

## CONTRIBUȚIA TURISMULUI ÎN PROCESUL CREȘTERII ECONOMICE

Asistent univ. drd. **Dumitru NICOLETA**

Universitatea Româno-Americană, București, România

### Abstract

*The spread of tourism presented in it's variety of aspects shows the link between it's development and the economic growth, process that increase and intensify the demand for certain types of products and services which otherwise wouldn't have been produced or delivered. The economical importance of the tourism which is visible in the degree of working force utilization, in the use of resources, in investment stimulation, in the share this field is contributing with in the GDP, makes the tourism a stimulating factor for the global economic system.*

**Key words:** economic growth, resources, tourism.

**JEL classification:** E01, Q01.

Creșterea rolului serviciilor în viața economică și socială pe plan mondial, în special pentru țările dezvoltate, a fost interpretată de sociologi ca o înlocuire a "civilizației primare" cu "civilizația terțiară", deoarece societatea în care predomină serviciile au ocupat, treptat, locul celei în care domina agricultura.

Procesul de diversificare și extindere a serviciilor este rezultatul amplificării activităților de *informatizare a societății, de ocrotire a mediului ambiant sau a extinderii accentuate a urbanizării* (gospodărie locativă, distribuția energiei și a apei, transport, telecomunicații), a celor privind *creșterea timpului liber al individului* (spălătorii, curățătorii,

forme moderne de comerț, întreținerea aparatelor de uz casnic și gospodăresc), precum și a *serviciilor legate de utilizarea timpului liber* (turism, cultură, sport).

Constituit, în principal, din prestații de servicii, turismul reprezintă astăzi una din componentele esențiale ale sectorului terțiar, apartenența la acest sector derivând din modul de realizare a unora din trăsăturile sale definitorii ca mobilitate, dinamism sau capacitate de adaptare la exigențele fiecărui turist, precum și din particularitățile produsului turistic, acesta fiind rezultatul combinării armonioase a mai multor servicii cu trăsături specifice și mecanisme proprii de utilizare.

Legat de efectele turismului asupra economiei, **Organizația Mondială a Turismului** (într-un studiu realizat în anul 1980) împarte aceste efecte în trei categorii, respectiv:

- **efecte globale:** asupra economiei naționale, în general, stimulării producției, folosirii forței de muncă;

- **efecte parțiale:** asupra echilibrului balanței de plăți, nivelul ratei de schimb, masei monetare și circulației bănești, modului de distribuție a veniturilor, dezvoltării regionale, mediului rural, mișcării demografice;

- **efecte externe:** asupra calității mediului, formării profesionale, obiceiurilor de consum, instruirii și educației, schimbărilor sociale și culturale.

Ținând cont de toate aceste aspecte, se impune o abordare multifuncțională a turismului (Cosmescu Ion, 1998), care poate fi prezentată schematic astfel:

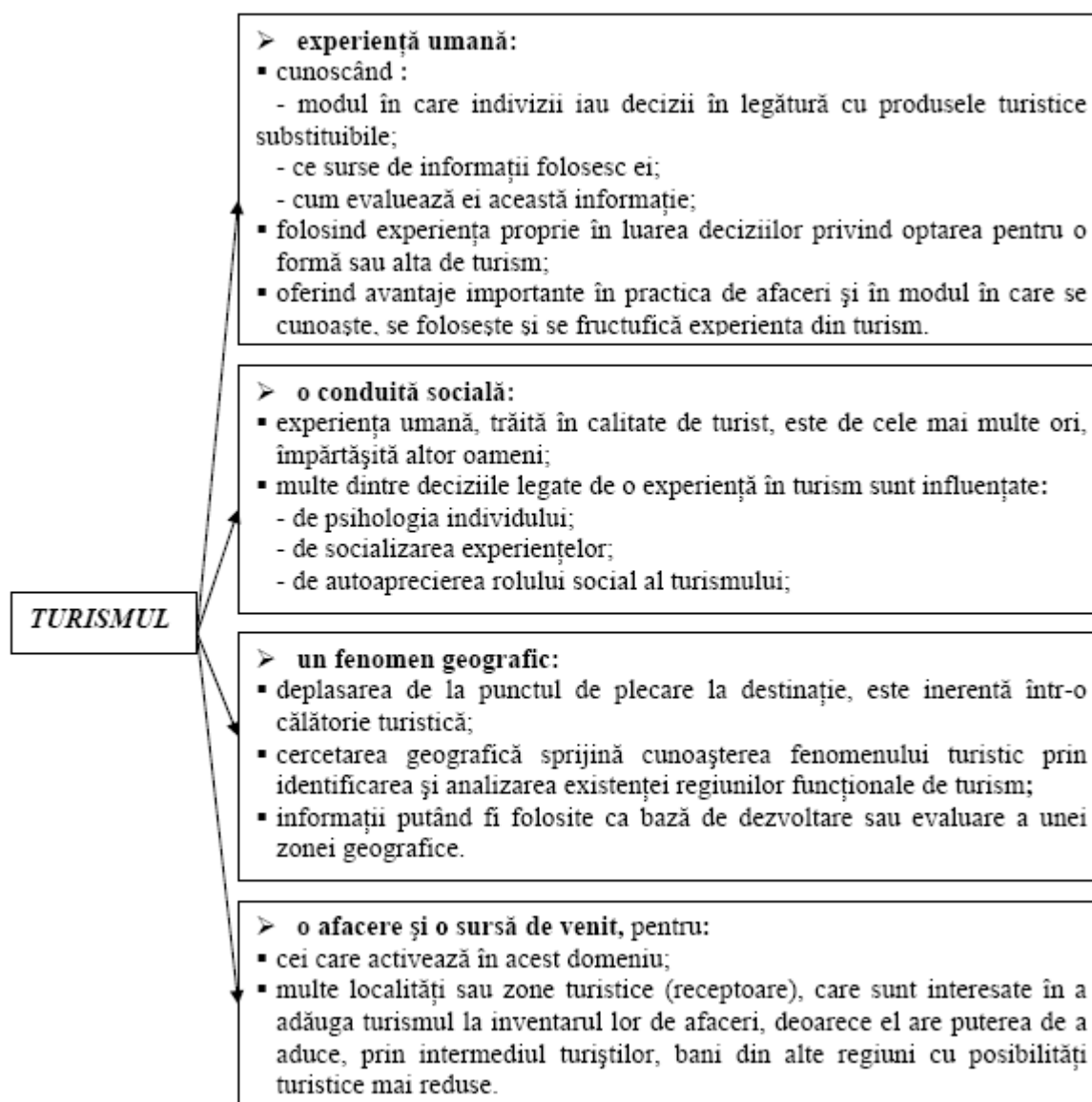


Figura 1 - Abordarea multifuncțională a turismului

Dimensiunile fenomenului turistic, prezentarea multifuncționalității acestuia, evidențiază **interdependența dintre dezvoltarea turismului și creșterea economică**, proces care intensifică și antrenează cererea pentru o serie de bunuri și servicii, care altfel nu ar fi fost produse sau prestate. Structura cheltuielilor turistice reflectă impulsul pe care aceste cheltuieli îl dau sectoarelor ce concurează la realizarea produsului turistic, procesul de creștere a veniturilor având loc cu precădere în aceste sectoare dar și în alte sectoare ale economiei, prin intermediul input-urilor (intrărilor) succesive de bani, încasați de la turiști, încasări ce reprezintă venituri derivate ale acestor sectoare.

Importanța economică a turismului, evidențiată de implicațiile și considerentele acestui domeniu, este argumentată astfel:

**a) Turismul se consideră a fi creator și utilizator de venit național**. Antrenarea și stimularea producției turistice, determină un spor de producție care se regăsește ca aport la crearea produsului intern brut.

Efectul favorabil al turismului asupra venitului național, este evidențiat de procesul prin care exportul de turiști asigură valorificarea mai avantajoasă a resurselor naționale și a muncii interne. Turismul contribuie la producerea de venit național și prin valorificarea resurselor nevalorificate încă, exploatarea suplimentară a celor ce aparțin altor domenii, sau a creațiilor realizate în alte scopuri.

În cazul țării noastre, se poate studia respectivul aspect, prin rezultatele obținute sub formă procentuală, raportând valoarea adăugată din turism, înregistrată ca valoare adăugată în hoteluri și restaurante, la cea totală pe ramuri:

**Tabelul 1 - Ponderea valorii adăugate din turism în valoarea adăugată totală pe ramuri**

Indicatori	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Valoare adăugată în hoteluri și restaurante (mld. lei prețuri curente)	9501,1	13685,6	19042,4	24590,0	32337,6	40484,5
Valoare adăugată pe total ramuri (mld. lei prețuri)	331547,6	480475,1	708841,8	1042837,3	1356191,7	1681724,2
Pondere VA din turism VA pe total ramuri (%)	2,87	2,85	2,68	2,36	2,38	2,40

Sursa: Anuarul Statistic al României, edițiile 1999-2004

Se observă că, în perioada 1998-2003 ponderea valorii adăugate din turism în total valoare adăugată fluctuează ușor în sensul unei scăderi de la un an la altul.

Aceeași tendință se înregistrează și în ceea ce privește ponderea valorii adăugate din turism în produsului intern brut, doar cu o excepție, anul 2001, când s-a stabilit un procent doar de 1,84%.

**Tabelul 2 - Ponderea valorii adăugate din turism în PIB**

Indicatori	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Valoare adăugată în hoteluri și restaurante (mld. lei)	9501,1	13685,6	19042,4	24590,0	32337,6	40484,5
Produs intern brut (mld. lei prețuri curente)	373798,2	545730,2	803773,1	1167687,0	1514750,9	1903353,9
Pondere VA din turism în PIB (%)	2,54	2,51	2,37	1,84	2,13	2,13

Sursa: Anuarul Statistic al României, edițiile 1999-2004

Pentru populație, cheltuielile turistice reprezintă cheltuieli peste cele legate de satisfacerea nevoilor elementare, astfel turismul constituind instrumentul de regularizare a circulației bănești. Cu ajutorul său, statul readuce în circulație o parte din economiile bănești ale populației, acționând, totodată, asupra realizării echilibrului necesar între cantitatea de mărfuri și servicii oferite populației și instituțiilor și cererea solvabilă a cumpărătorilor.

**b) Turismul reprezintă un mieloc de valorificare a resurselor**. Implicațiile economice ale turismului cuprind și elemente care vizează o valorificare superioară a resurselor implicate în derularea activității turistice, în special a celor naturale (peisaj, climă, ape, floră, faună), dar și antropice, turismul fiind pentru multe dintre acestea singura modalitate de valorificare.

Activitatea turistică asigură și dezvoltarea unor zone mai sărace în resurse, prin realizarea unor amenajări turistice, favorizând utilizarea pe plan local a celor existente, a forței de muncă, astfel creându-se condiții de viață mai bune rezidenților (un exemplu în acest sens fiind turismul rural, care nu pune accent neapărat pe confort și agrement, ci pe asigurarea unui cadru natural nealterat pentru turist, precum și pe tradiții, obiceiuri și activități desfășurate în aceste areale). Se conturează, astfel, rolul turismului în

dezvoltarea economico- culturală a regiunilor respective, determinând chiar mutații în evoluția acestora.

Treptat, ca urmare a derulării activităților turistice în zonele sărace din punct de vedere al resurselor naturale, s-au creat condițiile atenuării dezechilibrelor de la nivel interregional, dar și intraregional, precum și la scară locală, națională sau mondială.

c) Prin asigurarea unei circulații bănești echilibrate, **turismul contribuie la atenuarea fenomenului inflaționist**. Aspecte inflaționiste în turism sunt semnalate la nivelul zonelor supuse dezvoltării turistice, printr-o condensare mai mare a cererii turistice care determină o accentuare a fluctuațiilor sezoniere ale prețurilor, o discrepanță semnificativă între puterea de cumpărare a rezidenților și cea a turiștilor printr-o creștere a prețurilor la alimente, spații de cazare pentru turiști/investitori/angajați externi sau la unele produse sau servicii cerute mai mult în zonele respective.

La nivel național și mondial este sesizat fenomenul presiunii inflaționiste prin prețul pământului din zonele cu destinație turistică. În aceste regiuni, prețul pământului a crescut rapid, pentru că turiștii ajung să-și cheltuiască banii investindu-i în economia zonei turistice (gazdă), astfel creându-se o sensibilă presiune inflaționistă.

În ceea ce privește turismul internațional, relevant este procesul de consolidare a monedei naționale, a liberei convertibilități, spre care se tinde prin realizarea unor încasări valutare cât mai ridicate, ceea ce ar contribui la atenuarea deficitului balanței de plăți.

Măsurile antiinflaționiste care pot fi adoptate trebuie să cuprindă propuneri privind adoptarea unei politici a cursului de schimb ridicat sau deflaționiste, sau a practicării unei dobânzi ridicate.

d) **Turismul sprijină diversificarea structurilor economice**. În conexiune cu dezvoltarea și modernizarea economiei unei țări, turismul se manifestă și ca un mijloc de diversificare a structurilor economice, ceea ce presupune, *pe de o parte*, dezvoltarea celor existente ca urmare a derulării activităților turistice cu implicații directe sau indirecte asupra lor prin creșterea dimensiunilor sectoarelor economice destinate să satisfacă cererea turistică, iar *pe de altă parte* crearea altor ramuri datorită apariției unor noi activități specifice turismului: agrementul, transportul pe cablu, agențiile de voiaj, producția de artizanat și altele.

În **Marea Britanie**, de exemplu, dependența unor subramuri economice de activitatea turismului este de 3% în domeniul comerțului cu amănuntul, de 25% pentru serviciile culturale și recreative, iar activitatea transporturilor este dependentă de turism în proporție de 23%. De asemenea, în **Franța**, situația se prezintă astfel: transporturile aeriene- 75%,

construcții de automobile- 50%, locuri în teatre- 33% și lista poate continua ( P. Py – *Le tourism. Un phenomene economique*, La Documentation Francaise, Paris, 1996). Nevoia de adaptare permanentă a ofertei turistice la cerințele turiștilor constituie fundamentul procesului de diversificare a structurii economiei oricărei țări.

e) **Turismul joacă un rol important în economie și prin faptul că generează noi locuri de muncă**, având, astfel, o contribuție majoră la atragerea excedentului de forță de muncă din alte sectoare și, deci, la reducerea șomajului.

În condițiile în care serviciile turistice sunt vandabile în prezența prestatorului și turistului, simultan, iar automatizarea și mecanizarea penetrează mai lent acest domeniu, putem aprecia că sectorul turistic este un mare consumator de muncă vie. În acest sens, se poate aprecia turismul ca fiind cel mai dinamic sector, prin prisma creării de locuri de muncă sub diferite forme care au determinat stabilirea următoarelor tipuri de angajări:

- *angajare directă* – persoanele care lucrează într-o întreprindere turistică, precum hoteluri, restaurante, magazine pentru turiști, agenții de voiaj, touroperatorii;

- *angajare indirectă* – locuri de muncă produse în sectoarele de aprovizionare cu mărfuri alimentare și nealimentare, respectiv industrie, agricultură, piscicultură;

- *angajare indusă* – personal suplimentar angajat pe baza cheltuirii câștigurilor salariale realizate de angajații direcți și indirecti;

- *angajare în domeniul construcțiilor* – locuri de muncă în domeniul construcției infrastructurii și capacității de turism; acestea, de regulă, sunt temporare, dar pot dura o perioadă mai îndelungată în acele zone unde are loc o dezvoltare continuă a turismului.

Problemele în plan economic și social cu care se confruntă **România** și-au pus amprenta și în ceea ce privește populația ocupată în turism (hoteluri și restaurante). Astfel, din 1997 până în 2003 s-a înregistrat o scădere fluctuantă, minima fiind plasată la nivelul anului 2001, când și din punct de vedere procentual s-a stabilit că numai 0,92% aparțin populației ocupate din hoteluri și restaurante din totalul celei ocupate pe economie.

**Tabelul 3 - Ponderea populației ocupate din turism în totalul populației ocupate din România**

Indicatori	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Populația ocupată în hoteluri și restaurante (mii)	130	98	100	93	79	95	105
Populație ocupată în economie(mii)	9023	8813	8420	8629	8563	8329	8306
Ponderea populației ocupate din turism în totalul populației	1,44	1,11	1,19	1,07	0,92	1,14	1,26

Sursa: Anuarul Statistic al României, edițiile 1998 - 2004

Poate ar trebui amintite aici și principalele calități ale lucrătorului din turism, domeniu în care calitatea produsului depinde în mare măsură de pregătirea angajaților: aspect fizic plăcut, cunoștințe de limbă străină, flexibilitate, amabilitate, onestitate, putere de convingere, abilități speciale de comunicare etc.

În funcție de gradul de dezvoltare a turismului și de structura specifică a economiilor țărilor lumii, ponderile populației ocupate în turism oscilează foarte mult, astfel, la nivel global, industria turismului și a călătoriilor a generat 73.692.500 de locuri de muncă în anul 2004, cu o pondere de 2,8% din totalul locurilor de muncă la nivel mondial, iar dacă extindem analiza implicând și alte sectoare economice influențate de activitatea turistică, se constată că această industrie a generat 214.697.000 de locuri de muncă, cu o pondere de 8,1% din totalul locurilor de muncă la nivel mondial.

În 2004 numărul locurilor cel mai ridicat s-a înregistrat în Asia de Nord –Est : 18.281 mii de angajați, cu o pondere de 2% din totalul locurilor de muncă la nivelul respectivei zone geografice. Europa Centrală și de Est a înregistrat 3.230 mii de locuri de muncă, cu o pondere de 2% din total la nivelul zonei, din care **România**, conform studiului realizat de WTTC, a înregistrat 118 mii locuri de muncă, respectiv 1%. Pentru următorii 10 ani este estimată o creștere anuală de 1,7% a numărului de locuri de muncă, ajungând în anul 2014 la un nivel de 87.450.300 de locuri de muncă în industria turistică. (Cărăuleanu Eugen, 2005)

Pe lângă aceste aspecte cantitative, relația turism-forță de muncă poate fi exprimată și calitativ, printr-o serie de aspecte :

- **nivelul de calificare profesională** - conform studiilor realizate de P. Py în lucrarea sa "*Le tourism. Un phenomene economique*", în principalele țări europene, circa 40% din totalul personalului din turism este necalificat, aprox. 42% din total personal

are studii medii, 8% studii de specialitate și numai 10% studii superioare.

- **fluctuația** - se apreciază că, în medie, 35-40% din totalul lucrătorilor din turism sunt angajați temporar. Această situație influențează negativ atât nivelul satisfacției lucrătorilor (lipsa garanției unui loc de muncă, câștiguri salariale fluctuante), cât și calitatea serviciilor.

- **raportul între cei angajați full-time și part-time**, caracterul temporar al angajării, alături de alte aspecte, conducând costul relativ ridicat al creării unui nou loc de muncă în turism și întreținerii acestuia.

- **costul formării profesionale.**

Un aspect particular al relației turism- forță de muncă îl constituie efectul indirect al creșterii numărului celor ocupați în acest sector. În calitatea sa de consumator de bunuri și servicii, turismul influențează benefic utilizarea forței de muncă în ramurile furnizoare ale acestuia, cum sunt: agricultura, industria alimentară, industria ușoară, construcții etc. (un loc de muncă direct în turism poate crea de la 1 la 3 locuri de muncă indirecte și induse). (R.-M. Gogonea, 2005)

**f) Turismul** reprezintă un domeniu prielnic în ceea ce privește relansarea și modernizarea oricărei economii, deoarece afacerile sunt de dimensiuni reduse iar necesitățile de capital sunt mici imprimând investițiilor un ritm rapid, astfel, se constituie într-un **stimulator al investițiilor.**

Investițiile din turism antrenează investițiile din acele domenii care își desfășoară activitatea în strânsă corelație cu turismul. Se exercită, în acest mod, o influență favorabilă asupra zonei în care a fost plasat obiectivul amenajat, prin veniturile generate de exploatarea acestuia, prin consumul de bunuri și servicii precum și prin salariile acordate angajaților.



Tabelul 4 - Ponderea investițiilor din turism în totalul investițiilor din România

Indicatori	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<i>Investiții în hoteluri și restaurante</i> (mld. lei)	99,5	711,6	1 185,8	1 097,8	2 746,7	3 315	4 815
<i>Totalul investițiilor în economie</i> (mld. lei)	44 134,7	60 515,2	83 948,1	124 987	204 195	271 735	356 512
<i>Pondere investițiilor din turism în total investiții</i>	0,91	1,18	1,41	0,88	1,35	1,22	1,35

Sursa: Anuarul Statistic al României, edițiile 1998-2004

Investițiile realizate în turism le influențează nemijlocit atât pe cele din sectorul terțiar cât și pe cele de la nivel național, astfel evidențiindu-se dublul rol stimulator al turismului:

- stimulator al *investițiilor specifice turismului*;
- stimulator al *investițiilor naționale*.

Pe plan mondial, investițiile din turism reprezintă 7% din totalul eforturilor investiționale, în timp ce la nivelul țării noastre ponderea investițiilor din turism în totalul investițiilor, în perioada 1997-2004 se poate observa (tabel nr.4) că a avut o evoluție oscilantă, înregistrând chiar o mică scădere în anul 2002 față de 2001 cu 0,13%, urmând ca în următorul an să se echilibreze din nou situația.

Situația înregistrată poate fi justificată prin faptul că investițiile efectuate de agenții economici sunt finanțate din veniturile proprii, deoarece investițiile străine sunt foarte mici.

Se poate spune, în continuare, că sectorul turistic românesc își menține trăsătura generală prin care investițiile sunt rezultatul alocării fondurilor din sursele locale, acestea fiind de mică valoare și scurtă durată.

Dacă ar fi să amintim aici elementele importante ce stau la baza dezvoltării investițiilor, ar trebui să menționăm modificarea mentalității în favoarea utilizării investițiilor pe termen lung în locul celor pe termen scurt, de asemenea cu investiții minime să se obțină beneficii maxime și efecte imediate și încurajarea investitorilor străini de a plasa capitalul financiar în acest domeniu, prin:

- scutirea de impozite pe profit pe o perioadă mai mare de 7 ani;
- eliminarea constrângerilor ce împiedică investitorii să-și plaseze capitalul;
- repartizarea adecvată și judicioasă a fondurilor de promovare a turismului. (R. Minciu,

2000)

g) **Turismul – componentă a relațiilor externe.** Evoluția economiei mondiale se caracterizează, în ultimii ani, printr-o creștere și diversificare a schimburilor internaționale sub impactul dezvoltării și specializării țărilor lumii, precum și a adâncirii diviziunii internaționale a muncii. În acest context, progresul tehnic și revoluția tehnico-științifică au determinat o serie de mutații în structura relațiilor economice dintre state. Schimburile de mărfuri, care erau în trecut singura formă de realizare a legăturilor comerciale între state, au făcut loc și altor sectoare, printre care cel de prestări servicii, sector ce nu are ca obiect al tranzacției un bun material, fapt pentru care a fost denumit “comerț invizibil”. Operațiunile acestui tip de comerț pot fi: serviciile (de turism internațional, de transport internațional, de asigurări, operații bancare etc.), transferurile bănești (particulare: salarii, taxe; de stat: donații, cotizații) sau sume provenite din investițiile făcute în străinătate (încasări, beneficii, dividende).

Având o structură eterogenă, cu implicații în toate domeniile vieții economice și sociale, comerțul invizibil are un rol important în procesul creșterii economice, fiind un factor de lărgire și diversificare a relațiilor economice internaționale, de facilitare a accesibilității țărilor la schimbul mondial de valori.

Turismul internațional este parte componentă a comerțului cu servicii, cuprinzând toate activitățile generate de turiști care, pentru a vizita anumite destinații turistice, depășesc granițele țării, astfel, prin această apartenență, el are o contribuție semnificativă la *creșterea și diversificarea exporturilor*, susținută și prin varietatea produselor sau serviciilor puse la dispoziția turiștilor (de cele mai multe ori specifice : peisaj, climă, ape minerale). Acest tip de export, pe lângă faptul că este foarte diversificat, este și foarte *eficient*, presupunând costuri mai reduse prin eliminarea cheltuielilor de transport, a taxelor vamale, a diferitelor comisioane etc.

Astfel, turismul internațional reprezintă o importantă sursă de devaloare sau de economisire a acestora, ca mijloc de valorificare, în condiții mai avantajoase comparativ cu formele clasice ale exporturilor, a resurselor interne cheltuite pentru producerea unor mărfuri destinate pieței internaționale. Turismul internațional contribuie în acest fel la echilibrarea balanțelor comerciale de plăți. La nivel mondial, conform raportului anual publicat de WTTC, în 2004, principalii indicatori ai industriei turismului și călătoriilor, cu un impact direct, se prezentau astfel:

**Tabelul 5 - Indicatorii turismului mondial (2004)**

Indicator	Valoare absolută (miliarde USD)	Procent (%)
- contribuție PIB la nivel	1.542,1	3,8% din PIB
- volumul exporturilor de	1.289,8	12,2% din totalul
- capitalul investit	802,3	9,4% din totalul

Sursa: Cărăuleanu Eugen, *Industria mondială a turismului*, Revista de Comerț, nr. 3, Martie, 2005

Referitor la **cererea totală mondială de servicii turistice și călătorii**, ponderea cea mai mare din o înregistrează *Uniunea Europeană* în procent de 36% (valoare absolută 1.981.400 milioane USD), urmată de *America de Nord* cu un procent 31% (valoare absolută 1.684.400 milioane USD). *Europa Centrală și de Est* înregistrează o pondere redusă de 3% (184.910 milioane USD), din care **România** deține o pondere de 0,09% (4,754 milioane USD), dar cu un ritm de creștere reală de 9,3% peste media Europei Centrale și de Est de 7,9% și peste media mondială de 5,9%.

Această formă de turism ia naștere prin combinarea a două fluxuri turistice :

1. *receptoare* – reprezentate de sosirile cetățenilor străini într-o țară dată ce au domiciliu permanent în țara emitentă; cheltuielile efectuate de acești turiști reprezintă pentru țările primitoare o sursă importantă și eficiență de încasări valutare;

2. *emițătoare* – reprezentate de plecările în scopuri turistice ale cetățenilor unei țări în străinătate; plecările efectuate de acești turiști reprezintă pentru țările emițătoare o formă de import “extern” ce poate reduce sau spori soldul “activ sau pasiv” al balanței turistice și comerciale, în special, și cel al balanței de plăți, în general.

Procesul profund de restructurare a economiei României, vizează în acest moment, realizarea propriei configurații în care sectorul serviciilor se situează la un nivel superior, amplificându-se rolul acestora în contextul adâncirii relațiilor dintre ramurile și subramurile economice.

Dinamismul economico-social contemporan, deci implicit cel manifestat la nivelul României, a determinat schimbări și în structura sectorului serviciilor, în care turismul ocupă astăzi un rol prioritar.

Prin toate aceste implicații ale turismului în viața economică a unei țări (zone) se poate considera că turismul este un factor de creștere a calității vieții, ce se concretizează prin două tipuri de relații:

a) *relație de cauzalitate directă*, de creștere pe termen scurt a calității vieții datorită activității turistice.

Pentru cei care efectuează vacanțe, turismul înseamnă crearea condițiilor și posibilităților de

odihnă, destindere, cultură sau contact cu alți oameni. Prin odihna asigurată, turismul contribuie la menținerea echilibrului biologic și fiziologic al omului contemporan, care găsește în această activitate o soluție efectivă împotriva constrângerilor de tot felul.

Menținerea unui interes pentru viață din partea bătrânilor, înlocuirea treptată a tratamentului medicamentos cu cel bazat pe factori de cură naturală, fac din turism un sector prielnic pentru mărirea speranței de viață și pentru refacerea capacității forței de muncă și sănătate.

Turismul poate constitui un factor de socializare, dând posibilitatea cunoașterii directe a realității în fața căruia turistul își poate forma anumite atitudini. El facilitează schimbul de idei, opinii, gânduri, contribuind în mod egal la formarea intelectuală a indivizilor.

b) *relație mediată/indirectă*, în care turismul induce anumite modificări în alte ramuri ale economiei naționale, care la rândul lor pot influența nivelul calității vieții.

Turismul nu influențează numai în mod direct nivelul calității vieții ci și indirect, prin interferența acestuia cu unele ramuri (agricultura, industria, comerțul). Astfel, prin turism se oferă un deșeu pentru surplusuri relative de forță de muncă, valorifică în mod superior produse locale, exploatează în comun cu alte ramuri (industria, agricultura) forme de energie neconvențională, stimulează unele ramuri producătoare de bunuri de consum cu rol important în asigurarea calității vieții, contribuie la dezvoltarea concurenței, fapt ce conduce la îmbunătățirea standardelor calitative de către unele ramuri economice.

**În concluzie**, produsul turistic este rezultatul activității desfășurate de diverși agenți economici, turismul acționând ca un stimulator al sistemului economic global.

Dezvoltarea turismului angrenează astfel, o multitudine de componente cu efecte de stimulare și antrenare, atât a producției industriei turistice, cât și a altor ramuri de activitate din cadrul economiei, care participă direct sau indirect la procesul creșterii economice.

## BIBLIOGRAFIE

1. Cărăuleanu Eugen, (2005) - *Industria mondială a turismului*, Revista de Comerț, nr. 3, Martie
2. Cosmescu Ion, (1998) *Turismul- fenomen complex contemporan*, Editura Economică, București
3. Minciu R., (2000) - *Economia turismului*, Editura Uranus, București
4. Gogonea R.-M., (2005) *Metode statistice aplicate în analiza turismului rural*, teză de doctorat, ASE, București