

TURISM ALTERNATIV ÎN SUDUL LITORALULUI ROMÂNESC

Alternative Tourism on the Southern Romanian Littoral

Eregep Erdem-Yuneis
eregeperdem@gmail.com

Coordonatorul lucrării
Prof. univ.dr. Țală Mădălina-Lavinia

Rezumat: Această lucrare abordează tema turismului alternativ, definit în cadrul lucrării ca fiind alcătuit din ecoturism, cicloturism, turism cultural, gastronomic, balnear și ecvestru. Prin intermediul aspectelor teoretice și de cercetare, a fost studiat interesul călătorilor și administrației locale cu privire la posibilitatea turismului alternativ de a fi pus în practică în sudul litoralului românesc, spațiu definit ca fiind alcătuit din așezările componente ale Municipiului Mangalia și Comunei Limanu. S-a dorit înțelegerea gradului de cunoaștere a respondenților la chestionar cu privire la atracțiile propuse din această zonă, atracții precum Pădurea Comorova, Herghelia Mangalia, Lacul Mangalia, Ruinele Așezării Antice Callatis, Lacul Limanu, Peștera Limanu și Pădurea Hagieni, alături de opinia lor cu privire la turismul balnear, cicloturism și turismul gastronomic. Concomitent, s-a urmărit aflarea opiniei a doi reprezentanți responsabili, printre altele și cu îngrijirea câtorva din obiectivele prezentate, viziunea lor despre turism, modalitățile prin care obiectivele pot fi puse în valoare, situația actuală a obiectivelor și problemele cu care acestea se confruntă. Astfel, s-a putut deduce că turismul alternativ este o direcție fezabilă, dar, că trebuie depășite anumite bariere pentru a putea atrage fluxuri de turism.

Cuvinte-cheie: litoral; turism alternativ; ecoturism; sudul litoralului românesc; turism cultural

Abstract: This paper addresses the subject of Alternative Tourism, defined within this paper as being composed of Ecotourism, Cyclotourism, Cultural, Gastronomical, Balneary and Equestrian Tourism. Through research and theory, we studied travelers' and the local administration's interest towards the possibility of implementing Alternative Tourism in the South of the Romanian seaside, an area defined as being composed of the settlements within the administrative area of the City of Mangalia and the Commune of Limanu. We aimed to understand to what degree the questionnaire's respondents know the tourist attractions proposed in this paper, attractions such as Comorova Forest, Mangalia Stud Farm, Lake Mangalia, The Ruins of the Ancient Settlement of Callatis, Limanu Lake, Limanu Cave and Hagieni Forest, alongside their opinion about Balneary Tourism, Cyclotourism and Gastronomical Tourism. Concurrently, we planned on finding the opinion of two administrative bodies responsible with the maintenance of some of the attractions presented, their vision about tourism, the methods that can be used to promote the attractions, their current situation, and the problems they encounter. This way we managed to deduct whether Alternative Tourism is applicable here, and, if it is, what issues need to be resolved for it to be implemented.

Keywords: littoral; alternative tourism; ecotourism; Southern Romanian littoral; cultural tourism

Clasificare JEL: Z32, Z30

Clasificare REL: 14F

1. Introducere

Comisia Europeană (CE, 2021a) estimează că turismul cultural reprezintă aproximativ 40% din întreg turismul european și că Uniunea Europeană promovează metode balansate între creșterea și dezvoltarea pieței, pe o parte, și îngrijirea și prezervarea obiectivelor de importanță culturală, pe de altă parte. Totodată, CE (2021b) atestă că sustenabilitatea și competitivitatea industriei turistice merg mână în mână, calitatea destinațiilor turistice fiind influențată de bogăția aflată în mediul înconjurător (obiective naturale și culturale). Astfel, se insistă asupra faptului că ecoturismul și activitățile din jurul acestuia pot avea un impact pozitiv asupra economiei locale, ecoturismul devenind “un angajator” pentru zonele rurale sau slab dezvoltate, și, totodată, contribuind la protejarea arealelor naturale și la recunoașterea acestora la nivel local sau național (INCDT, 2015).

Totodată, impactul COVID-19 asupra industriei turismului la nivel mondial este vizibil, chiar și fără analiza datelor statistice. La nivel național, conform INS (2019 și 2020), județul Constanța a fost cel mai puțin afectat în luna iulie 2020 de impactul negativ al virusului, înregistrând un număr total de înoptări de 1,66 de ori mai mic față de luna iulie a anului precedent, comparativ cu județe precum Cluj, Brașov, Timiș sau Municipiul București care, în aceeași perioadă a anului, au înregistrat înoptări de 3,51, 2,21, 2,48 respectiv 3,09 de ori mai puține față de luna iulie a anului 2019. De asemenea, INS atestă că, în cadrul distribuției turiștilor români în structurile de primire turistică, în iulie 2020, comparativ cu luna iulie a anului 2019, distribuția a fost mai mare în avantajul stațiilor de litoral, excluzând orașul Constanța.

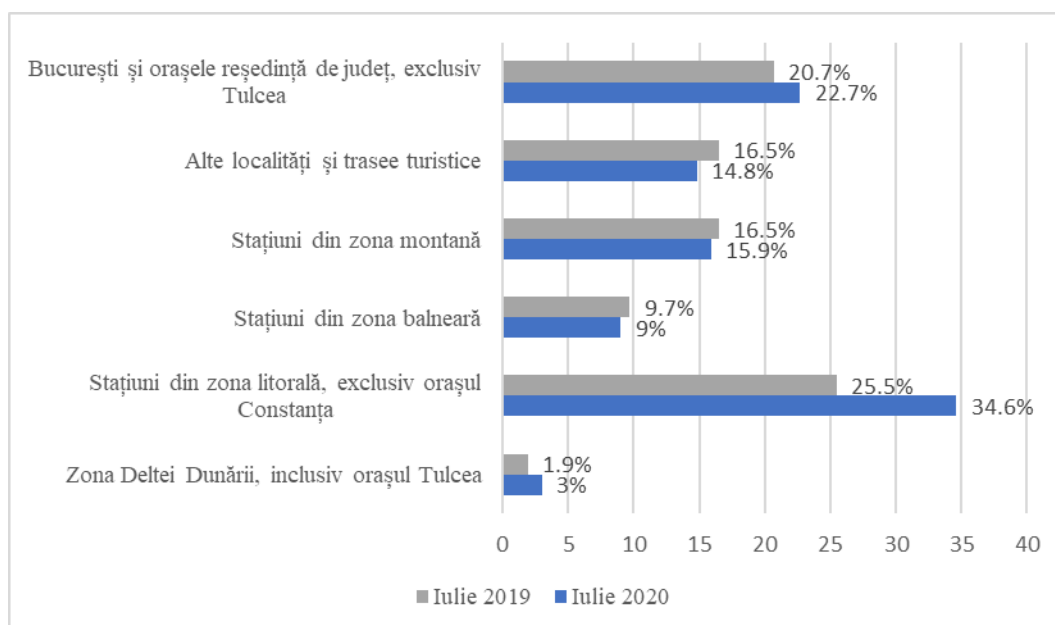


Fig 1. Distribuția sosirilor turiștilor români în structurile de primire turistică, pe zone turistice, în iulie 2020 comparativ cu iulie 2019 (%)

Sursa: Institutul Național de Statistică, 2020, Turismul în luna iulie 2020

Totodată, conform Volkman, Tokarski, Dincă și Bogdan (2021), furnizorii de servicii turistice ar trebui, în contextul COVID-19, să se concentreze mai mult pe niște aspecte diferite, printre care și ecoturismul, sustenabilitatea și zonele necongestionate.

În România, INCDT (2015) atestă că potențialul de dezvoltare la nivel ecoturistic este unul major, această țară beneficiind de o multitudine de zone încă neantropizate, în timp ce peste 25% din suprafața țării este protejată într-o formă sau alta. Actualul risc cu care se

confruntă ariile protejate este cel de tăiere și distrugere ilegală a pădurilor, lipsa cunoștințelor ecologice a populației sau dezinteresul autorităților asupra acestui subiect.

În cadrul acestei lucrări, definim sudul litoralului românesc ca fiind alcătuit din stațiunile și localitățile aflate la sud de Lacul Tatlageac care nu se află la o distanță de mai mult de 10 kilometri de coasta Mării Negre. Toate localitățile și atracțiile studiate se află sub jurisdicția administrativ-teritorială a municipiului Mangalia sau comunei Limanu. Aceste localități sau stațiuni sunt, de la nord la sud, Olimp, Neptun, Jupiter, Cap Aurora, Venus, Saturn, Mangalia, Limanu și 2 Mai. S-a decis excluderea din studiu a localității Vama Veche, parte componentă a Comunei Limanu, deoarece tipul de turism practicat preponderent acolo este diferit față de cel studiat în cadrul acestei lucrări.

La nivelul localităților studiate în această lucrare, puține areale sunt protejate prin lege sau sunt protejate în practică. Studii asupra impactului turistic asupra acestor arii sunt puține, de aici și unicitatea lucrării. Spațiul supus analizei este propice nu doar turismului de litoral, ci și altor forme importante cum ar fi: ecoturism, turism cultural, turism gastronomic, cicloturism, turism balnear, turism ecvestru. Această întrunire a mai multor categorii diferite de turism servește ca un potențial imens de dezvoltare deoarece infrastructura este deja existentă prin intermediul celei construite pentru turismul de litoral. Acest fapt duce la o ușoară dezvoltare și promovare a turismului natural și cultural prin intermediul celui de litoral, investiția promovării fiind relativ mică și întorcându-se înapoi destul de repede (Hohmann Consulting Group, 2015). Se propune valorificarea următoarelor atracții turistice, considerate de autor (în calitate de localnic și bun cunoscător al zonei) ca fiind suficient de valoroase pentru a genera fluxuri turistice: Pădurea Comorova, Herghelia și Hipodromul Mangalia, Lacul Mangalia, Ruinele Așezării Antice Callatis, Moscheea Esmahan Sultan, Lacul Limanu, Peștera Limanu și Pădurea Hagieni.

2. Succinte aspecte teoretice cu privire la turismul în zona de litoral

Putem defini turismul ca o activitate economico-socială ce s-a dovedit a avea un rol important în economiile naționale. Acesta presupune o capitalizare asupra unor resurse antropice sau naturale prin dorința turiștilor, călătorii de scurtă durată în afara localităților de origine, de a vizita aceste atracții. Din punct de vedere social, turiștii intră în contact cu localnici, care au rolul de a îi îndruma, cunoscând locațiile, istoria și tradițiile din spatele lor.

Turismul este o activitate care, într-o formă sau alta, a existat de foarte mult timp, dar doar în istoria recentă a fost recunoscut ca un fenomen social și economic. Efectele sale s-au resimțit și la nivel individual, și prin impactul său asupra societății. La World Conference on Tourism din Manila, în anul 1980, a fost recunoscută importanța turismului „Turismul este considerată o activitate esențială pentru națiuni datorită efectelor sale asupra sectoarelor sociale, culturale, educaționale și economice ale societăților naționale și relațiilor lor internaționale” (OMT, 1995).

Fiind o industrie ce își are rădăcini din nevoile societății, turismul este dinamic, orientându-se rapid după nevoile oamenilor. După Nistoreanu (2005), în condițiile actuale, economiile super industrializate pierd contactul cu natura și originile societății umane, un număr ascendent de locuitori ai marilor centre urbane doresc să își petreacă, cât mai mult, vacanțele în natură. Astfel, piața se adaptează în funcție de nevoi și, implicit, turismul este bogat în derivate distincte, printre care turism cultural, turism rural, turism în arii naturale, turism de litoral, turism de afaceri, turism balnear, etc.

Litoralul poate fi definit ca zonă de contact între elemente terestre și hidrologice și reprezintă, prin natura și poziția sa geografică, un teritoriu propice pentru cele mai diverse activități. Turismul de litoral este motivat, în principal, de dorința de odihnă și recreere, dar și de tratarea unor afecțiuni prin cura heliomarină (Dumitrașcu, 2018). Comisia Europeană

(2020) atestă că, în cadrul strategiei UE, turismul de litoral a fost identificat ca un domeniu cu un potențial deosebit pentru crearea unei Europe Inteligente, durabile și favorabile incluziunii, fiind cel mai important sector maritim în termeni de valoare adăugată brută și de ocuparea forței de muncă.

Marea Neagră reprezintă o zonă dinamică și o întretăiere influentă între est și vest, țările acestei regiuni deținând o diversitate etnică și culturală remarcabilă, un patrimoniu istoric și arhitectural bogat și diverse resurse naturale, devenind, astfel, atractivă pentru călători (Dimadama și Chantzy, 2014). Turismul cultural reprezintă activitatea turistică în care motivația esențială a călătorului este de a învăța, descoperi și experimenta atracțiile culturale tangibile sau intangibile într-o destinație turistică. Aceste atracții sau produse se referă la un set de trăsături materiale, intelectuale, spirituale și emoționale distincte ale unei societăți care cuprinde diferite tipuri de artă și arhitectură, patrimoniu istoric și cultural, literar, muzical, industrii creative și culturi vii cu sisteme de valori, credințe și tradiții, așa cum a fost s-a definit turismul cultural în cadrul celei de-a 22-a sesiuni a Adunării Generale OMT (2017).

Unul dintre cele mai vechi tipuri de turism care se întâlnește și în arealul cercetat este turismul balnear. Acesta se regăsește în scrieri antice grecești și are un rol important în cele trei religii principale avraamice. „Homer e considerat a fi primul care a lăudat calitățile băilor în tratarea diferitelor tipuri de boli, iar Hipocrat a fost inițiatorul terapiei naturale”. Datorită credinței religioase, conceptului de reîntoarcere în natură și cu ajutorul valorificării științifice, tot mai mulți clienți se orientează spre turismul balnear (Ianc, 2005).

În ultimele decenii, întreg conceptul de turism s-a transformat și a început să valorizeze destinații neconvenționale. Turiștii devin din ce în ce mai activi și sunt interesați de spiritul locului și de pachetul plin de experiențe pe care o poate oferi o destinație. Astfel, cicloturismul este o formă de turism sustenabil care s-a dezvoltat în mai toate țările în ultimii ani. Acesta reprezintă o formă de turism în care utilizarea bicicletei este o parte integrală a călătoriei și, de cele mai multe ori, are loc într-un areal curat, protejat, natural și atractiv. De asemenea, cicloturismul este o formă de turism blândă cu mediul înconjurător și nu necesită ecologizări sau mentenanță în plus (Gredicak și Demonja, 2019).

Un alt tip de turism care subliniază ideea de sustenabilitate și mediu natural este ecoturismul. Acesta este orientat asupra turiștilor care doresc să experimenteze mediul înconjurător, natural, fără a distruge sau a deranja prea mult habitatele sălbatice. Acest tip de turism se bazează pe vizitarea arealelor fragile, în stare nealterată de om, la scară mică, fiind o alternativă a turismului de masă. Conform GEN (2016) ecoturismul înseamnă, în final, călătoria în arealuri naturale, conservarea mediului și îmbunătățirea vieții în comunitățile locale. „Construirea unei eco-economii este entuziasmantă și promite satisfacții. (...) Și probabil cel mai important lucru, vom avea satisfacția să construim o economie care va ajuta și nu va submina generațiile viitoare” (Brown, 2001).

3. Metodologia cercetării

Partea practică a lucrării are două direcții: o primă direcție vizează percepția turiștilor cu privire la turismul din zona de sud a litoralului românesc, iar a doua direcție se referă la identificarea poziției autorităților locale asupra dezvoltării turismului alternativ, fie turism în arii naturale, cultural, turism gastronomic, cicloturism sau turism balnear.

În cadrul metodelor specifice de cercetare au fost aplicate interviuri adaptate către două instituții, una publică și una de cult. Primăria Municipiului Mangalia și Cultul Musulman din Mangalia. Primăria Municipiului Mangalia răspunde de anumite obiective vizate de cercetare, iar poziția pe care aceasta o ia în legătură cu subiectul ales are o influență directă asupra viitorului ariilor alese, fie în legătură cu administrarea și/sau promovarea acestora.

Reprezentantului unității administrativ-teritoriale i-au fost adresate întrebările din ghidul de interviu⁽¹⁾.

A fost interviuat și reprezentantul Cultului Musulman din Mangalia, căruia i-au fost adresate câteva întrebări despre Moscheea Esmahan Sultan și despre impactul cultural și turistic pe care aceasta o poate avea. S-a urmărit obținerea unor informații cu privire la activitatea de turism prezentă și de viitor⁽²⁾.

Pentru a afla opinia turistului român asupra acestor atracții alternative s-a realizat o cercetare folosindu-se ca instrument un chestionar cu 22 de întrebări. Acesta a fost postat (online) pe diferite forumuri publice (25-28 martie) și a returnat 119 răspunsuri. Respondenții s-au încadrat în categorii sociale diferite, fie de vârstă, mediu de proveniență, venit lunar sau ocupație actuală. Cercetarea a avut ca obiective, legate de stațiunile turistice Olimp, Neptun, Jupiter, Cap Aurora, Venus, Saturn, Mangalia și 2 Mai: aflarea frecvenței și perioadei petrecute (O1), identificarea părerii turiștilor cu privire la calitatea serviciilor (O2), determinarea nivelului de interes cu privire la formele alternative de turism care sunt sau pot fi practicate în zonă (O3). De asemenea, s-a dorit să se afle cât de cunoscute sunt atracțiile naturale sau culturale aflate în zona aleasă (O4).

4. Principalele rezultate

Rezultatele chestionarului relevă opiniile respondenților cu privire la tipurile de turism alternativ propuse, dar și la adresa ofertei actuale a stațiunilor turistice din sudul litoralului și frecvența cu care aceștia le vizitează, acolo unde este cazul.

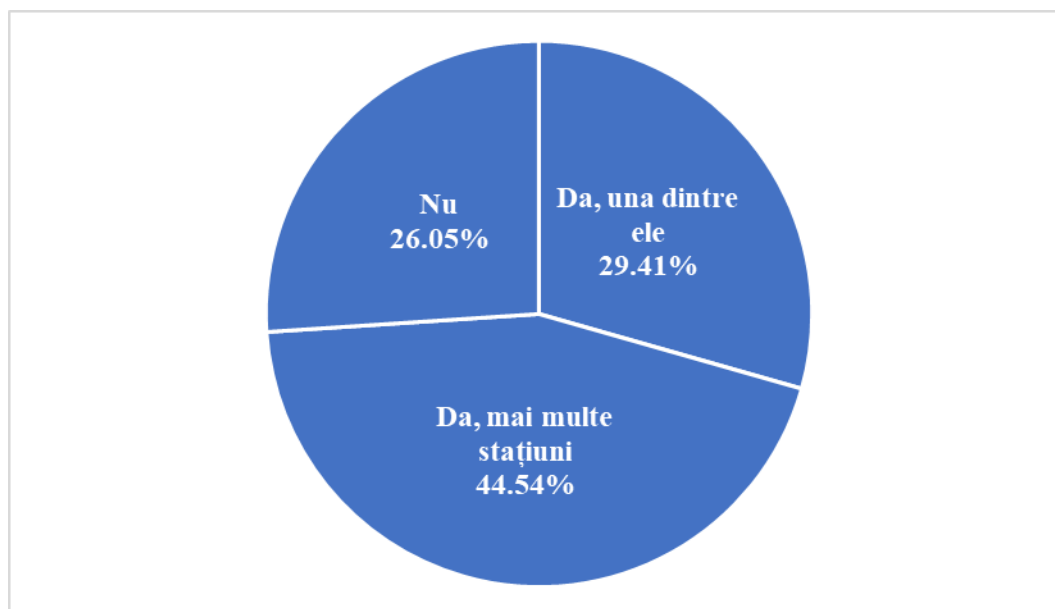


Fig. 2. Distribuția răspunsurilor la întrebarea „Ați vizitat în ultimii 5 ani una sau mai multe dintre stațiunile turistice Olimp, Neptun, Jupiter, Cap Aurora, Venus, Saturn, Mangalia și 2 Mai?”

Sursa: Realizat în urma prelucrării datelor din chestionar, 2021

Conform datelor analizate, 26,05% din respondenți nu au vizitat niciuna dintre stațiunile vizitate în cadrul cercetării, 29,41% au spus că au vizitat una dintre stațiuni, iar 44,54% au vizitat mai multe stațiuni dintre cele opt propuse. Din aceste date putem concluziona că turismul de litoral din România încă este atractiv pentru români. Cele mai vizitate stațiuni, dintre cele propuse în chestionar, conform respondenților, sunt Mangalia 19%, Venus 15%, 2 Mai 11%.

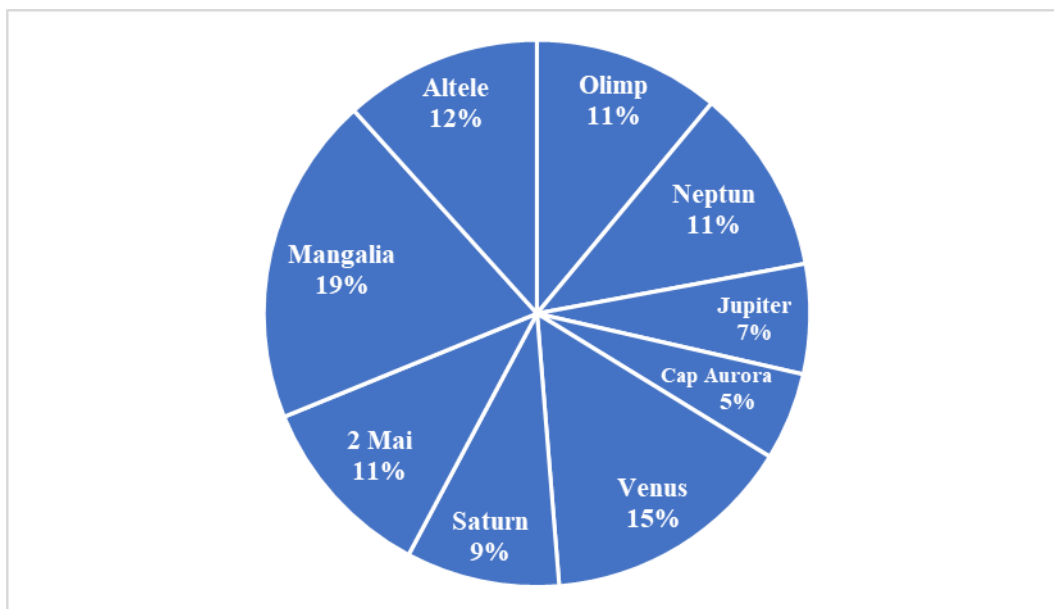


Fig. 3. Cele mai vizitate stațiuni din sudul litoralului în rândul respondenților la chestionar

Sursa: Realizat în urma prelucrării datelor din chestionar, 2021

Din cei 26,1% care au răspuns că nu au vizitat aceste stațiuni, majoritatea și-au motivat răspunsul spunând că nu sunt atrași de această zonă, sunt nemulțumiți de serviciile oferite în aceste stațiuni sau pe întreg litoralul românesc, simt că aceste stațiuni nu sunt pentru categoria lor de vârstă, sunt nemulțumiți de raportul calitate-preț, consideră zona ca fiind slab dezvoltată sau sunt nemulțumiți de atracțiile turistice limitate.

Majoritatea respondenților, 53,8%, nu petrec mai mult de câteva zile pe litoral, 26,1% petrec între șapte și 14 zile, iar 14,3% petrec mai mult de 14 zile pe litoral. Restul de 5,8% locuiesc pe litoral sau nu l-au vizitat deloc în ultimii cinci ani. 42% din turiștii care au vizitat litoralul câteva zile au atestat că au vizitat zona de mai multe ori într-un sezon estival, 51,6% din cei care au vizitat litoralul între 7 și 14 zile l-au vizitat de mai multe ori, alături de 76,4% din cei care au petrecut mai mult de 14 zile pe litoral. Un sfert dintre respondenți au vizitat litoralul de două ori pe an.

Cele mai populare activități pe litoral au fost: petrecutul timpului pe plajă – 95%, servitul mesei la restaurant – 71,4%, vizitarea atracțiilor turistice naturale sau culturale – 44,5% și odihna în spațiu de cazare - 30,3%.

Turiștii au ales litoralul românesc din mai multe motive, printre care, raportul calitate-preț – 49,6%, proximitatea față de casă – 42,9% și datorită altor obiective turistice din zonă – 25,2%. Majoritatea respondenților au spus că sunt interesați de obiective turistice naturale sau culturale, 42% au fost foarte interesați, 23,5% au fost interesați, 21,8% au fost neutri, 5,9% nu au fost foarte interesați, iar 6,7% nu au fost interesați deloc.

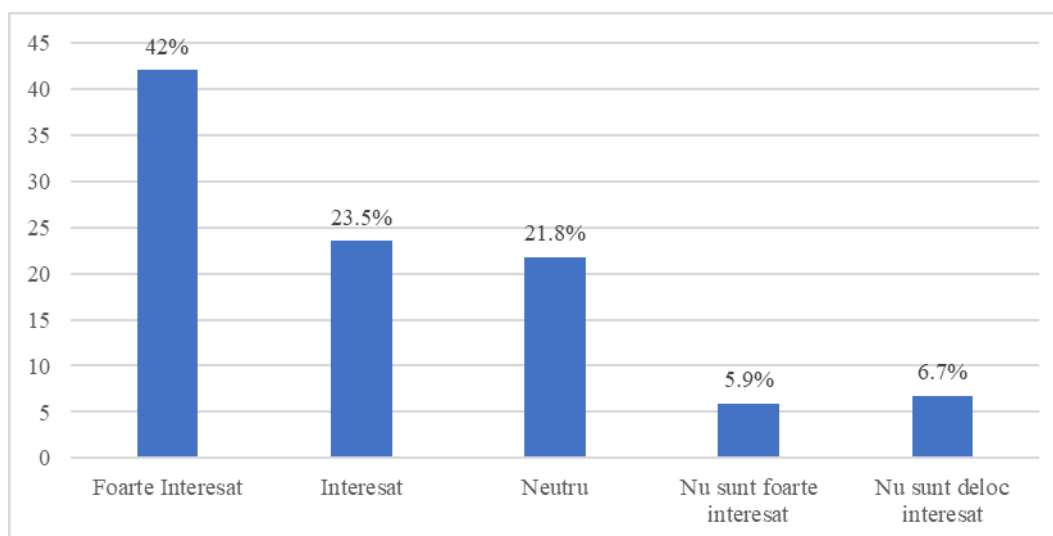


Fig. 4. Distribuția răspunsurilor la întrebarea „Cât de interesat ați fi să vizitați și alte obiective turistice din zona litoralului (culturale sau naturale)?”

Sursa: Realizat în urma prelucrării datelor din chestionar, 2021

Din aceste rezultate putem deduce că în rândul turiștilor se află un procentaj semnificativ care ar vizita atracții turistice alternative. Dintre tipurile de atracții alternative prezentate 67,27% ar vizita atracții naturale, 49,6% ar vizita atracții culturale, 35,3% sunt interesați de turism ecvestru, 31,9% de turism balnear, 17,65% de cicloturism și doar 0,8% ar veni pentru turism gastronomic, restul de 5% nu sunt atrași de niciuna dintre opțiunile oferite.

Cele mai cunoscute atracții propriu-zise sunt Ruinele Cetății Callatis – 44,5%, Herghelia Mangalia – 37%, Lacul Mangalia și Lacul Limanu, ambele cu câte 36,1% și Peștera Limanu cu 24,4%. Cele mai puțin cunoscute atracții au fost Moscheea Esmahan Sultan – 21%, Pădurea Comorova – 10,9% și Pădurea Hagieni cu 9,2%. Un număr destul de mare, 33,6%, nu cunoșteau niciuna dintre atracții.

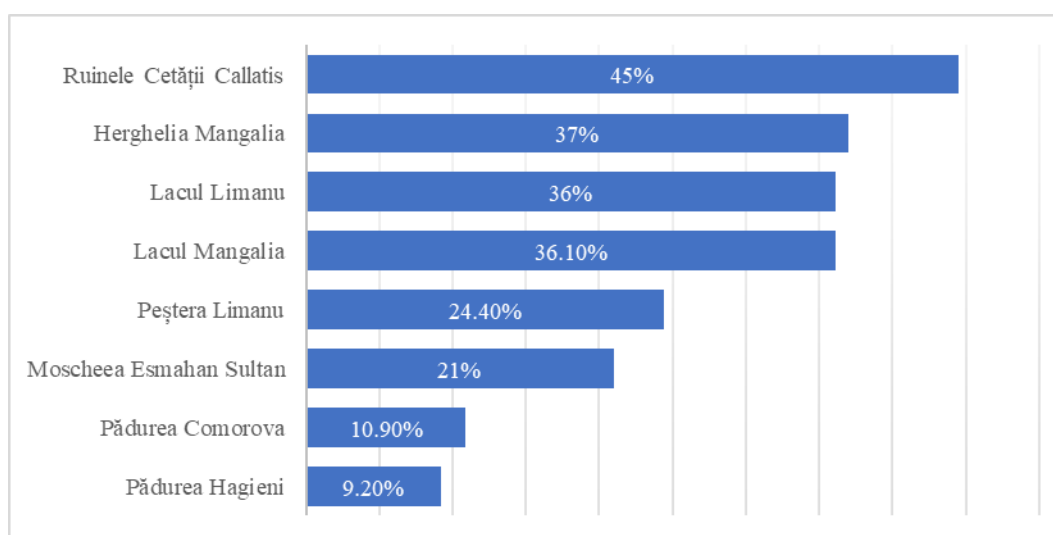


Fig. 5. Cele mai familiare atracții turistice naturale sau culturale în rândul respondenților

Sursa: Realizat în urma prelucrării datelor din chestionar, 2021

Deși la una dintre întrebările anterioare doar 0,8% ar veni pe litoral pentru turism gastronomic, din 119 respondenți, 91,6% au spus că sunt interesați să participe la un festival gastronomic cu mâncare specifică zonei. Prin acest fapt putem concluziona că turiștii nu ar

vizita zona exclusiv pentru un astfel de festival, dar, dacă acesta se desfășoară în timpul sejurului lor la mare, mulți ar participa.

Întrebați dacă sunt familiari cu existența unor servicii de tratament, de recuperare sau balneoclimaterice din zonă 53,8% au răspuns că nu, iar, întrebați dacă sunt interesați să participe, 11,1% erau foarte interesați, 23,1% erau doar interesați, 30,85% erau neutri, 17,9% nu erau foarte interesați, iar 17,1% nu erau interesați deloc. Turismul balnear este mai puțin popular în rândul respondenților mai tineri, niciun respondent sub 18 ani nu a fost interesat sau foarte interesat, 31% din respondenții cu vârstele între 18 și 35 au fost interesați sau foarte interesați, alături de 58% dintre cei cu vârstele între 36 și 55 și 50% dintre cei cu vârstele peste 55.

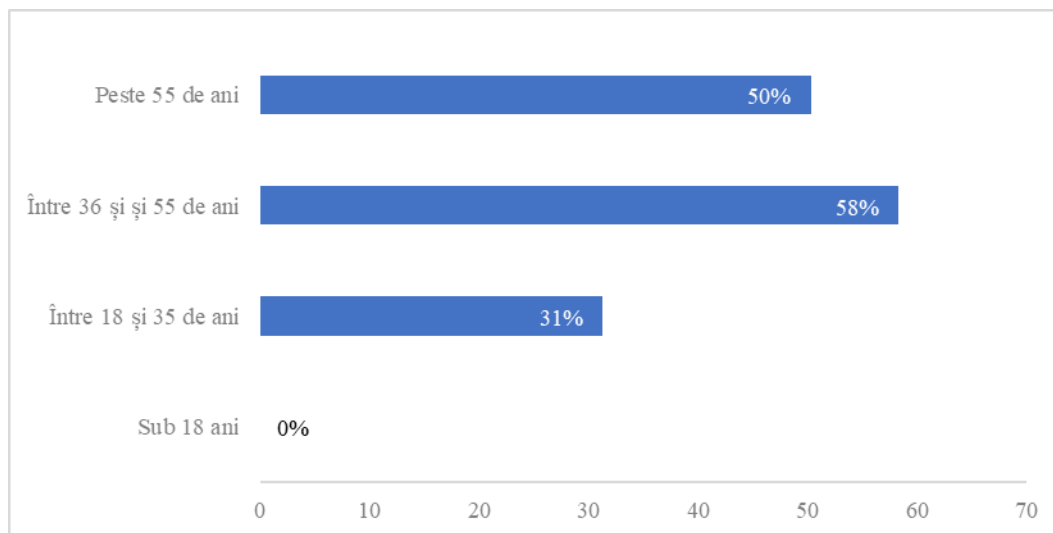


Fig. 6. Procentajul respondenților, pe categorii de vârstă, care au răspuns cu „Interesat” și „Foarte interesat” la întrebarea: „Cât de interesați sunteți de participarea la turismul balnear?”

Sursa: Realizat în urma prelucrării datelor din chestionar, 2021

Dintre respondenți, 68,9% ar fi dispuși să se deplaseze cu bicicleta în timpul vacanței, iar 31,9% ar fi foarte interesați să practice echitație în timpul sejurului pe litoral, 19,4% ar fi interesați, 16% au fost neutri, 19,3% nu ar fi prea interesați, iar 13,4% nu ar fi interesați deloc.

La ultima întrebare a chestionarului, 30,3% au răspuns că raportul calitate-preț le-a influențat foarte pozitiv șederea, 22,7% au fost influențați pozitiv, 33,6% nu au fost influențați nici pozitiv, nici negativ, 5% au fost influențați negativ și 8,4% au fost influențați foarte negativ. Din răspunsurile ultimei întrebări putem concluziona că, pentru majoritatea respondenților la chestionar, stațiunile din sudul litoralului românesc nu sunt considerate prea scumpe și nici nu oferă produse de calitate foarte slabă.

Sinteza interviurilor cu reprezentanții instituțiilor este redată în continuare.

În dialogul cu reprezentantul Primăriei Municipiului Mangalia, acesta a admis că instituția pe care o reprezintă se poziționează ferm în favoarea investițiilor în turism, acestea fiind o prioritate. Investițiile au loc la nivel public, cât și la nivel privat, sudul litoralului fiind într-o continuă creștere la nivel turistic. Unitatea administrativ-teritorială se poziționează în favoarea ideii că turiștii ar trebui să aibă un sejur cât mai lung și că unitățile hoteliere sunt încurajate să ofere pachete cât mai diversificate, atractive și destinate preponderent turismului familial.

La nivelul atracțiilor prezente în interiorul municipiului, Primăria, întrebată despre punerea în valoare a Pădurii Comorova, a considerat că investițiile actuale în turismul de aventură (Parc Aventura Neptun), au determinat un impact pozitiv, acestea desfășurându-se și în extrasezon. Din punct de vedere al turismului durabil, turismul de aventură este considerat unul dintre cele mai periculoase pentru habitatele naturale (Mihalic, 2005), dar trebuie apreciat faptul că exploatarea habitatului astfel este mai prielnic decât distrugerea lui întru-totul pentru crearea unui alt tip de investiții. Turismul cultural este apreciat de către autorități, acest fapt se poate vedea și prin investițiile pentru punerea în valoare a unei părți, destul de mici, a ruinelor Cetății Antice Callatis, autoritatea locală considerând, totuși, că acestea sunt mai apreciate de turiști în extrasezon. Întrebați despre fezabilitatea organizării unor evenimente culturale gastronomice, primăria s-a declarat în favoarea acestui aspect odată cu trecerea impactului negativ al pandemiei.

În legătură cu combaterea efectelor negative ale poluării, autoritatea locală a precizat existența unor măsuri în acest sens. O măsură poate fi considerată și recenta investiție în piste pentru biciclete în interiorul stațiunii Saturn cu posibilitatea de închiriere a bicicletelor. Pe viitor, se vor continua investițiile în acest domeniu. Similar, reprezentantul instituției a atestat că turismul balnear este, în continuare, promovat și că urmează investiții pentru modernizarea, reabilitarea și extinderea Sanatoriului Balnear și de Recuperare Mangalia.

În urma acestui interviu, poate fi apreciat faptul că, în unele aspecte, tipul de turism alternativ propus în această lucrare este pus în practică, cel puțin pe partea culturală, balneară și de cicloturism, dar aspectul natural este, în mare parte, absent.

Al doilea interviu a fost realizat cu imamul Moscheii Esmahan Sultan din Mangalia. Acesta s-a declarat în favoarea turismului, considerând acesta ca fiind o modalitate bună pentru a promova moscheea nu numai la nivel local, ci și internațional. Acesta a atestat că, prin intermediul internetului și a mass-mediei, lăcașul de cult este promovat cu ajutorul unor terți. Totodată, turiștii care au vizitat lăcașul până în prezent au aflat de acesta prin intermediul metodelor enumerate anterior, dar și prin relevanța istorică, fiind dornici să afle mai multe despre tradițiile și religia practică, făcând comparație cu ceea ce au întâlnit în Turcia. Până în anul 2019, monumentul istoric a fost foarte popular și în rândul turiștilor străini, în special celor din țări precum Polonia, Rusia, Germania sau Franța. Din rândul țărilor predominant musulmane, aceasta a fost vizitată doar de turiști din Turcia, dar impactul negativ al COVID-19 s-a resimțit și asupra acestei atracții turistice, lipsa vizitelor de la turiștii străini resimțindu-se în anul 2020.

Din păcate, imamul a atestat că turismul nu este o sursă de venit pentru comunitate și, în lipsa oricăror fonduri, nu se pot organiza evenimente culturale, singurul fiind un documentar despre moschee realizat în anul 2017.

Din acest interviu putem extrage faptul că, în rândul membrilor din comunitatea musulmană din Mangalia, turismul cultural este văzut favorabil, reprezentând o metodă bună pentru a promova edificiul, cultura și tradițiile lor, dar progresul dezvoltării în acest aspect este stopat de lipsa interesului din partea autorităților, dar potențialul este mare având în vedere prezența turiștilor străini fără vreo promovare costisitoare.

Din cele două interviuri reiese faptul că reprezentanții celor două instituții sunt în acord legat de ideea că atragerea turiștilor reprezintă o prioritate și o variantă de dezvoltare și, chiar dacă, conform INS (2020), impactul COVID-19 a fost mai mic asupra stațiunilor din litoral, acesta s-a resimțit destul de puternic în zona evenimentelor culturale. Deși reprezentantul primăriei consideră că turismul cultural în Mangalia este activ preponderent în extrasezon, cel al institutului de cult accentuează faptul că majoritatea turiștilor ajung în timpul sezonului estival.

5. Concluzii

Deși cercetarea de față are anumite limite, cum ar fi numărul de respondenți sau de interviuri, (de exemplu oficialii Primăriei Limanu nu au răspuns din cauza constrângerilor de timp), totuși se pot extrage multe concluzii, de la posibilitatea unei implementări ușoare a turismului alternativ cu ajutorul infrastructurii existente pe litoral, la dorința pe care și-au manifestat-o respondenții la chestionar de a consuma un astfel de turism. Pe de altă parte, oficialii intervievați sunt interesați și iau anumite măsuri active pentru a îndrepta litoralul, măcar parțial, spre această direcție. Problemele cu care se confruntă aceasta nouă direcție și, cumva, turismul de litoral întrutotul rămân aceleași: de imagine, de promovare, de alocare a unui buget, de conservare a atracțiilor pe care le avem. Aceste probleme împing turistul român, să aleagă ani la rând alte variante. Organizațiile nonguvernamentale, autoritățile locale, operatorii economici sau simpla forță civică nu pot să țină locul autorităților publice pertinente, a căror lipsă se resimte ani la rând din ce în ce mai tare.

Lipsa unui plan național, centralizat, de promovare, a unui buget adecvat conduc litoralul către a fi lăsat în urmă până și de competitori neluați în calcul. La nivel mondial sunt cazuri, nu puține, în care, prin intermediul turismului, țările au reușit să-și redreseze economiile și chiar să-și depășească propriile recorduri. Țări precum Islanda sau Costa Rica ar trebui să devină exemple pentru România și să amintească constant de impactul pozitiv pe care îl poate avea turismul, în special cel în arii naturale cu care s-au remarcat țările date exemplu. Din cele 11 regiuni biogeografice europene, 5 se regăsesc în granițele României și acest fapt ar trebui pus în valoare, turiștii străini, cât și români, ar trebui să știe că un sejur în această țară, inclusiv în sudul litoralului românesc, reprezintă un pachet complet de atracții, variate, naturale, culturale, și, cel mai important, încă neafectate de prezența, de cele mai multe ori distructivă, a omului. Investiția în turismul în arii protejate poate aduce profit abundent și acesta duce, implicit, la dorința de ocrotire și protejare a ariilor.

În încheiere, putem face câteva sugestii prin care s-ar putea depăși situația actuală fără a pune prea multă presiune asupra bugetului național. Organizarea de evenimente culturale sau gastronomice ar trebui să fie una constantă cu perioade fixe în care acestea au loc anual sau lunar. Dacă nu există un buget suficient de mare pentru promovare, acestea ar putea, totuși, să capete popularitate prin tradiție. Totodată, la nivel local, pot fi în încurajate ONG-uri să preia în grijă ariile protejate, cum s-a întâmplat și cu alte arii din țară, iar, prin donații de la comunitate, să promoveze și să îngrijească zonă.

Mulțumiri

Doresc să îi transmit mulțumiri doamnei Prof.univ.dr. Țală Mădălina-Lavinia pentru coordonarea acestei lucrări. De asemenea, vreau să le mulțumesc domnilor Gheorma Cristian-Tudor și Sburlan Dragoș-Ionuț pentru că m-au ghidat către obiectivele alese.

Note

(1) Ghid de interviu adresat reprezentantului Municipiului Mangalia

Nr.	Întrebare
1	Cum vă poziționați în legătură cu subiectul turismului de litoral din România? Considerați că atragerea investițiilor în turism sunt o prioritate pentru dumneavoastră?
2	Care este filozofia conducerii municipiului cu privire la tipul de turism abordat? Credeți că un număr mare de turiști care vin pentru perioade scurte strict pentru turismul de litoral este măsura care va aduce mai mult venit municipiului sau credeți ca acesta va veni de la turiști mai puțini, dar cu un sejur mai lung care vizează mai multe tipuri de turism?
3	Există planuri pentru a pune în valoare și a include în ciclul turistic Pădurea Comorova? Dar Lacul Mangalia?
4	Vedeți turismul cultural ca o modalitate de a atrage mai mulți turiști în perioada estivală? Dar în extrasezon?
5	Considerați că este o idee bună să se includă în circuitul turistic de litoral și zonele culturale aflate în interiorul zonei urbane a Mangaliei?
6	Credeți că turismul gastronomic și evenimentele culturale sunt o metodă fiabilă de a promova culturile diverse prezente în această zonă? Vedeți diversitatea culturală ca o metodă de a atrage venit din partea turiștilor?
7	În trecut s-a promovat mult în această zonă turismul balnear, există posibilitatea întoarcerii investițiilor către acest sector?
8	Există planuri pentru a promova și a pune în valoare Herghelia și Hipodromul Mangalia?
9	Credeți că poluarea poate avea un impact negativ asupra venitului din turism?
10	Credeți că cicloturismul este o metodă de a atrage mai mulți oameni pe litoral și de a reduce poluarea?

(2) Ghid de interviu adresat reprezentantului Cultului Musulman din Mangalia

Nr.	Întrebare
1	Credeți că turismul poate să aducă beneficii comunității din care faceți parte? Se iau măsuri pentru a atrage turiști?
2	Sunt turiștii interesați să viziteze și să afle mai multe despre religia și cultura musulmană? Dar despre Moscheea Esmahan Sultan?
3	Sunt membrii comunității interesați în a lua parte în activități culturale pentru a promova comunitatea și a atrage turiști?
4	În prezent, turismul este o sursă de venit pentru comunitatea dumneavoastră?
5	Sunt turiștii internaționali interesați să viziteze moscheea? Dar turiștii musulmani din alte țări?

Bibliografie

1. Brown L., 2001. Eco-economy: building an economy for the Earth. [online] Available at: <https://www.researchgate.net/publication/208573594_Eco-economy_building_an_economy_for_the_Earth> [Accessed 05 April 2021]
2. Comisia Europeană, 2020. Turismul maritim și de litoral. [online] Disponibil la: <https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_ro> [Accesat 05 Aprilie 2021]
3. Comisia Europeană, 2021. Sustainable tourism. [online] Available at: <https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en> [Accessed 04 April 2021]

4. Comisia Europeană, 2021. Cultural tourism. [online] Available at: <https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en> [Accessed 04 April 2021]
5. Dimadama, Z., Chantzy, G., 2014. A New Era for Tourism in the Black Sea Area, International Journal of Cultural and Digital Tourism Volume 1 Number 2. [online.] Available at: <https://www.researchgate.net/publication/279841144_A_New_Era_for_Tourism_in_the_Black_Sea_Area> [Accessed 05 April 2021]
6. Dumitrașcu A., 2018. Dezvoltarea turismului pe plan internațional. [online] Disponibil la: <<https://www.scribd.com/document/369965396/Strategii-de-Dezvoltare-a-Turismului-de-Litoral-Romanesc-Coparativ-Cu-Turismul-de-Litoral-International>> [Accesat 05 Aprilie 2021]
7. Global Ecotourism Network, 2016. What is (not) ecotourism. [online] Available at: <<https://www.globalecotourismnetwork.org/what-it-is-not-ecotourism/>> [Accessed 04 April 2021]
8. Gredicak T., Demonja D., 2019. Strategic management of destination with Cyclotourism in the function of sustainable development. [online] Available at: <<https://search-proquest-com.am.enformation.ro/docview/2262067431/fulltextPDF/CCA63DC5CD264ABCPQ/8?accountid=136549>> [Accessed 05 April 2021]
9. Ianc T., 2005. Turismul balnear în perspectivă istorică și religioasă. [online] Disponibil la: <<https://www.amfiteatru-economic.ro/ArticolRO.aspx?CodArticol=205>> [Accesat 05 Aprilie 2021]
10. Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism, 2015. Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului în România. [online] Disponibil la: <<https://patrimoni.gov.ro/images/turismcultural/Romania/Strategie-ecoturism.pdf>> [Accesat 04 Aprilie 2021]
11. Institutul Național de Statistică, 2019. Turismul în luna iulie 2019 [Comunicat de presă] 2 Septembrie 2019. Disponibil la: <https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/turism07r19.pdf> [Accesat 04 Aprilie 2021]
12. Institutul Național de Statistică, 2020. Turismul în luna iulie 2020 [Comunicat de presă] 2 Septembrie 2020. Disponibil la: <https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/turism07r20.pdf> [Accesat 04 Aprilie 2021]
13. Mihalic T., 2005. Nature-based products, Ecotourism and Adventure Tourism. [online] Available at: <https://www.researchgate.net/publication/269113629_Nature-based_products_ecotourism_and_adventure_tourism> [Accessed 05 April 2021]
14. Nistoreanu P., 2005. Economia turismului – teorie și practică. [online] Disponibil la: <https://www.researchgate.net/publication/236261191_Economia_turismului_-_teorie_si_practica> [Accesat 05 Aprilie 2021]
15. Volkmann, C., Tokarski, K.O., Dincă, V.M, Bogdan, A., 2021. The Impact of COVID-19 on Romanian Tourism. An Explorative Case Study on Prahova County, Romania. Amfiteatru Economic, 23(56), pp. 196-205.
16. World Tourism Organization, 1995. Collection of tourism expenditure statistics. [online] Available at: <<https://web.archive.org/web/20100922120940/http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>> [Accessed 05 April 2021]
17. World Tourism Organization, 2017. Resolutions adopted by the general assembly at its twenty-second session. [online] Available at: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2017.2.g51w645001604543>> [Accessed 05 April 2021]
18. Hohmann Consulting Group, 2015. Studiu privind dezvoltarea turismului și reabilitarea și promovarea patrimoniului cultural la nivelul Polului de Creștere Constanța. [online] Disponibil la <<https://www.fonduri-ue.ro/images/files/studii-analize/14884/Studiul%20privind%20dezvoltarea%20turismului.pdf>> [Accesat 05 Aprilie 2021]