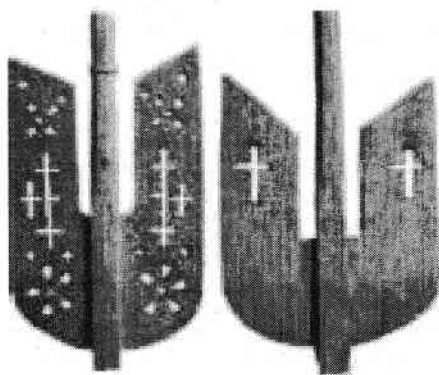


**LBRIS**

We know  
books

**Puiu Nistoreanu (coord.), Marinela Ghereș (coord.),  
Mariana Bănuță, Raluca Ciornea, Viorel Crăciuneanu,  
Victoria Firescu, Alexandra Gogozan, Remus Hornoiu,  
Florin-Lucian Isac, Ioan Plăiaș, Iuliana Pop, Sergiu Rusu,  
Gheorghe Săvoiu, Mirela Stanciu, Marian Țaicu,  
Mihai-Ovidiu Tănase, Dănuț Ungureanu, Iulian Vlad**

# TURISM



# RURAL

TRATAT



Editura C.H. Beck  
București 2010

## CUPRINS

<b>ARGUMENT</b> .....	<b>VII</b>
<b>RECENZIE ȘTIINȚIFICĂ</b> .....	<b>IX</b>
<b>SCIENTIFIC REVIEW</b> .....	<b>XIII</b>
<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	<b>XXI</b>
<b>CAPITOLUL 1 - Turismul rural și agroturismul în țările central, est europene și în alte țări ale lumii</b> .....	<b>1</b>
1.1. Turismul rural din Polonia.....	1
1.2. Turismul rural în Ungaria.....	3
1.3. Turismul rural în Bulgaria.....	5
1.4. Turismul rural în SUA.....	6
1.5. Turismul rural în China. Întreprinderile de turism rural.....	8
1.6. Turismul rural în Taiwan.....	10
1.7. Turismul rural în Malaezia.....	11
1.8. Turismul rural în Australia. Ecoturismul australian și proiectul Undara ....	11
1.9. Tema experimentării unor trăiri inedite.....	12
1.10. Note și referințe bibliografice.....	13
<b>CAPITOLUL 2 - Turismul rural și agroturismul în Europa Occidentală</b> .....	<b>14</b>
2.1. Turismul rural în Germania.....	14
2.2. Turismul rural în Austria.....	16
2.3. Turismul rural în Italia.....	17
2.4. Turismul rural în Belgia.....	18
2.5. Turismul rural în Spania.....	19
2.6. Turismul rural în Portugalia.....	21
2.7. Turismul rural în Finlanda.....	22
2.8. Turismul rural în Irlanda.....	23
2.9. Turismul rural în Franța.....	24
2.10. Turismul rural în Islanda.....	26
2.11. Note și referințe bibliografice.....	26
<b>CAPITOLUL 3 - Teorii economice rurale și statistici ale satului românesc</b> ....	<b>28</b>
3.1. Introducere .....	28
3.2. Modelul cultural și teoriile economiei rurale românești .....	30
3.3. Realitățile contemporane ale economiei rurale românești .....	39
3.4. Note și referințe bibliografice.....	46
<b>CAPITOLUL 4 - Spațialitate și mitologie, sacru și creștin în satul românesc – elemente distinctive ale unor programe turistice potențiale</b> .....	<b>49</b>
4.1. Introducere .....	49
4.2. Spațiul urban și rural montan – stabilitate versus nomadism și transhumanță.....	52

4.3. Programe turistice rurale locale sau în circuit axate pe drumul oii sau drumurile oilor.....	57
4.4. Potențialul unui turism mitologic românesc, de obârșie rurală montană și submontană – Fragmentarium recuperator mitologizant.....	62
4.5. Nevoia de reperi statuare și arhitecturale mărturisitoare ale eposului pastoral în munții României – recuperarea cu impact turistic a baladei Miorița .....	66
4.6. Concluzii privind unele consecințe turistice în spațiul rural, axate pe mitologic, sacru și creștin .....	69
4.7. Note și referințe bibliografice.....	71
<b>CAPITOLUL 5 - Turismul în zonele rurale românești.....</b>	<b>73</b>
5.1. Satul românesc – produs turistic.....	73
5.2. Principalele motivații pentru care alegem o destinație sau alta .....	78
5.3. Ineditul satului turistic românesc, rezultat al contrapunerii interculturale .....	81
5.4. Ineditul satului românesc, rezultat al diferențelor între rural și urban – comunitatea rurală românească și cea rurală europeană.....	82
5.5. Ospitalitatea satelor românești, promotor al ofertei românești .....	85
5.6. Note și referințe bibliografice.....	89
<b>CAPITOLUL 6 - De la tradiție la oferta comercială. Destinații de vacanță în zonele rurale .....</b>	<b>90</b>
6.1. Câteva clarificări conceptuale .....	90
6.2. Evoluția turismului în spațiul rural.....	95
6.3. Prezentare sintetică a turismului european.....	98
6.4. Tipuri de produse turistice rurale utilizate de turistul european .....	99
6.5. Note și referințe bibliografice.....	111
<b>CAPITOLUL 7 - Agroturism în economia de piață .....</b>	<b>113</b>
7.1. Agroturismul în conjunctura factorilor favorizanți .....	113
7.2. Fundamentele și obiectivele agroturismului.....	114
7.3. Trăsături specifice agroturismului.....	115
7.4. Analiza activității agroturistice .....	118
7.5. Clasificarea pensiunilor agroturistice .....	123
7.6. Exerciții de antreprenoriat .....	130
7.7. Note și referințe bibliografice.....	131
<b>CAPITOLUL 8 - Semnificații distincte și tendințe specifice ale șeptelului din gospodăria țaranului român – impactul turistic al relației dintre țaran și animal.....</b>	<b>133</b>
8.1. Introducere .....	133
8.2. Diferențierile dintre specii, precum și modificările survenite în urma domesticirii și așteptările turiștilor.....	134
8.3. Câteva conexiuni dintre țaran și animal, edificatoare pentru impactul turismului rural contemporan .....	137
8.4. Note și referințe bibliografice.....	142
<b>CAPITOLUL 9 - Specificitatea ecologică a alimentației rurale tradiționale .....</b>	<b>144</b>
9.1. Introducere .....	144

9.2. Malthus și soluția sa de criză, denumită simplu „rețineră morală” .....	146
9.3. Hrana noastră cea de toate zilele. ....	150
9.4. Câteva dintre consecințele generale rurale și implicit turistice ale problemei hranei ecologice .....	152
9.5. Note și referințe bibliografice.....	156
<b>CAPITOLUL 10 - Lemnul și semnificațiile sale multiple în ruralitatea românească – resurse ale unui turism cultural comunitar .....</b>	<b>157</b>
10.1. Introducere .....	157
10.2. Câteva elemente ale împletirii artei lemnului cu tradiționala religiozitate rurală .....	158
10.3. Câteva elemente ale unui program turistic dedicat mănăstirilor și schiturilor situate la sud de Carpați, ca principale repere religioase ale ruralului montan și submontan vâlcean .....	164
10.4. Note și referințe bibliografice.....	172
<b>CAPITOLUL 11 - Muzeul satului și al țăranului, două epopei și doi corifei.....</b>	<b>173</b>
11.1. Introducere .....	173
11.2. Ernest Bernea și imortalizarea atmosferei „sălii luminoase” a școlii sociologice românești într-un muzeu model, atât de necesar turismului rural .....	174
11.3. Horia Bernea și Muzeul Țăranului Român sau inefabila miniatură, mereu născândă și pâlpâitoare a satului tradițional românesc și a născând efemerei sale vetre de taină .....	186
11.4. Un alt muzeu al întoarcerii în timpul opus dar conex satului: curțile domnești și boierești – un program turistic antropologic medieval cu repertorii și valorificări.....	191
11.5. Note și referințe bibliografice.....	198
<b>CAPITOLUL 12 - Timpul viu și cel suspendat al spațiului tradițional al satului românesc – elemente profund originale în programe de turism cu impact național și european.....</b>	<b>200</b>
12.1. Introducere .....	200
12.2. Timp și calendar.....	201
12.3. Timpul și calendarul satului românesc .....	204
12.4. Calendarul viu și suspendat al satului pastoral românesc – o sinteză a filosofiei timpului petrecerii ocupațional-tradiționale și a religiozității românești .....	207
12.5. Timpul suspendat al sărbătorilor – sursa unor programe turistice pastorale originale .....	211
12.6. Note și referințe bibliografice.....	213
<b>CAPITOLUL 13 - Marketingul produselor turistice rurale .....</b>	<b>215</b>
13.1. Analiza SWOT .....	215
13.2. Mixul de marketing – Analiza celor 7P .....	216
13.3. Produsul turistic rural.....	217
13.4. Prețul produsului turistic rural.....	218
13.5. Distribuția produsului turistic rural .....	220
13.6. Promovarea produsului turistic rural .....	221
13.7. Note și referințe bibliografice.....	260

---

<b>CAPITOLUL 14 - Turism rural sustenabil și un instrument al evaluării dezvoltării turistice durabile.....</b>	<b>261</b>
14.1. Indicele dezvoltării umane – măsură a durabilității dezvoltării.....	261
14.2. Determinarea concretă a unui indice de dezvoltare durabilă a turismului .....	268
14.3. Note și referințe bibliografice.....	274



## CAPITOLUL 1 - Turismul rural și agroturismul în țările central, est europene și în alte țări ale lumii

„Cine nu se lenevește, aur și-n piatră găsește!”  
proverb popular

Societățile Europei Centrale și de Est conțin numeroase și diverse culturi, care prezintă o multitudine de oportunități pentru generațiile noi de turiști cu venituri mari. Impactul negativ al schimbărilor în sfera politică și economică este, de multe ori, foarte semnificativ pentru ariile rurale ale regiunii. Dar se creează împrejurări favorabile pentru ca atracțiile rurale să devină o resursă de bază pentru turismul organizat și susținut de către întreprinderile locale private.<sup>1</sup>

Călăritul din plăcere datează încă din zilele Austro-Ungariei. În Slovenia o adevărată industrie s-a format în jurul turismului datorită hergheliei din Lipizza, faimos pentru creșterea și aprovizionarea „Școlii Spaniole de echitate de la Viena” cu cai Lipițani încă din anul 1580. Ture de călărit sunt disponibile în Ungaria încă din anii 1980, și în Polonia din anii 1990.<sup>2</sup> Recent numeroasele poteci și cărări existente în regiune destinate călăritului au fost completate cu îmbunătățiri privind sistemul de informare turistică, și aprovizionarea pensiunilor locale cu modalități de cazare de genul *pat-și-mic dejun*. În Slovacia în anul 1992, Ministerul Agriculturii a întocmit programul de dezvoltare a turismului rural sub titulatura *Conceptul dezvoltării turismului rural*, care include toate cele treisprezece regiuni ale Slovaciei. În anul 1994 în mediul rural au fost asigurate 5.678 locuri de cazare.

Mai mult, recunoașterea „ecoturismului” și „turismului-verde” ca fiind generatori ai produselor fabricate după preferințe s-a schimbat în mod accentuat în favoarea sprijinirii dezvoltării comunității în privința suportării economiilor și culturii locale, precum în lucrarea agenției ARVI despre dezvoltarea rurală în Slovacia.

### 1.1. Turismul rural din Polonia

În Polonia, turismul are tradiție încă din secolul al XIX-lea. Din anul 1990 acesta a fost o parte a politicii naționale a statului pentru susținerea familiilor din zonele rurale care trebuiau să se acomodeze schimbărilor generate de restructurarea economică.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Roberts L., Hall D., *Rural Tourism and Recreation, Principles to Practice*, CABI Publishing, UK, 2003, p. 46

<sup>2</sup> Williams A., Shaw G., *Tourism & Economic Development, European Experiences*, John Wiley & Sons Ltd., 1998, p. 352

<sup>3</sup> Roberts L., Hall D., *Rural Tourism and Recreation, Principles to Practice*, CABI Publishing, UK, 2003, p. 150-151

Cele mai importante resurse, considerate foarte valoroase pentru dezvoltarea turismului rural al Poloniei sunt modul de viață rural autentic cu o agricultură tradițională, mediul înconjurător bogat și nepoluat, calitatea superioară a mâncării și ospitalitatea populației, și este estimat că 65% din Polonia corespunde criteriilor de dezvoltare a turismului rural.

Recunoașterea importanței turismului rural încă din anii 1930, a condus la organizarea cursurilor de pregătire a gospodinelor fermiere privind serviciile de găzduire, deservire, și altele, primul ghid pentru familiile fermiere privind primirea turiștilor fiind publicat în 1937. După 1945 această „industrie” a continuat, rămânând la fel de importantă pentru economie. Totuși, situația anilor 1990 a fost ca un imbold pentru întoarcerea turismului rural spre statutul de altădată, împreună cu turismul fermier. Astăzi, caracteristicile lui sunt calitatea înaltă a cazărilor și nivelul serviciilor oferite. Chiar dacă turismul rural are o pondere mică pe piața turismului Poloniei, autoritățile locale și guvernamentale îl consideră un factor important în dezvoltarea durabilă a turismului pe viitor. Având un nivel al productivității destul de scăzut, totuși suprafețele rurale ale țării ocupă o poziție importantă în strategiile de dezvoltare ale turismului privind obiectivele de lungă durată.

În Polonia există circa 3.000 de sate turistice din care 200 au o activitate deosebită. Dezvoltarea într-o asemenea măsură a acestei forme complementare de cazare se datorează și faptului că baza materială tradițională nu a putut satisface solicitările tot mai numeroase ale turiștilor.<sup>1</sup>

Prin promovarea satelor turistice respective în Polonia se realizează asigurarea condițiilor necesare pentru ca un număr cât mai mare de turiști să-și poată petrece vacanța în condiții avantajoase, contribuind totodată la descongestionarea centrelor turistice supraaglomerate și la completarea capacității de cazare.<sup>2</sup>

Statul polonez încurajează promovarea turismului rustic, sprijinind locuitorii care pun la dispoziția turiștilor spații de cazare, prin acordarea de credite la banca agricolă sau prin casele de economii. De asemenea locuitorii satelor turistice sunt degrevați de unele impozite asupra veniturilor realizate din serviciile turistice.

În cele 200 de sate turistice cu activitate deosebită sunt peste 20.000 de locuri de cazare, iar coeficientul de utilizare a acestora este foarte ridicat, existând o ocupare de 100% în lunile de vârf și de 60 - 65% în extra-sezon.

Cazarea turiștilor în mediul rural polonez<sup>3</sup> a început în urmă cu peste 3 decenii, deoarece baza de cazare din centrele turistice de stat care erau supraaglomerate nu putea satisface cererea de cazare a turiștilor străini și autohtoni. Pentru omologarea și valorificarea satelor turistice se urmăresc, în mare, următoarele:

1. existența inițiativei locale pentru crearea unor sate turistice care trebuie să îndeplinească unele criterii minimale: peisaje naturale plăcute, climat favorabil, căi de acces corespunzătoare, condiții bune de cazare, masă, agrement și sanitare;

---

<sup>1</sup> Glăvan, V., *Turism rural, agroturism, turism durabil, ecoturism*, Editura Economică, București, 2003, p. 75

<sup>2</sup> Mitrache Șt., *Agroturism și turism rural*, Editura Fax Press, 1996, p. 73

<sup>3</sup> Crăciun, Ș., *Agroturism*, Editura Mirton, Timișoara, 1997, p. 53

2. analiza cererilor comitetelor de inițiativă locală de către inspectori ai Centrului de Informație din Varșovia, pentru a stabili încadrarea într-o anumită categorie de confort, după care urmează ca satele atestate să funcționeze pe baza unui act normativ emis de Departamentul de Turism;

3. în planul local de activitatea turistică răspund un deputat sau un salariat al primăriei, ca reprezentanți ai comitetului de inițiativă locală. La ajutorarea acestei activități contribuie și unele organizații locale, ca de pildă Asociația Tinerilor Țărani;

4. sejurul în aceste case se poate face direct prin relațiile turiști - gazde sau prin mijlocirea unui birou de turism local (care nu percepe comisioane pentru aceste intermedieri);

5. satele dispun de tăblițe indicatoare, iar casele turistice au o emblemă specifică;

6. promovarea satelor turistice se face prin publicarea oferită de presă, radio, reviste, televiziune, pliante și broșuri informative.

Practicarea acestui tip de turism este sprijinită de către stat prin credite preferențiale, acordate de Banca Agricolă, de Casele de economii, pentru dezvoltarea gospodăriilor cuprinse în circuitele turistice. Locuitorii din satele turistice, care oferă servicii turistice sunt, de asemenea, degrevați de unele impozite rezultate din activitățile turistice.

În Polonia, prin programul TOURIN II<sup>1</sup> inițiat în anul 1996 de Administrația de Stat pentru Turism și Sport și finanțat Phare de UE, s-a urmărit realizarea unei Strategii de Dezvoltare a Turismului Rural, care are ca obiective:

- dezvoltarea turismului rural ca o alternativă la turismul clasic;
- identificarea arealelor rurale propice pentru dezvoltarea turismului rural;
- susținerea inițiativei rurale și a cooperării dintre sectoarele public și privat în dezvoltarea turismului rural;
- protejarea mediului și a culturii locale în spațiul rural;
- promovarea strategiilor de marketing, crearea de centre de informare turistică, pregătirea forței de muncă locale, crearea de centre model pentru turismul rural, odihnă, recreere.

## 1.2. Turismul rural în Ungaria

Turismul rural în Ungaria<sup>2</sup> se împarte în șapte zone principale:

- *Transdanubia de Vest* aflată la poalele munților Sopron și Koszeg, și este cea mai verde parte a țării. La lacul Fertő se află un parc național în care sunt o mulțime de specii de păsări și animale protejate;

- *Transdanubia Centrală* este renumită prin tradiția culturii vinurilor. În munții Gerecse și Vertes găsim cel mai mare lanț de cetăți de apărare din Ungaria;

- *Transdanubia de sud* se află la poalele munților Mecsek și Villány și se caracterizează printr-o vegetație submediteraneană;

<sup>1</sup> Glăvan, V., *Turism rural, agroturism, turism durabil, ecoturism*, Editura Economică, București, 2003, p. 109

<sup>2</sup> [www.hungarytourism.hu](http://www.hungarytourism.hu)