

Analiza indicatorilor economici folosind foile de calcul tabelar

Prep. Claudia Mihaela Mark
Universitatea "Tibiscus" din Timișoara

ABSTRACT. In this paper is presented the analysis of economical indicators using spread sheet calculation. The growing volume and the complexity of the offer of tourism services, generated the growth of a real industry of travels and tourism, which justifies the tourism phenomenon as a distinctive branch of national economy as a third sector component.

1 Introducere

Din punct de vedere etimologic, cuvântul *turism* provine din termenul englezesc *to tour* (a călători, a colinda) având semnificația de excursie. Noțiunea de turism exprimă acțiunea de a vizita diferite locuri și obiective atractive, pentru plăcerea proprie, această călătorie implicând atât deplasarea, cât și șederea temporară în localitățile alese ca destinație pt. petrecerea timpului liber. De-a lungul anilor, conținutul noțiunii de turism s-a modificat și s-a îmbogățit continuu. In zilele noastre această noțiune include și industria bunei serviri și respectiv industria ospitalității. In turism se disting două categorii de relații: relații materiale, care apar atunci când turiștii recurg la anumite servicii plătite, și relații imateriale, rezultate din contactul cu populația locală, cu civilizația, cultura, tradițiile, instituțiile publice din țara vizitată. Pentru a se ajunge la o definiție cât mai cuprinzătoare pot fi reținute următoarele elemente caracteristice: deplasarea persoanelor în cursul călătoriei efectuate; sejurul într-o localitate în afara domiciliului (reședinței permanente) a persoanei care se deplasează; sejurul are durata limitată; sejurul nu se transformă într-o reședință definitivă.

Deși apariția turismului se pierde în negura timpului și, în consecință, din cauza lipsei unei informații istorice nu se poate stabili o dată calendaristică certă a detașării sale ca activitate distinctă, se pare totuși că unele forme incipiente de turism s-au practicat din cele mai vechi timpuri. Poate nu ar fi exagerat dacă s-ar afirma că, deși nu au constituit un scop în sine, satisfacțiile turistice ale unor călători au o vârstă aproximativ egală cu cea a primelor așezări omenești stabile. Afirmația se bazează pe ideea că omul chiar din cele mai îndepărtate timpuri ale evoluției sale, nu a reușit să producă toate cele trebuincioase subzistenței și, în ciuda mijloacelor precare de comunicație, a căutat să cultive și să întrețină relații cu semenii săi din alte colectivități, prin intermediul schimburilor comerciale, ceea ce a favorizat o lărgire treptată a contactelor, permițând o mai bună cunoaștere reciprocă a colectivităților respective.

Industrializarea, descoperirea forței aburilor, realizarea locomotivei și construirea primelor căi ferate, iar mai târziu apariția automobilului au determinat un progres rapid al mijloacelor de deplasare și, alături de dezvoltarea căilor de comunicație, au favorizat și extins activitățile turistice.

Trebuie menționat că, în majoritatea țărilor, transformarea turismului într-o activitate economico-organizatorică, pe scară națională s-a produs numai în cea de-a doua jumătate a secolului trecut, ceea ce a favorizat apariția și instituirea în sectorul terțiar, cel al prestărilor de servicii, a unor noi ramuri ale economiilor naționale, domenii cunoscute sub denumirea de industrie turistică.

Importanța tot mai mare pe care a dobândit-o turismul în perioada contemporană a sporit preocupările pentru definirea cât mai exactă și completă a acestui fenomen.

Tratarea științifică a activității turistice este condiționată și de necesitatea cunoașterii conținutului economic și social al acesteia, schimbările înregistrate continuu în evoluția turismului impunând readaptarea permanentă a conceptelor cu care se operează.

Dezvoltarea turismului presupune existența unui potențial turistic care, prin activitatea sa, are menirea să incite și să asigure integrarea unei zone, regiuni cu vocație turistică în circuitele turistice interne și internaționale și care să permită accesul turiștilor prin amenajări corespunzătoare. Printre componentele potențialului turistic trebuie menționate, în primul rând, resursele naturale (frumusețile montane și peisagistice, plajele de pe litoral, factorii de cură din stațiunile balneo-climaterice, clima, vegetația, fauna, alte atracții de interes științific, cu caracter de unicat). Resursele (valorile) naturale sunt completate cu resursele antropice, create de mâna omului menite să îmbogățească și să faciliteze

valorificarea rațională a potențialului turistic natural, asigurând premisele transformării acestei oferte potențiale într-o ofertă turistică efectivă.

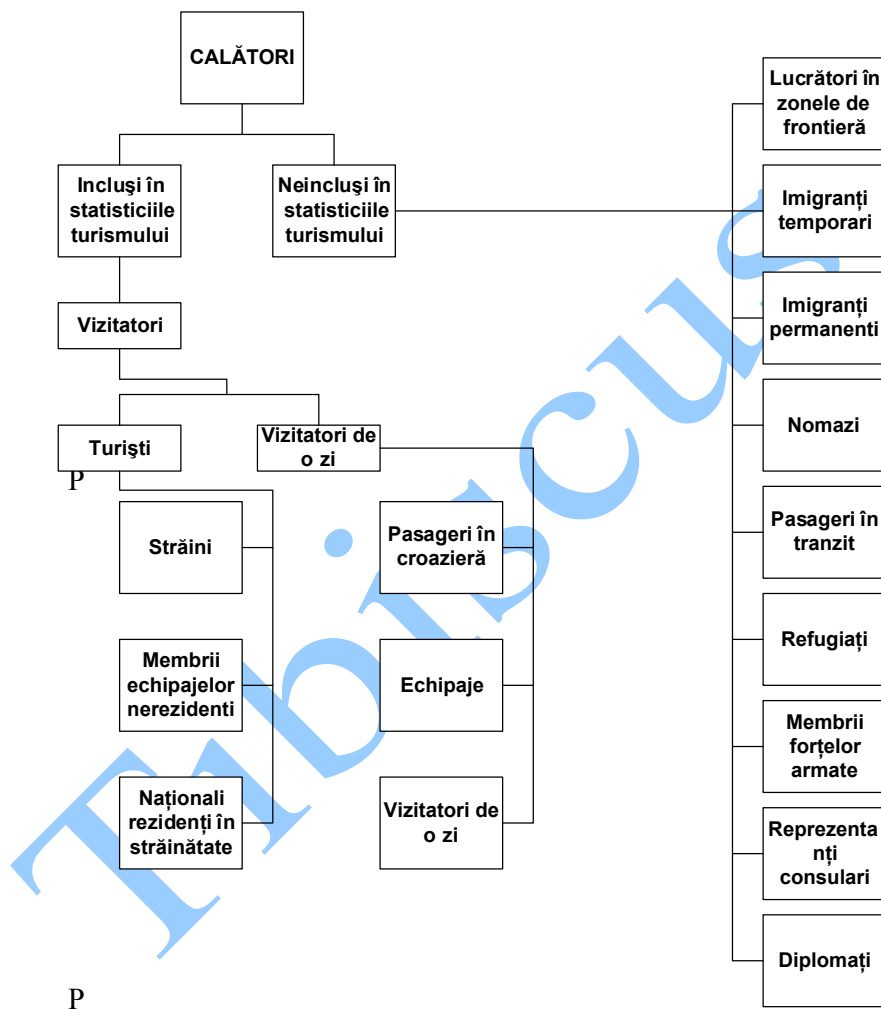


Figura 1. Clasificarea vizitatorilor internaționali după criteriile Organizației Mondiale

Punerea în valoare a resurselor naturale și a resurselor create într-o zonă, stațiune de interes turistic, depinde în mare măsură, de dinamismul dezvoltării economiei naționale a unei țări, de politica de ansamblu pe care o

promovează una sau alta dintre țările primitoare de turiști în domeniul dezvoltării turismului, de facilitățile oferite pentru atragerea vizitatorilor.

Potențialul turistic al unei țări, zone, stațiuni ar putea fi definit astfel: totalitatea valorilor naturale și valorilor economice, culturale, care în urma unei activități umane, pot deveni obiecte de atracție turistică. Corespunzător etapelor pe care le parcurge un turist de la reședința sa permanentă până la destinația călătoriei și înapoi, se desfășoară un complex de activități menite să satisfacă nevoile variate de consum, în funcție de preferințele solicitanților de servicii. În mod inevitabil, aceste activități de prestații de servicii turistice se află într-o strânsă interdependență, iar realizarea lor presupune existența unor unități economice prestatoare, care se specializează pe serviciile respective.

2 Motivația turistică

Printre motivele care îl determină pe omul zilelor noastre să se deplaseze de la locul de reședință pentru a vizita o localitate, zonă sau țară ori să-și petreacă un timp în mijlocul naturii se număra: nevoia de relaxare, de odihnă fizică sau mai ales psihică, de reconfortare; nevoia de evadare din mediul urban poluat și din ritmul unor activități cotidiene din ce în ce mai intense, nevoia de divertisment, agrement sau distracție, de contact cu *noul*-dorința de a cunoaște frumusețile unei zone, țări sau cultură, artele, tradițiile acestora; îngrijirea sănătății etc.

O analiză sumară a motivațiilor călătoriilor arată că satisfacerea cererii de servicii turistice se realizează pe raza unor arii geografice diferite. Nu constituie nici un secret că nici o țară nu privește cu indiferență dacă plecările peste hotare ale turiștilor autohtoni se realizează într-o măsură mai mare decât sosirile de turiști străini în țara dată; o asemenea situație creează un deficit în balanța de plăți turistice externe, care se cere acoperit din creșterea volumului de export din alte sectoare de activitate economică. Ca atare este firesc ca instituțiile guvernamentale ale țărilor în cauză să caute soluții pentru o folosire optimală și durabilă a resurselor turistice de care dispune țara respectivă în vederea atragerii atât a fluxurilor externe, cât și interne.

Noile concepții privind dezvoltarea turismului trebuie să țină seama nu numai de raporturile variate și complexe existente între turism și alte fenomene economico-sociale teritoriale, dar trebuie să se refere la fenomenul turistic însuși, așa cum se va contura el în viitorul apropiat. Referindu-ne concret la cazul țării noastre, acest concept vizează luarea în

considerare, într-o măsură tot mai mare, a evoluției fenomenelor sociale din țară, care în condițiile economiei de piață vor genera formarea unor noi categorii de turiști potențiali a unor noi motivații pentru petrecerea timpului liber și, în consecință apariția și dezvoltarea unor noi cereri turistice.

Spre deosebire de efectele economice ale turismului, care sunt comensurabile printr-o serie de indicatori valorici și cantitativi, efectele sale sociale, culturale nu sunt exprimate în cifre, nu pot fi cuantificate, dar acest fapt nu le diminuează importanța. Acestor laturi ale fenomenului turistic le sunt consacrate tot mai multe studii, care se referă la rolul social al turismului și la latura sa cultural-educativă. Vor trebui analizate în consecință, raporturi noi între activitatea productivă și timpul liber, între folosirea în scopuri turistice a teritoriului național, dar mai ales între laturile sociale și cultural educative ale turismului și noile cereri de servicii, derivând din folosirea în acest scop a teritoriului patriei noastre.

Astfel, în contextul influenței turismului asupra reproducției forței de muncă, problematica odihnei recreative este analizată tot mai frecvent și sub aspectul influenței ei asupra proceselor de regenerare a sănătății fizice și psihice a omului contemporan.

3 Contribuția turismului la creșterea economică

Volumul crescând și complexitatea ofertei de servicii turistice au generat dezvoltarea unei *adevurate industrii a călătoriilor și turismului*, ceea ce justifică tratarea fenomenului turistic ca o *ramură distinctă a economiei naționale* în plină dezvoltare, constituind o componentă a sectorului terțiar. Prin natura sa fenomenul este deosebit de complex, cu adânci implicații sociale, politice, culturale și economice. Intrepătrunderea componentelor sale eterogene dă naștere unui specific unic și original, care nu se identifică cu nici una din ramurile tradiționale ale economiilor naționale, justificând pe deplin tratarea sa în mod autonom. Trebuie însă precizat că spre deosebire de alte sectoare de prestări de servicii, *industria călătoriilor și turismului rămâne totuși o ramură de consecință*, a carei dezvoltare în fiecare etapă dată va fi permanent într-o strânsă corelare cu nivelurile și ritmurile de dezvoltare ale celorlalte ramuri ale economiei naționale.

Este bine cunoscut faptul că mutațiile social-economice din epoca contemporană au creat și au dezvoltat turismul. La rândul său, această ramură *stimulează dezvoltarea altor ramuri ale economiei naționale*, prin obiectul activității sale, cum ar fi industria și agricultura, construcțiile, transporturile, comerțul etc. Din punct de vedere *economic*, turistul este

consumator de bunuri și beneficiază de servicii; din cheltuielile acestuia și, implicit, din mijloacele financiare rezultate prin activitatea unităților economice ale industriei turismului (transporturi, cazare, alimentație, agrement, tratament balneomedical etc.), o parte revine direct acestor unități sub formă de profit și de fonduri bănești pentru plata salariilor lucrătorilor ocupați în unitățile respective, altă parte intră în bugetul statului sau în cel local sub formă de impozite, taxe etc., iar a treia parte este absorbită direct în alte ramuri ale economiei pentru plata produselor și bunurilor livrate și a serviciilor prestate de aceste sectoare pentru necesitățile industriei turismului.

Interdependența dintre dezvoltarea turismului (intern și internațional) și creșterea economică este evidentă deoarece 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, în primul rând, în aceste sectoare și apoi transmițându-se treptat și în alte sectoare ale economiei naționale, prin intermediul intrărilor succesive ale banilor încasați de la turiști, încasări ce reprezintă venituri derivate ale acestor sectoare.

Asemenea efecte indirecte se înregistrează, în principal, în următoarele sectoare de activitate economică :

- în sectoarele care asigură investițiile în baza tehnico-materială a turismului (ex: industria construcțiilor).
- în sectoarele care realizează amenajările de infrastructură generală și turistică (ex: rețeaua de drumuri, aeroporturi, aprovizionare de apă și energie, lucrări de sistematizare teritorială).
- în sectorul comercial (ex: dezvoltarea rețelei de unități comerciale și de alimentație, menite să satisfacă cererea de mărfuri a turiștilor).
- în sectorul industriei ușoare și industriilor conexe care produc sortimente de mărfuri solicitate de turiști).
- în sectorul industriei alimentare care livrează produse agroalimentare, băuturi pentru necesitățile turiștilor.
- în sectoarele de prestări de servicii cu caracter general, de care beneficiază și turiștii (ex :transporturile orășenești și interurbane, poșta, telefon, fax, internet, frizerie-coafură, comisionari, curățătorii chimice, servicii de reparație întreținere etc).
- în sectoarele cultural-artistice (ex :cinematografie, teatre și alte instituții de artă, muzee, expoziții) și manifestări sportive frecventate de turiști.

Efectele economice ale consumului turistic trebuie evaluate și prin prisma veniturilor realizate de forța de muncă angrenată direct sau indirect în industria turismului; procesul de servire a turiștilor face apel la o forță de muncă numeroasă, cu un profil variat de calificare, ale cărei cheltuieli de consum sporesc, de asemenea, ca rezultat al creșterii nivelului de trai, tocmai datorită utilizării mai raționale și mai complete a forței de muncă pe măsura dezvoltării turismului.

Capitolele balanței conturilor curente sunt grupate, în principal în modul următor:

- vânzări și cumpărări de mărfuri și metale prețioase ;
- primirea și prestarea unor servicii în domeniul transporturilor maritime și al altor forme de transport, asigurări, telecomunicații, operațiuni de bancă, brokeraj și intermediere, ajutor tehnic științific și vânzare de licențe ;
- cheltuieli și venituri (solduri) din activitatea de turism internațional ;
- transferuri bănești necomerciale sau cu caracter filantropic ;
- întreținerea corpului diplomatic, a reprezentanțelor și misiunilor oficiale peste hotare și diferite venituri și cheltuieli guvernamentale ;
- transferul dobânzilor, dividendelor și veniturilor rezultate de pe urma creditelor externe, a acțiunilor, devizelor sau altor hârtii de valoare și a investițiilor externe de capital.

Balanța de plăți oglindește raportul încasărilor și plăților realizate de stat într-o anumită perioadă. Avantajul economic pe care îl reprezintă turismul internațional a determinat multe țări în curs de dezvoltare să-și sporească eforturile pentru dezvoltarea industriei lor turistice, ca activitate susceptibilă de a le furniza o parte din devizele necesare pentru a-și dezvolta economia națională.

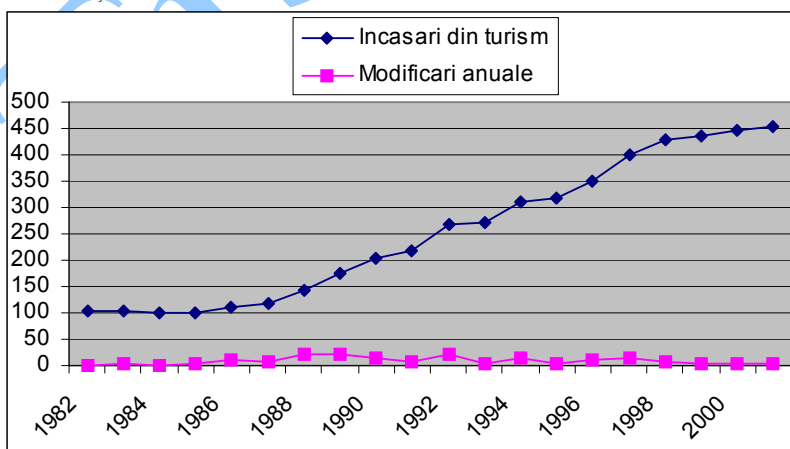


Figura 2. Reprezentare grafică-dinamica încasărilor

Dacă la niveluri macroeconomice analizele cost/beneficiu pot fi utilizate pentru a măsura eficiența deciziilor de afaceri ale întreprinderilor din industria călătoriilor și turismului, la nivel macroeconomic analiza impactului economic este utilizată pentru a obține o privire de ansamblu asupra întregii economii, a unei țări, a unei zone, a unei stațiuni, urmând să se determine efectele cheltuielilor turiștilor obținute din prestațiile turistice. Analizii pot lua în considerare trei elemente care contribuie la măsurarea impactului economic total al unui volum determinat de cheltuieli turistice :

- impactul direct – măsoară efectele primei runde de circuit monetar provenit de la un turist; de exemplu proporția dintre cheltuielile unui restaurant pentru procurarea materiilor prime și auxiliare necesare pregătirii preparatelor comandate de client și pentru salariile personalului, și unitatea monetară cheltuită de turistul consumator ;
- impactul indirect - măsoară efectele derivate ale rundelor adiționale cauzate de recircularea unității monetare inițiale a turistului; de exemplu pentru procurarea unor bunuri și servicii de către firmele din alte sectoare care au contribuit la furnizarea materiilor prime restaurantului, necesare pentru a putea presta serviciile de alimentație solicitate de turistul vizitator ;
- impactul indus - măsoară efectele derivate cauzate de angajații unei firme turistice care cheltuiesc o parte din salariile lor în alte sectoare de afaceri.

Tabel 1. Turismul internațional

Domeniu	Miliarde dolari
Turismul internațional	504
Produsele industriei automobilelor	496
Produsele industriei chimice	490
Produsele industriei alimentare	458
Petrol și alți combustibili	435
Calculatoare și materiale de birotică	394
Textile și mobilă	331
Materiale și telecomunicații	279
Produsele industriei miniere	163
Produsele industriei siderurgice	141

Sursa: Fondul Monetar Internațional

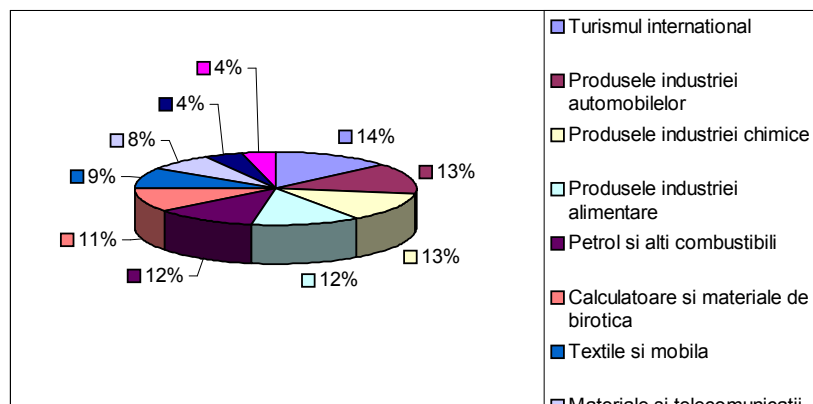


Figura 3. Reprezentare grafică a ponderii turismului internațional

4 Evoluția pe plan mondial a turismului

La nivel mondial, turismul este considerat ca fiind unul dintre cele mai dinamice sectoare economice, cu evoluție mereu ascendentă, chiar în perioade conjuncturale nefavorabile din punct de vedere economic, politic, social.

Tabel 2. Turismul internațional pe plan mondial

Anii	Sosiri turiști			Incasări		
	Număr sosiri (mil.)	Variație anuală (%)	Raport față de 1990(%)	Total încasări (mld.USD)	Variație anuală (%)	Raport față de 1990 (%)
1990	395,0	9,0	100,0	202,6	16,0	100,0
1991	426,6	8,0	108,0	219,3	8,2	108,2
1992	458,3	7,4	116,0	266,2	21,3	131,4
1993	463,6	1,2	111,4	272,7	2,4	134,6
1994	503,1	8,5	127,4	310,8	14,0	153,4
1995	518,0	3,0	131,1	317,8	2,3	156,9
1996	544,5	5,1	137,8	351,2	10,5	173,3
1997	563,3	3,6	142,8	401,0	14,1	197,9
1998	592,5	5,3	150,3	428,1	6,6	211,3
1999	610,8	2,9	154,6	436,0	1,8	215,2
2000	625,2	2,4	158,3	444,7	2,0	219,5

Sursa: Statisticile O.M.T., 2001

Principalii indicatori ce caracterizează evoluția turismului, respectiv numărul de sosiri de turiști internaționali și încasările valutare, demonstrează din plin această afirmație. Astfel, în anul 2000, sosirile de turiști internaționali înregistrate la nivelul întregii planete au fost de 625,2 milioane, iar încasările valutare aferente au atins cifra de 444,7 mld.U.S.D., în care nu sunt incluse cheltuielile de transport.

Aceste realizări și tendința lor permanent crescătoare demonstrează că turismul, în general, dovedește o mare rezistență depășind unele perioade critice legate de recesiuni economice, conflicte regionale, instabilitate politică, calamități naturale, care au aparut în diverse zone ale globului. Singurele consecințe ale unor astfel de situații s-au materializat prin reduceri ale ratelor de creștere (fără a se înregistra ritmuri negative), cum a fost cazul, în ultimul deceniu, între anii 1991 și 1993, în urma recesiunii economice înregistrate în țările industrializate și a războiului din Golf.

În perioada 1990-2000, sosirile de turiști internaționali au crescut cu 58,3%, în timp ce încasările valutare aferente au sporit, în aceeași perioadă, cu aproape 120%.

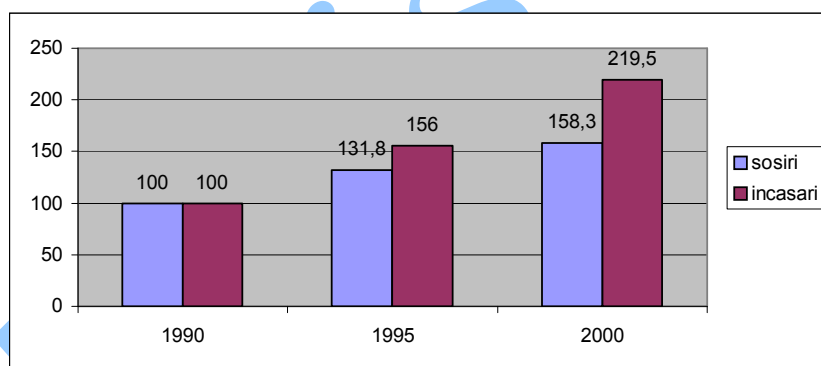


Figura 4. Evoluția comparativă (%) a sosirilor de turiști internaționali și a încasărilor valutare, față de anul 1990

Principalii factori pozitivi, care au contribuit la dezvoltarea turismului au fost :

- relansarea economică a unor regiuni mai slab dezvoltate;
- dimensiunea și varietatea dezvoltării turistice;
- interesul crescând al țărilor dezvoltate ale lumii occidentale pentru popoarele și cultura țărilor în curs de dezvoltare, iar în Europa pentru țările aparținând Europei Centrale și de Est;

- o mare capacitate a populației, din punctul de vedere al veniturilor și al timpului liber, de a efectua călătorii în străinătate;
- creșterea importanței legăturilor etnice între populațiile din diverse regiuni.

Factorii negativi care au frânat și continuă să împiedice dezvoltarea turismului sunt:

- lipsa de fonduri, ca o consecință a contribuției insuficiente din partea piețelor de capital pentru finanțarea infrastructurilor și a echipamentelor necesare exploatarea optimă a resurselor turistice în diverse regiuni;
- riscul de conflict existent între promotorii turistici și colectivitățile locale, cu privire la proiectele care nu respectă principiile de protejare a mediului pentru o dezvoltare durabilă. Analizat la scară mondială, se consideră că turismul internațional al ultimului deceniu al secolului XX nu a mai avut nivelul de creștere relativă atins în a doua jumătate a deceniului IX. Pe ansamblu, se poate aprecia că activitatea turistică s-a desfășurat într-un climat de concurență tot mai accentuată între diverse destinații, exacerbata de fluctuațiile ratei de schimb a monedelor naționale în raport cu dolarul S.U.A., ca și de tulburările sociale care au condus la o redistribuire a fluxurilor turistice, la nivel regional.

5 Turismul internațional al zonei Europa

Analizele realizate pe o perioadă de 11 ani (1990-2000) arată că Europa a fost și rămâne cea mai vizitată regiune de pe glob, ea atragând mai mult de jumătate din fluxurile turistice internaționale înregistrate pe plan mondial, cu toată tendința de reducere a ponderii sosirilor de la 62,8% în 1991 la 59,2% în 1998, dar cu un ușor reviriment în 1997 (59,6%). În schimb, creșterea la 53,6% a numărului de turiști în 2000 față de 1990, înregistrată în Europa, este inferioară mediei obținute pe plan mondial (58,3%) în aceeași perioadă de timp.

Și la încasările din turismul internațional Europa deține ponderea cea mai mare la nivel mondial, dar cu o evoluție oscilantă a acesteia și o tendință generală de scădere: între 54,3 în 1990 și 50,0% în 1997. Creșterea din intervalul analizat a fost de peste două ori, situându-se de asemenea sub nivelul mondial, care a fost aproape de 2,2 ori.

În evoluția lor încasările au fost mai puternic afectate de cele două perioade conjuncturale din anii 1993 și 1995, când s-au înregistrat ritmuri anuale negative (-1,0% în 1993 și -2% în 1995) dar s-au redresat imediat în anii următori (14,4% în 1994, 11,4% în 1996 și 17,2 în 1997). Tendințele de evoluție sunt înregistrate în figura care urmează:

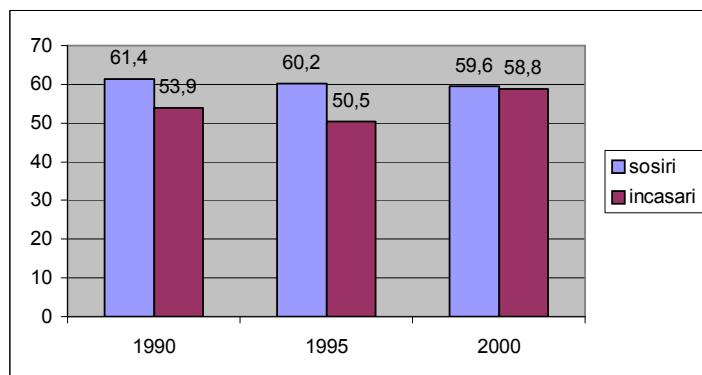


Figura 5. Evoluția ponderii sosirilor și încasărilor din turismul internațional al Europei față de totalul mondial

După cum am arătat la nivelul întregii Europe creșterea medie anuală a ambilor indicatori (sosiri și încasări), în intervalul analizat, a fost inferioară celei realizate pe plan mondial. Intre anii 1990 și 1998, această parte a Europei a cunoscut o creștere a sosirilor de turiști internaționali cu 135% (față de 45,0% creșterea la nivel de continent), mărindu-și ponderea de la 14,4% în 1990 la 23,8 în 1998.

Incepând cu anul 1995 până în 2000, țările care au avut cele mai mari creșteri ale sosirilor de turiști sunt Federația Rusă (circa 270%), Republica Cehă (41,9%), Slovacia (37,8%), Polonia (11,2%).

Ungaria, deși înregistrează în acest interval o reducere a ponderii sosirilor (de la 7,3% în 1995 la 3,9% în 2000), ca urmare a diminuării nivelului absolut al cererii (de la 22.804 mii turiști la 14.660 mii) își păstrează totuși o prezență remarcabilă în cadrul turismului internațional receptor din Europa. La polul opus se situează Bulgaria și România, care față de anul 1995, în anul 2000 au pierdut 0,5% respectiv 0,1% din ponderea deținută de sosiri, manifestând carențe în evoluția ofertei pentru turismul internațional, care le asigură doar o apariție simbolică pe scena turistică mondială și europeană.

Din punctul de vedere al aportului turismului în economia națională a diferitelor țări, acestea pot fi structurate în trei mari categorii:

- țări dezvoltate, dar cu o ofertă turistică mai puțin diversificată cum sunt: Germania, Belgia, Olanda, Marea Britanie etc;
- țări dezvoltate, cu ofertă turistică remarcabilă, dar cu un potențial emitent ridicat, ca: Italia, Spania, Franța, Austria;
- țări mediu dezvoltate sau în curs de dezvoltare, cu potențial turistic mai mult sau mai puțin diversificat, dar cu ofertă turistică

competitivă, bine valorificată pe piața externă cum sunt: Croația, Polonia, Ungaria, Republica Cehă, Turcia, Portugalia etc. România nu se încadrează în nici una din cele trei mari categorii de țări prezentate, ea constituie o categorie singulară: țară cu potențial turistic natural și antropic valoros, variat și concentrat pe o suprafață relativ mică, care nu a reușit încă să facă din industria turismului o sursă importantă (sau chiar principală) a creșterii ei economice și implicit a dezvoltării generale.

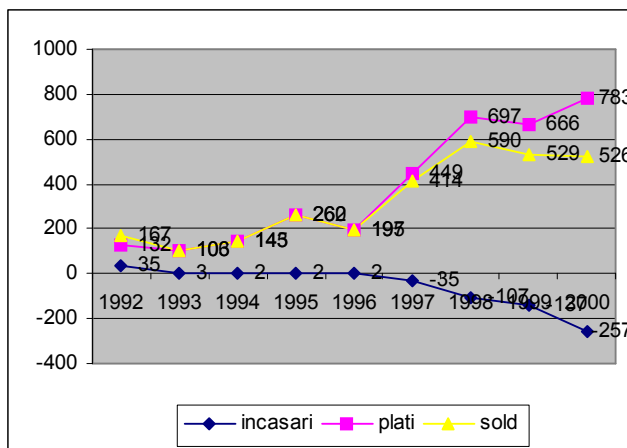


Figura 6. Dinamica veniturilor și cheltuielilor valutare din turism, România 1992-2000

Respectiva stare poate fi explicată astfel: creșterea încasărilor valutare se datorează, în principal, creșterii tarifelor și nu creșterii numărului de turiști cum ar fi fost normal, iar deficitul balanței de plăți turistice este urmarea deplasării cererii turistice interne spre piețele externe competitive și, totodată, a alocării unei sume sporite pentru promovarea turismului pe piețele externe.

Conform statisticilor oficiale în România, în anul 2000 călătoriile vizitatorilor străini au fost de 5.223,9-mii sosiri, în creștere cu 8,1% față de anul 1999.

Majoritatea vizitatorilor străini provin din țări situate în Europa (95,8%, dintre care circa 60% din țările vecine și 14,7% din statele Uniunii Europene). Ponderile cele mai mari în totalul sosirilor în România le dețin cele ale vizitatorilor din: Republica Moldova (27,9%), Ungaria (19,7%), Bulgaria (9,4%), Ucraina (6,1%) și Turcia (5,4).

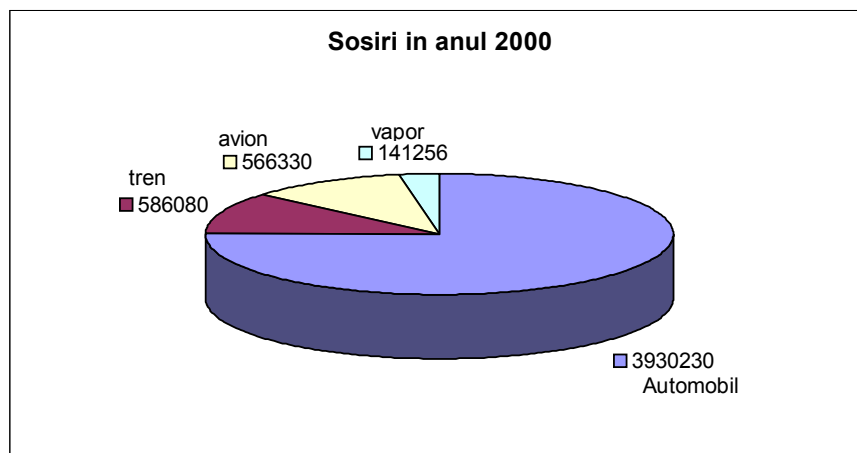


Figura 7. Sosirile vizitatorilor străini în România, după mijloacele de transport utilizate

Mijloacele de transport utilizate de vizitatori străini: transport rutier (75,2); feroviar (11,2%); aerian (10,9%) și naval (2,7%). Această ordine a fost păstrată în ultimii trei ani analizați.

BIBLIOGRAFIE

- [BJ02] **Al. Burtea, D. Jitea**, *Bazele contabilității*, Editura Mirton, Timișoara 2002.
- [Bar81] **Gh. Barbu**, *Turismul în economia națională*, Editura Sport-Turism, București, 1981.
- [Dra99] **C. Draica**, *Ghid practic de turism intern și internațional*, Editura All Beck, București, 1999.
- [EI96] **G. Erdeli, I. Istrate**, *Potențialul turistic al României*, Editura Universității din București, 1996
- [LMM03] **L. Luca, C. Mark, G. Mark**, *Microsoft Excel și PowerPoint în 14 lecții*, Editura Mirton, Timișoara, 2003
- [SS99] **A. Șoșdean, C. Șoșdean**, *Contabilitate Națională*, Editia a III-a revăzută și adăugită, Editura Euroart, Timișoara 1999