

Camelia Gheorghe

**TRANSPORTURI TURISTICE AERIENE
ȘI TICKETING**

EDITURĂ RECUNOSCUTĂ DE CONSILIUL NAȚIONAL AL CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR (C.N.C.S.I.S).

Camelia Gheorghe

TRANSPORTURI TURISTICE AERIENE ȘI TICKETING



Copyright © 2010, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin
Editurii Pro Universitaria

Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al
Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GHEORGHE, CAMELIA

Transporturi turistice aeriene și ticketing / Camelia

Gheorghe. - București : Pro Universitaria, 2010

Bibliogr.

ISBN 978-973-129-741-5

342.9(075.8)

Cap. 1. IMPORTANȚA TRANSPORTURILOR AERIENE ÎN DINAMICA TRANSPORTURILOR TURISTICE INTERNAȚIONALE

Transporturile aeriene constituie o componentă importantă a economiei mondiale, stimulând în același timp evoluția industriei turismului. Cu o istorie relativ scurtă față de celelalte moduri de călătorie, transporturile aeriene ocupă în prezent un loc privilegiat în rândul preferințelor turiștilor, mai ales în cazul deplasărilor pe distanțe medii și mari. În ultimele decenii, schimbările produse în regimul de reglementări, evenimentele economice și politice petrecute la nivel global și intensificarea experienței turiștilor au determinat transformări evidente în redirecționarea fluxurilor turistice internaționale, și implicit în opțiunea lor pentru un anumit mijloc de călătorie.

1.1. Relația turism – transporturi

Importanța transporturilor ca și componentă esențială a sistemului turistic a constituit subiect de discuție în literatura de specialitate încă din anii '70. Elementul funcțional al călătoriei, care se referă în general la fluxurile între destinațiile emițătoare și cele receptoare de turiști, a fost modelat într-o manieră asemănătoare schemelor gravitaționale din transporturi, însă conceptualizarea interfaței între transport și turism necesită în continuare cercetări ample ale specialiștilor. Deși turismul a fost abordat din foarte multe perspective până în prezent, unii cercetători¹ explică acest sistem subliniind procesul de schimb între consumatori (turiști) și furnizori (ofertanți) prin intermediul a trei componente integrante: *piața și mecanismul ei, elementul de transport și destinația*. Acestea sunt conectate în primă instanță prin intermediul fluxurilor informaționale, urmate fiind de deplasarea propriu-zisă a vizitatorilor între punctele de origine și destinație. Procesul în sine, derulat prin agențiile intermediare sau prin furnizorii de servicii de transport, facilitează experiența turistică a consumatorilor².

În calitate de componentă a consumului, deci și a producției turistice, serviciile de transport sunt totodată un element stimulator al circulației turistice interne, dar mai ales internaționale, existând între transporturi și turism o legătură dublă de cauză-efect³.

¹ R. C. Mill, A. M. Morrison, *The Tourism System: An Introductory Text*, Prentice Hall College Div; 2nd Edition, New Jersey, 1992, p. 117;

² Les Lumsdon, Stephen J. Page, *Tourism and Transport. Issues and Agenda for the New Millennium*, Elsevier Ltd, UK, 2004, p. 89.

³ Rodica Minciu, *Economia Turismului, Ediția a III-a revăzută și adăugită*, Editura Uranus, București 2004, p. 235;

Un studiu mai aprofundat al conexiunilor dintre transport și turism evidențiază fațetele sistemului prin explorarea motivațiilor de călătorie a turiștilor și a interfaței cu transportul⁴. Rezultatele studiului relevă distincția clară dintre un element motivațional central al selecției modului de transport în scop turistic și o serie de elemente motivaționale adiționale. Astfel, acestea vin să sublinieze rolul multiplu al transportului în cadrul turismului, influența deciziei de călătorie a consumatorilor și factorii motivaționali care contribuie la experiența turistică (fig. 1.1.).

Cercetările în domeniu au ilustrat două aspecte dominante în ceea ce privește legătura dintre turist, modul de transport și experiență. Primul aspect analizează relația dintre tipul de transport și variabilele economice – în special prețurile și veniturile. Analizele efectuate în acest sens au evidențiat că opțiunile consumatorilor sunt fixe, iar atitudinea acestora față de operațiunile individuale sau față de companiile de transport sunt apreciate ca irelevante sau subordonate structurilor de cost. De cele mai multe ori, efortul și distanța detronează costurile, devenind instrumente de cuantificare în procesul de selecție (pentru europeni, de exemplu, distanța de 1000 km între locul de origine și destinație este un aspect important în alegerea automobilului personal sau a transportului aerian ca mijloc de călătorie). Cel de-al doilea aspect evaluează modelele economice realizate pe baza comportamentului și a preferințelor de consum ale turiștilor. Acesta tinde să se concentreze pe situații și contexte concrete, cum ar fi locul de proveniență al turiștilor, care influențează profilul acestora și determină o anumită modalitate de selecție; mai mult decât atât, atestă existența unor destinații rurale sau greu accesibile, în care nu există alternative disponibile și determină doar un anumit segment de consumatori să ia decizii pozitive în selectarea destinației respective.

În ceea ce privește *motivațiile de călătorie*, o analiză a acestora trebuie să acopere o arie largă, să furnizeze o evaluare multiplă a complexului comportamental, să fie măsurabile și să se adapteze la schimbările individuale și la valorile societății. Alături de motivații, un alt set de elemente denumit impropriu "ciclul vieții" marchează legăturile dintre turist și transport. Sintagma este integrativă, combinând vârsta, statutul de familie, veniturile, gradul de sănătate și bunăstare etc. și este utilizată frecvent pentru a sugera categoriile de preferințe de activitate. Caracteristicile individuale pot fi apreciate ca elemente care se intersectează și care își pun amprenta asupra motivației turiștilor. Un alt aspect important se referă la clasificarea rolurilor transportului și la felul în care acesta se reflectă asupra experienței de călătorie. Astfel, transportul poate descuraja turistul (este cazul croazierelor lungi către Antarctica sau Australia; chiar dacă există motivația de a vizita regiunea, transportul poate fi un factor inhibitor pentru mulți turiști). În alte situații, transportul poate fi un factor de constrângere asupra experienței de călătorie, cum este cazul zborurilor lungi către

⁴ Gianna Moscardo, Philip L.Pearce, *Life Cycle, Tourist Motivation and Transport: Some Consequences for the Tourist Experience*, Elsevier 2004, p. 32-33.

destinațiile exotice. Pentru un alt segment de turiști, transportul este doar un element funcțional al sistemului turistic, iar eficiența acestuia este caracteristica principală în aprecierea lui privind experiența de vacanță. Valoarea instrumentală a transportului poate fi redată de rețeaua de transport în cadrul unei stațiuni, sau unui oraș turistic, sau de posibilitățile de transfer de la aeroport către unitatea de cazare. Ca și element integrant al experienței turistice, transportul este exprimat în diverse moduri și este influențat de o multitudine de tipare. Rolul final al transportului (ca formă de turism), acela de a domina experiența turistică, este ilustrat îndeosebi prin intermediul croazierelor sau al tururilor realizate cu automobilul ca și modalități clasice de călătorie, alături de care se remarcă tururile cu bicicleta sau plimbările cu balonul cu aer cald.

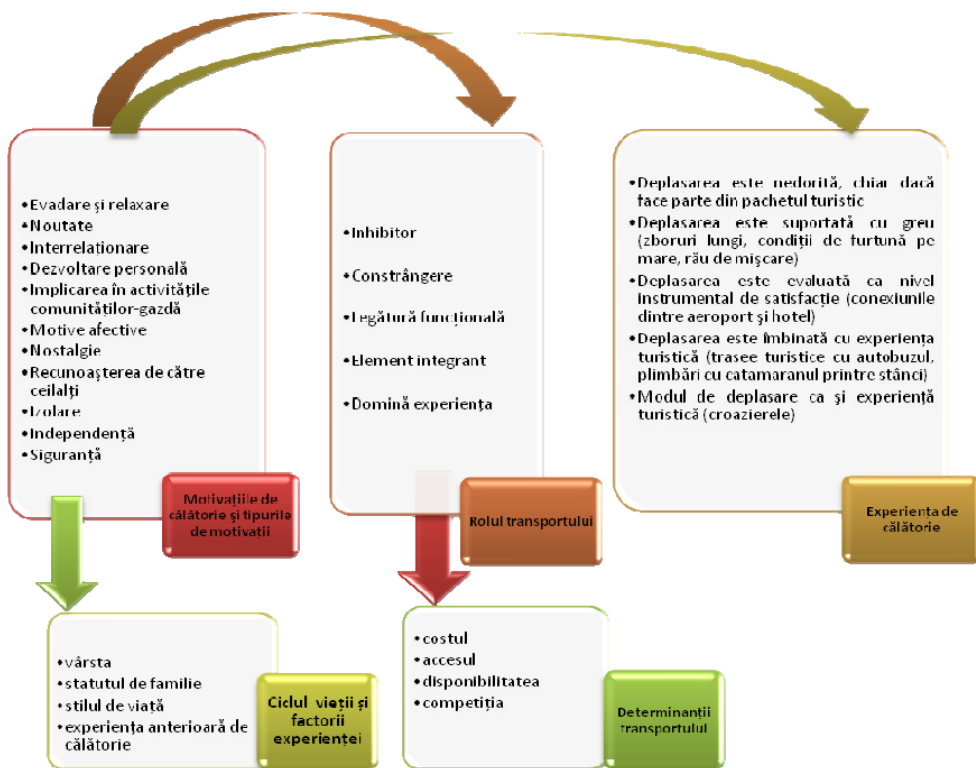


Fig. 1.1. Harta conceptuală a conexiunilor dintre motivație, ciclul vieții, rolul transportului și experiența de călătorie

Sursa: Adaptare după Les Lumsdom și Stephen J. Page, *op. cit.*, p. 32.

În ultima perioadă, specialiștii din domeniu au cercetat și argumentat legătura dintre turism și transporturi din punct de vedere *cantitativ*, justificând acest lucru prin faptul că transportul constituie un factor permisiv în evoluția turistică și în același timp reprezentând el însuși catalizatorul creșterii mobilității, a timpului

petrecut de către turiști la locul de destinație și a circulației turistice în sine⁵. Totodată, o serie de studii longitudinale au demonstrat că factorii culturali și de mediu influențează utilizarea unei anumite forme de transport în alegerea destinației turistice. Mai mult decât atât, literatura modernă de specialitate oferă câteva perspective asupra realei semnificații a transporturilor prin prisma organizatorilor de vacanțe, a celor care ”fabrică” pachetele turistice⁶. Un număr recent de studii care au adoptat o accentuată perspectivă teoretică, au continuat să dezvolte aceste idei, arătând cum transportul facilitează și stimulează activitatea și evoluția turistică. În majoritatea țărilor cu economii performante, rata de dezvoltare a turismului este foarte ridicată, iar identificarea unor noi și diverse oportunități pentru desfășurarea acestor activități, precum și dezvoltarea unor modele inovative de a manageria distribuția vizitatorilor în termeni de spațiu și volum în mediile naturale sensibile reprezintă o preocupare constantă a cercetătorilor.

În realitate, legătura dintre transport și turism este una asimetrică. Transportul este elementul intermediar fără de care turismul nu ar putea exista, în timp ce reversul nu poate fi adevărat. Astfel, în timp ce studiile de transport se concentrează în principiu pe utilitatea acestuia, cum ar fi deplasarea către locul de muncă, școală sau către locul de prestare a altor activități personale cotidiene, turismul și călătoriile recreative reprezintă parte integrantă a unui sistem generalizat de transport, ceea ce face aproape imposibilă desfășurarea lor în lipsa unei modalități de deplasare. În aceste condiții, analiza de transport se bazează pe conceptul fundamental al cererii în raport cu călătoria efectuată în orice scop.

Abordând din punct de vedere *calitativ* relația dintre turism și transporturi, se poate spune că cererea turistică pentru anumite produse și servicii poate juca un rol substanțial în crearea opțiunii pentru noi moduri de transport sau în evoluția celor deja existente:

✓ **Introducerea de noi servicii pe rutele cu o cerere estimată ca fiind semnificativă** - Air New Zealand a anunțat în anul 2004 intenția de a oferi zboruri directe între Auckland și Shanghai datorită creșterii numărului de vizitatori chinezi în Noua Zeelandă, dar și ca urmare a îmbunătățirii relațiilor dintre cele două state, efect al schimburilor din domeniul educațional;

✓ **Sinergia dintre noile servicii de transport și creșterea cererii** - oferta de transport poate avea un impact pozitiv sau negativ asupra cererii prin încercarea de a transforma cererea latentă în cerere reală; astfel, lansarea companiilor aeriene Kiwi Air International și Freedom Air în Noua Zeelandă la mijlocul anilor ‘90, ambele operând zboruri între Noua Zeelandă și Australia a avut ca efect pozitiv creșterea vizibilă a numărului de rezidenți neozeelandezi care au vizitat Australia,

⁵ D. Halsall, *Modern Transport Geography, Transport for Tourism and Recreation*, London: Belhaven, 2002, p. 56;

⁶ A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams, *A Companion to Tourism, Transport and Tourism*, Blackwell Publishing, London 2004, p. 154-155.

iar ca efect negativ, tarifele practicate de ambele companii au declanșat “războiul prețurilor”;

✓ **Integrarea companiilor de transport și a operatorilor din domeniul turismului cu rolul de a stimula cererea latentă** - integrarea serviciilor de transport și a celor non-transport a permis posibilitatea luării unor decizii strategice de management, precum introducerea unor noi produse și servicii, intrarea pe piețe noi, reducerea costurilor etc. Astfel, dacă integrarea pe orizontală implică armonizarea unor produse sau servicii similare în cadrul a două sau mai multe companii, integrarea pe verticală este cea care face conexiunea între companiile de transport și ceilalți operatori din turism, generând eficiență la un nivel competitiv. Prin integrarea pe verticală a ofertei de produse și servicii, operațiunile viitoare au devenit mai sigure, iar probabilitatea intrării pe piață a unui nou competitor performant este mult diminuată.

Un alt element important care influențează relația turism-transport este implicarea guvernelor. Literatura de specialitate oferă numeroase exemple ale utilizării turismului de către guverne ca formă de restructurare economică⁷. Măsura în care transportul este poziționat în această formulă este variabilă, însă există câteva condiții care caracterizează interdependența dintre transport, turism și restructurarea economică:

- ✓ existența unui potențial care să constituie baza dezvoltării turismului;
- ✓ contextul național economic (disponibilitatea investițiilor de capital pentru dezvoltarea infrastructurii necesare);
- ✓ scala economică (economii puternice depind în mai mare măsură de importuri);
- ✓ gradul de dezvoltare (un nivel scăzut de dezvoltare se reflectă și în oferta turistică);
- ✓ organizarea capitalului (extinderea penetrării capitalului internațional poate fi critică în dezvoltarea și/sau poate conduce la dispersia veniturilor în străinătate; în acest caz, rolul tour-operatorilor, al transportatorilor, al producătorilor de mijloace de transport este unul semnificativ);
- ✓ natura turismului și obiceiurile de consum ale turiștilor (contribuția turiștilor la evoluția economică poate varia considerabil în funcție de puterea financiară a fiecărui individ, de cererea infrastructurală sau de forma de turism practică).

În termeni generali, măsura în care guvernele sunt capabile să internalizeze oferta de transport în beneficiul turismului este vastă și poate include: crearea unor condiții economice sau a unui mediu care să încurajeze investițiile în serviciile de transport, acordarea de subvenții directe cu scopul de a echilibra rutele sau operațiunile neprofitabile (de exemplu transporturile pe calea ferată în

⁷ Stephen Page, C.M.Hall, *The Geography of Tourism and Recreation*, 3rd Edition, Sage Publications, 2006, p. 147-148;

Statele Unite), reglementarea directă a serviciilor și stabilirea unor politici și norme referitoare la procedurile operaționale⁸.

O altă problemă esențială a relației transport-turism implică dimensiunea fizică a destinației sau a țării în care aceasta este localizată, și care poate fi critică în abilitatea de a controla modul în care transportul se adaptează la restructurarea economică. Statele mici nu au capacitatea să se implice în sectorul transportului turistic și al turismului, lăsând aceste operațiuni pe seama conglomeratelor sau a companiilor străine. În această situație, riscul major este că mobilitatea fluxurilor turistice către și dinspre destinație devine externalitate, scopul unic al ofertanților fiind profitul, în detrimentul dezvoltării economice a destinației.

Datorită relației complexe dintre transport – turism și cadrul economic în care ambele sectoare operează la nivel local, național și regional, rolul hotărâtor al guvernelor în furnizarea de transport pentru turism poate fi sintetizat în două direcții principale: reglementarea sau dereglementarea serviciilor (și în același timp monitorizarea competiției) și elaborarea planurilor de măsuri pentru transporturi.

În ceea ce privește oferta de transport privită din punct de vedere al legăturii cu turismul, aceasta vizează în general abilitatea firmelor (private sau publice) de a furniza servicii adecvate solicitanților, elementele ofertei putând fi examinate atât la nivel macro, cât și la nivel micro.

✓ Ca element esențial al primei perspective (nivelul macro), varietatea de medii politice la nivel global în care transportul este privit ca și ofertant în industria turismului necesită luarea în considerare a acordurilor bilaterale și a reglementărilor operațiunilor. După cum se știe, reglementarea și dereglementarea reprezintă eforturi din partea guvernelor de a exercita un anumit grad de control asupra structurilor pieței atât în mod direct, prin reglementări, cât și prin transferul controlului, prin dereglementări.

Existența unor forme variate de piață determină o ofertă multiplă de canale și lanțuri de distribuție, și în același timp poate crea modele perfecte sau imperfecte de competiție⁹. Piețele imperfecte (care includ monopolul, unde o singură firmă este unicul furnizor de servicii specifice) s-au accentuat în perioada dereglementării, însă, în unele cazuri, chiar și mediile reglementate pot produce dezechilibre ale ofertei de produse și servicii. Astfel, dereglementarea pieței transportului aerian a introdus competiția, situație benefică pentru mediile care erau anterior reglementate (statul deținea controlul sau susținea monopolul sau oligopolul). În context regional sau național, structurile de piață oligopoliste din transportul turistic aerian au fost retrogradate la nivelul rețelelor inițiale de zbor, ca urmare a apariției competiției, iar rețelele de transport pe calea ferată s-au extins.

⁸ Constantin Alexa, *Transporturi și expediții internaționale*, Ed. ASE, București 1990, p. 68.

⁹ D.T.Duval, *Tourism and transport: modes, networks and flows*, Buffalo N.Y.: Channel View Publication, 2007, p. 48-49.