

FUNDAȚIA AMFITEATRU

Turismul în România

Sângeorz Băi, 2013



Turismul mondial pare
imun la criză.

- 1 miliard de turiști în 2012
- 6 miliarde de turiști călătoresc în propriile țări.
- 9% din PIB-ul mondial
- 6% din comerțul mondial
- 30% din serviciile de export
- 8% din locurile de muncă

Raportul WTO 2012

În România, în 2012, au
fost 7,9 mil de turiști
străini, creștere de 4%.

- Peste 50% sunt cetățeni moldoveni, bulgari și unguri care tranzitează România sau vin pentru cumpărături
- Mai puțin de 2 mil se și cazează
- Sub 6% sunt turiști non-europeni

Consecință: turismul
din România nu mai
figurează astăzi în nici
un top, chiar dacă...

- În anii 70, România era a 15-a țară din lume, după numărul de turiști străini
- Europa este cea mai căutată destinație turistică
- Turismul în țările în curs de dezvoltare crește exponențial de 10 ani încoace

Nu avem în față o
problemă de
nerezolvat.

- Istorie și cultură bogate
- Tradiții bine păstrate în foarte multe zone
- Cadru natural unic în Europa
- Costuri relativ mici
- Acces relativ ușor

Soluție: ieșirea din
paradigma “cazare +
masă” (alegere bazată
pe preț).

Cum?

Turism responsabil + Turism de nișă

Turismul responsabil
este o nouă abordare a
turismului care duce
la...

- Dezvoltarea acelor forme de turism care nu perturbă viața obișnuită a populației locale
- Valorificarea patrimoniului, într-un sens mai larg (obiectivele turistice naturale și antropice, tradițiile și obiceiurile)
- Minimizarea impactului asupra mediului natural.

Efectele turismului
responsabil sunt
evidente acolo unde
este practicat.

- Păstrarea resurselor, identității și a culturii locale
- Dezvoltarea economică locală și bunăstarea populației (efect multiplicator unic: x4)
- Echitate socială și prin distribuirea echitabilă a veniturilor din turism;
- Crearea și transmiterea unei imagini pozitive despre o comunitate bine determinată.

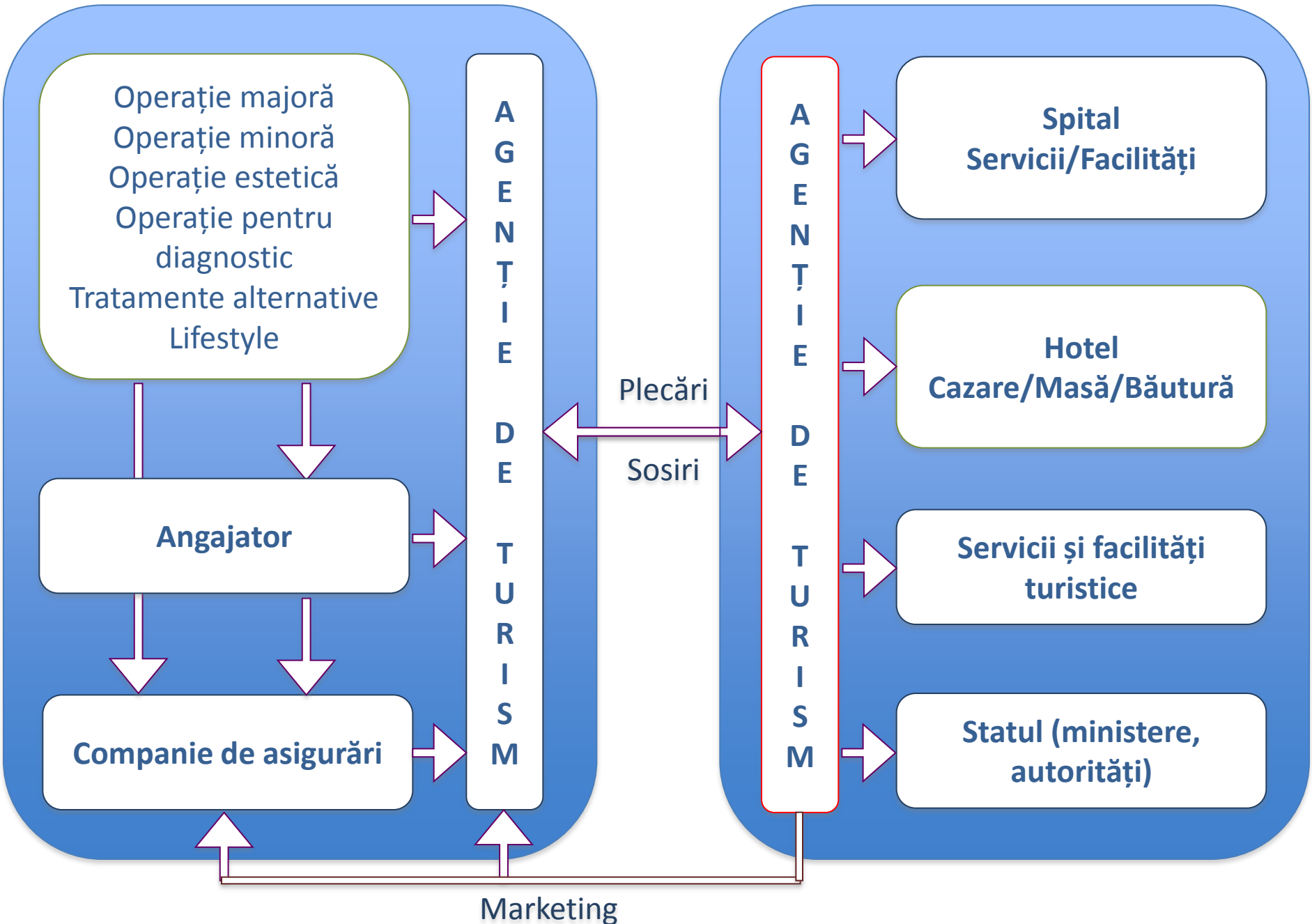
Turismul de sănătate =
turism de nișă care se
bazează pe resurse
naturale specifice și
capital uman.

Turismul de sănătate reprezintă călătoriile efectuate în interesul sănătății.

Integrează atât tratamente curative prescrise de medic, cât și tratamente și activități preventive făcute pe baza deciziei individuale.

Principala provocare ține de etica medicală, pentru că turismul de sănătate poate duce în unele țări sărace la creșteri mari de prețuri pentru localnici.

E un business cu implicații majore în viața comunității, deci putem vorbi de necesitatea abordării responsabile.



Părțile implicate

Turistul

Poate avea nevoie de o varietate de tratamente, de la operații complicate la tratamente și activități de relaxare. De aici rezultă diferențierea destinațiilor turistice

Angajatorul

Multe dintre companii, în special marile corporații, oferă beneficii suplimentare față de salariu, inclusiv cu componentă de sănătate.

Asiguratorul

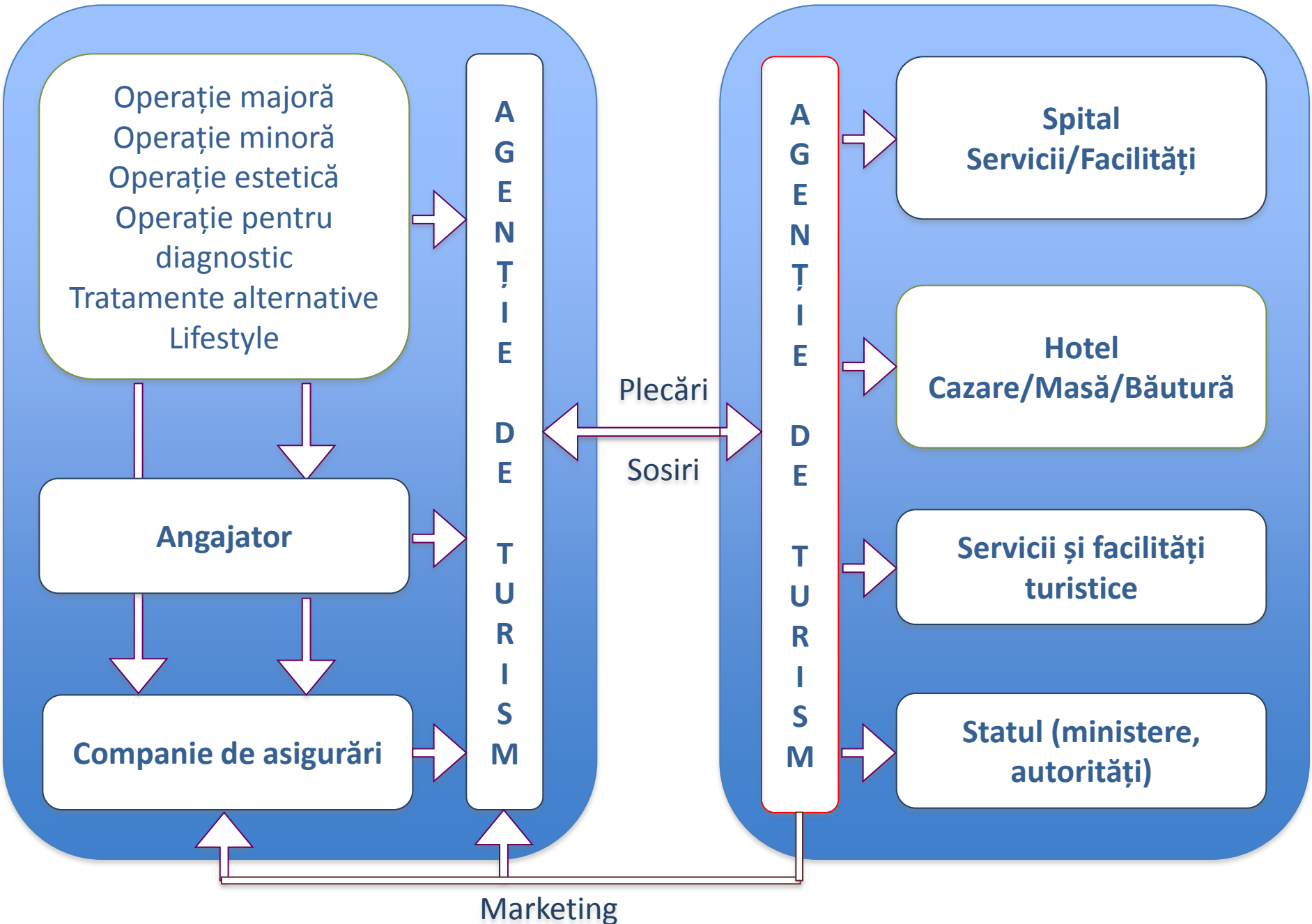
Este un actor cheie, fie prin relație directă cu turistul, fie prin intermediul angajatorului. În funcție de produsul de asigurare, turistul poate accesa diferite tipuri de tratamente.

Agențiile de turism

Rolul agențiile de turism este de a facilita întâlnirea dintre cererea și oferta de produse turistice de sănătate prin intermediul marketingului și a vânzărilor.

Spitale, hoteluri, autorități

Pe de cealaltă parte, avem prestatorii de servicii specifice nișei: spitale și clinici, hoteluri pentru cazare/masă, servicii și facilități adiacente, serviciile publice ale autorităților locale sau centrale.



Q&A