

CUPRINS

INTRODUCERE	7
--------------------------	---

CAPITOLUL I

Analiza contextului globalizării și a implicațiilor sale economice	11
Rolul și caracteristicile globalizării în noua economie	
1.1 Rolul și caracteristicile globalizării în noua economie.....	12
1.2 Conexiunea între globalizare și Uniunea Europeană.....	28
1.2.1 Conceptul de piață economică unică	31
1.2.2 Influențele pieței europene unice asupra dezvoltării economice	35

CAPITOLUL II

Impactul liberalizării schimburilor internaționale cu servicii asupra turismului pe plan economic și regional	41
2.1 Modificări în structura comerțului internațional cu servicii; locul și importanța turismului internațional în cadrul comerțului internațional cu servicii	42
2.2 Impactul liberalizării circulației serviciilor asupra dezvoltării turismului	53
2.2.1 Analiza evoluției cererii de servicii turistice internaționale pe plan global și regional	56
2.2.2 Impactul liberalizării schimburilor internaționale cu servicii asupra ofertei turistice	61
2.2.3 Perspectivele dezvoltării serviciilor turistice internaționale	66

CAPITOLUL III

Direcții de dezvoltare a serviciilor turistice din România în cadrul pieței europene	70
3.1 Analiza dezvoltării serviciilor turistice în România.....	70
3.2 Propuneri de dezvoltare a serviciilor turistice românești	84
3.2.1 Posibilități de dezvoltare a serviciilor agențiilor de turism din România	87
3.2.2 Soluții pentru dezvoltarea serviciilor hoteliere din România	93
3.3 Necesitatea creșterii calității serviciilor turistice românești pentru a fi competitive pe plan extern	100

CAPITOLUL IV

Modalități de cooperare între agențiile din turismul internațional pentru diversificarea și personalizarea serviciilor turistice	114
4.1 Importanța cooperării în vederea realizării produsului turistic	114
4.2 Modalități de cooperare între agențiile din turismul internațional.....	116

4.2.1 Cooperarea bazată pe strategia de integrare	117
4.2.2 Cooperare folosind strategia de asociere	120
4.2.3 Cooperare prin intermediul strategiei de achiziție.....	121
4.2.4 Cooperarea utilizând strategia de protecție	121
4.3 Cercetare calitativă la nivelul agenției de turism privind cooperarea în domeniul turistic.....	122
4.4 Propuneri de îmbunătățire a cooperării în domeniul turismului folosind diversificarea și personalizarea serviciilor turistice.....	123

CAPITOLUL V

Cercetarea preferințelor turiștilor pentru fundamentarea strategiilor de diversificare și personalizare a serviciilor turistice.....

5.1 Cercetarea preferințelor turiștilor români față de serviciile oferite de agențiile de turism	134
5.1.1 Metodologia cercetării	135
5.1.2 Rezultatele studiului.....	138
5.2 Verificarea corelațiilor între personalizarea serviciilor turistice și principalii săi factori de influență.....	154
5.3 Realizarea ghidului pentru managerii din turism, cu soluții practice de urmat pentru creșterea competitivității afacerii turistice	159
5.3.1 Crearea de strategii pentru diversificarea serviciilor turistice în acord cu preferințele exprimate de clienți	160
5.3.2 Crearea de strategii pentru personalizarea serviciilor turistice în acord cu preferințele exprimate de clienți	168
5.3.3 Modalități de măsurare a competitivității serviciilor personalizate oferite de agențiile de turism/hoteluri	178

CONCLUZII

ANEXE

Anexa 1 – Chestionar cercetare de marketing: identificarea preferințelor turiștilor	189
Anexa 2 – Noi tendințe în lume care afectează cererea pentru turism	196
Anexa 3 – Fișă de analiză a <i>hotelurilor boutique</i>	197

REZUMAT

SUMMARY

BIBLIOGRAFIE.....