

POTENȚIAL TURISTIC GENERAL

Cristian Constantin Drăghici

Radu-Daniel Pintilii

POTENȚIAL TURISTIC GENERAL



EDITURA UNIVERSITARĂ
București, 2016

Colecția PĂMÂNTUL - CASA NOASTRĂ

Redactor: Gheorghe Iovan
Tehnoredactor: Ameluța Vișan
Coperta: Monica Balaban

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
DRĂGHICI, CRISTIAN-CONSTANTIN

Potențial turistic general / Cristian Constantin Drăghici, Radu-Daniel
Pintilii. - București : Editura Universitară, 2016
Conține bibliografie
ISBN 978-606-28-0452-7

I. Pintilii, Radu

338.48(100+498)
791.5(100+498)

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786062804527

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2016
Editura Universitară
Editor: Vasile Muscalu
B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București
Tel.: 021 – 315.32.47 / 319.67.27
www.editurauniversitara.ro
e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021-315.32.47 / 319.67.27 / 0744 EDITOR / 07217 CARTE
comenzi@editurauniversitara.ro
O.P. 15, C.P. 35, București
www.editurauniversitara.ro

Cuprins

| | |
|---|-----------|
| Capitolul I. Importanța fenomenului turistic la nivel mondial | 7 |
| I.1. Importanța turismului la nivel mondial | 7 |
| I.2. Impactul activităților turistice | 16 |
| I.2.1. Aspecte pozitive | 16 |
| I.2.1.1. Impactul economic pozitiv al turismului..... | 16 |
| I.2.1.2. Impactul social-cultural pozitiv al turismului | 18 |
| I.2.1.3. Impactul pozitiv al turismului asupra mediului..... | 18 |
| I.2.2. Aspecte negative ale fenomenului turistic..... | 18 |
| I.2.2.1. Impactul economic negativ al turismului..... | 19 |
| I.2.2.2. Impactul social-cultural negativ al turismului..... | 20 |
| I.2.2.3. Impactul negativ al turismului asupra mediului..... | 21 |
| | |
| Capitolul II. Terminologie specifică, utilizată în industria turistică .. | 22 |
| | |
| Capitolul III. Potențialul turistic – terminologie..... | 29 |
| III.1. Clasificarea potențialului turistic | 30 |
| III.2. Potențialul turistic natural | 31 |
| III.2.1. Potențialul morfoturistic | 32 |
| III.2.2. Potențialul climato-turistic..... | 33 |
| III.2.3. Potențialul turistic al rețelei hidrografice..... | 34 |
| III.2.4. Potențialul turistic biogeografic | 34 |
| III.3. Potențialul turistic antropic | 36 |
| III.3.1. Potențialul turistic al elementelor de arheologie și monumente de artă | 36 |
| III.3.2. Potențialul turistic religios | 37 |
| III.3.3. Potențialul turistic cultural-artistic..... | 37 |
| III.3.4. Potențial turistic tehnico-economic | 37 |
| III.3.5. Obiective turistice arhitecturale | 37 |
| III.3.6. Etnografie și folclor | 38 |
| | |
| Capitolul IV. Potențialul turistic natural - factor primordial în activitățile turistice | 39 |
| IV.1. Potențialul morfoturistic | 39 |
| IV.2. Potențialul climato-turistic..... | 53 |
| IV.3. Potențialul turistic al rețelei hidrografice..... | 56 |
| IV.4. Potențialul turistic biogeografic | 66 |

| | |
|---|-----|
| Capitolul V. Potențialul turistic antropic | 69 |
| V.1. Potențialul turistic al elementelor de arheologie și monumente de artă | 69 |
| Capitolul VI. Clasificarea formelor de turism, consecință a valorificării eficiente a potențialului turistic | 81 |
| VI.1. Principalele forme de turism..... | 81 |
| Capitolul VII. Indicatori utilizați în turism | 85 |
| Bibliografie | 132 |
| Anexe | 140 |

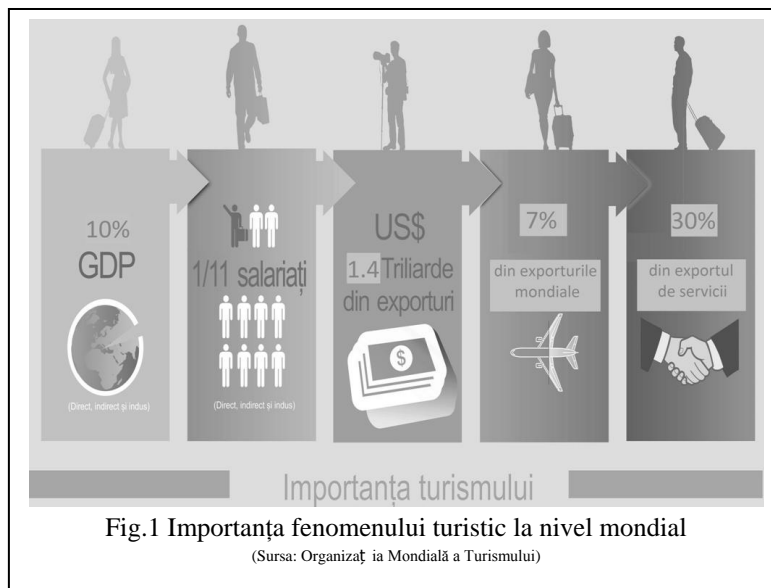
Capitolul I

Importanța fenomenului turistic la nivel mondial

I.1. Importanța turismului la nivel mondial

Turismul reprezintă astăzi unul dintre cele mai dinamice și elastice sectoare economice din cadrul unei țări, fiind totodată considerat și un important motor de dezvoltare, datorită efectului de multiplicare, cu rol de a atrage dezvoltare și în domenii conexe. Acest lucru s-a observat, în special, în cazul țărilor aflate în curs de dezvoltare. Totodată, turismul a devenit astăzi un adevărat fenomen, un fenomen social-economic. Astăzi, turismul modern este direct proporțional cu gradul de dezvoltare al economiilor și și-a completat anual catalogul destinațiilor, cu noi astfel de oferte. Ca importanță printre celelalte ramuri economice, în unele situații, cifra de afaceri din turism este egală sau chiar o depășește pe cea a exporturilor de petrol, produse alimentare sau automobile, iar pentru țările în curs de dezvoltare, turismul poate reprezenta o importantă sursă de venituri, contribuind și la dezvoltarea unor ramuri conexe, cum ar fi agricultura, construcțiile și telecomunicațiile.

Pentru a evidenția în mod cert importanța turismului, Fig. 1 ilustrează participarea acestui sector în cadrul altor ramuri economice, iar astăzi, se poate observa că reprezintă 10% din Produsul Intern Brut la nivel



mondial, 1 din 11 locuri de muncă sunt locuri de muncă ce sunt create în activități turistice. Din exporturi, turismul valorează 1,4 mii de miliarde \$ USD, ceea ce reprezintă o participare a acestuia de 7% și 30% din exportul de servicii.

Evoluția fenomenului turistic a înregistrat o creștere constantă, lucru măsurat și prin prisma sosirilor internaționale de turiști. Astfel, dacă în anul 1950, numărul sosirilor internaționale de turiști erau de 25 milioane, acestea au crescut la 277 milioane în anul 1980, la 528 milioane în anul 1995, la 675 milioane în anul 2000, la 940 de milioane în anul 2010, ajungând ca, în anul 2015, acestea să atingă valoarea de 1184 milioane de turiști.

O analiză detaliată asupra situației din ultimul an, potrivit ultimului raport al Organizației Mondiale a Turismului (OMT), ca for suprem al activității turistice la nivel mondial, arată că numărul sosirilor turistice internaționale a crescut cu 4,4% în 2015, față de anul precedent, creșterea fiind cu 50 de milioane de turiști. Pe de altă parte, anul 2015 devine al șaselea an consecutiv de creștere peste medie a sosirilor internaționale, cu o creștere anuală de peste 4% în fiecare an, începând cu anul post-criză 2010, deși încasările din turism au fost puternic influențate de fluctuațiile înregistrate în cadrul ratelor de schimb, prețul mondial al petrolului, efectele încă resimțite ale crizei economice globale, în multe părți ale Globului. Pe de altă parte și evenimente, precum atentatele teroriste au influențat încasările din domeniul turismului, și tind să influențeze (negativ), din ce în ce mai mult, ștergând practic de pe hartă turistică a lumii, anumite destinații cu îndelungată tradiție și cu obiective turistice cu valoare de unicat.

Pentru a accentua importanța turismului la nivel mondial, secretarul general al OMT, Taleb Rifai spunea că „Turismul internațional a atins noi culmi în anul 2015. Performanța robustă a sectorului este de a contribui la creșterea economică și la crearea de locuri de muncă în multe părți ale lumii. Astfel, este esențial ca țările să promoveze politici care să stimuleze creșterea continuă a turismului, inclusiv facilitarea de călătorie, dezvoltarea resurselor umane și dezvoltarea durabilă”.

Creșterile înregistrate în cadrul sosirilor turistice, din anul 2015, au fost resimțite diferit de la o regiune la alta. În cadrul unor macro-regiuni turistice, precum cele din Europa, din America și din Asia și Pacific au fost înregistrate creșteri, cifrate în jurul valorii de 5%. În cazul Orientul Mijlociu, acestea au fost de doar 3%, în timp ce continentul african, este marcat de scădere, datele limitate disponibile, indicând o scădere de 3%,

mai ales din cauza evenimentelor politice din Africa de Nord, care reprezentau peste o treime din sosirile în regiune. Perspective optimiste sunt și pentru anul 2016, rezultatele Indicelui de Încredere al OMT arătând creșteri moderate, comparativ cu anii anteriori, estimările fiind de creșteri, în medie, cu 4% pentru acest an. La nivel regional, intensitatea creșterilor va fi diferită, mai puternică în Asia și Pacific (+ 4% până la + 5%) și cele două Americi (+ 4% până la + 5%), urmate de Europa (+ 3,5% la + 4,5%). În privința proiecțiilor privind Africa, creșterile sunt estimate de la + 2% până la 5%, iar în Orientul Mijlociu de la + 2% la + 5%, însă deși valorile proiectate sunt pozitive, trebuie luat în calcul faptul că, datorită contextului politic din regiune, acestea prezintă un mare grad de incertitudine și de volatilitate.

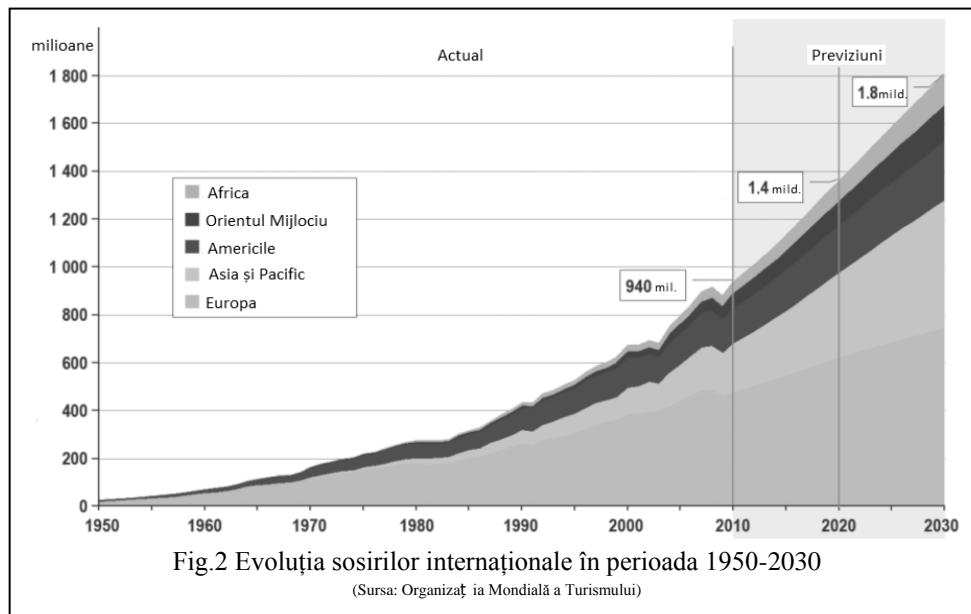
Pentru anul 2015, analiza detaliată a rezultatelor regionale arată că în Europa, creșterile de +5% au fost determinate în mare parte de un curs mai slab al monedei unice, în raport cu principalele valute, și în special cu dolarul american. Sosirile turistice internaționale au fost, conform analizelor OMT, de 609 milioane (cu 29 de milioane de turiști mai mult decât în anul anterior). În cadrul continentului european, statele din Europa Centrală și de Est au înregistrat creșteri de +6%, o revenire spectaculoasă față de scăderea din anul anterior. Creșteri au fost înregistrate și în celelalte părți ale continentului european, datorită destinațiilor turistice cu tradiție, fiind vorba despre Europa de Nord (+ 6%), Europa Sudică sau Mediteraneană (+ 5%) și Europa de Vest (+ 4%). Pentru regiunea Asia și Pacific (+ 5%), sosirile turistice au fost în creștere cu 13 milioane de turiști, pentru a ajunge la 277 de milioane, cu rezultate inegale pe destinații. Creșteri mai mari au fost înregistrate în Oceania (+ 7%) și Asia de Sud-Est (+ 5%), în timp ce în Asia de Sud și în NE Asiei, creșterea a fost de doar 4%.

Privind situația continentului american, sosirile turistice internaționale au crescut, având valori de + 5%, o creștere de 9 milioane de turiști, atingând valoarea de 191 milioane. Aprecierea dolarului SUA, în fața celorlalte valute, a determinat o stimulare a călătoriilor de ieșire din Statele Unite ale Americii. Astfel, de aceste ieșiri au beneficiat în special zone turistice precum Caraibe și America Centrală, ambele înregistrând o creștere de 7%. Rezultate obținute în cazul celor două Americi, ambele cu valori de +4%, au fost aproape de media mondială. Pentru Orientul Mijlociu s-a estimat o creștere de aproximativ +3% a sosirilor turistice internaționale,

Însă datele limitate disponibile arată o scădere de 3% a sosirilor internaționale, ajungând la un total de 53 de milioane. Pentru partea de nord a Africii sosirile turistice au scăzut cu 8%, iar în Africa Sub-Sahariană cu 1%, deși acesta din urmă a revenit la o creștere în a doua jumătate a anului. Totuși se atrage atenția în raportul OMT că atât pentru Africa cât și pentru Orientul Mijlociu rezultatele ar trebui să fie interpretate prudent, deoarece acestea se bazează pe date disponibile limitat.

La nivel de țări, China, SUA și Marea Britanie înregistrează cele mai mari creșteri privind călătoriile în străinătate în 2015, bazate și pe o monedă proprie care s-a apreciat față de celelalte valute. Printre primele țări, furnizoare de turiști din lume, China, se remarcă cu o creștere de două cifre în cheltuieli în fiecare an, începând din 2004. De turiștii chinezi, beneficiază destinațiile asiatice (Japonia și Thailanda), altele precum Statele Unite, precum și diverse alte destinații din Europa. La polul opus, plecările de turiști din Federația Rusă și din Brazilia au scăzut semnificativ, din cauza constrângerilor economice înregistrate de cele două țări, iar în cazul Rusiei, deprecierea rublei față de aproape toate celelalte monede, a accentuat și mai mult situația.

Dacă în perioada 1950-2010, numărul sosirilor internaționale a crescut continuu, cu o rată accentuată, mai ales după 1970 (Fig. 2), de la aproape 25 de milioane sosiri internaționale în anul 1950, la aproape 1



miliard de turiști în anul 2010 (940 milioane), între 2010 și 2020, Organizația Mondială a Turismului estimează o creștere și mai accentuată, ajungând în anul 2020 la 1,4 miliarde de turiști. Între 2020 și 2030 sunt așteptate de asemenea creșteri, valoarea din anul 2030 fiind estimată la 1,8 miliarde turiști.

Printre cauzele care vor sta la baza creșterii continue a numărului de turiști în perioada următoare se pot regăsi creșterea veniturilor populației, progresul înregistrat în domeniul transporturilor, creșterea duratei concediilor (deci și a unui disponibil de timp liber), creșterea speranței de viață, prin îmbunătățirea sistemului medical și facilitarea accesului la această categorie de servicii, precum și al celor de pensii, dar și asigurarea unor campanii publicitare tot mai eficiente pe piețele emergente.

În privința piețelor tradiționale, cheltuielile din Statele Unite ale Americii, a doua piață din lume după China, au crescut cu +9%, iar în Marea Britanie, cu +6%, pe fondul dezvoltării celor două economii după revenirea din Criza Economică Globală și de avantajul unor monede puternice pe piața valutară. Creșteri mai lente, în privința încasărilor din turism au înregistrat Germania, Italia și Austria (toate la +2%), în timp ce în Canada și în Franța, încasările au fost modeste.

Totuși, pe termen scurt, pot exista anumiți factori, care vor frâna această creștere, și care vor afecta mai mult sau mai puțin, estimările specialiștilor pentru întreaga perioadă, până în anul 2030. Printre acestea se pot include amenințările teroriste, care au luat amploare deosebită, în ultima perioadă, în special, în cazul unor țări cu tradiție privind turismul. O altă problemă o poate constitui apariția unor epidemii (virusul Zika, pentru America Latină) sau existența unor boli, care pot, de asemenea, să restricționeze accesul turiștilor într-un anumit areal. Nu în ultimul rând, fluctuațiile valutare (cazul Elveției, prin aprecierea bruscă francului în fața principalelor valute, euro sau dolar american), care pot determina scăderi sau creșteri ale ratelor de schimb, și implicit a numărului de sosiri turistice.

Pentru a avea o imagine de ansamblu și pentru a ilustra mai bine fenomenul turistic și importanța acestuia, vom reda un clasament al țărilor europene, în funcție de numărul de sosiri turistice, pornind de la faptul că aceasta este considerată cea mai veche piață turistică la nivel mondial (pentru ierarhia la nivel mondial vezi anexa 1). Așadar, în stabilirea clasamentului pentru perioada 1995 – 2014 (tabel 1), pe un interval de

aproximativ 5 ani consecutiv, a fost ierarhizat numărul sosirilor internaționale la nivel de stat, pentru fiecare an în parte, obținându-se o ierarhie (rang) de la 1 – 48. Pentru a putea reflecta o imagine cât mai apropiată de realitate, au fost calculate, de asemenea, rangurile și la nivel mondial. Astfel, prima coloană din tabel reprezintă ierarhia la nivel european, iar cea de-a doua, la nivel mondial. De menționat este faptul că pentru două state europene Organizația Mondială a Turismului nu dispune de date statistice. Este vorba despre Kosovo și Vatican, fiind recunoscut faptul că, acesta din urmă, primește anual un număr însemnat de turiști, atât de pe continentul european cât și din afara acestuia. Pentru altele, disponibilitatea datelor statistice, de care a fost nevoie în calcularea rangurilor, este sporadică.

Tabel 1. Europa - Evoluția rangurilor în funcție de numărul sosirilor turistice internaționale (1995-2014)

| Țara | R.Eur 1995 | R.Mond 1995 | R.Eur 2000 | R.Mond 2000 | R.Eur 2005 | R.Mond 2005 | R.Eur 2010 | R.Mond 2010 | R.Eur 2014 | R.Mond 2014 |
|----------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| Franța | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Spania | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| Italia | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 |
| Turcia | 10 | 15 | 11 | 16 | 7 | 10 | 4 | 6 | 4 | 6 |
| Germania | 7 | 11 | 6 | 10 | 6 | 9 | 6 | 8 | 5 | 7 |
| Marea Britanie | 4 | 5 | 4 | 6 | 4 | 6 | 5 | 7 | 6 | 8 |
| Rusia | 8 | 12 | 5 | 7 | 5 | 7 | 7 | 11 | 7 | 9 |
| Austria | 6 | 9 | 7 | 11 | 8 | 11 | 8 | 12 | 8 | 13 |
| Grecia | 9 | 13 | 9 | 13 | 11 | 17 | 10 | 17 | 9 | 15 |
| Polonia | 5 | 8 | 8 | 12 | 10 | 15 | 11 | 19 | 10 | 18 |
| Olanda | 12 | 18 | 10 | 15 | 12 | 19 | 12 | 22 | 11 | 21 |
| Ukraina | 17 | 31 | 15 | 23 | 9 | 13 | 9 | 13 | 12 | 24 |
| Ungaria | - | - | - | - | 13 | 20 | 13 | 24 | 13 | 25 |
| Croația | 23 | 53 | 16 | 26 | 16 | 26 | 14 | 28 | 14 | 27 |
| Cehia | - | - | - | - | 14 | 21 | 16 | 31 | 15 | 28 |
| Danemarca | 21 | 44 | 20 | 42 | 15 | 22 | 15 | 30 | 16 | 31 |

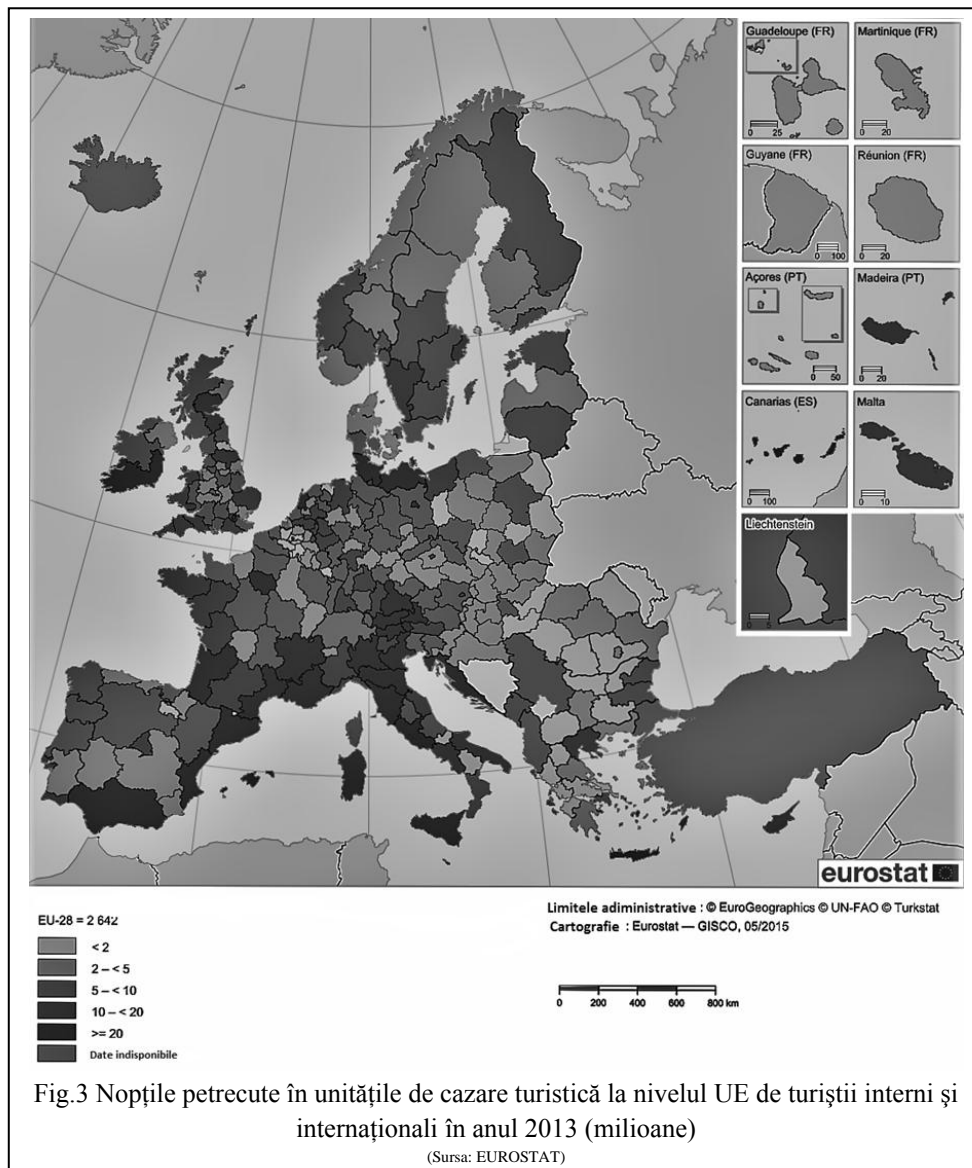
| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Elvetia | 11 | 17 | 12 | 19 | 18 | 29 | 17 | 32 | 17 | 35 |
| Portugalia | 16 | 23 | 17 | 27 | 22 | 41 | 21 | 41 | 18 | 36 |
| Irlanda | 15 | 22 | 13 | 20 | 17 | 28 | 20 | 38 | 19 | 37 |
| Romania | 14 | 21 | 18 | 30 | 21 | 40 | 18 | 36 | 20 | 38 |
| Belgia | 13 | 20 | 14 | 22 | 19 | 32 | 19 | 37 | 21 | 39 |
| Bulgaria | 18 | 32 | 23 | 48 | 24 | 46 | 22 | 42 | 22 | 42 |
| Suedia | 20 | 41 | 19 | 41 | 23 | 45 | 24 | 47 | 23 | 47 |
| Georgia | 34 | 132 | 32 | 104 | 36 | 106 | 30 | 72 | 24 | 48 |
| Norvegia | 19 | 36 | 21 | 44 | 25 | 48 | 25 | 50 | 25 | 51 |
| Albania | - | - | - | - | - | - | 28 | 67 | 26 | 57 |
| Estonia | 29 | 73 | 26 | 67 | 30 | 64 | 27 | 63 | 27 | 64 |
| Cipru | 22 | 46 | 25 | 50 | 27 | 58 | 29 | 68 | 28 | 71 |
| Slovenia | 26 | 66 | 28 | 70 | 31 | 72 | 31 | 75 | 29 | 72 |
| Andorra | - | - | 22 | 46 | 28 | 59 | 32 | 76 | 30 | 73 |
| Azerbaidjan | - | - | - | - | 35 | 98 | 36 | 90 | 31 | 75 |
| Lituania | 27 | 70 | 29 | 72 | 29 | 63 | 33 | 82 | 32 | 77 |
| Letonia | 28 | 72 | 31 | 89 | 33 | 82 | 34 | 86 | 33 | 79 |
| Malta | 24 | 59 | 27 | 68 | 32 | 79 | 35 | 88 | 34 | 81 |
| Munte negru | - | - | - | - | 41 | 130 | 37 | 94 | 35 | 89 |
| Armenia | 38 | 166 | 39 | 163 | 39 | 125 | 39 | 115 | 36 | 96 |
| Luxemburg | 25 | 64 | 30 | 75 | 34 | 85 | 38 | 110 | 37 | 102 |
| Serbia | - | - | - | - | 37 | 115 | 40 | 116 | 38 | 103 |
| Islanda | 31 | 113 | 33 | 110 | 38 | 120 | 41 | 128 | 39 | 104 |
| Bosnia și Herțegovina | - | - | 36 | 127 | 42 | 140 | 42 | 137 | 40 | 119 |
| Macedonia | 33 | 119 | 35 | 120 | 43 | 145 | 44 | 146 | 41 | 127 |
| Monaco | 30 | 104 | 34 | 113 | 40 | 128 | 43 | 144 | 42 | 134 |
| Belarus | 32 | 116 | 38 | 154 | 44 | 163 | 46 | 168 | 43 | 152 |
| San Marino | 37 | 161 | 40 | 165 | 46 | 175 | 45 | 167 | 44 | 163 |
| Liechtenstein | 35 | 143 | 37 | 153 | 45 | 174 | 47 | 183 | 45 | 166 |
| Moldova | 36 | 157 | 41 | 175 | 47 | 183 | 48 | 194 | 46 | 173 |
| Slovacia | - | - | - | - | 20 | 37 | 23 | 45 | - | - |
| Finlanda | - | - | 24 | 49 | 26 | 55 | 26 | 53 | - | - |
| Kosovo | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Vatican | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

Sursa date: Organizația Mondială a Turismului

La o primă analiză a tabelului 1, se poate observa faptul că, în ierarhia rangurilor pentru anul 2014, privind numărul sosirilor internaționale de turiști, la nivel european există 3 state, printre cele mai mari ale continentului, care și-au păstrat pe întreaga perioadă, aceleași poziții. Este vorba despre Franța, Spania și Italia. De menționat este faptul că Franța a dominat clasamentul pe întreaga perioadă 1995-2014, ocupând în fiecare an prima poziție în clasament, nefiind niciodată surclasată, efectivul de turiști fiind în creștere de la 60.033.000 turiști în anul 1995 la 83.767.000 turiști în 2014. Având în vedere faptul că Parisul atrage un număr foarte mare de turiști, trebuie văzut care va fi situația după atentatele, care au avut loc în capitala Franței și dacă acestea și-au pus amprenta asupra sosirilor turistice, în special cele de la Paris. Fenomenul turistic a luat o amploare deosebită în Turcia, care dacă până 2000 ocupa poziția 10 (1995) și 11 (2000), din 2005 începe să urce în clasament, ajungând pe locul 7 în 2005, din 2010 până în prezent situându-se pe a patra poziție la nivel european, cu un număr de 39.811.000. Începând cu această perioadă, situația Turciei devine una interesantă, întrucât se așteaptă o scădere a numărului de turiști, datorită contextului geopolitic (divergențele cu Rusia), dar și datorită creșterii gradului de insecuritate pentru turiști (terorismul – în Turcia având loc, în ultima perioadă în special în zonele turistice, o serie de atentate).

Ultimele poziții ale clasamentului sunt ocupate de o serie de state mici, care nu dispun de resurse turistice însemnate și pentru care turismul nu a fost dominant, pozițiile acestora din clasament, pentru întreaga perioadă, confirmând acest lucru. Este vorba aici despre o serie de state, printre care Macedonia (Rang 41 – 425.000 turiști în 2014), Monaco (Rang 42 – 329.000 turiști în 2014), Belarus (Rang 43 – 137.000 turiști în 2014), San Marino (Rang 44 – 75.000 turiști în 2014), Liechtenstein (Rang 45 – 54.000 turiști în 2014) și Republica Moldova (Rang 46 – 11.000 turiști în 2014). Pentru Finlanda și Slovacia, datele pentru anul 2014, pentru care am realizat prezenta ierarhie, nu au fost disponibile, dar acestea din urmă ocupau în perioada 2000 – 2010 poziții mediane, în clasament.

Amploarea fenomenului turistic la nivel european poate fi completată și prin situația privind numărul total de înnoptări petrecute în unitățile de cazare de către turiștii interni și internaționali (Fig. 3) dar de



data aceasta la nivelul UE (două argumente puternice au stat la baza acestei decizii: mărimea organizației și cele trei destinații de top - Franța, Spania și Italia). Se poate observa că piețele turistice tradiționale (Franța, Spania și Italia) sunt și cele ce înregistrează cel mai mare număr de înnoptări cu precizarea că există diferențe evidente inclusiv la nivelul lor dacă analiza este realizată pe un palier inferior (diviziuni administrativ teritoriale).

Astfel se poate observa că cel mai mare număr de înoptări se înregistrează în zonele litorale ale celor trei state (avantajul celor 3S: soare, nisip, mare) și zona Alpilor pentru Italia și Franța dar și în orașele cu un bogat patrimoniu cultural (Roma, Paris, Barcelona) ceea ce ne arată complementaritatea celor două elemente de potențial turistic (natural și antropic).

I.2. Impactul activităților turistice

Un aspect important și un deziderat pentru fiecare stat, în condițiile actuale ale unei economii concurențiale, îl reprezintă dezvoltarea, în toate domeniile cheie. Acest lucru nu se poate face decât prin adoptarea unor măsuri coerente, care să conducă la creșterea veniturilor, prin creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și a productivității muncii, în toate sectoarele economice.

Trebuie știut faptul că, nu întotdeauna dezvoltarea unor sectoare se face armonios cu altele, existând uneori acțiuni contradictorii chiar în cadrul aceluiași domeniu. Turismul, ca ramură importantă în cadrul unei economii, poate exercita o contribuție benefică și poate îndeplini acest deziderat, prin efectele de multiplicare bine cunoscute, dar nu trebuie neglijate nici acele aspecte negative, ale fenomenului turistic, pe care acesta le poate exercita într-o anumită destinație turistică.

Impactul pe care turismul îl poate exercita asupra societății, este unul tripolar, specialiștii din diverse domenii identificând trei componente majore asupra cărora acesta își aduce contribuția, atât pozitivă cât și negativă.

I.2.1. Aspecte pozitive

I.2.1.1. Impactul economic pozitiv al turismului

Așadar, componenta economică este una dintre cele mai importante și poate fi măsurată direct prin volumul încasărilor din turism, iar în cazul turismului internațional, prin încasărilor valutare. De asemenea, impactul economic mai poate fi măsurat prin achiziția de bunuri și materii prime, dar și prin prestarea de servicii, pentru satisfacerea necesităților turiștilor dintr-o destinație turistică. Alte modalități prin care, impactul economic al turismului poate fi observat, îl reprezintă cheltuielile pentru infrastructura generală și a celei specifice, plățile către factorii de producție, pentru publicitate și reclamă.

Din punct de vedere al cuantificării impactului economic al turismului, economiștii au identificat trei niveluri principale din care provin încasările turistice:

- *încasări turistice directe* – reprezintă prima etapă a cheltuielilor, cele exercitate de către turiști, în cadrul destinațiilor turistice.
- *încasări turistice indirecte* – reprezintă cea de-a doua etapă al cheltuielilor, exercitate de către prestatorii de servicii turistice, cei care deja au primit primul val de cheltuieli.
- *încasări turistice induse* – reprezintă ultimul nivel de cheltuieli identificate în sfera turismului.

Una dintre cele mai cunoscute tehnici de măsurare a impactului economic al turismului o reprezintă Contul Satelit al Turismului, un instrument statistic, aprobat de către Organizația Națiunilor Unite (ONU), în anul 2002 și care se bazează pe analiza intrări-ieșiri. Acesta permite măsurarea mărimii relative și importanța turismului, chiar identificarea contribuției activităților turistice în alcătuirea Produsului Intern Brut (PIB). Astăzi, Contul Satelit al Turismului a devenit un standard internațional, prin care se măsoară amploarea fenomenului turistic.

Un prim efect de multiplicare al turismului este constatat în crearea locurilor de muncă. Potrivit Organizației Mondiale a Turismului, astăzi, 1/11 locuri de muncă sunt locuri de muncă în activități turistice. Locurile de muncă sunt create atât în activitățile turistice directe, cum sunt cele din ariile de atracție turistică, din unitățile de cazare, de alimentație publică sau din activitățile de transport turistic. De asemenea, turismul mai poate contribui la crearea locurilor de muncă și în mod indirect, în domenii precum activitățile agricole, cele din sfera construcțiilor, dar și a micilor producători. Pe ansamblu, se poate spune că, turismul are un efect de multiplicare, superior altor domenii economice, contribuind la creșterea încasărilor în economiile locale, însă trebuie avut în vedere gradul sezonier al locurilor de muncă, din această industrie, iar cel puțin pentru țările în curs de dezvoltare, activitățile turistice reprezintă o modalitate eficientă de promovare a valorilor culturale și a mediului de afaceri.

1.2.1.2. Impactul social-cultural pozitiv al turismului

Turismul poate avea un impact pozitiv, inclusiv asupra componentei social-culturale în cadrul destinațiilor turistice. Activități turistice pot contribui la menținerea în viață sau chiar la reînvierea unor tradiții și a culturii locale. Cu alte cuvinte, se poate păstra sau restaura moștenirea culturală.

De asemenea, anumite evenimente din cultura și tradițiile locale, chiar anumite produse, pot fi readuse la viață, prin interesul manifestat de grupurile de turiști. Astfel, pot renaște, arte și meserii tradiționale, poate fi cultivat sentimentul mândriei, dar și cel al identității culturale în cadrul unor destinații turistice.

Prin schimburile interculturale, pot exista avantaje de ambele părți, atât din partea turiștilor, care sunt dornici să cunoască elementele culturale ale localnicilor cât și invers, din partea acestora din urmă, care doresc să fie cât mai ospitalieri cu turiștii, prin utilizarea limbajului turiștilor sau chiar evocând anumite aspecte din istoria și tradițiile acestora.

1.2.1.3. Impactul pozitiv al turismului asupra mediului

Din punct de vedere al impactului asupra mediului, pot fi identificate o serie de interacțiuni tridimensionale: interacțiunea turist – mediu natural, interacțiunea turist – localnici și interacțiunea localnici – mediu natural. Printre cele mai cunoscute aspecte, privind impactul pozitiv al turismului asupra mediului natural, putem aminti creșterea interesului pentru protejarea ecosistemelor specifice, creșterea controlului asupra unor activități economice, ce pot afecta mediul natural (defrișările sau pescuitul), reinvestirea profitului din activități turistice în zonele de origine ale acestuia, și nu în cele din urmă conștientizarea comunităților locale cu privire la resursele turistice pe care le dețin, dar și cu problemele de mediu cu care acestea se pot confrunta. Turismul are capacitatea de a promova necesitatea protecției mediului natural, iar prin aceasta chiar păstrarea unui constant flux turistic.

1.2.2. Aspecte negative ale fenomenului turistic

Așa cum s-a putut observa, de-a lungul timpului, turismul, prin extensiunea vastă a fenomenului, poate atrage, odată cu dezvoltarea sa, și o serie de aspecte mai puțin plăcute, de cele mai multe ori cu impact negativ,

pentru arealele cu potențial turistic, dar și asupra turiștilor, într-un cuvânt, asupra dezvoltării în ansamblu. Palierele, în care impactul negativ al turismului a fost observat, sunt de regulă asemănătoare, dacă nu chiar identice cu cele în care s-au identificat și aspectele pozitive.

1.2.2.1. Impactul economic negativ al turismului

Din punct de vedere economic, una dintre cele mai importante probleme, cu care se confruntă turismul la nivel mondial, o reprezintă așa numita scurgere a veniturilor directe pentru destinațiile turistice. Veniturile directe sunt în cazul de față identice cu profitul obținut de o destinație turistică. Astfel, cea mai mare parte a cheltuielilor turistice, sunt oferite către tur operatorii, companii aeriene, lanțuri hoteliere internaționale și alte companii prestatoare de servicii din domeniu, și mai puțin în cadrul întreprinderilor sau prestatorilor de servicii turistice, aflate în cadrul destinațiilor. Cu alte cuvinte, cea mai mare parte a profiturilor, obținute dintr-un anumit areal turistic, se scurge. Acesta putem spune că „se răătăcește”, părăsește foarte ușor arealul în care a fost obținut, și este aproape imposibil să fie reținut la nivel de destinație turistică, acolo unde acesta a fost inițial realizat. În țările în curs de dezvoltare ale Asiei, aceasta scurgere poate ajunge până la 70% în cazul Thailandei și chiar 80%, în cazul altor state din lumea a III-a, conform estimărilor făcute de UNEP (Programul Națiunilor Unite pentru Mediu).

Alte aspecte, care s-au dovedit dăunătoare sunt date de rata inflației, reflectată de creșterea prețurilor locuințelor, sau a terenurilor, uneori chiar a produselor alimentare, ca urmare a dezvoltării activităților turistice. Pot, de asemenea, crește prețurile chiar pentru anumite produse și servicii suplimentare, solicitate de către turiști, în anumite destinații, în special acele destinații turistice emergente.

De asemenea, un impact economic negativ poate fi reprezentat de costurile de oportunitate, prin dezvoltarea activităților turistice în detrimentul altor activități economice. Enclavizarea activităților turistice, reprezintă un alt aspect negativ, prin crearea serviciilor de tip “all-inclusive”, prin care turiștii, având totul la dispoziție nu mai sunt determinați să efectueze cheltuieli pentru economia locală. O altă caracteristică negativă este dată de creșterea dependenței față de activitățile turistice. În cadrul țărilor în curs de dezvoltare, cu o capacitate redusă de a-

și valorifica alte resurse, în ultima perioadă s-a observat o monospecializare a acestora, turismul devine o activitate din ce în ce mai importantă. Practic, pentru acestea, nu există o altă alternativă de dezvoltare economică, iar, în caz de apariție a unor modificări în structura cererii turistice, țara devine extrem de vulnerabilă în fața crizelor sistemice, fiind dependentă de veniturile asigurate din activități turistice. În Gambia, dependența directă sau indirectă de turism a forței de muncă este de 30%. În statele mici insulare în curs de dezvoltare, procente pot varia de la 83% în Maldive, la 21% în Seychelles și 34% în Jamaica (UNEP, 2016).

Totuși câteva măsuri eficiente de combatere a efectelor economice negative ale turismului, pot fi luate în seamă. Printre acestea se pot aminti reinvestirea profitului, în ariile din care acesta provine, ceea ce face ca de acesta să beneficieze comunitățile locale, asigurarea că turiștii plătesc un preț corect pentru serviciile de care beneficiază, sprijinirea inițiativei sau chiar protejarea antreprenorialului local.

1.2.2.2. Impactul social-cultural negativ al turismului

Turismul, prin varietatea formelor pe care le îmbracă, dar și prin frecvența și intensitatea acestora au dezvoltat, nu de puține ori, aspecte sociale și culturale, mai puțin plăcute, care au adus prejudicii comunităților locale gazdă. Astfel, pot fi amintite în acest sens aspecte sociale și culturale cu impact negativ, unele dintre acestea, ireversibile, precum: alterarea valorilor tradiționale, pierderea identității culturale, care de multe ori, pot genera apariția potențialelor conflicte între turiști și comunitățile locale. Alte aspecte negative, ca apariția unui anumit grad de disconfort, între turiști și localnici, ca urmare a densității ridicate a turiștilor, aflate într-o continuă creștere, modificarea stilului de viață, din cauza sezonității turistice; identificarea unei schimbări de atitudine, prin mercantilizarea relațiilor interumane, chiar dezvoltarea prostituției (cu caracter instituționalizat în unele țări) sau dezvoltarea unei economii subterane, au mai putut fi constatate.

Printre măsurile de combatere a efectelor social-culturale, cu impact negativ asupra fenomenului turistic, dezvoltarea unui turism durabil, pe termen lung, din toate punctele de vedere, s-ar impune. Mai presus de toate acestea, accentul pe comunitățile locale gazdă, prin cultivarea unui sentiment de demnitate și mândrie în rândul acestora, este foarte important,