
Industria ospitalității – anamneză, diagnostic și direcții în context pandemic

Prof. univ. dr. Monica PETCU,
Academia de Studii Economice din București,
e-mail: monica.petcu@cig.ase.ro

Prof. univ. dr. Iulia DAVID-SOBOLEVSCHI,
Academia de Studii Economice din București,
e-mail: maria.sobolevschi@cig.ase.ro

Rezumat

Componentă cu sensibilitate înaltă, turismul este un sector de consecință, sensibil la dezechilibrele metasistemului socio-economic care îl include. În contextul instituirii stării de urgență pe teritoriul României ca urmare a pandemiei cu coronavirusul SARS-CoV-2, activitatea operatorilor economici a fost afectată sever sau chiar suspendată. Având în vedere importanța turismului în economia românească, autorii consideră peremptoriu efortul conjugat al decidenților în domeniu și al celor cu incidență semnificativă în susținerea sa, urmărindu-se limitarea pierderilor, relansarea activității și evitarea efectelor pe termen lung.

Prezentul articol își propune să deceleze principalele caracteristici ale industriei ospitalității, cu sesizarea specificităților impactului contextului pandemic în funcție de tipologia turismului și a suficienței și viabilității măsurilor adoptate. În acest scop s-au utilizat metode de cercetare calitativă, recurgându-se la raționamente inductive, deductive, comparative în studierea particularităților turismului, în evaluarea deciziilor în contextul pandemic, în sesizarea interdependențelor create și în analiza binoamelor cauză-efect produse. Din cercetarea întreprinsă au rezultat diferențieri în amplitudinea impactului în funcție de tipologia decelată și necesitatea extinderii facilităților pentru compensarea dificultăților induse turismului.

Cuvinte cheie: context pandemic; stare de urgență; reglementări; tipologie turistică

Clasificare JEL: D04, E62

Vă rugăm să citați acest articol astfel:

Petcu, M., David-Sobolevschi, I. (2020), The Hospitality Industry - Anamnesis, Diagnosis and Directions in Pandemic Context, Audit Financiar, vol. XVIII, no. 2(158)/2020, pp. 411-422, DOI: 10.20869/AUDITF/2020/158/015

Link permanent pentru acest document:

<http://dx.doi.org/10.20869/AUDITF/2020/158/015>

Data primirii articolului: 12.04.2020

Data revizuirii: 14.04.2020

Data acceptării: 22.04.2020

Introducere

Industria cu vocație globalizatoare prin excelență, turismul a reprezentat în ultima jumătate de secol unul dintre cele mai dinamice sectoare de activitate, cu efect multiplicator în toate economiile incidente, care a valorificat resurse naturale altfel irosite, a creat milioane de locuri de muncă, chiar și în zone extrem de sărace, constituind un mijloc important de educație, cunoaștere și dezvoltare umană. Turismul este prin vocație creator de pace, valoare și civilizație, cu impact suportabil asupra mediului natural. Pentru această industrie, securitatea socială, alimentară, sănătatea și siguranța persoanei constituie condiții sine-qua-non. Industria ospitalității se dezvoltă odată cu industrializarea, cu creșterea productivității, a veniturilor și a timpului liber generarea de noi tehnologii mai eficiente și a surplusului de valoare ce a putut fi direcționat spre realizarea de facilități turistice, iar expansiunea sa este intrinsec legată de dezvoltarea transportului și a comunicațiilor. Condițiile aglomerărilor urbane și a spațiilor de muncă, monotonia mediului proximal, poluarea și alienarea au determinat căutarea unor mijloace de evadare, de refacere a tonusului fizic și psihic, de reîntoarcere, chiar și pasager, la natură. Vorbind despre importanța „amoenității” în viața noastră cotidiană, de Jouvenel (1977) preciza că: „Deosebit de semnificativă pentru actuala noastră stare este prețuirea extremă a vacanțelor concepute nu numai ca o sustragere din ritmul curent al vieții, ci și ca o deplasare în afara locului de viață obișnuit.” Prin facilitățile puse la dispoziția contemporaneității, prin valențele sale irefutabile, industria ospitalității se înscrie ca o coordonată importantă a calității vieții, oferind mijloace prin care dreptul universal al omului la odihnă și călătorii se concretizează în consens cu aspirațiile fiecăruia.

În același timp, industria ospitalității este cea mai vulnerabilă la perturbațiile produse în oricare componentă a metasistemului planetar, dezvoltând interdependențe multiple cu fiecare dintre acestea și incumbând exigențe stricte. Turismul este printre ultimele destinații ale veniturilor gospodăriilor și, cu certitudine, prima la care se renunță în cazul constrângerilor bugetare apărute.

Pandemia virusologică deosebit de agresivă apărută la sfârșitul anului trecut a afectat insurmontabil turismul prin măsurile de restricționare sau suprimare a circulației, a evenimentelor și a accesului în locurile de

socializare, chiar recluziunea obligatorie a persoanelor atât în zonele generatoare de turiști, cât și în cele ale principalilor receptori. Economia a fost parțial paralizată, sute de mii de oameni au fost infectați și milioane de oameni sunt în șomaj. Se poate afirma că toate componentele macrosistemului resimt puternic consecințele acestui episod planetar dur și că nu se pot încă evalua evoluțiile viitoare, extinderea și profunzimea unei crize majore posibile. „Ceea ce este semnificativ, nu este condiția unei componente aflate într-un echilibru relativ, ci procesul prin care sistemul se adaptează la o schimbare intervenită în propria sa condiție sau în ambianța sa, întrucât dezechilibrele creează probleme pe care conducerea trebuie să le rezolve (Demetrescu, 1983)”, iar în acest caz, dezechilibrele sunt generalizate.

În România au fost adoptate acte normative cu efecte majore asupra activității de turism:

- Decretul numărul 195 din 16.03.2020, care prevede instituirea stării de urgență pe întreg teritoriul României pe o durată de 30 de zile. Aceasta a fost prelungită printr-un nou decret, pentru încă 30 de zile, până la mijlocul lunii mai;
- Ordonanța militară numărul 1 din 17.03.2020 privind unele măsuri de primă urgență care privesc aglomerările de persoane și circulația transfrontalieră a unor bunuri, care prevede suspendarea activității de turism balnear, precum și a celei de servire și consum al produselor alimentare și băuturilor alcoolice și nealcoolice, organizată de restaurante, hoteluri, cafenele sau alte locuri publice.

Declinul industriei ospitalității a fost mai rapid și mai sever decât al oricărui alt sector. De rapiditatea, corectitudinea deciziilor autorităților, ca și de capacitatea specialiștilor în domeniu în aflarea remediilor depinde depășirea acestei crize, ce tinde să se generalizeze în toate componentele.

Scopul prezentului demers constă în decelarea măsurilor ce ar trebui adoptate în consecință pentru a limita pierderile și a asigura condiții de relansare a activității în condiții de suportabilitate.

Contribuția noastră se referă la structurarea efectelor pe diversele tipuri de turism și unități prestatoare, evidențierea situațiilor dificile create, a celor neacoperite de facilități și susținere guvernamentală și care afectează decisiv firmele din industria ospitalității, cu precizarea unor propuneri de extindere a cadrului legislativ, a altor măsuri exogene și endogene pentru

sprijinirea acestui sector deosebit de important în economia națională, precum și a incidentelor deciziilor pe categorii de cheltuieli, în vederea menținerii în proximitatea pragului de rentabilitate.

1. Revizuirea literaturii de specialitate

Componentă cu sensibilitate înaltă, turismul este un sector de consecință a întregului angrenaj socio-economic național și internațional, dezvoltând o multitudine de interdependențe cu celelalte sisteme asupra cărora induce efecte benefice, contribuind la atragerea în circuitul economic a unei multitudini de resurse cu degajare de plusvaloare și la creșterea calității vieții.

Organizația Mondială a Turismului a definit produsul turistic ca fiind „o combinație de elemente tangibile și intangibile, cum ar fi resurse naturale, culturale și cele create de om, atracții, facilități, servicii și activități în jurul unui centru de interes specific, care reprezintă nucleul mixului de marketing de destinație și creează o experiență generală, inclusiv aspecte emoționale, pentru potențialii clienți”. Amploarea și importanța industriei ospitalității au determinat cercetarea acestui sector din diverse perspective, numeroase studii de introspecție și evaluare fiindu-i consacrate.

Studiile științifice evidențiază faptul că amplificarea activității în industria ospitalității poate stimula creșterea economică (Surugiu și Surugiu, 2013; Balaguer și Cantavella-Jorda, 2002; Dritsakis, 2004; Gunduz și Hatemi-J, 2005).

Analiza impactului factorilor determinanți ai cererii pentru turism, evaluată luând în considerare numărul de înnoptări, numărul de camere vândute sau cheltuielile turiștilor, a constituit obiectul de studiu a numeroase cercetări. Song, Lin, Witt și Zhang au identificat factorii determinanți ai cererii în turism, exprimată prin camere vândute: condițiile economice (nivelului venitului), prețul camerei vândute și efectul “word of mouth”. Ei au evidențiat faptul că cererea pentru pensiuni se așteaptă să fie mai puțin afectată de criză, în comparație cu cea pentru hoteluri.

Canina și Carvell au propus un model de analiză a camerelor vândute, demonstrând că indicele încrederii consumatorului are o incidență pozitivă asupra cererii în turism, că cererea pentru o cameră este relativ inelastică

în ceea ce privește ADR-ul (tariful mediu pe cameră) în mediul urban, că cea pentru o anumită locație este relativ inelastică în raport cu modificările prețurilor practicate de către concurenți și că veniturile personale și condițiile macroeconomice, evaluate pe baza produsului intern brut (PIB), au un impact pozitiv.

Ming-Hsiang Chen a arătat faptul că rata de creștere a PIB, precum și rata de majorare a sosirilor de turiști străini constituie factorii explicativi semnificativi ai gradului de ocupare. Mai mult, el a stabilit că factorul economic (PIB) este mai important decât factorul sectorial (rata de majorare a sosirilor de turiști străini) în obținerea performanței în industrie.

Algier, în analiza sa privind cererea în turism, a identificat o relație de cointegrare robustă și semnificativă pe termen lung între veniturile din turism, PIB la nivel mondial, rata de schimb valutar și prețurile transportului aerian. Cererea în turism, evaluată pe baza camerelor vândute poate fi studiată ca o funcție de ADR, venituri, schimbări în rata de ocupare, ajustări sezoniere, precum și camere vândute în perioada anterioară, cu sesizarea următoarelor relații de determinare: negativă în cazul ADR, pozitivă în cazul veniturilor și ocupării, pozitivă și <1 în cazul camerelor vândute în perioada precedentă și pozitivă/negativă în cazul ajustărilor sezoniere (Corgel ș.a., 2012).

Athanasopoulos și Hyndman au analizat cererea în turism (evaluată pe baza numărului de înnoptări) cu ajutorul unui model ce consideră ca variabile exogene: nivelul de îndatorare personal, indicele de preț al vacanțelor și călătoriilor interne, PIB pe locuitor, variabile dummy care surprind efectele diferitelor evenimente și variabile dummy care surprind caracterul sezonier al activității, evidențiind aspecte diferite în funcție de scopul deplasării: vacanță, vizită la prieteni și rude, afaceri și altele.

Rezultatele cercetărilor empirice realizate de Vanegas și Croes arată că cererea în turism este foarte sensibilă la variabila venit și inelastică în raport cu prețul. Magnitudinea modificărilor cotelor de piață în turismul internațional este rezultatul modificărilor prețurilor, cursului valutar, cheltuielilor aferente și a stării generale externe, în special recesiune și conflicte (Durberry și Sinclair, 2003). În condițiile unei tendințe de reducere a duratei medii a sejurului, Alegre și Pou au estimat un model ce relevă impactul profilului sociodemografic al turiștilor și al caracteristicilor vacanței asupra duratei

medii de sejur, evidențiind sensibilitatea acestora la modificarea prețului.

Complementar studierii factorilor determinanți ai cererii în turism, în vederea creșterii veniturilor este necesară o politică de prețuri adecvată diverselor situații. În contextul perisabilității, inseparabilității, intangibilității și eterogenității inerente produselor turistice, prețul poate fi considerat un reper în vederea diminuării incertitudinilor și asigurării în ceea ce privește calitatea obținută a serviciilor. Factorii care pot explica sensibilitatea prețurilor în turism sunt, în principal: motivația în alegerea destinației, vârsta, durata sejurului, structura pachetului de servicii (Masiero și Nicolau, 2011). Menținerea și ameliorarea poziției pe piață impun practicarea unor prețuri competitive care să asigure performanța. Hotelurile care oferă ADR peste cele ale concurenților au un grad de ocupare mai scăzut, dar un venit pe cameră disponibilă (RevPAR) mai mare (Canina și Enz, 2009). Modificarea prețurilor în sensul creșterii acestora constituie cea mai bună cale de a obține o creștere mai mare a RevPAR-ului, iar menținerea stabilității prețurilor este următoarea strategie viabilă de poziționare în ceea ce privește RevPAR-ul (Canina și Enz, 2012).

2. Metodologia cercetării

Obiectivele cercetării, circumscriind problematica creată de contextul pandemic în industria ospitalității, se focalizează pe sesizarea specificităților acestora și a suficienței și viabilității măsurilor adoptate în consecință.

Scopul cercetării constă în introspecția efectelor reglementărilor adoptate asupra activității, structurat pe tipologia unităților, în precizarea măsurilor ce trebuie

adoptate în continuare pentru reluarea circulației turistice în condiții de deplină siguranță și pentru convertirea acestui impas în pârghie de relansare a turismului românesc pe coordonate calitative, cu decelarea unor aspecte privind performanța și poziția financiară ce vor fi reflectate în situațiile financiare ce urmează a fi auditate.

Metodele de cercetare sunt de natură calitativă, autorii recurgând la raționamente inductive, deductive, comparative în studierea particularităților turismului, în evaluarea deciziilor în contextul pandemic, în sesizarea interdependențelor create și în analiza binoamelor cauză-efect produse. Tehnica de cercetare utilizată include revizuirea literaturii de specialitate, analiza documentelor normative și a conceptelor introduse, proceduri analitice și proceduri complementare, observația, investigarea, confirmarea, evaluarea și revizuirea. Acestea permit evidențierea unor aspecte ale impactului conjuncturii actuale asupra performanței și poziției financiare a operatorilor din turism, cu precizarea deciziilor necesare, emise pe baza abordărilor teoretice și a experienței în domeniu, raționamentele fiind marcate de un scepticism moderat.

3. Particularități și decizii în industria ospitalității

Anterior datei instaurării stării de urgență, turismul din România se caracteriza printr-o relativă menținere a nivelului comparativ cu aceeași perioadă a anului 2019, înregistrând modificări nesemnificative în structura sosirilor și înnoptărilor, în care turiștii români reprezintă cca. 82%, iar cei străini 18% (Tabelul nr. 1).

Tabelul nr. 1. Situația sosirilor și înnoptărilor

Indicatori	2019						2020						Indici (%)	
	Sosiri (mii)			Înnoptări (mii)			Sosiri (mii)			Înnoptări (mii)				
	01.2019	02.2019	total	01.2019	02.2019	total	01.2020	02.2020	total	01.2020	02.2020	total	sosiri	înnoptări
Total	758,5	758,8	1.517,3	1.472,8	1.496,5	2.969,3	796,3	724,4	1.520,7	1.575,5	1.404,6	2.980,1	100,2	100,4
Turiști români	618,6	623,9	1.242,5	1.188,0	1.226,5	2.414,5	668,7	603,6	1.272,3	1.299,2	1.143,3	2.442,5	102,4	101,2
Turiști străini	139,9	134,9	274,8	284,8	270,0	554,8	127,6	120,8	248,4	276,3	261,3	537,6	90,4	96,9

Sursa: INS, 2020

În luna februarie 2020, perioadă în care efectele infectării cu coronavirusul SARS-CoV-2 se amplificau la nivel internațional, România a înregistrat un număr de

înnoptări de 1.404,6 mii, inferior cu 6% față de cel din anul 2019. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare în luna februarie 2020 a fost de 24,4% pe total structuri

de cazare turistică, cu 1,9 puncte procentuale mai mic decât cel înregistrat în luna februarie 2019. Începând cu luna martie a urmat o diminuare severă a indicatorilor privind circulația turistică și, în consecință, a gradului de ocupare.

Asigurarea eficienței procesului decizional presupune includerea în raționament a unor perspective diverse ce decurg din complexitatea acestui fenomen. Astfel, măsurile ce vizează susținerea industriei ospitalității circumscrise:

- **nivelul decizional:** operator în industria ospitalității, autorități publice competente, parteneri (inclusiv sistemul bancar). Importanța acestui sector în economia românească și impactul major al pandemiei cu coronavirus SARS-CoV-2 asupra sa au impus un efort conjugat al decidenților în domeniu și al celor cu incidență semnificativă;
- **tipul de turism:** de afaceri, turism balnear, de litoral, montan, agroturism etc. Fiecare tip de turism prezintă caracteristici proprii, constituindu-se în spețe aparte, ce trebuie tratate corespunzător în procesul decizional;
- **perioada de implementare:** perioada pentru care este instituită starea de urgență și perioada următoare, de relaxare treptată și de intrare în normalitate. Viabilitatea soluțiilor propuse presupune considerarea diferențiată a dificultăților cu care se confruntă operatorii din turism, cu decelarea măsurilor punctuale și a etapizărilor necesare în cazul reluării activității, pentru a preveni un nou de val de contagiune;
- **tipul și clasificarea unității turistice:** hotel (1*-5*), pensiune (1*/margarete-5*/margarete), parcuri pentru rulote, spații de campare, campinguri, tabere, popasuri turistice și sate de vacanță (structura 1*-3*), navă maritimă, fluvială, ponton plutitor (structura 1*-5*). Structurile de primire turistică prezintă specificități distincte, ce impun decizii manageriale aparte atât în funcție de tipul unității, cât și în funcție de clasificarea acesteia. În prezentul articol ne vom referi cu precădere la hoteluri.

Tipologia diversă a turismului, căreia i se atașează un anumit grad de severitate a măsurilor normative adoptate (activitatea de turism balnear se suspendă, în timp ce pentru celelalte tipuri de turism restricțiile vizează doar activitatea de servire și consum al produselor alimentare și băuturilor alcoolice și

nealcoolice), determină o diferențiere de abordare. Decelarea structurilor și proceselor specifice fiecărui tip de turism impune, în vederea eficientizării, măsuri în consecință. Industria ospitalității necesită investiții mari în active imobilizate, dotări semnificative cu obiecte de inventar și personal care să susțină calitatea serviciilor turistice prestate, cu structuri specifice ale cheltuielilor, ce presupun eforturi susținute de atingere a pragului de rentabilitate. Serviciile turistice implică forță de muncă numeroasă, care generează cheltuieli ce dețin ponderi ridicate, diferențiate în funcție de: locația unității turistice (prin particularitățile locale ale pieței forței de muncă), de clasificarea unității care necesită un anumit nivel de calificare a personalului, de tipul de turism (turismul balnear implică angajarea de personal medical cu salarii mai mari) etc. Cererea pentru servicii turistice este, în general, elastică atât în raport cu prețul, cât și în raport cu venitul. Elasticitatea cererii pentru serviciile turistice prezintă însă caracteristici specifice tipului de turism, menționând în situații de normalitate o relativă inelasticitate a acesteia în cazul turismului de afaceri (ce are la bază rațiuni economice) și a turismului balnear (care prezintă o variabilitate mai scăzută a cererii determinată atât de nevoile individuale, cât și de susținerea financiară importantă prin bugetul asigurărilor sociale de stat).

Turismul de afaceri prezintă motivații și forme proprii. Deși decurge din scopuri legate de desfășurarea unei activități înscrise în sfera muncii, această deplasare este asimilată turismului prin implicarea serviciilor specifice. Extinderea relațiilor economice la nivel național și internațional a generat o creștere semnificativă a acestui tip de turism. Acesta asigură majorarea veniturilor și o diminuare a incidenței sezonality la nivel național. În contextul pandemiei cu coronavirus SARS-CoV-2, mediul de afaceri își diminuează cheltuielile, inclusiv pe cele de deplasare, atât din considerente economico-financiare, cât și ca urmare a interdicțiilor privind deplasarea (mai mult sau mai puțin restrictive în diferite țări), afectând gradul de ocupare și veniturile hotelurilor. Dacă la sfârșitul lunii ianuarie se estima o creștere a turismului de afaceri în România cu 12% în anul 2020, la începutul lunii martie 2020, situația se depreciase semnificativ. Astfel, hotelurile din București au înregistrat un indice de utilizare netă a locurilor de cazare de cca. 20-30%, prezentând un

grad de anulare a rezervărilor de cca. 80%, situația agravându-se în perioada imediat următoare, în condițiile în care investirea masivă în industrie a făcut ca Bucureștiul să prezinte o piață cu ofertă în exces. Exigențele pieței turismului de afaceri impun specializări și standarde mai ridicate ale calității serviciilor, promptitudine și eficiență în răspunsul la cerere.

Turismul balnear angrenează în majoritate turiști ce prezintă boli cronice, cu indicație de recuperare medicală. Pentru obținerea unor efecte benefice reale se recomandă ca durata tratamentului să fie de minim 10 zile (în cazul biletelor de tratament valorificate prin intermediul contractului cu Casa Națională de Pensii Publice - CNPP, se prevede un număr de 12 zile pentru tratament), iar tratamentul să se facă, în funcție de afecțiune, chiar și de două ori pe an, la un interval de minim 6 luni. La data instituirii inițiale a stării de urgență, Societatea de Tratament Balnear și Recuperare a Capacității de Muncă „T.B.R.C.M.” S.A. presta servicii de tratament balnear, cazare și masă pentru cea de-a doua serie de turiști afluiți prin contractul cu CNPP, din totalul de 59.926 de bilete de tratament balnear pe anul 2020. De asemenea, în stațiunile balneare la acea dată se înregistrau sosiri importante de turiști. De exemplu, în stațiunea Covasna, în care sunt tratate afecțiuni cardiovasculare, unele hoteluri prezentau un grad de ocupare mai mare de 40%. În pofida informațiilor privind riscul indus de coronavirus existente în acel moment, au existat opțiuni pentru aceste servicii, turiștii nerenunțând din proprie inițiativă la pachetele de servicii achiziționate.

În ceea ce privește **turismul litoral**, problema acut resimțită este cea a personalului, fiind generată de reducerea forței de muncă active în România, în general, și a celor interesați de a se angaja în aceste unități, în special. Caracterul sezonier puternic al activității, cu o funcționare de cca. 5 luni (mai-septembrie) pe an, implică încheierea cu precădere de contracte de muncă pe perioade determinate (6 luni). Conform art. 34. al. 1 (a) din Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, cu modificările și completările ulterioare, pentru a putea beneficia de indemnizație de șomaj, șomerii trebuie să aibă un stagiul de cotizare de minimum 12 luni în ultimele 24 de luni premergătoare datei înregistrării cererii.

Constrângerile privind resursa umană în cazul operatorilor de turism de pe litoral (dar și din alte locații afectate de sezonalitate în care se recurge sistematic la acest sistem de angajare) se amplifică în condițiile actualei pandemii. Prelungirea stării de urgență până la mijlocul lunii mai va determina o întârziere în deschiderea sezonului estival 2020. Restrângerea în acest an a sezonului, va genera o situație critică pentru salariați, care nu vor putea îndeplini cerința privind durata stagiului de cotizare și nu vor mai putea beneficia de indemnizația de șomaj, reorientându-se spre alte sectoare, amplificând problema forței de muncă în aceste locații, complementar celor financiare.

În ultimii ani, **turismul montan** din România se confruntă cu numeroase probleme, precum: scăderea numărului de turiști (cererea pentru acest tip de turism se manifestă cu prioritate în vacanțe și de sărbători; turismul montan a devenit un turism de week-end sau pentru team building-uri și mai puțin pentru sejururi cu durate mai mari de trei zile; schimbările climatice afectează sezonul de schi etc.), lipsa de forță de muncă calificată, subdezvoltarea infrastructurii generale și specifice, insuficiența fondurilor, promovarea scăzută etc. Chiar și în cazul operatorilor care au efectuat investiții în vederea unor clasificări superioare a structurilor de primire turistică, o ofertă superioară în zona montană în raport cu cererea nu permite practicarea unor tarife corespunzătoare clasificării în afara perioadelor cu cerere ridicată. De asemenea, cheltuielile fixe prezintă o pondere ridicată, constituindu-se în constrângeri semnificative asupra pragului de rentabilitate și implicit asupra capacității de autofinanțare.

Perioada de implementare a deciziilor de susținere a industriei ospitalității este abordată diferențiat, ca cea pentru care este instituită starea de urgență și cea ulterioară acesteia, presupunând măsuri adecvate.

I. Perioada aferentă stării de urgență

• În domeniul gestionării resurselor:

— **umane:** în funcție de incidența măsurilor instituite prin Ordonanța militară nr. 1/17.03.2020 privind unele măsuri de primă urgență care privesc aglomerările de persoane și circulația transfrontalieră a unor bunuri și de categoria de salariați, deciziile vor fi particularizate. Astfel, în ceea ce privește salariații

operativi, deciziile în domeniul resurselor umane au în vedere o includere într-o mai mare sau mai mică măsură a acestuia în șomaj tehnic, prin suspendarea contractelor de muncă a tuturor salariaților operativi care au contracte de muncă cu operatorii din turismul balnear care și-au încetat activitatea și o suspendare parțială, în funcție de nivelul activității și posibilitatea reconversiei activității (catering în cazul restaurantelor deschise în cadrul complexelor hoteliere, folosirea hotelurilor pentru pacienții care trebuie să rămână în carantină după ce au fost diagnosticați cu coronavirus).

Se poate propune o inițiativă legislativă care să prevadă un sistem comun de suportare a cheltuielilor cu personalul de către agentul economic și stat prin modificarea clauzelor stipulate în contractele de muncă cu privire la timpul de muncă, în sensul trecerii la timp parțial și includerea în șomaj tehnic (Bune practici: în Germania, o persoană aflată în șomaj poate lucra un număr de ore care să-i permită obținerea unei anumite sume de bani, complementar ajutorului de șomaj). În ceea ce privește personalul tehnic din aceste unități, o alternativă la șomajul tehnic o constituie utilizarea acestuia pentru efectuarea unor lucrări de investiții și reparații la complexele hoteliere, având în vedere faptul că menținerea stării tehnice și modernizarea unităților de turism presupun lucrări care nu se pot realiza întotdeauna fără a afecta confortul turiștilor. În contextul actual, aceste lucrări se pot realiza în condiții optime cu avantajul utilizării parțiale a personalului propriu. Deciziile privind personalul de conducere și administrativ pot varia de la suspendarea contractelor de muncă, până la menținerea acestora în activitate, în condiții de normalitate.

Este necesar ca sumele privind concediile și indemnizațiile de asigurări sociale de sănătate, plătite de angajatori asiguraților proprii, suportate din bugetul FNUASS, să se deconteze în termenul prevăzut de lege, fără întârzieri, asigurând lichidități operatorilor economici.

De asemenea, se va avea în vedere oportunitatea unor modificări legislative prin care să se diminueze stagiul de cotizare de minimum 12 luni în ultimele 24 de luni pentru a putea beneficia de indemnizație de șomaj.

— **financiare:** scăderea drastică a gradului de ocupare a capacităților din turism generează dificultăți financiare majore. În acest sens, operatorii trebuie să-și proiecteze cu rigurozitate fluxurile de numerar, să întocmească situații privind plățile care trebuie făcute, defalcate pe scadențe, pe priorități, luând în considerare posibilitatea reeșalonării acestora. În acest sens, este oportună deținerea Certificatului de Situație de Urgență, care poate fi utilizat de către agenții economici în raporturile cu partenerii economici, precum și cu instituțiile publice pentru obținerea de facilități în ceea ce privește finanțarea. Aceste certificate sunt emise de către Ministerul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri, diferențiat în funcție de cauza care generează situația de urgență: Certificat de Urgență Tip 1 (albastru), care poate fi solicitat de către agenții economici a căror activitate a fost întreruptă total sau parțial prin decizii ale autorităților publice și Certificatul de Urgență de Tip 2 (galben), care poate fi solicitat de către agenții economici care au înregistrat în luna martie 2020 diminuări cu minim 25% ale veniturilor și încasărilor, comparativ cu media lunilor ianuarie și februarie 2020.

În baza acestui certificat, în conformitate cu prevederile stipulate în Ordonanța de urgență nr. 29/2020 privind unele măsuri economice și fiscal-bugetare, IMM-urile care și-au întrerupt activitatea total sau parțial ca urmare a deciziilor autorităților pot recurge la amânarea la plată a serviciilor de utilități (electricitate, gaze naturale, apă, servicii telefonice și de internet) și a chirilor (cu excepția deținătorilor Certificatului de Urgență de Tip 2), precum și la invocarea stării de forță majoră în cazul relațiilor comerciale cu terți furnizori.

În ceea ce privește susținerea finanțării IMM-urilor de către stat, conform Ordonanței de urgență nr. 29/18.03.2020 privind unele măsuri economice și fiscal-bugetare, acestea pot beneficia de un program special care constă în acordarea de garanții de stat pentru unul sau mai multe credite pentru realizarea de investiții și/sau unul sau mai multe credite/linii de credit pentru capital de lucru, prin Ministerul Finanțelor Publice, diferențiat în funcție de tipul de societate (Tabelul nr. 2).

Tabelul nr. 2. Clauze privind creditele/liniile de credit garantate de stat

Tip societate	Clauză	Prevederi
IMM	procent maxim de garantare	80% din valoarea finanțării, exclusiv dobânzile, comisioanele și spezele bancare aferente creditului garantat
	valoare	valoarea maximă cumulată: 10.000.000 lei valoarea maximă a creditelor/liniilor de credit pentru finanțarea capitalului de lucru: 5.000.000 lei valoarea maximă a creditelor de investiții: 10.000.000 lei
	subvenționarea dobânzilor	100% perioada de subvenționare a dobânzii: de la momentul acordării creditelor/liniilor de credit contractate și poate dura până la 31 martie 2021
	durata maximă a finanțărilor	creditele pentru investiții: 120 luni creditele/liniile de credit pentru capital de lucru: 36 luni, cu posibilitatea de prelungire cu maximum 36 de luni
microîntreprindere sau întreprindere mică	procent maxim de garantare	90% din valoarea finanțării, exclusiv dobânzile, comisioanele și spezele bancare aferente creditului garantat
	valoare	valoare maximă pentru microîntreprinderi: 500.000 lei valoare maximă pentru întreprinderile mici: 1.000.000 lei
	subvenționarea dobânzilor	100% perioada de subvenționare a dobânzii: de la momentul acordării creditelor/liniilor de credit contractate și poate dura până la 31 martie 2021
	durata maximă a finanțărilor	creditele pentru investiții: 120 luni creditele/liniile de credit pentru capital de lucru: 36 luni, cu posibilitatea de prelungire cu maximum 36 de luni

Sursa: Autorii, sinteză prevederi legale, 2020

În ceea ce privește constrângerile privind plata impozitelor și taxelor, autoritățile competente au venit în sprijinul agenților economici, acordând anumite facilități sau bonificații. Astfel, în cazul impozitelor locale, în OUG29/2020 privind unele măsuri economice și fiscal-bugetare se menționează amânarea la plată a acestora de la 31 martie 2020 la 30 iunie 2020. De asemenea, Ordonanța de urgență nr. 29/2020 privind unele măsuri economice și fiscal-bugetare prevede faptul că nu se vor calcula și datora dobânzi și penalități de întârziere pentru obligațiile fiscale scadente, precum și faptul că se suspendă sau nu încep măsurile de executare silită prin poprire a creanțelor bugetare, cu excepția celor stabilite prin hotărâri judecătorești pronunțate în materie penală. Ordonanța de urgență nr.33/2020 prevede acordarea unor bonificații pentru plata impozitului pe profit aferent trimestrului I al anului 2020 în intervalul 25.04.2020-25.06.2020, diferențiat pe tip de plătitor, și pentru plata până la data de 25.04.2020 a impozitului pe venit aferent trimestrului I al anului 2020, în cazul microîntreprinderilor.

Prevederile actuale privind TVA stipulează cote diferențiate aferente livrărilor specifice: 5% pentru cazare și serviciile de restaurant, cu excepția consumului de băuturi alcoolice pentru care cota de TVA este de 19%, și scutire fără drept de deducere în cazul pachetelor de servicii turistice ce includ tratament. În condițiile în care cota de TVA aferentă achizițiilor este de 9% și respectiv 19%, operatorii din turism înregistrează sume negative de TVA, ce pot fi compensate cu alte datorii fiscale.

O sursă de lichidități în acest context o reprezintă încasarea avansurilor pentru pachete de servicii ce se vor presta într-o perioadă viitoare, estimată de către fiecare operator în funcție de aversiunea sa la risc. Este oportună emiterea tichetelor de vacanță pentru anul 2020 și rezervarea în baza acestora și a celor aferente anului 2019, a căror valabilitate a fost prelungită, a unor servicii cu prestare viitoare. Încasarea contravalorii acestor tichete de vacanță va asigura lichidități operatorilor economici. Considerăm oportună flexibilizarea ofertelor și a perioadelor de returnare a

banilor, precum și acordarea de bonusuri pentru achizițiile în această perioadă.

– **materiale:** în cadrul resurselor materiale se includ materialele consumabile (consumabile turiști, materiale de curățenie și întreținere, ambalaje etc.) și mărfurile. Este necesară inventarierea mărfurilor în vederea valorificării celor care au termene de expirare în perioada pentru care este instituită starea de urgență, cu luarea în considerare a posibilității extinderii acesteia sau a impunerii unor măsuri restrictive pentru domeniu, sau încercarea de a returna bunurile respective.

Consumul de resurse se înregistrează drept cheltuieli la nivelul societăților. Turismul, prin natura activității sale, implică investiții ridicate în active imobilizate, structuri organizatorice complexe și, în consecință o pondere ridicată a cheltuielilor fixe. În contextul pandemiei cu coronavirus SARS-CoV-2, reducerea activității impune, pentru menținerea în pragul de rentabilitate, luarea de măsuri în vederea diminuării, până la eliminare în cazul încetării activității, a cheltuielilor fixe. În **Tabelul nr. 3** detaliem sistemul decizional privind cheltuielile fixe.

Tabelul nr. 3. Sistemul decizional privind cheltuielile fixe		
Categorii de cheltuieli fixe	Măsură	Decident
cheltuieli cu alte impozite, taxe și vărsăminte asimilate	amânarea plății impozitelor locale	OUG29/2020: amânarea termenului de plată a impozitului pe clădiri, a impozitului pe teren și a impozitului pe mijloacele de transport pentru anul 2020, de la 31 martie 2020 la 30 iunie 2020
cheltuielile cu impozitul specific*	anularea plății impozitului specific pe perioada stării de urgență	Propunere legislativă: anularea impozitului specific pe perioada de încetare a activității dispusă prin Ordonanța militară nr. 1/2020
cheltuielile cu personalul	șomaj tehnic sistem combinat: timp parțial de muncă - șomaj tehnic	OUG30/2020 cu modificările și completările ulterioare: 75% din salariul de bază corespunzător locului de muncă ocupat, suportat din bugetul asigurărilor pentru șomaj, dar nu mai mult de 75% din câștigul salarial mediu brut prevăzut de Legea bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2020; Propunere legislativă: CIM cu timp parțial de muncă și șomaj tehnic
cheltuieli cu paza (cheltuieli cu personalul /cheltuieli cu serviciile prestate de terți)	menținere	operator în industria ospitalității
cheltuielile cu serviciile de utilități	amânarea la plată în baza Certificatului de Situație de Urgență	OUG29/2020 – IMM
cheltuielile cu alte servicii prestate de terți**	suspendarea/renegocierea contractelor	operator în industria ospitalității OUG29/2020: invocarea stării de forță majoră
cheltuieli cu amortizarea	cheltuielă nemonetară, nu generează incidente directe asupra fluxului de numerar (doar prin deductibilitatea sa)	-

* în cazul complexurilor hoteliere care obțin venituri din contracte de închiriere sau asociere către/cu alte societăți reglementate de Legea societăților nr. 31/1990, se datorează impozit pe profit, determinat în funcție de realizări. În acest caz, sarcina fiscală a operatorului economic se ajustează corespunzător volumului de activitate, nemaifiind necesare măsuri în consecință;

**doar componenta de cheltuielă fixă

Sursa: Autorii, 2020

• În relația cu clienții

În ceea ce privește relațiile cu clienții, acțiunile întreprinse vizează anularea sau amânarea vacanțelor și evenimentelor, precum și vânzarea de noi pachete de servicii turistice în condiții flexibile.

II. Perioada ulterioară celei pentru care este instituită starea de urgență

Principalele incertitudini ce grevează activitatea în viitor a operatorilor din industria ospitalității vizează momentul reluării activității și gradul de ocupare pe care îl vor realiza. În ceea ce privește prima constrângere, se pot elabora scenarii optimiste/pesimiste, în funcție de aversiunea la risc a fiecărui întreprinzător. În momentul reluării activității vor fi necesare măsuri de respectare a anumitor cerințe de distanțare socială, ceea ce va impune adaptarea proceselor din cadrul unităților hoteliere. În ceea ce privește numărul de turiști, reticența la implicarea în activități sociale, precum și dificultățile financiare care vor schimba prioritățile în consumul personal constituie constrângeri la nivel individual, cu efecte asupra veniturilor operatorilor economici.

Printre pârghiile care vor susține operatorii din turism menționăm următoarele: acordarea în anul 2020 a tichetelor de vacanță; prelungirea valabilității tichetelor de vacanță emise în perioada martie 2019 – decembrie 2019, până pe data de 31 mai 2021; în prezent, se derulează procedura de achiziție de servicii de tratament balnear, cazare și masă pentru beneficiarii de bilete eliberate de Casa Națională de Pensii Publice pentru perioada 2020-2022, pentru alți prestatori decât Societatea de Tratament Balnear și Recuperare a Capacității de Muncă „TBRCM S.A.” Având în vedere cererea pentru turismul balnear, se poate considera că acest contract se va concretiza într-o pârghie de susținere a operatorilor economici, cu reconsiderarea modului de prestare a serviciilor în condițiile respectării distanțării sociale (în ceea ce privește procedurile de tratament de grup: bazin, mofetă, serviciile de masă etc.).

De asemenea, menționăm ca factor de stimulare a turismului românesc reorientarea turiștilor care alegeau destinații externe spre turismul intern. Incertitudinile la nivel mondial, determină în general o creștere a turismului intern care, coroborată cu efectele induse de existența mai multor tichete de vacanță (prelungirea valabilității celor emise în 2019, suprapusă cu o nouă

emisiune în 2020), pot conduce la diminuarea pierderilor aferente perioadei în care este instituită starea de urgență și, în funcție de suprapunerea pe oferta turistică, chiar la creșteri de preț, sub rezerva impactului scăderii PIB pe locuitor și a veniturilor personale. Experiența anului 2019 cu privire la impactul tichetelor de vacanță asupra cererii în turism și, în consecință, asupra performanțelor operatorilor economici poate susține această soluție.

În prezent, hotelurile iau în considerare nu doar anularea vacanțelor și a diverselor evenimente, ci și varianta reprogramării acestora. Motivația participanților la circulația turistică constituie motorul acestui domeniu. Construcția ofertei turistice, diversificarea formelor de turism și a pachetelor de servicii bazate pe analiza motivațională, precum și măsurile de suprapunere a structurii și calității serviciilor pe așteptările consumatorilor constituie pârghii manageriale importante în atragerea turiștilor, monitorizarea fluctuației cererii și relansarea activității. Hotelierii trebuie să se focalizeze pe specificitățile turismului de masă sau pe cele ale turismul de nișă (adjectival), propunând produse turistice viabile pe o piață puternic concurențială, luând în considerare adresabilitatea unor consumatori din ce în ce mai informați și mai exigenți.

Concluzii

Deosebit de sensibil la dezechilibrele mediului și cu constrângeri insurmontabile în ceea ce privește securitatea persoanei (de sănătate, socială, alimentară), turismul este sectorul cel mai grav afectat de contextul pandemic și de restricțiile legale adoptate în consecință. Susținerea industriei ospitalității necesită un demers coerent în care să fie implicați toți cei incluși în lanțul valorii, de la hotelieri și agenții de turism, la furnizori și clienți. Operatorii economici trebuie să implementeze măsuri punctuale de gestionare eficientă a resurselor, să întrețină un dialog continuu cu agențiile de turism și cu clienții în vederea anulării, amânării vacanțelor și evenimentelor, propunând o flexibilizare a ofertelor cu valorificări viitoare.

În actualul context, populația României reprezintă clientela potențială a acestui sector, transformarea sa în efectivitate depinzând atât de factori personali, precum veniturile, angajarea, profilul psihologic etc., cât și de factori externi acesteia, specifici economicului (evoluția economiei, a cursului de schimb, a prețurilor operatorilor în transport etc.) sau sectorului de activitate (oferta de

servicii turistice, în termeni de preț, structura pachetului de servicii etc.). De regulă, în perioadele de criză și cele imediat următoare, tendința decidentului este de a diminua costurile și de a atrage noi clienți, ceea ce poate afecta relațiile cu clienții existenți.

O asemenea abordare este ineficientă, procesul decizional necesitând arbitrajul între efectele favorabile pe termen scurt și cele nefavorabile pe termen lung. Serviciile, în general, și turismul, în particular, prezintă o serie de specificități care impun configurații particulare. Obținerea unui avantaj competitiv în turism presupune oferirea unor servicii de calitate, dependentă de nivelul de educație și de pregătire profesională a personalului. În România, în general, și în turismul românesc, în special, se constată o acută criză de personal, amplificată de preocuparea scăzută pentru calitate a operatorilor economici, deoarece pregătirea personalului este o investiție intangibilă, fără efecte cuantificabile pe termen scurt, iar mobilitatea personalului este foarte ridicată. Managementul în industria ospitalității trebuie

să includă dimensiunea strategică, orientându-se și demersul spre asigurarea performanței pe termen lung.

Având în vedere importanța turismului în economia românească, considerăm peremptorie implicarea autorităților competente în susținerea operatorilor economici, urmărindu-se limitarea pierderilor și relansarea activității. Măsurile legislative adoptate până în acest moment, precum și luarea în considerare de către legiuitor a opiniilor cu valoare de recomandare privind proiectele de acte normative cu privire la impozitul specific, la stagiul de cotizare minim pentru obținerea indemnizației de șomaj și la sistemul mix de remunerare a salariaților din turism constituie elemente primordiale ale depășirii acestei situații fără efecte majore pe termen lung.

Specialiștii din diverse asociații profesionale trebuie să conlucreze în vederea oferirii de soluții viabile operatorilor economici. Din această perspectivă, auditorii trebuie să se implice activ în proiectele operatorilor economici și să facă propuneri pertinente de acte normative.

BIBLIOGRAFIE

1. Alegre, J. și Pou, L. (2006), The length of stay in the demand for tourism, *Tourism Management*, vol. 27, nr. 6, pp. 1343-1355.
2. Algieri, B. (2006), An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: The Case of Russia, *Tourism Economics*, vol. 12, nr. 1, pp. 5-20.
3. Athanasopoulos, G. și Hyndman, R.J. (2006), Modelling and forecasting Australian domestic tourism, *Tourism Management*, nr. 29, pp. 19-31.
4. Balaguer, L. și Cantavella-Jorda, M. (2002), Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case, *Applied Economics*, nr.34 (7), pp. 877-884.
5. Canina, L. și Carvell, S. A. (2005), Lodging demand for urban hotels in major metropolitan markets [Electronic version]. Cornell University, School of Hospitality Administration site: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/228>
6. Corgel, J., Lane, J. și Woodworth, M. (2012), Hotel industry demand curves [Electronic version]. Cornell University, SHA School site: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/1090>
7. De Jouvenel, B. (1977), Arcadie ou l'art de mieux vivre, Paris, *SEDIS, Futuribles*.
8. Demetrescu, M.C. (1983), Mecanismele decizionale în marketing, București, *Editura Politică*.
9. Dritsakis, N. (2004), Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis, *Tourism Economics*, vol. 10, nr. 3, pp. 305-316.
10. Durbarry, R. și Sinclair, M.T. (2003), Market shares analysis: The Case of French Tourism Demand, *Annals of Tourism Research*, vol. 30, nr. 4, pp. 927-941.
11. Enz, C. A., Canina, L. și Lomanno, M. (2009), Competitive pricing decisions in uncertain times, *Cornell Hospitality Quarterly*, nr. 50(3), pp. 325-341.
12. Enz, C. A., Canina, L. și Noone, B. (2012), Strategic revenue management and the role of competitive price shifting, *Cornell Hospitality Report*, nr.12(6), pp. 6-11.
13. Gunduz, L. și Hatemi, J. (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, nr. 12(8), pp. 499-504.
14. Masiero, L. și Nicolau, J. L. (2012), Price sensitivity to tourism activities looking for determinant factors, *Tourism Economics*, nr. 18(4), pp. 675-689.

15. Ming-Hsiang, C. (2010), The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry, *Tourism Management*, nr. 31, pp. 665-675.
16. Song, H., Lin, S., Witt, S.F. și Zhang, X. (2011), Impact of financial/economic crisis on demand for hotel rooms in Hong Kong, *Tourism Management*, vol. 32, nr.1, pp. 172-186.
17. Surugiu, C. și Surugiu, M.R. (2013), Is the Tourism Sector Supportive of Economic Growth? Empirical Evidence on Romanian Tourism, *Tourism Economics*, vol. 19, nr. 1, pp. 115-132.
18. Vanegas, M. și Croes, R.R. (2000), Evaluation of demand: US tourists to Aruba, *Annals of Tourism Research*, vol. 27, nr. 4, pp. 946-963.
19. Legea nr. 170 din 7 octombrie 2016 privind impozitul specific unor activități, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 812 din data de 14 octombrie 2016
20. Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, cu modificările și completările ulterioare, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 103 din data de 6 februarie 2002
21. Decretul prezidențial 195/16.03.2020 privind instituirea stării de urgență pe teritoriul României, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 212 din data de 16 martie 2020
22. Ordonanța Militară nr. 1 privind unele măsuri de primă urgență care privesc aglomerările de persoane și circulația transfrontalieră a unor bunuri nr.1/17.03.2020, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 219 din data de 18 martie 2020
23. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 29/2020 privind unele măsuri economice și fiscal-bugetare, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 230 din data de 21 martie 2020
24. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 30/2020 pentru modificarea și completarea unor acte normative, precum și pentru stabilirea unor măsuri în domeniul protecției sociale în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea coronavirusului SARS-CoV- publicată în Monitorul Oficial cu numărul 231 din data de 21 martie 2020
25. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 32/2020 privind modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 30/2020 pentru modificarea și completarea unor acte normative, precum și pentru stabilirea unor măsuri în domeniul protecției sociale în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea coronavirusului SARS-CoV-2 și pentru stabilirea unor măsuri suplimentare de protecție socială, publicată în Monitorul Oficial cu numărul 260 din data de 30 martie 2020
26. https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/turism02r20_0.pdf