

AGROTURISMUL – FACTOR DE DEZVOLTARE A SPATIULUI RURAL

AGROTOURISM – DEVELOPMENT FACTOR OF THE RURAL AREA

P. MAGAZIN¹, G. ȘTEFAN¹, D. DONOȘĂ¹, C. DIACONU²

¹U.S.A.M.V. Iași, ²D.G.A.D.R. Bacău

Lucrarea propune o privire asupra modului în care agroturismul prin funcțiunile sale contribuie la dezvoltarea spațiului rural.

Una dintre orientările fundamentale ale economiei moderne este dezvoltarea și diversificarea serviciilor. În cadrul acestora agroturismul trebuie privit ca o activitate economică, aducătoare de venituri complementare pentru gospodăriile rurale, în sensul valorificării potențialului economic al acestora, prin activitățile de găzduire și de valorificare a produselor proprii și locale.

Agroturismul trebuie considerat un element economic, generator de locuri de muncă și factor dinamizator al așezărilor rurale, respectiv determină creșterea economică.

Schimbările structurale ale economiei produc grave constrângeri zonelor rurale, mai ales acolo foarte dependente de agricultură. Asemenea zone există în cele mai multe țări europene. În aceste zone profiturile fermelor sunt în descreștere, creșterea șomajului duce la un exod al forței productive și deci la dezechilibru demografic. Liderii și autoritățile locale sunt în căutarea unor acțiuni inovatoare care să rezolve problemele acestor zone și să sprijine astfel binele populației rurale (Gannon, 1994). Răspunsul la această chestiune este abordarea pe mai multe sectoare pentru dezvoltarea zonelor rurale, abordare încurajată colectiv în ultimii ani (Snowdon, 1998). În eforturile sale de a rezolva problemele cu care se confruntă zonele rurale și să schimbe tendința de depopulare, datorată mai ales slăbirii agriculturii, Uniunea Europeană a elaborat un cadru de sprijin și dezvoltare rurală integrată. Astfel, a promovat politici care să întărească apariția de noi activități economice în zonele rurale, iar între **ele agroturismul ocupă o poziție importantă.**

Dezvoltarea agroturismului ca o afacere socio-economică și de mediu, pare a fi un mijloc de adaptare la cerințele de restructurare ale Uniunii Europene (Garcia-Ramon, 1995), în timp ce, pe de altă parte, prin funcțiunile pe care le îndeplinește (economică, de mediu, culturală și recreativă), reprezintă și o provocare pentru viitorul mediului rural.

Din studiile efectuate până în prezent, puține ca număr și modeste în conținut, nu rezultă dacă turismul rural poate constitui în mod cert un sâmbure de dezvoltare și trebuie inclus ca strategie în dezvoltarea

economică. De asemenea, întrucât se practică la scară mică (în majoritate aparține gospodăriilor țărănești), marii investitori, inclusiv statul, sunt sceptici în a-și plasa capitalul pentru dezvoltarea acestei forme de turism. Pe de altă parte, din informațiile care provin din zonele agroturistice, rezultă că această formă este în mod cert aducătoare de profit. Mai mult chiar, unele studii atestă faptul că în cazul stabilimentelor turistice, inclusiv cele agroturistice, raportul beneficiu-cost este mai favorabil decât în cazul celor neturistice. Asemenea concluzii au fost prezentate și în cadrul Seminarului Internațional de Agroturism și Turism Rural din septembrie 2000, care s-a desfășurat la Perugia, Italia. La acest seminar, atât reprezentanții țărilor cu tradiție în practicarea turismului, inclusiv a agroturismului, cât și cei din țările în care turismul este abia la începuturile sale, s-au pronunțat net în favoarea agroturismului.

Din lucrările prezentate se poate desprinde o concluzie generală și anume că definirea opțiunilor cu privire la remodelarea și dezvoltarea comunităților rurale constituie în toate țările europene o problemă ce nu poate fi separată de concepția strategiei generale de dezvoltare a economiei rurale în care agroturismul ca activitate economică ocupă un loc prioritar.

Agroturismul reprezintă în același timp o măsură care asigură locuri de muncă pentru populația rurală, contribuind astfel la stoparea exodului către urban, respectiv la stoparea depopulării unor zone rurale. Există însă păreri contradictorii în legătură cu dezvoltarea agroturismului. Așa, spre exemplu, la argumentul că agroturismul se practică în zone nepopulate, se contraargumentează că prin extinderea lui va avea loc poluarea mediului; la argumentul că agroturismul necesită investiții mici, se contraargumentează că și veniturile sunt mici în comparație cu cele obținute în unități de mari dimensiuni, bazate pe investiții mari; la argumentul că agroturismul este generator de locuri de muncă, se contraargumentează că angajarea este sezonieră, incertă etc.

Având în vedere cele de mai sus, putem afirma că aspectele respective reprezintă tot atâtea cauze care determină pe marii investitori să manifeste rețineri în această activitate. În general, în lume, agroturismul se practică din inițiativa micilor fermieri agricoli și numai în zona care îndeplinește condițiile necesare.

Un argument suprem în practicarea turismului rural, inclusiv a extinderii lui, îl reprezintă faptul că spațiul rural se restrânge tot mai mult ca urmare a dezvoltării activităților neagricole, iar cetățenii manifestă tot mai mult dorința (necesitatea) de a petrece timpul liber într-un mediu nepoluant.

Turismul integrat în zonele și localitățile rurale reprezintă o alternativă de a rezolva, în același timp, probleme ce privesc, pe de o parte, satul, iar pe de altă parte orașul. Prin turism rural se vor putea rezolva probleme ale politicii amenajării teritoriului, ale echilibrului oraș-sat, conturându-se astfel o schimbare socială ce oferă posibilitatea populației

de la oraș să-și regăsească rădăcinile, valorile culturale, destinderea fizică, liniștea și calmul pierdute sau uitate.

În țările Uniunii Europene, turismul rural nu este un fenomen nou. De-a lungul timpului, pentru majoritatea țărilor U.E. – timpul însemnând câteva decenii – cazarea turiștilor s-a practicat de o manieră mai mult sau mai puțin spontană ori organizată.

Noul în acest domeniu se manifestă prin expansiunea fenomenului turistic în spațiul rural. Această expansiune se explică, pe de o parte, prin relansarea dezvoltării regiunilor rurale și, pe de altă parte, prin diversificarea formelor de practicare a turismului de masă. De aceea, țările U.E. înscriu turismul în cadrul politicilor de dezvoltare locală pe viitor, sub denumirea specifică de turism rural.

Turismul rural și agroturismul sunt activități economice complexe, cu o largă sferă de cuprindere, care pun în evidență, printr-un mecanism propriu, circulația turistică rurală. Căutarea mediului rural pentru odihnă și recreere este o tendință generală în practica mondială a turismului. Venind în întâmpinarea acestei tendințe, numeroase organizații de turism, lucrative sau obștești, din diverse țări europene se preocupă, de mai mulți ani, de organizarea și instituționalizarea turismului în spațiul rural.

Astfel, în țările cu un grad ridicat de urbanizare și industrializare a apărut necesitatea de a recrea sau crea ambiantul rustic-rural sub multiple forme: sate de vacanță, ferme de vacanță, sate club sau pentru tineret, stațiuni rurale de odihnă, precum și satul turistic care, în ultimii ani, deține un loc prioritar.

Dezvoltarea turismului rural apare ca o consecință a restrângerii mediului natural în condițiile urbanizării planetei, a poluării, a aglomerației umane, a stresului fizic și psihic specifice unei existențe moderne. Astfel, turismul rural poate fi considerat ca o terapie necesară pentru relaxarea și „reîncărcarea bateriilor” omului modern, într-un spațiu adecvat și plăcut și la un preț rezonabil.

Organizarea și conducerea adecvată a unei afaceri în turismul rural presupune:

- planificarea – identificarea a ceea ce vrei să obții;
- organizarea – punerea planului în practică;
- conducerea – celor ce trebuie să execute planul;
- controlul – asigurarea că lucrurile au fost făcute conform planului.

Fiecare funcție este importantă, dar dacă neglijezi planificarea, este puțin probabil să le îndeplinești eficient pe celelalte trei, nefiind siguri pe scopurile finale propuse. De multe ori întreprinzătorii vor să intre direct în acțiune și se apucă de lucrurile mai concrete, cu rezultate vizibile pe termen scurt, cum ar fi organizarea și conducerea. Planificarea reprezintă însă o piatră de hotar, fără de care celelalte activități se pot dovedi în final doar eforturi inutile. Întreprinzătorii consideră de multe ori că planificarea este o activitatea prea dificilă, ține de un anumit centralism al economiei,

de aceea este deseori ocolită. Diferența dintre ceea ce dorim să facem și ceea ce facem cu adevărat este de multe ori considerabilă. Mulți factori externi, nefavorabili, pot împiedica ca cele mai bune intenții să devină fapte.

Rezultând cele de mai sus, necesitatea planificării apare din următoarele patru întrebări:

1. Unde sunt acum?
2. Unde aş dori să fiu?
3. Cum o să ajung acolo?
4. Cum voi ști că am ajuns acolo?

Un plan de afaceri bun îi ajută pe manageri și întreprinzători:

- să înțeleagă poziția curentă a agentului economic pe piață și în raport cu concurența;
- să stabilească obiective realiste pentru afaceri;
- să identifice resursele și obstacolele și să stabilească strategiile pentru a rezista;
- să-și îmbunătățească experiența profesională și cunoștințele;
- să supravegheze și să controleze realizarea performanțelor întreprinderii și să ia măsuri colective când realizarea obiectivului e în pericol;
- să obțină fonduri;
- ajută pe cei din afară: finanțatori și investitori.

Având în vedere aceste considerații, planurile de afaceri se adresează unui public specific:

- manageri - care doresc informații detaliate pentru fundamentarea deciziilor;
- finanțatori și investitori – care doresc să cunoască perspectivele afacerii;
- proprietari – care doresc să încaseze dividende și sunt interesați de bunul mers al întreprinderii;
- alții – interesați din diverse motive cum ar fi: furnizori, cercetători, mass-media, etc.

Pentru ca un plan de afaceri să aibă un impact pozitiv asupra publicului țintă, acesta trebuie să cuprindă date și informații relevante, precise și oportune privind afacerea, produsele, serviciile, tehnologia, preț, concurența și mediul de funcționare, calitatea și suficiența resurselor, punctele forte și slabe ale afacerii.

Analiza financiară este parte a oricărui plan de afaceri și:

- indică modul în care se va plăti pentru strategiile alese, pentru opțiuni și pentru activități și realizează proiecția performanțelor financiare și a stării societății comerciale;
- indică dacă și în ce măsură societatea comercială poate să satisfacă așteptările proprietarilor în perioada de realizare a planului.

Analiza financiară trebuie să-i convingă pe investitori că este suficient de sigură pentru a obține finanțarea necesară, aceștia, ca și băncile, fiind conduși de anumite condiții și elemente de prudență financiară, în funcție de care ei evaluează cererile de finanțare.

Procesul de conducere a unei activități economice din turismul rural, trebuie să țină neapărat cont de obiectivele analizei financiare a agentului economic și anume:

- reducerea riscului prin planificare cum ar fi: penuria de lichiditate, împrumuturi exagerate, prudență exagerată față de împrumuturi, luarea prin surprindere de evenimente, etc.;
- rezolvarea unor situații neprevăzute: dezastre naturale, servicii superioare calitativ din partea concurenței, etc.;
- reducerea costurilor de finanțare: dobânzi, comisioane, în special al costurilor de finanțare pentru rezolvarea situațiilor neprevăzute;
- obținerea de fonduri externe agentului economic, pentru investiții în domeniu sau pentru capital circulant care să mențină agentul economic în “viață” până ce va încasa venituri pentru serviciile prestate.

Crearea unei infrastructuri turistice este poate elementul cel mai costisitor, dar se poate realiza fără exagerări, fiind de folosință îndelungată, cu efecte și în sensul evitării altor categorii de investiții, mai scumpe și mai periculoase pentru mediul înconjurător.

Totodată turismul rural poate fi impulsul dezvoltării unei adevărate mici industrii adiacente cum ar fi: meșteșuguri, artizanat, ce valorifică superior resursele locale, încărcându-le cu valoare adăugată. Pot renaște meserii aproape uitate, se dezvoltă ateliere locale, deci se creează noi locuri de muncă pentru oameni care cel mai adesea sunt și artizani și agricultori, ceea ce este liniștitor.

Turismul rural și turismul în general reprezintă un fenomen caracteristic civilizației actuale, una din componentele majore ale vieții economice și sociale. Turismul rural are ca obiect o producție și un consum de bunuri și servicii, care concurează la satisfacerea nevoilor turiștilor. Cuprinde o serie de activități cum ar fi: furnizarea de informații utile, comercializarea de vacanțe, efectuarea unor prestații: transport, cazare, alimentație, agrement, tratament, etc.

Turismul are efecte benefice și asupra nivelului de calificare și instruire a forței de muncă. Lucrătorul din turism, fie cel din cadrul unei agenții, hotel sau pensiune agroturistică trebuie să aibă un orizont turistic, cultural, științific larg, să cunoască o limbă străină, să știe să recomande un produs turistic, să știe să alimenteze cererea, să se impună ca un tip plăcut societății din care face parte.

Toate cele expuse ilustrează poziția importantă a turismului rural în structura necesităților economice și rolul său activ în procesul de dezvoltare și modernizare a economiei locale și naționale.

Bibliografie

1. **Buciuman, E. (1999)**-*Economie rurală*, Ed. SSA Alba Iulia
2. **Gavrilescu, D. (1998)**-*Economii rurale locale-dimensiuni și perspective*, Ed, AGRIS, București
3. **Mitrache, Șt. (2000)**-*Dezvoltare durabilă rurală*, Ed. Planeta București
4. **Rey, R. (2001)**-*The Romanian Carpathians, pag.29-40, Carpații României-MAAP*, Ed. Agris, București
5. * * * – Romania: A strategies for the tranzition in agriculture moin report. Joint Romain International team, vol. 6, 1994
6. * * * – Colecția revistei Tribuna Economică