



The effects of global crisis on the Romanian tourism

*Efectele crizei mondiale
asupra turismului românesc*

Reader Constanța ENEA, Ph.D.

University „Constantin Brâncuși” of Tg-Jiu, Romania
e-mail: eneaconstanta@yahoo.com

Lecturer Georgiana Lavinia TĂNĂSOIU, Ph.D.

University „Constantin Brâncuși” of Tg-Jiu, Romania
e-mail: georgianatanasoiu@yahoo.com

Abstract

According to data published by the Statistical Office of the EU, the spread of financial crisis has affected tourism in the EU of course. According to statistics, last year, spent the night in hotels in the EU was 1578 billion, registering a decrease of 0.5% over the previous year. The same number saw an increase of 3.4% in 2007 compared with the previous year and an increase of 2.9% in 2006. If an analysis of different periods, you can see the obvious influence of financial crisis on tourism. Compared to the same period of 2007, between January and April 2008, spent the night in the hotels registered EU increased by 1.6%. This figure decreased by 0.5% between May and August and between September and December when the crisis worsened, this number has dropped drastically to 3.2%.

Keywords: *global crisis, tourism and economic regression*

Rezumat

Potrivit datelor publicate de către Biroul de statistică al UE, răspândirea crizei financiare a afectat evident turismul în UE. Conform statisticilor, anul trecut, numărul nopților petrecute în hotelurile din UE a fost de 1,578 miliarde, înregistrându-se o scădere de 0,5% față de anul precedent. Aceeași cifră a cunoscut o creștere de 3,4% în 2007 în comparație cu anul precedent și respectiv o creștere de 2,9% în 2006. Dacă se face o analiză asupra diferitelor perioade, se poate observa influența evidentă a crizei financiare asupra turismului. În comparație cu perioada similară a anului 2007, între ianuarie și aprilie 2008, numărul nopților petrecute în hotelurile din UE a înregistrat o creștere de 1,6%. Această cifră a scăzut cu 0,5% între mai și august, iar între septembrie și decembrie când s-a agravat criza, acest număr s-a redus drastic cu 3,2%.

Cuvinte-cheie: *criza globală, turism, regres economic*

JEL Classification: M21, Z10, Z19

Nu putem neglija faptul că, criza economică globală a afectat pe toată lumea. Criza manifestată la nivel global a ajuns întâi la segmentul corporate, apoi s-a transferat și la privați, astfel că și turismul a suferit destul de mult. Aceasta s-a simțit și în gradul de ocupare în unitățile de cazare din țară, care a scăzut semnificativ, cu 20% (la hoteluri).

Criza economică mondială are efect puternic asupra României, care nu are o economie de piață dezvoltată, ci o economie bazată pe consum și creditare. La ce ne putem aștepta din punct de vedere turistic nu poate răspunde nimeni. Cei bogați suferă mai puțin; din păcate există marea majoritate a populației, afectată de efectele crizei economice, care va suporta costurile ei: șomajul - datorită falimentelor din sectorul privat, plecarea investitorilor către alte țări, etc.

Toate acestea fac ca România să fie vulnerabilă din punct de vedere financiar, întrucât economia României de 19 ani a funcționat, după un model de așa-zisă "economie de piață", care a avut la baza privatizarea tuturor întreprinderilor de stat, din toate domeniile de activitate: industrială, extractivă, comunicații, agricultură, turism etc. După 1989, pentru dezvoltarea industriei, sectorului privat, atragerea de investitori străini și români, dezvoltarea infrastructurii și agriculturii și turismului trebuia să se facă prin acordarea de facilități fiscale și credite bancare cu dobânzi mici, cu un termen de grație de cel puțin 5 ani. Dacă aceste facilități erau acordate, economia României se dezvoltă în decursul acestor 19 ani, care au trecut și nu era nevoie să ne împrumutăm de la FMI.

Cu toate că actuala criză financiară și economică pare departe de a-și fi epuizat forțele, unii analiști vorbesc de o nouă criză, generată de deficitul de petrol care va apărea în 2013. Astfel, spun specialiștii (Nobuo Tanaka, directorul Agenției Internaționale a Energiei, 2009), viitoarea degringoladă va depăși, prin amploarea ei, instabilitatea din prezent.

Problema este, spun experții, că marile concerne petroliere și-au redus, pe de o parte, producția, pe fondul scăderii cererii, și au tăiat, pe de altă parte, din programele de investiții. „Când lucrurile vor începe să revină pe făgașul lor, economiile lumii se vor confrunta cu o lipsă acută de țiței, deficit care, potrivit calculelor noastre, se va instala în 2013” (Nobuo Tanaka, directorul Agenției Internaționale a Energiei, 2009).

Aceasta presupune o explozie a prețurilor la „aurul negru”, care, estimează specialiștii AIE, ar putea urca la cifre de neimaginat în prezent, când barilul costă în jur de 44 de dolari, adică de 200 de dolari. Aceleași surse, ca țițeiul s-ar putea scumpi până la 148 de dolari în cursul anului 2009. Pentru a preveni acest scenariu, concernele petroliere trebuie să-și ducă la bun sfârșit planurile de investiții. În prezent, marii producători de țiței, în special statele arabe, au înghețat, pe cel puțin doi-trei ani, 35 din cele 130 de proiecte de punere în funcțiune de noi zăcăminte. În plus, OPEC a decis, recent, diminuarea cotelor de extracție cu 2,2 milioane barili pe zi, cea mai amplă scădere din istoria sa. Or, experții AIE cred că 2010 va aduce cu sine primele semne certe ale relansării economiei mondiale și, implicit, a cererii de petrol. Rezultatele unui studiu realizat de AIE arată că din 800 de importante câmpuri petroliere, în 350 volumul producției scade continuu.

Dacă până în 2008, în turism a fost o influență mai redusă, începând cu ianuarie 2009, criza începe să devină mult mai dureroasă, mai ales în perioadele de extrasezon (de exemplu, ianuarie și februarie sunt luni mai slabe în ceea ce privește turismul de masă), iar acum absolut toate segmentele vor fi afectate suplimentar.

Pentru perioadele următoare în sectorul turistic se prevede o scădere a veniturilor obținute, însă amploarea acesteia depinde de durata crizei.

Unele persoane din industrie sau alte sectoare economice, susțin că turismul românesc ar putea profita de această criză pentru a se dezvolta, prin atragerea turiștilor din Europa către destinații apropiate, de genul României sau Bulgariei. Se cuvine însă să amintim că dacă nu am reușit să îi atragem pe turiști până acum, acest lucru nu se va întâmpla în perioada crizei.

Într-adevăr, poate fi o oportunitate pentru țările cu tradiție turistică, care își pot reduce tarifele, păstrându-și însă serviciile calitative. Noi, românii, creștem prețurile pentru că scade gradul de ocupare. Și extrapolând, nu oferim servicii turistice nici mai ieftine, nici mai bune.

În 2009, operatorii vor rezista doar dacă vor deveni cu adevărat competitivi. Previziunile pesimiste pentru anul turistic 2009 îi pot motiva pe operatorii autohtoni să practice un turism mai ieftin și de mai bună calitate.

Așadar, cu toate că previziunile spun că numărul turiștilor va scădea în acest an, operatorii trebuie să încerce să scoată profit oferind pachete de servicii la prețuri atractive. Prognozele pentru acest an, estimează că numărul turiștilor care vizitează România va scădea cu circa zece procente. Potrivit organizațiilor din turismul românesc, de vină va fi criza globală, care îi va ține pe străini departe de România. Doar că și înainte de declanșarea problemelor financiare țara noastră a fost ocolită de străinii care preferau Bulgaria, Ungaria, Croația sau Muntenegru.

Promovarea doar în cadrul târgurilor de turism cu slogane de tipul „*România mereu surprinzătoare*” făcute cu un buget de numai cinci milioane de euro, echivalent cu cel din 1980, nu a dat roade. Nici goana după îmbogățire a hotelierilor de pe litoral care ofereau servicii jalnice pe prețuri de Ibiza nu mai ține.

“Criza financiară va lovi în agențiile de turism nespecializate și în hotelierii care au mizat pe profituri mari fără să ofere, însă, pachete de servicii competitive, potrivit oficialilor Asociației Naționale a Agențiilor de Turism (ANAT)”.

Odată ce efectele crizei globale au devenit mai vizibile, turiștii își vor drămuși foarte atent fiecare euro pe care îl cheltuie. „Cei care vor oferi calitate la un preț rezonabil vor avea de câștigat și, până la urmă, acest lucru va fi benefic pentru calitatea turismului românesc”, consideră aceeași sursă.

Criza financiară i-a determinat pe hotelieri să reducă prețurile pachetelor de servicii cu până la 30%. Proprietarii hotelurilor din stațiuni în general, spun că pentru 2009 se așteaptă la același număr de turiști, însă la un preț cu 20% mai mic.

„În contextul financiar actual, turismul românesc fie se maturizează, fie moare de tot” (Virgil Munteanu, managerul general al complexului turistic Delta Nature Resort, 2009), apreciază specialiștii. Aceștia mai consideră că o măsură extrem de importantă care ar salva turismul autohton ar putea fi relaxarea politicii fiscale în extrasezon.

„Absolut toate țările au o politică fiscală în domeniul turismului care avantajează operatorii în extrasezon, când este foarte dificil să menții personalul și, implicit, standardele. Așa ar trebui să se întâmple și la noi, unde se face turism doar trei luni pe an” (Eduardo Fayos-Solá - reprezentantul regional pentru Europa al Organizației Mondiale a Turismului, declarație pentru News-In, 2009), au concluzionat specialiștii.

ANAT a lucrat la o soluție anti - criză și mizează pe trei măsuri importante:

- tichete de vacanță;

- înscrierile timpurii, care reduc prețul biletelor de vacanță cu până la 30%, și,
- promovarea agresivă a destinațiilor turistice în străinătate cu un buget mai mare.

Dacă planul anti-criză va da roade, pentru a contracara și a proteja populația contribuitoare din România reală, care plătește cel puțin 556 de taxe, este un mister! Oficialii ANAT consideră că agențiile de turism care vor veni în întâmpinarea clienților cu pachete noi, atractive și competitive vor supraviețui, în timp ce agențiile care nu sunt specializate pe un segment anume vor avea de suferit, și unele chiar vor dispărea de pe piață.

„În perioada următoare, România trebuie să se bazeze pe rulaj”, spun specialiștii, referindu-se la faptul că agențiile de turism ar trebui să conceapă pachete de servicii ieftine și atractive pentru turiștii străini care, afectați de recesiune, ar putea alege doar cele mai bune pachete (cel mai bun raport calitate-preț).

“O politică de reducere a tarifelor și de creștere a calității pachetelor de servicii este singura șansă a turismului românesc” (Eduardo Fayos-Solá - reprezentantul regional pentru Europa al Organizației Mondiale a Turismului, declarație pentru News-In, 2009).

Turismul va fi afectat în următorii ani de criza economică globală, întrucât toate prețurile vor crește, iar oamenii vor fi mai atenți atunci când își vor cheltui banii. "Turismul va fi afectat în următorii ani de criza economică și financiară din lume, ce a început întâi în Statele Unite ale Americii. Aceasta, întrucât *totul va fi mai scump* și oamenii vor trebui să aibă grijă cum își cheltuie banii. Vor exista restrângeri financiare și economice și, cu siguranța, va exista o scădere a turismului. Totodată, schimbările de climă și prețul barilului de petrol sunt alți factori care vor afecta turismul din lume" (Eduardo Fayos-Solá - reprezentantul regional pentru Europa al Organizației Mondiale a Turismului, seminar cu ocazia Zilei Mondiale a Turismului, la Poiana Brasov 2008).

Din datele pe care le avem până în acest moment, se poate trage concluzia că piața vacanțelor va înregistra o stagnare.

După cristalizarea crizei economice, turismul intern românesc pare să fie mai interesant până în acest moment pentru turiștii români, dar produsele de vacanță pe destinații externe de-abia acum sunt scoase la vânzare, astfel încât este prematur să ne exprimăm. Cert este că, cel puțin pentru prima jumătate a anului 2009, turismul de evenimente va fi puternic afectat, deoarece majoritatea corporațiilor și-au redus drastic bugetele de călătorie. Aceste aspecte au fost sesizate încă din lunile octombrie, noiembrie, decembrie 2008.

Au fost deja realizate de operatori specializați cercetări de piață tocmai pentru a identifica în mod științific potențialul real de piață pentru anul 2009, destinațiile preferate de români și intențiile reale de călătorie.

Se cuvine să facem referire și la piața *incoming* și *outgoing*.

Incomingul nu va crește în nici un caz. România nu se poate dezvolta ca destinație turistică fără infrastructură. Problemele legate de produsul turistic românesc existau și fără criza globală, astfel încât, cu atât mai mult în perioada actuală, turiștii străini se vor împuțina. Să nu uităm ca principalii vizitatori străini ai României seoseau din țări precum Germania și Italia - chiar dacă nu toți pentru turism, dar alt indicator relevant de măsurare încă nu avem, țări care sunt puternic afectate de recesiune și în care turiștii se orientează deja spre vacanțe în țară, aproape de casă, la bugete mai mici. Destinații clasice pentru

astfel de turism, precum Bulgaria sau Turcia, se confrunta cu scăderi serioase ale traficului turistic dinspre aceste țări.

Piata de outgoing, va crește pentru vacanțele în țări apropiate, cu prețuri moderate și mult transport propriu, în detrimentul plecărilor cu avionul. Turcia, Grecia, dar și Croația, Bulgaria și Ungaria vor rămâne destinațiile preferate ale românilor. Din cercetarea calitativă a pieței se desprinde clar preferința românului de a petrece în străinătate principala vacanță de vară, cel puțin, dar un neapărat în detrimentul vacanțelor scurte, în țară, aproape de casă. Cererea pentru vacanțele externe cu curse charter, la prețuri moderate, are șanse să se mențină la nivel acceptabil, îndeosebi pentru Turcia, Spania, insulele grecești, dar numai în condițiile în care cursul euro/leu nu o ia razna, ceea ce va influența și pe ultima sută de metri decizia de cumpărare.

Se observă că efectele crizei financiare asupra turismului românesc sunt percepute diferit, de către operatorii din domeniu.

Așadar, în condițiile actuale, generate de cutremurele din piețele financiare, nu putem decât să așteptăm rezultatele unor analize referitoare la impactul acestora asupra turismului comparativ cu evoluția macroeconomică a României, pentru ca în baza lor să estimăm volumul general al pieței de turism pentru 2009.

Bibliografie

- Burton, Rosemary (1998). *Travel Geography*, Longman, Harlow, pp 127-131
- Goeldner, CR, Brent Ritchie, Jr (2003). *Tourism. Principles, Practices, philosophies*, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, 226-227, 393-402
- Ionescu, I. (2000). *Tourism phenomenon socio-economic and cultural*, Editura Oscar Print, Bucharest, p.75
- Țigu, G., M. Tala, Talpeș A., Lungu C., John S. (2003) - *Resources and tourist destinations worldwide*, Ed Uranus, București, p. 144
- Vasilescu, I., Românu, I., and Cicea, C. (2000). *Investiții*. București, Editura Economică
- <http://www.horwath.hr>
- <http://www.financiarul.ro>
- <http://www.fivestar-hospitality.ro>
- <http://www.cultura.ro>
- <http://www.dailyBusiness.ro>
- <http://www.financiarul.com>