

---

## **FORMS OF MODERN TOURISM IN TRANSYLVANIA**

**Ancuța-Maria Sigmirean Phd, Student, Technical University of Cluj Napoca**  
**Mircea Bădilă Phd, Student, Technical University of Cluj Napoca**

*Abstract: It is very important to know all the aspects related to the agritourism industry (economic, human, social, psychological) and all must be included in the effective management to bring profit and sustainability. Visiting protected areas can combine both profitability for SMEs (small and medium enterprises) and their contribution to conservation these areas, so harmony should be created between profit and social responsibility. The review of the natural resource and the human potential along with establishing the strategy for implementation of human resources policies or tactics to harness the resources of the region are the premises from which I started my doctoral work. In this paper, I deal only with the forms of tourism that can create attractive packages to achieve a long term project, intervention in the selection, recruitment, training and human resource development to provide services in our country, particularly in the tourism and travel industry. This paper considers several forms of modern tourism that would be beneficial for Transylvania and are suitable to be applied in small and medium enterprises (SME). The multicultural and anthropological specific (including ethnographic, folklore, gastronomic, religious, geographic, historical and especially organic aspects through virgin forests, natural resources, protected areas, rare ecosystems, fauna and flora of an impressive richness) are objective arguments to achieve an intelligent, long lasting and profitable valorization for our country.*

**Keywords: Human potential, natural potential, tourism modern packages, psiho-social approaches, strategy**

### **Introducere**

Pornind de la faptul că Transilvania este o regiune care dispune de o ofertă turistică variată, întrebarea care stă la baza lucrării de față este: Care sunt resursele și căile prin care se poate valorifica regiunea, în respectul naturii, cu obținerea de profit și cu un câștig durabil pentru țară?

Transilvania are o așezare geografică privilegiată în interiorul arcului carpatic și beneficiază de o ofertă naturală variată din punct de vedere turistic pe tot parcursul celor patru sezoane ale anului.

Din punct de vedere antropologic această arie este locuită încă de români, maghiari, sași, evrei, armeni, romi și este cel mai frumos creuzet etno-folcloric multicultural al țării. Bucătăria, obiceiurile, clădirile, satele, cetățile, bisericile, monumentele istorice, culturale, de arhitectură constituie obiective turistice interesante și demne de a fi exploatate în beneficiul locuitorilor și al turiștilor. Deși "exodul" din epoca ceaușistă a făcut ca o bună parte din locuitorii de etnie germană și evreiască să părăsească ținuturile natale, satele săsești au putut fi salvate și există și astăzi constituind o atracție turistică.

### **Forme de turism practicabile în Transilvania**

43% din populația României fiind angajată și subzistând din agricultură, oferta pentru turismul rural este evidentă prin aceea că obiceiurile, tradițiile, bucătăria și prelucrarea produselor agricole s-a păstrat la un nivel tradițional și pot constitui atracții turistice. Turismul rural poate fi practicat în Transilvania în zone deja consacrate. Astfel, în județul

Alba: Valea Arieșului, microregiunea Rimetea; județul Brașov, în care 51% din pensiunile regiunii se află în celebra regiune Bran, Zărnești, Moeciu, Fundata; județul Covasna: Micloșoara, Arcuș, Ilienii, Malnaș, Bixad, Tufalău, Cernat, Hătiuca, Biborțeni; județul Harghita: zona Zetea, apropierea lacului Roșu, lacul vulcanic Sf. Ana, Izvorul Mureșului, Tulgheș, Zetea, Vârșag, Joseni; județul Mureș: Sângeorgiu de Pădure, Lunca Bradului, Stânceni, Răstolița, Aluniș, Brâncovenesti, Deda, Ideciu, Batoș, Jabenița, Valea Gurghiului, Valea Nirajului, Eremitu, Câmpu Cetății, Târnavă Mare, Saschiz, Praid, Sovata; județul Sibiu: zona Mărginimii Sibiului și comuna Rășinari.

Din punct de vedere istoric oferta de vizitat este foarte bogată, astfel vestigii romane și cetăți medievale fac posibilă practicarea turismului cultural: cetăți medievale în Alba Iulia, Brașov, Făgăraș, Mediaș, Sibiu, Târgu-Mureș; cetăți fortificate: Sighișoara (parte a patrimoniului UNESCO), Târgu Secuiesc, Sebeș; biserici fortificate printre care: Biertani, Calnic, Prejner, Saschiz, Valea Viilor, Viscri sunt părți din patrimoniul UNESCO.

Turismul pentru sănătate. Din punct de vedere balneo-climateric, stațiuni ca Sovata, Praid, Covasna, Borsec, Lacu Roșu, Bazna sunt în zona studiată. Apoi, Târgu-Mureș fiind un centru universitar recunoscut și având centre de excelență medicală ca Centrul inimii, Universitatea de Medicină și Farmacie, beneficiază de cadre medicale și universitare deosebite. Având în vedere diferențele de cost substanțiale ale tratamentelor medicale între țara noastră și țările cu cea mai mare populație de români emigranți cum ar fi Spania, Italia, Germania, Regatul Unit, Franța, s-a putut observa pe timpul verii o afluență semnificativă de persoane care apelează la serviciile medicale de orice fel, dar mai ales stomatologie, cardiovasculare, reumatologie, de investigație și diagnostic, de geriatrie, ginecologie și altele (studiul s-a realizat pe un număr de 20 de cabinete, unități medicale și centre balneare în perioada verii, deci a concediilor de odihnă a celor ce muncesc în străinătate și care apelează regulat la aceste servicii).

Turismul ecumenic oferă o largă posibilitate de a cunoaște și afla despre religiile adoptate de locuitorii acestor locuri prin vizitarea bisericilor, a catedralilor creștine, a templelor mozaice, a caselor de cult neoreformate cu ocazia sărbătorilor religioase cu ajutorul unor pelerinaje și a unor tabere ecumenice în care tinerii să se cunoască reciproc, să se înțeleagă și să se apropie mai mult.

Turismul de afaceri și de teambulding. Îmbinarea fericită a odihnei cu munca poate fi realizată prin alegerea unor locații care să ofere cazare, spații de conferințe, simpozioane și posibilitatea unor activități de relaxare și de cunoaștere pentru personalul organizațiilor.

Turismul educativ este forma cea mai amplă care se adresează elevilor, studenților, cursanților care pot îmbina cunoașterea, cercetarea cu odihna și agrementul. Existența unor puternice centre universitare și deci a unui număr considerabil de studenți în domenii ca medicina, arta actorului, Academia de Muzică, Liceul de Artă, Facultatea de Geografie și Turism sunt tot atâtea nevoi de studiu în întâmpinarea cărora turismul prin IMM-uri poate veni cu oferte de tabere de lucru, școli de vară, workshopuri (ateliere), locații pentru schimburi de experiență cu studenții străini.

City break este o formă modernă, citadină de turism care este de scurtă durată, un sejur de 3-5 zile, la sfârșit de săptămână și care organizează un tur cuprinzător al principalelor

atracții turistice ale orașului vizitat alături de odihnă și recreere. Oferta cea mai inteligentă pentru City break pornește de la considerentul construirii unui pachet ideal cu o ofertă cât mai variată într-un timp foarte scurt. Aceste pachete cer măiestrie în a selecta evenimente și locuri interesante de vizitat în scurt timp și de aceea necesită o foarte bună organizare și o cunoaștere superioară a managementului timpului. Sunt esențiale transportul de la aeroport spre locul de cazare. Legăturile cu mijloacele de transport alternative, prevenirea întârzierilor și asigurarea de parcurs adecvată.

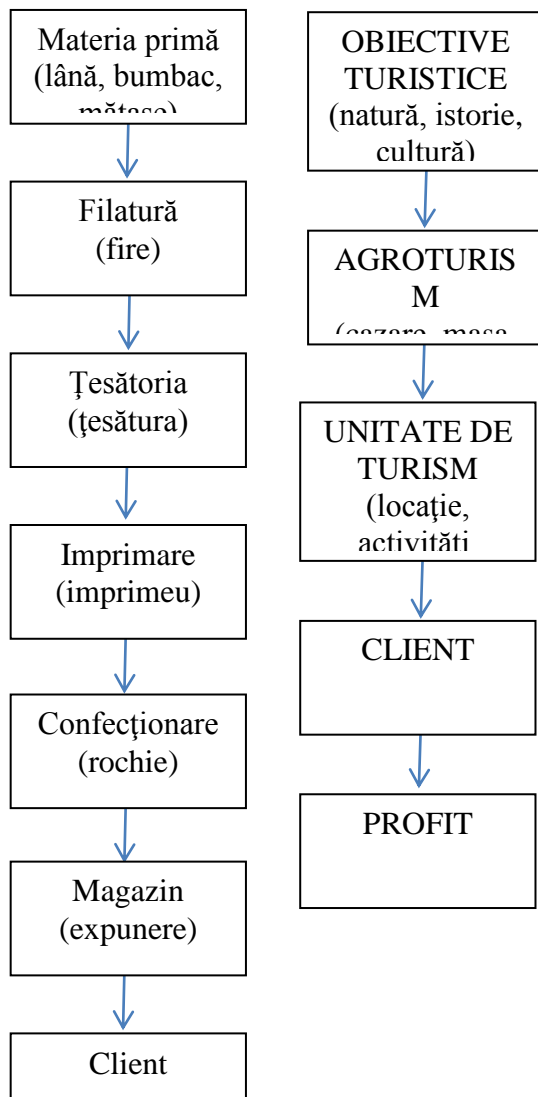
### **Pachete de turism**

Toate aceste forme de turism sunt posibile în aria cercetată și forme incipiente există deja. Oferta care se întrevide a fi profitabilă pe termen lung este sistematizarea și implementarea unor pachete bine structurate pe temele și formele de turism de mai sus, ținând cont de considerațiile de mai jos.

Nevoia de odihnă și refacere a vieții moderne se cere sincronizată cu posibilitățile economico-financiare ale grupului țintă. Admițând din start că regiunea studiată (cu mici excepții) nu poate oferi un turism de lux, cu atât mai puțin turismul practicat prin IMM-uri își propune așa ceva. Nu este de ignorat nici efectul crizei care duce invariabil la reducerea implicită a resurselor financiare alocate de potențialii turiști pentru recreere, relaxare, recuperare. De aceea oferta turistică se cere a fi ajustată judicios după principiul economic ”cu bani puțini, cât mai mulți posibil.” Este de evitat pericolul de a reduce oferta la ”supraviețuire”, ca ceva ieftin sau de proastă calitate. Există servicii care pot fi oferite la prețuri rezonabile, dar care să conțină nu costuri de nerecuperat, cât mai ales imaginație, fantezie, creativitate și preocupare pentru confortul turistului.

Lucrarea este realizată în spiritul managementului strategic prin propuneri de intervenții pentru optimizarea activității de turism prin crearea unor pachete destinate turiștilor, prin armonizarea diferențelor culturale (obiceiuri alimentare, religie, cutume și obiceiuri de socializare, diferențe de etate), neajunsuri și aspecte neprevăzute care pot reprezenta un feedback constructiv, întreținând profesionalismul și standardele de calitate și profit.

O decizie bună în prezent bazată pe previziune pregătește viitorul ținând cont de realitatea înconjurătoare iar planificarea conține cumulul de acțiuni ce evidențiază dorința firmei de a influența viitorul (Marian 2001). De aceea abordarea pe termen lung este importantă. Din punct de vedere strategic, în turism se poate aplica strategia de filieră, care vizează construirea unei dezvoltări progresive și cumulative pe o perioadă mai lungă de timp. Astfel, modelul din industria de confecții (Marian 2001) se poate adapta în cazul serviciilor turistice, după cum urmează, schematic:

**Tabel 1. Strategia de filieră, model în confecții adaptat la serviciile turistice**

Iată câteva propuneri de organizare utile:

1. Pachetul activ se va adresa acelor care doresc activități multiple, au dorința de a vizita și experimenta cât mai mult (indiferent de vârstă). Compoziție:
  - a. Odihnă (somm) 7-8 ore
  - b. Activități, excursii, vizite 10-12 ore
  - c. Transport, pregătire, mese 3-4 ore
2. Pachetul pasiv-activ se va adresa acelor care împart timpul egal între odihnă și activități. Compoziție:
  - a. Odihnă (somm) 8-9 ore
  - b. Activități, excursii, vizite 4-5 ore
  - c. Transport, pregătire, mese 9-10 ore
3. Pachetul pasiv se va adresa acelor care doresc cu preponderență odihnă și relaxare, deci sejur. Compoziție:

- a. Odihnă (somm) 9-10 ore
- b. Activități, excursii, vizite 3-4 ore
- c. Transport, pregătire, mese 9-10 ore

Un bun manager va face ofertele ținând cont de aceste trei categorii de așteptări, evitând nemulțumirile și plângerile ulterioare.

### **Armonizarea diferențelor culturale**

Un alt aspect important de luat în considerare este cerința firească dar paradoxală totodată și anume că turistul pleacă de acasă într-o explorare a ceea ce este altceva decât acasă-ul său, dar în același timp are nevoie de asigurarea necesităților sale care să nu-l sperie, care să-i fie familiare, accesibile și de înțeles, un altfel de acasă.

Evitarea șocului cultural, a neprevăzutului inacceptabil, a diferențelor culturale ireconciliabile se va face pornind de la câteva reguli de relaționare universale și unanim acceptate, astfel:

Cea mai vizibilă diferență culturală este obiceiul alimentar: compoziția meselor, structura și consistența lor, prepararea și gătitul alimentelor, ingredientele, cantitatea și calitatea acestora, interdicțiile, dietele, afecțiunile medicale. Propunerile mele în acest domeniu sunt doar modeste sugestii pentru a evita situațiile neplăcute, astfel o minimă cunoaștere obiectivă și din surse științifice ale obiceiurilor alimentare ale celor ce ne vor fi oaspeți presupune a ști câteva lucruri despre restricțiile alimentare corelate cu religia:

- ✓ În religia creștină postul ortodox diferă de postul catolic
- ✓ Există culte neoprotestante care evită carnea provenind de la animale cu copită despăcată (porc, mistreț)
- ✓ Musulmanii practicanți evită consumul de carne de porc și alcoolul; postul musulman este doar pe durata zilei, până la apusul soarelui.
- ✓ Evreii practicanți evită consumul de carne de porc și de asemenea consumul de carne și produse lactate la aceeași masă. Cei radical-ortodocși mănâncă doar cușer (cousher), adică doar carne provenind de la animale sacrificate ritual (într-un anumit fel). Hindușii refuză carnea de vită, considerând-o sacră.
- ✓ Budiștii sunt vegetarieni și consumă doar pește.

Alte restricții alimentare provin din considerații și convingeri nereligioase cum ar fi vegetarienii, ovolactovegetarienii, veganii și alte filosofi de viață care pot fi aflate cu discreție și respectate cu sinceritate, fără mirări, judecări și alternative scandaloase.

Există de asemenea obiceiuri alimentare specifice fiecărei culturi și pe care este obligatoriu a le cunoaște și respecta fără iritări sau dispreț. Nu tot ce este al nostru este bun, nu tot ce este al altora este rău.

Micul dejun (frugal, consistent, dulce, sărat). Se propune bufetul suedez – cel care are mare succes în turismul european prin posibilitatea alegerii și evitarea ”ciocnirilor culturale” care nasc atâtea nemulțumiri. S-a constatat că o ofertă variată de legume, cărnuri, paste, cereale, sucuri, ceaiuri, brânzeturi, fructe, pâine, cafea, lapte, unt acoperă toate cerințele enumerate mai sus. În cazul turismului rural acest lucru este cu atât mai posibil cu cât

bucătăria și gospodăria transilvane sunt foarte bogate și variate, acoperind toate gusturile. Cu excepția musulmanilor și a hindușilor, Transilvania este locuită de oameni aparținând unor culturi diverse.

Prânzul. Obiceiul locului este ca acesta să fie structurat ca masa principală a zilei (contrar altor zone din Europa) și are aperitiv – atât băutură tare, cât și preparate culinare, apoi supă sau ciorbă (aproape inexistente în vestul Europei), însoțite de vin – opțional, apoi felul principal – conținând carne, garnitură, salată, murături și apoi desertul urmat de cafea. Doar enumerarea felurilor, alegerea lor, consumul și siesta pot constitui o ”activitate” cu o durată de 3-4 ore. Societatea modernă, grăbită, tinde să înlăture prânzul trimitându-l fie spre micul dejun – ”brunch”, fie spre cină – ”supper”, ”soupé”, lăsând amiaza ocupată cu alte activități. Armonizarea cu aceste obiceiuri ține de profesionalismul și tactul întreprinzătorului IMM, de cunoașterea și înțelegerea, de acceptarea necondiționată și respectarea strictă a acestora. Hrănirea este o componentă a instinctului de supraviețuire, modelarea culturală a acesteia fiind foarte variată, de aceea trebuie ținut seama de ea ca de cel mai important lucru, fără a dori ca în câteva zile de sejur să schimbăm istoria, religia sau convingerile de viață ale celor care ne sunt oazești! Le oferim alternativa noastră cu toleranță, cu mândrie, dar și cu respectul celor care sunt diferiți de noi. În definitiv, turiștii vin să cunoască ținuturile, să le admire, să se bucure de diferențele de cultură și civilizație.

Cina. Viața modernă aproape că a transformat acest moment al zilei în bilanțuri de lucru. Foarte nesănătoasă această asociere, poate că ea ar putea să redevină momentul acela cald și liniștit al sfârșitului zilei în care grijile sunt puse la o parte și, în funcție de vârstă, începe relaxarea activă la tineri și cea mai meditativ-romantică la maturi și seniori. Aproape se poate identifica masa cu o activitate plăcută de relaxare prin muzică, dans, foc de tabără, concert, recital, lectură, baie sau orice activitate relaxantă.

O altă diferență culturală care poate pune probleme turiștilor sunt obiceiurile culturale de relaționare: salutul, transportul, așezarea la masă, traducerea semnificației unor gesturi, înțelegerea într-o limbă de circulație internațională.

Nu în ultimul rând, grija pentru ca cei care locuiesc împreună pentru un timp în minihotelul sau pensiunea unui IMM trebuie manifestată și prin aceea că cea mai mare diferență ”culturală” este cea cauzată de vârstă (de aceea grupurile eterogene, cu excepția familiilor, sunt cele mai greu de manageriat).

Armonizarea așteptărilor culturale, de odihnă, de relaxare sau divertisment ale tinerilor cu cele ale maturilor este o întreprindere foarte ambițioasă și cere un efort anevoios. Propunerea mea este de a selecta și propune pachete țintite pe segmente de vârstă fără discriminări, dar ținând cont de diferențele naturale ale aspirațiilor celor două mari categorii de vârstă. Astfel preponderența activităților și ofertelor de odihnă activă pentru tineri va avea și o contraofertă de liniște, odihnă și relaxare prin contemplarea naturii în cazul celor maturi. Distracție și party sunt noțiuni diametral opuse în cazul celor două categorii astfel ”sport extrem” înseamnă pentru tineri rafting, climbing, mountainbiking, eoliene și cășărie, pe când pentru seniori poate însemna o masă de cină prea copioasă, stropită cu țuică și vin. Profesionalismul întreprinzătorului IMM va avea grijă de a pune la dispoziție un evantai de activități potrivite vârstelor și mai ales va avea grijă ca cele două să se poată distra fără a intra ”în coliziune” prin zgomot, muzică la volum maxim, manifestări și cerințe diferite.



Armonia pe care o va căuta managerul unei unități de turism nu este una totală; în nici un grup, pentru că există diferențe, vor exista întotdeauna (de educație, afinități, gusturi, statut social, culturale) chiar în cadrul aceluiași segment de vârstă, dar este posibilă o armonizare de principiu prin informare transparentă asupra posibilităților existente, cât și asupra rigorilor și cerințelor minime de conviețuire. Un manager profesionist nu va lăsa ca diferențele să fie soluționate de la sine între oaspeți, ci va interveni cu tact pentru a preveni, media și aplana eventualele conflicte.

### **Feedback constructiv**

Scopul acestei întreprinderi este mulțumirea și satisfacția majorității posibile, de dorit 80-85%.

Necesitatea feedback-ului în activitatea de prestări de servicii în turism este una evidentă și de necontestat. Aflarea răspunsurilor la preocupările întreprinzătorului în turism se poate face pe două căi principale:

- Prin întrebări simple: ”V-a plăcut?”, ”Cum v-ați simțit?”
- În scris, prin chestionare simple și ușor de completat, aplicate turiștilor când pleacă sau prin notarea discretă a nemulțumirilor aflate incidental, a situațiilor apărute pe parcurs și prin dezbateră acestora cu personalul la sfârșitul fiecărui ciclu turistic.

Numai că simpla notare, chestionare și aflare a unor nemulțumiri sau sesizări nu este suficientă. Onestitatea și corectitudinea întreprinzătorului obligă și la asumarea propriilor erori, imperfecțiuni, disfuncții sau neglijențe pentru a le putea corija. Persistența în eroare nu va aduce mai mulți clienți, ci dimpotrivă.

Pentru mai multă eficiență propun o clasificare a aspectelor mai puțin plăcute și a neajunsurilor astfel:

1. Plângeri absurde
  - Despre costul serviciilor și nemulțumirea despre ofertă. Pentru a se evita acest aspect, transparența și afișarea la loc vizibil a normelor, cerințelor, reulilor, cât și a posibilităților și ofertei va scuti de neplăceri. Raportul calitate-preț să fie unul corect. Eventualele neînțelegeri să fie explicate cu amabilitate.
  - Despre personal – se va evita confruntarea, contrazicerea
  - Despre locație – așezare, climă, anotimp – se va ignora
2. Plângeri corecte, obiective despre servicii, cazare, masă, orar, cantitate, diversitate, calitate, igienă, liniște. Se vor da explicații sincere și se va promite că se vor face modificări și se va încerca ameliorarea imediată.
3. Plângeri despre partenerii de grup, subiective, impresii. Nu se va lua parte la ele! se va evita imixtiunea în orice controversă a grupului, cu neutralitate, tact, discreție. Se va evita escaladarea oricărui conflict prin a lua partea vreunui dintre membri în dispută. Se părăsește ”zona de conflict” și se intervine doar în violențe și agresiuni. Disputele de familie (soți, socri, copii) sunt tabu. Nici un comentariu, nici o sugestie, nici o idee, nici o intervenție.
4. Plângeri despre nevoi medicale – apel la 112

5. Plângeri despre nevoi specifice (diete, post, boli, restricții) – se ascultă și se respectă întocmai, se comunică discret colegilor pentru a nu sili oaspetele să repete zilnic constrângerile sale personale.
6. Dorințe de a schimba pachetul – se refuză cu blândețe dar ferm.
7. Dorințe peste cele precontractate – se ascultă și se analizează, apoi se comunică tariful suplimentar.

Personalul trebuie instruit în spiritul mândriei locale, cu toleranță pentru alte culturi, religii, obiceiuri, cu o minimă empatie și admirație pentru diversitate pornind de la câteva învățăminte general valabile:

- Frumosul este ceva relativ ( peisaj, cultură, obiceiuri)
- Clienții dificili sunt și ei oameni.
- Neutralitatea nu înseamnă nepăsare și nesimțire
- Regula de bază a succesului în servicii HO-RE-CA este aceea de a înțelege că operăm cu nevoile bazale umane, de aceea acestea nu pot fi negate, anulate, amânate, interpretate. Satisfacerea lor simultană, nu opțională, aduce succesul garantat (și se învață bisilabic din copilărie).

### **Discutii si concluzii**

Mâncare hrănitore, curățenie, igienă, somn, asistență, distracție, transport sunt condiții sine qua non și doar apoi culturalizare, destindere, relaxare, aventură, cunoaștere, relaționare, agrement și satisfacție.

Orice rabat, neglijență, eroare în domeniul serviciilor turistice poate avea consecințe neprevăzute și incalculabile. Lipsa igienei alimentare, intoxicațiile, accidentele, conflictele, sunt coșmarurile oricărui întreprinzător în turism. O bună organizare, o prevedere judicioasă și soluțiile prevăzute în regulamente și norme, în protocoale pentru situații dificile scutesc în bună măsură de neplăceri. Toate acțiunile sistematice, sistematice și raționale prin care se determină politicile de viitor ale firmei țin cont de modificările din mediul intern și extern al întreprinderii, date primordial pe baza cărora se clădește teoria și algoritmul managementului strategic, componentă fundamentală a științei conducerii (Marian, 2001). Să nu inventăm roata, să ne inspirăm din modele consacrate cum ar fi agroturismul italian, francez, spaniol, turismul rural, ecumenic, studențesc, pentru vârsta a treia practicat în țări cu tradiție.

Cu convingerea că țara noastră este înzestrată suficient de natură și istorie și că poate practica orice fel de turism modern, îmi închin teza de doctorat studierii specificității acestuia în Transilvania.

### **REFERENCES:**

- Anastasiu, L. (2013) Particularitățile managementului resurselor umane în IMM-uri, Editura UTPRESS, Cluj Napoca
- Armstrong, M. (2003) Managementul resurselor umane, Editura Codecs, București
- Cole, G.A., (2000) Managementul personalului, Editura Codecs, București, 2000
- Georgescu, MA. (2011) Etica între teorie și acțiune, Editura Universității "Petru Maior"



- 
- Marian, Liviu (2001) Strategii manageriale de firmă, Editura Universității ”Petru Maior”
- Pastor, I. (2007) Managementul resurselor umane, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
- Pastor, I. (2007) Managementul resurselor umane, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș
- Radu, P. (2004) Potențialul uman al firmei, Editura Polirom, Iași, 2004
- Roșca, C. (2005) Resurse Umane, management, strategii, politici, Editura Universitaria Craiova, Craiova
- Simonds, D. (2008) Proiectarea și livrarea programelor de training, Editura Codesc, București
- Vlăsceanu, M. (2003) Organizații și comportament organizațional, Editura Polirom, București
- Wittezaele, JJ. (2003) L'homme relationel, Edition du Seuil, France