

Ramona PÎRVU

TURISM INTERNAȚIONAL
Aspecte economice și sociale



EDITURA UNIVERSITARIA
Craiova, 2015

CUPRINS

Cuvânt înainte.....	5
----------------------------	----------

PARTEA I

TURISMUL – ACTIVITATE ECONOMICO-SOCIALĂ

CAPITOLUL I.

Turismul – fenomen economic actual.....	7
1.1. Repere istorice ale activității de turism	7
1.2. Conceptele de "turism" și "turist"	10
1.3. Abordări actuale ale noțiunilor fundamentale din turism	14

CAPITOLUL II.

Formele de turism.....	18
2.1. Tipologia voiajelor	18
2.2. Caracterizarea unor forme moderne de turism.....	24
2.2.1. Turismul de afaceri	25
2.2.2. Turismul urban.....	27
2.2.3. Turismul rural	28

CAPITOLUL III.

Locul și rolul turismului în economiile naționale	31
3.1. Turismul - activitate a sectorului terțiar	31
3.2. Conexiuni macroeconomice ale turismului	35
3.2.1. Factorii determinanți ai evoluției turismului	35
3.2.2. Eficiența economico-socială și efectele turismului	39

CAPITOLUL IV.

Turismul internațional	43
4.1. Circulația turistică internațională	43
4.2. Formarea și cuantificarea circulației turistice.....	47

Organizarea și structura turismului	51
5.1. Organizații internaționale de turism.....	51
5.2. Instituțiile și organizațiile turistice naționale.....	57
5.3. Organizarea turismului în România	58

PARTEA a II-a

PIAȚA TURISTICĂ ȘI SERVICIILE TURISTICE

CAPITOLUL VI.

Piața turistică.....	63
6.1. Conținutul și caracteristicile pieței turistice	63
6.2. Cererea și consumul turistic.....	65
6.3. Oferta turistică	70
6.4. Activitatea comercială pe piața turistică	73
6.5. Prețurile produselor turistice.....	76
6.6. Tendințe actuale pe piața turistică	81

CAPITOLUL VII.

Serviciile turistice.....	83
7.1. Conținutul și trăsăturile serviciilor turistice.....	83
7.2. Tipuri de servicii turistice	87
7.3. Transporturile turistice internaționale	90
7.3.1. Rolul transporturilor turistice	90
7.3.2. Forme de transport utilizate în turism	93
7.3.2.1. Transporturile turistice aeriene	95
7.3.2.2. Transporturile turistice rutiere	97
7.3.2.3. Transporturile turistice feroviare	99
7.3.2.4. Transporturile turistice pe cale nautică	101
7.4. Serviciile de cazare	102
7.5. Serviciile de alimentație	105
7.6. Serviciile de agrement-divertisment.....	107

CAPITOLUL VIII.

Comportamentul consumatorului de servicii turistice	110
8.1. Comportamentul de cumpărare al consumatorului de servicii.	110

Respect	8.2. Comportamentul de consum	114
	8.3. Modelarea comportamentului consumatorului de servicii.	116

CAPITOLUL IX.

Forța de muncă în turism 118

9.1. Particularitățile muncii în turism.	118
9.2. Resursele umane în turism	121
9.3. Eficiența muncii în turism	124

CAPITOLUL X.

Investițiile în turism 128

10.1. Adoptarea deciziei de investiție.....	128
10.2. Finanțarea investițiilor turistice	132

PARTEA a III-a

MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN TURISM

CAPITOLUL XI.

Marketingul în turism 138

11.1. Utilizarea marketingului în turism	138
11.2. Politica produsului turistic	141
11.3. Politica de prețuri și tarife.....	146
11.4. Distribuția produsului turistic	148
11.5. Promovarea produsului turistic	151
11.6. Componentele și etapele programului de marketing turistic	153

CAPITOLUL XII.

Elaborarea unei strategii de turism 157

12.1. Definirea obiectivelor și alegerea facilităților și a Serviciilor.....	157
12.2. Standardele de calitate	163
12.2.1. Calitatea produselor	163
12.2.2. Stabilirea de standarde	164
12.3. Strategia de marketing.....	165

Marketing.....	165
12.3.2. Fixarea prețului și prezentarea.....	167
12.3.3. Găsirea partenerilor și formarea de rețele	169

CAPITOLUL XIII.

Crearea unui produs de turism viabil	171
13.1 Realizarea produsului.....	171
13.2. Alegerea organizației de conducere	174
13.3. Sprijin pentru sectorul turistic	176
13.4. Coordonare și finanțare globală	178
13.5. Monitorizarea și îmbunătățirea produsului.....	179

PARTEA a IV-a

TENDINȚE ÎN EVOLUȚIA TURISMULUI

CAPITOLUL XIV.

Importanța economică a turismului	187
14.1. Importanța economică a sectorului turistic.....	187
14.2. Turismul în țările în curs de dezvoltare.....	192
14.3. Rolul turismului în combaterea sărăciei	200

CAPITOLUL XV.

Turismul și mediul.....	208
15.1. Conceptul dezvoltării durabile în turism.....	208
15.2. Ecoturismul - modalitate de valorificare durabilă a resurselor turistice	214
15.3. Perspective ale dezvoltării ecoturismului	220

CAPITOLUL XVI.

Cooperarea turistică internațională	226
16.1. Conceptul de cooperare turistică. Forme de cooperare	226
16.2. Cooperarea în Uniunea Europeană.....	231

BIBLIOGRAFIE.....	238
--------------------------	------------

Cuvânt înainte

Modernizarea și modificarea structurilor economiilor contemporane, impuse de amploarea transformărilor din toate sectoarele economiei, au impus reierarhizarea ramurilor componente în concordanță cu cerințele societății moderne. Multiplele interdependențe din economia mondială și progresele tehnico-științifice au permis transformarea turismului într-o componentă de sine stătătoare a economiei, tot mai activă în viața economică și socială.

Turismul evoluează sub impactul transformărilor civilizației contemporane, dinamica sa integrându-se procesului global de dezvoltare. El reprezintă o componentă de mare importanță a vieții economice pentru un număr tot mai mare de țări ale lumii, antrenând un amplu potențial uman și material și acționând, prin eforturile pe care le angajează și efectele benefice induse asupra domeniilor de interferență, ca factor stimulator al dezvoltării și progresului. Faptul că turismul se adresează unor segmente largi ale populației, răspunzând nevoilor materiale și spirituale ale acesteia, se reflectă în intensificarea circulației turistice naționale și internaționale, imprimând fenomenului un ritm înalt de creștere. Transformările survenite în domeniul turismului au favorizat intensificarea cercetărilor cu privire la conținutul și trăsăturile definitorii ale acestui domeniu, au impus crearea unui cadru metodologic unitar pentru evidențierea și măsurarea dimensiunilor și efectelor sale.

Lucrarea *Turism internațional. Aspecte economice și sociale* are drept scop de a aduce la cunoștință atât celor care creează turismul, agenților economici, cât și celor care cercetează fenomenul turistic, o sumă de elemente de reflecție din practica altor țări, un bagaj de cunoștințe util celor preocupați de cunoașterea mecanismelor funcționării angrenajului turistic, de anticiparea tendințelor în evoluția acestuia. Importanța turismului în economiile moderne și în societate și dinamica pe care o cunoaște fenomenul turistic pe plan mondial reclamă existența unor specialiști de înaltă calificare. În acest context am considerat prezenta lucrare ca fiind utilă studenților și altor persoane în procesul formării profesionale, atât în domeniul turismului cât și în domeniile adiacente.

Din marea diversitate a aspectelor pe care le ridică organizarea și desfășurarea turismului am dezvoltat problemele fundamentale pentru înțelegerea acestui fenomen, care pot reprezenta un punct de plecare pentru aprofundarea cercetării din unghiul altor discipline, ca marketingul, managementul, etc.

Autorul

PARTEA I

**TURISMUL – ACTIVITATE
ECONOMICO-SOCIALĂ**

CAPITOLUL I.

TURISMUL – FENOMEN ECONOMIC ACTUAL

CAPITOLUL II.

FORMELE DE TURISM

CAPITOLUL III.

LOCUL ȘI ROLUL TURISMULUI ÎN ECONOMIILE NAȚIONALE

CAPITOLUL IV.

TURISMUL INTERNAȚIONAL

CAPITOLUL V.

ORGANIZAREA ȘI STRUCTURA TURISMULUI

TURISMUL - FENOMEN ECONOMIC ACTUAL

1.1. Repere istorice ale activității de turism

1.2. Conceptele de "turism" și "turist"

1.3. Abordări actuale ale noțiunilor fundamentale din turism

1.1. Repere istorice ale activității de turism

Inclus relativ recent printre necesitățile de consum ale omului modern, cuantificat ca indicator al calității vieții, turismul își merită pe deplin importanța care i se acordă astăzi în toate domeniile cunoașterii. Turismul reprezintă astăzi, prin conținutul și rolul său, un domeniu distinct de activitate, o componentă de primă importanță a vieții economice și sociale pentru un număr tot mai mare de țări ale lumii.

Infinitatea de interdependențe din economia mondială care apropie civilizațiile și popoarele și multiplele conexiuni și implicații ale turismului în plan economic, social, cultural și politic creează turismului o funcție complexă, aceea de mijlocitor al accesului la civilizație, de stimulator al progresului, al dezvoltării.

Turismul s-a cristalizat ca fenomen în a doua jumătate a secolului al XIX-lea și, ca atare, primele încercări de definire și caracterizare a lui datează din această perioadă. Aproape un secol de la apariție, turismul a avut o evoluție relativ lentă, ceea ce s-a reflectat și în planul clarificărilor conceptuale. După cel de-al doilea război mondial, mai exact începând cu anii '60, ca urmare a trans-formărilor profunde din economia mondială, turismul cunoaște o expansiune deosebită, antrenând tot mai multe resurse și angrenând în mecanismele sale un număr în creștere de țări și organisme.

Călătoria a început odată cu practica războaielor și a schimburilor, care au împins oamenii dincolo de sfera de influență a grupului social din care făceau parte. Se poate spune, deci, că apariția călătoriei poate fi localizată încă din comuna primitivă când, din necesități materiale, oamenii căutau la distanță ceea ce nu găseau în preajma locuinței lor, dar, aceste călătorii nu pot fi în nici un caz identificate cu călătoriile în scop turistic.

În Evul Mediu călătoreau mai ales comercianții, ambasadorii și preoții, majoritatea călătoriilor având scopuri

*Turismul,
domeniu distinct
al activității
economice*

*Element
dinamizator*

*Călătoria
în comuna
primitivă și
Evul Mediu*

Dezvoltarea comerțului

Accentuarea diviziunii internaționale a muncii din secolele al XV-lea, al XVI-lea a determinat dezvoltarea comerțului, respectiv a comerțului interior și internațional. Tot mai multe produse se transformau în marfă, ceea ce a determinat dezvoltarea circulației banilor și transformarea economiei naturale în economie de piață. Circulația călătorilor, chiar și la sfârșitul secolului al XVIII-lea, nu era prea mare, dar volumul ei a crescut treptat, englezii fiind considerați ca națiunea care călătorește cel mai mult.

Dezvoltarea mai slabă a comunicațiilor

Odată cu dezvoltarea traficului de călători s-au dezvoltat comunicațiile și industria hotelieră: în secolul al XVI-lea și al XVII-lea mai lent, dar în sec.al XVIII-lea într-un ritm foarte rapid. Un aspect interesant se manifestă în domeniul comunicațiilor, și anume că drumurile se dezvoltau mai încet decât mijloacele de transport.

Inventarea motorului cu abur și aplicarea sa la trenuri și vapoare au dat un avânt puternic circulației turistice. De asemenea, rețeaua de căi ferate din Europa, construită între anii 1830-1880 a permis preluarea de către trenuri a sarcinii poștalionului în privința transporturilor de persoane la distanță. Dezvoltarea circulației turistice internaționale a fost încetinită de restricțiile impuse la intrarea sau ieșirea din unele țări care încercau să limiteze fluxurile turistice "outgoing" (de plecări). Totodată, însă, în țările în care circulația turistică era liberă, a apărut o nouă ramură industrială - industria hotelieră, precum și noi activități cum ar fi editarea ghidurilor, meseria de ghid, restaurator etc.

Primul birou de voiaj

În deceniul 5 al secolului al XIX-lea a avut loc un eveniment deosebit în istoria turismului: deschiderea primului birou de voiaj, prima organizație comercială al cărei scop era organizarea călătoriilor, mai ales a celor de grup.¹ Organizarea călătoriilor în grup a avut la început, scopuri sociale, respectiv participarea la reuniuni cu caracter religios și moral. În acea perioadă societățile engleze de căi ferate nou înființate lucrau în deficit, deoarece publicul călător nu era dispus să plătească tarifele relativ ridicate ale transportului feroviar.

Construirea rețelei mondiale de căi ferate a determinat mutații importante în circulația turistică, aceasta a devenit mai sistematică, mai rapidă, mai ieftină și accesibilă pentru masele largi, mai sigură și mai comodă. Perfecționarea tehnică a

¹ Primul birou de turism a fost deschis în Anglia de Thomas Cook.

vapoarelor a determinat un impuls în navigația maritimă care, la rândul ei, a stimulat călătoriile transcontinentale. De asemenea s-a extins rețeaua unităților de cazare prin crearea, pe lângă unitățile situate în special pe marginea drumurilor, a unor capacități de cazare situate în spațiile de cale ferată și în localitățile care erau accesibile pe cale feroviară. Astfel au apărut, în a doua jumătate a sec.al XIX-lea, hotelurile pentru călătorii în tranzit, hotelurile de lux din marile orașe și hotelurile din stațiunile balneare și climaterice, în general, fiecare fiind în proprietatea unei singure familii.²

Cel mai mare eveniment în domeniul turismului, ca urmare a inovațiilor și invențiilor în comunicații, îl reprezintă dezvoltarea mijloacelor de transport rutier și aerian. Astfel, includerea automobilului și avionului printre mijloacele de transport de pasageri a reprezentat o revoluție nu numai în domeniul transportului ci și în domeniul turismului. De altfel, după analiza întreprinsă, se observă că orice evoluție și dezvoltare în domeniul căilor de comunicație a mijloacelor de transport a atras după sine o extindere a activității de turism.

Dezvoltarea turismului pe plan internațional nu a mai fost posibilă odată cu declanșarea primului război mondial, astfel încât acestuia i s-a substituit turismul intern. Terminarea războiului a determinat o serie de modificări fundamentale în circulația turistică; oferta turistică s-a modificat în sensul restructurării ei, cererea turistică s-a amplificat atât datorită apariției de noi motivații turistice cât și a unor noi mase de călători. De asemenea, s-au multiplicat destinațiile turistice datorită introducerii noilor mijloace de transport, s-au adoptat noi obiceiuri de călătorie, ceea ce a trasat un nou tablou al circulației turistice internaționale.

Oferta turistică internațională s-a lărgit prin adoptarea, pe lângă țările clasice, tradițional turistice (Anglia, Franța, Austria, Italia, Norvegia, Suedia, Elveția etc.), a unor noi țări de destinație. Astfel Cehoslovacia, Iugoslavia și România au intrat pe piața mondială a turismului urmate de Polonia, Ungaria și Bulgaria, în încercarea comună de a găsi remedii cu ajutorul cărora să iasă din impasul economic în care se aflau datorită războiului. Promovarea turismului ca activitate economică a devenit o problemă de interes general iar politica turistică a devenit tot mai mult apanajul statului în cadrul politicii sale economice, pentru dezvoltarea turismului creându-se organe specializate sprijinite și orientate

*Dezvoltarea
mijloacelor de
transport*

*Apariția de noi
țări de destinație*

² C.Cristureanu, *Economia și politica turismului internațional*, Editura ABEONA, București, 1992, p.18.

*Turismul,
marfă
invizibilă*

*Evoluția turis-
mului în România*

A avut loc, astfel, o schimbare și în optica economică, turismul fiind considerat o marfă "invizibilă"; de asemenea, s-a atribuit veniturilor provenite din turism aceeași importanță ca și celor provenite din exportul de mărfuri, ceea ce a determinat includerea turismului ca obiect de negociere în tratativele făcute pentru încheierea convențiilor internaționale.

O importantă mutație în turism a reprezentat-o legiferarea concediilor plătite, care a transformat turismul internațional sub aspectul reprezentării categoriilor sociale, prin includerea în masa de turiști și a claselor cu venituri scăzute, a muncitorilor.

Până în secolul al XIX-lea România a fost puțin cunoscută ca țară turistică, atât datorită poziției oarecum periferice a țării și a fărâmițării sale în cele 3 principate, cât și din lipsa unei infrastructuri de acces. Totuși, dacă turismul internațional a fost prea puțin dezvoltat, circulația internă de călători, în schimb, a fost considerabilă, raportată la capacitatea economică a țării. Turismul românesc s-ar fi dezvoltat în mai mare măsură dacă infrastructura de acces nu ar fi fost subdezvoltată, respectiv dacă rețeaua de căi ferate și cea de șosele ar fi făcut legătura cu toate regiunile țării.

La sfârșitul deceniului patru s-a manifestat tendința statului de a coordona strâns circulația turistică prin reglementarea ieșirilor de devize și chiar prin interdicție de părăsire a teritoriului. Evident, în timpul războiului nu au existat preocupări deosebite în domeniul turismului internațional, necesitatea de a călători manifestându-se, în cel mai bun caz, în interiorul granițelor naționale. Convulsiile politice și economico-sociale de după război au fost de natură să interzică accesul maselor largi la călătoriile în străinătate. Circulația internațională spre România, reluată după război, a înregistrat cea mai susținută dinamică în intervalul 1960-1980, cu un ritm mediu anual de 17%. România, prin Ministerul Turismului, a intrat în organizația mondială cu caracter guvernamental - Organizația Mondială a Turismului (OMT) încă de la înființarea acesteia, în anul 1975.

1.2. Conceptele de "turism" și "turist"

Noțiunea de turism, din punct de vedere etimologic, provine din termenul englez "tour" (călătorie), sau "totour", "to make a tour" (a călători, a colinda), care a fost creat în Anglia, în jurul anilor 1700, pentru a desemna acțiunea de a voiaja în Europa în general, și în Franța, în special. Acest termen englez provine la

rândul său din cuvântul francez "tour" (călătorie, plimbare, drumeție), fiind ulterior preluat de majoritatea limbilor europene cu sensul de călătorie de agrement, recreere, plăcere. Termenul francez, la rândul său, derivă din cuvântul grecesc "tornos" și respectiv cel latin "turnus" și înseamnă tot călătorie în circuit. A fost acceptată și ipoteza originii ebraice a cuvântului "tour", în ebraica veche acesta corespunzând noțiunii de călătorie de descoperire, recunoaștere, explorare, etc.

Turismul se prezintă ca o activitate complexă, cu o multitudine de fațete, cu încărcătură economică, aflată la intersecția mai multor ramuri și sectoare din economie; toate acestea își găsesc reflectarea în varietatea punctelor de vedere cu privire la conținutul noțiunii de turism și a conceptelor adiacente.

În cea mai simplă definiție, turismul este acțiunea, dorința, arta de a călători pentru propria plăcere, ***"o activitate din timpul liber care constă în a voiaja sau locui departe de locul de reședință, pentru distracție, odihnă, îmbogățirea experienței și culturii datorită cunoașterii unor noi aspecte ale activității umane și a unor peisaje necunoscute"***. (J.Medecin).

O lucrare de referință în domeniu este cea a englezului F.W.Oglivie - "The Tourist Movement, an Economic Study" din 1933 în care definea turiștii drept persoane ce ***"satisfac două condiții: sunt depărtate de casă pentru o perioadă ce nu depășește un an și cheltuiește bani în acele locuri fără să-i câștige"***. Compatriotul său, A.C.Norwal (1936) considera că ***"turistul este acea persoană care intră într-o țară străină pentru orice alt scop decât pentru a-și stabili o reședință permanentă sau pentru afaceri și care-și cheltuiește, în țara unde se stabilește temporar, banii câștigați în altă parte"***.

Unul dintre specialiștii consacrați în cercetarea fenomenului turistic, a cărui opinie a fost îmbrățișată de un număr mare de teoreticieni, este profesorul elvețian W.Hunziker, care definește turismul (1940) ***"ansamblul relațiilor și fenomenelor ce rezultă din deplasarea și sejurul persoanelor în afara locului de reședință, atâta timp cât sejurul și deplasarea nu sunt motivate de o stabilire permanentă sau o activitate lucrativă oarecare"***.

Dicționarul turistic internațional (1969) conține o formulare ușor diferită: ***"Turismul reprezintă ansamblul de măsuri puse în aplicare pentru organizarea și desfășurarea unor călătorii de agrement sau în alte scopuri, realizate fie prin intermediul unor organizații sau agenții specializate, fie pe cont propriu, pe o durată limitată de timp, precum și industria care concurează la satisfacerea nevoilor turiștilor"***. Tot acest dicționar,

Noțiunea de
turism

Definiri ale
turismului