

PRIORITĂȚI ALE TURISMULUI RURAL ROMÂNESC

Preparator univ. **Iulian CONDRATOV**,
Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava, România

Abstract

Our country has a great potential in developing its rural tourism sector, putting it into practice being an actual necessity. The income obtained from this activity- as a consequence of engaging peasants in practicing tourism by renting their homes and by commercializing ecological products or by involving tourists in domestic or agricultural activities- can bring a substantial contribution in raising the standard of living, civilization, in keeping youngsters close to their origins.

Key words: ecological products, priority, rural tourism.

JEL classification: L83, Q01, Q56.

Turistul modern vrea și altceva decât să intre într-un hotel și apoi prin muzee și magazine. Vrea distracție, dar într-un mod gestionabil. Sau liniște, ceva diferit de viața pe care o are în mod obișnuit în oraș și un preț mai scăzut, o cazare mai apropiată de obiectivele turistice, o relație personalizată cu oamenii locului. Turismul rural este cel care te poate face cel mai bine să te apropii de spiritul unui loc, este cel care a păstrat cel mai bine personalitatea turistică a unei țări. La noi este și o șansă de dezvoltare a satului, cele care au păstrat cel mai bine specificitatea locurilor

În accepțiunea Organizației Mondiale a Turismului și a multor asociații europene, turismul rural este o formă a turismului care include orice activitate turistică organizată și condusă în spațiul rural de către populația locală, valorificând resursele turistice locale (naturale, cultural-istorice, umane) precum și dotările și structurile turistice, inclusiv pensiunile și fermele agroturistice.

La începuturile sale a fost destinat să aibă un rol social și economic limitat doar la spațiile familiale, dar treptat și-a diversificat oferta, devenind o componentă esențială a politicilor de dezvoltare regională și locală a spațiului rural.

Potrivit acestei definiții, turismul rural este determinat de următoarele aspecte:

- existența localităților rurale
- păstrarea funcționalității rurale
- conservarea unei infrastructuri rurale
- conservarea modului de viață tradițional
- păstrarea identității culturale specifice

Toate aceste elemente esențiale au devenit componentele de bază ale turismului rural, iar cerința fundamentală o constituie păstrarea acestora cât mai

mult posibil, pe baza noilor principii de dezvoltare durabilă a turismului în general.

Conceptul de turism rural a evoluat treptat, înglobând toate activitățile turistice care se desfășoară în mediul rural. Treptat pe măsura diversificării serviciilor turistice practicate la nivelul localităților rurale s-au conturat câteva subforme: turismul rural propriu-zis, agroturismul, turismul verde.

Analizat la nivel global, turismul rural deține o paletă largă de modalități de cazare, alimentație, activități, evenimente culturale, sportive, etc. Dar turismul rural propriu zis, reprezintă maniera cea mai complexă de a valorifica resursele turistice locale, mai ales pensiunile turistice și hotelurile rurale, precum și alte forme specifice de cazare.

1. TURISMUL RURAL SE DEZVOLTĂ MAI RAPID DECÂT TURISMUL INTERNAȚIONAL

Statisticile Organizației Mondiale a Turismului arată că turismul rural se dezvoltă într-un ritm mai rapid decât turismul internațional în ansamblul său. Chiar dacă vrem să-l dezvoltăm ca un specific național acest sector are un potențial foarte important de branding pentru România - deoarece ne putem identifica și individualiza oferta turistică cu această marcă. Turismul rural a fost inventat în statele dezvoltate.

Pionierii în domeniu sunt inventatorii turismului la nivel mondial, englezii, primii care au descoperit și valorizat vacanța la țară încă din secolul XVIII. Oferta engleză de acum înseamnă campinguri, case-tip fermă, mici hoteluri rurale, camere de oaspeți – așa numitele bed & breakfast - și case-tip de țară. Oferta se adresează în special turiștilor interni.

În Germania, oferta de turism rural s-a impus ca o variantă mai accesibilă de turism. Există hoteluri cu gestiune familială, organizate în lanțuri (ex., Land Fair), dar și camere de oaspeți și agroturism. Turismul rural s-a dezvoltat în special în jurul zonelor cu potențial turistic, pentru a suplimenta oferta de cazare din aceste regiuni.

Structura hotelieră austriacă este de tip familial, astfel că 80 % din oferta turistică reprezintă turism rural. Acesta aduce economiei austriece 15% din PIB. Cu această structură, oferta turistică austriacă a conservat foarte bine caracterul tradițional.

Există asociații de turism rural care impun standardele de calitate ale ofertei membrilor săi. De exemplu, nu au voie să ofere mai mult de 10 paturi pe unitate familială, pentru a preveni scăderea standardului de calitate.

Francezii au făcut din turismul rural o oportunitate de dezvoltare a zonelor rurale, foarte afectate după război. Din anii '60 există și federații naționale - de turism verde, federația Gîtes de France (Federația de Cazări), Federația de Locuințe și Hanuri, există chiar și o asociație care promovează turismul la pescuit. În Franța, agroturismul este mai puțin dezvoltat decât în Italia sau Germania, o pondere mai mare având casele de oaspeți independente - gîtes ruraux - situate în apropierea unor ferme sau comunități rurale. Francezii sunt foarte bine organizați, în diferite asociații, iar rețeaua informatică de rezervări cuprinde o ofertă importantă.

În Irlanda, turismul rural se adresează cererii externe. Ca specific este cazarea la fermă, unde oaspetele e antrenat în activitățile zilnice de îngrijire a animalelor. Cazarea e ieftină. Există și o asociație care reunește pe fermierii care oferă acest tip de turism, asociație care se ocupă și de promovare. Toate cazările sunt verificate anual de o organizație guvernamentală.

Italianii au creat prima asociație de agroturism acum 40 de ani, în Toscana. Acum, oferta de cazare a particularilor este foarte bogată și structurată după confederațiile agricole italiene. Fiecare confederație din cele trei, cele mai importante, are propria sa organizație turistică - Turismo Verde, Agroturist sau Terranostra.

2. POTENȚIALUL TURISMULUI RURAL ROMÂNESC

Oferta primară potențială este alcătuită din componente naturale de peisaj și reprezintă potențiale resurse turistice și joacă un rol determinant în dezvoltarea turismului în general și a celui rural în mod special.

Elementele care trebuie puse în valoare în mod special sunt:

- valoarea recreativă, estetică și peisagistică, nu în puține rânduri determinanta în alegerea destinației (munte, deal, câmpie, litoral sau deltă);
- valoarea curativă (balneoclimaterică) a bioclimatului sau a factorilor naturali ai zonei;
- cadrul de derulare al unor momente de destindere sau a unor hobbyuri (oglinzi de apă, masive muntoase, peșteri, torente, resurse cinegetice, strat de zăpadă etc.);
- valoarea cognitivă în cazul componentelor desemnate ca parcuri, grădini botanice sau zoologice, rezervații științifice sau monumente ale naturii etc.

2.1 Potențialul antropoc al așezărilor rurale românești

Potențialul antropoc al unei zone, regiuni, țări este identic cu oferta turistică potențială a respectivului spațiu geografic. Încercând o subdiviziune a potențialului antropoc se constată că el se compune în principal din fondul cultural-istoric al

zonei și din obiectivele economice care prezintă interes turistic.

Considerăm necesar a nominaliza - în prezentarea acestei oferte potențiale secundare, ce formează și perpetuează imaginea spațiului rural românesc - cele mai reprezentative componente cultural-istorice:

- Vestigii arheologice legate de geneza poporului român și continuitatea sa în spațiul carpatodanubiano-pontic
- Monumente istorice de arhitectură și de artă
- Muzeu, colecții, case memoriale
- Mărturii ale culturii și civilizației populare

2.2 Satele turistice

Satele turistice sunt acele vetre ale comunităților rurale care prin specificul și nota lor particulară se pot constitui în produs turistic rural, fiind pregătite în același timp să satisfacă o largă paletă de motivații ale turismului intern și internațional.

Zonele de interes turistic rural pot fi clasificate după diverse criterii, cum ar fi:

A) caracterizarea predominantă a potențialului turistic:

- climaterice și peisagistice (Fundata, Bran, Șirnea, ș.a);
- etnografice-folclorice (Bogdan Vodă, Vaideeni, Lerești, Sibiel etc.);
- de creație artistică și artizanală (Tismana, Marginea, Vama, Marga, ș.a);
- pescărești și de interes vânătoresc (cu precădere cele din zona montană sau deltă);
- viti-pomicole (Recaș, Vânători-Neamț, Rădășeni, Voinești etc.);

B) Din punct de vedere al tipului de turism practicat, acestea pot fi destinații ale turismului:

- de sejur, odihnă și tratament;
- de cunoaștere - cultural, etnografic - folcloric, muzeistic;
- montan;
- sportiv;
- itinerant .

Produsul sau produsele turistice create în mediul rural se adresează atât turismului organizat cât și celui autonom (pe cont propriu), intern și internațional; ele pot fi diversificate și personalizate, astfel încât să corespundă exigentelor turiștilor dornici de revenirea la izvoarele civilizației românești.

3. PRIORITĂȚI ALE TURISMULUI RURAL ROMÂNESC

România are toate premisele pentru a-și dezvolta turismul rural - mulți oameni la țară, potențial natural, poluare redusă, tradiții, situarea la o distanță mică de furnizorii de turiști din Europa. O deficiență majoră este promovarea, o alta, drumurile. Turiștii străini nu au cum să vină dacă se uită mai mult după gropi, decât după frumusețile naturale.

Cele mai dezvoltate zone sunt Rucăr-Bran, Valea Oltului, Maramureș și Bucovina. Dezvoltarea agroturistică s-a dezvoltat fie în zone cu un potențial natural deosebit, fie în jurul unor obiective turistice foarte căutate, pentru a suplimenta oferta de cazare. În expansiune și acum, deoarece necesită investiții mai mici și poate suplimenta veniturile proprietarilor, turismul rural s-a dezvoltat cu precădere în zona montană, unde în România există peste 600.000 de gospodării familiale. Un potențial important îl au și zonele turistice situate în imediata apropiere a marilor orașe, de unde, la sfârșit de săptămână, orașeanul stresat vine să ia o gură de natură.

Deși au fost alocate și anumite fonduri Phare pentru dezvoltarea turismului, și a celui rural, de cele mai multe ori investițiile au însemnat banii proprietarilor, care au investit în turism treptat, prudent, fără credite de la bănci, ceea ce au câștigat din exploatarea unei miniferme.

Configurația geografică a țării noastre oferă condiții ideale atât pentru turismul propriu-zis, în perioada actuală, cât și pentru practicarea sporturilor de iarnă, constituind o reală rezervă ca potențial valorificat încă la scară redusă, cu atât mai importantă cu cât reprezintă o posibilă sursă de venituri valutare, care, bine influențată și gospodărită, poate fi pusă în valoare în termen relativ scurt și cu investiții minime.

Considerăm deci că turismul românesc, în general, trebuie să-și evalueze mult mai riguros șansele de relansare și, în același timp, să redevină una din ramurile prioritare ale economiei românești. Prin aceasta s-ar realiza o serie de efecte pozitive remarcabile, dintre care amintim: crearea de noi locuri de muncă, transferul geografic de resurse, amenajarea și sistematizarea teritoriului, echilibrarea balanței de plăți, integrarea mai rapidă, prin turism, a țării noastre în structurile Uniunii Europene.

Turismul rural are o asociație activă - ANTREC, și un cadru legislativ adecvat. Rămâne încă problema omologării și clasificării pensiunilor turistice, deoarece, ca să nu plătească taxele mari, destui preferă să rămână într-o zonă semilegală, fără să conștientizeze că asta le diminuează dramatic șansele de promovare.

Luând în calcul și faptul că industria turismului are un impact mai mare decât orice altă industrie, considerăm că este necesar a realiza o analiză succintă pentru o bună determinare a priorităților dezvoltării turismului rural în țara noastră. Datele statistice

consemnau din acest punct de vedere existența, la sfârșitul anului 2002¹:

- 953 pensiuni
 - 492 turistice
 - 461 agroturistice

- 10597 locuri
 - 6974 în pensiunile turistice,
 - 3623 în pensiunile agroturistice.

Numărul celor care practică activități de turism rural este totuși mai mare, o bună parte dintre echipamente nefiind omologate, clasificate sau desfășurând activitate în mod nelegal.

Măsuri concrete pentru alinierea la cerințele pieței

În România, confruntată în ultimii ani cu profunde mutații impuse de procesul de tranziție la economia de piață, turismul s-a dovedit sectorul cel mai sensibil la stimulii economico-sociali, fenomen resimțit atât în domeniul cererii cât și în cel al ofertei de produse turistice românești.

Pentru turist, calitatea produsului este deosebit de importantă. Ținând cont de aceasta este cunoscut că introducerea în circuitul turistic a unor structuri/echipamente ce oferă – prin personalul său - servicii de proastă calitate poate compromite, pe termen lung, un produs sau o destinație. Din literatura de specialitate și din practică rezultă că odată compromis un produs turistic, refacerea acestuia necesită eforturi și cheltuieli deosebite pe durata a mai mulți ani.

În concluzie, un turism rural de calitate presupune servicii și prestații de calitate. Se subînțelege că echipamentele turismului rural trebuie să dispună de o dotare sanitară modernă; de condiții de confort atât pentru găzduire (primire), cât și pentru alimentația publică; de căi de acces și comunicație civilizate. Considerăm că nu în ultimul rând, trebuie acordată o deosebită importanță promovării produsului turistic rural care necesită: publicarea unor buletine informative; înființarea unui ziar (revistă) de profil; editarea anuală a unui catalog la standardele europene; elaborarea unor programe de media; realizarea unui oficiu de informare și difuzare.

În altă ordine de idei, se impune:

- formarea - în cadrul asociațiilor profesionale - unui corp de experți capabili a acorda asistență tehnică;
- organizarea unor cursuri de marketing, amenajare și compartimentare a spațiilor de primire, pregătire și servire a mesei (catering și reguli de servire a mesei), clasificare, omologare, standarde de calitate;
- desfășurarea unor acțiuni de instruire în igienă și ecologie;
- realizarea unui sistem informațional competitiv (evidență operativă, sistem de rezervări);

- comunicarea cu clienții

Atragerea și selecționarea experților - din rândul specialiștilor în domeniul turismului, învățământului superior și mediu (economic, agricol, etc.), administrației și a altor domenii - revine organizațiilor neguvernamentale (asociații, federații etc.) interesate de dezvoltarea turismului rural, care vor trebui să solicite:

- sprijin intern: Ministerul Muncii și Protecției Sociale, Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Tineretului ș.a.

- sprijin extern: Comunitatea Europeană, organisme specializate.

În cadrul acestei politici de dezvoltare pe termen lung este necesar a nu fi omise următoarele aspecte:

- stabilirea unor obiective precise și judicios eșalonate în timp;

- ameliorarea infrastructurii generale de care depinde revitalizarea întregii economii rurale (drumuri, rețea de apă, canalizare, telecomunicații, energie electrică);

- amenajarea unor ferme, pensiuni, gospodării turistice model/pilot, ca dotare și organizare a activității, dar cu respectarea arhitecturii și tradițiilor locale, evitându-se kitchul, tipizarea sau transferul construcțiilor urbane în mediul rural;

- identificarea, inventarierea și valorificarea resurselor turistice și limitrofe; dezvoltarea și modernizarea celor introduse în circuitul turistic cu accent special pe divertisment, animație, agrement și practicarea sportului;

- realizarea sistemului de rezervări național (ori includerea echipamentelor în unul dintre sistemele de rezervări viabile), în prima fază și racordarea la sistemul internațional de rezervări al turismului mondial - prioritar cel rural.

- Organizarea dispeceratelor de cazare și a birourilor de informare - ghidare; amplasarea în satele turistice și pe drumurile ce fac legătura cu acestea (europene, naționale și locale) a panourilor - harta cu poziționarea reperelor turismului rural românesc.

- Întocmirea unei evidențe a principalelor evenimente din viața satului (culturale, religioase, tradiții, târguri, iarmaroace etc.), a comemorărilor, a artizanilor și rapsozilor locali, în vederea prezentării

unor programe turistice autentice și de certă valoare (personalizate zonei).

Luând în considerare tendințele înregistrate în evoluția turismului în general, și a turismului rural în particular, pe plan mondial - pe de o parte, cât și evoluția societății românești - cu precădere stadiul reformei economiei în turism - pe de altă parte, se pot desprinde câteva observații:

- turismul rural a demarat în România în bune condițiuni, cu rezultate ce pot fi considerate meritorii (de exemplu: omologarea, clasificarea, brevetarea echipamentelor; atestarea gazdelor; tendințe pentru organizarea la nivel național și racordarea la turismul internațional);

- disfuncționalitățile, deficiențele și lacunele turismului național s-au răsfrânt și asupra turismului rural (de exemplu: imperfecțiunile legislative; lipsa structurilor instituționale care să faciliteze desfășurarea procesului de reformă; pregătirea psihică și informațională a personalului; slaba receptivitate a sectoarelor conexe).

Realizarea modernizării structurilor tradiționale sau construirea de noi echipamente va impune acceptarea ideii identificării unor investitori, români sau străini, care dispun de resursele necesare întreținerii și modernizării echipamentelor și care pot, în același timp, să asigure o creștere a gradului de utilizare a capacităților turistice (cazare, alimentație publică, agrement etc.).

BIBLIOGRAFIE:

1. Budurcă Delia, *Turismul rural, un brand pentru România*, www.adevarulonline.ro/economic/eco690-24.pdf
2. Bran Florina, Marin Dinu, Simon Tamara, (1997) - *Turismul rural : Modelul european*, Editura Economica, București
3. Nistoreanu Puiu, (1999) -, *Turismul rural - o afacere mica cu perspective mari*, Editura Didactica si Pedagogica, București
4. http://www.ince.ro/strategia_sect3.htm
5. www.ecoroute.org/brochures/ecoroute_romanian.pdf

¹ Anuarul statistic al României - 2003