

# DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE ROMANIAN SPA TOURISM

*Conf. Univ.dr.Anca Gabriela Turtureanu,  
Universitatea Danubius Galați*

*Development of tourism in Romania must be both an aim and a means to obtain general social-economic development taking into consideration the circumstances of the national policy of development and integration within the European structure. The development of the Romanian spa tourism is triggered by Romania's macroeconomic development, by better regulation of problems which this form of tourism faces as well as by the involvement of Romania's Government in supporting Romanian spa tourism.*

## **Direcții de dezvoltare a turismului balnear românesc**

Dezvoltarea turismului în România trebuie să fie un obiectiv și un mijloc al dezvoltării economico-sociale de ansamblu, în contextul politicii naționale de dezvoltare și de integrare în structurile europene<sup>1</sup>.

În ansamblu, România are un potențial bun fiind o importantă țară de destinație turistică în viitor. Acest lucru se va realiza în condițiile în care se vor aduce îmbunătățiri substanțiale asupra produsului turistic și nivelului serviciilor. Diversitatea ofertei turistice din stațiunile balneare este considerată ca fiind unul dintre punctele forte ale României turistice. Oferta balneoturistică românească are o concurență mare pe piața balneoclimatică europeană, fiind rigidă, neperformantă și neadaptată la cerințele moderne ale pieții turistice<sup>2</sup>. Oferta europeană de profil s-a orientat spre curele de susținere a sănătății, venind în întâmpinarea clienților cu amenajări moderne de lux, ca piscine de agrement, jacuzzi-jet pool, saună, săli de gimnastică, instalații de siguranță în exploatarea acestor dotări, terenuri de sport, programe speciale, facilități turistice etc. Unul din obiectivele de revitalizare a turismului balnear este acela a conștientizării la nivelul piețelor internaționale că România este o destinație balneoturistică de prestigiu în Europa.

Direcțiile de dezvoltare a turismului balnear românesc sunt determinate de dezvoltarea macroeconomică a României, de mai buna reglementare, din punct de vedere legislativ, a problemelor acestei forme de turism și de implicarea Guvernului României în susținerea turismului și turismului balnear românesc.

Planul de acțiune al Programului de guvernare pe perioada 2001 – 2004, aprobat prin H.G.R. 495/2000, cuprinde obiective precise<sup>3</sup>, termene scurte și modalitățile concrete de punere în aplicare în domeniul turismului, guvernul considerând turismul domeniul prioritar al economiei naționale.

Astfel, unul din obiective – accelerarea procesului de privatizare, a fost favorizat de hotărârea de guvern prin care Ministerul Turismului prelua competențele privind efectuarea privatizării, în defavoarea fostului Fond al Proprietății de Stat, cu intenția declarată de a debirocratiza și simplifica procedurile de privatizare în turism. Un alt obiectiv, încă valabil, este efectuarea integrală a procesului de privatizare.

Privatizarea s-a desfășurat într-un ritm susținut și prin finalizarea ei, „forța schimbării” cum am denumi proprietatea privată, va putea acționa, va crește calitatea și competitivitatea ofertei de turism și turism balnear și se va înregistra, din nou, un trend pozitiv în evoluția indicatorilor ce caracterizează această activitate.

Tabelul următor prezintă capacitatea și activitatea de cazare turistică, pe forme de proprietate, relevă poziția dominantă a proprietății majoritar private, care a atins în jur de 80 % la structuri de primire și capacitate în funcțiune și aproape 75 % la capacitate existentă.

Marea majoritate a structurilor intrate în proprietate privată au intrat deja în planuri mai mari sau mai mici de modernizare, ceea ce reflectă interesul investitorilor de a schimba imaginea structurilor de cazare, alimentație, tratament sau agrement ai căror proprietari au devenit.

<sup>1</sup> Stănciulescu G., *Managementul operațiunilor de turism*, Editura All Beck, București, 2002

<sup>2</sup> Cosmescu Ion, *Turismul-Fenomen complex contemporan*, Editura Economică, București, 1998

<sup>3</sup> H.G.R. nr.495/2000, *Programul de guvernare pe perioada 2001 – 2004*, Monitorul Oficial nr.291 din 2000

În măsura în care vor realiza o nouă ofertă și o mai bună calitate a serviciilor vor înregistra rezultate pe măsura efortului investițional.

Un rol important în dezvoltarea turismului balnear românesc îl are politica socială a guvernului, care, pentru a veni în sprijinul pensionarilor, suportă anual de la buget, în limita unor cheltuieli efectuate prin sistemul de asigurări sociale în jur de 70% din valoarea biletului de tratament, facilitând accesul persoanelor de vârstă a III-a în stațiunile cu factori de cură, asigurând astfel și o bună utilizare a ofertei balneoturistice.

**Tabelul nr. 1**

**Capacitatea și activitatea de cazare turistică, pe forme de proprietate**

	U.M.	Total		Forme de proprietate			
				Majoritar de stat		Majoritar privată	
				%		%	
<b>Structuri de primire tur.</b>	nr.	3.900	100	730	18,7	3170	81,3
<b>Capacitate existentă</b>	locuri	275.941	100	71.104	25,7	204.937	74,3
<b>Capacitatea în funcțiune</b>	mii loc. zile	53.989	100	11.123	20,6	42.866	79,4

**Sursa:** - Institutul Național de Statistică, *Frecvențarea structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare*, martie, 2006.

Alte obiective din programul de guvernare sunt:

- armonizarea la legislația Uniunii Europene;
- reglementarea cuprinzătoare a principiilor de dezvoltare a turismului și strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung;
- dezvoltarea și modernizarea bazei turistice cu două acțiuni care vizează direct turismul balnear:
  - crearea zonelor turistice speciale, ce includ și stațiunile balneo-climaterice;
  - acordarea de facilități fiscale și relansarea potențialului de tratament geriatric al Institutului „Ana Aslan – Otopeni”;
  - promovarea potențialului turistic;
  - dezvoltarea relațiilor cu organizațiile internaționale de turism.

În vederea recâștigării piețelor turistice internaționale pierdute, și chiar a pieței interne, prin H.G.R. nr. 296/08.03.2001, s-a aprobat „Programul de marketing și promovare turistică pentru anul 2001”, prin care s-au alocat 77,4 miliarde lei, pentru realizarea următoarelor obiective specifice:

- a) îmbunătățirea imaginii produsului turistic românesc pe piețele externe;
- b) stimularea parteneriatului între sectorul public și privat;
- c) recâștigarea piețelor turistice externe și câștigarea altora noi;
- d) stimularea cererii turistice interne și internaționale pentru vacanțe și călătorii în România<sup>4</sup>.

Materialele de informare și promovare turistică tipărite sau destinate informării prin mijloace audiovizuale, acțiunile de reclamă, publicitate și promovare a ofertei turistice, participarea la târguri internaționale, au dat deja roade, turoperatorii de renume, revenind din acest an pe piața turistică a României cu perspective foarte bune în privința creșterii numărului de turiști în anii următori.

O bună promovare însoțită de schimbarea în bine, din punct de vedere calitativ și competitiv, a ofertei românești de turism balnear, cu factori naturali de cură atât de valoroși, pot face din țara noastră o destinație din ce în ce mai solicitată de turiștii străini mai ales că prețul sejurului balnear este foarte accesibil pentru aceștia.

Anul 2003 a fost „Anul turismului balnear” și împreună cu Programul național de relansare a turismului balnear românesc, arată preocuparea deosebită a Autorității Naționale pentru Turism și a Guvernului României pentru această formă de turism.

Principalele direcții de dezvoltare au în vedere și următoarele acțiuni:

- ◆ Îmbunătățirea ambianței generale a stațiunilor;

<sup>4</sup> H.G.R. 296/08.03.2001, *Programul de marketing și promovare turistică pentru anul 2001*, Monitorul Oficial al României, partea I, nr.140 din 21.03.2001

- ◆ Folosirea cât mai largă a resurselor naturale disponibile;
- ◆ Diversificarea activităților de tratament;
- ◆ Creșterea competitivității activităților de primire;
- ◆ Dezvoltarea și îmbunătățirea calității serviciilor din unitățile de alimentație;
- ◆ Diversificarea dotărilor de agrement și a acțiunilor specifice.

În ceea ce privește investițiile, datorită faptului că turismul este, prin excelență, un domeniu al sectorului privat, din acest sector va proveni și ponderea cea mai mare a investițiilor. Statului îi revine, însă, rolul de coordonare prin utilizarea mecanismelor și pârgurilor specifice economiei de piață pentru stimularea investițiilor.

Rolul statului este major în asigurarea infrastructurii generale de calitate prin realizarea de investiții în scopul modernizării acesteia, în crearea cadrului legislative stimulat, asigurarea stabilității macroeconomice și a unui mediu sănătos de afaceri.

Toate aceste acțiuni ce își propun integrarea în standardele europene a calității produsului balnear, în condițiile în care cererea internațională pentru turism balnear este în creștere, vor da posibilitatea exploatarea potențialului balnear al României în folosul unui cât mai mare număr de turiști români și străini.

Există trei direcții principale de acțiune ale politicii UE în domeniul turismului, care încurajează :

- o mai bună planificare, dezvoltare și un mai bun management al turismului de masă, în special în zonele de coastă și cele alpine;
- dezvoltarea turismului durabil și a diferitelor tipuri de activități și produse în alte zone;
- schimbări în comportamentul turistic și conștientizarea turiștilor cu privire la problemele mediului înconjurător.

În practică, modul în care Comisia Europeană a reușit să se asigure că problemelor de mediu li se acordă atenția cuvenită, este legat de toate proiectele care s-au finanțat prin Fondurile Structurale. Cei care își desfășoară activitatea în sectorul turistic și au nevoie de acest gen de finanțare, trebuie să găsească cele mai bune opțiuni pentru mediu când dezvoltă un proiect.

În plus, legislația existentă a UE care prevede evaluarea impactului asupra mediului pentru anumite proiecte din sectorul public sau privat, afectează direct proiectele de dezvoltare din turism, rezultatele unor asemenea evaluări, putând influența direct întregul proiect. Comunitatea a susținut financiar sprijinirea acțiunilor legate de mediul înconjurător. În particular, Programele BIFF cofinanțează proiectele demonstrative care ajută la dezvoltarea și implementarea politicii de mediu a UE.

Direcții strategice<sup>5</sup>- Extinderea în toate stațiunile balneare modernizate a tratamentelor gerontologice cu medicamente originale românești; dezvoltarea unei rețele de 5 parcuri balneare în prima fază pentru tratamente wellness.

- Dezvoltarea/diversificarea procedurilor de tratament pe baza factorilor naturali în toate stațiunile balneare modernizate.
- Dublarea capacității tuturor facilităților de petrecere a timpului liber.
- Îmbunătățirea tuturor facilităților din stațiunile balneare modernizate pentru exploatarea resurselor naturale.
- Îmbunătățirea accesului pe cale rutieră, feroviară și aeriană, în stațiunile balneare modernizate;

#### Acțiuni

- Crearea unei rețele de minim 15 stațiuni balneare echipate la standarde internaționale și în concordanță cu tendințele pe plan internațional – wellness.
- Includerea a trei saline în circuitul turistic internațional.
- Reabilitarea infrastructurii necesare exploatarea resurselor minerale (de la izvoare de apă minerală la nămol terapeutic) în stațiunile modernizate.
- Retehnologizarea bazelor de tratament existente, modernizarea și ridicarea gradului de confort al structurilor de primire, extinderea amenajărilor și dotărilor de agrement specific și general;
- Modernizarea și dezvoltarea infrastructurii de transport și acces în stațiunile balneare.

#### Programe

Revitalizarea ofertei balneoturistice presupune eforturi financiare și manageriale deosebite.

<sup>5</sup> Glăvan V. și colectiv, *Tendințe și perspective ale ofertei turistice balneare în contextual turismului european*, ICT 1995

Acestea se pot realiza treptat în baza unor studii de piață și proiecte concrete, începând cu stațiunile necunoscute ca profil balnear pe piețele externe. Se au în vedere următoarele:

- Programul Stațiuni balneare - modernizarea și introducerea în circuitul turistic internațional a unui număr de 15 stațiuni balneare.

- Programul Salina Verde. Modernizarea infrastructurii generale și specifice la trei saline - Praid, Slănic Moldova și Slănic Prahova.

#### Proceduri

- Amenajarea de laboratoare/cabinete speciale pentru tratamente naturiste/tradiționale specific românești.

- Construirea de bazine cu apă termală/minerala sub forma unor complexe de relaxare și odihna.

- Amenajarea de trasee turistice pentru întreținerea condiției fizice/petrecerea timpului liber în stațiuni/parcurile din stațiuni și împrejurimi.

- Modernizarea modalităților de captare a factorilor naturali de cura, a accesului la aceștia și întreținerea lor.

- Construirea de structuri adaptate organizării evenimentelor culturale în aer liber sau spații închise – expoziții, concerte, festivaluri de muzică etc.

#### Oferta turistică:

• inițierea de proiecte de modernizare și dezvoltare a unei oferte turistice competitive pe piața turistică europeană legată de Munții Carpați (sporturi de iarnă, drumeția montană, vânătoare și pescuit sportiv, sporturi extreme, etc.), fluviul Dunărea și Delta Dunării (croaziere, turism ecologic și științific, etc.), Marea Neagră (sejur, croaziere), stațiuni balneare, patrimoniul cultural (german, slovac, ceh, maghiar, ucrainean, armean, etc.);

• inițierea unor programe turistice transfrontaliere cu Ungaria, Serbia, Bulgaria, R. Moldova și Ucraina, prin crearea de zone turistice transfrontaliere și a unor programe turistice cu toate țările din bazinul Mării Negre;

• dezvoltarea și promovarea unui turism durabil în ariile transfrontaliere și în țară.

#### b) Cadrul legislativ și de cooperare

• armonizarea cu legislația din țările UE pentru standarde de calitate; standarde pentru construcții și amenajări turistice; standarde tehnice; uniformizarea și utilizarea indicatorilor statistici pentru turism, a înregistrărilor și analizelor statistice; alinierea la standardele ecologice și de pregătire profesională în domeniu;

• dezvoltare cadrului de colaborare internațională la nivel guvernamental și al sectoarelor public și privat, a asociațiilor profesionale din turism;

• participarea activă în cadrul organismelor internaționale și elaborarea documentelor necesare pentru integrarea europeană pe linie de turism.

#### c) Asigurarea protecției, securității și siguranței turiștilor

• protecția turiștilor față de riscuri privind sănătatea și siguranța acestora;

• reglementarea protejării intereselor turiștilor și disponibilitatea agenților economici pentru despăgubirea acestora față de daunele aduse;

• facilitarea accesului consumatorilor de servicii turistice la informațiile adecvate;

• promovarea codurilor de conduită al agenților economici și al turiștilor față de mediu.

Definirea strategiilor adecvate turismului balnear din România, trebuie să pornească de la o bună cunoaștere a potențialului turistic balnear, a gradului actual de valorificare, precum și a conjuncturii economice, sociale și politice care influențează evoluția turismului românesc în general și a celui balnear în particular. Managementului strategic îi este specifică analiza mediului extern, pe de o parte, pentru a anticipa sau sesiza la timp schimbările din cadrul acestuia și a situației interne, pe de altă parte, pentru a evalua capacitatea ei de a face față cu succes schimbărilor<sup>6</sup>.

Din acest punct de vedere, un model util de analiză, ca bază a stabilirii strategiilor de dezvoltare, îl constituie matricea S.W.O.T. Acest model reunește o serie de informații privind starea actuală a pieței turismului balnear, permițând identificarea strategiilor adecvate.

Prin analiza diagnostic realizată, am identificat ca **puncte forte** ale turismului balnear românesc următoarele:

<sup>6</sup> Russu C., *Management strategic*, Ed. All Beck, București, 1999

→ România are avantajul major de a dispune de o mare bogăție de factori naturali de cură (ape minerale și termominerale, emanații naturale și gaze terapeutice, nămoluri și locuri terapeutice), răspândiți pe aproape întreaga suprafață, exploatabilă în tot cursul anului și care acoperă toată gama afecțiunilor tratabile prin cura balneară;

→ o particularitate importantă o reprezintă faptul că pe teritorii restrânse, uneori pe arealul unei singure stațiuni, se întâlnesc mai multe tipuri de ape minerale, asociate câteodată și cu alți factori - bioclimat adecvat, saline, ceea ce permite tratarea pacienților cu boli multiple (Slănic Moldova, Olănești);

→ volumul și cantitatea rezervelor de substanțe minerale balneare este foarte mare, putând permite realizarea de noi stațiuni;

→ eficacitatea de excepție a unor tratamente cu ape minerale, în special în afecțiuni sau situații în care chimioterapia sau alte medicații nu dau rezultate (alergii – Olănești, sterilitate - Sovata);

→ puritatea factorilor de mediu și calitatea cadrului natural, lipsit de surse majore de poluare, ca ambianță determinantă pentru zonele și stațiunile balneare, cu efect benefic complementar;

→ menținerea, în majoritatea stațiunilor balneare de interes internațional, a profilului tradițional;

→ constituirea ofertei de cazare balneară destinată turiștilor străini din hoteluri de categorie medie, în special 2 stele;

→ o bună accesibilitate către stațiunile balneare, din toate direcțiile, datorită rețelilor de căi rutiere și feroviare bine dezvoltate;

→ prețuri accesibile față de puterea de cumpărare a turiștilor străini, factor ce poate influența decizia acestora de a petrece concediul într-o stațiune balneară din România;

→ existența unui personal pentru asigurarea serviciilor turistice și asistenței medicale cu o bună pregătire profesională;

→ apropierea unor stațiuni balneare de zonele montane, ceea ce poate favoriza amenajarea și dezvoltarea unor stațiuni turistice cu profil complex;

→ existența unui patrimoniu cultural și religios de mare valoare în zonele unde se practică turism balnear, mărturie a spiritualității românești, ceea ce contribuie la originalitatea ofertei noastre, în perspectiva integrării europene;

→ experiența specialiștilor în turism și în tratament balnear în amenajarea și dezvoltarea stațiunilor balneare;

→ cadrul instituțional adecvat de la nivel guvernamental până la nivelul stațiunilor balneare și societăților comerciale;

→ efortul la nivel macroeconomic pentru îmbunătățirea imaginii României în străinătate în vederea recâștigării piețelor turistice externe;

→ rețea de comunicații de marketing deja operațională în România și în străinătate, incluzând agențiile românești și Oficiul pentru Promovarea Turismului, cu cele 12 filiale interne și 19 birouri de reprezentare în străinătate.

În ciuda acestor avantaje ale turismului balnear românesc există și numeroase **puncte slabe** ce au împiedicat dezvoltarea acestei forme de turism, cum ar fi:

- privatizări nereușite ce au generat neînțelegeri în cadrul fostelor întreprinderi de turism balnear;
- mari întârzieri în elaborarea cadrului legislativ necesar bunei funcționări a acestei forme de turism;
- management necorespunzător ce a generat degradarea sau chiar închiderea unor structuri de primire și baze de tratament;
- lipsa resurselor financiare pentru modernizarea și dezvoltarea stațiunilor balneare;
- lipsa condițiilor avantajoase de acordare a creditelor pentru dezvoltarea turismului;
- slabe acțiuni investiționale în stațiunile balneare de interes internațional;
- lipsa unei infrastructuri corespunzătoare (telecomunicații, canalizare, alimentare cu apă și gaze, rețeaua de încălzire);
- uzura fizică și morală a structurilor de primire, alimentație și tratament;
- lipsa aparaturii moderne din cadrul bazelor de tratament;
- severitatea accentuată a regimurilor dietetice, ca și uniformitatea meniurilor;
- lipsa unui produs de înaltă calitate, cu accent pe tratamentul și cazarea de lux;
- inexistența unei specializări a ofertei balneare de interes internațional, pentru copii și sportivi;
- asigurarea la un nivel scăzut a serviciilor de tratament, recreere și de divertisment;
- slaba dezvoltare a laturii profilactice a stațiunilor balneare destinate turismului extern;

- dezvoltarea insuficientă a activităților de agrement și divertisment;
- lipsa de preocupare pentru ameliorarea mediului ambiant prin întreținerea în cele mai bune condiții a parcurilor balneare, asigurarea unei curățenii exemplare în incintă și exterior, precum și prin studierea și realizarea unei estetici generale, de atracție în stațiuni;
- exploatarea intensivă, nerațională a substanțelor și resurselor minerale din stațiunile balneare care a condus la degradarea și reducerea calității curative ale acestora (Sovata, Herculane, Borsec);
- utilizarea incompletă a factorilor de cură tradiționali sau recent puși în evidență, precum și folosirea redusă a noilor produse medicale;

Punctele slabe privind activitatea de turism balnear în România, evidențiate mai sus, ne arată unde trebuie intervenit pentru a valorifica la adevărată sa capacitate potențialul stațiunilor noastre balneare. Pentru a găsi soluții acestor probleme, este însă necesar să ținem seama și de oportunitățile și limitele mediului extern.

Ca **oportunități** ale dezvoltării turismului balnear din România putem menționa: o creștere relativă a interesului pentru țara noastră, în ultimii ani, pe toate planurile – mai ales politic și economic - din partea țărilor europene, în special a celor puternic dezvoltate, în perspectiva integrării europene, ceea ce poate contribui la o atragere mai importantă a investițiilor străine în turismul balnear românesc sau a unor finanțări din exterior; o liberalizare mai accentuată a activității economice - promovată și de actuala putere din România – ce a permis finalizarea procesului de privatizare, încurajarea și susținerea inițiativelor particulare și în turism; o previzibilă creștere a nivelului de trai în țara noastră, ca o premisă a sporirii cererii turistice potențiale; existența unor afinități socio-culturale cu numeroase țări ale Europei: Ungaria, Ucraina, Yugoslavia, Germania, Austria, Franța, Spania, Italia, ceea ce ar trebui să ușureze eforturile de promovare a turismului românesc în aceste țări.

Dar, așa cum se menționa anterior, există și unele **limite** care frânează dezvoltarea turismului românesc balnear. Astfel, amintim concurența puternică pe piața europeană a turismului balnear, manifestată de țări ca: Germania, Franța, Italia, Spania, Austria și chiar Slovacia, Cehia, Polonia; interesul, nu destul de mare, manifestat de fosta putere – în comparație cu așteptările - în dezvoltarea turismului românesc în general și a celui balnear în particular (având în vedere potențialul, turismul ar putea fi considerat o ramură principală a economiei naționale și în consecință interesele și eforturile economice ar fi îndreptate cu prioritate spre turism); implementarea foarte lentă a practicilor manageriale moderne în conducerea turismului românesc, ca de altfel în toate domeniile activității economice din țara noastră, aspect ce nu poate fi remediat decât într-o perioadă mai lungă de timp; slaba implicare a comunităților locale în dezvoltarea turistică, datorită lipsei de experiență în acest sens, dată fiind centralizarea foarte puternică din perioada comunistă.

Acestora li se adaugă faptul că, în general, oferta românească de turism balnear este puțin cunoscută de touroperatorii străini, datorită insuficiențelor activități de promovare turistică pe piețele vizate (Marea Britanie, Germania, Olanda, Danemarca, Norvegia, etc.); în plus, touroperatorii străini manifestă o serie de reticente față de oferta românească, din următoarele cauze: lipsa unei infrastructuri corespunzătoare, generale și turistice; lipsa unor facilități obișnuite în alte stațiuni din lume; inexistența unor colaborări reale cu prestatorii români în vederea asigurării unui număr de locuri în hotelurile din stațiunile balneare în perioada Crăciunului și a Anului Nou; absența unor investiții care să modernizeze o structură materială în domeniul turismului depășită fizic și moral; lipsa de adaptabilitate a personalului din hoteluri și restaurante la noile exigențe ale turismului internațional; instabilitatea continuă a prețurilor; imaginea generală de “țară săracă” a României, creată de mass-media europeană în ultimii ani.

# PRE-REQUISITES OF THE RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN ROMANIA

*Conf. Univ.dr.Anca Gabriela Turtureanu,  
Universitatea Danubius Galați*

*The concept of rural tourism has become important round the globe at present. It is thought that rural tourism can revitalise the conventional concepts and views on tourism, and bring in a new dimension in the sustainable development of tourism. It has been realised that society based tourism can play a fundamental role in poverty alleviation in countries like Romania*

*In a sense the village landscape, wildlife, community and cultural life, natural heritage are key assets that attract visitors -- and visitor revenue. Tourism is about welcoming visitors to attractive and stimulating places where they would like to spend their leisure time. The countryside, market towns and villages have much to offer the visitors, and are major factors in generating trips from within the country and from over.*

Numeroși specialiști în turism au identificat România ca fiind țara cu potențialul cel mai mare din Europa în ceea ce privește dezvoltarea turismului rural ca o sursă de venit importantă atât pentru investitori cât și pentru bugetul țării. Cu toate acestea și cu toate că au trecut mai bine de 17 ani de la Revoluția din Decembrie, turismul rural în România este încă într-o fază incipientă, abia la început de drum. Și drumul pentru acest sector nu pare să fie unul ușor, mai ales pentru că autoritățile românești nu recunosc decât cu jumătate de gură importanța și potențialul acestui tip de turism, continuând să sprijine investiții majore în turismul clasic, de masă. Însă din ce în ce mai multe persoane cu spirit întreprinzător încep să întrevadă potențialul și beneficiile practicării turismului rural. Inițiativele în acest domeniu au început să apară de acum câțiva ani, la început timid în câteva locuri din țară cu tradiție (Valea Prahovei, zona din jurul Brașovului), ca mai apoi să se extindă și în alte regiuni din țară. Oferta existentă este acum destul de variată, de la tipuri de cazare până la locație.

Sunt însă câteva lucruri care lipsesc din peisaj pentru a face ca turismul rural să poată deveni în România ceea ce poate și merită. Mai întâi lipsește infrastructura (în special drumuri) care să faciliteze accesul spre acele locuri dorite de turiștii care vor și altceva decât soare pe un petec de nisip împreună cu mii de alte persoane. Mai apoi lipsește promovarea, mai ales în exteriorul țării, a posibilelor destinații turistice în mediul

rural din România. Un proprietar de pensiune dintr-o zonă izolată de munte nu va avea niciodată acces pe cont propriu la un târg de specialitate din Viena sau oricare alt oraș din lume. Și nu în ultimul rând lipsește know-how-ul, adică știința de a oferi unui turist o experiență care trece dincolo de o cazare bună și masă îmbelșugată.

Turismul, constituie un factor determinant pentru progresul economic general, cu aport în creșterea produsului intern brut, la echilibrarea balantei de plăți externe și la ameliorarea calitatii vieții. Comunitățile rurale, ofera în prezent o imagine tulburătoare prin dimensiunile contradictorii și structurile de o mare mobilitate. Descriu un sistem, unde există cu preponderență proprietatea privată și sunt, de multe ori scena "economilor paralele". Comunitățile rurale Românești, au sansa unui patrimoniu considerabil, care se dovedește util, privit prin prisma dezvoltării turistice.

În acest context au început demersurile pentru cercetarea privind valorificarea eficientă a potențialului agroturistic, la nivelul comunităților rurale din România, punându-se accent pe posibilitățile de dezvoltare integrată a localităților la nivelul Bazinului Dornelor, din județul Suceava, regiune cu un potențial remarcabil, dar încă insuficient exploatat.

Există premise ca, în într-un viitor foarte apropiat, turismul rural și mai cu seama, agroturismul, să contribuie la creșterea ofertei turistice, la redistribuirea fluxurilor turistice, valorificarea superioară a resurselor și la fixarea populației tinere în aceste zone. Aceste activități, pot contribui într-o foarte mare măsură la dezvoltarea globală a satului românesc, implicând comunități umane, care se vor reuni în forme asociative, grupuri de acțiune, pentru rezolvarea problemelor precum cele ale: rețelelor de drumuri și comunicații, alimentării cu apă, canalizării, sau protejării mediului.

De-a lungul timpului în majoritatea tarilor s-a practicat – mai mult sau mai puțin organizat – cazarea turistilor la sate. Noutatea o reprezintă însă, dimensiunea la care s-a ajuns prin expansiunea

fenomenului turistic în spațiul rural. Aceasta expansiune se explica, pe de o parte, prin relansarea dezvoltării regiunilor rurale și, pe de altă parte, prin diversificarea formelor de practicare a turismului de masă.

În ansamblul economiei locale, turismul rural se definește ca fiind o formă de valorificare turistică a spațiilor rurale prin exploatarea resurselor naturale, a valorilor și tradițiilor culturale și istorice, a produselor agricole și prin produsele de marca (consacrate) ilustrative ale identității regionale, etnografice și culturale; care să acopere nevoile consumatorilor în materie de primire, alimentație, activități recreative, divertisment și diverse servicii.

Turismul rural, în ansamblul său, include o paletă largă de modalități de cazare, de activități, evenimente, festivități, sporturi și distracții, toate desfășurându-se într-un mediu tipic rural. Este un concept care cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală rurală și care are la bază o strânsă legătură cu mediul ambiant natural și uman.

Agroturismul vine ca o activitate complementară, ce valorifică excedentul de spații de cazare existent în gospodăria țărăneasca, pregătit și amenajat special pentru oaspeți; care se constituie dintr-un ansamblu de bunuri și servicii oferite de gospodăria țărăneasca spre consumul persoanelor și care, pentru o perioadă determinată, vin în mediul rural pentru relaxare, odihnă și agrement, cure terapeutice, tranzacții sau afaceri, pentru satisfacerea unui hobby, inițierea în arta meșteșugurilor tradiționale, pentru studii și documentare, precum și multe alte activități specifice.

Ferma rămâne un simbol foarte puternic pentru locuitorii din mediul urban prin casa fermierului, a țaranului, a celui care cunoaște secretele naturii, cunoaște locurile cele mai bune de pescuit din zonă, de cules ciuperci apreciate de consumatori; este locul în care se cresc animale domestice, cu care orășeanul a pierdut contactul, este locul în care se pot mânca fructe proaspete, locul unde se succede generații, reprezentând în același timp, un loc și un mod de viață aparte.

Satul ocupă un loc deosebit în imaginea orășeanului, semnificând dimensiunea umană, animatia locală specifică, evocă primăria, birtul, școala, biserică, locuri care au marcat viața oamenilor secole de-a rândul. Aici se regăsesc artiștii, comercianții, mici întreprinzători, actori locali care fac viața mai ușoară la țară. Reprezintă, de asemenea, locul de bastină a celor mai frumoase sărbători, a celor mai frumoase obiceiuri de nunta, botez sau de iarnă.

Ferma, satul și spațiul rural, împreună sau separat, constituie farmecul turismului rural prin atractivitate. Turismul rural trebuie înțeles ca o formă de activitate care asigură populației urbane cele mai adecvate condiții de terapie împotriva stresului, determinat de tumultul vieții cotidiene. Această formă de turism, este puternic influențată de factorii psihologici și se adresează prin excelență iubitorilor de natură, celor care știu să o folosească în avantajul sănătății și reconfortării lor, fără să o distrugă.

Pe plan internațional, agroturismul a câștigat din ce în ce mai mult teren. Pe fundalul numeroaselor probleme din spațiul rural și din agricultură, turismul rural european a dobândit o tot mai mare importanță. Spațiile rurale europene au nevoie de noi perspective și alternative viabile, pentru a nu se ajunge la degradarea poziției sociale a populației rurale.

Turismul rural și agroturismul au evoluat diferit în fiecare țară. Mari deosebiri calitative se constată în special, la capitolele dotări și servicii. Fiecare țară are punctele sale forte și potențialul său propriu, care permit dezvoltarea spațiilor rurale. În Europa Centrală și de Vest zona cea mai atractivă și mai bine dezvoltată, reprezentativă din punctul de vedere al turismului rural și al agroturismului o constituie zona Alpiilor. Țara a lumii pentru agroturism, este considerată Austria.

Experiențele internaționale, trebuie selectate cu grijă și adaptate la condițiile României. Prestatorii specializați pentru diferite categorii și segmente de cumpărători de servicii agroturistice din Occident, trebuie să influențeze, iar într-o Europă unită, România începe să devină din ce în ce mai atractivă și mai căutată ca destinație turistică și agroturistică.

Resursele de origine etnografică, ocupă un rol distinct în cadrul obiectivelor rurale de proveniență antropică, în primul rând prin specificitatea lor, știut fiind faptul că fiecare etnie posedă un patrimoniu propriu spiritual și material, rezultat din evoluția conștiinței sale în timp și a răspândirii populației în spațiu. Din această cauză, oamenii proveniți din afara teritoriului unei zone sau aparținând altei etnii vor asimila acest patrimoniu, ce va prezenta pentru ei, însușirile unicității și ineditului, adesea absolute.

O caracteristică a resurselor etnografice este îmbinarea permanentă a edificiilor și obiectivelor cu funcție atractivă, cu manifestările ce se desfășoară într-un cadru adecvat. Apare așadar, o simbioză



a materiei cu spiritul. Destinul patrimoniului etnografic releva astazi situatii aparent paradoxale, ponderea sa minima regasindu-se în tarile cele mai puternic industrializate si urbanizate, în vreme ce, resursele cele mai bogate se afla în tarile în curs de dezvoltare. Aceasta, deoarece cultura populara veritabila este apanajul vietii rurale, cu traditii conservate si îmbogățite prin experienta propriilor creatori.

Dintre evenimentele atractive antropice, de o importanta majora sunt: ocupatiile si mestesugurile; portul, jocurile si cântecele populare; sarbatorile traditionale; arhitectura si instalatiile tehnice taranesti; asezarile umane. Ocupatiile si mestesugurile, releva o mare diversitate tipologica la nivel regional. Modul cum populatia rurala își asigura existenta, difera de la un tip de relief la altul, de la o regiune climatica la alta. Atractivitatea acestora este continuata în modul de practicare, în ustensilele folosite, în modificarile incluse peisajului natural, în rezultatul final al activitatilor umane. Astfel de ocupatii si mestesuguri sunt: cultura plantelor, cresterea animalelor, exploatarea si prelucrarea lemnului, vânatoarea si pescuitul, albinaritul, auraritul, fieraritul, olaritul, cojocaritul, torsul, tesutul, vararitul, etc.

Obiceiurile, sunt manifestari creatoare ale spiritualitatii rurale, în care diferitele evenimente din viata obstei sau a individului sunt situate la statutul de simbol si practica oraculara. Ele sunt asociate ciclitatii anotimpurilor, evenimentelor familiale sau individuale. Portul, jocul si cântul popular, se diferentiaza foarte mult de la o zona la alta si de la o etnie la alta. În România exista adevarate comori în acest sens, reprezentate prin îmbracaminte, jocuri si cântece populare. Subliniem originalitatea absoluta a folclorului românesc, marea sa varietate si conservarea sa de exceptie pâna în zilele noastre. Costumele populare din Nasaud, Oas, Bucovina, Oltenia, Muntenia sau Banat sunt reperi unice pentru spiritualitatea taranului român.

Instrumentele populare – naiul, fluierul, taragotul, tambalul, etc. au si ele specificitate româneasca si reprezinta puncte de atractie. Arhitectura si instalatiile traditionale, confirma geniul artistului anonim, a carui dragoste de frumos si perspicacitate practica s-a materializat în constructii si mijloace de productie aparte. Arhitectura populara releva anumite particularitati regionale: portile sculptate cu motive florale, solare sau în spirala din Maramures, bisericile de lemn din Maramures, Salaj sau Muntii Apuseni. Modul si materialul din care sunt construite confera unicitate. Instalatiile traditionale: mori de apa, piue, vâltori, sunt la rândul lor de o mare complexitate si varietate.

Asezarile umane în ansamblul lor, sunt o chintesenta a elementelor sus mentionate, o comuniune de edificii si spiritualitate. Asezarea rurala apare ca un tot unitar bine individualizat, caruia creativitatea locuitorilor sai îi confera un anumit grad de specificitate. Habitatele umane devin obiect al atractiei, datorita unor valori recreative clar individualizate sau prin atributele ce le confera: vechime, structura, amplasare în teritoriu, etc.

Valorificarea ineditului satului românesc si a “personalitatii sale geografice” își pune amprenta asupra redresarii si vitalizarii activitatii locale, obiectiv atins prin:

- reactivarea mestesugurilor si dezvoltarea serviciilor într-o gama diversificata, care sa asigure un echilibru ocupational si o fixare a locurilor de munca;
- stimularea unor activitati alternative sau paralele aducatoare de venituri suplimentare (turismul rural, agroturismul);
- promovarea si stimularea economiilor locale, de prelucrare a produselor alimentare si nealimentare;
- organizarea structurilor de productie si de prelucrare prin ghiduri cu modele cadru;
- organizarea formelor de asociere într-o gama diversificata: gospodarii de micro productie familiale, asocieri familiale de micro productie, asociatii profesionale, etc;
- crearea unei structuri institutionale locale si de parteneriat “public - privat”;
- legislatia promovata sa cuprinda problemele reale ale spatiului rural, inclusiv protectia sociala.

Principalele directii care trebuie vizate pentru valorificarea potentialului rural sunt:

- restabilizarea gospodariilor taranesti si a întregii politici agrare
- stimularea activitatilor non agricole complementare, în mod deosebit prin crearea de noi unitati economice îndeosebi agroproductive si de servicii si prin valorificarea potentialului turistic si agricol;
- selectarea unor localitati specifice zonelor etnografice românesti pentru finantarea etapizata a unor proiecte de amenajare complexa pentru turismul rural;
- elaborarea de studii si proiecte de amenajare locala a spatiului rural, mai ales ca proiect pentru practicarea sporturilor, agrementului si divertismentului cultural, programe turistice, pentru a oferi turistilor în zonele rurale o gama cât mai variata de ocupatii si atractii.

Valorificarea resurselor satului românesc se poate face prin diferite târguri, festivaluri, concursuri, care vin să întregască imaginea favorabilă a satului. Totuși principalul mod, și cel mai important în valorificarea acestor resurse este turismul rural/agroturismul - care contribuie la introducerea în circuitul turistic intern și internațional a unor variate condiții naturale și la valorificarea tezaurului de cultură tradițională sau contemporană a întregului potențial cultural-istoric din spațiul rural.

Această activitate cu o vastă cuprindere, are la bază trei elemente interdependente:

- atracția față de frumusețile naturale, etnografie, de nouitatea, farmecul și evenimentele specifice vieții la țară;
- cazarea și masa, care, chiar dacă nu sunt la standardele hoteliere trebuie să fie de calitate și oferite cu ospitalitate;
- transportul, căile de acces spre mediul rural sunt vitale pentru asigurarea unui flux continuu de turiști.

Un exemplu graitor pentru România este cel de la nivelul depresiunii Dornelor, denumită pe bună dreptate "Perla Bucovinei", cunoscută pentru frumusețile pe care le-a oferit de-a lungul timpului, pentru produsele de bună calitate pe care le oferă pe piață, (lapte și brânză topită "La Dorna", apă minerală "Dorna"), pentru pășunile bogate ce au determinat tradiția secolară a creșterii animalelor, pentru resursele bogate de apă minerală cu multiple utilizări, se impune o mai bună valorificare a potențialului turistic și agroturistic și prin o mai amplă antrenare a satelor din zonă.

Bazinul Dornelor are o suprafață de 222,194 km pătrați reprezentând 0,63% din suprafața Carpaților Orientali și 0,093% din suprafața țării. În limitele acestei zone sunt cuprinse 10 comune cu 49 de sate și două centre urbane reprezentate de orașul Brosteni și municipiul Vatra Dornei; localități care din punct de vedere administrativ fac parte din județul Suceava.

Bazinul Dornelor dispune de o gamă variată de atracții care facilitează dezvoltarea turismului: munții înconjurați unde se pot parcurge numeroase trasee turistice, râurile, care la trecerea prin munți formează chei salbatice (Cheile Zugrenilor pe Bistrita), pădurile de rasinoase care dau un aer puternic ozonat, bogatul fond cinegetic și variatul potențial antropocentric reprezentat de monumente de arhitectură, obiective istorice și de originalitatea tradițiilor.

Un astfel de potențial, cât și baza tehnico-materială, au permis practicarea în zonă a mai multor tipuri de turism, precum: turism montan, cinegetic, sportive (practicarea de schi, parapanta, river-rafting), turism balneoclimateric și turism rural.

Activitățile turistice, ce cuprind o gamă foarte largă de servicii: cazare, servire, preparate culinare, tratamente în stațiuni balneare, acțiuni cu rol de agrement și divertisment ș.a. aduc un aport important la dezvoltarea economico-socială a depresiunii Dornelor. Astfel, turismul, pe lângă efectul recreativ și cultural pe care-l are asupra vizitatorilor, creează noi locuri de muncă, limitând totodată procesul de migrare și navetism spre alte zone. Impactul cel mai pronunțat și vizibil este însă în domeniul economic.

În Bazinul Dornelor se poate remarca o creștere a nivelului de trai al populației practice de turism rural. Trebuind să răspundă unor norme impuse de Organizația Mondială a Turismului, locuitorii zonei au fost determinați să-și îmbunătățească infrastructura și echipamentele de cazare, chiar mai mult, să-și mărească baza de cazare în vederea practicării turismului pe termen lung. Pe lângă aportul de venit și creșterea nivelului de trai, turismul încurajează dezvoltarea activităților tradiționale (mestesugărit, artizanat).

Cu toate că Bazinul Dornelor dispune de un bogat potențial, circulația turistică este preponderent internă, turiștii străini fiind în număr mai mic (aprox. 2%). Acest fapt se poate explica prin prisma bazei materiale, parțial competitivă.

Pentru creșterea numărului de turiști, în special al celor străini, care ar aduce venituri mai mari populației, este necesară o îmbunătățire a bazei materiale și o promovare intensă, care de altfel, a și început de curând să se facă, prin diferite metode: pliante, ghiduri turistice ilustrate, pagini web, televiziune etc.

Stațiunea Vatra Dornei, este o zonă cu multe oportunități de investiții care, dacă s-ar efectua, ar duce la o dezvoltare economică mai rapidă a zonei. Astfel, ar fi indicate: executarea lucrărilor de consolidare și amenajare a Cazinoului Balnear și redarea acestuia circuitului turistic; construirea pietei agroalimentare și amenajarea terenului aferent; construirea de parcuri; reabilitarea sistemului de termoficare a orașului; amenajarea și omologarea pârtiilor de schi și de sanie; punerea în valoare a zonei de agrement Lunca Dornelor și Runc; agrementarea râului Dorna, prin construcția unui baraj cu

tehnologie moderna si dotarea lacului cu barci si hidrobiciclete; construirea unei fabrici de prelucrare a fructelor de padure; construirea unei fabrici de mobila.

Daca pe viitor aceste investitii se vor efectua, Depresiunea Dornelor va avea mai multi turisti si poate va fi recunoscuta si pe plan mondial ca zona turistica. Pentru moment, Bazinul Dornelor se afla într-o evolutie lenta dar sigura. Depresiunea Dornelor nu dispune de conditii favorabile pentru "cultura mare" (cereale, plante tehnice, alimentare, etc.), în schimb aici sunt conditii prielnice dezvoltarii sectorului zootehnic, constituind zona cea mai favorabila pentru cresterea bovinelor (în special cele pentru lapte) si a ovinelor. Dintre culturile agricole, caracteristica pentru aceasta zona este cea a cartofului.

Pajistile montane secundare, sunt alcatuite din fânete si pasuni naturale, care ocupa suprafete întinse, reprezentând o baza furajera de calitate. Existenta lor, a stimulat din timpuri stravechi economia pastorala, care a reprezentat si un factor important de umanizare a depresiunii, de pastrare a legaturilor cu populatia din Transilvania si din Moldova.

Din totalul celor 222194 ha, cât reprezinta fondul funciar din Bazinul Dornelor, ponderea este detinuta de pasunile naturale, respectiv 28894 ha, 22681 ha fânete naturale, categoria arabil detinând numai 2349 ha. Repartizarea pe medii de resedinta a populatiei zonei (50.730 locuitori) – 34,8% în mediul urban si 65,2% în mediul rural – comparativ cu media pe tara – în mediul urban 54,7% si 45,3% în mediul rural, atesta faptul ca nivelul de dezvoltare economica, în general, este mai scazut în aceasta parte a tarii.

În prezent, populatia activa din Bazinul Dornelor este de 22.453 pers., ceea ce reprezinta 44,26% din total populatie, din care salariati 10.594 pers., adica 47,18% din populatia activa. Numarul persoanelor care lucreaza în agricultura este de 11.859 si reprezinta 52,18% din populatia activa. O trecere în revista a densitatii speciilor de animale din Bazinul Dornelor, care participa prin însumare la formarea acestui indicator (care este de 50,90 UVM/100 ha teren agricol) arata ca încarcatura cu animale pe ha. este suboptima (optimumul este în medie de 1UVM/ha).

În spatiul rural nu se poate vorbi despre un model regional de dezvoltare ci doar de modele locale, în care imaginea teritoriala a zonei investigate este marcata de specificitatea structurilor agrare generatoare de moduri proprii de utilizare a spatiului, a capitalului natural si social. Multiplicarea structurilor economice si, în mod deosebit, aparitia si încurajarea structurilor specifice turismului rural induc nu numai o dezvoltare a tesutului ocupational, dar reinsereaza universul rural în alti termeni în paradigma economica. Apar efecte în plan cultural, comunicational, turismul fiind un element dinamic care poate apropia traditia de modernitate.

Un studiu efectuat arata ca în cadrul spatiului rural din Bazinul Dornelor, factorii favorabili dezvoltarii sunt: larg evantai de resurse naturale (în principal resurse minerale ale subsolului, vegetatie forestiera, suprafete agricole cu calitati productive care permit dezvoltarea zootehniei, elemente valoroase ale mediului natural); potential uman (forta de munca numeroasa si ieftina, rezerve de tineret care asigura regenerarea acesteia, partial instruita în operatini agricole si neagricole); potentialul forestier; rezervatii si monumente ale naturii; peisaj special si valori patrimoniale (istorice, culturale, arhitecturale si etnografice); experienta locala în cresterea animalelor, artizanat, mestesuguri si agroturism.

Factorii nefavorabili dezvoltarii spatiului rural din zona cercetata sunt: continuarea depopularii; diversificarea redusa a activitatilor economice; agricultura neperformanta; veniturile scazute ale populatiei; situatia precara a drumurilor – cea mai mare parte a drumurilor comunale nu sunt modernizate si peste 61% din populatia rurala nu are acces direct la principalele drumuri si la reseaua de cai ferate; alimentarea cu apa este insuficienta si inadecvata; reseaua de învatamânt are o diversificare redusa, cladirile scolilor ofera conditii inadecvate si sunt slab dotate cu echipament specializat; degradarea padurilor, în principal printr-o despadurire necontrolata.

#### *Bibliografie selectivă:*

1. Bran, F., Condea, M., Cimpoieru, I., - *Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic*, editura Universității, București, 2006;
2. Chiriță, V., - *Depresiunea Dornelor – studiu fizico-geografic*, editura Universității, Suceava, 2003
3. Matei, E., - *Turism rural și ecoturism*, editura Credis, București, 2005
4. Popa, C., - *Nordul Moldovei. Ghid turistic*, editura Vremea, București, 2005
5. Turtureanu, A., G., Ioan, A., C., - *Probleme actuale de servicii și turism*, editura Zigotto, Galati, 2005;