



Analiza competitivității industriei turistice din România în contextul globalizării economice

Lect. univ. dr. Răzvan Cătălin DOBREA
Andreea Nicoleta ȘTEFĂNESCU

Abstract

The competitiveness growth constitutes, at the organizations level, one of the major preoccupations for the present context of the social-economic changes. The effects of the globalisation process have been also noticed at tourism industry level, fact which had generated a series of changes both in production area and even more in the tourism services consume area. The analysis of the competitiveness of this sector has moved from the sphere of some individual criterions, orientated on economic aspects, to the sphere of complex assessments with deep implications for all the involved factors. The present working presents a series of aspects regarding the tourism industry competitiveness from Romania, from the perspective of some assessments and classifications realized by the organizations in the domain at the world plan.

Introducere

Turismul reprezintă unul dintre cele mai importante sectoare ale economiei mondiale, dată fiind contribuția sa, ca principal generator de locuri de muncă și cale de dezvoltare sustenabilă pentru țările emergente. Potrivit Organizației Mondiale a Turismului, în anul 2006, industria turismului a realizat 10,6% din PIB-ul mondial și a asigurat 230 milioane de locuri de muncă. Turismul antrenează în dezvoltarea sa, o serie de servicii conexe precum sistemele de transport, tehnologiile informaționale și de comunicare, alternativele de recreere și relaxare.

Societatea contemporană luptă pentru bunăstarea și securitatea omenirii prin implementarea și derularea unor multiple politici economice

viabile și durabile. Fenomenul de globalizare, existent aproape la nivelul tuturor sistemelor economice și-a făcut resimțită influența și asupra turismului, din perspectivă complexă: geopolitică, economică sau culturală. Globalizarea presupune existența unei cooperări permanente între economiile naționale și aderarea acestora la un sistem economic mondial. Însuși conceptul de „economie națională” și-a modificat semnificația, instituția economică de bază la nivel mondial a devenit corporația transnațională care își amplasează filiale și își comercializează produsele fără a se mai lua în calcul existența granițelor statale.

În sectorul turismului, fenomenul de globalizare a provocat numeroase schimbări precum: organizarea logisticii necesare transportului pe structuri regionale sau chiar mondiale, definirea unor reguli internaționale de conduită, dezvoltarea și specializarea diferitelor forme de turism, transformarea unor zone în destinație turistică numai după penetrarea unor structuri globale profesionale din turism în acea regiune.

În contextul globalizării, prosperitatea națiunilor este măsurată prin nivelul competitivității pe piețele internaționale. Așadar, problema competitivității a devenit un subiect de maxim interes pentru fiecare actor al economiei mondiale și pentru fiecare sector economic.

Analiza competitivității industriei turismului și călătoriilor

Industria turismului și călătoriilor reprezintă un sector cu identitate proprie aflat într-o evoluție dinamică. La nivelul unei țări, evoluția ascendentă a acestui sector contribuie la creșterea gradului de angajare, creșterea venitului național și poate îmbunătăți balanța plăților.

Activitatea din domeniul turistic este măsurată prin diferiți indicatori, iar economiile naționale sunt clasificate în funcție de aceștia în cadrul unor clasamente internaționale. Totodată, industria turismului și călătoriilor este caracterizată de o serie de aspecte specifice, din care am selectat pe cele considerate relevante.

Costurile de producție aparțin, în cea mai mare parte, altor ramuri ce furnizează *inputurile* materiale ale industriei turismului și călătoriilor. În structura costurilor ponderea cea mai mare o deține forța de muncă. În același timp, prin dependența industriei turistice de celelalte ramuri din economie, aceasta utilizează în mod indirect forța de muncă din ramurile care îi furnizează bunuri și servicii. *Oferta turismului și călătoriilor este egală sau mai mare decât producția* și cuprinde totalitatea capacităților de producție (capacitatea mijloacelor de transport, a hotelurilor, muzeelor etc.), potențialul natural și cultural, poziția geografică, calitatea resurselor demografice, evenimentele și, în general, tot ce poate reprezenta sursă de atracție turistică.

Analiza competitivității în turism se bazează pe o serie de opt indici, precum: indicele competitivității prețului, indicele Human Tourism, indicele infrastructurii, indicele mediului, indicele tehnologiei, indicele resurselor umane, indicele deschiderii, indicele social, a căror valoare pe o scală de la 0 la 100 arată performanța fiecărei țări comparativ cu alte țări. Valoarea 0 reprezintă cea mai mică valoare a indicelui, iar valoarea 100 cea mai mare. Sursele de date pentru acești indicatori sunt reprezentate în mare parte de indicatorii de dezvoltare elaborați de Banca Mondială, dar și de rapoarte ale ONU și WTTC (World Travel and Tourism Council).

În cazul analizei competitivității în turism a României au fost luate în considerare ca țări de referință pentru comparație opt țări apropiate din punct de vedere teritorial. Aceste țări, concurente în turism, sunt: Bulgaria, Croația, Serbia și Muntenegru, Ungaria, Republica Cehă, Slovacia, Polonia și Ucraina.

Analiza globală a competitivității în turism presupune compararea din punctul de vedere al valorilor celor opt indici a tuturor țărilor supuse analizei. Indicele mediu de competitivitate se obține prin efectuarea unei medii simple a valorilor celor opt indici, după ce în prealabil s-a acordat același grad de importanță fiecăruia. În tabelul 1 am prezentat evidența celor opt indici pentru statele analizate.

Evidența indicilor de competitivitate pentru cele opt state analizate¹
Tabelul 1

Țara	Indicele competitivității prețului	Indicele Human Tourism	Indicele infrastructurii	Indicele mediului	Indicele tehnologiei	Indicele resurselor umane	Indicele deschiderii	Indicele social	Indicele mediu de competitivitate
Bulgaria	58,46	80,04	64,05	67,86	69,23	71,60	76,42	60,89	68,57
Croația	68,99	n.a. ²	n.a.	69,60	87,98	68,62	55,62	57,43	68,04
Serbia și Muntenegru	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	66,65	n.a.	29,59	n.a.	48,12
România	66,28	24,61	42,77	71,22	58,8	63,01	72,79	71,79	58,91
Ungaria	50,02	92,91	77,26	76,06	92,34	84,7	79,40	74,81	78,44
Slovacia	47,05	38,09	73,28	70,77	78,72	71,60	65,73	57,47	62,84
Cehia	48,71	72,69	n.a.	75,24	94,15	74,68	79,25	76,59	74,47
Polonia	49,10	43,47	n.a.	72,03	77,40	88,30	70,82	61,10	66,03
Ucraina	68,25	73,73	n.a.	23,12	41,35	81,23	58,02	52,88	56,94

¹ Valorile au fost obținute prin calcularea mediei aritmetice a indicilor pentru care există informații disponibile.

² n.a. - datele nu au fost disponibile

Conform indicelui mediu de competitivitate, în domeniul competitivității în turism, România este depășită de Ungaria (78,44) și Cehia (74,47), dar și de Bulgaria (68,57), Croația (68,04), Polonia (66,03) și Slovacia (62,84). Totuși, țara noastră păstrează un avantaj față de țări vecine precum Ucraina, Serbia și Muntenegru. Menționăm însă că aceste rezultate sunt influențate de lipsa unor date, în special în cazul Serbiei și Muntenegrului și într-o mai mică măsură în cazul Croației, Ucrainei, Poloniei și Cehiei.

România este mai competitivă față de concurenții săi în domeniul prețurilor, al mediului, al deschiderii față de comerț și turism și domeniul social și mai puțin competitivă în cel al tehnologiei, al resurselor umane și al infrastructurii.

Pentru a conchide, competitivitatea României în domeniul turismului față de concurenții săi se prezintă astfel:

- față de Bulgaria: în domeniile prețuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006; indicele parității puterii de cumpărare; nivelul impozitării în turism), infrastructura (doar la capitolele drumuri și căi ferate – cu indici superiori Bulgariei), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puține decât Bulgaria, dar o densitate a populației mai mare), tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), social (la indicele ziarelor și indicele televizoarelor);
- față de Croația: în domeniile prețuri (doar la capitolul nivelul impozitării în turism), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puține decât în Bulgaria, dar o densitate mai mare), deschidere internațională (la capitolul nivelul impozitării în comerțul internațional) și domeniul social (la indicele ziarelor și indicele televizoarelor). De asemenea, trebuie menționat că analiza nu este completă datorită lipsei datelor pentru domeniile infrastructură și turism uman;

- față de Serbia și Muntenegru analiza competitivității delimitează doar la două domenii datorită lipsei datelor: domeniul tehnologiei (România are un număr mai mare de utilizatori de internet) și domeniul deschiderii internaționale (capitolele vize și nivelul impozitării în comerțul internațional);
- față de Ungaria: doar în domeniile prețuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 și nivelul impozitării în turism) și domeniul social (doar la indicele televizoarelor);
- față de Slovacia: doar în domeniile prețuri (la capitolul tarife pe cameră în hoteluri, în 2006), turism uman (doar capitolul implicării oamenilor în turism), mediu, tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaționale (capitolul vize) și domeniul social (la indicele ziarelor și indicele televizoarelor);
- față de Cehia: doar în domeniile prețuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 și nivelul impozitării în turism) și domeniul social (doar la indicele ziarelor și indicele televizoarelor);
- față de Polonia: doar în domeniile prețuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 și nivelul impozitării în turism), human tourism (doar capitolul impactului economic al turismului), tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaționale (capitolele indicele deschiderii în turism și indicele deschiderii în comerț) și domeniul social (doar la indicele ziarelor și indicele televizoarelor);
- față de Ucraina: în domeniile prețuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri în 2006, paritatea puterii de cumpărare și nivelul impozitării în turism), human tourism (doar la capitolul implicării în turism a populației), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puține decât Ucraina, o densitate a populației mai mare), tehnologie (capitolele numărul de utilizatori de internet,

telefonie mobilă, exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaționale (capitolul vize, nivelul impozitării în comerțul internațional) și domeniul social (capitolele indicele dezvoltării umane, indicele ziarelor, indicele calculatoarelor și indicele televizoarelor).

În tabelul 2 am prezentat evoluția principalilor indicatori turistici la nivelul României pentru perioada 2004 -2007.

**Evoluția principalilor indicatori turistici în România
în perioada 2004-2007**

Tabelul 2

Indicatori	2004	2005	2006	2007
Turiști sosiți în România (mii) – vizitatori la frontieră	4.938	4.794	5.595	6.600
Plecări ale cetățenilor români în străinătate (mii) – înregistrați la frontieră	6.408	5.757	6.497	6.972
Cifra de afaceri realizată de hoteluri, alte unități de cazare și restaurante incluse în structurile acestor unități (mii RON)	870.000	1.163.700	1.413.300	-
Cifra de afaceri a agențiilor de turism și asistență turistică (mii RON)	655.700	707.100	701.000	-
Număr unități de cazare – total, din care:	3.266	3.338	3.569	3.900
▪ proprietate privată (%)	60.3	92.0	92.0	92.0
Locuri în capacitățile de cazare în funcțiune (mii de locuri zi)	51.882	50.752	51.632	53.989
Indicele mediu de utilizare a capacității de cazare în funcțiune (%)	34.9	34.0	34.6	34.3

Indicatori	2004	2005	2006	2007
Turiști cazați în unitățile de cazare (mii) din care:	4.875	4.847	5.057	5.639
▪ români (mii)	3.960	3.848	3.952	4.279
▪ străini (mii)	915	999	1.105	1.359
Turiști cazați în hoteluri (mii) din care:	3.829	3.835	3.984	4.341
▪ români (mii)	3.000	2.935	2.990	3.125
▪ străini (mii)	829	900	994	1.216
Populația ocupată în hoteluri și restaurante (mii persoane)	79	95	105	-

Indicele mediu de utilizare a capacității de cazare în funcțiune s-a menținut relativ constant în ultimii patru ani în jurul valorii de 34,5%, iar la hoteluri de 41,8%. Durata medie de ședere la nivelul întregii țări a oscilat între 3,5 și 3,7 zile în perioada 2004-2007 pe ansamblul structurilor de cazare și între 3,5 și 3,9 zile în hoteluri.

Structura vizitatorilor străini și a românilor care călătoresc în străinătate după mijloacelor de transport utilizate indică orientarea acestora în ceea ce privește tipurile de infrastructură de circulație și mijloacele de transport folosite. Se remarcă o creștere continuă a ponderii deținute de turiștii străini care circulă cu ajutorul mijloacelor de transport rutier (mașini personale, autocare, mașini închiriate, motociclete), de la 72,3% în 2004 la 81,8% în anul 2007 și scăderea celor care circulă pe calea ferată. Principalul punct de intrare în țară este Vama Borș, care deține 14% din traficul turiștilor străini care utilizează transportul rutier. Românii care călătoresc în străinătate utilizează în proporție și mai mare (aproximativ 86,2% în anul 2007) mijloacele de transport rutier. Rezultă că principala direcție în care trebuie dirijate investițiile de infrastructură generală favorabile creșterii calității și a gradului de siguranță a turistului este infrastructura rutieră.

În același timp, numărul turiștilor români care călătoresc în străinătate și utilizează transportul aerian este într-o ușoară creștere (de la 8,4% în anul 2004, la 9,9 % în 2007). În cazul vacanțelor - sejururi mai mari de 4 zile ale cetățenilor români în țară, ponderea cea mai mare a mijloacelor de transport utilizate o deține tot transportul rutier, (64,9%), însă în același timp transportul feroviar urcă la 34,9% ca urmare a finalizării amplelor lucrări de modernizare atât a parcului de vagoane, cât și a liniilor de cale ferată. Aceste lucrări au inclus și liniile de cale ferată principale, de acces spre zonele de mare concentrare turistică și se impun a fi continuate având în vedere experiența statelor Uniunii Europene cu turism dezvoltat în ceea ce privește reconsiderarea importanței, locului și rolului transportului feroviar în dezvoltarea durabilă a turismului.

Forumul Economic Internațional a introdus indicele competitivității turismului și călătoriilor (ICTC) cu scopul de a măsura factorii și politicile care fac atractiv sectorul turismului și călătoriilor în diferite țări.

ICTC se bazează pe trei categorii de variabile care facilitează sau conduc către competitivitatea industriei turismului și călătoriilor: **subindicele cadrului general, subindicele mediului de afaceri și infrastructurii, subindicele resurselor umane, culturale și naturale.**

Subindicele cadrului general înglobează aspecte politice și în general elemente controlate de autoritățile centrale. În componența lui intră cinci piloni: legislația, dezvoltarea durabilă, siguranța și securitatea, sănătatea și igiena, prioritizarea turismului și călătoriilor. La rândul lor, fiecare din piloni este compus din mai multe variabile.

Legislația pune în evidență influența Guvernului asupra atractivității în dezvoltarea sectorului, fie ea în favoarea sau defavoarea dezvoltării acestuia.

Dezvoltarea durabilă a mediului măsoară stringența legislației de mediu din fiecare țară. Cuprinde variabile precum cota emisiilor de dioxid de carbon, procentajul speciilor pe cale de dispariție.

Siguranța și securitatea iau în considerare gradul de criminalitate și violență, cât și terorism, nivelul accidentelor rutiere. Pilonul „sănătate și igienă” este esențial pentru competitivitatea turismului și călătoriilor. Variabilele componente ale acestui pilon sunt: accesul la apă potabilă, numărul de doctori pe cap de locuitor, numărul de paturi în hotel.

Guvernul poate canaliza fondurile necesare dezvoltării proiectelor esențiale clarificând faptul că sectorul turismului și al călătoriilor este o preocupare primară și reflectând acest lucru în prioritățile bugetare.

În anul 2008, Forumul Economic Internațional a publicat o serie de rezultate privind ICTC pe un eșantion de 130 de țări, printre care și România. La nivelul țării noastre acest indice a înregistrat valoarea de 3.88 puncte, plasând România pe poziția 69 în clasamentul realizat. În privința „cadrlui general”, România s-a poziționat pe locul 72 din cele 130 de țări analizate, clasându-se în urma țărilor vecine precum Bulgaria, Ungaria și Polonia (vezi tabelul 3).

„Mediul de afaceri și infrastructura în turism”, cea de a doua dimensiune urmărită de indicele competitivității turismului și călătoriilor a acumulat un punctaj de 3.55 puncte, poziționând România pe locul 66. Toate celelalte trei țări vecine (Bulgaria, Ungaria și Polonia) au înregistrat punctaje mai bune (vezi tabelul 4).

În ciuda bogatelor resurse naturale și culturale pe care România le deține, la capitolul subindicele „resurse umane, culturale și naturale”, țara noastră s-a clasat pe poziția 73, în urma tuturor concurenților sale. Chiar și în privința resurselor culturale, România a obținut doar locul 44, în timp ce Bulgaria a fost pe locul 29, Ungaria pe 23, iar Polonia pe 24 (vezi tabelul 5).

Indicele competitivității turismului și al călătoriilor este un instrument utilizat pentru a identifica atât punctele tari ale unei țări, cât și barierele care împiedică dezvoltarea sectorului. De asemenea, ICTC poate fi utilizat drept o platformă de dialog între comunitatea de afaceri și Guvern, cu scopul îmbunătățirii competitivității sectorului turismului și al călătoriilor, și în cele din urmă pentru creșterea perspectivelor și prosperității cetățenilor.

Concluzii

În contextul fenomenului de globalizare, România trebuie să realizeze multe schimbări pentru a deveni competitivă în domeniul turismului. Cu toate că potențialul turistic al României a fost și este apreciat ca fiind promițător atât de către cercetătorii români, cât și de cei străini, turismul românesc este încă în faza de dezvoltare și reabilitare. În drumul său către performanță, turismul românesc trebuie să adopte o mentalitate globală și să țină cont de concurența internațională existentă.

Printre aspectele cele mai importante avute în vedere în dezvoltarea sectorului turismului și călătoriilor în România, trebuie punctate următoarele: consolidarea comunicării și colaborării dintre mediul de afaceri românesc și autoritățile publice, creșterea eforturilor de promovare a imaginii turistice a României, acordarea unei importanțe mai mari turismului rural, ecoturismului și turismului cultural.

Dezvoltarea durabilă a sectorului turismului și călătoriilor depinde în mod direct de dezvoltarea durabilă a altor domenii conexe. Așadar, îmbunătățirea generală a infrastructurii, creșterea nivelului de trai, îmbunătățirea condițiilor de igienă și sănătate, dar și ai celorlalți piloni componenți ai indicelui de competitivitate a turismului și al călătoriilor reprezintă direcția în care trebuie să se îndrepte România.

Bibliografie

- 1 Crăciunescu P., Șerbu M. *Globalizare și identitate națională*, București, Editura Ministerului Administrației și Internelor, 2006
- 2 Comisia Comunităților Europene *Agenda pentru un turism european durabil și competitiv*, Bruxelles, 2007
- 3 World Bank *World Development Indicators Online Database*, December 2007
- 4 *** *World Economic Outlook Database*
- 5 *** *World Travel & Tourism Council, TSA Research 2007*
- 6 *** *World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008*