



Strategies to increase economic efficiency through investment activities in mountain tourism

Strategii de creștere a eficienței economice prin investiții a activităților din turismul montan

Emanoil SAVIN, Ph.D. Candidate
The Bucharest Academy of Economic Studies, Romania

Abstract

On national plan, tourism is, in the current period, one of the areas that can provide regional and country, a profitable and economic development. Natural and anthropogenic potential which Romania has is necessary to be properly exploited, providing promotion and development of investment programs, able to attract a large number of tourists. The project is presenting a series of specific mountain tourism development through investment programs focused on strategic quality tourism services and protect the natural environment.

Keywords: *investments, mountain tourism, efficiency*

Rezumat

Turismul, pe plan național, constituie, în perioada actuală unul din domeniile ce poate asigura o dezvoltare economică rentabilă și durabilă la nivel de regiune și țară. Potențialul natural și antropoc de care dispune România este necesar a fi exploatat corespunzător, cu condiția promovării și dezvoltării unor programe de investiții, capabile, să atragă un număr mare de turiști. Lucrarea de față prezintă o serie de aspecte specifice dezvoltării turismului montan prin intermediul unor programe de investiții, orientate strategic pe asigurarea calității serviciilor turistice și protejarea cadrului natural.

Cuvinte-cheie: *investiții, turism montan, eficiență*

JEL Classification: L83

Condițiile economico-sociale actual și necesitatea asigurării unui tip de dezvoltare sustenabilă, obligă sistemele naționale și chiar mondiale să caute soluții în diferite domenii de activitate, care pe de o parte să nu consume resurse financiare semnificative pe termen scurt, dar care să beneficieze de o rată considerabilă de creștere. În ansamblul limitat al acestor sectoare se înscrie și turismul, o

activitate din ce în ce mai specializată dar și diversificată, în care patrimoniul natural, cel antropic și resursele umane joacă rolul prioritar. Este evident faptul că statele care dețin aceste elemente, au un ascendent în fața celorlalte, dar competiția mondială, este una încă deschisă, iar clasamentele se află în permanentă schimbare. Țări, aparent fără pretenții majore la fluxul internațional de turism, au devenit în contextul actual, destinații preferate pentru un număr din ce în ce mai mare turiști. Fenomenul de segmentare a cererii turistice a permis apariția unor forme moderne ale turismului de nișă, care vor constitui pe termen mediu, alternative viabile de creștere economică.

România, deși dispune de un patrimoniu natural, deosebit, nu a reușit să devină unul dintre principalii jucători pe piața turismului mondial. Numărul turiștilor care au ales ca destinație țara noastră și au petrecut sejururi în diferitele forme tradiționale sau mai moderne de turism, deși a fost în creștere, nu s-a ridicat la nivelul așteptărilor atât ale autorităților, cât și ale marilor operatori din acest domeniu.

În tabelul 1. este prezentată evoluția numărului de vizitatori din străinătate, care au sosit în România, în intervalul 2000 – 2006.

.Număr de vizitatori din străinătate în România (2000 – 2006)

Tabelul 1

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Sosirii (mii)	5264	4938	4794	5595	6600	5839	6037
Valoare (mil. Euro)	359	362	335	396	406	852	1034

(Sursa: Institutul Național de Statistică din România)

Din statistica prezentată este evidențiată scăderea numărului de vizitatori, în raport cu anul 2004, care a reprezentat practic vârful acestui indicator, pe de o parte, iar pe de altă parte o creștere a încasărilor asociate, aceasta însă pe fondul creșterilor de preț la nivelul tuturor activităților componente. Cauzele unei astfel de situații sunt complexe și provin din sfera evoluției în ansamblu a economiei și a veniturilor populației, a procesului de privatizare, a gradului de pregătire și specializare a resurselor umane din domeniu sau a nivelului de dezvoltare a infrastructurii generale și specifice.

În ansamblul formelor de turism practicate în România, turismul montan, ocupă unul dintre locurile prioritare prin prisma disponibilității acestei forme de relief, accesibilității, diversității și gradul de protejare în raport cu acțiunile umane.

Una dintre problemele majore cu care se confruntă această formă de turism este legată de absența unei politici generale de orientare a sectorului, aceasta fiind marcată mai mult de implementarea izolată a acestor măsuri, fără a fi integrate într-un plan strategic sustenabil.

Consecințele unei astfel de stări s-au resimțit în planul unei valorificări necorespunzătoare a patrimoniului existent, a lipsei unui sistem modern și adecvat pentru servicii de cazare, alimentație publică, respectiv petrecerea timpului liber.

Avantajul principal al turismului montan și anume acela ca poate fi practicat pe o perioadă extinsă din an nu a constituit un suport în activitățile desfășurate și datorită stării precare a infrastructurii generale: drumuri, căi de acces rutier, feroviar sau aerian. S-a remarcat faptul că stațiunile aflate în sfera coridoarelor europene de transport și cele care

beneficiază de proximitate în raport cu marile aglomerări urbane, au înregistrat un avantaj din dublă perspectivă. Prima a fost legată de gradul de atractivitate al investitorilor, dezvoltatorilor din turism, care și-au direcționat fluxurile financiare spre modernizarea unităților de cazare existente sau dezvoltarea unor noi, fapt ce a dus la îmbunătățirea ofertei și calității serviciilor prestate. Al doilea avantaj major a fost provenit din sfera cererii pentru turismul montan, oamenii preferând să scurteze cât mai mult timpul alocat deplasării, în raport cu cel petrecut în respectivele stațiuni.

Odată cu trecerea timpului, aceste avantaje au generat și o serie de alte probleme, legate de sfera aglomerărilor (respectiv stațiuni au devenit foarte aglomerate și dorința oamenilor de a petrece timpul în liniște nu s-a mai putut satisface) sau de ce a construcțiilor, realizate într-un sistem complet haotic, care a făcut ca anumite stațiuni să arate mai mult ca zone comerciale sau de business, decât ca spații turistice. Consecințele unei astfel de stări au determinat un alt tip de cerere și anume aceea pentru spații și regiuni turistice dezvoltate într-o manieră care a permis menținerea tradiționalului pe de o parte, sau spre regiuni care oferă posibilități multiple de practicare a diferitelor sporturi.

În acest context, din analiza stării de fapt se naște o întrebare majoră: Ce este de făcut, ca aceste situații nefavorabile să nu se perpetueze și mai mult să fie limitate? Soluțiile la o astfel de problemă nu pot fi unele simpliste și nu țin doar de dorința unui sector de activitate / „actor” de a fi implicat într-o pondere mai mare sau mică.

Una dintre alternativele demne de susținut și implementat este legată de dezvoltarea unor strategii complexe, centrate pe investiții, cu caracter durabil și corelate cu specificul zonei, cererea pentru servicii turistice, tendințele pe plan internațional. Realizarea unei astfel de strategii trebuie abordată ca un proces major, cu scop și obiective bine definite și care să ia în calcul implicarea activă a tuturor membrilor societății, de la simplii cetățeni, care pot fi consultați și care pot exprima o serie de idei, la agenții economici implicați în domeniu, la furnizorii de resurse, indiferent de natura lor, și mai ales autoritățile publice locale și centrale. Fără un sprijin major al tuturor factorilor de decizie, orice inițiativă riscă de devină un consum de resurse fără un rezultat concludent și viabil.

La elaborarea strategiei investiționale, pentru creșterea eficienței turismului montan, trebuie avute în vedere o serie de aspecte relevante, între care amintim:

- potențialul natural existent și modul de valorificare prezent;
- starea actuală a infrastructurii de acces, cu identificarea problemelor și a posibilităților de dezvoltare;
- numărul și structura unităților de cazare și alimentație publică existente, eventual evoluția acestora pe ultimii 3 ani și sinteza rapoartelor de rentabilitate a acestora;
- resursele umane implicate direct și indirect, în desfășurarea activităților turistice, la nivel de cantitativ, structura, grad de pregătire, nivele de certificare, disponibilitate, furnizori potențiali (licee, școli de pregătire, universități etc.);
- posibilitățile de petrecere a timpului liber actuale în raport cu cerințele turiștilor;
- posibilitățile de practicare a sporturilor montane actuale și necesitatea creării unor noi alternative;
- populația rezidentă din zona sau regiunea respectivă (structură, nivel de pregătire, nivel de venituri, preocupări comune etc.);
- resursele asigurate în plan economic, evidențiate prin numărul agenților economici din domeniu, care sunt implicați în furnizarea diverselor servicii adiacente fenomenului turistic;

- posibilitățile și implicarea autorităților locale în sprijinirea turismului montan, prin facilitarea la nivel local a hotărârilor cu privire la diversele activități, atragerea și derularea unor forme de parteneriate cu alte localități, sprijinul investițiilor prin optimizarea timpilor necesari aprobării, avizării diverselor documentații, asigurarea cadrului necesar conservării resurselor materiale și naturale din regiune;

- strategia autorităților centrale pe termen mediu și lung, referitoare la dezvoltarea integrată a regiunii din punct de vedere al infrastructurii generale, al investițiilor în obiective de interes public;

- nivelul încasărilor și execuției bugetelor locale, modul de valorificare și posibilitățile de sprijinire din punct de vedere financiar a activităților din sfera turismului montan;

- posibilitățile de atragere a unor fonduri de investiții, prin programele Uniunii Europene, de sprijin nerambursabil a diverselor activități. Turismul constituie pentru intervalul 2007 – 2013 o activitate eligibilă în cadrul propunerilor de proiecte, atât la nivelul autorităților publice cât și la nivelul agenților economici privați. Inițiativele de proiecte trebuie armonizate prin prisma coerenței și sustenabilității economice și sociale. În lipsa acesteia, riscul este unul major și anume o dezvoltare complet neintegrată, individuală care în loc să asigure dezvoltarea activităților turistice, contribuie la diminuarea acesteia, datorită distrugerii cadrului natural, apariția unui peisaj arhitectonic complet neadaptat cu specificul zonei etc.

Creșterea eficienței economice a activităților specifice din turismul montan prin investiții poate fi asigurată și prin identificarea și susținerea celor mai bune metode de valorificare a patrimoniului deținut de către autorități sau agenții economici. Aceasta presupune implicarea în proiecte de modernizare doar pentru acele obiective de interes turistic, cu potențial real de atragere a turiștilor și contribuție majoră la crearea unui cadru propice pentru dezvoltare. Printr-un astfel de demers se asigură o modalitate eficientă de cheltuire a banilor, limitarea risipelor pe obiective care nu mai prezintă potențial.

Modele europene de dezvoltare a stațiunilor de turism montan, pot constitui exemple de bună practică pentru diversele regiuni din România. Din păcate, însă acestea nu sunt suficient de bine cunoscute sau diseminate la nivelul polilor de interes (autorități, agenții economici, populație), și aceasta are drept consecințe inițierea unor modele, care, în mult de din situații, s-au dovedit a fi complet neadecvate.

Un alt element de relevanță pentru asigurarea eficienței economice prin investiții vizează și asocierea în plan autorităților publice și private dintr-o anumită regiune pentru dezvoltarea unor proiecte majore, care individual, de către o localitate nu pot fi derulate. Beneficiile unor parteneriate de acest tip sunt majore pentru toate părțile interesate, astfel: capacitatea de atragere a fondurilor nerambursabile este mult mai mare, sinergia implicării poate să determine succesul global al întregii regiuni, crește gradul de coeziune la nivel de populație, se poate crea cadrul propice pentru un fenomen de specializare a activității, se asigură o mai bună comunicare între factorii implicați, se creează o imagine integrată a regiunii și se pot promova exemplele de bună practică.

Apreciez că promovarea și dezvoltarea proiectelor de investiții destinate turismului montan, trebuie să constituie o prioritate majoră, cu atât mai mult, în contextul actual al disponibilității fondurilor externe nerambursabile. Este evident faptul că un asemenea demers nu este unul facil, dar pierderile generate de neimplicare sunt mult mai mari și au consecințe pe termen mediu și lung. Competiția regională în sfera turismului montan este

una deosebită, alte state fiind deja promotorii unor noi forme de turism, iar timpul, de cele mai multe ori acționează în defavoarea noastră (Dobrea & Ștefănescu, 2008). Pe fondul global al reducerii numărului de turiști, reușita va fi evident a celor mai puternici și a celor care știu să valorifice corespunzător toate resursele existente, într-un context durabil

Bibliografie

- Bișa, G., (2005). *Elaborarea studiilor de fezabilitate și a planurilor de afaceri*. Editura BMT Publishing House.
- Blackwell, E., (2002). *How to prepare a business plan*. Londra, Kogan Page.
- Dobrea, R., C., (2009). *Modernizarea sistemelor tehnico-economice*. Editura Eficon Press, București
- Dobrea, R.C., & Ștefănescu, A.N. (2008). „Analiza competitivității industriei turistice din România în contextul globalizării economice”. *Economia. Management*, Vol. 11, issue 1, 40-54
- Ernst & Young’s (2008). *European attractiveness survey. An open world. Competition for Global FDI: From two established leaders to five vigorous competitors*. Disponibil la adresa: www.ey.com.
- Nicolescu, O., (2000). *Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației*, Editura Economică, București
- Nicolescu, O., Plumb, I., Pricop, M., Vasilescu, I., Verboncu., I. (2004). *Abordări moderne în managementul și economia organizației*, (tratat), Editura Economică, București.
- Vasilescu, I., Românu, I., and Cicea, C. (2000). *Investiții*. București, Editura Economică
- Vincze, M., (1999). *Regional competitiveness in Romania*. Babeș-Bolyai University, Faculty