

FORMELE DE TURISM PRACTICATE ÎN CADRUL TURISMULUI NOMAD

Ina CAVCALIUC

Universitatea de Stat din Moldova

La nivel mondial există multe forme turistice, aferente turismului nomad, dezvoltate independent sau complementar care promovează toleranța și înțelegerea turistică. Aceste forme apar ca rezultat al individualizării serviciilor turistice, determinate atât de motivațiile, cât și de comportamentul diferit al turiștilor față de fiecare component al produsului turistic oferit. O asemenea individualizare devine tot mai obiectivă, reclamând eforturi considerabile de adaptare a ofertei turistice la cererea actuală și la cea potențială.

Cuvinte-cheie: *turism nomad, motivații turistice, tendințele pieței turistice, segment-țintă, turism de circumstanță, drumeții, pelerinaje, turism de vizitare, turism rătăcitor.*

FORMS OF TOURISM IN THE NOMAD TOURISM

There are many forms of tourism related to grey nomad tourism, developed independently or complementary, in order to promote tourism tolerance and understanding. These forms appear as a result of personalization of tourism services, determined by different motivations and tourist behavior to each element of tourism product. Such individualization of tourism products is becoming more objective in order to adjust efforts of tourism supply to the potential demand.

Keywords: *tourism grey nomad (hobby-hobo), travel motivations, tourism market trends, target market, event tourism, hiking, pilgrimage, sightseeing tourism, vacilando.*

În sfera consumului de servicii, în general, și al celor turistice, în particular, segmentarea pieței este un instrument obligatoriu pentru atenuarea efectelor inseparabilității cererii turistice manifestate prin conflictele posibile dintre consumatorii cu diferite caractere și așteptări, care consumă concomitent servicii turistice similare. Actualmente, prestatorii de servicii turistice atribuie tipului comportamental o importanță mai mare decât criteriilor agregate de segmentare, deoarece, spre deosebire de segmentare, care este, de regulă, omogenă, tipul poate avea structură eterogenă, ceea ce simplifică alegerea segmentelor-țintă. Cererea turistică este generată de motivația turistică, care este subiectivă și orientează persoana spre realizarea unor acțiuni. Motivațiile consumatorului turistic sunt atât de individualizate, încât, practic, nu există doi turiști care să solicite un produs turistic similar, fiind necesare eforturi permanente de adaptare a ofertei pentru servicii turistice la tendințele pieței turistice.

Turismul hobby-hobo, cunoscut în statele occidentale ca turism nomad sau turism după bunul plac, presupune uitarea oricăror bariere și adoptarea unui stil de viață non-conformist, cel puțin pe durata vacanței cu amprente vagabondistice. Termenul *hobo* se referă, în principiu, la viața celor fără adăpost. Acești turiști preferă călătoriile cu rulota sau cazarea în aer liber. Chiar dacă își permit un alt gen de vacanță mai organizată și mult mai exclusivistă, preferă să-și ia rucsacul și să pornească în aventura vieții sale, să călătorească urcând dintr-un tren în altul (uneori chiar trenuri de marfă), fără să achite costurile biletului. Acest tip de turism implică o serie de activități, care pentru un turist avizat pot fi o adevărată experiență de viață, un stil de viață fără griji și stereotipuri, care este de cele mai multe ori abandonat după terminarea vacanței, turiștii întorcându-se la casele și la serviciile lor. În statele occidentale acest gen de turism mai poate lua forma turismului nomad. Prin caracteristica sa, turismul nomad presupune un grad înalt de mobilitate a turistului, implică imaginație și setea acută de cunoaștere. Astfel, criteriile definiției ale unui turist ce intenționează să practice turismul nomad sunt: stil de viață activ, nonconformism, curiozitate, acceptarea provocărilor.

Segmentul-țintă al turistului hobby-hobo este turistul cu vârsta între 20 și 70 de ani, deci de la tineret la pensionari, care călătorește în grupuri mici sau individual, vizitează tot, petrece vacanțe mai lungi decât ceilalți turiști, consumă produse locale, călătorește în orice perioadă a anului și explorează locuri care nu prezintă interes pentru alte persoane.

Turismul nomad deține atribute interesante și este caracterizat prin motivația de a evada din rutină și prin dorința permanentă de a explora, de a construi experiențe de viață sau de a beneficia de oportunități de învățare formale sau non-formale, în afara mediului obișnuit. Turismul nomad este bazat pe ideea, motivația și deplasarea pentru a descoperi locuri noi, culturi și oameni noi, bucătării noi, urmele unor civilizații dispărute, modele de viață, mentalități etc. implicând contacte cu aceste elemente.

Formele de turism ce pot fi practicate în cadrul turismului nomad sunt cele pe care le putem personaliza la un nivel înalt și cele ce se abat uneori de la regulă, fiind specifice prin caracteristica lor ori diferențiindu-se prin exclusivitate. În acest sens, turismul nomad poate căpăta diferite forme, precum: turismul de tranzit, turismul de vizitare, turismul vacilando, drumeții, turismul de aventură, de circumstanță, de pelerinaj, cultural, artistic, artizanal, deoarece este amator de experiențe.

Din motivul că turistul devine tot mai mobil, se tinde către un turism de vizitare, cuprinzând vizitarea într-o singură vacanță a mai multor localități sau țări. În cazul turismului internațional se desprinde și turismul de tranzit, legat de traversarea unor țări, cu oprire sau fără, pentru a ajunge la destinații concrete.

Turismul vacilando este considerat o formă a turismului de nișă, axată pe segmentul concret de consumatori turistici, în care procesul de deplasare este mult mai important decât destinația în sine. Segmentul-țintă reprezintă un tip special de turist rătăcitor, pentru care contează prioritar procesul de călătorie și secundar – destinația selectată.

Tot aici putem menționa și drumețiile, care de asemenea presupun mobilitate din partea turistului și care reprezintă o modalitate eficientă de a combina vizitarea mai multor atracții turistice cu mersul pe jos, în arii naturale, de multe ori în zone pitorești. Adesea oamenii fac astfel de drumeții pe trasee special concepute pentru acest gen de recreere, numite trasee de drumeție. Astfel, drumețiile montane sunt o atracție pentru turiștii studenți din România, care pot petrece până la 7 zile de drumeții prin munții Bucegi și Piatra Craiului, având la îndemână corturi, saci de dormit și mult entuziasm. Beneficiile diferitelor tipuri de drumeții asupra sănătății au fost confirmate în numeroase studii.

Turismul de aventură în niciun caz nu se include în forma sedentară; din contra, se bazează pe schimbarea continuă a destinației turistice: de la dormitul în peșteri, săritul cu paraplanda, excursii în zone neexploatate și nepoluate la practicarea drumețiilor în locuri greu accesibile, practicarea alpinismului sau scufundărilor. În acest sens, turismul de aventură implică explorarea unui loc mai puțin frecventat de către turiștii de masă, având un nivel de risc mediu, necesitând, în anumite cazuri, abilități speciale și o pregătire fizică bună. Una dintre caracteristicile de bază asociate turismului de aventură este „căutarea” intenționată a situațiilor de risc, care implică o doză de adrenalină datorită caracterului lor periculos, organizând astfel o vacanță în mod unic. Activitățile au loc în natură, principalele motivații (riscul, aventură) pot fi combinate cu distracția, natura și peisajul etc. Există o multitudine de sporturi de aventură și tot atât de multe posibilități de a le combina. Un exemplu autohton de itinerar de aventură ar include vizitarea peșterii Emil Racoviță, săritul în gol de pe clădirea din Ialoveni, vizitarea celui mai mare cimitir evreiesc din Vadul lui Rașcu. Un itinerar turistic de aventură conceput și promovat în România reprezintă rafting-ul pe râurile Bistrița, Mureș, Buzău, care presupun coborârea pe râuri repezi de munte cu bărci pneumatice în echipe de două sau mai multe persoane. În Brașov se practică raid-off-road, unde turiștii sunt conduși cu mașina de șoferi specializați pe drumuri și pante aparent inabordabile, locuri unde nicidecum nu te poți deplasa cu automobilul.

O altă formă practică în cadrul turismului nomad este turismul cognitiv, care se manifestă sub diverse aspecte, acestea fiind influențate de varietatea motivațiilor turistice și de interesul fiecărui turist în parte. În acest caz, dat fiind faptul că includem turismul cognitiv în cel nomad, trebuie să ne referim la acele activități de cunoaștere, care implică parcurgerea unui traseu cu vizitarea mai multor obiective sau destinații. Drept exemplu servesc traseele turistice ce presupun vizitarea tuturor universităților din Europa sau vizitarea doar universităților vechi din lume, aceasta fiind la discreția turistului; astfel, se satisface nevoia formativ-cognitivă sau de autorealizare a turistului. Un alt exemplu ar fi vizitarea parcurilor industriale, cum este cel din Turcia – Ostim sau din Elveția – CERN (Organizație Europeană pentru Cercetare Nucleară). Turul Europei ar fi și el un traseu de cunoaștere a culturii, societății și tradițiilor din cadrul fiecărei țări incluse în itinerar. Să zicem, luni suntem la Viena, marți la Bruxelles, miercuri admirăm Parisul, joi la Barcelona, vineri la Lisabona, sâmbătă potrivim ceasul în Elveția, iar duminică facem plajă în Italia. În aceste condiții, în vederea promovării turismului nomad și stimulării consumului turistic, căile ferate din Europa oferă abonamente forfetare la tren, în special pentru studenți, care doresc să călătorească oriunde în Europa, cheltuind sume mai modeste pe parcursul circuitului turistic.

O altă formă de turism cu tangențe evidente cu turismul nomad reprezintă pelerinajul, deoarece credințioșii urmează un traseu religios pe jos, fiind o deplasare fizică ca expresie a unei mișcări sufletești. Rutele pelerinilor clasici au fost stabilite încă din cele mai vechi timpuri: de la Karnak la Teba, în Egiptul Antic, de la

Efes la Bizanț și Delphi, plus, o dată la patru ani, în timpul Jocurilor Olimpice, până la templul lui Zeus din Olimpia, în Grecia Antică. Cu toate acestea, creștinismul a pus bazele adevăratului pelerinaj. Pelerinajul este, de regulă, o călătorie spirituală care implică ajungerea la locuri sacre, acestea fiind de cele mai multe ori temple sau locuri cu importanță mistică și religioasă. Azi exista câteva rute tradiționale de pelerinaj: măcar o dată în viață un musulman ar trebui să ajungă la Mecca și Medina, budiștii japonezi – la muntele Fuji, cei din India fac pelerinaje la sanctuarele indiene, o altă rută religioasă este cea care urmează pașii lui Buddha, catolicii merg cu miile pe El Camino sau la Santiago (în Spania) sau la Lourdes (în Franța), hindușii au Chardham-ul, iar evreii merg la Zidul Plângerii din Ierusalim. Fiecare dintre aceste trasee au particularitățile lor, însă toate au punctul comun al vacanței spirituale, rămânând experiențe de neuitat.

Tururile tematice de pelerinaj se extind spre diverse destinații turistice: de la pelerinajul muzical (exemplu la Graceland, pe urmele lui Elvis, sau la Abbey Road, pentru cercetarea istoriei trupei Beatles, sau croaziera Jazzului) până la pelerinajul care aduce literatura la viață. Astfel, locuri precum mausoleul lui Lenin din Piața Roșie din Moscova sau Piața Tienanmen din Beijing se transformă în motive de pelerinaj tematic.

Turismul genealogic este o formă a turismului cultural, având ca scop principal vizitarea unor locuri de origine, legate de istoricul familiei (identificarea arborelui genealogic), de strămoși și de evenimente din viața acestora. Această formă de turism apare ca consecință a procesului de globalizare; astfel, întâlnim persoane cu istorii de viață de invidiat (originar din Mexic, căsătorit în Ucraina, făcând studii superioare în Republica Moldova și, ulterior, stabilit în Canada, pentru o perioadă nedeterminată de timp...). De aici și apare necesitatea de a vizita și, uneori, de a cunoaște locuri de origine, rude îndepărtate etc.

Shopping-ul este acțiunea care ne dictează viața. Toată lumea face cumpărături și am ajuns să depindem foarte mult de acestea. Acest sector se îmbină în prezent cu turismul, rezultând o activitate cu forme multiple de manifestare. Shopping-ul este o activitate generalizată la nivel mondial. Principalele locații pentru turismul de shopping sunt situate în state precum China, Thailanda, Statele Unite ale Americii, Emiratele Arabe Unite, Malaysia etc.

Turismul cultural de asemenea îl putem include în formele de turism ce pot fi practicate în cadrul turismului nomad, doar că îi oferim caracteristica de continuă mobilitate a turistului. Astfel, participarea la evenimentul organizat anual „Nomad International Film Festival” poate fi o modalitate de satisfacere a nevoilor culturale, practicând, în același timp, turismul nomad. Festivalul în cauză presupune un traseu în cadrul a cinci orașe mari din două țări diferite. În general, evenimentele reprezintă una dintre cele mai importante elemente motivaționale ale activității turistice. În unele cazuri, turiștii sunt dispuși să străbată distanțe mari, doar să poată participa la un anumit eveniment. Atractivitatea evenimentelor constă în faptul că acestea nu sunt niciodată la fel și niciodată nu pot fi reproduse cu exactitate, din motivul variabilității serviciilor turistice. De asemenea, este necesară prezența persoanei pentru a se putea bucura pe deplin de experiență. Turismul de evenimente, numit și turismul de circumstanță, se bazează pe organizarea concertelor, carnavalurilor și paradelor, evenimentelor sportive, artistice, organizarea hramurilor localităților etc. O ramură distinctă a turismului cultural reprezintă turismul de patrimoniu (memorial-istoric), care presupune vizitarea teatrelor celebre, muzeelor și galeriilor de artă, atelierelor și studiourilor de artă; participarea la activități culturale, la festivaluri, concerte și expoziții de artă; vizitarea locurilor istorice (ex.: antice, medievale, destinații cu o istorie bogată, locuri industriale celebre, vechi canale, căi ferate, câmpuri de luptă etc.), astfel satisfăcându-se motivația culturală și estetică a turistului.

În concluzie, putem afirma că la nivel mondial există un număr mare de forme turistice, aferente turismului nomad, dezvoltate independent sau complementar, care generează, anual, indicatori importanți în ceea ce privește circulația turistică și nivelul încasărilor din turism, contribuind decisiv la dezvoltarea socioculturală și economică a țărilor de referință. Turismul nomad are vocația de a unii oamenii din culturi diferite, promovând astfel toleranța și înțelegerea reciprocă dintre oamenii din diferite culturi, religii și țări. Din punct de vedere sociocultural, turismul nomad ajută la înțelegerea propriei culturi, a culturilor străine și la dezvoltarea personală a călătorilor. Acești turiști aduc cu ei energie pozitivă și creativă și noutate locurilor pe care le vizitează, fiind dornici să cunoască, să înțeleagă și să ajute, dacă acest lucru este posibil. În acest sens, există premise reale pentru ca pe viitor să apară și să se dezvolte și celelalte forme ale turismului nomad, inexistente sau puțin reprezentative în prezent.

Bibliografie:

1. CAVCALIUC, I., MOLDOVAN-BATRÎNAC, V. *Marketingul turismului intern*. Chișinău: Crio SA, 2010.
2. SNAK, O., BARON, P., NEACȘU, N. *Economia turismului*. București: Prouniversitaria, 2009.
3. NEACȘU, N. *Turismul și dezvoltarea durabilă*. București, 1999.
4. CRISTUREANU, C. *Strategii și tranzacții în turismul internațional*. București: C.H. Beck, 2006.
5. TOFFLER, A. *Consumatorii de cultură*. București, 1997.

Prezentat la 04.11.2015