru Turism intră în preocuparea OMT care își desfășoară activitatea și prin comisiile regionale, printre care și cea pentru Europa (<https://europe.unwto.org>). 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 (Millennium 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, reprojecțarea 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, statistica și contul satelit al turismului, dezvoltarea durabilă.

O alta organizație de talie mondială este Consiliul Mondial al Turismului și al Călătoriilor (OMTC - WTTC - <https://www.wttc.org>), fiind forumul liderilor afacerilor din industria turistică. Este alcătuit din directorii 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 350 milioane de oameni și la generarea unui procent de cca. 15% din PIB-ul global. Cadrul strategic pentru asigurarea ca 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 la obținerea beneficiilor în toata 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 ofera 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 monitorizare a pieței poate relaționa informații de încredere despre piața 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 gama 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, 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 reședința sau alte cerinte

7. colaborarea în exigențele de informații pentru analiza sectorului public și formarea politicilor

8. munca 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.

1.2.2 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. În cepând 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 Înaltului 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 lor (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), ale căror recomandări au fost integrate în Comunicatul Comisiei Europene nr.665 din 13.11.2001, cu titlul: *Lucrând împreună pentru viitorul turism european (Working together for the future of European tourism. – COM (2001) 665 final / 13.11.2001).*

După anunțarea măsurilor în acest comunicat, a urmat elaborarea unui nou comunicat al Comisiei, cu titlul *Orientări de baza pentru sustenabilitatea turismului european (Basic orientations for the sustainability of European tourism – COM (2003) 716 final / 21.11.2003)*, care a subliniat necesitatea realizării consistenței diferitelor politici și măsuri ai UE care afectează sustenabilitatea turismului și competitivitatea sectorului.

Reformularea Strategiei de la 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 înnoita de turism a UE: înainte pentru un parteneriat mai puternic pentru turismul european (A renewed tourism EU policy: towards a stronger partnership for European Tourism. – COM (2006) 134 final / 17.03.2006)*. 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 *Agenda pentru un turism european durabil și competitiv (Agenda for a sustainable and competitive European tourism. – COM (2007) 621 final / 19.10.2007)*. Acest

comunicat conturează obiectivele pentru 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 toata 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 sau Grupul pentru Turismul Durabil a creat cadrul responsabilitatilor și rolurilor specifice diferiților interesați, iar acestia 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 conferința 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 împărțirea 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 interesații 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 durabile 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 interesaților 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 2014-2020). 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 muncii 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 (European Travel Commission, www.etc-corporate.org), o organizație internațională care intrunește 39 țări (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: Croația, Georgia, Elveția, Islanda, Monaco, Muntenegru, Norvegia, San Marino, Serbia, Turcia, Ucraina.) 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 împărțirii bunelor practici, cercetării de piață

și promovării. Principalele obiective ale CEC sunt promovarea Europei ca o destinație turistică atractivă, sprijinirea ONT-urilor membrii 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 membrii prin seminarii, schimburi de experiență, contacte cu alte agenții relevante (OMT, OCDE, Unitatea pentru Turism din Directoratul General pentru Înreprimări 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 Regiunilor (<http://cor.europa.eu>) 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 în care reprezentanții regiunilor și ai orașelor să își poată împărtăși experiența și să poată dialoga cu instituțiile europene. Din cele 27 de 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, guvernanta 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 hotărâi 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 (Sustainable Tourism as a Factor Among European Regions. CoR Studies e-6/2006,

Brussels). Acest document cuprinde o serie de recomandări privind formularea politicilor de turism la diferite nivele teritoriale pe baza cerințelor de durabilitate și competitivitate.

O alta organizație europeană, dar care nu se limitează asupra UE este Ansamblul Regiunilor Europene (ARE) (Assembly of European Regions – www.aer.eu) - 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 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 turism (Assembly of European Regions (1998) Environmental Quality Standards în Tourism. Lillehammer – www.aer.eu/en/publications/other_publications.html), precum și pentru contribuția la definirea liniilor directoare pentru promovarea turismului durabil în cooperare cu alte organisme și institutii europene. S-a creat deasemenea rețeaua turistică a ARE dispunând de portal propriu de informare și popularizare pe internet (<http://www.aertourismnetwork.org/home.html>). 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 experiența 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.

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, agenții 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.

Informații privind cele mai recente statistici referitoare la turismul din Uniunea Europeană (UE). Date extrase în decembrie 2017. Cele mai recente date: Informații suplimentare Eurostat, Tabele principale și Bază de date. Următoarea actualizare a articolului: iulie 2019 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/ro&oldid=427921 Turismul joacă un rol important în UE datorită potențialului său economic și de ocupare a forței de muncă, precum și datorită implicațiilor sale sociale și de mediu. Statisticile privind turismul sunt utilizate pentru a monitoriza nu doar politicile UE în domeniul turismului, ci și politica regională a UE și politica de dezvoltare durabilă.

În 2014, una din zece întreprinderi din sectoarele nefinanciare ale economiei europene aparținea sectorului turistic. În aceste 2,3 milioane de întreprinderi erau angajate aproximativ 12,3 milioane de persoane. Angajații întreprinderilor din sectoarele cu activități legate de turism au reprezentat 9,1% din persoanele angajate în totalitatea sectoarelor nefinanciare ale economiei și 21,5% din persoanele angajate în sectorul serviciilor. Procentele sectoarelor turistice în cifra de afaceri totală și în valoarea adăugată la costul factorilor au fost relativ mai reduse, sectoarele turistice reprezentând 3,7% din cifra de afaceri și 5,6% din valoarea adăugată a sectoarelor nefinanciare ale economiei.

Principalele rezultate statistice

O treime din toate locurile de cazare din UE-28 sunt concentrate în Franța și Italia. Se estimează că peste 608 de mii de structuri de cazare turistică au fost active în UE-28 în 2016 și că, împreună, acestea au asigurat mai mult de 31 de milioane de locuri de cazare (a se vedea Tabelul 1). Aproape o treime (32,2%) din toate locurile de cazare din UE-28 s-a concentrat în doar două dintre statele membre ale UE, mai exact Franța (5,1 milioane de locuri de cazare) și Italia (4,9 milioane de locuri de cazare), urmate de Regatul Unit, Spania și Germania.

Tabelul nr.1. Structuri de cazare turistica în anul 2016 la nivel european

Tourist accommodation establishments, 2016

	Number of establishments (units)	Number of bed places (thousands)	Nights spent by residents and non-residents (millions)
EU-28 (*)	608 400	31 319	2 873.0
Belgium	8 210	368	36.9
Bulgaria	3 331	328	25.2
Czech Republic	9 168	717	49.7
Denmark	1 136	418	31.9
Germany	50 152	3 336	388.9
Estonia	1 454	59	6.2
Ireland	3 145	200	31.1
Greece	34 665	1 241	101.9
Spain	48 701	3 516	455.0
France	30 047	5 134	404.8
Croatia	83 233	987	77.8
Italy	178 449	4 943	402.9
Cyprus	785	84	15.3
Latvia	759	47	4.4
Lithuania	2 686	77	7.0
Luxembourg	432	64	3.0
Hungary	4 436	446	29.3
Malta	184	43	9.0
Netherlands	8 950	1 370	106.2
Austria	20 619	1 001	118.0
Poland	10 509	749	79.4
Portugal	4 171	568	66.0
Romania	7 028	326	25.3
Slovenia	3 260	113	11.1
Slovakia	2 755	184	13.9
Finland	1 368	253	20.3
Sweden	4 187	802	57.2
United Kingdom (*)	84 580	3 944	295.6
Iceland	1 111	44	7.8
Liechtenstein	91	2	0.1
Norway (*)	2 555	255	33.0
Switzerland	41 319	681	50.4
Montenegro	.	.	11.3
Former Yugoslav Republic of Macedonia (*)	441	43	1.7
Serbia (*)	987	102	6.6
Turkey (*)	.	.	133.9

(*) Estimate made for the purpose of this publication, based on available data.

(*) Nights spent by residents and non-residents estimated using monthly data.

(*) Number of establishments and bed places: 2015.

(*) Number of establishments and bed places: 2014.

(*) Nights spent by residents and non-residents: 2015.

Source: Eurostat (online data codes: tour_cap_nat and tour_occ_ninat)

eurostat 

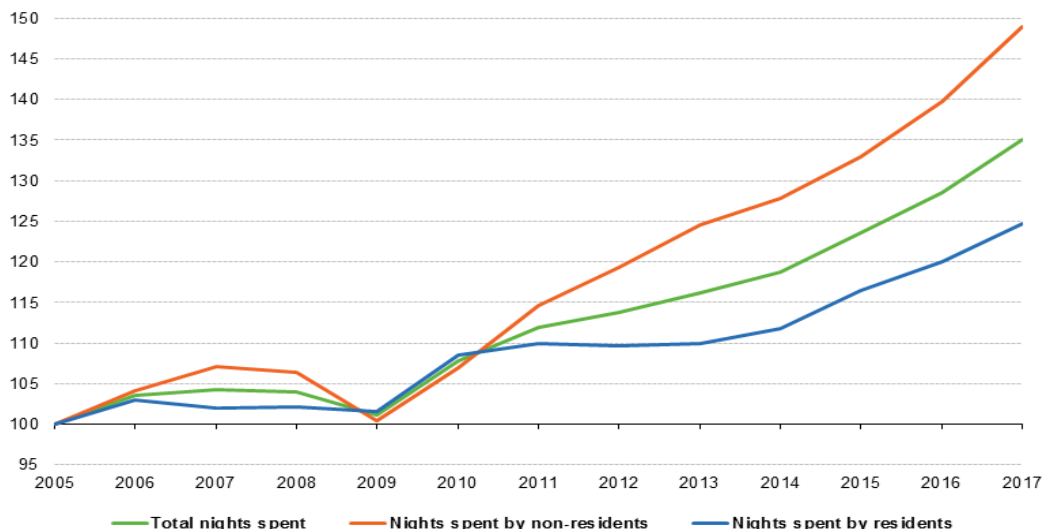
Sursa: Eurostat (tour_cap_nat) și (tour_occ_ninat)

În ultimii ani, numărul de nopți petrecute în structuri de cazare turistică a înregistrat, în general, o tendință ascendentă.

Figura nr. 1 - Tendințe în ceea ce privește nopțile petrecute în structurile de cazare turistică din cadrul UE-28, 2005-2016 (indice 2005=100)

Trends in nights spent at EU-28 tourist accommodation establishments, EU-28, 2005-2016

(index 2005=100)



Note: EU-28 aggregate estimated for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States. Because of methodological improvements for some Member States data from 2012 onwards are not entirely comparable with previous years (this can affect the estimation of the EU-28 aggregate).

Source: Eurostat (online data code: tour_occ_ninat)

eurostat 

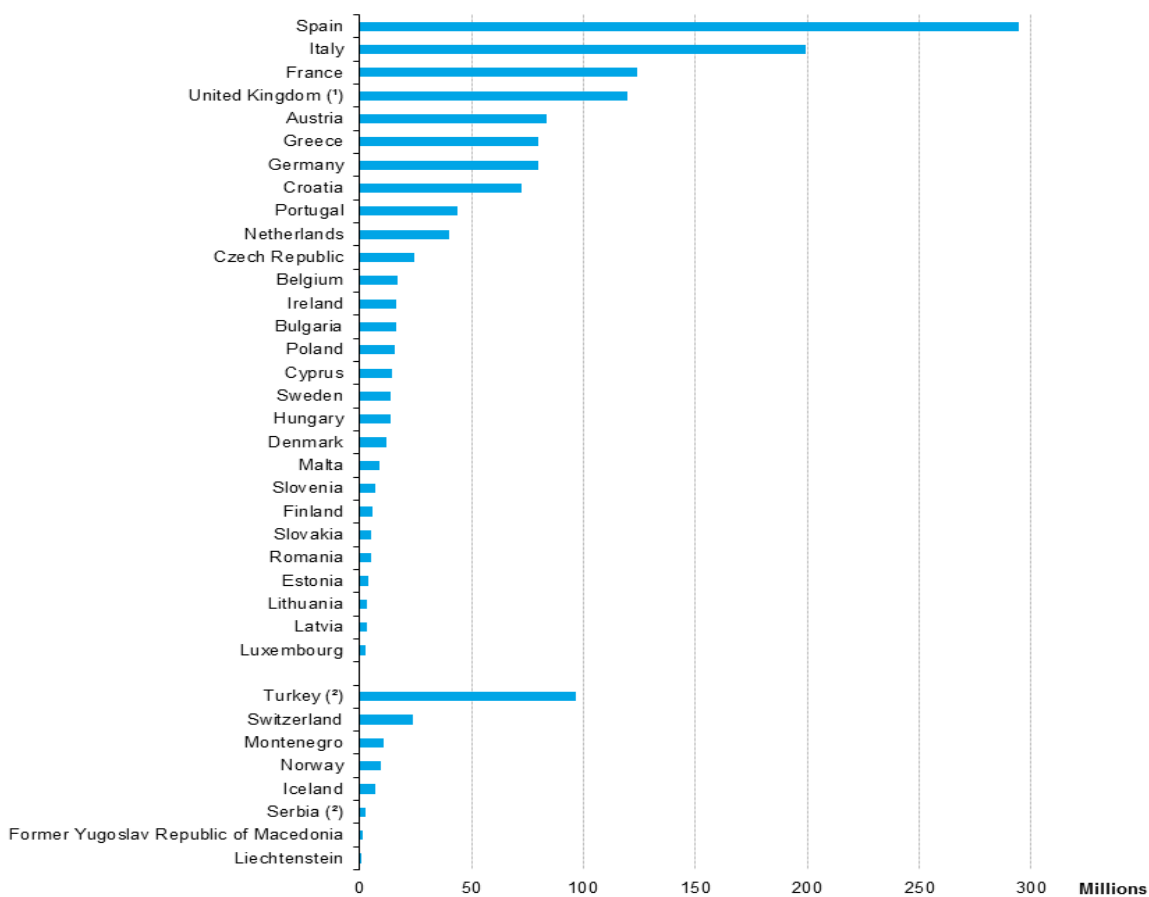
Sursa: Eurostat ([tour_occ_ninat](#))

Totuși, a existat o scădere pe termen scurt a numărului de nopți petrecute în structuri de cazare turistică în 2008 și 2009, ca urmare a crizei economice și financiare: numărul de nopți turistice în UE-28 a scăzut cu 0,6% în 2008 și cu încă 2,0% în 2009. Cu toate acestea, în 2010, numărul de nopți a cunoscut o redresare și a atins un nivel maxim de 2,9 miliarde de nopți în 2016, în creștere cu 3,0% în comparație cu 2015.

Mai mult de jumătate (55.7%) din totalul nopților petrecute de nerezidenți în UE-28 au fost petrecute în Spania, Italia, Franța și Regatul Unit.

În 2016, Spania a fost principala destinație turistică din UE pentru nerezidenți (persoane care călătoresc în afara țării lor), cu 295 de milioane de nopți petrecute în structuri de cazare turistică, reprezentând 22,2% din totalul pentru UE-28 (a se vedea Figura 2 și Figura 3).

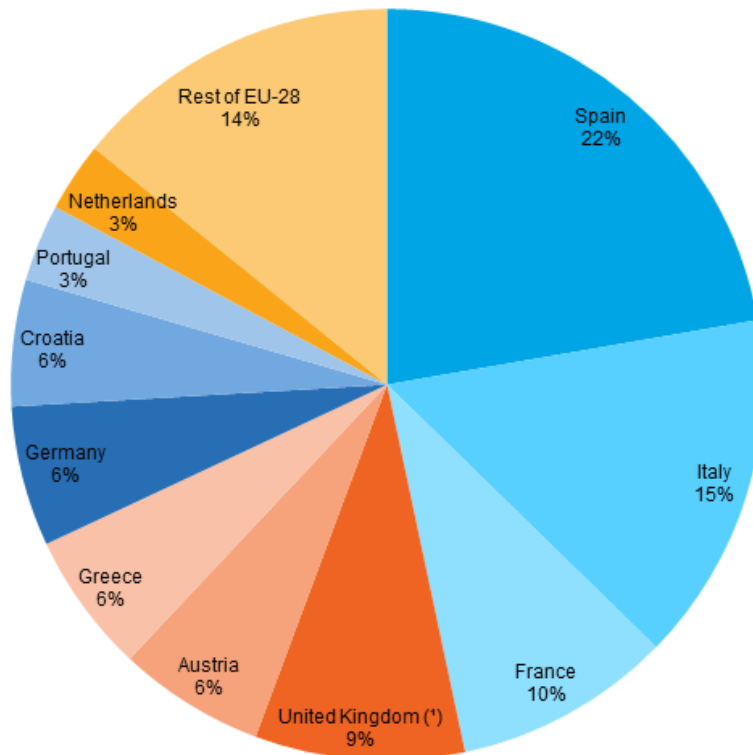
Figura nr. 2 - Destinații turistice — nopți petrecute în structuri de cazare turistică, 2016 (milioane de nopți petrecute în țara respectivă de nerezidenți)



(*) Estimated using monthly data.
 (*) 2015 data.

Sursa: Eurostat (tour_occ_ninat)

Figura nr. 3 - Procentul nopților petrecute în structuri de cazare turistică din UE-28 de către turiști care călătoresc în afara țării lor de reședință, 2016 (% din toate nopțile petrecute în structuri de cazare turistică din UE-28)



Note: EU-28 estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
 (*) Number of nights spent estimated using monthly data.

Sursa: Eurostat (tour_occ_ninat)

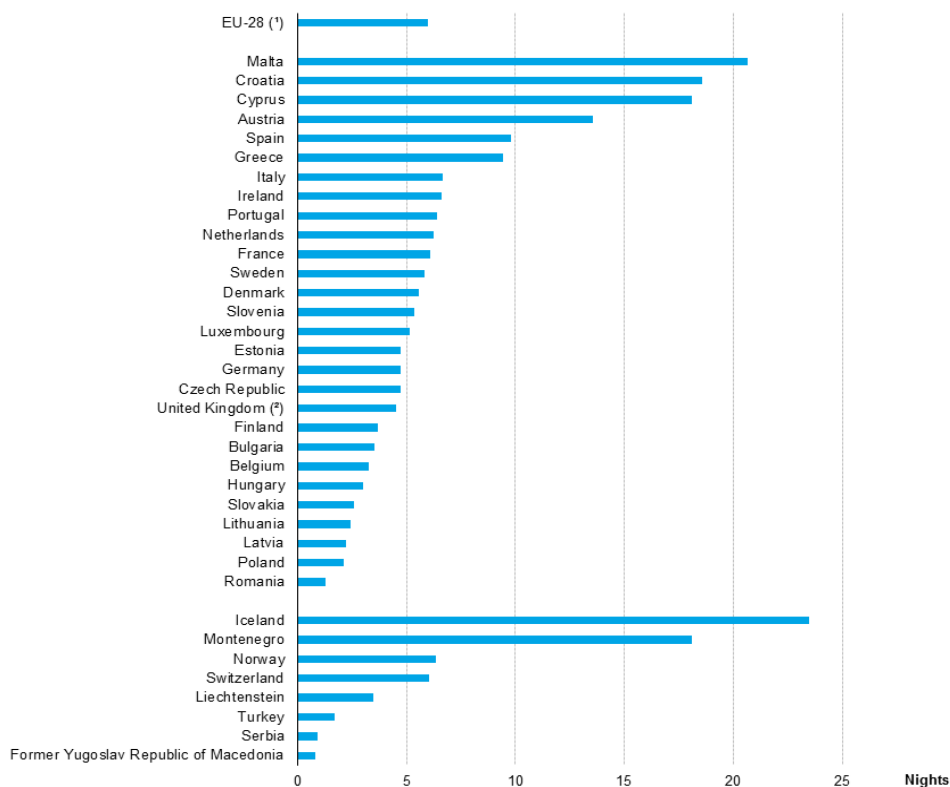
Din aceste 295 de milioane de nopți petrecute în Spania, peste 7 din 10 s-au concentrat în trei regiuni: Insulele Canare, Insulele Baleare și Catalonia.

La nivelul UE, primele patru cele mai populare destinații pentru nerezidenți au fost Spania, Italia (199 de milioane de nopți), Franța (124 de milioane de nopți) și Regatul Unit (119 milioane de nopți, estimare bazată pe datele lunare pentru 2016), care au reprezentat împreună peste jumătate (55,7%) din totalul nopților petrecute de nerezidenți în UE-28. Destinațiile cel mai puțin căutate au fost Luxemburg și Letonia. Pentru interpretarea acestor cifre, este necesar să se țină cont de mărimea statelor membre menționate.

Numărul de nopți petrecute (pentru rezidenți și nerezidenți) poate fi analizat în perspectivă prin raportarea la dimensiunea demografică a fiecărei țări, obținându-se astfel un indicator al intensității turistice. Potrivit acestui calcul, în 2016, destinațiile mediteraneene, cum ar fi Malta, Croația și Cipru, precum și destinațiile alpine și orașele din Austria au reprezentat

destinațiile turistice preferate din UE-28 (a se vedea Figura 4); din perspectiva intensității turistice, Islanda și Muntenegru au reprezentat și ele destinații populare.

Figura nr. 4 - Intensitatea turistică, 2016 (noapți petrecute de rezidenți și de nerezidenți în structuri de cazare turistică, pe cap de locuitor)



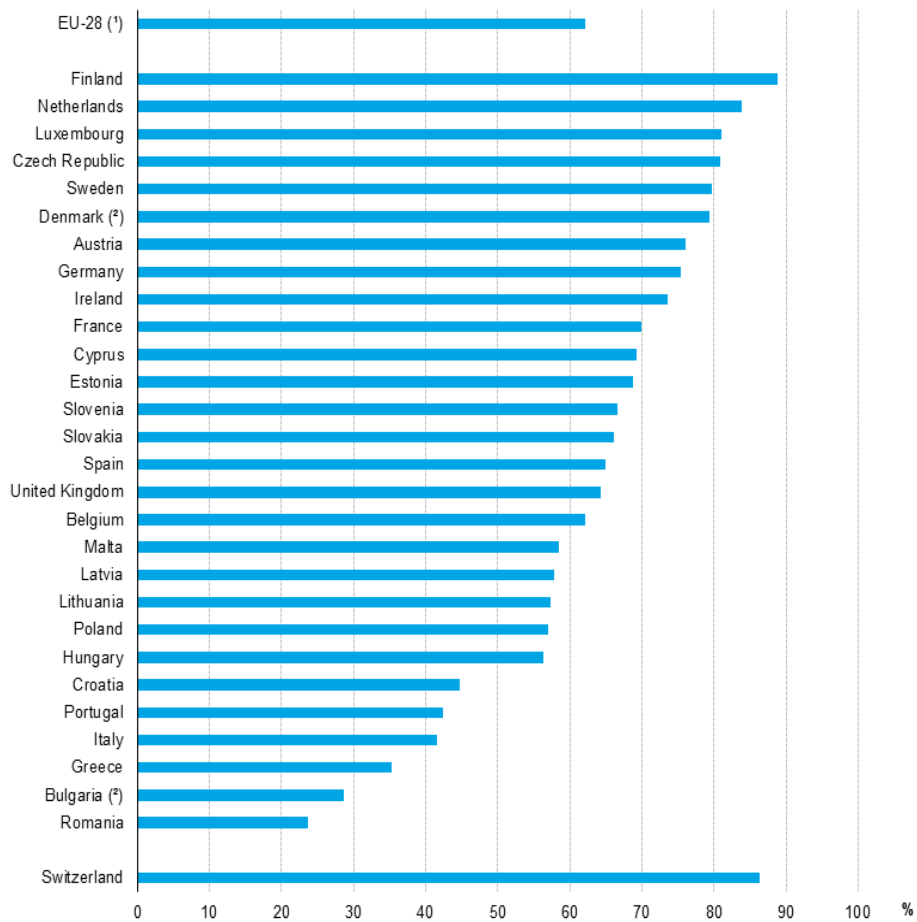
(*) Estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
 (†) Number of nights spent estimated using monthly data.

Sursa: Eurostat (tour_occ_ninat)

62% din rezidenții UE au participat la turism, efectuând 1,2 miliarde de călătorii.

Se estimează că 62,1% din populația UE-28 în vârstă de cel puțin 15 ani a participat la activități de turism în interes personal în 2016, mai precis aceste persoane au efectuat cel puțin o călătorie turistică în interes personal pe parcursul anului. De asemenea, se pot observa diferențe mari între statele membre ale UE, întrucât rata participării a variat de la 23,7% în România la 88,9% în Finlanda (a se vedea Figura 5).

Figura nr. 5 - Procentul populației care participă la turism, 2016 (% din populația în vârstă de cel puțin 15 ani)



(*) Estimate made for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States.
 (†) 2015.

Sursa: Eurostat (tour_dem_tttot)

Rezidenții (cu vârste de cel puțin 15 ani) din UE-28 au efectuat aproximativ 1,2 miliarde de călătorii turistice în 2016, în interes personal sau de afaceri. Din numărul total de călătorii efectuate, majoritatea (58,0%) au fost călătorii scurte de una până la trei nopți (a se vedea tabelul 2), în timp ce trei sferturi (74,4%) din totalul călătoriilor efectuate au fost către destinații interne, restul fiind în străinătate.

Tabelul nr. 2. Călătorii turistice ale rezidenților (în vârstă de cel puțin 15 ani), 2016

	Number of trips (thousands)			Breakdown of all trips by destination and duration (%)				Share of the population (aged 15+) taking part in tourism trips for personal purposes (%)
	All trips	Short trips (1–3 nights)	Long trips (4+ nights)	Short domestic trips (1–3 nights)	Long domestic trips (4+ nights)	Short outbound trips (1–3 nights)	Long outbound trips (4+ nights)	
EU-28 (*)	1 210 105	702 030	508 075	50.7	23.7	7.3	18.3	62.1
Belgium	16 033	6 367	9 666	11.2	7.1	28.5	53.2	62.0
Bulgaria (†)	3 589	1 867	1 722	46.8	36.4	5.2	11.5	28.6
Czech Republic	33 066	20 193	12 873	56.1	25.7	5.0	13.3	80.8
Denmark (‡)(§)	33 290	24 560	8 730	62.5	10.8	11.3	15.5	79.3
Germany	255 648	134 491	121 157	43.9	20.5	8.7	26.9	75.4
Estonia	4 593	3 634	959	64.6	6.2	14.5	14.7	68.7
Ireland	13 503	8 016	5 487	43.9	8.7	15.5	31.9	73.6
Greece	5 559	1 616	3 943	26.9	60.7	2.1	10.2	35.2
Spain	145 473	102 292	43 182	67.4	23.5	3.0	6.2	65.0
France	196 010	103 358	92 653	49.6	38.4	3.2	8.8	69.9
Croatia	4 541	2 514	2 027	35.0	29.5	20.4	15.2	44.6
Italy	57 586	30 441	27 144	47.3	34.5	5.5	12.6	41.6
Cyprus	2 635	1 432	1 204	42.8	9.3	11.5	36.3	69.3
Latvia	4 321	3 387	934	64.0	7.0	14.4	14.6	57.7
Lithuania	4 507	2 794	1 713	47.1	9.6	14.9	28.4	57.3
Luxembourg	1 607	619	989	0.8(u)	(u)	37.7	61.1	80.9
Hungary	18 099	12 204	5 895	49.6	16.7	17.9	15.8	56.3
Malta	704	339	365	29.6	4.6	18.5	47.3	58.5
Netherlands	42 657	21 574	21 084	40.1	17.3	10.4	32.1	83.8
Austria	23 561	12 980	10 581	36.1	14.9	19.0	30.0	76.0
Poland	54 887	28 744	26 143	48.3	31.1	4.0	16.5	57.0
Portugal (‡)	15 785	10 889	4 895	65.4	24.2	3.6	6.8	42.4
Romania	17 305	10 743	6 562	61.2	32.7	0.8	5.3	23.7
Slovenia	4 573	2 673	1 900	29.3	8.3	29.1	33.2	66.6
Slovakia	9 823	6 118	3 705	50.0	18.5	12.3	19.2	66.2
Finland	38 953	28 881	10 071	61.8	14.7	12.3	11.2	88.9
Sweden	42 383	29 328	13 055	61.5	17.5	7.7	13.3	79.8
United Kingdom (‡)	159 414	89 976	69 438	49.9	17.3	6.6	26.2	64.3
Switzerland	20 234	8 689	11 545	20.7	10.8	22.3	46.2	86.3

(*) Estimate made for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States.

(†) Share of the population (aged 15+) taking part in tourism trips for personal purposes: 2015.

(‡) Number of trips: 2015.

(§) Number of trips: 2013.

Sursa: Eurostat (tour_dem_tttot) și (tour_dem_totot)

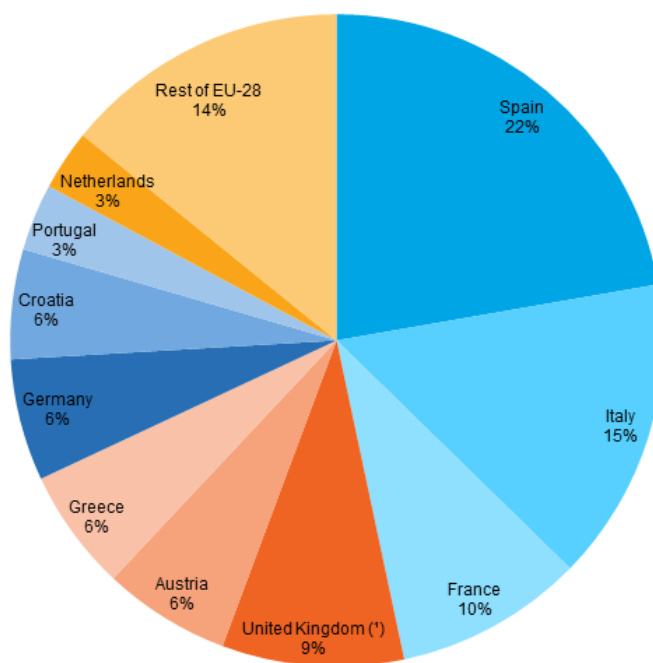
În unele state membre ale UE, mai mult de jumătate din numărul total de călătorii turistice efectuate în 2016 au fost către destinații din străinătate; aceste state sunt Luxemburg, Belgia, Malta și Slovenia (precum și Elveția). Pe de altă parte, mai puțin de 10% din călătoriile efectuate de rezidenții din România și Spania au fost în străinătate. Aceste cifre par a fi influențate atât de mărimea statului membru, cât și de situarea sa geografică (în ceea ce privește rezidenții țărilor mai mici și rezidenții țărilor situate în partea de nord a Europei, s-a înregistrat o tendință mai accentuată de a călătorii în străinătate).

Rezidenții UE au preferat să călătorească în lunile de vară. Aproape una din patru călătorii fiind efectuată în iulie sau august.

Mai mult de jumătate din numărul total de nopți petrecute în străinătate de rezidenții din UE-28 au vizat rezidenți din Germania și Regatul Unit.

Conform estimărilor, rezidenții din UE-28 au petrecut 2,6 miliarde de nopți în vacanță în străinătate în 2016 (a se vedea Figura 6).

Figura nr.6 - Procentul nopților petrecute în vacanțe în străinătate de către europeni, în funcție de țara de reședință a turistului, 2016 (% din nopțile petrecute în străinătate de către rezidenți din UE-28)



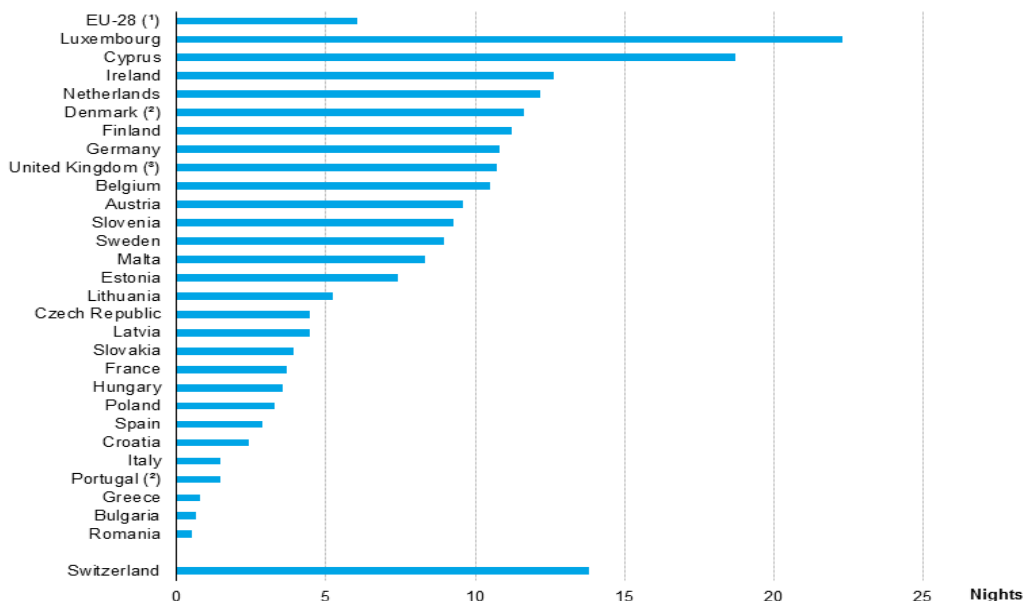
Note: EU-28 estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
(*) Number of nights spent estimated using monthly data.

Sursa: Eurostat (tour dem tntot)

Rezidenții germani au petrecut 771 de milioane de nopți în călătorii în afara Germaniei în 2016, iar rezidenții din Regatul Unit au petrecut 564 de milioane de nopți în străinătate (datele pentru Regatul Unit sunt din 2013); rezidenții din aceste două state membre ale UE au totalizat mai mult de jumătate (51,3%) din numărul total de nopți petrecute în străinătate de rezidenții din UE-28.

Ținând cont de mărimea populației unei țări, Luxemburg a fost statul membru al UE ai cărui rezidenți au petrecut cele mai multe nopți în străinătate pe cap de locuitor (o medie de 22,3 nopți în 2016), fiind urmat de Cipru (18,7 nopți). La celălalt capăt al spectrului, rezidenții din România, Bulgaria și Grecia au petrecut, în medie, mai puțin de o noapte în străinătate în 2016 (a se vedea Figura 7).

Figura nr. 7 - Țara de origine pentru călătoriile turistice în străinătate, 2016 (media nopților petrecute în străinătate pe cap de locuitor în vârstă de cel puțin 15 ani)



(*) Estimate made for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States.
 (*) 2015.
 (*) 2013.

Sursa: Eurostat (tour dem tntot) și (demo pjanbroad)

Rezidenții germani au cheltuit cel mai mult în călătoriile internaționale.

Importanța economică a turismului internațional poate fi măsurată analizând proporția veniturilor generate de călătoriile internaționale în raport cu PIB-ul; aceste date provin din statisticile privind balanța de plăți și includ atât călătoriile de afaceri, cât și călătoriile de agrement. În 2016, statele membre ale UE cu cele mai mari ponderi în PIB ale veniturilor provenite din turism au fost Croația (18,6%), Cipru (13,7%) și Malta (13,2%), cifrele confirmând importanța turismului pentru aceste țări (a se vedea Tabelul 3).

Tabelul nr. 3. Venituri și cheltuieli generate de călătorii în balanța de plăți, 2011–2016

Travel receipts and expenditure in balance of payments, 2011–2016

	Receipts			Expenditure			Balance (million EUR) 2016
	(million EUR) 2011	(million EUR) 2016	Relative to GDP 2016 (%)	(million EUR) 2011	(million EUR) 2016	Relative to GDP 2016 (%)	
EU-28 (*)	86 767	112 299	0.8	87 031	99 054	0.7	13 246
Belgium	9 154	10 492	2.5	14 804	17 614	4.2	-7 122
Bulgaria	2 669	3 285	6.8	647	1 227	2.5	2 058
Czech Republic	5 822	5 703	3.2	3 435	4 447	2.5	1 256
Denmark	4 887	6 373	2.3	7 209	8 283	3.0	-1 910
Germany	27 930	33 818	1.1	61 686	72 085	2.3	-38 267
Estonia	897	1 345	6.4	579	1 048	5.0	297
Ireland	3 010	4 685	1.7	4 817	5 619	2.0	-934
Greece	10 505	13 207	7.6	2 266	2 006	1.2	11 201
Spain	44 711	54 660	4.9	12 493	17 437	1.6	37 223
France	39 334	38 301	1.7	32 029	36 464	1.6	1 837
Croatia	6 608	8 627	18.6	632	853	1.8	7 774
Italy	30 891	36 358	2.2	20 584	22 547	1.3	13 811
Cyprus	1 835	2 489	13.7	942	1 061	5.9	1 428
Latvia	553	783	3.1	549	628	2.5	155
Lithuania	943	1 090	2.8	616	913	2.4	177
Luxembourg	3 497	3 669	6.9	2 715	2 545	4.8	1 124
Hungary	4 243	5 121	4.5	1 781	1 954	1.7	3 167
Malta	911	1 307	13.2	239	369	3.7	938
Netherlands	9 230	12 697	1.8	14 836	16 336	2.3	-3 639
Austria	14 267	17 400	4.9	7 531	8 799	2.5	8 601
Poland	7 680	9 908	2.3	6 055	7 204	1.7	2 704
Portugal	8 146	12 680	6.8	2 974	3 849	2.1	8 831
Romania	1 019	1 568	0.9	1 408	1 930	1.1	-362
Slovenia	1 974	2 190	5.4	818	854	2.1	1 337
Slovakia	1 745	2 483	3.1	1 567	2 023	2.5	460
Finland	2 745	2 467	1.1	3 502	4 692	2.2	-2 225
Sweden	7 316	11 407	2.5	10 048	13 083	2.8	-1 676
United Kingdom	27 610	37 413	1.6	40 065	58 396	2.4	-20 983
Iceland	-	2 173	11.9	-	1 146	6.3	1 027
Switzerland	12 359	14 692	2.4	9 884	14 926	2.5	-234
Montenegro	:	835	:	:	60	:	775
Former Yugoslav Republic of Macedonia	172	253	2.6	81	163	1.7	90
Albania	:	1 528	14.2	:	1 139	10.6	389
Serbia	710	1 040	3.0	791	1 085	3.1	-45
Turkey	17 927	16 911	2.2	3 509	4 312	0.6	12 599
Kosovo (*)	532	690	11.5	157	142	2.4	548

(*) Extra EU-28 flows.

(*) This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo declaration of Independence.

Source: Eurostat (online data codes: bop_c6_q, bop_eu6_q and nama_10_gdp)

eurostat 

Sursa: Eurostat (bop_c6_q), (bop_eu6_q) și (nama_10_gdp)

În termeni absoluți, cele mai mari venituri din turism internațional în 2016 au fost înregistrate în Spania (54,7 miliarde EUR), Franța (38,3 miliarde EUR) și Regatul Unit (37,4 miliarde), urmate de Italia (36,4 miliarde) și Germania (33,8 miliarde).

Germania a înregistrat cel mai mare nivel al cheltuielilor pentru turismul internațional, totalizând 72,1 miliarde EUR în 2016. Germania a fost urmată de Regatul Unit (58,4 miliarde EUR) și de Franța (36,5 miliarde EUR).

Spania a fost statul membru al UE cu cel mai mare nivel al veniturilor nete din turism în 2016 (37,2 miliarde EUR), în timp ce Germania a înregistrat cel mai mare deficit (-38,3 miliarde EUR).

Sursele și disponibilitatea datelor

În context statistic, turismul se referă la activitatea vizitatorilor care efectuează o călătorie către o destinație aflată în afara mediului lor obișnuit, pentru mai puțin de un an. Astfel de călătorii pot fi efectuate din orice motiv principal, inclusiv afaceri, agrement sau alte motive personale, în afara încadrării în muncă de către un angajator rezident, o gospodărie sau o întreprindere în locul vizitat.

În iulie 2011, Parlamentul European și Consiliul Uniunii Europene au adoptat noul Regulament (UE) nr. 692/2011 privind statisticile europene referitoare la turism și de abrogare a Directivei 95/57/CE a Consiliului; acesta a intrat în vigoare pentru anul de referință 2012 și impune statelor membre ale UE să furnizeze în mod regulat un set de statistici comparabile în domeniul turismului.

Statisticile privind turismul în UE cuprind două componente principale: pe de o parte, statisticile referitoare la capacitatea și gradul de ocupare ale structurilor de cazare turistică colectivă; pe de altă parte, statisticile referitoare la cererea turistică. În majoritatea statelor membre ale UE, statisticile referitoare la prima componentă menționată sunt colectate prin intermediul datelor furnizate de unitățile de cazare în cursul sondajelor, în timp ce statisticile referitoare la a doua componentă sunt colectate mai ales prin intermediul sondajelor adresate călătorilor la frontiere sau al sondajelor în gospodării.

Statisticile privind capacitatea structurilor de cazare turistică colectivă includ numărul de structuri, numărul de camere și numărul de locuri. Aceste statistici sunt disponibile în funcție de tipul de structură sau de regiune și sunt elaborate anual. Statisticile privind gradul de ocupare a structurilor de cazare turistică colectivă se referă la numărul de sosiri (în structurile de cazare) și la numărul de nopți petrecute de rezidenți și de nerezidenți, datele fiind defalcate în funcție de tipul de structură sau de regiune; sunt disponibile serii statistice anuale și lunare. De asemenea, sunt elaborate statistici privind utilizarea camerelor și a locurilor de cazare (gradele de ocupare).

Statisticile privind cererea turistică sunt colectate în legătură cu numărul de călătorii turistice efectuate (și cu numărul nopților petrecute în cadrul acestora), defalcate în funcție de:

- țara de destinație;
- scopul călătoriei;
- durata șederii;
- tipul de cazare;
- luna plecării;
- modalitatea de transport;
- cheltuieli.

Datele sunt analizate, de asemenea, în funcție de caracteristicile socio-demografice ale turistului:

- sexul;
- grupa de vârstă;
- nivelul de educație absolvit (opțional);
- venitul gospodăriei (opțional);

- statutul privind activitatea (opțional).

Până în 2013, statisticile privind turismul se limitau la o durată minimă de ședere de o noapte; începând cu anul de referință 2014, statisticile oficiale europene cuprind, de asemenea, vizitele de o zi în străinătate. Aceste date vor fi analizate în curând într-un nou articol pe site-ul Statistics Explained(https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main_Page).

Pentru a studia turismul, este posibilă utilizarea datelor dintr-o gamă de alte surse oficiale. Aceste statistici includ:

- statisticile structurale ale întreprinderilor (SBS) și statisticile pe termen scurt ale întreprinderilor (STS) care pot fi utilizate pentru a furniza informații suplimentare privind fluxurile turistice și performanțele economice ale anumitor sectoare legate de turism;
- date privind ocuparea forței de muncă în sectorul de cazare turistică din ancheta privind forța de muncă (AFM), analizate în funcție de timpul de lucru (normă întreagă/fracțiune de normă), statutul profesional, vârstă, nivelul de educație, sex, continuitatea și vechimea în muncă la același angajator (date anuale și trimestriale);
- date privind veniturile și cheltuielile personale generate de călătorii din balanța de plăți; statistici privind transportul (de exemplu, transportul aerian de pasageri).

Context

Potrivit unei publicații a Organizației Mondiale a Turismului a Națiunilor Unite (UNWTO) intitulată „Tourism highlights” (în limba engleză), UE este o destinație turistică majoră, cinci dintre statele sale membre fiind printre primele zece destinații din lume în 2015. Turismul are potențialul de a contribui la ocuparea forței de muncă și la creșterea economică, precum și la dezvoltarea zonelor rurale, periferice sau mai puțin dezvoltate. Având în vedere aceste caracteristici, sunt necesare statistici fiabile și armonizate în acest domeniu, precum și în contextul mai amplu al politicii regionale și al politicii de dezvoltare durabilă.

Turismul poate juca un rol semnificativ în dezvoltarea regiunilor europene. Infrastructura creată în scopuri turistice contribuie la dezvoltarea locală, iar locurile de muncă create sau menținute pot contribui la compensarea declinului industrial sau rural. Turismul durabil presupune protejarea și dezvoltarea patrimoniului cultural și natural, de la artă la gastronomie locală sau la conservarea biodiversității.

În 2006, Comisia Europeană a adoptat o comunicare intitulată „O nouă politică a UE în domeniul turismului: consolidarea parteneriatului pentru turism în Europa” [COM(2006) 134 final]. Documentul menționat a abordat o serie de provocări care vor influența turismul în următorii ani, printre care îmbătrânirea demografică din Europa, concurența externă în creștere, cererea consumatorilor în ceea ce privește un turism mai specializat și necesitatea de a trece la practici mai durabile și mai ecologice în domeniul turismului. Documentul susținea că o ofertă turistică mai competitivă și destinațiile durabile ar contribui la creșterea satisfacției turiștilor și ar consolida poziția Europei în fruntea destinațiilor turistice ale lumii. Comunicarea menționată a

fost urmată, în octombrie 2007, de o altă comunicare, intitulată „Agenda pentru un turism european durabil și competitiv” [COM(2007) 621 final], care a propus acțiuni în ceea ce privește gestionarea durabilă a destinațiilor, integrarea preocupărilor în materie de durabilitate în cadrul mediului de afaceri și sensibilizarea turiștilor cu privire la durabilitate.

Tratatul de la Lisabona a recunoscut importanța turismului, conturând o competență specifică a UE în acest domeniu și permițând luarea de decizii cu majoritate calificată. Un articol din tratat prevede că UE „completează acțiunea statelor membre în sectorul turismului, în special prin promovarea competitivității întreprinderilor Uniunii în acest sector”. „Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic pentru turismul european” [COM(2010) 352 final] a fost adoptată de Comisia Europeană în luna iunie 2010. Această comunicare are ca scop să încurajeze adoptarea unei abordări coordonate pentru inițiativele legate de turism și a definit un nou cadru de acțiune pentru a spori competitivitatea turismului și potențialul acestuia de creștere durabilă. Comunicarea a propus o serie de inițiative europene sau multinaționale – inclusiv o consolidare a bazei de cunoștințe socioeconomice în sectorul turismului – în scopul îndeplinirii acestor obiective.

În cadrul acestui capitol, au fost analizate mai multe strategii care vizau turismul la nivel național/regional și/sau local, implementate sau în curs de implementare în țările europene, cele mai eficiente măsuri descrise în cadrul acestor documente și modalitatea de adaptare a acestora la nivelul județului Harghita.

a. Turcia

În cazul Turciei, a fost analizat documentul *Tourism Strategy of Turkey - 2023*, elaborat de Ministerul Culturii și a Turismului din Turcia, în anul 2007, având ca obiect principal dezvoltarea domeniului turismului în țară, prin planificarea coerentă a strategiei pe o perioadă de 26 de ani. Documentul vizează 16 subdomenii a turismului și propune diferite strategii și/sau măsuri prin care se dorește îmbunătățirea situației existente. În cadrul analizei, vor fi acele măsuri, care au avut efecte pozitive și pot fi implementate și într-un alt mediu, anume în județul Harghita.

Subcapitolul 3.1. Planificare¹ evidențiază importanța planificării țintite, personalizate conform nevoilor existente. Printre măsurile identificate în acest subcapitol, care pot genera efecte implementate într-o altă locație, anume județul Harghita, sunt următoarele²:

- Delimitarea zonelor conform potențialului turistic - această măsură vizează o cooperare între localitățile învecinate, care au resurse diferite, potențial turistic diferit sau nevoi

¹*Tourism Strategy of Turkey - 2023, Ministry of Culture & Tourism, Ankara, 2007*, pp. 6 - 9, <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/43537.turkeytourismstrategy2023pdf.pdf?0&tag1=796689BB12A540BE0672E65E48D10C07D6DAE291>, accesat la 09.05.2019.

²Aceste analize conțin atât măsuri menționate, cât și explicații, ajustări și corelări cu nevoile identificate la nivelul județului Harghita.

comune. Astfel, localitățile mai mici, adică sub 2.000 de locuitori, pot să semneze un acord (între 4-6 localități), prin care își asumă că în următorii ani să colaboreze în domeniul turismului, organizând evenimente împreună, astfel fiind de mai mare anvergură; să desfășoare activitățile în concordanță cu resursele existente și să transfere resurse necesare în unele cazuri; să gestioneze proiectele și programele împreună, astfel contribuind la prosperitatea fiecărei participant, oferind sprijin în situații necesare.

La nivelul județului Harghita, această măsură ar contribui la echilibrarea resurselor existente, la o mai bună colaborare între localități și la o mai bună gestionare a evenimentelor și programelor (în cazul evenimentelor existând opțiunea să acopere tot anul cu diferite evenimente, evitând sezonul mort, iar în cazul proiectelor sprijinul reciproc ar contribui la o dezvoltare durabilă), datorită planificării țintite.

- Investițiile în organizații și entități relevante domeniului - prin această măsură se dorește generarea unei comunități, în care să existe factori care să centralizeze nevoile, oportunitățile, să ofere sprijin și să organizeze sesiuni de informare, work-shop-uri, întâlniri cu stakeholderii, contribuind la rezolvarea problemelor vechi sau nou apărute.

La nivelul județului Harghita, această măsură ar putea viza ONG-urile, care activează sau contribuie la acest domeniu (chiar prin crearea unei comunicări între antreprenori, autorități și societatea civilă), respectiv Birourile/Centrele de Informare Turistică (care ar putea funcționa ca un centru semi-formal, oferind suport tehnic atât autorităților, cât și antreprenorilor și societății civile).

- Reabilitarea și popularizarea monumentelor - această măsură se referă la investiții și proiecte, prin care monumentele importante din punct de vedere istoric, cultural etc., să fie incluse din nou în circuitul turistic.

În județul Harghita există mai multe astfel de monumente, care s-au deteriorat cu timpul, ceea ce a contribuit la abandonarea acestora. Reabilitarea lor ar însemna un program mai diversificat și mai multe oportunități în ceea ce privește organizarea de evenimente, tradițiile etc.

- În urma delimitării, conform potențialului turistic, organizațiile și entitățile interesate de domeniul turismului, împreună cu societatea civilă, pot să-și prioritizeze proiectele, conform nevoilor identificate.

În cazul județului Harghita, în marea majoritate a cazurilor, este nevoie de îmbunătățirea infrastructurii. Cu o planificare țintită, luând în considerare resursele existente, prioritizând îmbunătățirile care vizează drumurile, rețeaua de canalizare, rețeaua de gaz, se pot îmbunătăți experiențele oferite în cadrul altor proiecte, care vizează, cultura, istoria, arta etc.

Subcapitolul 3.2. Investiții³ detaliază anumite măsuri, care contribuie la creșterea numărului investițiilor efectuate, printre care și cele prin diferite fonduri. Printre acestea, care răspunde la o problemă care e profund prezentă și în România, și în județul Harghita, este **Eliminarea barierelor birocratice**.

Eliminarea barierelor birocratice nu poate fi realizat într-o perioadă foarte scurtă, acestea având atât obiective de asigurare, cât sunt și necesare în anumite cazuri. Totuși, termenele foarte lungi, numeroasele documente necesare și regulile legate de formă încetinesc atât înaintarea investițiilor, cât și dezvoltarea. Din moment ce această problemă nu poate fi eliminată, trebuie să ne concentrăm la o mai bună gestionare a acestuia. Este nevoie de asistență în ceea ce privește procesele și procedurile, care vizează investițiile, societatea civilă fiind dezavantajată în acest sens, neavând o sursă de informare generică, centralizatoare.

Subcapitolul 3.4. Turism domestic⁴ se axează la măsuri care contribuie la dezvoltarea turismului domestic, implicând activ cetățenii țării. Printre măsurile identificate la acest subcapitol, cele care pot fi implementate și la nivelul județului Harghita, se numără:

- Promovarea la nivel național - Informarea societății este esențială pentru o strategie de turism eficientă. Într-un secol al tehnologiei, promovarea nu mai înseamnă flyer-e și broșuri, ci o comunicare bilaterală, care ține cont atât de ideile și nevoile cererii, cât și a ofertei.

Promovarea județului Harghita momentan este una diversificată. Există mai multe site-uri, aplicații și chiar și vloguri, care au menirea să informeze pe plan intern populația țării asupra diferitelor oportunități, de la vacanțe până la evenimente culturale, sociale etc. Una dintre cele mai importante surse de promovare și informare este site-ul, respectiv aplicația Visit Harghita, care oferă informații utile atât despre cele mai importante știri și evenimente, oportunități de cazare, locuri de vizitat, restaurante, activități etc., cât și despre cultură și legende locale. Această modalitate este excelentă pentru a capta atenția tinerilor adulți de până la 35 de ani, însă pentru o comunicare eficientă cu un grup țintă trecut peste 35 de ani, este nevoie și de metodele de promovare tradiționale, fie prin broșuri și cărți informative oferite de către agenții de turism, fie prin publicarea unei ziare tematice, distribuite pe teritoriul țării.

b. Italia

*Ministerul Patrimoniului Cultural și a Activității Turismului din Italia a elaborat o strategie în 2016, cu scopul dezvoltării turismului din țară, denumit *Plan Strategic de Turism**

³Tourism Strategy of Turkey - 2023, Ministry of Culture & Tourism, Ankara, 2007, pp. 9 - 10, http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/43537,turkeytourismstrategy2023pdf.pdf?0&_tag1=796689BB12A540BE0672E65E48D10C07D6DAE291, accesat la 09.05.2019.

⁴Tourism Strategy of Turkey - 2023, Ministry of Culture & Tourism, Ankara, 2007, pp. 15 - 17, http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/43537,turkeytourismstrategy2023pdf.pdf?0&_tag1=796689BB12A540BE0672E65E48D10C07D6DAE291, accesat la 09.05.2019.

pentru perioada 2017-2022⁵. Acest document a dorit să fie un exemplu de urmat în ceea ce privește politicile, programele, proiectele și deciziile la nivel național (parțial internațional), regional și local.

Subcapitolul *"Italia pe scena lumii"* evidențiază succesele turismului internațional și efectele acestuia asupra economiei țării. Măsurile propuse vizează avantajul culturii istorice și a tradițiilor unice, în timp ce încearcă să ofere soluții în ceea ce privește problemele existente la nivelul țării, care generează consecințe negative asupra domeniului turismului.

În acest subcapitol, este descrisă problema infrastructurii și a transportului, multe orașe importante din punct de vedere turistic, fiind afectate de către acestea. Subsecțiunea **Context** arată că datorită faptului că turiștii petrec mai mult timp pe drumuri (ori din cauza conectivității slabe, ori din cauza stării drumurilor etc.), ei tind să își organizeze vacanțe mai scurte, astfel din 2001 până în 2015, șederea medie a turiștilor a scăzut de la 4.1 zile la 3.6 zile. Astfel, strategia ia în calcul punctul *forte* a Italiei, anume cultura, și propune următoarele:

- crearea de legături între orașele cu potențial turistic mare, cu scopul reducerii timpului petrecut pe drumuri, îmbunătățirea accesului la diferite monumente (autobuze, trenuri, metrou etc.).

Această măsură poate să fie un punct de plecare și pentru județul Harghita, deoarece accesibilitatea locațiilor este problematică, datorită mai multor factori: lipsește traficul aerian, de aceea, turiștii din afara României, optează cu o posibilitate mai ridicată pentru o destinație, care este în apropierea unui aeroport; liniile trenurilor nu acoperă județul, iar programul lor este rar, astfel turiștii fiind nevoiți să vină cu mașina personală (ceea ce în cazul turiștilor internaționali este un dezavantaj) sau să renunțe la acest județ; starea deficitară a drumurilor sau chiar inexistența drumurilor asfaltate; etc. Dezvoltarea legăturilor între localități și monumente ar putea contribui semnificativ la creșterea numărului vizitatorilor în județ, mai ales în cadrul celor din afara granițelor.

- Sprijinirea localităților cu potențial turistic redus, prin identificarea unor identități locale, resurselor existente și oportunităților de promovare. În unele cazuri, acești 3 factori nu sunt de ajuns pentru a transforma localitatea într-o destinație turistică, iar în aceste cazuri, se recomandă crearea unei legături cu un monument sau un oraș din apropiere.

În cazul județului Harghita, chiar dacă există dorință, nu poate fi transformat fiecare localitate în destinație turistică. În acest caz, o posibilitate constă în accentuarea monumentelor din zonă sau din vecinătate și dezvoltarea tradițiilor unice locale, într-o manieră în care poate fi prezentat sau chiar comercializat (Ex.: cursuri de meșteșugărit, vinderea produselor meșteșugare etc.)

⁵Strategic Plan for Tourism 2017 - 2022, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, 2016
<http://www.italia.it/en/home.html>, accesat la 07.05.2019.

- Turistul - centrul atenției. În cadrul acestor măsuri, Strategia se axează pe comunicarea între turist și cetățenii locali. În unele zone ale Italiei este o problemă constantă necunoașterea unei limbi de circulație internațională a cetățenilor. Această măsură vizează îmbunătățirea acestui aspect prin cursuri gratuite de limbi străine (engleză, germană și franceză), în primul rând celor care lucrează în domeniul turismului, însă și cetățenilor în general.

În județul Harghita necunoașterea limbii române este o problemă constantă, identificată chiar și de cetățeni. În domeniul turismului acesta este un dezavantaj enorm, deoarece exclude schimbul de informații eficiente între turiștii români și localnici, ceea ce poate cauza reducerea numărului zilelor petrecute în județ sau chiar generarea unui feedback negativ. Organizarea unor cursuri gratuite de limba română sau chiar implementarea unor programe cu schimb de experiență ar putea contribui la creșterea calității serviciilor oferite.

Planul Strategic pentru Turism 2017 -2022, înaintează, totodată, și ideea digitalizării. Digitalizarea serviciilor, a comunicării și promovării, respectiv a soluționării problemelor apărute.

În cazul județului Harghita, digitalizarea turismului este o idee bună la nivelul comunicării și a promovării, păstrând tradițiile și resursele unice ca sursă principală de interes pentru turiști. Astfel, crearea unor comunități online, care include comunicarea bidirecțională și promovarea personalizată (altfel de conținut pentru adulți tineri, până la 35 de ani, și altfel de conținut pentru adulții peste 35 de ani).

c. Grecia

Documentul *Grecia: O strategie de creștere pentru viitor*⁶, lansat în 2018 de către Ministerul de Finanțe grec, este un document care prioritizază promovarea și dezvoltarea turismului țării. Această strategie se axează pe mai multe măsuri necesare pentru dezvoltarea eficientă a turismului și creșterea economică a țării, printre care:

- programe de formare și angajare
- producția agricolă
- turism de-a lungul anului
- atragerea investițiilor
- reabilitarea facilităților de cazare și servicii

Programele de formare și angajare au ca scop atât îmbunătățirea serviciilor oferite în domeniul turismului, cât și reducerea nivelului șomajului în țară. Grecia se confruntă cu aceste

⁶Greece: A Growth Strategy for the Future, Ministry of Finances, 2018, <http://www.mindev.gov.gr/greece-a-growth-strategy-for-the-future/>, accesat la 10.05.2019.

probleme de mai mulți ani, fiind nevoie constant să apeleze la sprijinul UE, mai ales a Germaniei. Pentru a genera o schimbare și a face țara una dintre cele *5 Top destinații pentru turiști* din Europa, în primul rând, această strategie prin această măsură dorește să îmbunătățească accesul tinerilor pe piața muncii, oferind cursuri de pregătire profesională în domeniile turismului și dezvoltând o comunicare eficientă între nevoile angajatorilor, angajaților și a turiștilor. Angajații, care beneficiază de astfel de cursuri, vor contribui la creșterea calității serviciilor oferite, rezultând în creșterea numărului turiștilor care optează să viziteze Grecia. Acest fapt, pe lângă creșterea angajabilității tinerilor, va susține creșterea economică durabilă și dezvoltarea.

Această măsură poate fi aplicabilă și în cazul județului Harghita. O problemă identificată la nivelul județului constă în lipsa angajaților profesionalizați în domeniul turismului, fiind nevoie de îmbunătățirea serviciilor. Aceste cursuri ar trebui să vizeze: cursuri de limbă (română, engleză și germană), cursuri de pregătire pentru chelneri/bucătari, cursuri de pregătire pentru ghiduri, cursuri de formare pentru recepționiști etc. Aceste cursuri nu doar că ar genera creșterea calității serviciilor, dar ar diversifica și activitățile turistice a județului.

Producția agricolă are ca scop legarea turismului de producția agricolă și prezentarea acestora pentru turiști într-un mod atrăgător. În cazul Greciei, multe activități agricole sunt unice sau relativ rar prezentate turiștilor, cum ar fi producția de grâu, lână, bumbac, măslina (locul trei în lume), stafide și tutun. Prezentarea acestor activități turiștilor s-a mai întâmplat și în trecut, stârnind reacții pozitive, iar organizarea pe scară largă, într-un mod diversificat și interactiv a mai multor programe pentru turiști ar putea contribui la o experiență deosebită.

În cazul județului Harghita, dezvoltarea agriculturii tradiționale și specifice în prisma turismului ar putea avea aceleași efecte ca și în cazul Greciei. Județul Harghita deține istorie și tradiții unice la nivel național, ceea ce a avut efecte și asupra producției agricole. Mai multe activități sunt deja țintite spre implicarea turistului în activitățile de zi de zi (ex.: prin evenimente specifice - ”Farsang”, ”Bal de recoltare”, ”Bal de sfârșit de vară” etc.-, prin diferite meșteșugarii, activități ce sunt populare atât în cadrul turiștilor din țară, cât și din afara țării. Chiar dacă nu facem legătura între producția agricolă în sine și turismul, unele elemente pot fi preluate și introduce în pachetele de ofertă sau în activitățile turistice, precum recoltarea grâului.

Turism de-a lungul anului este un obiectiv, care dorește să maximizeze potențialul turistic, prin eliminarea sezonului mort/sezoanelor moarte. În cazul Greciei, acest sezon poate fi plasat în general între noiembrie și martie. Măsurile în acest caz cuprind niște ”substrategii”, printre care organizarea evenimentelor culturale cât mai aproape de sezonul mort, sau chiar în timpul sezonului mort (în cazurile în care se poate realiza acest lucru); zonele afectate grav de sezonul mort o să introducă activități diversificate în programul oferit, care pot fi realizate în orice perioadă a anului; sprijinirea diferitelor tipuri de turism; aplicarea reducerilor pe timpul sezonului mort.

În cazul județului Harghita, în ceea ce privește turismul, există 2 perioade care pot fi identificate ca și sezoane o popularitate mai scăzută: septembrie - noiembrie și martie-mai. În sezon, turiștii sunt primiți cu mai multe evenimente, activități, de la cele constante, cum ar fi

observarea ursului, diferite degustări (vin, caș, urda etc), schi și săniuș (în sezonul de iarnă), drumeții și multe altele, la cele periodice sau unice, cum ar fi Sărbătoarea Ecvestra Secuiască, Festivalul Fructelor din Ținutul Odorheiu Secuiesc, Drumul Vie Maria, Târguri etc., dar și altele, care sunt organizate de multe ori spontan sau la nivelul localității. Perioadele din afara sezonului, însă, nu oferă destule oportunități, care să contribuie la șederea mai lungă a oaspeților. De aceea, organizarea unor evenimente, corelate, la nivel regional/local, cum ar fi diferite aniversări culturale, istorice, tradiționale, implicând chiar clădirile istorice și/sau facilitățile de cazare și servicii (anume wellnes și spa).

Reabilitarea facilităților de cazare și servicii în cazul Greciei este esențială. Pentru a menține prețurile relativ ridicate, este nevoie să ofere servicii de calitate ridicată, ceea ce presupune facilități de cazare și servicii moderne (păstrând caracterul tradițional, unde este cazul). De aceea, strategia propune lansarea mai multor programe, prin care hotelurile, pensiunile, care au primit 2 sau mai puține stele, sunt încurajate să modernizeze și să îmbunătățească încăperile, echipamentele și dotările.

Pentru a unifica calitatea turismului la nivelul județului Harghita, astfel contribuind la dezvoltarea acestuia, este nevoie de modernizarea și dezvoltarea facilităților menite să cazeze turiștii și vizitatorii. Acest lucru trebuie să se facă, luând în considerare situația existentă, resursele și oportunitățile. Astfel, în unele cazuri, nu doar modernizarea, dar și construirea acestor facilități este necesar, la standarde europene.

Majoritatea acestor măsuri se doresc implementate prin **atragera investițiilor**. În strategie, în cadrul acestei subsecțiuni, sunt prevăzute anumite sfaturi, și descrise diferite posibilități de finanțare.

În cadrul județului Harghita, proiectele pot fi înaintate către mai multe autorități de finanțare, însă este nevoie de sprijin, atât din partea autorităților, cât și din partea stakeholderilor. Cooperarea, centralizarea informațiilor și a oportunităților, transmiterea *know-how*-ului se pot face prin Birourile de Informare Turistică.

d. Austria (Viena)

Strategia de Turism 2020⁷ a fost întocmită de Vienna Tourist Board în 2014. Strategia are ca scop dezvoltarea orașului și aducerea acestuia la un nivel ridicat, folosind resursele existente, popularitatea cu tendințe de creștere și importanța acestuia pe plan internațional.

Documentul în sine se concentrează pe dezvoltarea orașului pe 3 dimensiuni:

- Global Vienna
- Smart Vienna

⁷Tourism Strategy 2020, Vienna Tourist Board, Viena, 2014, http://www.tourismstrategy2020.vienna.info/downloads/wt-tourismstrategie-2020_en.pdf, accesat la 17. mai 2019.

- Premium Vienna

Global Vienna vizează internaționalizarea orașului, folosind de importanța acestuia ca un centru politic și economic, de vizibilitatea crescută la nivel internațional, de diversitatea culturii și a orașului în sine, la fel ca de faptul că este un metropolis cosmopolitan, pentru a deveni o destinație primă pentru turiștii internaționali. Din moment ce orașul e foarte accesibil atât prin transport aerian (având mai multe legături importante), cât și prin transport feroviar (fiind punct de întâlnire) sau fluvial (datorită Dunării), transformarea orașului într-o entitate globală avea succes. Astfel, măsurile propuse în acest caz vizează: sprijinirea universităților (ceea ce implicit duce la atragerea vizitatorilor, prin diferite conferințe, workshop-uri, cursuri, schimburi de experiență etc), atragerea companiilor internaționale, sprijinirea muzeelor și teatrelor (pentru diversificarea activităților), organizarea convențiilor.

La nivelul județului Harghita, măsurile care ar putea contribui la internaționalizarea județului sunt: dezvoltarea transportului public, fie prin înființarea/construirea unui aeroport cu legături interne și externe, fie prin dezvoltarea legăturilor feroviale; sprijinirea universităților și facultăților prezente în județ, în ceea ce privește cercetarea, conferințele și diferitele evenimente, de anvergură mare; organizarea convențiilor (la nivel național și/sau internațional); respectiv sprijinirea teatrelor și muzeelor, prin implicarea acestora atât în programul diferitelor evenimente, ca activități, cât și prin diversificarea ofertelor acestora cu activități care să implice într-un mod interactiv vizitatorii județului (ex.: Noaptea albă a muzeelor, Noaptea albă a teatrului, diferite parteneriate printre cele două etc).

Smart Vienna presupune dezvoltarea orașului din punct de vedere a tehnologiilor urbane și a soluțiilor inteligente. În lumea contemporană, un oraș, care nu ține pasul cu schimbările tehnologice, pierde potențial economic, turistic, de aceea este nevoie de unele soluții unificate, anume *cerințele minime*, cum ar fi WiFi accesibil peste tot, reducerea traficului cu mașini personale prin facilitarea transportului public (autobuse electrice), oferirea alternativelor, printre care sistemele de Bike Sharing este esențială, servicii digitalizate (comandă taxi, orarul mijloacelor de transport, hărți, programe, proiecte etc. - toate la un loc, prin calculatoare amplasate pe străzi), reducerea amprenteii ecologice prin amenajarea spațiilor verzi, amenajarea echipamentelor de alimentare a mașinilor electrice etc.

Județul Harghita nu a ajuns încă la nivelul tehnologic din Viena, însă anumite măsuri pot fi aplicabile și în acest caz. Free Wifi este o modalitate prin care localitățile pot să ofere turiștilor și vizitatorilor acces la mediul on-line oricând, oriunde, astfel contribuind la diseminarea informațiilor, la popularizarea zonei și la creșterea calității experienței. Autobuzele electrice contribuie la reducerea poluării, a zgomotului, și oferă o alternativă ecologică, față de mașinile personale. O altă alternativă, care cuprinde și sportul, sunt sistemele de Bike Sharing, populare peste tot în lume, care nu necesită o investiție majoră și oferă turiștilor oportunitatea să parcurgă trasee cu acestea, fără să fie nevoiți să transporte aceste biciclete după finalizarea vizitei.

Premium Vienna dorește să popularizeze leadership-ul de calitate, oferind o imagine a orașului elegant, exclusiv. Această subcategorie implică apa potabilă accesibilă peste tot, producția de vin, gastronomia selectă și educația.

Această ultimă subcategorie nu este în concordanță cu viziunea județului Harghita, însă poate să fie un exemplu prin care județul își construiește o imagine, precum *Harghita tradițională*, *Harghita prietenoasă* sau *Harghita diversificată*. În cadrul imaginii construite, pot fi evidențiate resursele unice din zonă, cum ar fi apa minerală, gastronomia, cultura, istoria etc.

1.2.3 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: „Acțiunile 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 11 decembrie 2016 s-a constituit noul guvern al României, în structura căruia a fost înființat Ministerul Turismului. Programul de guvernare pentru perioada 2018–2020 cuprinde în Capitolul Turism pg.60 următoarele:

Obiective de guvernare:

1. Adoptarea Legii Turismului
2. Înființarea Centrului Național de Învățământ și reînființarea școlilor de meserii, inclusiv a celor postliceale pentru formarea profesională a forței de muncă în domeniul turismului

3. Promovarea României ca destinație turistică în concordanță cu obiectivele și prioritățile generale de dezvoltare ale țării noastre, ale Uniunii Europene și ale tendițelor mondiale în domeniu
4. Reabilitarea infrastructurii de acces în stațiuni turistice și zonele cu impact turistic semnificativ (mănăstiri, monumente, zone agroturistice, viticole)
5. Dezvoltarea și reabilitarea rețelelor de utilități publice în zonele turistice existente și în cele ce urmează a fi dezvoltate din punct de vedere turistic
6. Implementarea Programului „Primul Centru de Agrement”
7. Inventarierea și evaluarea investițiilor nefinalizate din fonduri europene și guvernamentale; asigurarea fondurilor pentru finalizarea investițiilor care reprezintă cetitudini pentru dezvoltarea turismului în zona respectivă
8. Pentru turismul verde, stabilirea și dezvoltarea localităților cu potențial turistic care pot valorifica zonele naturale protejate și celelalte resurse naționale: munți, păduri, ape și zonele neafectate de „epoca modernizării” – zonele tradiționale și culturale din satele românești
9. Dezvoltarea turismului în Delta Dunării, concomitent cu respectarea normelor de protecție a Rezervației Biosferei.
10. Cololidarea Organizațiilor de Management al Destinațiilor (OMD) în stațiunile turistice și alte localități de interes turistic pe cele 3 planuri de dezvoltare
11. Garantarea pachetelor de servicii turistice
12. Asigurarea unei reglementări astfel încât operatorul economic care are în administrare structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare în zona plajelor, să aiba drept de preemțiune la închirierea suprafețelor de plajă situată în imediata vecinătate
13. Asigurarea unei reglementări privind administrarea, în parteneriat public-privat, de către stat și operatorii economici deținători de structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare sau/și de sănătate, a bazelor de tratament aflate în perimetrul lor, care aparțin administrației publice centrale și sunt nefolosite.

- direcții de acțiune:

1. asigurarea forței de muncă calificată, profesionalizarea persoanelor care activează în turism și alimentație publică
2. crearea la nivel de minister a unui buget de promovare inclusiv pentru deschiderea și eficientizarea activităților birourilor de turism externe

3. creșterea numărului de turiști și a încasărilor pentru zonele/obiectivele respective, reducerea semnificativă a costurilor de întreținere a mijloacelor de transport

4. stimularea investițiilor în turism prin asigurarea utilităților la noile construcții

5. crearea de noi locuri de muncă și extinderea sezonului cu peste o lună și jumătate

6. prin finalizarea investițiilor neterminate se urmărește dezvoltarea infrastructurii și serviciilor în turism

7. prin lege se vor atribui competențe autorităților administrativ centrale și locale de a limita activitățile turistice înăuntrul tuturor ariilor protejate și va alcătui un portofoliu de tehnici și metode de evitare a suprasolicitării turistice a acestor zone. Interzicerea construcțiilor care nu corespund zonelor protejate și angajarea de personal suplimentar pentru supraveghere și pază

8. realizarea cadastrului Deltei Dunării și actualizarea Regulamentului de urbanism al Deltei Dunării, astfel încât să se armonizeze regimul de înălțime, aspectul exterior al clădirilor, utilizarea materialelor de construcție tradiționale cu ocuparea și utilizarea terenurilor conform cerințelor de protecție pentru una din cele mai mari zone umede din lume. Pentru protejarea ecosistemelor se are în vedere creșterea gradului de utilizare a mijloacelor de transport ecologice cu grad redus de poluare, promovarea și realizarea traseelor turistice nemotorizate și reglementarea coerentă a canalelor de circulație cu viteză de deplasare. Transport ecologic de pasageri, prin înlocuirea flotei existente de nave, care asigură transportul naval în Delta Dunării, cu nave cu consum redus de carburanți și grad redus de poluare, care folosesc și sisteme alternative de energie regenerabilă (biciclete, ambarcațiuni cu vâsle și motoare electrice); îmbunătățirea rețelei de informare turistică, realizarea de aplicații GPS de sprijin cu hărți și trasee turistice, structura turistică de cazare a Deltei Dunării și alte informații utile.

9. pe cele trei planuri de dezvoltare:

- micro: OMD-ul reunește autoritățile publice locale și reprezentanții din mediul privat și ai altor entități relevante, la nivelul unei stațiuni până la nivelul județelor
- mezo: OMD-ul reunește autorități publice locale și reprezentanți din mediul privat și ai altor entități relevante, la nivelul unei regiuni
- macro: OMD central pentru destinația România, care coagulează reprezentanți ai OMD-urilor regionale, reprezentanți ai autorităților publice centrale (ANT, MDRAP, Ministerul Mediului, Ministerul Culturii, Ministerul Educației, Ministerul Transporturilor, INS, alte institute de cercetare în domeniul turismului), federații și asociații patronale, cu reprezentanți ai altor entități relevante (asociații de promovare, asociații profesionale din diferite sectoare economice, ONG-uri, administratori ai ariilor naturale protejate, mediul de formare profesională din turism, mediul academic și alții)

10. prevenirea efectelor negative asupra cetățeanului urmare a intrării în insolvență a agențiilor de turism

De asemenea a fost emisă *Hotărârea Nr. 558/2017 din 4 august 2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism - Masterplanul investițiilor în turism - și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism*, conform căreia pentru județul Harghita au fost propuse următoarele proiecte:

- Extinderea Complexului Balnear , orașul Băile Tușnad
- Reabilitarea băii tradiționale Nadas, comuna Tușnad
- Organizarea unui complex de practicare a sporturilor de iarnă în imediată vecinătate a pârtiei de schi, orașul Borsec
- Realizarea unui parc de aventură, orașul Borsec
- Lucrări de reamenajare și modernizare a punctelor de acces la izvoarele de apă minerală, orașul Borsec
- Pârții de schi și telecabine la Harghita – Mădăraș, comuna Căpâlnița
- Amenajare domeniu sociabil Suhard, municipiul Gheorgheni
- Realizarea unui sistem de telegondolă din stațiunea Lacu Roșu pe vârful Suhardul Mare, municipiul Gheorgheni
- Înființare Centru SPA în stațiunea Lacu Roșu, municipiul Gheorgheni
- Dezvoltarea zonei de agrement la Băile Homorod, orașul Vlăhița
- Dezvoltarea domeniului sociabil Izvoru Mureșului, comuna Voșlăbeni

1.2.4 CONTEXTUL REGIONAL

Aparținând de 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 2014-2020. 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 (Strategia de Dezvoltare a Județului Harghita). 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, Muntenia și Oltenia. Apoi În cadrul acestora se vor delimita subregiuni turistice bazate pe diferite particularități locale, microregionale. 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 integrându-se 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.

1.3. CADRUL POLITICII DE DEZVOLTARE TERITORIALĂ

La nivel național în domeniul turismului se simte lipsa unui document strategic. Eforturile regionale și locale pentru dezvoltarea turismului pot fi totuși aliniată și integrate în politicile privind dezvoltarea socio-economică regională și dezvoltarea/amenajarea teritorială.

Cu ocazia aderării României la Uniunea Europeană au fost elaborate documente strategice precum PND-Planul Național de Dezvoltare din care deriva și CSNR-Cadrul Strategic Național de Referință, care este pus în aplicare prin POS-Program Operațional Sectorial și POR-Program Operațional Regional, toate valabile pentru perioada 2014-2020.

Suștinerea 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 2014-2020, contribuind la atingerea obiectivului global și a obiectivelor specifice ale CSNR, privind diminuarea disparităților de dezvoltare dintre România și celelalte state membre ale UE.

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 pe mai multe zone 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.

Programul Operațional Regional (POR)

Programul Operațional Regional (POR) 2014-2020 este succesorul Programului Operațional Regional 2007-2013 și unul dintre programele prin care România va putea accesa fondurile europene structurale și de investiții provenite din Fondul European pentru Dezvoltare Regională (FEDR), în perioada 2014-2020.

Programul Operațional Regional (POR) 2014-2020, gestionat de Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice în calitate de Autoritate de Management, a fost adoptat de Comisia Europeană (CE) pe data de 23 iunie 2015.

Viziunea strategică privind nevoile de dezvoltare cărora trebuie să le răspundă POR 2014-2020 are la bază analiza situației economice și sociale a regiunilor României (în Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională 2014-2020), care a dus la identificarea principalelor probleme:

- cercetare-dezvoltare și inovare: transfer limitat al rezultatelor cercetării în piață și nivel scăzut de asimilare a inovării în firme
- IMM: sector al IMM-urilor insuficient dezvoltat, cu impact negativ asupra competitivității economiilor regionale. Principalele puncte slabe ale sectorului IMM-urilor, în documentele de programare strategică națională, sunt:
 - gradul redus de cultură antreprenorială – reflectat prin densitatea relativ scăzută a afacerilor în toate regiunile,
 - reziliența scăzută a noilor afaceri – 2/3 dintre întreprinderile noi dispar de pe piață în primul an de viață
- eficiența energetică: consumuri energetice nesustenabile și potențial de economisire ridicat în infrastructurile publice, inclusiv clădiri publice și clădiri rezidențiale
- mediu: nivel de poluare ridicat în zonele urbane
- dezvoltare urbană: zone urbane degradate, vacanțe neutilizate corespunzător în orașele din România
- resurse de patrimoniu: resurse valoroase de patrimoniu cultural slab valorificate
- turism: potențial turistic valoros, echilibrat distribuit teritorial – alternativa pentru revigorarea zonelor mai puțin dezvoltate/izolate
- infrastructura rutiera: gradul scăzut de accesibilitate al anumitor zone ale țării, care are drept consecință o atractivitate scăzută și investiții extrem de reduse
- infrastructura socială și pentru educație: infrastructurile educaționale, de sănătate și de servicii sociale subdimensionate împiedică incluziunea socială și dezvoltarea capitalului uman

- cadastru: nivel scăzut al înregistrărilor cadastrale, care afectează implementarea politicilor privind dezvoltarea socio-economică a comunităților locale
- capacitate administrativă: nevoia întăririi capacității administrative a Autorității de Management a POR, a Organismelor de Implementare a POR și a beneficiarilor, pentru o bună implementare a POR.

Aceste direcții de acțiune au fost corelate cu direcțiile de acțiune strategică menționate de Comisia Europeană în ceea ce privește finanțarea din Fondurile Europene Structurale și de Investiții, prin Fondul European pentru Dezvoltare Regională în perioada 2014-2020:

- Inovare și cercetare;
- Agenda digitală;
- Sprijin pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri);
- Economie cu emisii reduse de carbon.

POR 2014–2020 își propune ca obiectiv general creșterea competitivității economice și îmbunătățirea condițiilor de viață ale comunităților locale și regionale, prin sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri, infrastructurii și serviciilor, pentru dezvoltarea durabilă a regiunilor, astfel încât acestea să își poată gestiona în mod eficient resursele și să își valorifice potențialul de inovare și de asimilare a progresului tehnologic.

Aceste obiective sunt traduse în 11 axe prioritare (plus o axa de asistență tehnică), care au în total o alocare estimată de 8,25 miliarde euro, din care 6,7 miliarde de euro reprezintă sprijinul UE, prin Fondul European pentru Dezvoltare Regională (FEDR), iar 1,5 miliarde de euro - contribuția națională:

Axa prioritară 1: Promovarea transferului tehnologic

Axa prioritară 2: Îmbunătățirea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii

Axa prioritară 3: Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de carbon

Axa prioritară 4: Sprijinirea dezvoltării urbane durabile

Axa prioritară 5: Îmbunătățirea mediului urban și conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural

Axa prioritară 6: Îmbunătățirea infrastructurii rutiere de importanță regională

Axa prioritară 7: Diversificarea economiilor locale prin dezvoltarea durabilă a turismului

Axa prioritară 8: Dezvoltarea infrastructurii de sănătate și sociale

Axa prioritară 9: Sprijinirea regenerării economice și sociale a comunităților defavorizate din mediul urban

Axa prioritară 10: Îmbunătățirea infrastructurii educaționale

Axa prioritară 11: Extinderea geografică a sistemului de înregistrare a proprietăților în cadastru și cartea funciară

Axa prioritară 12: Asistența tehnică

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 aceasta 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 ca 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 7 din POR. Trebuie avut în vedere ca proiectele din județul Harghita 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 directe 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

- 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 de "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.
- 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

2.1. TRENDURILE CERERII TURISTICE ÎN LUME, ÎN EUROPA ȘI ÎN ROMÂNIA

2.1.1 MEGATENDINȚE ÎN TURISMUL EUROPEAN

Tendențele turismului la nivel european au efecte și asupra domeniului la nivel național sau chiar regional, de aceea este important analiza acestora. Industria turismului este corelat cu procesul de dinamizare a societății, cu dezvoltarea economică și creșterea veniturilor, fiind facilitat totodată de modernizarea mijloacelor de transport și a căilor de comunicație. Conform acestor factori, pot fi identificați următoarele tendințe:

Majoritatea turiștilor europeni călătoresc în perioadele lor de concediu, fiind mai deschiși spre programe și oportunități, care implică odihna activă și eventual cunoașterea istoriei, culturii, arhitecturii și a patrimoniului local vizitat. Este popular, totodată, implicarea anumitor interese și hobby-uri în cadrul călătoriilor, astfel turiștii introduc în programul lor diferite activități de relaxare, precum ciclism, drumeții etc.

Ecoturismul, turismul religios, turismul cultural și cel de aventură evoluează rapid ca forme de dezvoltare turistică, fiind o modalitate prin care destinațiile turistice pot oferi experiențe unice, corelat cu potențialul local. Aceste tipuri de turism atrag din ce în ce mai mulți vizitatori, deoarece mulți turiști caută destinații și produse noi, încă puțin valorificate. Această opțiune creează oportunități de dezvoltare și destinațiilor mai puțin populare.

Turismul balnear și stațiunile balneo-climatice au avut o popularitate ridicată și în trecut, datorită efectelor pozitive asupra sănătății. Turiștii sunt interesați de menținerea și îmbunătățirea sănătății lor, iar pentru a face față concurenței și cerințelor ridicate, aceste stațiuni au îmbunătățit condițiile de cazare, alimentare, calitatea serviciilor și procedurilor medicale peste tot în Europa. Acest aspect este avantajos turiștilor, însă cei care doresc să intre pe piața acestui tip de turism trebuie să țină cont de faptul că cererea ridicată presupune și condiții excepționale, fără acestea nefiind posibilă supraviețuirea pe termen lung.

Turismul de afaceri este în extindere, nefiind limitat de factori precum popularitatea zonei, nivelul prețurilor sau concurența. Acest tip de turism este încă la început de drum, dar

dezvoltarea acestuia pe termen lung poate conferi avantaje în domeniul turismului în viitorul apropiat.

- Se observă fenomenul vacanțelor mai scurte dar mai frecvente pe parcursul unui an, ceea ce oferă posibilitatea eliminării sezonelor moarte, prin oferirea de oferte extrasezoniere.
- Senior-turismul devine din ce în ce mai frecvent, ceea ce înseamnă că multe persoane în vârstă, mai ales la începutul perioadei de pensie, încep să călătorească și să viziteze și locații mai puțin populare. Prin organizarea mai multor facilități și servicii speciale, indiferent de sezon, se poate crește numărul turiștilor.
- Se pune din ce în ce mai mult accent pe problemele de mediu și cele sociale, de aceea turiștii optează mai des pentru destinații turistice nepoluate, evitând zonele cu probleme de mediu sau sociale.

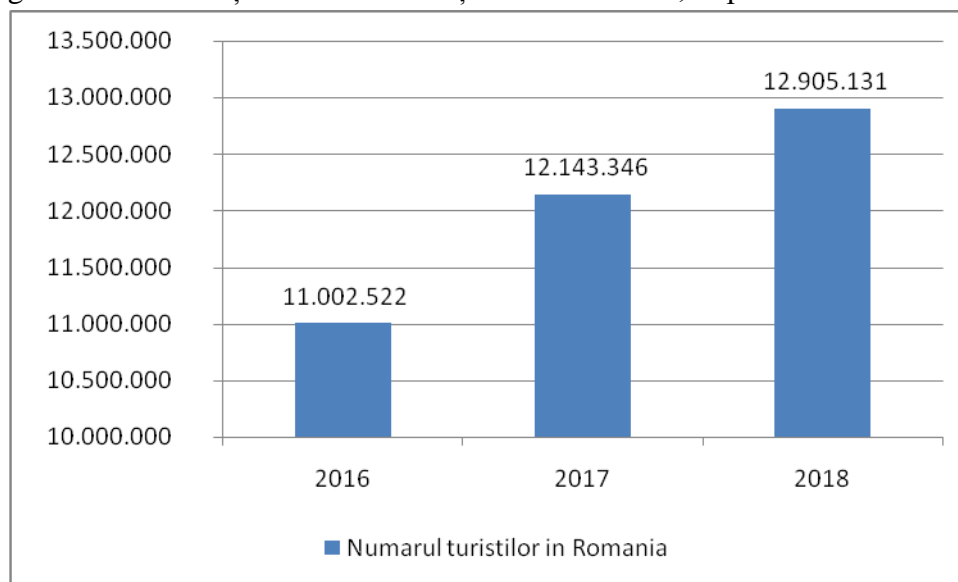
Luând în considerare aceste aspecte, pot fi sesizate anumite centralizări asupra 3 mari domenii: sănătate, cultură și divertisment (hobby). Legarea acestora de tipuri de turism existente la nivel local și/sau regional poate contribui la dezvoltarea acestuia.

2.1.2 TENDINȚE ALE CERERII TURISTICE ÎN ROMÂNIA

2.1.2.1 Evoluția numărului turiștilor în România în perioada 2016 – 2018

Numărul turiștilor constituie un indicator deosebit de important în cadrul formulării concluziilor privind dezvoltarea turistică de la nivel național. Conform Institutului Național de Statistică, în perioada 2016 – 2018, numărul turiștilor din România prezintă următoarea situație:

Figura nr.8 – Evoluția numărului turiștilor în România, în perioada 2016 - 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.8, în perioada 2016 – 2018 numărul turiștilor din România a evoluat în sens ascendent. Astfel în anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor din România s-a majorat cu 1.140.824 turiști (de la 11.002.522 turiști în 2016 la 12.143.346 turiști în 2017), respectiv cu 10,37%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 761.785 turiști (de la 12.143.346 turiști în 2017 la 12.905.131 turiști în 2018).

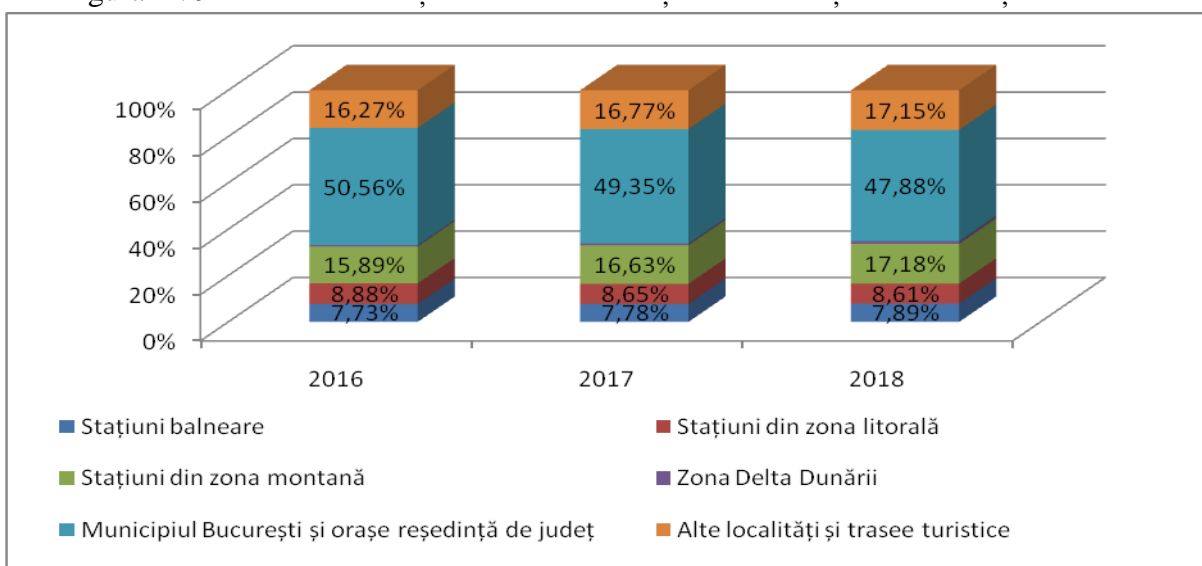
Trendul ascendent al numărului turiștilor înregistrat în perioada 2016 – 2018 evidențiază capacitatea de dezvoltare a turismului la nivel național.

2.1.2.2 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de destinațiile turistice

Principalele destinații turistice din România sunt: stațiuni balneare, stațiuni din zona litorală, stațiuni din zona montană, zona Delta Dunării, municipiul București și orașe reședință de județ respectiv alte localități și trasee turistice.

Conform Institutului Național de Statistică, numărul turiștilor de la nivel național, în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea structură:

Figura nr. 9 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de destinațiile turistice



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.9, în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință, cele mai mari ponderi sunt înregistrate de către destinațiile turistice urbane - (municipiul București și orașe reședință de județ), fiind urmate de alte localități și trasee turistice, stațiuni din zona montană, stațiuni din zona litorală, stațiuni balneare și zona Delta Dunării.

În anul 2016, din totalul turiștilor de la nivel național, numărul turiștilor care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ reprezenta 50,56%, numărul turiștilor care au vizitat alte localități și trasee turistice reprezenta 16,27%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona montană reprezenta 15,89%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona

litorală reprezenta 8,88%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni balneare reprezenta 7,73%, iar numărul turiștilor care au vizitat zona Delta Dunării reprezenta 0,66%.

În anul 2017, din totalul turiștilor de la nivel național, numărul turiștilor care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ reprezenta 49,35%, numărul turiștilor care au vizitat alte localități și trasee turistice reprezenta 16,77%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona montană reprezenta 16,63%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona litorală reprezenta 8,65%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni balneare reprezenta 7,78%, iar numărul turiștilor care au vizitat zona Delta Dunării reprezenta 0,83%.

În anul 2018, din totalul turiștilor de la nivel național, numărul turiștilor care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ reprezenta 47,88%, numărul turiștilor care au vizitat alte localități și trasee turistice reprezenta 17,15%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona montană reprezenta 17,18%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni din zona litorală reprezenta 8,61%, numărul turiștilor care au vizitat stațiuni balneare reprezenta 7,89%, iar numărul turiștilor care au vizitat zona Delta Dunării reprezenta 1,28%.

În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ s-a majorat cu 429.660 turiști (de la 5.562.743 turiști în 2016 la 5.992.403 turiști în 2017), respectiv cu 7,72%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 186.262 turiști, respectiv cu 3,11% (de la 5.992.403 turiști în 2017 la 6.178.665 turiști în 2018).

În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat alte localități și trasee turistice, s-a majorat cu 246.069 turiști (de la 1.790.082 turiști în 2016 la 2.036.151 turiști în 2017), respectiv cu 13,75%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 177.664 turiști, respectiv cu 8,73% (de la 2.036.151 turiști în 2017 la 2.213.815 turiști în 2018).

În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat stațiuni din zona montană, s-a majorat cu 270.985 turiști (de la 1.748.157 turiști în 2016 la 2.019.142 turiști în 2017), respectiv cu 15,50%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.019.142 turiști, respectiv cu 9,80% (de la 2.019.142 turiști în 2017 la 2.217.110 turiști în 2018).

În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat stațiuni balneare, s-a majorat cu 94.217 turiști (de la 851.040 turiști în 2016 la 945.257 turiști în 2017), respectiv cu 11,07%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 73.464 turiști, respectiv cu 7,77% (de la 945.257 turiști în 2017 la 1.018.721 turiști în 2018).

În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat stațiuni balneare, s-a majorat cu 94.217 turiști (de la 851.040 turiști în 2016 la 945.257 turiști în 2017), respectiv cu 11,07%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 73.464 turiști, respectiv cu 7,77% (de la 945.257 turiști în 2017 la 1.018.721 turiști în 2018).

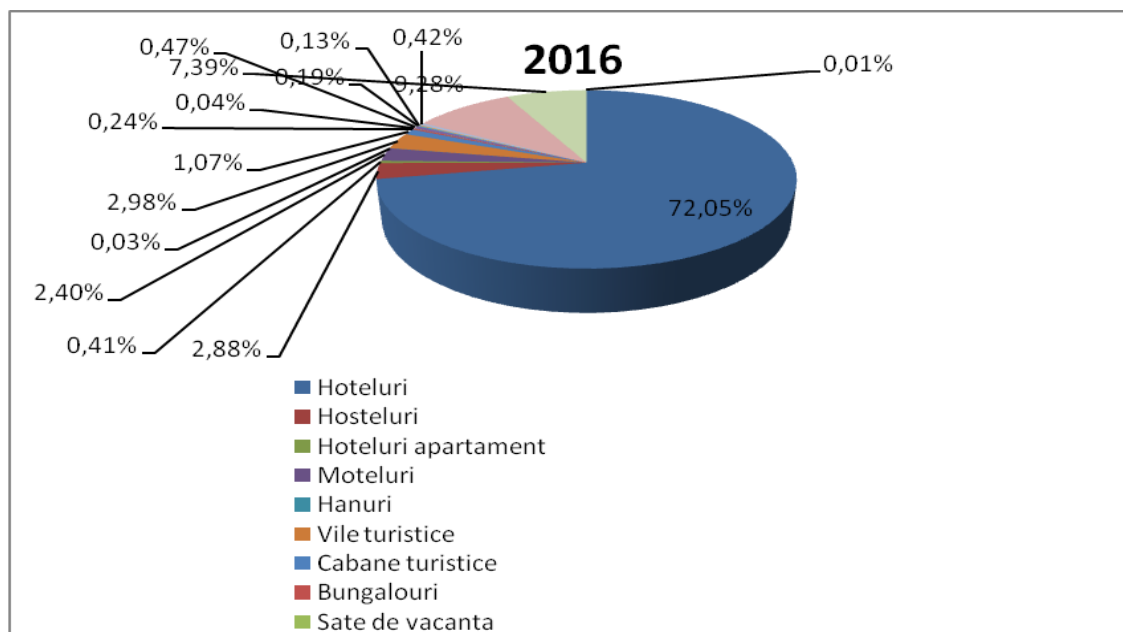
În anul 2017 față de anul 2016, numărul turiștilor de la nivel național care au vizitat zona Delta Dunării, s-a majorat cu 27.309 turiști (de la 73.114 turiști în 2016 la 100.423 turiști în 2017), respectiv cu 37,35%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 65.008 turiști, respectiv cu 64,73% (de la 100.423 turiști în 2017 la 165.431 turiști în 2018).

2.1.2.3 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii din România în perioada 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, hanuri, vile turistice, cabane turistice, cabane turistice, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, spații de cazare de pe navele fluviale și maritime.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

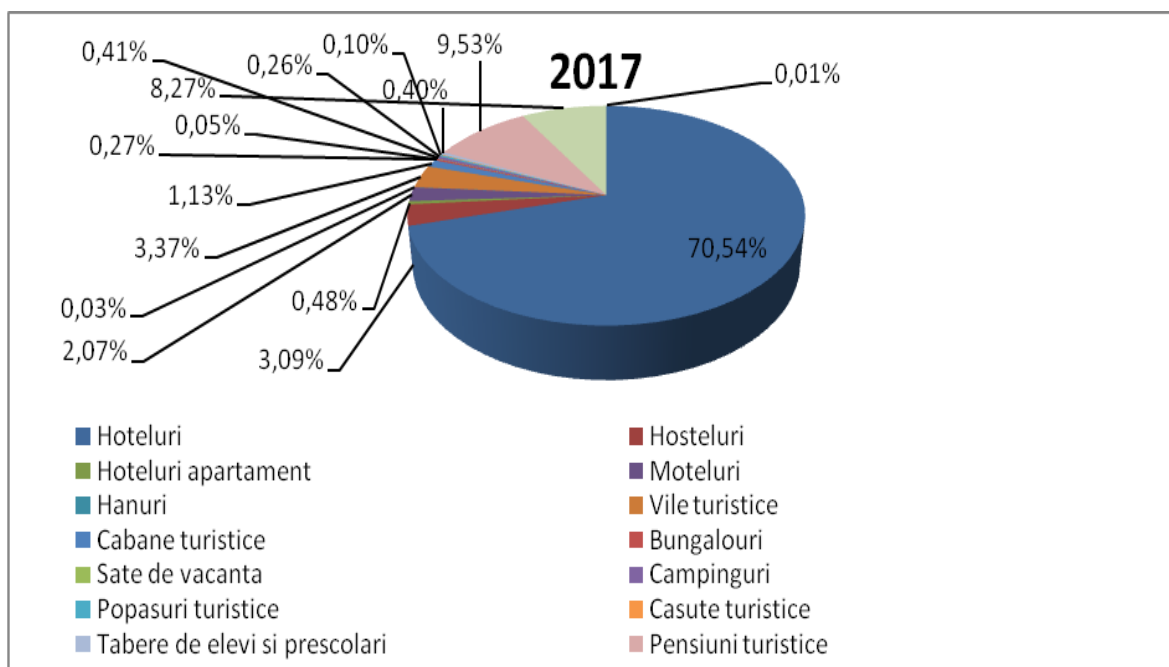
Figura nr. 10. Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.10, în anul 2016, structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (72,05%), hosteluri (2,88%), hoteluri apartament (0,41%), hoteluri (2,40%), hanuri (0,03%), vile turistice (2,98%), cabane turistice (1,07%), bungalouri (0,24%), sate de vacanță (0,04%),campinguri (0,47%), popasuri turistice (0,19%), căsuțe turistice (0,13%), tabere de elevi și preșcolari (0,42%), pensiuni turistice (9,28%), pensiuni agroturistice (7,39%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,01%).

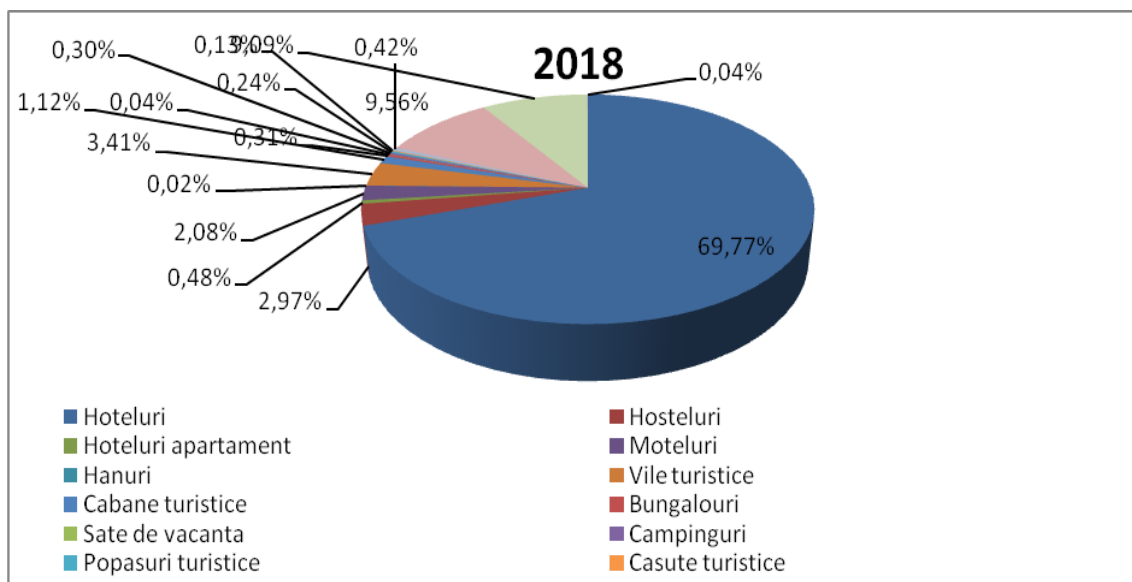
Figura nr. 11- Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.11, în anul 2017, structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (70,54%), hosteluri (3,09%), hoteluri apartament (0,48%), moteluri (2,07%), hanuri (0,03%), vile turistice (3,37%), cabane turistice (1,13%), bungalouri (0,27%), sate de vacanță (0,05%), campinguri (0,41%), popasuri turistice (0,26%), căsuțe turistice (0,10%), tabere de elevi și preșcolari (0,40%), pensiuni turistice (9,53%), pensiuni agroturistice (8,27%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,01%).

Figura nr. 12 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.12, în anul 2018, structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (69,77%), hosteluri (2,97%), hoteluri apartament (0,48%), moteluri (2,08%), hanuri (0,02%), vile turistice (3,41%), cabane turistice (1,12%), bungalouri (0,31%), sate de vacanță (0,04%), campinguri (0,30%), popasuri turistice (0,24%), căsuțe turistice (0,13%), tabere de elevi și preșcolari (0,42%), pensiuni turistice (9,56%), pensiuni agroturistice (9,09%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,04%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor de la nivel național în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 4. Evoluția numărului turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 - 2018

Denumire structură de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	7.927.540	8.565.979	9.004.486
Hosteluri	317.027	374.806	383.696
Hoteluri apartament	45.621	58.804	62.295
Moteluri	264.086	251.047	268.310
Hanuri	3.409	3.928	2.630
Vile turistice	327.824	409.165	440.497
Cabane turistice	117.304	136.832	144.182
Bungalouri	26.483	32.196	40.538
Sate de vacanta	4.588	6.233	4.841
Campinguri	52.043	49.484	38.519

Popasuri turistice	21.082	31.014	30.530
Căsuțe turistice	14.364	12.100	16.350
Tabere de elevi si preșcolari	46.468	48.213	54.731
Pensiuni turistice	1.020.606	1.157.665	1.234.295
Pensiuni agroturistice	813.454	1.004.400	1.173.455
Spatii de cazare de pe navele fluviale si maritime	623	1.480	5.776
TOTAL	11.002.522	12.143.346	12.905.131

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 638.439 turiști, respectiv cu 8,05% (de la 7.927.540 turiști în 2016 la 8.565.979 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 438.507 turiști, respectiv cu 5,12% (de la 8.565.979 turiști în 2017, la 9.004.486 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a majorat cu 57.779 turiști, respectiv cu 18,23% (de la 317.027 turiști în 2016 la 374.806 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 8.890 turiști, respectiv cu 2,37% (de la 374.806 turiști în 2017, la 383.696 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 13.183 turiști, respectiv cu 28,90% (de la 45.621 turiști în 2016 la 58.804 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 3.419 turiști, respectiv cu 5,94% (de la 58.804 turiști în 2017, la 62.295 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a diminuat cu 13.039 turiști, respectiv cu 4,94% (de la 264.086 turiști în 2016 la 251.047 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 17.263 turiști, respectiv cu 6,88% (de la 251.047 turiști în 2017, la 268.310 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hanuri, s-a majorat cu 519 turiști, respectiv cu 15,22% (de la 3.409 turiști în 2016 la 3.928 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1.298 turiști, respectiv cu 33,04% (de la 3.928 turiști în 2017, la 2.630 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a majorat cu 81.341 turiști, respectiv cu 24,81% (de la 327.824 turiști în 2016 la 409.165 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator

s-a majorat cu 31.332 turiști, respectiv cu 7,66% (de la 409.165 turiști în 2017, la 440.497 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice, s-a majorat cu 19.528 turiști, respectiv cu 16,65% (de la 117.304 turiști în 2016 la 136.832 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 7.350 turiști, respectiv cu 5,37% (de la 136.832 turiști în 2017, la 144.182 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 5.713 turiști, respectiv cu 21,57% (de la 26.483 turiști în 2016 la 32.196 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 8.342turiști, respectiv cu 25,91% (de la 32.196 turiști în 2017, la 40.538 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare sate de vacanta, s-a majorat cu 1.645 turiști, respectiv cu 35,85% (de la 4.588 turiști în 2016 la 6.233 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1.392 turiști, respectiv cu 22,33% (de la 6.233 turiști în 2017, la 4.841 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare campinguri, s-a diminuat cu 2.559 turiști, respectiv cu 4,92% (de la 52.043 turiști în 2016 la 49.484 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 10.965 turiști, respectiv cu 22,16% (de la 49.484 turiști în 2017, la 38.519 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice, s-a majorat cu 9.932 turiști, respectiv cu 47,11% (de la 21.082 turiști în 2016 la 31.014 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 484turiști, respectiv cu 1,56% (de la 31.014 turiști în 2017, la 30.530 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a diminuat cu 2.264 turiști, respectiv cu 15,76% (de la 14.364 turiști în 2016 la 12.100 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 4.250 turiști, respectiv cu 35,12% (de la 12.100 turiști în 2017, la 16.350 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare tabere de elevi și preșcolari, s-a majorat cu 1.745 turiști, respectiv cu 3,76% (de la 46.468 turiști în 2016 la 48.213 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 6.518turiști, respectiv cu 13,52% (de la 48.213 turiști în 2017, la 54.731 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice, s-a majorat cu 137.059 turiști, respectiv cu 13,43% (de la 1.020.606 turiști în 2016 la 1.157.665 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 76.630 turiști, respectiv cu 6,62% (de la 1.157.665 turiști în 2017, la 1.234.295 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice, s-a majorat cu 190.946 turiști, respectiv cu 23,47% (de la 813.454 turiști în 2016 la 1.004.400 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 169.055 turiști, respectiv cu 16,83% (de la 1.004.400 turiști în 2017, la 1.173.455 turiști în 2018).

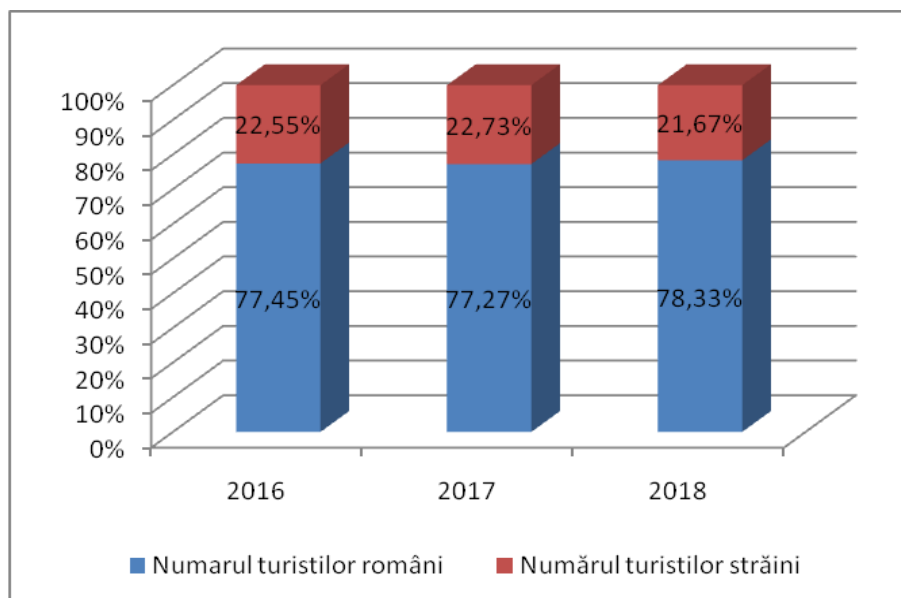
În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare spații de cazare de pe navele fluviale și maritime, s-a majorat cu 857 turiști, respectiv cu 137,56% (de la 623 turiști în 2016 la 1.480 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 4.296 turiști, respectiv cu 290,27% (de la 1.480 turiști în 2017, la 5.776 turiști în 2018).

2.1.2.4 Structura turiștilor de la nivel național în funcție de proveniența acestora

La nivelul României, din perspectiva provenienței turiștilor se practică două tipuri de turism: turism intern (autohton) – care implică numărul turiștilor români care vizitează obiective turistice de pe teritoriul României și turism extern – care implică numărul turiștilor străini, care vizitează obiectivele turistice de pe teritoriul României.

În funcție de proveniența acestora, numărul turiștilor de la nivel național, în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea structură:

Figura nr. 13 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018



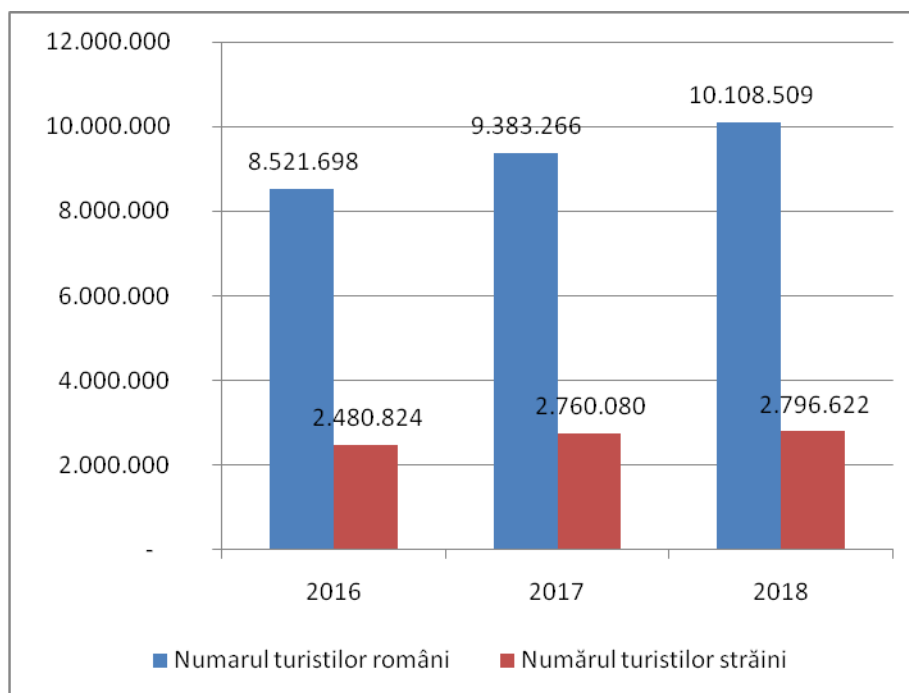
Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.13 în perioada 2016 – 2018, în România predomină turismul intern, practicat de către populația țării, care călătoresc în diverse regiuni și localități ale acesteia în scopul vizitării obiectivelor turistice. Din totalul turiștilor de la nivel național, numărul turiștilor români reprezenta 77,45% în anul 2016, 77,27% în anul 2017 și 78,33% în anul 2018.

Turismul extern la nivelul României, figurează în proporții modeste, astfel din totalul turiștilor de la nivel național, numărul turiștilor străini reprezenta 22,55% în anul 2016, 22,73% în anul 2017 și 21,67% în anul 2018.

Din perspectiva mobilității, în perioada 2016 – 2018 numărul turiștilor în funcție de proveniența acestora prezintă următoarea evoluție:

Figura nr. 14 - Evoluția numărului turiștilor în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.14, în perioada 2016 – 2018, la nivel național, a evoluat în sens ascendent atât numărul turiștilor români cât și numărul turiștilor străini.

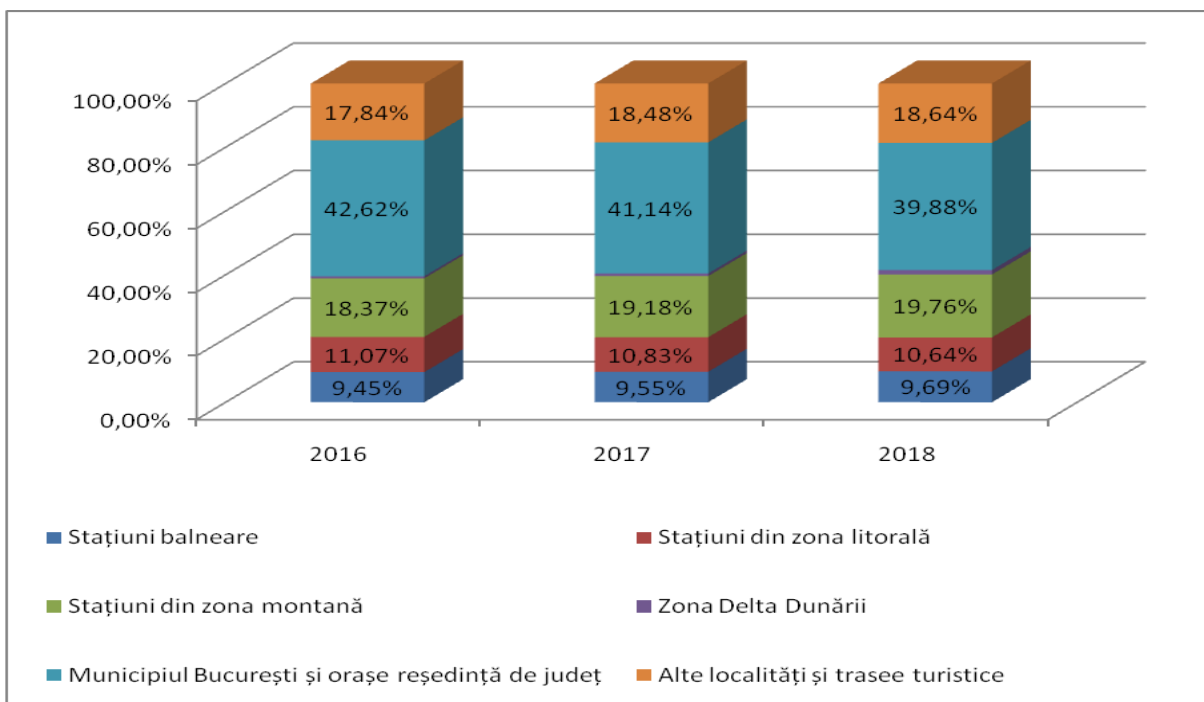
În anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor români de la nivel național s-a majorat cu 861.568 turiști respectiv cu 10,11% (de la 8.521.698 turiști în 2016 la 9.383.266 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017 valoarea acestui indicator s-a majorat cu 725.243 turiști, respectiv cu 7,73% (de la 9.383.266 în 2017 la 10.108.509 turiști în 2018).

În anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor străini de la nivel național s-a majorat cu 279.256 turiști respectiv cu 11,26% (de la 2.480.824 turiști în 2016 la 2.760.080 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017 valoarea acestui indicator s-a majorat cu 36.542 turiști respectiv cu 1,32% (de la 2.760.080 în 2017 la 2.796.622 turiști în 2018).

2.1.2.5 Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de destinațiile turistice

Destinația turistică reprezintă o caracteristică esențială în contextul tendințelor de dezvoltare a turismului. Conform Institutului Național de Statistică, în funcție de destinația turistică aleasă, numărul turiștilor români de la nivel național, în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea structură:

Figura nr.15 - Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de destinațiile turistice



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.15, în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință, cele mai mari ponderi sunt înregistrate de către destinațiile turistice urbane - (municipiul București și orașe reședință de județ), fiind urmate de alte localități și trasee turistice, stațiuni din zona montană, stațiuni din zona litorală, stațiuni balneare și zona Delta Dunării.

În anul 2016, din totalul numărului turiștilor români de la nivel național 9,45% au vizitat stațiuni balneare, 11,07% au vizitat stațiuni din zona litorală, 18,37% au vizitat stațiuni din zona montană, 0,65% au vizitat zona Delta Dunării, 42,62% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 17,84% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2017, din totalul numărului turiștilor români de la nivel național 9,55% au vizitat stațiuni balneare, 10,83% au vizitat stațiuni din zona litorală, 19,18% au vizitat stațiuni din zona montană, 0,81% au vizitat zona Delta Dunării, 41,14% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 18,48% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2018, din totalul numărului turiștilor români de la nivel național 9,69% au vizitat stațiuni balneare, 10,64% au vizitat stațiuni din zona litorală, 19,76% au vizitat stațiuni din zona montană, 1,39% au vizitat zona Delta Dunării, 39,88% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 18,64% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat stațiuni balneare s-a majorat cu 91.560 turiști, respectiv cu 11,4% (de la 804.955 în 2016 turiști la 896.515 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 82.728 turiști, respectiv cu 9,23% (de la 896.515 turiști în 2017 la 979.243 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat stațiuni din zona litorală s-a majorat cu 73.300 turiști, respectiv cu 7,77% (de la 942.987 în 2016 turiști la 1.016.287 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 59.757 turiști, respectiv cu 5,88% (de la 1.016.287 turiști în 2017 la 1.076.044 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat stațiuni din zona montană s-a majorat cu 234.578 turiști, respectiv cu 14,98% (de la 1.565.562 în 2016 turiști la 1.800.140 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 197.672 turiști, respectiv cu 10,98% (de la 1.800.140 turiști în 2017 la 1.997.812 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat zona Delta Dunării s-a majorat cu 20.534 turiști, respectiv cu 36,83% (de la 55.747 în 2016 turiști la 76.281 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 63.796 turiști, respectiv cu 83,63% (de la 76.281 turiști în 2017 la 140.077 turiști în 2018).

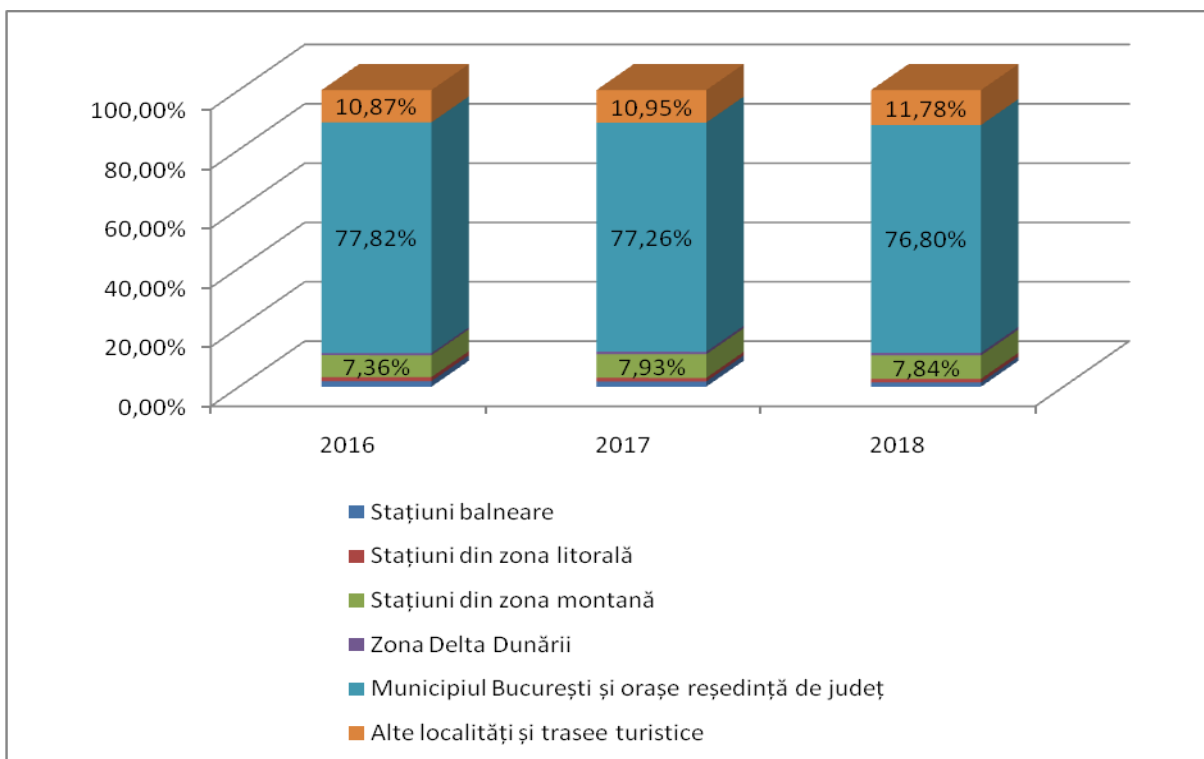
În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ s-a majorat cu 227.911 turiști, respectiv cu 6,27% (de la 3.632.115 în 2016 turiști la 3.860.026 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 170.875 turiști, respectiv cu 4,43% (de la 3.860.026 turiști în 2017 la 4.030.901 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor români care au vizitat alte localități și trasee turistice s-a majorat cu 213.685 turiști, respectiv cu 14,06% (de la 1.520.332 în 2016 turiști la 1.734.017 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 150.415 turiști, respectiv cu 8,67% (de la 1.734.017 turiști în 2017 la 1.884.432 turiști în 2018).

2.1.2.6 Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de destinațiile turistice

Destinația turistică reprezintă o caracteristică esențială în contextul tendințelor de dezvoltare a turismului. Conform Institutului Național de Statistică, în funcție de destinația turistică aleasă, numărul turiștilor străini de la nivel național, în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea structură:

Figura nr. 16 - Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de destinațiile turistice



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.16, în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință, cele mai mari ponderi sunt înregistrate de către destinațiile turistice urbane - (municipiul București și orașe reședință de județ), fiind urmate de alte localități și trasee turistice, stațiuni din zona montană, stațiuni din zona litorală, stațiuni balneare și zona Delta Dunării.

În anul 2016, din totalul numărului turiștilor străini de la nivel național 1,86% au vizitat stațiuni balneare, 1,39% au vizitat stațiuni din zona litorală, 7,36% au vizitat stațiuni din zona montană, 0,70% au vizitat zona Delta Dunării, 77,82% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 10,87% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2017, din totalul numărului turiștilor străini de la nivel național 1,77% au vizitat stațiuni balneare, 1,22% au vizitat stațiuni din zona litorală, 7,93% au vizitat stațiuni din zona montană, 0,87% au vizitat zona Delta Dunării, 77,26% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 10,95% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2018, din totalul numărului turiștilor străini de la nivel național 1,41% au vizitat stațiuni balneare, 1,26% au vizitat stațiuni din zona litorală, 7,84% au vizitat stațiuni din zona montană, 0,91% au vizitat zona Delta Dunării, 76,80% au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ, iar 11,78% au vizitat alte localități și trasee turistice.

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat stațiuni balneare s-a majorat cu 2.657 turiști, respectiv cu 5,77% (de la 46.085 în 2016 turiști la 48.742 turiști în

2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 9.264 turiști, respectiv cu 19,01% (de la 48.742 turiști în 2017 la 39.478 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat stațiuni din zona litorală s-a diminuat cu 716 turiști, respectiv cu 2,08% (de la 34.399 în 2016 turiști la 33.683 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 1.662 turiști, respectiv cu 4,93% (de la 33.683 turiști în 2017 la 35.3458 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat stațiuni din zona montană s-a majorat cu 36.407 turiști, respectiv cu 19,94% (de la 182.595 în 2016 turiști la 219.002 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 296 turiști, respectiv cu 0,14% (de la 219.002 turiști în 2017 la 219.298 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat zona Delta Dunării s-a majorat cu 6.775 turiști, respectiv cu 39,01% (de la 17.367 în 2016 turiști la 24.142 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 1.212 turiști, respectiv cu 5,02% (de la 24.142 turiști în 2017 la 25.354 turiști în 2018).

În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat municipiul București și orașe reședință de județ s-a majorat cu 201.749 turiști, respectiv cu 10,45% (de la 1.930.628 în 2016 turiști la 2.132.377 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 15.387 turiști, respectiv cu 0,72% (de la 2.132.377 turiști în 2017 la 201.749 turiști în 2018).

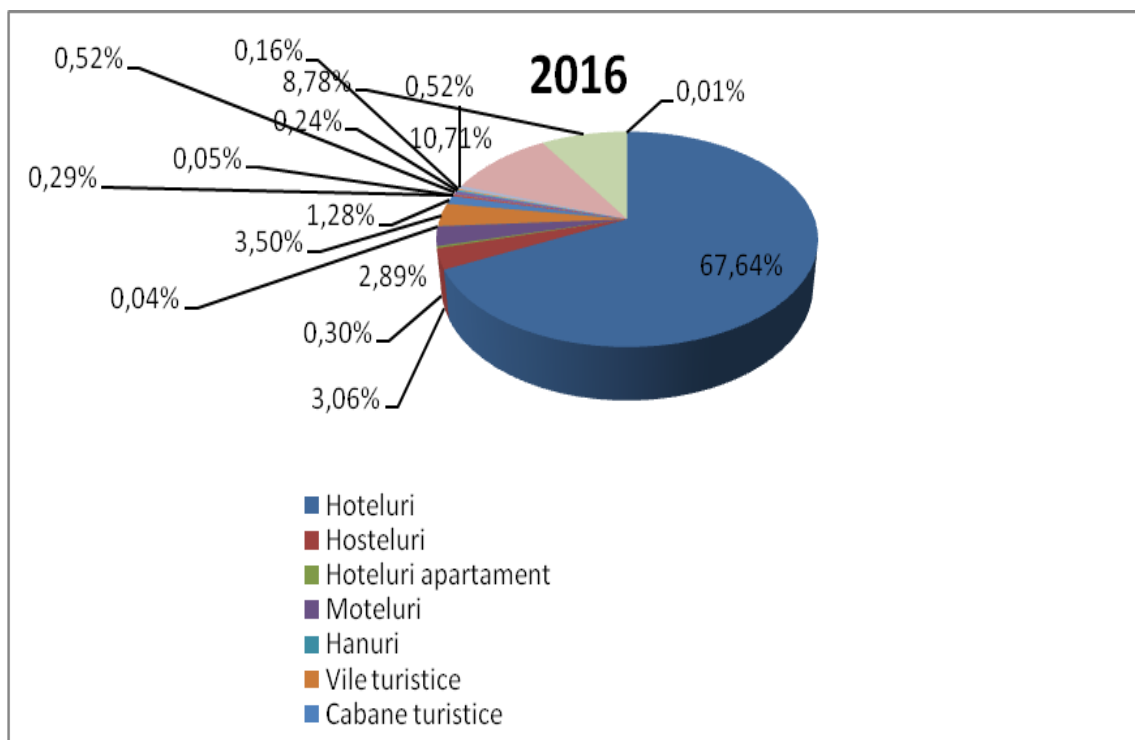
În anul 2016 față de 2017, numărul turiștilor străini care au vizitat alte localități și trasee turistice s-a majorat cu 32.384 turiști, respectiv cu 12,01% (de la 269.750 în 2016 turiști la 302.134 turiști în 2017), iar în anul 2017 față de 2018, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 27.249 turiști, respectiv cu 9,02% (de la 302.134 turiști în 2017 la 329.383 turiști în 2018).

2.1.2.7 Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii români din România în perioada 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, hanuri, vile turistice, cabane turistice, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, spații de cazare de pe navele fluviale și maritime.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

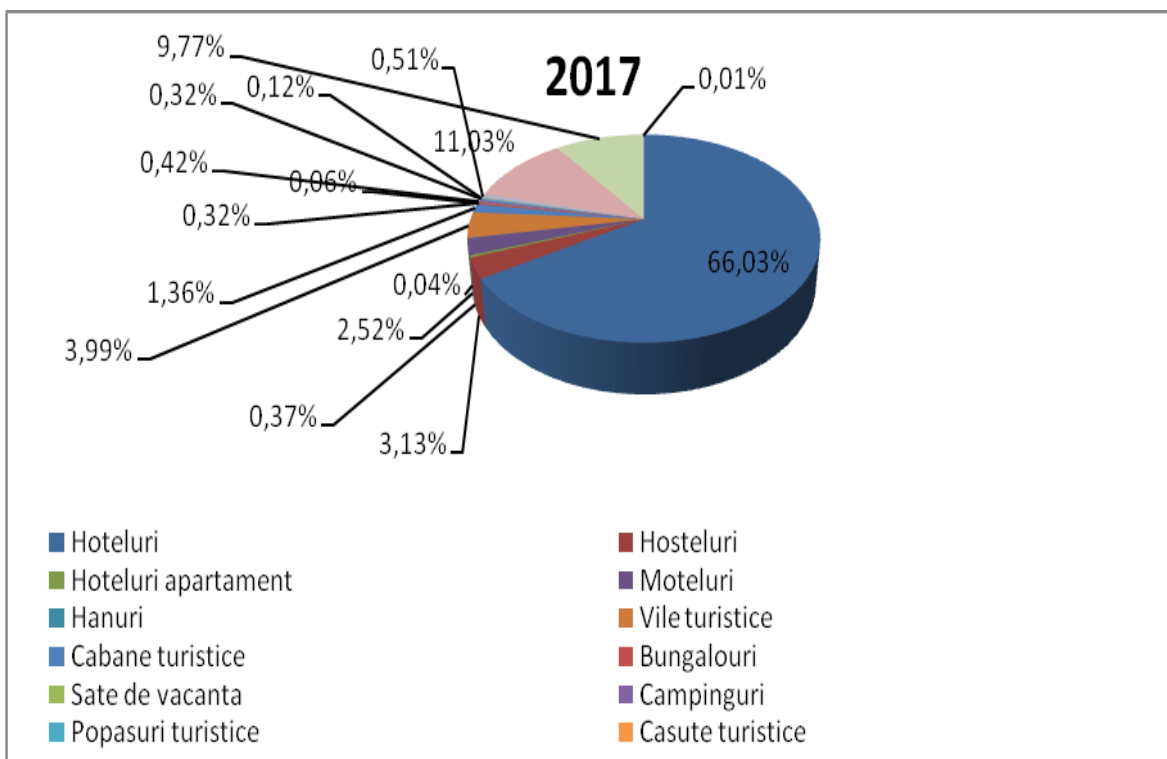
Figura nr. 17 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.17, în anul 2016, structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (67,64%), hosteluri (3,06%), hoteluri apartament (0,30%), moteluri (2,89%), hanuri (0,04%), vile turistice (3,50%), cabane turistice (1,28%), bungalouri (0,29%), sate de vacanță (0,05%), campinguri (0,52%), popasuri turistice (0,24%), căsuțe turistice (0,16%), tabere de elevi și preșcolari (0,52%), pensiuni turistice (10,71%), pensiuni agroturistice (8,78%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,01%).

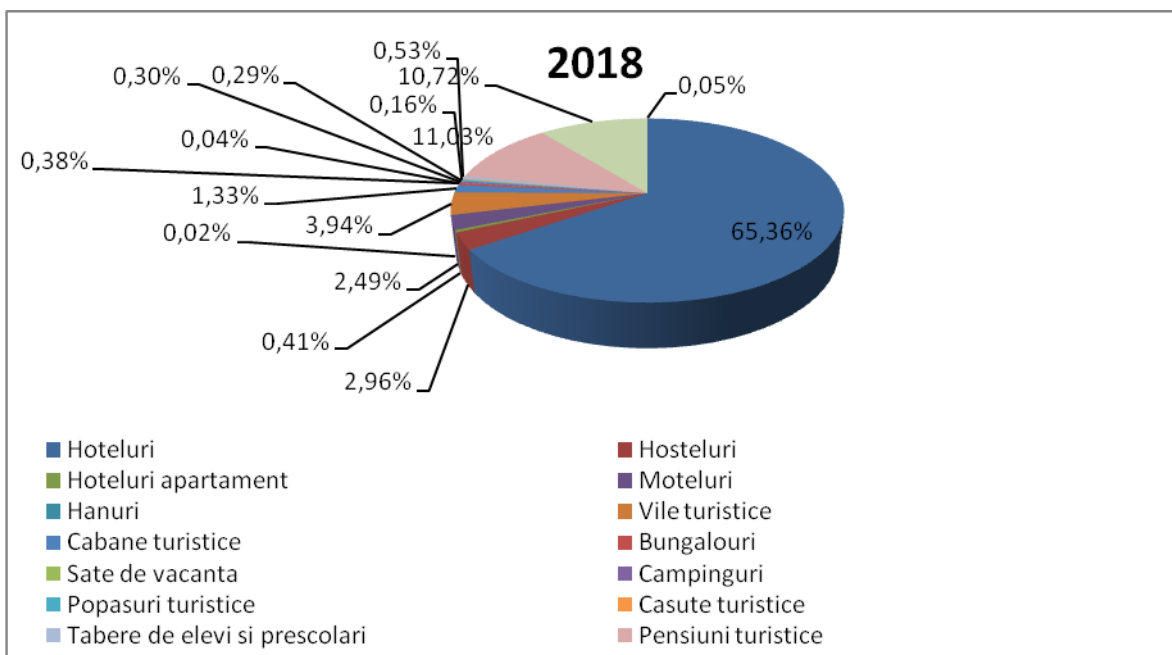
Figura nr. 18 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.18, în anul 2017, structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (66,03%), hosteluri (3,13%), hoteluri apartament (0,37%), moteluri (2,52%), hanuri (0,04%), vile turistice (3,99%), cabane turistice (1,36%), bungalouri (0,32%), sate de vacanță (0,06%), campinguri (0,42%), popasuri turistice (0,32%), căsuțe turistice (0,12%), tabere de elevi și preșcolari (0,51%), pensiuni turistice (11,03%), pensiuni agroturistice (9,77%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,01%).

Figura nr. 19 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.19, în anul 2018, structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (65,36%), hosteluri (2,96%), hoteluri apartament (0,41%), moteluri (2,49%), hanuri (0,02%), vile turistice (3,94%), cabane turistice (1,33%), bungalouri (0,38%), sate de vacanță (0,04%), campinguri (0,30%), popasuri turistice (0,29%), căsuțe turistice (0,16%), tabere de elevi și preșcolari (0,53%), pensiuni turistice (11,03%), pensiuni agroturistice (10,72%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,05%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor români de la nivel național în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 5. Evoluția numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 - 2018

Denumire opțiune de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	5.764.475	6.195.801	6.606.653
Hosteluri	260.788	293.593	299.007
Hoteluri apartament	25.754	34.558	41.350
Moteluri	246.147	36.588	251.499
Hanuri	3.227	3.378	2.407
Vile turistice	98.028	374.445	398.301
Cabane turistice	109.050	127.350	134.273
Bungalouri	24.816	29.896	38.484

Sate de vacanta	3.887	5.644	4.217
Campinguri	44.541	39.511	29.954
Popasuri turistice	20.489	30.027	29.709
Casute turistice	13.884	11.537	15.963
Tabere de elevi si prescolari	44.705	47.738	53.725
Pensiuni turistice	912.982	1.035.214	1.114.622
Pensiuni agroturistice	748.320	917.213	1.083.662
Spatii de cazare de pe navele fluviale si maritime	605	773	4.683
TOTAL	8.521.698	9.383.266	10.108.509

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 431.326 turiști, respectiv cu 7,48% (de la 5.764.475 turiști în 2016 la 6.195.801 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 410.852 turiști, respectiv cu 6,63% (de la 6.195.801 turiști în 2017, la 6.606.653 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a majorat cu 32.805 turiști, respectiv cu 12,58% (de la 260.788 turiști în 2016 la 293.593 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 5.414 turiști, respectiv cu 1,84% (de la 293.593 turiști în 2017, la 299.007 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 8.804 turiști, respectiv cu 34,18% (de la 25.754 turiști în 2016 la 34.558 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 6.792 turiști, respectiv cu 19,65% (de la 34.558 turiști în 2017, la 41.350 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a diminuat cu 9.559 turiști, respectiv cu 3,88% (de la 246.147 turiști în 2016 la 236.588 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 14.911 turiști, respectiv cu 6,30% (de la 236.588 turiști în 2017, la 251.499 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hanuri, s-a majorat cu 151 turiști, respectiv cu 4,68% (de la 3.227 turiști în 2016 la 3.378 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 971 turiști, respectiv cu 28,74% (de la 3.378 turiști în 2017, la 2.407 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a majorat cu 76.417 turiști, respectiv cu 25,64% (de la 298.028 turiști în 2016 la 374.445 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 23.856 turiști, respectiv cu 6,37% (de la 374.445 turiști în 2017, la 398.301 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice, s-a majorat cu 18.300 turiști, respectiv cu 16,78% (de la 109.050 turiști în 2016 la 127.350 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 6.923 turiști, respectiv cu 5,44% (de la 127.350 turiști în 2017, la 134.273 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 5.080 turiști, respectiv cu 20,47% (de la 24.816 turiști în 2016 la 29.896 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 8.588 turiști, respectiv cu 28,73% (de la 29.896 turiști în 2017, la 38.484 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare sate de vacanță, s-a majorat cu 1.757 turiști, respectiv cu 45,20% (de la 3.887 turiști în 2016 la 5.644 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1.427 turiști, respectiv cu 25,28% (de la 5.644 turiști în 2017, la 4.217 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare campinguri, s-a diminuat cu 5.030 turiști, respectiv cu 11,29% (de la 44.541 turiști în 2016 la 39.511 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 9.557 turiști, respectiv cu 24,19% (de la 39.511 turiști în 2017, la 29.954 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice, s-a majorat cu 9.538 turiști, respectiv cu 46,55% (de la 20.489 turiști în 2016 la 30.027 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 318 turiști, respectiv cu 1,06% (de la 30.027 turiști în 2017, la 29.709 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a diminuat cu 2.347 turiști, respectiv cu 16,90% (de la 13.884 turiști în 2016 la 11.537 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 4.426 turiști, respectiv cu 38,36% (de la 11.537 turiști în 2017, la 15.963 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare tabere de elevi și preșcolari, s-a majorat cu 3.033 turiști, respectiv cu 6,78% (de la 44.705 turiști în 2016 la 47.738 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea

acestui indicator s-a majorat cu 5.987 turiști, respectiv cu 12,54% (de la 47.738 turiști în 2017, la 53.725 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice, s-a majorat cu 122.232 turiști, respectiv cu 13,39% (de la 912.982 turiști în 2016 la 1.035.214 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 79.408 turiști, respectiv cu 7,67% (de la 1.035.214 turiști în 2017, la 1.114.622 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice, s-a majorat cu 168.893 turiști, respectiv cu 22,57% (de la 748.320 turiști în 2016 la 917.213 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 166.449 turiști, respectiv cu 18,15% (de la 917.213 turiști în 2017, la 1.083.662 turiști în 2018).

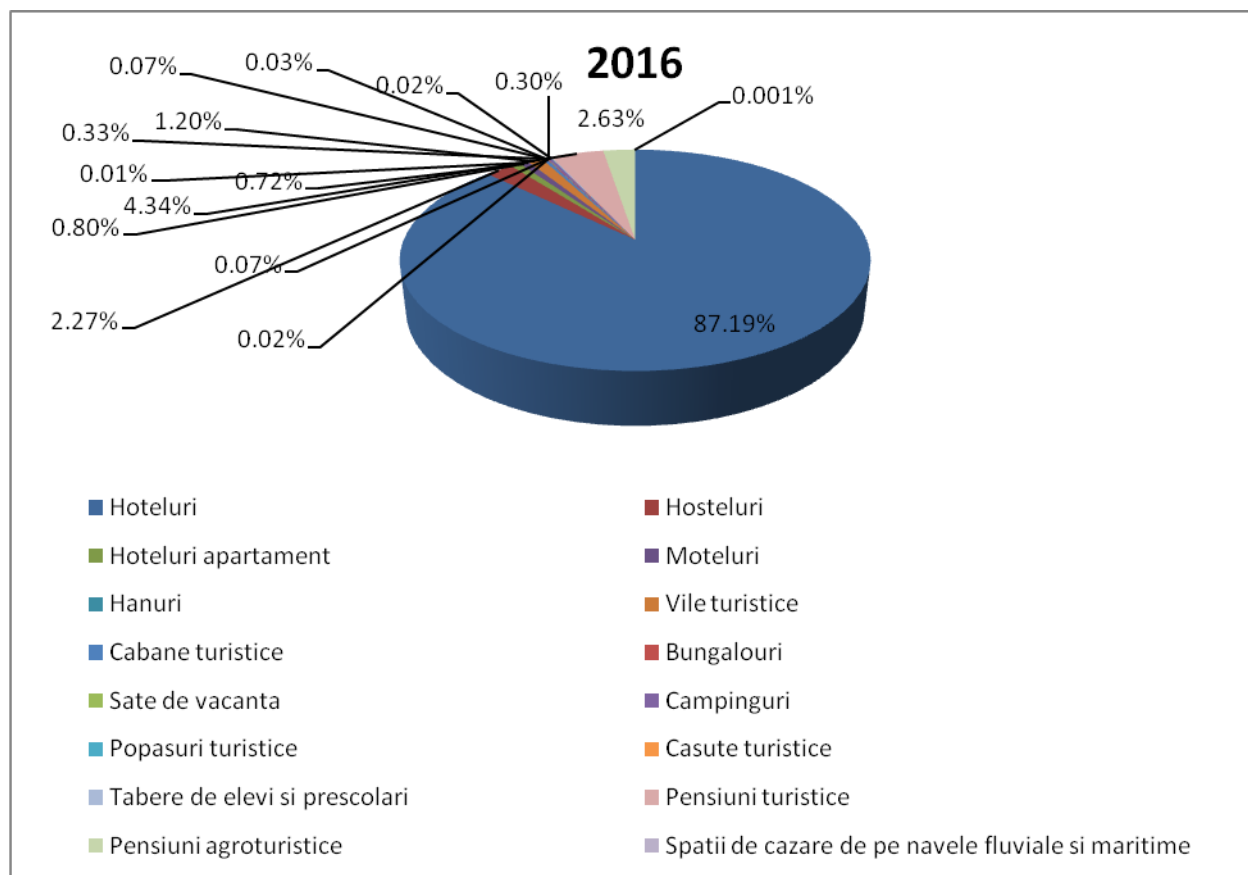
În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare spații de cazare de pe navele fluviale și maritime, s-a majorat cu 168 turiști, respectiv cu 27,77% (de la 605 turiști în 2016 la 773 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 3.910 turiști, respectiv cu 505,82% (de la 773 turiști în 2017, la 4.683 turiști în 2018).

2.1.2.8 Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii străini din România în perioada 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, hanuri, vile turistice, cabane turistice, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, spații de cazare de pe navele fluviale și maritime.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

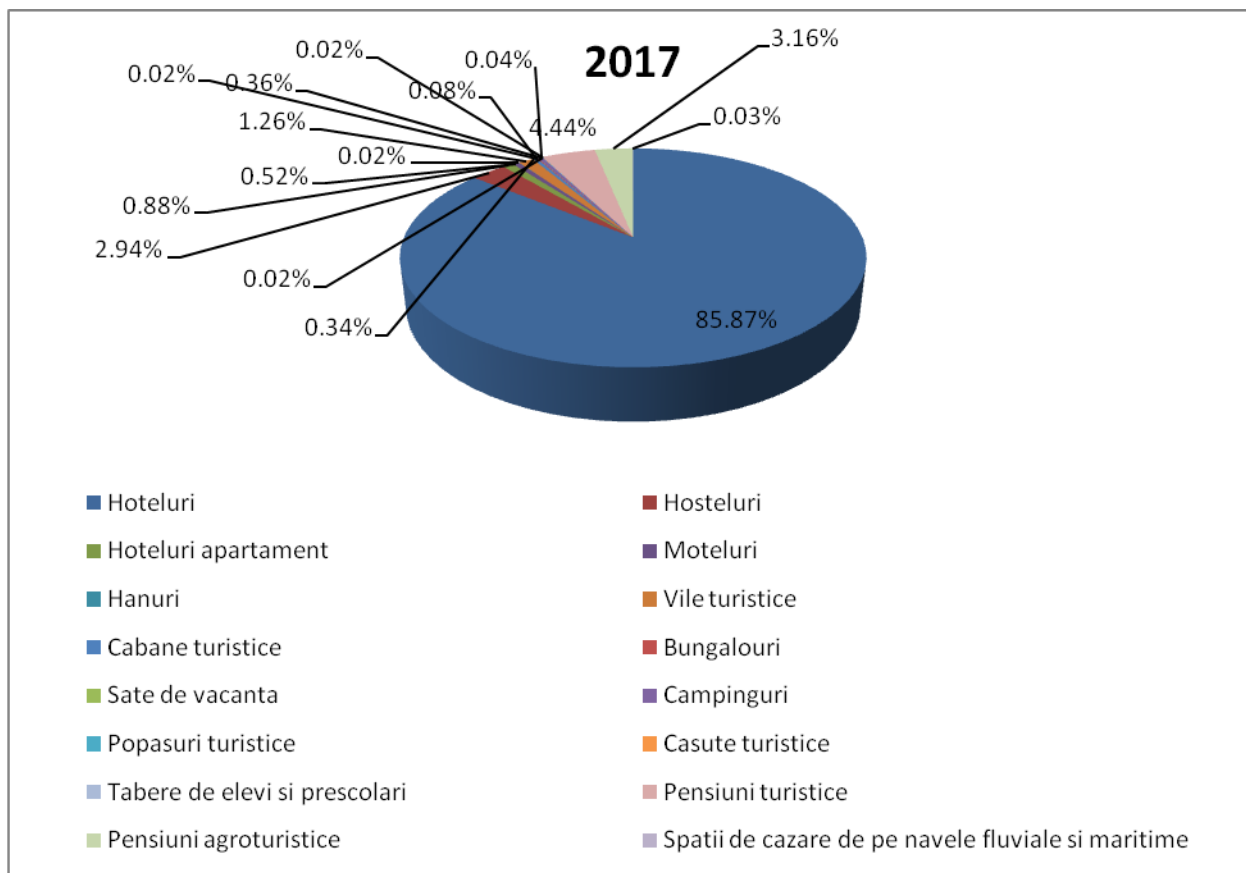
Figura nr. 20 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr. 20, în anul 2016, structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (87,19%), hosteluri (2,27%), hoteluri apartament (0,80%), moteluri (0,72%), hanuri (0,01%), vile turistice (1,20%), cabane turistice (0,33%), bungalouri (0,07%), sate de vacanță (0,03%), campinguri (0,30%), popasuri turistice (0,02%), căsuțe turistice (0,02%), tabere de elevi și preșcolari (0,07%), pensiuni turistice (4,34%), pensiuni agroturistice (2,63%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,001%).

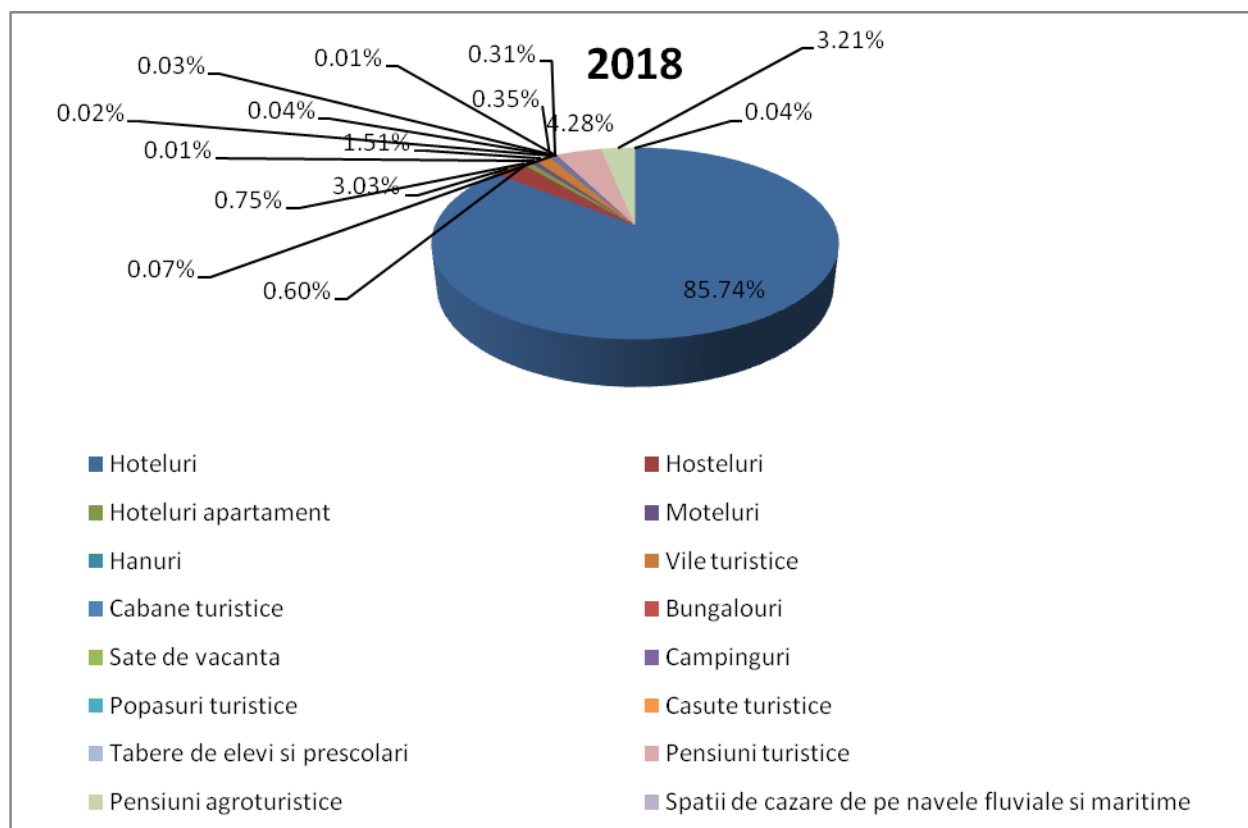
Figura nr. 21 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr. 21, în anul 2017, structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (85,87%), hosteluri (2,94%), hoteluri apartament (0,88%), moteluri (0,52%), hanuri (0,02%), vile turistice (1,26%), cabane turistice (0,34%), bungalouri (0,08%), sate de vacanță (0,02%), campinguri (0,36%), popasuri turistice (0,04%), căsuțe turistice (0,02%), tabere de elevi și preșcolari (0,02%), pensiuni turistice (4,44%), pensiuni agroturistice (3,16%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,03%).

Figura nr. 22 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr. 22, în anul 2018, structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (85,74%), hosteluri (3,03%), hoteluri apartament (0,75%), moteluri (0,60%), hanuri (0,01%), vile turistice (1,51%), cabane turistice (0,35%), bungalouri (0,07%), sate de vacanță (0,02%), campinguri (0,31%), popasuri turistice (0,03%), căsuțe turistice (0,01%), tabere de elevi și preșcolari (0,04%), pensiuni turistice (4,28%), pensiuni agroturistice (3,21%) și spații de cazare de pe navele fluviale și maritime (0,04%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor străini de la nivel național în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 6. Evoluția numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018

Denumire opțiune de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	2.163.065	2.370.178	2.397.833

Hosteluri	56.239	81.213	84.689
Hoteluri apartament	19.867	24.246	20.945
Moteluri	17.939	14.459	16.811
Hanuri	182	550	223
Vile turistice	29.796	34.720	42.196
Cabane turistice	8.254	9.482	9.909
Bungalouri	1.667	2.300	2.054
Sate de vacanta	701	589	624
Campinguri	7.502	9.973	8.565
Popasuri turistice	593	987	821
Căsuțe turistice	480	563	387
Tabere de elevi si preșcolari	1.763	475	1.006
Pensiuni turistice	107.624	122.451	119.673
Pensiuni agroturistice	65.134	87.187	89.793
Spatii de cazare de pe navele fluviale si maritime	18	707	1.093
TOTAL	2.480.824	2.760.080	2.796.622

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 207.113 turiști, respectiv cu 9,57% (de la 2.163.065 turiști în 2016 la 2.370.178 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 27.655 turiști, respectiv cu 1,17% (de la 2.370.178 turiști în 2017, la 2.397.833 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a majorat cu 24.974 turiști, respectiv cu 44,41%% (de la 56.239 turiști în 2016 la 81.213 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 3.476 turiști, respectiv cu 4,28% (de la 81.213 turiști în 2017, la 84.689 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 4.379 turiști, respectiv cu 22,04% (de la 19.867 turiști în 2016 la 24.246 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 3.301 turiști, respectiv cu 13,61% (de la 24.246 turiști în 2017, la 20.945 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a diminuat cu 3.480 turiști, respectiv cu 19,40% (de la 17.939

turiști în 2016 la 14.459 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.352 turiști, respectiv cu 16,27% (de la 14.459 turiști în 2017, la 16.811 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare hanuri, s-a majorat cu 368 turiști, respectiv cu 202,20% (de la 182 turiști în 2016 la 550 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 327 turiști, respectiv cu 59,45% (de la 550 turiști în 2017, la 223 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a majorat cu 4.924 turiști, respectiv cu 16,53% (de la 29.796 turiști în 2016 la 34.720 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 7.476 turiști, respectiv cu 21,53% (de la 34.720 turiști în 2017, la 42.196 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice, s-a majorat cu 1.228 turiști, respectiv cu 14,88% (de la 8.254 turiști în 2016 la 9.482 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 427 turiști, respectiv cu 4,50% (de la 9.482 turiști în 2017, la 9.909 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 633 turiști, respectiv cu 37,97% (de la 1.667 turiști în 2016 la 2.300 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 246 turiști, respectiv cu 10,70% (de la 2.300 turiști în 2017, la 2.054 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare sate de vacanță, s-a diminuat cu 112 turiști, respectiv cu 15,98% (de la 701 turiști în 2016 la 589 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 35 turiști, respectiv cu 5,94% (de la 589 turiști în 2017, la 624 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare campinguri, s-a majorat cu 2.471 turiști, respectiv cu 32,94% (de la 7.502 turiști în 2016 la 9.973 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1.408 turiști, respectiv cu 14,12% (de la 9.973 turiști în 2017, la 8.565 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice, s-a majorat cu 394 turiști, respectiv cu 66,44% (de la 593 turiști în 2016 la 987 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 166 turiști, respectiv cu 16,82% (de la 987 turiști în 2017, la 821 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a majorat cu 83 turiști, respectiv cu 17,29% (de la 480 turiști

în 2016 la 563 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 176turiști, respectiv cu 31,26% (de la 563 turiști în 2017, la 387 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare tabere de elevi și preșcolari, s-a diminuat cu 1.288 turiști, respectiv cu 73,06% (de la 1.763 turiști în 2016 la 475 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 531turiști, respectiv cu 111,79% (de la 475 turiști în 2017, la 1.006 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice, s-a majorat cu 14.827 turiști, respectiv cu 13,78% (de la 107.624 turiști în 2016 la 122.451 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 2.778 turiști, respectiv cu 2,27% (de la 122.451 turiști în 2017, la 119.673 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice, s-a majorat cu 22.053 turiști, respectiv cu 33,86% (de la 65.134 turiști în 2016 la 87.187 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.606 turiști, respectiv cu 2,99% (de la 87.187 turiști în 2017, la 89.793 turiști în 2018).

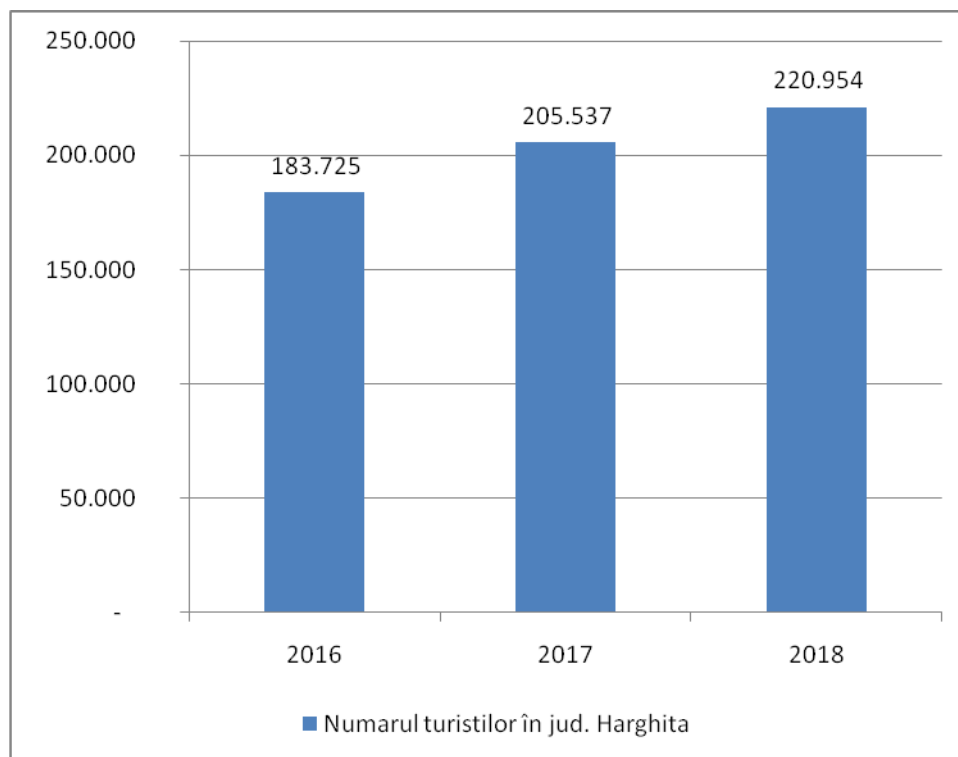
În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivel național care au ales ca opțiune de cazare spații de cazare de pe navele fluviale și maritime, s-a majorat cu 689 turiști, respectiv cu 3827,78% (de la 18 turiști în 2016 la 707 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 386 turiști, respectiv cu 54,60% (de la 707 turiști în 2017, la 1.093 turiști în 2018).

2.1.3 EVOLUȚIA CERERII TURISTICE ÎNREGISTRATE ÎN JUDEȚUL HARGHITA

2.1.3.1. Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita

Numărul turiștilor constituie un indicator deosebit de important în cadrul formulării concluziilor privind dezvoltarea turistică de la nivelul județului Harghita. Conform Institutului Național de Statistică, în perioada 2016 – 2018, numărul turiștilor la nivelul județului Harghita prezintă următoarea situație:

Figura nr. 23 – Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita, în perioada 2016 – 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr. 23, în perioada 2016 – 2018 numărul turiștilor din județul Harghita a evoluat în sens ascendent. Astfel în anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 21.812 turiști (de la 183.725 turiști în 2016 la 205.537 turiști în 2017), respectiv cu 11,87%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 15.417 turiști (de la 205.537 turiști în 2017 la 220.954 turiști în 2018).

Trendul ascendent al numărului turiștilor înregistrat în perioada 2016 – 2018 evidențiază capacitatea de dezvoltare a turismului la nivelul județului Harghita.

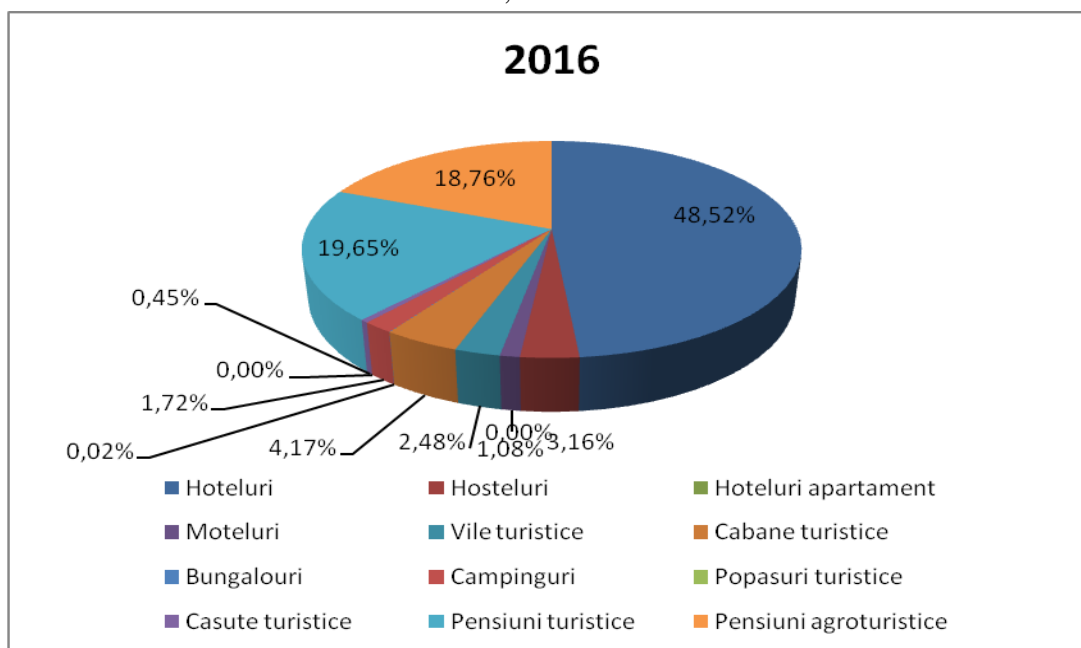
Pe lângă datele statistice oficiale, furnizate de către Institutul Național de Statistică, în cadrul unei anchete interne realizată de către Clusterul de Management al Destinațiilor Turistice „Ținutul Secuiesc” s-a constatat că pentru anul 2018 numărul turiștilor care a vizitat județul Harghita a fost de 215.405 persoane.

2.1.3.2. Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii de la nivelul județului Harghita 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, vile turistice, cabane turistice, bungalouri, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, pensiuni turistice și pensiuni agroturistice.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

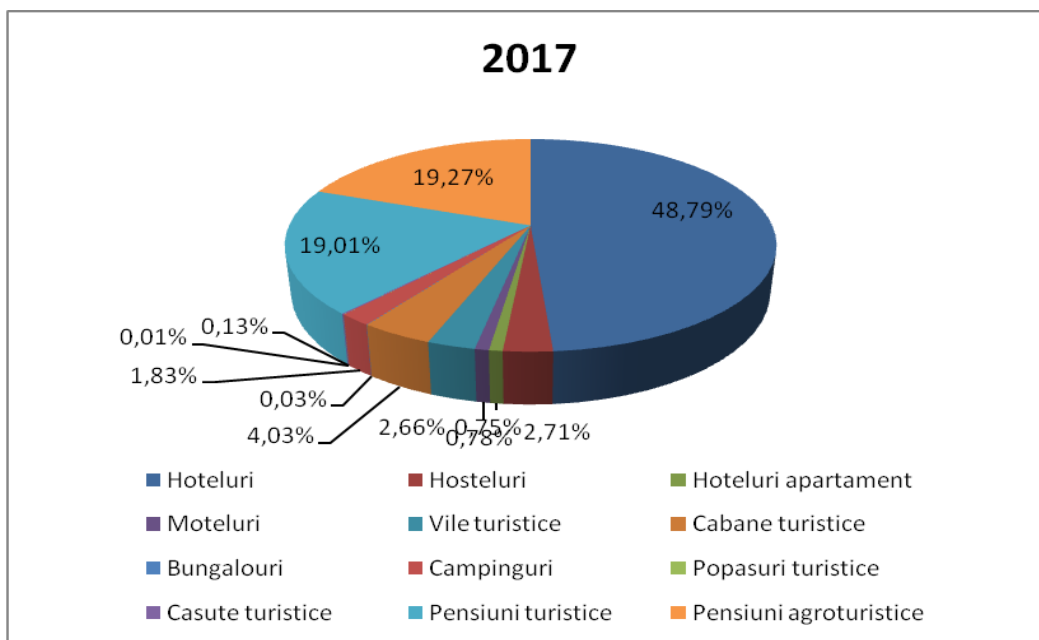
Figura nr. 24 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr. 24, în anul 2016, structura turiștilor de la nivel nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (48,52%), hosteluri (3,16%), hoteluri apartament (0%), moteluri (1,08%), vile turistice (2,48%), cabane turistice (4,17%), bungalouri (0,02%), campinguri (1,72%), popasuri turistice (0%), căsuțe turistice (0,45%), , pensiuni turistice (19,65%) și pensiuni agroturistice (18,76%).

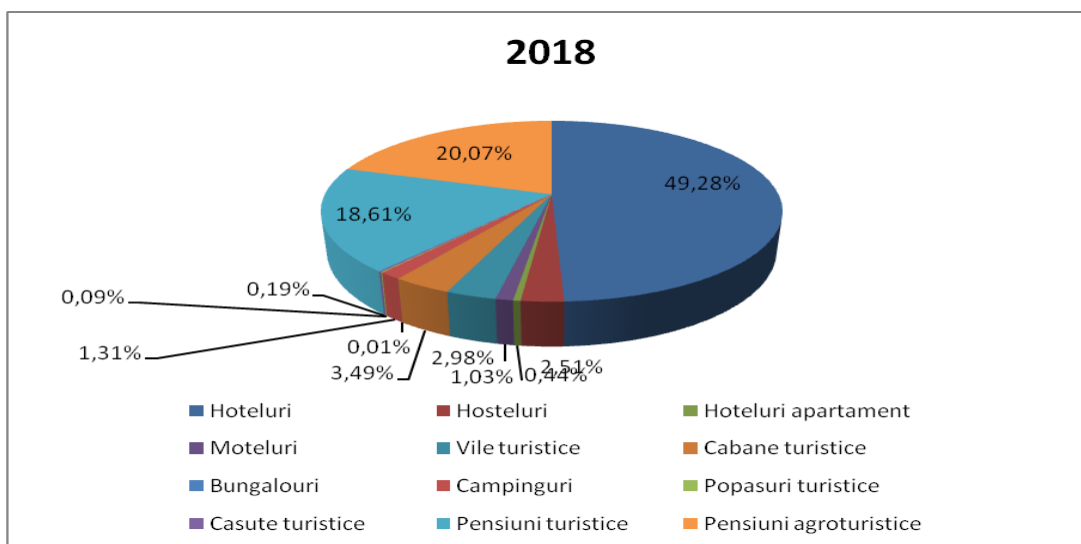
Figura nr. 25 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.25, în anul 2017, structura turiștilor de la nivel județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (48,79%), hosteluri (2,71%), hoteluri apartament (0,75%), moteluri (0,78%), vile turistice (2,66%), cabane turistice (4,03%), bungalouri (0,03%), campinguri (1,83%), popasuri turistice (0,01%), căsuțe turistice (0,13%), pensiuni turistice (19,01%) și pensiuni agroturistice (19,27%).

Figura nr. 26 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr. 26, în anul 2018, structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (49,28%), hosteluri (2,51%), hoteluri apartament (0,44%), moteluri (1,03%), vile turistice (2,98%), cabane turistice (3,49%), bungalouri (0,01%), campinguri (1,31%), popasuri turistice (0,09%), căsuțe turistice (0,19%), pensiuni turistice (18,61%) și pensiuni agroturistice (20,07%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 7. Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018

Denumire structură de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	89.136	100.280	108.878
Hosteluri	5.809	5.573	5.535
Hoteluri apartament	-	1.535	962
Moteluri	1.984	1.596	2.269
Vile turistice	4.552	5.475	6.583
Cabane turistice	7.668	8.293	7.713
Bungalouri	37	66	26
Campinguri	3.152	3.763	2.903
Popasuri turistice	-	14	203
Casute turistice	821	261	418
Pensiuni turistice	36.094	39.064	41.121
Pensiuni agroturistice	34.472	39.617	44.343

TOTAL	183.725	205.537	220.954
-------	---------	---------	---------

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 11.144 turiști, respectiv cu 12,5% (de la 89.136 turiști în 2016 la 100.280 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 8.598 turiști, respectiv cu 8,57% (de la 100.280 turiști în 2017, la 108.878 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a diminuat cu 236 turiști, respectiv cu 4,06% (de la 5.809 turiști în 2016 la 5.573 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 38 turiști, respectiv cu 0,68% (de la 5.573 turiști în 2017, la 5.535 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 1535 turiști, (de la 0 turiști în 2016 la 1.535 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 573 turiști, respectiv cu 37,33% (de la 1.535 turiști în 2017, la 962 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a diminuat cu 388 turiști, (de la 1.984 turiști în 2016 la 1.596 turiști în 2017), respectiv cu 19,56%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 673 turiști, respectiv cu 42,17% (de la 1.596 turiști în 2017, la 2.269 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a majorat cu 923 turiști, (de la 4.552 turiști în 2016 la 5.475 turiști în 2017), respectiv cu 20,28%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 1108 turiști, respectiv cu 20,24% (de la 5.475 turiști în 2017, la 6.583 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice , s-a majorat cu 625 turiști, (de la 7.668 turiști în 2016 la 8.293 turiști în 2017), respectiv cu 8,15%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 580 turiști, respectiv cu 6,99% (de la 8.293 turiști în 2017, la 7.713 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 29 turiști, (de la 37 turiști în 2016 la 66 turiști în 2017), respectiv cu 78,38%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 40 turiști, respectiv cu 60,61% (de la 66 turiști în 2017, la 26 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare sate de vacanta , s-a majorat cu 611 turiști, (de la 3.152 turiști în 2016 la 3.763 turiști în 2017), respectiv cu 19,38%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui

indicator s-a diminuat cu 860 turiști, respectiv cu 22,85% (de la 3.763 turiști în 2017, la 2.903 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice , s-a majorat cu 14 turiști, (de la 0 turiști în 2016 la 14 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 189 turiști, respectiv cu 1350% (de la 14 turiști în 2017, la 203 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a diminuat cu 560 turiști, (de la 821 turiști în 2016 la 216 turiști în 2017), respectiv cu 68,21%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 157 turiști, respectiv cu 60,15% (de la 261 turiști în 2017, la 418 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice , s-a majorat cu 2.970 turiști, (de la 36.094 turiști în 2016 la 39.064 turiști în 2017), respectiv cu 8,23%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.057turiști, respectiv cu 5,27% (de la 39.064 turiști în 2017, la41.121 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice , s-a majorat cu 5.145 turiști, (de la 34.472 turiști în 2016 la 39.617 turiști în 2017), respectiv cu 14,93%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 4.726turiști, respectiv cu 11,93% (de la 39.617 turiști în 2017, la 44.343 turiști în 2018).

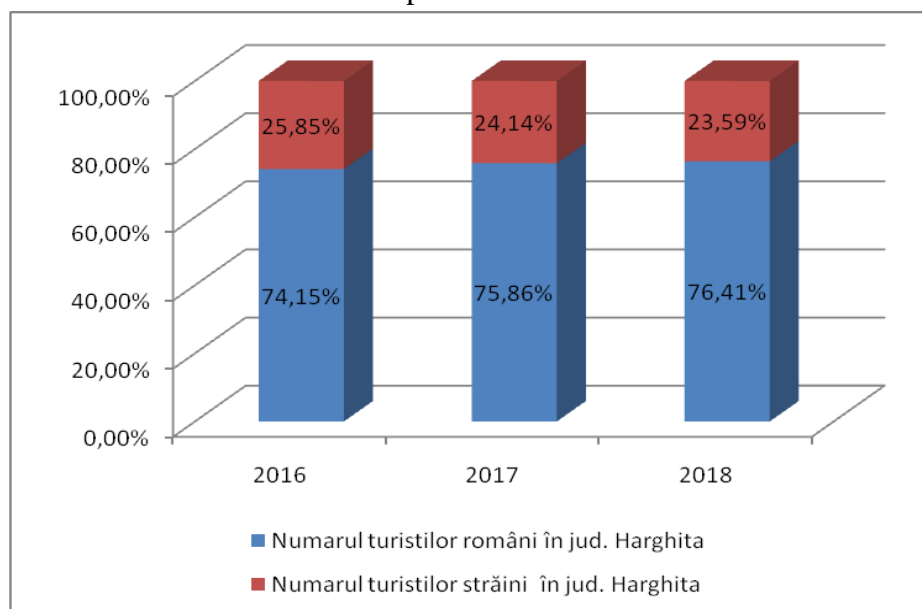
Pe lângă datele statistice oficiale, furnizate de către Institutul Național de Statistică, rezultatele unei anchete interne realizate la nivelul județului Harghita de către Clusterul de Management al Destinațiilor Turistice „Ținutul Secuiesc”, reflect următoarea structură a turiștilor la nivel județean, în funcție de opțiunea de cazare: Hoteluri – 50,99% (109.840 turiști), Moteluri – 1,05% (2.269 turiști), Vile turistice – 3,06% (6.583 turiști), Cabane turistice - 3,58% (7713 turiști), Pensiuni turistice – 18,35% (39.528 turiști), Pensiuni agroturistice – 18,75% (40.387 turiști).

2.1.3.3. Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de proveniența acestora

La nivelul județului Harghita, din perspectiva provenienței turiștilor predomină două tipuri de turism: turism intern (autohton) - care implică numărul turiștilor români care vizitează obiective turistice de pe teritoriul județului Harghita și turism extern – care implică numărul turiștilor străini, care vizitează obiectivele turistice de pe teritoriul acestui județ.

În funcție de proveniența acestora, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita, în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea structură:

Figura nr. 27 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018



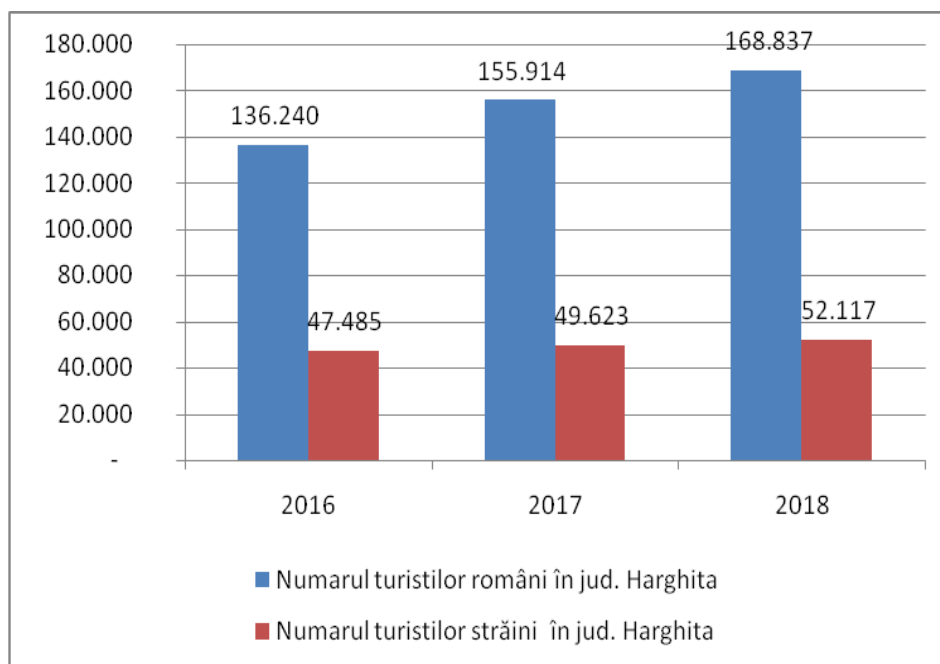
Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.27, în perioada 2016 – 2018, în județul Harghita predomină turismul intern, practicat de membrii populației României, care călătoresc în localitățile acestui județ, în scopul vizitării obiectivelor turistice. Din totalul turiștilor de la nivelul județului Harghita, numărul turiștilor români reprezenta 74,15% în anul 2016, 75,86% în anul 2017 și 76,41% în anul 2018.

Turismul extern practicat la nivelul județului Harghita, figurează în proporții modeste, astfel din totalul turiștilor de la nivelul acestui județ, numărul turiștilor străini reprezenta 25,85% în anul 2016, 24,14% în anul 2017 și 23,59% în anul 2018

Din perspectiva mobilității, în perioada 2016 – 2018 numărul turiștilor în funcție de proveniența acestora prezintă următoarea evoluție:

Figura nr. 28 - Evoluția numărului turiștilor nivelului județului Harghita în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.28, în perioada 2016 – 2018, la nivelul județului Harghita, a evoluat în sens ascendent atât numărul turiștilor români cât și numărul turiștilor străini.

În anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 19.674 turiști respectiv cu 14,44% (de la 136.240 turiști în 2016 la 155.914 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017 valoarea acestui indicator s-a majorat cu 12.923 turiști, respectiv cu 8,29% (de la 155.914 turiști în 2017 la 168.837 turiști în 2018).

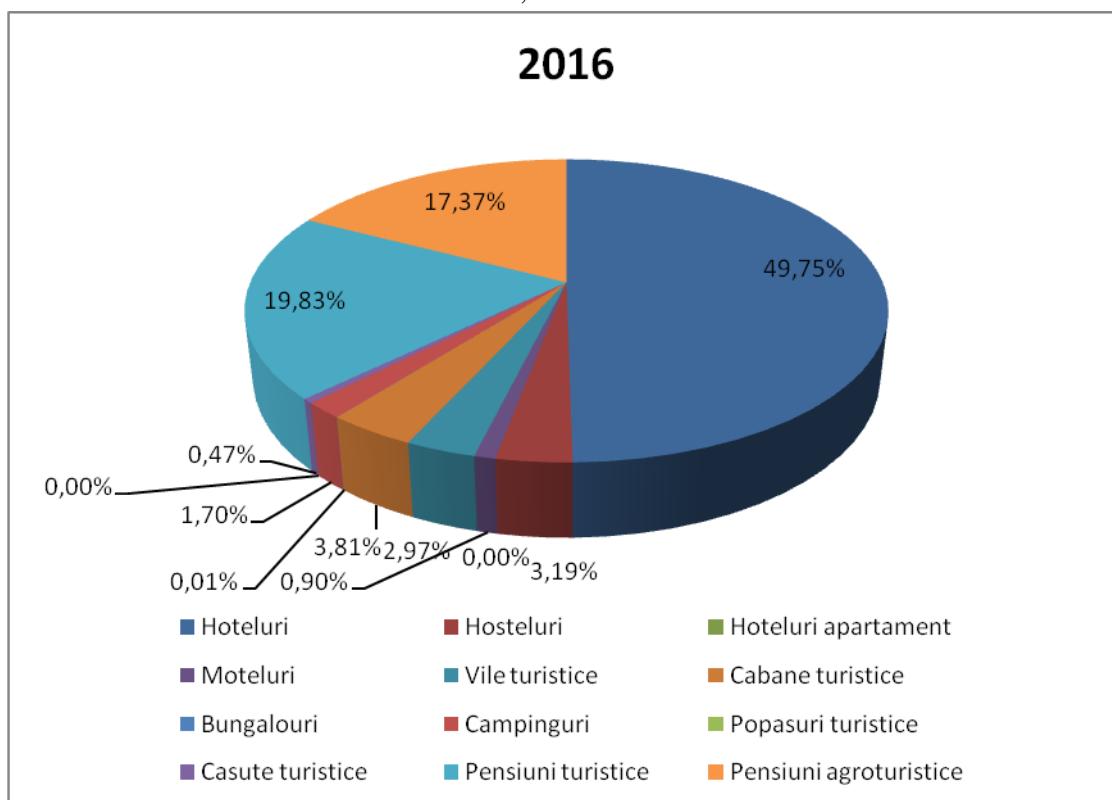
În anul 2017 față de 2016, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 2.138 turiști respectiv cu 4,50% (de la 47.485 turiști în 2016 la 49.623 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017 valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.494 turiști, respectiv cu 5,03% (de la 49.623 turiști în 2017 la 52.117 turiști în 2018).

2.1.3.4. Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii români de la nivelul județului Harghita 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, vile turistice, cabane turistice, bungalouri, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice și pensiuni agroturistice.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

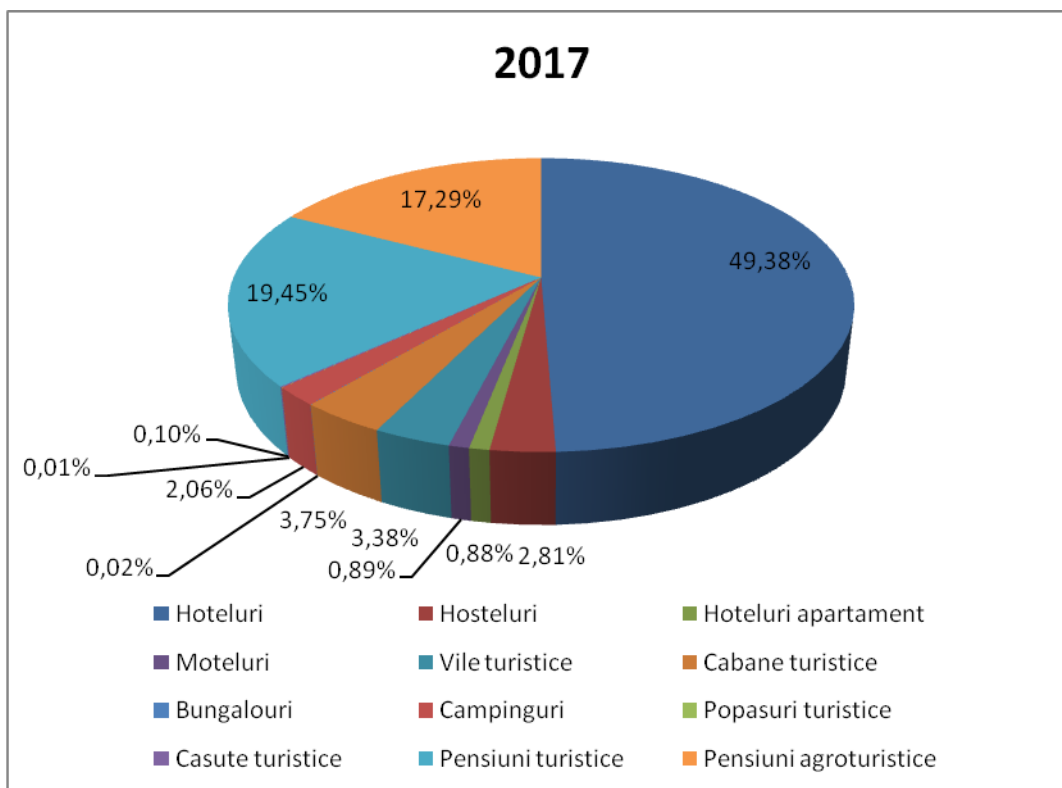
Figura nr. 29. Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.29, în anul 2016, structura turiștilor români de la nivel nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (49,75%), hosteluri (3,19%), hoteluri apartament (0%), moteluri (0,09%), vile turistice (2,97%), cabane turistice (3,81%), bungalouri (0,01%), campinguri (1,70%), popasuri turistice (0%), căsuțe turistice (0,47%), pensiuni turistice (19,83%) și pensiuni agroturistice (17,37%).

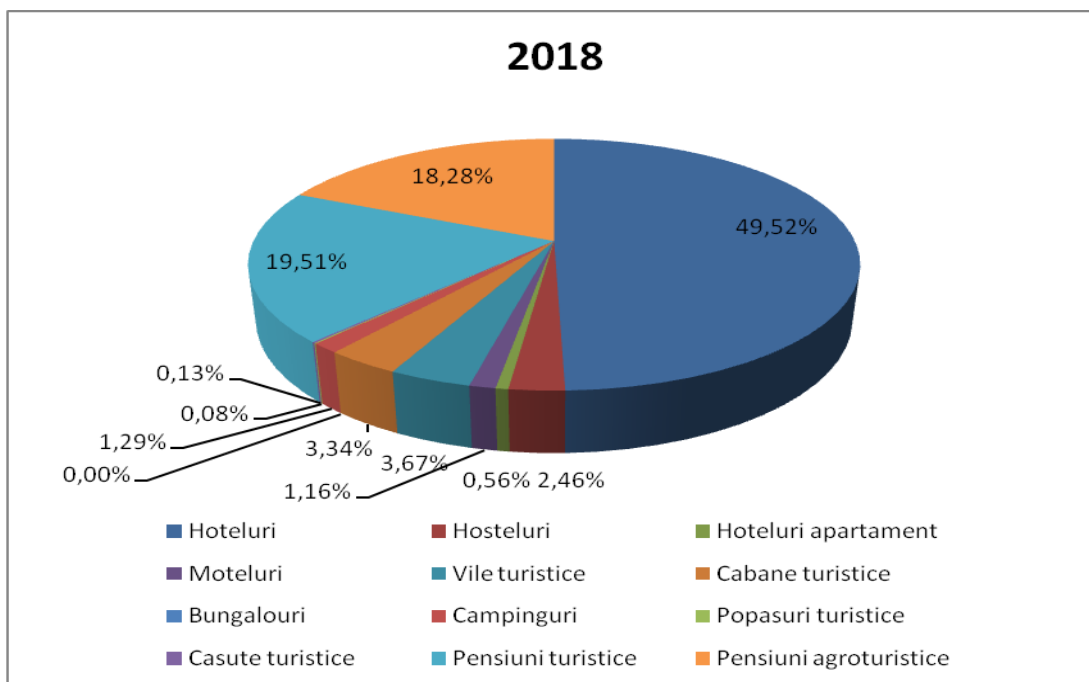
Figura nr. 30. Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.30, în anul 2017, structura turiștilor români de la nivel nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (49,38%), hosteluri (2,81%), hoteluri apartament (0,88%), moteluri (0,89%), vile turistice (3,38%), cabane turistice (3,75%), bungalouri (0,02%), campinguri (2,06%), popasuri turistice (0,01%), căsuțe turistice (0,10%), pensiuni turistice (19,45%) și pensiuni agroturistice (17,29%).

Figura nr. 31- Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.31, în anul 2018, structura turiștilor români de la nivel județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (49,52%), hosteluri (2,46%), hoteluri apartament (0,56%), moteluri (1,16%), vile turistice (3,67%), cabane turistice (3,34%), bungalouri (0%), campinguri (1,29%), popasuri turistice (0,08%), căsuțe turistice (0,13%), pensiuni turistice (19,51%) și pensiuni agroturistice (18,28%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 8.Evoluția numărului turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018

Denumire structură de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	67.775	76.987	83.612

Hosteluri	4.351	4.377	4.152
Hoteluri apartament	-	1.370	943
Moteluri	1.223	1.382	1.966
Vile turistice	4.053	5.264	6.197
Cabane turistice	5.186	5.843	5.639
Bungalouri	18	26	-
Campinguri	2.312	3.211	2.180
Popasuri turistice	-	14	134
Casute turistice	645	153	223
Pensiuni turistice	27.017	30.328	32.932
Pensiuni agroturistice	23.660	26.959	30.859
TOTAL	136.240	155.914	168.837

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 9.212 turiști, respectiv cu 13,59% (de la 67.775 turiști în 2016 la 76.987 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 6.625 turiști, respectiv cu 8,61% (de la 76.987 turiști în 2017, la 9.212 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a majorat cu 26 turiști, respectiv cu 0,60% (de la 4.351 turiști în 2016 la 4.377 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 255 turiști, respectiv cu 5,14% (de la 4.377 turiști în 2017, la 4.152 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 1.370 turiști, (de la 0 turiști în 2016 la 1.370 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 427 turiști, respectiv cu 31,17% (de la 1.370 turiști în 2017, la 943 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a majorat cu 159 turiști, (de la 1.223 turiști în 2016 la 1.382 turiști în 2017), respectiv cu 13%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 584 turiști, respectiv cu 42,26% (de la 1.382 turiști în 2017, la 1.966 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a majorat cu 1.211 turiști, (de la 4.053 turiști în 2016 la 5.264 turiști în 2017), respectiv cu 29,88%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 933 turiști, respectiv cu 17,72% (de la 5.264 turiști în 2017, la 6.197 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice , s-a majorat cu 657 turiști, (de la 5.186 turiști în 2016 la 5.843 turiști în 2017), respectiv cu 12,67%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 204 turiști, respectiv cu 3,49% (de la 5.843 turiști în 2017, la 5.639 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 8 turiști, (de la 18 turiști în 2016 la 26 turiști în 2017), respectiv cu 44,44%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 26 turiști, respectiv cu 100%.

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare campinguri, s-a majorat cu 899 turiști, (de la 2.312 turiști în 2016 la 3.211 turiști în 2017), respectiv cu 38,88%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1.031 turiști, respectiv cu 32,11% (de la 3.211 turiști în 2017, la 2.180 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice , s-a majorat cu 14 turiști, (de la 0 turiști în 2016 la 14 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 120 turiști, respectiv cu 857,14% (de la 14 turiști în 2017, la 134 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a diminuat cu 492 turiști, (de la 645 turiști în 2016 la 153 turiști în 2017), respectiv cu 76,28%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 70 turiști, respectiv cu 45,75% (de la 153 turiști în 2017, la 233 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice , s-a majorat cu 3.311 turiști, (de la 27.017 turiști în 2016 la 30.328 turiști în 2017), respectiv cu 12,26%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 2.604 turiști, respectiv cu 8,59% (de la 30.328 turiști în 2017, la 32.932 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice, s-a majorat cu 3.299 turiști, (de la 23.660 turiști în 2016 la 26.959 turiști în 2017), respectiv cu 13,94%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 3.900 turiști, respectiv cu 14,47% (de la 26.959 turiști în 2017, la 30.859 turiști în 2018).

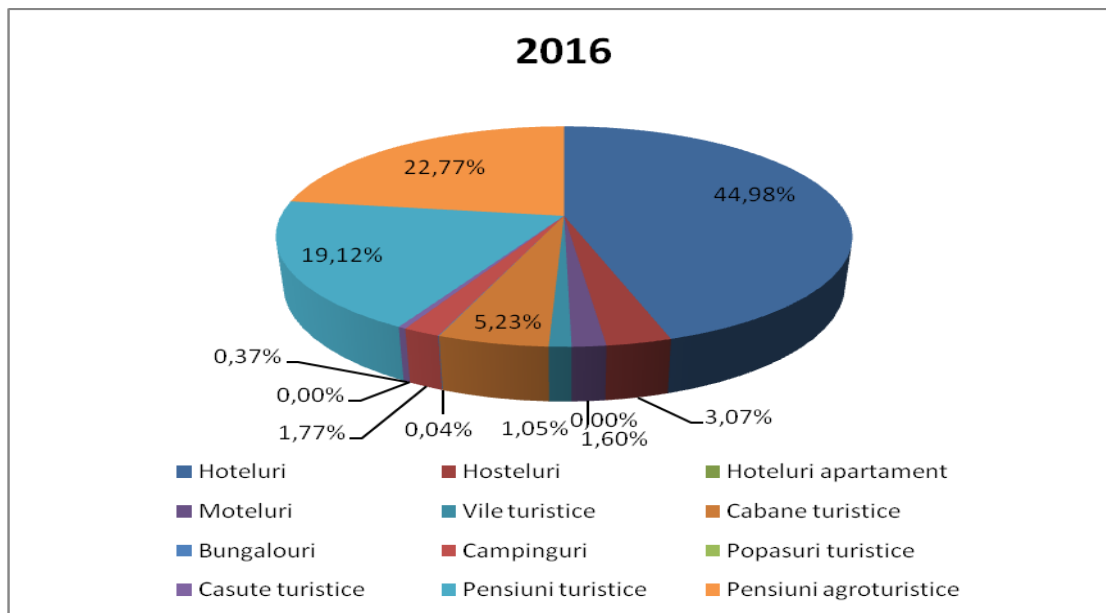
2.1.3.5. Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare

Principalele structuri turistice preferate de către turiștii străini de la nivelul județului Harghita 2016 – 2018 sunt: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, vile turistice,

cabane turistice, bungalouri, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, pensiuni turistice și pensiuni agroturistice.

Conform Institutului Național de Statistică, structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, pentru fiecare dintre cei 3 ani ai perioadei de referință este următoarea:

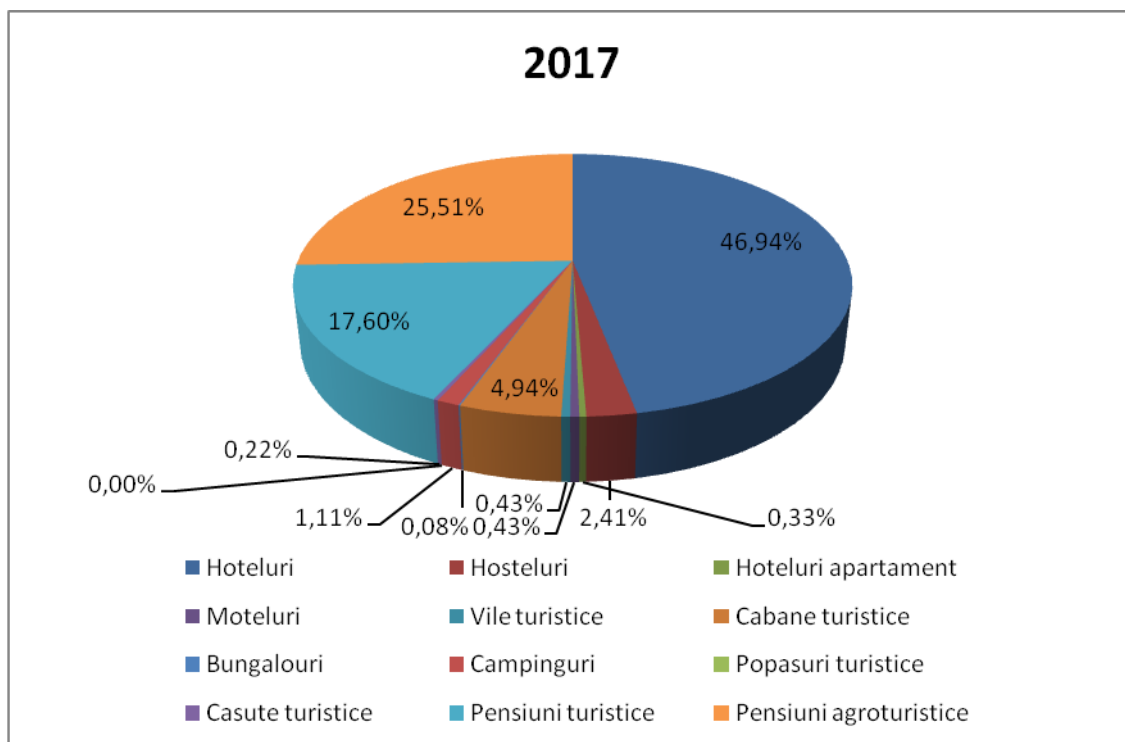
Figura nr. 32 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.32, în anul 2016, structura turiștilor străini de la nivel nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (44,98%), hosteluri (3,07%), hoteluri apartament (0%), moteluri (1,60%), vile turistice (1,05%), cabane turistice (5,23%), bungalouri (0,04%), campinguri (1,77%), popasuri turistice (0%), căsuțe turistice (0,37%), pensiuni turistice (19,12%) și pensiuni agroturistice (22,77%).

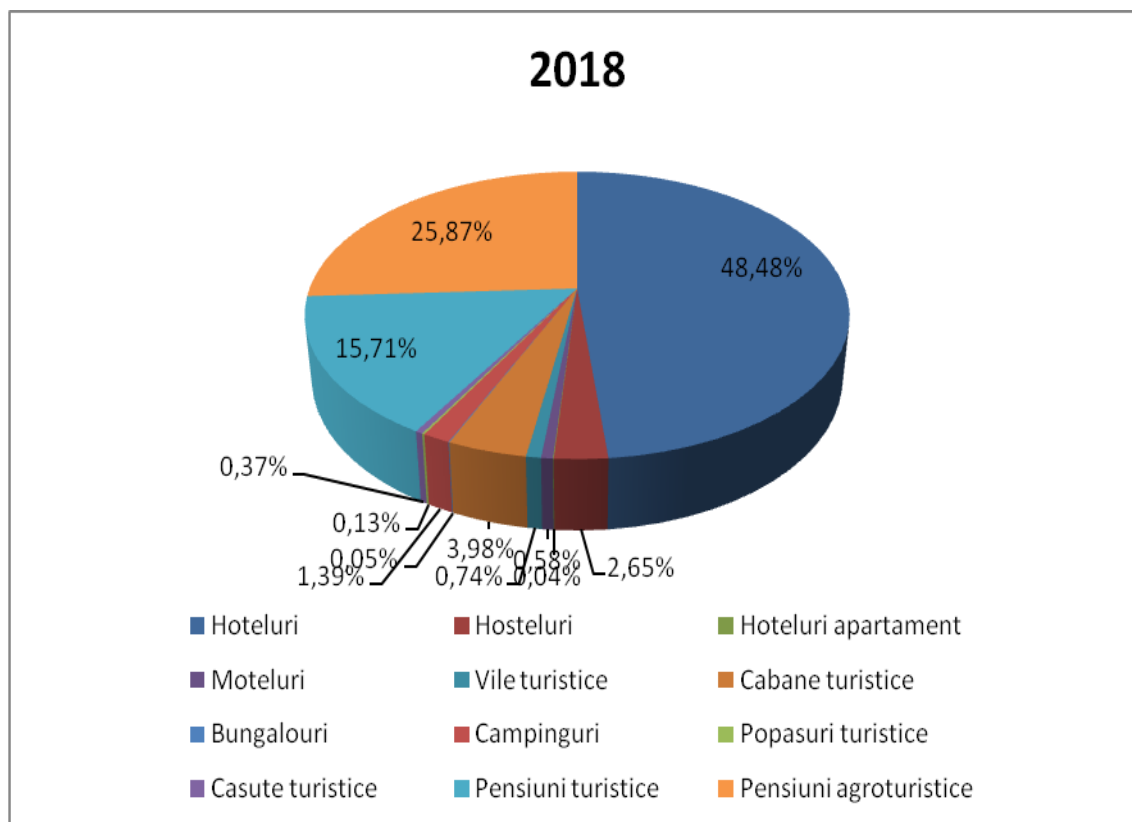
Figura nr. 33 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.33, în anul 2017, structura turiștilor străini de la nivel județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (46,94%), hosteluri (2,41%), hoteluri apartament (0,33%), moteluri (0,43%), vile turistice (0,43%), cabane turistice (4,94%), bungalouri (0,08%), campinguri (1,11%), popasuri turistice (0%), căsuțe turistice (0,22%), pensiuni turistice (17,60%) și pensiuni agroturistice (22,51%).

Figura nr. 34 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa în de pe Figura nr.34, în anul 2018, structura turiștilor străini de la nivel nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare este: hoteluri (48,48%), hosteluri (2,65%), hoteluri apartament (0,04%), moteluri (0,58%), vile turistice (0,74%), cabane turistice (3,98%), bungalouri (0,05%), campinguri (1,39%), popasuri turistice (0,13%), căsuțe turistice (0,37%), pensiuni turistice (15,71%) și pensiuni agroturistice (25,87%).

Din punct de vedere al mobilității, în funcție de opțiunea de cazare preferată, numărul turiștilor români de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018 prezintă următoarea evoluție:

Tabelul nr. 9. Evoluția numărului turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018

Denumire structură de cazare	2016	2017	2018
Hoteluri	21.361	23.293	25.266

Hosteluri	1.458	1.196	1.383
Hoteluri apartament	-	165	19
Moteluri	761	214	303
Vile turistice	499	211	386
Cabane turistice	2.482	2.450	2.074
Bungalouri	19	40	26
Campinguri	840	552	723
Popasuri turistice	-	-	69
Căsuțe turistice	176	108	195
Pensiuni turistice	9.077	8.736	8.189
Pensiuni agroturistice	10.812	12.658	13.484
TOTAL	47.485	49.623	52.117

Sursa: Institutul Național de Statistică

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri, s-a majorat cu 1.932 turiști, respectiv cu 9,04% (de la 21.3615 turiști în 2016 la 23.293 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 1.973 turiști, respectiv cu 8,47% (de la 23.293 turiști în 2017, la 25.266 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hosteluri, s-a diminuat cu 262 turiști, respectiv cu 17,97% (de la 1.458 turiști în 2016 la 1.196 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 187 turiști, respectiv cu 15,64% (de la 1.196 turiști în 2017, la 1.383 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare hoteluri apartament, s-a majorat cu 165 turiști, (de la 0 turiști în 2016 la 165 turiști în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 146 turiști, respectiv cu 88,48% (de la 165 turiști în 2017, la 19 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare moteluri, s-a diminuat cu 547 turiști, (de la 761 turiști în 2016 la 214 turiști în 2017), respectiv cu 71,88%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 89 turiști, respectiv cu 41,59% (de la 214 turiști în 2017, la 303 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare vile turistice, s-a diminuat cu 288 turiști, (de la 499 turiști în 2016 la 211 turiști în 2017), respectiv cu 57,72%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 175 turiști, respectiv cu 82,94% (de la 211 turiști în 2017, la 386 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare cabane turistice , s-a diminuat cu 32 turiști, (de la 2.482 turiști în 2016 la 2.450 turiști în 2017), respectiv cu 1,29%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 376 turiști, respectiv cu 15,35% (de la 2.450 turiști în 2017, la 2.074 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare bungalouri, s-a majorat cu 21 turiști, (de la 19 turiști în 2016 la 40 turiști în 2017), respectiv cu 110,53%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 14 turiști, respectiv cu 35% (de la 40 turiști în 2017, la 26 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare campinguri, s-a diminuat cu 288 turiști, (de la 840 turiști în 2016 la 552 turiști în 2017), respectiv cu 34,29%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 171 turiști, respectiv cu 30,98% (de la 552 turiști în 2017, la 723 turiști în 2018).

În anul 2018 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare popasuri turistice , s-a majorat cu 14 turiști, (de la 0 turiști în 2017 la 69 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare căsuțe turistice, s-a diminuat cu 68 turiști, (de la 176 turiști în 2016 la 108 turiști în 2017), respectiv cu 38,64%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 87 turiști, respectiv cu 80,56% (de la 108 turiști în 2017, la 195 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni turistice, s-a diminuat cu 341 turiști, (de la 9.077 turiști în 2016 la 8.736 turiști în 2017), respectiv cu 3,76%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 547 turiști, respectiv cu 6,26% (de la 8.736 turiști în 2017, la 8.189 turiști în 2018).

În anul 2016 față de anul 2017, numărul turiștilor străini de la nivelul județului Harghita care au ales ca opțiune de cazare pensiuni agroturistice , s-a majorat cu 1.486 turiști, (de la 10.812 turiști în 2016 la 12.658 turiști în 2017), respectiv cu 17,07%, iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 826 turiști, respectiv cu 6,53% (de la 12.658 turiști în 2017, la 13.484 turiști în 2018).

2.2 TENDINȚE ALE OFERTEI TURISTICE ÎN JUDEȚUL HARGHITA

2.2.1 ATRACȚII ȘI RESURSE, PROBLEMELE MANAGEMENTULUI

Prezentarea formelor de turism de la nivelul județului Harghita.

La nivelul județului Harghita, resursele se identifică atât în cadrul natural cât și în cel antropizat. Astfel valoarea și vizibilitatea unui areal este dată în mare măsură de imaginea sa, de

aspectul său, însă în mare măsură și de impresia pe care o lasă tuturor celor care intră în contact cu aceasta.

Resursele trebuie promovate și mediatizate astfel încât să devină atracții pentru a aduce mulți vizitatori.

Atracțiile însumează toți acei factori care influențează decizia publicului de a se deplasa până la locația respectivă sau de a-i motiva pe aceștia să caute și să studieze informații despre aceasta.

Cu cât este mai promovată, mai vizitată și populară o locație, cu atât mai mult ea va devenii un punct de atracție căutat și interesant pentru vizitatori.

Atracția este cuantificabilă, valoarea ei exprima forța de atracție turistică a unui areal. În situația noastră, suprafața observată este cea a unui teritoriu administrativ: județul Harghita.

Însumarea tuturor resurselor și serviciilor care atrag turiștii sau îi oprește din tranzit pentru a vizita sau a beneficia de experiențele din zonă sau serviciile locale oferite, determină atracțiile județului.

E-turismul devine tot mai des 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 pot fi clasificate după origine în două mari clase: resurse turistice naturale și resurse turistice antropice.

Resurse turistice naturale

Este dovedit faptul că marea majoritate a turiștilor doresc să admire de cele mai multe ori un peisaj sau un element din natură nemodificat, natural sau cu cele mai mici și nesemnificative modificări din partea omului. Pentru accesul în astfel de locații inedite și pentru ca acestea să poată fi admirate sau vizitate (exemplu: munți, defilee, chei, peșteri, rezervații etc) sunt necesare gasirea soluțiilor optime care să faciliteze accesul în zonele respective. Amenajarea terenului până la locațiile respective presupuneau construirea căilor, a drumurilor de acces, a punctelor de odihnă sau deservire, adică implicit trebuiau să aducă modificări în peisajul existent, care posibil să fi dus la schimbarea aspectului peisagistic. Însă aceste modificări trebuie minimalizate, pentru asigurarea unui stadiu de echilibru care să protejeze și să conserve aceste frumoase elemente pentru următoarele generații.

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

Resursele atractive ale reliefului

Relieful reprezintă cea mai bogată resursă atractivă pentru vizitatori fiind baza oricărei atracții peisagistice. Varietatea formelor de relief, aspectul acestora, valoarea lor peisagistică domină clar structurile turistice prin morfologie, litologie, tectonică, precum și prin relația lui cu factori moderatori.

Totodată 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.

Diversitatea formelor de relief, complexitatea acestora fac ca paleta peisagistică să fie foarte atractivă pentru toată lumea. Gruparea acestor forme în diverse cadre restrânse duc de asemenea la crearea imaginii peisagistice deosebite, crescându-le astfel valoarea.

Dintre aceste forme putem sublinia: abrupturi, creste, pasuri, chei, defilee, canioane, cascade, cratere și conuri vulcanice, văi, doline, ponoare, ravene, peșteri, meandre etc.

Ca urmare a peisajelor rezultate din asocierea unor astfel de forme putem menționa importanța existenței potențialului turistic al reliefului glaciuar, vulcanic, pe calcare și pe sare.

Relieful glaciuar este de natură să impresioneze prin gradul ridicat al potențialului peisagistic legat de structură, litologie tectonică precum și relația lui cu factorii modelatori.

Valențele peisagistice diversificate date de regiunile montane, contrastul dintre forme, contribuie cu o personalitate aparte la creșterea paletei atractive.

Potențialul reliefului glaciuar este rezultatul acțiunii ghețarilor cuaternari, mai ales din ultimele două mari perioade glaciare (Riss, Wurm), care au acționat prin intermediul ghețarilor de circ și vale în regiunile cele mai înalte a Carpaților. Aspectul peisajului se datorează eroziunii ghețarilor.

Printre cele mai frumoase și spectaculoase forme de relief rezultate, se numără: vârfurile, adesea de formă piramidală, cu altitudini de peste 2.000 m. Munții Călimani, ai căror vârfuri au rămas deasupra ghețarilor de circ, reprezintă singurul masiv din județul Harghita care depășește această altitudine; 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, fragmentate ulterior; circurile glaciare reprezintă forme morfologice de baza a peisajului glaciuar, fiind foarte complexe și vaste.

La baza acestora se poate identifica o masă mare de acumulări de grohotis, înainte de care mai putem găsi și lacuri glaciare.

Aspectul impresionant al peisajului din partea Nordică a județului este dat de diversitatea oferită de culmile Munților Călimani. Chiar dacă acestea sunt de origine vulcanică, înălțimea lor nu le-a exclus de sub modelarea glaciuară, care mai apoi a fost afectată de alte procese de eroziune superficială, însă în ciuda acestor condiții prezintă totuși urmele glaciațiunii.

Lacul glaciuar de sub Vârful Rețitiș, lacul glaciuar Iezer păstrează încă urmele specifice erei glaciare deși aspectul văilor s-a modificat de-a lungul timpului.

Erupțiile vulcanice din neogen au avut un rol important în determinarea potențialului turistic al reliefului vulcanic.

În urma acestora a rezultat un relief spectaculos: craterele, calderele care s-au păstrat în mare, fiind puse în evidență de aliniamente circulare de vârfuri înalte.

Menționăm aici caldera Călimanilor, cu un diametru de 10km, marcată de vârfurile: Pietrele Roșii, Tamău, Rățițiș, Voievodeasa, Călimani Izvor și Călimani Cerbu. Imaginea creată este cea a unui amfiteatru imens deschis către nord de către Valea Haita. Coloane grupate se pot identifica pe alocuri, pe pereții verticali, acolo unde au acționat agenții exogeni.

În partea nordică se regăsesc cratere clar conturate, fragmentate, de mari dimensiuni puse în evidență de aliniamente circulare de vârfuri înalte.

Masivele Făncel-Bătrâna cu caldera, având diametrul de 13km, este parțial conservată. Aceștia se continuă în masivul Saca, cu un crater bine păstrat, apoi masivul Șoimuș și Ciumani.

O succesiune de zece conuri vulcanice se remarcă în munții Harghita, pe direcția nord-sud. Cel mai impunător dintre acestea este reprezentat de conul Harghita, măsurând peste 1.800m, fiind drenat de Valea Vărghișului. Urmează 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, fiind unul din cele mai bine păstrate cratere din țară. Craterul geamăn al masivului, în care găsim tinovul Mohoș se află în imediata vecinătate a masivului.

Platurile vulcanice se pot găsi în partea de vest a conurilor vulcanice. Acestea coboară în trepte spre Depresiunea Transilvaniei.

În platoul vulcanic al Harghitei se găsesc mici depresiuni precum Chirui sau Căpâlnița, loc în care au ajuns la suprafață și importante zăcăminte de ape minerale.

Potențialul turistic al reliefului pe calcare este dat în primul rând de marea varietate de forme, rezultate a unui puternic proces de eroziune diferențiată, corelată cu un puternic tectonism pronunțat dar și datorită acțiunii chimice a apelor încărcate cu CO₂ asupra calcarelor.

Vaile adânci cu multe forme interesante, spectaculoase, pereții verticali, cu surplombe și cascade fac parte din acest tip de relief impunător în peisagistica montană.

Platurile structurale de mari extensii formate în părțile înalte, în cadrul carora apar forme bine definite ca Piatra Singuratică, Vârful Ecem, atrag foarte mulți vizitatori care trec prin zona și se încântă cu frumusețea lor.

Munții Hașmașu Mare (Curmăturii) deși au o exensie relativ redusă, oferă o notă aparte atractivității județului.

Cheile Bicazului, Bicăjelului și afluenții acestora, oferă o imagine a unui peisaj mirific, lăsând amintiri unice turiștilor care aleg să le viziteze. Lung de 7.5km și împreună cu vaile tributare Pr. Șugau, Pr. Oilor, Pr. Suhard, Pr. Cupas, Lapos, Licos 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.

Formele negative de relief, dintre care 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.

Peșterile din această zonă apar ca niște cavități subterane, rareori depășind câteva sute de metri. Ca potențial turistic, peșterile au un grad mare de interes, prin atracția creată în fața vizitatorilor. Acestea sunt spectaculoase, se bazează pe elementul surpriză și fascinează publicul dornic să exploreze.

Cele mai cunoscute în această zonă sunt: Peștera Pârâul Șugău, Peștera Munticelu de pe Valea pârâului Șugău, bine amenajate și întreținute; Peștera Flacara și Peștera Gura Bardoșului de pe valea Bardoșului.

Aici, turiștii pot admira în voie stalagmite, stalactite, coloane, dreperii, curgeri parietale etc.

Celelalte peșteri sunt de asemeni impresionante și au un impact pozitiv asupra aspectului peisajului, chiar dacă dimensiunea acestora nu este atât de impunătoare.

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

Trecerea apelor prin diferitele roci de duritate diferențiată, au dus la formarea unor tronsoane variate, spectaculoase, cu fizionomii complexe, reprezentând atât sectoare înguste de chei și defilee cât și porțiuni largi, netede, formând depresiuni intramontane (depresiunea Giurgeului, Ciucului Superior, Bilborului, Borsec, Ghimes și Plăieși).

Toate acestea contribuie la creșterea potențialului turistic al văilor și defileelor.

Alături de acestea menționăm de asemeni cheile, cu un mare potențial de atragere turiști. Acestea sunt reprezentate de sectoare de văi înguste, puternic adâncite, cu lungimi variabile.

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 nostru, cheile pot fi rezultatul prăbușirii unor tavane, ajungând astfel ca sectoare de râuri să fie deschise, oferind astfel acces și la alte structuri cum ar fi sorburi, peșteri, avene, sifoane.

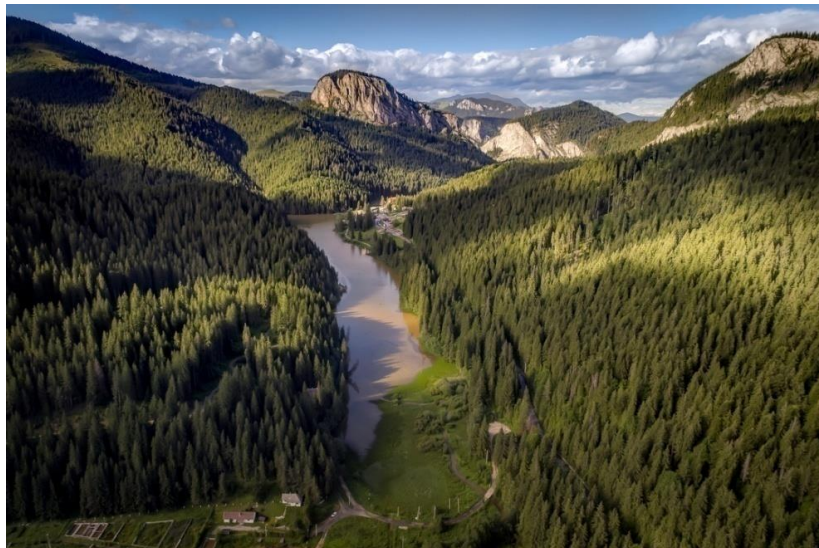
Cheile Bicazului și Lacul Roșu formează cel mai impresionant reprezentant a acestei categorii de bogății naturale.

Figura nr. 35 Cheile Bicazului



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr. 36 Lacul Roșu



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Acestea se află pe o distanță de 8km, sunt practic cele mai cunoscute din țara, aflate pe un traseu transcarpatic modernizat, foarte accesibil. Au porțiuni de maximă îngustare în sectorul Gâtul Iadului, unde pot fi întâlniți pereți abrupti de 300-350m, cu sectoare frecvente de surplombe, marmite suspendate. Nenumărate trasee alpine se găsesc în această zonă. Acestea atrag alpiniștii din țară și din străinătate (Santinela de la Gâtul Iadului, Traseul 23 August, Traseul Pintenilor, Traseul din Turnul de Fildes, Fisura Artei, Fisura Surducului Mare etc.).

Acțiunea rețelei hidrografice majore determină apariția sectoarelor de defilee. Acestea sunt puternic adâncite, desfășurându-se pe lungimi mai mari. În aceste sectoare se pot găsi și îngustări până la nivelul cheilor, după care urmează și sectoare de bazine mici de origine tectono-erozivă sau eripogenetică.

Astfel pe Oltul Superior la ieșirea din Depresiunea Ciucului Superior, Oltul taie defileul de la Tușnad lung de 5km, în masivele andezitice Pilisca 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, cum ar fi Băile Tușnad, de interes național.

Cele mai importante văi ale județului sunt: Valea Mureșului și Oltului, Valea Târnavei Mici și Târnavei Mari, Valea Corundului, Bistricioarei de la Bilbor, Casin, Ditrău etc.

De-a lungul acestor văi se desfășoară accesul în județ, există căile de comunicație și de transport majore (feroviar, rutier și aerian.) Acestea prezintă importanță națională și locală.

Potențialul reliefului carstic pe sare

Cu privire la această relief putem afirma că este foarte variat având în vedere că este una dintre cele mai solubile roci, oferind formațiuni variate, spectaculoase. Datorită procesului de dizolvare a acestora, durata de viață a acestor forme sculptate este destul de mică. Se pot forma forme precum lapiezuri, doline, carstohaline, nise, avene, poduri, arcade sau chiar peșteri.

Renumitul munte de sare și defileul de sare de la Praid are dimensiuni impresionante, cu rădăcina la aproximativ 3 km adâncime și diametrul de 1.8 km. Reprezintă o rezervație geologică, unde pârâul Corund, care traversează defileul de sare, sculptează forme specifice. Sarea, fiind la suprafață în cazul de față, apa meteorică sculptează forme unice, cu izvoare sarate. Zona este bine întreținută și cu traseu amenajat. Faptul că în subteranul muntelui este prezentă mina și salina de la Praid, nu trebuie să umbrească sau să neglijeze spectaculozitatea acestui peisaj.

Potențialul climatic și bioclimatic

Detaliile climatice din această zonă care influențează organismul, starea de sănătate și buna dispoziție a turistilor. Sunt influențate la rândul lor de mai mulți factori și anume: configurația majoră a reliefului, poziția geografică, detalii morfologice (precum expoziția versanților, înclinarea, forma acestora) împreună cu învelișul vegetal (vegetația și fauna).

Dintre factorii climatici cu impact bioclimatic menționăm: temperatura, precipitațiile, umiditatea, vânturile, compoziția atmosferei, radiațiile solare etc. Toate acestea determină cele mai importante caracteristici atractive a unei zone, regiuni sau chiar stațiuni turistice definind predispoziția acestora la forme de terapie climatică, la cura, la activități de relaxare și recreere, sporturi de sezon etc. Factori ca: factorul dinamic (vântul), termic și hidric (umezeala aerului), sunt esențiali în determinarea terapiei climatice.

Indici bioclimatici

Aeroterapia este cunoscută ca fiind una dintre cele mai utilizate metode de tratament, însă pentru ca aceasta să aibă un efect sporit asupra organismului, anumite condiții trebuie să fie potrivite, cum ar fi factorul termic, precum aeroionizarea. Acest factor este determinat de

temperatura echivalent efectivă TEE, care dă o senzație termică organismului, sub influența simultană a umidității și mișcării aerului (Teodoreanu Elena, 1984).

Conform indicelui de confort termic, 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, încălzirii cu vapori de apă și curenților de aer (temperatura echivalent efectivă). Dacă TEE se află între 16.8 și 20.6 grade C se poate vorbi de confort termic, sub valoarea de 16.8 grade C de inconfort termic prin racire, iar peste 20.6 grade C de inconfort termic prin încălzire.

Majoritatea activităților turistice, perioada acestora de maxim potențial, este influențată în mare măsură de numărul de zile de confort termic. Astfel zilele de confort termic apar în zona de munte între lunile iunie-septembrie, până la 1.500 m altitudine; în zonele de deal și depresiuni submontane numărul lor crește, implicit și perioada lor, extinzându-se între lunile aprilie-octombrie.

Aeroterapia, (băile de aer) utilizată în stațiunile balneoclimaterice poate fi de mai multe feluri: rece, moderat rece, răcoroasă, caldă, foarte caldă, indiferentă, statică, slab dinamică, medii dinamică, puternic dinamică, uscată, moderat uscată, umedă, puternic umedă. Bineînțeles aceste procedee se aplică în mod personalizat, ținând cont de starea de sănătate, respectiv indicațiile și contraindicațiile terapeutice pentru fiecare individ, supus acestora. Se iau în calcul stresul cutanat, care se resimte la nivelul pielii, apelând la mecanismele de termoreglare a organismului.

De asemeni se ține cont de stresul pulmonar care se bazează pe schimbul respiratoriu, respectiv prin absorbția de oxigen și eliminare bioxid de carbon. Acesta este direct influențat de umezeala aerului care dacă este ridicată provoacă iritarea mucoasei căilor respiratorii. Pe de altă parte în absența vaporilor de apă, se poate ajunge la inconfort deshidratant, în special iarna.

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 și degajată.

Indicele climato-turistic reprezintă un alt factor bioclimatic calculat pentru România de Fărcas I și colaboratori, utilizând formula propusă de Klausse R și Gerault A; $I=(S+T-5D)/5$, unde I=indicele 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 ca o oră de ploaie echivalează cu 5 ore de soare). Conform acestui indicator, intervalul favorabil turismului în regiunile montane este iulie-septembrie, această perioadă crescând cum ajungem în regiunile depresionare sau extra-carpatică din vestul județului.

Aeroionizarea de asemeni trebuie luată în seamă ca factor fizioterapeutic, prin predominanța ionilor pozitivi sau negativi din atmosfera.

Prezența ionilor negativi în stațiunile montane influențează pozitiv evoluția unor afecțiuni precum astmul bronșic, reumatismul, hipertensiunea, nevroza sau surmenajul. Cele mai multe stațiuni au valori ale concentrării ionilor de 1.400 ioni/cm³. Astfel la Borsec se constată o

ionizare negativă, iar în cazul Băilor Tușnad de unipolaritate-egalitate, ca pondere între cele două categorii de ioni.

Climato-terapie

Starea de sănătate a organismului uman este influențată în multe cazuri de condițiile de climă și componentele ei, putând fi folosite ca mijloace terapeutice pentru tratarea și ameliorarea anumitor afecțiuni.

Această formă de terapie se poate aplica în două condiții: în cazul meteoroterapiei și climatoterapiei. Prima este mai puțin solicitantă pentru organism putându-se desfășura în condițiile mediului de viață din localitate pe când cea de-a doua, climatoterapia se aplică în medii și climate diferite ca cele de proveniență pentru stimularea sau diminuarea activității neuro-endocrin-vegetative.

Potențialul bioclimatic al stațiunilor turistice din județul Harghita

Stațiunile de referință din județul Harghita sunt cuprinse de altitudini între 500 și 1.350m, astfel ca fac parte dintr-un bioclimat al munților mici și mijlocii, respectiv de dealuri submontane și depresiuni intră și submontane. Bioclimatul munților se împarte în cel al formelor pozitive, respectiv negative.

Formele pozitive, pe de o parte, reprezentate de platouri, versanți, culmi, au un climat rece, umed cu nebulozitate accentuată însă și cu durate relativ mari a strălucirii soarelui. Pe de altă parte, formele negative reprezentate de depresiuni, văi, pot avea caractere mai continentale, vara cu insolație puternică, adăpostite de vânturi, în umbră de precipitații iar iarna cu frecvențe inversiuni termice însoțite de ceață. Sub 1.400m poate fi prezent confortul termic cu precădere în locurile însorite și adăpostite.

La Izvorul Mureșului, biostresul climatic total are valori de 43, cel cutanat de 13, iar cel pulmonar de 30. Dacă ne referim la Lacul Roșu, aceste valori sunt: 50, 15, respectiv 35; indicele climato-turistic fiind de 54,0 și 55,0 la cele două stațiuni.

Bioclimatul cu nuanțe tonice, sedative, de stimulare pentru organism din stațiunea Izvorul Mureșului este recomandat pentru diverse afecțiuni: nevroza astenică, stări de debilitate, surmenaj fizic și intelectual, convalescent cu stare generală bună, rahitism și tulburări de creștere la copii etc.

Stațiunea Lacul Roșu are de asemeni aceleași caracteristici, cu bioclimat tonic, stimulant de munte, cu ierni reci și veri răcoroase și este foarte recomandat pentru ameliorarea și tratarea diverselor afecțiuni.

Lunile relaxante termic la ambele stațiuni sunt din mai până în octombrie, evidențiindu-se ca fiind cele mai echilibrate - lunile mai, septembrie, octombrie și în cazul stațiunii Lacul Roșu, chiar și luna aprilie.

Fiind comparată cu stațiunea Lacul Roșu, stațiunea Valea Întunecoasă din zona Ghimes, aflată la o altitudine medie de 800m, are un bioclimat tonic, stimulant și cu nuanțe sedative. La Băile Harghita și Sântimbru-Pucioasa indicațiile sunt afecțiunile cardiovasculare și bolile asociate (nevroza astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale), în cazul acesta bioclimatul tonic este completat și de mofete, ape minerale feruginoase, bicarbonate, carbogazoase.

Stațiunile situate în zona depresiunilor intramontane pot fi comparate cu Băile Tușnad, existând totuși diferențe în amplasarea topografică în sensul că Băile Tușnad este situat în defileul cu același nume iar cele la care facem referință (Băile Jigodin, Dănești, Madicia, Remetea, Toplița), fiind situate mai la nord, în zone mai deschise, la poalele estice ale Harghitei și Gurghiuului, fie pe gacisuri, fie pe terasele Oltului și Mureșului. Bioclimatul sedativ se regăsește și în aceste stațiuni iar factorii terapeutici sunt completați și aici cu ape minerale, uneori și emanații mofetice.

Băile Homorod reprezintă o stațiune care datorită situației în mijlocul pădurilor de coniferi (aerosoli terpenici) și abundența apelor minerale carbogazoase, bicarbonate, clorurato-sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone, poate fi recomandată pentru afecțiuni ale tubului digestiv, hepatobiliare, respiratorii, endocrine, nevroza astenică.

Un bioclimat relaxant putem regăsi și în localitatea Praid, situat la o altitudine de 580m, înconjurată de dealuri acoperite de foioase și având un climat de depresiune intracolinară. Aici putem regăsi bioclimatul de salină utilizat în tratamentul afecțiunilor sistemului respirator superior. Celelalte stațiuni din zona de dealuri sunt apreciate nu atât pentru proprietăți bioclimatice cât pentru cele balneare.

Un alt aspect interesant al climatului din perspectiva organizării activităților turistice este reprezentat de cantitatea și persistența stratului de zăpadă. Se poate spune astfel, că județul Harghita dispune de un potențial apreciabil. În zonele montane mai înalte, mai ales în cazul versanților nordici, unde condițiile topografice permit acest lucru, se pot amenaja domenii schiabile. Cunoscută sunt pârtiile de schii de la Harghita-Băi și alte două pârtii mai modeste din zona Stâncii lui Kossuth. Toate acestea sunt deservite de teleschiuri, fiind schiabile de obicei în perioada decembrie-mijlocul lunii aprilie.

În stațiunea mult apreciată mai ales de către tineri, Izvorul Mureșului, cu durata de persistență a zăpezii ceva mai redusă (decembrie-sfârșitul lunii martie, uneori poate până în aprilie), domeniile schiabile se regăsesc pe pantele nordice ale culmii nord-harghitene, Gretes (1.121m)-Răchitiș (1.153m). Există o mica pârtie dotată cu teleschi chiar în apropierea izvorului turistic al Mureșului, având o denivelare de circa 100m.

Pârtia de schi de la Toplița (Pârtia Magheruș) reprezintă o pârtie modernă, cu echipament de transport cablu, iluminat nocturn și dotări de servire a turiștilor precum și punct de închiriere

echipamente de schi. Aceasta are lungimea totală de 1.450m și este alcătuită din două părți, una de 1.000m mai lină, pentru începători și alta de 450m de nivel mediu pentru avansați. Pârția de la Ciumani care pleacă de la altitudinea de 1.129 m de pe Muntele Amza (1.654m), are lungimea de 838m, din 2 porțiuni, echipament de transport cablu, reprezintă un alt punct de atracție pentru turiști. Alte părți au mai fost amenajate cu echipament transport cablu de-a lungul drumului peste pasul Bucin.

În afara de schiul alpin, zăpada din zonele mai puțin inclinate ar mai putea fi utilizată și pentru schi de fond, ture, dar și pentru o plimbare relaxantă cu sănii cu cai, serviciu oferit mai ales în zonele deservite de turismul rural.

Potențialul hidro-geografic contribuie în mare măsură la sporirea atractivității județului Harghita.

Diversitatea ofertei turistice prezentă în acest județ este datorată și faptului că aceasta se află într-o zonă predominant montană, cu izvoare bogate și resurse de apă, care favorizează nu numai existența omului, dar sporește în mod clar frumusețea zonei și implicit atrage vizitatorii. Apele subterane sau superficiale se impun în definirea unor tipuri și forme de turism specifice zonei Harghita. Resursele hidrominerale oferă efectele balneare, suprafețele lacustre în funcție de geneză, de caracteristicile fizice sau chimice ale apei pot avea valoare peisagistică, balneoturistică sau de agrement. Aici se regăsesc o serie de resurse hidro-minerale carbogazoase, hipotermale și mezotermale chiar și hipertermale (apele minerale de la Băile Tușnad ajung la suprafață cu 64 grade C și o mineralizare impresionantă).

Toate acestea atestă faptul că în județul Harghita există cea mai mare concentrație de zăcăminte hidrominerale din țară, care a și favorizat de altfel apariția multor stațiuni balneare, balneoclimaterice.

Resursele suprafețelor lacustre

În județul Harghita, suprafețele lacustre se împart în mai multe categorii în funcție de geneza lor.

Astfel se poate diferenția potențialul lacurilor naturale. Aici, după origine putem menționa lacuri glaciare (Lacul Iezer din Munții Călimani, situat la aproximativ 2.000m altitudine sub vârful Rețitis din Munții Călimani).

Lacurile de crater reprezintă o altă categorie de lacuri cu potențial turistic. Aici de o importanță mare este menționat unicul lac, la nivel de țară, Lacul Sfânta Ana din craterul Muntelui Ciomatu Mare cu acces și pe jos de la Băile Tușnad.

Acesta este singurul lac de origine vulcanică din sud-estul Europei, aflat pe fundul unui crater. Procesul de colmatare care are vârsta de peste 9.800 ani, s-a accelerat foarte mult. În ultimii ani, adâncimea lacului a scăzut la jumătate. Lacul, care este alimentat doar cu apă meteorică, are ca primejdie primordială omul și activitatea desfășurată de către aceștia.

Lacul are o suprafață de aproximativ 20ha și o adâncime maximă de 6,3m. În urma studiilor și a măsurătorilor efectuate, adâncimea lacului a scăzut de la 8,3m în 1909, la 7,2m în 1971 ajungând la nivelul de 6,3 m în 1999. Suprafața lacului a suferit de asemeni modificări în sensul diminuării acesteia, ajungând să fie în prezent pe o suprafață de sub 20ha, datorită apariției turbărilor la margini.

De-a lungul evoluției sale în ultimii 10.000 ani Lacul Sfânta Ana a trecut prin faze de tinov, fapt care evidențiază că evoluția dinspre lac spre tinov nu este una lineară.

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.

La nivel de țară, cel mai reprezentativ exemplu de suprafețe lacustre create prin barare naturală este dat de Lacul Roșu. Această suprafață a atras activitățile turistice în zonă, dar și investiții pentru crearea infrastructurii de primire a turistilor din cadrul stațiunii care s-a creat pe marginea lacului.

Dacă lacul atrage pasionații plimbărilor cu bărci, stâncăriile Hășmașului atât în preajma stațiunii Lacul Roșu cât și în interiorul Cheilor Biczului, Bicăjelului și a Lapoșului (Ghilcos, Făgetul Ciucului, Piatra Poienii, Surducul, Polițele Bardoșului, Piatra Altarului, Suhardu Mic), fac posibilă desfășurarea activității de alpinism de orice grad de dificultate, pentru cei pasionați de acest sport, precum și pentru cei care doresc să meargă pe traseele turistice marcate.

Canyoningul reprezintă o altă formă de sport, aventura pentru turiști și se bazează pe efectuarea acestuia pe cascadele de pe pâraiele rezezi.

Foarte importantă pentru atragerea turiștilor este prezența în acest arial, a lacurilor sărate, mai puțin cunoscute însă care contribuie esențial la dezvoltarea stațiunilor balneare.

Lacurile de origine antropică sunt importante puncte de interes pentru vizitatori. Acestea se integrează foarte bine în imaginea spațiului montan. Deși, create după anii 1960, au importanță atât economică cât și turistică.

Menționăm lacurile de acumulare de la Zetea și Frumoasa care pot contura noi arii turistice, pot genera dezvoltarea unor noi stațiuni turistice, pornind de la unități de primire cu funcțiuni de cazare neclasificare, pensiuni turistice și agroturistice. De asemeni, Lacul Ciucaș de 2ha și 3 metri adâncime este reprezentativ și atrage mulți turiști, el devenind chiar mândria localității Băile Tușnad.

Resurse hidro-minerale și potențialul lor turistic

În țara noastră, unul dintre cele mai bogate județe, în varietăți de resurse hidrominerale este reprezentat de județul Harghita. Prin analiza detaliată a varietății apelor minerale din regiune, rezultă existența a șapte tipuri hidrochimice de bază: bicarbonate-carbogazoase, feruginoase,

carbonatate, sulfuroase, sulfatate, clorurate și o grupare de câteva tipuri mai puțin numeroase, dar cu valențe terapeutice deosebite.

Pentru mai multe din stațiunile balneoclimaterice întâlnim surse sau grupări de surse cu același hidrochimism, apele minerale fiind de tipul bicarbonat-carbogazos, rezultat direct al fenomenelor postvulcanice, de emanație a CO₂ și care caracterizează aureola mofetică Căliman-Harghita.

Apele minerale feruginoase reprezintă surse principale de factori terapeutici utilizați pentru cure interne și externe alături de celelalte tipuri de ape menționate.

Există în această zonă și ape sulfuroase și sulfatate, cu ape sulfuroase oligominerale, sulfuroase sărate bicarbonate și sulfurate calcice magneziene. De asemeni se găsesc și surse de ape minerale carbonatate dar într-un procent mai mic.

Tot în categoria de interes terapeutic, deci atractiv pentru turiști, se încadrează proprietățile elementelor radioactive, proprietate datorată emanațiilor de radon din substratul vulcanic. Astfel se disting izvoare foarte slab radioactive (până la 500 pCi, Mădăraș, Dănești, Sâncrăieni, Lueta, Miercurea Ciuc, Toplița, Iacobeni), ape minerale moderat radioactive (Borsec-Izvorul Pierre Curie), izvoare cu radioactivitate deosebită (Băile Tușnad).

Valorificarea izvoarelor de ape minerale din zonă s-a realizat într-o măsură destul de mică față de adevăratul potențial la care s-ar fi putut face, față de posibilitățile de exploatare a resurselor, fie prin îmbuteliere pentru apă de masă (Borsec, Sâncrăieni, Tușnad, Băile Jigodin, Iacobeni) fie prin exploatarea maximă a acestora în scopuri terapeutice în stațiuni balneo-turistice de importanță locală sau chiar națională.

Cauza acestui fapt poate fi pus în seama gradului scăzut de dezvoltare al economiei în general.

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 posibilități să se bazeze pe interesele comunităților locale și pe o dezvoltare durabilă, ținând cont de normele de protecție a mediului.

Principalele caracteristici terapeutice ale principalelor surse de ape minerale din județul Harghita:

- Valea Întunecoasă: ape minerale carbogazoase, bicarbonate, calcice, magneziene; Indicații: afecțiuni ale tubului digestiv, hepato-biliare, cardiovasculare;
- Toplița: ape bicarbonate, sodice, calcice, magneziene, hipotermale; Indicații: afecțiuni cardiovasculare, ale tubului digestiv și ale ficatului, nevroză astenică, stări de debilitate, surmenaj fizic și intelectual etc.

- Remetea: ape carbogazoase, feruginoase, bicarbonate, sodice, magneziene, hipotone;
- Madicia (Carta): ape carbogazoase;
- Dănești: ape bicarbonate, slab sulfatate, calcice, magneziene, carbogazoase, hipotone.
- Miercurea-Ciuc: ape bicarbonate, carbogazoase, slab feruginoase, hipotone, hipotermale;
- Băile Jigodin: ape carbogazoase, bicarbonate, calcice; Indicații: afecțiuni cardiovasculare, ale tubului digestiv, nevroză astenică.
- Iacobenii: ape bicarbonate, feruginoase, calcice, magneziene, sodice, carbogazoase, hipotone;
- Sântimbru-Pucioasa: ape carbogazoase, bicarbonate, calcice, magneziene, sodice, slab feruginoase, hipotone; Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroza astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale.
- Băile Harghita: ape feruginoase, bicarbonate, carbogazoase; Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroză astenică, afecțiuni reumatismale, boli profesionale.
- Băile Chirui: ape carbogazoase, feruginoase, clorosodice, magneziene, calcice;
- Băile Selters: ape carbogazoase, feruginoase, clorosodice, magneziene, calcice;
- Vlăhița: ape carbogazoase, bicarbonate, clorurate sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone;
- Băile Homorod: ape carbogazoase, bicarbonate, clorurate sodice, calcice, magneziene, feruginoase, hipotone;
- Praid: ape clorurate sodice concentrate, mezotermale și termale. Indicații: afecțiuni reumatismale degenerative, afecțiuni postraumatice, neurologice periferice, cardiovasculare, afecțiuni respiratorii (în salină).
- Corund: ape bicarbonate, calcice, magneziene, feruginoase, carbogazoase, hipotone;
- Băile Seiche (Odorheiu Secuiesc): ape minerale carbogazoase; Indicații: afecțiuni cardiovasculare, nevroză astenică, afecțiuni ale tubului digestiv, hepato-biliare, reumatismele degenerative și abarticulare;
- Cristuru Secuiesc: ape minerale clorurate sodice, concentrate; Indicații: afecțiuni reumatismale, degenerative și abarticulare.

Figura nr. 37 Izvor Baile Chirui



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Potențialul bio-geografic

Vegetația și fauna reprezintă cele două importante componente ale învelișului biogeografic.

Poziționarea geografică, natura reliefului, substratul geologic, litologia, elementele climatologice și rețeaua hidrografică, toate acestea determină biodiversitatea.

Ecosistemele peisajelor de la nivelul județului Harghita reprezintă esența influențelor din geosistemul spațiului carpatic. Disponerea în trepte a reliefului, orientarea catenelor muntoase, prezența depresiunilor intramontane și a zonei de tranziție între lanțul vulcanic și depresiunea Transilvaniei se datorează etajării elementelor biopedoclimatice.

Pe teritoriul județului se găsesc aproape toate tipurile de vegetație caracteristice zonelor învecinate, îmbogățite de elemente rare vegetale și faunistice, ceea ce duce implicit la atragerea de vizitatori și creșterea atractivității zonei.

Potențialul vegeto-faunistic al județului Harghita.

Dacă vorbim de potențialul vegeto-faunistic al județului atunci trebuie menționat că acesta este unul foarte variat și bogat. Putem menționa aici faptul că există mai multe etaje de vegetație: cel al pădurilor de foioase și cel al pădurilor de amestec fag și rășinoase. Etajul boreal este reprezentat de molidișuri, urmat de cel al etajului vegetației alpine situate în nordul județului.

Variatatea și calitatea potențialului biogeografic reprezintă factorii atractivi nu doar pentru turiști ci și pentru economie, în funcție de distanța lor de la marile centre urbane.

Datorită slabei urbanizării a județului, se poate afirma faptul că suprafața împădurită, pe cap de locuitor se situează undeva printre primii pe țară, fapt ce duce la creșterea și favorizarea activităților de natură turistică.

Un alt factor cu potențial mare în această categorie este reprezentat de prezența vegetației alpine. Aceasta se dezvoltă de la limita superioară a pădurilor și până la cele mai înalte vârfuri. Este formată din: păduri de conifere, tufișuri subalpine din care rezultă specii adaptate condițiilor morfo-climatică. Dintre acestea putem menționa: jneapănul, ienupărul, afinul, rhododendronul.

O importantă atracție se datorează frumuseții existenței pădurilor de molid, care ocupă teritorii întinse în Carpații Orientali (200km lungime și 40-80km lățime). Molidul este dominant, deseori se asociază cu scorus, mesteacăn, paltin de munte, ulm de munte, brad, fag.

Stratul arbustiv și ierbos este mai slab dezvoltat datorită desimii coronamentului. Acesta este însă reprezentat de: afin și merișor, diverse specii de muschi.

De asemeni, aici găsim specii ca: alunul, socul, zmeura, respectiv *Salvia glutinosa*, *Asperula odorata*, *Pulmonaria rubra* etc. Ferigile și mușchii dau notă caracteristică acestor zone cu păduri.

Tranziția către gorunete este realizată de fâgete care pătrund pe văile și versanții însoriți dinspre versanții estici ai Carpaților Orientali. Se pot vedea fâgete asociate cu rășinoase, sau pure în defileul Mureșului, de la Toplița-Deda, pe văile Bistricioarei (zona Tulghes-Pintic), Bicazului, în zona Ghimes, la Izvorul Mureșului, pe Șumuleul Mare lângă Miercurea-Ciuc, pe Ciomatu Mare în amestec cu molid și brad în Munții Persani.

În zonele mai joase din vest în fâgete, mai apare gorulul, paltinul de câmp, frasinul, carpenul, plopul tremurător, teiul, chiar dacă apare mai rar. Dintre arbusti putem enumera conul și păducelul.

Datorită unor activități de exploatare forestieră, în locul pădurilor defrișate au rămas întinse pajisti secundare montane și submontane. O altă cauză a reducerii suprafețelor împadurite se leagă de marile doborâri de vânt din anii '90.

Județul Harghita are o suprafață foarte mare de pajiști deminaturale, ceea ce înseamnă că aceste pajiști s-au format prin impact antropic în locul pădurilor, dar fără a schimba compoziția naturală a speciilor. Pajiștile sunt de două feluri pe baza utilizării dominante: pășuni și fânețe. Fânețele seminaturale reprezintă o valoare naturală deosebită, fiind rare în Europa Centrală și de Vest. De fapt, județul Harghita are cea mai mare suprafață de fânețe seminaturale dintre județele României, acestea totalizând aproximativ 160.000 hectare, aproape un sfert din teritoriul județului. Deși nu sunt disponibile cifre comparative, dar foarte probabil că județul Harghita are cea mai ridicată suprafață de fânețe seminaturale la nivel european. Fânețele seminaturale reprezintă habitate pentru numeroase specii de plante și animale rare și protejate la nivel european. Pe lângă valoarea de biodiversitate, fânețele reprezintă o resursă deosebită pentru apicultură și din punct de vedere peisagistic.

Pajiștile sunt dominate de vegetație ierboasă sau fânețe. Dintre speciile existente enumerăm: păiuș roșu, iarba vântului, pieptănărița, țepoșica, *Poa pratensis*, *Festuca pratensis*, *Trifolium pratense* etc.

Fauna, alături de asociațiile vegetale și celelate elemente ale cadrului natural reprezintă o componentă de bază a ofertei turistice cu caracter ecologic, cinegetic, respectiv vânatoresc și de pescuit sportiv.

De menționat faptul că pădurile harghitene sunt populate cu numeroase exemplare ale faunei de interes cinegetic și aici amintim mai ales, ursul. Județul Harghita se situează pe primul loc din țară datorită deținerii celui mai mare număr de urși. De asemeni, în pădurile din zonă trăiesc un număr considerabil de specii: cerbul, râsul, pisica sălbatică, cocoșul de munte, cocoșul de mesteacăn, la altitudini mai joase lupul, vulpea, mistrețul, căprioara și iepurele.

Atractivitatea asociațiilor vegetale este amplificată de prezența numeroaselor păsări cântătoare, care alături de sunetul pâraielor repezi de munte, crează o ambianță relaxantă și mult apreciată în rândul turiștilor proveniți mai ales din mediul urban. Păsările pot deveni factori importanți și atractivi pentru ecoturism.

Avifauna determinantă pentru diferitele asociații vegetale este formată din următoarele specii localizate astfel:

- în etajul coniferelor: cocoșul de munte, negraica, cucuveaua încălțată, pițigoii de brădet, pițigoii moțat, forfecuța, gaița de munte;
- în fâgete: muscarul mic, pițigoii de munte, muscarul negru, auselul sprâncenat;
- în gorunete: turturica, sturzul cântător, mierla neagră, scoțar, ciocănitorea peștița mijlocie, pițigoii mare, frunzărița gălbuie, ciuful de pădure, huhurezul mic, codrosul de grădină, ciocănitorea verzuie, soimul rândunelelor, cucuveaua pitică;
- în zonele de stânci: fluturasul de stâncă, șoimul călător, vânturelul roșu, brumărița de stâncă, mierla de piatră, stâncuța, codroș de munte, pietrarul sur, presura de munte, lăstunul de stâncă;
- în pajiștile de luncă: fluierarul de munte, codobătura de munte, codobătura galbenă, barza albă.

Mamiferele și unele pasări au importanța pentru turismul cinegetic, pasările și mamiferele mici pentru turismul ecologic iar peștii pentru pescuitul sportiv.

Păstrăvul este cunoscut ca fiind foarte des întâlnit în pâraiele harghitene și este foarte solicitat și în restaurant de către turiști. Alte specii de pești des întâlnite în zonă sunt: boișteanul, zglavocul, mreana de munte, lipanul, moioaga, cleanul, latița, porcușor de vad.

Apele mai line sunt populate de scobar, știuca și mreana.

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

Datorită măsurilor de protecția muncii și a condițiilor climatice s-a reușit conservarea unor specii rare, de o importantă mare în atractivitatea oferită turiștilor.

Acestea pot fi identificate în rezervațiile floristice-forestiere, sau rezervații complexe de peisaj - în parcuri naționale (Lacul Roșu-Cheile Bicazului) sau arii de protecție severă (Lacul Sfânta Ana-Mohoș-Muntele Puciosu).

Datorită așezării oportuniste a rezervațiilor din județul Harghita și anume în apropierea localităților, vizitarea acestora devine foarte facilă, bineînțeles și datorită sprijinului din partea autorităților locale sau datorită implicării unor instituții nonguvernamentale sau civile, care să asigure protecția, precum și amenajarea lor.

Aceste avantaje pot constitui o prioritate în strategia de a diversifica oferta turistică, prin interesul pe plan European manifestat față de turismul cu nuanțe ecologice (turismul verde, ecoturism) și de cunoașterea mediului natural.

În Parcul Natural Lacul Roșu-Cheile Bicazului care are suprafața de 955,3 ha și alături de lacul de baraj natural, se regăsesc câteva specii rare de plante și animale. Dintre acestea putem aminti: omagul, cosacii lui Rorner, barba ungurului, vulturica din Pojorata, opaița lui Zawadski, firuța, ovăsciorul carpatic, cocoșii bicăzeni, dar și frumoasele exemplare de floare de colț și papucul doamnei. Pe lângă acestea, mai putem întâlni în zonă: ghintura galbenă, crucea voinicului, tulichina, ienupărul sau cetina de negi, coada iepurelui.

Mlaștina După Luncă, aflată în apropierea Izvorului Mureșului (alături de rezervația speologică Peștera Șugău), găzduiește specii care atrag atenția turiștilor, cum ar fi salba pitică (*Euonymus nana*), *Viola epipsila*, specii rare de *Pedicularis* și cununița (*Spiraea ulmifolia*).

Dintre mlaștinile eutrofe din Ciucul de Jos (aflate în apropierea Băilor Jigodin, Miercurea-Ciuc și în apropierea Băile Tușnad), cea mai cunoscută este Mlaștina cu apă minerală Borsaros (Sâncrăieni), cu relice glaciare, precum mesteacănul pitic, mușchiul polar, ochii șoricelului, curechiul de munte, roua cerului, bumbăcărița, rogozuri, sopârlița albă.

Această categorie de mlaștini este întregită de Mlaștina de la Valea Mijlocie și Mlaștina de lângă Vrabia care adăpostesc specii ca, mesteacănul pitic respectiv *Primula farinose*.

Pentru Vlăhița semnificative sunt poienile cu narcise (*Narcissus stellaris*) de pe platou, punct atractiv de vizitat pentru turiști. Băile Sântimbru-Pucioasa se remarcă prin cea mai mare mlaștină oligotrofă din Transilvania, Tinovul Luci, extinsă pe fundul caldeirei vulcanice cu același nume și mlaștina Budos (Puciosu). În Tinovul Luci întâlnim diverse specii cum ar fi: *Viola episila*, *Drosera rotundifolia*, *Andromeda polifolia*, o serie de specii de mușchi de turbă (*Sphagnum*), *Carex stellulata* etc.

Promovarea acestor rezervații naturale, mediatizarea lor în rândul turiștilor, cunoașterea și importanța științifică a acestora, se poate realiza mai facil prin crearea unor trasee amenajate cu

podețe, indicatoare cu explicații referitoare la evoluția paleofitogeografică, sub îndrumarea unor ghizi specializați, inițiative deja introduse în practică în țările de vest și central-europene.

Parcurilor naționale, împreună cu rezervațiile biosferei, rezervațiile naturale și monumentelor naturii li 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.

Astfel, au fost stabilite - “Lista arborilor seculari și a parcurilor dendrologice din județul Harghita”, în anexa 4, apoi, în anexa 1 a hotărârii 162 din 2005 s-au stabilit parcurile naționale, rezervațiile naturale și monumentele naturii din județ.

De importanță locală, se pot identifica parcuri dendrologice cum ar fi Parcul Dendrologic Gradina Csiky din Gheorgheni, care deși există în oraș din 1864, nu este întreținut și amenajat corespunzător și nu este nici introdus în circuitul ofertelor turistice. De menționat că acesta deține peste 172 de specii de plante, arbori și este unicat în regiune.

De menționat este numărul și suprafața mare a siturilor Natura 2000, desemnate în urma aderării României la UE. Siturile Natura 2000 fac parte din rețeaua Natura 2000, rețeaua de arii naturale protejate la nivel european menite să conserve valorile naturale la nivele de ecosistem precum și activitățile umane care sunt asociate acestor valori naturale, de multe ori contribuind la menținerea lor. În județul Harghita se întind integral sau parțial 24 situri Natura 2000 care reprezintă mai mult de 30% din suprafața județului.

Imensul potențial atractiv al județului rezultă astfel din toate elementele unice enumerate mai sus. Astfel se speră că acesta se va reflecta și în indicatorii economici și sociali după conștientizarea valorilor de către autoritățile și instituțiile vizate pentru dezvoltare, protecție și promovare a acestora.

Resurse și atracții turistice antropice

Aspectul și valoarea unei regiuni, este dată pe de o parte de atracția pentru elemente din cadrul natural, iar pe de altă, deși complementară alături de celelalte elemente atractive, atracția pentru obiective create de om.

Aceste obiective antropice au dobândit valențe atractive odată și împreună cu dezvoltarea civilizației și culturii în timp și spațiu.

Așezămintele religioase, sau cele de interes cultural, ulterior și târgurile, reprezentau inițial interese de vizitat. Fenomenul însă, se accentuează treptat, astfel că în timp tot mai multe obiective antropice devin puncte atractive pentru tot mai mulți turiști. Astfel, această componentă a potențialului turistic și-a adus aportul la individualizarea turismului de masă.

Dat fiind faptul că ne referim, în cazul nostru la județul Harghita, zona în care se îmbină cultura și civilizația mai multor naționalități, face ca aceste obiective antropice să fie mai interesante, colorate și diverse, să atragă și mai mult vizitatorii prin unicitatea lor, în zonă.

Aceste realizări umane, caracteristici structurale și arhitectonice unice, prin natura materialelor folosite, stil, formă, coloratură, ornamente, dimensiuni, scop - amplasate în locurile în care aveau importanța și în timpul creației dar și astăzi, scot în evidență valențele lor și cresc valoarea și potențialul întregului județ. Scopul vizitării acestor obiective este de cunoaștere, descoperire precum și de a acumula experiențe culturale și spirituale prin acest proces.

În acest fel județul Harghita își colorează paleta de oferte turistice puse la dispoziția vizitatorilor, pe lângă cele recreative, de tratament și cură și cu programe și valori culturale, religioase, istorice de origine antropică, diversificând experiențele acestora.

Semnificația și importanța turismului antropic este de a păstra valorile și elementele caracteristice unei națiuni sau etniei, conservarea elementelor folclorice, culturale, religioase, a muzeelor, a jocurilor medievale precum și a altor activități sau monumente care caracterizează populația locului și îi permite să aibă grijă de valorile naționale.

În funcție de apariție și de funcția deservită, obiectivele antropice au fost clasificate în mai multe categorii, tipizate:

1. *Obiective istorico-culturale*

Acestea sunt reprezentate de diverse categorii și sub-categorii de ansambluri de clădiri grupate după criterii istorico-cronologice, datorită faptului că trăsăturile și valențele acestora se regăsesc și sunt specifice categoriilor de obiective aparținând unei anumite epoci istorice și concentrate într-un spațiu geografic determinat.

Impactul emoțional care acționează asupra conștiinței colective, nu doar prin componentele estetice dar și spirituale și emoționale determină ca anumite grupuri de vizitatori să fie legate de ansamblul unor clădiri sau vestigii care le trezește astfel de sentimente și să își îndrepte atenția și interesul înspre acestea.

Ideologia “înapoi la rădăcini” face ca aceste obiective turistice să devină o latură a turismului ereditar, să reprezinte moștenirea culturală a etniei locale. Turismul ereditar se bazează pe totalitatea acelor vestigii istorice, cât și evenimente și festivaluri tradiționale folclorice, istorice sau culturale, manifestări din timpuri vechi care păstrează tradițiile și identitatea națională.

Județul Harghita are o vastă ofertă de obiective antropice însă pentru a crește atractivitatea acestora în rândul turiștilor, acestea trebuie combinate cu alte forme sau atracții pentru vizitatori.

Astfel, au fost luate în calcul 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. La această listă se mai adaugă: mobilier antic (35), clădiri de folclor tradițional (58), echipamente,

scule tradiționale tehnice de valoare (24), valori arhitecturale și de artă (22), situri arheologice, istorice (20), cimitire și monumente funerare (1), parcuri și grădini rare (1).

În funcție de timpul lor de apariție dar și de origine, resursele arheologice au fost catalogate, iar în lista de situri arheologice au fost identificate 210 locații.

Între acestea, în ordine cronologică regăsim 8 situri neolitice (Dejuțiu, Ghipeș, Mugeni, Odorheiu Secuiesc, Oteni, Sandominic, Leticeni și Păuleni Ciuc); din epoca de bronz se identifică 23 (Hallstatt, Wietenberg) din epoca de fier cu vestigii dacice 23, din epoca romană 19 situri (băi romane, locuri de așezări, burgus, castellum), vestigii din epoca marilor migrații ale popoarelor 16, monumentele evului mediu 11. Foarte puține dintre aceste vestigii mai pot fi vizitate, în formă originală, în sensul că au rămas intacte după descoperire.

O atractivitate aparte este generată de vizita la castele, cetăți. Din păcate încă castel-turismul nu a fost dezvoltat în județul Harghita, având deficiențe majore pe piața națională dar și internațională.

Cererile de cazare în cetăți, castele, conace este în creștere pronunțată în Europa vestică, însă la noi apare doar sub forma vizitării acestor grupuri de clădiri, ca muzee, care intra în categoria de turism cultural dar și în categoria de monumente istorice.

Conacele și curiile reprezintă încă o componentă importantă, deși, din păcate, în multe cazuri, au pierdut deja funcția lor inițială, au intrat într-o stare de degradare iar unica lor scăpare ar fi introducerea acestora în circuitul turistic.

În acest context, la nivelul județului Harghita, putem aminti un singur castel - cel de la Lăzarea (construit între anii 1450-1532), momentan nefiind posibilă vizitarea acestuia, deoarece este retrocedat proprietarilor legitimi, însă pe viitor se recomandă reintroducerea acestuia în circuitul turistic; conace și curii în număr de 22 și 2 castele parc: cel de la Odorheiu Secuiesc (Curia Ugron) și cel de la Cristuru Secuiesc (Curia Biro).

Figura nr.38 Castelul de la Lăzarea



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Pe teritoriul județului există două cetăți: Cetatea Medievală Szekelytamadt (1562-1600) și Cetatea Miko (1623-1631). Pe lângă acestea, 19 ruine de cetăți pot fi liber vizitate de către turiști.

Figura nr.39 Cetatea Medievală Szekelytamadt



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Între obiectivele cultural religioase putem menționa bisericile fortificate dar și alte obiective religioase.

Bisericile au deservit, din cele mai vechi timpuri, mai multe funcții de-a lungul istoriei. Acestea reprezentau nu numai centre spirituale ci mai mult decât atât în jurul lor se formau așezările umane. și în zilele noastre, bisericile reprezintă punctele de colectare ale localnicilor sau chiar și a vizitatorilor, acestea fiind bine întreținute destinate atât vizității cât și reîmprospătării sufletești. O singură biserică din județul Harghita este trecută în patrimoniul UNESCO, cea de la Dârjiu, aceasta fiind unică ca și monument dar și datorită frescelor din ea pictate în 1419, sau datorită descoperirilor arheologice, cum este caramida cu scriere runică.

Figura nr. 40 Biserica fortificată Dârjiu



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Întregul județ numără 88 de biserici catolice, 23 de capele catolice, biserici reformate în număr de 42, turnuri de biserici 12, biserici unitariene 39, biserici ortodoxe și mănăstiri ortodoxe 23, biserici greco-catolice și două sinagogi și biserică catolică armeană.

Toate aceste biserici, ar putea fi introduse în ofertele turistice ceea ce ar duce implicit la creșterea gradului de atractivitate al județului, oferind o varietate culturală și spirituală.

2. *Obiective arhitectonice urbane și rurale*

În categoria obiectivelor arhitectonice urbane și rurale trebuie menționate elemente de căi ferate pentru exploatarea lemnului sau cu scop turistic, recreativ ca cel de la Borsec și Toplița, sau viaducte, construite pentru suportul acestora, ca cel de la Borsec.

La această listă se mai pot adăuga câteva poduri de lemn, gatere și mori de apă. Din păcate, puține dintre acestea au fost recondiționate și introduse în circuitul turistic. Putem aminti aici, Gaterul Zsigmond de la Mădăraș, construit în secolul 19 și modernizat la începutul secolului 20. Acesta ar mai putea fi în stare de funcționare însa din nefericire în urma inundațiilor, barajul

acesteia s-a rupt, necesitând reparații. Proprietarul dorește păstrarea acestuia în condiții de funcționare și încearcă să ia măsuri în acest sens.

La Gheorgheni se mai regăsește o altă moară de apă considerată monument, la capătul străzii cu același nume (str. Morii), localizată pe malul Belciei, considerate muzeu arhitectural.

Stațiunea Borsec găzduiește numeroase vile și clădiri cu valoare peisagistică dar nu numai. Valoarea acestora crește și datorită aspectelor unice arhitecturale, alături de numeroasele fântâni de apă minerală care conferă vizitatorilor o ambianță unică și încântătoare.

3. *Obiective culturale și sportive: galerii de arta și expoziții, muzee, cinematografe*

Din această clasă fac parte categorii de edificii care se impun prin valori arhitectonice intrinseci a construcțiilor, dar mai ales prin funcția lor de conservare, de imaginea lor ca și clădiri tradiționale, precum și prin exponatele din interiorul lor, reprezentate fie prin lucrări de artă, arhitectură, fie elemente ale culturii, civilizației și obiceiurilor tradiționale urbane sau rurale, sau personalități istorice importante.

Muzeele și colecțiile de artă cuprind și exponate care caracterizează cultura, civilizația sau elemente ale științei naturii, specifice zonei.

Alături de alte activități din pachetul turistic oferit, muzeele reprezintă o atracție culturală sau științifică aparte, care poate fi oferită vizitatorilor și care poate duce la creșterea numărului de turiști în zonă.

Se menționează muzeele de 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.

Casele memoriale reprezintă în aceeași măsură o mare atractivitate pentru vizitatori și anume: cele de la Lupeni, Praid, Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Ciumani, Joseni, Remetea, Satu Mare, Sândominic, Racu și Matiseni. De amintit și muzeul de ape minerale de la Tușnad, respectiv Muzeul de ape minerale din Borsec.

Galeriile de artă sunt catalogate ca fiind atracții culturale deosebite și aici amintim expoziția de pictură Munkacsy de la galeria de artă din Miercurea Ciuc. Impactul acesteia a fost extraordinar aducând un număr impresionant de vizitatori în zonă.

Alte galerii de artă mai putem găsi la Odorheiu Secuiesc, Gheorgheni și Satu Mare.

Existența în județ a mai multor grupuri și organizații teatrale face ca turismul cultural să fie mai generos. Aici menționăm: Csiki Jatekszin Miercurea Ciuc, Teatrul Tomcsa Sandor Odorheiu Secuiesc, Figura Studio Gheorgheni. Pe lângă teatru, Filarmoinica de Copii de la Vlahița colorează frumos această paletă atractivă oferită turiștilor.

La ansamblul cultural se mai adaugă: casele culturale, bibliotecile, organizațiile culturale și folclorice.

Cândva cinematografele reprezentau una din marile atracții atât a localnicilor cât și a vizitatorilor, însă în prezent acestea și-au mai pierdut din farmecul și elanul lor.

Pe piața turistică există anumite categorii de vizitatori care caută atât programele culturale cât și cele recreative sau de agrement și wellness.

Din aceste motive turismul cultural are frumusețea și unicitateasă și conferă o anumită coloratură pachetului turistic oferit.

Pe lângă aceste obiective, sportul conferă o importanță majoră în rândul atractivității zonale.

Hocheiul de gheață reprezintă sportul rege al județului Harghita, fiind numit și centrul hocheiului din România. Devenit sport tradițional, s-au format mai multe echipe nu numai în marile orașe dar și în comunele și satele învecinate.

O altă atracție sportivă importantă pentru turiști e reprezentată de existența patinoarelor în aer liber în aproape toate localitățile din bazinele Giurgeu și Ciuc. Competițiile sportive județene sunt foarte puternice și oferă suportul de jucători echipelor de liga întâi.

Sportul de iarnă este completat de numeroasele pârtii de schi și de cluburile sportive care oferă numeroși sportivi valoroși echipelor naționale atât la schi fond cât și la schi alpin sau patinaj viteză, patinaj artistic.

În zonă există și o trambulină neomologată pentru sărituri cu schiurile la Valea Strâmbă și pista de bob de la Lunca de Sus.

Bineînțeles sunt practicate pe lângă sportul rege al județului și celelalte sporturi, în incintele cluburilor sportive. Din fericire, au fost atrase fonduri prin programe, în județ care au ajutat la reamenajarea pistei de patinaj viteză în aer liber, la construirea a numeroase săli de sport modern.

Pista de patinaj viteză, care se află în spatele patinoarului Vakar Lajos, a avut gheață artificială la mijlocul anilor 2000. De atunci suprafața de beton sa distrus. Este neadecvat pentru organizarea concursurilor. Nu se mai pune gheață artificială de aproximativ 20 de ani. În locul lui se organizează campionatul de short track, unde concureaza preponderent cei din Miercurea Ciuc cu cei din Gheorgheni, cu cei din zona Ciucului de Sus, mai nou cu cei din Brașov, deoarece nu se practică acest sport nicăieri în țară.

Sporturile cu motor, mai ales cele pe traseu montan sau pe două roți, sunt în plină ascensiune și reprezintă o modalitate foarte eficientă a atragerii unei pături specifice a masei de turiști.

Pista de motocros de la Pădurea Rotundă de lângă Odorheiu Secuiesc este una dintre cele mai moderne piste de la noi din țară, aici ținându-se curse anual din campionatul intern de motocros.

Cursele de raliuri, din cadrul campionatului intern, organizată în județul Harghita atrag iubitorii sporturilor extreme pe patru roți la fel cum sunt și cursele de carting sau enduro pentru mașini de teren, care au devenit deja o tradiție în zonă.

4. *Evenimente socio-culturale de importanța turistică*

În orice comunitate, cultura și manifestările cultural-tradiționale reprezintă o componentă importantă a atractivității. În consecință este necesară îngrijirea și păstrarea valorilor tradiționale, a evenimentelor și manifestărilor cu tradiție în zonă.

Cea mai importantă și mediatizată manifestare cultural-religioasă din județul Harghita este reprezentată de Pelerinajul și Întâlnirea de la Șumuleu Ciuc. Biserica și mănăstirea franciscanilor de la Șumuleu, deși constituie un stravechi loc de pelerinaj al secuimii catolice și a ceangăilor din Moldova, reprezintă un element cheie al obiectivelor turistice religioase.

De foarte multă vreme, credincioșii s-au obișnuit să se adune la Șumuleu cu ocazia sărbătorilor Sfântei Maria.

Astfel, în fiecare an, în sâmbăta Rusaliilor, catolicii din Secuime și Moldova, dar și din alte părți ale țării sau din străinătate, vin în pelerinaj la biserica Sfântei Fecioare Maria din Șumuleu-Ciuc și înconjoară în procesiune dealul Șumuleu-Mic, la coborâre împodobindu-și steagurile cu crengi de mestecan.

Toate aceste evenimente culturale culminează pe perioada verii, când aceste activități influențează sau atrag curioșii nu numai din județ sau regiunile învecinate dar și de peste hotare.

Județul Harghita este foarte bogat atât în valori tradiționale cât și manifestări culturale, însă trebuie să se găsească toate acele elemente necesare care să determine ca pe parcursul derulării acestor evenimente să influențeze decizia turistului de a mai spori numărul de înnoptări în zonă, chiar și după finalizarea festivalului. Aceasta ar necesita un management și o strategie de prezentare a evenimentelor pe viitor, pentru vizitatori.

Un pas important a fost făcut odata cu editarea Calendarului Manifestărilor Culturale a Județului Harghita și trimiterea acestuia către agențiile de turism naționale și internaționale.

Trebuie acordată o atenție sporită în planificarea acestor evenimente pentru a nu se suprapune cu alte manifestări din regiune, pentru a evita conflictul de interese sau apartenență și pentru a putea conferi o siguranță și continuitate a existenței lor pe viitor.

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

Festivalurile de muzică veche de la Miercurea Ciuc și festivalul rock de la Băile Seiche, întâlnirea fanfarelor de la Sântimbru și Sâncrăieni, festivalul folcloric de la Băile Seiche, toate acestea conferă o notă de particularitate zonei și se bucură de o mare apreciere din partea vizitatorilor.

Figura nr.41 Fanfara din Corund



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Deliciul cultural oferit de diversitatea prezentării obiceiurilor, a dansurilor populare, a porturilor, face ca numărul de turiști să fie în continuă creștere. Aici putem menționa ca evenimente derulate: 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 Fărșangului de la Mădăraș și Cozmeni, Festivalul celor 1.000 de Fete Secuience de la Șumuleu Ciuc, festivalul narciselor de la Vlăhița sau tabăra de pictură mobilier de la Merești.

Figura nr. 42 Fărșangul



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Festivalurile de creație meșteșugărească au menirea de a prezenta nu numai creațiile meșterilor olari sau a tesătorilor, dar e o ocazie unică de a vedea cum lucrează aceștia și cum ia naștere o capodoperă.

Aceste evenimente sunt o picanterie oferită turiștilor pe parcursul festivalurilor, cu târgul de ceramice de la Arcio, comuna Corund, sau vizitarea atelierelor meșteșugărești de la Corund, Sândominic, Racu sau cele de la Lazarești.

Zilele cărbunarilor de la Lupeni și Corund reprezintă de asemenea o atracție inedită pentru mulți dintre vizitatori.

Festivalurile folclorice în combinație cu zilele satului sunt organizate nu numai pentru cei din zonă. Oamenii din regiune participă la evenimente, se încarcă cu energie pozitivă, se bucură de dans, de jocurile tradiționale, de serbările specifice și de arta culinară specifică locului. Aici putem aminti: zilele orașului sau satului organizate la Toplița, Dârjiu și Odorheiu Secuiesc. Toamna, acestea sunt completate de balul culesului viței de vie sau a strugurilor de la Lueta, Satu Mare, Brădești, Zetea și Vârșag. Acestea sunt organizate de către localnici care invită satele din zonă pentru a participa.

Potențialul turistic etnografic nu poate fi individual caracterizat, sau separat de celelalte componente ale atractivității și potențialului turistic antropoc, acestea fiind în strânsă legătură. În acest context, organizarea evenimentelor socio-culturalo-religioase se pot desfășura numai în legături cu elementele potențialului istorico-cultural-religios, a elementelor arhitectonice urbane și rurale. Pentru sporirea succesului, pe lângă loc, cadrul natural, clădiri, omul are o influență și un rol determinant în realizarea acestuia.

În vederea susținerii și a suportului acordat desfășurării în bune condiții a turismului festivalurilor, s-au format centre de artă tradițională pe care le găsim la: Corund, Dănești, Lueta și Sândominic. La acestea se mai adaugă în vederea păstrării tradițiilor și culturii și ansambluri de dans popular ca la Jolotca, Joseni, Lunca de Jos, Carta, Lăzarea, Cristuru Secuiesc. Unde există istorie și tradiție există și monumente de artă populară ca cele de la Zetea, Satu Mare și Ciucsângiorgiu.

În ținutul Harghitean, prelucrarea lemnului, sculptatul în lemn reprezintă și se pastrează încă ca o tradiție vie și în ziua de azi. În cepând de la porți secuiești, la mobilier din lemn, unelte și scule, lemnul a reprezentat primul și cel mai important prieten al omului locului. Astfel, porți secuiești, considerate monumente de o frumusețe aparte se găsesc la: Satu Mare, Zetea, Brădești, Târnovița, Sândominic, Miercurea Ciuc, Ciucsângiorgiu, Păuleni-Ciuc, Praid, Joseni și Ditrău. Colecții de porți secuiești întâlnim și la Băile Seiche, Miercurea Ciuc, Satu Mare, care sunt dedicate segmentului de vizite turistice.

În concluzie, județul Harghita dispune de un potențial natural și antropoc imens, care din păcate nu este nici pe departe încă valorificat la adevărata lui însemnătate. Datorită lipsei fondurilor materiale și a unor strategii bine definite și puse la punct, bogăția deținută de această zonă nu este cuantificată la nivelul la care aceasta se află într-adevăr. Structurarea mai bună a

activităților, reorganizarea și atragerea de fonduri, implicarea și sprijinul autorităților și instituțiilor competente ar putea duce la creșterea vizibilității județului și implicit ar duce la ridicarea nivelului de trai a populației.

2.2.2 INFRASTRUCTURA JUDEȚULUI

Infrastructura (de transport, de mediu, de comunicații, de educație, de sănătate, socială, culturală și pentru energie) este absolut relevant pentru dezvoltarea turismului, fiind de necontestat faptul că acest sector necesită o bază de infrastructură bine dezvoltată.

a. Infrastructura rutieră și feroviară

În cadrul acestui capitol, vom concentra pe infrastructura județului Harghita, mai specific pe cea rutieră și feroviară.

În ceea ce privește infrastructura rutieră, trebuie să cuantificăm valorile cu ajutorul indicatorului activ "Lungimea rețelei de căi ferate și drumuri", după cum urmează: lungimea totală a rețelei de drumuri din județul Harghita (exceptând drumurile forestiere, vecinale și străzile din localități) - această valoare este de 1.827,856 km, conform site-ului oficial al Institutului Prefectului, fiind compusă din drumuri europene, drumuri județene și drumuri comunale. Această rețeaua de drumuri este compusă din 8 drumuri naționale, 43 drumuri județene și 142 drumuri comunale.

Județul este traversat de un drum de importanță europeană, E578 (DN12), care asigură legătura dintre drumurile europene: E58, E60 și E574, respectiv legătura între orașele Reghin, Gheorgheni, Miercurea Ciuc și Sfântu Gheorghe.

În ceea ce privește drumurile secundare, poate fi identificat la nivelul județului Harghita o problemă cu nivelul calității acestor drumuri, fiind nevoie de reabilitarea și modernizarea sau chiar amenajarea acestora. Neaccesibilitatea, sau accesibilitatea redusă a unor localități din cauza drumurilor sau stării acestora, are efecte negative asupra potențialului turistic și economic.

În cazul infrastructurii feroviare, magistralele feroviare de importanță națională sunt:

- Magistrala 400 ((București – Brașov - Sfântu Gheorghe – Miercurea Ciuc – Ciceu – Deda – Dej – Baia Mare – Satu Mare – Halmeu)

Căile feroviare de importanță județeană și locală sunt:

- Odorheiu Secuiesc – Vânători (lângă Sighișoara, jud. Mureș)
- Praid – Sovata (jud. Mureș)
- Miercurea Ciuc – Moinești (jud. Bacău)

În județul Harghita, rețeaua de căi de comunicații este determinată de relief: depresiunile Ciuc și Giurgeu sunt legate de linia de cale ferată din valea Oltului și Mureșului, linia 400 între kilometrii 333 și 454, traversând județul în direcția N-S, asigurând legătura cu capitala țării, construită la sfârșitul secolului al XIX-lea. Linia ferată se bifurcă la Siculeni, linia 501 de la

kilometrul 0 la kilometrul 32, asigurând astfel circulația spre Moldova prin pasul Ghimeș-Palanca, iar de la Odorheiu Secuiesc, linia 308 de la kilometrul 0 la kilometrul 33, spre podișul Transilvaniei, municipiul Sighișoara. Rețeaua de căi ferate din zona Odorhei – Cristur este foarte săracă: două linii secundare, linia 308, Sighișoara - Odorheiu Secuiesc și linia 307 Praid - Tg. Mureș. Având în vedere particularitățile geografice ale județului, pentru realizarea rețelei de căi ferate a fost necesară executarea unui număr de 18 poduri, cu lungimi între 14 și 52 de m, a 4 viaducte cu lungimi între 80 și 255 de m și a 3 tuneluri dintre care cel mai scurt are 207m iar cel mai lung 1222,1m. Lanțul muntos al Harghitei desparte județul în două și astfel între municipiile Miercurea-Ciuc și Odorheiu Secuiesc nu există linie de cale ferată.

Putem observa, că în acest caz, accesibilitatea este scăzută, o problemă fiind și densitatea orarului. Acest aspect are efecte negative asupra numărului de turiști, localitățile nefiind accesibile prin infrastructura feroviară, eliminând astfel pe cei care nu au mașină personală sau nu găsesc alte alternative pentru transport.

b. Analiza utilizării mijloacelor de transport la nivelul județului Harghita

Mijloacele de transport comun, respectiv autoturismele private, sunt o alternativă în ceea ce privește deplasarea în interiorul județului. Din moment ce infrastructura ferovială nu este suficient de dezvoltată, era nevoie de dezvoltarea unei rețele de mijloace de transport în comun, completată de folosirea autoturismelor personale.

Locuitorii optează să folosească în mare măsură autoturismele personale pentru deplasări în interiorul județului, mijloacele de transport în comun fiind preferat de tineret, care deplasează în afara județului.

c. Analiza serviciilor de sănătate

Sistemul de sănătate al județului Harghita ar putea fi considerat una dezvoltată, având în componență peste 750 de unități sanitare, publice și private, fiind asigurat o gamă largă de servicii medicale specializate. Astfel, prevenirea, diagnosticarea și tratarea bolilor ar trebui să fie un proces simplu și rapid. Pe lângă numărul mare de entități care activează în domeniul sănătății, toate spitalele din județ sunt interconectate printr-un sistem informatic realizat cu fonduri europene, medicii având acces la informațiile și dosarele medicale a pacienților.

Totuși, în mediul rural numărul spitalelor funcționale este scăzut, populația fiind nevoită să se deplaseze în orașele mai mari, astfel ei fiind dezavantajați în momente în care este nevoie de o intervenție rapidă și eficientă, pierzând timp.

d. Analiza infrastructurii de telecomunicații

Pe teritoriul județului Harghita principalul operator de telefonie fixă este Telekom România, care oferă inclusiv servicii de telefonie mobilă, internet și televiziune. Pe piața de profil sunt prezenți mai mulți operatori, la nivel local, precum Orange, Vodafone, RCS&RDS, UPC, ASTRAL TELECOM etc. Din punct de vedere al rețelelor majore de telecomunicații, teritoriul județului este străbătut de traseul cablului de fibră optică Sf. Gheorghe (jud. Covasna) – Băile

Tușnad – Miercurea Ciuc – Vlăhița – Odorheiul Secuiesc – Cristuru Secuiesc – Sighișoara (jud. Mureș). În zona localității Harghita Băi este amplasat un radioreleu racordat prin rețelele de cabluri de telecomunicații de Miercurea Ciuc, respectiv Târgu-Mureș, Vlăhița, Odorheiul Secuiesc.

Dat fiind relieful specific, județul Harghita întâmpina problema zonelor moarte, adică zone în care nu există semnal de la nici-un operator de telefonie mobilă. Această situație îngreunează comunicarea și poate să genereze pericole, astfel se recomandă contrabalansarea acestuia prin acces Wi-Fi (Wi-Free) în aceste zone.

e. Analiza infrastructurii edilitare

În județul Harghita, procentul mediu de electrificare este de 97,6% în urban și în rural 93,6%, fiind unul din județele cele mai afectate, după Alba și Vrancea, ca urmare a dispersiei teritoriale a așezărilor ce generează costuri foarte mari de racordare și care nu permite o amortizare a investiției.

Această deficiență este remarcată și de către populația județului Harghita, datorită faptului că de multe ori nu au acces la electricitate perioade mai scurte sau mai lungi de timp. Acest aspect contribuie și la alte probleme, paneele electrice contribuind chiar și la deteriorarea mașinărilor electrice.

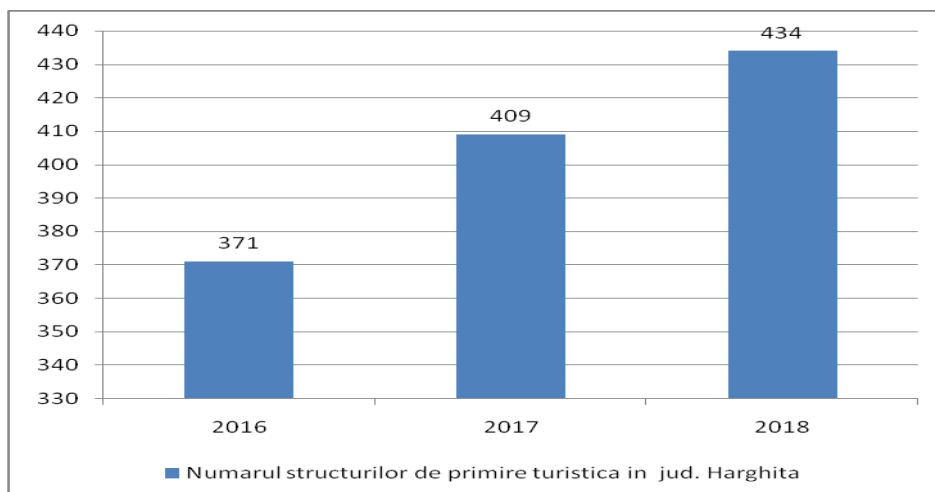
2.2.3. STRUCTURI DE PRIMIRE TURISTICĂ

2.2.3.1 Evoluția structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018

Oferta turistică a județului Harghita este definită de totalitatea structurilor de primire turistică existente la pe teritoriul acestui județ.

Conform Institutului Național de Statistică, situația ofertei turistice a județului Harghita exprimată prin numărul structurilor de primire turistică este următoarea:

Figura nr. 43 - Evoluția structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.43, în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință, numărul structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita a evoluat în sens ascendent, fapt care evidențiază tendințele de dezvoltare a turismului acestui județ din perspectiva ofertei turistice.

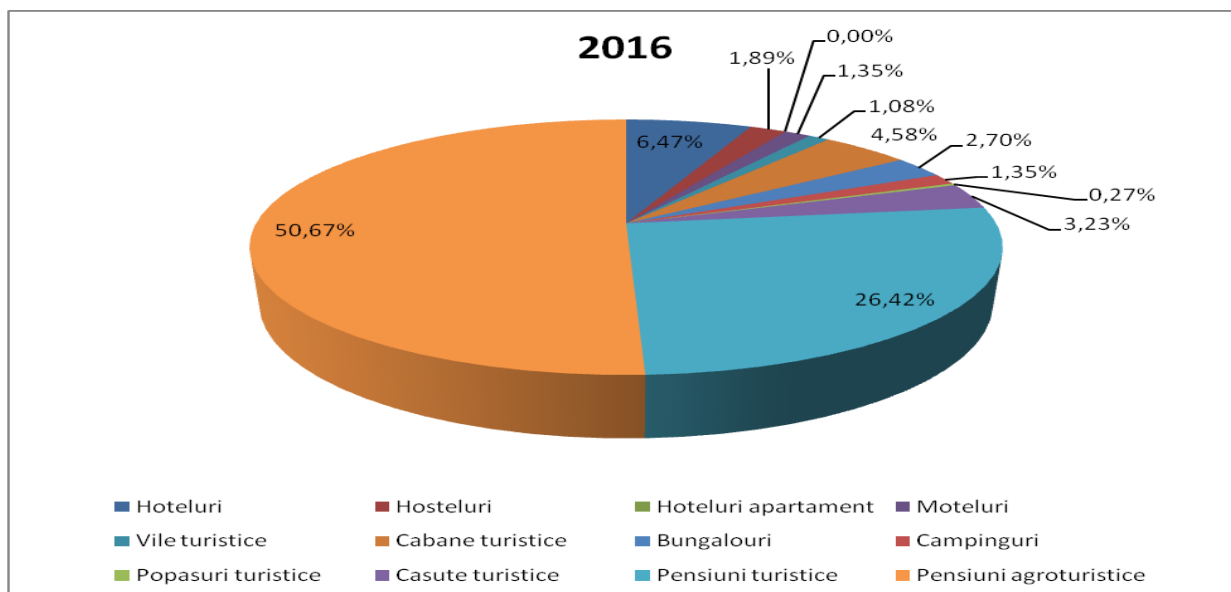
În anul 2017 față de anul 2016, numărul structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 38 structuri de primire turistică, respectiv cu 10,24% (de la 371 structuri de primire turistică în 2016 la 409 structuri de primire turistică în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a majorat cu 25 structuri de primire turistică, respectiv cu 6,11% (de la 409 structuri de primire turistică în 2017 la 434 structuri de primire turistică în 2018).

Trendul ascendent al numărului structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita, în perioada 2016 – 2018, evidențiază realizarea investițiilor în domeniul turismului, factor care contribuie la dezvoltarea acestui domeniu la nivel județean.

2.2.3.2 Structura tipurilor de structuri de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018

Oferta turistică a județului Harghita concretizată în timpul structurilor de primire turistică este alcătuită din: hoteluri, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, vile turistice, cabane turistice, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice și pensiuni agroturistice.

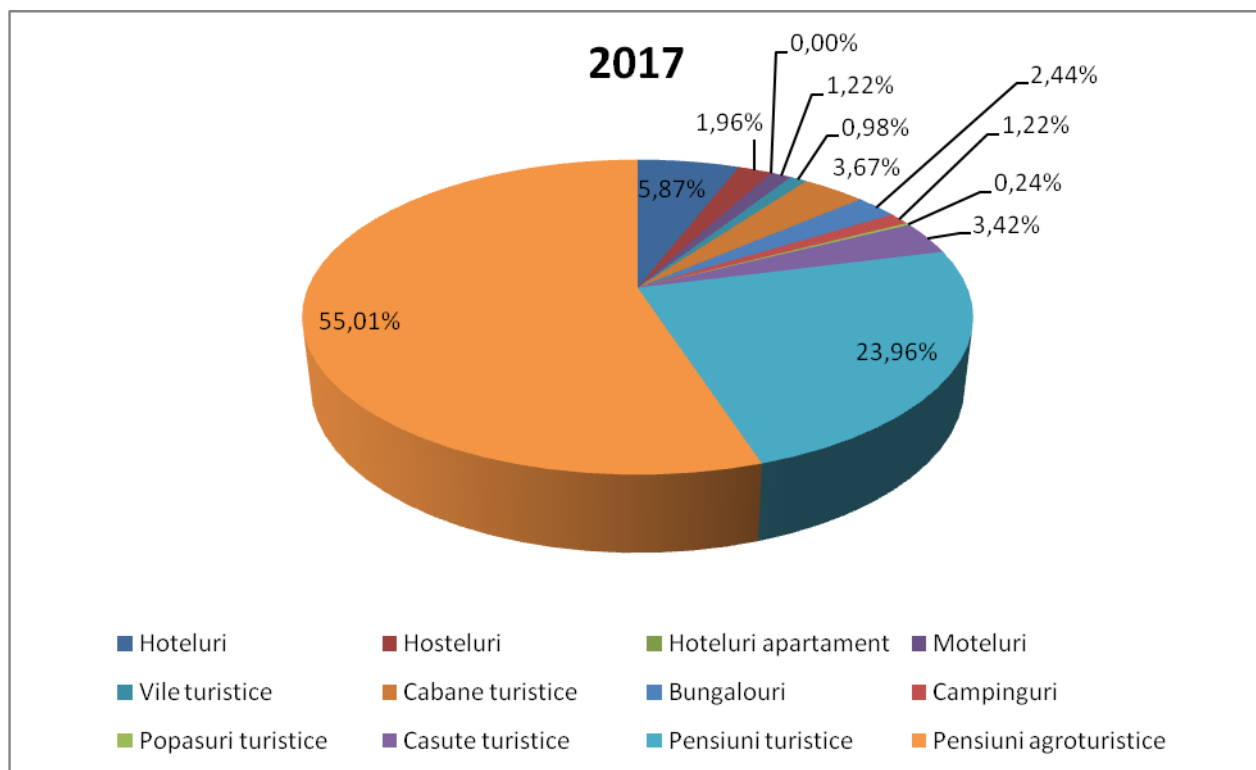
Figura nr. 44 - Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2016



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.44, în anul 2016 oferta turistică a județului Harghita, exprimată în tipul structurilor turistice era alcătuită din: hoteluri (6,47%), hosteluri (1,89%), hoteluri apartament (0%), moteluri (1,35%), vile turistice (1,08%), cabane turistice (4,58%), bungalouri (2,70%), , campinguri (1,35%), popasuri turistice (0,27%), căsuțe turistice (3,23%), pensiuni turistice (26,42%) și pensiuni agroturistice (50,67%).

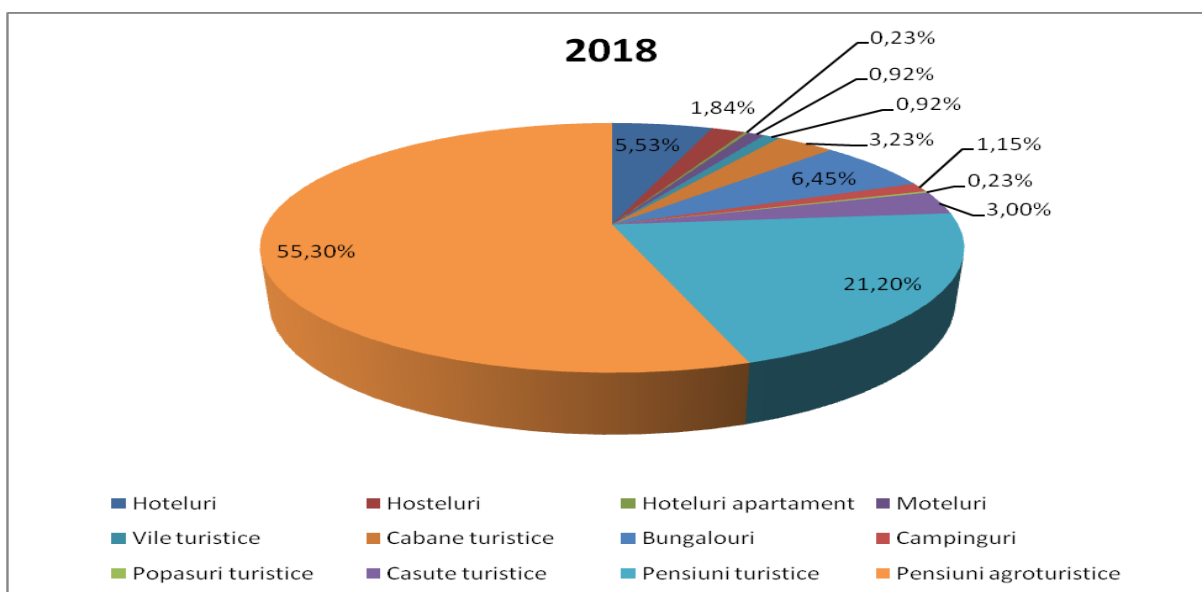
Figura nr. 45 Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.45, în anul 2017 oferta turistică a județului Harghita, exprimată în tipul structurilor turistice era alcătuită din: hoteluri (5,87%), hosteluri (1,96%), hoteluri apartament (0%), moteluri (1,22%), vile turistice (0,98%), cabane turistice (3,67%), bungalouri (2,44%), campinguri (1,22%), popasuri turistice (0,24%), căsuțe turistice (3,42%), pensiuni turistice (23,96%) și pensiuni agroturistice (55,01%).

Figura nr. 46 - Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2018



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.46, în anul 2018 oferta turistică a județului Harghita, exprimată în tipul structurilor turistice era alcătuită din: hoteluri (5,53%), hosteluri (1,84%), hoteluri apartament (0,23%), moteluri (0,92%), vile turistice (0,92%), cabane turistice (3,23%), bungalouri (6,45%), campinguri (1,15%), popasuri turistice (0,23%), căsuțe turistice (3%), pensiuni turistice (21,20%) și pensiuni agroturistice (55,30%).

Sub aspectul evoluției, situația ofertei turistice de la nivelul județului Harghita, concretizată în numărul structurilor de primire turistică, în perioada 2016 - 2018 este următoarea:

Tabelul nr. 10. Evoluția tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018

Denumire structură turistică	2016	2017	2018
Hoteluri	24	24	24
Hosteluri	7	8	8
Hoteluri apartament	0	0	1
Moteluri	5	5	4
Vile turistice	4	4	4
Cabane turistice	17	15	14
Bungalouri	10	10	28
Campinguri	5	5	5
Popasuri turistice	1	1	1
Căsuțe turistice	12	14	13
Pensiuni turistice	98	98	92
Pensiuni agroturistice	188	225	240
TOTAL	371	409	434

Sursa: Institutul Național de Statistică

În perioada 2016 - 2018 numărul structurilor de primire turistică de tip hotel de la nivelul județului Harghita a rămas constant la 24 unități de primire turistică de acest tip.

În anul 2017 față de 2016, numărul structurilor de primire turistică de tip hostel de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 1 unitate de primire turistică de acest tip, respectiv cu 14,29% (de la 7 unități de primire turistică în 2016 la 8 unități de primire turistică în 2017), iar în anul 2018 numărul structurilor de primire turistică de tip hostel a rămas constant la 8 structuri de acest tip.

În anul 2018, la nivelul județului Harghita, a fost înființată o structură de primire turistică de tip hotel apartament, acest tip de structură nefiind identificat în ceilalți ani ai perioadei de referință.

În perioada 2016 – 2017, numărul structurilor de primire turistică de tip motel a rămas constant la 5 structuri de primire turistică de acest tip, iar în anul 2018 față de anul 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1 structură turistică de tip motel, respectiv cu 20% (de la 5 unități de primire turistică în 2017 la 4 unități de primire turistică în 2018).

În perioada 2016 – 2018 numărul structurilor de primire turistică de tip vile turistice de la nivelul județului Harghita este de 4 structuri turistice de acest tip, numărul vilelor turistice menținându-se la acest nivel.

În anul 2017 față de anul 2016, numărul structurilor de primire turistică de tip cabane turistice s-a diminuat cu 2 astfel de structuri, respectiv cu 11,76% (de la 17 unități de primire turistică în 2016, la 15 unități de primire turistică în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, valoarea acestui indicator s-a diminuat cu 1 structură turistică de acest tip, respectiv cu 6,67% (de la 15 unități de primire turistică în 2017, la 14 unități de primire turistică în 2018).

În perioada 2016 - 2017, numărul structurilor de primire turistică de tip bungalouri, de la nivelul județului Harghita a fost de 10 structuri de primire turistică de acest tip, iar în anul 2018 față de 2017, numărul acestor structuri de primire turistică s-a majorat cu 18 bungalouri, respectiv cu 180% (de la 10 unități de primire turistică în 2017, la 28 unități de primire turistică în 2018).

În perioada 2016 – 2018 numărul structurilor de primire turistică de tip camping de la nivelul județului Harghita a fost de 5 structuri de acest tip, acest număr rămânând constant în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință.

În perioada 2016 – 2018 numărul structurilor de primire turistică de tip popasuri turistice la nivelul județului Harghita a fost de 1 structură de acest tip, numărul acestui tip de structuri, rămânând constant în fiecare dintre cei trei ani ai perioadei de referință.

În anul 2017 față de 2016, numărul structurilor de primire turistică de tip căsuțe turistice de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 2 structuri de primire turistică de acest tip, respectiv cu 16,67% (de la 12 unități de primire turistică în 2016, la 14 unități de primire turistică în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, numărul structurilor de primire turistică de acest tip, s-a

diminuat cu 1 structură turistică (de la 14 unități de primire turistică în 2017, la 13 unități de primire turistică în 2018).

În perioada 2016 – 2017, numărul structurilor de primire turistică de tip pensiuni turistice a fost de 98 de unități de primire turistică de acest tip, iar în anul 2018 față de 2017, numărul acestui tip de structuri de primire turistică s-a diminuat cu 6 astfel de unități, respectiv cu 6,12% (de la 98 unități de primire turistică în 2017, la 92 unități de primire turistică în 2018).

În anul 2017 față de 2016, numărul structurilor de primire turistică de tip pensiuni agroturistice de la nivelul județului Harghita s-a majorat cu 37 de astfel de unități de primire turistică, respectiv cu 19,68% (de la 188 unități de primire turistică în 2016, la 225 unități de primire turistică în 2017), iar în anul 2018 față de 2017, numărul structurilor turistice de acest tip, s-a majorat cu 15 astfel de unități de primire turistică, respectiv cu 6,67% (de la 225 unități de primire turistică în 2017, la 240 unități de primire turistică în 2018).

2.2.4. INFORMARE TURISTICĂ

Activitatea de promovare turistică trebuie să fie o preocupare continuă a județelor care au ca obiectiv principal să devină o destinație turistică solicitată. Desigur, promovarea oportunităților poate fi limitat din cauza resurselor financiare, chiar dacă resursele naturale ar contribui la acest lucru. În astfel de cazuri este nevoie de menținerea unui minim necesar de vizibilitate, pentru a fi permanent în vizorul turiștilor interne și internaționale.

La nivel internațional, birourile și oficiile locale sau regionale de turism sunt deseori denumite "Tourist Information Centres", adică Centre de Informații/Informare Turistică, care este un termen generic, fiind utilizat ca denumire de mai multe tipuri de organizații turistice. În mod general, informarea turistică este facilitată prin Centre de Informare Turistică sau Birouri de Informare Turistică, care au ca scop schimbul de informații între sectorul turistic, turiști și centrele de informare.

În județul Harghita există :

- Birou de informare turistică Lueta
- Centru de Informare Turistică Borsec
- Centrul Național de Informare și Promovare Turistică Vlăhița
- Biroul de informare turistică Ciumani
- Biroul de informare turistică Cozmeni și Lăzărești
- Biroul de informare turistică Dealu
- Biroul de informare turistică Ditrău
- Centru de informare turistică Gheorgheni
- Biroul de informare turistică Lunca de Jos

- Biroul de informare turistică Harghita Băi
- Biroul de informare turistică Izvoru Mureșului
- Biroul de informare turistică Lupeni
- Biroul de informare turistică Miercurea Ciuc
- Biroul de informare turistică Remetea
- Biroul de informare turistică Sântimbru-Băi
- Biroul de informare turistică Siculeni
- Centrul de Informare Turistică Toplița
- Serviciul Public de Informare și Consultanță pentru Tineret și Turism "Turinfo" - Odorheiu Secuiesc

Competențele acestor entități poate să difere, dar scopul lor e aceeași: să centralizeze și să transmită informațiile și oportunitățile turistice locale/regionale. După cum se vede, județul Harghita este suficient de acoperit, încât să fie posibilă implementarea unor strategii eficiente, care să aibă ca și grup țintă atât turiștii interni și internaționali, cât și antreprenorii și/sau firmele locale. Totuși, numărul mare de centre și birouri nu contribuie vizibil la dezvoltarea turismului local și regional.

Problemele, care înconjoară aceste centre și birouri, cuprind lipsa transparenței în ceea ce privește activitățile, ineficiența promovării (atât a birourilor, cât și a potențialului turistic local), comunicare precară cu stakeholderii etc. Într-adevăr, nu există posibilitatea unificării standardelor, în ceea ce privește funcționarea, însă printre posibilele soluții putem identifica facilitarea comunicării prin conferințe și workshopuri în domeniu, destinate stakeholderilor locali; strategii locale, în urma discuțiilor, implementate în relație cu resursele și nevoile identificate, respectiv parteneriate interinstituționale sau extrasectoriale.

În județul Harghita, aceste entități, care au ca scop informarea turistică, ar putea să devină o rețea, prin care atât ofertanții din domeniul turismului, cât și turiștii ar putea să se informeze despre oportunități, resurse, evenimente relevante etc.

2.2.5 IMAGINEA ZONEI PE PIEȚELE TURISTICE STRĂINE. PROMOVAREA EXTERNĂ

În prezent, județul Harghita beneficiază de numeroase atracții turistice ce reușesc, cu succes, să atragă vizitatori, atât din România, cât și din străinătate. Datorită dezvoltării continue, în ultimii 2 ani s-a înregistrat o creștere de aproximativ 12% a numărului de turiști străini⁸ ce aleg să își petreacă zilele de concediu sau de vacanță pe teritoriul României, ceea ce constituie o oportunitate și pentru județul Harghita pentru a-și crește numărul vizitatorilor.

⁸TUR104B – Sosiri ale turiștilor în structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică, pe tipuri de structuri, tipuri de turiști, pe macroregiuni, regiuni de dezvoltare și județe (<http://www.insse.ro/cms/>)

Conform mai multor site-uri de planificare turistică, zona județului Harghita se bucură de o perspectivă pozitivă în legătură cu vizibilitatea pe piețele străine. Printre destinațiile populare preferate⁹ de turiștii din afara țării se numără localitățile Praid, Băile Tușnad și Odorheiul Secuiesc. Totodată, mare parte din cei ce aleg să își petreacă vacanța în aceste zone, ajung, inevitabil, să viziteze Cheile Bicazului, Lacul Sfânta Ana și chiar și Salina Praid; aceste destinații fiind în topul celor mai vizitate obiective din județ. În general, imaginea turistică a regiunii Harghita este una benefică, datorită popularității centrelor și stațiunilor balneare, ce reprezintă punctul principal de atracție al turiștilor străini.

Din punct de vedere național, turiștii străini preferă să viziteze orașe foarte bine cunoscute precum București, Brașov sau Sighișoara¹⁰. Această tendință se poate explica datorită gradului mare de dezvoltare al orașelor dar și al componente istorice foarte prezente; majoritatea turiștilor dorind să viziteze obiective turistice precum „Muzeul Național de Istorie Naturală Grigore Antipa”, Castelul Bran sau Cetatea Sighișoara. În ceea ce privește turismul balnear, Harghita se confruntă cu un adversar foarte puternic, anume Litoralul Românesc, care oferă activități diversificate, tuturor grupurilor sociale – existând oferte pentru tineri, pentru adulți, pentru cei cu un venit redus, respectiv pentru cei cu un venit peste mediu.

Potrivit datelor statistice, în perioada 2016-2018, se observă creșteri de aproximativ 9% în rândul turiștilor străini, în județul Harghita, iar la nivel național se înregistrează o mărire a procentului de până la 12%. Acest fenomen de sporire se datorează atât dezvoltării precedente a județului dar și factorilor socio-economici favorabili. Într-o eră a globalizării și a tehnologiei, unde informația se află la doar un click distanță, promovarea în mediul on-line este atât o strategie eficientă cât și economică.

Pe plan promoțional, imaginea națională are de suferit, deoarece nu există o strategie de promovare turistică bine definită; în prezent, existând doar un singur material promoțional național oficial eliberat de RO2019EU¹¹. Ministerul Turismului a făcut public noul videoclip de promovare a României. Filmul are 3 minute și jumătate și mesajul: „România, o destinație pentru 365 de zile de vacanță pe an”. În imagini apar clădiri istorice și obiceiuri populare, alături de cluburi și festivaluri de muzică. Această măsură ar putea fi benefică, însă greșelile din trecut, precum folosirea înregistrărilor despre alte zone, decât cele din România, au contribuit la o

⁹ TripAdvisor ([https://www.tripadvisor.com/Tourism-g2699689-Harghita County Central România Transylvania-Vacations.html](https://www.tripadvisor.com/Tourism-g2699689-Harghita%20County%20Central%20Rom%C3%A2nia%20Transylvania-Vacations.html)), accesat la 22 mai 2019.

¹⁰ TripAdvisor ([https://www.tripadvisor.com/Tourism-g2699689-Harghita County Central România Transylvania-Vacations.html](https://www.tripadvisor.com/Tourism-g2699689-Harghita%20County%20Central%20Rom%C3%A2nia%20Transylvania-Vacations.html)), AutoEurope ([https://www.autoeurope.com/travel-blog/top-10-places-to-visit-in-România/](https://www.autoeurope.com/travel-blog/top-10-places-to-visit-in-Rom%C3%A2nia/)), WorldAtlas ([https://www.worldatlas.com/articles/the-most-visited-tourist-attractions-in-România.html](https://www.worldatlas.com/articles/the-most-visited-tourist-attractions-in-Rom%C3%A2nia.html)), accesate la 22 mai 2019

¹¹ YouTube, ([https://www.worldatlas.com/articles/the-most-visited-tourist-attractions-in-România.html](https://www.worldatlas.com/articles/the-most-visited-tourist-attractions-in-Rom%C3%A2nia.html)), accesat pe 22 mai 2019.

scădere a interesului față de acesta. O altă problemă o reprezintă bariera lingvistică, deoarece videoclipul de promovare este înregistrat exclusiv în limba română, limitând accesul turiștilor străini, nevorbitori de limba română.

Instrumentele utilizate pentru promovarea turismului se realizează fie individual, de către agențiile turistice, prin social media; fie prin intermediul festivalurilor de muzică (Untold, Neversea, Electric Castle), ce atrag anual aproximativ 250.000 de turiști.

Totuși, nu sunt de ajuns măsurile existente și implementate. După TUI și Neckermann, și compania Dertour a renunțat să mai promoveze ofertele românești în 2018, fiind unul dintre marii turoperatori germani, având ca argument infrastructura deficitară, numărul mic de hoteluri de calitate și tarifele foarte mari practicate de acestea. România a devenit singura țară din regiune care nu mai este promovată în cataloagele marilor turoperatori din Germania, stat care recent era principalul furnizor de turiști pentru piața locală. În schimb, în loc să remedieze situația, măsurile noi implementate vizează promovarea României pe continentul Asiatic, fiind un eșec atragerea turiștilor din această zonă.

2.2.6 PROBLEMA RESURSELOR UMANE ÎN TURISMUL DIN JUDEȚUL HARGHITA

În cadrul analizei privind situația actuală personalului care activează în domeniul turismului și a potențialului personal în acest sector pe lângă aspecte privind piața muncii în sectorul turistic sunt luate în considerare și aspecte legate de sistemul educațional și logistic formal și informal care contribuie la dobândirea cunoștințelor și competențele personalului.

La nivelul județului Harghita, turismul este perceput ca un punct de reper în cadrul dezvoltării regionale și microregionale, ceea ce presupune analiza și abordarea tuturor aspectelor pozitive și negative din acest domeniu. Cu privire la forța de muncă din sectorul turistic, în cadrul strategiei trebuie identificate deficiențele ale sistemului educațional prin raportarea la cerințele pieței; respectiv propuse cele mai bune măsuri de corectare și completare a deficiențelor identificate, într-o manieră care să conducă la rezolvarea problemei resurselor umane din sectorul turistic de la nivelul județului Harghita, astfel încât în acest sector să activeze personal profesionist, competent și capabil de a contribui la dezvoltarea sectorului turistic al județului Harghita (în sens restrâns) cât și la dezvoltarea economică a acestui județ (în sens larg).

Principalele aspecte abordate în cadrul acestui subcapitol constau în:

- analiza forței de muncă în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita și raportarea acesteia la unitățile ierarhic superioare
- analiza locurilor de muncă vacante în domeniul turismului

Rezultatele analizelor menționate anterior vor evidenția aspectele pozitive și negative ale pieței forței de muncă din domeniul turismului de la nivelul județului Harghita și pe baza concluziilor formulate prin interpretarea acestor rezultate vor fi stabilite obiective strategice și propuse măsuri pentru îmbunătățirea domeniului turistic de la nivelul județului Harghita în contextul resurselor umane.

2.2.6.1 Analiza forței de muncă în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita

Principalul indicator al forței de muncă dintr-un domeniu al economiei naționale îl constituie efectivul populației ocupate în domeniul respectiv. Astfel, forța de muncă din domeniul turismului de la nivelul județului Harghita, dar și de la nivelul structurilor ierarhic superioare (regional și național) este definită de numărul persoanelor ocupate în diverse ramuri ale acestui sector. Principalele instrumente ale analizei pieței forței de muncă în domeniul turismului constau în: evoluția efectivului populației ocupate în acest sector, ponderea acestei populații de la nivel județean în totalul populației ocupate în sectorul turistic de la nivel regional și național, respectiv evoluția veniturilor realizate de către personalul care activează în acest domeniu.

Situația forței de muncă din domeniul turismului, la nivel național, regional și județean este prezentată în următorul tabel:

Tabelul nr.11. Forța de muncă în domeniul turismului în perioada 2015 – 2017

Denumire element	2015 (mii persoane)	2016 (mii persoane)	2017 (mii persoane)
România	174,2	193,3	204,2
Regiunea Centru	28	30,4	31,5
Județul Harghita	3,2	3,4	3,6

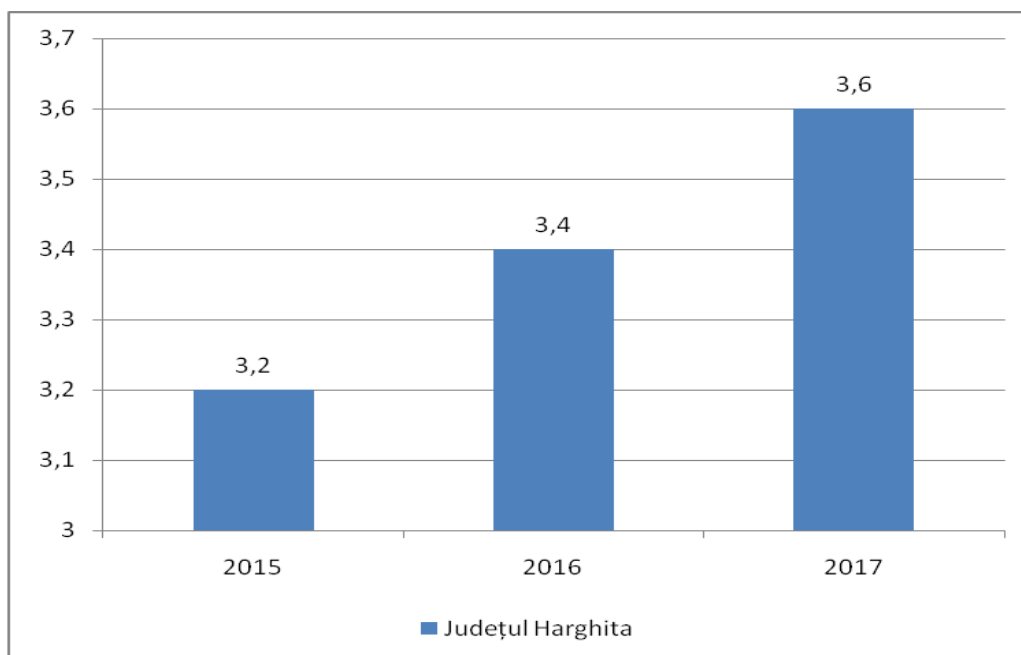
Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa din Tabelul nr.11, populația ocupată în domeniul turismului de la nivel național, regional și județean a înregistrat un trend de evoluție ascendent, aspect care evidențiază dezvoltarea domeniului turistic la nivelul acestor structuri administrative.

În contextul evoluției, forța de muncă ocupată în domeniul turismului, de la nivelul județului Harghita, prezintă următoarea situație:

Figura nr. 47 - Evoluția populației ocupate în sectorul turistic de la nivelul județului Harghita, în perioada 2015 – 2017

- mii persoane -



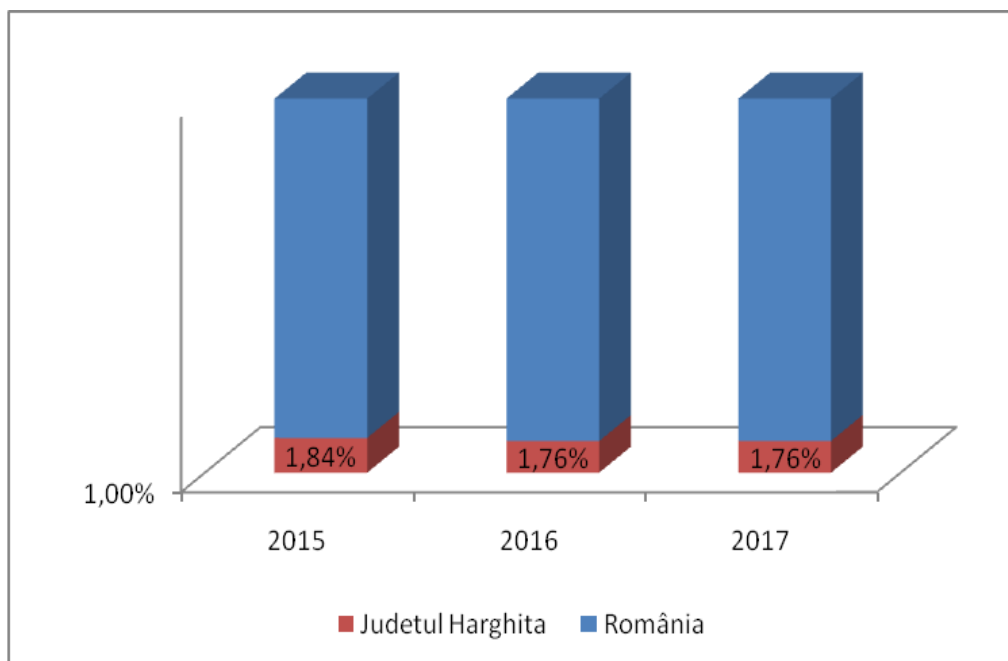
Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.47, în perioada 2015 – 2017, populația ocupată în sectorul turismului de la nivelul județului Harghita, a evoluat în sens ascendent, aspect ce evidențiază potențialul de dezvoltare al acestui sector.

În anul 2016, față de anul 2015, populația ocupată în sectorul turismului de la nivelul județului Harghita a evoluat în sens ascendent, prin majorarea cu 0,2 mii persoane, respectiv cu 6,25% (de la 3.2 mii persoane în 2015, la 3,4 mii persoane în 2016), iar în baza aceluiași trend ascendent, în anul 2017 față de 2016, această populație a județului Harghita s-a majorat cu 0,2 mii persoane, respectiv cu 5,88% (de la 3,4 mii persoane în 2016 la 3,6 mii persoane în 2017).

În ceea ce privește situația forței de muncă din sectorul turismului din județul Harghita, prin raportarea acesteia la structurile administrative superioare ierarhic, se conturează următoarea imagine:

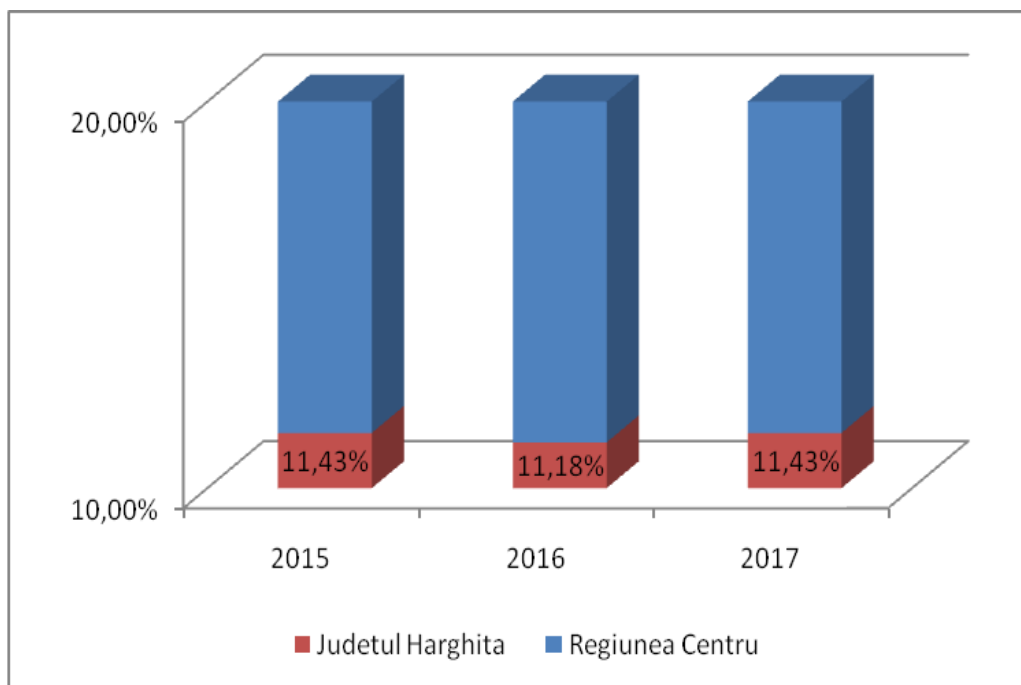
Figura nr.48 - Situația forței de muncă ocupată în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita prin raportarea la nivel național



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr.48, în anul 2015, populația ocupată în sectorul turistic de la nivelul județului Harghita reprezenta 1,84% din totalul acestei populații de la nivel național, iar în următorii 2 ani, ponderea populației ocupate în sectorul turistic de la nivelul județului Harghita în totalul acestei populații de la nivel național s-a diminuat și menținut la 1,76%. Diminuarea ponderii populației ocupate în domeniul turistic de la nivelul județului Harghita, în totalul acestei populații de la nivel național, se datorează ritmului accelerat al evoluției ascendente a populației ocupate în sectorul turistic de la nivel național, comparativ cu ritmul evoluției ascendente a acestei populații de la nivelul județului Harghita.

Figura nr.49 - Situația forței de muncă ocupată în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita prin raportarea la nivel regional



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr. 49, în anul 2015, populația județului Harghita, ocupată în sectorul turistic, reprezenta 11,43% din totalul acestei populații de la nivelul Regiunii Centru. În anul 2016 pe fondul ritmului evoluției ascendente, mai accelerat la nivelul Regiunii Centru, decât la nivelul județului Harghita, ponderea populației ocupate în domeniul turismului de la nivelul acestui județ, s-a diminuat cu 0,25 puncte procentuale, reprezentând 11,18% din totalul acestei populații de la nivelul Regiunii Centru. În anul 2017, pe fondul ritmului evoluției ascendente a populației ocupate în sectorul turismului, de la nivelul județului Harghita, mai ridicat față de ritmul evoluției acestei populații la nivelul Regiunii Centru, ponderea populației ocupate în sectorul turismului, de la nivelul județului s-a majorat cu 0,25%, astfel încât, în anul 2017, populația județului Harghita, ocupată în domeniul turismului reprezenta 11,43% din totalul acestei populații de la nivelul Regiunii Centru.

2.2.6.2 Analiza locurilor de muncă vacante în domeniul turismului

Numărul locurilor de muncă vacante din sectorul turismului, reprezintă nevoia de personal ocupat în acest sector, această nevoie fiind determinată ca medie a principalilor indicatori implicați: oferta turistică – cererea turistică – personalul ocupat în sectorul turistic.

Referitor la numărul locurilor de muncă vacante, la nivelul subdiviziunilor administrative ale României, Institutul Național de Statistică pune la dispoziție informații doar la nivel regional.

Situația locurilor de muncă vacante din sectorul turismului de la nivelul Regiunii Centru este prezentată în următorul tabel:

Tabel nr. 12. Locurile de muncă vacante de la nivelul Regiunii Centru în perioada 2015 – 2016

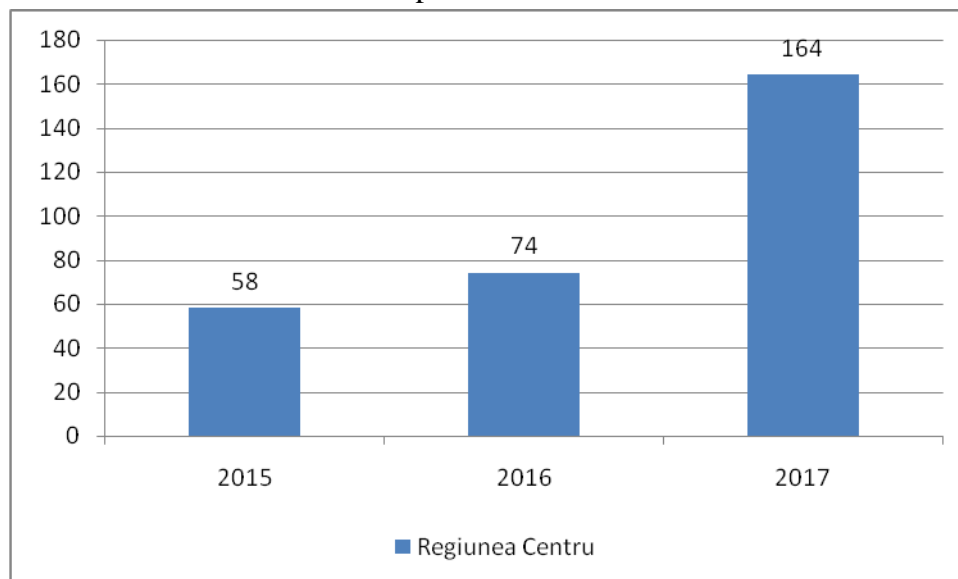
Denumire element	2015	2016	2017
Regiunea Centru	58	74	164

Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa din Tabelul nr.12, numărul locurilor vacante din sectorul turistic de la nivelul Regiunii Centru, în perioada 2016 a înregistrat un trend ascendent de evoluție, fapt care evidențiază nevoia de personal în acest sector, în raport cu cererea și oferta turistică, respectiv personalul ocupat.

În ceea ce privește evoluția locurilor de muncă vacante din domeniul turismului, de la nivelul Regiunii Centru, în perioada 2015 – 2017 situația este următoarea:

Figura nr. 50 - Evoluția locurilor de muncă vacante în sectorul turistic de la nivelul Regiunii Centru în perioada 2015 – 2017



Sursa: Institutul Național de Statistică

După cum se poate observa de pe Figura nr. 50, în anul 2016 față de 2015, numărul locurilor de muncă vacante în sectorul turistic de la nivelul Regiunii Centru a evoluat în sens ascendent, majorându-se cu 16 astfel de locuri, respectiv cu 27,59% (de la 58 locuri vacante în 2015 la 74 locuri vacante în 2016). În anul 2017 față de anul 2016, în baza aceluiași trend, ascendent al evoluției, numărul locurilor de muncă vacante în sectorul turistic, de la nivelul Regiunii Centru s-a majorat cu 90 astfel de locuri, respectiv cu 121,62% (de la 74 locuri vacante în 2016 la 174 locuri vacante în 2017).

Existența locurilor de muncă vacante în sectorul turismului și evoluția ascendentă a numărului acestora, evidențiază nevoia de personal în acest sector, respectiv necesitatea formării profesionale a personalului potențial angajat în acest sector.

2.2.6.3 Sistemul de autorizare și atestare în turism – Licențe și brevete de turism; acordarea Calificării de ghid turistic

Direcția autorizare și monitorizare, din cadrul Ministerului turismului, autoritate responsabilă pentru dezvoltarea, monitorizarea și managementul activităților turistice; este responsabilă de îndeplinirea următoarelor atribuții:

1. Inițierea și promovarea actelor normative specifice domeniului autorizării și privatizării respectiv post-privatizării societăților comerciale cu profil turistic
2. În tocmirea sintezelor și rapoartelor referitoare la activitatea de autorizare, privatizare și post-privatizare a societăților comerciale cu profil turistic
3. Autorizarea agențiilor economice și personalului de specialitate din domeniul turismului respectiv:
 - acordă licența agențiilor de turism
 - clasifică structurile de primire turistică
 - acordă brevete personalului de specialitate
 - eliberează atestate ghizilor de turism
 - acordă autorizație plajelor cu destinație turistică
 - acordă autorizații pentru desfășurarea activităților de turism nautic
 - acordă autorizații pentru desfășurarea activităților de agrement nautic
 - omologhează pârtiile de schi și traseele turistice montane
 - acordă avize conform documentațiilor de urbanism și amenajare a teritoriului pentru zone și stațiuni turistice, respectiv pentru documentații tehnice specifice construcțiilor din domeniul turismului
 - atestă prin certificare dreptul de proprietate asupra terenurilor pentru societățile comerciale care activează în domeniul turismului.
4. realizează procedura de atestare a stațiunilor turistice de interes local sau național
5. asigură și verifică respectarea criteriilor de clasificare și licențiere a structurilor turistice și a agențiilor de turism în vederea autorizării acestora
6. verifică îndeplinirea criteriilor minime privind dotarea plajelor turistice în vederea obținerii autorizațiilor
7. coordonează activitatea de privatizare și post privatizare a societăților comerciale care activează în domeniul turismului, respectiv elaborează și aplică strategiile de privatizare în domeniul turismului și asigură gestionarea procesului de privatizare al societăților care activează în domeniul turismului

8. monitorizează exercitarea drepturilor și obligațiilor statului, ca acționar al societăților comerciale care activează în domeniul turismului până la finalizarea procesului de privatizare
9. participă la activități de documentare și informare profesional: conferințe, congrese, simpozioane și alte evenimente organizate la nivel național și internațional în vederea îmbunătățirii activității de autorizare și control
10. colaborează cu organisme și instituții din țară și străinătate specializare pentru autorizarea, controlul și promovarea calității serviciilor turistice
11. coordonează activitatea de autorizare a agenților economici și a personalului de specializare din domeniul turismului
12. În deplinirea oricăror altor obligații delegate de conducerea Ministerului Turismului.

Licențele și brevetele de turism

Licența de turism reprezintă documentul care atestă capacitatea deținătorului de a presta servicii turistice conform standardelor de calitate și siguranță pentru turiști și oportunitatea de a înființa o agenție de turism.

Brevetul de turism reprezintă documentul care atestă capacitatea profesională a persoanelor fizice specializate în domeniul turismului, de a ocupa poziții de conducere a agențiilor de turism sau a structurilor de primire turistică.

Autoritatea abilitată pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism este Ministerul Turismului, care la cererea agentului economic eliberează aceste documente, în termen de 30 de zile de la data înregistrării cererii agentului economic/persoanei fizice. Aceste documente se eliberează după efectuarea verificărilor de către Ministerul Turismului și asigurarea îndeplinirii tuturor criteriilor de către solicitant (agent economic/persoană fizică).

Ghizi de turism

Ghidul turistic este persoana competentă în a conduce și îndruma un grup de tuiși sau vizitatori în cadrul unei vizite a obiectivelor turistice și de a oferi explicații și informații referitoare la obiectivele turistice vizitate. De asemenea, responsabilitatea ghidului turistic constă și în asigurarea desfășurării în cele mai bune condiții a programului turistic organizat.

Cerințele, baza legislativă și categoriile atestatelor în turism acordate la nivel național, valabile și pentru județul Harghita sunt prezentate în cele ce urmează:

Tabel nr. 13. Cerințe, baze legislative și categorii de atestare în turism

Denumire element	Ghizi turistici	Licență de turism	Brevet de truisim
Baza legislativă	HG 305/2001	ORDIN 1866/2010	ORDIN 1866/2010

	HG 361/2003 ORDIN 637/2004	HG 1267/2010	HG 1267/2010
Cerințe	<p>Certificat de calificare – Centrul Național de Învățământ Turistic</p> <p>Atestat de ghid</p> <p>Atestat de cunoaștere a unei limbi de circulație internațională</p>	<p>- activitate turistică precizată în obiectivul agentului</p> <p>- înregistrare în registrul comerțului</p>	<p>- atestat de pregătire profesională</p> <p>- atestare a perioadei de activitate în domeniul turismului</p> <p>- atestat de cunoaștere a unei limbi străine</p>
Categorii	<p>- ghid local</p> <p>- ghid național</p> <p>- ghid specializat pe anumite segmente – montan, drumeție montană, artă, supraveghetor, animație, habitat natural: faună, floră, ornitologie; sportiv: alpinism și cățărare pe stânci; schi, bob, înot, canotaj, iahting, zbor cu aparate ultraușoare (deltaplan, parapantă etc.)</p>	-	<p>- se eliberează brevet de turism pentru următoarele funcții:</p> <p>a) manager în activitatea de turism</p> <p>b) director de agenție de turism touroperatoare</p> <p>c) director de agenție de turism detailistă</p> <p>d) director de hotel</p> <p>e) director de restaurant</p> <p>f) cabanier</p>

2.2.7. SOLUȚII PENTRU INTRODUCEREA CURSURILOR DE SPECIALITATE ȘI VOCAȚIONALE ÎN DOMENIUL TURISMULUI, PRECUM ȘI A CURSURILOR DE LIMBI STRĂINE DESTINATE PERSOANELOR CARE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITĂȚI ÎN ACEST DOMENIU, CU ATENȚIE DEOSEBITĂ ACORDATĂ CURSURILOR DE LIMBA ROMÂNĂ

La momentul actual, județul Harghita, în pofida potențialului său turistic, se confruntă cu probleme în ceea ce privește comunicarea în limba română și/sau în alte limbi de circulație internațională, respectiv cu numărul redus al angajaților, care au participat la diferite cursuri de

specializare/specialitate în domeniul turismului. În cadrul acestui capitol, au fost analizate câteva dintre dificultăți și au fost propuse idei pentru soluționarea acestora.

Principalele probleme cu care se întâmpină acum județul Harghita în domeniul turismului sunt numărul redus de personal specializat și nivelul scăzut de cunoaștere atât a limbii române, cât și a celor de circulație internațională.

Problematica ofertelor gratuite de studiere a limbii române și a celor de circulație internațională (engleză, franceză, germană, posibil chineză), inclusiv a limbajului specific domeniului turismului, pentru locuitorii județului implică și pasivitatea locuitorii județului Harghita, lipsa comunicării și promovării acestor oportunități, respectiv probleme administrative în ceea ce privește diplomele și certificatele primite (întârzierea emiterii certificatelor și a diplomelor și/sau nevalidarea acestora).

O posibilă soluție constă într-un parteneriat cu Facultatea de literatură română-limbă și literatură engleză din cadrul *Universității Sapiientia*¹² cu sediul la Miercurea-Ciuc și cu *Centrul Educațional Spektrum*¹³. Un avantaj al acestei soluții este, că ambele se află în Miercurea-Ciuc, fapt ce include accesibilitatea tuturor din județ. Există mai multe cursuri de formare în domeniul turismului în România, însă pentru obținerea rezultatelor optime, trebuie să ținem cont și de nevoile cetățenilor. Cursurile – atât cele de limba română, cât și cele de formare – trebuie să fie organizate în județul Harghita, astfel eliminând cheltuielile extra pentru cazare, masă și deplasare, ceea ce poate să fie un aspect important, deoarece în majoritatea cazurilor, aceste cheltuieli sunt suportate de către beneficiar. Totodată, cursurile organizate în județul Harghita ar fi accesibile locuitorilor și ar însemna timp redus de deplasare beneficiarilor.

O altă soluție ar fi înființarea unui *Centru de Profesionalizare (sau Centre)*, destinat domeniului turistic. Existența unui astfel de Centru îmbunătățește accesul la finanțări pentru cursurile necesare, constituie un punct fix (sau mai multe, după caz) celor, care pot fi interesați de oferirea cursurilor sau participarea la cursuri, întrunește factorii interesați etc. În cadrul centrului, pentru creșterea interesului, prin accesarea fondurilor și prin crearea de parteneriate, pot fi organizate excursii și schimburi de experiență dintre țări (în cazul celor care studiază limbi de circulație internațională, respectiv în ceea ce privește domeniile turismului – schimb de experiență pentru bucătari, ospătari) și regiuni sau județe din România (pentru cei ce studiază limba română). În cadrul acestora, participanții vor afla ce strategii de turism sunt implementate în alte state, alte regiuni și/sau localități (analizând dacă ar putea acestea contribui la dezvoltarea ținutului natal sau dacă strategiile interne a diferitelor localuri pot fi transpuse și în județul Harghita), vor vizita obiectivele turistice, se vor familiariza cu limbajul specializat.

Centrul/Centrele ar putea facilita și dialogul între tineri și angajatori, astfel după încheierea cursurilor, pot fi implementate sesiuni de consiliere, prin care pot fi identificate

¹² Universitatea Sapiientia, Admitere, <http://www.sapiientia.ro/ro/admitere/programe-de-studiu-de-licenta/miercurea-ciuc/limba-si-literatura-romana-engleza>, accesat la 21 mai 2019.

¹³ Centrul Educațional Spektrum, <https://sec.ro/ro>, accesat la 21 mai 2019.

posibilele locuri de muncă și/sau posibili candidați, în pensiunile, muzeele și alte destinații turistice, astfel un anumit număr de foști studenți (în dependență de capacitățile celor menționate anterior) vor ajunge angajați în domeniul respectiv.

2.2.8 CURSURI DE PERFECTIONARE DESTINATE GHIZILOR

În cazul județului Harghita, în ceea ce privește situația ghizilor, putem identifica două situații:

- ghizi cu studii în domeniu
- ghizi fără studii în domeniu (persoane care sunt sau pot fi interesate de domeniu)

În cazul persoanelor care deja activează în calitate de ghid, au studii superioare în domeniul turismului, dar sunt șomeri (dar nu este o clauză exclusivă), se pot oferi cursuri, prin care să devină și ei formatori și să ofere traininguri celor, care sunt interesați de domeniu sau de profesie. Această soluție ar contribui la formarea țintită, conform nevoilor județului, respectiv resurselor existente, facilitând o comunicare mai bună între traineri și cei care participă la curs/training/workshop.

O altă posibilitate este un parteneriat cu un centru de pregătire și calificare, de exemplu Fundația A.P.T. International (în cazul acesteia, cel mai apropiat sediu se afla în Brașov, ceea ce înseamnă că vor exista cheltuieli suplimentare pentru asigurarea necesarului minim - masă, deplasare, dacă nu va fi găsit sau înființat un centru mai apropiat).

În acest caz, putem iniția și soluția Centrului de formare, propuse în subcapitolul 2.2.7., care ar putea oferi locația și necesitățile acestor cursuri, precum și sprijinul necesar pentru diferite activități, precum parteneriate, proiecte etc.

2.3 SINTEZA ANALIZEI STATISTICE A TURISMULUI DE LA NIVELUL JUDEȚULUI HARGHITA

Analiza statistică efectuată asupra sectorului turistic de la nivelul județului Harghita, reflectă următoarele aspecte:

- La nivelul județului Harghita, în perioada 2016 – 2018, numărul turiștilor de la nivelul județului Harghita a evoluat în sens ascendent. Trendul ascendent al evoluției numărului turiștilor evidențiază capacitatea de atracție turistică a județului Harghita, indicând totodată necesitatea de dezvoltare a sectorului turistic de la nivel județean.
- Proporția medie a numărului turiștilor care au vizitat județul Harghita în perioada 2016 – 2018 este de aproximativ 1,69% din efectivul turiștilor de la nivel național și aproximativ 7,18% din totalul turiștilor de la nivelul Regiunii Centru.
- Județul Harghita reprezintă destinația pentru care optează în principal turiștii români, aceștia reprezentând aproximativ 75% din totalul turiștilor, iar proporția de 25% a turiștilor străini este alcătuită din turiști care provin din țările: Ungaria, Austria, Germania și Republica Moldova.

- Proporția medie a numărului turiștilor români care au vizitat județul Harghita în perioada 2016 – 2018 este de aproximativ 1,64% din efectivul turiștilor români de la nivel național și aproximativ 6,67% din totalul turiștilor români de la nivelul Regiunii Centru
- Proporția medie a numărului turiștilor străini care au vizitat județul Harghita în perioada 2016 – 2018 este de aproximativ 1,86% din efectivul turiștilor străini de la nivel național și aproximativ 9,38% din totalul turiștilor români de la nivelul Regiunii Centru.
- În perioada 2016 – 2018, numărul structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita a evoluat în sens ascendent, fapt care evidențiază tendințele de dezvoltare a sectorului turistic din acest județ, din perspectiva ofertei turistice.
- Proporția medie a numărului structurilor de primire turistică din județul Harghita, în perioada 2016 – 2018 este de aproximativ 5,22% din efectivul structurilor de primire turistică de la nivel național și aproximativ 17,79% din totalul structurilor de primire turistică de la nivelul Regiunii Centru.
- Principalele tipuri de structuri de primire turistică la nivelul județului Harghita, în ordinea preferințelor turiștilor sunt sunt: hoteluri , pensiuni agroturistice, pensiuni turistice, cabane turistice, vile turistice și moteluri.
- În perioada 2016 – 2018, efectivul populației ocupate din județul Harghita, care activează în sectorul turistic a evoluat în sens ascendent, aspect care evidențiază potențialul de dezvoltare a acestui sector la nivel județean, cu sprijinul personalului implicat în acest domeniu.
- Proporția medie a numărului salariaților care activează în sectorul turistic din județul Harghita, în perioada 2016 – 2018 este de aproximativ 1,79% din efectivul forței de muncă din acest domeniu de la nivel național și aproximativ 11,35% din totalul salariaților care activează în sectorul turistic de la nivelul Regiunii Centru.

III. ANALIZĂ DE COMPETITIVITATE

3.1 ATRACȚII NATURALE ȘI ANTROPICE

Analiza generală

La capitolul atracții antropice, în județ se află:

Băile Tușnad, cel mai mic oraș din țară, supranumit și "Perla Ardealului". Stațiunea a apărut în 1842 și a devenit faimoasă datorită proprietăților curative ale apelor din zonă. Stațiunea atrage de zeci de ori mai mulți turiști decât numărul de locuitori din localitate. De asemenea, Băile Tușnad este renumit și pentru mofetele sale.

Cetatea Slăninilor, aflată în satul Dârjiu, este numele pe care sătenii îl dau bisericii fortificate de la ei din sat, deoarece aceasta posedă încăperi răcoroase în care aceștia și-au depus provizii pentru iarnă de sute de ani (slănina afumată, ciolane etc).

Figura nr.51 - Cetatea Slăninilor din satul Dârjiu



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Satul Crișeni posedă o atracție antropică, și anume unicul muzeu din România dedicat pălăriilor de paie. În interiorul acestui muzeu se află și cea mai mare pălărie de paie din lume

conform Guinees World Records, confecționată în anul 2004. Muzeul numără câteva mii de vizitatori în fiecare an, acesta având nevoie de promovare mai bine coordonată, la nivel național și internațional, sau incluzându-i în programele specifice turiștilor.

Figura nr.52 - Muzeul pălăriilor de paie din satul Crișeni



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Castelul Lazar este situat în comuna Lăzarea și poartă numele familiei de nobili care l-a creat. Stilul de arhitectura este cel renescentist, zidurile fiind decorate cu cornisa pictată și crenelată. Castelul găzduiește anual tabere de creație pentru artiști, lucrările câștigătoare fiind expuse ulterior în castel. Din ianuarie 2014, castelul este închis temporar, deoarece a fost retrocedat foștilor proprietari. Există însă demersuri pentru reintroducerea acestuia în circuitul turistic.

Figura nr.53 - Castelul Lazăr de la Lăzarea



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Cetatea țărănească de la Cârța, din satul Cârța, care are ca atracție principală Biserica romano-catolică, construită în jurul anului 1500, în stil gotic. Satul nu posedă multe pensiuni, astfel încât cazarea se face în satele învecinate sau în Miercurea Ciuc.

Figura nr.54 - Cetatea țărănească de la Cârța



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Stațiunea Borsec este situată în mijlocul Carpaților Orientali, la aproximativ 100 de kilometri de Bicaș, în localitatea Borsec. Stațiunea este renumită pentru apele minerale pe care le posedă. Compania Romaqua Group S.A., originară din localitate, extrage apa minerală și o vinde atât în țară, cât și în SUA, Israel, Canada, primind în 1878 titlul de regina apelor minerale. De asemenea, în localitate se mai regăsesc și trasee montane. Sapte Izvoare este situat la 1550 metri de centrul stațiunii și este știut datorită numărului mare de izvoare de apă potabilă care alimentează întreaga stațiune. Poiana Zânelor, Grota Urșilor, Peștera de Gheață, Izvorul Străvechi, Izvorul Pierre Curie sau Cetatea Bufnițelor sunt alte câteva trasee montane de urmat.

Figura nr.55 - Stațiunea Borsec



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Porțile secuiești din comuna Brădești. În 1973 s-au numarat: langa drumul care duce la Ciuc doua porti mari, langa drumul spre Gheorgheni, pe partea dreapta 17 porti mari si o poarta mica, iar pe partea stanga 13 porti mari si o poarta mica. În sat se afla si un mester popular, Dávid Mózes, care mai construieste si in prezent porti. Ornamentele specifice sunt aplicate manual, respectand atat traditia, cat si preferintele viitorului proprietar.

Figura nr.56 - Poartă secuiască din comuna Brădești



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Statiunea Baile Homorod din orasul Vlahita este o statiune balneoclimaterica si se afla la aproximativ 18 km de Odorheiu Secuiesc, pe valea raului Homorodul Mare și a pârâului Băilor. Caracteristic judetului Harghita, statiunea poseda bai si izvoare de apa minerale, cele mai renumite fiind izvoarele Lobogo, Maria, Csorga, Homoradi, Ilona, Fenyves). Caracteristica apelor acestor izvoare este continutul bogat in minerale: Li, Mn, Br. J.

Factori naturali de cură prezenți în stațiune:

- ape minerale sulfuroase
- clorurate
- bicarbonatate
- sulfatate
- sodice
- nămol sapropelic
- bioclimat de crutare

În această stațiune se pot trata cei care prezintă afecțiuni reumatismale degenerative (spondiloză cervicală, dorsală și lombară, artroze, poliartroze); afecțiuni reumatismale

abarticulare (tendinoze, tendomioze, tendoperiostoze-periartrita scapulohumerală etc.); afecțiuni ginecologice (metroanexite cronice, tulburări minore de pubertate și de menopauză); afecțiuni dermatologice (psoriazis, keratodermii); afecțiuni endocrine.

Figura nr.57 - Statiunea Baile Homorod



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Ca atracții turistice de natură religioasă, Harghita prezintă Mănăstirea Izvoru Mureșului, cu hramul “Adormirea Maicii Domnului” situată la poalele Hășmașului Mare, între Miercurea Ciuc și Gheorghieni. Construcția acestuia a început în anul 1996 și biserica a fost sfințită în anul 2000 de către Patriarhul Teoctist.

Figura nr.58 - Mănăstirea Izvorul Mureșului



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Alt obiectiv de natură religioasă este Biserica Franciscană din orașul Odorheiu Secuiesc, construită într-o îmbinare de stiluri baroc și clasic, iar cele două turnuri din față au o ușoară influență renașcentistă. Biserica și mănăstirea au fost construite între anii 1728 – 1779. Din 1990,

mănăstirea a fost cedată pentru 25 de ani surorilor franciscane. Actualmente ritul bisericii este romano-catolic.

Figura nr.59 - Biserica Franciscană din Odorheiu Secuiesc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Casa Memoriala Nagy Imre reprezintă un punct de atracție turistică pentru locuitorii din Miercurea Ciuc și din regiunile apropiate. Imre Nagy a fost un sculptor interbelic și un profesor universitar. În interior se găsesc documente, cărți, piese de mobilier, obiecte personale și colecția de artă a artistului.

Figura nr.60 - Casa Memoriala Nagy Imre



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Castelul Miko din Miercurea Ciuc, realizat în stil neorenascist, cu plan geometric regulat și bastioane italienești. El este cel mai vechi și mai important monument istoric al orașului. A fost construit pe malul râului Olt între anii 1623-1631, din ordinul contelui Hidvegi Miko Ferenc. În timpul revoluției din 1848-1849 a fost sediul comandantului forțelor revoluționare secuiești, Gal Sandor. După revoluție, a rămas în folosința armatei. Castelul este monumentul renescentist cel

mai bine păstrat din Secuime. În prezent, el este sediul Muzeului Secuiesc al Ciucului, muzeu în care vizitatorii se pot bucura de o bogată colecție de istorie locală, științele naturii, artă populară, meșteșuguri populare, arta bisericească, tipărituri vechi și arte plastice. În curtea interioară a castelului se țin concertele din cadrul Festivalului Muzicii Vechi.

În parcul din fața castelului se află două statui, cea a lui Petofi Sandor și cea a lui Nicolae Bălcescu.

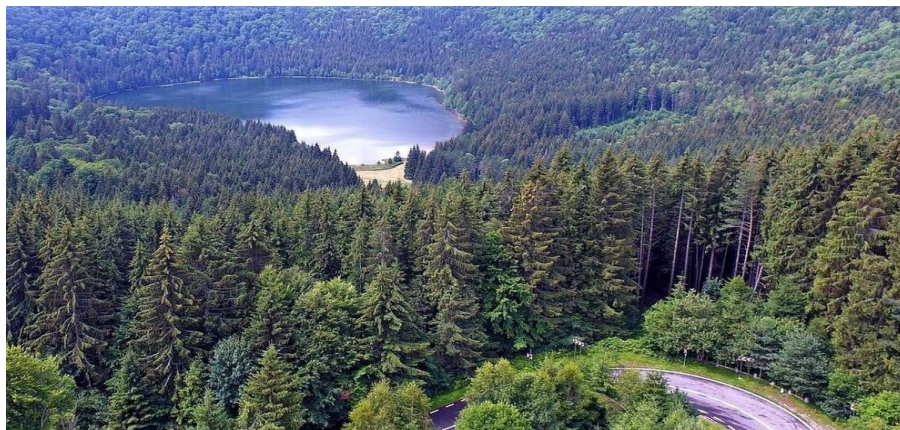
Figura nr.61 - Castelul Miko din Miercurea Ciuc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Lângă Băile Tușnad se află satul Lăzărești, de care aparține Lacul Sfânta Ana și în imediata lui apropiere se află Tinovul Mohoș. I se mai spune Lacul cu mușchi. Este de fapt o mlaștină care s-a format de 3.000 de ani într-un crater vulcanic masivul Ciomatu cu turbă. Sunt 17 lacuri cu apă aproape neagră în Tinov. Adevărate capcane pentru turiști și pentru animale. Adâncimea mlaștinei depășește pe alocuri 70 de metri. O excursie în Tinovul Mohoș dezvăluie însă tot felul de rarități ale naturii. Marea atracție a rezervației este planta carnivoră cunoscută sub numele de Roua Cerului. Este veche de 16.000 de ani, din era glaciară. Lacul Sfânta Ana, singurul lac natural vulcanic din România, aflat la 17 kilometri distanță de Bixad. Lacul se află la o altitudine de 949-950 de metri. Peștera Sugău (Pestera Soaptelor, în traducere) are o lățime de un kilometru și patru etaje. Nu se poate vizita însă decât un traseu de 150 de metri din ea.

Figura nr.62 - Lacul Sfânta Ana



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Cheile Vârghisului cuprind aproximativ 50 de peșteri, dintre care cea mai faimoasă este Peștera Merești. Înainte de intrare în peșteră există urme de ziduri de fortificație, care arată căpeștera a fost folosită în trecut în caz de invazie. Peștera are două intrări, doar una fiind nou-amenajată. Are două Săli principale – sala Mare și Sala Fekete Istvan. Numele celei de a doua vine de la numele speologului care, în 1835, a cartografiat peștera în detaliu, hărțile sale pot fi folosite și astăzi. La terminarea cercetărilor, speologul a publicat o lucrare de 16 pagini, la care a atașat și harta. Doar două exemplare din aceasta s-au mai păstrat astăzi, una stă la Budapesta, iar alta la Odorheiul Secuiesc. De asemenea, peștera prezintă un interes pentru oamenii de știință, datorită fosilelor umane preistorice descoperite aici.

Figura nr.63 - Cheile Vârghisului



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Salina de la Praid este cunoscută pentru proprietățile curative pe care aerul din salină le are, curele în această salină fiind recomandate pentru tratarea anumitor afecțiuni pulmonare. Din 2014 s-a deschis și un ștrand cu apa sarata. Aici se afla și cel mai mare muzeu de fluturi din România.

Figura nr.64 - Salina Praid



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Gâtul Iadului este unul dintre sectoarele din Cheile Bicazului și cuprinde și trecătoarea care face legătura cu Cheile Bicajelului, este o atracție pentru alpiști.

Figura nr.65 - Gâtul Iadului din Cheile Bicazului



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Comuna Bilbor este cea mai bogată așezare din județul Harghita cu privire la izvoarele de apă minerală - peste 700 la număr. Apele minerale de aici sunt considerate de calitate ridicată, comuna producând vaste cantități de apă minerală. Pe lângă acestea, se găsesc, la fel ca în alte zone din județ, specii rare de plante precum jneapănul, tisa, trestia de câmp, zâmburul, cimbrisorul, garofița pitica sau bujorul de munte etc. Acestea sunt specii protejate de lege, fiind considerate monumente ale naturii.

Figura nr.66 - Comuna Bilbor



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Aceste atracții oferă o viziune unică în ceea ce privește istoria, cultura județului Harghita, și pot fi identificate ca resurse principale în ceea ce privește dezvoltarea turismului local și regional.

Aceste stațiuni oferă județului Harghita avantaj în ceea ce privește și turismul de sănătate, întrunind mai multe tipuri de resurse naturale care au efecte pozitive asupra sănătății. Este important de menționat că, chiar dacă există în țară alte oportunități asemănătoare, accesibilitatea județului din orice punct a țării și oportunitățile conexe oferă experiențe unice. În ceea ce privește atracțiile, acestea oferă o viziune unică în ceea ce privește istoria, cultura județului Harghita, și pot fi identificate ca resurse principale în ceea ce privește dezvoltarea turismului local și regional.

3.2 INFRASTRUCTURĂ TURISTICĂ

Județul Harghita beneficiază de o vastă rețea de infrastructură turistică, constând în hoteluri, pensiuni, puncte de informare, cabane, stațiuni, pârtii de schi, locuri de camping și parcare, trasee marcate, trasee cu ghizi etc.

Raportat la atracțiile naturale pe care le posedă, județul Harghita are o infrastructură turistică subdezvoltată. Numărul de locuri de cazare a scăzut simțitor din anii 90 înapoi, datorită închiderii unor stațiuni montane sau balneoclimaterice. În ultimii ani, s-a înregistrat o îmbunătățire a capacității de cazare, însă creșterea a fost mai scăzută decât cea în județele apropiate.

Oferta de cazare este dominată de cazare în unități de tipul pensiunilor turistice și agroturistice; acestea dețin o pondere de 79% a unităților de cazare. În schimb, oferta specializată pentru tineret și/sau călătorii ce tranzitează zona deține o pondere semnificativ mai mică. Numărul de structuri de primire turistice sunt concentrate în mediul rural.

Totuși, deși numărul de locuri de cazare nu este mic, există mari disparități de la o zonă la alta. De cele mai multe ori, disparitățile în capacitatea de cazare corespund cu diferențele de

potențial turistic. Unele zone cu potențial turistic ridicat sau mediu nu beneficiază de infrastructură turistică sau beneficiază foarte slab. Un exemplu concret ar fi Parcul Național Munții Călimani, aflat parțial pe teritoriul județului Harghita, care duce lipsa de pensiuni sau alte tipuri de unități de cazare, iar cele care există au puține locuri sau sunt situate la mare depărtare. Turiștii sunt sfătuiți să-și pregătească astfel concediul din timp, de multe ori acest deficit afectând tranzitul turistic din zonă.

Amenajarea unei infrastructuri de cazare de bază ar duce la creșterea numărului de turiști, în special la categoria city break (turiști pe week-end sau pe durate de până în 3 zile), dar și la categoria de mai lungă durată. Totuși, amenajarea unităților de cazare trebuie făcută astfel încât să nu interfereze cu peisajul natural și în funcție de obiectiv, să nu fie prea aproape de obiectivul vizitat. De exemplu, dacă obiectivul vizitat este o peșteră și pe traseu sunt numeroase pâraie, nu sunt necesare amenajări. În general, obiectivele naturale trebuie să asigure infrastructura de subzistență (surse de apă și hrană, toalete, tomberoane) care să-i permită turistului să viziteze obiectivul fără prea multe bagaje și fără mari pregătiri. În cazul instalațiilor de salubritate, acestea, trebuie să aibă în vedere posibilitatea ca acestea să atragă animale sălbatice (ex. urși), punând în pericol atât viața turiștilor cât și a animalelor. Ele pot fi astfel amenajate ca să nu poată fi accesibile pentru animale, fiind în același timp necesară și verificarea periodică a acestora. Acest lucru este implementat deja în Elveția, dar și în unele localități din România.

Obiectivele antropice, în schimb, permit amenajări turistice mai dezvoltate, cu condiția însă de a respecta stilul arhitectonic al obiectivului sau de a fi amenajat la o distanță de acesta ca să nu facă parte din complex. Ele pot fi amenajate în mod holistic, ca de ex. pensiunile dintr-o zonă să respecte stilul și caracterul zonei respective, cultura locală, chiar dacă caracterul etnic al populației s-a schimbat între timp.

3.3 TURISM BALNEAR – APE MINERALE ȘI MOFETE – BĂI TRADIȚIONALE, IZVOARE DE APĂ MINERALĂ, BĂI CU APE MINERALE

Calitatea și numărul ridicat al surselor de apă minerală din județul Harghita au făcut ca acesta să fie considerat un centru balneoclimateric de la mijlocul secolului al 19-lea, apele minerale fiind valorificate în scop comercial (apa minerală îmbuteliată Tușnad, Borsec etc.), curativ (stațiuni dedicate curelor cu ape minerale; extragerea și prelucrarea mineralelor în scop curativ) sau de recreere. În jurul centrelor balneoclimaterice s-au amenajat cu timpul stațiuni, cele mai cunoscute și vizitate fiind Băile Tușnad, Borsec, Băile Harghita și Băile Homorod. Stațiunea Băile Tușnad este una dintre cele mai vizitate stațiuni balneoclimaterice din țară, datorită faptului că doctorii o recomandă pentru tratarea afecțiunilor sistemului digestiv, respirator, cardiovascular, circulator, endocrin sau chiar nervos.

Stațiune balneară mai puțin cunoscută, Praidul, a cunoscut în ultima vreme o creștere semnificativă a numărului de vizitatori, alături de zone precum Lacul Roșu sau Izvorul Mureșului.

Turismul balnear din Harghita are potențialul de a se dezvolta prin captarea segmentului de city break al turiștilor: turiști din mari orașe precum Cluj, Brașov, Iași, care pleacă adesea în vacanțe în timpul weekendului pentru a evita fenomenul de burn-out, Harghita fiind relativ aproape de aceste centre urbane și universitare, cu o populație relativ tânără, dispusă să cheltuiască bani pe city break-uri.

Alt segment care ar putea fi o oportunitate, îl reprezintă cel al bugetarilor, în special datorită programelor recente de acordare a tichetelor de vacanță. Prin oferirea de pachete avantajoase acestei categorii, pe perioade medii sau lungi (o săptămână, o lună), această categorie de turiști ar putea fi atrași; un avantaj fiind, față de alte destinații populare din România, precum litoralul românesc, proximitatea și prețul accesibil.

O a treia categorie de turiști, important din punct de vedere al acestui tip de turism, o reprezintă pensionarii sau persoanele mai în vârstă. Această categorie este o categorie mai puțin numeroasă, dar cu un buget mult mai ridicat, datorită fenomenului de turism senior.

Figura nr.67 - Izvor de apă minerală



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.68 - Muzeul Apei Minerale de la Borsec



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.69 - Muzeul Apei Minerale de la Szejke



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.70 - Muzeul de apă minerală - Tuşnad Sat



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.4 ECOTURISM

Ecoturismul este forma de turism în cadrul căreia turistul experimentează natura și cultura locală, urmărind:

- producerea unui impact negativ minim asupra naturii și culturii locale;
- conservarea activă a naturii și moștenirii culturale a zonei vizitate;
- utilizarea serviciilor locale;
- înțelegerea elementelor naturii și culturii locale;
- contactul direct, nemijlocit cu localnici și agentul de turism local, facilitat de dimensiunile reduse ale grupurilor de vizitatori;

Astfel, în cadrul activităților ecoturistice pot fi incluse:

- tipuri de activități de aventură (de exemplu rafting, canoeing, turism equestru)
- trasee prestabilite, schi de tură, excursii cu biciclete pe trasee amenajate etc.;
- excursii /drumeții organizate cu ghid;
- tururi pentru observarea naturii (floră, faună);
- excursii de experimentare a activităților de conservare a naturii;
- excursii în comunitățile locale (vizitarea de obiective culturale, vizitarea fermelor tradiționale, vizionarea de manifestări culturale tradiționale, consumul de produse alimentare tradiționale, achiziționarea de produse tradiționale non alimentare etc.).

Activitățile ecoturistice din Harghita sunt variate, județul fiind bogat în atracții și oferte turistice ușor accesibile de pe aplicația Visit Harghita. Aplicația reușește să adune într-un singur loc informații despre toate obiectivele turistice, locurile de cazare și oportunitățile de petrecere a timpului liber, personalizate pe categorii ce sigur vor asigura turistului o agendă de călătorie bogată.

În județul Harghita, se află cea mai mică destinație ecoturistică din țară – Destinația ecoturistică Băile Tușnad și împrejurimile. Din anul 2015, această destinație ecoturistică este administrată de către Organizația GeoEcologică ACCENT, destinația fiind rezultatul mai multor activități ale acestei organizații, între care: amenajarea potecilor tematice, organizarea traseelor pentru biciclete etc.

Destinația ecoturistică Băile Tușnad și împrejurimile este structurată pe următoarele zone:

- Zona 1 – Bazinul Ciucului de Jos – cuprinde Situl Natura 2000 Bazinul Ciucului de Jos (ROSCI0007) cu localitățile: Comuna Sâncrăieni, Comuna Sântimbru, Comuna Sânsimion și Comuna Tușnad
- Zona 2 – Băile Tușnad – cuprinde Rezervația naturală Piatra Șoimilor (2.484) și orașul Băile Tușnad
- Zona 3 – Lacul Sfânta Ana – cuprinde rezervațiile naturale Lacul Sfânta Ana 92.486) și Tinovul Mohoș (2.487) și Situl Natura 2000 Tinovul mohoș - Lacul Sfânta ana (ROSCI0248) cu localitatea Comuna Cozmeni.

Recomandări:

- Modernizarea/renovarea infrastructurii turistice;
- Pachete promoționale pentru grupuri de turiști;
- Colaborarea structurilor de primire oaspeți cu diferite agenții de activități sau ghizi turistici
- Organizarea unor evenimente ce să atragă potențial turistic
- Pregătirea personalului care se ocupă de activități turistice
- Actualizarea strategiilor de marketing existente
- Asigurarea cadrului instituțional pentru funcționarea Organizației de Management a Destinației (OMD) și dezvoltarea acesteia
- Dezvoltarea unei rețele integrate de servicii ecoturistice de calitate la nivelul destinației
- Promovarea unitară a destinației în vederea creșterii numărului turiștilor

- Dezvoltarea capacității organizaționale a OMD în vederea asigurării sustenabilității inițiativei de dezvoltare a destinației ecoturistice și a acțiunilor de conservare.

3.5 TURISM DE IARNĂ – TURISM SPORTIV – CU ACCENT PUS PE PROGRAMUL „ȘCOALA ALTFEL” PE TIMP DE IARNĂ – TURISM INVERNAL ȘI ESTIVAL CU MAI MULTE COMPONENTE

Informații generale:

Resursele naturale existente în județul Harghita oferă numeroase posibilități de practicare a activităților sportive și de petrecere a timpului liber pentru toate categoriile de vârstă, pe parcursul întregului an. Iată doar câteva dintre cele mai frecvente sporturi și forme de divertisment: practicarea de drumeții, orientare, ciclism, alpinism, caiac-canoe, canotaj, echitație, pescuit sportiv, schi, hochei pe gheață, patinaj, săniuș respectiv cu atelaje trase de câini etc.,

Totodată, sălile de sport dotate în mod corespunzător, precum și terenurile cu gazon artificial oferă posibilități excelente pentru practicarea sporturilor, iar dezvoltările ultimilor ani din domeniu se reflectă și în rezultatele sportivilor atât în cadrul sporturilor de iarnă, cât și în sporturile de sală.

Astfel, Consiliul Județean Harghita pune un accent deosebit pe conștientizarea importanței stilului de viață sănătos, a mișcării, promovarea posibilităților de petrecere a timpului liber, dezvoltarea diferitelor ramuri sportive. În acest sens s-a întocmit Strategia de sport a județului, cu programe proprii de susținere a activității sportive, precum și posibilități de practicare a sportului la nivelul instituției.

Recomandări pentru turismul de iarnă:

- Pregătirea unor pachete promoționale sezoniere și extrasezoniere;
- Colaborarea structurilor de primire oaspeți cu părțile apropiate și reduceri de grup;
- Ofertă de marketing pentru sporturile mai puțin cunoscute și posibile prezentări pentru a motiva turiștii;
- Pachete de cursuri atât pentru începători cât și pentru avansați;
- Organizarea unor tabere atât pentru adulți cât și pentru copii;
- Renovarea structurilor primire oaspeți acolo unde este cazul;
- Modernizarea pistelor și traseelor montane;
- Colaborări cu centrele de salvamont existente și informarea publicului cu privire la acestea.

Școala altfel:

În cadrul programului național Școala altfel biblioteca județeană a oferit în anul școlar 2018-2019 activități variate pentru toate grupele de vârstă. Bibliotecarii au întâmpinat zilnic grupuri de elevi care au participat la spectacole de teatru de păpuși cu grupul de păpușari al bibliotecii, au ascultat povești la secția pentru copii, au participat la diferite activități, de exemplu concurs tematic de desene despre povești, oră deschisă în bibliotecă etc.

Copiii au vizitat centre ecvestre din județul Harghita sponsorizați de 5 centre care au participat la program, acestea fiind: Fundația Lókodi din Locodeni, Asociația Club Sportiv Lobogó din Homorod Băi, Clubul ecvestru Kavalliera din Cotormani, Asociația Pentru Păstrarea Tradițiilor Földváry Károly din Gheorgheni și Fundația Salvator.

Recomandări:

- Pregătirea unor programe ce vizează în mod direct activități în care sunt implicați copiii/elevi veniți în excursii pe parcursul întregului an, în special în perioada Școala altfel;
- Reduceri pentru grupuri de copii/elevi;
- Organizarea unor evenimente ce să atragă interesul public;
- Actualizarea ofertelor de marketing existente;
- Personal specializat în munca cu copiii;
- Implicarea copiilor/elevilor în comunitate prin diferite programe cu școlile.

Figura nr.71 - Turism de iarnă în județul Harghita



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.6 TURISM ECVESTRU ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACEST TIP DE TURISM – DRUMETII PE CAI

În zona înaltă, munții Harghita sunt împăduriți; piscul Harghita-Mădăraș (1.800 m), Colțul Tesit (1.709 m) și Muntele Harghita (Ciceu) abia își arată stincariile în poieni. Peisajul este

variat, colorat, cu poteci și drumuri comode, în zonă există cabanele Harghita Mădăras, Harghita, Brădet, Chirui, Selters) precum și de stațiunea de altitudine Harghita-Băi (1.350 m) de unde pornesc și traseele marcate.

Zona este perfectă pentru trasee de echitație și plimbări cu trăsura, activitățile diferind în funcție de gradul de interes al turistului. Oferta este destul de variată, existente fiind multe agenții care se ocupă cu acest lucru (https://visitharghita.com/ro/places?cat_type=centru-de-echitaie_1529997055). Identitatea acestui tip de turism este important, iar pentru dezvoltarea acestui segment, e nevoie de crearea unui brand puternic sau integrarea acestuia într-un brand local. Turismul ecvestru din județul Harghita are nevoie de un mesaj convingător pentru a atrage turiștii, folosind de potențialul existent și prin promovarea acestuia.

Turismul ecvestru reprezintă o noutate și o curiozitate atât pentru turiștii români, cât și pentru turiștii străini. Dezvoltarea acestuia, în primul rând, trebuie să se bazeze pe experiența țării în domeniu; la ora actuală, populația de cai numără peste 800 de mii de capete. Hergheliile din toată țara cresc diverse rase de cai precum lipițan, pur sânge arab, shagya arab, huțul, ghidranul, rase locale precum calul de Apuseni, de Făgăraș sau de Bucovina. Un simbol pentru România sunt caii sălbatici din Pădurea Letea și Delta Dunării.

Pentru promovarea turismului ecvestru este nevoie de susținerea autorităților pe plan local, a agenților economici, agențiilor și ghizilor de turism, primind sprijin și de la locitorii județului Harghita.

Recomandări:

1. Îmbunătățirea infrastructurii și reamenajarea locurilor cu specific (acolo unde este cazul); o problemă poate să fie lipsa semnalizării traseelor sau chiar inexistența acestora în unele cazuri. Îmbunătățirea situației la nivelul județului Harghita, conform oportunităților, ar putea contribui la popularizarea acestui tip de activitate.
2. Organizarea unor tabere de echitație cu promoții sezoniere; oferta acestor tabere poate să include atât activitățile de bază, cât și instructaj, ghid și activități personalizate (pentru tineri, pentru familii, pentru experți).
3. Îmbunătățirea economiei locale organizând proiecte de implicare a fermelor oferind locuri de cazare și masă pentru o experiență autentică harghiteană.
4. Programe de voluntariat pentru turiști și localnici la ferme/agenții; astfel având oportunitatea să se cunoască cu acest tip de turism, contribuind la popularizarea acestuia.
5. Organizarea unei campanii de informare pentru această ofertă turistică; atât prin agențiile turistice, cât și în mediul on-line, implicând mai mulți factori, de la ONG-uri până la societatea civilă.
6. Îmbunătățirea ofertelor de marketing existente; creșterea vizibilității la nivel național prin promovare țintită.

7. Diverse pachete promoționale atât pentru începători cât și pentru avansați; oferind sprijin din partea ghizilor și trainerilor.
8. Organizarea evenimentelor tematice care să atragă turiștii; festivaluri, zilele comunelor, zilele orașelor.
9. Servicii pentru nunți/petreceri.

Figura nr.72 - Turism ecvestru în județul Harghita



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.7 .TURISM CICLIST ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACESTA

Județul Harghita dispune de o gamă variată de trasee pentru cicliști, atât pentru începători cât și pentru amatorii unor trasee provocatoare. Traseele pe bicicletă reprezintă o modalitate excelentă de a te bucura de peisajele pitorești existente în întreg județul fie că vizitatorii sunt însoțiți de familie sau de prieteni.

Deoarece acest tip de turism este mai puțin căutat de turiști consider că trebuie investit în campanii de promovare și în oferte de marketing ce să mărească vizibilitatea agențiilor de ciclism.

Câteva dintre cele mai cunoscute drumuri forestiere pe care se poate circula cu bicicleta sunt:

Mădăraș Harghita (1.618 m) – Vlăhița (898 m) – Harghita Băi (1.276 m);

Pasul Ghimes(115m) – varful Ghiurche(1.366m) – pasul Casin(1.085m);

Pasul Rugát (1.085m) – Pasul Casin(876m);

ECO-TUSNAD CYCLING TOUR (ETCT).

Recomandări:

- Organizarea unor campanii de informare asupra acestui mod de călătorie și vizitare;
- Organizarea unor tabere de ciclism atât pentru tineri cât și pentru adulți;
- Aranjarea unor oferte promoționale cu structurile de primire oaspeți
- Investirea în piste de ciclism/găsirea unor stakeholderi dispuși să investească în proiect;
- Modernizarea traseelor montane;
- Posibile colaborări cu instituțiile de sănătate;
- Actualizarea ofertelor de marketing existente și lărgirea grupului țintă.

Figura nr.73 - Turism ciclist în județul Harghita



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.8. DRUMEȚII – AMENAJAREA ȘI MODERNIZAREA UNOR TRASEE PENTRU PRACTICAREA TURISMULUI LENT (ANALIZÂND ATÂT VARIANTA ACTIVĂ CÂT ȘI CEA LENTĂ)

Drumeția (în engleză hiking - drumeție, excursie) este o activitate în aer liber care constă în mersul pe jos, în medii naturale, de multe ori în zone muntoase sau alte zone pitorești. De obicei această activitate se desfășoară pe trasee special concepute pentru acest gen de recreere,

numite și trasee de drumeție.¹⁴ Popularitatea acestei activități este crescândă și în județul Harghita. Beneficiile diferitelor tipuri de drumeții asupra sănătății au fost confirmate în numeroase studii, iar în rândul vizitatorilor ai județului Harghita devine din ce în ce mai optată activitate.

Datorită resurselor naturale și munților din județul Harghita, drumețiile au devenit o parte activă a vizitelor și vacanțelor petrecute aici. Totuși, o problemă constant sesizată, atât de către locuitori, cât și de către vizitatori, anume lipsa traseelor amenajate, semnalate sau nesemnalate necorespunzător și/sau starea degradată înaintată a traseelor.

Pentru a putea analiza situația existentă și potențialul drumețiilor, trebuie să luăm în considerare cele 2 tipuri de oameni care practică această activitate:

- Cei care au o destinație anume și practică această activitate ca să ajungă acolo.
- Cei care explorează zona, iar drumeția este doar o metodă prin care face asta.

În cazul județului Harghita, în ceea ce privește drumețiile, benefic ar fi atragerea turiștilor care doresc să exploreze zona, să viziteze mai multe locuri din regiune, deoarece cei care au un scop și o destinație bine definită se încadrează de obicei în grupul vizitatorilor specializați în această activitate, sau care au experiență, iar șederea lor este mai scurtă, nu sunt deschiși spre alte oportunități și se autoizolează. În schimb, cei care doresc să exploreze zona, tind să fie mai deschiși și să-și schimbe planul pe moment. De aceea, este nevoie de amenajarea și modernizarea strategică a traseelor, semnalizarea acestora în mod corespunzător. În prezent, există mai multe trasee, cu diferite niveluri de dificultate, cu durata de la 1 oră până la 6-13 ore, oferind o experiență atât celor care sunt amatori, cât și celor care dețin experiență relevantă.

Figura nr.74 - Drumeții în județul Harghita

¹⁴ McKinney, John, „For Good Health: Take a Hike!”, 22 martie 2009.



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.9. TURISM RELIGIOS – DEZVOLTAREA CONTINUĂ A DRUMULUI DE PELERINAJ VIA MARIAE

Ruta de pelerinaj Via Mariae este un drum spiritual turistic. Un drum de pelerinaj, care se bazează pe cinstirea Sfintei Maria de către popoarele din Europa Centrală, dar totodată unește locurile mariane și valorile istorice, culturale aflate de-a a lungul traseului, fără să facă deosebire în funcție de religie. Are ca scop construirea în Europa Centrală a traseului turistic și de pelerinaj, respectiv a rețelei care să sistematizeze valorile religioase din această regiune. Via Mariae face legătura în direcția est-vest între Mariazell din Austria, Budapesta, Máriapócs și Șumuleu Ciuc, iar în direcția nord-sud între Czestochowa, Esztergom, Budapesta și Medjugorje. Drumul trasează o cruce pe harta Europei Centrale (Austria, Ungaria, România, Slovacia, Polonia, Croația, Bosnia), realizând astfel o rețea de trasee de pelerinaj bazate pe valorile locale, asemănător cu El Camino.¹⁵

Acest drum se adresează tuturor, îi cheamă pe toți. Îi așteaptă pe cei, care – indiferent de naționalitate, religie, doresc să fie pelerini în scop religios, spiritual, de autocunoaștere și îi așteaptă și pe cei care doresc să pășească pe acest drum deocamdată doar în scopuri turistice sau sportive. Acest drum va fi o punte între națiuni, religii, oameni, care leagă apusul de răsărit, devenind astfel Drumul care Leagă Națiunile din Europa Centrală și de Est, “Drumul reconcilierii”, care în viitor poate deveni drum cultural european.

Fiind o oportunitate unică, pelerinajul Via Mariae și dezvoltarea acestuia poate să genereze avantaje economice, turistice, culturale și sociale. De aceea, este nevoie de marcarea traseelor turistice spirituale ale rutei de pelerinaj Via Mariae, cu un sistem elaborat de simboluri, ceea ce s-a și întâmplat parțial în Ardeal.

¹⁵ Site oficial HU: Via Mariae, <http://www.mariaut.ro/?language=ro>, accesat la 22 mai 2019.

Specificul județului Harghita și al Ținutului Secuiesc constă în faptul, că un capăt important al traseului se află aici, motiv pentru care aici se construiește nu numai artera principală, ci și ramificațiile în multe alte direcții - unește potențialii pelerini și turiști din cel puțin 8 direcții (pedestru, bicicleta, cai).

M 05 roșu

Târgu Mureș – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc) - Ghimeș-Făget

M 01 mov

Mariazell – Budapesta – Máriapocs - Cluj Napoca – Târgu Mureș – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc)

M 03 mov

Mariazell - Arad – Alba Iulia - Sighișoara – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc)

M 12 albastru

Brașov – Sfântu Gheorghe – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc) – Toplița – Vatra Dornei

M28 galben

Coșnea – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc) – Târgu Secuiesc – Sfântu Gheorghe

M29 verde

Micloșoara – Baraolt– Sântimbru Băi – Miercurea Ciuc (Șumuleu Ciuc)

M 24 galben Praid –Atia-Inlaceni

M32 galben Ditrau -Borsec

Traseul secuiesc necesită o atenție deosebită: aici în unele cazuri, frumusețile naturale reprezintă totodată obstacole serioase, care necesită nu doar un simplu sistem de marcaje, ci și o infrastructură pedestră complexă, presupunând totodată, realizarea unui sistem de înlăturare a pericolelor și de acordare a primului ajutor.

De asemenea, pentru îmbunătățirea calității pelerinajului, pe lângă marcaje, este necesară și dezvoltarea unei aplicații informatice (pentru calculatoare și telefoane) în scopul promovării, respectiv organizarea diferitelor programe, care să atragă turiști.

3.10. ȘUMULEU CIUC – DESTINAȚIE TURISTICĂ DE INTERES INTERNAȚIONAL

Șumuleu Ciuc este un loc de pelerinaj al secuilor și al romano-catolicilor în general. Se situează la 3 km de la centrul orașului Miercurea Ciuc, în direcția nord-est, pe malul pârâului Șumuleu.

Figura nr.75 - Turism religios în județul Harghita - Șumuleu Ciuc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Prima biserică franciscană a fost construită între anii 1442-1448, pe locul vechii biserici, ca urmare a comemorării victoriei de la Santana de Mureș al lui Iancu de Hunedoara, aceasta a fost demolată în 1802 datorită deteriorării. În locul acesteia a fost construită Biserica actuală între anii 1802 -1824 în stil baroc, finisarea interioară ținând 72 de ani.

Figura nr.76 - Biserica Sfânta Maria de la Șumuleu Ciuc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Această regiune poate fi considerată un imens muzeu în aer liber.

Regiunea are un puternic caracter rural. Satele, tradițiile bine păstrate și porțile tradiționale sunt foarte atractive pentru turiști, iar regiunea este populată de oameni care păstrează și cultivă cu adevărat și astăzi tradițiile populare. Ornamentarea porților tradiționale reflectând talentul și ingeniozitatea locuitorilor.

Valorificarea acestei destinații turistice, atât pe plan local cât și internațional poate aduce adaosuri în dezvoltarea economică a regiunii.

Recomandări:

- Implicarea comunității în activități benefice atât turismului cât și comunității în sine (structuri primire oaspeți, plus implicarea turiștilor în rutina zilnică cu acordul acestora);
- Promovarea drumului de pelerinaj Via Mariae ce atrage și turiști internaționali;
- Organizarea unor evenimente care să atragă interesul public;
- Alocarea de fonduri pentru îmbunătățirea infrastructurii locale (drumuri, renovarea structurilor publice);
- Comercializarea bunurilor produse de localnici;
- Aranjarea unor tabere religioase în diferite momente ale anului;
- Extinderea sitului bisericesc cu structuri primire oaspeți;
- Posibila înființare a unui sanctuar pentru animale în jurul bisericii ca și atracție.

3.11 GASTROTURISM ȘI OPORTUNITĂȚILE OFERITE DE ACESTA

În categoria gastroturismului sunt incluse călătoriile întreprinse cu scopul cunoașterii valorilor gastronomice ale unei regiuni. În cadrul acestei forme de turism, accentul se pune pe gustarea mâncărilor și băuturilor caracteristice ale localității, participarea la festivalurile gastronomice și cunoașterea mai profundă a gastronomiei dintr-o anumită regiune. În situația de față gastroturismul este strâns asociat cu turismul rural (gustarea mâncărilor și băuturilor tradiționale) și cu turismul legat de evenimente (participarea la evenimente gastronomice).¹

Odată ajunși în ținuturile secuiești, pe lângă peisajul de poveste și punctele turistice renumite vizitatorii sunt impresionați de gustul mâncării. Celor care merg pentru prima dată în Harghita, bucătarii le recomandă mâncarea cu tradiție care se află pe primul loc în meniul fiecărui restaurant: gulașul și tochitura, ca și desert cozonacul secuiesc. Alte mâncăruri locale ce atrag turiștii fiind cozonacii secuiești (Kurtos Kalacs) și langoșii cu diferite tipuri de arome. Acestea ar putea fi vedetele principale ale unui festival cu mâncare secuiască precedate fiind și de celelalte produse locale precum degustări de vin și de brânză și tururi ghidate la vițele de vie și crame cu un scurt istoric.

Zonele rurale oferă o veritabilă și recunoscută ospitalitate bazată pe mediul nepoluat, vinuri și gastronomie de bună calitate, precum și pe renumitele tradiții folclorice. Ținând cont de nivelul în general scăzut al infrastructurii de bază din mediul rural, această formă de turism întâmpină unele dificultăți în ceea ce privește competitivitatea la nivel internațional. Din aceste motive, prioritatea de față face referire la măsurile necesare pentru a ajuta județul Harghita, astfel încât aceasta să devină o destinație atractivă și cunoscută pentru acest tip de turism.

Potențialul existent oferă un avantaj județului, fiind baza oportunităților în viitor, astfel au fost identificate mai multe recomandări:

1. **Evidențierea patrimoniului cultural tradițional prin diferite festivaluri tematice la care turiștii pot lua parte (sacrificarea porcului, festivalul viței de vie);** folosind de resursele turismului rural, existența unor zone rurale cu folclor și tradiții, meșteșuguri, gastronomie bazată pe produse naturale locale, tradiție vini-viticolă ar putea fi exploatată printr-un festival de mărime mică spre medie.
2. **Vizite la stânele locale unde turiștii vor avea parte de o experiență autentică în ceea ce privește procesul de prelucrare a laptelui precedat de o degustare a produselor;** implicând astfel și fermierii locali în procesul de popularizare și promovare a activităților.
3. **Competiții gastronomice;** implicarea diferitelor competiții în programul festivalurilor organizate, sau organizarea activităților complementare în cazul festivalurilor gastronomice.
4. **Lecții de gastronomie din partea localnicilor;** ca activitate pentru vizitatori și turiști, având la bază gastronomia tradițională.
5. **Tururi gastronomice prin intermediul cărora sunt oferite pachete promoționale la restaurantele locale;** operatorii de spații de cazare și de luat masa ar trebui să profite de gastronomia specifică și să includă în pachetul turistic o componentă de divertisment specifică zonei. Astfel vor crește nu numai încasările certe ale operatorilor, dar și valoarea adăugată percepută de turiști.
6. **Implicarea fermierilor și a cetățenilor în activități;** atât în cadrul festivalurilor, cât și în cadrul diferitelor activități pentru turiști, oferind experiențe unice, cum ar fi procesul sacrificării porcului și tor-ului de după.
7. O măsură deosebit de importantă pentru conservarea peisajului rural și dezvoltarea turismului rural constă în necesitatea introducerii reglementărilor privind construcțiile în mediul rural, astfel încât prin realizarea acestora să nu fie deteriorat peisajul rural. În acest context, la nivelul realizării și modernizării construcțiilor este necesară impunerea condițiilor de păstrare a elementelor tradiționale.

3.12. TURISM CULTURAL AXAT PE IMAGINEA TRADIȚIONALĂ A ZONEI, CU ACCENT PUS PE VALORIFICAREA PATRIMONIULUI ANTROPIC

Introducere

Definit de către OMT (Organizația Mondială a Turismului) ca fiind ”excursii al căror scop principal sau secundar este vizitarea siturilor și acele evenimente a căror valoare culturală și istorică le-a făcut parte a moștenirii culturale a unei comunități”, turismul cultural apare ca și obiect de studiu la începutul secolului XX.

Referitor la județul Harghita, acesta cuprinde, printre altele, monumentele istorice și muzeele din zona respectivă. Vizitarea castelelor, cetăților și a conacelor generează o activitate aparte. Obiectivele turistice menționate, nu sunt doar o resursă importantă a zonelor date, ci mai mult, sunt și o imagine a trecutului. Cât despre biserici, ele continuă să fie centrele spirituale ale localnicilor și vizitatorilor.

Patrimoniul antropic

Pe suprafața județului se regăsesc: un castel situat în comuna Lazărea (ce datează din 1450-1532) și două castele parc: cel de la Odorheiul Secuiesc (curtea/Curia Ugron) și Cristuru Secuiesc (Curia Biro). Cetățile, unde se pot enumera: cetatea Medievala Szekely tamadt (1562 – 1600) și Cetatea Mikó (1623 – 1631) împreună cu cele 19 ruine ce pot fi vizitate liber, sunt de asemenea parte componentă importantă a culturii, tradițiilor și turismului. Dintre biserici, se poate aminti Biserica de la Dârjiu, trecută în patrimoniul UNESCO. În total, județul numără 88 de biserici catolice, 23 de capele catolice, 42 biserici reformate, 12 turnuri de biserică, biserici unitariene 39, biserici ortodoxe și mănăstiri ortodoxe 23, biserici greco-catolice, 2 sinagogi și o biserica armeano-catolică.

În ceea ce privește producția meșteșugărească și artizanatul, locuitorii Harghitei se mândresc cu creațiile din comuna Corund. Redenumit ”satul-muzeu”, acesta este cunoscut, mai ales pentru fabricarea produselor ceramice și a prelucrării primare a lemnului.

Recomandări:

- plasarea meșteșugurilor la nivel național și european, documente programatice și inițiative relevante;
- reglementarea meșteșugurilor, organizațiile și acțiunile de la nivel național ce sprijină activitățile meșteșugărești și dezvoltarea sectorului în România;
- prezentarea nivelului vieții economice, sociale, culturale a regiunii Centru și a locului meșteșugurilor în acest ansamblu;
- educarea populației din Regiunea Centru prin conștientizarea importanței meșteșugurilor, atât ca parte a patrimoniului cultural, având o latură artistică și una practică, precum și ca opțiune de activitate profesională;
- inițierea unor forme de învățare a meșteșugurilor tradiționale locale și de dobândire de cunoștințe și deprinderi manuale, în contexte formale și non formale, de către copii și tineri;
- creșterea competitivității meșteșugurilor pentru a le permite să concureze pe piață la nivel național și internațional;
- o mai bună protejare a patrimoniului cultural, bazată pe o cunoaștere a situației și a angajării de parteneriate eficiente (local-central și public privat).

Figura nr.77 - Casa-muzeu din localitatea Bisericani



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.78 - Colecția Etnografică a Liceului Tehnologic Gábor Áron



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.79 - Laboratorul Foto Kováts Odorheiu Secuiesc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.80 - Muzeul Etnografic Corund



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.81 - Muzeul Etnografic Plăieșii de Jos



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.82 - Muzeul Haáz Rezső



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.83 - Muzeul Márton Áron din Sâdominic



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.84 - Muzeul Molnár István din Cristuru Secuiesc



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.85 - Muzeul Pălăriilor de Paie din Crișeni



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.86 - Muzeul Satului din Lunca de Jos



Sursa: <https://visitharghita.com/>

Figura nr.87 - Muzeul Secuiesc al Ciucului



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.13. INFRASTRUCTURĂ – DEZVOLTAREA ȘI ÎMBUNĂTĂȚIREA SITUAȚIEI EXISTENTE – DRUMURI, AEROPORT, PISTE PENTRU CICLIȘTI

Introducere

Infrastructura (de transport, de mediu, de comunicații, de educație, de sănătate, socială, culturală și pentru energie) este absolut relevant pentru dezvoltarea turismului, fiind de necontestat faptul că acest sector necesită o bază de infrastructură bine dezvoltată.

Județul Harghita, al 13-lea județ ca dimensiune din România, dispune în prezent de sistem centralizat în 41 de localități și individual în 26. În ceea ce privește principalele tipuri de infrastructură (cea feroviară, rutieră, telecomunicații) acestea joacă un rol important în economia zonei.

Infrastructura rutieră, numără 1.827,856 km (exceptând drumurile forestiere, vecinale și străzile din localități) conform site-ului oficial al Institutului Prefectului (<http://www.prefecturahr.ro/index.php?lang=ro>), fiind formată din 3 tipuri de drumuri: europene, județene și comunale. Județul este traversat de un drum de importanță europeană, E578 (DN12), care asigură legătura dintre drumurile europene: E58, E60 și E57. La capitolul infrastructurii feroviare, magistralele de importanță națională sunt: Magistrala 400 (București – Brașov - Sfântu Gheorghe – Miercurea Ciuc – Ciceu – Deda – Dej – Baia Mare – Satu Mare – Halmeu), urmate de căile feroviare de importanță județeană și locală precum: Odorheiu Secuiesc – Vânători (lângă Sighișoara, jud. Mureș), Praid – Sovata (jud. Mureș), Miercurea Ciuc – Moinești (jud. Bacău).

Sistemul de sănătate al județului Harghita ar putea fi considerat una dezvoltată, având în componență peste 750 de unități sanitare, publice și private, fiind asigurat o gamă largă de servicii medicale specializate. În ultimul rând, privind telecomunicațiile, principalul operator de

telefonie fixă este Telekom România, care oferă inclusiv servicii de telefonie mobilă, internet și televiziune.

Recomandări:

- crearea de piste pentru bicicliști într-un număr cât mai mare atât pentru siguranța oamenilor cât și pentru a contribui la îmbunătățirea infrastructurii județului;
- construirea unui aeroport în zona Ciuc (Ciceu) având dimensiuni mici spre medii, zboruri regulate și legături atât naționale precum: Cluj-Napoca, Timișoara, București, Oradea, Bacău, Suceava cât și internaționale: Budapesta, Viena, Roma, Paris, Londra, Sofia;
- reabilitarea drumurilor județene ce prezintă o importanță aparte atât în contextul social cât și cel turistic și economic (drumul ce leagă comuna Păuleni de Miercurea-Ciuc);
- dezvoltarea, modernizarea sau adaptarea infrastructurii agricole sau silvice;
- realizarea unor produse turistice în vederea îmbunătățirii turismului, deci a atragerii a cât mai multor oameni ("Drumul Porților Secuiești"), apoi promovarea acestui produs prin diverse metode.

3.14. TABERE DE TINERET – SOLUȚII PENTRU REMEDIEREA SITUAȚIEI – TABERE RELIGIOASE

Introducere

Datorită resurselor naturale de care beneficiază, obiectivelor turistice, faunei și vegetației, județul Harghita poate fi locul perfect pentru organizarea taberelor de tineret și religioase printre altele.

Taberele de diferite tipuri sunt benefice pentru persoane în dezvoltare personală, cunoaștere de noi locuri și oameni, socializare, cunoaștere de sine, lucru în echipă, apropiere de natură, relaxare.

Taberele pentru tineret sunt organizate în cea mai mare parte în vacanța de vară și se axează pe o anumită temă și ajută copii și/sau adolescenții în a comunica mai bine, dezvoltarea aptitudinilor, apropierea de natură. Acestea sunt organizate cu ajutorul Ministerului Tineretului și Sportului dar și al Direcției Județene pentru Sport și Tineret din Harghita, pe lângă care se adaugă potențiali sponsori.

În ceea ce privește taberele religioase, ele pot fi organizate în mai multe zone, în colaborare cu Episcopiile. Programul cuprinde în principal vizite în locurile religioase, atracțiile turistice, se participă la slujbe și activități religioase, în scopul educării copiilor și adolescenților din acest punct de vedere. Astfel de tabere pot fi organizate și extrasezonale, atât pe timpul iernii, cât și pe timpul verii, astfel contribuind la eliminarea sezonului mort.¹⁶

Județul Harghita este avantajat, în ceea ce privește potențialul pentru tabere de tineret, având posibilitatea introducerii în programele acestora elemente ale culturii locale, intersectarea cu alte programe/evenimente (festivaluri, prezentări etc.), izolarea religioasă fiind imposibilă.

¹⁶Ziarul Lumina, <https://ziarulumina.ro/actualitate-religioasa/regionale/transilvania/tabara-de-tineret-la-izvorul-muresului-harghita-119900.html>, accesat la 28.05.2019

Recomandări:

- amenajare de locuri speciale pentru desfășurarea taberelor;
- alimentarea cu electricitate și apă curentă a acestora;
- stabilirea unor trasee de drumeție pentru a apropia tinerii de natură;
- promovarea taberelor în școli;
- promovarea taberelor pe site-urile de socializare (poze, filmări);
- crearea unor parteneriate cu licee atât naționale cât și internaționale în vederea sponsorizării și susținerii schimbului de experiențe în acest context.

3.15. TURISM AXAT PE PARCURI TEMATICE – PARCUL URȘILOR, PARCURI ACVATICE

Introducere

Datorită așezării sale, județul Harghita, beneficiază de cadre naurale și peisaje pitorești, faună și structuri unice care merită vizitate, precum cascada cu apă termală din Toplița, Lacul Roșu, Lacul Sfânta Ana, Salina Praid și multe altele. Parcurile tematice ajută la îmbunătățirea imaginii acestor locuri și la promovarea lor la nivel național și internațional.

Parcurile tematice încearcă să creeze o atmosferă de un alt loc și de timp și de obicei subliniază o temă dominantă în jurul căruia arhitectura, peisajul, plimbările, spectacolele, serviciile alimentare, costumațiile și deghizările. Noțiunea de temă este crucială pentru funcționarea parcurilor, cu plimbări, divertisment și alimente toate folosite pentru a crea mai multe medii diferite. Exemple de tipuri de teme folosite în parcuri tematice contemporane includ: perioade istorice, prințese, animale, viața marină și futurism.

Pădurile vaste de brazi sunt casă a peste 1.000 de urși, iar agenții de turism și autoritățile au venit cu conceptul de “bear watching” care a atras mai mulți turiști din Suedia, Norvegia, Finlanda chiar și Australia.¹⁷ “Bear watching” constă în adăpostirea turiștilor în căsuțe, de unde pot observa urșii în habitatul natural. Numărul observatoarelor este de aproximativ 100, de unde se pot urmări mai multe specii de animale sălbatice.¹⁸ Pe paginile de Facebook ale observatoarelor active se pot urmări filmări live cu urșii.¹⁹

În județul Harghita există mai multe ștranduri termale și centre wellness care pot fi folosite atât vara cât și iarna. Bazinele cu apă termală, dar și cele cu apă sărată, sunt vizitate datorită beneficiilor pe care le aduc organismului, dar și pentru relaxare. Cele mai multe beneficiază de două bazine, pentru copii și adulți, de la 1,40 metri până la 2,40 metri. Județul nu

¹⁷Adevărul, Bearwatching sau „vânătoarea” de urși, cu privirea - obiectivul turistic ascuns al Ardealului, Remus Florescu, https://adevarul.ro/locale/cluj-napoca/video-bearwatching-vanatoarea-ursicu-privirea-obiectivul-turistic-ascuns-ardealului-1_53d40acb0d133766a8c35c0c/index.html accesat la 27.05.2019

¹⁸Biroul de presă al Consiliului Județean Harghita, <https://judetulharghita.ro/daune/stiri/cele-mai-bune-observatoare-de-ursi-se-vor-construi-in-aceasta-zona.html> accesat la 27.05.2019

¹⁹ Observator de Urși în România, <https://www.facebook.com/observatorursi/> accesat la 27.05.2019

beneficiază momentan de un aquapark cum sunt cele din București, Oradea sau Satu Mare, dar acesta este situat într-o zonă muntoasă foarte diferită de celelalte județe.²⁰

Recomandări:

- promovarea conceptului de “bear watching” atât în țară cât și în străinătate;
- promovarea paginilor de Facebook și YouTube care înregistrează urșii;
- construirea unui aquapark (dacă este posibil) pentru a atrage mai multe familii cu copii în zonă;

3.16 TURISM DE CAMPARE, PARCURI CU RULOTE ȘI POSIBILITĂȚILE OFERITE DE ACESTEA

Introducere

În România campingul este definit ca fiind o structură de primire turistică destinată să asigure cazarea turiștilor în corturi sau rulote, astfel amenajate încât să permită acestora să parcheze mijloacele de transport, să își pregătească masa și să beneficieze de celelalte servicii specifice acestui tip de unitate de cazare.

Conform legislației, dotările obligatorii ale unui camping comercial includ, printre altele: grupuri sanitare cu lavoare, dușuri și cabine WC, parcele de campare nivelate și acoperite cu gazon, alimentare cu apă potabilă, grupuri sanitare, drumuri și alei interioare asfaltate sau pietruite, zone plantate cu arbori și arbuști pe cel puțin 15% din suprafață, terenuri telefon la dispoziția turiștilor, împrejmuire și pază pe timp de zi și de noapte, panou cu schema campingului, iluminare a spațiilor comune, firma la intrare.

Județul Harghita dispune de o multitudine de zone ce pot asigura succesul unei posibile afaceri legate de camping, sau chiar însăși îmbunătățirea acestui tip de turism. Faptul că acestea nu sunt antropice, contribuie și mai mult la importanța și imaginea pe care o posedă atât în contextul turismului cât și în cel general.

Mai mult de atât, numărul ridicat de monumente istorice regăsite aici (printre care amintim: Cetatea de Sare, Cetatea Jigodin), sunt un motiv concludent pentru atragerea a cât mai mulți turiști. Prețurile și locația accesibile susțin și mai mult ideea cum că acesta este locul perfect pentru astfel de relaxări.

Dar nu în ultimul rând, Harghita este renumită și pentru opțiunile de distracție pe care le oferă: Parcul Aventura Balu (1,5 hectare incluzând un traseu de 6 km pentru biciclete) sau Parcul Club Aventura primul parc de aventură din Europa într-o salină (situat la 120 m adâncime).

Recomandări:

- amenajarea unor parcuri pentru camping la baza sau periferia zonelor precum: Stațiunea Bilbor, Borsec, Poiana Narciselor de la Vlăhița;

²⁰ Idei pentru vacanță, Raiuri acvatice din România. 9 locuri în care cei mici și mari se pot distra, Ana Maria Olteanu, <https://ideipentruvacanta.ro/raiuri-acvatice-din-România/> accesat la 27.05.2019

- amenajarea unor asemenea parcuri și pentru turiștii deținători de rulote;
- parteneriate cu firme ce susțin protejarea mediului, firme de turism, chiar și aeroporturi unde e cazul;
- aplicarea pentru fonduri europene, în scopul creării a măcar un parc pentru fiecare tip ;
- promovarea punctelor de atracție deja existente cu scopul de a face zona un punct mai atractiv pentru turiști.

3.17. SERVICIUL DE SALVAMONT – DEZVOLTĂRI, CURSURI, EXTINDEREA SERVICIILOR OFERITE

Introducere

Salvatorul montan este persoana calificată profesional să desfășoare activități de patrulare preventivă, de asigurarea permanenței în bazele, punctele și refugiile SALVAMONT, de căutarea persoanei dispărute, acordarea primului ajutor medical în caz de accidentare și transportarea accidentatului sau a bolnavului până la predarea acestuia la Ambulanță/SMURD/elicopter sau la prima unitate sanitară. Echipele de salvatori montani sunt formate din personal angajat și din voluntari, toți având aceeași pregătire profesională. În județul Harghita există, la momentul actual, patru baze de salvamont în Harghita Băi, Harghita-Mădăraș, Toplița, și Lacul Roșu²¹. Acestea pot fi contactate la Serviciul Public Salvamont al Consiliului Județean Harghita cu sediul în Miercurea Ciuc sau la numărul de telefon în orașele Miercurea Ciuc, Toplița, Odorheiu Secuiesc și Gheorgheni.²² Aceștia dispun de echipe de salvamont, de scafandrii, de salvaspeo și de câini.

Pregătirea profesională

Pentru a deveni salvator montan, Asociația Națională a Salvatorilor Montani din România a stabilit o perioadă minimă de 2(doi) ani de pregătire profesională pe plan local, realizată în centre salvamont acreditate ca furnizori de formare profesională pentru stagiul de salvator montan aspirant, timp de minim 160 de ore.²³

Condiții

1. are vârsta de cel puțin 18 ani;
2. nu are antecedente penale;
3. are o stare de sănătate corespunzătoare confirmată prin fișa medicală;
4. a parcurs formele de pregătire profesională și a efectuat un stagiul de aspirantura, stabilite de Asociația Națională a Salvatorilor Montani din România;
5. are o conduită demnă și morală;

²¹ Salvamont Harghita, Baze de salvamont, <http://www.salvamontharghita.ro/salvamont-harghita/ro/baze-salvamont>, accesat la 22.05.2019.

²² Salvamont Harghita, Contact, <http://www.salvamontharghita.ro/salvamont-harghita/ro/contact>, accesat la 22.05.2019

²³ Salvamont România, Pregătire Profesională, <http://salvamontRomânia.ro/module.php?node=salvator-montan>, accesat la 22.05.2019

6. a promovat examenul de atestare în profesie organizat de Asociația Națională a Salvatorilor Montani din România.
7. În cazul județului Harghita, mai trebuie să cunoască Zona Toplița, Munții Călimani

Dezvoltare

Pentru a dezvolta serviciul de salvamont în județul Harghita, este nevoie de a întreprinde acțiuni menite să îl promoveze în rândul tinerilor și al persoanelor aflate în stare fizică corespunzătoare cerințelor.

- a. În vederea îndeplinirii acestui punct, Serviciul Public Salvamont al Consiliului Județean Harghita poate organiza ore introductive sau cursuri gratuite locuitorilor doritorii.
- b. După schimbările din 01 februarie 2017 din Brașov, potrivit proiectului de Hotărâre de Consiliu Județean, pentru intervențiile pe pârtiile de schi este prevăzută suma de 50 lei/acțiune/persoană, iar pentru intervențiile în alte zone suma crește la 75 lei/acțiune/persoană/zi. Pentru patrulare, salvatorii vor primi câte 50 lei/zi/persoană, iar valoarea indemnizației de hrană a fost stabilită la 30 lei/persoană/acțiune/zi.²⁴ Județul Harghita ar putea prelua această practică, remunerând persoanele interesate/doritorii, motivându-i, astfel, să continue lucrul în domeniul respectiv.
- c. Organizarea taberelor de vară/iarnă, care ar învăța participanții bazele modulului tehnic și medical (alpinism, primul ajutor medical) și care ar trezi interesul pentru profesia de salvator montan.

Figura nr.88 - Baza de salvamont de la Lacul Roșu



²⁴ Ziarul *Bună ziua, Brașov*, <http://www.bzb.ro/stire/ce-salarii-si-indemnizatii-primesc-salvamontistii-din-brasov-a107615>, accesat la 22 mai 2019.

Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.18. TURISM AVENTURIER – TRASEE DE ALPINISM, CANOIG, CICLISM

Introducere

Datorită numeroaselor resurse naturale existente în județul Harghita, acesta poate deveni o destinație preferată atât de turiștii români, cât și de către cei de peste hotare. Relieful său specific oferă vizitatorilor posibilitatea de a practica turismul aventurier - cățărat, cicilism, alpinism, sporturi extreme, drumeții etc. La momentul actual, preocuparea județului trebuie să fie promovarea activă a acestui tip de turism prin intermediul agențiilor specializate și a mass-mediei.

Recomandări

- a. perfecționarea și promovarea siteului Visit Harghita²⁵ (de exemplu, prin reclamă pe rețelele sociale sau pe YouTube)
- b. crearea pistelor performante de cicilism (inclusiv montan, pentru amatorii de sporturi extreme)
- c. organizarea întrecerilor sportive la alpinism, canoing, cicilism pentru sportivi sau amatori din toată țara și difuzarea acestora la televizor (nu doar la canalele sportive) și pe rețelele sociale
- d. dezvoltarea centrelor de turism existente din Borsec, Vlăhița, Gheorgheni²⁶etc
- e. crearea centrelor de închiriere a bicicletelor, bărcilor pentru canoing și utilajului pentru alpinism. La centrele date să lucreze personal calificat, care să vorbească în limba română și în limbile de circulație internațională.
- f. angajarea ghizilor, antrenorilor care ar ajuta turiștii în timpul practicării sporturilor periculoase sau celor în munți, păduri, unde există risc înalt de accidentare
- g. județul Harghita are multe localități care dețin pârtii de schi: Miercurea-Ciuc, Homorod-Băi, Toplița, Harghita-Băi, Mădăraș, Izvorul Mureșului, Valea Rece, Sânmartin, Ciumani. etc.²⁷, însă acestea nu se află în cea mai bună stare, având nevoie de renovare și reamenajare, sau unele dintre ele încă nu sunt omologate.

Figura nr.89 - Turism de aventură în județul Harghita

²⁵Visit Harghita, <https://visitharghita.com/>, accesat la 23 mai 2019.

²⁶Visit Harghita, Acasă, Centre de informare turistică, https://visitharghita.com/ro/places?cat_type=centru-de-informare-turistica_1532084651, accesat la 23 mai 2019.

²⁷Județul Harghita, Turism, <https://hargitamegye.ro/judetul-harghita/turism/turism-activ.html>, accesat la 23 mai 2019.



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.19. TURISM CINEGETIC – OBSERVATORI ȘI VÂNAT

Introducere

Datorită factorilor naturali și amplasării fizico-geografice favorabile, județul Harghita deține un potențial mare de dezvoltare a turismului cinegetic. Fauna bogată a zonei permite atât observarea animalelor sălbatice, cât și vânărea unor anumite specii prevăzute de către legile oficiale.²⁸ În ultimul timp, devine tot mai populară practicarea de „safari în pădure”, îndeosebi Bears Watching”, nemaivorbind de sezonul de vânătoare, căruia județul îi datorează anual un număr mare de turiști. Astfel, aceste aspecte trebuie promovate pentru a asigura dezvoltarea județului.

Sugestii și recomandări

a. găsirea zonelor naturale prielnice, care ar asigura observatorilor o priveliște frumoasă, dar în același timp nu ar deranja animalele din pădure

²⁸ Asociația Generală a Vânătorilor și Pescarilor Sportivi din România, Legislație specifică, Legea vânătorii și a protecției fondului cinegetic nr. 407/2006, <http://agvps.ro/docs/Legea%20407.pdf>, accesat la 23 mai 2019.

- b. amenajarea acestor zonelor
- c. analizarea animalelor din zonele respective și a factorilor de risc cu care acestea s-ar putea confrunta. În cazul în care numărul animalelor se află în descreștere, interzicerea vânătorii.
- d. (posibil) creșterea în captivitate a animalelor aflate pe cale de dispariție sau dispuse la un număr prea mare de factori de risc. Prin alte cuvinte, crearea unor rezervații naturale care ar deveni interesante străinilor și sigure pentru animale.
- e. În cazul vânătorilor, acest tip de turism poate fi îmbinat cu cel culinar- carnea vânată să fie adusă într-o zonă rurală și să fie gătită conform specificului localității și tradițiilor.
- f. angajarea persoanelor calificate, cunoscătoare de limbă română și de cele de circulație internațională, care să ghideze vizitatorii și observatorii
- g. crearea Caselor Vânătoarești - a locuințelor în stil rustic în care să se oprească pe noapte turiștii și care să redea atmosfera traiului în pădure

Figura nr.90 - Observatorul de urși de la Borzont



Sursa: <https://visitharghita.com/>

3.20. TURISM AXAT PE EXISTENȚA MONUMENTELOR

Introducere

Județul Harghita are înregistrate 742 de monumente istorice de o mare importanță culturală²⁹, printre care monumente și ansambluri de arhitectură (cetăți și curți domnești, biserici de lemn și de zid, clădiri civile urbane, turnuri) și monumente și situri arheologice (așezări, situri). Toate acestea au nevoie de o promovare în rândul turiștilor naționali și străini.

Obiective generale

- informarea generală asupra ofertei turistice și a atracțiilor turistice locale, regionale sau naționale, evenimente culturale și de afaceri;
- punerea la dispoziția turiștilor de materiale de promovare locale, regionale sau naționale;
- informarea privind oferta locală de cazare, ca serviciu cu titlu gratuit – posibilități de petrecere a timpului liber sau orice alte facilități ce pot însoți o călătorie turistică sau/și de interes turistic
- informare cu privire la posibilitățile de rezervare a biletelor de transport, precum și cu privire la ghizi turistici locali, naționali și specializați;
- organizarea de manifestări expoziționale de turism pe plan local și regional și de activități generale de marketing intern și extern cu rol în creșterea circulației turistice locale și regionale;
- consilierea cu privire la alegerea diverselor produse turistice locale, regionale și naționale, ca serviciu cu titlu gratuit;
- oferirea de informații cu privire la autoritățile competente în soluționarea reclamațiilor care se înregistrează pe plan local cu privire la calitatea serviciilor turistice.
- creșterea gradului de informare a turiștilor care vizitează zona și a operatorilor din domeniul turism

Obiective specifice

- construirea unui Centru Național de Informare și Promovare Turistică în orașul Miercurea Ciuc
- crearea unui site web de promovare a turismului și a resurselor antropice din județul Harghita
- dotarea Centrului Național de Informare și Promovare Turistică în Miercurea Ciuc cu echipamente, dotări specifice centrelor turistice
- sporirea vizibilității obiectivelor turistice din județ prin realizarea unei oferte turistice complexe, originale, atractive, competitive;
- crearea unei imagini atractive a județului pe piața internă a turismului românesc prin promovarea turismului durabil bazat pe o diversitate de forme de turism: cultural/istoric, natural, tradițional și de agrement.

²⁹ Ministerul Culturii, Lista Monumentelor Istorice 2015, <http://www.cultura.ro/sites/default/files/inline-files/LMI-HR.pdf>, accesat la 22 mai 2019.

3.21. TURISM AXAT PE EXISTENȚA ARIILOR PROTEJATE

Introducere

Județul Harghita are în lista parcurilor naționale, rezervațiilor naturale și monumentelor naturii 35 de arii protejate printre care vulcani noroioși, mlaștini, lacuri, chei, Muntele de sare Praid, Peștera Șugău.³⁰ Deși unele sunt bine cunoscute la nivel național și internațional, este nevoie de promovarea lor pe termen lung pentru a atrage cât mai mulți vizitatori.

Cele mai vizitate obiective turistice sunt Lacul Sfânta Ana, Muntele de sare și Salina Praid, Peștera Șugău, Parcul Național Cheile Bicazului-Hășmaș, Cascada de apă termală. Mai putem menționa ca obiective turistice și Lacul Roșu și Cheile Bicazului. Datorită acestora județul are un mare potențial turistic și ar fi locul perfect pentru o călătorie mai lungă pentru pasionații de natură.

Un dezavantaj mare constituie așezarea rezervațiilor, drumurile nefiind accesibile tuturor, majoritatea fiind chiar rurale. În schimb, locuri de cazare pot fi întâlnite în drumul spre rezervații, dar pot fi situate mai departe de cele precum mlaștinile, peșteri, lacuri, vulcani noroioși.

Recomandări:

- dezvoltarea căilor de acces la atracțiile turistice sau reabilitarea lor;
- creșterea numărului de tabere școlare, campinguri și modernizarea celor existente;
- promovarea potențialului turistic prin reclame, filmulețe etc.
- dezvoltarea infrastructurii pentru practicarea tipurilor de turist cu potențial de dezvoltare (centre wellness);
- îmbunătățirea calității serviciilor (oferirea de pachete mic dejun+cină)
- creșterea traseelor pentru drumeții;
- promovarea legendelor locurilor (ex. legenda aurului din peștera Șugău³¹)

3.22. ACCESIBILITATE

Introducere

Datorită așezării județului într-o zonă relativ centrală, oferă apropierea de mai multe orașe importante ale României (Sibiu, Brașov, București, Sfântu Gheorghe, Piatra Neamț, Bacău).

Județul este străbătut de un drum european (E578 Sărățel-Reghin-Toplița-Gheorgheni-Miercurea Ciuc-Sfântu Gheorghe-Chichiș), de 8 drumuri naționale (DN11B, DN12, DN12A,

³⁰Lista parcurilor naționale, rezervatiilor naturale și monumentelor naturii din județul Harghita, http://www.palyazatinfo.ro/dokumentumok/Lista_arii%20HR_1258034117.pdf accesat 27.05.2019

³¹Adevărul, Peșera Șugău, locul unic din România unde aurul pică din pereți, Simona Suciu, https://adevarul.ro/locale/brasov/video-pestera-sugau-locul-unic-România-aurul-picura-pereti-1_55ea8759f5eaafab2c46ee56/index.html accesat 27.05.2019

DN12C, DN13A, DN13B, DN13C, DN15)³², și 43 de drumuri județene. Lungimea totală a drumurilor publice este de 2.085 km, din care 813 km modernizate și 272 km cu îmbrăcămînți ușoare rutiere³³.

Lungimea liniilor de cale ferată din județul Harghita este de 207 km din care 173 km sunt electrificate³⁴. Pe aici trece o magistrală importantă la nivel național, magistrala 400 cu ruta: București-Brașov-Sfântu Gheorghe-Miercurea Ciuc-Ciceu-Deda-Dej-Baia Mare-Satu Mare-Halmeu, și 3 căi de importanță județeană și locală: Odorheiul Secuiesc-Vânători (județul Mureș), Praid-Sovata (județul Mureș), Miercurea Ciuc-Moinești (județul Bacău).

În județ nu există un aeroport, cele mai apropiate fiind:

- Aeroportul Internațional Brașov-Ghimbav, Brașov – Miercurea Ciuc (108 km)
- Aeroportul Internațional George Enescu, Bacău – Miercurea Ciuc (144 km)
- Aeroportul Internațional Târgu Mureș – Miercurea Ciuc (159 km)
- Aeroportul Internațional Avram Iancu, Cluj Napoca – Miercurea Ciuc (233 km)

Recomandări:

- a. reabilitarea drumurilor naționale și județene pentru a nu împiedica legătura cu obiectivele turistice din județ și din afara lui;
- b. curățarea și păstrarea căilor ferate pentru a nu împiedica transportul de mărfuri și persoane;
- c. necesitatea construirii unui aeroport pentru a atrage mai mulți turiști internaționali, exemplu zona Ciceu³⁵;
- d. în cazul în care aeroportul nu va fi construit, menținerea și asfaltarea periodică a drumurilor care duc spre aeroporturile internaționale.

3.23. CONCLUZII

În cadrul acestui capitol au fost identificate tipurile de turism active în județul Harghita, posibilitățile față de alte județe, resursele existente și recomandările de îmbunătățire a situației. Se pot observa tendințe corelate cu situația națională sau internațională, la fel și posibilele măsuri aplicabile la nivelul județului pentru a contrabalansa deficiențele în anumite sectoare.

În vederea stimulării rurale, este nevoie ca toate tipurile de turism, viabile în județul Harghita, să fie dezvoltate și implicate în circuitul turistic, cu ajutorul tuturor resurselor

³² Direcția Regională de Drumuri și Poduri Brașov, <http://www.drdpbv.ro/drumuri.html#reteahg>, accesat la 28.05.2019

³³ Institutul Național de Statistică, Lungimea Căilor de Transport la sfârșitul anului 2017, http://www.insse.ro/old/sites/default/files/field/publicatii/lungimea_cailor_de_transport_la_sfarsitul_anului_2017.pdf, pagina 11, accesat la 28.05.2019

³⁴ Institutul Național de Statistică, Lungimea Căilor de Transport la sfârșitul anului 2017, http://www.insse.ro/old/sites/default/files/field/publicatii/lungimea_cailor_de_transport_la_sfarsitul_anului_2017.pdf, pagina 7, accesat la 28.05.2019

³⁵ Harghita Airport, Solicitare de ofertă, http://www.hargitaairport.ro/wp-content/uploads/2016/08/Arajanlat_Igenylo_20160628.pdf, accesat la 28.05.2019

identificate atât intern, cât și pe plan extern. În acest context este important ca domeniile privite să fie implicate, fiind nevoie de investiții atât în infrastructură, producția locală, având un rol semnificativ și reducerea șomajului, stimularea ocupării de muncă și sprijinul sectorului de afaceri.

Strategiile implementate (inclusiv și prezenta strategie), trebuie să fie în concordanță cu politicile la nivel național, regional și local, sintetizând principalele oportunități de dezvoltare pentru acest sector, cu scopul de a spori activitatea județului.

IV. ANALIZA SWOT A TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

Puncte tari	Puncte slabe
<p>Resurse turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - existenta obiectivelor turistice naturale si culturale exceptionale (Lacul Rosu si Cheile Bicazului, Lacul Sfanta Ana si Tinovul Mohos, Cheile Varghisului, complexul lacustru de la Sanpaul, salina Praid, centrul de ceramica Corund, biserica fortificata de la Darjiu, patrimoniu UNESCO, complexul de monumente religioase si 	<p>Resurse turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - conditii climatice aspre in zonele montane - riscuri climatice pentru circulatie si pentru programele turistice: frecventa cetii in depresiunile intramontane, ploile si nebulozitatea ridicata in sezonul de varf - riscul intarzierii ninsorilor si a oscilatiilor mari de temperatura, cauzand

<p>pelerinajul de Rusalii la Sumuleu-Ciuc etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - peisaj natural si calitatea mediului buna, apropiata de natura; relief predominant muntos, climat temperat pe timp de vară, vegetatie abundenta - populatia bogata a unor specii de animale de interes cinegetic, ihtiofauna specifica paraielor de munte (pastrav) - prezenta unui strat de zapada favorabil sporturilor de iarna - bogatia de ape minerale si a emanatiilor mofetice - elemente de plante endemice si relict, ecosisteme specifice, multitudinea rezervatiilor naturale - patrimoniu cultural relativ bogat, atat in privinta elementelor tangibile – construite, cat si intangibile – spirituale (autenticitatea mostenirii etnografice) - prezenta majoritara a populatiei secuiesti – forta atractiva pentru piata turistica din Ungaria, importanta turismului etnic si de VFR (vizitarea rudelor si prietenilor), legaturile multiple dintre comunitatile din judetul Harghita si comunitatile maghiare din Ungaria si alte tari apropiate (Slovacia, Ucraina, Serbia, Croatia si Austria), asezari si judete in fratite - unele zone forestiere au un caracter natural, intact, fara influenta antropica umana, vizibila - identitatea nationala-regionala a secuilor-maghiari, element al marketingului destinatiei - prezenta elementelor culturale romanesti, ca factor de diversificare a ofertei regionale, element de atractivitate pentru piata interna, dar si pentru piata maghiara ca specificitate 	<p>in sezonul hibernal deteriorarea stratului de zapada in domeniile schiabile</p> <ul style="list-style-type: none"> - deteriorarea calitatii esteticii peisajului si a biodiversitatii din cauza unor exploatare abuzive a padurii, constructii necontrolate, abandonarea culturilor agricole de tip faneata si pasune, neintretinerea peisajului cultural - poluarea apelor si a solului cu deseuri menajere in perimetrul asezarilor omenesti si mai ales in arealele turistice, asociate si cu poluarea fonica - aparitia pagubelor cauzate de animalele salbatice (ursi, mistreti, lupi) (din cauza reducerii suprafetei necesare populatiilor respective) - probleme de reabilitare ale unor monumente istorice, cladiri si ansambluri cu valoare de peisagistica urbana, in unele cazuri din cauza regimului juridic neclar sau din cauza lipsei surselor financiare - lucrari constructive, de modernizare neadecvate in cazul unor cladiri monument sau cu valoare de patrimoniu (lipsa controlului si a interventiei timpurii a autoritatilor competente) <p>Infrastructura de baza</p> <ul style="list-style-type: none"> - poluarea aerului cu gaze de esapament si praf in orase din cauza traficului precum si din cauza salubritatii neadecvate, a deficientelor privind amenajarea si protejarea zonelor verzi si curatirea intarziata a strazilor de reziduurile materialelor antiderapante utilizate in timpul iernii - prezenta frecventa a cainilor vagabonzi – lipsa unor plasamente specializate, adposturi cel putin temporare - deficiente in retelele de electricitate, cauzand cateodata intreruperi in furnizarea energiei electrice
--	---

<p>Infrastructura de baza</p> <ul style="list-style-type: none"> - unele axe de circulatie rutiera din judet, drumuri nationale si judetene importante din punctul de vedere al accesibilitatii unor microregiuni sau obiective turistice au fost reabilitate recent - programe de modernizare a infrastructurii edilitare, apa-canalizare - cresterea constiintei ecologice la nivelul factorilor de decizii publice, pregatirea pentru gestiunea durabila a deseurilor - dezvoltarea retelelor de telecomunicatii, mai ales telefonie mobila, penetrarea internetului si in zona rurala 	<ul style="list-style-type: none"> - insuficienta retelelor de apa-canalizare, problema acuta in cazul statiunilor balneoturistice de interes local - deficiente grave in starea unor drumuri nationale, drumuri si strazi din orase si statiuni turistice - majoritatea drumurilor forestiere nu sunt in stare de functionare - lipsa parcarilor, mai ales in orase si in statiuni, deficiente in organizarea traficului, lipsa traseelor de ocolire - lipsa aleilor pietonale, a trotuarelor in numeroase asezari de-a lungul drumurilor principale, lipsa sau insuficienta parcurilor si scuarurilor in numeroase asezari de interes turistic
<p>Infrastructura turistica</p> <ul style="list-style-type: none"> - investitii private in structurile de cazare, cresterea ponderii structurilor de 3 stele, mai ales pensiuni urbane și rurale - aparitia serviciilor de wellness in mai multe unitati hoteliere - aparitia unor unitati de alimentatie selecte in unele orase - interesul crescut fata de reabilitarea traseelor turistice montane marcate, initiative din partea ONG-urilor si a autoritatilor publice locale (APL) - existenta a mai multor centre de echitatie - amenajarea unor noi domenii schiabile (partii si instalatii de transport pe cablu) 	<p>Infrastructura turistica</p> <ul style="list-style-type: none"> - ponderea scazuta a hotelurilor in infrastructura de cazare, predominanta unitatilor de cazare de capacitate redusa - nivelul calitativ scazut al unor hoteluri existente in unele statiuni, starea de degradare accentuata a bazelor de cazare, de tratament si de agrement in unele statiuni, lipsa capitalului - lipsa unor complexe balneare cu oferta diversificata de servicii de agrement functionabile tot timpul anului - oferta unilaterala a serviciilor de alimentatie, lipsa sau numarul redus al restaurantelor cu specific local, national, vanatoresc sau pescaresc, cu programe artistice etc. - capacitatea redusa a domeniului schiabil, lipsa instalatiilor de transport pe cablu utilizabile si in sezonul estival (telecabina, telegondola), lipsa caracterului de retea sau sistem al domeniului schiabil, partiile fiind scurte, insuficient de
<p>Promovare, informare, cercetare</p> <ul style="list-style-type: none"> - initiative de infiintare a unor centre sau birouri de informare turistica - participarea la unele expozitii si targuri turistice din tara si din strainatate (mai 	

<p>ales in Ungaria)</p> <ul style="list-style-type: none"> - aparitia unor firme de consultanta in afaceri si prezenta unor institutii de cercetare in domenii socio-economice, inclusiv turismul, aferente institutiilor de invatamant superior <p>Resurse umane</p> <ul style="list-style-type: none"> - existenta diferitelor niveluri si profiluri de invatamant turistic, atat in sistemul de invatamant gimnazial, cat si superior - organizarea din cand in cand a unor cursuri de perfectionare in diferite meserii turistice si de ospitalitate de catre firme specializate si acreditate - interesul relativ crescut pentru invatamantul turistic in randul tinerilor, iar in cazul perfectionarii adultilor mai ales in randul femeilor <p>Organizare</p> <ul style="list-style-type: none"> - interesul APL-urilor pentru integrarea turismului in strategiile de dezvoltare locale - angajarea in unele locuri de referenti pentru turism sau stabilirea relatiilor cu consultanti in teme turistice - crearea unor asocieri microregionale, asociatii de dezvoltare intercomunitare, cunoasterea si interesul pentru programele de finantare guvernamentale si/sau europene (din Fondurile Structurale) - existenta unor cooperari informale sau formale intre intreprinzatori, in unele cazuri si intre intreprinzatorii locali din turism - existenta Organizatiilor de Management al Destinatiilor Turistice 	<p>diversificate</p> <ul style="list-style-type: none"> - starea nesatisfacatoare a retelelor de trasee turistice marcate in zona montana - lipsa traseelor de cicloturism din orase, statiuni, si din zonele extravilane (exceptie zona Ciucului inferior) <p>Promovare, informare, cercetare</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa sau insuficienta centrelor de informare turistice in orase, statiuni si alte localitati de interes turistic - materiale de promovare uneori foarte neatractive si depasite moral si informational, despre judet si unele localitati - lipsa unor centre de vizitare pentru ariile protejate - lipsa distributiei organizate si coordonate din punct de vedere profesional al materialelor informative ale intreprinderilor turistice, ale localitatilor si zonelor turistice, si mai ales ale obiectivelor turistice - lipsa strategiei si a programului anual de marketing al zonelor judetului (potentiale destinatii turistice), inclusiv raportarea publica de monitorizare a activitatii in acest sens - lipsa unui program judetean/regional de cercetare a pietei turistice si a evolutiei ofertelor si a trendurilor cererii - slaba cooperare intre institutiile/firmele de cercetare si agentii economici, respectiv autoritati, lipsa diseminarii informatiilor referitoare la politica turismului si a modelelor de bune practici <p>Resurse umane</p> <ul style="list-style-type: none"> - lipsa sau insuficienta caracterului practic al invatamantului turistic (inclusiv in
--	---

(OMDT)

- activitatea unor ONG-uri pentru promovarea formelor de turismul activ (drumetie, sporturi de iarna), cultural si ecoturism.

privinta invatamantului limbilor straine), slaba cooperare intre institutii de invatamant si agentii economici

- prestigiul scazut al ocupatiilor turistice si de ospitalitate, salarii si conditii de munca neatractive, perceptia perspectivei de cariera profesionala ca fiind limitata

- deficiente ale culturii antreprenoriale in privinta managementului resurselor umane

- profesionalismul scazut al lucratorilor in sectorul ospitalitatii, atitudini si comportament greoaie, lipsa sau insuficienta sensibilitatii fata de nevoile si exigentele oaspetilor

- nivelul redus al constiintei turistice ale populatiei, implicit al constiintei de mediu, al exigentelor fata de starea spatiilor publice sau private (fata de situatia optima pentru o destinatie competitiva)

Organizare

- lipsa sau insuficienta specialistilor de turism in APL-uri si in unele institutii publice cu profil cultural sau de protectia mediului (administratia ariilor protejate)

- slaba cooperare cu organizatii nationale si sau internationale pe teme turistice

- slaba cooperare intre APL-uri si intreprinderi turistice, de ex. pentru programe de marketingul destinatiei, planificare turistica, programe de asigurarea calitatii, promovarea investitiilor, coordonare intre institutii de invatamant si piata fortei de munca

- slaba dezvoltare a Organizațiilor de Management al Destinațiilor Turistice

- slaba cooperare intre ONG-uri respectiv intre ONG-uri si APL-uri

	<ul style="list-style-type: none"> - lipsa, insuficienta produselor turistice complexe, a pachetelor bine organizate.
Oportunități	Amenințări
<p>Mediul de piata (micromediul turistic)</p> <ul style="list-style-type: none"> - interesul crescând fata de diferite forme de turism activ: drumetie, cicloturism, turism ecvestru, alpinism, sporturi de iarna - interes crescand fata de turismul cultural si de patrimoniu - interes crescand fata de ecoturism bazat pe cunoastere si pe constiinta de consum ecologic - interesul crescand fata de turismul de incentive in cadrul turismului de afaceri/profesional - interesul locuitorilor din marile orase fata de linistea si autenticitatea spatiului rural, pentru stiluri de viata traditionale si alimente naturale (miscarea slow-food) - cresterea interesului pentru activitati de relaxare, de pastrarea si refacerea sanatatii, pentru servicii de tip wellness - dezvoltarea unor produse turistice inovative, adaptabile si in zona noastra - introducerea tichetelor de calatorie sau de vacanta in Romania <p>Mediul socio-cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - cresterea relativa a nivelului de culturalizare a populatiei cu implicatii asupra motivatiilor de calatorie - cresterea relativa a timpului liber si a veniturilor discretionale - imbattranirea populatiei europene, cresterea ponderii varstnicilor activi - presiunea cotidiana psihica si 	<p>Mediul de piata (micromediul turistic)</p> <ul style="list-style-type: none"> - distanta mare fata de pietele turistice - intarzierea investitiilor publice sau private in infrastructura balneara si de agrement -intensificarea competitiei turistice internationale si descresterea competitivitatii ofertei locale, regionale - conservarea unor atitudini, comportamente si practici nefavorabile din sectorul ospitalier din diferite intreprinderi turistice sau zone ale judetului prejudiciaza atractivitatea judetului - lipsa de adaptabilitate la noile tendinte ale cererii turistice - ineficienta eforturilor de promovare - asemnarea, lipsa de diferentiere intre ofertele turistice locale, formate uneori fara personalitate si fara creativitate - efectele negative ale turismului de masa - unele probleme aparente descurajatoare pentru turismul activ, in legatura cu produsele turistice existente (deplasari motorizate – ATV-uri, snowmobiluri) sau cu ocupatiile traditionale (cainii ciobanilor) <p>Mediul socio-cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - mentinerea competentelor lingvistice reduce atat in privinta limbilor straine de circulatie internationala, cat si a limbii oficiale ale statului (totodata a pietei turistice interne) - mentinerea prestigiului redus al

<p>spirituala a lucratorilor din sectorul tertiar creeaza impulsuri pentru participarea in activitati de timp liber prin calatorie si programe distractive, si recreative in mediu natural</p> <ul style="list-style-type: none"> - globalizarea culturala creste interesul fata de specificitati, de valori autentice in privinta modurilor de viata, a creatiilor si a gastronomiei - descresterea prejudecatilor interetnice <p>Mediul economic</p> <ul style="list-style-type: none"> - cresterea economica mai rapida in Romania fata de tendintele generale din alte tari, concentrarea dezvoltarii in marile centre urbane ale tarii favorizeaza formarea unei cereri turistice interne crescute - deschiderea tarii fata de investitorii straini - dezvoltarea sectorului financiar-bancar faciliteaza creditele investitionale si de consum turistic <p>Mediul politic</p> <ul style="list-style-type: none"> - retrocedarea unor terenuri si cladiri preluate in mod abuziv favorizeaza investitiile - stabilitatea politica interna creste increderea investitorilor si a turistilor fata de destinatiile turistice din tara - statutul de stat-membru al Uniunii Europene creste increderea investitorilor si a turistilor fata de destinatiile turistice din tara, totodata permite accesarea unor fonduri semnificative pentru dezvoltarea infrastructurii de baza, a resurselor umane, dar si a infrastructurii si serviciilor turistice, precum si pentru finantarea activitatilor de marketing, mai ales promovare - posibilitatea preluarii modelelor de 	<p>locurilor de munca din turism si industria ospitalitatii, migratia continua a fortei de munca in alte tari</p> <p>Mediul economic</p> <ul style="list-style-type: none"> - cresterea incertitudinii locului de munca pe pietele emitente contribuie la scaderea sosirilor de turisti din acele zone - recesiunea economica sau crizele de scurta durata afecteaza nivelul fluxului de turisti, creand greutati pentru afacerile turistice locale si pentru locurile de munca din turismul judetean - deziluzionarea actorilor locali fata de profitabilitatea activitatii turistice si renuntarea la afacerile de primire a oaspetilor ducand la reducerea capacitatilor de primire si disparitia unor locuri de munca din turism <p>Mediul politic</p> <ul style="list-style-type: none"> - intarzierea clarificarii situatiei dreptului de proprietate a terenurilor si a cladirilor - intarzierea reformelor din administratia publica - crearea unui mediu fiscal nestimulativ pentru afacerile turistice <p>Mediul tehnologic</p> <ul style="list-style-type: none"> - intarzierea adaptarii inovatiilor tehnologice contribuie la scaderea competitivitatii - intarzierea unor investitii publice in infrastructura de transport rutier si feroviar <p>Mediul natural</p> <ul style="list-style-type: none"> - cresterea riscurilor climatice, lipsa sau insuficienta stratului de zapada in sezonul de iarna, temperaturi neobisnuite pentru anumite perioade ale anului - deteriorarea continua a peisajului natural si cultural reduce atractivitatea regiunii si a zonelor din judet (de ex. afisarea unor panouri de publicitate pe
---	---

<p>best practice in elaborarea si implementarea politicii de turism de la diferite organizatii internationale, la care Romania este parte</p> <ul style="list-style-type: none"> - transferul de cunostinte in domeniul cercetarii pietei turistice internationale, asigurarea calitatii (standarde de calitate), dezvoltarea durabila, responsabila si universal accesibila a turismului - cresterea eficientei eforturilor de marketing pe pietele din afara Europei prin participarea Romaniei in ETC – Comisia Europeana a Calatoriilor - statutul de membru al judetului Harghita in Adunarea Regiunilor Europene – transfer de cunostinte, lobby regional <p>Mediul tehnologic</p> <ul style="list-style-type: none"> - dezvoltarea unor tehnologii informationale si communicationale cresc eficienta eforturilor de promovare, faciliteaza transmiterea mai usoara a mesajelor de marketing catre pietele-tinta, faciliteaza sistemul rezervarilor, dar si cercetarea pietelor - inovatiile in domeniul gestionarii structurilor de primire turistica faciliteaza reducerea presiunii asupra mediului, consumul de materii prime si energie, permitand preluarea bunelor practice si prin aceasta cresterea competitivitatii 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 treptata a infrastructurii locale, unele zone greu accesibile si intacte se deschid turismului, care – in cazul practicarii unor forme de ecoturism – pot deveni atractii semnificative 	<p>unele portiuni de drumuri, ca de pilda prin muntii Harghita, pasul Tolvajos).</p>
---	--

pentru turistii din Occident. In caz contrar, in acelasi timp, acest lucru poate sa insemne si un pericol.	
--	--

V. PROMOVAREA TURISTICĂ EFICIENTĂ A JUDEȚULUI HARGHITA, ȚINÂND CONT DE FOLOSIREA MIJLOACELOR DE PROMOVARE MODERNE

Una dintre cele mai încheștate și rafinate bătălii în materie de promovare, pe care o poarta toate țările, regiunile lumii, atât pe plan internațional, cât de multe ori și în interiorul țărilor, se duce în domeniul turismului, deoarece atragerea de turiști constituie cea mai avantajoasă afacere a acestui început de mileniu, având efecte economice, sociale, culturale.

O regiune, pentru a-și exprima viabilitatea ca destinație turistică, trebuie să-și pună în evidență elementele sale definitorii, dar și activitățile din sfera recreativă, curativă sau culturală în care s-a specializat. Pentru definirea acestui proces, este nevoie de mai multe etape, planificate conform obiectivelor propuse și implicând strategii specifice atât la nivel micro, mezo cât și macro, ținând cont de nevoile și resursele identificate. Astfel, turismul fiind unul dintre sectoarele cu cel mai ridicat potențial de a oferi creșterea și dezvoltarea economică, lupta pentru rezultate cât mai bune se desfășoară prin diferite strategii și măsuri de promovare.

Județul Harghita trebuie să acorde un interes aparte promovării turismului care ar putea fi un domeniu generator de locuri de muncă ce ar contribui la îmbunătățirea performanțelor economice ale regiunii. Regiunea deține un valoros și bogat potențial natural care, valorificat în mod corespunzător, ar putea face ca regiunea să fie competitivă pe piața turismului intern și european.

În ceea ce privește modalitățile de promovare turistică a județului Harghita, ținând cont de folosirea mijloacelor de promovare moderne, trebuie să diferențiem 3 situații distincte:

- atragerea turiștilor români;
- atragerea turiștilor europeni;
- atragerea turiștilor internaționali (din afara UE).

Totodată, analiștii fac distincție între trei alte categorii de turiști, luând în considerare aspirațiile și manifestările lor de cerere pentru produsele turistice și destinațiile de vacanță, cum urmează³⁶:

- turiști pentru care practicarea turismului nu este îngrădită de nivelul veniturilor și care constituie categoria clienței de "lux". Acest segment al cererii este profitabil

³⁶ **Economia turismului**, Lect. univ. drd. Carmen Boghean, https://www.academia.edu/10374214/ECONOMIA_TURISMULUI, accesat 23 mai 2019.

pentru prestatorii de servicii specifice, dar greu de monitorizat întrucât produsele și serviciile turistice sunt adesea personalizate pentru fiecare client și nu se regăsesc în analizele de piață obișnuite. Pentru destinațiile acestor turiști efectele sunt mixate – pe de o parte, turiștii alocă resurse financiare în respectivele destinații, pe de altă parte manifestă opulență și extravaganță față de populația locală și sunt, adesea, priviți cu reticență. Pe acest segment se manifestă noi tendințe și provocări. Astfel, având în vedere că destinațiile vizate până în prezent de turiștii de lux sunt invadate, din spirit de imitație, de către turiștii cu venituri medii, turiștii de lux se reorientează către noi destinații, mai exotice și mai puțin cunoscute publicului larg.

- turiștii "activi", care dispun de resursele financiare necesare sau sunt în căutarea unor resurse pentru a stabili un echilibru financiar între mijloacele lor economice și cererile pentru călătoriile de vacanță. Principalele trăsături ale turistului activ sunt: capacitate economică relativ ridicată, nivel de înțelegere socio-culturală peste medie, precum și discernământ și selecție privind formele de turism și destinațiile preferate. Cererea manifestată de acest segment acoperă: nevoile de destindere, agrement-divertisment și setea de cultură, toate rezultând din desprinderea temporară din cotidian prin activități sportive, jocuri de societate, contacte cu populația autohtonă, acumulare de noi cunoștințe etc.
- turiștii "pasivi" (sau, după unii analiști, așa-numiții turiști "captivi"), ale căror aspirații pentru achiziționarea produselor turistice nu depășesc limitele condițiilor lor economice. Profilul turistului pasiv se caracterizează prin: capacitate financiară limitată în raport cu paleta de opțiuni din oferta de servicii turistice și înclinația către formulele forfetare de vacanță, pregătite și comercializate de agențiile tour-operatoare sau de agențiile intermediare ale acestora.

Astfel, fiecare situație trebuie tratată separat, luând în considerare mai mulți factori, printre care posibilitățile financiare, promovarea țintită și nivelul de recepționare a informațiilor a grupului țintă.

5.1. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII ROMÂNI

Având în vedere poziționarea județului pe hartă, monumentele istorice, tradițiile și cultura, respectiv resursele naturale, putem pronunța că zona dispune de condițiile necesare pentru dezvoltarea turismului și inclusiv, pentru a introduce în repertoriar noi modalități de promovare.

1.1. Popularizarea site-ului oficial de turism (VisitHarghita) al județului Harghita, ca instrument major de promovare, informare și efectuare a rezervărilor, în timp real

Existența site-ului și a aplicației *Visit Harghita* a oferit o oportunitate excelentă de promovare a județului, centralizând informații despre oportunități de cazare, de luat masa, atracțiile turistice, evenimentele și activitățile, respectiv alte informații utile. Creșterea

popularității acestui site, și implicit, a județului, pe plan turistic, se poate face tot prin mediul online. Mediul online este o oportunitate, prin care informația ajunge la grupul țintă ușor, repede, clar, accesibilitatea acestuia fiind una ridicată din oricare zonă a țării - în concluzie, mediul online e accesibil potențialilor turiști. Pentru a diversifica canalurile online, site trebuie să fie prezent pe mai multe platforme, precum: Facebook și Youtube (dacă această prezență este benefică în ceea ce privește numărul turiștilor, în continuare se poate implica și platforma Twitter).

În trecut numărul redus de utilizatori de pe internet nu încuraja alocarea de bugete pentru promovarea online, fiind mai mult privită ca o acțiune opțională. Paradoxal, în prezent bugetele alocate pentru promovarea în mediul online le-au egalat pe cele din mediul offline, ba mai mult în unele cazuri chiar le-au depășit, deoarece au fost identificate posibilitățile oferite de acest spațiu, datorită dezvoltării tehnologice și globalizării.

Site-ul și promovarea acestuia este primul pas spre construirea unei prezențe online puternice. O pagină web nu este doar o platformă online care afișează informații, ci este o metodă de comunicare, remarketing, notificare, pentru a afla părerea vizitatorilor și turiștilor și pentru a reacționa la aceste păreri prin noi servicii, opțiuni, chiar și politici implementate la nivel local. Totodată, cea mai mare problemă în ceea ce privește site-ul VisitHarghita, întâmpinată chiar și de locuitorii județului, este lipsa vizibilității.

Totodată, este nevoie de implicarea a metodelor de promovare moderne, fiind posibilă adăugarea unor opțiuni pe site, cum ar fi hărți interactive de drumeții, crearea unor filmulețe 3D sau chiar și poze de 360°.

1.2. Dezvoltarea brandului existent al județului Harghita - VisitHarghita (politici de promovare și diseminare, regulament pentru utilizarea brandului la nivel local, național și internațional)

În acest moment, brandul oficial al județului Harghita este [Visit Harghita](#), cu sloganul *Treasure in nature*. Crearea unui brand puternic și respectat este cheia promovării eficiente a județului, mai ales la nivel național (dar poate avea efecte și pe plan internațional). Brandurile sunt acele resurse cheie, intangibile, care necesită menținere și dezvoltare continuă. Caracteristicile lor includ reputația, încrederea, loialitatea și recunoașterea în rândul turiștilor/vizitatorilor, prin identificarea și diferențierea județului de alte oportunități.

Astfel, este nevoie de identificarea elementelor care contribuie la dezvoltarea brandului a județului Harghita:

- identificarea resurselor care diferențiază județul de alte județe (oportunități de schi, Bear Watching, tradiții, cultură, istorie etc.),
- stabilirea unei identități sau tipuri de identități (în cazul județului Harghita se recomandă o identitate axată pe prietenie, tradiție, familie și cultură),
- schimb de informație bilaterală cu grupul țintă, adică turiștii și vizitatorii județului, prin: mesaje, poze, videoclipuri etc.,
- după dezvoltarea punctului anterior, crearea unei comunități loiale,

- prezență (chiar agresivă) pe toate platformele posibile online și offline,
- transmiterea unui mesaj,
- evidențierea brandului,

Promovarea brandului existent în domeniul turistic, are ca rezultat creșterea vizibilității naționale și internaționale a județului Harghita ca destinație turistică și ar ajuta la dezvoltarea mai eficientă a oportunităților existente.

1.3. *Elemente de promovare*

Crearea unor elemente de promovare, conexe site-ului și brandului de la punctul 1.1. și 1.2., pentru o promovare offline mai eficientă și pentru a facilita contactul cu grupul țintă, adică vizitatorii și turiștii. Astfel de elemente de vizibilitate pot fi:

- Stickere cu **Visit Harghita**, logo și motto: **Treasure in nature**.
- Înscricție **Visit Harghita**, de aproximativ 4m x 25m, în mai multe orașe și puncte de importanță ridicată din județul Harghita: Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, etc. – aceste înscricții pot fi finanțate și din bugetul local, în cazul în care Unitatea Administrativ Teritorială a unei localități dorește să se folosească de înscricție.

1.4. *Promovare națională - prin ONG-uri*

Existența ONG-urilor din domeniul turismului este o oportunitate importantă în ceea ce privește promovarea județului Harghita. Colaborarea cu sectorul neguvernamental și sfera publică pentru organizarea de acțiuni generale de promovare întreprinse la nivel național și eventual internațional ar avea ca efect transmiterea informațiilor referitoare la oportunități prin actori locali pe tot teritoriul țării, existând avantajul cunoașterii (adică organizațiile neguvernamentale locale au deja o comunitate locală implicată, de multe ori dețin locația necesară organizării unor evenimente de promovare și pot să organizeze ținut aceste evenimente celor care pot să fie interesați.

1.5. *Oferte turistice promovate prin turoperatori*

Promovarea ofertelor turistice din regiune prin includerea acestora în cataloagele turoperatorilor români și prezența ofertelor pe site-uri de specialitate este cea mai ușoară modalitate, prin care informația poate să ajungă la turiștii din categoria turiștilor activi și pasivi. Existența unui agent intermediar conferă siguranță turiștilor, sunt ușor de abordați și poate să ofere opțiunile perfecte pentru fiecare în parte.

5.2. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII EUROPENI

În prezent, numărul turiștilor europeni în județul Harghita fluctuează, majoritatea provenind din Ungaria, Austria, Germania și Republica Moldova. Turiștii europeni optează să viziteze județul Harghita din mai multe considerente, printre care: considerente sentimentale (istorie comună), considerente financiare (prețuri relativ scăzute), activități diversificate (județul oferind mai multe tipuri de activități turistice, pentru fiecare grup de vârstă, indiferent de sex).

Totuși, promovarea prezentă nu este destul de eficientă ca să atragă vizitatori într-un număr semnificativ din țări precum Franța, Spania, Italia etc. Pentru a remedia situația, pot fi identificate unele măsuri care ar putea contribui la promovarea județului pe plan european.

2.1. Promovare on-line

Beneficiile promovării on-line, anume prin site-uri, Facebook și Youtube, identificate în subcapitolul anterior, ar putea avea aceeași efecte și în cazul grupului țintă la nivel european, însă fiind nevoie de unele completări:

- În cazul filmulețelor și postărilor este nevoie de versiuni în limbile de circulație internațională (engleză, germană, franceză) sau de subtitlări;
- Pentru a crește vizibilitatea, este nevoie de achiziționarea unor servicii de promovare (temporare), prin care site-ul și conturile conexe, cor apărea în formă de reclamă pe alte site-uri, folosind popularitatea acestora pentru a ajunge la grupul țintă.

2.2. Promovarea prin târguri de turism internaționale

Promovarea județului în plan internațional (chiar și prin intermediul brandului său), prin încurajarea antreprenorilor și firmelor să participe la diferite târguri de turism internaționale, prezentând ofertele județului și popularizând zona. Această măsură poate să cuprindă materialele online de la punctul 2.1., respectiv materiale întocmite special pentru aceste evenimente.

Târgurile de turism internaționale sunt o oportunitate importantă, deoarece întrunesc expozați reprezentând țările europene (sau chiar și de pe glob), existând posibilitatea de a stabili contacte și întâlniri cu alți expozați, de a încheie parteneriate, de a observa strategiile altor țări, de a afla informații noi despre tendințele în turism prin cadrul evenimentelor organizate pe durata târgurilor.

5.3. MODALITĂȚI DE PROMOVARE, PENTRU A ATRAGE TURIȘTII DIN AFARA UNIUNII EUROPENE

Turiștii din afara Uniunii Europene vizitează de obicei marile țări europene, fiind atrași de reputația și chiar de brandul național al acestora. Pentru a identifica o modalitate prin care să fie popularizată județul Harghita pe plan internațional, trebuie să evidențiem importanța măsurilor propuse în capitolele anterioare.

Fiind vorba despre un județ din România, este greu să folosim promovarea țintită, însă prezența la târgurile internaționale și pe platformele online poate să genereze o comunicare bilaterală, prin prezentarea ofertelor și chiar prin prezentarea zonei într-un mod semi- și/sau informal, sugerând o experiență unică, datorită resurselor (naturale, istorice, tradiționale).

5.4. CONCLUZII

Promovarea online trebuie să se aple în centrul oricărei strategii de promovare, indiferent de mărimea sa, deoarece acesta oferă vizibilitate nelimitată, contact direct cu grupul țintă, fără să consume multe resurse financiare. Un plan integrat în ceea ce privește materialele constituite,

într-unite printr-un brand comun, ar putea avea efecte semnificative asupra numărului vizitatorilor în viitor.

VI. ANALIZA COMPARATIVĂ A METODELOR DE PROMOVARE FAȚĂ DE ALTE JUDEȚE (ȚINÂND CONT DE CELE 4 ASPECTE EXISTENTE – RESURSE BUNE+PROMOVARE BUNĂ, RESURSE BUNE + LIPSA PROMOVĂRII, LIPSARESURSELOR + PROMOVARE BUNĂ, LIPSA RESURSELOR + LIPSA PROMOVĂRII)

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 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 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.

6.1. ATRACȚII NATURALE ȘI ANTROPICE

6.1.1. 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 Transilvania, 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

- Tinovul Mohoș, apele minerale de băut și cu efect terapeutic din Băile Tușnad, Lacul Ciucaș, Baza de tratament Tușnad, Wellness Tusnad

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, Ghelița.

- județul Mureș: Sovata (face parte din Ținutul Sării, tratamente balneo-climaterice), orașul Târgu Mureș (istoria și clădiri vechi), Sighișoara (cetatea medievală), Scaunul Domnului, Munții Călimani, Sângeorgiu de Mureș (băi sărate), Rezervația peisagistică Valea Mureșului.

6.1.2. 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 iododice la Perșani, Rotbav, 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; apele curative din stațiunile balneoclimaterice Ocna Sibiului și Bazna; depozitele de calcar de la Cișnădioara și Turnu Roșu; rezervația din Valea Sârbă; Lacul 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 două stațiuni turistice de interes național (Poiana Brașov și Predeal) și patru stațiuni turistice de interes local (Bran, Moieciu, Pârâul Rece, Timișu de Sus). În județul Sibiu sunt trei stațiuni turistice de interes local (Bazna, Ocna Sibiului și Păltiniș).

6.1.3. MOLDOVA

Județul Suceava: Munții Rarău și Giupalău, Munții Călimani; Valea și Cheile Bistriței; Cetatea de Scaun și Hanul Domnesc de la Suceava; Mănăstirile din Bucovina (Vroneț, 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 Trotușului, Siretului, Bistriței; ape minerale la Slănic Moldova, Poiana Sărata, Târgu Ocna.

În județul Suceava sunt trei stațiuni turistice de interes național (Câmpulung Moldovenesc, Gura Humorului, Vatra Dornei). În județul Neamț sunt două stațiuni turistice de interes local (Băltățești și Durău). În județul Iași nu sunt stațiuni turistice de interes național sau local. În județul Bacău sunt două stațiuni de interes național (Slănic Moldova și Târgu Ocna).

6.1.4. 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 trei stațiuni turistice de interes național (HR – Băile Tușnad, CV – Covasna, MS – Sovata Băi) și șapte 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.

6.2. INFRASTRUCTURA TURISTICĂ

6.2.1. CONCURENȚA JUDEȚELOR ÎN INTERIORUL ȚINUTULUI SECUIESC

În analiza infrastructurii turistice ne-am focusat pe capacitatea de cazare prezentă în județele concurente. În Tabel-Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2017 și Tabel-Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2018.

Tabelul nr. 14. Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2017

Tipuri de structuri 2017	Harghita	Ținutul Secuiesc			Ținutul Săseșc			Prahova	Moldova				Romania	
		Covasna	Mureș	Total	Brașov	Sibiu	Total		Suceava	Neamț	Iași	Bacău		Total
Hoteluri	24	2548	4795	7343	11601	3676	15277	6857	3879	1869	2759	2085	10592	168919
Hosteluri	8	112	254	366	789	68	857	455	254	188	31	94	567	9900
Moteluri	5	87	537	624	632	179	811	691	257	335	139	379	1110	7489
Hanuri	0	0	0	0	0	38	38	0	0	0	0	0	0	101
Vile turistice	4	223	225	448	1472	614	2086	950	231	143	142	287	803	10751
Cabane turistice	15	21	48	69	966	406	1372	244	180	261	27	16	484	4359
Pensiuni turistice	98	323	1696	2019	4741	1698	6439	2308	1617	352	548	929	3446	28386
Pensiuni agroturistice	225	413	841	1254	5692	1899	7591	718	2272	2002	247	430	4951	31986
Campinguri	5	0	53	53	352	144	496	28	144	0	0	20	164	3466
Popasuri turistice	1	15	0	15	0	0	0	44	66	36	0	70	172	2065
Bungalouri	10	0	0	0	130	24	154	0	104	16	0	16	136	1231

Sursa: Institutul Național de Statistică

Tabelul nr. 15. Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2018

Tipuri de structuri 2018	Harghita	Ținutul Secuiesc			Ținutul Săseșc			Prahova	Moldova				Romania	
		Covasna	Mureș	Total	Brașov	Sibiu	Total		Suceava	Neamț	Iași	Bacău		Total
Hoteluri	24	2419	4476	6895	11804	3610	15414	6742	3835	1715	2887	2111	10548	126105
Hosteluri	8	90	124	214	784	114	898	552	258	283	106	149	796	8454
Moteluri	4	45	550	595	630	146	776	631	244	259	126	362	991	7264
Hanuri	0	0	0	0	0	38	38	0	0	0	0	0	0	80
Vile turistice	4	233	106	339	1594	622	2216	898	279	157	82	297	815	9117
Cabane turistice	14	21	60	81	1004	323	1327	143	205	184	27	16	432	4160
Pensiuni turistice	92	337	1514	1851	4858	1593	6451	2276	1701	372	415	1032	3520	28740
Pensiuni agroturistice	240	465	815	1280	5634	1777	7411	722	2419	1931	224	341	4915	31194
Campinguri	5	0	0	0	352	0	352	28	0	0	0	0	0	554
Popasuri turistice	1	0	0	0	0	0	0	44	48	0	0	70	118	420
Bungalouri	28	0	0	0	118	24	142	0	30	12	0	16	58	534

Sursa: Institutul Național de Statistică

Putem vedea din că între anii 2017-2018 județele Brașov, Suceava și Bacău se înregistrează creșteri la numărul locurilor omologate de cazare, iar în județele Harghita, Covasna, Mureș Sibiu, Neamț și Iași se înregistrează scăderi la numărul omologate de cazare. 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(27,9%), fiind devansat de județul Mureș cu 7,2% și de județul Covasna cu 29,6%. Rata de 58% 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 Tabel-Tipurii de structuri de cazare turistică existent în județele analizate prezentăm situația județelor analizate privind tipurile de structuri de cazare turistică existente în anul 2018. Județul Harghita stă pe locul 6 privind numărul total de locuri după județele Brașov, Prahova, Suceava, Sibiu și Mureș. Observăm însă un decalaj la nivelul județului Harghita spre structurile de cazare tip pensiuni, cabane, vile, acestea reprezentând 57,94% din oferta totală, iar hotelurile reprezintă numai 37,33%. Acest decalaj este unic pe planul Ținutului Secuiesc. În județele Covasna și Mureș observăm exact contrariul unde hotelurile, hostelurile și motelurile reprezintă 68,25% respectiv 65,09% în timp ce pensiunile, cabanele și vilele reprezintă 28,22% respectiv 31,53%. În restul județelor hotelurile sunt cel mai bine reprezentate într-un cvantum de 40-50% iar raportul pensiunilor este între 10-40% din total.

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 2,95% iar la categoria pensiuni are 5,09% din total, fiind devansat de județele Brașov, Sibiu și Suceava cu 18,18%, 5,89% respectiv 6,23%. În județele Covasna și Mureș situația este contrară județului Harghita.

6.2.2. ȚINUTUL SĂSESC

Există mari diferențe între județele prezentate la acest subcapitol. În județul Brașov sunt de 3,15 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 9% mai bună în județul Sibiu

Numărul de cazare în Ținutul Săsesc și Ținutul Secuiesc sunt de 35.581 respectiv 11.654 de locuri. 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 bun 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 de 27,7%; 57% respectiv 34,8%

6.2.3. 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, înnopțări. 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 24,5% în timp ce județele cu mai puține locuri de cazare (Bacău și Iași) au rata de utilizare de 38,4% respectiv 39,8%.

În regiunea Moldova și Ținutul Secuiesc capacitatea de cazare a ajuns la o rată de 2:1, 22.756 respectiv 11.654. În județele din Moldova au sosit de două ori mai mulți 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%.

6.2.4. VALEA PRAHOVEI

Capacitatea de locuri de cazare este în continuă creștere. În timp ce în 2006 au fost 9.234 de locuri, în 2018 au fost 12.190 locuri, adică a creștere de aproape 3.000 de locuri. În județ sunt ca număr de cazare cam aceleași locuri 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.

6.3. TURISM DE IARNĂ

Relieful județului Harghita este bogat în munți, ceea ce este un factor bun privind turismul de iarnă. Sunt cele mai multe pârtii de schii din țară (36) în 10 stațiuni. 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.

Tabelul nr. 16. Pârtii de schi în județele, regiunile analizate

Tipuri de structuri 2018	Harghita	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	Prahova	Moldova
Nr. Pârtii de schi (în județ/regiune)	36	37	37	30	14
Lungime totală (metri, în județ/regiune)	23.249	25.009	48.695	36.830	35940
Nr. Stațiuni cu pârtii de schi (în județ/regiune)	10	12	9	3	9

Sursa: Strategia turismului balnear, INCDT

6.3.1. 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 1.000m. Lungimea totală a pârtiilor de schi este de 23.749 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 parcarilor este tot la un nivel minim, nu sunt locuri suficiente de parcare pentru mașinile turiștilor. Județul Harghita are aproape atât de multe pârtii ca și cele două județe împreună. Are aproape la fel de multe stațiuni dotate cu pârtii ca și celelate două județe împreună. Posedă aproape 50% din lungimea totală a pârtiilor de schi.

Județul Covasna: munții din județ nu sunt atât de înalți 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 în județ este de 3.799 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 ajunge drum asfaltat iar la Comandău drum de macadam. Nici aici nu sunt soluționate problemele de parcare. La Băile Șugaș sunt locuri de parcare 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 se 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 parcare este sub orice critică. Nu numai că nu sunt suficiente locuri de parcare 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 21.210 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.

6.3.2. 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 2.000m, o pârtie de 1.200 m iar restul au între 200 –

900m. Majoritatea pârtiilor se află în 2 stațiuni, deci sunt oarecum grupate, în timp ce pârtiile din Ținutul Secuiesc sunt așezate în 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 sosesc în 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 1.000m lungime. Majoritatea pârtiilor sunt mai lungi decât 2.000m. 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 48.695m, adică cu aproape de 2 ori mai multe. Aceste indicii sunt realizate în 9 stațiuni față de 22 prezente în Ținutul Secuiesc, ceea ce înseamnă o mai bună structurare a lor. Infrastructura de transport pe cablu este net superioară la vecinii de la sud.

6.3.3. 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 10 pârtii de schi în 5 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 (4), care nu sunt pentru schiorii profesioniști. Pârția din Cozla este destul de lungă pentru ca să merite să meargă turiștii acolo. 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 23 mai multe pârtii. Numărul stațiilor dotate cu pârtii din Moldova este 45% din ceea ce are Ținutul Secuiesc. Dacă analizăm și ratele dintre ele avem altă situație. În Moldova avem în medie aproape 2 pârtii pe stațiune, iar în Ținutul Secuiesc avem 3 pârtii pe stațiune. Lungimea totală de 35.940m este împărțită în 14 stațiuni, respectiv 25.009m în 12 stațiuni. În numere absolute Moldova este în avantaj. Privind ratele Ținutul Secuiesc este în poziție favorită.

6.3.4. PRAHOVA

În județul Prahova sunt multe pârtii de schi (30), astfel fiind pe locul doi după județul Hraghita. Varietatea pârtiilor din județul Prahova este foarte bogată, sunt 11 pârtii cu lungime mai mică de 1.000m. Jumătatea pârtiilor este mai lungă de 2.000m. 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 30 de pârtii de schi în trei stațiuni turistice și un total de 36.830m de pârtii. Lungimea totală a pârtiilor este de aproape de 2 ori mai mare față de cele din județul Harghita.

6.4. APE MINERALE – TURISM BALNEAR

6.4.1. 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 izvoare de ape sărate în unele zone, dar frecvența lor este inferioară apelor minerale. În continuare vom prezenta pe scurt localitățile care au aceste resurse naturale.

Județul Harghita (www.e-calauza.ro)

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. Emanațiile mofetice sunt caracteristic localităților Remetea (www.rotur.ro), Joseni, Ciumani, Voșlobeni, Gheorgheni, Lacul Roșu.

Depresiunea Ciucului

Aici sunt prezente mai ales băi cu ape minerale. Băile Miercurea Ciuc cu apă de 21-23grade C, Jigodin Băi, Mădăraș Ciuc – în prezent nu funcționează, dar apa a avut 26grade 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, Băile Homorod,

Județul Covasna: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: Covasna, Fortyogo – TârguSecuiesc, 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:

- Balvanyos (CV): electroterapie, hidroterapie, termoterapie, kinetoterapie, aerohelioterapie, gimnastică medicală, masaj medical. Hotelul best western din balvanyos 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.

Tabelul nr. 17 - Capacitatea de cazare a localităților cu factori naturali terapeutici

Tipuri de structuri 2007	Harghita	Ținutul Secuiesc	Ținutul Săsesc	Prahova	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

Sursa: Strategia turismului balnear, INCDT

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.

6.4.2. ȚINUTUL SĂSESC

Județul Brașov: cele mai importante localități balneoclimaterice sunt: 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 stațiilor:

- 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 odihnă 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 cu 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 Brașov sunt folosite de turiști care practică sporturi de iarnă.

6.4.3. 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.

6.4.4. 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 de cazare este prezentă în stațiunea Sinaia, după care urmează Bușteni.

6.5. ACCESIBILITATE

6.5.1. CONCURENȚA JUDEȚELOR ÎN INTERIORUL ȚINUTULUI SECUIESC

Județul Harghita: accesibilitate rutieră: DN12, DN 13, DN15, DN11/B, DN15. În direcția sud-nord traversează DN12; DN12/A; iar DN12/C face legătura cu Moldova. DN13/A asigură legătura cu Odorheiu Secuiesc. Drumul european E578 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 11BTârgu 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 13ABălăușeri - limita jud. Harghita, DN 13CVânători - lim. Jud. Harghita, DN 13DSovata-Săcădat, DN 14 limita jud. Sibiu - DN13(Sighișoara), DN 14A limita jud. Sibiu – Ierņu, DN 15 limita jud. Cluj - limita jud. Harghita, DN 15A între DN 16(Reghin) - Năsăud, DN 15ETârgu 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 – Odorheiu Secuiesc.

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, cel din Sibiu la 179 km și aeroportul din Ghimbav (40km) va intra în funcțiune în 2020.

6.5.2. 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 (Transfăgărășan) 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 2020.

6.5.3. MOLDOVA

Accesibilitate rutieră:

Județul Suceava: drumul internațional E85 care asigură legătura între granița cu Ucraina - Suceava - Bacău - Buzău - București - granița cu Bulgaria. Drumuri naționale: DN2 între București - Buzău - Bacău - Suceava - graniță cu Ucraina, DN17 între Dej - Bistrița - Vatra Dornei - Câmpulung Moldovenesc – Suceava, DN29 între Suceava–Botoșani-Săveni – Manoleasa, DN29A între Suceava - Dorohoi - Rădăuți - graniță cu 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 – granița cu republica Moldova, DN28 între granița cu republica Moldova - Iași–Tețcan.

Accesibilitate feroviară:

Județul Suceava: linia 500 traversează județul în direcția sud–nord.

Județul Neamț: linia principală 500, linia 509 Bacău - Piatra Neamț – Bicz, 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.

Tabelul nr . 18. 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	-

Sursa: Strategia turismului balnear, INCDT

6.5.4. VALEA PRAHOVEI

Accesibilitate rutieră: drum național: DN1, DN1A face legătura între București - Ploiești - Vălenii de Munte – Săcele, DN1BPloiești – Buzău, DN 1DAbești – Urziceni, DN72 Găești–Târgoviște – Ploiești.

Accesibilitate feroviară: linia principală 500 traversează județul în direcția sud-nord, liniile secundare 302 Ploiești–Târgoviște, 304 Ploiești (Sud) – Mâneciu, 306 Ploiești (Sud) – Plopeni - Slănic.

Accesibilitate aeriană: la doar 57km aeroportul internațional din București este cel mai apropiat de acest județ.

6.6. CONCLUZII

6.6.1. 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 pregătiți 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 județul Mureș și 80% în județulCovasna.

Turismul de iarnă este un punct forte a județului Harghita față de județele Covasna și Mureș. În județele vecine sunt puține pârtii de schi, condițiile de zăpadă nu sunt atât de bune ca în munții Harghitei. 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 provin din localitățile învecinate, în cel mai bun caz sosesc și câțiva turiști din județele vecine. Sunt prezente mai multe pârtii de schi în județul Harghita, sunt unele punctenodale 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 practicată. 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 pârtii, astfel. această problemă ar fi înlăturată. Accesibilitatea zonelor schiabile nu sunt tocmai bune, majoritatea locațiilor sunt legate 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 (Băile Tușnad, 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 dintre cele trei județe. Județul Covasna este foarte aproape de punctul nodal Brașov unde se întâlnesc mai multe drumuri naționale, magistrale, 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.

6.6.2. 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 toate că nivelul înnoptărilor și a locurilor de cazare au fost oarecum egale în cele două ținuturi, 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. Privind numărul total de locuri de cazare județul Harghita stă pe locul 6 dintre județele analizate, fiind devansat de Brașov, Prahova, Suceava, Sibiu și Mureș. Se află pe aceeași poziție privind prezența locurilor de cazare în hoteluri. Numărul pensiunilor din județul Harghita raportat la totalul ofertei României din același domeniu este de 5,09%, însă rămâne în urmă la categoria hotelurilor. Privind datele totale din ținuturile, situația este următoarea. Vecinii de la sud au 12,05% din totalul locurilor de cazare în hoteluri din țară față de 5,43% obținut de cele trei județe din Ținutul Secuiesc.

Ținutul Secuiesc este probabil cel mai bun loc pentru schiori, aici sunt cele mai multe pârtii de schi. Ținutul Săsesc și județul Prahova poate concura cu pârtiile sale. O bună parte a domeniului schiabil este alcătuită din pârtii lungi de până 4.600m în timp ce oferta din Ținutul Secuiesc este mult mai slabă, majoritatea pârtiilor fiind sub 1.000m 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 mare 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, atmosfera în circulație 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 într-un număr suficient de mare.

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 deservesc 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.

6.6.3. 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.

Oferta de pârtii de schi din aceste județe este mai modestă, sunt în total 14 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.

6.6.4. VALEA PRAHOVEI

Județul Prahova a înregistrat scădere ușoară privind numărul total a locurilor de cazare, dar rata utilizării lor a crescut. Putem observa tendințe asemănătoare în regiunea din Moldova. Au obținut cu 30% mai multe sosiri 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 cele mai multe cazuri 1.000m. Aceste stațiuni sunt într-o poziție 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, transportul pe cablu este mult superior celor din județul Harghita, problema de rezolvat fiind și aici traficul imens și lipsa parcarilor.

Județul Prahova poate concura cu Ținutul Secuiesc în privința lacurilor sărate, mine 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 București 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.

Tabelul nr. 19. 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 corijată cu ponderea factorilor denumite în tabelul anterior

Tabelul nr. 20. 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:

Tabelul nr. 21.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 analizați.

Tabelul nr. 22. Comparația regiunilor cu ponderea factorilor analizate

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, tăblițe 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 parcarilor 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.

VII. VIZIUNEA PE TERMEN LUNG A DEZVOLTĂRII TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

Pentru ca dezvoltarea turismului să fie eficientă în județul Harghita, trebuie luat în considerare și nevoia de dezvoltare durabilă, principiu care stă la baza întregii creșteri economice și sociale, prevăzute în strategiile de turism.

Viziunea pe termen lung a dezvoltării turismului din județul Harghita se centralizează prin dezvoltarea regiunii, ca și întreg, într-o destinație competitivă din punct de vedere turistic pe plan național și internațional, valorificând resursele.

Plan operațional de realizare a obiectivelor Strategiei județene integrată de turism a județului Harghita

Axe 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 Harghita

Obiective specifice	Activități	Responsabil	Parteneri	Termen	Sursa de finanțare
1. Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice	1.1. Restaurarea, conservarea și punerea în valoare a monumentelor istorice, conservarea patrimoniului arhitectonic, religios și etnografic <ul style="list-style-type: none">• Prevenirea degradării ireversibile• Adaptarea infrastructurii, renovarea clădirilor, îmbunătățirea imaginii zonei, a mediului înconjurător	Primăriile din județ	Consiliul Județean Harghita Ministerul Culturii Uniunea Europeană Instituțiile de sănătate, Parteneriate Public-Private, spitale sau spitale private	Permanent	Consiliul Județean Harghita Fonduri nerambursabile

	<ul style="list-style-type: none"> • Atragerea fondurilor necesare reabilitării, intervențiilor necesare restaurării și managementului necesar introducerii acestor monumente în circuitul istoric <p>1.2. Digitizarea bunurilor de patrimoniu și/ sau a arhivelor, și crearea de baze de date</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea noilor tehnologii de informare, diversificarea canalelor de comunicare • Utilizarea creativă a mijloacelor de comunicare media • Elaborarea unor baze de date în care obiectul de patrimoniu digitizat să fie asociat cu toate analizele științifice, studiile și publicațiile referitoare la acesta <p>1.3. Crearea și dezvoltarea de muzee și spații culturale (interioare și exterioare)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crearea de muzee vii în diverse perioade ale anului în preajmă principalelor monumente 				
--	---	--	--	--	--

	<p>istorice</p> <p>1.4. Alcătuirea unei istorii colective și interdisciplinare a patrimoniului din județ</p> <p>1.5. Amenajarea zonelor de protecție prin delimitarea și împrejmuirea monumentelor istorice</p> <p>1.6. Sprijinirea și promovarea inițiativelor publice și private prin utilizarea patrimoniului cultural ca loc de reflecție, schimb de idei și creație</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizarea evenimentelor culturale, tradiționale • Încurajarea accesului tinerilor la spații în care să-și poată exprima potențialul creativ și inovativ <p>1.7. Crearea sinergiei între cultură și turism prin crearea evenimentelor semnificative regionale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crearea și dezvoltarea evenimentelor de mare învergură pe teritoriul județului • Punerea în valoare a 				
--	---	--	--	--	--

	<p>acestor evenimente prin realizarea de pachete turistice corespunzătoare</p> <p>1.8. Susținerea unei dezvoltări durabile prin turism cultural și/sau religios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizarea de trasee cultural-turistice, care promovează patrimoniul cultural-istoric • Modernizarea traseului tematic religios Via Mariae • Dezvoltarea infrastructurii culturale prin construirea de noi spații culturale și facilități • Refuncționalizarea unor spații culturale abandonate • Susținerea dezvoltării echilibrată a infrastructurii culturale prin studierea nevoilor culturale ale membrilor comunității, de implicarea acestora în planificarea culturală <p>1.9. Facilitarea accesului la patrimoniu natural și antropic a publicului larg</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crearea cadrului 				
--	---	--	--	--	--

	<p>instituțional în care proprietarii obiectivelor istorice și culturale să colaboreze cu administrațiile locale și centrale, cu instituțiile de cultură (eg. Castelul Lázár din Lázarea)</p> <p>1.10. Conservarea peisagistică a parcurilor naționale și a rezervațiilor naturale;</p> <p>1.11. Integrarea eficientă a resurselor naturale existente (ape minerale, ape termale, băi tradiționale, mofete, etc.) în circuitul turistic</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modernizarea și reabilitarea infrastructurilor balneare și de tratament • Valorificarea mai eficientă a apelor minerale și/sau curative din județ • Încurajarea proiectelor care au ca scop eficientizare tratamentelor balneare • Reînnoirea infrastructurii turistice în stațiunile turistice inclusiv balneare (Băile Tușnad, Băile Homorod, Harghita Băi, 				
--	--	--	--	--	--

	<p>Borsec) și reorientarea ramurii spre piețe cu turiști cu venituri mai mari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atragerea investitorilor și a know-how-ului pentru dezvoltarea bazelor de tratament și ridicarea calității serviciilor oferite <p>1.12. Modernizarea și reabilitarea băilor tradiționale existente în județ; creșterea atractivității zonei prin mărirea persoanelor interesate de tratamentul specific și atractivitatea turistică</p> <ul style="list-style-type: none"> • Punerea în valoare a băilor tradiționale nefolosite (Nadas, comuna Tușnad, Băile Chirui, Remetea, Toplița, Sânsimion, Păuleni Ciuc, Suseni, Baia Dugas din Dănești, Băile Madicsa, baia sărată Sósút din orș. Cristuru Secuiesc, etc. <p>1.13. Amenajarea centrelor de tratament în localitățile care au resurse balneare</p> <p>1.14. Exploatarea rațională a resurselor forestiere cu scop</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>ecoturistic (turism forestier)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stimularea silvoturismului prin amenajarea unor puncte strategice pentru turiști <p>1.15. Crearea condițiilor necesare pentru dezvoltarea turismului activ și a turismului sportiv de iarnă, cu scopul valorificării potențialului turistic montan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amenajarea pârtiilor de schi existente și dezvoltarea de noi pârtii (eg. Lacu Roșu) cu echipările aferente, în conformitate cu normele europene privind siguranța turistului • Amenajarea instalațiilor de transport pe cablu utilizabile și în sezonul de estival (vara) • Dezvoltarea unei rețele în domeniul schiabil printr-un sistem de cartelă comună • Dotarea pârtiilor de schi cu echipamente avansate tehnologice <p>1.16. Realizarea unor trasee de cicloturism din</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>orașe, stațiuni, și din zonele extravilane, respectiv crearea unei rețele de cicloturism care acoperă tot județul</p> <p>1.17. Dezvoltarea stațiilor turistice de interes național și local din județ, și atestarea mai multor stațiuni din județ</p> <p>1.18. Amenajarea drumurilor și căilor de acces la resursele naturale turistice, a spațiilor de recreere și popas</p> <p>1.19. Construirea de telegondole pentru facilitarea accesului mai ușor la diferitele locații greu accesibile, realizarea locurilor de parcare în apropierea acestora</p>				
<p>2. Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și al altor infrastructuri conexe</p>	<p>2.1. Sprijinirea investițiilor în domeniul infrastructurii de cazare cu oportunități de finanțare în cadrul cărora este posibilă modernizarea, dotarea și echiparea sau chiar construcția structurilor de primire turistică.</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizarea proiectelor care asigură diversificarea ofertei serviciilor turistice la nivelul structurilor de 	<p>Primăriile din județ</p>	<p>Consiliul Județean Harghita</p> <p>Organizații neguvernamentale de dezvoltare locală și conservarea naturii</p> <p>Operatorii de turism din sectorul agroturistic</p>	<p>Permanent</p>	<p>Consiliul Județean Harghita</p> <p>Fonduri nerambursabile</p>

	<p style="text-align: center;">cazare</p> <p>2.2. Susținerea unui turism "alb" și reducerea evaziunii fiscale prin oferirea de sprijin din partea autorităților în privința funcționării legale a activităților turistice</p> <p>2.3. Instruirea și pregătirea profesională a personalului din sectorul HORECA, pentru îmbunătățirea calității serviciilor și facilităților turistice, în special a facilităților ospitaliere, de interpretare și de marketing</p> <p>2.4. Crearea de oportunități de carieră în sectorul ospitalității prin parteneriate și programe de twinning, pentru perfecționarea procesului de învățare și învățarea practică</p> <p>2.5. Dezvoltarea structurilor de primire cu funcțiuni de alimentație publică cu specific local, național, vânătoreasc, pescăresc, etc. și calificare ridicată</p> <p>2.6. Sprijinirea construirii structurilor de primire cu funcțiuni de tratament balnear</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>sau wellness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construirea complexelor balneare <p>2.7. Stimularea renovării și amenajării sau creării structurilor de primire turistică destinate tineretului (hosteluri, campinguri, tabere școlare)</p> <p>2.8. Susținerea turismului de nișă, dezvoltarea activităților conexe turismului și integrarea activităților turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> • În parcurile și rezervațiile naturale crearea condițiilor pentru activități turistice, pentru activități educaționale, de cercetare științifică și de recreere (drumeții pe trasee turistice oficiale, excursii cu ghizi turistici specializați, excursii călare pe trasee desemnate special, ciclism pe drumuri forestiere, alpinism, etc.) • Amenajarea unor trasee sau o rețea de trasee ecodidactice ale rezervațiilor naturale și 				
--	--	--	--	--	--

	<p>modernizarea acestora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amenajarea unui parc de urși <p>2.9. Realizarea unei destinații ecologice (zona Ghimeș, Vârșag, Inlăceni) prin elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică</p> <p>2.10. Promovarea conceptului de dezvoltare durabilă pentru sprijinirea turismului rural și stimularea dezvoltării agroturismului</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promovarea și stimularea economiilor locale, de prelucrare a produselor alimentare și nealimentare • Reactivarea meșteșugurilor și dezvoltarea serviciilor într-o gamă diversificată, gospodării de microproducție familiale, stimularea unor activități alternative sau paralele aducătoare de venituri suplimentare (turismul rural, agroturismul); • Sprijinirea localităților rurale cu scopul de a formula unicitatea pe care poate oferi față de 				
--	---	--	--	--	--

	<p>celelalte localități</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stimularea programelor folclorice, a gastronomiei locale <p>2.11. Reducerea caracterului sezonier al cererii turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reducerea sezonității prin introducerea unor noi forme de atracții turistice și de agrement prin diversificarea serviciilor turistice • crearea de noi categorii de produse, care să fie atractive pe toată perioada anului • Diminuarea sezonității prin dezvoltarea produselor turistice și organizarea unor evenimente în afara sezonului turistic • Dezvoltarea zonelor montane și a stațiunilor montane pentru a oferi atracții și servicii turiștilor pe parcursul întregului an <p>2.12. Organizarea unor campanii de sensibilizare pentru o mai bună informare a turiștilor cu privire la destinații</p> <p>2.13. Consolidarea cooperărilor</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>profesionale pentru dezvoltarea și promovarea turismului gastronomic prin implicarea actorilor turistici potențiali la dezvoltarea destinației: producători, fermieri, pescari, bucătari, administrație publică</p> <ul style="list-style-type: none"> • Înființarea unor puncte gastronomice locale pe teritoriul județului Harghita 				
<p>3. Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita</p>	<p>3.1. Stimularea parteneriatelor cu organisme profesionale naționale și internaționale, funcționarea parteneriatelor locale, județene și regionale dintre autorități publice centrale și locale</p> <p>3.2. Stimularea diferitelor parteneriate din județ pe diferite teme și diferite interese</p> <p>3.3. Crearea unui sistem organizatoric pentru managementul destinației turistice (OMDT) cu crearea Consiliului Consultativ al Turismului din județul Harghita</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea, promovarea și valorificarea potențialului turistic al 	<p>Consiliul Județean Harghita</p> <p>Consiliile locale</p> <p>Asociații profesionale</p> <p>Organizații/federații patronale din turism</p> <p>Mediul academic și de formare profesională</p>	<p>Birouri de informare turistică</p> <p>Întreprinderi turistice, organizații neguvernamentale</p> <p>Reprezentanții societății civile</p> <p>Reprezentanții IMM-urilor turistice</p> <p>Instituții de învățământ superior</p>	<p>Permanent</p>	<p>Consiliul Județean Harghita</p>

	<p>destinației turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordonarea destinației turistice • Crearea și gestionarea unei imagini la nivelul destinației • Dezvoltarea capacităților și proceselor de planificare, gestiune și creare de produse • Colaborarea cu sectorul privat pentru coordonarea campaniilor de promovare • Dezvoltarea durabilă a destinației turistice prin realizarea condițiilor de implicare a tuturor factorilor de decizie din destinație, care provin din mediul public dar și din mediul privat/ <p>3.4. Elaborarea unui set de indicatori pentru evaluarea managementului dezvoltării turistice durabile care să satisfacă nevoile specifice ale județului Harghita</p> <p>3.5. Conceperea și dezvoltarea unui sistem informatic pentru managementul dezvoltării turistice durabile a județului Harghita</p>				
--	---	--	--	--	--

<p>4. Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism</p>	<p>4.1. Asigurarea forței de muncă prin asigurarea programelor de pregătire și perfecționare din turism; Dezvoltarea resurselor umane, organizarea și coordonarea formării profesionale; Îmbunătățirea calității locurilor de muncă din sectorul turismului</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea și pregătirea resurselor umane în sectorul ospitalității și turismului, pentru a dezvolta nivelul de aptitudini și calitate a serviciilor în întreg sectorul HORECA; • Creșterea calității forței de muncă din turism prin programe de pregătire și perfecționare în parteneriat cu IMM-uri • Conștientizarea nevoilor de instruire și a culturii educaționale în cadrul sectorului turistic la nivel județean; cursuri de instruire în domeniile dezvoltării produsului turistic marketing și e-marketing; organizarea a unor cursuri de perfecționare în diferite meserii turistice 	<p>Instituții de învățământ vocațional pentru turism</p> <p>Organizații acreditate, care desfășoară activități în domeniul educației pe raza județului Harghita</p> <p>Firme de consultanță</p>		<p>Permanent</p>	<p>Fonduri nerambursabile</p>
---	---	---	--	------------------	-------------------------------

	<p>(recepționar, ghid de turism), și de ospitalitate (bucătar, ospătar, somelier, barman preparator, housekeeper) de către firme specializate și acreditate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversificarea specializărilor oferite pe baza cerințelor pieței prin îmbunătățirea calității structurilor de formare prin toate mijloacele posibile • Cooperare cu unitățile de cazare și de alimentație publică clasificate, inclusiv cu agențiile de turism din județ, pentru educația de pregătire practică • Îmbunătățirea programelor existente de formare a ghizilor turistici în cadrul programelor de pregătire instituționalizată a ghizilor de turism existente în liceele de specialitate, colegii și universități, prin integrarea de materii specifice ghizilor turistici • Elaborarea unui program de pregătire la nivelul județului pentru angajații din centrele de informare 				
--	---	--	--	--	--

	<p>turistică, de către un expert / instructor în pregătirea angajaților din centrele de informare turistică</p> <p>4.2. Stabilirea parteneriatelor dintre instituții de învățământ vocațional pentru turism și piața forței de muncă</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și studenți • Adaptarea ofertei universitare la nevoile pieței muncii, în special prin introducerea unor specializări care lipsesc • Menținerea absolvenților liceelor și universităților specializate în turism în sfera serviciilor turistice • Lărgirea specializărilor turistice accesibile în județ, la nivel preuniversitar și universitar • Lărgirea infrastructurii și facilităților de pregătire profesională în licee și cursuri universitare • Înființarea unei școli puternice de turism atât la nivel de studii medii, cât și la nivel de studii 				
--	--	--	--	--	--

	<p style="text-align: center;">superioare</p> <p>4.3. Organizarea unor schimburi de experiențe cu rețele sau cu asociații profesionale naționale și internaționale (călătoriile de studii și participarea la conferințe internaționale)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schimburi de bune practici și experiență cu organizațiile naționale și internaționale • derularea de studii, cercetări și activități de inovare • Organizarea unor seminarii și conferințe multidisciplinare cu scop de transfer de cunoștințe pe teme turistice <p>4.4. Oferirea de consultanță în domeniul ocupării și formării profesionale a forței de muncă</p> <p>4.5. Asigurarea fondurilor necesare pentru formarea profesională continuă a participanților din sectorul HORECA</p> <p>4.6. Sprijinirea dezvoltării programelor de formare profesionale</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>4.7. Organizarea unor evenimente anuale motivaționale pentru participanți prin acordarea de premii pe bază de criterii sau categorii, pentru cei mai buni operatori care activează în acest sector</p> <p>4.8. Încurajarea persoanelor cu experiență în sectorul turistic de a se angaja în acest domeniu pentru menținerea unui echilibru sustenabil în acest sector</p> <p>4.9. Cercetări cu privire la nevoile de formare profesională în sectorul public, atât în ceea ce privește activitatea de specialitate, cât și activitatea de management, marketing, administrație</p>				
5. Marketingul destinației Harghita	5.1. Promovarea și întărirea brandului turistic Visit Harghita, pentru o destinație competitivă din punct de vedere turistic pe plan național și internațional, oferind oportunitatea unei mai bune monitorizări a turismului. Participarea în acțiuni comune de promovare privind destinația turistică Ținutul Secuiesc - Székelyföld - Szeklerland	ADI Harghita	Consiliul Județean Harghita Birouri de informare turistică Întreprinderi turistice	Permanent	Consiliul Județean Harghita

	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilirea unui parteneriat strâns între sectorul public și sectorul privat pentru utilizarea eficientă a brandului de destinație turistică • Popularizarea platformei turistice și aplicației mobile www.visitharghita.com, site-ul oficial turistic al județului Harghita, ca instrument major de promovare și informare • Elaborarea și implementarea unei strategii integrate de marketing și comunicare, care să promoveze activ, la nivel național și internațional, potențialul turistic, atractivitatea și identitatea județului <p>5.2. Crearea unei imagini pozitive, diferențiate și atractive pentru județ, atât la nivel intern cât și la nivel extern ca destinație turistică competitivă</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizarea materialelor promoționale online și offline 				
--	---	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea de materiale audio-vizuale de calitate • Crearea unei elemente de vizibilitate conexe site-ului și brand-ului Visit Harghita pentru promovare offline (stickere, inscripții, panouri publicitare) • Furnizarea de informații turiștilor în cea mai rentabilă formă, prin comunicare • Perfecționarea și actualizarea paginilor web dedicate turismului din județul Harghita • Participarea la târgurile și expozițiile de turism naționale și internaționale specializate • Promovarea activităților/evenimentelor care pot atrage turiștii: realizarea agendei evenimentelor anuale, organizarea de evenimente • Promovarea multiculturalității județului prin valorificarea tradiției istorice și etnografice (obiceiuri tradiționale eg. Lăsata Secului) • Promovarea turismului harghitean pe diferite 				
--	--	--	--	--	--

	<p>tipuri de turism: agroturism, turism cultural, turismul ecvestru, turism religios, turism montan-sportiv, gastroturism, ecoturism, cicloturism, etc.</p> <p>5.3. Colaborarea cu sectorul neguvernamental și sfera publică pentru organizarea de acțiuni generale de promovare întreprinse la nivel național și internațional</p> <p>5.4. Introducerea unor taxe speciale turistice pe teritoriul județului, în special în stațiuni turistice de interes național și local, urmând ca banii adunați să fie folosiți pentru acțiuni de promovare turistică a zonei</p> <p>5.5. Promovarea ofertelor turistice prin includerea acestora în oferte touroperatorilor de incomming</p> <p>5.6. Dezvoltarea rolului activ de promotor a centrelor și birourilor de informare turistică și de promovare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Înființarea mai multe 				
--	--	--	--	--	--

	<p>centre de informare turistică în orașe (Miercurea Ciuc, Cristuru Secuiesc), în stațiuni cu interes turistic (Praid, Lacu Roșu), și puncte de informare turistică în destinații turistice importante (Șumuleu-Ciuc)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crearea unei rețele de centre și birouri de informare și promovare turistică la nivelul județului, coordonate de o organizație de turism, cu scopul de a îmbunătăți calitatea serviciilor de informare turistică, pentru a extinde mesajul de ospitalitate față de oaspeți, oferind acestora informații corecte pentru a-i asista în orientarea, plăcerea și aprecierea destinației <p>5.7. Extinderea sistemului de marcare a obiectivelor turistice naturale și/sau antropice din județ cu scopul de a deveni mai accesibil pentru turiști, și pentru o promovare mai eficientă al acestora</p>				
--	---	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Autorizarea și instalarea indicatoarelor turistice maro inscripționate cu litere albe și pictograme conform normelor europene la nivel local • Realizarea de instrumente de vizibilitate a obiectivelor turistice (indicatoare și panouri de informare) <p>5.8. Digitalizarea rutelor turistice tematice prin realizarea unor sisteme de aplicații mobile</p> <p>5.9. Organizarea periodică a infotripurilor pentru bloggeri, ziariști și influenceri, cu scopul de a stimula din punct de vedere turistic vizibilitatea județului pe platformele online și social media (Facebook, Instagram, Tik-tok, etc.)</p> <p>5.10. Folosirea metodelor inovative de promovare a destinației turistice (virtual reality, augmented reality) combinate cu tehnologii avansate care există pe piață și vor fi dezvoltate în viitorul apropiat</p>				
--	---	--	--	--	--

VIII. DIRECȚIILE STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

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.

Obiective strategice

- Creșterea circulației turistice și în special al înoptărilor 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 stațiilor balneoclimaterice și montane: infrastructură, organizații, investiții de specialitate
- Diversificarea agroturismului: stimularea programelor folclor, divertisment, a gastronomiei locale și îmbunătățirea accesibilității satelor.

8.1 AXA DE DEZVOLTARE NR. 1 AMENAJAREA ȘI VALORIFICAREA RESURSELOR TURISTICE NATURALE ȘI ANTROPICE

8.1.1 Prezentare sinoptică

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).

Potențialul turistic al județului este foarte ridicat:

- 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, religios, 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 a acestei 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.

Totodată, pot fi identificate și anumite *neajunsuri* sau chiar *probleme* la nivelul județului Harghita, în ceea ce privește acest domeniu, printre care cele mai importante sunt:

- *Resursele naturale existente nu sunt integrate eficient în circuitul turistic.*
- *Potențialul turismului de sănătate nu este dezvoltat conform nevoilor identificate în cadrul grupului țintă.*
- *Calitatea scăzută a ofertelor/serviciilor, datorită condițiilor de viață sau de mediu.*
- *Identitate locală izolată, datorită comunicării ineficiente.*
- *Situri istorice nevizitate, greu de accesate.*
- *Izolare constantă între stakeholderii domeniului, ceea ce conduce la lipsa cooperării.*

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, religios și rural. Au fost alese produsele turistice care au o tendință de creștere pe piața turistică internațională, dar au fost analizate profund și dotările județului. Acest obiectiv specific presupune dezvoltarea 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.

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 acestui obiectiv 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.

Obiective specifice:

O.S. 1. Valorificarea potențialului de resurse naturale existente (peșteri, ape minerale, rezervații naturale) și promovarea obiectivelor naturale în scopul dezvoltării ecoturismului.

O.S. 2. Valorificarea potențialului turistic montan prin crearea condițiilor necesare pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ.

O.S. 3. Identificarea și valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate.

O.S. 4. Sprijinirea turismului rural practicat în județ și totodată stimularea dezvoltării agroturismului cu scopul promovării conceptului de dezvoltare durabilă.

O.S. 5. Salvarea și revigorarea tradițiilor culturale, religioase, folclorice și restaurarea siturilor istorice și includerea lor în circuitul turistic urmărind astfel creșterea atracțiilor turistice.

O.S. 6. Creșterea numărului de turiști, creșterea duratei de sejur prin îmbunătățirea și diversificarea ofertei turistice.

O.S. 7. Îmbunătățirea condițiilor de viață prin ameliorarea calității mediului și înfrumusețarea localităților.

O.S. 8. Întărirea atitudinii responsabile față de protecția mediului a locuitorilor.

O.S. 9. Ameliorarea atractivității localităților prin oferirea de noi posibilități de agrement și refacere pentru turiști.

O.S. 10. Creșterea atitudinii responsabile față de patrimoniul istoric și cultural, prin reamenajarea și renovarea obiectivelor antropice.

O.S. 11. Creșterea interesului față de tradițiile populare și meșteșugurile locale.

O.S. 12. Creșterea identității locale a populației.

O.S. 13. Consolidarea cooperării și relațiilor mai strânse între sectorul economic, organizațiile non-profit și Consiile Locale.

O.S. 14. Consolidarea competitivității și atractivității turistice a județului.

O.S.15. Introducerea reglementărilor privind construcțiile, amenajările, dotările, fără să deterioreze peisajul rural.

Principalele domenii de intervenție/programe (măsurii)

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, Harghita Băi, Izvorul Mureșului, Lacul Roșu și Praid) și două stațiuni de interes național cu bază de tratament (Băile Tușnad și Borsec). 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:

Reabilitarea și modernizarea mofetelor și bazelor de tratament nefuncționale

Reabilitarea, respectiv modernizarea mofetelor și bazelor de tratament existente și/sau nefuncționale este o prioritate a județului, fiind corelat cu *obiectivul specific 1* și *obiectivul specific 3*.

Necesită investiții în lucrări de reabilitare și modernizare:

- 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
- Sântimbru Băi

Totodată, este nevoie de amenajarea centrelor de tratament în alte localități, care au resurse balneare, cum ar fi **Băile Banffy** sau **Sâncrăieni**. Amenajarea acestor centre de tratament, sau chiar stațiuni balneare, necesită, totodată, și colaborare cu instituțiile de sănătate, chiar parteneriate (Parteneriate Public-Private), în vederea obținerii unor finanțări sau oferirii unor servicii unice, specializate și personalizate conform resurselor identificate, adică apele minerale.

În acest caz, ca parteneri potențiali pot fi identificați spitale publice, precum:

- Spitalul Municipal Gheorgheni,
- Spitalul De Psihiatrie Tulghes,
- Spitalul Municipal din Odorheiu Secuiesc,
- Sau chiar și spitale private.

Aceste parteneriate public-private nu trebuie să fie limitate neapărat pe teritoriul județului, fiind posibilă o colaborare națională cu mai multe spitale mari, publice și/sau private. În cadrul parteneriatului, pot fi incluse anumite servicii oferite (din partea stațiilor), cu prețuri relativ reduse (10%-50%) pentru pacienții trimiși sau primiți prin cadrul parteneriatului.

Complementar parteneriatelor, se pot introduce și promova pachete complexe de sănătate turistică în toate stațiunile balneare, implicând spitalele și instituțiile de sănătate, sau chiar introducerea în circuitul turistic a biletelor de tratament asemănător pachetelor ar putea constitui un avantaj în ceea ce privește atragerea grupului țintă, adică turiștii/vizitatorii cu vârsta peste 40 de ani (seniori), cu diferite probleme de sănătate, cu buget limitat, însă cu posibilități medii. Aceste pachete pot include cazare/masă și servicii de sănătate, perioada cea mai scurtă fiind de 4 zile, iar perioada cea mai lungă de 14 zile.

O altă măsură ar fi refacerea și amenajarea căilor de acces la resursele minerale a traseelor de cură de teren, a spațiilor de recreere și popas, a facilităților de utilizare a izvoarelor minerale, inclusiv organizarea accesibilității acestor stațiuni cu scopul de a ușura accesul populației în vârstă la serviciile terapeutice existente.

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.

Totodată, este nevoie de 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, editarea și promovarea unui ghid ecoturistic al județului Harghita (prezentarea tuturor traseelor ecoturistice oferite și organizate din județ), respectiv organizarea taberelor pentru tineret (cu funcția educativă), pentru formarea atitudinii pro ecologice.

8.2 AXA DE DEZVOLTARE NR. 2 STIMULAREA DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR DE PRIMIRE TURISTICĂ ȘI AL ALTOR INFRASTRUCTURI CONEXE

8.2.1 Prezentare sinoptică

La nivelul județului Harghita au fost constatate diferențe în ceea ce privește calitatea structurilor de primire turistică, serviciile oferite de acestea, amplasarea sau chiar lipsa acestora. Este nevoie de corelarea structurilor cu nevoile identificate și resursele existente, astfel sprijinirea investițiilor în acest sector ar contribui la dezvoltarea economiei locale, la reducerea șomajului și la îmbunătățirea ofertei turistice.

Totodată, există o problemă a operatorilor economici, care lucrează în zona gri, ceea ce presupune că desfășoară activități economice fără a ține evidențele legale. De aceea, este nevoie de autorizarea și intrarea în legalitate a tuturor structurilor de primire turistică, declararea veniturilor, obținerea avizelor și tuturor documentelor necesare. Pentru a avea acest rezultat, este nevoie de anumite măsuri care să sprijine acest obiectiv, printre care:

- Sprijin din partea autorităților în ceea ce privește demersurile legale – perioadă de informare în cadrul entităților publice, o dată pe lună, timp de 2-3 ore, prin care să se ofere explicații în ceea ce privește cererile, avizele și documentele necesare, prezentarea entităților competente și răspunsuri la eventualele întrebări din partea participanților. Aceste sesiuni trebuie mediatizate eficient și popularizate mai ales în cadrul potențialelor interesați, fiind posibilă implicarea afișelor sau a flyere-lor.
- Eliminarea posibilităților de popularizare (prin ziare, prin mediul on-line: ex.: Booking) a acelor structuri de primire turistică, care nu dovedesc legalitatea activităților.

- În cadrul evenimentelor organizate, cum ar fi Tusvanyos, Tusnad Marathon, Battle on Snow, Ditrox, Olimpiada Nebunilor, Festivalul de Muzică Veche, etc., se pot implica diferite parteneriate cu proprietarii structurilor de primire (care funcționează pe bază legală), astfel încurajând operatorii economici să părăsească zona gri a domeniului (oferind profit și activitate pe tot timpul anului).

Totodată, pentru a scoate din zona economică structurile care funcționează fără formă legală, trebuie sprijinite investițiile în acest domeniu (atât din fonduri guvernamentale, cât și din fonduri europene). Există mai multe oportunități de finanțare, în cadrul cărora este posibilă modernizarea, dotarea și echiparea sau chiar construcția structurilor de primire turistică. Unele dintre aceste oportunități nu se relansează anual sau bianual, însă se pot identifica cele, care vor fi lansate cu o probabilitate crescută și în viitor:

- a.) PNDR - Submăsura 6.2 - Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale
- b.) PNDR - Submăsura 6.4 - Investiții în crearea și dezvoltarea de activități neagricole
- c.) Programul Operațional Regional, Axa prioritară - Îmbunătățirea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii, Prioritatea de investiții – Promovarea spiritului antreprenorial, în special prin facilitarea exploatarea economică a ideilor noi și prin încurajarea creării de noi întreprinderi, inclusiv prin incubatoare de afaceri
- d.) Start-UP Nation

8.2.2. *Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție/programele*

- a.) PNDR - Submăsura 6.2 - Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale

În cadrul acestei oportunități, agropensiunile (Facilitati de cazare pentru vacante și perioade de scurtă durată, pe codul CAEN 5520) sunt încadrate în anexa 1 a proiectelor ghidurilor solicitantului, și pot fi finanțate inclusiv pentru construcție. Scopul investițiilor sprijinite în cadrul acestei submăsuri este sprijinirea facilitării diversificării prin înființarea și dezvoltarea de microîntreprinderi și întreprinderi mici în sectorul non-agricol din zonele rurale, în vederea dezvoltării economice durabile, creării de locuri de muncă și reducerii sărăciei în spațiul rural.

Intensitatea sprijinului poate fi de 100%, însemnând că solicitantul nu este obligat să cofinanțeze cheltuielile eligibile în proiect, fiind însă necesar îndeplinirea mai multor condiții și respectarea anumitor aspecte³⁷:

- Beneficiarul/ solicitantul trebuie să desfășoare o activitate agricolă - creșterea animalelor, cultivarea diferitelor tipuri de plante, livezi de pomi fructiferi - la momentul depunerii

³⁷ StartUp Cafe, *Idei și antreprenori*, <https://www.startupcafe.ro/stiri-idei-21696845-pensiune-agroturistica-agropensiune-fonduri-europene-6-2-6-4-pndr.htm>, accesat la 28 mai 2019.

Cererii de Finanțare. După încheierea Contractului de Finanțare, beneficiarul poate renunța la activitatea agricolă cu condiția desfășurării unei activități meșteșugărești cu atelier de lucru, din care rezultă diferite articole de artizanat (pentru a respecta prevederile OANT 65/2013);

- În cazul start-up-urilor, activitatea agricolă poate fi dovedită de asemenea și în cazul în care acționarul majoritar absolut (care deține minimum 50%+1 din acțiunile/părțile sociale ale solicitantului) a desfășurat activitate agricolă la momentul depunerii Cererii de Finanțare;
- Exploatarea agricolă aferentă agropensiunii trebuie să fie amplasată pe raza aceleiași unități administrativ - teritoriale (comuna) cu amplasamentul pe care se va realiza și investiția (în conformitate cu prevederile Ordinului ANT nr 65/2013, cu modificările și completările ulterioare);
- Structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare de tipul pensiunilor agroturistice trebuie să îndeplinească criteriile minime obligatorii prevazute în Ordinul președintelui Autorității Naționale pentru Turism (ANT) nr. 65/2013, cu modificările și completările ulterioare. Nivelul de confort și calitatea serviciilor propuse prin proiect trebuie să îndeplinească criteriile minime obligatorii pentru pensiuni agroturistice clasificate la minimum o margareta;
- Pensiune agroturistică este o structură de primire turistică, având o capacitate de cazare de pana la 8 camere, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădire independentă, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor și condițiile de pregătire și servire a mesei, precum și posibilitatea participării la activități gospodărești sau meșteșugărești;
- În pensiunile agroturistice, turiștilor li se oferă masa preparată din produse naturale, preponderent din gospodăria proprie sau de la producători autorizați de pe plan local iar gazdele se ocupă direct de primirea turiștilor și de programul acestora pe tot parcursul sejurului pe care îl petrec la pensiune. La cea de-a doua transa de plata beneficiarii vor depune obligatoriu Autorizația sanitar-veterinara;
- Pe toată perioada de valabilitate a contractului, în cadrul pensiunilor agroturistice se va desfășura cel puțin o activitate legată de agricultură, creșterea animalelor, cultivarea diferitelor tipuri de plante, livezi de pomi fructiferi sau o activitate meșteșugărească, cu atelier de lucru, din care rezultă diferite articole de artizanat;
- Schimbarea destinației unei locuințe în structura de primire turistica de tipul pensiune agroturistică este considerată investiție nouă;
- Pentru investițiile noi în structurile de primire turistică de tipul pensiune agroturistica (construcție noua / schimbarea destinației unei clădiri) suprafața de teren aferenta structurii de primire turistică trebuie să fie în conformitate cu prevederile Ordinului președintelui ANT nr. 65/2013 cu modificările și completările ulterioare, în vederea evitării supra-aglomerării și a fragmentării excesive a peisajului natural;

- Beneficiarul își va lua angajamentul că va introduce obiectivul investițional în circuitul turistic;
- Beneficiarul trebuie să respecte cerințele de mediu specifice investițiilor în perimetrul ariilor naturale protejate.

Finanțarea va fi acordată sub formă de primă în două tranșe, astfel 70% din finanțare după semnarea Contractului de finanțare, iar 30% din finanțare se va aloca cu condiția implementării corecte a Planului de afaceri, fără a depăși 5 ani de la data semnării Contractului de finanțare.³⁸

Valoarea finanțării o să fie între 70.000 Euro (în cazul proiectelor cu activități de producție, servicii medicale, sanitar-veterinare și de agroturism), respectiv 50.000 Euro (în cazul proiectelor cu alte tipuri de activități).

b.) PNDR - Submăsura 6.4 - Investiții în crearea și dezvoltarea de activități neagricole

Scopul acestei submăsuri este de a sprijini microîntreprinderile și întreprinderile mici din mediul rural, care își creează sau dezvoltă activități non-agricole în zonele rurale³⁹. Valoarea sprijinului nerambursabil va fi de maxim 90% din valoarea totală a proiectului și nu va depăși 200.000 Euro/beneficiar pe 3 ani fiscali.

Față de submăsura 6.2., agropensiunile trebuie să îndeplinescă în plus și alte condiții:

- Beneficiarii submăsurii 6.4 vor depune în perioada de monitorizare, anual, Raportul de monitorizare, pentru proiectele care vizează înființarea și dezvoltarea agropensiunilor, la compartimentele Ex-post din cadrul Centrelor Regionale pentru Finanțarea Investițiilor Rurale.
- Aici vor intra și Planurile de arhitectură - planurile nivelurilor, secțiunile pentru principalele obiecte de construcții și de amplasare a utilajelor pe fluxul tehnologic vor avea în vedere și Norma Sanitara Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor din 16 decembrie 2008 - 1. Unități de alimentație publică și unități de comercializare a alimentelor.

Totodată, condițiile minime care trebuie îndeplinite de o pensiune de o margareta, conform Ordinului ANT 65/2013, sunt:

- să asigure în permanență apa caldă și rece la grupurile sanitare din cadrul structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică;

³⁸ AFIR, *Investiții prin PNDR*, https://portal.afir.info/informatii_generale_pndr_investitii_prin_pndr_sm_6_2_infiintare_activitati_neagricole, accesat la 28 mai 2019.

³⁹ AFIR, *Investiții prin PNDR*, https://portal.afir.info/informatii_generale_pndr_investitii_prin_pndr_sm_6_4_modernizare_activitati_neagricole, accesat la 28 mai 2019.

- să asigure în spațiile de cazare ocupate, în spațiile de servire și în cele comune, o temperatura minima de 21 grade C iar pentru structurile de primire turistice în care dotarea cu sistem de climatizare/aer condiționat este obligatorie, o temperatură maximă de 25 grade C;
- să asigure personal calificat. Personalul de servire din structurile de primire turistice va purta îmbrăcăminte specifică stabilită de operatorul economic în cauză, diferențiat în funcție de condițiile de desfășurare a activității și ecuson cuprinzând cel puțin prenumele și funcția, iar restul personalului va purta echipament de lucru specific activității;
- condițiile necesare astfel încât turiștii să nu fie deranjați de zgomotele produse de instalațiile tehnice ale clădirii sau de alți factori de poluare;
- spații de cazare cu lumină naturală directă și aerisire;
- să nu amplaseze spații de cazare la subsolul clădirilor;
- să asigure o gamă diversificată de servicii suplimentare, fără plată sau cu plată separat, conform listei orientative prezentate în anexa nr 1.1.1 cel puțin 5 servicii (aici intra accesul la internet, sala de gimnastică, spălătorie, tenis de masa, solar, servicii gratuite ca păstrarea obiectelor de valoare, trezirea turiștilor la anumite ore, birou de obiecte pierdute etc.);
- să asigure conectarea la sistemul integrat de evidență a turiștilor, în termen de 60 zile de la implementarea și operaționalizarea acestuia;

c.) Programul Operațional Regional, Axa prioritară - Îmbunătățirea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii, Prioritatea de investiții – Promovarea spiritului antreprenorial, în special prin facilitarea exploatării economice a ideilor noi și prin încurajarea creării de noi întreprinderi, inclusiv prin incubatoare de afaceri

Pentru acest apel de proiecte vor putea solicita finanțare societățile comerciale și cooperativele care se încadrează în categoria microîntreprinderilor, pentru construirea, modernizarea și extinderea spațiilor de producție sau prestare a serviciilor, dotarea cu active corporale, necorporale, inclusiv instrumente de comercializare on-line. Valoarea minimă eligibilă a unui proiect va fi de 25.000 de euro, iar valoarea maximă de 200.000 de euro. Finanțarea nerambursabilă solicitată va putea reprezenta cel mult 90% din valoarea eligibilă a proiectului, iar din partea solicitantului este nevoie de minim 10% din valoarea cheltuielilor eligibile, plus costurile neeligibile.

d.) Start-UP Nation

În cadrul proiectului Start-Up Nation, solicitantul va putea beneficia de 44.000 de euro pentru implementarea unui proiect, ajutor financiar nerambursabil fiind de 100% din valoarea eligibilă, însă beneficiarul investiției trebuie să suporte din fonduri proprii toate cheltuielile care intervin în implementarea proiectului.

Având în vedere valoarea redusă a ajutorului nerambursabil și faptul că doar societățile nou înființate vor fi eligibile în cadrul programului Start Up Nation, un proiect realist ar putea fi schimbarea destinației unei clădiri existente și dotarea ei, astfel încât să poată funcționa ca pensiune (agro)turistică.

Exemple exacte în ceea ce privește dezvoltarea acestei arii, printre propuneri de proiecte se numără:

1. **Borsec:**

a. Creșterea numărului restaurantelor

Numărul turiștilor crește, datorită faptului că este vorba despre un oraș balnear cu posibilități de promovare în creștere, însă capacitatea prezentă nu poate face față nevoilor turiștilor, generând astfel problema constantă a numărului mic de luat masa și a aglomerației negestionate, ceea ce poate afecta în mod negativ imaginea zonei.

b. Construirea/Înființarea unui hotel

Lipsa unui loc de cazare cu capacitate mare (hotel) include nevoia înființării unei astfel de locuri, având ca scop îmbunătățirea și prelungirea perioadei de ședere a turiștilor. Existența unui hotel ar putea genera și apariția și dezvoltarea business-turismului în zonă.

c. Street-food tradițional

Gastronomia locală și infrastructurile conexe acestuia au un impact semnificativ asupra structurilor de cazare, unele neoferind opțiuni de luat masa. De aceea, ca și alternativă, putem identifica chioscurile, așa-numitele entități de street-food, care folosind de gastronomia tradițională, oferă turiștilor mâncare specific zonei, cum ar fi *kürtöskalács*, *lángos*, *csöröge*, într-un mod practic și în timp scurt.

2. **Sândominic**

a. Centre de wellness

Apele termale din zonă nu sunt suficient utilizate, pe când ar putea contribui la crearea unei centre wellness, care să includă atât oportunități de cazare (hotel), cât și de luat masa (restaurante), atât în Sândominic, cât și în Mădăraș.

b. Dezvoltarea campingurilor

Zona oferă un potențial și celor care doresc sunt adepți ai activităților de campare. Amenajarea unei zone destinate acestei activități, cu diferite dotări (toaile ecologice, puncte de urgențe, etc) ar putea contribui la atragerea mai multor turiști cu interese în acest domeniu.

3. *Miercurea Ciuc*

a. Locuri de parcare

Orașul are o problemă cu accesibilitatea diferitelor puncte cheie, de la atracții până la locuri de cazare, datorită numărului limitat de parcări. Este nevoie de amenajarea strategică a noi locuri de parcări, cât mai aproape de punctele cheie a orașului.

b. Înființarea de săli de primire, băi publice

Este nevoie de înființarea și/sau amenajarea sălilor de primire și băilor publice în minim 2 locuri în oraș, care să ofere turiștilor și vizitatorilor un loc de odihnă, sau puncte de întâlnire.

4. *Ditrău*

a. Dezvoltarea de băi, plaje, centre wellness

Zona având potențial datorită apelor minerale, dezvoltarea unor băi, plaje, centre de wellness, mai ales în apropierea localității, ar contribui la dezvoltarea zonei și la distribuirea strategică a oportunităților.

b. Crearea de complexe sportive

Complexele sportive, care să ofere atât cazare, cât și masă, ar fi o oportunitate, datorită cluburilor sportive din toată țara.

5. *Gheorgheni*

a. Înființarea de localuri (restaurante, pub-uri, cofetării)

Creșterea numărului de vizitatori și diferitele tipuri a acestora presupune conformarea ofertei turistice la nevoile acestora, astfel este nevoie de înființarea restaurantelor (de tip tradițional și de tip european), a pub-urilor și a cofetăriilor.

6. *Lunca de Sus*

a. Crearea de pensiuni

Numărul mic de pensiuni în zonă, care să ofere servicii adecvate vizitatorilor este o problemă constantă. Oferta turistică trebuie adaptată la nevoi, astfel înființarea de pensiuni (chiar și tematice) ar contribui la dezvoltarea zonei.

7. *Corund*

a. Restaurante

Datorită istoriei localității, interesul și numărul vizitatorilor crește, însă ofertele locale nu. Este nevoie de diferite tipuri de restaurante, cum ar fi de tip fast-food, fine-dining sau tradițional.

b. Centru de wellness

Potențialul natural din zonă ar contribui la deschiderea unei centre de wellness, cu oportunități de cazare și relaxare.

8. *Toplița*

a. Locuri de parcare

Lipsa locurilor de parcare special amenajate contribuie la dezvoltarea diferitelor probleme, astfel crearea de noi locuri de parcare, mai ales în jurul punctelor de interes general, ar contribui la facilitarea infrastructurii turistice.

b. Restaurante autentice

Gastronomia locală oferă un avantaj important, fiind populară în cadrul vizitatorilor. Astfel, oferirea de oportunități prin crearea restaurantelor autentice ar fiu un răspuns la nevoile turiștilor și ar genera prosperitate economică locală.

c. Centre balneare

În apropierea localității se poate construi un centru balnear, datorită resurselor naturale.

9. *Praid*

a. Locuri de parcare

Datorită aglomerării vizitatorilor, este nevoie de amenajarea locurilor de parcare.

b. Reabilitarea terenului de bowling

Terenul de bowling este un punct de interes local, oferind activități mai multor tipuri de vizitatori, iar reabilitarea și modernizarea acestuia este necesară.

c. Reabilitarea centrului de wellness

Centrul wellness din Praid este renumit, însă trebuie adaptat la cerințele noi ale turiștilor, generate de dezvoltarea tehnologiei. Modernizarea acestuia și chiar completarea cu oportunități de cazare este esențial pentru dezvoltarea locală și menținerea imaginii obținute.

10. *Odorheiu Secuiesc*

a. Restaurante de fine-dining

Restaurantele fine-dining ar atrage turiști cu potențial financiar mai ridicat.

8.3 AXA DE DEZVOLTARE NR. 3 DEZVOLTAREA SISTEMULUI ORGANIZATORIC AL TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

8.3.1 Prezentare sinoptică

Fundamentare:

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.

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 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 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 complementare care să acționeze în domenii neabordate până acum.

În momentul de față, pe termen cel mai scurt se pare că se impune asocierea autorităților administrațiilor publice locale 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.

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.

Măsurile/programele conturate mai jos pot fi concepute fie ca alternative, fie ca 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).

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.

Programul de guvernare cuprinde în capitolul Turism printre direcțiile de acțiune Restructurarea instituțională și înființarea unei organizații specializate pentru politica de marketing în turism. 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 inspectorii de

turism numiți de autoritățile locale, care, la rândul lor vor coordona turismul pe plan local și vor supraveghea activitatea Centrelor de Informare Turistică.

Obiective operative:

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

Măsuri și recomandări

- 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 inspecți de turism
- stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltare turismului 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

8.3.2 Prezentarea detaliată a măsurilor și a recomandărilor

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.

Crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice 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-MDT. Experiențele de până acum acumulate mai ales prin activitatea [Asociației de Dezvoltare Intercomunitară 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 iniția 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, Giurgeu, 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 președinșii 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 consiliului județean Harghita, în care să fie cooptați și specialiști din afara aparatului de specialitate a consiliului județean. 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 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 superioare și de cercetare
- firme de consultanță
- reprezentanții societății civile
- reprezentanții IMM-urilor turistice

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 desconcentrate ale ministerelor
- firme de consultanță
- reprezentanții societății civile
- reprezentanții IMM-urilor turistice

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 punctul 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 ofertanții 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 flexibilă, integrând acele idei, inițiative de proiecte care vor apare în viitor. În scrierea 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.

Suținerea 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 punctul 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

Înființarea posturilor de referenți și inspeciori 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 îmbunătățirii 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 (8.3.2.) sau în OMDT (8.3.1.), 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 inspeciori 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/inspeciori, dar în cazul unor entități mai complexe (Miercurea-Ciuc cu Harghita-Băi sau Gheorgheni cu stațiunea Lacul Roșu se justifică împărțirea sarcinilor între doi 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

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 Sapiientia 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. 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)

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, urbaniști, 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 Sapientia 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

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 urmă 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 punctul 8.3.1. 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

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 cuantumul 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 metodologia improprie 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 parteneriatului 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

Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale

Schimbările 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.

Schimbările 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 majorității locuitorilor din județ la cea mai mare minoritate națională din România, cea maghiară.

Județele Harghita, Covasna și parțial Mureș reprezintă punctul forte al turismului românesc pe piața maghiară, ca o destinație cu atractivitate aparte, nu neapărat competitivă în raport cu destinațiile europene consacrate, ci oferind o conjunctură favorabilă prestatorilor de servicii turistice, o formă specifică de turism în care se întrepătrunde turismul cultural și de patrimoniu cu turismul de VFR (vizitarea prietenilor și rudelor).

Prezența comunității maghiare în partea estică a Transilvaniei reprezintă o punte între turiștii din Ungaria și destinațiile românești din apropierea județelor Harghita, Covasna și Mureș (Bucovina, Moldova, Valea Prahovei și zona Brașov-Bran).

Pentru integrarea actorilor locali ai turismului din județul Harghita în turismul românesc se consideră necesară pe de o parte profesionalizarea managementului destinației (vezi punctul.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 sezonității 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

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 premii 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

8.4 AXA DE DEZVOLTARE NR. 4 ÎMBUNĂTĂȚIREA CONDIȚIILOR FORMĂRII CAPITALULUI UMAN ANGAJAT ÎN TURISM

8.4.1 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 meninerea 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 paletelor 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 concentra – 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.

8.4.2 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.

Obiective specifice:

8.4.2.1. **Obiectiv specific 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, receptioneri
- **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.

8.4.2.2. **Obiectiv specific 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.

8.4.2.3. **Obiectiv specific 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 județean (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.

8.4.2.4. **Obiectiv specific 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.

8.4.2.5. **Obiectiv specific 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

8.4.2.6. **Obiectiv specific 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

8.4.3 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.

8.4.3.1. 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 acelui 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:

- 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:

- termen scurt, 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.

8.4.3.2. 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:

- 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:

- termen scurt, de realizat în următorii 2 ani.
- Actori responsabili:
- Consiliul Județean Harghita, în parteneriat cu Inspectoratul Județean Școlar Harghita
- Direcția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă.

8.4.3.3. 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:

- 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:

- termen mediu, aproximativ 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.

8.4.3.4. 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:

- 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:

- termen mediu, următorii 5 – 10 ani.

Actori responsabili:

- Consiliul Județean Harghita, cu implicarea instituțiilor de învățământ și formare, precum și a întreprinderilor cu activitate turistică.

8.4.3.5. În ființarea 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:

- 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:

- termen mediu, realizabil în următorii 5-10 ani
- Actori responsabili:
- întreprinzători turistici
- experți de formare în diferite domenii.

8.4.3.6. 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:

- 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:

- termen lung; următorii 10 ani.

Actori responsabili:

- centre de formare vocațională
- experți în diferite domenii
- autorități publice responsabili pentru coordonarea acestor activități.

8.5 AXA DE DEZVOLTARE NR. 5 MARKETINGUL DESTINAȚIEI HARGHITA

8.5.1 Fundamentare

Județul Harghita, ca destinație turistică, deține o serie de resurse unice și specifice zonei, conferând astfel un avantaj parțial la nivel național și internațional. Totuși, este nevoie de dezvoltarea măsurilor de marketing, aplicate sau în curs de aplicare, stagnarea nivelului calității fiind egal cu un pas înapoi într-o eră a promovării agresive a tuturor produselor și serviciilor.

Promovarea județului Harghita este deficitară, având o vizibilitate semnificativ redusă pe plan internațional, decât concurenții cu potențial turistic asemănător. De aceea este important, ca în planul strategic să fie folosite toate resursele, inclusiv cele oferite de evoluția tehnologică, pentru a transmite informația diferitelor grupuri țintă.

Pentru îmbunătățirea situației existente, au fost identificate anumite obiective și măsuri, respectiv modalități de implementare a acestora.

8.5.2 Obiective operative

O.S. 1: Creșterea capacității turistice a județului Harghita, prin dezvoltarea și aplicarea unor măsuri în domeniul marketingului profesionist și prin promovării acestuia pe plan național și internațional.

O.S. 2: Transmiterea unei imagini a județului, care să faciliteze atragerea diferitelor tipuri de vizitatori/turiști (family-friendly, kid-friendly, etc).

O.S. 3: Evidențierea și promovarea ofertelor turistice unice, și oferirea unor experiențe specifice zonei.

Măsuri:

1. Promovarea brandului oficial al județului Harghita, anume Visit Harghita, pe toate canalele posibile. Lipsa vizibilității brandului existent are efecte și asupra numărului de turiști – creșterea vizibilității va duce la creșterea numărului turiștilor și a vizitatorilor.

2. Promovarea platformei interactive existente, care să faciliteze comunicarea bilaterală cu turiștii, fiind implicați și site-urile sociale cele mai importante, precum Facebook și Youtube. Totodată, în cadrul acestor platforme sau într-un mod conex acestor platforme, pot fi implicate și

diferite trenduri în promovarea online/offline, cum ar fi vizite VR și AR, hărți interactive digitale, smart ads, hărți interactive de drumeții, video-uri 360°.

3. Participarea la târguri internaționale de turism, folosind atât trand-ul județului, precum și brandurile și mărcile locale.
4. Crearea de parteneriate cu cei mai mari turoperatori din Europa, pentru a include județul Harghita în ofertele turistice.
5. Promovare off-line (afișe, broșuri, jucării, cărți etc), aplicații.
6. Dezvoltarea pachetelor promoționale personalizate diferitelor tipuri de vizitatori (familii, copii etc.).
7. Organizarea de evenimente (festivaluri, târguri, întruniri) de diferite mărimi, de la mici la medii, cu acces pentru cetățeni europeni.
8. Îmbunătățirea infrastructurii educaționale și sprijinirea cercetărilor.
9. Organizarea de evenimente specifice culturii și istoriei (concursuri gastronomice, târguri istorice).
10. Promovarea locațiilor cu potențial turistic ridicat și a activităților oferite de acestea, prin agențiile de turism naționale.

8.5.3 Prezentarea detaliată a domeniilor de intervenție/programele

a. MMACA: Finanțări pentru participarea la târguri internaționale

Există trei scheme de minimis pentru sprijinirea operatorilor economici, prin Programul de promovare a exporturilor, gestionat de Ministerul pentru Mediul de Afaceri, Comerț și Antreprenoriat (MMACA), conforme cu legislația UE și acoperă următoarele tipuri de acțiuni: participarea la târguri internaționale, participarea la misiuni economice și realizarea de studii de piață.

Sprijinul financiar este nerambursabil și se acordă forfetar pe tipuri de activități desfășurate. Pentru prezența firmelor la târguri și expoziții internaționale, cu stand de prezentare a produselor sau serviciilor, se acordă 25.000 de lei. Companiile nu sunt limitate la o singură participare pe sesiune de aplicare ori pe tipul activității.

Dacă societățile iau parte la misiuni economice internaționale, alocația este de 10.000 de lei. În să o persoană nu poate reprezenta două ori mai multe firme la aceeași acțiune, iar beneficiarul nu poate solicita două ori mai multe alocații nerambursabile la aceeași deplasare.

După ce vor fi analizate, cererile primesc punctaje în funcție de tipul de activitate, locul de desfășurare a acțiunii, regiunea geografică, sectorul economic, deținerea sau nu a unui brand propriu și numărul de participări anterioare.

b. European Fund for Strategic Investments

EFSI este o inițiativă lansată de către Comisia Europeană, care finanțează și dezvoltarea infrastructurii strategice (digital, transport, energie), educației, cercetării, dezvoltării și inovării.

În cadrul acestui program sunt eligibile mai multe activități legate de domeniul turismului, precum:

- Dezvoltarea infrastructurii de călătorie (aeroporturi),
- Dezvoltarea, modernizarea hotelurilor și pensiunilor - eficiență energetică,
- Sprijinirea activităților recreative,
- Platforme online pentru dezvoltarea turismului regional.

Arborele problemelor, obiectivelor și măsurilor

Nr. crt.	Axa	Descrierea deficiențelor problemelor identificate și	Obiective identificate	Proiecte/măsuri de implementat
-----------------	------------	---	-------------------------------	---------------------------------------

1.	Axa de dezvoltare nr. 1 - Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice	Resursele naturale existente nu sunt integrate eficient în circuitul turistic.	Valorificarea potențialului de resurse naturale existente (peșteri, ape minerale, rezervații naturale) și promovarea obiectivelor naturale în scopul dezvoltării ecoturismului.	Reabilitarea, respectiv modernizarea mofetelor și bazelor de tratament existente și/sau nefuncționale: <ul style="list-style-type: none"> • Băile Selters • Băile Chirui • Remetea • Băile Szeredai (Miercurea Ciuc) • Băile Dugaș • Băile Madicea • Cârța • Băile Sărate • Cristuru Secuiesc • Băile Arcio • Corund
			Creșterea numărului de turiști, creșterea duratei de sejur prin îmbunătățirea și diversificarea ofertei turistice.	Amenajarea centrelor de tratament în alte localități, care au resurse balneare: Sâncrăieni.
			Ameliorarea atractivității localităților prin oferirea de noi posibilități de agrement și refacere pentru turiști.	Introducerea și promovarea pachetelor complexe de sănătate turistică în toate stațiunile balneare, implicând spitalele și instituțiile de sănătate, sau chiar introducerea în circuitul turistic a biletelor de tratament asemănător pachetelor ar putea constitui un avantaj în ceea ce privește atragerea

				<p>grupului țintă, adică turiștii/vizitatorii cu vârsta peste 40 de ani (seniori), cu diferite probleme de sănătate, cu buget limitat, însă cu posibilități medii.</p>
		<p>Valorificarea potențialului turistic montan prin crearea condițiilor necesare pentru organizarea și dezvoltarea turismului activ.</p> <p>Consolidarea competitivității și atractivității turistice a județului.</p>		<p>Refacerea și amenajarea căilor de acces la resursele minerale a traseelor de cură de teren, a spațiilor de recreere și popas, a facilităților de utilizare a izvoarelor minerale, inclusiv organizarea accesibilității acestor stațiuni.</p>
	<p>Potențialul turismului de sănătate nu este dezvoltat conform nevoilor identificate în cadrul grupului țintă.</p>	<p>Identificarea și valorificarea potențialului terapeutic și balnear existent în județ (ape minerale, mofete) cu scopul organizării turismului de sănătate.</p>		<p>În acest caz, ca parteneri potențiali pot fi identificați spitale publice, precum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spitalul Municipal Gheorgheni, • Spitalul De Psihiatrie Tulghes, • Spitalul Municipal din Odorheiu Secuiesc, • Sau chiar și spitale private.

		Calitatea scăzută a ofertelor/serviciilor, datorită condițiilor de viață sau de mediu.	Sprijinirea turismului rural practicat în județ și totodată stimularea dezvoltării agroturismului cu scopul promovării conceptului de dezvoltare durabilă.	,
			Îmbunătățirea condițiilor de viață prin ameliorarea calității mediului și înfrumusețarea localităților.	Amenajarea corespunzătoare a câtorva destinații cu scop ecoturistic și elaborarea planurilor de dezvoltare ecoturistică a acestor destinații (saturi ecologie: Vârșag, Inlăceni, Ghimeș).
		Identitate locală izolată, datorită comunicării ineficiente.	Salvarea și revigorarea tradițiilor culturale, religioase, folclorice și restaurarea siturilor istorice și includerea lor în circuitul turistic urmărind astfel creșterea atracțiilor turistice.	Amenajarea corespunzătoare a zonelor sau ariilor naturale protejate, asigurarea accesibilității acestora în mod organizat (Lacul Sfânta Ana, mlaștini).
			Creșterea interesului față de tradițiile populare și meșteșugurile locale.	

		Situri istorice nevizitate, greu de accesate.	Creșterea atitudinii responsabile față de patrimoniul istoric și cultural, prin reamenajarea și renovarea obiectivelor antropice.	
		Izolarea constantă între stakeholderii domeniului, ceea ce conduce la lipsa cooperării.	Întărirea atitudinii responsabile față de protecția mediului a locuitorilor.	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, editarea și promovarea unui ghid ecoturistic al județului Harghita (prezentarea tuturor traseelor ecoturistice oferite și organizate din județ), respectiv organizarea taberelor pentru tineret (cu funcția educativă), pentru formarea atitudinii pro ecologice.
			Consolidarea cooperării și relațiilor mai strânse între sectorul economic, organizațiile non-profit și Consiile Locale.	Oferirea unor programe complexe ecoturistice (colaborare cu agențiile de turism și unitățile de servicii).

			Introducerea reglementărilor privind construcțiile, amenajările, dotările, fără să deterioreze peisajul rural.	
2.	Axa de dezvoltare nr. 2 - Stimularea dezvoltării structurilor de primire turistică și a altor infrastructuri conexe	Diferențe în ceea ce privește calitatea structurilor de primire turistică, serviciile oferite de acestea, amplasarea sau chiar lipsa acestora.	Corelarea structurilor cu nevoile identificate și resursele existente, prin sprijinirea investițiilor în acest sector, contribuind la dezvoltarea economiei locale, la reducerea șomajului și la îmbunătățirea ofertei turistice.	<p>Borsec:</p> <p>1. Creșterea numărului restaurantelor</p> <p>Numărul turiștilor crește, datorită faptului că este vorba despre un oraș balnear cu posibilități de promovare în creștere, însă capacitatea prezentă nu poate face față nevoilor turiștilor, generând astfel problema constantă a numărului mic de luat masa și a aglomerației negestionate, ceea ce poate afecta în mod negativ imaginea zonei.</p> <p>2. Construirea/Înființarea unui hotel</p> <p>Lipsa unui loc de cazare cu capacitate mare (hotel) include nevoia înființării unei astfel de locuri, având ca scop îmbunătățirea și prelungirea perioadei de ședere a turiștilor. Existența unui hotel ar putea genera și apariția și</p>

			<p>dezvoltarea business-turismului în zonă.</p> <p>3. Street-food tradițional</p> <p>Gastronomia locală și infrastructurile conexe acestuia au un impact semnificativ asupra structurilor de cazare, unele neoferind opțiuni de luat masa. De aceea, ca și alternativă, putem identifica chioscurile, așa-numitele entități de street-food, care folosind de gastronomia tradițională, oferă turiștilor mâncare specific zonei, cum ar fi kürtöskalács, lángos, csőröge, într-un mod practic și în timp scurt.</p>
			<p>Sândominic:</p> <p>1. Centre de wellness</p> <p>Apele termale din zonă nu sunt suficient utilizate, pe când ar putea contribui la crearea unei centre wellness, care să includă atât oportunități de cazare (hotel), cât și de luat masa (restaurante), atât în Sândominic, cât și în Mădăraș.</p> <p>2. Dezvoltarea campingurilor</p>

			<p>Zona oferă un potențial și celor care doresc sunt adepți ai activităților de campare. Amenajarea unei zone destinate acestei activități, cu diferite dotări (toaile ecologice, puncte de urgențe, etc) ar putea contribui la atragerea mai multor turiști cu interese în acest domeniu.</p> <p style="text-align: center;">Miercurea Ciuc</p> <p>1. Locuri de parcare Orașul are o problemă cu accesibilitatea diferitelor puncte cheie, de la atracții până la locuri de cazare, datorită numărului limitat de parcări. Este nevoie de amenajarea strategică a noi locuri de parcări, cât mai aproape de punctele cheie a orașului.</p> <p>2. Înființarea de săli de primire, băi publice Este nevoie de înființarea și/sau amenajarea sălilor de primire și băilor publice în minim 2 locuri în oraș, care să ofere turiștilor și vizitatorilor un loc de odihnă, sau puncte de întâlnire.</p> <p style="text-align: center;">Ditrău</p> <p>1. Dezvoltarea de băi,</p>
--	--	--	---

				<p>plaje, centre wellness</p> <p>Zona având potențial datorită apelor minerale, dezvoltarea unor băi, plaje, centre de wellness, mai ales în apropierea localității, ar contribui la dezvoltarea zonei și la distribuția strategică a oportunităților.</p> <p>2. Crearea de complexe sportive</p> <p>Complexele sportive, care să ofere atât cazare, cât și masă, ar fi o oportunitate, datorită cluburilor sportive din toată țara.</p>
				<p style="text-align: center;">Gheorgheni</p> <p>1. Înființarea de localuri (restaurante, pub-uri, cofetării)</p> <p>Creșterea numărului de vizitatori și diferitele tipuri a acestora presupune conformarea ofertei turistice la nevoile acestora, astfel este nevoie de înființarea restaurantelor (de tip tradițional și de tip european), a pub-urilor și a cofetăriilor.</p>
				<p style="text-align: center;">Lunca de Sus</p> <p>1. Crearea de pensiuni</p> <p>Numărul mic de pensiuni în zonă, care să ofere</p>

				<p>servicii adecvate vizitatorilor este o problemă constantă. Oferta turistică trebuie adaptată la nevoi, astfel înființarea de pensiuni (chiar și tematice) ar contribui la dezvoltarea zonei.</p>
				<p style="text-align: center;">Corund</p> <p>1. Restaurante Datorită istoriei localității, interesul și numărul vizitatorilor crește, însă ofertele locale nu. Este nevoie de diferite tipuri de restaurante, cum ar fi de tip fast-food, fine-dining sau tradițional.</p> <p>2. Centru de wellness Potențialul natural din zonă ar contribui la deschiderea unei centre de wellness, cu oportunități de cazare și relaxare.</p>
				<p style="text-align: center;">Toplița</p> <p>1. Locuri de parcare Lipsa locurilor de parcare special amenajate contribuie la dezvoltarea diferitelor probleme, astfel crearea de noi locuri de parcare, mai ales în jurul punctelor de interes general, ar contribui la facilitarea infrastructurii turistice.</p>

				<p>2. Restaurante autentice Gastronomia locală oferă un avantaj important, fiind populară în cadrul vizitatorilor. Astfel, oferirea de oportunități prin crearea restaurantelor autentice ar fiu un răspuns la nevoile turiștilor și ar genera prosperitate economică locală.</p> <p>3. Centre balneare În apropierea localității se poate construi un centru balnear, datorită resurselor naturale.</p>
				<p style="text-align: center;">Praid</p> <p>1. Locuri de parcare Datorită aglomerării vizitatorilor, este nevoie de amenajarea locurilor de parcare.</p> <p>2. Reabilitarea terenului de bowling Terenul de bowling este un punct de interes local, oferind activități mai multor tipuri de vizitatori, iar reabilitarea și modernizarea acestuia este necesară.</p> <p>3. Reabilitarea centrului de wellness Centrul wellness din Praid este renumit, însă trebuie adaptat la cerințele noi ale turiștilor, generate de</p>

				<p>dezvoltarea tehnologiei. Modernizarea acestuia și chiar completarea cu oportunități de cazare este esențial pentru dezvoltarea locală și menținerea imaginii obținute.</p>
				<p>Odorheiu Secuiesc</p> <p>1. Restaurante de fine-dining. Restaurantele fine-dining ar atrage turiști cu potențial financiar mai ridicat.</p>
		Existența operatorilor economici, care activează în așa-numita ”zonă gri”.	Autorizarea și intrarea în legalitate a tuturor structurilor de primire turistică, declararea veniturilor, obținerea avizelor și tuturor documentelor necesare.	<p>Sprijin din partea autorităților în ceea ce privește demersurile legale – perioadă de informare în cadrul entităților publice, o dată pe lună, timp de 2-3 ore, prin care să se ofere explicații în ceea ce privește cererile, avizele și documentele necesare, prezentarea entităților competente și răspunsuri la eventualele întrebări din partea participanților. Aceste sesiuni trebuie mediatizate eficient și popularizate mai ales în cadrul potențialelor interesați, fiind posibilă implicarea afișelor sau a flyere-lor.</p>
				Eliminarea posibilităților de popularizare (prin ziare,

				<p>prin mediul on-line: ex.: Booking) a acelor structuri de primire turistică, care nu dovedesc legalitatea activităților</p> <p>În cadrul evenimentelor organizate, cum ar fi Tusvanyos, Tusnad Marathon, Battle on Snow, Ditrox, Olimpiada Nebunilor, Festivalul de Muzică Veche, etc., se pot implica diferite parteneriate cu proprietarii structurilor de primire (care funcționează pe bază legală), astfel încurajând operatorii economici să părăsească zona gri a domeniului (oferind profit și activitate pe tot timpul anului).</p>
3.	<p>Axa de dezvoltare nr. 3 - Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita</p>	<p>Lipsa unui sistem organizatoric al managementului destinației turistice la nivel local-microregional, județean și regional.</p>	<p>Funcționarea parteneriatelor locale, județene și regionale dintre autorități publice centrale și locale.</p>	<p>Crearea sistemului organizatoric al managementului destinației turistice la nivel local-microregional, județean și regional.</p>
		<p>Lipsa unei entități de tip for consultativ, de dezbateră pentru elaborarea și implementarea politicii județene de turism, pentru pregătirea strategiilor și planurilor de acțiune</p>	<p>Funcționarea parteneriatelor dintre autoritățile locale, întreprinderi turistice și organizații non-guvernamentale.</p>	<p>Crearea Consiliului Consultativ al Turismului din județul Harghita.</p>

		cu impact semnificativ al turismului.		
		Nivelul implicării scăzut a sectorului privat prin organizații neguvernamentale.	Stimularea parteneriatelor cu organisme profesionale naționale și internaționale.	Stimularea creerii și funcționării unor asociații turistice profesionale locale
		Puține persoane cu pregătire specială (învățământ superior nivel licență în mediu rural, nivel master în cazul stațiunilor și orașelor) pe post de inspector, implicate în luarea deciziilor la nivel local și regional.	Creșterea conștiinței ecologice și turistice.	Stabilirea cadrului organizatoric pentru cercetarea și dezvoltarea turismului din regiune. Organizarea unor seminarii și conferințe periodice pe teme de turism, mediu și cultură.
			Crearea unor locuri de muncă cu perspective de carieră profesională în sfera publică.	Înființarea posturilor de referenți și inspectori de turism. Stabilirea unor forme de consultanță pentru inițiative turistice.
		Lipsa cercetării fenomenelor și proceselor socio-	Creșterea transferului de cunoștințe,	Elaborarea unor programe eficiente de educație practică pentru elevi și

		economice legate de funcționarea sistemului turistic intră în preocuparea specialiștilor de geografie, științe economice (inclusiv management și marketing), sociologie, antropologie culturală, politologie etc.	adaptarea unor inovații din domeniul turismului.	studenți.
			Parteneriate dintre instituții de învățământ vocațional pentru turism și piața forței de muncă.	Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale internaționale.
4.	Axa de dezvoltare nr. 4 - Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism	Existența unui deficit de capital uman specializat în ceea ce privește domeniul turismului.	Creșterea numărului locurilor de muncă și a calității vieții prin turism.	Programe destinate dezvoltării forței de muncă: <ul style="list-style-type: none"> • campanii de conștientizare • dezbateri • editarea și diseminarea unor materiale informative: broșuri, afișe, care ar atrage atenția asupra aceluși imens potențial de care dispune județul și regiunea în acest sens
			Facilitarea accesului grupurilor dezavantajate pe piața turistică a forței de muncă.	Strategia de optimizare a sistemului de formare, formal și informal cu nevoile pieței: <ul style="list-style-type: none"> • analiză asupra sistemului educațional și de formare formal și

				<p>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.</p>
			<p>Optimizarea necesităților pieței de muncă cu oferta educațională.</p>	<p>În ființarea unui centru educațional destinat formării vocaționale a întreprinzătorilor în turism: 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</p>

				<p>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.</p>
			<p>Lărgirea specializărilor turistice accesibile în județ, la nivel preuniversitar și universitar.</p>	<p>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.</p>
			<p>Promovarea calității sistemului de educație și formare profesională.</p>	<p>Formarea practică a elevilor, studenților, care vor să obțină calificare în turism sau activități conexe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • elaborarea unui modul educațional de optimizare a formării practice, prin care se îmbină cunoștințele teoretice cu dobândirea

				<p>abilităților practice necesare</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
			<p>Îmbunătățirea calității și productivității muncii prin formarea practică a angajaților în turism.</p>	<p>Formarea ghizilor turistici locali – interpreților rurali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specializări în gastronomia, tradițiile, cultura, demografia și alte aspecte ale regiunii.
5.	<p>Axa de dezvoltare nr. 5 - Marketingul destinației</p>	<p>Promovarea județului Harghita este deficitară, având o vizibilitate semnificativ redusă pe plan internațional, decât concurenții cu potențial turistic</p>	<p>Creșterea capacității turistice a județului Harghita, prin dezvoltarea și aplicarea unor măsuri în domeniul marketingului</p>	<p>Promovarea brandului oficial al județului Harghita, anume Visit Harghita, pe toate canalele posibile. Lipsa vizibilității brandului existent are efecte și asupra numărului de turiști – creșterea</p>

	Harghita	asemănător.	profesionist și prin promovării acestuia pe plan național și internațional.	<p>vizibilității va duce la creșterea numărului turiștilor și a vizitatorilor.</p> <p>Crearea unei platforme interactive, care să faciliteze comunicarea bilaterală cu turiștii, fiind implicați și site-urile sociale cele mai importante, precum Facebook și Youtube. Totodată, în cadrul acestor platforme sau într-un mod conex acestor platforme, pot fi implicate și diferite trenduri în promovarea online/offline, cum ar fi jocuri sau vizite VR și AR, hărți interactive digitale, smart ads, hărți interactive de drumeții, video-uri 360°, respective videoclipuri de promovare în format de hologramă sau 3 D.</p> <p>Promovare off-line (afișe, broșuri, jucării, cărți etc) și on-line (filmulețe de promovare, reclame în tv, radio spot-uri, aplicații etc).</p> <p>Organizarea de evenimente (festivaluri, târguri, întruniri) de diferite mărimi, de la mici la medii, cu acces pentru</p>
--	----------	-------------	---	---

				cetățeni europeni.
			Transmiterea unei imagini a județului, care să faciliteze atragerea diferitelor tipuri de vizitatori/turiști (family-friendly, kid-friendly, etc).	Dezvoltarea pachetelor promoționale personalizate diferitelor tipuri de vizitatori (familii, copiii, etc), responsabili fiind agențiile de turism, sub îndrumarea Consiliului Județean Harghita.
				Organizarea de evenimente specifice culturii și istoriei (concursuri gastronomice, târguri istorice).
			Evidențierea și promovarea ofertelor turistice unice, și oferirea unor experiențe specifice zonei.	Participarea la târguri internaționale de turism, folosind atât brand-ul județului, precum și brandurile și mărcile locale.
				Crearea de parteneriate cu cei mai mari turoperatori din Europa, pentru a include județul Harghita în ofertele turistice.

8.6. PROGRAME, PROIECTE DERULATE SAU ÎNIIȚATE DE CONSILIILE LOCALE DIN JUDEȚUL HARGHITA

Există mai multe proiecte programate sau în curs de desfășurare, inițiate de Consiliile Locale din județul Harghita, printre care:

- Axa 1 Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice:
 - Reabilitarea infrastructurii rutiere în scopul dezvoltării turistice a stațiunii balneare Băile Tușnad-demarata precontractarea.

- Modernizarea/construirea și dotarea de noi baze de Salvamont în județul Harghita-Băile Tușnad- demarata precontractarea.
- Modernizarea/construirea și dotarea de noi baze de Salvamont în județul Harghita-Borsec- demarata precontractarea.
- Amenajări parcuri și spații verzi în stațiunea balneară Băile Tușnad.
- Reabilitarea infrastructurii rutiere în scopul dezvoltării turistice a stațiunii balneare Băile Tușnad

Alte proiecte derulate sau inițiate de ONG-uri, instituții publice, asociații profesionale, întreprinderi turistice

Dezvoltarea sectorului turismului în județul Harghita este o prioritate, de aceea există mai multe proiecte inițiate sau derulate și de alte entități, precum ONG-uri, instituții publice, asociații și întreprinderi.

Printre proiectele cele mai importante se numără:

- Axa 2 Amenajarea și valorificarea resurselor turistice naturale și antropice
 - 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 Homoroadelor,
 - Magistrala albastră Gurghiu- Harghita-Munții Baraolt și/sau Perșani,
 - Planificarea rețelei de trasee de cicloturism și turism ecvestru de-alungul principalelor cursuri de apă și integrarea acestora în rețeaua națională și internațională Eurovelo
 - Amenajarea corespunzătoare a pârtiilor de schi existente în prezent și amenajarea unor pârtii de schi și în alte destinații corespunzătoare
- Axa 3 Dezvoltarea sistemului organizatoric al turismului din județul Harghita
 - 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 Cultură
 - Organizarea unor schimburi de experiență cu rețele sau asociații profesionale naționale și internaționale.
- Axa 4 Îmbunătățirea condițiilor formării capitalului uman angajat în turism

Elaborarea și inițierea unor pachete de cursuri de formare în turism, destinate specializărilor în acest sector.

IX. 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 Stațiilor Turistice, Ministerul Transporturilor, Construcțiilor și Turismului, Autoritatea Națională pentru Turism, 2007;
- Ghidul Pârțiilor 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;
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Bacău
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Brașov
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Covasna
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Harghita
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Mureș
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Neamț
- Strategia de dezvoltare a turismului din județul Suceava
- Strategia de Dezvoltare a Județului Harghita

Documente, articole, lucrări utilizate:

- Arhiva Reprezentanței de Informare și Promovare Turistică Budapesta, MIMMCTPL;
- Baza de Date a Reprezentanței de Informare și Promovare Turistică Budapesta, MIMMCTPL;

- Buletin Statistic Lunar Județean, Institutul Național de Statistică, 2006-2018;
- 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 octombrie 2011;
- INS: Statistica teritorială, 2017, 2018;
- 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, 2007-2026;
- OMG 636/2008 pentru aprobarea normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice, Monitorul Oficial 613/20.08.2008;
- Pârții 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 2014 – 2020;
- Planul Național de Dezvoltare 2014-2020, Guvernul României, București 2007;
- Programul Operativ Regional, parte a Strategiei Naționale de Dezvoltare Regională 2014-2020, Guvernul României, București 2007;
- Raportul prefectului asupra stării generale economice, sociale și administrative a județului Harghita pe anul 2008- <http://www.prefecturahr.ro/ro/raportul-prefectului-asupra-starii-generale-economice-sociale-si-administrative-a-judetului-harghita-pe-anul-2008-70.php>
- Raport privind starea mediului pe anul 2016, ANPM Harghita, http://apmhr.anpm.ro/rapoarte-anuale1/-/asset_publisher/zx0kZaWCbnWT/content/raport-anual-privind-starea-mediului-in-judetul-harghita ;
- Restaurante clasificate din județul Harghita;
- Rețeaua de reprezentanțe străine a MIMMCTPL:
- România. Geografia turismului (partea întâi), Presa Universitară Clujeană. Cluj-Napoca, 2001;
- Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului în România - context, viziune și obiective - 2017-2026
- Strategia Asociația Română de Balneologie-ARB pentru dezvoltarea turismului balnear 2019
- 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- Erdély etnikai és felekezeti statisztikája, <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:

- Consiliul Județean Harghita
- Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă, județul Harghita;
- Consiliul Național al Audiovizualului Harghita
- Direcția Județeană de Statistică Harghita;
- Inspectoratul Școlar Județean Harghita
- Oficiul Județean pentru Protecția Consumatorilor Harghita
- Rețeaua de Reprezentanțe Străine a MIMMCTPL
- Serviciul Public de Salvamont Harghita

Pagini web:

- <https://judetulharghita.ro/consiliul-judetean-harghita.html>
- www.e-calauza.ro
- www.harghita.anofm.ro
- www.infotravelRomânia.ro/cursuri_thrdetalii.html
- www.insse.ro
- <http://isjhr.eduhr.ro>
- <https://www.turistinfo.ro>
- www.mturism.ro
- <http://www.praid.ro/>
- <http://www.prefecturahr.ro>
- www.thrgroup.ro
- <http://tourinfo.ro/ro/category/megnezni/>
- <https://www.viaRomânia.com>
- https://ro.wikipedia.org/wiki/Listă_de_aeroporturi_din_România
- <http://www.salvamontharghita.ro/ro>

X. LISTA FIGURI

1. Figura nr.1 - Tendințe în ceea ce privește nopțile petrecute în structurile de cazare turistică din cadrul UE-28, 2005-2016 (indice 2005=100)

2. Figura nr.2 - Destinații turistice — nopți petrecute în structuri de cazare turistică, 2016 (milioane de nopți petrecute în țara respectivă de nerezidenți)
3. Figura nr.3 - Procentul nopților petrecute în structuri de cazare turistică din UE-28 de către turiști care călătoresc în afara țării lor de reședință, 2016 (% din toate nopțile petrecute în structuri de cazare turistică din UE-2)
4. Figura nr.4 - Intensitatea turistică, 2016 (nopți petrecute de rezidenți și de nerezidenți în structuri de cazare turistică, pe cap de locuitor)
5. Figura nr.5 - Procentul populației care participă la turism, 2016 (% din populația în vârstă de cel puțin 15 ani)
6. Figura nr.6 - Procentul nopților petrecute în vacanțe în străinătate de către europeni, în funcție de țara de reședință a turistului, 2016 (% din nopțile petrecute în străinătate de către rezidenți din UE-28)
7. Figura nr.7 - Țara de origine pentru călătoriile turistice în străinătate, 2016 (media nopților petrecute în străinătate pe cap de locuitor în vârstă de cel puțin 15 ani)
8. Figura nr.8 - Evoluția numărului turiștilor în România, în perioada 2016 – 201
9. Figura nr.9 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de destinațiile turistice
10. Figura nr.10 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
11. Figura nr.11- Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017
12. Figura nr.12 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
13. Figura nr.13 - Structura turiștilor de la nivel național în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018
14. Figura nr.14 - Evoluția numărului turiștilor în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018
15. Figura nr.15 - Structura numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de destinațiile turistice
16. Figura nr.16 - Structura numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de destinațiile turistice
17. Figura nr.17 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
18. Figura nr.18 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017
19. Figura nr.19 - Structura turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
20. Figura nr.20 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
21. Figura nr.21 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017

22. Figura nr.22 - Structura turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
23. Figura nr.23 – Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita, în perioada 2016 – 2018
24. Figura nr.24 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
25. Figura nr.25 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017
26. Figura nr.26 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
27. Figura nr.27 - Structura turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018
28. Figura nr.28 - Evoluția numărului turiștilor nivelului județului Harghita în funcție de proveniența acestora în perioada 2016 – 2018
29. Figura nr.29 - Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
30. Figura nr.30 - Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017
31. Figura nr.31- Structura turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
32. Figura nr.32 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2016
33. Figura nr.33 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2017
34. Figura nr.34 - Structura turiștilor străini de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare, în anul 2018
35. Figura nr.35 - Cheile Bicazului
36. Figura nr.36 - Lacul Roșu
37. Figura nr.37 - Izvor Baile Chirui
38. Figura nr.38 - Castelul de la Lăzarea
39. Figura nr.39 - Cetatea Medievală Szekelytamadt
40. Figura nr.40- Biserica fortificată Dârjiu
41. Figura nr.41- Fanfara din Corund
42. Figura nr.42 - Fărșangul
43. Figura nr.43 - Evoluția structurilor de primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018
44. Figura nr.44 - Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2016
45. Figura nr.45 - Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2017

46. Figura nr. 46 - Structura tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în anul 2018
47. Figura nr.47 - Evoluția populației ocupate în sectorul turistic de la nivelul județului Harghita, în perioada 2015 – 2017
48. Figura nr.48 - Situația forței de muncă ocupată în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita prin raportarea la nivel național
49. Figura nr.49 - Situația forței de muncă ocupată în domeniul turismului de la nivelul județului Harghita prin raportarea la nivel regional
50. Figura nr.50 - Evoluția locurilor de muncă vacante în sectorul turistic de la nivelul Regiunii Centru în perioada 2015 – 2017
51. Figura nr.51- Cetatea Slăninilor din satul Dârjiu
52. Figura nr.52 - Muzeul pălăriilor de paie din satul Crișeni
53. Figura nr.53 - Castelul Lazăr de la Lăzarea
54. Figura nr.54 - Cetatea țărănească de la Cârța
55. Figura nr.55 - Stațiunea Borsec
56. Figura nr.56 - Poartă secuiască din comuna Brădești
57. Figura nr.57 - Stațiunea Baile Homorod
58. Figura nr.58- Mănăstirea Izvorul Mureșului
59. Figura nr.59 - Biserica Franciscană din Odorheiu Secuiesc
60. Figura nr.60 - Casa Memoriala Nagy Imre
61. Figura nr.61 - Castelul Miko din Miercurea Ciuc
62. Figura nr.62 - Lacul Sfânta Ana
63. Figura nr.63 - Cheile Vârghișului
64. Figura nr.64 - Salina Praid
65. Figura nr.65 - Gâtul Iadului din Cheile Bicazului
66. Figura nr.66 - Comuna Bilbor
67. Figura nr.67 - Izvor de apă minerală
68. Figura nr.68 - Muzeul Apei Minerale de la Borsec
69. Figura nr.69 - Muzeul Apei Minerale de la Szejke
70. Figura nr.70 - Muzeul de apă minerală - Tușnad Sat
71. Figura nr.71 - Turism de iarnă în județul Harghita
72. Figura nr.72 - Turism ecvestru în județul Harghita
73. Figura nr.73 - Turism ciclist în județul Harghita
74. Figura nr.74 - Drumetii în județul Harghita
75. Figura nr.75 - Turism religios în județul Harghita - Șumuleu Ciuc
76. Figura nr.76 - Biserica Sfânta Maria de la Șumuleu Ciuc
77. Figura nr.77 - Casa-muzeu din localitatea Bisericani
78. Figura nr.78 - Colecția Etnografică a Liceului Tehnologic Gábor Áron
79. Figura nr.79 - Laboratorul Foto Kováts Odorheiu Secuiesc
80. Figura nr.80 - Muzeul Etnografic Corund
81. Figura nr.81 - Muzeul Etnografic Plăieșii de Jos

82. Figura nr.82 - Muzeul Haáz Rezső
83. Figura nr.83 - Muzeul Márton Áron din Sândominic
84. Figura nr.84 - Muzeul Molnár István din Cristuru Secuiesc
85. Figura nr.85 - Muzeul Pălăriilor de Paie din Crișeni
86. Figura nr.86 - Muzeul Satului din Lunca de Jos
87. Figura nr.87 - Muzeul Secuiesc al Ciucului
88. Figura nr.88 - Baza de salvamont de la Lacul Roșu
89. Figura nr.89 - Turism de aventură în județul Harghita
90. Figura nr.90 - Observatorul de urși de la Borzont

XI. LISTA TABELE

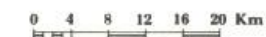
1. Tabelul nr.1. Structuri de cazare turistica în anul 2016 la nivel european
2. Tabelul nr. 2: Călătorii turistice ale rezidenților (în vârstă de cel puțin 15 ani), 2016
3. Tabelul nr. 3: Venituri și cheltuieli generate de călătorii în balanța de plăți, 2011–2016
4. Tabelul nr. 4. Evoluția numărului turiștilor de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018
5. Tabelul nr. 5. Evoluția numărului turiștilor români de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 - 2018
6. Tabelul nr. 6. Evoluția numărului turiștilor străini de la nivel național în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018
7. Tabelul nr. 7. Evoluția numărului turiștilor de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018

8. Tabelul nr. 8. Evoluția numărului turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018
9. Tabelul nr. 9. Evoluția numărului turiștilor români de la nivelul județului Harghita în funcție de opțiunea de cazare preferată, în perioada 2016 – 2018
10. Tabelul nr. 10. Evoluția tipurilor de structuri primire turistică de la nivelul județului Harghita în perioada 2016 – 2018
11. Tabelul nr. 11. Forța de muncă în domeniul turismului în perioada 2015 – 2017
12. Tabel nr. 12. Locurile de muncă vacante de la nivelul Regiunii Centru în perioada 2015 – 2016
13. Tabel nr. 13. Cerințe, baze legislative și categorii de atestare în turism
14. Tabelul nr. 14. Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2017
15. Tabelul nr. 15. Tipuri de structuri de cazare turistică existent în județele analizate din anul 2018
16. Tabelul nr. 16. Pârții de schi în județele, regiunile analizate
17. Tabelul nr. 17 - Capacitatea de cazare a localităților cu factori naturali terapeutici
18. Tabelul nr. 18. Distanța dintre municipiile județelor și aeroporturile
19. Tabelul nr. 19. Comparația județelor Covasna, Harghita și Mureș
20. Tabelul nr. 20. Comparația județelor CV, HR și MS cu ponderea factorilor:
21. Tabelul nr. 21. Comparația regiunilor
22. Tabelul nr. 22. Comparația regiunilor cu ponderea factorilor analizate

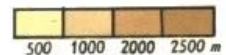
XII. HĂRȚI ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL HARGHITA

1. Harta județului Harghita

Județul Harghita

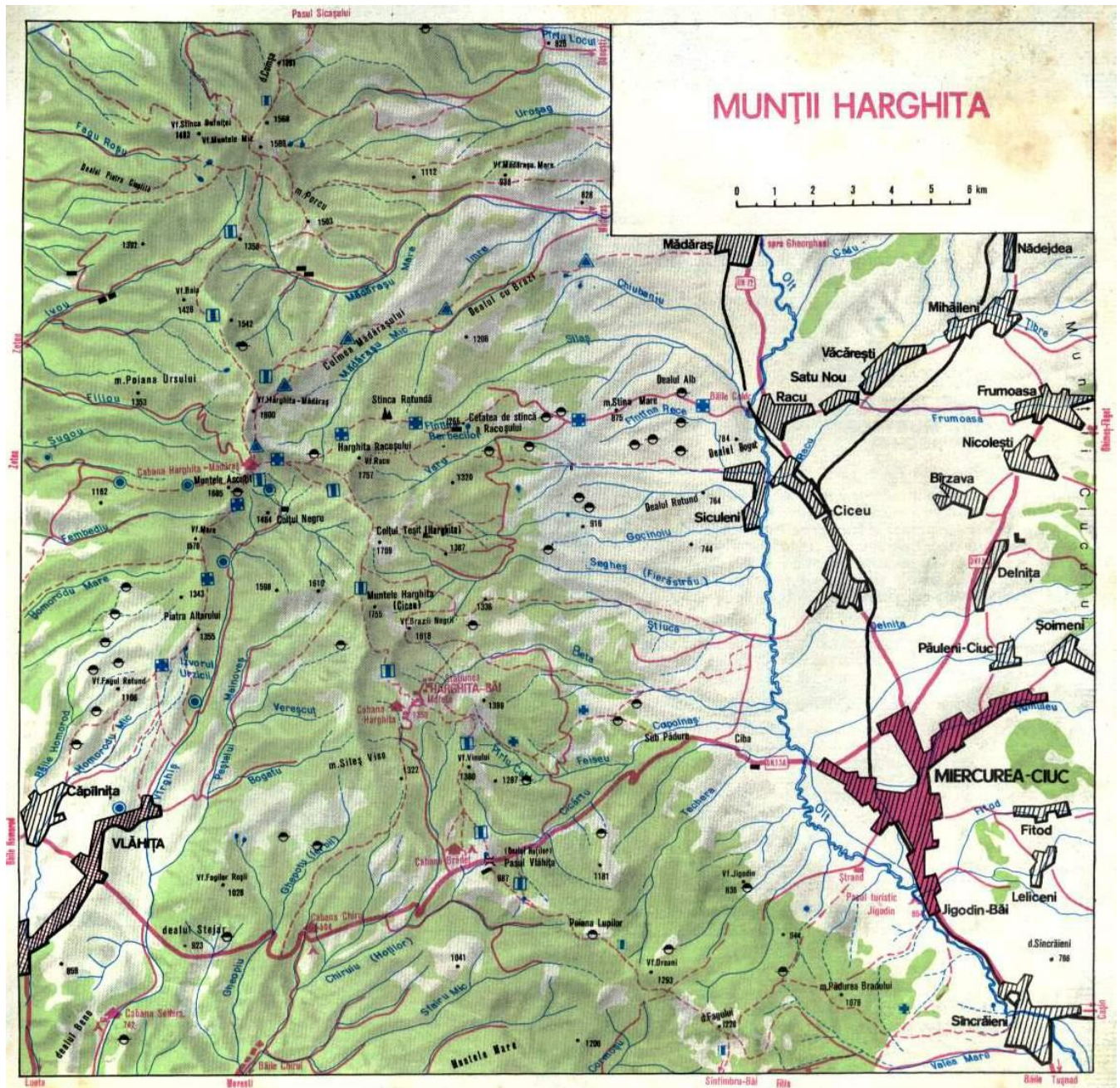


- Stațiuni balneoclimaterice
- Izvoare – ape minerale
- Popas turistic (camping, han)
- Cabane
- Monumente ale naturii
- Artă populară
- Rezervație
- Monumente istorice
- Castele
- Vestigii istorice (ruine, cetăți)
- Muzee
- Sporturi de iarnă



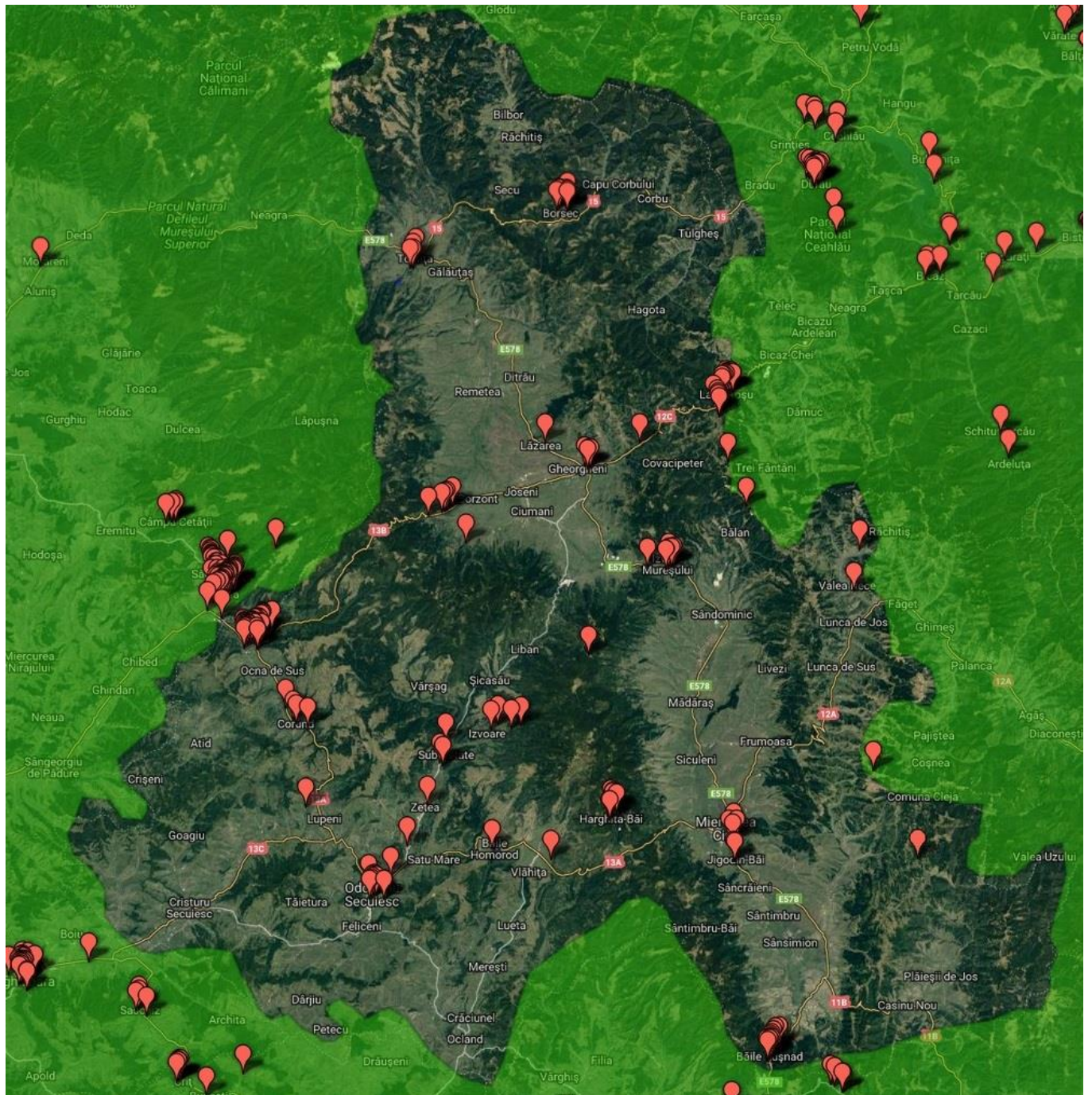
Sursa: <https://pe-harta.ro/harghita/>

2. Harta – Munții Harghita



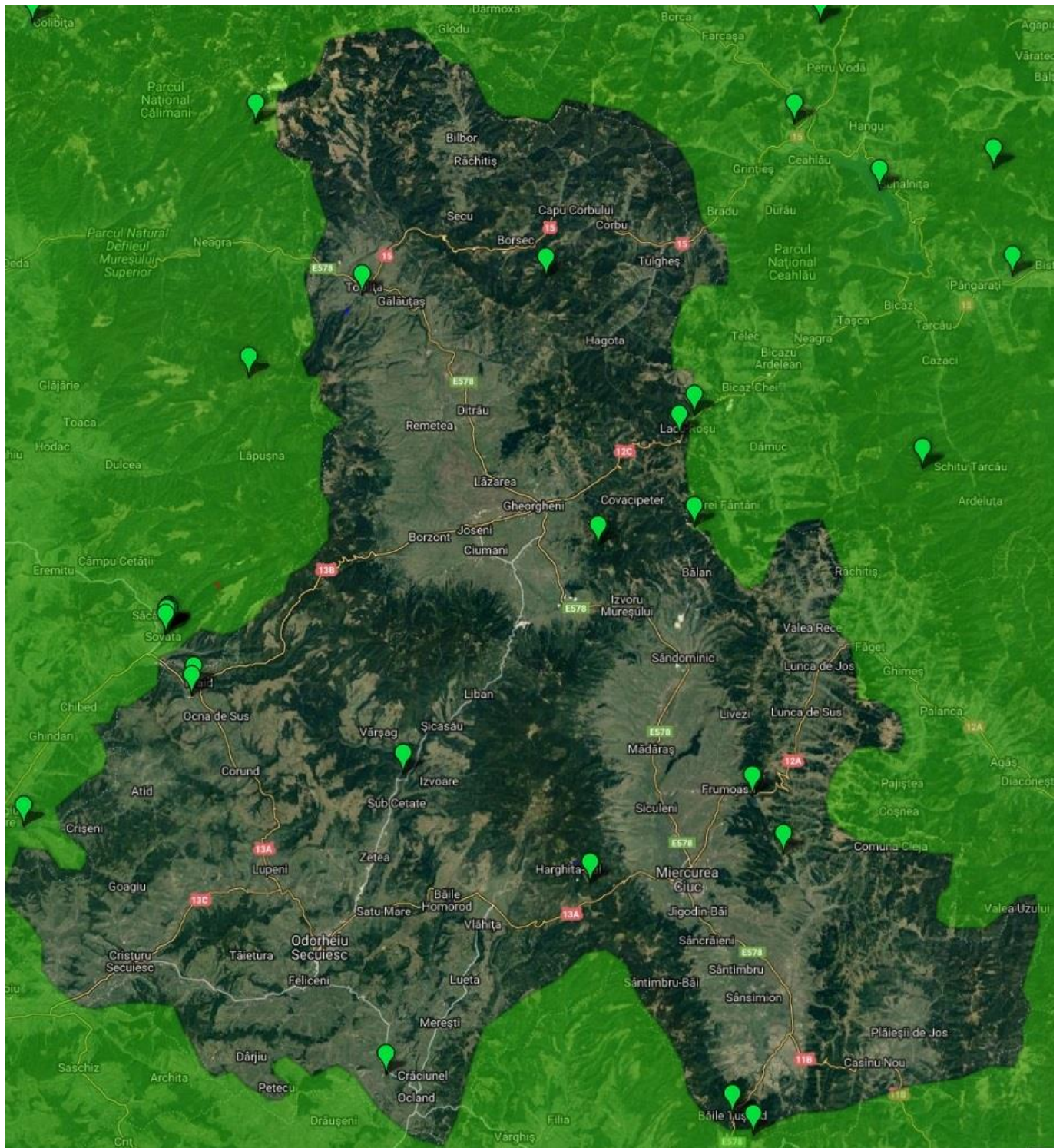
Sursa: <https://www.harta-turistica.ro>

3. Harta unităților de primire turistică din județul Harghita



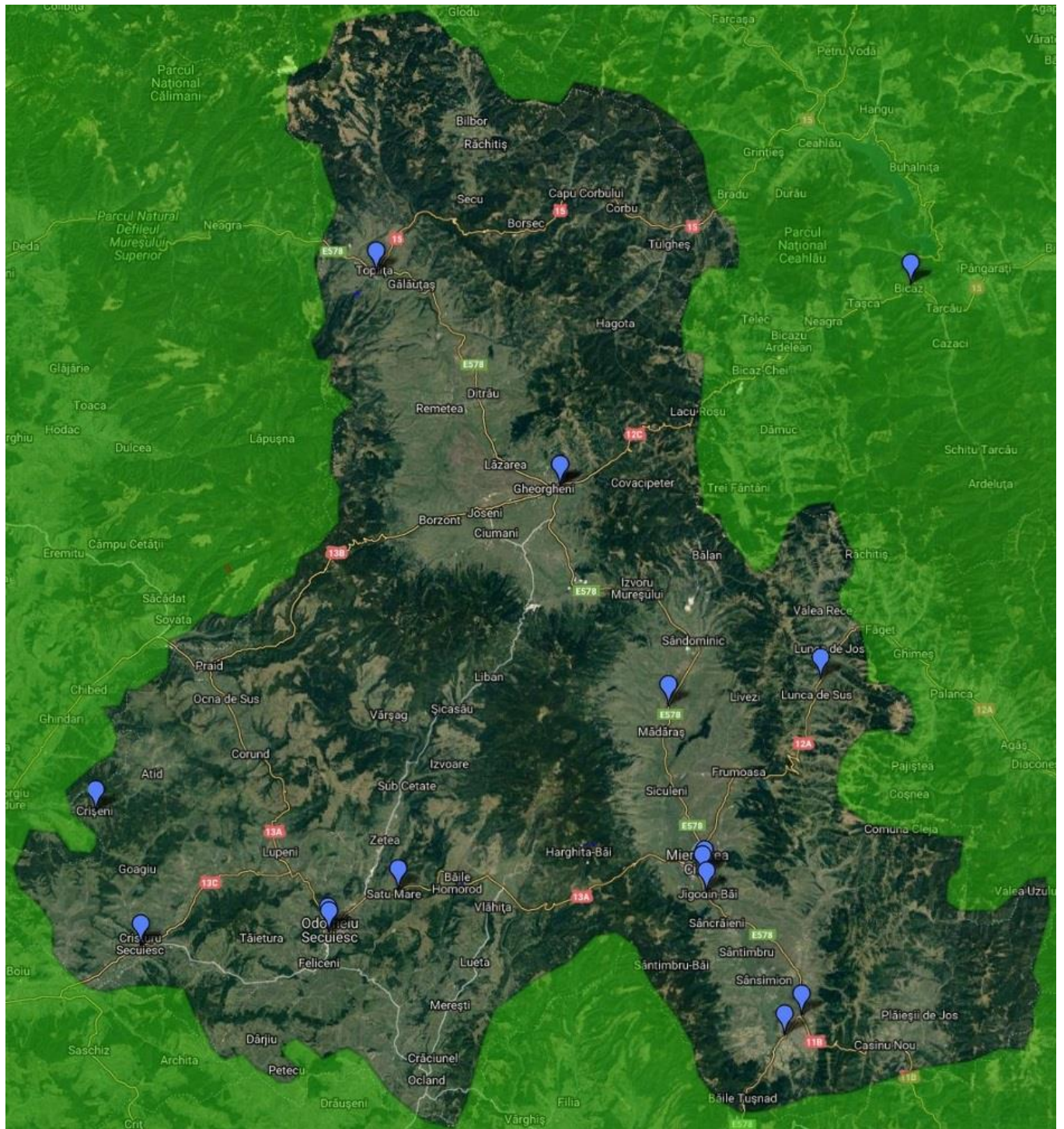
Sursa: <http://www.hartis.ro/hr/>

4. Harta obiectivelor turistice naturale din județul Harghita



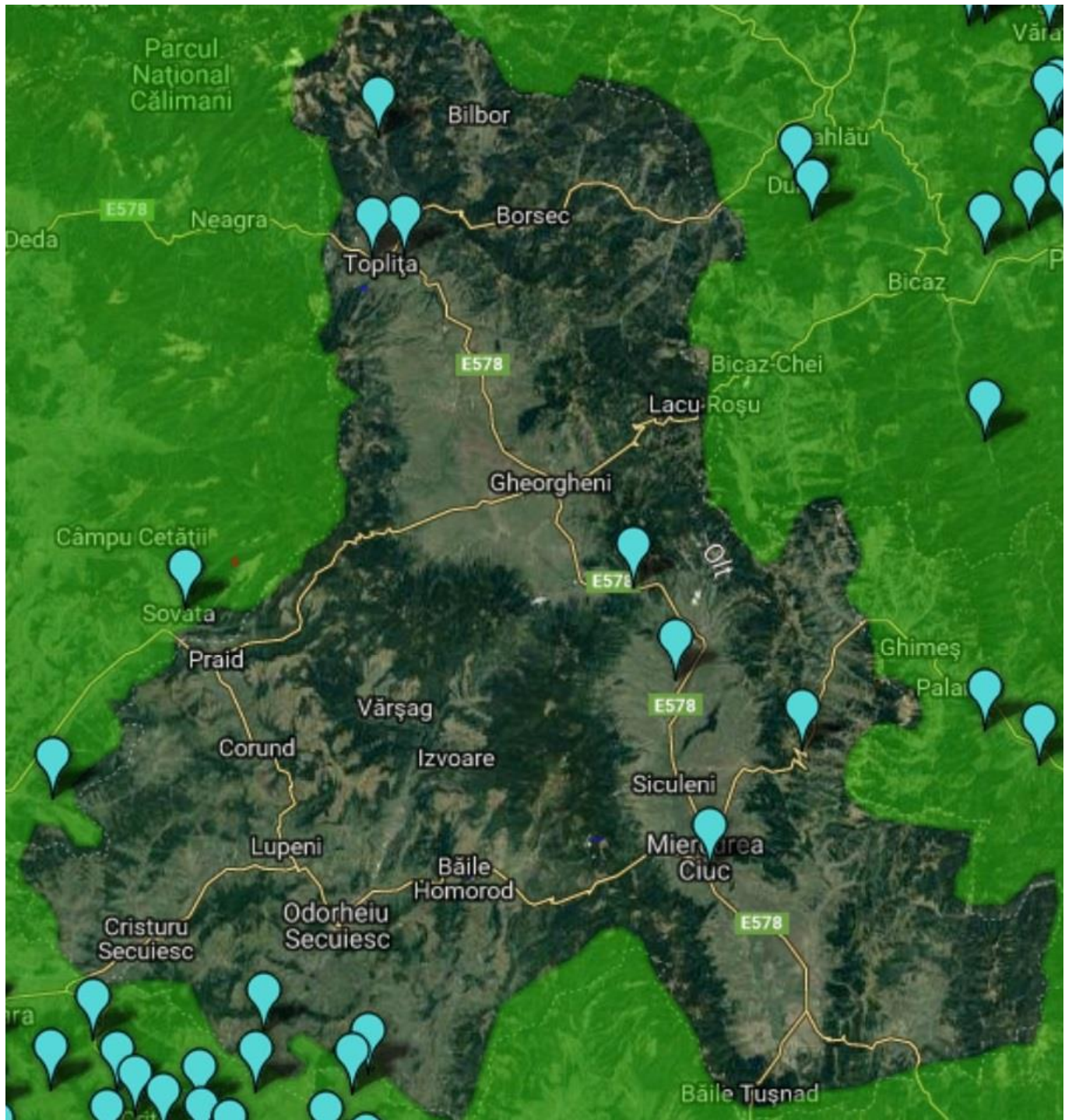
Sursa: <http://www.hartis.ro/hr/>

5. Harta obiectivelor turistice culturale din județul Harghita



Sursa: <http://www.hartis.ro/hr/>

6. Harta obiectivelor turistice religioase din județul Harghita



Sursa: <http://www.hartis.ro/hr/>