

Exclusiv Online 18 IAN 2010

In asteptarea investitorilor



Multe destinatii turistice din Europa Centrala si de Est au aceeași problema, cand vine vorba despre dezvoltarea zonala. Reprezentantii locali isi pregatesc liste detaliate cu posibile proiecte investitionale in turism, inasa, in multe cazuri, nu reusesc sa atraga investitorii.

Complexitatea dezvoltării turistice

Dezvoltarea turismului nu poate fi comparata cu ridicarea unei fabrici. Cand vorbim despre construirea unei fabrici, sunt necesare o parcela de teren, un investitor, muncitori si un mediu economic prielnic. Dupa semnarea contractului, ramane la latitudinea investitorului sa continue proiectul. La polul opus, pentru a atrage un numar mare de turisti intr-o anumita destinatie, trebuie intreprinse mult mai multe actiuni pentru a satisface nevoile calatorilor ? de la accesibilitate facila si ieftina, la cazare adecvata, la atractii zonale si posibilitati de petrecere a timpului liber. Astfel, este necesara implicarea mai multor

jucatori, de la investitori la operatori de proiecte singulare, la populatia locala, autoritatile publice sau banci si institutii financiare.

Elemente de baza ale destinatiei turistice

- ? Suprastructura turistica (hoteluri, restaurante, magazine)
- ? Infrastructura turistica (cursuri de golf, atractii, aqua park-uri etc)
- ? Resurse naturale (lacuri, mare, munti, paduri)
- ? Monumente istorice (castele, orase vechi, monumente)
- ? Posibilitati de distractie (parcuri tematice, teatre, locuri de joaca)
- ? Infotainment (muzee, targuri)
- ? Evenimente (sportive, culturale etc)
- ? Transport (signalistica, transport individual si in comun)



Posibile bariere in dezvoltarea turistica

- ? Lipsa know-how-ului si informatiilor despre zona
- ? Lipsa unei strategii de dezvoltare pe termen lung
- ? Instabilitate politica si riscuri
- ? Lipsa resurselor financiare
- ? Dezavantaje climatice sau naturale
- ? Sprijin insuficient din partea autoritatilor publice

Pe langa toate aceste elemente de baza, si alti factori cum ar fi infrastructura generala, crearea unei atmosfere placute, calitatea serviciilor si raportul calitate pret...toti pot influenta experienta unui turist. Prin cunoasterea si constientizarea complexitatii asociate cu dezvoltarea turistica, este evident ca pregatirea unui proiect de investitii poate sprijini dezvoltarea unei zone turistice, insa acesta nu este suficient. Oficialitatile din zona respectiva trebuie sa se implice cu propriile initiative pentru a ajuta la crearea unui mediu favorabil, care sa stimuleze dezvoltarea turistica in general si a proiectelor turistice in particular. Doua dintre aceste initiative obligatorii, sunt de cele mai multe ori uitate.



1. Necesitatea unor structuri organizationale profesionale in turism

Pentru a reusi dezvoltarea turistica, o zona anume are nevoie atat de implicarea mai multor investitori pentru proiectele respective, cat si de sprijinul autoritatilor, care sa organizeze si sa conduca dezvoltarea turistica. Marketingul unei destinatii este doar unul din aspectele de care ar trebui sa se ocupe autoritatile locale ? printre altele numarandu-se, de exemplu, crearea de puncte de in formare pentru oaspeti, dezvoltarea produsului, organizarea de evenimente si implementarea de initiative pentru imbunatatirea calitatii si cresterea nivelului zonei. Bazandu-se pe un program de dezvoltare turistica a destinatiei, care trebuie sa identifice principala strategie de dezvoltare, cele mai promitatoare proiecte turistice si pasii implementarii, autoritatile trebuie sa isi asume responsabilitatea pentru dezvoltarea sustenabila a turismului. In prima faza, daca nu exista structuri organizationala profesionale in zona, autoritatile trebuie sa desemneze o agentie sau o filiala a unei institutii publice, responsabila de turism. La nivel national sau regional, organizatia ar trebui impartita in doua departamente: ? unul care sa se ocupe de marketing destinatiei, si celalalt care sa se concentreze as upra dezvoltarii turistice.



2. Sprijin financiar din partea autoritatilor

Un alt aspect important al dezvoltarii turistice de succes il reprezinta crearea unui mediu investitional favorabil. Investitorii in proiecte turistice pot fi atrasi doar daca baza a fost deja creata de autoritatile publice. In acest sens, autoritatile publice trebuie sa inteleaga sa ofere resurse financiare pentru stimularea dezvoltarii. Acest lucru include existenta unui sprijin financiar suficient pentru educatie in turism, pentru promovare, training si crearea de programe necesare atragerii investitorilor. Spre exemplu, in Austria, una din cele mai de succes destinatii turistice europene, organizatia nationala pentru turism a alocat un buget anual de 50 milioane euro, pentru a promova turismul. Investitiile

in turism sunt stimulate de Banca Austriaca pentru Turism si Hoteluri, iar diversele programe de promovare au un buget anual de 50 milioane euro, care reusesc sa stimuleze atragerea a peste 800 de milioane pe an. Ambele organizatii mentionate sunt finantate de Ministerul Economiei.

Concluzie: autoritatile publice trebuie sa participe activ la dezvoltarea turistica, inca de la inceput si sa fie constiente ca este responsabilitatea lor sa creeze cadrul favorabil pentru dezvoltarea sustenabila a turismului, inclusiv punerea la dispozitie a fondurilor initiale necesare. Materialul a fost oferit de compania de consultanta Kohk & Partner, un organism independent cu operare internationala, specializata in domeniul turistic si hotelier.

Pentru mai multe informatii, puteti vizita www.kohl.at