

338.48(100+478)

ASIGURAREA DEZVOLTĂRII DURABILE A TURISMULUI NAȚIONAL PRIN PRISMA PRACTICILOR INTERNAȚIONALE

*Conf. univ. dr. Nicolae PLATON,
Director al Centrului de Informare și
Promovare în Domeniul Turismului
din Republica Moldova
platonanat@yahoo.com*

Motto:

Guvernul trebuie să conștientizeze cât de important este rolul turismului în politica generală de dezvoltare a țării și prin acțiuni concrete să facă acest sector competitiv și interesant pentru investitorii locali și străini.

Autorul

Procesul de relansare a turismului și de consacrare a acestuia, ca ramură economico-socială prioritară în Republica Moldova, poate fi posibil numai în cazul în care factorii de decizie ar avea o viziune clară și responsabilă față de această ramură, stabilită prin obiective bine structurate și formulate, care se pot materializa, ulterior, prin programe naționale de dezvoltare.

În acest articol, autorul atrage atenția autorităților statutului asupra problemelor ce persistă în domeniul turismului și accentuează necesitatea declarării turismului ca ramură prioritară a economiei naționale, îndemnând, totodată, factorii de decizie să ia în calcul experiența internațională în gestionarea acestui domeniu, asigurându-i, prin aceasta, o dezvoltare durabilă.

Cuvinte-cheie: *turism durabil, destinație turistică, master plan, întreprindere turistică transnațională, expansiune turistică, mediul ambiant.*

JEL: M 1, M 16.

Actualitatea temei.

Participarea Republicii Moldova la competițiile internaționale de turism, în condițiile existenței unui potențial turistic natural și antropologic valoros și care poate răspunde exigențelor turiștilor occidentali de țară sigură, ospitalieră, autentică și ecologică, trebuie să reprezinte o acțiune fermă a guvernului, și nu o opțiune cu caracter declarativ.

338.48(100+478)

ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL TOURISM THROUGH INTERNATIONAL PRACTICES

*Assoc. Prof., PhD Nicolae PLATON,
Director of the Tourism Information
and Promotion Center of Moldova
platonanat@yahoo.com*

Motto:

The Government must be aware of the role of tourism in the country's overall development policy and make this sector competitive and interesting for local and foreign investment through concrete actions.

Author

The process of re-launching tourism and its consecration as an important socio-economic branch in the Republic of Moldova can only be possible if the decision-makers have a clear and responsible vision regarding this branch, established through well-structured and formulated objectives, being later materialized in the form of development programs.

In this article, the author draws the state authorities' attention to the issues that persist in the tourism industry and emphasizes the need to declare tourism as a priority branch of the national economy, while urging decision-makers to take into account the international experience in managing this branch by ensuring its sustainable development.

Key words: *sustainable tourism, tourism destination, master plan, transnational tourism company, tourism expansion, environment.*

JEL: M1, M16.

Topicality of the theme.

Participation of the Republic of Moldova in the international tourism competition, given the existence of a valuable natural and anthropological tourism potential, which can meet the needs of the Western tourists in terms of a safe, hospitable, authentic and ecological country, must represent a firm government action and not an option with a declarative character.

Natura reală a turismului, ca parte integrantă a sistemului economic și social complex, pune în evidență marea responsabilitate a guvernului privind procesul de restructurare a ramurii, el fiind răspunzător de identificarea posibilităților și mijloacelor necesare asigurării competitivității acestuia pe piața turismului internațional.

În aceste condiții, reconsiderarea rolului și importanței turismului, în strategia de dezvoltare a Republicii Moldova, se impune ca o necesitate stringentă, datorită stării de subdezvoltare a acestui sector în țara noastră, comparativ cu țările dezvoltate și chiar cu țările aflate, ca și noi, în procesul de tranziție de la economia centralizată la economia de piață.

Pornind de la cele expuse, tema cercetată este actuală prin faptul că turismul poate deveni un catalizator de relansare economică, cu impact major în structura sferei sociale, asigurând, în consecință, efecte benefice asupra dezvoltării și modernizării țării.

Ca **argumente**, ce se impun pentru cercetarea acestei teme, servesc:

- reconsiderarea rolului și importanței turismului în strategia de dezvoltare a Republicii Moldova;
- accentuarea necesității de dezvoltare a bazei tehnico-materiale și de infrastructură turistică;
- necesitatea formării unei imagini favorabile, în Europa și în lume, despre Republica Moldova, ca țară turistică sigură, ospitalieră, autentică și ecologic curată;
- motivarea necesității atragerii întreprinderilor turistice transnaționale prin regimuri fiscale preferențiale;
- descrierea principiilor care trebuie să stea la baza dezvoltării unui turism durabil;
- elucidarea cerințelor pentru asigurarea durabilității turismului.

Scopul cercetării îl reprezintă studierea practicilor internaționale în gestionarea ramurii turistice, analiza beneficiilor obținute de industria turistică mondială în urma valorificării durabile a turismului, precum și argumentarea necesității implicării statului ca organ coordonator în dezvoltarea acestui sector. Arealul cercetării este cuprins de particularitățile și dimensiunile industriei turistice, care impun o abordare aprofundată a conceptelor specifice acesteia. Supor-

The real nature of tourism, as an integral part of a complex economic and social system, highlights the government's great responsibility for the process of branch restructuring, being responsible for identifying the possibilities and means to ensure its competitiveness on the international tourism market.

Under these circumstances, reconsideration of the role and importance of tourism in the development strategy of the Republic of Moldova is imposed as a stringent necessity due to the underdevelopment of this sector in our country compared to the developed countries and even compared to countries in the process of transition from the centralized economy to the market economy, like the Republic of Moldova.

Based on the above mentioned, the current researched theme is actual by the fact that tourism can become a catalyst for the economic recovery with a major impact in the social sphere structure, therefore providing beneficial effects on the development and modernization of country.

Arguments for research on this theme are the following:

- reconsidering the role and importance of tourism in the development strategy of the Republic of Moldova;
- emphasizing the need to develop the technical-material and tourism infrastructure;
- the need to create a favourable image in Europe and in the world, about the Republic of Moldova as a safe, hospitable, authentic and ecologically clean tourism country;
- motivating the need to attract transnational tourism enterprises through preferential tax regimes;
- description of the principles that should underpin the development of sustainable tourism;
- clarifying the requirements for ensuring tourism sustainability.

The aim of the research is to study international practices in the tourism management, to analyse the benefits of the world tourism industry as a result of the sustainable valorisation of tourism, as well as to justify the necessity of the state involvement as a coordinating body in the development of this sector. The area of research is covered by the specificities and dimensions of the tourism industry, which require an in-depth

tul teoretico-metodologic al temei investigate este asigurat de lucrările savanților, care au efectuat cercetări în acest domeniu.

Relevanța articolului.

Investigarea și descrierea acestei teme au dat posibilitate autorului să generalizeze anumite concluzii la acest subiect și, ca urmare, să propună factorilor de decizie anumite recomandări, capabile să dinamizeze activitatea turistică în Republica Moldova.

Introducere.

Turismul a devenit unul din sectoarele majore ale economiei mondiale și una dintre componentele importante ale comerțului internațional. Până în 2020, Organizația Mondială a Turismului (UNWTO) previzionează 1,6 miliarde de sosiri de turiști internaționali și încasări din turismul internațional de 2 trilioane dolari. Se estimează, de asemenea, că turismul național va fi de 10 ori mai mare decât turismul internațional. Atât turismul internațional, cât și turismul național se dezvoltă rapid în țările aflate în curs de dezvoltare [6].

Astfel, Organizația Mondială a Turismului, prin evidențele sale statistice, arată, în mod indiscutabil, că industria turistică mondială se află în centrul transformărilor economice, tehnologice și informaționale, care se petrec în societatea contemporană, ele fiind considerate atât premisă, cât și efect al acestor schimbări.

Odată cu recunoașterea turismului ca factor al dezvoltării social-economice, pe plan internațional, s-a trecut, în mod sistematic, la includerea sa în programele de asistență și cooperare tehnică ale unor organisme internaționale, precum și în programele bilaterale de asistență.

Cooperarea economică și tehnico-științifică internațională a adăugat noi dimensiuni intervenției statului în domeniul turismului. Evoluția în direcția expansiunii activităților turistice în economiile moderne este demonstrată și de preponderența serviciilor atât în termenii contribuției la PIB și ocuparea forței de muncă, precum și ai locului deținut în schimbările internaționale.

Făcând o totalizare a celor expuse, în opinia noastră, ramura turistică trebuie să atragă atenția instituțiilor guvernamentale din Republica Moldova, deoarece poate reprezenta un mijloc avantajos de a crește performanțele indicatorilor macroeconomici naționali și, în consecință, creșterea PIB-ului pe cap de locuitor.

Din punct de vedere formal, dezvoltarea ramurii trebuie să se regăsească într-un Master

approach to its specific concepts. The theoretical and methodological support of the investigated topic is ensured by the work of the scientists who have researched this field.

Relevance of the article.

Investigating and describing this topic gave the author the opportunity to generalize certain conclusions on the subject and, as a result, to propose to decision-makers certain recommendations, capable to boost the tourism activity in the Republic of Moldova.

Introduction.

Tourism has become one of the major sectors of the world economy and one of the major components of the international trade. By 2020, the World Tourism Organization (UNWTO) forecasts 1.6 billion international tourist arrivals and 2 trillion USD receipts from international tourism. There is also estimated that national tourism will be 10 times higher than international tourism. Both international tourism and national tourism are rapidly growing in developing countries [6].

Thus, the World Tourism Organization through its statistical records undoubtedly shows that the world tourism industry is at the heart of the economic, technological and informational transformations that are taking place in contemporary society, being considered both the premise and the effect of these changes.

With the recognition of the tourism as a factor of socio-economic development, at the international level it has been systematically included in the assistance and technical cooperation programs of international bodies as well as in bilateral assistance programs.

International economic and technical-scientific cooperation added new dimensions to state intervention in the field of tourism. The evolution towards the expansion of tourism activities in modern economies is also evidenced by the preponderance of services both in terms of contribution to GDP and employment, as well as of the place held in international changes.

Making an overview of the above mentioned, in our opinion, the tourism branch should attract the attention of the Republic of Moldova's government institutions, as it can be a great way to increase the performance of the national macroeconomic indicators and, as a consequence, the GDP growth per capita.

From a formal point of view, the development of the branch has to be found in a Stra-

Plan strategic de țară, menit să vizeze dezvoltarea industriilor din turismul național, ca și a unor industrii-suport, în paralel cu managementul destinațiilor turistice naționale și susținerea țării ca destinație turistică la nivel internațional.

Metode aplicate.

La elaborarea prezentului articolul, autorul a utilizat trei metode de cercetare, prezentate în cele ce urmează:

Cercetarea fundamentală a permis studiarea tendințelor actuale în turism la nivel mondial, fiind reflectate premisele schimbării atestate în domeniul cercetat, datorită valorificării durabile, corecte și echilibrate a ramurii turistice. În cercetarea fundamentală, au fost încadrate investigațiile sub formă de studii teoretice, care au condus la formularea unor concluzii practice științific argumentate.

Cercetarea pentru dezvoltare a avut ca scop identificarea acelor mecanisme de restructurare ce pot contribui la ameliorarea acestei ramuri în contextul dezvoltării durabile. Pentru a aborda diversitatea de probleme, pe care le întrunește activitatea de turism, s-a recurs la o bogată literatură de specialitate și de interes general, un variat instrumentar de cercetare științifică, analize comparative, care evidențiază complexitatea turismului ca generator de beneficii economice și sociale pe plan național.

Cercetarea aplicativă a avut ca sarcină selectarea informației necesare pentru direcționarea activității practice, în vederea creșterii muncii metodice. Informația selectată asigură suportul practic în cunoașterea mecanismelor funcționării turismului ca activitate socio-economică de mare complexitate, în clarificările conceptuale și însușirea principalelor categorii economice din domeniu, ca și în evidențierea factorilor determinanți, a tendințelor și formelor de manifestare a programelor și politicilor în turism.

Rezultate și discuții.

Evoluția turismului internațional se caracterizează, la nivel mondial, printr-o tendință de creștere datorită influenței factorilor economici, demografici, politici, sociali. Turismul internațional are, în această situație, cea mai importantă creștere datorită dorinței oamenilor de a vizita alte țări, de a cunoaște alte civilizații, obiceiuri, dar și datorită progresului tehnic înregistrat în domeniul transporturilor, progres care permite călătorii mai rapide și mai confortabile pe distanțe din ce în ce mai lungi [1, p.415].

tegic Country Master Plan, aimed at developing the national tourism industries as well as supporting industries, alongside the management of the national tourism destinations and supporting the country as a tourism destination at the international level.

Applied methods.

The author has used three research methods in the development of the given paper, as follows:

Fundamental research has allowed studying the current trends in tourism worldwide, reflecting the prerequisites for the existing changes in the researched field, due to the sustainable, fair and balanced valorisation of the tourism branch. Fundamental research included investigations in the shape of theoretical studies that led to the formulation of some scientifically substantiated conclusions.

Research for development aimed at identifying those restructuring mechanisms that can contribute to the improvement of this branch in the context of sustainable development. In order to tackle the diversity of issues that tourism activity involves, an important part of specialized and general interest literature, a variety of scientific research tools, comparative analyzes highlighting the complexity of tourism as a generator of economic and social benefits at national level have been used.

Applied research was aimed at selecting the information needed to direct the practical activity, in order to increase the methodical work. The selected information provides the practical support in learning the mechanisms of tourism functioning as a complex socio-economic activity, in the conceptual clarifications and acquiring the main economic categories in the field, as well as in highlighting the determinant factors, tendencies and forms of manifestation of programs and policies in the tourism sector.

Results and discussions.

Evolution of the international tourism is characterized, globally, by a growth trend due to the influence of economic, demographic, political and social factors. International tourism has the most significant growth in this situation due to people's desire to visit other countries, to know other civilizations, habits, but also due to the technical progress in transport, a progress that allows faster and more comfortable journeys on increasingly longer distances [1, p. 415].

Astfel, competiția pentru atragerea traficului turistic mondial spre țările receptoare crește considerabil odată cu intrarea în circuitul turistic a unor noi țări, cu noi atracții turistice, ceea ce impune în toate țările – chiar și în cele cu un turism dezvoltat și cu o bază materială modernă – elaborarea unor programe guvernamentale de dezvoltare și amenajare complexă a unor zone și stațiuni de interes turistic, capabile să facă față provocărilor din exterior în competiția pentru atragerea fluxului turistic internațional.

În consecință, se remarcă o creștere accentuată a rolului coordonator al organismelor guvernamentale și în ceea ce privește exploatarea complexă și controlată a resurselor naturale și antropice ale teritoriului național, păstrarea echilibrului ecologic al acestor zone destinate prioritar activităților turistice, în cadrul unor programe generale de dezvoltare.

Amploarea rolului organismelor guvernamentale în aceste politici de dezvoltare turistică variază, firește, în funcție de condițiile politice, economice și sociale din fiecare țară și chiar din fiecare zonă de interes turistic.

În aceste condiții, scopul realizării unui turism durabil trebuie să fie subordonat planurilor naționale și regionale de dezvoltare economică și socială. Acțiunile pot acoperi atât scopuri economice, precum creșterea veniturilor, diversificarea activităților, zonarea dezvoltării, cât și arii sociale: crearea locurilor de muncă, reducerea sărăciei, protecția patrimoniului turistic, implicarea comunităților locale, protejarea ecosistemelor, conservarea și utilizarea durabilă a biodiversității.

Pentru ca ramura turistică să se dezvolte într-un mod durabil, în opinia noastră, la baza acestei dezvoltări trebuie să stea următoarele principii:

- ajustarea cadrului legal la standardele europene de dezvoltare durabilă;
- crearea unui cadru politic național, menit să vizeze dezvoltarea durabilă a turismului;
- elaborarea unui Master Plan de țară, prin care vor fi identificate zonele turistice, care urmează a fi puse în circuitul turistic național și internațional, stabilindu-se, totodată, formele motivaționale de turism, care ar determina turiștii să viziteze Republica Moldova;
- adoptarea legislației privind politicile investiționale pentru atragerea investi-

Thus, the competition for attracting the world tourism traffic to the recipient countries increases considerably with the entry of new countries into the tourism circuit, with new tourism attractions, which implies in all countries – even those with developed tourism and a modern material base – the development of governmental programs for the development and complex planning of some tourism interest areas and resorts, capable of meeting the external challenges in the competition to attract the international tourism flow.

As a consequence, there is a marked increase in the coordinating role of the governmental bodies in the complex and controlled exploitation of the natural and anthropogenic resources of the national territory, preservation of the ecological balance of these priority areas for tourism activities within the general development programs.

The magnitude of the government bodies' role in these tourism development policies varies, of course, depending on the political, economic and social conditions of each country and even in each area of tourism interest.

Under these circumstances, the goal of sustainable tourism must be subordinated to national and regional plans of economic and social development. Actions can cover economic goals such as income growth, diversification of activities, zoning of development, as well as social areas: job creation, poverty reduction, and tourism patrimony protection, involvement of local communities, protection of ecosystems, conservation and sustainable use of biodiversity.

In order for the tourism branch to develop in a sustainable way, in our opinion, the following *principles* should stay at the basis of this development:

- adjusting the legal framework to the European standards for sustainable development;
- creating a national policy framework aimed at sustainable development of tourism;
- development of a Country Master Plan, which will identify the tourism areas to be put into the national and international tourism circuit, while establishing the motivational forms of tourism, which would determine the tourists to visit the Republic of Moldova;

torilor străini, care să țină cont de exigențele durabilității;

- elaborarea normelor și reglementărilor specifice sectorului turismului și controlul lor, pentru a menține nivelurile dorite ale calității mediului și ale calității prestațiilor turistice;
- conceperea strategiilor care vizează reducerea la minimum a riscurilor și efectelor negative ale planurilor de investiții asupra mediului natural și asupra comunităților locale.

Ca urmare, turismul se va menține durabil, dacă va răspunde următoarelor **cerințe**:

- ✓ dezvoltarea sa va fi planificată rațional, pe criterii economico-sociale riguros fundamentate;
- ✓ politicile și criteriile de dezvoltare vor respecta principiul durabilității;
- ✓ dezvoltarea se va realiza ca parteneriat între autoritățile publice centrale și mediul de afaceri privat;
- ✓ la această dezvoltare, vor participa societatea civilă și comunitățile locale.

Turismul trebuie să fie durabil, altfel prejudiciile activității turistice asupra mediului, care vor avea un impact negativ asupra societății, vor tinde să distrugă însăși baza pe care s-a clădit prosperitatea acestui sector.

Turismul prin activitatea sa, include un ansamblu de măsuri puse în aplicare pentru organizarea și desfășurarea unor călătorii de agrement sau în alte scopuri, realizate fie prin intermediul unor organizații, societăți sau agenții specializate, fie pe cont propriu, pe o durată limitată de timp, precum și prin industriile adiacente, care concurează la satisfacerea nevoilor de consum [1, p.40], într-o anumită destinație turistică. Această atracție turistică poate să fie individuală și poate să ia orice formă, de la o resursă naturală, la o resursă antropică, la o prestație educațională, de relaxare, la un centru comercial sau la unul de afaceri. Prin aceste activități, ramura turistică influențează mai mult sau mai puțin asupra mediului ambiant.

Succesul și atractivitatea unei destinații turistice depind și de o serie de factori și variabile, care se află în strânsă legătură atât cu elementele ce constituie și caracterizează destinația și resursele ei turistice, cât și cu determinanții motivaționali ai turiștilor. Se observă faptul că, pe lângă bogăția și frumusețea naturală, infrastructura de acces și facilitățile oferite la nivelul

- adopting the legislation on investment policies to attract foreign investments, taking into account the requirements of sustainability;
- developing tourism sector specific rules and regulations and their control, in order to maintain the desired levels of the quality of the environment and the quality of tourism services;
- designing strategies to minimize the risks and negative impacts of investment plans on the natural environment and on local communities.

As a result, tourism will remain sustainable if it meets the following **requirements**:

- ✓ its development will be rationally planned, based on rigorous economic and social criteria;
- ✓ development policies and criteria will respect the principle of sustainability;
- ✓ development will be realized as a partnership between the central public authorities and the private business environment;
- ✓ civil society and local communities will participate in this development.

Tourism must be sustainable; otherwise damage of tourism on the environment, which will have a negative impact on society, will tend to destroy the very foundation on which the prosperity of this sector has been built.

Tourism through its activity includes a set of measures implemented for organizing and conducting leisure trips or for other purposes, made either by a company or specialized agencies or on their own, for a limited period of time, and by adjacent industries that conquer to satisfy the consumption needs [1, p.40] in a particular tourism destination. This tourism attraction can be individual and can take any form, from a natural resource, to an anthropic resource, to an educational, relaxing, mall or business centre. Through these activities, the tourism branch influences more or less the environment.

Success and attractiveness of a tourism destination also depend on a series of factors and variables that are closely related to the elements that constitute and characterize its destination and tourism resources, as well as the motivational determinants of the tourists. It is noticed that besides the richness and natural beauty, the access infrastructure and facilities offered at the destination level, respectively, besides the prac-

destinației, respectiv pe lângă nivelurile prețurilor practicate, o influență importantă le revine elementelor ce caracterizează populația locală, adică atitudinea acestora față de turiști, precum și trăsăturile socio-culturale ale oamenilor locului [2, p.77].

În această ordine de idei, preocuparea guvernelor pentru promovarea turismului ia forme variate, de la crearea de organizații, inclusiv a ministerelor de resort, care urmează să sprijine cooperarea în domeniu, pentru realizarea unor proiecte complexe de mari dimensiuni, până la implicarea sa ca investitor în diferite proiecte, în special de infrastructură, sau ca garant al siguranței turiștilor și investițiilor prin utilizarea politicilor de stat în acest domeniu, care, în opinia noastră, joacă un rol fundamental.

Implicarea publică apare și sub forma unor instituții de reglementare care au roluri diverse, de la asigurarea calității serviciilor până la modelarea structurilor de piață pentru o serie de industrii din domeniu. În afara celor cu influențe directe în turism, este important ca statul să transmită un semnal de sprijin, care să modeleze favorabil comportamentul celorlalte instituții publice, cum ar fi organele de drept, poliția de frontieră, administrația fiscală și vamală, agenția pentru protecția consumatorilor etc. În multe state, există încă o atitudine ostilă față de industria turistică, manifestată printr-un exces de activitate a organizațiilor de reglementare, care au drept obiect verificarea întreprinderilor de turism.

Experții în turism consideră că implicarea statului în industria turistică a țării trebuie să se rezume la:

- asigurarea condițiilor facilitare de activitate prin liberalizarea actelor permissive;
- elaborarea documentelor de politici publice în domeniul turismului;
- separarea atribuțiilor instituțiilor statului (elaborarea documentelor de politici să fie asigurată de către o instituție a statului, iar implementarea – de către o altă instituție a statului);
- crearea unei infrastructuri moderne, care să permită atragerea unui flux important de turiști;
- acțiuni de promovare a imaginii țării, precum și activități de marketing.

Pe lângă cele enumerate, un rol decisiv trebuie să-i revină statului și în formarea imagi-

tized price levels, and elements that characterize the local population have an important influence, i.e. their attitude towards the tourists as well as the socio-cultural features of the locals [2, p.77].

In this respect, the government's preoccupation for the promotion of tourism takes various forms, from the establishment of organizations, including concerned ministries, that are aimed to support cooperation in the field for the implementation of large complex projects, till its involvement as an investor in various projects, especially infrastructure, or as a guarantor of the safety of tourists and investments through the use of state policies in this area, which in our opinion plays a fundamental role.

Public involvement also occurs in the form of regulatory institutions that have diverse roles, ranging from assuring service quality to modelling the market structures for a number of industries in the field. Besides those with direct influences on tourism, it is important for the state to send a signal of support that will favourably promote the behaviour of other public institutions such as law enforcement, border police, tax and customs administrations, consumer protection agency, and so on. In many countries there is still a hostile attitude towards the tourism industry, manifested by an over-activity of regulatory organizations, which are aimed at verifying tourism companies.

Tourism experts consider that the state's involvement in the country's tourism company should be limited to:

- ensuring the facilitation of the activity by liberalizing the permissive acts;
- development of public policy documents in the field of tourism;
- separation of attributions of the state bodies (development of the policy documents to be provided by one state institution, and implementation – by another state institution);
- creating a modern infrastructure to attract an important flow of tourists;
- actions to promote the image of the country, as well as marketing activities.

Besides those listed, a decisive role should be given to the state and to shaping the image of the country as a tourism destination, the so-called tourism country brand, which would have an important impact on the country's inclusion in the global strategies of the transnational tourism enterprises.

nii țării ca destinație turistică, așa-zisului brand turistic de țară, care ar avea un impact important pentru includerea țării în strategiile globale ale întreprinderilor turistice transnaționale.

În mod obișnuit, în țările occidentale, aceste elemente revin în sarcina unei agenții guvernamentale de rang înalt, care gestionează o stare de normalitate și o dezvoltare liniară a turismului. În țările care doresc o poziționare rapidă pe harta marilor destinații turistice, implicarea statului se face la un nivel executiv superior, cu investiții uriașe pentru intervale scurte de timp. Cazurile Emiratelor Arabe Unite, Turciei etc., sunt edificatoare pentru rapiditatea cu care s-au realizat investiții pe scară largă în infrastructura generală și cea turistică. Alături de aceste organizații executive, sunt implicate numeroase alte organizații publice, care contribuie la crearea imaginii-suport pentru ceea ce va fi folosit în campanii de marketing în mass-media. Numărul și gama acțiunilor acestor organizații acoperă o arie vastă, de la cele de management al informațiilor de toate tipurile, inclusiv turistice, până la acțiuni de promovare adresate segmentului îngust de decidenți politici supremi sau care folosesc personalități de mare notorietate.

Întreprinderile turistice transnaționale au posibilități mari, ca, prin diverse strategii, să-și extindă și să-și întărească poziția pe piața națională și internațională. Explicația constă în resursele financiare și materiale mari, pe care acestea le au la dispoziție, creditul și imaginea favorabilă, de care se bucură, posibilitățile de cercetare, inovare și utilizare a tehnologiilor de vârf, puncte de comercializare diversificate, o vastă și eficace activitate de marketing, un management modern, care le permite să dețină avantaje competitive în comparație cu alte întreprinderi.

Dacă statul urmărește ca dezvoltarea turismului să genereze și o dezvoltare durabilă la nivel economic și social, atunci planurile sale strategice vor fi corelate cu cele ale întreprinderilor turistice transnaționale în sensul implicării capitalului local, conservării resurselor turistice naturale, dezvoltării resurselor umane locale, inclusiv ale managementului destinației turistice. Setul de condiționări impuse de către un stat reflectă atât puterea sa relativă raportată la o întreprindere anume sau la totalitatea întreprinderilor turistice transnaționale, dar și coerența planului propriu legat de dezvoltarea turismului. În mod evident, un stat care are de oferit

Typically, in Western countries, these elements fall under the responsibility of a high-ranking government agency that manages a state of normality and a linear development of tourism. In countries that aim a fast position on the map of major tourism destinations, state involvement is made at a superior executive level, with huge investments for short intervals of time. The case of the United Arab Emirates, Turkey, etc., is enlightening for the rapidity with which large-scale investments have been made in the general and tourism infrastructure. Along with these executive organizations, many other public organizations that help to create the support image for what will be used in marketing campaigns in the media are involved. The number and range of actions of these organizations covers a vast area, ranging from information management of all types, including tourism, to promotional activities addressed to the narrow segment of supreme policy makers or the ones that use well-known personalities.

Transnational tourism companies have great opportunities to expand and strengthen their position on the national and international market through various strategies. The explanation lies in the large financial and material resources they have at their disposal, the credit and the favourable image they enjoy, opportunities for research, innovation and the use of cutting-edge technologies, diversified trading points, a vast and effective marketing activity, a modern management that allows them to have competitive advantages compared to other companies.

If the state seeks for the tourism development to generate sustainable economic and social growth, then its strategic plans will be linked to those of transnational tourism enterprises in terms of local capital involvement, preservation of natural tourism resources, development of local human resources, including management of the tourism destination. The set of conditionalities imposed by a state reflects both its relative strength compared to a particular enterprise or all the transnational tourism enterprises, but also the coherence of its own tourism development plan. Obviously, a state that has advantages, such as market size, in the case of Romania, will have a different position than a state like the Republic of Moldova. In this context, it is encouraged to attract transnational

avantaje, cum ar fi mărimea pieței, în cazul României, va avea o altă poziție, decât un stat precum Republica Moldova. În acest context, este încurajată atragerea întreprinderilor turistice transnaționale pentru a dezvolta capacități operaționale la nivel local.

Exceptând un număr mic de state care blochează, în mod deliberat, circulația turiștilor (cazul Coreei de Nord), celelalte au o atitudine relativ pozitivă, chiar dacă, în practică, realizează un filtraj al celor care intră sau ies din țară. Mai interesant este faptul că spațiile geografice, din ce în ce mai mari, cuprinzând zeci de state, au simplificat până la dispariție formalitățile de trecere a granițelor proprii, ceea ce a încurajat mișcarea turiștilor în aceste spații. Exemplul cel mai elocvent îl reprezintă Uniunea Europeană, care înregistrează un număr mai mare de turiști decât SUA, Japonia sau China (*Anexa 1*). În aceste condiții, spațiul devine o arie tentantă pentru operarea întreprinderilor turistice transnaționale, provenite atât din țările spațiului, cât și din afară.

Studiind practica internațională în materie de dezvoltare turistică, putem concluziona că interesele guvernelor pentru promovarea turismului și măsurile de creare a unor organisme oficiale, prin care statul să-și poată exercita rolul de organizare și coordonare a turismului, s-au concretizat și în diverse acorduri și convenții de colaborare internațională, precum și în legi menite să contribuie la dezvoltarea acestei activități.

O serie de guverne europene continuă și în prezent, la scară largă, să stimuleze dezvoltarea turismului ca principal generator de fluxuri valutare. În acest scop, au fost alocate fonduri considerabile pentru dezvoltarea bazei tehnico-materiale și a infrastructurii turismului, finanțat atât din bugetele de stat, cât și prin contribuția unor organizații internaționale, printre care un loc de frunte a revenit Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD) [3, p.372].

Injecțiile financiare realizate de stat au fost susținute și de investițiile masive de capital ale întreprinzătorilor privați, care necesitau și o îndrumare, și coordonare pe linie de stat. În consecință, guvernele au ajuns la concluzia că singura cale de evitare a efectelor negative care rezultau din conflictele de interese de stat, de grup sau private, constă în coordonarea dezvoltării turismului sub egida organismelor guvernamentale.

Sub acest aspect, se poate lua în considerare ipoteza că, în turism, mai mult decât în alte sectoare de activitate, trebuie să se consolideze o

tourism enterprises to develop operational capacities at the local level.

Except for a small number of states that are blocking the traffic of tourists (North Korea case), the others have a relatively positive attitude, even if in practice they filter out those who enter or leave the country. More interesting is the fact that the growing geographical spaces, comprising dozens of states, have simplified the border crossing formalities until the disappearance, which encouraged the movement of tourists in these spaces. The most eloquent example is the European Union, which has a larger number of tourists than the US, Japan or China (*Annex 1*). Under these circumstances, space becomes a tempting area for the operation of transnational tourism enterprises, both from the countries of the country and from outside.

Studying the international practice of tourism development, we can conclude that the government's interests in promoting tourism and the measures to create official bodies to enable the state to play its role of organizing and coordinating the tourism have also materialized in various international cooperation agreements and conventions, as well as laws designed to contribute to the development of this activity.

A number of European governments are still continuing, on a large scale, to stimulate tourism development as the main source of foreign exchange flows. To this end, considerable funds have been allocated to develop the technical-material base and tourism infrastructure, funded from both state budgets and the contribution of international organizations, including the United Nations Development Program (UNDP) [3, p. 372].

State-sponsored financial injections were also supported by massive capital investment by private entrepreneurs, which also required state guidance and coordination. Consequently, governments have come to the conclusion that the only way to avoid the adverse effects of conflicts of state, group or private interests lies in coordinating the development of tourism under the aegis of government bodies.

From here it can take into consideration the hypothesis that in tourism, as in other sectors of activity, close coordination between various governmental institutions and non-governmental and private organizations, dealing with tourism activity, needs to be strengthened.

strânsă coordonare între diversele instituții guvernamentale, organizații neguvernamentale și private, care se ocupă cu activitatea turistică.

Aranjamentele de colaborare de tip public-privat pot fi dezvoltate, pe scară largă, în turism datorită specificului social al activității. Pentru reușita unei afaceri, trebuie să fie implicată și o rețea de organizații publice, nu numai pentru asigurarea unui mediu extern favorabil, ci și pentru realizarea directă a unor produse. Organizațiile publice locale au un rol decisiv în modelarea destinațiilor cu caracter local, la fel cum cele centrale influențează atât reușita celor locale, cât și a celor naționale [4, p.205].

În consecință, în afara coordonării activității turistice pe țară, trebuie să existe și o coordonare între reprezentanții organismelor guvernamentale de turism la nivel de raioane și local.

Pe de altă parte, importanța națională crescândă a industriei turistice, privită sub aspect economic, social, politic și cultural, precum și relațiile care s-au statornicit pe linie guvernamentală între țări, au determinat coordonarea treptată a politicii de organizare și promovare a turismului de către autoritățile statale. Organismele naționale de turism sunt menite să coordoneze politica turistică națională, constituind, totodată, și instrumentul de executare, îndrumare și control al activității turistice naționale. Odată cu aprobarea Strategiei de Dezvoltare a Turismului „2020”, statul și-a reiterat poziția față de această ramură, stabilind că turismul trebuie să devină un sector economic competitiv și dezvoltat echilibrat, care să valorifice eficient patrimoniul turistic natural și antropic al țării, promovând, în același timp, ospitalitatea moldovenească la standarde înalte [5].

În afara rolului de coordonator (de exemplu, în cazul încheierii unor acorduri guvernamentale de colaborare turistică, a elaborării unor proiecte de legi, decrete, legate de reglementarea turistică pe plan național etc.), statele exercită, totodată, o importantă funcție de dezvoltare a turismului și în politica de investiții și amenajări turistice. Este vorba de coordonarea eforturilor investitorilor pentru realizarea unor amenajări turistice de mari proporții, cum este cazul creării unor noi zone și stațiuni de interes turistic, unde dezvoltarea infrastructurii turistice (dotarea rețelei de drumuri, șosele, apă, canalizare, electricitate, asigurarea echilibrului ecologic etc.), depășește puterea financiară a agenților economici investitori.

Public-private collaboration arrangements can be extensively developed in tourism due to the social nature of the activity. For the success of a business, a network of public organizations must also be involved, not only to ensure a favourable external environment, but also to directly produce products. Local public organizations have a decisive role in shaping local destinations, just as the central ones influence both local and national success [4, p.205].

Therefore, in addition to coordinating the country's tourism activity, there must also be coordination between representatives of the governmental tourism bodies at district and local level.

On the other hand, the increasing national importance of the tourism industry, viewed in terms of economic, social, political and cultural aspects, as well as the governmental relations established between the states, determined the gradual coordination of the policy of organizing and promoting tourism by state authorities. National tourism bodies are designed to coordinate national tourism policy, and are also the instrument for the execution, guidance and control of the national tourism activities. With the approval of the Tourism Development Strategy “2020”, the state reiterated its position on this branch, establishing that tourism should become a competitive and well-developed economic sector that effectively exploits the country's natural and anthropic tourism heritage by promoting at the same time Moldovan hospitality at high standards [5].

Besides the role of coordinator (for example, in the event of the conclusion of governmental agreements on tourism collaboration, drafting of laws, decrees, related to national tourism regulation, etc.), the states also play an important role in the development of tourism and in investment policy and tourism arrangements. It is about coordinating the efforts of investors to develop large-scale tourism facilities such as the creation of new tourism areas and resorts, where the development of tourism infrastructure (endowment of roads, highways, water, sewage, electricity, ensuring ecological balance, etc.) exceeds the financial strength of the investing economic agents.

Another important state prerogative is to increase the productivity of the tourism industry by organizing the process of training and pro-

O altă prerogativă importantă a statului ține de ridicarea productivității industriei turistice, prin organizarea procesului de pregătire și perfecționare profesională, a personalului la toate nivelurile. Acest proces de pregătire și perfecționare trebuie realizat în strânsă cooperare cu instituțiile de stat și cele private, care sunt direct interesate de formarea profesională a cadrelor și în continuă ridicare a calității profesionale a personalului din industria turistică. Eforturile depuse în acest proces trebuie apreciate, prin urmare, ca fiind la fel de importante, ca și cele din infrastructură sau promovare.

Direct sau indirect, statul are un rol însemnat și în procesul de orientare a cererii turistice. Turismul modern este produsul direct al dezvoltării social-economice a țărilor, respectiv al unui nivel determinat de venituri, al unui timp liber sporit etc. Dezvoltarea turismului de masă a creat probleme serioase cu privire la sezonabilitatea cererii turistice și la eșalonarea concediilor și vacanțelor. Statele au făcut și continuă să facă eforturi pentru rezolvarea acestor probleme.

Responsabilitățile organismelor guvernamentale de turism, în afara acțiunilor de publicitate, includ funcțiile de coordonare a tuturor activităților de turism, elaborarea și punerea în aplicare a programelor naționale de dezvoltare turistică, reprezentarea, pe plan intern și internațional, nu numai a organizațiilor turistice, ci și a guvernelor țărilor respective.

Statele participă la acțiunile de promovare a turismului și prin procesul elaborării diverselor reglementări ce țin de activitatea turistică. Importantele beneficii, pe care le aduce turismul economiilor naționale, au determinat majoritatea țărilor să faciliteze dezvoltarea circulației turistice internaționale, prin desființarea sau simplificarea la maximum a formalităților de trecere a frontierei naționale pentru turiștii străini.

Evident, legislația turistică trebuie să țină pasul permanent cu orientarea și dezvoltarea în perspectivă a circulației turistice și cu noile circumstanțe în cadrul cărora se derulează fluxurile turistice.

Concluzii.

Din analiza cercetării efectuate, rezultă că, în condițiile unei economii moderne, politica de realizare a obiectivelor economice și sociale de interes major pentru economia națională (printre care implică obiectivele turistice sau cele care servesc interesele turismului) sunt în competența

profesional development of staff at all levels. This professional training process must be carried out in close cooperation with state and private institutions, which are directly interested in the professional training of staff and in continuously raising the professional quality of the staff in the tourism industry. The efforts made in this process must therefore be regarded as just as important as those in infrastructure or promotion.

Directly or indirectly, the state also has an important role to play in the orientation of tourism demand. Modern tourism is the direct product of the socio-economic development of the countries, namely a determined level of income, increased free time, etc. The development of mass tourism has created serious problems regarding the seasonality of tourism demand and the staggering of holidays and vacations. States have made and continue to make efforts to resolve these issues.

Responsibilities of governmental tourism bodies, in addition to advertising, include the coordination functions of all tourism activities, the development and implementation of national tourism development programs, representation internally and internationally not only of tourism organizations but also of governments of the countries concerned.

States participate in the promotion of tourism also through the process of elaborating various regulations related to tourism activity. The major benefits that tourism brings to national economies have led most countries to facilitate the development of international tourism by abolishing or maximizing national border crossing formalities for foreign tourists.

Obviously, the tourism legislation must keep up with the orientation and the future development of the tourism traffic and with the new circumstances in which the tourism flows take place.

Conclusions.

From the above mentioned we can conclude that, under the conditions of a modern economy, the policy of achieving the economic and social objectives of major interest for the national economy (including the touristic objectives or those that serve the interests of tourism) are in the direct competence of the state bodies, which are the only one able to decide on the use of public funds.

At international level, the state needs to valorise its national advantages in order to create

directă a organismelor de stat, singurele în măsură să decidă utilizarea fondurilor publice.

La nivel internațional, statul trebuie să valorifice avantajele naționale pentru a-și crea avantaje concurențiale care să se reflecte și în turism. El va trebui să folosească diferențele instituționale, care îl avantajează pentru a genera o motivație cu efect în turism (*spre exemplu, Elveția a fost timp de decenii o oază de pace, nefiind implicată în războaiele mondiale și a respectat secretul bancar într-un mod particular, cu efecte pozitive asupra turismului*).

O strategie de internaționalizare se materializează, într-un set de strategii de intrare pe o piață națională, cu caracteristici diferite față de țara de origine care realizează strategia.

În aceste condiții, primul pas, în realizarea unei strategii de intrare, trebuie asigurat printr-o analiză a mediului intern specific țării, pentru care este gândită extinderea produselor turistice. De aceea, strategia de expansiune trebuie să includă efectuarea unei analize complexe, care să stabilească dacă produsele turistice oferite sunt interesante pentru consumatorii-turiști, totodată, determinându-se și avantajul competitiv al acestor produse în raport cu produsele similare ale altor țări, prezente pe această piață.

În această ordine de idei, în opinia noastră, pentru asigurarea expansiunii produselor turistice ale Republicii Moldova pe piața turismului internațional, este necesară realizarea următoarelor activități:

- definirea Master Planului de dezvoltare a turismului (determinarea priorităților și a formelor de turism posibil a fi promovate cu eficiență maximă, utilizarea prioritară a zonelor turistice dezvoltate ale țării, precum și amenajarea infrastructurii turistice a teritoriului);
- evaluarea în cadrul dezvoltării generale, a posibilităților de cazare, alimentare și agrement a zonelor turistice, precum și determinarea posibilităților de suplinire a lor în caz de necesitate;
- coordonarea cercetărilor în domeniul turismului, incluzând și sistemele informaționale pentru culegerea datelor statistice indispensabile atât cercetărilor, cât și pentru fundamentarea strategiei de promovare a turismului intern și receptor;
- implementarea, prin unități de stat și private, a programelor de formare și

competitive advantages that are also reflected in tourism. It will have to use the institutional differences that advantages him to generate motivation with an effect in tourism (*for example, Switzerland has been for decades an oasis of peace not involved in world wars and has respected banking secrecy in a particular way, with positive effects on tourism*).

An internationalization strategy is materialized in a set of strategies for entering a national market, with different characteristics to the country of origin that implements the strategy.

Under these circumstances, the first step in the implementation of an entry strategy must be ensured by an analysis of the domestic environment specific to the country for which the expansion of tourism products is envisaged. That is why the expansion strategy should include a complex analysis to determine whether the offered tourism products are interesting for the tourists, while at the same time determining the competitive advantage of these products compared to similar products of other countries present on this market.

In our opinion, in order to ensure the expansion of tourism products of the Republic of Moldova on the international tourism market, it is necessary to carry out the following activities:

- defining the Tourism Development Master Plan (determining the priorities and forms of tourism that can be promoted with maximum efficiency, the priority use of the developed tourism areas of the country, as well as the development of the tourism infrastructure of the territory);
- assessment of the general development, accommodation possibilities, food and recreation opportunities of the tourism areas, as well as determination of the possibilities for their replacement if necessary;
- coordination of research in the field of tourism, including information systems for the collection of statistical data indispensable both for research and for substantiating the strategy of promoting domestic and receptor tourism;
- implementation, through state and private units, of programs for the training and professional development of the staff needed by the tourism industry;

perfecționare profesională a cadrelor necesare industriei turistice;

- reglementarea și controlul funcționării diferitelor compartimente sau componente ale industriei turistice, în vederea stimulării, protejării și asigurării cadrului legal al activității, corespunzător intereselor industriei turistice, în general, și intereselor turiștilor naționali și internaționali, în special;
- furnizarea serviciilor cu caracter general, indispensabile expansiunii turistice;
- desfășurarea campaniilor de promovare turistică generală și sprijinirea campaniilor de publicitate turistică comercială ale agenților economici din industria turistică,
- asigurarea echilibrului ecologic ca o consecință a dezvoltării circulației turistice în zonele turistice naționale prin conservarea patrimoniului turistic natural și antropic.

Propuneri și recomandări:

Pentru a face față cerințelor stabilite de către Organizația Mondială a Turismului de a deveni țară de destinație turistică și pentru asigurarea unui avantaj competitiv pe piața turistică internațională, este necesară respectarea următoarelor recomandări:

- **popularizarea brandului turistic de țară**, ceea ce permite diminuarea costurilor asociate unor bariere de intrare, de natură comercială și ajută la pregătirea psihologică a viitorilor consumatori;
- **utilizarea tehnologiilor avansate**, care presupune transferul, în timp și spațiu, al produsului turistic solicitat;
- **asigurarea principiului calității**, care presupune respectarea caracteristicilor anterior enunțate în oferta turistică, asociate cu un management performant al costurilor de operare;
- **determinarea anvergurii afacerii**, care permite concentrarea unei cantități mari de resurse, în special de natură financiară și umană, ceea ce permite alegerea unei dimensiuni economice optime a noii afaceri din străinătate;
- **punerea în evidență a produsului sau serviciului turistic remarcabil**, testat pe piața internă, cu caracteristici bine dife-

- regulation and control of the operation of different departments or components of the tourism industry in order to stimulate, protect and ensure the legal framework of the activity, corresponding to the interests of the tourism industry in general and to the interests of national and international tourists in particular;
- providing services of a general nature, indispensable for tourism expansion;
- development of the general tourism promotion campaigns and support of the commercial tourism advertising campaigns of the economic agents in the tourism industry,
- ensuring the ecological balance as a consequence of the development of the tourism circulation in the national tourism areas by preserving the natural and anthropic tourism heritage.

Proposals and recommendations:

In order to meet the requirements set by the World Tourism Organization to become a country of tourism destination and to ensure a competitive advantage on the international tourism market, the following recommendations must be respected:

- **popularization of the country's tourism brand**, which allows the reduction of costs associated with commercial entry barriers and helps to psychologically prepare the future consumers;
- **use of advanced technologies**, which involves the time and space transfer of the requested tourism product;
- **ensuring the principle of quality**, which supposes the respect of the previously mentioned features in the tourism offer, associated with an efficient management of operating costs;
- **determining the size of the business**, which allows concentrating a large amount of resources, especially of financial and human nature, which allows the choice of an optimal economic dimension of the new business from abroad;
- **highlighting the remarkable tourism product or service**, tested on the inter-

rențiate, poate să constituie sursa unei expansiuni internaționale;

- **competențe în managementul informațiilor**, concretizate în utilizarea unor baze mari de date, care să permită obținerea unor avantaje informaționale, ca premisă a identificării rapide a oportunităților și obținerii unei poziții inițiale favorabile.

nal market, with well-define features, may be the source of an international expansion;

- **information management skills**, materialized in the use of large data bases that can provide informational advantages as a prerequisite for a rapid identification of opportunities and obtaining a favourable initial position.

Bibliografie/Bibliography:

1. STĂNCIULESCU, Gabriela Cecilia, STATE, Olimpia. *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*. București: Editura C.H. Beck, 2013, p. 427, ISBN 978-606-18-0160-2
2. COROȘ, Monica, Maria. *Managementul cererii și ofertei turistice*. București: Editura C.H. Beck, 2015, p. 564, ISBN 978-606-18-0502-0.
3. NEACȘU, N., BARON, P., GLĂVAN, V., NEACȘU, M. *Geografia și economia turismului*. București: Editura Pro Universitaria, 2011, pp.619, ISBN 978-973-129-829-0.
4. BĂCANU, Bogdan. *Management strategic în turism. Concepte și studii de caz*. Iași: Editura Polirom, 2009, p.350, ISBN 978-973-46-1262-8.
5. PLATON, Nicolae. *Strategia de dezvoltare a turismului „Turism 2020”*. Chișinău: Editura „Elan Poligraf”, 2014, p. 176, ISBN 978-9975-66-434-9.
<http://statistics.unwto.org>

Anexa 1/ Annex 1

Statistica turismului internațional.
Principalii indicatori. Turism internațional receptor 2010-2016/
International tourism statistics. Main indicators
International tourism receptor 2010-2016

Regiunea/ Region Anul/ Year	Turism receptor (total turiști)/ Tourism receptor (total tourists)					
	Africa	America	Asia	Europa/ Europe	Oriental Mijlociu/ Middle East	Total
2010	49 mln	150 mln	204 mln	477 mln	60 mln	940 mln
2011	50 mln	156 mln	217 mln	504 mln	55 mln	982 mln
2012	53 mln	163 mln	234 mln	534 mln	52 mln	1036 mln
2013	56 mln	169 mln	248 mln	563 mln	52 mln	1088 mln
2014	56 mln	182 mln	263 mln	584 mln	50 mln	1135 mln
2015	53 mln	191 mln	278 mln	609 mln	54 mln	1185 mln
2016	58 mln	201 mln	303 mln	620mln	54 mln	1236 mln

**Încasări în turismul internațional 2010-2016/
Proceeds in international tourism 2010-2016**

Regiunea/ Region	Încasări în turism/ Tourism proceeds (USD)					Total
	Africa	America	Asia	Europa/ Europe	Oriental Mijlociu/ Middle East	
Anul/ Year						
2010	32 mlrd	182 mlrd	249 mlrd	406 mlrd	50 mlrd	919 mlrd
2011	33 mlrd	199 mlrd	289 mlrd	463 mlrd	46 mlrd	1030 mlrd
2012	34 mlrd	215 mlrd	323 mlrd	457 mlrd	47 mlrd	1076 mlrd
2013	35 mlrd	229 mlrd	361 mlrd	489 mlrd	48 mlrd	1162 mlrd
2014	36 mlrd	274 mlrd	377 mlrd	509 mlrd	51 mlrd	1247 mlrd
2015	33 mlrd	304 mlrd	418 mlrd	451 mlrd	54 mlrd	1260 mlrd
2016	35 mlrd	313 mlrd	367 mlrd	447 mlrd	58 mlrd	1220 mlrd

**Ponderea regiunii ca încasări în turismul internațional 2010-2016/
Share of region as proceedings in international tourism 2010-2016**

Anul/ Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Regiunea/ Region							
Africa	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
America	20%	19%	20%	20%	20%	24%	27%
Asia	27%	28%	30%	31%	30%	33%	30%
Europa/ Europe	44%	45%	43%	42%	43%	36%	37%
Oriental Mijlociu/ Middle East	6%	4%	4%	4%	4%	4%	5%

**Ponderea turismului în economia mondială (PIB) 2010-2016/
Share of tourism in world economy (GDP) 2010-2016**

Anul/ Year	PIB
2010	5,0%
2011	6,8%
2012	7,0%
2013	7,2%
2014	7,5%
2015	9,8%
2016	13,8%

*Sursa: Elaborată de autor în baza datelor Organizației Mondiale a Turismului/
Source: Elaborated by author based on data from Tourism World Organization*