

UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” IASI FACULTATEA DE EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT

**EVIDENȚIEREA POTENTIALULUI TURISTIC AL ZONEI
GEOGRAFICE BAILE OLANESTI**

Indrumator:

Prof.Univ.Dr. Chirazi Marin

Autor:

Iacob Angela Cristina

CAPITOLUL I

Rolul exercitiilor fizice in lupta cu stresul si depresia

- *Interacțiunea dintre exercițiile fizice și stres*
- *Sporturi și jocuri*

Nevoia de refacere fizica

- *Supraantrenamentul*

Refacerea după antrenament

- *Refacerea energetică.*
- *Refacerea hormonală*
- *Refacerea contractilă*
- *Refacerea sistemului nervos*

Particularitățile recuperării la sportivi și la nesportivi

- *Argumente în favoarea existenței recuperării accelerate*
- *Argumente împotriva existenței recuperării accelerate*

CAPITOLUL II

Mijloace naturale de refacere

- *odihna pasivă (somnul)*
- *odihna activă sau kinetoterapia*

Mijloace terapeutice de refacere

- *Stretching asistat*
- *Masajul în lupta cu stresul*
- *Masajul suedez*

Hidroterapia

- *Refacere și recuperare prin aquagym*
- *Hidrokinetoterapia*
- *Sauna și dușurile fierbinți*

Ultrasunetele și Electrostimularea

CAPITOLUL III

POTENȚIALUL TURISTIC AL STAȚIUNII „BAILE OLANESTI”

❖ Cadrul natural și resursele naturale

- bazin de apa termala - 38 grade C, sulfuroasa, sarata
- sauna
- PISCINA MARE interioara - Parcul Central
- bazin de apa termala 38 grade C, sulfuroasa, sarata
- piscina in aer liber - Hotel Select
- piscina interioara - Hotel Olanesti
- trasee off-road (ATV-uri, masini de teren)
- paintball - inscrieri la Casa Vanatorilor
- vizite la palatul Olanesti (Vila lui Ceausescu)
- gradina de vara - sala de cinema – vara
- sala de fitness, sauna, masaj - Hotel Olanesti
- excursii organizate pentru vizitarea obiectivelor turistice ale zonei / judetului Valcea
- drumetii spre rezervatiile naturale din jur sau spre manastiri
- discoteci
- restaurante / terase
- Pub-uri, Cafenele, Cluburi in Rm. Valcea (18 km)

❖ Baza de Tratament

I. Compartimentul de primire și îndrumare a pacienților



II. Cabinete pentru consultații medicale de specialitate, recuperare, medicină fizică și balneologie

III. Cabinete pentru terapia specifică:

a. Kinetoterapia

b. Hidrokinetoterapia

c. Hidrotermoterapia

➤ *Hidroterapia*

➤ *Hidromasajul*

d. Sauna

e. Electroterapia



f. Masoterapia



IV. Compartiment pentru relaxarea pacienților

V. Cabinet pentru asigurarea urgențelor medicale necesită existența dotărilor pentru asigurarea asistenței medicale de urgență în regim de continuitate:

- *medic de gardă;*
- *asistenți medicali de medicină generală;*
- *instalație pentru oxigenoterapie;*
- *aparat de urgență;*
- *defibrilator;*
- *trusă de perfuzii;*
- *trusă pentru intubație orotraheală;*
- *trusă de mică chirurgie*

VI. Cabinet pentru explorări funcționale, laborator

❖ **Politica de Marketing Turistic**

➤ **Prețul produsului**

1. strategia tarifelor paușale (globale) în care se oferă turiștilor pachet minimal de servicii obligatorii ca :

- transport
- transfer
- pensiune completă
- tratament

2. strategia tarifelor diferențiale este tactica aplicării unor prețuri și tarife pentru servicii diferențiate, după următoarele criterii:

- natura ofertei
- gradul de confort
- calitatea serviciilor prestate.

➤ **Personalul**

Instrumentele specifice prin care se asigură managementul hotelier în cadrul

Stațiunii Gura Humorului sunt :

1. metode științifice, care cuprind :

- fișa postului
- lista de control

2. relațiile umane, motivarea personalului

- concept de spirit de echipă
- specializarea
- tactica negocierilor

3. organigrama

4. marketing

5. planul de afaceri

6. măsurarea eficienței managementului

❖ Evaluarea potențialului turistic al stațiunii

- Studiul întreprins, pentru identificarea potențialului turistic în zona Gura Humorului, a avut ca obiectiv principal evaluarea ofertei turistice în zonă, având ca metode principale de cercetare :

documentarea statistică (rapoarte statistice, documente ale organizațiilor de profil din zonă),

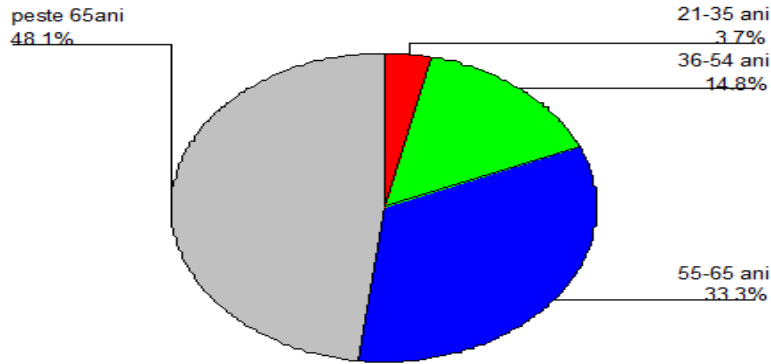
studiul unor lucrări anterioare efectuate în zonă,
literatura de specialitate,
evidențele economice,
cercetarea pe teren
efectuarea de sondaje statistice directe

- Evaluarea potențialului turistic al stațiunii cuprinde, în cadrul studiului realizat, două faze importante și anume:

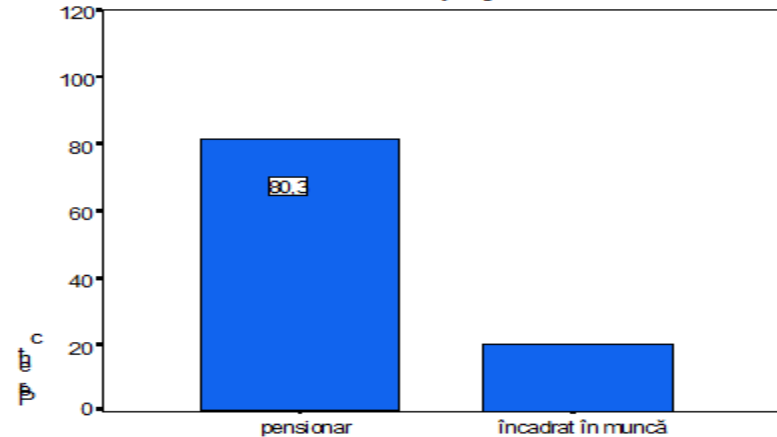
analiza situației turistice
analiza SWOT

- În realizarea studiului s-au parcurs următoarele etape:
Identificarea și operaționalizarea problemei;
Stabilirea programului de cercetare;
Culegerea datelor;
Tratarea și analiza datelor;

Vârsta



Ocupația



- Motivele alegerii stațiunii :**

S-a observat că 88,9% din respondenți au declarat că motivul pentru care au venit în această stațiune îl reprezintă condițiile de tratament

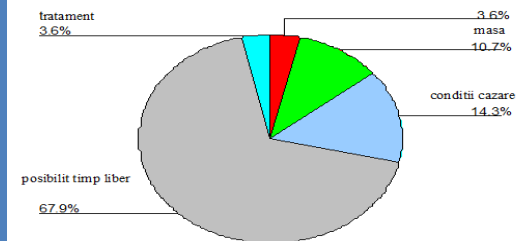
- Atitudinea față de stațiune:**

88,9% din respondenți au declarat că sunt de acord cu afirmația referitoare la serviciile de tratament.

- Atitudinea față de tarife funcție de venit :**

65% din persoanele cu venituri sub 400 lei au fost de acord cu afirmația că tarifele sunt acceptabile, respectiv 40% din cei cu venituri între 500 și 600 lei.

Elementele de îmbunătățire a ofertei



□ Analiza SWOT

Din cercetarea întreprinsă în stațiunea „Baile Olanesti” s-au desprins o serie de concluzii și propuneri prezentate în urma analizei SWOT, după cum urmează:

✓ S- puncte tari

Prezenta izvoarelor minerale in cadrul zonei turistice;

Prezenta unor monumente naturale in aceasta zona, cum ar fi rezervatii, dar si pesteri.

Prezenta a 35 de izvoare, din care 5 izvoare sulfuroase;

Apele izvoarelor din Olanesti pot trata o gama larga de afectiuni, de la afectiuni digestive, afectiuni renale si ale cailor urinare, pana la afectiuni ginecologice cronice.

Tot timpul anului climatul atmosferic este favorabil tratamentului balneo - climateric.

✓ W- puncte slabe

Olanesti este alimentat cu apa dintr-un rezervor de 750 m3, apa provenita din raul Olanesti si al afluentului sau Rapuroasa;

Orasul Olanesti este o localitate mica care se bazeaza exclusiv pe turism;

Prezenta unui numar mic de locuri de parcare (aproximativ 3000);

Lipsa Mall, Teatru, Pub-uri, Cafenele, Cluburi, care sunt prezente tocmai in Rm. Valcea.

✓ O- oportunitati

Exista posibilitatea de a trata o gama larga de boli;

Statiunea Baile Olanesti ocupa primul loc printre statiunile balneo-climaterice din Romania in ceea ce priveste numarul de izvoare, calitatile terapeutice si debitul total zilnic al acestora;

Prezenta unei varietati de hoteluri, de la ** la ****;

Autoritatile locale coordoneaza in permanenta baza de cazare si imbunatatirea serviciilor, mai exact modernizarea unitatilor de cazare si a popasului turistic;

Exploatarea traseelor dintre Baile Olanesti si parcul national Buila-Vanturarita;

Apele izvoarelor din Statiunea Baile Olanesti au fost medaliate cu aur la Expozitia Internationala de la Viena, datorita eficientei in tratamentele medicale;

Posibilitatea turismului monahal in aceasta zona, la manastiri sau schituri, cum ar fi manastirea Frasinei, Schitul Iezer, Schitul Patrunsa, etc;

Izvorul mineral nr. 24 din Baile Olanesti, egaleaza sau depaseste efectele apelor de la Contrexville, Karlsbad, Tahanon, pentru tratarea afectiunilor renale.

✓ T- amenintari

Baile Govora situate la 20 km de RmValcea, pot fi considerate o amenintare pentru Baile Olanesti;

Prezenta altor statiuni de acest gen in alte state europene, dar cu o imagine mai favorabila decat Romania;

De asemenea posibilitii clienti pot fi nehotarati intre Baile Olanesti si alte bai cu renume cum ar fi Felix, Herculane, Sovata, etc.

❑ CONCLUZII

„Baile Olanesti” stațiune turistică cu reale posibilități de dezvoltare, bazate pe oportunitățile mediului, unele elemente de patrimoniu natural, cum sunt: izvoarele de ape minerale, este recomandată pentru tratamentul bolilor cardio vasculare, locomotorii și ale sistemului nervos, pentru organizarea unor activități fizice de refacere și recreere.

Prin cura de apă termală și împachetările cu parafină de cetină băile sunt recomandate în afecțiuni cardiovasculare, tulburări circulare, reumatice și nevroză astenică sau de suprasolicitare, aparatului locomotor.

Infrastructura asigură transportul rutier și CFR al mărfurilor și călătorilor.

Orașul „Baile Olanesti” funcționează ca stațiune turistică, a fost parțial modernizat, dar mai are nevoie de investiții serioase.

Activitatea de cercetare cât și rezultatele obținute sunt importante și se pot valorifica astfel:

Studiul își propune să ofere o soluție de revitalizare a stațiunii „Baile Olanesti” pe baza unei analize privind oportunitățile și factorii limitativi existenți.

Crearea unui model și a unei baze de date vor fi utile pentru factorii de decizie din domeniul serviciilor.

Proiecte privind strategia de dezvoltare a unor firme cu profil de turism și servicii.

❑ PROPUNERI

Privind dezvoltarea se are în vedere un set de măsuri care urmăresc valorificarea punctelor forte și estomparea punctelor slabe, caracteristice stațiunii. Aceste măsuri vizează, în principal, următoarele aspecte:

dezvoltarea turismului științific, itinerant;

interes pentru includerea în circuitele turistice interne și internaționale a stațiunii „*Baile Olanesti*”;

dezvoltarea agroturismului, a turismului balnear și a turismului de cercetare științifică care să ofere posibilitatea creșterii gradului de ocupare;

atragera de noi turiști în zona studiată atât pentru forma de turism social, cât și pentru forma de turism științific, biologic;

diversificarea paletei de produse turistice;

îmbunătățirea capacității de cazare ce poate genera efecte economice favorabile unor noi investiții;

diversificarea ofertei de servicii de agrement, programe de timp liber pentru atragerea turiștilor de toate vârstele în stațiunea „Baile Olanesti”

Rezumat

I.1. Delimitări ale managementului și marketingului bunurilor sportive

Delimitarea conceptelor specifice managementului științific, viziunea strategică de organizare a activității, comunicarea pe orizontală și verticală, fundamentarea deciziilor prin analize și corelații obținute atât din micromediu și macromediul de marketing cât și din mediul intern de marketing oferă bazele și reperele unui act de conducere responsabil și științific.

I.1.1. Managementul științific în organizațiile sportive

Realitatea dinamică și cameleonică a mediul de afaceri din România post-decembristă au creat un cadru specific ce impune o analiză atentă și pertinentă.

Preocupările teoretice ale profesorilor din universități și experiența practică a antrenorilor și instructorilor angrenați în activitatea directă cu clienții au contribuit la configurarea unui domeniu propriu de cercetare și activitate specifică, caracterizat printr-un înalt grad de profesionalism. Nu putem spune același lucru despre statutul actual al preocupărilor teoretice și practico-metodologice ale managementului activităților sportive.

I.1.2. Orientări actuale în managementul organizațiilor sportive

Este firesc ca practica managerială a unui centru de fitness și loisir să prezinte particularități impuse de tipul și specificul domeniului de activitate.

I.1.3. Perspective actuale ale produselor sportive

Perspectiva contemporană de abordare a conceptului de produs s-a schimbat complet iar produsele sportive sunt chiar avangarda acestui trend. În prezent vorbim de două noțiuni deja îmbrățișate de comunitatea academică dar mai ales de practicieni: produsul complet și metaprodusul.

I.1.4. Sistematizarea categoriilor de produse sportive

Pentru a realiza o sistematizare a categoriilor de produse sportive, trebuie să radiografiem succint piața sportului.

Piața sportului include o arie extrem de largă de sectoare, domenii și sub-domenii de activitate. Profilul lor este specific activității sportive sau se află în relații de conexiune sau asociere.

Componentele majore ale pieței sportului pot fi grupate la ora actuală pe trei zone distincte: sportul profesionist; sportul sau activitățile fizice pentru amatori și activitățile comerciale asociate sportului.

I.2. Mediul intern al organizației sportive

Mediul intern se află în strânsă legătură, chiar interdependență, cu mediul extern. Astfel, o serie de trăsături ale mediului extern se regăsesc și în mediul intern. Acest mediu este constituit din elemente care exprimă fizic resursele de care dispune întreprinderea: *materiale, financiare și umane*. Combinația acestor elemente este diferită de la o organizație la alta, ceea ce conferă unicitatea comportamentului de piață al fiecărei organizații dar și dinamica internă.

I.2.2. Potențialul intern al firmei

Cele trei categorii de resurse ale firmei și componentele aferente , delimitează, în final, capacitatea internă a unei organizații sportive. Astfel, reursele organizaționale impun următoarea structură:

- capacitate tehnică (potențial de producție);
- capacitate comercială (potențial de piață);
- capacitate financiară (management financiar);
- capacitate organizatorică .

I.2.3. Adaptarea produselor la cerințele dinamice ale pieței

Una din condițiile succesului pe piață este dat de adaptarea produselor sportive la cerințele punctuale și actuale ale pieții de profil. Acest lucru implică o abordare strategică a eforturilor organizaționale de marketing intern și de management al eforturilor în piață.

Inițiativa elaborării unei astfel de lucrări a plecat de la dorința de a aprofunda teoria de marketing cu privire la strategia de produs și de a încerca o adaptare a acestor informații la specificul pieței sportului. Prin colaborarea cu conducătorul științific, studiind sursele bibliografice accesibile dar și prin discuții cu practicieni ai domeniului am reușit să sistematizez într-o manieră modestă problematica potențialului intern al unei organizații în efortul de marketing și publicitate a produselor sportive.

Lucrarea propune o analiză a efortului organizațional și mai ales al potențialului intern de promovare a portofoliului de produse sportive. Finalitatea efortului depus se traduce prin identificarea componentelor interne și ordonarea lor după nivelul de importanță atribuit de clienții organizației.