

ECOTURISMUL – MODEL DE VALORIFICARE DURABILĂ A RESURSELOR TURISTICE

*Asistent univ. drd. Carmen BOGHEAN, Asistent univ. drd. Florin BOGHEAN
Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava, România*

Abstract

All the countries recognized the social and economic importance of ecotourism, by declaring the year 2004 as the International Year of Ecotourism. At the same time, the UN general Assembly wished to draw the attention of governments and the international community in general about the potential of this tourism segment to generate impacts, both positive and negative, on the natural environment, the conservation of biodiversity, and social and cultural fabrics of host communities. Therefore, governments, the private sector, the communities and the tourists are invited to exert greater efforts in order for ecotourism to become a mayor contributor to sustainable development, instead of posing a new barrier to sustainability.

Key words: biodiversity, ecotourism, sustainability.

JEL classification: L83, Q01, Q56.

În ultimele decenii ale secolului XX, se manifestă tendința dezvoltării industriei turismului, prin întoarcerea sa către natură și valori culturale autentice, mai ales în țările puternic industrializate. La baza acestei forme de turism stă acțiunea de a petrece o vacanță sau un concediu într-un mediu natural și antropocentric original, care se bucură de prezența unor obiective deosebite.

La finele acestui secolului, ecoturismul este un domeniu care începe să se manifeste tot mai mult ca o nouă știință menită să arate noile coordonate de dezvoltare a industriei turistice la nivel global. La începuturile sale a fost aplicat numai pentru turismul practicat în zonele naturale protejate, apoi aria sa de acțiune s-a extins și asupra celorlalte forme majore de turism existente.

Ecoturismul este o formă de turism în care principala motivație a turistului este observarea și aprecierea naturii și a tradițiilor locale legate de natura și care trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- conservarea și protejarea naturii;
- folosirea resurselor umane locale;
- caracter educativ, respect pentru natura - conștientizarea turiștilor și a comunităților locale;
- impactul negativ minim asupra mediului natural și socio-cultural.

Ecoturismul este de fapt un turism fondat pe natură și cultură tradițională care presupune o

cunoaștere și o interpretare a mediului natural și antropocentric ce se dorește să fie gestionat într-o măsură ecologică și durabilă.

Organizația Mondială a Turismului a decis să se folosească conceptul de "ecoturism" pentru a reflecta "toate formele de turism în care motivația principală a turistului o reprezintă observarea și aprecierea naturii, care contribuie la conservarea ei, și care generează impacturi minime asupra mediului înconjurător și a tradițiilor culturale."

Odată cu declararea anului 2004 ca An al Ecoturismului, WTO (OMT) a definit următoarele obiective pentru acest An:

- Să genereze o conștientizare mai mare printre autoritățile publice, sectorul privat, societatea civilă și consumatorii cu privire la capacitatea Ecoturismului de :

- intensificare a conservării patrimoniului natural și cultural

- îmbunătățire a standardelor comunităților locale de a trăi în zonele rurale și în împrejurimile zonelor protejate;

- încurajarea unui studiu mai aprofundat, și respect pentru natură,

- Promovarea susținerii dezvoltării Ecoturismului, ca fiind o condiție esențială în generarea beneficiilor pozitive care se așteaptă ca urmare a acestei promovări

- Răspândirea de metode și tehnici pentru planificarea, managementul, reglarea și monitorizarea Ecoturismului pentru a-i garanta susținerea pe termen lung.

- Promovarea de schimburi de experiențe reușite în domeniul ecoturismului

- Creșterea oportunităților pentru un marketing și o promovare eficientă a destinațiilor și produselor din ecoturism în piețele internaționale.

- Promovarea standardelor de calitate minimală, la fel de demne de încredere și comparabilă atestare a sistemelor pentru furnizorii Ecoturismului

Anul ecoturismului devine o bornă în dezvoltarea unei industrii ecoturistice autentice. Concepte ca și educația mediului, conservarea naturii, supravegherea atentă a biodiversității, renașterea tradițiilor autohtone, revalidarea culturilor indigene, solidaritatea și transparența în tranzațiile comerciale dintre furnizori și cumpărători, și dezvoltarea substanțială la nivel local devin practicile obișnuite în alte ramuri ale economiei unei țări. Anul servește mai mult la inițierea unui proces față de aceste obiective, decât să devină un final în sine. Acest lucru cere crearea unor structuri de coordonare permanentă la

nivel local, astfel încât toți acționarii locali să fie implicați în proces și să mențină dinamica creată de acest An.

Ar fi important ca Anul Internațional să servească de asemenea la obținerea unei convergențe majore în interpretarea acestui termen, și în și mai riguroasa sa aplicație comercială.

O strategie pe acest tip de turism, care protejează resursele turistice a fost publicată de către Secretariatul Național de Turism din Mexic, în colaborare cu Alianța Mondială pentru natură, adoptată ulterior și de O.M.T.

Aceasta include idei esențiale menite să pună în echilibru natura și turismul, și anume:

- zonele unde se practică ecoturismul trebuie să fie considerate de interes continental sau mondial și să facă parte din patrimoniul turistic al planetei.

- prin ecoturism, se încearcă minimalizarea efectelor negative asupra mediului local și natural, ca și asupra populației locale.

- ecoturismul trebuie să contribuie la gestionarea spațiilor protejate și să îmbunătățească relațiile dintre comunitățile locale și persoanele abilitate să gestioneze aceste spații protejate.

- această formă de turism trebuie să furnizeze avantaje economice și sociale locuitorilor zonelor turistice și să asigure participarea lor în luarea deciziilor în ceea ce privește genul și volumul activităților turistice.

- noul turism poate să favorizeze o interacțiune autentică între populația de primire și turiști, și un interes real pentru o dezvoltare durabilă și protecția zonelor naturale.

- prin ecoturism se încearcă lărgirea spectrului de activități economice tradiționale (agricultură, creșterea animalelor, pescuit) fără a le marginaliza sau înlocui, pentru ca economia locală să nu fie subordonată schimbărilor și influențelor interne și externe.

- activitățile turistice desfășurate sub emblema ecoturismului trebuie să ofere oportunități specifice în așa fel încât populațiile locale și angajații din industria turistică să fie în măsură să utilizeze spațiile naturale într-o manieră durabilă și să aprecieze obiectivele naturale și culturale valoroase, care sunt puncte de maximă atracție pentru turiști.

"Ecoturismul" s-a născut la mijlocul anilor 1980, ca urmare a creșterii cererii turismului axat pe natura sălbatică, în locurile cele mai restrânse și fragile ale planetei.

Turismul se evidențiază prin caracteristicile proprii și prin cele propagate în toate țările ca o activitate care înregistrează un grad mai ridicat de eficiență economică, în comparație cu celelalte sectoare ale unei economii naționale. În ultimele decenii, activitățile turistice au avut un mers ascendent, iar formele de turism s-au multiplicat,

fapt ce a permis o mai bună valorificare a resurselor turistice.

Între turism și mediul înconjurător există o relație complexă, legăturile dintre ele manifestându-se în ambele direcții. Pe de o parte acestea reprezintă resursele de bază ale turismului, iar pe de altă parte activitatea turistică are influență asupra mediului ecologic, modificându-i elementele componente.

Practicarea ecoturismului impune protejarea zonelor sau resurselor turistice, ce sunt destinate studierii, admirației, recreării și refacerii fizice și psihice și nu distrugerii. În sensul real al ecoturismului, se regăsesc modernizarea infrastructurii, dezvoltarea rural-urbană durabilă, utilizarea de forme de energie neconvențională și de tehnologii nepoluante.

În accepțiunea unui număr tot mai mare de specialiști, teoreticieni sau practicieni ai domeniului, principiile ecoturismului sunt:

- a) exploatarea rațională, astfel industria (de orice natură și o dată în plus cea turistică) nu trebuie să degradeze resursele, ci să fie dezvoltată de o asemenea manieră încât să protejeze mediul;

- b) șanse egale de dezvoltare, unde activitățile economice se cuvin să asigure beneficii pe termene lungi pentru resurse, comunitățile locale și industriale;

În domeniul ecoturismului un loc aparte îl ocupă conceptul de marketing. Importanța marketingului adecvat este în mare măsură recunoscută în tot sectorul turismului, încât astăzi piața turismului a devenit segmentată din ce în ce mai mult, și metodele de comunicare pentru a ajunge la consumatori s-au multiplicat și diversificat. Marketingul este întradevăr o componentă de bază în planificarea destinațiilor turistice și în procesul de schițare a produsului.

În ecoturism, dacă nu suntem foarte lămurii cu privire la oportunitățile noastre pe piață, la tipul de turiști pe care vrem să-i atragem în destinațiile noastre și cerințele lor, atunci devine greu de planificat și de schițat atracțiile turistice, metodele noastre de acomodare și alte facilități pe care vrem să le oferim clienților noștri. Similar, dacă nu avem cele mai bune și eficiente metode de promovare, este foarte probabil să risipim mult mai multe resurse decât am avea nevoie pentru a ajunge la consumatori, și ca și rezultat am avea produsul mai scump și în cele din urmă mai puțin viabil comercial.

- Studiile făcute și experiența eco-destinațiilor mai mult dezvoltate ne-au arătat că cei interesați de o adevărată experiență în ecoturism cer în general mai multe decât media turiștilor clasici

Furnizorii de servicii și produse de ecoturism ar trebui să fie mai atenți în selectarea canalelor de marketing și a metodelor de promovare. În primul rând, trebuie să-și stabilească foarte atent ținta segmentului din piață pentru a putea atrage numai tipul de vizitatori care vor împărți aceleași interese,

care vor avea același respect pentru mediul înconjurător și culturile locale, astfel făcând experiența și mai interesantă pentru toți.

În al doilea rând, trebuie să folosească toate informațiile disponibile pentru a înțelege țintele din piață și evoluția lor constantă și schimbările.

Marketingul și promovarea produselor și destinațiilor ecoturistice, incluzând proiectele colective sunt foarte importante. Marketingul în care sunt mai mulți participanți prin destinații învecinate, îi fac pe turiștii și operatorii de turism mai conștienți de gama largă de atracții existente într-o zonă. Acest lucru poate ajuta la mărirea vandabilității fiecărei destinații în parte, la reducerea costurilor de marketing, și să crească perioada de ședere în beneficiul comunității și al industriei. Acest lucru va intensifica șansa de a aduna la un loc grupuri colective de furnizori în ecoturism pentru a împărți costurile marketingului și să furnizeze itinerarii de diferite mărimi incluzând un număr de proiecte colective.

Ecoturismul fiind un produs relativ nou care generează speranțe mari printre consumatori, trebuie să se acorde atenție la produsele noi din ecoturism care vin pe piață. Improvizația, lipsa de profesionalism, abuzul de natură sau de culturile locale, și situarea sub așteptările turiștilor, constituie drumul sigur spre eșec, iar eșecul poate duce la o decădere de imagine care poate dura mulți ani până la revenire. Este important să se comporte profesional în ceea ce se oferă și să se ofere produse care să satisfacă segmentul de piață identificat.

Noua tehnologie, în special Internetul, are fără îndoială un potențial vast fiind ca o unealtă pentru marketing și promovarea ecoturismului. Pe lângă capacitatea sa de difuzare impresionantă de informații, Internetul facilitează de asemenea tranzacțiile directe dintre furnizori și consumatori, acest lucru fiind relevant în special pentru furnizorii mici.

Organizațiile de conservare și alte organizații neguvernamentale pot juca un rol major în promovarea directă sau indirectă prin educația mediului adresată consumatorilor, acele produse și destinații în care dezvoltarea ecoturismului este realizată printr-o manieră substanțială.

Relația turism-mediu este una irevocabil nedestructibilă iar practicarea ecoturismului poate asigura valorificarea și utilizarea adecvată a resurselor turistice. În aceste condiții, dezvoltarea unei zone turistice se realizează concomitent cu păstrarea integrității ecologice a acesteia.

Cercuri de interes (U.I.C.N., W.N.F. și P.N.AJB.E.) au definit conceptul de "turism durabil" drept "dezvoltarea tuturor formelor de turism, managementul și marketingul turistic care să respecte integritatea naturală, socială și economică a mediului, cu asigurarea exploatării resurselor naturale și culturale și pentru generațiile viitoare". Au fost stabilite componentele unei strategii de realizare a turismului durabil, cerințele acestei activități fiind:

- respect și grijă față de mediul de viață al

comunităților umane;

- creșterea nivelului de viață al habitatelor umane;
- reducerea exploatării resurselor epuizabile și păstrarea capacității de susținere a planetei;
- conservarea ecosistemului Terrei, a biodiversității umane;
- schimbarea atitudinii individuale în favoarea dezvoltării durabile;
- crearea posibilităților comunităților de a-și păstra propriul mediu ambiant.

Ecoturismul reprezintă de fapt cea mai valoroasă formă de manifestare a turismului durabil. Dezvoltarea durabilă trebuie să țină cont de modul de sosire și de interesele dintre gazde și vizitatori, dintr-o anumită regiune.

Astăzi, relația dintre ecoturism și turism durabil, ca urmare a faptului că problemele de protecție a mediului înconjurător au o cu totul altă prioritate, poate fi prezentată schematic astfel: **Turism convențional – Turism durabil – Ecoturism.**

Dintre toate continentele, Europa este continentul cel mai vizat, deoarece prezintă câteva contradicții majore:

- spații rurale puternic antropizate;
- arii protejate suprasolicitate;
- slabă diversitate biologică;
- litoraluri urbanizate;
- puternice concentrări umane în așezările urbane;
- poluarea și degradarea siturilor naturale.

Este evident că în Europa nu se dorește realizarea unui turism pentru naturaliștii de excepție, ci doar exceptarea unor practici de ocrotire a mediului înconjurător.

Odată stabilită importanța ecoturismului ca suport al dezvoltării durabile a turismului la nivelul organismelor mondiale, acesta a început să fie acceptat în tot mai multe țări. În urma Conferinței Mondiale asupra Mediului și Dezvoltării de la Rio de Janeiro din 1992, Organizația Mondială a Turismului a realizat un program de adaptare a Agendei 21 la necesitatea de dezvoltare durabilă a turismului.

Sprijinirea și promovarea turismului ecologic în toate zonele turistice nu se vor putea realiza decât prin adoptarea și aplicarea următoarelor cerințe esențiale:

- realizarea unui inventar detaliat al resurselor actuale și al potențialelor resurse și evaluarea stării lor și a modului de valorificare;
- identificarea produselor turistice care pot fi realizate și a piețelor, în corelație cu tendințele de viitor, pentru selectarea unor produse;
- elaborarea unor planuri, de realizare a produselor turistice, cu personalizarea schemelor cadru de dezvoltare pentru fiecare produs turistic;
- punerea în aplicare a planurilor de dezvoltare aprobate și urmărirea atentă a fazelor de realizare;

- atragerea și organizarea unor acțiuni comune cu toți factorii care pot participa la realizarea și dezvoltarea produselor turistice selectate;

- realizarea structurilor legale care să asigure un suport instituțional și financiar corespunzător pentru susținerea planurilor de valorificare și dezvoltare, și a menținerii parteneriatului între toți factorii interesați;

- colectarea de date asupra efectelor post-proiect ale planurilor de dezvoltare și revizuirea lor în funcție de disfuncționalitățile constatate.

La nivel mondial, diversificarea formelor de turism, a condus la includerea în patrimoniului turistic al multor țări a zonelor naturale protejate, ca potențiale resurse turistice insuficient valorificate.

Ecoturismul este mai întâi de toate, o acțiune de dezvoltare sub forma unui parteneriat între tour - operatori, agenții de turism, comunitățile locale, gestionari de zone naturale protejate, asociații de mediu și colective de specialiști în domeniu.

Dezvoltarea ecologică a turismului în zonele naturale protejate vizează în principal patru planuri:

1. Economic, prin creșterea gradului de valorificare a resurselor, îndeosebi a celor puțin cunoscute pentru reducerea presiunii asupra celor mai intens exploatare.

2. Ecologic - prin asigurarea utilizării raționale, a tuturor resurselor, cu reducerea și eliminarea deșeurilor și reziduurilor menajere, reciclarea conservării și protecția mediului.

3. Social - prin sporirea numărului de locuri de muncă, menținerea unor meserii tradiționale sau calificare în domeniul turismului.

4. Cultural prin valorificarea elementelor de civilizație, artă, cultură, deosebite și originale, care sunt expresia unei anume identități culturale și poate dezvolta prin turism spiritul de toleranță. Orice gestionare și amenajare trebuie să aibă în vedere câteva elemente importante :

- zonele naturale protejate trebuie să constituie o bază științifică pentru cercetarea științelor naturii;

- zonele naturale protejate pot contribui la dezvoltarea socio-economică cu ridicarea standardului de viață în plan local și regional;

- toate zonele naturale protejate trebuie să-și păstreze funcția educativă, mai ales formarea unei atitudini pro ecologice prin forme de instruire pentru tineret și adulți;

- zonele naturale protejate pot asigura dezvoltarea unor relații internaționale pe linia cooperării științifice și informaționale și prin integrarea lor pe anumite piețe turistice și de cercetare.

În țara noastră, în momentul de față, există un număr de aproximativ 854 de zone naturale protejate cu diverse suprafețe, cu structuri tipologice diferite, geologice, botanice, mixte și complexe, forestiere, etc. Prin acesta rezultă că în ultimii ani s-a acordat o mare atenție zonelor naturale protejate ca spații esențiale pentru protecția și conservarea mediului și

pentru menținerea biodiversității și a genofondului național.

Evoluția societății umane, uneori necontrolată și nehibzuită, impusă de necesitatea dezvoltării economice și sociale a determinat în multe puncte ale planetei o degradare accentuată a mediului ambiant.

Mediul înconjurător reprezintă un ansamblu de factori naturali și sociologici, susceptibili de a acționa asupra organismelor vii și implicit asupra omului și a activităților sale.

Pentru practicarea unui turism "verde" este nevoie să se implice mai mulți factori decizionali, în primul rând statul, prin politica sa de dezvoltare economică, prin elaborarea unor planuri de dezvoltare durabilă cu asigurarea unor servicii de calitate pentru a se reduce exploatarea excesivă și inadecvată a patrimoniului natural și cultural.

Statul este în măsură ca prin pârgii de ordin economic, prin reglementări juridice, legislative, financiar-bancare, să impulsioneze preocuparea pentru protecția mediului înconjurător, să crească responsabilitatea agenților turistici față de componentele cadrului natural pe care le exploatează în folosul său.

Pentru a se obține rezultate cât mai bune în practicarea și dezvoltarea unui turism ecologic este nevoie de o mai mare colaborare între diferite departamente (agricultură, silvicultură, amenajarea teritoriului). în plan local orașele vecine sau comunele apropiate își pot conjuga eforturile și investițiile pentru a permite dezvoltarea unei zone turistice, pentru balizarea zonelor de protecție a naturii, a punctelor de interes istoric și cultural.

Practicarea turismului verde presupune o modernizare a infrastructurii a dezvoltării rural-urbane durabile, utilizarea de forme de energie, neconvențională, tehnici mai puțin poluante. În același timp, este nevoie de un marketing eficient, de o bună cunoaștere a locurilor cu destinație turistică, o dezvoltare macroeconomică eficientă care să evite supraexploatarea unor zone, cu evitarea investițiilor și a poluării active.

Un rol deosebit îl are și exprimarea opiniei populațiilor locale, față de dezvoltarea zonelor turistice și participarea acestora la aceste programe de dezvoltare economică.

Practicarea unui turism va favoriza mai eficient resursele diferitelor zone și regiuni de pe glob, a disponibilităților de forță de muncă, la atenuarea dezechilibrelor interregionale, mijloc complex de diversificare a economiilor naționale.

O necesitate a implementării dezvoltării durabile impune în prezent punerea accentului pe sporirea cunoștințelor în ansamblu asupra conceptului de producție curată, precum și răspândirea lor în întreaga lume.

Sporirea ecoeficienței este materializarea unui demers global de calitate. Astfel din managementul global al produsului și analiza sa

funcțională trebuie să facă parte atât o monitorizare și un control care să determine contracararea efectelor perturbatoare echilibrului ecologic, cât și o strategie preventivă și protectivă.

Principiul ecoeficienței reprezintă "o rată performantă de ghidare a întreprinzătorului în rolul său din societate, măsoară simultan efortul de minimizare a sarcinii ecologice pe care întreprinderea își permite să o producă iar salariații săi își permit să o plătească".

Neconservarea destinațiilor turistice conduce la ruina lor și în mod implicit la dispariția destinațiilor, atracțiilor, diminuarea până la dispariție a fluxurilor turistice, respectiv a turiștilor. Depășind momentul imediat, perspectiva conturează produse turistice nu neapărat noi dar sigur mai curate și mai corecte. Chiar dacă unele priveliști sunt alarmante, reușind a speria pe unii dintre noi, simptomele nu sunt ale sfârșitului ci a unui nou început, un început marcat de răspundere, educație, responsabilitate față de gazde și oaspeți față de tot ce aparține planetei și generațiilor ce vor urma.

BIBLIOGRAFIE:

1. Bran F., , Marin D., Simon T., (2001), - *Economia turismului și mediul înconjurător*, Editura Economică, București;
2. Bran F., , Nistoreanu P., Simon T., (2000), - *Ecoturismul*, Editura Economică, București;
3. Cristureanu, C., (2002) - *Economia și politica turismului internațional*, Casa Editorială pentru Turism și Cultură "Abeona", București;
4. Glăvan V., (2000),- *Turismul în România*, Editura Economică, București;
5. Neacșu N., (2000) - *Turismul și dezvoltarea durabilă*, Editura Expert, București;
6. Sinclair Thea, Stabler M., (2003) - *The Economics of Tourism*, London, Routhledge
7. Yunis Eugenio, (2003) *Sustainable development of Tourism*, World Tourism Organization, Madrid;
8. *** Tribuna Economică nr. 44/1999, nr. 6/1999.
9. www.world-tourism.org