

ASPECTE TEORETICE ALE FORMĂRII STRATEGIEI DE DEZVOLTARE A INDUSTRIEI HOTELIERE ÎN ROMÂNIA

Nicoleta Roxana ASOFTEI

Universitatea Liberă Internațională din Moldova

Les modifications dans l'économie des pays ont été accompagnées de différentes transformations dans l'appareil administratif. D'ici la nécessité de la planification stratégique, et ce problème a pris ampleur actuellement dans le contexte de la formation d'une stratégie de développement de l'industrie hôtelière.

Transformările din sfera economică a țării au fost însoțite de modificări esențiale în sistemul administrativ. S-a constatat necesitatea planificării strategice. A devenit actuală studierea problemei privind formarea strategiei de dezvoltare a industriei hoteliere.

Diversele aspecte teoretice și metodice privind formarea strategiei întreprinderii și gestiunea strategică în mediu de concurență au fost examinate de mai mulți savanți și specialiști în domeniu. Precum se știe, promotorii ai strategiei de dezvoltare a întreprinderii au fost cercetătorii străini: I.Ansoff, A.Chandler, P.Drucker. În continuare, problema formării strategiei economice în condițiile economiei de piață și-a găsit reflectare în studiile unor autori, ca: R.Ackoff, B.Karloff, T.Kono, M.Porter, J.Thompson.

Cu toate că numărul de cercetători, în special străini, ai problemelor ce țin de gestiunea strategică este destul de mare, elaborarea lor științifică în ansamblu încă nu poate fi considerată încheiată. În afară de aceasta, dezvoltarea relațiilor de piață, dinamica progresului tehnico-științific condiționează în permanență apariția unor noi probleme de acest gen, necesitând studiere în profunzime, mai ales în ce privește industria hotelieră. Un nou aspect îl constituie aici specificul dezvoltării organizațiilor din industria hotelieră ca agenți economici cu orientare socială în condițiile economiei de piață. În practica națională conceptul strategic de gestiune a organizațiilor din sfera hotelieră se folosește în arie restrânsă sau nu se aplică în genere. Cauza principală a acestei situații este elaborarea teoretică, metodică și practică insuficientă pentru activitatea în condițiile de piață a unor asemenea aspecte ale gestiunii strategice, cum sunt construirea modelului de formare a strategiei de dezvoltare a organizațiilor din complexul hotelier, logistica economică a mediului exterior și intern al funcționării lor, atitudinea față de selectarea și fundamentarea alternativelor strategice, precum și elaborarea complexului de obiective strategice.

Noțiunile „strategie” și „gestiune strategică” trebuie delimitate. În opinia noastră, **gestiunea strategică** este gestiunea ce condiționează crearea condițiilor optime pentru dezvoltarea complexului hotelier din punctul de vedere al particularităților sale regionale și avantajelor competitive în mediul dat. Strategia, însă, este direcția activității ce asigură atingerea scopului preconizat.

Procesul gestiunii strategice constă din patru elemente de bază: studierea mediului ambiant, formularea strategiei, realizarea strategiei, evaluarea și controlul. Nivelul administrativ superior studiază mediul exterior pentru a depista posibilitățile și riscurile, precum și mediul intern – pentru a cunoaște partea slabă și cea puternică, existentă și potențială, a organizației. Primul pas în formarea strategiei este aprobarea misiunii ce conduce la determinarea obiectivelor, strategiilor și politicilor necesare. Strategiile și politicile elaborate se realizează prin intermediul pronosticurilor, programelor, bugetelor și procedurilor. În încheiere se face evaluarea executării strategiei, iar prin circuitul legăturii inverse informația se întoarce în sistem, astfel încât controlul adecvat al acțiunilor organizatorice să asigure efectuarea la timp a măsurilor corective. În Figura 1 este redată schema structurală a modelului de gestiune strategică.

Reușita procesului strategic depinde direct de interacțiunea dintre nivelurile ierarhiei organizatorice și pașii ulterior întreprinși.

Industria hotelieră constituie un sistem economic, ai cărei parametri se reglementează și se optimizează.

Sistemul de dezvoltare e mai stabil în raport cu sistemul permanent de funcționare, deoarece are o rețea foarte complexă de relații ce corespund principiului de divergență. Chiar și în cazul de sistare a unui anumit segment al rețelei complexe, sistemul de dezvoltare continuă să funcționeze, fără a-și pierde stabilitatea. Dar, un asemenea sistem totdeauna este costisitor – aceasta e principala lui condiție de funcționare. Sistemul per-

manent de funcționare (SPF) are o structură ce se compune din segmente cosubordonate. El funcționează în regim optim de cheltuieli, eficiența lui este principala condiție de existență. Dacă SPF dintr-un anumit motiv devine ineficient, el devine regresiv și în scurt timp se distruge. Eficiența îi este determinată de consumul optim și cosubordonarea segmentelor sale; dacă echilibrul consumului optim se încalcă, se dezechilibrează constanta.

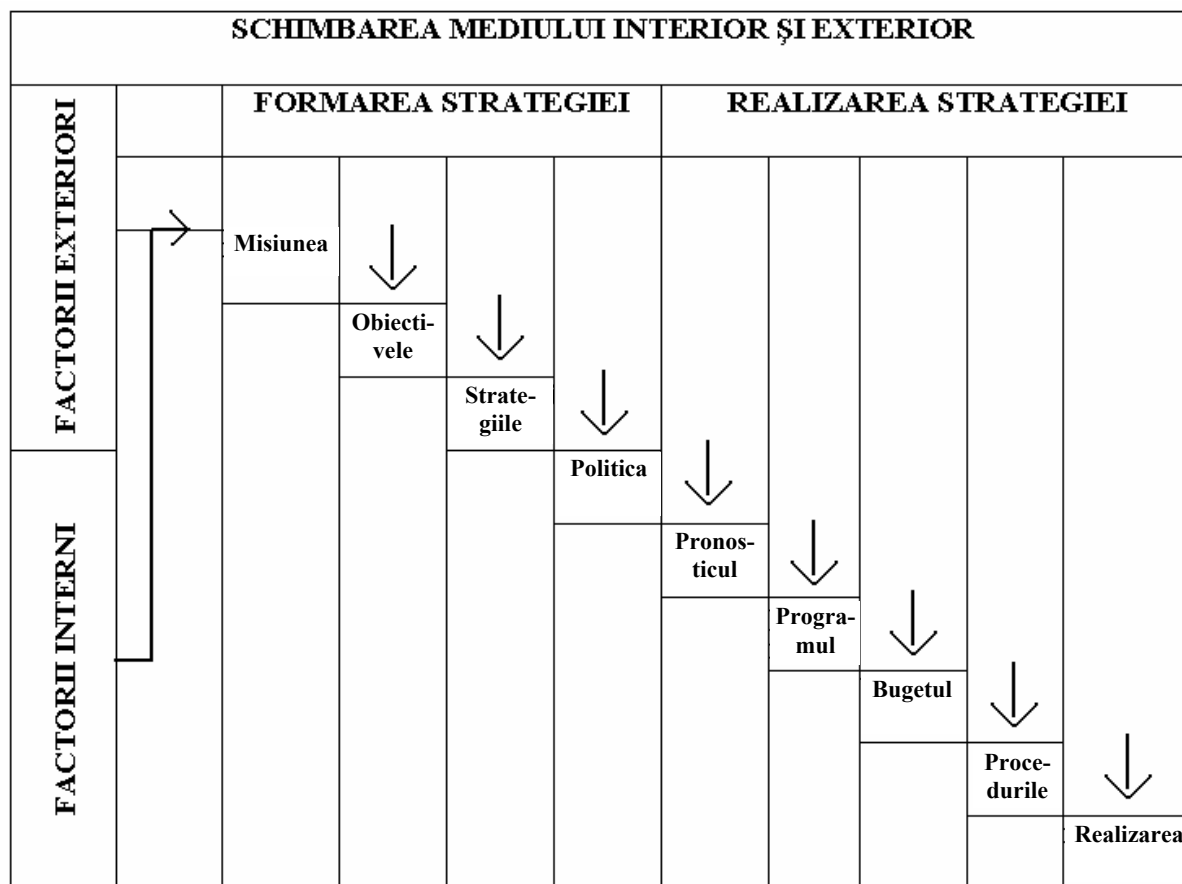


Fig.1. Schema structurală a modelului de gestiune strategică.

În industria hotelieră la etapa actuală se desfășoară procesul de divergență, adică se formează un sistem stabil sau totalitatea diferitelor segmente corespunzătoare. Cel mai des noi copiem experiența acumulată în Occident, dar trebuie să ținem cont și de specificul, caracterul spațiului național.

Posibilitățile de dezvoltare sunt multiple. Este necesar ca pe baza cercetărilor să fie analizate mai multe variante de dezvoltare, elaborate cerințele față de principalii parametri ai sistemului și intuită modificarea lor sau care vor fi rezultatele după atingerea obiectivelor scontate. Pentru a obține o soluție adecvată celor mai bune rezultate finale, trebuie delimitat un set minim strict necesar de factori gestionabili, indicatori și relații, ce se pot modifica, care influențează esențial obținerea rezultatelor concrete preconizate. Aceasta corespunde construcției modelului conceptual al procesului de dezvoltare, adică imaginii, fie simplificată, dar completă despre sistem.

Studiul economic al industriei hoteliere se confruntă cu o serie de probleme ce țin de terminologie. Din cauza divergențelor existente în formularea definițiilor la principalele noțiuni se observă o imperfecțiune și incoerență a metodelor de colectare a informației statistice, aplicate în diferite țări.

În actele normative nu există o concepție univocă referitor la noțiunile „hotel”, „industrie hotelieră”, „complex hotelier”. Mulți cercetători o includ în sistemul „industria ospitalității”. Problema dată face dificilă soluționarea sarcinilor atât științifice, cât și practice, privind gestiunea industriei hoteliere. În ce ne privește, propunem următoarele definiții:

Complexul hotelier este o întreprindere hotelieră cu un anumit set de servicii principale, suplimentare și conexe.

Industria hotelieră este totalitatea întreprinderilor hoteliere interdependente prin interesele lor economice.

În noțiunea „procesul de dezvoltare a industriei hoteliere” se includ: proiectarea, construcția unor noi hoteluri, reconstrucția și modernizarea hotelurilor existente, studiul marketing a serviciilor hoteliere, perfecționarea sistemului de gestiune a industriei hoteliere, dezvoltarea formelor de proprietate, ridicarea nivelului calitativ al deservirii; instruirea, reciclarea și perfecționarea calificăției personalului, ridicarea gradului de eficiență în funcționarea hotelurilor, crearea circuitelor hoteliere internaționale și naționale.

Hotelurile sunt tipul clasic de întreprinderi pentru amplasament. Conform definiției Organizației Mondiale a Turismului, „**hotelurile sunt mijloace colective de amplasament, constând dintr-un anumit număr de camere, cu conducere unitară, care acordă anumite servicii (minimum – așternutul paturilor, dereticarea odărilor și curățenia în camerele de baie) și sunt grupate în clase și categorii, conform serviciilor acordate și utilajului disponibil**”.

Rețeaua largă de hoteluri, precum și creșterea cererii pentru serviciile lor, se datorează impactului factorilor ce determină creșterea indicilor calitativi și care predetermină sporirea calității serviciilor hoteliere.

Factorii privind dezvoltarea industriei hoteliere sunt: atractivitatea investițională a regiunii, orașului, intensitatea telecomunicațiilor internaționale, interramurale coordonate, dezvoltarea turismului și frecvența călătoriilor, reglementarea de stat, dezvoltarea transporturilor, telecomunicațiilor și a altor elemente ale infrastructurii, starea balanței de plăți etc.

Creșterea nivelului de trai în țările dezvoltate a condus la majorarea cererii pentru serviciile din sfera hotelieră. Astfel, posibila orientare spre extinderea fluxului de intrare a cetățenilor străini (din țări dezvoltate) în România a condiționat creșterea cererii pentru servicii hoteliere.

Factorii principali, care au contribuit la dezvoltarea industriei hoteliere, sunt, în opinia noastră, anume dezvoltarea economică și socială a regiunii, atractivitatea ei pentru investitori, relațiile de producție și de afaceri în continuă creștere cu firmele străine, procesele de aprofundare a specializării, combinării ramurilor și întreprinderilor. După estimările unor specialiști, numărul de deplasări peste hotare în ultimii ani a crescut de 2,3 ori. Factorul al doilea, ca importanță, este dezvoltarea turismului și a călătoriilor, deoarece anume în cadrul turismului se formează fluxurile de călători ce constituie componenta principală a consumatorilor de servicii hoteliere. Desfășurarea activității hoteliere are loc în condiții de concurență rigidă între regiuni, dezvoltare neuniformă a pieței financiare, de instabilitate economică și socială – probleme ce au condus la redistribuirea fluxurilor de turiști. Europa deține întâietatea în ce privește numărul de turiști străini și încasări de la turism; pe locul al doilea se află continentul american.

Extinderea fluxurilor turistice înseamnă creșterea permanentă a numărului consumatorilor de servicii hoteliere. Astfel, după părerea noastră, la momentul actual extinderea relațiilor de producție și de afaceri și a relațiilor internaționale, precum și dezvoltarea turismului și a industriei hoteliere în România, ca una dintre țările unde recent s-a produs tranziția la economia de piață, sunt de mare importanță și cu performanțe în perspectivă. Factorii examinați vor exercita un impact pozitiv asupra extinderii sferei serviciilor hoteliere din contul creșterii numărului celor sosiți în deplasări de afaceri și al fluxurilor de turiști, ceea ce se va solda cu dezvoltarea în continuare a industriei hoteliere.

Extinderea fluxului celor ce pleacă în călătorii peste hotarele țării conduce la creșterea deficitului în balanța de plăți, dar constituie, de asemenea, un factor de dezvoltare a industriei hoteliere. De menționat că, deocamdată, România deține o cotă nu prea mare în turismul mondial. Devierea spre turismul internațional înseamnă că industria hotelieră a țării suportă pierderi materiale colosale și că problema atragerii turiștilor și călătoriilor din străinătate continuă să fie destul de acută.

Un rol important în dezvoltarea hotelurilor îl are un asemenea factor ca reglementarea de către stat a industriei hoteliere, care se efectuează prin intermediul organelor de gestiune hotelieră, reprezentate de diverse organizații naționale, ministere, administrații, centre și agenții informaționale, organe regionale de gestiune a industriei hoteliere.

Bibliografie:

1. Bolton A. Quality Management Systems for the Food Industry. A guide to ISO 9001/2. - New York: Blackie Academic & Professional, 1997.
2. Holloway J. Christopher. Business of Tourism. - London: Longman, 1994.
3. Nistoreanu P. Managementul în turism. - București: ASE, 2002.

Prezentat la 02.03.2009