

MANAGEMENT AND MARKETING IN ROMANIAN RURAL TOURISM

Managementul și marketingul în turismul rural românesc

Elena BOGAN

Lecturer PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Andreea-Loreta CERCLEUX

Associate professor PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography and Interdisciplinary Center of Advanced Research on territorial Dynamics, Romania

Mihaela PREDA

Lecturer PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Iuliana VIJULIE

Associate professor PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Abstract:

Against the background of major problems related to the European agricultural policy for the development of rural localities, the rural space as a whole needs new viable perspectives to ensure the positive evolution of human communities. Romania will have to capitalize on all its natural, human and cultural resources existing in the rural area, in order to face strong competition. At the level of the national territory, there are great possibilities for the development of rural tourism, and the acceleration of its development is very necessary. Running tourist activities in the best conditions in rural guesthouses requires the application of two major conditions: management and marketing of rural guesthouses. The development and promotion of tourism activities in rural areas requires the coexistence of two categories of management: the management of the rural space as a whole, carried out by the local administration, and the management of the tourist guesthouse, carried out by the owner/farmer/entrepreneur.

The study aims to present the current situation of management and marketing in Romanian rural tourism, in order to capture the risks to which this space is subject, and subsequently the existing specific problems will be highlighted, as well as their causes. The objectives of the study aim to outline the main aspects of the researched problem and diagnose the current situation; the identification of alternatives and their analysis to determine the improvement of management and marketing in rural tourism in Romania; identifying new ideas, products or services, respectively improving the existing ones. The research methods used were: field observation, survey and interview to collect information as well as documentation from different sources.

Keywords: management, marketing, rural tourism, sustainable development, integrated development, rural space.

Rezumat:

Pe fundalul unor mari probleme legate de politica agricolă europeană, de dezvoltare a localităților rurale, spațiul rural în ansamblul său are nevoie de noi perspective viabile pentru a

asigura evoluția pozitivă a comunităților umane. România va trebui să-și valorifice toate resursele naturale, umane, culturale existente în spațiul rural, pentru a face față unei puternice concurențe. La nivelul teritoriului național există mari posibilități de dezvoltare a turismului rural, iar accelerarea dezvoltării acestuia este foarte necesară. Derularea activităților turistice în cele mai bune condiții în pensiunile rurale presupune aplicarea a două condiții majore: managementul și marketingul pensiunilor rurale. Dezvoltarea și propulsarea activităților turistice în rural presupune derularea și coexistența a două categorii de management: managementul spațiului rural per ansamblu, desfășurat de administrația locală și managementul pensiunii turistice, realizat de proprietar/fermier/antreprenor.

Studiul vizează prezentarea situației actuale a managementului și marketingului în turismul rural românesc, în vederea surprinderii riscurilor la care este supus acest spațiu, și ulterior vor fi evidențiate problemele specifice existente, precum și cauzele de producere ale acestora. Obiectivele studiului urmăresc conturarea principalelor aspecte ale problemei cercetate și diagnosticarea situației actuale; identificarea unor alternative și analiza acestora pentru a determina îmbunătățirea managementului și marketingul în turismul rural din România; identificarea de noi idei, de produse sau servicii, respectiv îmbunătățirea celor existente. Metodele de cercetare utilizate au fost: observarea pe teren, de sondaj și de interviu pentru a colecta informații, precum și documentarea din diferite surse.

Cuvinte cheie: management, marketing, turism rural, dezvoltare durabilă, dezvoltare integrată, spațiu rural.