

În momentul de față, atât în țara noastră cât și în Uniunea Europeană – dar și într-un număr important de țări de pe întreg mapamondul – turismul rural se numără printre cele mai dinamice forme de călătorie, rezultat al avantajelor pe care le oferă deopotrivă turiștilor și comunităților gazdă.

Turismul rural și agroturismul presupun petrecerea unui sejur în cadrul unei comunități locale rurale, respectiv într-o gospodărie agricolă. Turiștii apreciază: petrecerea vacanțelor într-un mediu nepoluat, puțin transformat, divers; apropierea față de tradițiile și cultura locală; trăirea unor experiențe inedite; evitarea aglomerației specifice turismului de masă și formelor specifice ale acestuia. Interferența zonelor rurale cu areale geografice montane sau de litoral permite practicarea unor activități recreative foarte variate, sporind atractivitatea vacanțelor. Turistul poate fi implicat mai mult sau mai puțin în activitățile tradiționale ale respectivei zone sau gospodării. Astfel, el poate participa la recoltarea strugurilor, la mulsul oilor sau la culesul merelor, adevăratul agroturism desfășurându-se în gospodării care se apropie cât mai mult de arhitectura și modul tradițional de viață din zonă.

Pentru comunitățile-gazdă ale turismului rural, acesta se constituie ca o alternativă la declinul activității agricole, stimulând dezvoltarea economică și diminuând procesul de depopulare a zonelor prin valorificarea resurselor locale, prin creșterea veniturilor individuale și colective, prin ocuparea mai bună a forței de muncă, prin încurajarea antreprenoriatului etc.

Zonele rurale sunt bogate în diversitate ecologică și culturală. Dimensiunea și complexitatea comunităților rurale fac dificilă generalizarea în ceea ce privește problemele sau valorile, chiar dacă există unele caracteristici comune. Pentru mult timp în existența lor, comunitățile rurale s-au bazat pe abundența resurselor naturale. Dar, în secolul 20, marile schimbări tehnologice, politice și economice au adus o profundă transformare în agricultură, precum și alte resurse industriale reînnoibile, fapt ce a condus comunitățile rurale la dependență față de acestea.

În ciuda acestor schimbări, există încă destul de multe motive de optimism. Pentru zonele rurale, ritmul rapid al schimbării a adus cu el nu numai provocări, ci și, în egală măsură, ocazii favorabile. În unele direcții, dezvoltarea durabilă ajută să se realizeze schimbarea care este inevitabilă – în contextul unui mediu economic responsabil din punct de vedere al mediului înconjurător și echitabil din punct de vedere social. Comunitățile cu cel mai mare succes luptă să folosească valorile și abilitățile locale simultan cu adaptarea și adoptarea noilor idei și tehnologii în plan local.

Demersul științific al cărții de față se adresează atât turistului, cât și antreprenorului, reușind să facă trecerea de la tradiție la oferta comercială, respectiv la produse turistice „cu adevărat unice”, viabile pe termen lung, care să bucure inima oricărui turist care optează pentru produsele oferite de antreprenorii din România.

ARGUMENT	VII
RECENZIE ȘTIINȚIFICĂ	IX
SCIENTIFIC REVIEW	XIII
TABLE OF CONTENTS	XXI
CAPITOLUL 1 - Turismul rural și agroturismul în țările central, est europene și în alte țări ale lumii	1
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
CAPITOLUL 2 - Turismul rural și agroturismul în Europa Occidentală	14
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
CAPITOLUL 3 - Teorii economice rurale și statistici ale satului românesc	28
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
CAPITOLUL 4 - Spațialitate și mitologie, sacru și creștin în satul românesc – elemente distinctive ale unor programe turistice potențiale	49
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 repere 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
CAPITOLUL 5 - Turismul în zonele rurale românești	73
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
CAPITOLUL 6 - De la tradiție la oferta comercială. Destinații de vacanță în zonele rurale	90
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
CAPITOLUL 7 - Agroturism în economia de piață	113
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 antreprenariat	130
7.7. Note și referințe bibliografice	131
CAPITOLUL 8 - Semnificații distincte și tendințe specifice ale șeptelului din gospodăria țăranului român – impactul turistic al relației dintre țăran și animal	133
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 țăran și animal, edificatoare pentru impactul turismului rural contemporan	137
8.4. Note și referințe bibliografice	142
CAPITOLUL 9 - Specificitatea ecologică a alimentației rurale tradiționale	144
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
CAPITOLUL 10 - Lemnul și semnificațiile sale multiple în ruralitatea românească – resurse ale unui turism cultural comunitar	157
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
CAPITOLUL 11 - Muzeul satului și al țăranelor, două epopei și doi corifei.....	173
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 pălpâitoare a satului tradițional românesc și a nicicând efemerei sale vetre de taină	186
11.4. Un alt muzeu al întoarcerii în timpul opus dar conexe satului: curțile domnești și boierești – un program turistic antropologic medieval cu repertorii și valorificări.....	191
11.5. Note și referințe bibliografice.....	198
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.....	200
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
CAPITOLUL 13 - Marketingul produselor turistice rurale	215
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

CAPITOLUL 14 - Turism rural sustenabil și un instrument al evaluării dezvoltării turistice durabile.....	261
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

TABLE OF CONTENTS

CHAPTER 1 – RURAL TOURISM AND AGROTOURISM IN CENTRAL, EASTERN EUROPE AND OTHER COUNTRIES IN THE WORLD	1
1.1. Rural tourism in Poland	1
1.2. Rural tourism in Hungary.....	3
1.3. Rural tourism in Bulgaria	5
1.4. Rural tourism in USA.....	6
1.5. Rural tourism in China. Rural tourism enterprises	8
1.6. Rural tourism in Taiwan.....	10
1.7. Rural tourism in Malaysia	11
1.8. Rural tourism in Australia. Australian ecotourism and Undara project.....	11
1.9. The theme of new experiences	12
1.10. Notes and bibliography.....	13
CHAPTER 2 – RURAL TOURISM AND AGROTOURISM IN OCCIDENTAL EUROPE	14
2.1. Rural tourism in Germany	14
2.2. Rural tourism in Austria	16
2.3. Rural tourism in Italy.....	17
2.4. Rural tourism in Belgium	18
2.5. Rural tourism in Spain	19
2.6. Rural tourism in Portugal.....	21
2.7. Rural tourism in Finland	22
2.8. Rural tourism in Ireland	23
2.9. Rural tourism in France	24
2.10. Rural tourism in Iceland.....	26
2.11. Notes and bibliography.....	26
CHAPTER 3 – RURAL ECONOMIC THEORIES AND STATISTICS OF THE ROMANIAN VILLAGE	28
3.1. Introduction.....	28
3.2. The cultural model and the economic rural theories	30
3.3. Today’s rural economy in Romania.....	39
3.4. Notes and bibliography.....	46
CHAPTER 4 – SPACE AND MYTHOLOGY, SACRED AND CHRISTIAN IN THE ROMANIAN VILLAGE – ELEMENTS OF POTENTIAL TOURISTIC PROGRAMS	49
4.1. Introduction.....	49
4.2. Urban and rural mountain spaces – stability vs. nomadism and transhumance	52
4.3. Touristic rural programs, based on “ the path of the sheep”	57
4.4. The potential of a Romanian mythological tourism, of mountain rural origin.....	62
4.5. The need for statutory and architectural terms of reference regarding the pastoral epos in the Romanian mountains	66

4.6. Conclusions regarding touristic consequences on the village, focused on mythology, sacred and Christianity	69
4.7. Notes and bibliography.....	71
CHAPTER 5 – TOURISM IN THE RURAL AREAS OF ROMANIA	73
5.1. The Romanian village – a touristic product	73
5.2. Main motivations for choosing one destination or another.....	78
5.3. The surprising Romanian village, part of the cultural mix	81
5.4. The surprising Romanian village, part of the rural and urban mix	82
5.5. The hospitality of Romanian villages, promoter of the Romanian touristic offer	85
5.6. Notes and bibliography.....	89
CHAPTER 6 – FROM TRADITION TO THE ECONOMIC OFFER. TOURISM DESTINATIONS IN THE RURAL AREAS.....	90
6.1. Concepts	90
6.2. The evolution of tourism in the rural areas.....	95
6.3. The European tourism – short presentation.....	98
6.4. Types of rural tourism products used in Europe	99
6.5. Notes and bibliography.....	111
CHAPTER 7 – AGROTOURISM IN THE MARKET ECONOMY.....	113
7.1. Agrotourism, seen from an optimistic perspective	113
7.2. Principles and objectives of agrotourism.....	114
7.3. Specific characteristics of agrotourism.....	115
7.4. The analysis of tourism activities.....	118
7.5. A classification of guesthouses	123
7.6. Entrepreneurial exercises.....	130
7.7. Notes and bibliography.....	131
CHAPTER 8 – CHARACTERISTICS AND TRENDS OF THE ROMANIAN LIVESTOCK. THE TOURISTIC IMPACT OF THE LINK BETWEEN PEASANT AND ANIMAL.....	133
8.1. Introduction.....	133
8.2. Types of species, the results of animal domestication and tourists expectations	134
8.3. Connections between peasant and animal, crucial for today's rural touristic impact.....	137
8.4. Notes and bibliography.....	142
CHAPTER 9 – ECOLOGICAL CHARACTERISTICS OF TRADITIONAL RURAL MEALS.....	144
9.1. Introduction.....	144
9.2. Malthus and his solution to overcome the economical crisis – “moral restraint”	146
9.3. Our daily food	150
9.4. Some rural and touristic implications derived from ecological food	152
9.5. Notes and bibliography.....	156
CHAPTER 10 – WOOD AND ITS MULTIPLE MEANINGS IN THE RURAL ROMANIA – RESOURCES OF CULTURAL TOURISM	157
10.1. Introduction.....	157

10.2. The mix between crafts and the traditional religious part of the village	158
10.3. Elements of a specific touristic program for monasteries and hermitages situated south of the Carpathians, as main religious references for the rural areas of Romania.....	164
10.4. Notes and bibliography.....	172
CHAPTER 11 – THE PEASANT’S MUSEM AND THE VILLAGE MUSEUM – TWO ODYSSEYS AND TWO CORYPHEUS.....	173
11.1. Introduction.....	173
11.2. Ernest Bernea and the immortality of the “light chamber” atmosphere of the sociological Romanian school, in a fantastic museum, indispensable for rural tourism	174
11.3. Horia Bernea and The Peasant’s Museum or the indefinable miniature of the traditional Romanian village	186
11.4. Another museum for going back in time, different but connected to the village: king’s and noblemen’s courts – a medieval anthropologic touristic program	191
11.5. Notes and bibliography.....	198
CHAPTER 12 – ETERNAL AND SUSPENDED TIME IN THE ROMANIAN VILLAGE – ORIGINAL ELEMENTS PUT TOGETHER IN A PROGRAM WITH GREAT NATIONAL AND EUROPEAN IMPACT	200
12.1. Introduction.....	200
12.2. Time and calendar.....	201
12.3. The time and the calendar of the Romanian village.....	204
12.4. The eternal and suspended calendar of the Romanian pastoral village – a summary of methods for spending traditional and religious time	207
12.5. The suspended time of celebrations – the source of many pastoral programs.....	211
12.6. Notes and bibliography.....	213
CHAPTER 13 – TOURISTIC RURAL PRODUCTS MARKETING	215
13.1. The SWOT analysis	215
13.2. The marketing mix – analyzing the “7P”.....	216
13.3. The rural touristic product.....	217
13.4. The price of the rural touristic product.....	218
13.5. The distribution of the rural touristic product	220
13.6. Promoting of the rural touristic product	221
13.7. Notes and bibliography.....	260
CHAPTER 14 – SUSTAINABLE RURAL TOURISM, AN INSTRUMENT FOR EVALUATING SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT	261
14.1. The human development index, a measure for sustainable development	261
14.2. Determining a concise index for sustainable development in tourism	268
14.3. Notes and bibliography.....	274