



Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca
Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor
Domeniul Economie și Afaceri Internaționale

TEZĂ DE DOCTORAT
TURISMUL – MOTOR ECONOMIC LA NIVEL MONDIAL

Coordonator științific:
Prof. Univ. Dr. Gheorghe CIOBANU

Doctorand:
Oana Ruxandra BODE (TUNS)

CLUJ-NAPOCA
2018

CUPRINSUL TEZEI DE DOCTORAT

<i>Lista abrevierilor</i>	3
<i>Lista figurilor</i>	4
<i>Lista graficelor</i>	4
<i>Lista tabelelor</i>	6
INTRODUCERE	8
Capitolul I. TURISMUL, INDUSTRIA TURISTICĂ ȘI PIAȚA TURISTICĂ	15
1.1. Turismul - coordonate etimologice și istorice.....	15
1.2. Delimitări conceptuale privind turismul și turistul.....	17
1.2.1. Aspecte teoretice privind turismul.....	17
1.2.2. Turistul – precizări relative la noțiune.....	21
1.3. Dezvoltarea turismului de-a lungul timpului.....	22
1.3.1. Etape ale dezvoltării turismului de-a lungul timpului.....	23
1.3.2. Turismul viitorului.....	28
1.4. Surse de vulnerabilitate ale turismului și ale industriei turistice.....	33
1.5. Industria turistică și de călătorii.....	36
1.6. Piață turistică.....	48
Capitolul II. EVOLUȚIA TURISMULUI INTERNAȚIONAL	57
2.1. Dinamica turismului internațional la nivel mondial.....	57
2.2. Dinamica turismului internațional pe regiuni geografice.....	68
2.3. Turismul în unele țări atractive ca destinație turistică.....	72
2.3.1. Fenomenul turistic în țările top destinație turistică.....	72
2.3.2. Japonia – strategii de promovare a turismului internațional.....	73
2.3.3. China – viitoarea destinație turistică numărul 1 la nivel mondial.....	84
2.4. Tendințele evoluției turismului internațional.....	96
Capitolul III. IMPACTUL TURISMULUI ASUPRA ECONOMIEI	101
3.1. Benchmarking-ul industriei turismului și a călătoriilor raportat la cel al altor sectoare de activitate.....	101

3.2. Efectele economice ale turismului.....	109
3.2.1. Aportul industriei turismului și a călătoriilor la creșterea economică.....	118
3.2.2. Industria turismului și a călătoriilor și ocuparea forței de muncă.....	127
3.2.3. Tendințe viitoare.....	132
3.3. Studiu de caz – Analiză comparativă a impactului turismului în Spania, Turcia, România.....	135
Capitolul IV. COMPETITIVITATEA ÎN TURISM.....	147
4.1. Aspecte relevante ale competitivității.....	147
4.2. Analiza competitivității economice la nivel mondial.....	149
4.3. Analiza competitivității turistice la nivel mondial.....	153
4.4. Analiza competitivității economice și turistice a României în raport cu cea a concurenților ei din domeniul turismului.....	162
4.5. Studiu de caz – Efecte indirecte ale turismului (licensing-ul).....	165
Capitolul V. CONCLUZII FINALE.....	171
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE.....	182

CUVINTE CHEIE

turism, industria turismului și a călătoriilor, destinație turistică, turism internațional, sosiri de turiști internaționali, plecări de turiști internaționali, venituri din turismul internațional, cheltuieli pentru turismul internațional, impact economic, forță de muncă, efecte directe, indirecte și induse ale turismului, competitivitate economică, competitivitate turistică, studiu de caz - licensing

INTRODUCERE

În zilele noastre, a călători nu mai este ceva neobișnuit. Călătoriile comercianților din antichitate, ale marilor exploratori medievali, deplasările de trupe militare în decursul mileniilor, deplasările în scop de afaceri sau din motive medicale, educaționale etc. au contribuit la adaptarea omenirii la realizarea de călătorii. Deși turismul este asimilat călătoriilor cu scop de relaxare și de plăcere, astăzi se dezvoltă componente ale acestei industrii care nu sunt neapărat determinate de aceste motive (cum ar fi, turismul de afaceri, turismul medical, turismul de conferință etc.). Secolul al XX-lea a fost marcat de rapida internaționalizare a activității turistice și de transformarea turismului într-o adevărată industrie, care determină efecte în numeroase domenii de activitate și ramuri economice. Turismul este simultan atât un fenomen economic cât și unul social.

Domeniul turismului, datorită diversității lui, fără îndoială poate fi supus multor dezbateri și polemici. Prin intermediul unei simple căutări on-line, utilizând câteva cuvinte-cheie, ne putem da seama de complexitatea acestui domeniu.

Evoluția turismului, respectiv a turismului internațional, se caracterizează la nivel mondial printr-o tendință de creștere ca rezultat al influenței factorilor economici, sociali, demografici și politici. Dorința oamenilor de a vizita alte țări/regiuni, de a cunoaște alte civilizații, precum și progresul tehnic înregistrat în domeniul transporturilor care permite călătorii mai rapide și mai confortabile pe distanțe din ce în ce mai lungi, a dus la o importantă creștere a turismului internațional la nivel mondial. Această evoluție a turismului internațional, chiar și în perioade nefavorabile din punct de vedere social, economic și politic, a determinat ca turismul să fie în zilele noastre *unul dintre sectoarele economice cele mai dinamice.*

Problematica turismului internațional reprezintă o preocupare de actualitate a specialiștilor din domeniul turismului, și nu numai, din cadrul firmelor și a instituțiilor naționale, regionale și mondiale.

Alegerea temei cercetării – *Turismul – motor economic la nivel mondial* – precum și a domeniului de interes – *Economie și Afaceri Internaționale* – o argumentăm prin faptul că aria de cercetare în domeniul turismului este în plină dezvoltare, relevanța unor cercetări în acest domeniu poate fi considerată prioritară în dezvoltarea economiei la nivel mondial și, în același timp, utilă în conștientizarea importanței turismului ca fiind unul dintre cele mai mari sectoare, susținând aproximativ 292 milioane de locuri de muncă la nivel mondial, generând circa 10% din PIB-ul mondial, reprezentând în jur de 7% din exporturi și aproximativ 30% din exportul de servicii la nivel mondial. Aspectele menționate mai sus relevă importanța cercetării. Lista lor poate fi completată și de următoarele: turismul a devenit a patra industrie din perspectiva contribuției la PIB la nivel mondial (după comerțul cu amănuntul, servicii financiare și construcții) și tot a patra industrie din perspectiva contribuției la ocuparea forței de muncă (după comerțul cu amănuntul, agricultură și construcții); pentru multe țări turismul constituie o sursă importantă aducătoare de venituri; unele țări au ajuns să fie dependente de turism; turismul generează un element de stabilitate în economie, în sensul că a reușit să depășească calamități naturale și crize economice și politice întotdeauna oferind alternative de diversificare. Importanța științifică și practică, gradul insuficient de percepere a dinamicii turismului și importanței lui la scară mondială, ne-au determinat să optăm pentru cercetarea temei propuse.

Tema abordată este una foarte complexă, actuală, utilă și interesantă, pluridisciplinaritatea acestui domeniu fiind o provocare care presupune multă cercetare și devotament în vederea atingerii obiectivelor propuse de a aprofunda tematica turismului. În același timp, România poate profita de experiența altor state cu privire la modul în care își poate dezvolta activitatea turistică internațională. Astfel, realizarea unor analize comparative care cuprind destinații consacrate, atractive și competitive, dar și unele mai puțin dezvoltate (care împărtășesc într-o mai mică sau mai mare măsură provocările României) poate constitui o sursă importantă și valoroasă de informații pentru responsabilii turismului românesc. Simplul import al unor practici de succes ale altor destinații internaționale nu reprezintă o soluție viabilă pentru dezvoltarea turismului românesc.

Pentru o mai bună înțelegere a fenomenului turistic și a dinamicii acestuia, analiza noastră este realizată pe următoarele niveluri: mondial (global), regional și național (prin exemple sau studii de caz concrete referitoare la anumite țări). Studiul întreprins urmărește să pună în evidență elementele cheie care determină ca turismul să devină un motor economic la nivel mondial, precum și faptul că această industrie trebuie să devină o prioritate atât pentru instituțiile statului, cât și pentru operatorii economici, în vederea creșterii rolului turismului la scară mondială, regională și națională.

Procesul de elaborare a tezei a presupus un demers științific complex, ce acoperă o arie tematică care evidențiază dezvoltarea teoriei în domeniul turismului și urmărește identificarea *rolului industriei turismului și a călătoriilor de motor economic la nivel mondial*.

Prin urmare, **scopul** principal al tezei de doctorat este acela de: a analiza dinamica turismului la nivel mondial, regional și național; a studia impactul pe care turismul îl are asupra economiei raportat la cel al altor sectoare de activitate și aportul turismului la creșterea economică și la ocuparea forței de muncă; a analiza competitivitatea economică și turistică la nivel mondial.

Pe parcursul tezei, supunem atenției diferite analize ale turismului în anumite țări atractive ca destinație turistică (în țările top destinație turistică în perioada 2000-2015, în Japonia și în China), o analiză comparativă a impactului turismului în Spania, Turcia și România, o analiză a competitivității economice și turistice a României în raport cu cea a concurenților ei din domeniul turismului, precum și un studiu de caz referitor la efectele indirecte ale turismului în economie. Acest studiu de caz a fost realizat folosind instrumentele matematice și generează rezultate utile pentru firmele din sectoarele adiacente turismului (spre exemplu, piața producerii avioanelor de transport pasageri și marfa sau piața construcțiilor pentru navele de croazieră).

În cadrul prezentei cercetări au fost dezvoltate și completate studiile existente în acest domeniu, urmărindu-se:

➤ realizarea unei analize pentru perioada 2000-2015 privind dinamica turismului internațional la nivel mondial, pe regiuni geografico-administrative (Africa; Asia de Est și Pacific; Europa și Asia Centrală; America Latină și Caraibe; Orientul Mijlociu și Africa de Nord; Asia de Sud și Americile - America de Nord, America de Sud și America Centrală), precum și în țările top destinație turistică, în Japonia și în

China (viitoarea destinație turistică numărul 1 la nivel mondial), simultan cu evidențierea factorilor care au determinat această dinamică;

➤ evaluarea dimensiunii și dinamicii industriei turismului și a călătoriilor comparativ cu cea a altor industrii/sectoare de activitate și a impactului turismului asupra creșterii economice și a ocupării forței de muncă;

➤ studierea dinamicii destinațiilor turistice de top și a piețelor sursă principale în totalul sosirilor turistice internaționale și al veniturilor din turismul internațional, respectiv al plecărilor și al cheltuielilor turistice internaționale;

➤ investigarea analitică pentru perioada 2000-2015 a intensității impactului turismului asupra evoluției PIB-ului mondial și a ocupării forței de muncă;

➤ calculul coeficientului multiplicator al turismului la nivel mondial și al eficienței turismului la nivel național (în Spania, Turcia și România);

➤ identificarea celor mai relevante destinații turistice din punctul de vedere al indicatorilor statistici de bază;

➤ analiza competitivității economice, respectiv a competitivității turistice, la nivel mondial și regional;

➤ analiza competitivității economice și turistice a României în raport cu cea a concurenților ei din domeniul turismului;

➤ realizarea unui studiu de caz, folosind instrumentele matematice, relevant pentru companiile din sectoarele auxiliare industriei turismului și a călătoriilor, referitor la efectele indirecte ale turismului (licensing-ul);

➤ evidențierea tendințelor viitoare cu privire la coordonatele evidențiate mai sus.

Metodologia de cercetare este una dintre cheile vitale pentru orice studiu. Kothari (2004: 1, 2) este de părere că *cercetarea este o contribuție originală la literatura de specialitate existentă care contribuie la dezvoltarea acesteia*. Astfel, metodele de cercetare sunt alese conform tematicii studiate, în încercarea de a descrie, explica și interpreta evenimentele din perspectiva autorilor. Dintre **metodele de cercetare științifică** am utilizat sinteza bibliografică pentru fundamentarea teoretică a lucrării, respectiv culegerea și prelucrarea de date, analiza comparativă și descrierea datelor provenite din studiile identificate și colectate de la instituții specializate, din rapoarte oficiale, din statistici etc. Toate acestea au fost utilizate cu scopul de a evidenția, în mod structurat și documentat evoluția și impactul turismului internațional la nivel mondial, dar și în plan regional și local.

Directiile viitoare de cercetare, pe care prezenta temă ni le deschide, sunt reprezentate de perspectivele de dezvoltare ale activității turistice ale României, la nivel național și internațional.

În vederea realizării obiectivelor propuse, am structurat lucrarea în cinci capitole (care prezintă o analiză elaborată a turismului și industriei turistice într-o manieră concisă, având o succesiune logică și un aspect de continuitate), precedate de o *Introducere* privind necesitatea unei analize aprofundate în studierea temei alese și urmate de o *Bibliografie* ce include numeroase referințe din literatura de specialitate. Cercetarea de față se încheie cu prezentarea *Concluziilor Finale* rezultate în urma investigațiilor făcute, evidențiind totodată limitele studiului realizat și perspectivele viitoare de cercetare.

Capitolul 1, denumit *Turismul, industria turistică și piața turistică*, este consacrat delimitărilor conceptuale referitoare la turism (coordonatele etimologice și istorice) și turist; la etapele dezvoltării turismului de-a lungul timpului și la aspectele legate de turismul viitorului (*future tourism*); la sursele/factorii de vulnerabilitate ale turismului și ale industriei turistice; la industria turistică și de călătorii; la piața turistică, toate urmate de concluzii preliminare. Abordarea teoretică din acest capitol se referă la ceea ce a reprezentat, respectiv reprezintă astăzi și va reprezenta în viitor turismul și industria turistică.

Capitolul II, denumit *Evoluția turismului internațional*, este dedicat analizei dinamicii fenomenului turistic din perioada 2000-2016 la scară mondială, regională și în unele țări atractive ca destinație turistică (în țările top destinație turistică, în Japonia și în China), precum și evidențierea previziunilor pe următorii ani referitoare la dinamica industriei turismului și a călătoriilor. Astfel, structura pe subcapitole derivă din tipologia analizei realizate. Începem cu prezentarea câtorva repere conceptuale referitoare la indicatorii statistici pe baza cărora poate fi analizată dezvoltarea turismului de-a lungul timpului. Considerațiile istorice și teoretice la care facem referire în prezentul capitol conturează în termeni cantitativi și calitativi evoluția turismului internațional, reflectat prin numărul de sosiri și plecări turistice internaționale, precum și prin nivelul veniturilor din turismul internațional și al cheltuielilor turistice internaționale raportate la nivel mondial.

În vederea realizării unei analize cantitative complexe a fenomenului turistic am luat ca punct de plecare datele furnizate de instituția financiară internațională World Bank (Banca Mondială) aferente perioadei 2000-2015, documentul Organizației

Mondiale a Turismului (UNWTO) intitulat „Turismul – Viziune 2017” care cuprinde evaluări asupra dezvoltării turismului în anul 2016, precum și documentele UNWTO intitulat „Turismul - Viziune 2020” și „Turismul - Viziune 2030”, care cuprind evaluări și prognoze pe termen lung asupra dezvoltării turismului. Am considerat relevante pentru înțelegerea dimensiunii globale a fenomenului turistic evoluțiile indicatorilor de bază ai activității turistice, menționați mai sus. Astfel a rezultat un tablou dinamic al circulației turistice pe plan intern și internațional care redă principalele fluxuri turistice la nivel mondial, pe regiuni și destinații. În evoluția acestor indicatori, există numeroși factori determinanți comuni tuturor regiunilor, dat fiind faptul că de-a lungul timpului numeroase țări/regiuni s-au axat pe dezvoltarea circulației turistice interne și internaționale, prin investiții în acest sector, activități promoționale, infrastructură dezvoltată, facilități acordate, în vederea atragerii anuale a unui număr tot mai mare de turiști interni și internaționali.

Capitolul III este denumit *Impactul turismului asupra economiei* și urmărește identificarea dimensiunii și dinamicii acestei industrii comparativ cu alte industrii/sectoare de activitate și a efectelor economice ale turismului. În partea finală a capitolului supunem atenției un studiu de caz efectuat pe baza unei analize comparative pentru perioada 2000-2016 cu privire la impactul economic al turismului în România, Spania și Turcia.

În vederea identificării dimensiunii și dinamicii industriei turismului și a călătoriilor comparativ cu alte sectoare de activitate am analizat contribuția directă, respectiv totală, a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial și la crearea de locuri de muncă în economia mondială comparativ cu cea a altor sectoare de activitate, aferentă anilor 2011, 2013, 2014 și 2016.

Pentru a determina efectele economice ale turismului am analizat efectele acestei industrii asupra balanței comerciale și a balanței de plăți a României perioada 2014-2016, am studiat efectele turismului internațional, din punctul de vedere al sosirilor turistice internaționale, asupra balanței comerciale și asupra balanței de plăți în cazul țărilor Top destinații turistice în perioada 2000-2015 și am identificat aportul industriei turismului și a călătoriilor pentru perioada 2000-2016 la creșterea economică și la generarea de forță de muncă la nivel mondial, simultan cu evidențierea perspectivelor pentru următorii 10 ani.

Studiul de caz propus urmărește analiza contribuțiilor directe, indirecte și induse ale industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul acestor state, determinarea impactului

consumului turistic intern asupra creșterii PIB, respectiv calcularea coeficientul multiplicator al turismului și indicatorul eficiența turismului.

Capitolul IV, denumit *Competitivitatea în turism*, are ca obiective principale analiza competitivității economice și turistice la nivel mondial, respectiv a României în raport cu cea a concurenților ei din domeniul turismului: Italia, Austria, Grecia, Croația, Ungaria, Cehia, Slovacia, Bulgaria și Albania. Totodată, în acest capitol se propune un studiu de caz util pentru companiile din sectoarele adiacente industriei turismului și a călătoriilor, referitor la efectele indirecte ale turismului: licensing-ul, una dintre cele mai cunoscute metode folosite pentru transferul tehnologic între firme. Acest studiu este realizat cu ajutorul instrumentelor matematice.

Capitolul V, grupează sub numele *Concluzii Finale*, considerațiile proprii rezultate din testarea ipotezei de lucru prezentate la începutul demersului de cercetare. Aceste concluzii întregesc conținutul științific al tezei prin reliefaarea celor mai importante aspecte scoase în evidență de cercetarea realizată.

Lucrarea se dorește a fi o radiografiere a dinamicii și impactului turismului internațional, a impactului acestei industrii la creșterea economică și a competitivității economice și turistice la nivel mondial, toate acestea având ca scop principal sublinierea importanței industriei turismului și a călătoriilor astfel încât să fie perceput ca un motor economic important la nivel mondial.

Contribuțiile cercetării noastre din prezenta teză se referă la:

- *caracterizarea complexă* a fenomenului turistic și a dinamicii acestuia atât la nivel mondial și regional, cât și în unele țări reprezentative, pentru perioada 2000-2016;
- *reliefaarea impactului economic* al turismului la nivel mondial, precum și la nivel regional sau în anumite țări, pentru perioada 2000-2016;
- *identificarea factorilor* care determină competitivitatea principalelor destinații turistice și a *competitivității economice și turistice a României* în raport cu cea a concurenților ei din domeniul turismului;
- *realizarea unui studiu de caz* cu utilitate în sectoarele adiacente turismului, cum ar fi industria vaselor de croazieră sau industria producerii avioanelor.

Referitor la fundamentarea științifică a lucrării, aceasta este axată pe o bibliografie cuprinzătoare, reprezentativă, ce conține surse academice și non-academice.

Datele și informațiile care stau la baza analizei întreprinse provin din literatura de specialitate internațională și națională, în scopul realizării lucrării fiind studiate titluri bibliografice reprezentative: cărți de referință din domeniu și din alte discipline conexe, articole și studii din reviste de specialitate publicate în țară și în străinătate, la care se adaugă dicționare de specialitate, precum și o serie complexă de resurse electronice, de la site-uri oficiale ale organismelor naționale și internaționale de turism, la lucrări științifice și statistici oficiale pe care le-am consultat în mediul electronic.

SINTEZA CAPITOLULUI I. TURISMUL, INDUSTRIA TURISTICĂ ȘI PIAȚA TURISTICĂ

“Lumea este o carte, iar cei care nu călătoresc nu pot citi decât o pagină din ea.”

Citat clasic din Sfântul Augustin

Scopul principal în primul capitol al prezentei teze este să prezentăm câteva aspecte conceptuale de abordare a turismului, turistului, industriei turistice și a pieței turistice.

În prima parte a capitolului am făcut referire la coordonatele etimologice și istorice ale turismului și am revizuit cadrul conceptual al turismului și turistului. Studiul literaturii consacrate în domeniul turismului ne aminteste despre existența unei dispute eterne cu privire la rădăcinile etimologice ale termenului *turism* (acestea sunt greu de localizat). Apreciem că fiecare dintre coordonatele etimologice menționate sunt esențiale pentru delimitarea între noțiunea de *turism* și *turism ca activitate economică*. Fiecare definiție lămurește anumite aspecte referitoare la această delimitare, însă într-un mod redus astfel încât să le putem considera complete. În literatura de specialitate se regăsește o vastă terminologie referitoare la termenul *turist*.

În continuare, am identificat evoluția fenomenului turistic din perspectiva istorică, (prezentând cele patru etape ale dezvoltării turismului de-a lungul timpului), concomitent cu evoluția viitoare a fenomenului turistic din perspectiva conceptului de future turism (turismul în spațiu cosmic și turismul subacvatic). Din studiul literaturii de specialitate trebuie reținut faptul că dezvoltarea turismului de-a lungul timpului s-a realizat într-o strânsă corelație cu dezvoltarea și cu extinderea mijloacelor de transport, această observație aplicându-se și în cazul turismul spațial.

Concomitent cu evidențierea dezvoltării acestui sector identificăm în acest prim capitol condițiile de mediu politic, economic și social care influențează semnificativ turismul, în special în zilele noastre mai mult ca oricând. Calamitățile naturale de proporții, atacurile teroriste tot mai frecvente, precum și criza economică de la sfârșitul primului deceniu al secolului al XXI-lea, sunt factori importanți care au influențat în sens negativ cererea turistică în diverse destinații turistice. Conștientizăm astfel că asupra turismului acționează și o multitudine de factori nefavorabili care afectează fluxurile de turiști în diverse regiuni ale lumii, fie ca urmare a unor atacuri teroriste provocate de om, fie ca rezultat al unor calamități naturale.

În cea de a doua parte a acestui capitol realizăm delimitarea conceptuală a noțiunilor de industrie turistică și de călătorii, respectiv de piață turistică. Pentru a răspunde tuturor cerințelor consumatorilor, turismul trebuie să ofere o multitudine de servicii care împreună formează așa-numita *industrie turistică*. De-a lungul timpului putem observa o evoluție aproape continuă a turismului, odată cu diversificarea tot mai pronunțată a destinațiilor, produselor și serviciilor turistice, precum și a consumatorilor. Transformări importante și-au pus amprenta asupra piețelor turistice clasice, rezultatul fiind creșterea lor în complexitate și ca areal geografic, devenind din naționale, internaționale. Prin urmare, în zilele noastre, în contextul dezvoltării fără precedent a internetului și a sistemului de rezervări și informare online, a infrastructurii, putem discuta de o *pieță turistică mondială*.

SINTEZA CAPITOLULUI II. EVOLUȚIA TURISMULUI INTERNAȚIONAL

Cel de-al doilea capitol al lucrării are ca obiectiv principal analiza dinamicii fenomenului turistic la scară mondială, regională și în anumite țări atractive ca și destinație turistică, precum și evidențierea perspectivelor evoluției turismului pentru următorii ani. După evidențierea reperelor conceptuale referitoare la indicatorii statistici pe baza cărora poate fi analizată dinamica turismului de-a lungul timpului (sosiri turistice internaționale, plecări turistice internaționale, cheltuieli turistice internaționale și venituri din turismul internațional), cercetările realizate s-au materializat într-un tablou dinamic al circulației turistice pe plan internațional, care redă principalele fluxuri turistice și veniturile generate de acesta la nivel mondial, pe regiuni și destinații.

Aferent perioadei analizate (2000-2015) *la nivel mondial* se poate observa o creștere continuă atât a sosirilor de turiști internaționali, cât și a plecărilor de turiști internaționali, cu mici perioade de încetinire a ritmului de creștere în anul 2003, respectiv 2009. Este important de menționat faptul că indicatorul plecări turistice internaționale prezintă o creștere mult mai accentuată comparat cu sosirile turistice internaționale. Diferența la nivel mondial dintre sosirile și plecările turiștilor internaționali se datorează metodei diferite de măsurare a acestor doi indicatori la nivelul diferitelor țări. Aceasta se datorează faptului că de-a lungul timpului numeroase țări au fost axate în atragerea unui număr semnificativ de turiști, precum și în transformarea turismului într-o sursă de bogăție.

Aceeași concluzie o putem evidenția și în legătură cu veniturile din turismul internațional, respectiv cheltuielile pentru turismul internațional: creșterea continuă a acestor doi indicatori statistici, dintre care creșterea cea mai accentuată o au veniturile în turismul internațional, cu o încetinire a ritmului de creștere în anii 2001, 2009, respectiv 2015. Creșterea veniturilor din turismul internațional se datorează fenomenului inflaționist, creșterii numărului de sosiri de turiști internaționali, a distanțelor de deplasare și a creșterii duratei sejurului.

Dintre factorii care au determinat cele mai sus menționate amintim: creșterea veniturilor populației la nivel mondial, modificarea preferințelor consumatorilor în ceea ce privește destinațiile turistice și extinderea obiceiurilor de a călători, creșterea numărului de țări și zone geografice incluse în circuitul turistic, creșterea puternică a cererii și ofertei turistice în zone precum Asia de Sud-Est, Europa de Est, Noua Zeelandă și Australia, îmbunătățirea legislației naționale în multe țări în vederea stimulării turismului, asigurarea continuă a pregătirii profesionale pentru personalul angajat în turism, educarea populației în sensul consumării și a produselor turistice, creșterea duratei medii a sejurului.

Bazându-ne pe evoluția anuală a valorilor indicatorilor analizați în perioada 2000-2015, concluzionăm faptul că turismul a reprezentat unul dintre sectoarele economice care a făcut față crizei economice mondiale, înregistrându-se o creștere anuală moderată în intervalul 2010-2015.

Pentru aprofundarea analizei am considerat necesară abordarea dinamicii turismului și *la scară regională*. Am considerat relevante patru dintre cele șase mari regiuni turistice conform criteriului de clasificare regiune geografică (selectat conform scopurile administrative ale Băncii Mondiale și care include toate economiile): Asia de

Est și Pacific; Europa și Asia Centrală; America Latină și Caraibe; Asia de Sud. Am aprofundat apoi analiza asupra dinamicii fenomenului turistic în regiunea Americilor (America de Nord, America de Sud și America Centrală). O analiză succintă a indicatorilor statistici de bază ai evoluției fenomenului turistic la nivel regional ne permite să desprindem câteva concluzii: explozia fenomenului turistic se resimte atât la nivelul sosirilor/plecărilor de turiști internaționali, cât și la cel al încasărilor din turismul internațional, respectiv al cheltuielilor pentru turismul internațional; dintre toate regiunile, Europa și Asia Centrală a ocupat pe parcursul întregii perioade de analiză un loc de vârf, reprezentând destinația turistică cea mai mare, mai matură și favorită la nivel mondial; până la instaurarea crizei economice de la sfârșitul primului deceniu al secolului al XXI-lea se observă că toți cei patru indicatori au crescut constant, însă efectele acesteia s-au făcut resimțite semnificativ în anul 2009 (ca și procent de variație anuală se înregistrează valori negative în cazul fiecărei regiuni pentru fiecare indicator de bază); referitor la plecările de turiști internaționali, încasările din turismul internațional, respectiv cheltuielile pentru turismul internațional, în perioada următoare crizei economice se poate observa oscilația la nivelul Europei și Asiei Centrale, restul regiunilor bucurându-se de o tendință de creștere constantă și susținută, deși atrag un număr redus de vizitatori, respectiv sunt emițătoare de turiști mai modeste, comparat cu Europa și Asia Centrală. În schimb, referitor la sosirile de turiști internaționali, toate regiunile analizate se bucură de o creștere constantă, chiar dacă moderată; în perioada analizată, este important de menționat consolidarea destinațiilor asiatice la nivelul sosirilor și a plecărilor de turiști internaționali.

Pentru a da o notă de diversitate studiului din prezentul capitol am realizat și următoarele:

a) am analizat evoluția fenomenului turistic în țările top destinații turistice perioada 2000-2015 din punctul de vedere al sosirilor și plecărilor de turiști internaționali, al veniturilor din turismul internațional și al cheltuielilor pentru turismul internațional, evidențiind ponderea lor la nivel mondial;

b) am analizat strategii adoptate de Japonia cu scopul promovării țării ca destinație turistică, rezultatul dorit fiind atragerea unui număr cât mai mare de turiști internaționali. Ca urmare a studierii literaturii de specialitate și a datelor statistice putem concluziona că Japonia, în perioada analizată, a luptat puternic pentru promovarea țării ca și destinație turistică de top. În acest sens evidențiem:

- strategia de brand “Yōkoso! Japan” („Bine ați venit în Japonia!”) lansată în 2003 de către prim-ministrul Japoniei, datorită necesității Japoniei de a avea o promovare turistică agresivă și o revitalizare regională; campania Visit Japan („Vizitați Japonia”, 2003-2010) promovată la nivel național și internațional prin intermediul televiziunii, mass-mediei, marketingului direct, publicității outdoor, discounturilor și cardurilor de bun venit acordate pentru turiștii străini, participării Japoniei la târguri internaționale de turism, încheierii de parteneriate cu diferite țări cu care avea relații tradiționale în domeniul turismului pentru a promova schimbul reciproc de turiști;
- introducerea de către guvernul Japoniei a unor măsuri menite să simplifice procedurile de viză turistică; autorizarea ghidurilor turistice; crearea în 2013 a unui birou de promovare pentru stimularea turismului de intrare;
- strategia de efect de celebritate, precum și strategia de implantare a anunțurilor publicitare, adoptată de multe hoteluri și restaurante în Japonia pentru a atrage mai mulți clienți/turiști.

c) am realizat o analiză a situației Chinei la nivel de turism (principala destinație turistică la nivel mondial până în 2020), a perspectivelor ei și a rolului turistului chinez perceput ca o mină de aur pentru toate statele lumii. Pe baza statisticilor UNWTO, în 2016 China reprezintă numărul 1 în topul destinațiilor turistice la nivel mondial din punctul de vedere al plecărilor de turiști internaționali și al cheltuielilor pentru turismul internațional - de departe domină clasamentul; este a patra destinație turistică la nivel mondial din punctul de vedere al sosirilor de turiști internaționali și al veniturilor din turismul internațional. Organizația Mondială a Turismului prognozează că până în 2020, China va deveni principala destinație turistică pe plan mondial. China a decis în urmă cu câțiva ani că turismul trebuie să devină unul dintre pilonii economiei. Strategiile adoptate în acest sens sunt: deschiderea față de Vest, concomitent cu relaxarea politicii de liberă circulație a populației chineze; dezvoltarea infrastructurii de transport aerian pentru a face față ritmului alert de creștere a circulației turistice (prin alocarea fondurilor sau adoptarea unei politici de deschidere pentru investițiile dezvoltate de companii străine); promovarea turismului intern; îmbunătățirea facilităților de igienă publică (până în 2020 autoritățile promet să construiască/renoveze până la 100.000 de toalete publice); promovarea turismului în orașele industriale și în zonele rurale; dezvoltarea rețelei feroviare, precum și a rețelei feroviare de mare viteză; creșterea numărului de produse și servicii incluse în oferta turistică a țării. Până în 2020, China intenționează să investească 290 miliarde de dolari în turism, ceea ce ar reprezenta o

creștere anuală de peste 14% a investițiilor directe în acest sector. Aceste investiții ar determina ca în 2020: sectorul turistic în China să contribuie cu 1-2% mai mult la creșterea economică anuală față de contribuția actuală. Rezultatele cercetării evidențiază faptul că industria turismului este un punct important al economiei Chinei, un element ce va căpăta un rol din ce în ce mai semnificativ în următorii ani, perioadă în care veniturile și numărul de vizitatori străini se vor dubla.

Evidențiind perspectivele industriei turismului și a călătoriilor pentru 2030, se previzionează că, în același timp cu creșterea circulației turistice internaționale, va crește și turismul intern, acest fenomen resimțindu-se în principal în țările în curs de dezvoltare din Africa, Asia, Orientul Mijlociu și America Latină. precum și în țările puternic industrializate unde populația va practica diverse forme de turism intern. Există încă un potențial considerabil de expansiune în următoarea perioadă. Destinațiile noi pot beneficia de această tendință, cu condiția să adopte politicile adecvate în ceea ce privește mediul de afaceri, infrastructura, marketingul și resursele umane. Cu scopul de a susține în continuare această tendință ascendentă, Organizația Mondială a Turismului încurajează guvernele locale să întreprindă numeroase eforturi în vederea facilitării călătoriilor, a simplificării formalităților de solicitare și de procesare a vizelor, a îmbunătățirii tehnologiilor de informare și de comunicare cu consumatorii.

SINTEZA CAPITOLULUI III. IMPACTUL TURISMULUI ASUPRA ECONOMIEI

Dacă ne dorim să avem o perspectivă asupra avantajelor comparative ale industriei turismului și a călătoriilor, atunci este important să înțelegem dinamica acesteia raportată la alte sectoare de activitate. Acest aspect este abordat în debutul celui de-al treilea capitol al lucrării.

Dacă raportăm creșterea turismului de-a lungul timpului la alte sectoare ale economiei, acesta este una dintre industriile care au înregistrat cele mai susținute creșteri de-a lungul timpului. Rezultatul acestei evoluții a turismului îl reprezintă o contribuție benefică la creșterea economică globală. Pe de altă parte, este important de evidențiat faptul că și evoluțiile pozitive înregistrate de mediul economic global au reprezentat o cauză a creșterii activității în industria turismului. Deci, există o relație de direct proporționalitate între mediul economic global și turism.

La nivelul anului 2016, la nivel mondial, turismul a devenit a patra industrie din perspectiva contribuției la PIB la nivel mondial (după comerțul cu amănuntul, servicii financiare și construcții) și tot a patra industrie din perspectiva contribuției la ocuparea forței de muncă (după comerțul cu amănuntul, agricultură și construcții).

Dacă raportăm creșterea turismului de-a lungul timpului la alte sectoare ale economiei, constatăm că acesta este una dintre industriile care au înregistrat cele mai susținute creșteri de-a lungul timpului. Analiza contribuției directe, respectiv totale, a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial și la crearea de locuri de muncă în economia mondială comparativ cu alte sectoare de activitate, aferentă anilor 2011, 2013, 2014 și 2016, evidențiază faptul că această industrie contribuie mai mult la PIB decât industria construcțiilor de automobile din fiecare regiune a lumii; angajează în mod direct de 6 ori mai mulți oameni decât industria construcțiilor de automobile, de 5 ori mai mult decât industria de producție a produselor chimice, de 4 ori mai mult decât industria mineritului; susține mai multe locuri de muncă decât industria automobilelor, serviciile financiare, comunicațiile, industria minieră și industria chimică în fiecare regiune a lumii. Pentru fiecare dolar cheltuit pentru turism și călătorii se generează 3,2 dolari în PIB pe întreaga economie (pe baza coeficientului multiplicator al turismului) și fiecare milion de USD încasat din vânzările de turism generează de două ori mai multe locuri de muncă decât același 1 milion USD încasat din vânzările în servicii financiare, în comunicații și în industria de automobile.

Analiza efectelor economice ale industriei turismului și a călătoriilor asupra balanței comerciale și a balanței de plăți a României din perioada 2014-2016 ne indică faptul că turismul internațional al României are un efect negativ asupra balanței comerciale și de plăți a țării. Țara noastră nu reprezintă (încă) o destinație turistică recunoscută la nivel internațional și din punct de vedere turistic este mai degrabă o țară emițătoare decât receptoare de turiști. În cazul unora dintre țările Top destinații turistice în perioada 2000-2015 (cum ar fi Grecia, Turcia, Thailanda, Spania), turismul internațional, din punctul de vedere al sosirilor de turiști internaționali, reprezintă o sursă semnificativă de exporturi.

Aportul industriei turismului și a călătoriilor pentru perioada 2000-2016 la creșterea economică mondială este reliefat pe baza contribuției totale, respectiv directe, indirecte și induse a acesteia la PIB-ul mondial.

În perioada analizată concluzionăm că în medie industria turismului și a călătoriilor a contribuit total la PIB-ul mondial cu 5.752,28 miliarde USD (ceea ce

reprezintă, ca medie, un procent de 10.08% din PIB). Putem observa un trend descrescător în perioada 2000-2010, urmat de o creștere continuă a contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial în intervalul 2000-2016. Totodată, contribuția directă a industriei la PIB-ul mondial a fost de 1.783,73 miliarde USD (în medie, 3.14% din PIB), respectiv contribuția indirectă și indusă la PIB-ul mondial a fost de 3,968.55 miliarde USD (in medie, 6.94% din PIB). Astfel, industria turismului și a călătoriilor devine unul dintre motoarele economice importante de creștere la nivel mondial.

În perioada 2000-2016, la nivel mondial, este impresionantă creșterea contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la PIB în state precum: China, India, Filipine, Emiratele Arabe Unite, Qatar, Sri Lanka, Peru și România. Creșteri de mai mult de două sau trei ori în 2016 comparativ cu anul 2000 s-au înregistrat și în Singapore, Spania, Brazilia, Australia, Turcia. Deși clasată în Top 5 la nivel mondial în anul 2016, Japonia a înregistrat o scădere a contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial în perioada 2000-2016. În aceeași situație s-a aflat și Iran-ul. În anul 2016, Maldive este statul care a înregistrat cea mai semnificativă creștere din punctul de vedere al contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la PIB (% din PIB) la nivel mondial. Această contribuție în Maldive a fost de aproximativ 79%. A fost urmată de Antigua și Barbuda (aproximativ 60%), Seychelles (aproximativ 58%), Macao (aproximativ 57%) și Bahamas (aproximativ 45%).

Din punctul de vedere al contribuției directe a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial, în perioada analizată, este impresionantă creșterea acesteia în state precum: China, India, Filipine, Emiratele Arabe Unite și Qatar. Creșteri de mai mult de două sau trei ori în 2016 comparativ cu anul 2000 s-au înregistrat și în Brazilia, Coreea de Sud, Portugalia, Spania și Turcia. Scăderi ale contribuției directe a industriei turismului și a călătoriilor la PIB-ul mondial s-au înregistrat în Japonia, Iran și Austria.

Cercetările întreprinse referitoare la efectul economic pozitiv al activității turistice asupra economiei pe plan mondial relevă faptul că fiecare USD cheltuit în plus de către un turist la nivel mondial în perioada analizată a generat o valoare adăugată în economie la nivel mondial de 3,21 USD (care s-a adăugat PIB-ului la nivel mondial).

Turismul joacă un important rol în economie și prin faptul că creează noi locuri de muncă, fiind un mare “consumator de muncă vie”. Numărul mare al angajaților din domeniul turismului se explică prin faptul că tehnologizarea operațiunilor turistice este

limitată. Impactul semnificativ al turismului asupra pieței forței de muncă se referă în primul rând la utilizarea intensivă a forței de muncă comparativ cu alte sectoare, ceea ce contribuie la atenuarea șomajului, precum și la atragerea excedentului de forță de muncă din alte sectoare de activitate. Pe de altă parte, turismul facilitează accesul pe piața muncii a unei categorii foarte diversificate de persoane, precum și a unui număr mare de persoane cu diferite niveluri de calificare și pregătire profesională. Turismul are atât efecte directe, cât și indirecte și induse asupra pieței forței de muncă. Turismul a generat în total în medie 260.197.000 de locuri de muncă în perioada 2000-2016 (9.52 % din totalul ocupării forței de muncă).

În perioada 2000-2016, la nivel mondial, este impresionantă creșterea contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la crearea de locuri de muncă în state precum: Filipine, Cambodgia, Maroc, Emiratele Arabe Unite și Qatar. Scăderi ale contribuției totale a industriei turismului și a călătoriilor la crearea de locuri de muncă la nivel mondial în perioada 2000-2016 s-au înregistrat în India, Egipt, Federația Rusă, Cehia, SUA și Germania. Totodată, este impresionantă creșterea contribuției directe a industriei turismului și a călătoriilor la crearea de locuri de muncă în state precum: Bangladesh, Cambodgia, Maroc, Emiratele Arabe Unite și Qatar. Dintre statele care au înregistrat o scădere a contribuției directe a industriei turismului și a călătoriilor la crearea de locuri de muncă, amintim: Egipt, Turcia, Franța, Japonia, Federația Rusă și Indonezia.

În partea finală a acestui capitol, supunem atenției un studiu de caz efectuat pe baza unei analize comparative în România, Spania și Turcia în perioada 2000-2016. Obiectivele analizei sunt: primul - de a analiza contribuțiile directe, indirecte și induse ale turismului la PIB în aceste țări; al doilea - de a determina impactul consumului turistic interior asupra creșterii PIB în aceste țări; al treilea - de a măsura coeficientul multiplicator al turismului și eficiența turismului în aceste țări. Una dintre principalele concluzii care pot fi deduse pe baza studiului realizat este că în perioada 2000-2016 contribuția totală a turismului la PIB în România a fost de 5,17%, ceea ce înseamnă un impact destul de scăzut asupra economiei comparativ cu Spania (14.12%), precum și Turcia (12,94%). În cazul României și al Spaniei am identificat o relație pozitivă între consumului turistic interior (%) și creșterea PIB (%), în timp ce în cazul Turciei coeficientul de corelație nu indică o relație sau o relație foarte slabă. Limitele cercetării întreprinse sunt date de factorii calitativi care nu sunt incluși în studiul nostru, cum ar fi

conflictele politice și instabilitatea (mai ales în cazul Turciei). Coeficientul multiplicator al turismului a arătat că România a înregistrat o creștere mai mare pentru întreaga perioadă analizată. Pe de altă parte, contribuția totală a turismului la PIB în România este de aproape patru ori mai mare decât contribuția sa directă, în timp ce în Spania și Turcia este de aproape trei ori mai mare. Acest efect de multiplicare evidențiază faptul că, în cazul României, banii cheltuiți de un turist circulă prin economia țării de patru ori, în timp ce în Spania și Turcia aproape de trei ori. Din punctul de vedere al eficienței turismului, conform rezultatelor noastre, Turcia este identificată ca fiind cea mai eficientă țară din țările analizate. În cazul României, am ajuns la concluzia că turismul are un impact mai pozitiv asupra ocupării forței de muncă decât asupra economiei în ceea ce privește valoarea adăugată și impactul asupra PIB. În cazul României, considerăm că guvernul ar trebui să recunoască din ce în ce mai mult turismul ca o activitate importantă cu capacitatea de a stimula economia, datorită faptului că există o relație directă între creșterea sectorului turistic și creșterea economică: turismul a demonstrat frecvent capacitatea de a crea locuri de muncă, de a stimula piețele de capital, de a atrage investiții străine, de a câștiga valută străină și de a adăuga valoare la nivel local, regional și național. O politică guvernamentală care ar putea fi pusă în aplicare este orientarea către facilitățile de călătorie și atragerea, respectiv extinderea, programelor financiare destinate capacităților turistice.

SINTEZA CAPITOLULUI IV. COMPETITIVITATEA ÎN TURISM

La nivel mondial, concurența dintre destinațiile turistice continuă să se intensifice. O destinație este considerată a fi competitivă dacă ea poate atrage și satisface turiști potențiali, iar competitivitatea sa este determinată atât de factori specifici turismului cât și de o gamă mult mai largă de factori ce influențează prestatorii de servicii turistice.

Cel de-al patrulea capitol al tezei evidențiază următoarele aspecte semnificative privind competitivitatea turistică la nivel mondial: competitivitatea turistică se îmbunătățește în special în țările în curs de dezvoltare, mai ales în regiunea Asia-Pacific unde apar destinații tot mai atractive; industria turismului și a călătoriilor continuă să creeze mai degrabă *poduri decât pereți* între oameni, așa cum reiese din creșterea numărului de persoane care călătoresc transfrontalier și tendințele globale spre adoptarea unor politici de viză mai puțin restrictive; conectivitatea a devenit din ce în

ce mai mult o necesitate pentru țările care își dezvoltă strategia digitală; industria turismului și a călătoriilor se confruntă cu dificultățile de dezvoltare durabilă, pe măsură ce procesele de degradare naturală se desfășoară pe mai multe fronturi; industria turismului și a călătoriilor a înregistrat un ritm de creștere mai rapid decât economia mondială în ansamblu; dezvoltarea industriei oferă oportunități de creștere și beneficii sociale pentru toate țările, indiferent de bunăstarea lor.

Modesta competitivitate economică a României are impact vizibil și asupra turismului: din punctul de vedere al competitivității economice globale țara noastră ocupă o poziție destul de proastă (este clasată la mijlocul clasamentului; depășește doar câteva țări cum ar fi Albania, Grecia, Croația), ceea ce are un impact și asupra situației în zona de mijloc în clasamentul competitivității turistice.

În contextul unei economii naționale, turismul presupune o cerere specifică de bunuri și servicii, care determină o creștere în sfera producției acestora. La rândul ei, cererea turistică generează o adaptare a ofertei turistice, care se materializează în mod direct în dezvoltarea structurilor turistice și indirect în creșterea producției ramurilor legate de construirea de noi mijloace de transport, instalații de agrement pentru diverse tipuri de sporturi (spre exemplu, de iarnă, nautice). Astfel, dezvoltarea turismului determină un semnificativ spor de producție. Prin urmare, studiul de caz propus în acest capitol este legat de efectele indirecte ale turismului în economie: analiza *licensing-ului*, una din cele mai cunoscute metode utilizate pentru transferul tehnologic între firme. Concluzionăm că gradul de diferențiere al produselor are un rol important în analiza noastră. Rezultatele indică faptul că în cazul duopolului Stackelberg, atunci când firma inovatoare este *follower-ul*, un contract de tip *per-unit royalty* domină *no-licensing-ul* (este mai avantajos pentru ambele firme să încheie un astfel de contract, deoarece obțin profit mai mare comparativ cu situația în care, în urma inovării, nu are loc transferul tehnologic între ele).

CONCLUZII FINALE

Prin intermediul cercetărilor desfășurate în vederea elaborării tezei de doctorat, am dorit să ne dezvoltăm și să ne adâncim cunoștințele dobândite în domeniul problematicii turismului și să le împletim cu rezultatele obținute în cadrul cercetărilor privind importanța și impactul turismului în economia globală. Pe baza cercetărilor realizate până în momentul de față, ne permitem să apreciem că industria turismului la

nivel mondial a fost și este puternic influențată de fenomene economice, politice și sociale majore, fapt vizibil mai cu seamă pe parcursul crizei economice mondiale de la sfârșitul primului deceniu al secolului al XXI-lea și a atacurilor teroriste tot mai frecvente în zilele noastre. Cu toate acestea, s-a observat că puterea de regenerare a sectorului a fost peste așteptări chiar și în condițiile respective, ducând la evoluția fenomenului turistic la scară mondială.

Turismul este legat de impacturi sociale și de mediu, însă este cunoscut faptul că legăturile cele mai apropiate sunt economice. În perioada crizei economice mondiale sau în alte perioade tulburătoare din punct de vedere politic și social, turismul s-a dovedit a fi cel mai bun motor al economiei în numeroase țări. În țările din Marea Caraibilor, din Pacific, din estul Africii, precum și în țările subdezvoltate (sau în curs de dezvoltare) turismul reprezintă una din principalele ramuri ale economiei sau chiar motorul economic principal. Țările mici sau cele subdezvoltate economic cu potențial natural și cu puține resurse naturale au ca alternativă de creștere economică turismul. Comparativ cu celelalte sectoare de activitate, turismul deține un mare avantaj, și anume că nu presupune un ciclu de producție și mari investiții materiale. Este nevoie doar de un potențial turistic (natural, cultural, ecologic, etc.) și infrastructură (căile de acces spre obiectivul turistic), pe lângă intermediarul și comerciantul, adică elementul activ al sistemului turistic (agenția de turism, guvernul, hotelurile, spațiile de cazare, etc.).

Domeniului studiat este inepuizabil, existând numeroase direcții de continuare a cercetării întreprinse.

REFERINȚELE BIBLIOGRAFICE ALE TEZEI DE DOCTORAT

1. Abe, K., (1996), Tourism: A New Role for Japanese Cities, în *Tourism in Major Cities*, *International Thomson Business Press*, Londra: C.M. Law, p. 233-249.
2. Andonian, A., Kuwabara, T., Yamakawa, N., Ishida, R., (2016), *The future of Japan's tourism: Path for sustainable growth towards 2020*, McKinsey Japan and Travel, Transport and Logistics Practice.
3. Baker, D.Mc.A., (2014), The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(i), p. 58-67.
4. Bădulescu, A., (2004), *Economia Turismului*. Oradea: Editura Universității din Oradea.
5. Bennett M. & Bray H., The Impact of Terrorism on Tourism, disponibil la ww2.ecclesbourne.derbyshire.sch.uk, accesat la 28/01/2016.
6. Blake, A., Sinclair, M.T. & Soria, J.A.C., (2006), Tourism productivity: evidence from the United Kingdom, *Annals of Tourism Research*, 33(4), p.1099-1120.
7. Blunck, F., (2006), What is competitiveness?, *The Competitiveness Institute*, disponibil la www.competitiveness.org, accesat la 25/06/2017.
8. Boyer, M., (1999), *Le Tourisme de l'Ann 2000*, Presses Universitaires de Lyon.
9. Bran, F., Marin, D. & Simon, T., (1997), *Turismul rural: modelul european*, București: Editura Economică.

10. Bran, F., Marin, D. & Simon, T., (1998), *Economia turismului și mediul înconjurător*, București: Editura Economică.
11. Breda, Z. (2004), The Impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on China's Tourism Sector, *Tourism Research Journal*, 1(2), p. 5-14.
12. Bull, A., (1992), *The Economics of Travel and Tourism*, Melbourne: Pitman Wiley Halsted Press.
13. Ciobanu, G. (coord.), Postelnicu, C., Bako, D., Rus, A., Pop Silaghi, M., Varvari, St. & Deceanu, L., (2009), *Tranzacții economice internaționale*. Cluj-Napoca: Editura Risoprint.
14. Ciobanu, G., & Departamentul de Economie politică. (2011), *Macroeconomie*, Cluj-Napoca: Editura Risoprint.
15. Cocean, R., Moisescu, O.I., Toader, V., (2014), *Economie și planificare strategică în turism*, Cluj-Napoca: Editura Risoprint.
16. Constantinescu, N. (redactor responsabil), (1974), *Dicționar de Economie Politică*, București: Editura Politică.
17. Coroș, M.M., (2015), *Managementul cererii și ofertei turistice*, București: Editura C.H. Beck.
18. Cortes-Jimenez, I. & Pulina, M., (2010), Inbound tourism and long-run economic growth, *Current Issues in Tourism*, 13(1), p. 61-74.
19. Cortes-Jimenez, I., Pulina, M. & Prunera, C.R., Artis, M., Tourism and Exports as a Means of Growth, *Institute of Applied Economics*, Working papers 2009/2010, disponibil la http://www.ub.edu/irea/working_papers/2009/200910.pdf, accesat la 28/07/2015.
20. Cosmescu, I., (1998), *Turismul - fenomen complex și contemporan*, București: Editura Economică.
21. Crouch, G. & Ritchie, J.R.B., (1999), Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity, *Journal of Business Research*, 44(3), p. 137-152.
22. Demiroz, D.M. & Ongan, S., (2005), The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth, *Ekonomický časopis*, 9, p.880-894.
23. Drakos, K. & Kutun, A.M., (2003), Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries, *SAGE Journals*, 47 (5), p. 621-641.
24. Dritsakis, N., (2004), Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis, *Tourism Economics*, 10 (3), p.305-316.
25. Dwyer, L., Forsyth, P. & Rao P., (2000), The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations, *Tourism Management*, 21(1), p. 9-22.
26. Enright M. & Newton J., (2005), Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality, *SAGE Journals*.
27. Ferreira, F.A., (2011), Licensing in an International Competition with differentiated goods, în *Nonlinear Dynamics of Complex Systems: Application in Physical, Biological and Financial Systems*, New York: J.A. Tenreiro Machado, Dumitru Baleanu, Albert Luo. Springer Science + Business Media Llc.
28. Ferreira, F.A., Rus, R.V. & Bode, O.R., (2016), Analysis of Online Hotel Ratings: the Case of Bucharest, *EHI' 16 - Entrepreneurship in the Hospitality Industry, Conference Proceedings*.
29. Ferreira, F. & Bode, O.R., (2013), Licensing endogenous cost-reduction in a differentiated Stackelberg model, *Communications in Nonlinear Science and Numerical Simulation*, 18(2), p. 308-315
30. Filippini, L., (2005), Licensing contract in a Stackelberg model, *The Manchester School*, 73(5), p. 582-598.
31. Fosfuri, A. & Roca, E., (2004), Optimal Licensing Strategy: Royalty or fixed-fee?, *International Journal of Business and Economics*, 3(1), p. 13-19.
32. Georgescu-Guț, C.M. & Bode, O.R., (2013), Models for Optimization of Training the Unemployed, *Studia Universitatis Babeș-Bolyai*, 58 (LVIII), p. 41-59.
33. Goeldner, C.R. & Brent Ritchie, J.R., (2006), *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*, 10th edition, New York: John Wiley and Sons.
34. Gunduz, L. & Hatemi-J, A., (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, 12(8), p.499-504.
35. Guț, C.M., Vorzsak, M., Chifu, C.I. & Bode, O.R., (2010), The Effects of Economic Crisis Upon Employment and Unemployment in Cluj County, *Proceedings of the IABE-2010 Las Vegas*, 8(1), Ulrich's International Periodicals Directory, p. 127-132.
36. Guț, C.M., Vorzsak, M., Bode (Tuns), O.R., (2011), The Role of SME's in Jobs Creation in Cluj County, *Small and Medium Sized Enterprises in a Globalized World*, 5th Edition – Conference Proceedings, Cluj-Napoca, p. 194-201.
37. Guț, C.M. & Bode O.R., (2009), Educational and Professional Training Based on SMEs Sources, *X Conference 'European Culture' Proceedings*, p. 189-196.

38. Hassan, S.S., (2000), Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry, *Journal of Travel Research*, 38(3), p. 239-245.
39. Holloway, J.C., Humphreys C. & Davidson R., (2009), *The business of tourism*, Eight edition: Prentice Hall.
40. Hong, W.C., (2008), *Competitiveness in the Tourism Sector. Contributions to Economics*, Heidelberg, Physica-Verlag.
41. Hunziker, W., Krapf, K., (1942), *Grundriß Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Zürich: Polygraphischer Verlag.
42. Iancu, A. & Simion, E., (2003), Dezvoltarea economică a României: competitivitatea și integrarea în Uniunea Europeană, Bucuresti: Editura Academiei Române.
43. Ivanov, S. & Webster, C., (2007), Measuring the impact of tourism on economic growth, *Tourism Economics*, 13 (3), p.379-388.
44. Kabiraj, T., (2005), Technology Transfer in a Stackelberg Structure: Licensing Contracts and Welfare, *The Manchester School*, 73(1), p. 1–28.
45. Leiper, N., (1983), An etymology of tourism, *Annals of Tourism Research*, 10 (2), p. 277-280.
46. Leiper, N., (1979), The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry, *Annals of Tourism Research*, 4 (6), p. 390-407.
47. Li, C. & Ji, X., (2010), Innovation, licensing, and price vs. quantity competition, *Economic Modelling*, 27, p. 746–754.
48. Lickorish, L.J. & Jenkins, C.L., (2002), *An Introduction to Tourism*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
49. Mărginean, S., (2006), Competitiveness: From microeconomic foundations to national determinants, *Studies in Business and Economics*, p. 29-35.
50. Mărginean, S., (2009), Globalization, Technology And Competitiveness: From Industrial Revolution To Knowledge Economy, *Revista Economică*, p. 114-119.
51. McIntosh, R.W., Goeldner C.R., (1990), *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*, 6th edition, John Wiley and Sons.
52. Medlik, S., (2003), *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*, 3rd edition, Butterworth-Heinemann.
53. Minciu, R., (2005), *Economia turismului. Ediția a III-a revăzută și adăugită*, București: Editura Uranus.
54. Nedelea, A., (2003), *Piața turistică*, București: Editura Didactică și Pedagogică.
55. Negrușa, A., (2006), *Managementul unităților hoteliere*, Cluj-Napoca: Editura Alma Mater.
56. Niță, I. & Niță C., (2008), *Piața turistică a României: relații - mecanisme - tendințe*, ediția a doua, București: Editura Economică.
57. Nowak, J.J., Sahlí, M. & Cortés-Jiménez, I., (2007), Tourism, capital good imports and economic growth: theory and evidence for Spain, *Tourism Economics*, 13 (4), p. 515-536.
58. Ogilvie, F.W., (1934), The Tourist Movement: An Economic Study, *The Economic Journal*, 44 (175), p. 475-477.
59. Pablo-Romero, M.D.P. & Molina, J.A., (2013), Tourism and economic growth: A review of empirical literature, *Tourism Management Perspectives*, 8, p.28-41.
60. Pegge, S., (1814), *Anecdotes of the English Language*, J. Nichols Son and Bentley.
61. Pender, L., (1999), *Marketing Management for Travel and Tourism*, Cheltenham: Stanley Thornes.
62. Pender, L. & Sharples, R., (2005), *The Management of Tourism*, SAGE Publications.
63. Proença, S. & Soukiazis, E., (2008), Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries, *Tourism Economics*, 14 (4), p. 791–806.
64. Poon, A., (1993), *Tourism, technology and competitive strategy*, Wallingford: CAB International.
65. Porter, M., (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press, Mc Müllan.
66. Postelnicu, Gh., (2007), *Turism internațional*, Cluj-Napoca: Editura Risoprint.
67. Reiser, D., (2003), Globalization: An Old Phenomenon That Needs to be Rediscovered for Tourism?, *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), p. 306-320.
68. Ritchie, J.R.B. & Crouch G.I., (2010), A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives, *Brazilian Public Administration Review*, p. 1049-1066.
69. Rotariu, I., (2004), *Globalizare și turism: cazul României*, Sibiu: Editura Continent.
70. Rotariu, I., (2006), *It is about the Time to rewrite the Economics: the Course from 3S to 3E*, Sibiu: Editura Alma Mater.
71. Rusu, C., (2008), *Creșterea competitivității. Managementul performanței*, București.
72. Sequeira, T.N. & Nunes, P.M., (2008), Does Tourism Inuence Economic Growth? A Dynamic Panel Data Approach, *Applied Economics*, 40 (18), p.2431-2441.
73. Sharples, R., (2006), *Travel and Tourism*, SAGE Publications.

74. Sheela, A.M., (2002), *Economics of Hotel Management*, Bangalore: New Age International Ltd Publishers.
75. Singh, R., (2013), Terrorism and Tourism, *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2 (11), p. 187-198.
76. Snak, O., Baron, P. & Neacșu, N., (2003), *Economia turismului*, București: Expert.
77. Stratan A., (2011), Analiza competitivității naționale prin prisma indicatorilor de performanță a exportului, disponibil la <http://www.asm.md/administrator/fisiere/cadru/f232.pdf>, accesat la 13/02/2017.
78. Stănciulescu, G., (2013), *Managementul agenției de turism*, București: Editura ASE.
79. Stynes, D.J., (1999), Economic Impacts of Tourism, disponibil la <https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>, accesat la 28/03/2016.
80. Surugiu, C. & Surugiu, M.R., (2013), Is the tourism sector supportive of economic growth? Empirical evidence on Romanian tourism, *Tourism Economics*, 19 (1), p.115-132.
81. Theobald, W.F., (2005), *The meaning, scope, and measurement of travel and tourism*, Elsevier, Oxford: Global Tourism, Third Edition.
82. Towner J., (1985), The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 12, p. 297-333.
83. Tuns (Bode), O.R. & Ferreira, F., (2012), Modeling and solving the per-unit royalty case in a differentiated Stackelberg duopoly, *Annals of the Tiberiu Popoviciu Seminar of Functional Equations, Approximation and Convexity*, 10, p. 191-200.
84. Tuns (Bode), O.R., (2012), Modeling and solving the benchmark case in a differentiated Stackelberg Duopoly, *Analele Universității de Vest din Timișoara, Seria Matematică – Informatică*, L(2), p. 13-23.
85. Țigu, G., (2012), New Challenges for Tourism Destination Management in Romania, în Kasimoglu Murat, Aydin Handan (editori); *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, in Tech, p. 167-184.
86. Vanhove, N., (2005), *The Economics of Tourism Destinations*, Butterworth-Heinemann.
87. Vorzsák, Á., Paina-Racolța, N.D., Pop, M.D., Pop, M.C. & Szegő, I., (2006), *Marketingul serviciilor. Probleme de ansamblu ale terțiarului*, Cluj-Napoca: Editura Alma Mater.
88. Vorzsák, M. & Bode, O.R., (2013), *Principiile Economiei de Piață*, Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.
89. Vorzsák, M., Bode, O.R., (2014), *Piață, Concurență, Prețuri*, Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.
90. Vorzsák, M., Toader, V. & Bode, O.R., (2016), *Microeconomie*, Cluj-Napoca, Risoprint.
91. Wahab, S., (1975), *Tourism Management*, London: Tourism International Press.
92. Zuniga, M.P. & Guellec, D., (2009), Who licenses out patents and why? Lessons from a business survey, disponibil la <http://www.oecd.org/dataoecd/47/16/42477187.pdf>, accesat la 28/01/2017.

Surse WWW (Internet)

1. Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României - Rapoartele anuale din anii 2014, 2015 și 2016, disponibile la <http://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=6843>, accesat la 07/12/2016, accesate la 09/07/2017.
2. Dex Online, accesat 12 August 2016.
3. European Commission, Visa Policy, disponibil la http://ec.europa.eu/dgs/homeaffairs/what-we-do/policies/borders-and-visas/visa-policy/index_en.htm, accesat la 25/10/2016.
4. Rapoartele Global Competitiveness Report, colecția 2007-2017.
5. Rapoartelor Travel&Tourism Economic Impact 2015, 2016, respectiv 2017 pentru România
6. Rapoartelor Travel&Tourism Competitiveness Report, colecția 2007-2017.
7. Revista Capital colecția 2000-2017.
8. Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2017/03, The World Travel and Tourism Council, available at www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis, accessed on 1.08.2017
9. Travel & Tourism Economic Impact 2017/03, The World Travel and Tourism Council, available at www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis, accessed on 1.08.2017
10. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Romania, The World Travel and Tourism Council, available at www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis, accessed on 1.08.2017

11. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Spain, The World Travel and Tourism Council, available at www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis, accesed on 1.08.2017
12. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey, The World Travel and Tourism Council, available at www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis, accesed on 1.08.2017
13. UN & WTO, (1994), Recommendations on Tourism Statistics, disponibil la https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83e.pdf, accesat la 28/11/2015.
14. UNWTO Tourism Highlights, colecția 2000-2017, <http://mkt.unwto.org>, accesat la 15/07/2015.
15. UNWTO, Impact of visa facilitation in ASEAN member states, 2014, disponibil la <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2014impactofvisafacilitationinaseanmemberstateslowres.pdf>, accesat la 28/09/2016.
16. UNWTO Tourism 2020 Vision, disponibil la <http://mkt.unwto.org>, accesat la 15/07/2015.
17. UNWTO Tourism Towards 2030, disponibil la <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414024>, accesat la 15/07/2015
18. UNWTO, Visa Openness Report 2015, disponibil la <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417384>, accesat la 18/06/2016.
19. World Development Indicators Database, disponibil la <http://www.worldbank.org/>
20. <http://atlas-geografic.net/top-10-cele-mai-mari-tari>, accesat 12 martie 2017.
21. <http://www.discover-japan-tours.com>
22. <https://www.jnto.go.jp>
23. <http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/>
24. www.romaniapozitiva.ro
25. <http://www.visitjapan.jp>
26. <http://www.worldometers.info/world-population> accesat 10 iunie 2017.
27. www.ec.europa.eu
28. www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis.