

PUNCTE SENSIBILE ÎN DEZVOLTAREA TURISTICĂ DURABILĂ A ZONEI MUNICIPIULUI SIGHETU MARMAȚIEI

M. ILIEȘ*, GABRIELA ILIEȘ*

ABSTRACT. The actual economic state of the Maramureș land is very relevant for the meaning of regional touristic development. That is why this paper tries to answer a few questions:

- What are the sensible points in regional development?
- Which are the territorial entities sensible to regional development politics and strategies?
- Which are the sensible points and how could we exploit them?

Spațiul la care se referă subiectul corespunde ariei de polarizare a orașului Sighetu Marmației, adică Țării Maramureșului. Aceasta este o regiune grefată pe structura unei entități teritoriale de tip statal, existentă la începutul mileniului II e.n. (Terra Maramorosiensis) păstrată până în zilele noastre sub forma unei construcții mentale, recunoscută de vecinii și locuitorii săi, de care oamenii sunt atașați într-un mod straniu.

Însemnătatea turismului în dezvoltarea regională a Țării Maramureșului reiese și dintr-o analiză a situației economice actuale. Elementele care stau la baza economiei acestui spațiu sunt industria lemnului și cea a confecțiilor. Amprenta celei dintâi se face vizibilă în restrângerea rapidă a suprafeței fondului forestier, degradarea cadrului natural și în frecvența mare a calamităților naturale (în special inundații). Fiind o resursă naturală epuizabilă considerăm că nu va putea susține economia regională și pe viitor. Industria confecțiilor, dezvoltată atât înainte de anul 1990, cât și mai ales după acest an, oferă locuri de muncă în special pentru populația feminină care reprezintă o mână de lucru ieftină pentru piața occidentală. Extinderea organismelor internaționale occidentale (N.A.T.O., U.E. etc) va determina probabil și deplasarea pieței forței de muncă ieftine mai spre est, ceea ce ar afecta grav economia regională. La cele menționate se pot adăuga multe alte exemple, toate conducându-ne la ideea că cea mai importantă resursă regională a Țării Maramureșului este cea turistică.

Vis-a-vis de acest subiect se impune răspunderea la o serie de întrebări:

- Ce reprezintă punctele sensibile în dezvoltarea regională?
- Care sunt entitățile teritoriale care se pretează la elaborarea strategiilor și politicilor de dezvoltare regională?
- Ce înseamnă dezvoltare regională?
- Ce tipuri de puncte sensibile putem identifica?
- Cum se pot valorifica acestea?

* Universitatea "Babeș- Bolyai", Colegiul Universitar Sighetu Marmației

Prin puncte sensibile în dezvoltarea regională înțelegem: "elemente de factură materială sau imaterială, localizate în cadrul sau în afara teritoriului în cauză, care reacționează în mod vizibil la stimuli interni și externi, influențând funcționarea întregului sistem.

Un asemenea sistem caracterizat prin structură, funcționalitate, intrări și ieșiri, poate fi reprezentat de entități teritoriale de tipul: - statelor

- regiunilor geografice
- unităților administrativ-teritoriale
- perimetrelor urbane și rurale
- axelor de circulație
- fâșiilor litorale, etc.

Identificarea punctelor sensibile trebuie să urmărească o abordare triplă, adică:

- puncte sensibile cu implicații pozitive
- puncte sensibile cu implicații negative
- puncte sensibile ca centri de comandă

Dezvoltarea regională poate îmbrăca forme diferite, poate să aibă componente diferite, dar rezultatul se concretizează întotdeauna în nivelul de trai al populației

De asemenea se pune problema cuantificării nivelului de dezvoltare regională față de diferite standarde sau față de alte regiuni, dar în același timp trebuie surprinsă maniera în care populația locală percepe dezvoltarea. În acest sens, abordarea se poate baza pe un singur sector reprezentativ (ca de exemplu: turism, exploatarea și prelucrarea lemnului, minerit, comerț etc.) sau pe un complex de domenii.

În continuare analiza va urmări dezvoltarea unei regiuni având ca sector reprezentativ turismul. Sub aspect conceptual, prin dezvoltare turistică a unei regiuni înțelegem următoarele:

- existența unui număr mare de firme de turism, care înregistrează profit și prezintă semne de prosperitate vizibile;
- valorificarea eficientă a infrastructurii corespunzător tipurilor și formelor de turism practicate în regiune;
- coeficient de utilizare a capacităților de cazare de peste 40% la hoteluri, moteluri și vile, și de peste 10% la pensiunile agroturistice și de turism rural;
- existența în regiune a unor instituții de învățământ mediu și superior cu profil de turism în scopul pregătirii și perfecționării continue a personalului de specialitate;
- minim 10% din populația regiunii să-și asigure existența pe baza încasărilor directe sau indirecte din activitatea de turism;
- preponderența produselor turistice axate pe resursele de atractivitate turistică locale;
- existența unor elemente recunoscute pe piața turistică internațională care să se identifice cu regiunea turistică în cauză;

Între punctele sensibile specifice acestui sector menționăm:

- calitatea resurselor umane;
- spiritul antreprenorial;
- regimul vizelor;
- vecinătatea cu anumite state;
- mozaicul etnic;
- resursele turistice;
- supradimensionarea capacităților de primire în perioadele de “boom” turistic;
- exploatarea miniere sau centre de prelucrare cu risc de poluare cu implicații continentale;
- aparitia etapei de reconsiderare a valorilor de natură etnografică ca element de rezistență la pătrunderea masivă a influențelor lumii mediteraneene și occidentale ;

Indiscutabil eficiența și eficacitatea dezvoltării regionale depind de raportul existent între cele cinci mari categorii de resurse din punct de vedere organizațional: umane, informaționale, financiare, materiale și de timp.

Motorul tuturor lucrurilor îl reprezintă resursele umane din punct de vedere calitativ de a căror eficiență și eficacitate depind toate celelalte. Ca exemplu, în domeniul turismului rural au apărut rețele sau pensiuni agroturistice doar în localitățile unde a existat cel puțin o persoană care să pornească și să dezvolte această activitate, fără o legătură directă cu resursele turistice, infrastructură, poziția geografică sau frumusețea peisajului. Țara Maramureșului, fiind o regiune emițătoare de resurse umane de valoare trebuie să-și stabilească o serie de strategii privind limitarea acestui fenomen. Dacă se i-a în calcul structura populației pe grupe de varstă și sex se constată o îmbătrânire demografică a populației, fenomen mult mai accentuat la nivelul mediului rural.

Studiile existente la nivel mondial privind factorii care stau la baza dezvoltării susțin faptul că organizații de succes (firme, asociații., instituții, grupări regionale etc) există în toate țările, sunt de toate mărimile, se întâlnesc în orice domeniu, au strategii și tactici diferite dar totuși au un element comun: **dispun de lideri la toate nivelurile ierarhice.**

Soluția tuturor problemelor constă în stabilirea clară de către centrul de comandă din cadrul entității teritoriale a unor strategii și politici de dezvoltare regională. După cum se știe strategia reprezintă “arta de a câștiga războiul” sau “desemnează liniile definitorii ale atitudinii și conduitei în vederea atingerii obiectivelor sale”. Transpunerea acestor lucruri în practica se poate face conform unui mic exemplu. Se dă o regiune geografică de tipul “țărilor” cu orientare predominantă spre agroturism și turism rural în care se fac următorii pași:

Obiectivul strategiei

Câștigarea competiției cu alte regiuni similare privind transformarea în destinație turistică;

Tipul strategiei

Strategie de extindere;

Strategia este însoțită de o serie de politici, între care amintim:

1. Politica de produs
 - lansarea pe piața a unui produs nou și unic
2. Politica de piața
 - lansarea produsului pe piețele care se pretează la acesta
3. Politica de preț
 - reducerea pe întreaga regiune a prețurilor din structurile de primire turistică la un nivel la care să răspundă relației următoare:
 - tarife practicate \leq tarife practicate de regiunile concurente + preț transportului între zona emițătoare și zona receptoare
4. Politica de promovare
 - buget comun de promovare în regiune
5. Politica de plasament
 - informațiile vor fi expediate cu destinație precisă pe segmentul de piață urmărit.

Deși abordarea are un caracter mai mult teoretic, credem că elementele definitorii surprise sunt capitale pentru dezvoltarea regională.

BIBLIOGRAFIE

1. Ciangă Nicolae(1998) – *Turismul în Carpații Orientali. Studiu de Geografie Umană*. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
2. Cocean Pompei(1997) – *Geografia turismului românesc*, Editura "Focul Viu", Cluj-Napoca.
3. Cocean Pompei(1999) – *Geografia turismului*, Editura "Focul Viu", Cluj-Napoca.
4. Draica C.(1999) – *Ghid practic de turism internațional și intern*, Editura ALL Beck, București.
5. Gherasin N.,Gherasin D. (1999) – *Marketing turistic*, Editura Economică, București.
6. Moldoveanu Maria, Miron Dorina(1995) – *Psihologia reclamei*, Editura Libra, București.
7. Petcu Nicoleta(2000) – *Statistică în turism*, Editura Albastră, Cluj-Napoca..
8. Pop Gr.(2000) – *Carpații și Subcarpații României*, Editura Presa Universitară Clujeană.
9. Stăncioiu Aurelia(2000) – *Strategii de marketing în turism*, Editura Economică, București.