СТАТИСТИКА ТУРИЗМА

Под редакцией доктора географических наук,
кандидата экономических наук, профессора
А.Ю. Александровой

Рекомендовано
Федеральным агентством по туризму
в качестве **учебника** для обучения студентов вузов
по направлениям подготовки
«Туризм», «Гостиничное дело»

Рекомендовано
УМО учебных заведений Российской Федерации
по образованию в области сервиса и туризма
в качестве **учебника** для обучения студентов
высших учебных заведений
по направлениям подготовки
«Туризм», «Гостиничное дело»

МОСКВА
2014

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я73
С78

Издается в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»

Рецензенты:
кафедра предпринимательства в индустрии гостеприимства и туризма Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (заведующая кафедрой, канд. экон. наук, доц. **И.В. Гончарова**),
О.Э. Башина, проректор по научной и инновационной деятельности Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ), д-р экон. наук, проф.,
С.Н. Зенкин, генеральный директор туристической компании «Роза ветров», заслуженный работник туризма, действительный член Национальной академии туризма, канд. филос. наук

Авторский коллектив:
А.Ю. Александрова (главы 1, 2, п. 2.1—2.4; 4, п. 4.3; 5, п. 5.1—5.3; 6; 7; 8, п. 8.2—8.3; 9; 10, п. 10.1), **Е.А. Соболева** (главы 2, п. 2.5; 3; 8, п. 8.3), **Д.А. Цапук** (главы 4, п. 4.1—4.2; 5, п. 5.4; 7; 9; 10, п. 10.2), **В.С. Новиков** (глава 8, п. 8.1)

С78 **Статистика туризма** : учебник / коллектив авторов ; под ред. А.Ю. Александровой. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 464 с.

ISBN 978-5-4365-0136-9

В учебнике представлена современная интегрированная система статистики туризма. Даны базовые понятия, концепции и определения. Раскрыта система показателей статистики туризма. Охарактеризованы методы статистического наблюдения в туризме. Подробно рассмотрен вспомогательный счет туризма. Обобщен передовой зарубежный и отечественный опыт статистического измерения туризма. Большое внимание уделяется международным стандартам в области статистики туризма и переходу на них Российской Федерации.

Для студентов и преподавателей вузов, а также работников турбизнеса и турадминистраций.

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я73

СТАТИСТИКА ТУРИЗМА

Изд. № 8222. Подписано в печать 15.09.2014.
Формат 60×90/16. Гарнитура «PetersburgC». Печать офсетная.
Усл. печ. л. 29,0. Уч.-изд. л. 22,0. Тираж 1000 экз. Заказ №

Отпечатано в филиале «Чеховский Печатный Двор»
ОАО «Первая Образцовая типография».
142300, Московская область, г. Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1.

ISBN 978-5-4365-0136-9

© Коллектив авторов, 2014
© Федеральное агентство по туризму, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 5

Глава 1. Общее представление о статистике туризма 7

1.1. Понятие о статистике туризма, ее предмет, методы и задачи 7

1.2. История статистики туризма 20

1.3. Организация статистики туризма. 34

Контрольные вопросы и задания 48

Литература 48

Глава 2. Базовые концепции, определения и классификации в статистике туризма 50

2.1. Статистическое определение посетителя. Классификация путешествующих лиц 50

2.2. Понятие о туристской поездке. Статистическая группировка туристских поездок 57

2.3. Статистическая концепция туристских расходов 66

2.4. Туризм как синтетическое понятие в статистике туризма. Типы туризма 72

2.5. Туризм в системе классификаторов технико-экономической информации. 76

Контрольные вопросы и задания 87

Литература 89

Глава 3. Статистическая информация и статистические показатели в туризме 90

3.1. Особенности статистической информации в туризме. 90

3.2. Сущность и виды статистических показателей 94

3.3. Статистические показатели в системе государственной статистики 104

3.4. Статистические показатели в туризме 107

Контрольные вопросы и задания 109

Литература 109

Глава 4. Показатели туристского спроса и туристского предложения 110

4.1. Система показателей туристского спроса 110

4.2. Показатели туристского спроса. Статистика туристских расходов . 122

4.3. Система показателей туристского предложения. 128

Контрольные вопросы и задания 132

Литература 132

Глава 5. Методы статистического учета в сфере туризма 134

5.1. Статистические наблюдения через отчетность в сфере туризма 134

5.2. Специально организованные наблюдения в сфере туризма 142

5.3. Ошибки статистического наблюдения и контроль над материалами наблюдения 157

5.4. Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях 159

Контрольные вопросы и задания 168

Литература 170

Глава 6. Туризм и платежный баланс страны 171
6.1. Сущность платежного баланса 171
6.2. Статья «Поездки» платежного баланса 177
6.3. Проблемы гармонизации статистики туризма и статистики платежного баланса..... 183
6.4. Статья «Поездки» в платежном балансе Российской Федерации .. 190
Контрольные вопросы и задания..... 198
Литература 199

Глава 7. Методология составления вспомогательного счета туризма (ВСТ)..... 200
7.1. Теоретические основы составления ВСТ..... 200
7.2. Система таблиц ВСТ..... 210
Контрольные вопросы и задания..... 242
Литература 243

Глава 8. Статистика туризма в странах — членах Европейского Союза..... 244
8.1. Опыт проведения статистических наблюдений в сфере туризма в Европейском Союзе 244
8.2. Интегрированная система статистики туризма Австрии 253
8.3. Специально организованные обследования в сфере туризма Великобритании..... 279
Контрольные вопросы и задания..... 296
Литература 297

Глава 9. Статистика туризма в странах — членах СНГ 299
9.1. Общая характеристика статистики туризма в странах — членах СНГ..... 299
9.2. Азербайджан 301
9.3. Белоруссия 306
9.4. Казахстан..... 312
9.5. Киргизия 316
9.6. Молдавия 326
9.7. Украина 336
Контрольные вопросы и задания..... 341
Литература 342

Глава 10. Основные направления совершенствования статистики туризма 344
10.1. Актуальные проблемы развития статистики туризма в мире..... 344
10.1. Перспективы развития статистики туризма в Российской Федерации..... 348
Контрольные вопросы и задания..... 351
Литература 351

Приложения 353

ВВЕДЕНИЕ

Формирование в России конкурентоспособной сферы туризма требует подготовки высококвалифицированных кадров с новым образом мышления и поведения. В его становлении большая роль отводится статистике туризма. В информационную эпоху статистика туризма является важнейшим источником аналитической информации о сфере туризма и одновременно инструментом функциональной диагностики. Это своеобразное зеркало, в котором отражается сфера туризма во всей ее многогранности и динамизме иногда в целом, иногда по отдельным составным элементам. Особенно велика роль информации в управленческой деятельности в сфере туризма, в процессе принятия адекватных решений на всех уровнях — от отдельных предприятий туристской индустрии до органов государственного регулирования туристской деятельности в регионах и стране в целом.

Актуальность изучения «Статистики туризма» как учебной дисциплины обусловлена тем, что она прививает будущим менеджерам на предприятиях туристской индустрии, работникам туристских администраций знания, навыки и умения в области прикладного экономико-статистического анализа, использования статистической информации при принятии управленческих решений. Методы статистики широко применяются в организации туристской деятельности, туристско-рекреационном проектировании, туристском менеджменте и маркетинге, других областях практической и исследовательской деятельности. Освоение учебной дисциплины «Статистика туризма» является непременным условием качественного исполнения должностных обязанностей на любом квалификационном уровне и карьерного роста в сфере туризма.

Настоящий учебник дает представление о статистике туризма как отрасли науки и ее практическом применении в сфере туризма. Отдельные ее разделы посвящены актуальным проблемам статистики туризма, учету и отчетности в сфере туризма, комплексному статистическому анализу. Для профессиональной деятельности в сфере туризма большое значение имеет овладение статистическими методами изучения массовых туристских явлений и процессов, поддающихся количественной оценке, усвоение требований к их анализу, проводимому с использованием комплекса статистических методов.

Реформирование отечественной статистики и переход ее на международные статистические стандарты предопределили широкое использование при написании учебника международных рекомендаций в области статистики туризма. Учебник опирается на методологические материалы

Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Евростата, Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), внесших большой вклад в развитие статистики туризма в мире.

В учебнике большое внимание уделяется проблемам формирования системы статистики туризма в Российской Федерации. Авторы стремились учесть национальные особенности ее становления.

Туризм обладает большим эмоциональным воздействием на человека. Традиционно он ассоциируется с праздником жизни. Авторы стремились сохранить эту притягательную силу и передать читателю его положительную энергетику.

ГЛАВА 1

ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СТАТИСТИКЕ ТУРИЗМА

1.1. Понятие о статистике туризма, ее предмет, методы и задачи

Статистика туризма как область науки и как область практической деятельности. Статистика туризма — один из важных отраслевых разделов статистической науки. Она разрабатывает систему приемов и методов сбора, обработки и анализа числовой информации, характеризующей состояние и развитие сферы туризма. Статистика туризма одновременно является областью практической деятельности органов государственной статистики и других организаций по сбору и обобщению цифровых сведений о явлениях и процессах, происходящих в сфере туризма, в первую очередь для оценки реального вклада туризма в экономику страны. Данные статистики туризма обеспечивают *систематическое количественное описание всех основных аспектов туристской деятельности в экономике в целом*. Между статистикой туризма как области науки и как практикой существует тесная связь и взаимозависимость. Научно-методические разработки статистики туризма применяются в учетно-статистических работах для решения конкретных задач развития сферы туризма. В свою очередь статистика туризма как область науки, используя данные практики, обобщает накопленный опыт, черпает из него новые идеи и положения, совершенствует методы статистических исследований сферы туризма. Искусственное разделение статистики туризма как научной дисциплины и как области практической деятельности бессмысленно. Статистика туризма может развиваться лишь в единстве и взаимосвязи двух форм ее существования.

Статистика туризма нацелена на проведение статистических обследований туристских рынков разного уровня, начиная с местного и заканчивая глобальным, и раскрытие различных характеристик туризма в их взаимосвязи как для анализа собственно туристской деятельности, так и накопления цифровой информации. Она служит для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов в системе национального счетоводства. Статистика туризма аккумулирует и предоставляет данные, позволяющие ответить на многие важные вопросы. Например, какова конъюнктура туристского рынка, чему отдают предпочтение туристы, в каких видах туризма происходит рост, насколько эффективно используются туристские ресурсы, каковы темпы роста занятости в туристской индустрии, какое влияние сфера туризма оказывает на национальную экономику и др. Ответы на эти и другие вопросы имеют

большое значение для создания современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса.

Статистика туризма представляет собой самостоятельную научную дисциплину. Изучая с количественной стороны происходящие в сфере туризма экономические процессы и явления, статистика туризма преследует цель раскрыть их внутренние особенности и свойства, выявить и количественно выразить присущие им закономерности и тенденции развития. Эти количественные измерения невозможны без знаний качественной стороны, которые приобретаются благодаря широким междисциплинарным связям статистики туризма и базируются на положениях экономической теории и прикладных разделах экономической науки, в частности на экономике туризма. В свою очередь статистика туризма, располагающая совокупностью специальных цифровых сведений, способна обосновать и доказать выдвигаемые предположения, проверить теоретические гипотезы, скорректировать существующие оценки и представить сферу туризма в полном объеме накопленных знаний.

Почти 400 лет назад выдающийся экономист, один из основоположников классической политической экономии в Англии У. Петти сделал предположение об изменении пропорций между сферами материального и нематериального производства в пользу последнего. В современной мировой экономике ускоренный рост сферы услуг является характерным структурным изменением. Большой вклад в эту динамику вносит сфера туризма. Согласно результатам статистических исследований, за период с 1950 по 2012 г., число международных туристских прибытий в мире возросло в 41,4 раза, а объем поступлений от международного туризма увеличился в 512 раз.

Сфера туризма, выраженная на языке статистики, т.е. представленная в виде количественных статистических показателей, обретает б***о***льшую определенность и весомость.

Другой пример относится к недавно сформулированной в экономике туризма гипотезе о насыщении глобального рынка путешествий, вхождении мирового туризма в фазу зрелости в его жизненном цикле и, как следствие, замедлении темпов роста. Исследования статистическими методами не только подтвердили выдвинутую гипотезу, но и позволили сделать некоторые уточнения: определить точку насыщения рынка, или верхний предел роста доходов от международного туризма в мире, год, когда началось замедление роста, и временной интервал, в течение которого рост полностью прекратится.

Однако не все постулаты, выдвигаемые в экономике туризма, подкрепляются статистическими исследованиями, некоторые из них могут быть опровергнуты. Таким образом, характер взаимоотношений статистики туризма с экономикой туризма не столь прямолинейный, его не следует упрощать. Понимание этих отношений важно для более точного определения объекта, предмета и методологии статистики туризма.

Статистика туризма в системе статистических знаний. Статистика туризма является неотъемлемой частью статистической науки. Последняя представляет собой систему научных дисциплин, каждая из которых имеет собственный методологический фундамент и решает определенный круг задач. Структура современной статистики отражена на рис. 1.1.1.

Рис. 1.1.1. Структура статистической науки

Статистика туризма тесно связана с другими статистическими дисциплинами, в частности с отраслевым разделом экономической статистики, призванным подробно характеризовать состояние, динамику и направление развития разных отраслей экономики с помощью специально разработанной системы показателей. Эта связь обусловлена сложной, комплексной природой туризма и туристской индустрии. Статистика туризма взаимодействует более или менее тесно практически со всеми отраслями экономики, а туристская деятельность обладает высоким мультипликативным эффектом.

Очевидна, например, связь статистики туризма со статистикой транспорта. Туризм предполагает физическое перемещение лиц в пространстве обычно с использованием транспортных средств. Закономерно, что статистика туризма включает раздел по туристским перевозкам с разбивкой по видам транспорта. При описании и анализе экономики сферы туризма статистическими методами используется ряд показателей статистики транспорта: протяженность путей сообщения общего пользования, наличие дорожного сервиса на автомобильных дорогах, наличие парка пассажирского подвижного состава и т.д.

Отраслевая статистика позволяет детализировать и углублять статистические исследования в сфере туризма.

Еще более тесная связь существует между статистикой туризма и экономической статистикой, которая комплексно изучает экономические явления и процессы, протекающие на макроуровне, — в экономике страны в целом и отдельных регионах. Сложная и многогранная экономическая жизнь общества представляет собой систему отношений разного типа, уровня и качества. Будучи единым целым, эти отношения взаимосвязаны и взаимообусловлены, поэтому выделение отдельных направлений исследования в рамках экономической статистики — не более чем специальный прием, облегчающий процесс познания действительности. Изолированно взятая статистика туризма весьма условна. Замкнувшись на анализе деятельности гостиничных и аналогичных им предприятий размещения как ядра туристской индустрии, что, безусловно, позволит углубить и расширить знания туристского предложения, можно упустить из поля зрения общую экономическую ситуацию, обусловливающую процессы и явления на туристском рынке. Вместе с тем развитие статистики туризма содействует совершенствованию экономической статистики в целом. Отсюда вытекает актуальность интеграции научного знания. Связь между экономической статистикой и статистикой туризма заключается в том, что экономическая статистика, составляя обобщенные макроэкономические показатели — национальное богатство, валовой внутренний продукт, валовой национальный продукт, национальный доход и другое, опирается на данные отраслевой статистики, в частности статистики туризма. Это становится возможным благодаря согласованию определений и классификаций, используемых экономической статистикой и статистикой туризма. Особенно интенсивно в последние десятилетия идет процесс согласования с разработкой вспомогательного счета туризма (ВСТ), позволяющего вписать туризм в систему национального счетоводства.

Граница между статистикой туризма и другими разделами статистической науки является весьма условной. Статистика туризма начиналась с количественного описания туристского спроса, потребителей туристских продуктов, что до сих пор остается наиболее проработанным ее разделом. Это сближает статистику туризма с социально-демографической статистикой и отдельными ее отраслями. Социально-демографическая статистика формирует и анализирует систему показателей для комплексной характеристики образа жизни населения и различных социальных аспектов жизнедеятельности общества. К числу важнейших показателей уровня жизни населения относятся объем потребления товаров и услуг, разрабатываемый статистикой потребления населения. В статистике туризма также используются данные об объемах платных туристско-экскурсионных и санаторно-оздоровительных услуг, а также услуг гостиниц и мотелей. Величину расходов домашних хозяйств на оплату этих услуг получают по результатам проведения выборочных обследований бюджетов домашних хозяйств. Социально-демографическая статистика изучает бюджет времени населе-

ния — одну из важнейших обобщающих характеристик условий для развития человека и удовлетворения его потребностей. Особое место в общем бюджете времени населения занимает свободное время, предназначенное для культурного, интеллектуального, физического развития, отдыха населения, в том числе для занятий туризмом. Наличие свободного времени, прежде всего компактного, не рассредоточенного в течение года, является значимым фактором туристского спроса. Актуальной задачей социально-демографической статистики является определение рациональной структуры бюджета времени населения, в котором достойное место должен занять туризм. Статистика туризма и социально-демографическая статистика с совокупностью ее отраслей имеют много общего в вопросах методологии, а также в предмете и объекте исследования. Однако такая близость вовсе не означает их тождественности.

При разработке методов расчета показателей, всесторонне характеризующих сферу туризма, статистика туризма оперирует инструментарием общей теории статистики. Последняя вырабатывает базовые принципы и методы статистических исследований: определяет систему понятий и категорий статистической науки, формулирует научные основы методов сбора, обобщения и анализа статистических данных, устанавливает условия применения этих методов. Другими словами, общая теория статистики выступает методологической основой статистики туризма и создает научный фундамент для применения статистических методов анализа к конкретному объекту исследования — сфере туризма. В статистике туризма используются положения общей теории статистики, касающиеся методов исчисления индексов (например, индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, который ежегодно публикуется аналитической группой Всемирного экономического форума, или индекса для измерения такого характерного для сферы туризма явления, как сезонность), их формул, а также аналитических требований к индексам. Кроме того, в статистических исследованиях сферы туризма часто применяются такие методы, как модель линейной регрессии, факторный анализ, метод главных компонент и дисперсионный анализ. Наряду с этими и другими широко используемыми статистическими методами в последнее время появились новые количественные подходы к анализу явлений и процессов в сфере туризма, прежде всего искусственные нейронные сети — специальные математические модели, построенные по принципу организации и функционирования сетей нервных клеток живого организма. Общей тенденцией является расширение использования многомерных моделей в туристских исследованиях, основным достоинством которых является удобство и эффективность аналитической обработки больших объемов данных. Это свидетельствует о стремлении специалистов полнее и достовернее отразить многомерную сущность туризма с помощью современного статистического аппарата. Частое обращение к статистическому инструментарию, применение более

разнообразных статистических методов свидетельствуют об очевидном прогрессе в туристских исследованиях.

Особенности статистики туризма. Правомерность выделения статистики туризма в качестве отдельного направления научных разработок и учетно-статистических работ подтверждается как особым предметом и объектом исследования, так и спецификой каналов получения информации, применяемых приемов обработки и обобщения исходных данных, а также путей практического использования результатов анализа.

Важной чертой статистики туризма является ее *системный подход* к изучению сферы туризма. Это предполагает разработку системы показателей, которая охватывает основные виды туристской деятельности и разные аспекты процессов, протекающих в сфере туризма. Наиболее простыми по содержанию показателями, хотя и не лишенными определенных практического свойства сложностей измерения, являются показатели объема туристских потоков, продолжительности пребывания туриста в месте назначения, величины и структуры туристских расходов, деятельности предприятий туристской индустрии (например, число гостиничных предприятий, номерной фонд гостиничных предприятий, единовременная вместимость гостиничных предприятий, коэффициент использования гостиничного фонда, число туристских фирм и т.д.) и др. Статистика туризма имеет дело и с более сложными явлениями и процессами в сфере туризма. Затруднения, в частности, вызывает оценка доли сферы туризма в макроэкономических показателях. С этой целью в статистике туризма разрабатывается ВСТ, который позволяет оценить с высокой степенью достоверности потребительский спрос в туризме, отследить его связь с предложением товаров и услуг, относящихся к туризму, а также соотносить деятельность в сфере туризма с другими видами экономической деятельности. ВСТ обеспечивает согласованность и взаимоувязанность разных показателей и придает системный характер статистике туризма.

Для определения показателей статистики туризма необходимо распознать те объекты, которые подлежат изучению статистическими методами, а также выяснить их природу и сущность. Статистика туризма характеризуется *множественностью объектов исследования*. Они подразделяются на два типа. Первый тип охватывает потребителей туристских продуктов. Они представлены индивидуальными и коллективными объектами. Индивидуальный объект — отдельно взятый посетитель (турист и (или) экскурсант) и вся совокупность этих индивидов в целом, а также отдельные ее категории в зависимости от цели статистического исследования. Коллективный объект — группа лиц, совместно осуществляющая потребление туристского продукта, одновременно и сообща совершая поездку по одному туристскому маршруту. Такими объектами являются семья, участники групповых туров. Групповые туры, как правило, организуются на основе общности интересов их участников. Это могут быть коллектив-

ные путешествия любителей археологической, искусствоведческой или исторической тематики, ценителей нетронутой природы или экстремальных видов туризма и т.д. Второй тип объектов составляют предприятия, организации и учреждения, производящие товары и услуги, связанные с туризмом. Их деятельность определяет объем и качество этих продуктов. Производство и потребление отдельных туристских услуг и комплексных туристских продуктов образуют две взаимосвязанные стороны процесса, неделимое целое, из чего вытекает необходимость их параллельного исследования в статистике туризма.

Множественность объектов исследования, как одна из особенностей статистики туризма, требует особенно тщательного подхода к решению ряда методических вопросов, прежде всего определения содержания показателей сферы туризма, т.е. четкого очерчивания круга тех элементов, которые должны быть охвачены тем или иным показателем.

Например, для исчисления показателя количества туристских поездок следует установить, что именно должно быть включено в этот показатель (поездки всех посетителей или только туристов без учета экскурсантов, поездки с целью отдыха и развлечений или также с деловыми и прочими туристскими целями, поездки посетителей вне зависимости от возраста, включая грудных детей, или лиц старше установленной возрастной границы и т.д.). Также следует установить способы оценки отдельных элементов показателя (например, регистрация посетителей на государственной границе или в средствах размещения). Не менее сложно определить перечень видов деятельности, которые имеют непосредственное отношение к туризму и должны входить в собирательную группировку «Туризм» в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД), но разбросаны по многим направлениям статистического учета.

Одно из важных требований к методологии статистики туризма — обеспечение сравнимости данных во времени и пространстве, включая международные сопоставления состояния и развития сферы туризма. Ключевую роль в унификации методологии статистики туризма играют международные статистические и туристские организации.

Множественность объектов исследования не единственная форма проявления специфики объектов анализа в статистике туризма. Другая особенность состоит в их *мобильности*. В отраслях экономической статистики единицами совокупности выступают предприятия, которые жестко закреплены за территорией, развиваются сообразно жизненным циклам без быстрых, частых и кардинальных изменений. В совокупность единиц статистики туризма наряду с предприятиями входят потребители туристских продуктов (первый тип объектов), которым присущи прямо противоположные характеристики. Туристы и экскурсанты отличаются высокой степенью мобильности. По маршруту тура они могут посетить ряд туристских центров, отклоняться от заранее выбранного пути и делать остановки

в изначально незапланированных дестинациях. Даже пребывая на одном курорте, посетители часто совершают радиальные выезды к объектам туристского интереса. Все это осложняет сбор статистической информации.

Недостаток данных особенно остро ощущается во внутреннем туризме, признанном одним из приоритетных направлений развития экономики во многих странах мира. По международному туризму, связанному с пересечением государственной границы, учет организован, как правило, лучше. Однако и в этом случае приходится оперировать общими показателями потребления товаров и услуг туристского назначения на уровне страны и отдельных регионов. Отсутствуют в большинстве своем характеристики качества потребления по различным демографическим, социально-экономическим, психографическим группам посетителей. Отчасти дефицит информации компенсируется благодаря тому, что учет некоторых данных осуществляется в выборочном порядке. Вместе с тем мобильность объекта анализа порождает методологические и практические вопросы осуществления выборки. Но даже если оставить их в стороне, большие сомнения возникают по поводу надежности собранной информации о посетителях. Мобильный объект трудно изолировать на время, и найти подходящее место для интервьюирования. Оно часто проводится в незнакомом месте, иногда в толпе или шумной обстановке. Большое влияние на результаты опроса на открытом воздухе оказывает погода. Кроме того, качество информации во многом зависит от решения о времени проведения опроса — до начала, во время или после окончания путешествия. Предпочтительным является третий вариант, когда респондент сообщает реальные сведения о поездке, а не делится планами на ближайшее будущее, которые могут иметь мало общего с действительностью. Но в этом случае возникает не менее сложная проблема идентификации посетителей и поиска респондентов. Все это объясняет широкое распространение *экспертных оценок* в сфере туризма.

Следующая особенность методического аппарата статистики туризма также вытекает из специфики объектов исследования. Они обладают качественными признаками, которые не поддаются прямому числовому выражению. Поведение туристов как потребителей услуг отличается тем, что оно зависит не только от объективных факторов, но определяется действием и субъективного фактора — сознанием. Индивидуальное, групповое и массовое сознание вырабатывает систему ценностных ориентиров, социальные нормы, а также иерархию приоритетов в сфере потребления. Если в Средневековье и индустриальном обществе досуг как удовольствие приравнивался к бесполезной трате времени и считался грехом, то в XX в., на волне «нового гуманизма», на смену «трудовому обществу» пришло «общество досуга»: цивилизованное общество стремится к наслаждению жизнью. Туризм все чаще воспринимается как один из ключевых драйверов социального прогресса, критериев устойчивого образа жизни населения,

а путешествия и отдых заняли важное место среди статей расходов в бюджетах домашних хозяйств.

Измерить количественными методами произошедшие изменения в сознании людей чрезвычайно сложно. В рамках государственной статистики в России в порядке текущего учета в основном измеряется объем предоставляемых платных туристско-экскурсионных услуг населению. Для измерения влияния субъективного фактора на потребительский выбор туристов статистика обращается к *методам социологической науки*. В таких случаях данные собираются в форме ответов на вопросы, касающиеся, например, влияния иностранных туристов как носителей инонациональной культуры на поставщиков туристских услуг или восприятия туристами дестинации. В связи с большой трудоемкостью и затратностью подобных работ они выполняются периодически в виде выборочных обследований. Слабой стороной этого источника информации является то обстоятельство, что не все проблемы развития сферы туризма могут быть изучены по таким материалам, не всегда подобные исследования проводятся достаточно регулярно, не все территории охватываются обследованиями. Таким образом, статистика туризма использует наряду с количественными неколичественные данные. Характер исходной информации диктует проведение статистического анализа туризма с помощью специфических для статистики методов — *методов обобщающих показателей*, дающих числовое измерение количественных и качественных характеристик, связей между ними, тенденций их изменения.

Сбор первичных данных от хозяйствующих субъектов в сфере туризма (второй тип объектов исследования статистики туризма) осуществляется иными методами, прежде всего посредством *бухгалтерской и статистической отчетности предприятий и организаций туристской индустрии*, а также составления регистров, экономических переписей, выборочных обследований и т.д. В этой части статистика туризма тесно взаимосвязана с бухгалтерским учетом. С одной стороны, данные бухгалтерского учета лежат в основе расчета обобщающих статистических показателей деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения, турфирм, досуговых учреждений, транспортных компаний и других субъектов хозяйствования в сфере туризма. С другой — общие принципы и требования экономической статистики, частным случаем которой выступает статистика туризма, принимаются во внимание при составлении плана счетов и форм отчетности бухгалтерского учета. Между тем существующие расхождения в определениях и классификациях, используемых в экономической статистике и бухгалтерском учете, порождают необходимость приведения данных бухгалтерского учета в соответствие с требованиями статистики.

Наконец, распространенным методом статистической характеристики явлений и процессов в сфере туризма являются *экономические классификации*. Они предполагают деление общей совокупности единиц

на однородные группы на основе определенных существенных признаков. Классификации позволяют количественно описать отдельные группы, рассчитать их удельный вес. Вопросы классификации занимают достойное место в «Международных рекомендациях по статистике туризма» (IRTS-2008) — основополагающем документе Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в соответствующей области. Широкое применение в теории и практике статистики туризма находятся классификация путешествующих лиц, которая имеет экономическое основание, или классификация видов экономической деятельности, относящихся к туризму. Классификации нацелены на упорядочение данных с последующим их кодированием.

Задачи статистики туризма. Статистика туризма решает широкий круг задач. Определяя в общем виде задачи статистики туризма, следует выделить те из них, которые решает любая отраслевая статистика применительно к своему объекту исследования. Такими задачами для статистики туризма являются:

- обеспечение туристских администраций информацией, необходимой им для принятия решений по широкому кругу вопросов, связанных с формированием и проведением политики в сфере туризма, разработкой концепций, стратегий и программ развития туризма и мер по их реализации;
- предоставление руководителям предприятий туристской индустрии, менеджерам данных о состоянии туристского рынка во взаимоувязке с макроэкономической ситуацией, которые необходимы им для эффективного ведения бизнеса, в частности принятия решений об инвестициях, расширении производства, реализации услуг и пр.;
- информирование широкой общественности, научных и учебных заведений, отдельных лиц об основных итогах и тенденциях развития сферы туризма;
- обеспечение международных организаций, в частности ЮНВТО, информацией для решения широкого круга вопросов, связанных с организацией международного сотрудничества в сфере туризма.

Эти группы потребителей информации стоят за важнейшими направлениями статистических наблюдений в сфере туризма, определяют объем, формы и периодичность представления данных, диктуют содержание показателей, характеризующих состояние и развитие сферы туризма.

Кроме общеотраслевых задач существуют особые задачи, которые решает именно статистика туризма. Их специфика вытекает прежде всего из трудностей, возникающих при изучении сферы туризма. Часть их носит методологический характер и нацелена на развитие научного фундамента статистики туризма, другая часть имеет практическую направленность. К этим специальным задачам относится *преодоление автономности статистического изучения посетителей как потребителей, с одной стороны,*

и производителей туристских продуктов — с другой. Недоработки в этой области объясняются не только объективной причиной — глубокими различиями в сущности и формах проявления туристского спроса и туристского предложения, но и некоторыми организационными предпосылками. Разные аспекты туризма являются предметом изучения разных отраслей статистики (статистики услуг, транспорта, средств размещения, общественного питания, культуры, цен, финансов, труда, уровня жизни, таможенной и пограничной статистики и т.д.) и соответственно разных подразделений (управлений, отделов) органов государственной статистики. Показатели, характеризующие сферу туризма, изначально оказались включенными в разные подсистемы показателей социально-экономической статистики, что порождает ряд методологических вопросов. Кроме того, сказывается продолжительность использования отдельных показателей в практике статистических работ. Одни из них, например количество международных туристских прибытий, имеют давнюю историю и несут груз традиционного подхода к решению методологических вопросов в статистике туризма — со стороны посетителей и их спроса на туристские продукты. Другие показатели — валовая добавленная стоимость, промежуточное потребление, валовые капвложения в основные фонды в сфере туризма, занятость в индустрии туризма и прочее — начали использоваться недавно и в большей мере ориентированы на современные методологические принципы, прежде всего на принципы построения системы национальных счетов (СНС). Таким образом, задача состоит в формировании подлинно единой взаимосвязанной системы статистики туризма, обеспечивающей комплексную характеристику развития сферы туризма.

Актуальной задачей статистики туризма остается *преодоление несопоставимости показателей.* Существующие различия в содержании и методиках расчета одних и тех же показателей, например количества международных туристских прибытий, продолжительности пребывания и других, в практике их применения не позволяют проводить сравнения на уровне отдельных территориальных образований внутри одной страны, а также межстрановые сопоставления. По-прежнему остро стоит вопрос о несопоставимости показателей развития туризма, преимущественно натуральных, нестоимостных, характеризующих главным образом туристский спрос, а не предложение туристских продуктов, с другими видами экономической деятельности. Наконец, показатели статистики туризма часто оказываются несопоставимыми во времени, что препятствует построению длинных рядов динамики, необходимых для выявления тенденций развития сферы туризма. Приведение показателей сферы туризма в сопоставимый вид — одно из важнейших условий построения полноценной системы показателей статистики туризма, повышающих ее достоверность и информационную емкость.

Преодоление несопоставимости показателей сферы туризма во времени ставит перед статистикой туризма другую, не менее актуальную задачу

обеспечения сбора, а также обобщения и анализа соответствующей информации на регулярной основе. В первую очередь это касается проведения специальных наблюдений с анкетированием, получивших распространение в статистике туризма.

Следующая задача состоит в постепенном *интегрировании статистических исследований на макро- и микроуровнях*, что позволяет глубже и всестороннее раскрывать первопричины и механизмы явлений и процессов в сфере туризма. Речь идет прежде всего о недостающем систематизированном описании сферы туризма в существующих макроэкономических границах с использованием ВСТ. На основе информации, содержащейся в этом счете, можно проводить анализ экономического и финансового положения сферы туризма, а также ее связей с другими секторами в экономическом процессе и в итоге определить подлинные масштабы и экономическую значимость сферы туризма в экономике стран мира. Такая информация должна собираться регулярно, формироваться на основе статистической отчетности, базироваться на единой методологии исчисления и соответствовать международным требованиям Статистической комиссии ООН.

Роль статистики в регулировании туристской деятельности. В последние годы в мире и в методологии, и в практике статистических измерений туризма достигнут значительный прогресс. Во многом это связано с общей тенденцией к увеличению спроса на информацию и ее значения в современном информационном обществе. Все больше людей пользуются статистическими данными для повышения уровня информированности или для принятия решений. Особенно возросла роль информации в управленческой деятельности. На любом уровне управления — от микрофирм и отдельных корпораций до регионального и общегосударственного уровней — для принятия объективно обусловленных управленческих решений необходима достоверная, точная, актуальная и полная статистическая информация. Собирая, систематизируя и анализируя экономические сведения, статистика выполняет функцию главного поставщика данных для управленческих нужд. Она выступает источником формирования информационной базы менеджмента, дает важнейшие критерии состояния дел в самых разных областях социальной и экономической жизни общества, в частности в сфере туризма.

Значимость всей совокупности статистической информации для предприятия туристской индустрии трудно переоценить. Большие объемы накопленной и созданной в гостинице, туроператорской компании или экскурсионном бюро информации являются тем ресурсом, без которого они не могут создать новую туристскую услугу, планировать работу с учетом состояния и перспектив развития рынка, управлять качеством и т.д. Чем более емким информационным ресурсом обладает туристское предприятие, тем увереннее руководство ведет его по намеченному бизнес-планом пути.

Информация, необходимая для принятия управленческих решений на всех уровнях, очень разнообразна по содержанию. На уровне туристского предприятия она включает характеристики материально-технической базы, описание технологий обслуживания клиентов, сведения о текущем состоянии туристского рынка (цены, объемы спроса), показатели использования оборотных средств, сведения о кадровом составе, показатели производительности труда и фонда заработной платы, плановые задания, совокупность расчетных показателей, таких как рентабельность, себестоимость, и пр.

На уровне туристских администраций для принятия управленческих решений требуется иного рода информация. Она важна на всех этапах работы: для оценки исходного состояния туристского рынка, выработки государственной политики в сфере туризма, мониторинга управленческой деятельности и оценки ее эффективности. В настоящее время статистическая информация о туризме основана по большей части на статистике прибытий и продолжительности пребывания, а также на данных платежного баланса, которые не дают всестороннего представления о сфере туризма как социально-экономическом явлении и недостаточны для проведения действенной государственной политики. В основе последней должен лежать комплексный подход к развитию туризма. Регулирование этого вида деятельности должно осуществляться в целом, в единстве и взаимосвязанности важнейших ее предпосылок и условий, в том числе состояния окружающей среды, влияющих на результативность деятельности. Появляется необходимость в информации, характеризующей общеэкономическую ситуацию, которая определяет основные индикаторы развития сферы туризма, а также туристские ресурсы, домашние хозяйства как потребителей туристских продуктов, индустрию туризма, внешнюю торговлю туристскими услугами на государственном и более низких административно-территориальных уровнях. Как уже отмечалось, особый дефицит наблюдается в информации о вкладе сферы туризма в национальную (региональную) экономику. В рамках программно-целевого подхода к развитию туризма в комплексе с другими видами экономической деятельности большое значение имеет оценка экономической и социальной эффективности такого развития.

Роль статистики в регулировании туризма не исчерпывается формированием информационной базы. Не менее важна она и как методологическая основа анализа тех социально-экономических процессов, которые протекают в сфере туризма. Эта роль многократно усиливается в рыночных условиях, когда усложняются связи между хозяйствующими субъектами, обостряется конкуренция между ними. Возникает постоянная потребность в изучении влияния разных факторов на результаты финансово-экономической деятельности предприятий туристской индустрии, необходимость прогнозирования туристского рынка и соответствующих обобщений на макро- и микроуровнях, предвидения экономических, социальных, эко-

логических и иных последствий принимаемых решений. Таким образом, выполняя функции как методологического, так и информационного обеспечения анализа процессов и явлений в сфере туризма, статистика туризма создает научный фундамент для принятия объективно обусловленных управленческих решений в сфере туризма.

Познанию статистики туризма посвящена одноименная учебная дисциплина. Она призвана сформировать целостное представление о сфере туризма как объекте системного статистического изучения. Статистика туризма занимает важное место в подготовке кадров широкого профиля для сферы туризма. Она вооружает студентов профессиональными компетенциями, необходимыми им в сервисной, производственно-технологической, управленческой, научно-исследовательской и других видах деятельности в сфере туризма.

1.2. История статистики туризма

История становления современной статистики туризма неразрывно связана с развитием статистической науки в целом, а также с историей самого изучаемого явления — туризма. Исходя из выполняемых статистикой функций и методов их реализации в истории статистики принято выделять четыре периода: ≈3000 г. до н.э. — середина XVII в., 1654—1746 гг., 1747—1899 гг., 1900 г. — настоящее время. Глубокие изменения произошли в статистике на третьем этапе, когда возникла теория статистической науки и был заложен фундамент для ее состояния и совершенствования в наши дни. В этот период фактически была создана и обоснована теория статистического наблюдения, сформулированы основы теории статистического вывода, разработана система показателей и статистических моделей для описания макроэкономических процессов. К 1876 году уже появились все инструменты, используемые сегодня в статистическом наблюдении и анализе, — от планирования и организации наблюдения до интерпретации его результатов. Статистика стала способна выполнять не только учетную или описательную функцию, но также аналитическую и синтетическую. Благодаря научным трудам и практической деятельности «отца современной статистики» Л.А. Кетле, в XIX в. существенно повысился общественный интерес к статистическим работам, возросло число статистических публикаций, более совершенной стала организация статистики. К статистике как позитивной науке и как искусству пришло общественное признание. Она заняла ведущее место в развитии человеческого знания. Все это послужило толчком к возникновению статистики туризма.

Зарождение статистики туризма. В конце XIX в. в Австрии организуются первые статистические наблюдения в сфере туризма. Еще раньше, в 1852 г., в Швейцарии поднимался вопрос о создании официальной статистики туризма. На рубеже XIX—XX вв. появляются первые обстоятельные

исследования на туристскую тематику, в частности австрийского ученого Р. Энгельманна, с широким использованием в научном анализе статистической информации о туризме. Как явствует из приведенных примеров, особую роль на этапе зарождения статистики туризма играли Австрия и Швейцария, что представляется вполне закономерным. Они выделялись масштабами туристского движения и высокой степенью «ощутимости» туризма в их социально-экономической структуре. В то время Австрия и Швейцария лидировали по числу международных туристских прибытий.

Швейцария, например, переживала туристский бум на волне популярности восхождений в Альпах среди главным образом англичан. В 1857 году в Лондоне был основан Альпийский клуб, а вслед за ним австрийский, немецкий и швейцарский клубы, объединявшие любителей путешествий и альпинизма. Кроме того, пользовались спросом поездки на горноклиматические курорты, в частности Давос, у лиц, нуждающихся в лечении, в особенности страдающих таким распространенным тогда заболеванием, как туберкулез, и туры на отдых в Швейцарию, организованные английскими туристскими фирмами Т. Кука и Г. Ланна.

В статистическом «Справочнике народного хозяйства Швейцарии» за 1905 г. было дано определение туризма как «феномена новейшего времени, возникшего вследствие усиления потребности в восстановлении сил и перемене климата, пробуждении эстетического интереса к произведениям искусства и природным ландшафтам, стремления к общению с природой». Это определение указывало на возросшее значение туризма в обществе и попытку очертить его границы в целях статистического измерения.

Подъем туристского движения послужил важной предпосылкой накопления и систематизации статистической информации о туризме и возникновения статистики туризма.

Регулярный учет туристских потоков в странах Европы начался с конца 1920-х гг. XX в. В 1929 году Австрию посетили 2 млн туристов, Швейцарию — 1,5 млн, Италию — свыше 1 млн. Правда, официальная статистика туризма, получив мощный толчок к «самоопределению», еще окончательно не выделилась. Часто сбор и обработка статистических сведений о туристах осуществлялись в более общих целях — в интересах национальной безопасности, контроля над миграционными процессами и соблюдения налогового законодательства. В таких случаях собственно туристские цели отходили на задний план. Туристы учитывались наряду с другими путешествующими лицами и не выделялись в качестве особой категории. Кроме того, статистический учет охватывал только иностранных туристов и не распространялся на внутренний туризм.

Между тем именно на рубеже XIX—XX вв. в результате индустриализации общества в самых широких слоях населения возникла потребность в рекреационном туризме. Наряду с отдыхом аристократии на дорогих курортах и ее представлением о путешествиях как престижном времяпре-

провождении возникает туризм «для народа» как рекреационная деятельность в свободное время, связанная с восстановлением жизненных сил. Появляется традиция длительного дачного отдыха для представителей среднего класса, интеллигенции. Общедоступной формой рекреационно-познавательного туризма стали одно- и двухдневные экскурсии, походы и поездки на природу выходного дня.

Широкий размах приобрело туристское движение «навстречу природе». Так, в Вене в 1895 г. был основан один из самых массовых туристских союзов «Друзья природы», смыкавшийся с целями рабочего движения. С 1905 года «друзья природы» появились также в Германии и Швейцарии, позже во Франции, Бельгии и Нидерландах, ряде стран Восточной Европы и даже Испании. Они совершали походы, однодневные познавательные экскурсии, предпринимали и более продолжительные поездки, в которых принимали участие сотни людей. В начале XX в. в Германии возникло молодежное движение «Перелетные птицы». Его члены утверждали новый стиль жизни с характерными для него близостью к природе, походами и народными песнями. Вместе с модой на спорт появились спортивные туристские клубы и ассоциации.

В 1895 году в Петербурге состоялось учредительное собрание Общества велосипедистов-туристов и его официальное открытие. С этой даты берет начало российский туризм. К началу XX в. общество превратилось в самую крупную и авторитетную туристскую организацию России. К 1900 году было учреждено 14 Комитетов общества в России. Открыты представительства в 135 российских городах. Учреждено восемь представительств за границей в Брюсселе, Вене, Женеве, Лондоне, Гарлеме, Милане, Мюнхене и Париже. Заключены договоры о дружбе и сотрудничестве с 12 зарубежными туристскими обществами в Австрии, Бельгии, Германии, Италии, США и других странах. В 1903 году Общество объединяло рекордное число членов — 2061 человек.

Возникшие на волне туристского движения союзы, общества, клубы любителей путешествий регистрировали своих членов. По существу, эти добровольные общественные организации брали на себя обязанности по сбору статистических сведений о туристах путем простой их переписи, т.е. выполняли элементарные учетную и описательную функции. Таким образом складывалась неофициальная (альтернативная) статистика туризма. Она отразила бурное развитие «народного» туризма и новую тенденцию в туризме на рубеже веков — начало процессов демократизации и зарождение массовых форм туристской деятельности, расцвет которых пришелся на вторую половину XX столетия.

Однако отсутствие единой стройной системы организации статистики туризма, регламентированной методологии сбора и обработки статистических сведений влекло за собой недостаточную полноту и точность собираемой информации, ее несопоставимость по времени, единицам и объектам статистического наблюдения в туризме.

Так, согласно уставу Общества велосипедистов-туристов России, его членами не могли быть, а следовательно, не подлежали учету даже в случае участия в велопоходах состоящие на действительной службе нижние чины и юнкера; профессиональные велосипедисты; учащиеся в учебных заведениях военного, морского и духовного ведомств, а также подвергавшиеся ограничениям прав по суду; административно-ссыльные; состоявшие под надзором полиции.

В начале XX в. с развитием межгосударственных связей остро встала проблема унификации статистической методологии в целом. Придавая особую важность международной статистике, Лига Наций провела в 1920-е гг. серию статистических конгрессов. Результатом их работы было утверждение единых методологических основ международных статистических исследований. В русле заданного стратегического направления развития статистики начались работы по созданию общемировых статистических стандартов и в сфере туризма. Актуальность этой задачи вытекала из признания на самом высоком уровне того непреложного факта, что международные туристские связи выступают важным фактором расширения и укрепления отношений между государствами в политической, экономической, социальной, культурной областях. На повестку дня был поставлен вопрос о согласовании совместных действий в направлении расширения международных туристских связей. С 1920-х годов XX в. международный туризм и торговля туристскими услугами становятся объектом международно-правового регулирования.

Лига Наций при поддержке Первого международного съезда туристских организаций (1925) выдвинула в качестве первоочередной задачи статистики туризма определение объекта статистического исследования в сфере туризма. Необходимо было отграничить совокупность путешествующих лиц, которые подлежали статистическому наблюдению в туризме. Эта статистическая совокупность, как любая другая, должна обладать свойством качественной однородности, т.е. все ее единицы должны быть сходны по какому-либо признаку (признакам) и несходны по всем остальным. В качестве такого первичного элемента статистического наблюдения в туризме был выбран международный турист (в международных договорах — просто турист). В 1937 году Комитет экспертов по вопросам статистики Лиги Наций рекомендовал следующее его определение: «...считать туристом всякого, кто находится не менее 24 часов в стране, в которой он не живет»[1].

Обращение Лиги Наций к вопросам статистики туризма имело решающее значение для развития последней. Однако предложенное определение нельзя признать удачным. Оно было весьма расплывчатым. Двух признаков — выезда за пределы страны постоянного проживания и временного

[1] Исследование туристской поездки как международного фактора : доклад Лиги Наций / Экономический комитет. Женева, 1937. С. 8.

нахождения там — оказалось недостаточно для вычленения туристов среди путешествующих лиц. Сформированная таким образом совокупность была качественно неоднородной, поскольку наряду с туристами в нее входили трудовые мигранты, иммигранты и прочие путешествующие лица.

Развитие статистики туризма. Вторая мировая война прервала начатый процесс разработки общемировых статистических стандартов в сфере туризма. Но сразу после ее окончания, уже в 1950-е гг., когда сложились условия для массового туризма и рынки внутренних и международных туристских поездок начали стремительно расти, возникла необходимость в более точном унифицированном определении туриста, и работа возобновилась с новой силой. В центре внимания ведущих экспертов по-прежнему находился набор признаков туристов как единиц статистического наблюдения, позволяющий выделить их из общей совокупности путешествующих лиц. Эта проблема обсуждалась на совещаниях Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО) — предшественницы ЮНВТО — в 1950 г. в Дублине и 1957 г. в Лондоне. В 1959 году МСОТО принял очередную рекомендацию, в которой уточнялись туристские цели поездок. Согласно ей, поездки по делам государственной службы (визиты государственных деятелей, поездки парламентских, правительственных делегаций, дипломатических, торговых миссий и пр.), а также научные экспедиции (географические, экономические, арктические, антарктические и др.) не относятся к туризму. Таким образом, к двум первоначально выделенным признакам — выезду путешествующего лица за пределы страны постоянного проживания и временному нахождению его там — был добавлен третий — цель поездки, которая должна относиться к туристским.

Знаменательным событием в истории статистики туризма стала *Конференция ООН по международным путешествиям и туризму* (*Рим, 1963*). На ней было рекомендовано использовать в статистических целях понятие «временный посетитель» и предложено его определение. «Для статистических целей понятие „временный посетитель“ включает любое лицо, посещающее любую другую страну, помимо той, которая является его обычным местом жительства, по любой причине, помимо занятия профессиональной деятельностью, вознаграждаемой в посещаемой стране.

Это определение охватывает:

1) туристов, то есть временных посетителей, находящихся в посещаемой стране по меньшей мере 24 часа; цели их путешествия могут быть сгруппированы следующим образом:
   а) ради удовольствия: отдых, отпуск, здоровье, образование, религия, спорт,
   б) с деловыми целями, по семейным обстоятельствам, командировки и участие в конференциях;
2) экскурсантов, то есть временных посетителей, пребывающих в посещаемой стране менее чем 24 часа (включая круизных туристов).

Статистические данные не должны включать путешествующих лиц, которые в юридическом смысле не въехали в страну (лица, путешествующие самолетом, которые не покидают транзитную зону аэропортов, или аналогичные случаи)»[1].

Это определение было одобрено Статистической комиссией ООН, получило международное признание и в основном дошло до наших дней с некоторыми более поздними поправками. Оно лучше, чем все предшествующие определения, позволило выделить объект статистического исследования в туризме на основе качественной однородности первичных его элементов. Отныне единицей статистического наблюдения в туризме становится временный посетитель. Это понятие распространяется наряду с туристами и на экскурсантов, которые раньше выпадали из области статистики туризма. Между тем им присущи общие признаки, а имеющие место различия носят несущностный характер. Тем самым акцент в статистике туризма переносился на решение главной задачи — отграничить совокупность временных посетителей от резидентов — лиц, постоянно проживающих в стране, с одной стороны, и прочих путешествующих лиц, прежде всего временных работников, с другой. Таким образом в стандартизации статистического учета в сфере туризма был достигнут определенный прогресс.

С конца 1970-х гг. в развитии статистики туризма начался новый этап. К этому времени туризм превратился в важную сферу экономики. Возросла его доля в макроэкономических показателях, заметной стала роль как катализатора развития строительства, транспорта, сельского хозяйства и других отраслей экономики. Особенно весомым был вклад в создание новых рабочих мест и оживление местной экономики. Все это требовало более полных и точных оценок реальной социально-экономической значимости туризма, его влияния на объем ВВП, занятость населения, перераспределение доходов в результате перемещения туристов внутри страны и т.д. Перед статистикой туризма встали новые, более сложные задачи. Важной предпосылкой развития статистики туризма был прогресс в статистической науке в целом, связанный с совершенствованием методов анализа статистических данных. К этому времени уже были разработаны таблицы «затраты-выпуск», проведена стандартизация статистического учета и отчетности, составлены таблицы СНС.

Новый этап в развитии статистики туризма ознаменовался появлением работ, утверждавших системный подход к объекту изучения и анализу в статистике туризма, и составлением ВСТ. ВСТ явился плодом многолетних усилий разных организаций, стран и отдельных лиц, направленных на включение оценки туризма как экономического феномена в рамки макроэкономической статистики. История его создания и развития тесно связана с разработкой IRTS-2008.

[1] Документы ООН Е/3839, Е / конф. 47 / 17 от 26 сентября 1963 г., С. 39—44.

Понятие «вспомогательный счет» впервые было применено во Франции для обозначения особых правил и процедур упорядочения статистической информации в отдельных сферах экономики, в частности туризме, но в рамках СНС. Таким образом в структуре СНС выделился ряд вспомогательных подсистем — вспомогательных счетов. Среди них был ВСТ. Вопрос о его разработке быстро перешел в практическую плоскость, и Франция первой приступила к количественной оценке экономического значения туризма.

В начале 1980-х гг. ВСТ становится предметом исследовательских работ международных организаций. ЮНВТО сосредоточила усилия на определении международных стандартов в области «туристского» счетоводства и их внедрении в регулярную статистическую практику. На пятой сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО, которая состоялась в 1983 г. в Дели, был одобрен доклад с изложением методов статистического описания туризма на основе действовавших в то время положений СНС (1968). В нем подчеркивалось большое значение такого описания как единообразного и всеобъемлющего способа оценки вклада туризма в национальную экономику и его сравнения с другими секторами экономики. Этот документ до сих пор не потерял актуальности и служит фундаментом для выработки согласованных на международном уровне концепций, определений, классификаций, а также системы показателей в статистике туризма.

Большую роль в повышении общественной осведомленности о масштабах, структуре и роли туризма в экономике стран, а также важности статистики туризма в процессе принятия управленческих решений сыграла Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Начиная с середины 1980-х гг. ОЭСР предпринимала меры для включения статистики туризма в более широкие аналитические рамки национального счетоводства — СНС. Разработав «Руководство по экономическим счетам туризма», ОЭСР внесла вклад в решение ряда острых проблем, возникших при оценке экономического значения туризма, в частности увязки предложения туристских услуг и их потребления, специфики описания и анализа комплексных туров.

Важным рубежом в истории развития «туристского» счетоводства стала *Международная конференция по статистике путешествий и туризма* (*Оттава, 1991*). Она подвела итог работам в области статистики туризма, которые проводились во второй половине 1970-х — 1980-е гг. не только международными организациями (ООН, ЮНВТО и ОЭСР), но и отдельными странами, прежде всего Францией и Канадой. На конференции Статистическое управление Канады представило доклад о применимости к сфере туризма общих принципов составления вспомогательных счетов. Он содержал алгоритм оценки роли туризма в национальной экономике, сбора необходимых для этого сведений и обеспечения удобного доступа к базе данных для потенциальных пользователей. Доклад был опу-

бликован в 1987 г., когда ЮНВТО приступила к разработке документа «Международные руководящие принципы составления вспомогательного счета туризма».

1990-е годы прошли под знаком роста числа инициатив в области статистики туризма. Все больше стран приступало к разработке ВСТ. Активную позицию в этом вопросе занимали не только международные организации и государственные структуры — национальные туристские администрации, органы статистики, но и частный сектор. В числе инициатив следует отметить работу Всемирного совета по путешествиям и туризму, широко использующего методы моделирования.

По итогам Оттавской конференции ЮНВТО опубликовала «Рекомендации по статистике туризма» (RTS-1993). Они содержали свод основных понятий, классификаций и агрегированных показателей, разработанных в целях статистики и относящихся к внутреннему и международному туризму, а также Стандартную международную классификацию видов деятельности в туризме (СИКТА). В 1993 году Статистическая комиссия ООН приняла СИКТА в качестве временной классификации. СИКТА отличалась широким охватом и подробным перечнем видов деятельности, относящихся к туризму. Она была призвана служить концептуальной основой для разработки целостной, всеобъемлющей и объективной системы сбора, обработки, анализа и распространения статистической информации о туризме.

Внедрение СИКТА позволяло:

- создать более полную статистическую картину туризма;
- переориентировать национальные счета на новые принципы классификации видов экономической деятельности в туризме;
- обеспечить сопоставимость статистических данных о туризме на национальном и международном уровнях;
- предоставить специалистам достоверную информацию о туристских товарах и услугах, а также рыночной конъюнктуре;
- увязать классификацию видов деятельности в туризме с точки зрения предложения и спроса в статистической документации;
- провести более точную оценку состояния платежного баланса и вклада туризма в развитие международной торговли.

Центральный вопрос разработки СИКТА — выбор классификационного признака. Экономическая деятельность, связанная с туризмом, традиционно определялась с точки зрения спроса, потребления товаров и услуг посетителями и производимых ими туристских расходов. При таком подходе туризм выступает в качестве собирательной группировки, охватывающей разные виды деятельности, поскольку посетители несут расходы практически во всех секторах экономики.

СИКТА была не первой классификацией видов экономической деятельности в туризме. Предпринимавшиеся до нее попытки имели, безуслов-

но, важное теоретическое и практическое значение, однако не позволяли должным образом представить туризм в основных формах статистической отчетности, оценить подлинные его масштабы и экономический потенциал. Составлявшиеся перечни видов деятельности и продуктов в туризме базировались на спросе. Они были несовместимы с СНС и важнейшими международными классификациями, в которых отрасли и виды экономической деятельности выделялись исходя из логики производственных затрат и выпуска продукции, т.е. с точки зрения предложения.

Для обеспечения сопоставимости и широкой репрезентативности СИКТА была тесно увязана с Международной стандартной отраслевой классификацией всех видов экономической деятельности (МСОК)[1]. Она разрабатывалась с использованием кодовой структуры, типологии и номенклатуры последней. Общими являлись главные критерии отбора видов экономической деятельности: масштаб, уровень специализации и концентрации производства (охват рынка). Вместе с тем нецелесообразно было отказываться от определения границ туризма и на основе спроса. Соединить два подхода в рамках СИКТА стало возможным благодаря введению дополнительного группировочного признака — преимущественного направления туристских расходов. Наряду с особенностями предложения в туризме СИКТА отразила потребности и предпочтения посетителей, включив в перечень категории, на которые приходится существенная доля туристских расходов. Выбранные признаки удачно дополнили друг друга, позволив более точно очертить сферу туризма.

СИКТА включала 17 разделов, 18 подразделов, 43 группы, 66 классов и 121 подкласс. Она демонстрировала широкое разнообразие и специализацию видов деятельности, связанных с туризмом.

Принятие RTS-1993 и СИКТА Статистической комиссией ООН имело решающее значение для создания единого, общепризнанного языка статистики туризма и проведения международных сравнений. Некоторые страны, в частности Австралия, Канада и США, провели анализ действовавших в них национальных систем статистики туризма и внесли в них необходимые изменения в целях большей согласованности с новыми международными стандартами.

По итогам Оттавской конференции ЮНВТО приняла программу оказания помощи в развитии национальных систем статистики туризма на основе RTS-1993. Был создан комитет, в состав которого вошли представители 36 стран, для контроля над разработкой концептуальных основ ВСТ. В последующие годы ЮНВТО провела серию региональных форумов по «туристскому» счетоводству для стран Центральной и Восточной Европы, Ближнего Востока, Азиатско-Тихоокеанского региона, Африки, стран Северной, Центральной и Южной Америки. Была усилена техни-

[1] Общепринятое сокращение ISIC.

ческая помощь отдельным странам путем проведения семинаров и региональных практикумов, публикации технических пособий с указаниями по применению RTS-1993.

ОЭСР в свою очередь развернула работу по разработке ясной, логичной и последовательной структуры ВСТ. Она постоянно консультировала своих членов по вопросам сопоставимости ВСТ между странами, использования в ВСТ важных приемов бухгалтерского учета с учетом национальной специфики, взаимоувязки содержания разных таблиц ВСТ и др. В 1997 году ОЭСР представила первый вариант ВСТ для стран — членов организации.

Статистическая служба Европейского союза (Евростат) также разработала программу по статистике туризма и провела статистические исследования туризма в странах-членах ЕС. В 1995 году она подготовила стандарт по статистике туризма, совместимый с RTS-1993 и адаптированный к европейским реалиям. Особо следует упомянуть принятую в 1995 г. директиву Совета Европейского союза по сбору статистической информации в области туризма. Ее можно рассматривать как первый законодательный акт, направленный на гармонизацию национальных систем статистики туризма государств-членов ЕС и создание в конечном счете интегрированной информационной системы в области туризма в регионе.

Наконец, отдельные страны вносили посильную лепту в разработку и совершенствование «туристского» счетоводства. Канада, в числе первых разработавшая ВСТ, опубликовала полученные результаты в 1994 г. Другие страны, например Доминиканская Республика, Мексика, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Сингапур, США, Франция и Швеция также выбрали этот путь. Они либо опубликовали собственные ВСТ, либо доработали экспериментальные образцы ВСТ, предложенные международными организациями, и представили их расширенные варианты. Назрела необходимость координации и консолидации усилий.

В 1999 году на Всемирной конференции по оценке экономического воздействия туризма им. Энцо Пачи в Ницце ЮНВТО провела презентацию «Рекомендаций по составлению вспомогательного счета туризма». Они были одобрены и приняты в качестве платформы для достижения консенсуса с другими международными организациями. Созданная в соответствии с резолюциями конференции межведомственная рабочая группа ЮНВТО-ОЭСР-Евростат достигла согласия и разработала единую методологическую основу ВСТ. В 2000 году Статистическая комиссия ООН утвердила документ «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа». В результате ВСТ стал полноценным статистическим инструментом для оценки экономического значения туризма, и все три организации начали более активно содействовать его использованию в странах. Благодаря их усилиям в мире росло понимание важности ВСТ для разработки государственной политики в сфере туризма и приня-

тия решений по широкому кругу вопросов, связанных с регулированием туристской деятельности. Все больше стран переходило на новую систему «туристского» счетоводства. Если в 2001 г. ВСТ находился на разных этапах внедрения в 44 странах, то к 2007 г. — более чем в 70.

Современный этап развития статистики туризма. В XXI веке работы по созданию стройной системы статистики туризма продолжились. Необходимость в ней возрастала в связи с рядом новых обстоятельств, прежде всего раскрытием многогранной роли туризма в современном мире. В дополнение к ранее признанному вкладу туризма в развитие международной торговли, создание материальных благ и региональный подъем на уровне международных организаций он все чаще рассматривается в контексте борьбы с нищетой и устойчивого развития. В этой связи растет потребность в предоставлении единой последовательной и интегрированной информации о туризме, специальной системе «туристского» счетоводства. После изменения статуса ЮНВТО и преобразования ее в специализированное учреждение ООН на нее была возложена особая миссия — координировать деятельности всех учреждений и организаций в части сбора статистических данных о туризме.

Непосредственным толчком к совершенствованию статистики туризма в 2000-е гг. послужило обновление основных международных стандартов в области национального счетоводства. Была принята новая версия СНС-2008, вышло шестое издание «Руководства по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» (РПБ-6), увидели свет новые редакции МСОК и Классификатора основных продуктов (КОП), а также «Руководство по статистике международной торговли услугами». В условиях обновления большинства международных статистических стандартов, имеющих отношение к статистике туризма, было решено пересмотреть RTS-1993.

С этой целью в 2004 г. по инициативе Статистической комиссии ООН была учреждена Межведомственная координационная группа по статистике туризма, в состав которой вошли представители Статистического отдела ООН, ОЭСР, Евростата, Всемирной торговой организации (ВТО), Международного валютного фонда (МВФ), Международной организации труда (МОТ) и ЮНВТО. Перед ней были поставлены две задачи: выявить те проблемы, которые могут потребовать координации усилий при обновлении ВСТ, а также устранить концептуальные противоречия и обеспечить согласованность ВСТ со смежными макроэкономическими системами. Работа ЮНВТО и координационной группы была максимально открытой. Вносимые предложения обсуждались на электронном форуме (2006) и Международном семинаре по статистике туризма (2006), в котором приняли участие представители 33 стран и семи международных и региональных организаций. Были организованы консультации по проекту итогового документа, проведена его экспертиза.

В новую версию IRTS-2008 вошли пересмотренные концепции, определения, классификации и показатели. При их разработке координационная группа и ЮНВТО исходили из следующих принципов:

- практическая применимость во всем мире, как в развитых, так и развивающихся странах;
- согласованность с определениями и классификациями, используемыми в национальных счетах, платежном балансе, статистике международной торговли услугами, статистике домашних хозяйств и миграции населения, а также с МСОК и КОП;
- применимость для описания и анализа сферы туризма на национальном и субнациональном уровнях;
- концептуальная точность;
- измеримость показателей, полученных в результате сводки и обработки материалов статистического наблюдения в туризме.

В IRTS-2008 были пересмотрены определения некоторых видов туризма, уточнена концепция туристского потребления, внесены поправки в классификацию продуктов и видов деятельности в сфере туризма, дана более глубокая трактовка занятости в туристской индустрии и смежных с ней секторах экономики, расширено использование агрегированных показателей в сфере туризма.

Одновременно с разработкой IRTS-2008 Межведомственная координационная группа и ЮНВТО работали над новой версией ВСТ. В него были внесены изменения в соответствии с IRTS-2008, СНС-2008 и РПБ-6. Различия между прежней версией ВСТ 2000 г. и обновленным документом 2008 г. заключаются главным образом в большей четкости концепций туристских расходов и туристского потребления, т.е. системы учета товаров, приобретаемых посетителями.

После широкого обсуждения экспертным сообществом с участием представителей национальных статистических офисов, национальных туристских администраций и международных организаций IRTS-2008 и документ «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» (2008) были приняты Статистической комиссией ООН (табл. 1.2.1). В настоящее время они используются во многих странах мира.

Таблица 1.2.1

Хронология развития статистики туризма

Год, место	Важнейшие события
1937	Комитет экспертов по вопросам статистики Лиги Наций рекомендовал для использования в статистических целях понятие «международный турист»
1963, Рим (Италия)	На Конференции ООН по международным путешествиям и туризму даны определения понятий «посетитель», «турист», «экскурсант»

Окончание

Год, место	Важнейшие события
1991, Оттава (Канада): Международная конференция по статистике путешествий и туризма	
	Оттавская конференция приняла резолюцию о потребностях туристской индустрии в статистической информации. На IX сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации в Буэнос-Айресе (Аргентина) одобрены рекомендации Оттавской конференции
1991—2000: от Оттавской конференции до принятия документа «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» (1-е издание)	
1993	На XXVII сессии Статистической комиссии ООН приняты RTS-1993 и СИКТА
1999, Ницца (Франция)	Всемирная конференция по оценке экономического воздействия туризма им. Энцо Пачи приняла резолюцию с одобрением ВСТ
2000	На XXXI сессии Статистической комиссии ООН были утверждены международные стандарты в области статистики туризма, включая ВСТ
2001—2007: от документа «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» (2000) к обновленным IRTS-2008	
2001, Ванкувер (Канада)	Международная конференция по статистике туризма проводилась в целях продвижения ВСТ в странах мира
2005, Игуасу-Фоллз (Аргентина, Бразилия, Парагвай)	ЮНВТО организовала Международную конференцию на тему «Вспомогательный счет туризма (ВСТ): познание туризма и определение стратегий развития»
2008 — настоящее время: внедрение международных стандартов в области статистики туризма	
2008	На XXXIX сессии Статистической комиссии ООН одобрены IRTS-2008 и новая версия документа «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа»

Реформирование статистики туризма в Российской Федерации. Важным направлением повышения конкурентоспособности Российской Федерации на глобальном туристском рынке является внедрение принятой в международной практике системы статистики туризма. В недалеком прошлом в СССР вся статистика была основана на концепциях марксистской политэкономии и приспособлена к задачам, структуре и механизмам централизованно управляемой экономики. В плановой экономике статистика

играла ключевую роль при составлении пятилетних планов социально-экономического развития страны. Обширные статистические данные были важным критерием, по которым оценивалось развитие общества, отраслей народного хозяйства, регионов, экономики в целом.

В советский период статистика туризма и отдыха населения выполняла функцию контроля над выполнением заданий государственного плана в соответствующей области. Так, в постановлении Совета Министров СССР от 5 августа 1988 г. № 972 «О мерах по коренной перестройке сферы платных услуг населению» в соответствии с требованиями XXVII съезда КПСС устанавливались следующие задания в сфере туризма, отдыха и досуга населения:

«...увеличение объема реализации услуг в 1995 году в 3 раза по сравнению с 1987 годом, в том числе за счет:

— максимального использования имеющейся материальной базы (включая ведомственную) санаторно-курортных учреждений, домов отдыха, пансионатов и других оздоровительных учреждений, а также гостиниц, кемпингов и мотелей. Особое внимание обратить на значительное продление сезона работы указанных учреждений;
— расширения строительства новых оздоровительных учреждений, и в первую очередь для отдыха родителей с детьми, а также перепрофилирования части здравниц на семейный отдых;
— создания в 1988—1989 годах во всех курортных зонах страны хозрасчетных организаций по комплексному обслуживанию граждан, прибывающих на отдых и лечение без путевок, для обеспечения их питанием, жильем, билетами на транспорт, культурно-экскурсионными мероприятиями. Широко использовать для организации отдыха населения индивидуальный жилищный фонд и другие жилые помещения;
— предоставления отдыхающим дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость путевки, на основе организации пунктов бытового обслуживания, в том числе по прокату спортивного и туристического инвентаря, а также хозрасчетных лечебных кабинетов, проведения массовых и оздоровительных мероприятий. Довести в тринадцатой пятилетке долю таких дополнительных услуг не менее чем до 10—15 процентов к стоимости путевки;
— создания городских и районных культурно-спортивных комплексов, молодежных культурных центров и центров досуга, благоустроенных и оборудованных парков культуры и отдыха, аттракционных комплексов, игротек и павильонов игровых автоматов, видеосалонов и видеотек...»[1].

---

[1] Постановление Совета Министров СССР от 5 августа 1988 г. № 972 «О мерах по коренной перестройке сферы платных услуг населению» [Электронный ресурс]. URL: http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_14953.htm

Изменения в государственном, экономическом и политическом устройстве страны в 1990-е гг., формирование российского рынка туризма, переход отечественной статистики на новые методологические основы — все это предопределило необходимость и содержание реформирования государственной и негосударственной статистики туризма в стране. Существовавшая в плановой экономике методология оценки результатов хозяйственной деятельности, которая базировалась на марксистско-ленинской концепции производства, не позволяла достоверно охарактеризовать состояние и развитие непроизводственной сферы и в том числе туризма. Труд по созданию услуг считался полезным, но непроизводительным. В связи с этим в балансе народного хозяйства отражались результаты только процесса воспроизводства материальных благ или материальной сферы, а результаты функционирования сферы услуг, к которой относится туризм, во внимание не принимались. Такая недооценка роли непроизводственной сферы в народном хозяйстве привела к отставанию ее развития от сферы материального производства.

В настоящее время перед Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) стоят ответственные задачи по разработке современной методологии статистики туризма, отвечающей международным стандартам, в том числе создание новых российских классификаторов кодирования технико-экономической информации, микро- и макропоказателей статистики туризма, введение ВСТ. Органы власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, ощущая потребность в развитии туризма как источнике пополнения бюджетов, предпринимают попытки создания региональной и муниципальной статистики туризма. Переход на международные стандарты статистического учета, СНС, признание производительного характера труда в сфере услуг, возможность оценки эффективности туристского бизнеса с государственной позиции позволят сформировать новые подходы к развитию статистики туризма, создать методологию оценки воздействия туризма на национальную экономику и тем самым способствовать развитию туризма в России.

1.3. Организация статистики туризма

С распространением устойчивых туристских связей в мире, транснационализацией хозяйственной деятельности в сфере туризма и формированием единого глобального туристского рынка возникла потребность в международном статистическом измерении туризма. Оно предполагает использование сопоставимых данных, полученных по единой методологии, т.е. координацию статистической деятельности в планетарных масштабах. Статистика туризма неизбежно становится неотъемлемой частью Глобальной статистической системы.

Глобальная статистическая система и туризм. Целью создания Глобальной статистической системы является эффективное использование

ресурсов для осуществления статистической деятельности на национальном и международном уровнях. Центральное место в ее организационной структуре занимает ООН, в рамках которой существует разветвленная статистическая служба. В 1946 году была учреждена *Статистическая комиссия ООН*. Она является головным органом Глобальной статистической системы и высшим органом, координирующим все статистические работы в мире, как в отдельных странах, так и в международных организациях. В ее задачи входит содействие улучшению статистических данных, в частности их сопоставимости, методов статистики и в целом статистической работы в странах мира, согласование статистической деятельности специализированных учреждений ООН, консультирование членов ООН по вопросам статистики.

Благодаря усилиям Статистической комиссии существенно повысилось качество и практическое применение международной статистики. Статистические стандарты ООН стали обязательными для международных организаций и рекомендательными для национальных статистических служб в их внутренней деятельности. В 2008 году Статистическая комиссия ООН разработала новую версию международного стандарта системы сводных показателей национального счетоводства (СНС-2008), которая стала стержнем для всех национальных систем статистической информации. Конечная цель работы Статистической комиссии определена как создание единой системы сбора, обработки и распространения международной статистической информации для оценки экономического и социального прогресса с учетом нужд развивающихся стран.

Рабочим органом Статистической комиссии является *Статистический отдел Секретариата ООН*. Он собирает данные о мировом развитии и выступает глобальным хранилищем экономической, социальной, демографической, экологической информации, накопленной всей системой ООН. На основе этой информации ООН готовит обзоры мирового экономического и социального положения. Отдел прилагает целенаправленные усилия по разработке статистических стандартов и правил сбора и обработки данных международной статистики, а также поддерживает усилия стран по укреплению их национальных статистических систем.

В настоящее время Статистическая комиссия ООН вместе со Статистическим отделом организует статистическую работу в глобальных масштабах. Она объединяет деятельность статистических служб более 230 стран и территорий мира, а также примерно 2 тыс. различных международных организаций.

В единую систему международной статистики входят *региональные комиссии ООН* (например, для Европы — Европейская экономическая комиссия). В секретариатах этих комиссий также образованы статистические отделы. Они обобщают данные, поступающие от стран и регионов, и содействуют внедрению международных статистических стандартов с учетом региональной специфики.

Вопросы отраслевой статистики относятся к компетенции *специализированных учреждений ООН*. Так, статистикой сельского хозяйства занимается Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО), статистикой культуры — Институт статистики Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), статистикой здравоохранения — Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) и т.д.

Наряду с перечисленными выше (и не названными) учреждениями существуют международные организации, которые не входят в «семейство» ООН, но являются частью Глобальной статистической системы. *Международные службы статистики* функционируют в ОЭСР, ЕС (Евростат), Содружестве Независимых Государств (СНГ; Межгосударственный статистический комитет) и др. Они занимаются сбором, обобщением и публикацией статистических данных о деятельности их стран-членов. Эти организации разрабатывают собственные рекомендации единообразного исчисления соответствующих показателей, основываясь на международных статистических стандартах ООН. Тем самым достигается сопоставимость систем статистических показателей их стран.

Наконец, в структуру Глобальной статистической системы входят *национальные статистические службы*, которые созданы в разных странах и территориях мира и выполняют главный объем работ по сбору, обработке и публикации статистических данных в интересах потребителей как внутри страны, так и за границей.

Все эти организации обмениваются колоссальными потоками данных международной статистики, в том числе о туризме. Для их упорядочения ООН разработала четкую схему движения информации в мире. Прежде всего речь идет о каналах регулярной передачи статистических сведений от стран в международные организации системы ООН (рис. 1.3.1). В значительной мере решение этой проблемы было связано с созданием международных вычислительных центров, объединенных в сеть линиями интернета и каналами спутниковой связи. Таким образом ООН рационально организовала потоки международной статистической информации, исключая дублирование и экономя расходы на ее сбор, обобщение и распространение.

Наряду с выполнением многих функций ООН как наиболее авторитетная международная организация осуществляет координацию деятельности государств и национальных туристских администраций в сфере туризма, включая «туристское» счетоводство. ООН провела ряд международных семинаров и коллоквиумов по методике статистического учета в области международного туризма. Один из главных ее органов Экономический и социальный совет являлся инициатором созыва в рамках ООН специализированных международных конференций по проблемам развития туризма. В их числе Конференция ООН по международному туризму и путешествиям в Риме (1963), рекомендовавшая для рассмотрения в ООН и МСОТО определение понятия «временный посетитель».

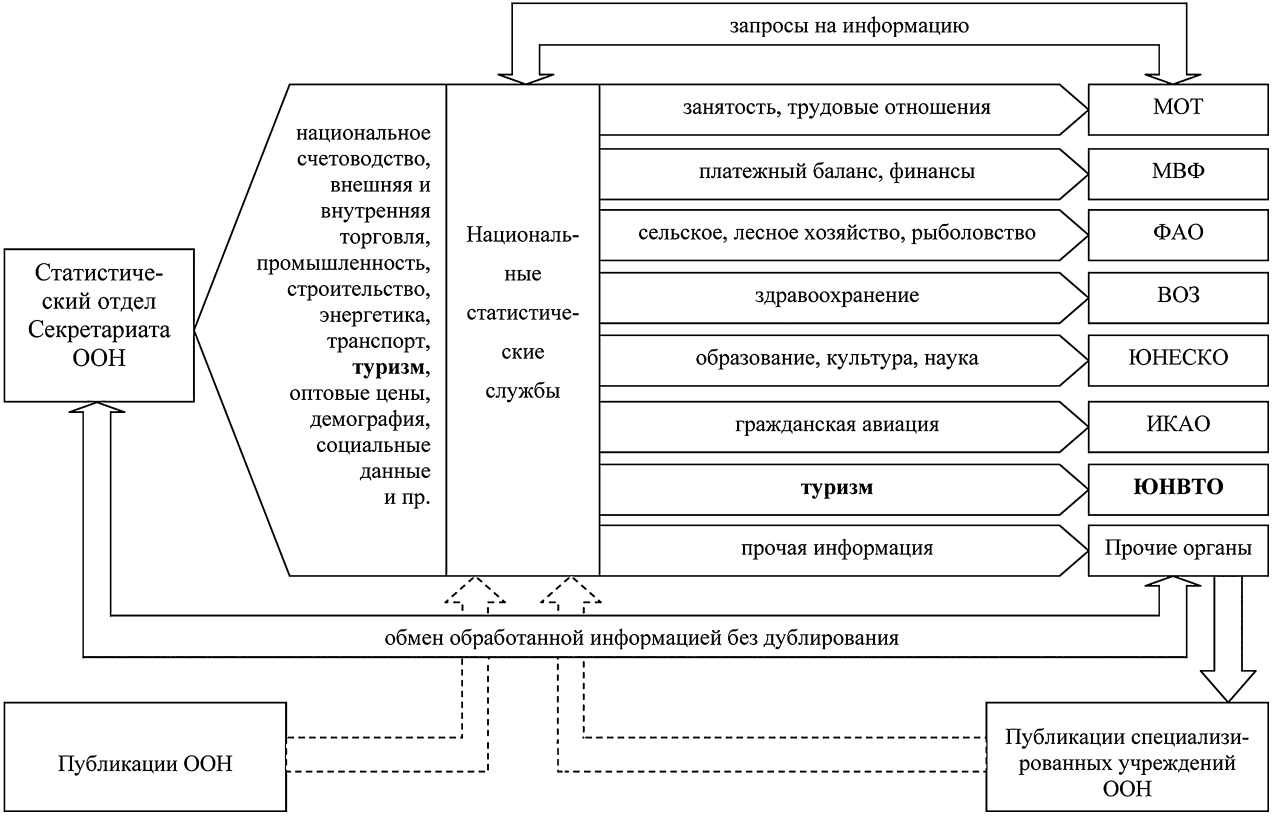

Рис. 1.3.1. Каналы передачи международной статистической информации через ООН (Назаров, 2000)

Многие аспекты статистики туризма рассматриваются на сессиях и находят отражение в документах Статистической комиссии ООН (табл. 1.3.1). В сферу ее деятельности входят вопросы стандартизации терминологии, унификации классификаций, выработка единой методологии статистики туризма и т.д. Статистической комиссией был составлен и принят проект руководящих принципов по статистике международного туризма.

Таблица 1.3.1

Тематика заседаний Статистической комиссии ООН по экономической статистики в 2000—2013 гг. (выдержка из отчета комиссии)

Пункты повестки сессий	Годы													
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Национальные счета	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Статистика сельского хозяйства				√				√		√	√	√	√	√
Статистика промышленности							√	√	√		√			
Статистика энергетики						√	√	√		√		√	√	
Статистика международной торговли товарами	√			√			√		√		√		√	√
Статистика международной торговли услугами	√	√		√		√			√		√		√	
Статистика информационных и коммуникационных технологий					√	√		√		√	√		√	
Статистика туризма	√				√				√			√		
Статистика цен	√	√	√	√		√		√		√		√		√
Статистика науки и технологий					√				√					√
Статистика основного капитала	√	√												

Проблематика статистического описания туризма является важным направлением работы статистических отделов региональных комиссий ООН. Европейская экономическая комиссия, Экономическая комиссия для Латинской Америки и Карибского бассейна, Экономическая и социальная комиссия для Западной Азии, Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана, а также Экономическая комиссия для Африки уделяют большое внимание созданию в регионах единых систем статистики международного туризма в рамках программ укрепления экономического сотрудничества.

Заметный вклад в гармонизацию статистики туризма вносят специализированные учреждения ООН, такие как МОТ, ЮНЕСКО и др.

Деятельность ЮНВТО в области статистики туризма. Флагманом международного туризма является *ЮНВТО*. В соглашении между ООН и ЮНВТО (2003) о признании ЮНВТО в качестве специализированного

учреждения ООН значится статья 13 «Статистические услуги». Она определяет роль и круг полномочий ЮНВТО и ее взаимоотношения с ООН в области статистики туризма. Согласно ей

«1. Организация Объединенных Наций и Всемирная туристская организация соглашаются стремиться к тесному сотрудничеству, к устранению нежелательного дублирования работы и к наиболее эффективному использованию своего персонала в области сбора, анализа, издания и распространения статистической информации. Они соглашаются объединить свои усилия в целях обеспечения наилучшего применения и использования статистической информации, гарантирования тесной координации в их соответствующих статистических инициативах и облегчения бремени, лежащего на правительствах и других организациях, от которых такая статистическая информация может быть получена.

2. Всемирная туристская организация признает Организацию Объединенных Наций в качестве центрального учреждения по сбору, анализу, изданию, стандартизации и улучшению статистических данных по туризму, используемых международными организациями для целей общего характера.

3. Организация Объединенных Наций признает Всемирную туристскую организацию в качестве надлежащего учреждения по сбору, анализу, изданию, стандартизации и улучшению статистических данных по туризму, а также по содействию применению таких статистических данных в рамках системы Организации Объединенных Наций»[1].

Таким образом, на ЮНВТО как специализированное учреждение системы ООН была возложена ответственность за развитие статистики туризма.

В структуре ЮНВТО создан *Комитет по статистике и ВСТ*. Он призван улучшить статистическое измерение туризма для должной оценки его социально-экономической значимости, совершенствовать статистику туризма как инструмент мониторинга его развития, продвигать менеджмент туризма, ориентированный на результат, посредством предоставления качественной информации и утверждать стратегический подход при разработке туристской политики на основе полной информационной обеспеченности.

Комитет по статистике и ВСТ является вспомогательным органом при исполнительном совете — руководящем органе ЮНВТО. В его функции входит:

- представление предложений по разработке и внедрению международных статистических стандартов в сфере туризма;

---

[1] ООН. Конвенции и соглашения. Соглашение между ООН и всемирной туристской организацией. Принято резолюцией 58/232 Генеральной Ассамблеи от 23 декабря 2003 г. [Электронный ресурс] — URL : http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agreem_tourism_org.shtml

- разработка рекомендаций по вопросам сбора, обобщения и распространения данных в целях улучшения международной сопоставимости статистики туризма;
- оказание помощи странам-членам ЮНВТО в области совершенствования национальных систем статистики туризма и развития ВСТ;
- взаимодействие с другими международными организациями для обмена статистической информацией и координации деятельности в рамках системы ООН.

В настоящее время комитет оказывает техническую помощь правительствам по внедрению новых международных стандартов в туризме IRTS-2008 и переходу на ВСТ, позволяющий проводить макроэкономический анализ туризма, достоверно измерять его экономическое воздействие и организовать международные сопоставления.

ЮНВТО всемерно укрепляет связи с главными органами и другими международными учреждениями системы ООН. Она участвует в сессиях Генеральной Ассамблеи ООН, Экономического и социального совета и его вспомогательных комиссий. Ее цель состоит в признании растущего потенциала туризма на международном уровне и его вклада в экономический рост, устойчивое развитие и искоренение нищеты. В области статистики туризма ЮНВТО особенно тесно взаимодействует со Статистической комиссией, на сессиях которой рассматривались основополагающие документы RTS-1993, IRTS-2008, «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» (2000, 2008), Руководства по сбору статистических данных о туризме и др.

Эти документы разрабатывались и принимались в соответствии с общим порядком, соблюдение которого обязательно для всех международных статистических стандартов. Рекомендации готовятся экспертами по заявке в Статистическую комиссию ООН. Затем они обсуждаются в странах и на Статистической комиссии и передаются на окончательное рассмотрение и одобрение в Экономический и социальный совет ООН. После этого рекомендации становятся официальным документом ООН. Этапы разработки международных статистических стандартов показаны на рис. 1.3.2. Установленный порядок способствует унификации состава данных международной статистики и обеспечивает сопоставимость показателей разных стран.

В целях выработки международных стандартов статистики туризма ЮНВТО реализует совместные проекты со специализированными учреждениями и региональными комиссиями ООН. Одна из задач ЮНВТО состоит в оценке вклада международного туризма в макроэкономические показатели. Эту работу она организует совместно с Экономической комиссией для Латинской Америки и Карибского бассейна. Комиссия выполняет соответствующие расчеты по 13 позициям на основе статистики платеж-

ного баланса МВФ и статистики международных валютно-финансовых операций. Такие показатели, как доля расходов на въездной туризм в ВВП, доля расходов на выездной туризм в импорте товаров и услуг, сальдо баланса туристских доходов и расходов в ВВП и другие, рассчитываются по большинству стран мира по единой методике, что обеспечивает их международную сопоставимость. Они также сопоставимы с другими экономическими индикаторами. Подобные расчеты ведутся начиная с 1980 г. Построенные таким образом длинные динамические ряды позволяют отследить, как менялось экономическое значение туризма.

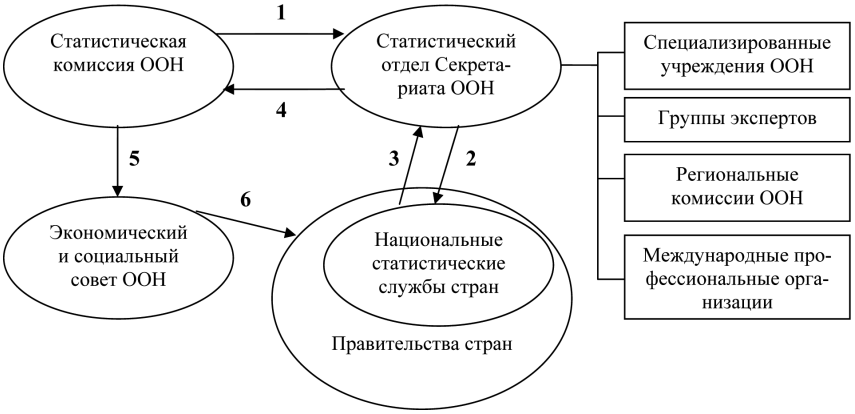

Рис. 1.3.2. Схема разработки рекомендаций ООН по международной статистике. Цифрами на схеме обозначены: 1 — исходная просьба; 2 — проект предложения; 3 — замечания стран; 4 — первоначальный проект; 5 — проект рекомендации; 6 — рекомендации ООН (Назаров, 2000)

Другой совместный проект ЮНВТО и МОТ касается статистики занятости в туристской индустрии. Известно, что туризм является одной из наиболее трудоемких сфер экономики. По некоторым оценкам, в туристской индустрии занято свыше 200 млн человек, или каждый двенадцатый работник в мире. В обслуживание посетителей вовлечены высокопрофессиональные кадры, а также используется неквалифицированная рабочая сила. Туристская индустрия обеспечивает занятость лиц, которые испытывают определенные сложности с трудоустройством — молодежь, женщины с малолетними детьми, мигранты и др. Получая работу, они улучшают материальное положение и приобретают трудовой стаж, социализируются, перед ними открываются перспективы личностного роста. Вместе с тем туристская индустрия сталкивается с высоким уровнем текучести кадров. Характер и условия труда часто не соответствуют ожиданиям работников, и при первой возможности они меняют место работы.

Проблемы занятости в туристской индустрии изучены недостаточно хорошо в основном из-за отсутствия достоверной информации. Только некоторые страны располагают необходимой статистической базой. Совершенствование методов статистического учета, его полнота и точность обеспечат надежные и согласованные сведения о занятости и ее структуре, квалификации работников, условиях труда, величине и системах оплаты труда в туристской индустрии и т.д. Это та область, в которой общие усилия Департамента статистики труда МОТ и Комитета по статистике и ВСТ ЮНВТО могут дать плодотворные результаты.

Начало их сотрудничеству положило совместное издание «Источники информации и методы учета: Статистика труда. Занятость в туристской индустрии». Оно содержит методическое руководство по статистике занятости, оплаты труда, отработанных часов на предприятиях туристской индустрии. В нем обобщен большой объем информации, полученной из разных источников, а также представлены методы расчета соответствующих показателей, которые используются в разных странах. Кроме того, ЮНВТО и МОТ провели детализированный опрос специалистов и, основываясь на его результатах, составили техническое руководство «Лучший опыт оценки занятости в туристской индустрии». Наконец, недавняя их совместная инициатива состояла в апробации технического руководства в некоторых странах и изучении возможности применения «индикаторов достойной работы», разработанных МОТ, в туристской индустрии.

Деятельность ОЭСР и Евростата в области статистики туризма. Наряду с ЮНВТО активную роль в развитии статистики туризма играют ОЭСР и Евростат. Эти организации внесли большой вклад в разработку и внедрение международных статистических стандартов в сфере туризма. С учетом масштабов статистической деятельности их можно считать одними из главных центров статистики туризма в мире.

Туризм является ключевым компонентом сферы услуг стран-членов *ОЭСР*. В этих странах зарождаются и к ним тяготеют мировые туристские потоки, концентрируются основные поступления от международного туризма. Не случайно, что вопросы развития туризма заняли видное место в деятельности ОЭСР как международной межправительственной экономической организации, призванной координировать и разрабатывать единую экономическую политику развитых стран. Образованный в 1948 г. Комитет по туризму в настоящее время является центральной площадкой в ОЭСР для обсуждения разных аспектов международного сотрудничества в сфере туризма. Основная деятельность комитета, сосредоточенная на методологии оценки экономического и социального воздействия туризма, увенчалась принятием соответствующих международных статистических стандартов.

Комитет по туризму оказывает содействие странам-членам ОЭСР, а в отдельных случаях и странам, не входящим в эту организацию:

- в получении максимально возможных экономических, социальных, экологических выгод от развития туризма благодаря разработке и реализации средне- и долгосрочных стратегий развития, эффективной политике в сфере туризма, увязанной с политикой в других областях — образовании, охране окружающей среды, инновационной деятельности, занятости, безопасности, транспорте;
- в контексте процессов глобализации и децентрализации в долгосрочном развитии туризма как катализаторе экономического роста и повышения занятости населения не только в отдельных крупных городских центрах, но и в регионах;
- усилении брендов и конкурентоспособности туристских дестинаций, а также их привлекательности для местного населения, посетителей и инвесторов в интересах общего экономического подъема;
- реформировании политики в сфере туризма в целях повышения ее эффективности и результативности для достижения долгосрочного экономического роста;
- расширении и укреплении международного сотрудничества в сфере туризма.

Начиная с 1994 г. Комитет по туризму ОЭСР совместно с Евростатом регулярно проводит Всемирный форум по статистике туризма. Его участникам предоставляется уникальная возможность обменяться мнениями и опытом по широкому кругу вопросов методологии и организации статистических наблюдений в туризме и наладить более тесное сотрудничество для выработки согласованных подходов в статистике туризма.

Всемирный форум по статистике туризма организуется в целях:

- объединения всех заинтересованных лиц — экспертов, представителей научно-педагогической общественности, а также разных секторов туристской индустрии преимущественно из стран-членов ЕС и ОЭСР — для совершенствования статистики туризма;
- изучения опыта в области использования статистических методов, определений и классификаций статистики туризма, а также разработки новых инструментов статистического измерения туризма;
- поддержки конкретных инициатив в части повышения сопоставимости статистики туризма, совершенствования определения туризма и оценки его экономической значимости;
- привлечения дополнительных источников информации о туризме и поощрения использования новых информационных технологий на предприятиях туристской индустрии, помогающих снизить затраты на сбор, обработку и передачу данных;
- разработки интегрированных систем статистики туризма и соответствующих социально-экономических показателей, востребованных при принятии управленческих решений в сфере туризма и позволяющих вписать ее в макроэкономические рамки.

Деятельность другой международной организации *Евростата* также хорошо известна в области статистики туризма. На нее возложены функции координации деятельности национальных статистических служб стран-членов ЕС и обеспечение сопоставимости национальных статистических данных в сфере туризма. В 2011 году Европейский парламент и Совет Европейского союза приняли специальный Регламент, создающий прочный каркас для развития статистики туризма в рамках единой интегрированной европейской статистической системы и укрепляющий доверие к ней. Регламент установил общие для всех стран — членов ЕС требования к созданию и систематическому развитию, а также распространению европейской статистики туризма. Согласно ему, все страны — члены ЕС обязаны собирать, обобщать и представлять гармонизированную статистику спроса и предложения на туристские продукты. Регламент закрепил базовые определения в статистике туризма, установил объект и единицы статистического наблюдения в туризме, а также регистрируемые признаки у каждой из них, определил программу проведения пилотных статистических исследований в целях гармонизации таблиц ВСТ и создания системы сбора информации об экологических последствиях развития туризма. Специальные статьи Регламента посвящены качеству статистической информации о туризме, основным источникам ее получения и порядку представления в Евростат.

Опираясь на научные принципы и методы, Евростат обобщает большой объем информации о сфере туризма в странах — членах ЕС — о единовременной вместимости коллективных средств размещения туристов, их загрузке, а также величине и структуре туристского спроса (числе туристских поездок граждан ЕС, количестве ночевок, объемах туристских расходов и др.). Дополнительные сведения о туризме в ЕС содержатся в структурной статистике предпринимательской деятельности, важной для выявления характерных видов туристской деятельности, статистике платежного баланса, статистике пассажирского транспорта, а также результатах регулярно проводимых обследований домохозяйств и предприятий в рамках ЕС, в том числе о бронировании туристских услуг через интернет, использовании информационных технологий и распространении электронного бизнеса на предприятиях сектора размещения. Собранная национальными службами статистики стран ЕС информация о туризме обрабатывается Евростатом, приводится к единым стандартам и публикуется.

Евростат придает большое значение гармонизации методов статистического наблюдения в туризме, используемых странами — членами ЕС. Им разработаны унифицированная методология и стандарты статистики туризма, учитывающие особенности каждой национальной статистической системы, с одной стороны, и рекомендации статистических служб международных организаций (ООН, МВФ, ОЭСР и др.) — с другой.

Евростат ведет большую работу по трем основным направлениям:

- обеспечение сопоставимости статистики туризма на уровне ЕС благодаря внедрению единой методологии статистического учета;
- формирование ВСТ в ЕС;
- разработка базовых индикаторов устойчивого развития туризма.

Организация статистики туризма в Российской Федерации. Сбор, обработка, анализ и публикация статистических сведений о туризме является одним из направлений деятельности национальных служб статистики.

Нормативную основу официального статистического учета в сфере туризма и системы государственной статистики туризма в Российской Федерации составляют:

- Федеральный закон от 27 ноября 2007 г. № 282-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации», который закладывает правовые основы для реализации единой государственной политики в сфере официального статистического учета, направленной на обеспечение информационных потребностей государства и общества в полной, достоверной, научно обоснованной и своевременно предоставляемой официальной статистической информации о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных процессах в Российской Федерации;
- Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который в части статистики туризма регулирует вопросы информационного обеспечения туризма, определяет порядок стандартизации и классификации объектов туристской индустрии, принципы формирования и ведения единого федерального реестра туроператоров как государственной информационной системы;
- Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», специальная статья которого посвящена федеральным статистическим наблюдениям за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, доминирующих в туристском бизнесе.

Для осуществления статистической деятельности, в том числе в сфере туризма, в Российской Федерации создана статистическая служба. Ее функции выполняют органы государственной статистики и ведомственной статистики. Система государственной статистики организована в соответствии с административно-территориальным делением страны и имеет иерархическую структуру, включающую три уровня — федеральный, субъ-

ектов Российской Федерации и муниципальный. Статистическая деятельность в сфере туризма ведется на всех трех уровнях.

Федеральный уровень представляют *Росстат*, ее центральный аппарат и подведомственные учреждения. Росстат осуществляет методологическое и практическое руководство всеми работами по формированию и распространению официальной статистической информации, а также надзор и контроль в области государственной статистической деятельности на всей территории Российской Федерации. В центральном аппарате Росстата создано Управление статистики торговли и услуг, которому подчиняется отдел статистики рыночных услуг и туризма. Установленные Росстатом методология проведения статистических наблюдений и формирования статистических показателей, формы и методы сбора и обработки статистических данных являются государственными статистическими стандартами Российской Федерации.

В субъектах Российской Федерации (республиках, краях, областях) действуют территориальные органы государственной статистики. Они осуществляют руководство официальным статистическим учетом на подведомственной территории, координируют статистическую деятельность в регионе, участвуют в межрегиональных статистических исследованиях.

В отделах статистики муниципального уровня (районных и городских) ведется сбор, первичный контроль и обработка данных с последующей их передачей в вышестоящие звенья.

Помимо Росстата отдельные виды статистических работ в сфере туризма выполняют и другие органы государственного управления — Центральный банк Российской Федерации, регулярно составляющий и публикующий платежный баланс страны, Федеральная служба безопасности (ФСБ), которая ведет пограничную статистику прибытий иностранных туристов и отбытий российских граждан за границу, и др.

Наряду с государственной статистикой туризма существует ведомственная статистика туризма, которая ведется в министерствах и ведомствах, корпорациях и на отдельных предприятиях. Ведомственная статистика занимается сбором, обработкой и анализом статистической информации, необходимой для принятия руководящими органами управленческих решений, планирования экономической деятельности. Например, в Министерстве культуры Российской Федерации, на которое возложены разработка и реализация государственной политики и нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в стране, функционирует система сбора, обработки, хранения и анализа данных государственной и отраслевой (ведомственной) статистической отчетности. Для создания базы данных отраслевой статистики в министерстве ежегодно обрабатывается более 50 наименований форм статистической отчетности, содержащих не менее 5 тыс. показателей. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) формирует и ведет единый федеральный реестр туропе-

раторов. На туристских фирмах статистической работой занимаются, как правило, в бухгалтерии.

В настоящее время российская статистика туризма находится в стадии становления. Ее показатели, преимущественно немонетарные, разрознены и децентрализованы по ряду отраслевых статистик. Отсутствуют единые методологические и организационные основы, что затрудняет переход на международные статистические стандарты.

Работа по формированию отечественной системы статистики туризма ведется Росстатом с 1998 г. В 2000 году был принят «План мероприятий по организации комплексного статистического наблюдения за состоянием отрасти „Туризм“ на 2000—2005 годы». Он включал 34 мероприятия, сгруппированных в десять разделов. План был ориентирован на реализацию подготовительного этапа приведения российской статистики туризма в соответствие с международными стандартами. В результате его выполнения частные показатели отраслевых статистик, прямо или косвенно относящиеся к сфере туризма, были консолидированы в сборнике «Туризм и туристские ресурсы России» (2000).

Новый этап в развитии статистики туризма в Российской Федерации начался с принятием Федеральной целевой программы «Развитие государственной статистики России в 2007—2011 годах». Программа предусматривала формирование статистики туризма, отвечающей международным требованиям. В соответствии с Международными рекомендациями по статистике туризма Росстат стал проводить федеральные статистические наблюдения за деятельностью коллективных средств размещения, а также за деятельностью туроператоров и турагентств, разрабатывать программы и осуществлять пилотные туристские обследования. Руководство по платежному балансу используется при организации федерального статистического наблюдения за въездом иностранных граждан в Россию и выездом российских граждан за границу. Однако расхождения между российской статистикой туризма, ее методологическим аппаратом и инструментарием сбора, обработки и агрегирования данных в сфере туризма, с одной стороны, и соответствующими международными статистическими стандартами, с другой, окончательно еще не преодолены. Например, в России статистическое изучение потребления платных услуг, оказанных населению, по видам ведется в разрезе группировок Общероссийского классификатора услуг населению (ОКУН), который не гармонизирован с международным КОП.

Дальнейшее укрепление статистики туризма в России в значительной мере связывается с адаптацией к российским условиям методологии ВСТ, унификации определений и методов для измерения совокупного вклада туризма в национальную экономику в терминах ВВП, занятости и инвестиций. Конечная цель состоит в построении ВСТ как ядра российской системы статистики туризма.

Контрольные вопросы и задания

1. Сформулируйте предмет статистики туризма.
2. Назовите главные особенности статистики туризма как отрасли статистической науки.
3. Перечислите основные задачи, стоящие перед статистикой туризма.
4. Проведите периодизацию истории статистики туризма. Обоснуйте признаки, положенные в ее основу. Кратко охарактеризуйте каждый из выделенных периодов.
5. Раскройте структуру глобальной системы статистики туризма.
6. Назовите международные организации, внесшие большой вклад в развитие статистики туризма. Перечислите основные направления их деятельности.
7. Объясните, в чем состоит роль международных организаций в развитии статистики туризма.
8. Почему такое большое значение придается разработке международных статистических стандартов в сфере туризма?
9. В чем состоят особенности современного этапа развития российской статистики туризма?
10. Используя разные источники информации, выделите актуальные проблемы развития туризма в вашем регионе (городе). Какой вклад, на ваш взгляд, может внести статистика туризма в их решение?

Литература

1. *Александрова А.Ю.* Статистика международного туризма: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Инициативы XXI века. 2013. № 2. С. 29—30.
2. Курс социально-экономической статистики / под ред. М.Г. Назарова. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 771 с. П. 4.2. Современный этап развития международной статистики.
3. *Соболева Е.А.* Статистика туризма: статистическое наблюдение : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 160 с.
4. *Суконникова Е.В.* Состояние статистики туризма в Российской Федерации. Баку, 2011. URL : http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/russian_sts.pdf
5. Энциклопедия статистических терминов. В 8 томах / Федеральная служба государственной статистики. М. : Росстат, 2011.
6. ООН. Конвенции и соглашения. Соглашение между ООН и всемирной туристской организацией. Принято резолюцией 58/232

Генеральной Ассамблеи от 23 декабря 2003 г. URL : http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agreem_tourism_org.shtml

7. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en
8. Страница Комитета по туризму на официальном сайте ОЭСР — OCDE. Des politiques meilleures pour une vie meilleure. A propos du Comité du Tourisme. URL : www.oecd.org/cfe/tourisme
9. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 2

БАЗОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И КЛАССИФИКАЦИИ В СТАТИСТИКЕ ТУРИЗМА

2.1. Статистическое определение посетителя. Классификация путешествующих лиц

IRTS-2008 заложили всеобъемлющую методологическую основу для сбора и обработки статистической информации о туризме во всех странах мира. Это общедоступное издание систематизирует понятийный аппарат статистики туризма. В нем сведены воедино стандартизированные базовые термины и определения, концепции, классификации и показатели статистики туризма. Все они взаимоувязаны между собой и гармонизированы с понятийным аппаратом и инструментарием, принятыми в общей статистической системе, прежде всего в СНС и ВСТ в частности. Благодаря IRTS-2008 было расширено информационное пространство в области статистики туризма и создан универсальный язык, который позволяет общаться не только специалистам-статистикам, но и самому широкому кругу лиц, заинтересованных в информации о туризме. В результате с уверенностью можно рассчитывать на рост доверия населения и специалистов к статистике туризма.

В настоящее время в международной статистике туризма широко используется понятие посетителя, закрепленное в IRTS-2008 как международный статистический стандарт[1]. Посетитель рассматривается как частный случай путешествующего лица. Путешественник перемещается между различными географическими пунктами с любой целью и в течение любого срока. Единицей наблюдения в статистике туризма может считаться не любое путешествующее лицо, а лишь то, которое является носителем определенных признаков. Согласно IRTS-2008 *посетитель — это путешественник, совершающий поездку в какое-либо место назначения, находящееся за пределами его обычной среды местонахождения, с любой главной целью, за исключением цели трудоустройства на предприятие, зарегистрированное в стране или месте посещения.*

Предложенное определение позволило более четко очертить ту часть путешествующих лиц, которая выступает объектом статистического наблюдения в туризме. Выделяется три главных признака, позволяющих отличить посетителей от прочих путешествующих лиц:

[1] В российском законодательстве о туризме вместо посетителя используются понятия турист и экскурсант.

- перемещение за пределы обычной среды местонахождения;
- временное пребывание в месте назначения;
- туристская цель поездки.

Концепция обычной среды местонахождения. Выезд за пределы обычной среды местонахождения — первый критерий классификации путешествующих лиц. Обычная среда местонахождения какого-либо лица относится к базовым понятиям в статистике туризма. Она определяется как *географический район* (*хотя и необязательно сплошной по территории*), *в пределах которого то или иное лицо ведет свой привычный образ жизни*. Понятие «обычная среда местонахождения» дополняет понятие страны постоянного проживания, используемое в национальных счетах и платежном балансе, а также понятие места постоянного проживания, относящееся к статистике домашних хозяйств. В российском законодательстве о туризме вместо обычной среды местонахождения применяется термин «обычное место жительства».

Понятие обычной среды местонахождения было введено на Международной конференции по статистике туризма (Оттава, 1991). Оно помогает исключить из категории посетителей тех путешествующих лиц, которые на регулярной основе перемещаются между местом постоянного проживания и местом работы (учебы) или совершают поездки по привычным маршрутам к друзьям и родственникам, в торговые центры, религиозные, медицинские и иные учреждения.

Разработка концепции обычной среды местонахождения сталкивается с большими трудностями. Существующие между странами различия в плотности населения, транспортной доступности, культурных традициях, размерах территории и прочее не позволяют ввести единые для всех предельные значения индикаторов обычной среды, придающие ей количественную определенность и открывающие возможность фиксировать ее границы. Тем не менее ЮНВТО выделила несколько параметров обычной среды местонахождения:

- *частота посещения объекта*. Места, которые человек посещает регулярно, являются элементом его обычной среды местонахождения, даже если они расположены на значительном расстоянии от его постоянного местожительства. На этом основании, например, жители приграничных районов, работающие на территории сопредельного государства и многократно выезжавшие за границу, не могут быть отнесены к категории международных посетителей. В странах — членах ЕС установлены допустимые значения показателя частоты туристских поездок. Такая поездка должна совершаться реже одного раза в неделю (не каждую неделю). Это относится как к однодневным экскурсионным поездкам, так и к более продолжительным с ночевками. Например, если летом человек посещает близлежащий приморский курорт по 2—3 раза в неделю, а зимой

столь же часто катается на горнолыжном курорте, в этих случаях он не покидает обычной среды местонахождения;

- *удаленность объекта* (физическое расстояние). Обычная среда включает объекты в непосредственной близости от местожительства человека вне зависимости от частоты их посещения. Такая трактовка вытекает из психологического восприятия людьми этих объектов, не только как производственных, но и как природных, культурных, как элементов каждодневности. Едва ли кто станет рассматривать выход в расположенный по соседству театр как туристское мероприятие. Не найдет он отражения и в статистике туризма;
- *продолжительность пребывания в дестинации.* IRTS-2008 рекомендуют странам самим определять минимальную продолжительность остановок, чтобы они считались туристским посещением. Для однодневных поездок в странах — членах ЕС, согласно рекомендациям Евростата, она равна трем часам. Это общая минимальная продолжительность остановок в ходе одной поездки, которая может слагаться из ряда более коротких остановок в разных туристских центрах (например, двух остановок в двух разных городах во время одной поездки по два часа каждая). Для более продолжительных поездок с ночевками минимум устанавливается не в часах, а в количестве ночевок — не менее одной;
- *пересечение административных или государственных границ.* Пересечение границы, в частности муниципального образования, — объективный и легко фиксируемый факт. Этот критерий введен, чтобы отделить все перемещения внутри муниципалитета, т.е. в пределах обычной среды местонахождения, от туристских поездок. Однако иногда он нуждается в уточнении, особенно в случае с однодневными поездками — экскурсиями, маршрут которых пролегает и главная дестинация находится в границах муниципалитета. Для таких случаев делается исключение из правила. Другим исключением являются поездки в загородные дома, на дачу, которые необязательно сопровождаются пересечением административных или государственных границ. Настоящий критерий рекомендуется использовать в сочетании с другим критерием удаленности объекта для установления пределов обычной среды.

Концепция обычной среды местонахождения продолжает вызывать жаркие споры среди специалистов. Дискуссионными остаются определение самого понятия и, что особенно важно для статистики, пороговые значения частоты посещения дестинации и расстояния, которое необходимо покрыть, чтобы считаться посетителем.

ЮНВТО совместно с Канадой провела обследование ряда стран на предмет определения границ обычной среды местонахождения. 20 стран руководствовались

фактом пересечения административной границы и/или дальностью поездки (физическим расстоянием). 13 стран наряду с этим учитывали частоту посещения объекта (объектов). Например, в Словении установлены следующие количественные параметры выезда за пределы обычной среды: более 25 км покрытого расстояния, 24 часа отсутствия на месте постоянного жительства и частота посещения объекта (объектов) менее 10 раз в квартал. Австралия и Канада наоборот используют только один критерий покрытое расстояние (40 и 80 км соответственно).

Евростат в последние годы изучал возможность конкретизировать определение обычной среды местонахождения на основе объективно измеряемых критериев и распространить их количественно выраженные пороговые значения на все страны — члены ЕС, но пришел к выводу о невозможности установления подобных единых стандартов и необходимости введения национальных критериев. При этом должны приниматься во внимание и субъективные ощущения путешествующих лиц.

Странам — членам ЕС Евростат рекомендовал использовать следующие критерии выезда за пределы обычной среды местонахождения:

1) пересечение административной границы, т.е. посещение мест за пределами муниципалитета, в котором постоянно проживает посетитель;
2) продолжительность поездки;
3) частота поездок;
4) цель поездки, т.е. является ли она частью повседневной жизни путешествующего лица или нет.

Евростат также рекомендовал ввести разные критерии обычной среды местонахождения для туристов и экскурсантов. Поездки за покупками или для посещения медицинского учреждения продолжительностью более трех часов и периодичностью реже одного раза в неделю относятся к туризму, а путешествующие лица, совершающие их, — к туристам. Если лицо регулярно (один раз в неделю) навещает больного родственника, проживающего в соседнем муниципалитете, то такие поездки не являются туризмом. Но если во время ухода за больным оно находит возможность посетить расположенный рядом музей или центр паломничества, то эти вторичные визиты относятся к туризму.

Временное пребывание в месте назначения — второй критерий выделения статистической совокупности посетителей. Он вводится в развитие концепции обычной среды местонахождения и позволяет отличить посетителей от резидентов. В соответствии с IRTS-2008 продолжительность пребывания в месте назначения ограничивается 12 месяцами подряд (в российском законодательстве о туризме — шестью месяцами), после чего посетитель переходит в категорию постоянных жителей (со статистической точки зрения) и не учитывается в статистике туризма. В случае возвращения на прежнее местожительство с краткосрочным визитом, например, чтобы навестить родных и близких, это лицо регистрируется как посетитель данной территории. В Испании и Италии — ведущих принимающих туристских странах Южной Европы — эмигранты, приезжающие на родину, составляют большую часть въездного туристского потока.

Критерий продолжительности пребывания в месте назначения позволяет также выделить среди посетителей две категории: ночующих посетителей (туристов) и однодневных посетителей.

В законодательстве о туризме Российской Федерации турист определяется как физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до шести месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Используемый в российском законодательстве о туризме термин «экскурсант» является частным случаем однодневного посетителя.

Туристская цель, или основной мотив поездки — третий признак посетителя. Если в качестве основной цели поездки выступает поиск работы или работа у работодателя в месте временного пребывания, то такая поездка не является туристской. В отличие от других путешественников посетителями движут туристские мотивы.

На первый взгляд, статистическая совокупность посетителей кажется очень пестрой и разнородной. Она включает людей, предпринимающих поездки для ознакомления с памятниками истории и культуры, и бизнесменов в командировках, делегации научных работников на симпозиумах и верующих, совершающих паломничество в религиозные центры. Несмотря на неодинаковые продолжительность путешествий, географию поездок, способы передвижения, они объединены общим понятием «посетитель» и противопоставлены всем тем лицам, которые отправляются в дорогу в поисках работы и для осуществления деятельности, оплачиваемой на месте.

Классификация по целям (мотивам) поездки отражает разную экономическую природу двух категорий мигрантов. Классификация относится как к внутренним, так и международным путешественникам, но совершенно очевидными особенности каждой из них становятся в случае выезда за границу. С экономической точки зрения лица, получившие рабочие места за рубежом, являются производителями товаров и услуг, т.е. валового внутреннего продукта иностранного государства. За свой труд они получают вознаграждение — определенную денежную сумму, которую переводят на родину. Поэтому в финансовом отношении оплачиваемая деятельность иностранных граждан сопряжена с оттоком валюты (расходами) из страны их временного пребывания и поступлениями (доходом) для страны их постоянного проживания.

В отличие от путешествующих лиц — производителей материальных благ и услуг посетители являются потребителями национального продукта. Те денежные средства, которые туристы и экскурсанты расходуют на поездки, делают их потребителями, играющими заметную роль в экономике в целом и отдельных ее отраслях.

Информация о расходах на путешествия чрезвычайно скупа. Но известно, что в Великобритании они составляют 19% среднего семейного бюджета англичан, уступая лишь затратам на питание и проживание. В Германии аналогичный показатель равен 16%, во Франции и США по 12%. Средняя американская семья тратит на путешествия около 4 тыс. долл. в год, столько же, сколько она расходует на медицину или на питание, напитки и табак, вместе взятые, и в 2 раза больше, чем на покупку одежды.

Потребительский характер пребывания посетителей за границей обусловливает определенную направленность денежных потоков в мировом хозяйстве. Туристы и экскурсанты перемещают денежную массу из страны постоянного жительства в принимающую страну. Граждане, путешествующие ради удовольствия, с деловыми, лечебными или культовыми целями, при всем различии мотивов пребывания за границей ввозят валюту в принимающую страну и в равной степени увеличивают валютные поступления в ее бюджет. Поэтому их объединение в самостоятельную категорию путешествующих лиц — посетителей экономически оправдано.

При статистическом учете на практике использовать третий критерий выделения посетителей из совокупности путешествующих лиц — мотив поездки и получение вознаграждения за труд — бывает непросто. Является ли путешествующее лицо наемным работником в посещаемом месте (стране) или нет, зависит от наличия у него отношений трудового найма с работодателем — предприятием-резидентом. Суть этих отношений состоит в том, что работник добровольно берет на себя обязательство трудиться на определенного нанимателя в обмен на вознаграждение (в денежной или натуральной форме) при наличии подчинения (зависимости). Отношения трудового найма выходят за рамки формального трудового договора и соответствуют сделке между путешествующим лицом и предприятием-резидентом в посещаемом месте (стране). Выполнение тем или иным лицом определенной работы для работодателя еще не означает наличия между ними отношений трудового найма. Важным их признаком является наделение работодателя правом контроля и дачей указаний.

На рис. 2.1.1 показано выделение группы посетителей из общей совокупности путешествующих лиц.

На практике работники статистических служб сталкиваются с существенными и многочисленными проблемами при разграничении посетителей и прочих путешествующих лиц. Возникающие при этом типичные случаи рассмотрены ЮНВТО и включены в рекомендации по статистике туризма. Согласно им, к посетителям не относятся:

- путешествующие лица, регулярно пересекающие государственную или административную границу для работы в стране (регионе), отличной от страны (региона) их постоянного проживания, — приграничные работники;

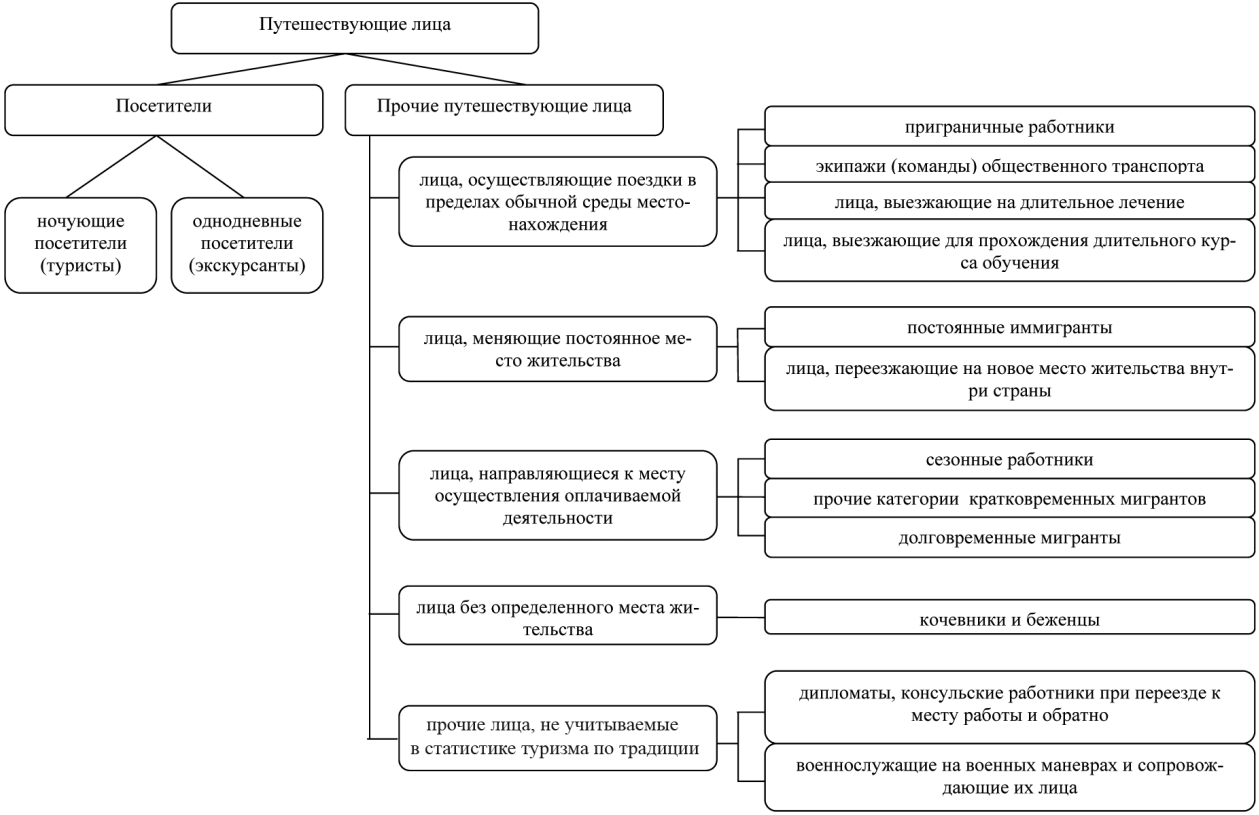

Рис. 2.1.1. Классификация путешествующих лиц, принятая ЮНВТО

- путешествующие лица, работающие по краткосрочному трудовому договору в стране (регионе), отличной от страны (региона) их постоянного проживания, и связанные отношениями трудового найма с предприятиями-резидентами, — сезонные работники в сельском хозяйстве, строительстве, гостиничном и ресторанном хозяйстве и др.

В первом случае путешествующие лица не покидают обычную среду местонахождения, а во втором — совершают поездку не с туристскими целями.

Вместе с тем ЮНВТО рекомендует учитывать в качестве посетителей следующие категории путешествующих лиц, пересекающих государственную (административную) границу с целью работы или ведения бизнеса за пределами их обычной среды местонахождения:

- работников или индивидуальных предпринимателей, приезжающих в страну (регион) на короткий срок (менее года) для установки и наладки оборудования, проведения ремонта, предоставления консультаций и оказания других аналогичных услуг и не связанных отношениями трудового найма с предприятиями-резидентами;
- путешествующих лиц, посещающих страну (регион) для ведения деловых переговоров на предприятиях-резидентах или поиска деловых предложений о сотрудничестве.

Таким образом, понятие «посетитель» как частный случай путешественника используется в отношении лиц, которые выехали за пределы обычной среды местонахождения, находятся в посещаемом месте (стране) временно и путешествуют с туристскими целями (табл. 2.1.1). Только наличие всех этих без исключения признаков позволяет рассматривать путешествующее лицо в качестве посетителя.

Таблица 2.1.1

Отличия посетителей от прочих категорий путешествующих лиц

Признаки	Путешествующие лица	
	посетители	прочие категории путешествующих лиц
перемещение	выезд за пределы обычной среды местонахождения	между различными географическими пунктами
цель	туристская	любая
продолжительность пребывания	менее 1 года	любая

2.2. Понятие о туристской поездке. Статистическая группировка туристских поездок

Туристская поездка является базовым понятием и единицей наблюдения в статистике туризма. Концепция туристской поездки была разработана

ЮНВТО для оценки подлинных масштабов туристской деятельности в системе национальной экономики. Прежде туристская поездка нередко подменялась понятием посетителя: объемы туристских потоков измерялись не количеством туристских поездок, а выражались в миллионах людей. Между тем число посетителей (туристов) и число туристских поездок различаются, поскольку один и тот же человек может совершить несколько поездок в период статистического наблюдения.

В IRTS-2008 концепция туристской поездки была углублена. В документе дается уточненное определение туристской поездки, рассматриваются ее разновидности, приводятся основные характеристики.

Несмотря на существующие различия между понятиями посетителя и туристской поездки, они являются смежными и тесно связаны друг с другом. Более того, туристская поездка определяется через понятие посетителя. Согласно *IRTS*-2008, *туристская поездка — это поездка, совершаемая посетителем*[1]. Туристская поездка подразумевает путешествие посетителя с момента его отъезда с постоянного места проживания до момента возвращения. Таким образом, речь идет о поездке туда и обратно.

С туристской поездкой связано понятие «*туристское посещение*», *т.е. остановка в посещаемом месте* (*дестинации*) *во время туристской поездки*. Туристское посещение не обязательно предполагает ночевку. Проезд через какую-либо территорию без остановки (или с очень короткой остановкой) — транзит не считается туристским посещением, но, согласно *IRTS*-2008, должен отражаться в статистике туризма.

Для характеристики туристских поездок и их группировки ЮНВТО предложила ряд признаков:

- основная цель поездки;
- продолжительность поездки или посещения;
- место начала поездки и место назначения;
- виды используемых транспортных средств;
- виды размещения.

Цель, или основной мотив поездки. Этот признак используется в качестве одного из наиболее важных при выделении подмножества туристских поездок во множестве всех поездок (путешествий). В официальных документах и научной литературе цели туристских поездок трактуются очень широко. Они могут быть любыми, за исключением трудоустройства на предприятии и получения вознаграждения за труд.

В статистике туризма для каждой поездки выделяется одна-единственная основная цель, для достижения которой принималось решение о поездке, и без которой она бы не состоялась. Однако на практике посетителем могут двигать и иные мотивы, побуждая его к второстепенным видам дея-

[1] В российском законодательстве о туризме понятие «туристская поездка» не используется.

тельности. Их выявление имеет большое значение для разработки стратегии развития туризма в части диверсификации туристского предложения, сглаживания сезонных колебаний туристского спроса, увеличения продолжительности пребывания посетителей в дестинации и др.

Главная цель является основанием для группировки туристских поездок. Эта группировка увязывается с ключевыми видами деятельности, осуществляемыми посетителями в ходе поездки. Первоначально к ним относились только отдых и развлечения. Однако позднее вместе с расширением спектра мотивов туристских поездок трактовка туристской поездки изменилась. Одностороннее понимание деятельности посетителя как «типично» туристской (осмотр достопримечательностей, купание и загорание на пляже или походы и участие в других спортивных мероприятиях) постепенно преодолевалось и заменялось более широкой трактовкой, охватывающей все виды занятий посетителя при подготовке и в ходе поездки. Однако до сих пор в обыденном сознании людей еще не преодолено узкое понимание туризма, что следует учитывать при статистических обследованиях посетителей.

В IRTS-2008 выделено два вида целей туристских поездок — личные, а также деловые и профессиональные. Это укрупненное деление обусловлено особенностями экономического поведения соответствующих типов посетителей — классических и деловых. В отличие от поездок с личными целями решение о командировке, источниках и размерах ее финансирования принимают, как правило, не сами посетители, а другие лица (начальник по службе, руководитель фирмы). Двум типам туристских поездок и посетителей отвечают разные поведенческие модели туристских расходов.

Кроме укрупненной группировки в IRTS-2008 приводится детализированный перечень целей туристских поездок, который был расширен в последнее время (табл. 2.2.1).

Таблица 2.2.1

Группировка основных целей туристских поездок

I. Личные цели
I. 1 проведение отпуска, досуг и отдых
I. 2 посещение родственников и друзей
I. 3 получение образования и профессиональная подготовка
I. 4 лечение
I. 5 религиозные цели
I. 6 шопинг
I. 7 транзит
I. 8 прочие туристские цели
II. Деловые и профессиональные цели

Личные цели туристских поездок включают:

1) проведение отпуска, досуг и отдых. Это наиболее распространенный мотив туристских поездок. На их долю, по разным оценкам, приходится примерно 70% всех туристских поездок в мире. По-прежнему повышенным спросом у населения пользуются поездки к теплому морю. Хотя мода на приморские курорты постепенно проходит, тем не менее купально-пляжный отдых пока еще считается лучшим способом снятия нервного и физического утомления, регенерации сил и энергии. Неотъемлемой частью цивилизованных форм отдыха является ознакомление с историко-культурными достопримечательностями, посещение театров, музеев и других учреждений культуры, в конечном счете, расширение общественного кругозора. Повышенный интерес посетитель проявляет к местному колориту, особенностям быта, нравов, культуры чужого народа. Более полное представление об этих сторонах человеческой жизни формируется в результате непосредственных контактов с местным населением, которые становятся возможными благодаря туристским поездкам. Нельзя не отметить и другие формы занятий на отдыхе, популярность которых возросла в последнее время: посещение зрелищных событийных мероприятий, непрофессиональные занятия спортом (горные лыжи, гольф, подводное плавание, серфинг, пешие походы, ориентирование и т.д.), круизный отдых, посещение относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий, отдых на даче и пр.;
2) посещение родственников и друзей. Поездки с этой целью становятся все более многочисленными в связи с ростом миграции в мире, рассеиванием семей по странам и континентам и возникновением такого явления, как «глобальные кланы». Многие мигранты сохраняют привязанность к своей родине, крепкие семейные и родственные узы и совершают ностальгические поездки. Они приурочивают посещение родных мест к памятным и юбилейным датам. Участвуют в свадьбах, похоронах и других мероприятиях, когда родственники и друзья обычно собираются все вместе. Приезжают для кратковременного ухода за больными или престарелыми членами семей или знакомыми и т.д.;
3) получение образования и профессиональная подготовка. Поездки с этой целью предпринимаются для получения полноценного университетского образования, учебы в школе, обучения на курсах иностранных языков, занятий выбранным видом спорта по специальной обучающей программе под руководством опытных инструкторов, повышения квалификации и т.д. Статистика поездок с образовательными целями сталкивается с рядом проблем. Одна из них состоит в том, что обучение нередко комбинирует-

ся с другими видами занятий. Например, изучение иностранных языков в летних специализированных лагерях обычно сочетается с отдыхом и развлечениями. Другой пример относится к обучению по долгосрочным академическим программам в зарубежных университетах, когда студенты выкраивают время, чтобы совершить познавательные поездки по стране, и вынуждены для этого подрабатывать. В обоих случаях главным мотивом и первостепенным видом деятельности посетителей является обучение. На этом основании их поездки квалифицируются как образовательные. Еще одна проблема статистического учета таких поездок проистекает из того, что образовательная программа может длиться несколько лет, и приезжие слушатели часто предпочитают все это время проводить по месту учебы, не прерывая пребывание и не возвращаясь на постоянное место жительства, например во время каникул. Такие продолжительные поездки (12 и более месяцев подряд) не являются туристскими и не учитываются в статистике туризма;

4) лечение. Забота о здоровье — один из распространенных мотивов туристских поездок. Люди отправляются в поездки, чтобы воспользоваться отсутствующими или недоступными в месте постоянного проживания медицинскими технологиями. А также прибегнуть к косметической хирургии с применением современного медицинского оборудования, пройти курс послебольничного долечивания на курорте, сделать запрещенные на родине операции (например, многие вмешательства в репродуктивную систему человека в ряде стран запрещены), получить консультации высококвалифицированного медицинского персонала и т.д. Важно подчеркнуть, что речь идет только о краткосрочном лечении, поскольку длительное лечение, требующее продолжительного пребывания в медицинском учреждении в течение года и более, не относится к туристским целям со статистической точки зрения. Более того, пациенты, покидая место постоянного проживания и переезжая временно в стационар или любое другое медицинское учреждение, руководствуются, в конечном счете, мотивом повысить качество собственной повседневной (!) жизни. Другими словами, психологически они часто не выходят за рамки обыденности, каждодневной рутины и остаются в пределах обычной среды местонахождения, поэтому даже в случае с краткосрочным лечением отчасти сохраняется некая условность отнесения подобных поездок к категории туристских;

5) религиозные цели. Люди стремятся поклониться местам, связанным с жизнью крупнейших религиозных деятелей, прикоснуться к религиозным святыням и получить благословение, принять участие в культовых обрядах, собраниях религиозных организаций

и пр. Ими движет общий мотив — посещение известных культовых мест для духовного совершенствования;

6) шопинг. Покупка вещей является одним из наиболее распространенных видов туристских занятий. В современном обществе потребления она превратилась из скучной обязанности домохозяек в разновидность отдыха и развлечений для большинства людей вне зависимости от их социального положения и культурного уровня. У некоторых людей походы по магазинам перерастают в настоящую болезнь. Неконтролируемое желание покупать превращается в одну из форм патологической зависимости, подобной алкоголизму, наркомании или страсти к азартным играм. Обеспокоенные распространением этой новой формы зависимости, США даже объявили Национальный день борьбы с покупками. Возможность занятия шопингом играет важную роль в выборе туристского направления. Обычно посетителя предъявляют следующие требования к шопингу: быстрый и комфортный проезд к торговым центрам, наличие в достаточном количестве магазинов известных брендов и привлекательные цены. Посетители руководствуются разными мотивами при покупках. В статистике туризма учитываются покупки потребительских товаров для личного потребления или для подарков. Покупки товаров для перепродажи или использования в каком-либо производственном процессе относятся к видам туристской деятельности с деловыми и профессиональными целями;

7) транзит. При транзитных переездах возможны кратковременные остановки без какой-либо определенной цели, кроме как продолжение следования к другому месту назначения;

8) прочие туристские цели. Встречаются иные мотивы туристских поездок, например работа в качестве волонтеров, изучение возможностей трудоустройства и миграции, осуществление других видов временной неоплачиваемой деятельности, не включенных в предшествующие группы.

Деловые и профессиональные цели поездок включают:

- участие в совещаниях, конференциях или конгрессах, торговых ярмарках и выставках;
- чтение лекций, выступление с концертами, представлениями и спектаклями;
- рекламирование, закупку и продажу товаров и услуг от имени производителей-нерезидентов;
- участие в иностранных правительственных делегациях-миссиях в качестве дипломатов, военнослужащих или сотрудников международных организаций;
- участие в миссиях неправительственных организаций;

- участие в научных прикладных или фундаментальных исследованиях;
- участие в профессиональных спортивных мероприятиях;
- посещение курсов профессиональной подготовки без отрыва от производства;
- составление программ туров, заключение договоров на предоставление услуг по размещению и транспортных услуг, работу в качестве гидов от лица турфирм-нерезидентов и т.д.

Продолжительность поездки или посещения. В статистике туризма поездки группируются не только по основной цели, но и по продолжительности. В IRTS-2008 приведена укрупненная группировка туристских поездок на краткосрочные (менее четырех ночевок) и долгосрочные (четыре и более ночевок). Странам рекомендуется разрабатывать более дробные группировки с учетом специфики туристских потоков. Так, если среди посетителей велика доля пенсионеров, проводящих значительное время на дачах, целесообразно выделить группу особо длительных поездок и посещений.

В ряде стран используется следующая группировка туристских поездок по продолжительности. Краткосрочные поездки (1—3 ночевки) предпринимаются для отдыха и развлечений в выходные и праздничные дни, а также с деловыми и профессиональными целями. Во вторую группу (4—7 ночевок) входят поездки с разными мотивами, осуществляемые преимущественно во время дополнительного отпуска. Этот сегмент рынка развивается опережающими темпами. Среднесрочные поездки (8—28 ночевок) посетители совершают, находясь в основном отпуске, главным образом для отдыха. Наконец, поездки продолжительностью 29—91 и 92—365 ночевок относятся к долгосрочным. Часть лиц, прежде всего экономически неактивных (пенсионеры), предпринимают их для отдыха, развлечений и лечения, другая — с деловыми и профессиональными целями (монтаж оборудования и пр.).

Однодневным поездкам и их отражению в статистическом учете уделяется много внимания в странах с развитым внутренним туризмом (многие европейские страны, США, Австралия), а также в странах со значительным объемом приграничного туризма, т.е. там, где однодневные посетители составляют значительную долю посетителей и соответственно своими затратами в месте пребывания вносят существенный вклад в экономику дестинаций. В странах ЕС однодневные поездки группируются по длительности: менее трех часов; от трех до пяти часов; от шести до восьми часов; от девяти до 11 часов; 12 часов и более. Одна из лучших практик учета внутренних однодневных поездок — на Кипре. Здесь учитывается количество посещений по возрастным группам, среднее расстояние, покрываемое в поездке, а также частота поездок.

Продолжительность туристской поездки является важной характеристикой для определения величины спроса на туристские услуги, например

спроса на услуги по размещению. Она также необходима для оценки расходов в связи с высокой корреляцией между длительностью посещения и суммарными расходами на туристскую поездку.

Место начала поездки и место назначения. Туристские поездки группируются в зависимости от того, где они начинаются, т.е. по месту постоянного проживания посетителей. В случае с международными туристскими поездками, в частности прибытиями посетителей из-за рубежа, — по странам их происхождения, а не по национальности или гражданству. Национальность или гражданство путешествующего лица определяется по той стране, которая выдала ему паспорт или иной документ, удостоверяющий личность. Путешественник может иметь несколько паспортов и, следовательно, более одного гражданства. Национальность или гражданство не всегда совпадает со страной постоянного проживания. В статистике туризма используется понятие «страна постоянного проживания», увязывающее деятельность посетителя с экономикой определенной страны. Оно заимствовано из статистики платежного баланса и СНС, что позволяет вписать статистику туризма в общую систему национального счетоводства. Что касается выезда резидентов за границу, группировка таких поездок осуществляется в соответствии с основным местом назначения. При группировке международных туристских поездок как по месту начала, так и месту назначения используются принятые в статистике стандартные коды стран и районов, утвержденные Статистическим отделом ООН. Например, Российская Федерация имеет стандартный цифровой код 643 и языковой код ISO Alpha-3 — RUS.

Туристские поездки внутри страны группируются аналогичным образом. Соответствующая информация часто представляется в виде матриц, показывающих число и продолжительность поездок в разбивке по месту начала и месту их назначения. Пример такой разбивки приведен в таблице 2.2.2.

Виды используемых транспортных средств. Туристские поездки группируются по видам используемого транспорта. Поскольку в ходе поездки посетители нередко комбинируют разные виды транспорта, в IRTS-2008 рекомендуется проводить группировку по основному его виду. Он устанавливается по-разному. На этом виде транспорта может быть пройдено наибольшее расстояние в поездке или в нем проведено максимальное время, или на него приходится самая большая доля в общих транспортных расходах. В случае с международными поездками основной вид транспорта определяется исходя из пройденного расстояния или факта пересечения на нем границы посещаемой страны (стран), в особенности островных государств и территорий. При группировке туристских поездок по видам используемого транспорта применяется Стандартная классификация видов транспорта, разработанная ЮНВТО.

Таблица 2.2.2

Продолжительность туристских поездок в разбивке по месту начала и месту назначения в Австрии, 2012 г. (тыс. ночевок)

Федеральные земли (начало туристских поездок)	Туристские районы (назначение)								
	Бургенланд (AT11)	Каринтия (AT21)	Нижняя Австрия (AT12)	Верхняя Австрия (AT31)	Зальцбург (AT32)	Штирия (AT22)	Тироль (AT33)	Форарльберг (AT34)	Вена (AT13)
Вена (01)	653,7	1 089,7	1 489,2	788,9	1 519,7	1 729,6	924,6	199,0	171,1
Бургенланд (70)	139,5	135,8	138,8	89,0	216,1	258,1	113,1	23,1	110,7
Каринтия (71)	109,0	547,5	170,7	117,6	264,2	366,1	175,5	34,2	248,4
Нижняя Австрия (72)	542,7	960,4	1 518,7	697,6	1 348,5	1 446,9	651,0	104,3	213,3
Верхняя Австрия (73)	268,7	596,2	533,4	1 707,2	929,3	822,2	605,6	87,7	412,9
Зальцбург (74)	103,2	278,9	178,2	287,0	692,5	294,8	233,4	50,4	285,2
Штирия (75)	366,9	806,8	395,9	284,9	553,9	1 766,6	374,7	69,8	384,8
Тироль (76)	78,9	249,8	146,1	203,4	342,1	239,9	596,9	100,6	270,9
Форарльберг (77)	22,6	74,1	70,7	67,2	113,0	96,6	227,1	243,4	143,5

В скобках указаны стандартные коды федеральных земель и туристских районов, принятые в статистике Австрии.

Виды размещения. Распространенной является группировка туристских поездок по типу и категории средств размещения, в которых останавливаются посетители во время путешествия. Ночующие посетители, как правило, прибегают к услугам средств размещения, и расходы на размещение часто составляют значительную долю общих расходов на поездку. Размещение может предоставляться на коммерческой или некоммерческой основе у родственников, знакомых и т.д. Загородные дома, дачи широко используются посетителями как альтернатива классическим средствам размещения. В последнее время появились новые более сложные организационные формы размещения, основанные на совместном пользовании и владении недвижимостью для отдыха, например таймшерная клубная система отдыха, гостиницы квартирного типа и пр. Они размывают границы между коммерческим размещением и владением недвижимостью, дачными домами.

В этих условиях посетителям становится все сложнее определять и предоставлять точную информацию об используемых ими средствах раз-

мещения. Соответствующая статистическая информация важна туристским администрациям для прогнозирования спроса на разные типы размещения посетителей и развития туристской инфраструктуры.

2.3. Статистическая концепция туристских расходов

Статистика туризма наряду с натуральными показателями — числом туристских поездок, продолжительностью туристского посещения и прочим — использует стоимостные показатели. Они необходимы для статистического измерения вклада туризма в экономику, что придает им особое значение. Они позволяют вписать туризма в систему национального счетоводства, разработать ВСТ и сопоставить его с таблицами межотраслевого баланса СНС, взаимоувязать туристский спрос на различные товары и услуги с их предложением. Не случайно в IRTS-2008 туристским расходам и методам их статистического учета уделяется большое внимание, а сама концепция получила дальнейшее развитие. В соответствии с международными стандартами по статистике туризма, *туристские расходы — это сумма, затрачиваемая на приобретение потребительских товаров и услуг, а также других ценностей для собственного пользования или передачи другим лицам при подготовке к туристской поездке и в ее ходе*[1].

Принципы статистического учета туристских расходов. Концепция туристских расходов основана на ряде принципов. Согласно рекомендациям ЮНВТО, учету подлежат только те расходы посетителей, которые являются экономически значимыми. Их величина определяется стоимостью товаров и услуг, приобретаемых посетителем для удовлетворения потребностей. Как и сами запросы, они чрезвычайно разнообразны: от типично туристских услуг по перевозке, размещению и питанию, а также сувениров до потребительских товаров длительного пользования (компьютеров, автомобилей и т.д.) и ценностей (произведений искусства, ювелирных изделий и т.д.) без ограничений по стоимости. Все они потребляются лично посетителем, за исключением подарков. Однако и в этом случае, несмотря на то что их обладателем становится другое, не путешествующее лицо, понесенные расходы относятся к туристским.

Объем туристских расходов рекомендуется устанавливать по фактическим затратам на товары и услуги с учетом действующих скидок и наценок, чаевых и прочего, в том числе возврата налога на добавленную стоимость (НДС) в отношении посетителей-нерезидентов, вне зависимости от формы их оплаты — наличными деньгами, дорожными чеками, по кредитным карточкам или иным способом.

Туристские расходы может нести как сам посетитель, так и любое другое физическое или юридическое лицо от его имени. Например, в путе-

[1] В российском законодательстве о туризме туристские расходы не выделяются как самостоятельное понятие и в статистической практике не измеряются.

шествии глава семьи, распоряжающийся бюджетом, оплачивает товары и услуги от имени всех ее членов. Расходы во время пребывания у родственников и знакомых нередко берет на себя принимающая сторона. Поездки могут финансироваться также юридическими лицами:

- предприятиями, когда речь идет о служебных командировках или поощрительных турах по итогам работы;
- некоммерческими организациями, организующими поездки для детей, пожилых людей и некоторых социально ущемленных групп населения;
- государством. В ряде случаев оно субсидирует туризм со спортивными, лечебными и образовательными целями.

Помимо прямых денежных расходов посетителей на потребительские товары и услуги в соответствии с международными стандартами по статистике туризма, в туристские расходы включаются в частности:

- прямые денежные расходы наемных работников во время командировок, которые оплачивает работодатель;
- денежные расходы посетителей, возмещаемые третьей стороной (работодателями, прочими домохозяйствами, программами социального страхования и т.п.);
- денежные платежи посетителей за индивидуальные услуги, предоставляемые и субсидируемые государством и некоммерческими учреждениями, обслуживающими домохозяйства в сфере образования, здравоохранения, культуры и т.п.

В туристские расходы входят не все виды платежей, которые осуществляют посетители. Не относятся к туристским расходам выплаты посетителям в натуральной форме, вмененные затраты по размещению в собственном жилье (например, на даче) для отдыха и косвенно оцениваемые услуги финансового посредничества. Они включены в более широкую концепцию туристского потребления в ВСТ.

Из туристских расходов исключаются следующие статьи:

- покупка товаров с целью перепродажи;
- приобретение финансовых и нефинансовых активов, в том числе земельных участков, жилых домов и прочих объектов недвижимости;
- переводы наличных денег в виде добровольных пожертвований;
- уплата налогов и пошлин, не включенных в цену приобретаемых посетителем товаров и услуг;
- выплата процентов по потребительским кредитам.

Одной из важнейших характеристик туристских расходов является время их осуществления. Часть расходов посетители несут до начала поездки. Они часто бронируют и оплачивают транспортную перевозку, размещение и так далее задолго до фактического потребления таких услуг. Соответствующие платежи могут осуществляться также и после потре-

бления туристской услуги или товара при оплате по кредитной карте или погашения специального займа, взятого для этой цели.

В статистике туризма туристские расходы считаются произведенными на момент приобретения товара, т.е. перехода права собственности на него или предоставления услуги, а не на момент их оплаты. Потребительские расходы на транспортные услуги учитываются по факту транспортировки, расходы на услуги по размещению — по факту пребывания в средствах размещения, на услуги тургентства — по факту предоставления информации и бронирования туристских услуг и т.д.

Затраты на приобретение товаров и услуг в ходе туристской поездки составляют лишь часть общей суммы туристских расходов. Наряду с ними туристские расходы включают оплату услуг, которые предоставляются до начала поездки и непосредственно связаны с ней (например, вакцинация, оформление заграничных паспортов, услуги турагентств и т.д.). Кроме того, в туристских расходах учитываются затраты на приобретение товаров (особой одежды, медикаментов и т.д.) до начала поездки и предназначенные для использования в планируемом путешествии, а также расходы на покупку товаров, привезенных в качестве подарков.

Другой важной характеристикой туристских расходов служит место их осуществления. Вопрос о том, где были произведены туристские расходы, требует специального рассмотрения, поскольку границы административно-территориальных образований не совпадают с границами экономики. Наиболее очевидными различия становятся в случае с государственными границами страны и границами национальной экономики. Так, покупка импортных товаров или приобретение услуг у производителей-нерезидентов сопряжено с утечкой денежной массы из экономики страны.

Для макроэкономического анализа туризма и его воздействия на конкретную территорию важно знать, резидентом экономики какой страны является производитель товара или услуги, приобретенной посетителем. Задача состоит в том, чтобы определить экономику, в которой произведен туристский товар (услуга), и экономику, куда он поставляется или где потребляется. Они, как правило, идентичны, хотя имеют место отдельные исключения. Например, в случае с международными воздушными перевозками данная услуга создается в экономике страны компании-авиаперевозчика, а оплачиваться и потребляться может в любой другой стране мира.

Экономику, в которой посетитель оставляет деньги, и где они начинают работать, принося выгоду, порой бывает непросто определить. Она не всегда совпадает с местами, посещаемыми в ходе туристской поездки. Например, не все расходы, связанные с международными поездками, осуществляются за пределами экономики страны происхождения посетителя. Часть товаров и услуг может приобретаться у производителей-резидентов этой страны, более того, даже в пределах среды обычного местонахождения посетителя (например, необходимые для поездки одежда, оборудование, автомобильное

топливо, услуги турагентств, требуемые прививки и т.д.), хотя сама туристская поездка обязательно предполагает выезд за ее пределы.

Состав туристских расходов. Одной из главных и наиболее сложных проблем статистики туризма остается упорядочение состава туристских расходов. В статистических целях принято выделять три базовые категории туристских расходов. Эта группировка проводится исходя из страны постоянного проживания участвующих в сделках лиц. Она соответствует трем видам туризма. Различают:

- *расходы, относящиеся к внутренним поездкам*, — это туристские расходы посетителя-резидента в пределах экономики страны постоянного проживания;
- *расходы, относящиеся к въездным поездкам*, — это туристские расходы посетителя-нерезидента в экономике посещаемой страны;
- *расходы, относящиеся к выездным поездкам*, — это туристские расходы посетителя-резидента за пределами экономики страны постоянного проживания.

Не все связанные с конкретной поездкой расходы подпадают под одну и ту же категорию. Более того, туристские расходы, которые несет посетитель-резидент во внутренней поездке, могут включать расходы на товары, импортируемые из другой экономики. Проблемным случаем является приобретение товаров или транспортных и рознично-торговых услуг для внутренней поездки через интернет у международного поставщика. В этом случае имеет место экономическая сделка между резидентом и нерезидентом рассматриваемой экономики. В целях концептуальной согласованности такие расходы включаются в расходы, относящиеся к выездным поездкам, несмотря на то что посетитель не пересекает государственную границу.

В туристские расходы, относящиеся к въездным поездкам, включаются не все расходы посетителей-нерезидентов, а только те из них, которые осуществляются в экономике посещаемой страны. При разработке политики в области туризма важно знать структуру общих расходов въезжающих посетителей: соотношение между их туристскими расходами в экономике посещаемой страны и за ее пределами.

В туристские расходы, относящиеся к выездным поездкам, также включаются не все затраты посетителей на приобретение товаров и услуг, а лишь те, которые осуществляются ими за пределами экономики страны постоянного проживания. Расходы выезжающих посетителей на приобретение товаров и услуг в пределах экономики страны постоянного проживания учитываются в составе расходов на внутренние поездки.

Ключевым показателем в статистике туристских расходов является величина расходов, относящихся к туристским поездкам в пределах страны. Они представляют собой сумму расходов на внутренние и въездные поездки и включают все туристские расходы посетителей как резидентов, так и нерезидентов рассматриваемой экономики в пределах этой экономики.

Другим обобщающим показателем служит величина туристских расходов посетителей, которые являются резидентами экономики страны постоянного проживания, в пределах и за пределами этой экономики. Она рассчитывается как сумма расходов, относящихся к внутренним и выездным туристским поездкам.

Для сопоставления потребительского спроса на товары и услуги, связанные с поездками, и их предложением статистическая информация собирается не только об общей величине туристских расходов, но и об отдельных их составных элементах. Постатейная разбивка туристских расходов обычно основывается на сведениях, получаемых непосредственно от посетителей, поэтому группировка расходов должна быть как можно более простой для понимания и предоставления информации. В статистических исследованиях обычно используется группировка туристских расходов по их целям, увязанная с международной Классификацией индивидуального потребления по целям (КИПЦ).

В целях унификации классификационных подходов и обеспечения международной сопоставимости туристских расходов ЮНВТО рекомендует следующую их продуктовую группировку:

- комплексные туры, представляющие собой пакет (набор) услуг и реализуемые по единой цене без разбивки на составные элементы;
- размещение;
- питание и напитки;
- местный транспорт;
- международный транспорт;
- посещение рекреационных, культурных и спортивных мероприятий;
- шопинг;
- прочее, включая страховые платежи, комиссионные сборы и др.

Величина и структура расходов посетителей в поездках на отдых зависят от ряда факторов. Специалисты Международного центра исследований по экономике туризма при Венецианском университете Ка'Фоскари (Италия) выделили пять главных детерминантов:

1) страна происхождения туриста. Ее социокультурный облик оказывает сильное влияние на покупательское поведение туристов. Кроме того, со страной происхождения посетителя связан так называемый «эффект обмена валюты». Он часто определяет выбор той или иной дестинации, а если выбор уже сделан, — объем планируемых посетителем расходов. Это относится прежде всего к странам, входящим в зону доллара или евро, а с недавнего времени и к Японии;
2) район и место отдыха. Проведенные в Италии исследования показали, что поездки по городам искусств обходятся посетителям дороже, чем отдых на море, в горах или на озерах. Величина расходов также различается по туристским центрам. Известно, что регион Аланьи на средиземноморском побережье Турции является самым

бюджетным вариантом отдыха. Посещение некоторых специализированных туристских центров оказывает влияние на структуру расходов. Очевидно, что в признанных центрах шопинга доля расходов на покупки в магазинах значительно выше, чем в других дестинациях;

3) тип размещения. Объем расходов зависит от вида размещения (отель, кемпинг, туристская деревня и т.д.) и его категории;
4) продолжительность отдыха. Она влияет на выбор вида транспорта для проезда на курорт, типа размещения, а также объем покупок товаров и услуг, совершаемых посетителем на отдыхе, т.е. отражается на главных статьях туристских расходов;
5) время отдыха (сезон, несезон, межсезонье). Величина туристских расходов меняется вслед за сезонными колебаниями цен на проезд и проживание на курорте.

Кроме того, объем и состав туристских расходов не в последнюю очередь зависят от социально-демографических характеристик туристов (возраста, пола, образования, состава семьи/домохозяйства и стадии ее жизненного цикла, профессии/рода занятий и др.).

Простое перечисление показывает, от сколь большого числа факторов зависят величина и структура туристских расходов. Примером того, как влияет страна происхождения туристов на структуру их расходов, могут служить данные о движении денежных средств по счетам банковских карт туристов из основных зарубежных стран в России (табл. 2.3.1). Эта информация наглядно демонстрирует, что потребительское поведение туристов из США и Великобритании очень похоже. Несколько разнится с ними поведение туристов из Германии. Казахские же туристы имеют структуру расходов, отличающуюся от предыдущих туристов кардинальным образом.

Таблица 2.3.1

Размер и структура расходов иностранных туристов из стран, генерирующих основные туристские потоки в Россию в 2010 г.

Показатели	Страны					
	США	Казахстан	Великобритания	Германия	Финляндия	Китай
Туристские расходы, млн долл.	216,5	160,5	133,4	70,0	38,0	17,1
Расходы на проживание в гостиницах, % от общих расходов	15,4	5,0	27,3	27,9	8,7	18,1
Расходы на кафе и рестораны, % от общих расходов	5,3	49,2	7,2	6,6	...	...
Прочие расходы, % от общих расходов	79,3	45,8	65,5	65,5	...	...

Составлено по данным VisaVueTravel

... — данные отсутствуют.

Каждая поездка выделяется определенным соотношением перечисленных выше характеристик, влияющих на выбор посетителем тех или иных товаров и услуг и, следовательно, размер и структуру затрат. В результате регистрации этих характеристик в ходе статистических наблюдений образуется совокупность первичной информации о поездках и туристских расходах, которая затем подлежит дальнейшей обработке и анализу.

2.4. Туризм как синтетическое понятие в статистике туризма. Типы туризма

Туризм — явление сложное, многогранное, для анализа которого требуется качественная информация. Статистическое измерение туризма связано с определенными трудностями, проистекающими, в частности, из его межотраслевого характера.

Концепция туризма в статистике основана на деятельностном подходе. Определение туризма через деятельность встречается в разных науках. Например, в советской школе рекреационной географии понятие рекреации, а по существу туризма, трактовалось как деятельность человека в свободное время, осуществляемая с целью восстановления его физических сил, а также всестороннего развития личности. Эта деятельность привязывалась к вполне конкретному типу времени — свободному и пространства — рекреационному. Рекреационная (туристская) деятельность использовалась в качестве ключевого понятия в рекреационной географии.

В статистике туризма приняты иные концепция и определение туризма. В отличие от многих других дисциплин ее интересует экономическая сторона рассматриваемого явления. Кроме того, концепция и определение должны быть сформулированы таким образом, чтобы объект поддавался количественному измерению с помощью статистических методов. Они также должны быть согласованы с концепциями и определениями, используемыми в других разделах официальной статистики, национальных счетах, платежном балансе и др.

Туризм является синтетическим понятием в статистике туризма. В нем интегрированы два подхода, оба деятельностных. Один из них раскрывает сущность туризма через экономическую деятельность посетителя. Эта деятельность формирует туристский спрос. Другой подход во главу угла ставит производственную деятельность по обслуживанию посетителей. Она направлена на удовлетворение туристского спроса и формирует туристское предложение. Рассмотрим оба подхода более подробно.

Статистическое определение туризма. В международных статистических стандартах IRTS-2008 туризм в самом общем виде определяется как частный случай (подкатегория) путешествий. Различия между этими двумя понятиями важно провести, чтобы обеспечить достоверность статистики туризма.

Со стороны туристского спроса *туризм есть деятельность, осуществляемая посетителями*. Такая трактовка туризма представляется весьма широкой. Действительно, туризм охватывает очень разные виды деятельности посетителя. Одни из них связаны с рыночными сделками, например покупкой услуг по размещению, другие — нет (размещение у родственников и знакомых в поездке). Действия и поведение людей в качестве потребителей туристских товаров и услуг могут отличаться от деятельности тех же лиц в повседневной жизни или быть аналогичными ей. Однако в этом, последнем, случае частота и интенсивность неспецифических туристских действий посетителей, ставших обычными для человека, повторяемых изо дня в день, лишенных всякой новизны, оригинальности и воображения, во время поездки будет иной, нежели в условиях повседневности.

Понятие деятельности включает все действия и поведение посетителей не только в процессе самой поездки, но и в ходе подготовки к ней.

Кроме того, оно не ограничивается лишь тем, что часто называют характерными видами туристской деятельности — осмотром достопримечательностей, пляжным отдыхом, участием в экскурсионным программах, занятием спортом или посещением событийных мероприятий. Понятие деятельности распространяется также на выполнение служебных поручений вне места постоянной работы, участие в совещаниях, конференциях или конгрессах, торговых ярмарках и выставках и т.д. Таким образом, туризм включает деятельность всех без исключения посетителей, путешествующих как с развлекательными, так и деловыми целями.

Наконец, туризм охватывает действия и поведение посетителей в поездках разной продолжительности — однодневных и более продолжительных с ночевкой (ночевками).

В статистике туризма все эти виды деятельности посетителей рассматриваются с точки зрения их роли в покупке товаров и услуг и, следовательно, экономического значения туризма. Но к проблеме вклада туризма в экономику можно подойти и с другой стороны, а именно предложения товаров и услуг, связанных с туристской поездкой. Тогда справедливо следующее определение туризма. *Туризм есть совокупность производственных видов деятельности, которые направлены в основном на удовлетворение потребностей посетителей или существенная доля продуктов которых потребляется посетителями*.

Классификации продуктов и видов производственной деятельности, относящихся к туризму, подробно рассмотрены ниже. Здесь еще раз следует подчеркнуть их важность для статистического измерения туризма и оценки его вклада в макроэкономические показатели.

Таким образом, отличительной чертой статистической трактовки туризма является ее комплексность. Туризм посредством деятельности рассматривается одновременно в двух равнозначных плоскостях — со стороны туристского спроса и со стороны туристского предложения.

Типы туризма. В статистике туризма принято выделять три типа туризма. Их классификация увязана с общими принципами национального счетоводства и формирования ВСТ. Эти типы выделяются по отношению к рассматриваемой территории, а также ее экономике. Различают:

1) *внутренний туризм* — деятельность посетителя-резидента в пределах территории страны постоянного проживания. Она может осуществляться в рамках либо внутренней туристской поездки, либо части выездной туристской поездки;
2) *въездной туризм* — деятельность посетителя-нерезидента в пределах территории посещаемой страны во время въездной туристской поездки;
3) *выездной туризма* — деятельность посетителя-резидента за пределами территории страны постоянного проживания.

На рис. 2.4.1 представлена типологическая группировка видов туризма и соответствующие источники статистической информации о них.

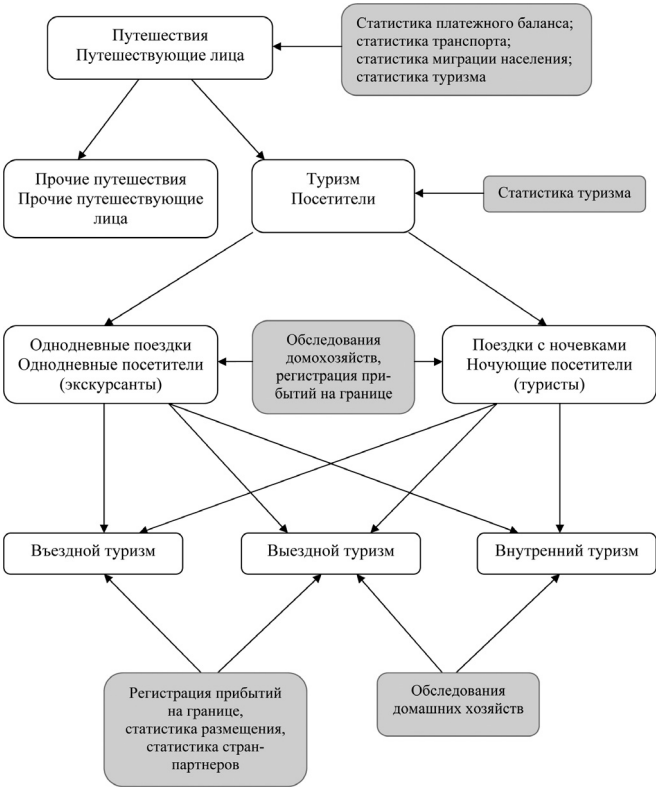

Рис. 2.4.1. Типы туризма и основные источники информации о них

Различные сочетания трех основных типов туризма позволяют получить дополнительные типологические группировки, включающие:

- *туризм в пределах территории страны* — деятельность посетителей-резидентов и нерезидентов в пределах территории рассматриваемой страны во время внутренних или международных поездок. Включает внутренний и въездной туризм;
- *национальный туризм* — деятельность посетителей-резидентов в пределах и за пределами территории страны постоянного проживания во время внутренних или выездных туристских поездок. Включает внутренний и выездной туризм;
- *международный туризм* — деятельность посетителей-резидентов за пределами территории страны постоянного проживания в рамках внутренних или выездных туристских поездок и деятельность посетителей-нерезидентов в пределах территории рассматриваемой страны во время въездных туристских поездок. Включает въездной и выездной туризм (рис. 2.4.2).

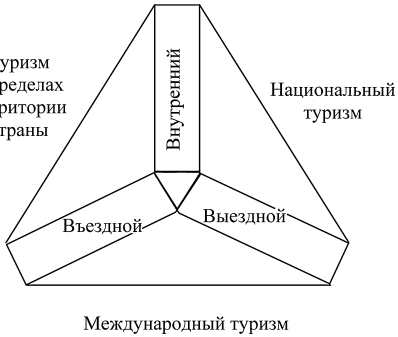

Рис. 2.4.2. Соотношение туризма международного, национального и в пределах территории страны

Эти производные типы туризма выделяются с целью соотнесения с макроэкономическими показателями (агрегатами) в статистике туризма. Так, национальный туризм соответствует категориям валовой добавленной стоимости и валовому внутреннему продукту, создаваемых в туризме, а туризм в пределах территории страны — совокупному внутреннему туристскому потреблению.

Концепции международного, национального туризма и туризма в пределах территории страны, предложенные ЮНВТО, могут быть использованы на всех четырех пространственных уровнях: глобальном (в масштабах планеты), региональном (применительно к группе стран), государственном и местном (в границах отдельно взятого района или населенного пункта какой-либо страны).

В российском законодательстве выделяются аналогичные типы туризма:

- внутренний туризм — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в данной стране;
- выездной туризм — туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;
- въездной туризм — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в данной стране;
- международный туризм — туризм выездной или въездной.

Полное представление о состоянии и развитии туризма в стране статистика может дать только в том случае, если будет охватывать все типы и формы туризма.

2.5. Туризм в системе классификаторов технико-экономической информации

Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК). В соответствии с Государственной программой перехода Российской Федерации на принятую в международной практике систему учета и статистики в соответствии с требованиями развития рыночной экономики Росстат разработал основы ЕСКК и унифицированных систем документации (УСД), что открывает возможность упорядочивать, анализировать, хранить и вести эффективный поиск информации. Методологическая основа ЕСКК является условием формирования единого информационного пространства, позволяет решать задачи межрегионального, межотраслевого и отраслевого обмена информацией. При создании ЕСКК предусматривались возможности учета социально-экономических изменений, актуализации технико-экономической и социальной информации, общедоступности информации, не содержащей государственной тайны, для всех групп пользователей.

Основой построения ЕСКК являлись общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации, методологические принципы их построения и порядок ведения. Общероссийские классификаторы создаются под руководством федеральных органов исполнительной власти Росстата, Росстандарта, Минэкономразвития России.

Правительством Российской Федерации определены основные задачи развития ЕСКК. К ним относятся:

- создание условий для формирования единого информационного пространства на территории России;
- систематизация информации по единым классификационным правилам и их использование при прогнозировании социально-экономического развития страны и ведении учета и отчетности;

- информационное обеспечение налогообложения, лицензирования, квотирования, операций с недвижимостью, социального страхования;
- упорядочение стандартизации и сертификации выпускаемой продукции и оказываемых услуг;
- обеспечение межотраслевого обмена информационными ресурсами;
- гармонизация системы кодирования с международными и региональными классификациями и стандартами.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 10.11.2003 № 677 «Об общероссийских классификаторах технико-экономической и социальной информации в социально-экономической области» (с последующими изменениями и дополнениями) Росстат создал следующие классификаторы:

- Общероссийский классификатор органов государственной власти и управления (ОКОГУ);
- Общероссийский классификатор объектов административно-территориального деления (ОКАТО);
- Общероссийский классификатор предприятий и организаций (ОКПО);
- Общероссийский классификатор форм собственности (ОКФС);
- Общероссийский классификатор организационно-правовых форм (ОКОПФ);
- Общероссийский классификатор территорий муниципальных образований (ОКТМО).

Разработкой Общероссийского классификатора услуг населению (ОКУН) занимается Росстандарт.

По своему содержанию *классификатор представляет собой систематизированный перечень объектов* (*видов деятельности*, *организаций*, *продукции*, *занятий*, *основных фондов*), *каждому из которых присваивается кодовое обозначение*. Код в виде знака или системы знаков, принятых для определения объекта классификации, заменяет название объекта и служит средством его идентификации. Классификаторы — это нормативные документы, они приравниваются к определенной категории стандартов и являются обязательным для применения. Общероссийские классификаторы позволяют организовать сбор и обобщение статистической информации в территориальном аспекте с учетом форм собственности и особенностей хозяйственного развития.

Работа по классификации и кодированию информации осуществляется в различных видах экономической деятельности, в том числе и туризме. На их основе осуществляется определение условий льготного налогообложения, таможенного регулирования, лицензирования видов экономической деятельности.

В настоящее время в составе ЕСКК действуют 30 общероссийских классификаторов, из которых в статистической практике используется 23.

Важнейшей классификацией сфер деятельности по отраслям[1] в плановой экономике был Общесоюзный классификатор отраслей народного хозяйства (ОКОНХ). На основе этого классификатора главным образом обеспечивалось проведение статистических наблюдений, в частности группировка предприятий и организаций по отраслям для анализа межотраслевых связей и пропорций в развитии хозяйства страны, сопоставимость показателей при анализе экономической эффективности отраслей народного хозяйства, а также увязка плановых и отчетных показателей развития отраслей.

Внутри крупных отраслей народного хозяйства выделялись более дробные отрасли, представлявшие собой совокупность предприятий, производящих однородную продукцию, или совокупность учреждений, организаций, связанных с выполнением определенных общественных функций.

Классификационной единицей отрасли являлось состоящее на самостоятельном балансе предприятие, учреждение или организация всех форм собственности. Каждое отдельное предприятие (организация) в зависимости от характера основного вида деятельности относилось к какой-либо одной отрасли народного хозяйства. Если на предприятии, в учреждении или организации были созданы подсобно-вспомогательные производства, осуществлявшие различные по своему характеру функции, и если они имели самостоятельную систему учета, форму собственности и были выделены в отдельные учетные единицы (например, медицинские, культурно-бытовые, строительные, торговые и т.п.), то такие производства и подразделения относились к тем отраслям, которые соответствовали характеру их деятельности в общественном разделении труда.

Некоторые непроизводственные виды деятельности были представлены в виде собирательных отраслей. Такой отраслью являлось «Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение», которая включала следующие подотрасли[2]: здравоохранение, отдых и туризм, физическая культура, социальное обеспечение. В таблице 2.5.1. представлены подотрасли этой отрасли, объединявшие предприятия и организации, деятельность которых была связана с туризмом.

---

[1] Отрасль объединяет предприятия и организации, занимающиеся одним видом производственной деятельности (не вспомогательной), на долю основной деятельности которых приходится большая часть добавленной стоимости. Необходимо отметить, что в существующей практике существуют два вида определения отраслей: хозяйственные и чистые. Хозяйственная отрасль — совокупность предприятий и организаций, которые объединены общими функциями, выполняемыми в процессе труда. Чистая отрасль — совокупность хозяйственных единиц, производящих один вид или группу однородных продуктов и услуг. В СНС применяется только это понятие.

[2] Подотрасли объединяют совокупность предприятий и организаций, производящих однородную продукцию или услуги.

Таблица 2.5.1

Классификация в ОКОНХе подотраслей, видов, групп, подгрупп отрасли «Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение»

Код	Контрольное число	Наименование	Предприятия, организации, включаемые в группировку
1	2	3	4
91000	0	**Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение**	
91500	4	**Здравоохранение**	
91517	1	Санаторно-курортные учреждения	Санатории, санатории-профилактории, пансионаты с лечением, курортные поликлиники, бальнеологические лечебницы, грязелечебницы, специализированные, санаторные пионерские лагеря круглогодичного действия
91600	7	**Отдых и туризм**	
91610	0	Оздоровительные учреждения и учреждения отдыха	Пионерские лагеря, дома отдыха, пансионаты без лечения и другие учреждения отдыха
91620	4	Туризм	Туристские гостиницы, туристские базы, мотели, кемпинги, экскурсионные бюро и бюро путешествий, учреждения по организации международного туризма
91700	0	**Физическая культура**	Стадионы, дворцы спорта, специализированные и комплексные спортивные залы, манежи, велотреки, искусственные водные бассейны и катки, стрельбища, тиры (стенды), спортивные базы (включая альпинистские базы и базы по прокату спортивного инвентаря и оборудования); спортивные, конно-спортивные, авиаспортивные, стрелково-спортивные, спортивно-технические, шахматно-шашечные клубы, автомото клубы, водные и спасательные станции, детские спортивные школы, школы

Окончание

Код	Контрольное число	Наименование	Предприятия, организации, включаемые в группировку
			высшего спортивного мастерства, спортивные школы олимпийского резерва, мотодромы, картодромы, кордодромы, школы спортивного собаководства
91800	2	**Социальное обеспечение**	Врачебно-трудовые экспертные комиссии (ВТЭК), дома-интернаты для престарелых и инвалидов
91900	5	Хозяйственное управление учреждениями и организациями здравоохранения, физической культуры и социального обеспечения	Курортные и санаторные управления, территориальные советы по управлению курортами, объединения, тресты, бюро

Помимо статистической отчетности указанной отрасли источниками информации по туризму являлась статистическая отчетность следующих отраслей: пищевой промышленности, лесного хозяйства, транспорта, торговли и общественного питания, культуры. В настоящее время ОКОНХ отменен, поскольку указанный классификатор сложно использовать для международных сопоставлений.

Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД). С 1 января 2003 г. вместо ОКОНХа, описывавшего структуру экономики в плановый период, введен новый классификатор ОКВЭД. Он позволяет систематизировать и упорядочивать экономико-статистическую информацию, проводить государственное статистическое наблюдение с использованием группировок и классификаций, соответствующих международным статистическим стандартам.

Использование ОКВЭД позволяет решать следующие задачи:

- классифицировать и кодировать виды экономической деятельности хозяйствующих субъектов, заявленных при регистрации;
- определять основной вид и другие виды экономической деятельности хозяйствующих субъектов;
- количественно описывать структуру современной экономики;
- обеспечивать потребность органов управления в информации об экономической деятельности хозяйствующих субъектов;
- кодировать информацию о видах экономической деятельности в информационных ресурсах, Едином государственном реестре предприятий и организаций Российской Федерации (ЕГРПО).

Переход на ОКВЭД сопровождался большой методологической работой. Был пересмотрен весь статистический инструментарий. Перекодированы хозяйствующие субъекты с ОКОНХа на ОКВЭД. Разработана методология пересчета динамических рядов статистических показателей с ОКОНХа на ОКВЭД.

Основой построения ОКВЭД является Статистическая классификация видов экономической деятельности в Европейском экономическом сообществе (КДЕС). В ОКВЭД классифицируются виды экономической деятельности, характеризующиеся затратами на производство, процессом производства и выпуском продукции (оказанием услуг). Виды экономической деятельности в ОКВЭД систематизированы в соответствии с классификационными группировками и описаны.

В соответствии с КДЕС в ОКВЭД использованы методы классификации и кодирования. Код группировок состоит из двух-шести цифровых знаков и его структура имеет следующий вид.

XX. — класс

XX.X — подкласс

XX.XX — группа

XX.XX.X — подгруппа

XX.XX.XX — вид

Классификатор состоит из 17 разделов и 16 подразделов, имеющих латинские буквенные обозначения, что в полной мере соответствует принципам, принятым в КДЕС и МСОК. Структура ОКВЭД приведена в табл. 2.5.2.

Таблица 2.5.2

Структура ОКВЭД на уровне разделов и подразделов

Разделы и подразделы ОКВЭД	Наименование разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
A	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	01 «Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях» 02 «Лесное хозяйство и предоставление услуг в этой области»
B	Рыболовство, рыбоводство	05 «Рыболовство, рыбоводство и предоставление услуг в этих областях»
C	Добыча полезных ископаемых	
CA	Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	10 «Добыча каменного угля, бурого угля и торфа» 11 «Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях»

Продолжение

Разделы и подразделы ОКВЭД	Наименование разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
CB	Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	12 «Добыча урановой и ториевой руд» 13 «Добыча металлических руд» 14 «Добыча прочих полезных ископаемых»
D	Обрабатывающие производства	
DA	Производство пищевых продуктов, включая напитки и табак	15 «Производство пищевых продуктов, включая напитки» 16 «Производство табачных изделий»
DB	Текстильное и швейное производство	17 «Текстильное производство» 18 «Производство одежды, выделка и крашение меха»
DC	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	19 «Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви»
DD	Обработка древесины и производство изделий из дерева	20 «Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели»
DE	Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	21 «Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них» 22 «Издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей информации»
DF	Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	23 «Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов»
DG	Химическое производство	24 «Химическое производство»
DH	Производство резиновых и пластмассовых изделий	25 «Производство резиновых и пластмассовых изделий»
DI	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	26 «Производство прочих неметаллических минеральных продуктов»
DJ	Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	27 «Металлургическое производство» 28 «Производство готовых металлических изделий»

Продолжение

Разделы и подразделы ОКВЭД	Наименование разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
DK	Производство машин и оборудования	29 «Производство машин и оборудования»
DL	Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	30 «Производство офисного оборудования и вычислительной техники» 31 «Производство электрических машин и электрооборудования» 32 «Производство аппаратуры для радио, телевидения и связи» 33 «Производство изделий медицинской техники, средств измерений, оптических приборов и аппаратуры, часов»
DM	Производство транспортных средств и оборудования	34 «Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов» 35 «Производство судов, летательных и космических аппаратов и прочих транспортных средств» 36 «Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки»
DN	Прочие производства	37 «Обработка вторичного сырья»
E	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	40 «Производство, передача и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды» 41 «Сбор, очистка и распределение воды»
F	Строительство	45 «Строительство»
G	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	50 «Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт» 51 «Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» 52 «Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования»

Продолжение

Разделы и подразделы ОКВЭД	Наименование разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
H	Гостиницы и рестораны	55 «Деятельность гостиниц и ресторанов»
I	Транспорт и связь	60 «Деятельность сухопутного транспорта» 61 «Деятельность водного транспорта» 62 «Деятельность воздушного транспорта» 63 «Вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность» 64 «Связь»
J	Финансовая деятельность	65 «Финансовое посредничество» 66 «Страхование» 67 «Вспомогательная деятельность в сфере финансового посредничества и страхования»
K	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	70 «Операции с недвижимым имуществом» 71 «Аренда машин и оборудования без оператора, прокат бытовых изделий и предметов личного пользования» 72 «Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий» 73 «Научные исследования и разработки» 74 «Предоставление прочих видов услуг»
L	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	75 «Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение
M	Образование	80 «Образование»
N	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	85 «Здравоохранение и предоставление социальных услуг»

Окончание

Разделы и подразделы ОКВЭД	Наименование разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
O	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	90 «Удаление сточных вод, отходов и аналогичная деятельность» 91 «Деятельность общественных объединений» 92 «Деятельность, по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта» 93 «Предоставление персональных услуг»
P	Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства	95 «Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства»
Q	Деятельность экстерриториальных организаций	99 «Деятельность экстерриториальных организаций»

В ОКВЭД не учитываются такие признаки, как форма собственности, организационно-правовая и ведомственная подчиненность хозяйствующих субъектов, не делаются различия между внутренней и внешней торговлей, рыночными и нерыночными, коммерческими и некоммерческими видами экономической деятельности.

Туризм в ОКВЭДе представлен в разделах *H*, *I*, *J*, *N* и *O*. Важнейшей задачей, в том числе и в туризме, является определение основного вида деятельности и кода, соответствующего отраслевой принадлежности хозяйствующего субъекта. Код устанавливается территориальными органами государственной статистики в соответствии с «Временными методическими указаниями о порядке определения основного вида деятельности хозяйствующих субъектов на основе ОКВЭД для формирования сводной официальной статистической информации территориальными органами Росстата и находящимися в его ведении организациями». При разработке указаний учитывались рекомендации Евростата по определению основного вида деятельности хозяйствующих субъектов (ОВД).

Введение ОКВЭД кардинально перестраивает систему статистического наблюдения. Аннулируются жесткие границы отдельных отраслей, формируется на основе ОКВЭД структура межотраслевых видов деятельности: «Агропромышленный комплекс», «Жилищно-коммунальное хозяйство», «Туризм», «Информатизация», «Промышленность», «Бытовое обслуживание населения».

Единый государственный реестр предприятий и организаций Российской Федерации (ЕГРПО). Важнейшей и эффективной много-

целевой информационной системой, увязывающей административную информацию о хозяйствующих субъектах с соответствующими данными их статистического наблюдения как субъектов статистического учета, является реестр предприятий Росстата. В настоящее время он включает ЕГРПО, статистический регистр «Генеральная совокупность объектов статистического наблюдения» (ГС), статистические субрегистры в отдельных областях статистики.

ЕГРПО обеспечивает учет хозяйствующих субъектов, которые прошли регистрацию на территории Российской Федерации, и устанавливает для этих субъектов единую идентификацию на основе общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации. Информационный фонд ЕГРПО включает в себя:

- регистрационный код субъекта;
- сведения об отраслевой, территориальной принадлежности, подчиненность, вид собственности, организационно-правовую форму;
- справочную информацию (Ф.И. О руководителя, адреса и другие сведения);
- экономические сведения, объединяющие показатели по производственной деятельности.

ЕГРПО осуществляет группировку предприятий по признакам:

- отрасль и вид деятельности;
- форма собственности и организационно-правовая форма;
- территория и экономические показатели.

Информационной основой ЕГРПО является Общероссийский классификатор предприятий и организаций (ОКПО) и другие взаимосвязанные с ОКПО общероссийские классификаторы: Общероссийский классификатор органов государственной власти и управления (ОКОГУ), Общероссийский классификатор объектов административно-территориального деления (ОКАТО), Общероссийский классификатор организационно-правовых форм (ОКОПФ), Общероссийский классификатор форм собственности (ОКФС).

Использование ЕГРПО в статистической практике позволяет решать следующие задачи:

- применение международных стандартов в процессе сбора информации и методах расчетов статистических показателей;
- идентификация хозяйствующих субъектов и заполнение реквизитов форм федерального наблюдения;
- формирование Генеральной совокупности объектов статистического наблюдения (ГС);
- создание нормативно-справочной информации.

Объектами учета в ЕГРПО являются юридические лица, подразделения юридических лиц, организации без права юридического лица, индивидуальные предприниматели, представители иностранных юридических лиц.

Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) используется для характеристики услуг по разным признакам. В соответствии с действующим ОКУН к туристско-экскурсионным услугам относятся:

1) туристские услуги, в том числе:
   - услуги туроператоров по организации внутреннего туризма,
   - услуги туроператоров по организации выездного туризма,
   - услуги туроператоров по организации въездного туризма,
   - услуги турагентов;
2) экскурсионные услуги, в том числе:
   - организация экскурсий,
   - услуги экскурсоводов;
3) услуги средств размещения для временного проживания туристов, в том числе:
   - услуги гостиниц и аналогичных средств размещения,
   - услуги специализированных средств размещения,
   - услуги индивидуальных средств размещения;
4) санаторно-оздоровительные услуги, в том числе:
   - проживание, лечение и другое обслуживание (входящее в стоимость путевки),
   - проживание в санаториях,
   - проживание в профилакториях,
   - проживание в пансионатах,
   - проживание в специализированных санаторных детских базах отдыха круглосуточного действия,
   - проживание в летних (сезонных) детских базах отдыха,
   - лечение и другое обслуживание в санаториях, профилакториях, в специализированных санаторных детских базах отдыха круглосуточного действия,
   - прочие санаторно-оздоровительные услуги.

Росстатом, Росстандартом, Минэкономразвития России предусмотрено создание отраслевых (ведомственных) классификаторов технико-экономической и социальной информации. Решение этой задачи имеет особую актуальность для видов деятельности, связанных с туризмом.

Контрольные вопросы и задания

1. Приведите статистическое определение посетителя. Назовите признаки посетителя, позволяющие отличить его от прочих путешествующих лиц. В чем состоит экономическое содержание понятия «посетитель»?
2. Можно ли отнести перечисленных ниже путешествующих лиц к категории туристов: 1) молодоженов, отправляющихся в свадебное путешествие за границу; 2) политического лидера из Москвы,

находящегося в течение дня в Санкт-Петербурге для встречи с избирателями в ходе предвыборной кампании; 3) участников авторалли Париж — Дакар; 4) работника дипломатического представительства государства за границей во время отдыха на курорте; 5) работников, выезжающих за рубеж для установки и наладки оборудования; 6) беженцев? Аргументируйте ответ.

3. В чем состоит отличие туристской поездки от путешествия? Перечислите признаки туристской поездки.
4. Проведите группировку туристских поездок по основным целям и продолжительности. Почему туристские поездки группируются по месту постоянного проживания посетителей, а не по их гражданству или национальности?
5. Для большинства туристских поездок определить главное место (страну) назначения, или дестинацию не представляет сложности. Однако посетитель может за одну поездку побывать сразу в нескольких дестинациях, например в Латвии, Литве и Эстонии, в ходе двухнедельной поездки по территории прибалтийских государств. Как в таких случаях в статистике туризма определяется главная дестинация?
6. Совпадает ли число туристских поездок с количеством посетителей в отдельно взятой стране за отчетный период (год)? Почему страны ведут учет объема туристских потоков по поездкам, а не по посетителям?
7. Раскройте содержание понятия туристских расходов.
8. Как вы думаете, одинаковые ли туристские расходы несут посетители из стран Северной и Южной Европы? Назовите несколько причин, по которым жители одной части Старого Света тратят на международный туризм больше, чем другие.
9. Назовите категорию туристских расходов — расходы на внутреннюю, въездную или выездную поездку, — к которой относятся расходы посетителей-резидентов, предпринимающих путешествие за рубеж, до выезда из страны постоянного проживания и после возвращения в нее.
10. Почему туризм является синтетическим понятием в статистике туризма? В чем состоят особенности статистической концепции туризма?
11. Перечислите задачи классификации объектов в статистике.
12. Приведите примеры классификаторов, применяемых в статистике туризма.
13. В чем состоит сущность и для чего предназначены стандартные экономико-статистические классификаторы?
14. Назовите основные понятия, используемые для описания структуры классификаторов.

15. Перечислите особенности построения и правила классификации видов экономической деятельности в ОКВЭД.
16. Раскройте назначение и цели развития ЕСКК.
17. Как осуществляется ведение классификаторов?
18. Расскажите о принципах построения ЕГРПО.

Литература

1. Закон Российской Федерации от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» / Российская газета. 2002. 31 декабря. № 245 (с изменениями от 28.12.2013).
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 10.11.2003 № 677 «Об общероссийских классификаторах технико-экономической и социальной информации в социально-экономической области» (с изменениями и дополнениями). URL: http://base.garant.ru/186461
3. *Едронова В.И., Малафеев М.В.* Общая теория статистики : учебник. 2 изд., перераб. и доп. М. : Магистр, 2007. 606 с.
4. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год / Организация Объединенных Наций. Серия М. № 83 / Rev. 1. Мадрид — Нью-Йорк : изд-во ООН, 2010. Главу 2,3,4. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf
5. Методологические положения по статистике. Вып. 5 / Росстат. М., 2006. 510 с.
6. Организация государственной статистики в Российской Федерации / Госкомстат России. М., 2004. 429 с.
7. *Соболева Е.А.* Статистика туризма. Статистическое наблюдение : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 160 с.
8. Энциклопедия статистических терминов. В 8 томах / Федеральная служба государственной статистики. М. : Росстат, 2011.
9. Methodological manual for tourism statistics. Version 1.2 / Eurostat. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2012. Глава 1. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-11-021/EN/KS-RA-11-021-EN.PDF
10. Официальная страница Федеральной службы государственной статистики (Росстата). URL : http://www.gks.ru
11. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en
12. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 3

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СТАТИСТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ТУРИЗМЕ

3.1. Особенности статистической информации в туризме

Статистическая информация содержит совокупность сведений социально-экономического характера, которые поддаются наблюдению, передаче, преобразованию, хранению и использованию для управления экономическими процессами. Наличие статистической информации — необходимое условие эффективного управления туристской деятельностью на всех уровнях административного управления и в бизнесе. Информационные ресурсы дают представление о состоянии туризма в стране и за рубежом, конкурентоспособности туристского бизнеса и туристских дестинаций на национальном и международном рынках.

Характеристики статистической информации в туризме. Важнейшей характеристикой статистической информации является ее качество. К качеству информации можно отнести соответствие содержания информации ее потребительским свойствам для разных групп аналитических пользователей. Потребительские свойства информации включают в себя: целостность, востребованность, достоверность и точность, своевременность, доступность, согласованность.

Целостность информации предполагает использование научно обоснованной методологии в процессе наблюдения и обработки информации, соблюдение этических норм при получении информации.

Востребованность информации означает оценку степени необходимости ее получения. Другими словами, в какой степени с учетом временного и стоимостного факторов полученная информация соответствует целям статистического изучения.

Достоверность и точность — признаки, характеризующие отклонения полученных данных в результате статистического наблюдения от их объективного значения (достоверность) и от средней величины (точность). Достоверность и точность измеряются показателями ошибок.

Своевременность определяет продолжительность периода времени, с момента осуществления события до момента обработки и публикации сведений о нем, в течение которого информация остается актуальной и востребованной для пользователей.

Доступность — характеристика возможности получения информационного массива, готовность информации к официальному распростра-

нению, в том числе и информированность пользователей о возможности получения информации.

Согласованность означает наличие логической взаимосвязи между показателями и аналогичными результатами статистического наблюдения. Согласованные данные непротиворечивы, сопоставимы, дополняют друг друга.

Статистическая информация в туризме имеет особый межотраслевой и социально-экономический характер. С одной стороны, туризм включает в себя несколько видов экономической деятельности. В соответствии со стандартами ЮНВТО к основным видам деятельности в сфере туризма относится деятельность средств размещения, пассажирского транспорта, туроператоров, турагентов и туристских гидов, организаций питания, предприятий культуры, организаций отдыха и развлечений и др. Государственные статистические информационные ресурсы содержат информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций туристской индустрии. Данная информация формируется на базе данных, получаемых органами государственной статистики от юридических и физических лиц как в ходе их письменного или устного опроса, так и на основе административных данных органов государственной власти управления, формируемых на местах. Государственная статистическая информация имеет оперативный характер, допускает построение динамических рядов в течение продолжительного периода времени.

С другой стороны, на мировом туристском рынке, где расходы посетителей составляют значительные финансовые потоки, существует острая конкуренция между странами с целью получения максимальных туристских доходов. В конкурентной борьбе выигрывают те страны, где существует целенаправленная государственная и бизнес-политика по сохранению и преумножению туристских ресурсов, умелому вовлечению их в экономический оборот с целью привлечения значительных финансовых потоков в национальную экономику. Выработка и эффективное проведение такой политики требуют глубокой аналитической работы. В этой связи ЮНВТО, Евростат, статистические и консалтинговые организации ряда стран освещают методологические вопросы статистики туризма и занимаются глубокими статистическими исследованиями по изучению воздействия туризма на национальную экономику.

За прошедшие 20 лет Россия прочно интегрировалась в мировой финансовый и туристский рынок, заняв положение донора. Она устойчиво находится на пятом месте в мире по объему туристских расходов российских граждан за границей. В связи с необходимостью повышения эффективности интеграционных процессов статистическая информация в туризме должна не замыкаться только в рамках национальной экономики, а в большой мере позволять оценивать конкурентоспособность страны на мировом рынке как в настоящее время, так и в будущем. Например,

глубокого изучения требуют приоритеты внутренних и въездных туристов на территории России и отдельных ее регионов, их оценки привлекательности страны по самым разнообразным признакам, в том числе по состоянию туристских ресурсов, культуры, экономики и пр.

Особенностью статистической информации в туризме является многообразие источников ее получения.

Источники статистической информации в туризме России. К ним относятся:

- государственная статистика Российской Федерации;
- ведомственная статистика Российской Федерации;
- специально организованные наблюдения научных и консалтинговых организаций Российской Федерации;
- государственная статистика зарубежных стран;
- специально организованные наблюдения зарубежных научных и консалтинговых организаций;
- статистика Евростата;
- статистика ЮНВТО.

Источниками статистических данных *государственной статистики* являются официальные статистические издания Росстата и других подведомственных ему организаций. К таким изданиям относятся статистические сборники, характеризующие социально-экономические явления за ряд лет. Существуют комплексные статистические сборники, которые издаются ежегодно, например «Регионы России». К другой группе относятся тематические сборники с разной периодичностью издания. В частности, статистический сборник «Туризм в цифрах» издается ежегодно, а статистический сборник «Туризм и туристские ресурсы России» выходил 1 раз в четыре года. Аналитическая информация содержится в сводных формах федерального наблюдения в сфере туризма.

В дополнение к государственному информационному массиву о туристской индустрии крайне необходима государственная статистическая информация о состоянии туристских ресурсов, динамике их развития[1]. Данная информация позволит оценить эффективность использования туристских ресурсов в настоящее время и в динамике.

Сеть информационных ресурсов Росстата включает:

- информационные ресурсы центрального аппарата Росстата;
- информационные ресурсы Главного межрегионального центра обработки и распространения статистической информации Федеральной службы государственной статистики (ГМЦ Росстата);
- информационные ресурсы территориальных органов государственной статистики Российской Федерации.

---

[1] Подобная информация содержалась в выпущенных Госкомстатом в 2001 и 2004 гг. статистических сборниках «Туризм и туристские ресурсы России». В последующие годы сборник не издавался.

Ведомственная статистика формирует статистические информационные ресурсы федеральных органов власти и управления (Министерства экономического развития Российской Федерации, Пограничной службы ФСБ Российской Федерации, Министерства транспорта Российской Федерации, Министерства культуры Российской Федерации, Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации, Министерства спорта Российской Федерации, Федерального агентства по туризму и др.).

Специально организованные наблюдения научных и консалтинговых организаций Российской Федерации проводятся с целью получения информации, отсутствующей в отчетности. Значение данного источника информации постоянно возрастает в связи с необходимостью получения оперативной информации в туризме на разных уровнях управления: национальном, региональном, местном (подробнее см. главу V).

Государственная статистика других стран, в которых туризм занимает важное место в национальной экономике, например в Великобритании, США и других странах, представляет интерес для исследователей международного туристского рынка. Специфика используемых статистических показателей, масштаб и особенности анализа привлекают внимание широкого круга пользователей.

Статистика туризма ведущих туристских стран, главным образом Западной Европы и Северной Америки, характеризуется многообразием источников статистической информации. Помимо органов государственной статистики сбором туристской информации в рамках основной деятельности занимаются *научные информационные центры*, *университеты*, *консалтинговые организации*. Например, туристская администрация Великобритании *VisitBritain* осуществляет статистические наблюдения посетителей, приезжающих из разных стран мира, включая Россию. Многие статистические исследования, которые проводятся в том числе и в университетах страны, посвящены внутренним туристским ресурсам, в частности морским курортам Великобритании. Анализ опыта создания дополнительных источников достоверной и оперативной информации в туризме, помимо государственной статистики, имеет большое значение для России, особенно при определении региональной политики.

Преимуществом открытости информационного пространства является возможность обзора информационного массива межгосударственной статистики Евросоюза. Объектом изучения статистики *Евростата* является состояние международного туристского рынка и динамика его развития в странах — членах ЕС, используемые Евростатом статистические показатели в туризме, методологические основы их построения.

Среди крупных методологических работ по статистике туризма, выпущенных Евростатом в последние годы, следует отметить «Применение методологических рекомендаций Евростата в статистике туризма и путешествий» (2011), «Методологические рекомендации по статистике туриз-

ма» (2013), «Вспомогательный счет туризма в Европе» (2013) и др. В 2008—2009 гг. Евростат запустил проект, призванный содействовать ускоренному переходу стран — членов ЕС на ВСТ. Его результатом стало четырехтомное издание в рамках периодической серии «Методология и рабочие документы». Евростат выпускает многочисленные статистические публикации по туризму, среди которых важное место занимают «Панорама туризма в ЕС», «Карманный справочник по статистике туризма», тематические выпуски по туризму периодического издания «Статистика в фокусе» и др. Самую свежую и полную информацию о туризме в странах ЕС можно найти на портале Евростата http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home

ЮНВТО проводит большую методологическую работу по совершенствованию и созданию новых международных статистических стандартов в туризме, формированию статистических показателей, распространению официальной статистической методологии. Статистические стандарты ЮНВТО используются в статистической отчетности Российской Федерации. Изучение указанных стандартов, их применение в статистической практике повысит качество информации, обеспечит возможность сравнивать результаты разных статистических наблюдений. Информационные ресурсы ЮНВТО включают и аналитические обзорные материалы о развитии туризма в рамках мировой экономики.

ЮНВТО располагает обширной базой данных о туризме по странам мира, начиная с 1995 г. организация регулярно издает статистические справочники, среди которых особо выделяются два — «Статистический сборник по туризму» (более известный как *Compendium of* T*ourism Statistics*) и «Ежегодник по статистике туризма». Эти издания содержат большой массив информации о туризме более чем в 200 странах и территориях мира, включая сведения о въездном, выездном и внутреннем видах туризма, количестве и деятельности предприятий туристской индустрии, занятости в сфере туризма, вкладе туризма в макроэкономические показатели. Эта информация отвечает действующим международным статистическим стандартам и позволяет проводить межстрановые сопоставления. Среди других изданий ЮНВТО по статистике туризма следует отметить статистический справочник по выездному туризму, а также частичную публикацию данных из ВСТ отдельных стран мира.

3.2. Сущность и виды статистических показателей

Статистика туризма изучает количественную сторону общественных явлений в рамках тех видов экономической деятельности, которые по национальным или международным статистическим стандартам можно отнести к туризму. Результативность туристской деятельности оценивается с помощью статистических показателей.

Сущность статистических показателей. *Статистический показатель — это число, характеризующее размеры или количественные соотношения изучаемого признака.*

Статистические показатели — продукт общественного сознания. Они не относятся к объективному бытию и общественной жизни, они только ее отражение. По отношению к жизни они вторичны. Показатели формируются сознанием человека, поэтому они могут иметь как сравнительно объективное содержание, так и представлять собой субъективистскую конструкцию аналитика. Если показатели правильно образованы, они в большой степени отражают реальную действительность.

Как подчеркивалось выше, статистические показатели отражают и количественную сторону явления, и его качественную определенность. Познавая количественную сторону явления, аналитик оценивает его качественную сущность. Например, по динамике и структуре туристских расходов российских граждан за границей можно судить об уровне жизни отдельных групп населения Российской Федерации, развитии мирового и отечественного финансового рынка и его платежных инструментов, туристских приоритетах наших соотечественников и о многом другом. Таким образом, статистический показатель представляет собой меру единства качественной и количественной сущности общественного явления. К качественным характеристикам показателя относятся признаки, по которым дается количественная оценка, методы расчета, единицы измерения, временная и территориальная специфика.

Образование статистических показателей тесно связано с процессом социально-экономического измерения. Измерение общественных явлений имеет исключительную важность благодаря познанию количественной стороны явления и тем самым выявлению сущности социально-экономических процессов. Измерение начинается с определения цели познания и качественного анализа исследуемого процесса. В ходе измерения образуются статистические показатели, в которых концентрируются результаты познания.

Статистические показатели имеют огромное научно-познавательное значение. Они характеризуют не только количественную сторону общественных явлений, они помогают раскрыть их (явлений) сущность, выявить тенденции и закономерности развития. На основе статистических показателей создается фундамент фактов, подтверждающих либо опровергающих какие-либо теории общественного развития. Пока теоретические положения общественного развития не подтверждены фактами, они остаются только гипотезой.

Таким образом, статистический показатель можно рассматривать с двух сторон. С одной стороны, статистический показатель — научная абстракция, в которой реализуется диалектическая связь общего и отдельного, необходимого и случайного, сущности и явления, причины и след-

ствия. А с другой стороны, статистический показатель — это реальный и действенный инструмент анализа объективной действительности, который может способствовать ее преобразованию в соответствии с законами общественного развития.

Виды статистических показателей. Статистические показатели могут быть абсолютными, относительными, средними.

Абсолютные показатели характеризуют абсолютные размеры изучаемых общественных явлений в пространстве и времени. Ниже приводятся примеры абсолютных показателей в туризме. В гостинице «Таруса» в г. Тарусе (Калужская область) на 1 января 2013 г. число мест/коек составляло 30. В 2012 году в Российской Федерации насчитывалось 9316 гостиниц и аналогичных средств размещения, которые предоставили 73,5 млн ночевок. В первом случае речь идет об индивидуальном статистическом показателе, а во втором — об обобщающем.

Индивидуальные статистические показатели характеризуют отдельное явление или единицу совокупности (в данном случае — средство размещения). Обобщающие показатели составляются на основе индивидуальных показателей единиц наблюдения и характеризуют либо часть совокупности, либо ее целое. Между обобщающими и индивидуальными показателями есть качественное различие. Индивидуальные показатели относятся к эмпирической ступени познания, а обобщающие — к теоретической. Основной категорией статистики, посредством которой изучается общество, являются обобщающие статистические показатели.

Абсолютные статистические показатели представляют собой именованные числа. В зависимости от природы исследуемых явлений абсолютные показатели выражаются в натуральных, трудовых, стоимостных единицах измерения.

Натуральные единицы измерения широко применяются при определении объемов производства и потребления различных видов продукции, численности различных групп населения и др. Например, в 2012 г. число поездок иностранных граждан в Россию автомобильным транспортом составило 12,4 млн. В том же году услугами коллективных средств размещения в Российской Федерации воспользовались 41,1 млн человек.

Трудовые единицы измерения используются в случае оценки затрат труда, трудоемкости технологических процессов. Они выражаются в человеко-днях, человеко-часах. В этих единицах выражаются многие абсолютные статистические показатели. Трудовые единицы применяются для определения объема трудовых ресурсов и их использования, для исчисления затрат рабочего времени на производство продукции и услуг.

Стоимостные единицы измерения используются в целях выражения социально-экономических явлений в денежной оценке. Статистические измерители наряду со статистическими показателями диалектически развиваются и изменяются в соответствии с общественным развитием, которое

имеет сложный характер. Так, если в плановой экономике определяющую роль в государственной статистике Российской Федерации имели натуральные измерители, в том числе и в туризме, то с переходом к рыночной экономике результативные показатели туристской деятельности в большей степени измеряются в денежной оценке. Например, в 2012 г. объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в стране составил 141 млрд руб.

Россия за последние годы стала органической частью мирового финансового и туристского рынка. Но объективно оценить занимаемое ею место, а также возможные экономические результаты туристской деятельности не просто, поскольку отечественной статистике туризма недостает адекватных стоимостных показателей. Поэтому, когда необходимо определить, например, объем и структуру расходов российских туристов за рубежом, приходится обращаться к статистике Евростата, других международных организаций и отдельных иностранных государств. С помощью стоимостных показателей можно оценить объемы въездного, выездного, внутреннего туризма, эффективность инвестиционных проектов в туризме.

Относительные показатели представляют собой количественную характеристику соотношения двух взаимосвязанных статистических показателей. Получаются они в результате сравнения двух исходных показателей. Относительные показатели являются производными или вторичными. Например, коэффициент использования гостиничного фонда по России в 2011 г. составил 0,32, или 32%. Этот коэффициент рассчитывается на основе сопоставления общего числа ночевок и единовременной вместимости гостиничных предприятий, умноженной на число дней в году.

Относительные показатели играют важную роль при изучении общественной жизни. Они служат для оценки результатов развития общественных явлений во времени и в пространстве. С помощью этих показателей измеряются связи и соотношения как внутри совокупности, так и между ними.

Необходимость использования относительных статистических показателей обусловлена тем, что данные об абсолютных размерах тех или иных явлений не позволяют раскрыть все значимые стороны изучаемой совокупности. Так, данные о выручке средства размещения не дают представления об эффективности его деятельности, поскольку экономическая эффективность в общем виде предполагает соизмерение полученных результатов с имеющимися ресурсами и произведенными затратами.

Важным свойством относительных показателей является то, что они позволяют абстрагировать различные абсолютные величины в целях возможного сравнения уровня развития и распространенности многих явлений. Например, при изучении влияния туризма на экономику Краснодарского края в 2008 г. было выявлено, что 39% туристов прибывают на отдых на собственном автомобиле, 28% — на автомобиле родственников

и знакомых, 23% — на общественном транспорте, 5% — по железной дороге и 5% — на других видах транспорта.

Как было указано выше, относительный показатель — это отношение двух величин. В числителе отношения — данные, которые непосредственно интересуют исследователя. А знаменатель является базой сравнения для оценки числителя. Числитель, и знаменатель должны быть сравнимы. Причем знаменатель должен быть какой-либо типической характеристикой совокупности, а не случайной или специфической.

Относительные показатели выражаются либо в форме коэффициентов, либо процентов.

По содержанию относительные показатели подразделяются на относительные показатели динамики, выполнения плана, пространственного сравнения, координации, интенсивности.

Широкое применение в науке и практике находят *относительные показатели динамики*, представляющие собой отношение уровня отчетного периода к уровню предшествующего периода. К их числу относятся темпы роста и темпы прироста. Показатели динамики могут быть рассчитаны либо по отношению к какой-то постоянной базе, либо по отношению к переменной (подвижной) базе, как правило, к предыдущему уровню. Показатели, характеризующие изменение уровня к постоянной базе, называются базисными, а к переменной — цепными. Например, базисный темп роста поездок граждан Российской Федерации в Австрию в 2011 по сравнению с 2000 г. составил 602,1%, а цепной темп роста данного показателя в 2011 по сравнению с 2010 г. — 130,1%.

Относительные показатели выполнения плана выражает собой степень выполнения плановых заданий за определенный период времени. При исчислении этого показателя сопоставляются фактические числовые значения отчетного периода с плановыми. Фактические и плановые показатели выполнения плана должны быть сравнимы. Самое широкое распространение показатели выполнения плана имели в плановой экономике, но их актуальность не снижается и в настоящее время. В туристской деятельности и в нашей стране, и за рубежом составляются разнообразные экономические и социальные прогнозы числа прибытий посетителей, величины туристских расходов и др. С помощью относительных показателей плана можно оценить достоверность подобных прогнозов.

Относительные показатели пространственного сравнения выражают размеры сравниваемых относительных одноименных величин применительно к разным объектам за одинаковый период времени или момент времени. Например, сопоставляются данные о загрузке гостиниц в различных регионах Российской Федерации и в других странах. Так, можно сравнить среднюю загрузку гостиниц в 2011 г. в России, которая составила 32%, и в Великобритании — 44%. С помощью указанного показателя, как

правило, сравниваются фактические достигнутые показатели с лучшими отечественными или зарубежными результатами.

Относительные показатели координации характеризуют за одинаковый период или на момент времени отношение показателей отдельных признаков, находящихся в определенной связи и являющихся отдельными частями целого. Например, отношение объема туристских расходов въездных туристов к величине туристских расходов выездных туристов. В качестве базы сравнения выбирается показатель с наибольшим удельным весом. Другим примером показателя координации является соотношение объемов авиаперевозок на территории России только двух авиаперевозчиков, например «Аэрофлота» и «Британских авиалиний», исключая деятельность других авиакомпаний, которое в 2012 г. составляло 0,4.

Относительные показатели структуры — это отношения показателей части объема совокупности к показателю общего объема. Например, в продолжение предыдущего примера, если за 100% принять весь объем авиаперевозок между Россией и Великобританией на территории Российской Федерации, то доля объема перевозок, осуществленных российскими авиакомпаниями за 2012 г., составила примерно 60%.

Относительные показатели интенсивности выражают степень, в какой данное явление развито в присущей ему среде. Эти показатели получают в результате сопоставления абсолютной величины, характеризующей какое-либо явление, с абсолютной величиной, характеризующей среду его распространения. Примерами таких показателей могут служить плотность населения, доля ВВП на душу населения и другие, которые во многом определяют развитие туризма на территории. Они выражаются в форме коэффициентов, в процентах или именованных величинах.

Средние показатели. Широкое распространение в статистике туризма имеют средние показатели. Средняя продолжительность поездки, средний возраст посетителей, средние цены на услуги по размещению туристов, средние туристские расходы и другие средние показатели имеют большое значение. Они используются при составлении конкретных туристских программ отдыха и развлечения, питания, размещения и пр. Они являются основой аналитической работы.

Средний показатель — это обобщающая характеристика явления по одному количественному признаку. Рассчитывается средний показатель, как правило, путем деления объема осредняемого признака на число единиц совокупности. Например, если известны сумма денежных расходов домашних хозяйств на экскурсионные и туристские услуги и число членов домашних хозяйств, то путем сопоставления этих данных можно получить средние денежные расходы на каждого члена домашнего хозяйства на экскурсионные и туристские услуги. Так, указанный показатель в России в 2011 г. на экскурсионные услуги составил 65,1 руб., а на туристские — 2287 руб.

Статистическая средняя характеризует конкретную совокупность в определенном месте и в определенное время. Например, величина расходов отдельного туриста зависит как от его внутренних индивидуальных особенностей (психо-физиологических, социальных, культурных, материальных возможностей и др.), так от внешних факторов (политических, социально-экономических условий в стране постоянного проживания и временного пребывания и др.). Если исчисляется средний размер туристских расходов, то в этом показателе не отражаются индивидуальные особенности потребительского поведения каждого туриста, но выявляется общая количественная характеристика, присущая всем туристам.

Средняя выступает как типическая характеристика. В 2012 году в самой посещаемой стране мира Франции средняя продолжительность пребывания иностранных туристов составляла 7,0 ночевок. Это не значит, что все туристы останавливались в стране на такое время. Некоторые из них задерживались на более длительное время, другие, наоборот, предпочитали короткое пребывание. Но при осреднении указанного показателя все отклонения от среднего уровня уравновесились. Значение 7,0 ночевок выступает в данном случае как обобщающая характеристика поведения иностранных туристов во Франции.

Средний показатель — это показатель отдельной единицы совокупности, который характеризует всю совокупность в целом, т.е. один числовой показатель дает оценку всей совокупности. С одной стороны, концентрированный уровень обобщения — достоинство среднего показателя, с другой стороны, при расчете средней погашаются индивидуальные особенности отдельных единиц совокупности, что является недостатком среднего показателя.

Средние показатели устойчивы во времени. Как правило, они не подвержены резким количественным изменениям в смежные периоды времени, поэтому их часто используют для выражения тенденций и закономерностей. Таким образом, средний показатель характеризует объективный уровень развития явления, сложившийся к определенному моменту. Средние также позволяют определить и оценить взаимосвязи и взаимозависимости между явлениями общественной жизни. Но не каждый средний показатель может быть достоверным и типичным. Существуют условия исчисления среднего показателя как типической величины.

Первое условие состоит в том, что средние должны исчисляться только по однородным явлениям, в противном случае средний показатель может потерять реальный смысл. Вернемся к нашему примеру с пребыванием иностранных туристов во Франции. Безусловно, показатель средней продолжительности пребывания туристов в стране особенно в динамике важен для мониторинга состояния туристского рынка. Но группы туристов, посе-

щающих Францию, очень разнородны, и распространение значений средних показателей на неоднородные совокупности может привести к неправильным выводам и заключениям. Не случайно, что этот показатель был дополнен другими средними, в частности средней продолжительностью пребывания туристов в стране из разных регионов и стран. Если туристы из Африки проводили во Франции в среднем 14,7 ночевок, то европейцы останавливались лишь на 6,5. Средняя продолжительность пребывания туристов из России также отличалась от средней по миру и составляла 9,0 ночевок.

Метод средних органически сочетается с методом группировок. Так, статистические стандарты ЮНВТО включают целый ряд количественных группировок, которые позволяют неоднородные совокупности привести к более однородному виду, например количественные группировки посетителей по возрасту, продолжительности пребывания и др. Ценность количественных группировок заключается в первую очередь в том, что на их основе рассчитываются средние показатели.

Второе условие исчисления средних показателей состоит в том, что они должны рассчитываться либо по всем единицам совокупности, либо по ее типической части, которая должна быть репрезентативной, т.е. отобранной на основе научных методов при проведении статистического наблюдения. При этом совокупность должна быть достаточно представительной, в противном случае, когда средняя рассчитывается по малым совокупностям, не следует придавать ей большое значение.

Средний показатель дает характеристику совокупности только по одному количественному признаку, но признаков, интересующих исследователя, особенно в туризме, существует много. В этой связи целесообразно в исследованиях общественных явлений в туризме опираться не на одну среднюю, а использовать *систему средних*, которая позволит описать явление с разных сторон, с точки зрения туристских расходов, состава туристов, деятельности средств размещения, транспорта и т.д. (рис. 3.2.1).

Системы статистических показателей. Цель создания любой системы показателей состоит в необходимости комплексного, разностороннего, достоверного отображения социальных процессов в реальной действительности. Один показатель или даже несколько показателей отображают какие-либо отдельные стороны исследуемого явления за определенный период или на момент времени, не выявляя его сущности. Но в жизни различные стороны изучаемого явления, как составные части целого, находятся в диалектическом единстве, поэтому и характеризующие их статистические показатели являются взаимосвязанными и взаимодополняющими. Поскольку реальная действительность меняется очень быстро, то и статистические показатели в системе не являются абсолютными, раз и навсегда установленными.

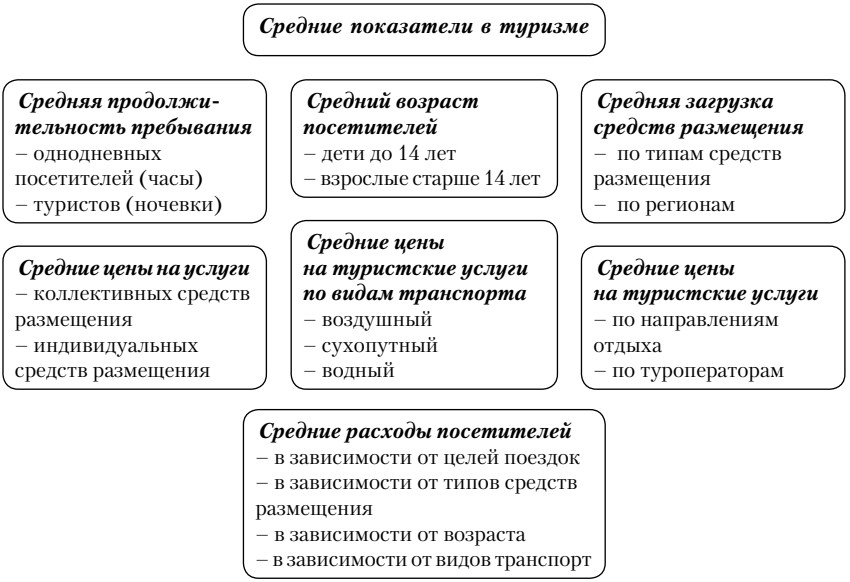

Рис. 3.2.1. Элементы системы средних показателей в туризме

Системы статистических показателей выстраиваются исходя из поставленной цели исследования. На основе научного анализа общественного развития изучаемого явления, выявляются информационные потребности, определяется степень их глубины и качества. При построении системы статистических показателей используются методы логики, методы статистики, математическое моделирование.

В статистической практике существуют системы статистических показателей в туризме, в частности совокупности статистических показателей, представленных в формах федеральной отчетности Росстата. В них состав показателей позволяет анализировать различные аспекты туристской деятельности, в том числе деятельность средств размещения, туроператорских и турагентских компаний, оздоровительных лагерей для школьников, национальных парков.

По сути, системы статистических показателей в указанных формах являются описательными. Статистические показатели подобных систем выступают как ориентир или критерий для оценки частей совокупности в сравнении с целым или с другими совокупностями. Анализируя состав показателей федеральных форм отчетности, можно заметить, что система показателей состоит из групп показателей, характеризующих отдельные стороны явлений. Например, в форме № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» одна группа показателей

оценивает финансово-хозяйственную деятельность, другие группы — номерной фонд, размещенных туристов, объекты питания и прочее, т.е. внутри системы возникают разные подсистемы (группы) показателей, дополняющие друг друга. Причем связь между показателями в группе более тесная, чем между показателями, относящимися к разным группам подсистемы.

Аналогичным образом анализируется деятельность туроператорских и турагентских компаний, оздоровительных лагерей и туристская деятельность в национальных парках. Таким образом, федеральная отчетность позволяет отслеживать не всю деятельность в рамках туризма в целом как многоотраслевого комплекса, а отдельные ее виды. Но статистическое наблюдение в туризме кроме отчетности включает и другие организационные формы, например выборочное наблюдение, которые могут иметь такие же или иные цели наблюдения и другой состав показателей.

Системы статистических показателей, формируемые исходя из целей наблюдения, часто качественно отличаются друг от друга глубиной изучаемого явления, исследуемыми формами связей между признаками, структурой и составом показателей, их группировкой. Но в любом случае показатели системы должны давать комплексную информацию по видам экономической деятельности, которые по национальным или международным стандартам включены в туризм и представлены в соответствующих классификаторах. Показатели системы и методология их построения должны согласовываться с отечественными и международными статистическими стандартами.

Статистические показатели системы не равнозначны. Среди изолированных показателей можно выделить один или несколько главных показателей, которые дают результативную комплексную оценку постоянно меняющихся и усложняющихся экономических и социальных процессов на туристском рынке. В принципе, такой результативный показатель (показатели) может заменить всю систему. Другие показатели системы находятся в логической связи с ним и в определенной мере дополняют его в разных аспектах. В сфере туризма такими результативными показателями являются туристские расходы или туристское потребление[1], выраженные в стоимостных единицах измерения, что вполне естественно в условиях рыночной экономики. Значения этих показателей, в большей мере объем и структура туристских расходов, сравниваются органами статистики и другими организациями в пространстве и во времени на разных

---

[1] Международная статистика до 1980-х гг. использовала показатель туристских расходов как стоимостную результативную оценку состояния туристского рынка на определенных территориях с учетом временных характеристик. Но невозможность его применения в СНС обусловила создание в конце XX в. нового показателя туристского потребления, согласованного с другими результативными показателями СНС. Несмотря на это, показатель туристских расходов до сих пор используется в статистической практике.

территориальных уровнях. На их основе в том числе оценивается уровень конкурентоспособности той или иной страны на мировом туристском рынке. Например, в 2012 г. самой конкурентоспособной страной в мире были США, где туристы оставили 128,6 млрд долл.

Примером системы статистических показателей, отображающих все аспекты туристской деятельности, является ВСТ, предложенный ЮНВТО и рекомендуемый странам для использования в статистической практике. ВСТ включает более 120 стоимостных показателей и свыше 40 натуральных показателей. Статистические показатели ВСТ объединены в группы по изучению туристского потребления в рамках внутреннего, въездного и выездного видов туризма. Ряд стоимостных показателей предназначен для построения производственного счета в туризме. Натуральные показатели позволяют рассчитать число ночевок в различных типах средств размещения, численность занятых на туристских предприятиях и т.д. Все статистические показатели ВСТ логически взаимосвязаны и согласованы с СНС. Данная система показателей не абсолютна, она открыта для развития, для учета специфических региональных условий.

При более глубоком изучении туризма с помощью системы статистических показателей могут создаваться системы показателей, выявляющие внутренние взаимосвязи и охватывающие в целом экономику, социальную жизнь, культуру, политику, идеологию, экологию, технику и технологическое развитие и др. Такие системы выступают системами систем и являются, по сути, системой мыслей, высказанных посредством чисел.

3.3. Статистические показатели в системе государственной статистики

Государственная статистика включает основные понятия, термины, определения, большинство из которых имеет количественное выражение и предстает в виде статистических показателей. Существует специфика использования статистических показателей в системе государственной статистики Российской Федерации. Прежде всего они предназначены для получения количественной оценки объектов статистического учета и наблюдения различных сторон общественной жизни, в первую очередь, экономики. Кроме того, все показатели должны быть связаны с СНС. К статистическим показателям в туризме предъявляются дополнительные требования, вытекающие из того что понятийный аппарат в туризме постоянно расширяется и усложняется, он носит межотраслевой характер[1]. В науке и на практике

[1] Основные статистические понятия, определения, используемые в российской государственной статистике туризма, представлены в регулярно издаваемых статистических словарях, статистических формах федеральной отчетности. В словарях дается общепринятое толкование, а в указаниях по заполнению форм федеральной отчетности уточняется содержание показателей и даются пояснения к используемым терминам.

распространено разное толкование туристских терминов и определений. Необходимо проводить работу по унификации понятийного аппарата, поскольку он является основой для создания статистических показателей. Требуется постоянно совершенствовать методологию расчета статистических показателей, используемых в туризме.

Статистические стандарты. Работа государственной статистики регламентирована статистическими стандартами. Статистические стандарты включают в себя научно обоснованные статистические показатели, используемые в системе государственной статистики, методы их исчисления, отчетно-статистическую документацию, порядок сбора и обработки статистической информации. Стандартизация обеспечивает согласованность данных на всех этапах функционирования государственной статистики. Унификация показателей позволяет исключить их дублирование, снизить нагрузку на отчитывающиеся субъекты. Важными направлениями стандартизации и унификации статистических показателей является обеспечение их сопоставимости с международными статистическими стандартами и показателями СНС.

Вместе с тем в государственной статистике допускается работа с показателями, не являющимися статистическими стандартами. Так, Росстат предоставляет право территориальным органам статистики осуществлять работы по сбору и обработке информации, не являющейся официальной статистической отчетностью, а также разработку проектов статистического инструментария и программ регионального обследования. Но и в этих случаях желательно использовать унифицированные статистические показатели, поскольку они позволяют сравнивать результаты обследований на национальном и международном уровнях.

Такие проблемы решаются с помощью «Отраслевого/ведомственного стандарта на формуляр-образец государственного статистического наблюдения» за № 61 от 22.09.2001. В этом стандарте устанавливаются требования к составу, построению и оформлению форм статистической отчетности, используемых при организации государственных статистических наблюдений.

В унифицированную систему отчетной документации включаются формы, утверждаемые Росстатом и регистрируемые в Общероссийском классификаторе управленческой документации (ОКУД). Ведение классификатора возложено на Росстандарт. В ОКУД определен перечень документов, на основе которых осуществляется государственное статистическое наблюдение и которые представляются в органы государственной статистики. Это формы для получения первичной и единовременной статистической информации. По каждой из форм в ОКУД указываются идентификационный код, индекс и периодичность представления.

Каталог статистических показателей. Переход России к рыночной экономике обусловил коренные изменения в государственной стати-

стике. Большая работа была проведена по изменению состава статистических показателей. Новое развитие получила система национального счетоводства, статистика финансов и другие разделы статистики. Работа по изменению состава показателей носила системный характер, поскольку статистические показатели государственной статистики всех уровней должны быть увязаны с результативными показателями (СНС 2008). В конце 1990-х гг. был сформирован электронный каталог статистических показателей (КСП). КСП представляет собой систематизированный перечень показателей, которые используются в государственной статистике. В КСП включены все первичные показатели форм федерального государственного статистического наблюдения. Показатели КСП постоянно актуализируются.

КСП содержит методологические основы каждого показателя, в том числе имеет место единая методология определения основания каждого показателя и его признаков, основ систематизации (группировки). Все статистические показатели государственной статистики регистрируются в КСП и получают код. Коды показателей образуются автоматически и не подлежат изменению. В практике государственной статистики не используются незарегистрированные в КСП показатели.

Госкомстат России утвердил «Методологические положения по формированию и ведению Каталога статистических показателей (КСП)» (постановление от 30.11.2000 № 118). В них сформулированы цели развития национальной экономики, которые позволяют рассматривать ее как объект статистического учета. Система целей выражают систему национальных интересов государства, объединяя все части в единое целое.

Рубрикатор КСП имеет межотраслевой характер. В нем представлены три блока показателей. Показатели, отражающие цели и степень их реализации, представлены в первом блоке. Показатели, характеризующие ресурсы или факторы развития, сформированы во втором блоке. Третий блок содержит показатели, характеризующие результаты деятельности экономики. Существующая система статистических показателей в принципе должна позволять проводить углубленный анализ состояния национальной экономики. В КСП допускаются изменения первичных единиц или показателей статистической отчетности, которые находятся в постоянном движении.

Росстат проводит работу по совершенствованию региональной информационной базы. Несмотря на то что большинство региональных показателей имеет сквозной характер, т.е. используются на всех уровнях отчетности, региональная статистика имеет возможность формировать и работать с показателями, отражающими экономическую и социальную специфику региона. Регионы формируют КСП регионального уровня, которые в большой мере опираются на методологию создания КСП федерального уровня.

3.4. Статистические показатели в туризме

Росстат, на основе анализа информационных потребностей органов управления, финансовых институтов, научных и консалтинговых организаций и с использованием разнообразных источников главным образом сводных форм федеральной отчетности, данных ведомственной статистики, экспертных оценок формирует информационный фонд в сфере туризма по следующим направлениям:

- основные индикаторы развития туризма;
- труд и заработная плата в сфере туризма;
- международные туристские потоки;
- туристские перевозки;
- средства размещения
- общественное питание;
- производство товаров для туризма;
- платные услуги в сфере туризма;
- цены на туристские услуги;
- финансы туристской сферы;
- инвестиции в сфере туризма;
- деятельность туристских фирм;
- туристские ресурсы;
- туристские зоны федерального значения в России;
- международные сравнения.

Сущность разноплановых явлений в туризме раскрывается с помощью многих статистических показателей, отличающихся методологией построения, — индивидуальных, сводных, абсолютных, относительных, натуральных, стоимостных, средних, имеющих одноуровневую и многоуровневую структуру. Наиболее значимые статистические показатели, характеризующие социально-экономические явления в туризме в Российской Федерации за ряд лет, представлены в статистическом сборнике «Туризм в цифрах. 2012».

Большинство показателей в указанном сборнике *сводные*. Они характеризуют результаты определенных процессов за указанный период времени. Результативными показателями являются число поездок иностранных граждан в Россию с разбивкой по целям, число поездок российских граждан за границу с разбивкой по целям. За период с 2000 по 2011 г. прослеживается устойчивая тенденция роста поездок иностранных граждан в Россию с 21,2 млн в 2000 г. до 24,9 млн в 2011 г. Растет и число поездок российских граждан за рубеж с 18,4 млн в 2000 г. до 43,7 млн в 2011 г.

Деятельность средств размещения как коллективных, так и индивидуальных анализируется в динамике, но за разные периоды времени: коллективных — с 2005 по 2011 г., индивидуальных — с 2000 по 2011 г. В сборнике приводятся данные по числу средств размещения (коллектив-

ных и индивидуальных раздельно в данном случае и по всем остальным показателям), числу номеров, единовременной вместимости, числу предоставленных ночевок, численности размещенных лиц. За рассматриваемый период имеет место рост значений всех показателей.

В сборнике представлена информация о пассажирских перевозках по видам транспорта общего пользования с 2000 по 2011 г. Число перевозок наземным и водным видами транспорта сократилось.

Статистические показатели имеют разный масштаб. *Макроэкономические показатели* характеризуют результаты деятельности национальной экономики в целом. К ним относятся результативные показатели национального счетоводства: ВВП, национальное богатство, потребление основного капитала, чистый внутренний продукт и др. Большую важность имеют оценки вклада туризма в ВВП и другие макроэкономические показатели.

Показатели *мезоуровня* характеризуют результативность вида экономической деятельности в целом на отраслевом или региональном уровне. Кроме рассмотренных выше результативными показателями являются сводные показатели федеральной отчетности в туризме. К наиболее важным из них относятся сводные стоимостные показатели по финансово-хозяйственной деятельности средств размещения (суммы доходов от предоставляемых услуг, затраты), туроператорских и турагентских компаний (средства, поступившие от реализации туристского продукта) и др.

Сводные натуральные показатели также содержат качественную оценку туристской деятельности в Российской Федерации или в регионе. Это число занятых в туристских организациях, численность детских оздоровительных учреждений, количество обслуженных туристов туроператорскими и турагентскими компаниями, количество посетителей государственных природных заповедников и национальных парков и др.

Индивидуальные показатели также представлены в формах статистической отчетности и в других формах наблюдения. Они используются при расчете сводных абсолютных и относительных показателей. Федеральная отчетность на основе индивидуальных показателей позволяет создать информационную базу по следующим направлениям:

- поездки российских граждан за границу по целям, поездки иностранных граждан в Россию по целям;
- деятельность средств размещения;
- деятельность туроператорских и турагентских компаний;
- деятельность детских оздоровительных учреждений;
- туристская деятельность в природных заповедниках и национальных парках.

Для выявления закономерностей развития туризма на национальном и региональном уровнях статистические показатели должны представляться за максимально длительные периоды времени.

Контрольные вопросы и задания

1. В чем заключаются потребительские свойства статистической информации?
2. Перечислите источники статистической информации в туризме.
3. Какие информационные ресурсы включает в себя Росстат?
4. Что такое статистический показатель? Каковы его особенности?
5. Назовите относительные показатели статистики туризма.
6. Расскажите о системе средних показателей в статистике туризма.
7. Какие статистические показатели являются статистическими стандартами, а какие к ним (стандартам) не относятся?
8. Какие статистические показатели включены в каталог статистических показателей (КСП) Росстата?
9. Расскажите о системе показателей статистики туризма.

Литература

1. Методологические положения по статистике. Вып. 5 / Росстат. М., 2006. 510 с.
2. *Михайлова Т.М.* Новое в теории статистических показателей. СПб. : изд-во СПбГУФ, 2007. 163 с.
3. Организация государственной статистики в Российской Федерации / Госкомстат России. М. : 2004. 429 с.
4. *Соболева Е.А.* Статистика туризма. Статистическое наблюдение : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 160 с.
5. Теория статистики : учебник / под ред. Р.А. Шмойловой. М. : Финансы и статистика, 2007. 656 с.
6. Туризм в цифрах. 2012. Стат. сб. / ИИЦ. Статистика России, Федеральное агентство по туризму. М. : ИИЦ «Статистика России», 2012. 39 с.
7. Официальная страница Федеральной службы государственной статистики (Росстата). URL : http://www.gks.ru
8. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en
9. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 4

ПОКАЗАТЕЛИ ТУРИСТСКОГО СПРОСА И ТУРИСТСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

4.1. Система показателей туристского спроса

Все многообразие показателей статистики туризма можно условно свести в две большие группы. Одна из них характеризует состояние туристского рынка, другая — вклад туризма в национальную экономику. К первой группе относятся показатели туристского спроса и туристского предложения.

Показатели туристского спроса содержат информацию об объеме, структуре и различных характеристиках туристского потока. Обычно данные показатели представлены в натуральном, нестоимостном выражении. На это же обращает внимание ЮНВТО. Вместе с тем спрос — это экономическая категория, которая часто сопоставляется с категорией предложения, и уже поэтому она нуждается в описании в стоимостном выражении. Это фундаментальное противоречие между видимыми процессами в туризме (туристы, туристские потоки), с одной стороны, и экономическими основаниями производства и реализации туристских услуг — с другой, долгое время не давало туризму закрепиться в числе полноправных видов экономической деятельности и служило определенным препятствием для определения экономического влияния туризма.

В.Я. Гельман выделяет шесть групп базовых индикаторов и группу комплексных индикаторов туристского спроса (табл. 4.1.1). Каждая из этих групп включает информативные и относительно легко измеряемые показатели.

Таблица 4.1.1

Система индикаторов туристского спроса

Общие показатели туристского спроса	Экономические индикаторы
Число прибытий внутренних и международных посетителей Продолжительность пребывания	Общая сумма расходов посетителя в поездке Средняя сумма ежедневных расходов посетителя (без учета стоимости проживания и расходов на транспортировку к месту назначения) Суммы расходов посетителя на отдельные туристские услуги Количество турпакетов, приобретенных посетителями

Окончание

Общие показатели туристского спроса	Экономические индикаторы
*Соци*ально-демографические показатели	Социально-психологические индикаторы
Пол посетителя Возраст посетителя Статус экономической активности Состав семьи и семейное положение Образование Годовой доход домохозяйства, семьи или личный доход	Основная цель поездки Основные объекты туристского интереса в поездке Предыдущие поездки в регион, их количество Причины повторного посещения дестинации Намерение посетителя приехать еще раз Уровень удовлетворенности туристским продуктом региона Возникшие проблемы в поездке/причины дискомфорта Источник наибольшего удовлетворения в поездке Частота туристских поездок
Социально-географические индикаторы	Информационные индикаторы
Места (пункты), посещаемые во время поездки Основное место посещения во время поездки Места проживания в регионе во время поездки	Источники информации, использованные при выборе региона как дестинации Недостаток информации при принятии решения о поездке
Комплексные индикаторы	
Структурные изменения туристских потоков по сезонам года Социально-демографический портрет каждой группы посетителей, выделенной в туристском потоке по базовым социально-демографических, социально-географическим, экономическим, социально-психологическим и информационным показателям Характерные паттерны потребления туристских услуг	

Общие показатели туристского спроса. К этой группе показателей относятся число прибытий внутренних и международных посетителей и продолжительность пребывания. Статистика прибытий содержит количественное описание туристских потоков.

В Российской Федерации для определения объемов международных туристских потоков используется форма отчетности «Сведения о количестве иностранных граждан, посетивших Россию, и граждан России, выехавших за границу» (№ 1-ИНТ (спец), приложение 2). Форма отчетности включает шесть разделов:

1) количество граждан России, выехавших за границу, по целям поездки (с выделением цели «Туризм»);
2) количество граждан России, выехавших за границу, по видам транспорта;
3) количество иностранных граждан, посетивших Россию, по целям поездки (с выделением цели «Туризм»);
4) количество иностранных граждан, посетивших Россию, по видам транспорта;
5) количество иностранных граждан, выехавших из России, по целям поездки (с выделением цели «Туризм»);
6) количество иностранных граждан, выехавших из России, по видам транспорта.

Въезд-выезд учитывается органами пограничной службы ФСБ России. Там же эта информация обрабатывается и в обезличенном виде передается в Росстат. Данные пограничной службы об объеме международного туристского потока дополняются информацией, получаемой на основании федерального статистического наблюдения по форме № 1-турфирма «Сведения о деятельности турфирмы» и форме № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения».

Статистическая информация о величине туристских потоков в целом является недостаточной и обычно дополняется данными о структуре существующего туристского спроса по социально-демографическим, социально-географическим, экономическим, социально-психологическим и информационным индикаторам.

Экономические индикаторы туристского спроса представлены преимущественно различными видами туристских расходов. Для целей составления платежного баланса используют общую величину расходов на въездной и выездной туризм. В других экономических расчетах аналитики чаще оперируют средними величинами общих или ежедневных расходов посетителя, а также средними расходами одного посетителя на отдельные услуги. (подробнее см. главу II, п. 2.3 и главу IV, п. 4.2).

Социально-географические индикаторы характеризуют места (пункты), посещаемые во время поездки. Эти данные важны как с точки зрения выявления географических мест приложения туристского спроса, так и определения тех территорий, в экономику которых поступают средства от посетителей.

Социально-психологические индикаторы отражают наиболее субъективные характеристики, связанные с поездкой, — основную цель поездки, основные объекты туристского интереса в поездке, уровень удовлетворенности поездкой и отдельными составляющими туристского продукта региона, что больше всего понравилось (не понравилось) в ходе поездки и еще ряд подобных моментов. Очень важно понять ведущий мотив поездки, который не всегда совпадает с заявленной туристом целью. Реальным

мотивом, как отмечают социальные психологи, может быть не знакомство с культурными и историческими памятниками, а стремление быть не хуже других, следить за модой, вырваться из серых будней и т.п.

С практической стороны очень важны для каждой дестинации оценки уровня удовлетворенности поездкой и отдельными составляющими туристского продукта. Они помогают выявить недостатки в комплексе туристского обслуживания, чтобы затем улучшить существующий туристский продукт территории. Так, в ходе регулярных исследований посетителей Ярославской области в период 2004—2013 гг. выявлено, что больше всего удовлетворяет респондентов качество музейных и экскурсионных услуг, а хуже всего оцениваются транспортные услуги и благоустройство территорий.

Информационные индикаторы. Сведения об источниках информации, повлиявших на принятие решения о выборе той или иной дестинации, относятся к числу важнейших. Они позволяют выявить основные факторы принятия решения в пользу конкретной дестинации. Это в свою очередь дает возможность грамотно выстраивать деятельность по маркетингу и продвижению дестинаций, выбирать основные каналы доведения информации, рекламы и PR.

По данным туристской администрации Мальты, выделяются три примерно равнозначных (около 30% каждый) основных фактора принятия международными туристами решения в пользу посещения этого островного государства: рекомендации друзей и знакомых, положительный опыт предыдущих визитов и информация, полученная из Интернета. Менее важными факторами являются ознакомление с путеводителями (9%), брошюрами туроператоров (8%) и рекомендации турагентов (6%).

Исследования в Ярославской области выявили значительные различия между российскими и иностранными посетителями в основных источниках информации. Подавляющее число иностранных гостей узнают о туристских центрах и городах Ярославской области через турагентства, что объяснимо при известном дефиците информации. Для российских же туристов значимость рекомендаций друзей и знакомых преобладает. Меньшее влияние оказывают СМИ и Интернет (рис. 4.1.1).

Комплексные индикаторы спроса позволяют дать характерные социально-демографические портреты посетителей (в отличие от обезличенных усредненных туристов), а также отражают типичные модели (паттерны) потребления ими туристских услуг.

В отечественной литературе известна комплексная сегментация потребительского рынка, предложенная В.Б. Сапруновой (1997). Она использует в качестве базового параметра образ жизни, который в свою очередь взаимосвязан и частично определяет многие социально-демографические и психологические характеристики, и выявляет пять основных потребительских групп.

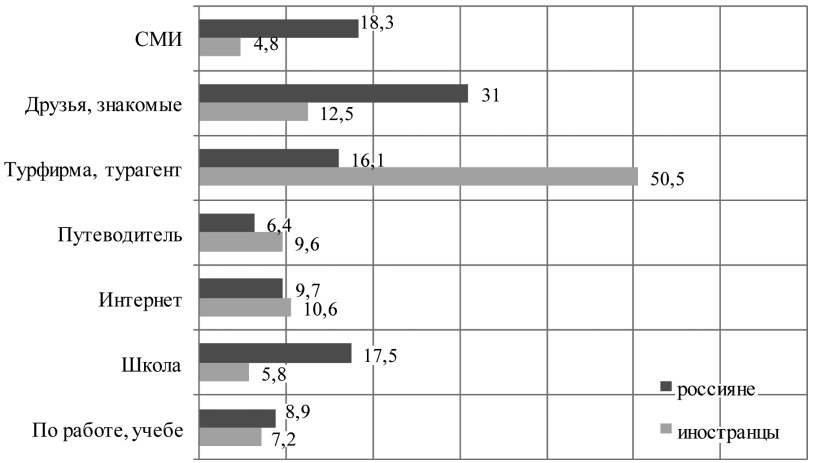

Рис. 4.1.1. Основные источники информации о Ярославской области, использованные посетителями в 2011 г.

Погруженный в себя искатель наслаждений. Молодой человек, выполняющий неинтересную работу, ищет удовлетворения от реальных и воображаемых видов деятельности на свежем воздухе. Любит ходить на рыбалку и охоту, заниматься спортом. У него приличный доход, но все решения о покупках принимаются им спонтанно. Не планирует жизнь на долгую перспективу.

Активная и целеустремленная личность. Использует все свои способности и энергию для продвижения по службе, проявляет большой интерес к своей работе, уверен в себе. Пребывает в постоянном поиске новых ощущений, активной деятельности, следит за всеми новинками в сфере туризма и развлечений.

Деловая личность. Имеет в своем распоряжении больше свободных денежных средств для покупки второго дома и дорогого отдыха в отличие от других категорий. Предпочитает перемещаться на небольшие расстояния и менее мобилен, так как имеет постоянное место жительство и сформировавшуюся семью. Зритель специальных телевизионных программ о путешествиях и природе.

Синие воротнички. Проживают в небольших городах или на окраине крупных городов, имеют традиционные и твердые убеждения относительно общественных ценностей. Превосходным отдыхом считают отдых с семьей в палатках. Любят охоту и рыбалку.

Традиционный домосед. Приверженец старых традиций, ждет того же от других людей. Пытается извлечь максимальную пользу из каждого потраченного им рубля. Избегает всего, что связано с риском, и никогда не будет делать покупок в кредит. При редких случаях поездок ориентируется на мнение телевизионных новостей и программ.

Описание образа жизни дает комплексную характеристику потребителей и представление о потребностях и запросах каждого сегмента. Это

позволяет более обоснованно планировать и проводить маркетинговую деятельность для каждой дестинации.

Исследования характерных моделей потребления туристов — практика последних 15—20 лет.

Исследования, проведенные по заказу Министерства культуры, туризма и окружающей среды Мальты, показали, что за последние 15 лет изменилась структура расходов туристов и увеличилась доля самостоятельных путешественников. Произошедшие изменения напрямую связаны друг с другом, поскольку рост доли расходов на проживание примерно в 2 раза объясняется увеличением количества неорганизованных путешественников. После проживания, которое обычно оплачивается до поездки, значительную часть (до половины) расходов во время пребывания на Мальте составляют затраты на еду и напитки. Это объясняется не только тем, что данная базовая потребность обычно не входит в стоимость проживания и комплексных туров на Мальте, но и тем, что питание в местных заведениях является частью развлечения и ознакомления с местными традициями.

Наблюдаются устойчивые различия между моделями потребления туристов из разных стран. Для немецких туристов на Мальте характерна наибольшая доля затрат на комплексные туры, тогда как итальянцы в основном тратят на услуги, не входящие в пакет (услуги кафе и ресторанов, организованные экскурсии, сувениры и одежда). Британские путешественники расходуют значительно больше средств, чем в среднем, на табачную продукцию, туристы из стран Северной Европы — на услуги отдыха, рекреации и спорта, французские туристы — на посещение достопримечательностей.

Отмечены сдвиги и в транспортных предпочтениях. Например, в отличие от существующего мнения о популярности арендованных автомобилей и общественного транспорта у большинства европейских туристов на Мальте выросла доля пользователей услуг такси.

Гораздо реже имеющиеся данные позволяют судить о моделях потребительского поведения при бронировании туристских услуг. Специальные исследования на Мальте позволили четко определить характер и время как принятия решения о поездке на Мальту, так и время реального бронирования туристских услуг (табл. 4.1.2). Видно, что почти $^3/_4$ туристов приняли решение о поездке на мальтийский остров Гозо более чем за два месяца. Такое долгосрочное бронирование позволяет планово и без резких колебаний развиваться туристскому бизнесу. Данные по временным моделям принятия решения о бронировании помогают лучше рассчитывать рекламную политику дестинаций и туроператорских компаний и оптимальное время проведения рекламных рассылок и различных промоакций.

Социально-демографические показатели. Более подробно остановимся на социально-демографических характеристиках посетителей. Главная задача этого раздела статистики туристских потоков — понимать, что это за люди, из которых собственно и складывается туристский поток, — посетители и пользователи туристских и гостиничных услуг, как они тратят деньги и свободное время, каким образом они путешествуют и на что они обращают внимание при выборе дестинаций и услуг.

Таблица 4.1.2

Параметры бронирования туристских услуг на о. Гозо, Мальта

Сроки бронирования	Время принятия решения, в % от числа опрошенных туристов	Время бронирования туристских услуг, в % от числа опрошенных туристов
Менее чем за неделю до поездки	1,7%	5,4%
1—3 недели до поездки	9,3%	16,6%
1 месяц до поездки	15,0%	11,7%
2—3 месяца до поездки	31,6%	31,6%
4—6 месяцев до поездки	22,0%	22,3%
Более 6 месяцев до поездки	20,3%	12,3%

Источник: Tourism Policy For The Maltese Islands. 2012—2016. Valetta, 2012.

Статистика, характеризующая посетителей (их социально-демографический и потребительский профиль), собирает детализированную информацию о поле, возрасте, роде деятельности (профессии), величине дохода и пр. Это дает возможность всесторонне описать потребителей туристских услуг и выделить среди них однородные группы. Обычно внимание концентрируется на группах (сегментах) посетителей наиболее доходных, выгодных с экономической точки зрения. Такой подход к сегментированию часто называют описательным. Сегментирование также может производиться по психографическому принципу, т.е. на основе различий в образе жизни людей. Например, Британская туристская администрация (*VisitBritain*) на разных туристских рынках выделяет от 50 до 100 сегментов потребителей туристских услуг, различающихся образом жизни.

Безличные туристские потоки в реальности представляют собой сложные конгломераты индивидуумов с определенными социально-демографическими характеристиками. Выявить значения этих индикаторов, выделить основные категории и группы туристов и использовать такие характеристики для лучшего обслуживания клиентов и для развития туризма — одна из задач статистики туризма. В этой части статистика туризма очень тесно связана с маркетингом в туризме. Сращивание статистики туризма и маркетинга в туризме является одной из важных тенденций их развития.

В IRTS-2008 ЮНВТО к социально-демографическим характеристикам посетителей относит следующие: пол, возраст, статус экономической активности, род занятий, состав семьи и семейное положение, образование, а также годовой доход домохозяйства, семьи или личный доход.

Демографические переменные — пол, возраст потребителей, их семейное положение, состав семьи и так далее являются самыми распространенными факторами сегментирования рынка. Чаще всего доступна информация только по полу и возрасту потребителей.

Возраст

В ITRS-2008 рекомендуется выделять несколько возрастных групп туристов: 0—14 лет (детский и младший подростковый возраст); 15—24 (подростки и молодежь); 25—44 лет; 45—64 лет; 65 и более (пожилые туристы, третий возраст).

Посетители в возрасте от 0 до 14 лет во многих странах до сих пор исключаются из числа обследуемых. Однако при специальных видах обследования в детском, школьном, семейном туризме их включение является обязательным. Рекомендуется также при выборочных обследованиях записывать возраст всех членов семьи или по крайней мере возраст респондента и возраст детей в семье, которая путешествует.

Рекомендуемые интервалы возрастных групп в статистике туризма используют не все страны. Так, например, в Индии статистика международного туризма ведется в соответствии с рекомендациями ЮНВТО, а возраст внутренних туристов учитывается по иным возрастным группам (табл. 4.1.3).

Таблица 4.1.3

Возраст внутренних и международных туристов, прибывающих в Дели

Внутренние туристы		Международные туристы	
возраст, годы	доля, %	возраст, годы	Доля, %
до 16	26,3	1—14	0,3
17—30	38,2	15—24	11,1
31—50	28,3	25—44	69,4
более 50	7,2	45—64	18,2
		65 и более	1,0
Всего	100,0		100,0

В России среди пользователей туристских услуг преобладают потребители в возрасте 25—44 года, у которых наличествуют и необходимые средства, и физические возможности для путешествий. Если же рассматривать возрастные характеристики внутреннего и въездного туристского потока, то бросается в глаза их асимметрия. Специалисты знают, что более $3/_4$ въездного туристского потока в Россию представляют собой люди старшего и пожилого возраста. Это является следствием различий в образе и уровне жизни в нашей стране и в развитых странах, а также различного пенсионного обеспечения.

По возрастным критериям различают молодежный туризм (до 25—30 лет). Среди молодежи пользуются спросом прежде всего недорогие путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта. Для этого сегмента характерны потребности в специфическом вечернем отдыхе (бары, ночные клубы, дискотеки и т.п.) и высокая туристская активность в связи со стремлением молодых людей

к общению и развлечению, приобретению новых впечатлений и опыта. В последнее время для молодежи разрабатывается все больше разнообразных нетрадиционных экскурсионных и анимационных программ, часто с элементами приключений.

Для туризма среднего возраста (25—44 года) характерно преобладание семейного туризма. Это особенно важно при создании туристских комплексов в курортных местностях, где требуются специальные детские площадки, городки, аттракционы, а также услуги специального персонала (няни, аниматоры) для развлечения детей отдельно от родителей. Туристы этого возраста предъявляют повышенные требования к комфорту и содержанию экскурсионных программ.

Сеньоры (или лица третьего возраста старше 50 лет) также требуют комфорта в путешествии, но и дополнительного внимания со стороны обслуживающего персонала, возможности получения квалифицированной медицинской помощи, наличия в ресторанах специального и диетического питания. Такие туристы тяготеют к более спокойному, созерцательному, но наполненному смыслом отдыху. Значительная доля зрелых туристов характерна для экологического и сельского туризма.

Для некоторых видов туризма возрастные различия могут быть очень значительными. Например, в таких близких туристско-рекреационных занятиях, как катание на горных лыжах и катание на сноуборде существенные различия в возрастных предпочтениях очевидны. Занятиям сноубордом отдают предпочтение люди в молодых возрастах (12—17 и 18—24 года). Лыжи предпочитают в старшем возрасте, а в возрастных категориях 55—64 и 65 и более лет сноубордом не занимаются вовсе.

Пол

Ряд характеристик туристского потока обусловливается половой принадлежностью посетителей, например различия в частоте поездок. В российских условиях среди потребителей туристских продуктов наблюдается некоторое превышение лиц женского пола над мужским. В других социокультурных условиях, например в Южной Азии, наблюдается обратная картина. Там более 60% как во внутреннем, так и во въездном потоке составляют туристы мужского пола. В целом значимость женского сегмента рынка путешествий растет, причем в последнее время и в развивающихся странах. Увеличение числа самостоятельно путешествующих женщин вызывает к жизни предложение новых форм туристских услуг, таких как размещение для деловых женщин, специализированные виды сервиса.

Место жительства

Туристам из одного региона присущи, как правило, определенные стереотипы поведения. Они близки в своих предпочтениях, ожиданиях, иско-

мых выгодах. Региональная разбивка нередко дополняется подразделением по конкретному месту проживания. Величина и характер туристского спроса во многом зависят от места жительства потребителей. Например, сельское население России по сравнению с городским является носителем других потребностей, ценностей, часто просто не обладает достаточными ресурсами для пользования услугами туристских фирм. Имеет значение и размер населенного пункта. Известно, что большую часть выездного туристского потока в России составляют жители городов-миллионников и крупнейших городов (с числом жителей более 500 тыс. человек).

Род занятий

В международной практике профессиональная деятельность людей чаще всего определяется на основе классификации занятий МОТ. Например, в классификации, используемой Евростатом для выделения различных участников конгресс-поездок, приводятся следующие подгруппы:

1) государственные служащие высшего звена и управляющие (топ-менеджеры, руководители);
2) профессиональные работники (профессора и преподаватели высшей школы, ученые, фрилансеры);
3) техники и специалисты;
4) офисные служащие (клерки);
5) работники сферы обслуживания;
6) квалифицированные работники в сельском хозяйстве и рыболовстве;
7) ремесленники;
8) операторы машин и установок и работники сборочных производств (квалифицированные рабочие);
9) неквалифицированные работники;
10) военнослужащие (за исключением призывников).

Род занятий часто дополняется показателями статуса экономической деятельности, в рамках которого уточняется полная или неполная занятость респондента, самозанятость или в положении безработного, а также выделяются дополнительные категории лиц в зависимости от их экономической деятельности (студент, пенсионер, домохозяйка и т.п.).

Состав семьи и размер домохозяйства

Состав семьи имеет значительное влияние на привычные способы путешествий. В первую очередь важно общее число взрослых и детей в семье, а также возраст детей, который влияет на решение о том, как и где проводить школьные каникулы. Рекомендуется разделять детей (0—14 лет) на несколько групп в зависимости от возраста: маленькие дети

(от 0 до 5 лет), дети младшего возраста (6—10 лет) и среднего школьного возраста (11—14 лет).

Домохозяйства чаще всего подразделяют на несколько основных групп:

1) один взрослый без детей;
2) один взрослый с детьми;
3) двое или более взрослых без детей:
   — двое взрослых без детей (включая молодые пары и пары зрелого возраста, которых дети покинули, так называемое «пустое гнездо»),
   — более двух взрослых без детей;
4) двое или более взрослых с детьми:
   — двое взрослых с детьми,
   — более двух взрослых с детьми.

Размер и состав домохозяйства часто являются главными факторами в принятии решений о направлении, времени и цели поездки. Так, на европейском рынке отдых на море, не требующий дальних перелетов (обычно Средиземноморский бассейн), по системе *all-inclusive* с большим количеством мероприятий популярен чаще всего у родителей в возрасте от 35 до 48 лет с взрослыми детьми.

Семейное положение респондентов, по рекомендации ЕС, может быть описано следующими вариантами: 1) женат (замужем); 2) отдельное проживание супругов; 3) разведен; 4) овдовел; 5) никогда не был женат (замужем); 6) совместное проживание (сожительство).

В России значительная доля внутреннего и въездного туризма приходится на семьи. Интересна закономерность, обнаруженная на Северо-Западе России, — замужние (женатые) люди на 16% чаще совершают туристские поездки, чем свободные мужчины и женщины.

Образование

В процессе исследований не выявлено, что уровень образования напрямую влияет на предпочтения туристов. Исключение составляют отдельные виды туризма, например, в составе российских групп экскурсионных туров доля лиц с высшим образованием преобладает, тогда как в целом в выездных и внутренних потоках их доля не превышает 30—50%.

Долгое время группировки по уровню образования различалась в европейских странах и России, что приводило к значительным сложностям при сравнении статистических данных. В последнее время процесс сближения образовательных программ позволяет выделить следующие уровни образования общие для России и большинства европейских стран:

- дошкольное образование;
- начальное образование;

- общее среднее образование;
- среднее (среднее специальное) образование;
- высшее образование, в том числе:
  - незаконченное высшее,
  - бакалавриат,
  - магистратура,
  - аспирантура.

Доход туристов

Среди социально-экономических характеристик потенциальных туристов наиболее важными являются уровень доходов, а также социальный статус, род занятий (профессия) и уровень образования. Из-за высокой степени конфиденциальности такую информацию получить наиболее сложно. Обычно для этого прибегают к специальным опросам.

При определении размера дохода чаще всего используется показатель чистого дохода, т.е. суммы всех видов поступлений после уплаты налогов и взносов на социальное страхование. Так как величина дохода может колебаться по месяцам и годам, то обычно выясняется размер дохода в среднем за месяц (наиболее часто в российской практике) или за год.

В международной практике часто используется следующая группировка доходов туристов (в долларах и евро): до 499 включительно; 500—999; 1000—1499; 1500—1999; 2000—2499; 2500—2999; 3000—4999; 5000 и более.

Дополнительно может собираться информация о владении потребительскими товарами длительного пользования и недвижимостью, связанными с туризмом, например о наличии транспортных средств, типе собственного жилья. Эти сведения важны для понимания предпочтений в отношении вида транспорта, используемого туристами, и вида средств размещения в путешествии.

Сегментация рынка туризма по уровню доходов потребителей туристских услуг является одной из ключевых, поэтому данные о доходах чрезвычайно важны. Эксперты ЮНВТО на основе комбинации двух признаков (уровня дохода и уровня образования) выделяют четыре сегмента туристского рынка.

К первому сегменту относятся лица со средним и невысоким уровнем доходов. Основная цель их путешествий, как правило, отдых на море. Решающим фактором при выборе места отдыха ими является цена тура. Обычно это наиболее многочисленный сегмент.

Ко второму сегменту относятся путешествующие лица с уровнем доходов выше среднего. Как правило, они имеют высшее образование, иногда среднее специальное. Отдых в сочетании с познанием окружающей действительности является их основной целью путешествий. Чаще всего это активный отдых, включающий занятия спортом, посещение экскурсий,

спектаклей и других мероприятий. Можно сказать, что они предпочитают многие разновидности культурно-познавательного туризма.

Третий сегмент образуют лица с высоким уровнем доходов в сочетании с высоким уровнем образования (высшее или среднеспециальное). Такие туристы предпочитают индивидуальные или малогрупповые поездки. Самое важное для них — получение новых впечатлений.

Четвертый сегмент, самый малочисленный представляют высокообразованные люди разного возраста и уровня доходов. Их объединяет то, что они тратят на путешествия значительные средства, а в ходе поездок глубоко интересуются многими аспектами жизни (культура, экономика, ремесла, обычаи и т.п.).

4.2. Показатели туристского спроса. Статистика туристских расходов

Объем и структура туристских расходов являются одними из важнейших и наиболее востребованных показателей в статистике туризма. Их величина определяется в стоимостных единицах, что позволяет легко переходить к стандартным экономическим показателям. Кроме того, такой показатель как средние туристские расходы, приходящиеся на одного туриста, могут наглядно продемонстрировать важность прибытия каждого туриста для экономики территории.

Для того чтобы представить, о каких суммах идет речь, можно обратиться к таблице 4.2.1. В ней отражены общие расходы международных туристов в период 2008—2011 гг. в ряде стран мира, играющих важную роль на мировом туристском рынке, причем эти суммы продолжают расти. В 2012 году, по данным ЮНВТО, наиболее расточительными оказались туристы из Китая (рост 42% по сравнению с 2011 г.) и России (рост 31%). Также быстро увеличились расходы у туристов из таких развивающихся стран, как Венесуэла, Филиппины, Малайзия, Саудовская Аравия, Аргентина и Индонезия. Расходы туристов из Европы и США растут не столь высокими темпами, но они выделяются абсолютными размерами.

Многие страны, активно развивающие индустрию туризма, стараются подсчитывать туристские расходы не только в общем, но и в каждом из туристских регионов страны, выделить страны, граждане которых являются наиболее щедрыми, определить среднюю величину туристских расходов в день и на одного туриста. Так, в Испании традиционно наиболее выгодными являются туристы из Великобритании, Германии и Скандинавских стран, на долю которых приходится более половины всех туристских расходов в стране. Среди регионов Испании по этому показателю привычно лидирует Каталония.

Таблица 4.2.1

Объем туристских расходов в некоторых странах мира в 2008—2011 гг., долл.

Страны	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
США	118 746 000 000	105 745 000 000	109 764 000 000	117 293 000 000
Германия	106 039 000,000	93 107 000 000	91 205 000 000	100 424 000 000
Китай (без Гонконга)	40 987 000 000	47 108 000 000	59 840 000 000	79 010 000 000
Великобритания	83 584 000 000	61 133 000 000	61 368 000 000	64 627 000 000
Франция	50 021 000 000	45 806 000 000	48 439 000 000	55 265 000 000
Российская Федерация	27 010 000 000	23 671 000 000	30 064 000 000	36 907 000 000
Австралия	24 689 000 000	21 891 000 000	27 534 000 000	33 545 000 000
Бельгия	21 445 000 000	22 292 000 000	20 876 000 000	24 350 000 000
Нидерланды	22 217 000 000	21 080 000 000	19 772 000 000	20 884 000 000

Составлено по данным Всемирного Банка http://data.worldbank.org/

Еще один важный вопрос туристской политики, связанный с туристскими расходами, — стремление к достижению положительного сальдо туристского баланса, когда расходы международных туристов в данной стране превышают расходы отечественных туристов, выезжающих за рубеж. Однако для некоторых стран мира характерно устойчивое отрицательное сальдо туристского баланса, например для Германии, Великобритании, Китая. Многие страны корректируют национальную политику по привлечению туристов из разных стран, создают для наиболее выгодных туристов режим наибольшего благоприятствования.

Выше уже подчеркивалось, что определение объемов и структуры туристских расходов сталкивается с рядом методологических и практических сложностей. Они обусловлены многими обстоятельствами, в том числе связаны с необходимостью учитывать особенностей национальных и международных систем бухгалтерского учета, методологию составления платежного баланса, принципов формирования СНС.

Туристские расходы имеют сложный состав и структуру. ЮНВТО разработала и рекомендовала применять базовую продуктовую группировку туристских расходов, чтобы унифицировать существующие их классификации (подробнее см. главу 2, п. 2.3). Она служит основой для составления классификаций на национальном и региональном уровнях, подчас значительно расширенных и дробных. Так, Бюро туристских исследований Австралии при проведении национального обследования посетителей детально анализирует расходы гостей по следующим статьям:

- туристские пакеты и комплексные туры;
- такси (в том числе из (в) аэропорт);
- авиаперелеты;
- организованные туры (экскурсии);
- прокат автомобилей;
- топливо;
- транспортное обслуживание или ремонт;
- другие междугородние транспортные перевозки (поездки по железной дороге, на автобусе, перевозки водным транспортом и т.д.);
- другие местные транспортные перевозки (поездки на автобусе, по железной дороге, на пароме и т.д.);
- проживание;
- питание в кафе/ресторане и на вынос;
- покупки продуктов питания для собственного приготовления;
- покупки алкоголя, напитков;
- шопинг, покупки подарков, сувениров;
- посещение объектов развлечений, музеев, кино, зоопарков и т.д.;
- участие в азартных играх (скачки, казино);
- организационный взнос за участие в работе конференций;
- плата за обучение;
- приобретение автотранспортных средств или любых других крупных устройств;
- прочие расходы (почтовые расходы, расходы на телефонные переговоры, медицинское обслуживание, ремонт, химчистку и т.д.).

В некоторых странах сбор информации ведется по ограниченному числу статей. Например, в рекомендациях ЕС общие потребительские расходы посетителей во время пребывания в дестинации рекомендуется разбивать на несколько составляющих:

- расходы на транспорт;
- расходы на проживание;
- питание в кафе и ресторанах;
- прочие расходы, в том числе покупка товаров длительного пользования и ценные вещи, информация по которым обычно представляется отдельно.

Затраты на оплату тура («турпаке») при этом не выделяются в отдельную категорию в соответствии с позицией ВСТ. В некоторых случаях от респондентов могут запросить более подробную информацию о расходах на услуги прачечных, на оплату телефона, затратах за пользование услугами бизнес-центра, оздоровительного центра и зоны отдыха.

Категория «Питание в кафе и ресторанах» не во всех странах ЕС является обязательной. В этом случае расходы на еду и напитки в кафе и ресторанах во время поездки входят в категорию «Прочие расходы». Однако ее рекомендуется включать

в состав опросных анкет для того, чтобы как можно более точно рассчитать общую сумму расходов.

Категория «Прочие расходы» является сложной для заполнения. Чаще всего используется подход от противного, когда в нее включаются все расходы, которые не укладываются в другие категории «Транспорт», «Размещение», «Питание в кафе или ресторанах». К этой категории относятся, например, расходы на шопинг, покупку сувениров, билетов на концерты или спортивные мероприятия, плата за вход в музей или в зоопарк, экскурсии на целый день во время туристских поездок.

Особенность категории «Товары длительного пользования и ценные вещи» (например, автомобили, компьютеры, произведения искусства, ювелирные изделия) состоит в том, что в ней учитываются расходы на товары, которые удовлетворяют потребности людей не только в ходе поездки, но и после нее. Действительно, автомобилем и компьютером обычно пользуются в основном после путешествия, украшениями и живописью любуются также долгое время после поездки.

Эксперты Российского союза туриндустрии определили структуру туристских расходов в Москве. Среднестатистический турист, приезжающий в столицу, тратит 40% всех расходов на транспорт, 30% — на оплату проживания, 12% — на питание, 10% — на покупки и 8% — на экскурсионное обслуживание. Специалисты полагают, что необходимо уменьшать стоимость размещения туристов, тогда на культурную программу будет оставаться намного больше денег.

Определение туристских расходов в денежном выражении является сложным в отсутствие универсальной денежной единицы. В качестве денежных единиц чаще всего используются доминирующие валюты (доллар и евро), а также валюты стран-дестинаций. Использование доллара, а в последнее время и евро в качестве базовых денежных единиц при учете туристских расходов позволяет проводить межстрановые сопоставления. Вместе с тем их покупательная сила, как и любой другой валюты, подвержена колебаниям, что сказывается на динамике стоимостных показателей туризма. Укрепление (ослабление) доллара или евро по отношению к валютам ведущих туристских стран может ускорять или, наоборот, замедлять темпы роста расходов на международный туризм, искажая таким образом подлинную ситуацию на туристском рынке.

На стоимостные показатели туризма в динамике оказывают влияние не только колебания обменных курсов валют, но и инфляция. Эти два фактора тесно связаны между собой. Ослабление национальной денежной единицы влечет за собой рост цен, а снижение уровня инфляции способствует укреплению национальной валюты. На долгосрочном отрезке времени их колебания взаимоуравновешиваются, и тогда стоимостная оценка развития туризма становится более точной, чем на текущий момент. Поэтому в экономическом анализе целесообразно оперировать среднегодовыми темпами роста (прироста) стоимостных показателей за ряд лет, при расчете которых колебания курса доллара или евро также взаимопогашаются.

Другая сложность в учете туристских расходов вытекает из того факта, что их может нести не само путешествующее лицо, а любое другое физическое или юридическое лицо от его имени. Например, затраты на проживание в отеле компенсируются за счет компании, поездки юных туристов оплачиваются родителями и т.д. В этом случае затраты, покрываемые третьими лицами, определяются в ходе специальных опросов.

Известен опыт Австрии, когда с помощью телефонного анкетирования выявлялась полная стоимость поездок. Респондентов при этом просили включать в свои подсчеты стоимость товаров и услуг, переданных им безвозмездно в качестве, например, подарка. Так, если друзья за собственный счет пригласили респондента на ужин во время путешествия или работодатель полностью оплатил командировку, стоимость ужина и деловой поездки должна была быть оценена самим туристом. Если респондент затруднялся провести подобные оценки, то величина этих расходов рассчитывалась условно с учетом их особенностей.

Оценке не подлежат нестоимостные операции, например предоставление бесплатного размещения у друзей или родственников, выдача авиакомпаниями бесплатных авиабилетов под бонусные программы (так называемые «бесплатные мили»). Налоги же и сервисные сборы, связанные с этими услугами, по-прежнему будут рассматриваться в качестве туристских расходов.

Еще больше усложняет учет туристских расходов отсутствие единой методологии их определения. Разработанные ЮНВТО и МВФ методологические рекомендации разнятся по многим позициям, в частности кругу лиц, чьи расходы относятся к категории туристских в статистике туризма, с одной стороны, и проходят по статье «Поездки» в платежном балансе — с другой. Различия также касаются учета пассажирских перевозок, покупок товаров длительного пользования и ценных вещей во время путешествий и др. Международные организации прилагают усилия по сближению позиций в этой области.

Существуют и другие проблемы сбора сведений о туристских расходах. Так, заполнение подробной анкеты о расходах по всем категориям и статьям может стать обременительным. В некоторых случаях можно спрашивать данные только о последней поездке или о поездке с наиболее высокими расходами. Информация о расходах для всех остальных поездок может быть оценена на основе профиля посетителя и данных о продолжительности пребывания, средствах передвижения, длительности проживания и т.д.

Опыт исследований туристских расходов показывает, что многие вопросы в анкетах о затратах туристов часто остаются без ответа. Значительный риск недооценки расходов возникает, когда респонденты забывают включать определенные затраты. В некоторых случаях более точному учету туристских расходов способствует предварительное (до нескольких месяцев) уведомление респондента о предстоящем опро-

се. Такое предварительное извещение может способствовать тщательному отслеживанию совершаемых затрат до и во время поездок.

Специальные вопросы возникают при статистическом учете расходов в случае групповых поездок и при приобретении пакета туристских услуг, а также при учете расходов на роуминг в зарубежных туристских поездках. В поисках их решения страны мира накопили большой опыт.

Задача статистического наблюдения групповых (семья, компания) поездок обычно состоит в том, чтобы получить данные в нашем случае о туристских расходах для каждого их участника. Напрямую собрать эти сведения в ходе опроса не всегда возможно. В таких случаях используются специальные компиляторы. Самый простой способ состоит в том, чтобы разделить общий объем расходов на количество совместно путешествующих лиц. При этом следует принимать во внимание размер и состав группы (путешествующие лица с детьми или без детей). В европейских странах при определении удельной величины туристских расходов применяются специальные весовые коэффициенты, причем взрослые получают больший вес, чем дети. Например, во время поездки двух родителей и ребенка 10 лет общая сумма расходов составила 1500 евро. Средний расход на душу во время поездки оценивается в 500 евро. Но если принять весовой коэффициент для ребенка, равным 50% от затрат взрослого человека, то расходы во время поездки будут распределяться следующим образом: 600 евро на одного взрослого и только 300 евро для ребенка.

Если туристские услуги приобретаются в пакете, то респонденты, как правило, не в состоянии оценить стоимость отдельных его компонентов (проживания, транспортных услуг). В этом случае желательно уточнять суммы, уплаченные дополнительно сверх стандартной программы (дополнительные транспортные расходы, дополнительные расходы на проживание в случае двух-трех дневной экскурсионной поездки). Можно также разбить пакеты услуг на составляющие с помощью специальных моделей, предполагающих использование информации об аналогах, — о стоимости пакетированного тура в ту же дестинацию и (или) той же длительности или информации о структуре затрат, полученной от отраслевых ассоциаций туроператоров.

Во время туристских поездок за границу при использовании мобильного телефона взимаются расходы на роуминг оператора при исходящих звонках и сообщениях. Они, безусловно, относятся к туристским расходам, которые должны учитываться по статье «Прочие расходы». Однако на практике респонденты могут не знать, какова доля их расходов на роуминг. Рекомендуется либо специально не выделять этот вид затрат, либо по желанию респондента указывать их в статье «Прочие расходы».

Данные о туристских расходах позволяют судить об экономической значимости не только туризма в целом, но и отдельных его видов. Например, в 2011 г. по данным отчета Европейского круизного совета пассажиры и члены экипажей круизных судов потратили в европейских портах на покупку товаров, включая ювелирные изделия и одежду, более 3,4 млрд евро, на 10,7% больше уровня предыдущего года. Эти цифры со всей очевидностью показывают, что расходы туристов на приобретение товаров стали значительной доходной статьей бюджетов ряда портовых городов Европы.

Для отслеживания ситуации с туристскими расходами россиян (как в рамках внутреннего, так и выездного туризма) российские статистические и социологические службы включают соответствующие вопросы в программы наблюдений и исследований. Так, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) ежегодно собирает сведения о том, как россияне сначала планируют, а затем проводят летний сезон, какие туристические направления пользуются у них спросом, и сколько денег в среднем они тратят на отдых.

4.3. Система показателей туристского предложения

Как сфера экономики туризм в организационном отношении представляет совокупность отдельных, самостоятельных хозяйствующих субъектов, назначение которых состоит в производстве туристских товаров и услуг. Они являются отчетными единицами. В отчетности коллективных средств размещения, туроператоров, турагентов и других туристских организаций определяется вся система показателей, содержащих их всестороннюю, комплексную характеристику.

Характеристика деятельности средств размещения. Статистическая отчетность средств размещения является основой формирования информационной базы, характеризующей предложение услуг по размещению и сопутствующих услуг, социально-экономические характеристики туристов, цели, сроки их поездок и т.д.

Учитывая возросший уровень потребности в статистической информации в сфере туризма, Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации постоянно совершенствует формы отчетности федерального наблюдения по размещению посетителей. В настоящее время юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие размещение туристов, отчитываются по форме № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» (утверждена Росстатом от 27 июля 2012 г. № 422, приложение 3). Это годовая форма, данные по которой представляются территориальному органу Росстата в субъекте Российской Федерации 1 апреля или по окончании работы (сезона) в случае сезонного функционирования.

Единицей наблюдения в отчетности является *коллективное средство размещения*, которое относится к одному из двух типов — гостиницам и аналогичным коллективным средствам размещения (гостиницы, меблированные комнаты, мотели, пансионаты, общежития для приезжих и др.) или специализированным коллективным средствам размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристские базы и др.).

Все показатели в форме № 1-КСР сгруппированы по следующим разделам:

1) общие сведения о коллективном средстве размещения;
2) номерной фонд;
3) сведения о размещенных лицах;
4) распределение численности размещенных лиц по целям поездок;
5) распределение численности размещенных лиц по продолжительности пребывания;
6) сведения о персонале;
7) общественное питание и розничная торговля (на конец отчетного периода);
8) основные показатели финансово-хозяйственной деятельности.

В первом разделе определяется тип коллективного средства размещения. Для гостиниц также приводится категория (звездность), а для санаторно-курортных средств — оздоровительный профиль. Кроме того, указываются место расположения (курорт, территория национального парка, прочее) и период функционирования (круглый год или сезонный).

В разделе «Номерной фонд» отражается *общее число номеров* (комнат) в средстве размещения с учетом их категории. Номером считается изолированное, меблированное, предназначенное для временного проживания, жилое помещение, которое может состоять из одной, двух и более комнат.

В отчетности средств размещения используются следующие показатели, характеризующие состояние номерного фонда:

- число номеров (комнат) в месяц максимального развертывания — проектная мощность средства размещения в сезон пик;
- общее число мест в гостиничных предприятиях, которое определяется по инвентарным данным на конец года;
- *единовременная вместимость* определяется по числу установленных постоянных кроватей во всех номерах;
- число ночевок (койко-суток) отражает использованное количество постоянных и временных мест, определяемое на основании книги учета проживающих;
- *коэффициент использования гостиничного фонда* (наличных мест) равен числу ночевок, деленному на произведение единовременной вместимости и числа дней в году.

Следующие три раздела в отчетности характеризуют структуру туристского потока по разным показателям.

В третьем разделе фиксируются общее *число ночевок* и численность размещенных лиц по странам проживания (Россия, государства-участники СНГ и страны дальнего зарубежья). В отдельной строке приводится число детей из общей численности размещенных лиц.

В четвертом разделе численность размещенных лиц распределяется по целям поездок. Все цели поездок делятся на две группы — личные, а так-

же деловые и профессиональные. В свою очередь личные цели подразделяются следующим образом:

- отпуск, досуг и отдых;
- образование и профессиональная подготовка;
- лечение и оздоровление организма;
- религиозные (паломнические) цели;
- прочие цели.

Данные приводятся с учетом страны проживания и возраста размещенных лиц по аналогии с предыдущим разделом.

В пятом разделе численность размещенных лиц распределяется по продолжительности пребывания. Используется международная группировка по времени пребывания (в ночевках): 1—3, 4—7, 8—14, 15—28, 29—91, 92—182, 183 и более ночевок. Данные также приводятся с учетом страны проживания и возраста размещенных лиц.

В шестом разделе приводятся сведения о персонале. Используется показатель *среднесписочной численности работников*. Наличие кадров дается с разбивкой по должностям (администраторы, менеджеры, портье и горничные, врачи, средний медицинский персонал, работники общественного питания). Кроме того, отдельно проставляется средняя численность других категорий работников — внешних совместителей и работников несписочного состава, сезонных работников. Указывается также численность женщин в среднесписочной численности работников.

В седьмом разделе содержится информация о предприятиях (подразделениях) общественного питания и розничной торговли, находящихся на производственных площадях (земельном участке) коллективного средства размещения на конец отчетного периода. Приводится количество единиц, число мест в них и оборот за отчетный период.

В заключительном восьмом разделе представлены основные показатели финансово-хозяйственной деятельности коллективного средства размещения: *доходы от предоставляемых услуг* с указанием основных источников поступлений и *затраты, связанные с производством и реализацией продукции*, с разбивкой по статьям.

Годовые отчеты коллективных средств размещения направляются в территориальные органы статистики, где содержащиеся в них сведения сводятся и группируются по формам собственности и территориальному признаку. Итоговые данные по региону поступают в Главный межрегиональный центр обработки и распространения статистической информации (ГМЦ Росстата). Здесь составляется сводный отчет «Сведения о работе гостиниц за год», в котором обобщается отчетная информация и представляется в виде ряда таблиц. Он содержит характеристику деятельности коллективных средств размещения на региональном и национальном уровнях.

Характеристика деятельности турфирм. В 2000 году Госкомстат России ввел новую форму специализированной статистической отчетно-

сти «Сведения о деятельности турфирмы» (форма № 1-турфирма, приложение 4). Единицей наблюдения в этой форме отчетности выступает турфирма. Для систематизации сведений о турфирмах по видам деятельности Росстат использует следующую их группировку: туроператоры, занимающиеся формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов, и турагенты, продвигающие и продающие населению туристские продукты, сформированные туроператорами.

Все показатели, включенные в форму отчетности № 1-турфирма, отвечают Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», методическим рекомендациям по планированию, учету и калькуляции себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью. Эти показатели сгруппированы в следующих разделах:

1) сведения о персонале;
2) основные экономические показатели;
3) число и стоимость реализованных турпакетов;
4) число обслуженных туристов без учета однодневных посетителей (экскурсантов).

Первый раздел характеризует занятость на турфирме. Он включает показатель средней численности работников, в том числе имеющих высшее и среднее профессиональное образование в сфере туризма, женщин, работников в возрасте до 30 лет. Приводится также средняя численность работников по занимаемым должностям (менеджеры, гиды-переводчики, экскурсоводы).

Второй раздел включает основные экономические показатели деятельности турфирм: средства, поступившие от реализации туристского продукта, и расходы на оплату труда. Кроме того, туроператоры показывают перечисленные средства с разбивкой по поставщикам услуг. Научный подход к изучению структуры доходов и расходов турфирмы является предпосылкой совершенствования методологии составления ВСТ.

Третий раздел содержит показатели, характеризующие результаты деятельности туроператоров и турагентов по реализации турпакетов, в том числе непосредственно населению.

Четвертый раздел показывает общее число обслуженных туристов, которые приобрели турпакеты. Обслуженные туристы группируются по гражданству — граждане России (отправлено) и граждане других стран (принято). При этом приводится расшифровка числа отправленных туристов по направлениям выезда — Российская Федерация или иная страна из прилагаемого перечня. В справке к разделу указывается число обслуженных однодневных посетителей (экскурсантов).

Только комплексный подход к анализу всех показателей может дать достоверную картину развития экономического субъекта в сфере туризма, вскрыть резервы повышения эффективности его деятельности и дать объективную основу для принятия управленческих решений.

Контрольные вопросы и задания

1. С чем связаны сильные различия в возрастной структуре внутренних туристов в России и въездных туристских потоков из Европы?
2. Почему состав семьи важен для анализа туристских потоков и мотивации туристов? Приведите различные примеры.
3. Для каких видов туризма важен уровень образования, для каких — уровень доходов?
4. В чем выражается для страны положительный туристский баланс? Каким образом он достигается?
5. Относятся ли денежные расходы на проживание, которые затем работодатель оплатит работнику, находящемуся в командировке, к туристским расходам? А покупка товаров для перепродажи?
6. Почему, если гость ужинает за счет приглашающей стороны, эти расходы также относятся к категории туристских? Обоснуйте ответ.
7. Почему нельзя утверждать, что выездной туризм невыгоден для страны?
8. От каких факторов зависят величина и структура туристских расходов? Приведите не менее двух различных примеров.
9. Какие категории туристских расходов по целям чаще всего используются в статистике? Почему?
10. Назовите основные формы федеральной отчетности в сфере туризма.
11. Перечислите важнейшие показатели, включенные в формы № 1-КСР и № 1-турфирма.
12. Предложите направления совершенствования форм федеральной отчетности в сфере туризма.

Литература

1. Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за рыночными услугами, административными правонарушениями в сфере экономики и туризмом: приказ Федеральной службы государственной статистики от 27.07.2012 № 422, в ред. приказа Росстата от 17.07.2013 № 284 [Электронный ресурс]. URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=155451
2. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год / Организация Объединенных Наций. Серия М № 83 / Rev. 1. Мадрид — Нью-Йорк : изд-во ООН, 2010. Главу 2, 3, 4. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf

3. *Соболева Е.А.* Статистика туризма. Статистическое наблюдение : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 160 с.
4. Энциклопедия статистических терминов. В 8 т. / Федеральная служба государственной статистики. М. : Росстат, 2011.
5. Methodological manual for tourism statistics. Version 1.2 / Eurostat. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2012. Глава 1. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-11-021/EN/KS-RA-11-021-EN.PDF
6. Официальная страница Федеральной службы государственной статистики (Росстата). URL : http://www.gks.ru
7. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en
8. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 5

МЕТОДЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

5.1. Статистические наблюдения через отчетность в сфере туризма

Статистика международного туризма использует разные формы сбора информации. Статистическое наблюдение может осуществляться через отчетность. В данном случае статистические сведения получают от предприятий, учреждений, организаций по установленным формам в определенные сроки. На основе данных оперативного и бухгалтерского учета они заполняют отчетность и передают ее в территориальные органы статистики. Именно статистическая отчетность содержит основную массу сведений о туризме.

Статистические наблюдения туристских потоков через отчетность. В статистике туристских потоков информацию о количестве прибытий и продолжительности пребывания получают главным образом из отчетности иммиграционных служб или средств размещения.

Учет на границе ведется посредством иммиграционного контроля при въезде в страну и выезде из нее. Он осуществляется на контрольно-пропускных пунктах, в аэропортах, морских портах и т.д. Основными источниками информации о путешествующих лицах служат специальные регистрационные формы — въездные (выездные) карточки, а также заграничные паспорта и визы. Они содержат сведения о возрасте и поле туриста, стране его постоянного проживания (гражданстве) и стране назначения, цели, сроках поездки и пр. Сбор этих данных предпочтительнее осуществлять при выезде посетителей. На обратном пути туристы могут сообщить более точную информацию, чем при въезде, когда они исходят из своих намерений. Сроки и маршрут путешествия часто корректируются в ходе поездки по разным обстоятельствам (изменение погодных условий, ухудшение состояния здоровья, дополнительная информация о новых интересных достопримечательностях и пр.).

Въездные (выездные) карточки являются первичным учетным документом, в котором регистрируются различные факты. Данные первичного учета въезда (выезда) путешествующих лиц обобщаются в отчетности, т.е. официально утвержденном документе, который скрепляется подписями лиц, ответственных за предоставление и достоверность собранных сведений.

Метод учета на границе применяется во многих странах. Некоторые из них наладили тесное двустороннее сотрудничество в области погра-

ничной статистики. Например, Канада собирает сведения о своих гражданах, возвращающихся из поездок по США, и предоставляет эту информацию туристским администрациям Соединенных Штатов. Кроме США и Канады, пограничная статистика прибытий ведется в Великобритании, Ирландии, на Кипре, в Австралии, Сингапуре, Турции, Индии, на внешних границах Евросоюза и т.д. Поскольку формы въездных (выездных) карточек различаются по странам, ЮНВТО разработала типовой образец, который рекомендует использовать всем своим членам (табл. 5.1.1).

Таблица 5.1.1

Типовой образец въездной (выездной) карточки, рекомендуемый ЮНВТО

Иммиграционная служба	№ карточки прибытия_____
Заполняется всеми путешествующими лицами вне зависимости от возраста (в соответствии с паспортными данными)	
1. Фамилия	Имя
2. Пол мужской ☐ женский ☐	3. Дата рождения день месяц год
4. Гражданство	5. Род занятий
6. Адрес местонахождения в посещаемой стране (дом, улица, город)	
7. Страна постоянного жительства (домашний адрес)	
8. Паспорт Номер _____ Место выдачи_____ Дата выдачи _____ День, месяц, год	
9. Для прибывающих пассажиров пункт посадки _____ Для отбывающих пассажиров пункт остановки _____	
10. Главная цель посещения (сделайте отметку в соответствующем квадратике)	
1) возвращение резидентов ☐	5) деловые и профессиональные цели ☐
2) иммиграция (включая трудовую) ☐	6) лечение ☐
3) отдых, рекреация и отпуск ☐	7) религиозные цели (паломничество) ☐
4) посещение друзей и родственников ☐	8) другие _____ _____
Иммиграционный статус	
Для служебных отметок	

Примечания: Карточка заполняется полностью, включая даты прибытия и выбытия для определения продолжительности пребывания туристов в стране

Въездные (выездные) карточки не содержат информации о местах посещений туристами, продолжительности пребывания (количество ночевок), размещении. Поэтому кроме учета на границе применяется другой метод статистического наблюдения — *регистрация прибытий в средствах размещения*. Он удачно дополняет пограничную статистику, а в отдельных странах замещает ее. Данные, собираемые в ходе статистических наблюдений в отелях и иных средствах размещения, позволяют судить о распределении прибытий по районам страны, выявить предпочтения международных и внутренних туристов при выборе типа размещения, а также контролировать загрузку гостиничной базы. Этот метод сравнительно прост, но требует от работников рецепции, выполняющих первичные учетные операции, повышенной внимательности, аккуратности и дисциплинированности.

При поселении туристам выдаются специальные формуляры — гостевые карточки. Они заполняются каждым посетителем в отдельности или, что нередко допускается на Западе, только главами семей с указанием числа сопровождающих их лиц. В карточку записываются фамилия, имя, дата и место рождения, гражданство, домашний адрес, паспортные данные, сроки пребывания и др. В ряде отелей деловых туристов просят также назвать адрес местонахождения компании и вид оплаты гостиничных услуг (наличными, с помощью кредитной карточки или по перечислению). В регистрационной форме могут быть указаны основные правила пользования отелем и внутреннего распорядка в нем, в частности требования противопожарной безопасности. Подпись клиента подтверждает достоверность сообщаемых им сведений, свидетельствует о том, что он ознакомлен с правилами проживания, которые обязуется соблюдать, а также действующими расценками на услуги размещения и делает заказ на обслуживание.

Формы гостевых карточек различаются по странам. Для унификации положения и сопоставимости информации по предприятиям размещения на международном уровне ЮНВТО составила типовой образец формуляра (табл. 5.1.2).

Исходные сведения из гостевой карточки переносятся в книгу регистраций прибытий и дублируются в книге загрузки номерного фонда. В первой делаются записи о заездах и выбытиях гостей, движении посетителей. Во второй показываются пропускная способность средства размещения, состав номерного фонда и его использование. Накапливаемая в книгах информация позволяет определить количество прибытий, среднюю продолжительность пребываний, а также загрузку номеров. Специальные компьютерные программы помогают выполнять первичные учетные операции и проводить последующую обработку материала. Для полноты и достоверности картины статистическое наблюдение должно вестись круглый год, не ограничиваясь высоким туристским сезоном, и охватывать всех гостей, останавливающихся в отеле или ином средстве размещения, в том числе на длительный срок.

Таблица 5.1.2

Типовой образец регистрационной формы для средств размещения

Отель _____

Название

_____

город страна

Фамилия _____

Имя _____

Гражданство _____

Профессия _____

Дата рождения _____

число месяц год

Место рождения _____

Страна постоянного проживания (адрес) улица _____

Город _____ страна _____

Прибыл из (страна) _____

Направляюсь в (страна) _____

Вид транспорта (регистрационный номер автомобиля) _____

Паспорт номер _____выдан _____ дата выдачи_____

_____

Дата заезда в отель _____

Предположительная

дата выбытия _____

Число лиц, сопровождающих главу семьи _____

_____

город дата

_____

подпись путешествующего лица

Книги регистраций прибытий и загрузки номеров служат основой для заполнения соответствующей формы статистической отчетности. Она представляет собой таблицу, в которой содержится характеристика самого средства размещения (тип, категория, количество мест, число занятых и т.д.), отражаются ежедневные прибытия и выбытия клиентов в разрезе стран постоянного их проживания, а в итоговой части загрузка номеров и количество заездов за месяц. На обратной стороне формы даны подробная инструкция по ее заполнению и гарантии органа статистики о конфиденциальности информации. Стандартная форма отчетности, проект которой разработан ЮНВТО, показана в табл. 5.1.3.

Таблица 5.1.3

Типовая форма статистической отчетности о движении проживающих в средствах размещения, рекомендованная ЮНВТО

Название средства размещения _____ Общее количество номеров _____ Пропускная способность _____ номерного фонда	**Национальная туристская администрация движение путешествующих лиц в средствах размещения**	Обозначения: П — прибытия, В — выбытия

Общее число койко-мест ____ Количество койко-суток _____ Адрес отеля _____

Телефон _____ Оборот _____

Численность занятых: М _____, Ж ____, Постоянно _____ Сезонно _____

Фамилия владельца _____ Категория _____ Фонд зарплаты _____
или управляющего отеля

Число гостей, зарегистрированных по линии турагентства _____

	Резиденты				Страны проживания нерезидентов																				Общее число гостей (резидентов и нерезидентов)		Всего за день	Предоставлено номеров
	С национальным гражданством		С иностранным гражданством		Страна 1		Страна 2		Страна 3		Страна 4		Страна 5		Страна 6		Страна 7		Страна 8		Другие страны того же региона		Другие страны и территории					
Число гостей на начало месяца																												
Месяц / Дни	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В	П	В		
1																												
2																												

3																											
4																											
5																											
6																											
7																											
8																											
9																											
10																											
11																											
12																											
13																											
14																											
15																											
16																											
17																											
18																											
19																											
20																											
21																											
22																											
23																											
24																											
25																											
26																											
27																											
28																											
29																											
30																											
31																											
Всего																											
Число гостей на конец месяца																											

Действующие формы отчетности заполняются предприятиями размещения и в установленные сроки представляются в органы статистики (в некоторых странах в туристские администрации) на местах, где полученная информация сводится и передается в национальные органы статистики (туристские администрации). Здесь полученный статистический материал о туристских прибытиях и ночевках, средней продолжительности пребывания, количестве номеров и мест, численности занятых, загрузке номерного фонда сводится по стране в целом и группируется по календарным месяцам, странам постоянного проживания туристов, типам и категориям средств размещения, их местонахождению.

Успех такой большой учетной работы зависит от наличия сведений от всех средств размещения, осуществляющих регистрацию гостей. Но некоторые из этих предприятий не возвращают заполненные формы, опасаясь того, что сообщаемая ими информация привлечет внимание налоговой службы и обернется серьезными неприятностями. При составлении сводных таблиц и выполнении обобщающих расчетов, когда чрезвычайно важен полный охват изучаемого явления, в отношении них используются данные за предшествующий период. Это не может исказить итоговую картину, поскольку такие средства размещения обычно имеют небольшой размер и оборот.

Регистрация прибытий в средствах размещения ведется в России, Германии, Швейцарии, Испании, Марокко, Тунисе, Нигере, Сенегале, Танзании и других странах.

Рассматриваемый метод статистического наблюдения получил широкое распространение, между тем он не лишен ряда недостатков. Во-первых, из статистического исследования выпадают однодневные посетители, а собственно туристы регистрируются наряду с другими гостями и часто не выделяются в самостоятельную категорию. Например, на Западе гостями отелей нередко становятся местные жители. Уставшие от монотонности жизни, они стремятся изменить окружающую их повседневность и временно переселяются из квартир в ближайшие отели, где, как и туристы, подлежат регистрации.

Во-вторых, далеко не все средства размещения обязаны представлять соответствующую статистическую отчетность. Во многих странах регистрация прибытий не ведется в пансионатах, меблированных комнатах, на частных квартирах и т.д., останавливающиеся в них туристы недоучитываются.

Наконец, при этом методе нельзя избежать двойного счета туристов, меняющих средства размещения во время путешествия.

Сведения о прибытиях, полученные в средствах размещения, могут сильно отличаться от данных пограничной статистики. Разброс иногда достигает 20 и более раз.

Статистические наблюдения туристских расходов через отчетность. Туристские доходы и расходы, как и физические туристские потоки, учиты-

ваются разными способами. Стоимостные показатели туризма могут быть получены из соответствующих форм отчетности предприятий туристской индустрии или банковской отчетности. *Банковский метод* состоит в сборе информации о валютных операциях, совершаемых международными туристами. Центральный (национальный) банк осуществляет учет туристских расходов через коммерческие банки и пункты обмена валюты, которые представляют сведения о продаже и покупке иностранных банкнот по линии туризма. Банковский метод используется во Франции и других государствах. Его широкое применение обусловлено рядом преимуществ. Он не требует дополнительной информации от туристов и не усложняет пограничные формальности, как и работу статистических органов. Обработку данных выполняет центральный (национальный) банк при составлении платежного баланса. Регулярно и оперативно систематизируемый материал позволяет вести анализ туристских расходов в динамике и отслеживать их изменения. При хорошо поставленном учете и жестком контроле над валютно-финансовым рынком банковский метод дает относительно надежные стоимостные оценки международного туризма. Однако и в этом случае не удается полностью исключить погрешности. Подлинный размер туристских расходов может искажаться по многим причинам:

- из-за наличия параллельных рынков валюты и финансовых злоупотреблений. В тех странах, где существует черный рынок, часть валютных потоков минует банковские каналы. Но и проведение валютных операций с участием банковских структур еще не гарантирует их регистрации. Мелкие обменные пункты нередко скрывают факты купли-продажи иностранных банкнот, стремясь облегчить налоговое бремя, и тем самым занижают размер туристских расходов;
- вследствие отказа физических и юридических лиц использовать наличную валюту в качестве платежного средства. В работе туристских предприятий и организаций широко применяется клиринг, т.е. система взаимозачетов-компенсаций при обмене туристами. Эти операции, а также оплата туристских товаров и услуг посетителями по кредитным карточкам не учитываются при банковском методе;
- в случае регистрации международных валютных операций в особо крупных размерах. В некоторых странах установлен высокий пороговый уровень для транснациональных операций, подлежащих регистрации. Средние туристские расходы, как правило, не превышают этой величины и не отражаются в статистической отчетности;
- при наличии у иностранных туристов местной валюты без обмена в стране временного пребывания. Объем международных туристских расходов измеряется суммой национальной валюты, обмененной банками на иностранную. Та часть местной валюты, которую туристы обменяли на родине и привезли с собой или одолжили

у родственников и знакомых за границей с последующей компенсацией во время ответных визитов, не подпадает под статистический учет банковским методом.

Наконец, банковский метод не дает правильного представления о туристских расходах в территориальном разрезе. Учет ведется по странам происхождения денежных единиц. Некоторые из них имеют очень широкую зону хождения и предъявляются к обмену туристами из разных государств (американские доллары, евро). В такой ситуации распределить валютные операции по странам оказывается не только затруднительно, но и невозможно.

По оценкам специалистов Международного центра исследований по экономике туризма при Венецианском университете Ка'Фоскари, недоучет поступлений от международного туризма в Италии банковским методом составлял 20%. Ошибку удалось обнаружить и исправить благодаря специальным статистическим наблюдениям.

5.2. Специально организованные наблюдения в сфере туризма

Точность учета туристских потоков и расходов возрастает при сочетании главных методов статистики туризма — регистрации прибытий на границе и в средствах размещения, а также банковского метода — со специально организованными наблюдениями. Отчетность, представляемая иммиграционной службой, предприятиями по приему туристов, банками и пунктами обмена валюты, служит основным источником статистической информации, но она не в состоянии охватить все стороны туризма как сложного общественно-экономического явления, поэтому часть данных о нем получают с помощью специальных статистических наблюдений. Они обычно организуются в виде обследований. Поступающая в ходе них информация, которая затем систематизируется и обрабатывается, дополняет отчетность и позволяет детально изучить отдельные аспекты туристской деятельности.

Проведение обследований — весьма сложное дело, требующее большой подготовительной работы. Она должна обеспечить полноту получаемых сведений, их достоверность, единообразие, своевременность и сравнимость. Сбор данных осуществляется по заранее разработанному плану, в котором находят отражение методологические, методические и организационные вопросы наблюдения. В нем ставится цель, выделяются объект и единицы наблюдения, содержится программа обследования.

Программно-методологическая часть плана статистического наблюдения в туризме. При планировании любого статистического наблюдения прежде всего точно формулируется его *цель*. Именно она, конкретизируемая в перечне задач, определяет те сведения, которые должны быть получены в процесс статистического обследования.

Наиболее распространенной целью туристских обследований является установление числа прибытий (выбытий для выездного потока) по отдельным странам, определение состава посетителей по полу, возрасту, семейному положению, гражданству, уровню образования и т.д. Особое внимание уделяется характеристикам самой поездки: месту назначения, покрытому расстоянию, виду транспорта, продолжительности пребывания, типу размещения и пр.

Например, цель обследований посетителей, регулярно раз в три месяца организуемых на о. Аруба (архипелаг Малые Антильские острова, Вест-Индия), состоит в том, чтобы выявить состав туристов; страны, генерирующие основные туристские потоки на остров; причины выбора посетителями Арубы в качестве туристского направления; величину расходов посетителей во время их пребывания на Арубе и степень удовлетворенности предложенным туристским продуктом. Эта информация необходима для разработки и реализации маркетинговых стратегий, усовершенствования предлагаемых или создания новых туристских продуктов.

Одновременно с выбором цели выделяется *объект наблюдения*, т.е. та совокупность единиц, сведения о которых должны быть получены. При определении объекта наблюдения требуется точно провести границы изучаемой статистической совокупности, решить, кто должен быть обследован в процессе наблюдения. В одних случаях это лица, совершающие поездки с деловыми целями, в других — путешествующие на личных автомобилях, в-третьих — обследуются только те туристы, которые прибывают из Европы или какого-либо другого региона (страны).

Объектом наблюдения может выступать вся совокупность посетителей. Такие обследования регулярно проводятся во Франции. Специальные анкеты позволяют получить детализированную информацию о пребывании иностранных туристов в стране. Результаты первого анкетирования во Франции в 1975—1976 гг. показали, что только половина иностранных туристов, посещавших страну, учитывалась при старой системе регистрации прибытий на границе.

Объект наблюдения состоит из элементов, или единиц. Они подлежат статистической характеристике, позволяющей изучить объект в целом. В отношении этих единиц, наделенных рядом отличительных черт, ведется регистрация интересующих сведений (признаков). Значение этого признака у каждой единицы различно, поэтому статистика стремится прежде всего определить общую для всей совокупности величину признака или итог по совокупности.

Единицей наблюдения в туризме служит отдельно взятый посетитель или глава путешествующей группы (семьи), представляющая информацию о всех сопровождающих ее лицах. Например, в США при изучении туристских расходов предпочтение отдается опросу глав путешествующих групп. При этом обязательно уточняются размер и состав груп-

пы. Иногда сведения о единице наблюдения получают не от нее самой, а от организационной ячейки (предприятия, учреждения и т.д.). Так, данные о продолжительности пребывания туристов в стране можно собрать в средствах размещения.

Для того чтобы составить представление об объекте наблюдения, совсем не обязательно опрашивать все входящие в него единицы. Это удлинило бы сроки обследования, потребовало значительных финансовых затрат, отвлекло внимание большого числа актива, да и само обследование оказалось бы весьма громоздким. Поэтому подавляющая часть статистических наблюдений является не сплошной, а выборочной. По известным правилам отбирается определенное количество людей для участия в обследовании в качестве респондентов.

Размер выборки устанавливается исходя из цели и задач наблюдения. Если они ограничиваются общей характеристикой туристского потока, достаточно опросить 1,5—2 тыс. посетителей. Для решения более сложных задач, например при изучении особенностей поведения туристов разных возрастных групп или стран, потребуется более крупная выборка. От того насколько правильно сделана выборка, в огромной степени зависит качество и достоверность статистической информации.

Сингапур — одно из государств, где национальная туристская администрация регулярно проводит выборочные обследования иностранных посетителей. Начало практике туристских наблюдений было положено в 1971 г., когда впервые в этой стране организуется сбор информации о величине и составе туристских расходов. С 1974 года опросы иностранных посетителей, отбывающих из международного аэропорта Сингапура «Чанги», проходят ежегодно. Перед наблюдениями стоят широкие цель и задачи, включающие исследование моделей путешествий, мотиваций посетителей и их оценок состояния туристской инфраструктуры и качества обслуживания в Сингапуре. В соответствии с планом обследования делается выборка посетителей и опрашивается не менее 10 тыс. человек.

После определения объекта и единицы наблюдения разрабатывается *программа статистического наблюдения*, т.е. перечень тех вопросов, на которые должны быть получены ответы. При составлении программы необходимо решить, какие вопросы следует задавать респонденту, в какую форму их облекать и в какой последовательности ставить.

На первый взгляд, нет ничего легче и проще, чем сочинить вопросник. Каждый человек в повседневной жизни постоянно задает вопросы окружающим. Однако в прикладной социологии и статистике вопрос выполняет функцию исследовательского инструмента, поэтому к его формулировке предъявляются особые требования. Вопрос должен быть ясным, кратким, понятным и не допускать разночтений.

Другая опасность, подстерегающая разработчика программы статистического наблюдения, состоит в слишком длинном перечне вопросов.

Очевидно, что простым увеличением их числа нельзя повысить точность результатов наблюдений. Однако очень трудно устоять перед соблазном включить в программу дополнительно вопросы, на многие из которых, как становится ясно позднее, не стоит отвечать. В результате программа разбухает, а собранная информация часто оказывается некачественной. Поэтому, прежде чем задать вопрос респонденту, надо взвесить, помогает ли ответ на него достичь цель наблюдения или нет. В последнем случае его лучше опустить.

Вопросы, содержащиеся в анкете, различаются по содержанию (вопросы о фактах сознания, о фактах поведения и о личности респондента), по функции (основные и неосновные), по форме (открытые и закрытые). Рассмотрим их подробнее. Вопросы о фактах сознания людей направлены на выявление мнений, пожеланий, ожиданий, планов на будущее и т.п. В туристских обследованиях они обычно касаются качества обслуживания посетителей. Вопросы о фактах поведения выявляют поступки, действия посетителей и их результаты. Вопросы о личности респондента входят во все анкеты. Они образуют «паспортичку», или социально-демографический блок вопросов о поле, возрасте, семейном положении, профессии, образовании и т.д.

По функции вопросы делятся на основные и неосновные. Основные вопросы анкеты направлены на сбор информации о содержании исследуемого явления. Неосновные — на вычленение адресата основного вопроса (вопросы-фильтры), проверку искренности ответов (контрольные вопросы).

Необходимость в вопросах-фильтрах возникает тогда, когда исследователю нужно получить данные, характеризующие не всю совокупность опрашиваемых, а только некоторую ее часть. Для того чтобы отделить интересующую группу респондентов от остальных, он задает вопрос-фильтр. Когда, скажем, опрос посетителей для большей полноты охвата совокупности проводится одновременно в средствах размещения и у туристских достопримечательностей, содержательный блок анкеты, распространяемой в самых посещаемых туристами местах, начинается с вопроса-фильтра: «Остановились ли Вы в каком-либо средстве размещения?». Этот вопрос позволяет избежать двойного счета: отсечь ночующих посетителей (туристов), опрашиваемых в средствах размещения, и сконцентрировать усилия на неночующих посетителях (экскурсантах).

К контрольным вопросам исследователи прибегают, если требуется проверить достоверность ответов. Их используют главным образом в разделе анкеты о туристских расходах, который заполняется респондентами особенно неохотно, иногда с искажением информации. Они могут стоять как перед, так и после основных вопросов. Например, основной вопрос сформулирован следующим образом: «Какова величина Ваших расходов на размещение?». Контрольный вопрос идет за ним: «Вы путешествуете

один или в группе?». Необходимость в нем возникает в данном случае потому, что турист может путешествовать в группе (семье) и указать общие, а не индивидуальные расходы.

По форме вопросы бывают закрытые и открытые. К закрытому вопросу в анкете прилагается полный перечень вариантов ответа. Например:

«Обслуживание на борту самолетов авиакомпании „Аэрофлот — Российские Международные Авиалинии“ можно признать

— отличным
— хорошим
— посредственным
— неудовлетворительным».

Задача респондента состоит в том, чтобы выбрать один или несколько вариантов ответа, совпадающих с его мнением. Такая форма вопроса существенно экономит время при заполнении анкеты и ее последующей обработке.

В отличие от закрытых открытые вопросы не содержат подсказок и не навязывают респонденту вариант ответа («Что Вы думаете об авиакомпании „Аэрофлот — Российские Международные Авиалинии“?»). Они позволяют выразить свою точку зрения во всей полноте и мельчайших подробностях, поэтому при помощи открытых вопросов можно собрать более богатую по содержанию информацию. Открытые вопросы предпочтительнее формулировать при отсутствии заранее известного и единообразного перечня возможных вариантов ответа.

Кроме формулировки важное значение имеет порядок расположения вопросов. В анкете им предшествует краткое вступление (обращение к респонденту), где излагаются тема, цели, задачи опроса и называется организация, его проводящая, а также объясняется техника заполнения анкеты. Затем помещаются вопросы, наиболее простые, нейтральные по смыслу. Они выполняют не только свою прямую познавательную функцию, но обеспечивают завязку беседы, формируют психологическую установку на сотрудничество. Они должны заинтересовать собеседника, ввести в курс обсуждаемых проблем.

Более сложные вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти, размещаются в середине анкеты. К концу работы с анкетой вопросы становятся менее трудными. В заключительную ее часть обычно выносят «паспортичку», с помощью которой получают данные о личности опрашиваемого.

В качестве примера приведем форму анкеты, разработанную специалистами Международного центра исследований по экономике туризма при Венецианском университете Ка'Фоскари (Италия) и использованную при проведении статистического обследования посетителей в области Венеция (табл. 5.2.1).

Таблица 5.2.1

Форма 1
Характеристика путешествия

Цель — получить данные, характеризующие путешествие

а. Вы в первый раз посещаете страну X?

Да	1
Нет	2
а.1. Сколько раз Вы уже были в стране X?	☐ ☐
а.2. Когда Вы последний раз посещали страну X? Укажите дату	☐ ☐

1. (дир. С. 1.1.3) Когда Вы прибыли в страну X?

_____	_____	_____
год	**месяц**	**число**

b. Какова основная цель Вашего пребывания в стране X?
(отметьте только один вариант ответа)

• отпуск	
отдых	1
посещение родственников и знакомых	2
лечение	3
паломничество	4
другое _____ (укажите что)	5
• деловая	6
участие в конгрессе, ярмарке, встрече и т.д.	

с. Какой пункт посещения является для Вас самым важным?

_____	_____
код	название

2. (дир. С. 1.2.1.) Сколько ночей Вы провели в стране X?

От 1 до 3	1
От 4 до 7	2
От 8 до 14	3
От 15 до 28	4
От 29 до 91	5
От 92 до 365	6

3. (дир. С. 1.2.2) Как Вы организовали свою поездку?

с помощью прямого бронирования	1
пользовался услугами туроператора или турагентства	2 (см. 3.1.)

3.1. Вы приобрели пэкиндж-тур?

Да	1
Нет	2

4. (дир. С. 1.2.3) Каким главным видом транспорта Вы пользовались, чтобы приехать в страну X?
(отметьте только один вариант)

воздушный	1
морской	2
наземный	
железнодорожный	3
автобус (регулярный, туристский)	4
автомобиль (личный или взятый на прокат)	5
другой _____ (укажите какой)	6

d. Как назывался перевозчик, услугами которого Вы воспользовались, чтобы приехать в страну X?

_____	_____
название	национальная принадлежность

e. Каким главным видом транспорта Вы пользовались, перемещаясь по стране X?
(отметьте только один вариант)

воздушный	1
морской	2
наземный	
железнодорожный	3
автобус (регулярный, туристский)	4
автомобиль (личный или взятый на прокат)	5
другой _____ (укажите какой)	6

5. (дир. С. 1.2.4). В каком типе средств размещения Вы остановились?

отели и аналогичные средства размещения	1 (см. f)
дома отдыха	2
другие коллективные средства размещения	3
арендуемые жилые помещения	4
жилые помещения родственников и знакомых	5
другие средства размещения	6

f. Какую категорию отеля Вы выбрали?

пять звезд	1
четыре звезды	2
три звезды	3
две звезды	4
одна звезда	5

f. 1. Какой вид обслуживания Вы выбрали?

только комнату	1
«постель и завтрак»	2
полупансион	3
полный пансион	4

g. Вы путешествуете один или с другими лицами, которые несут расходы вместе с Вами?

один	1
еще с одним лицом или более	2 (см. g 1)

g. 1. Как много людей сопровождают Вас в поездке? ☐ ☐
Общее число человек, исключая Вас

g. 2. К какой возрастной группе они относятся?

Возраст	Число лиц
0—14	☐ ☐
15—24	☐ ☐
25—44	☐ ☐
45—64	☐ ☐
65 и более лет	☐ ☐

Помимо формы 1 в программу статистического наблюдения вошло еще три формы анкет. Все они были составлены в соответствии с директивами Европейского Союза (вопросы, взятые из директивных указаний, выделены жирным шрифтом в анкетах). Форма 2 предназначена для сбора сведений о туристских расходах. Мнения о поездке и впечатления от нее отражаются в форме 3. Форма 4 представляет собой «паспортичку». Содержащаяся в них информация чрезвычайно важна для понимания потребительского поведения посетителей.

Подобного рода обследования требуют крайней осторожности в обращении с репондентами.

Одна из авиакомпаний США, проводившая анкетирование, допустила ошибку, ставшую классическим примером возможной неосмотрительности. Она объявила скидку для спутниц пассажиров, участвовавших в ее рекламном шоу. По окончании мероприятия авиакомпания, уверенная в том, что принимала на борту семейные пары, разослала женам анкеты с вопросом «Как Вам понравилось путешествовать на нашем самолете в качестве спутницы мужа?». Каковы же были удивление и растерянность руководства компании, обнаружившего среди ответов гневные отповеди: «Какое путешествие? Я никуда не летала!». Фирма столкнулась с угрозами привлечения ее к суду за вмешательство в семейную жизнь. Такие случаи, конечно, единичны, большинство обследований завершаются мирным образом, а их результаты содержат ценную информацию.

Одно из первых статистических наблюдений этнического туризма посредством специального обследования проводилось в США. Объектом наблюдения выступала греческая диаспора как перспективный целевой туристский рынок.

Оторванные от своей исторической родины, но поддерживающие отношения с ней, американские греки стремятся посетить легендарную Элладу. Тем самым они выступают потенциальными потребителями туристских услуг. Обследование прово-

дилось в штате Огайо среди иммигрантов из других греческих диаспор и Греции. Респонденты были старше 20 лет, имели американское гражданство или постоянно проживали в Америке. Из 500 анкет, составленных на греческом и английском языках и распространенных среди опрашиваемых лиц, 448 (89,6%) оказались заполненными и пригодными для дальнейшей обработки и анализа.

В результате обследования были выявлены характеристики респондентов, тесно связанные с поездками и во многом определяющие желание совершить этнический тур. К ним относятся место рождения (иммигранты в первом поколении испытывают более сильное чувство тоски по родине и чаще других посещают ее), свободное владение греческим языком, регулярная переписка с родственниками и знакомыми в Греции, участие в землячестве, низкий уровень образования, подписка на греческие газеты и журналы, прослушивание греческих радиопередач. Демографические же характеристики (возраст, пол) и большинство социально-экономических (размер дохода, род занятий, а также участие в приходской жизни местной греческой церкви и др.), хотя некоторые из них и являются неотъемлемой частью субкультуры американских греков, не обнаружили корреляционной связи с ностальгической туристской активностью.

Обследование имеет большое практическое значение. Полученные в ходе опроса материалы могут быть использованы туристскими фирмами, в частности при стратегическом планировании и выработке маркетинговой политики. Знание подлинной и ложной корреляции между разными характеристиками потенциальных клиентов помогает в поиске эффективных путей продвижения туристского продукта на рынок. В нашем примере организаторы обследования американских греков рекомендуют туристским фирмам, работающим на греческом направлении, шире привлекать в рекламных целях греческие газеты и журналы, распространяемые в США, и греческое радио, вещающее на Америку. Эти сравнительно недорогие средства рекламы позволяют выйти на адресата и целевым образом довести до него необходимую информацию. Методика обследования американских греков может быть распространена на другие диаспоры, этнические меньшинства.

Сведения об американских греках собирались путем опроса — наиболее популярным *методом обследования*. Его особенность состоит в том, что источником первичных данных выступает сам человек — непосредственный участник изучаемых социальных процессов и явлений. В зависимости от формы общения с респондентами, устной или письменной, различают два вида опроса: интервью и анкетные опросы. В ряде случаев обследования опираются на смешанную стратегию: по результатам анкетирования у отдельной группы респондентов берется интервью по углубленной программе.

Личные интервью являются одним из основных количественных методов сбора информации, во время которых интервьюер задает респонденту вопросы и в ходе личного общения (разговора) заполняет анкету. В зависи-

мости от носителя, на котором заполняется анкета, различают заполнение бумажных анкет (*Paper-and-pencil interviewing — PAPI*) и заполнение анкет сразу на компьютере (*Computer-assisted personal interviewing — CAPI*).

При сборе первичных сведений счетчик не всегда вступает в прямой контакт «лицом к лицу» с респондентами. Он может получить необходимые данные опосредованно, например, с помощью телефона или компьютера. Такие формы опросов получили широкое распространение на Западе, в том числе и в сфере туризма. В телефонных интервью выделяют обычный телефонный разговор и компьютеризированное телефонное интервью, в ходе которого набор номера осуществляется автоматически компьютером. Анкета также заполняется оператором сразу на компьютере, а интервью записывается (*Computer-assisted telephone interviewing — CATI*).

Используется и количественный метод сбора информации, когда опросы проходят через Интернет (*Computer-assisted Web Interviewing* — **CAWI**). В большинстве случаев этот метод является наиболее экономичным с точки зрения материальных и временных затрат. Однако не для всех рынков может быть гарантирована репрезентативность участников исследования целевой аудитории (например, на территориях недостаточно охваченных Интернетом).

Например, технология *CATI* применяется в Австрии при проведении опросов внутренних и выездных посетителей. Целью этих опросов является определение полных расходов на поездки. В Австралии Институт исследований туризма проводит выборочные обследования иностранных посетителей с использованием технологии *CAPI*. В *залах* ожидания вылетов восьми международных аэропортов страны опрашивается 40 тыс. человек старше 15 лет. Каждому из них задается около 100 вопросов касательно их поездки (количество проведенных ночевок в Австралии, причины выбора страны в качестве туристской дестинации, посещенные места, виды туристских занятий, источники информации, расходы во время поездки).

Опрос — широко распространенный, но не универсальный метод наблюдений. В статистической и социологической практике бывают ситуации, когда он недостаточно эффективен. В подобных случаях специалисты прибегают к иным методам — анализу документов, экспертным оценкам и прочему — или их сочетанию с опросом.

Например, в эмирате Дубай (Объединенные Арабские Эмираты) при обследовании иностранных посетителей берутся интервью «лицом к лицу», проводятся интервью по телефону у разных категорий посетителей, интервью у управленческого персонала предприятий туристской индустрии, по итогам работы организуется интервьюирование счетчиков, задействованных в обследовании. Опрос дополняется анализом информации, содержащейся в статистической отчетности отелей и аэропортов о прибытиях посетителей и материалах иммиграционной службы.

При сборе статистических данных о туристских расходах также используются разные методы. Один из них — дневниковый. С его помощью определяют средние расходы одного посетителя в сутки. Общую сумму поступлений получают расчетным путем как произведение количества прибытий на средние расходы одного посетителя в сутки и среднюю продолжительность пребывания одного посетителя в стране.

В начале поездки посетителям раздают специальные бланки (дневники) с просьбой заполнить их во время путешествия и вернуть по окончании поездки. В них заносятся расходы с указанием общей суммы и ее разбивкой по статьям затрат и дням, отмечаются цель посещения, главное место назначения, районы пребывания и количество ночевок (табл. 5.2.2). При более углубленных обследованиях в дневниках вводятся дополнительные разделы, содержащие характеристику посетителя (возраст, пол), вида транспорта и мест, где были произведены расходы.

Таблица 5.2.2

Форма дневника по учету туристских расходов

Число посетителей в путешествующей группе _____
Главная цель посещения _____
Главное место назначения _____
Местожительство _____
Количество ночевок в ходе поездки _____

Статьи расходов	Расходы, $				
	До поездки	В ходе поездки			Всего
		день 1	день 2	день 3	
Комплексные поездки, туры					
Размещение					
Питание и напитки					
Транспорт					
Посещение рекреационных, культурных и спортивных мероприятий					
Посещение магазинов					
Прочее					
ВСЕГО					

Дневниковый метод имеет как сильные, так и слабые стороны. Он позволяет получить подробные сведения о туристских расходах. К достоинствам метода относится и то, что все платежные операции фиксируются в дневнике сразу после их совершения, когда посетитель еще помнит о них и может сообщить точную информацию.

Вместе с тем дневниковому методу присущи некоторые недостатки. Важнейший из них — невысокий коэффициент заполнения дневниковых

форм и неполный их возврат, что само по себе снижает надежность собираемой информации. На первый взгляд, этот недостаток легко устраним: достаточно лишь увеличить количество раздаваемых дневников. Однако такое решение верно только в том случае, когда причиной неполных заполнений и невозвратов дневников являются случайные обстоятельства. Результаты же специальных исследований показывают, что они обусловлены действием систематических факторов. Наименее активно участвуют в обследованиях деловые туристы, которые несут более высокие расходы в расчете на поездку. Поэтому совокупность лиц, заполнивших и сдавших дневники, по своей структуре всегда отличается от генеральной совокупности посетителей. Очевидно, что увеличением числа раздаваемых дневников указанное отклонение не ликвидировать.

Одна из центральных методико-организационных задач, стоящих при планировании и проведении наблюдения дневниковым методом, — стимулирование возврата заполненных бланков. 70—75%-ный возврат обеспечивает достаточно высокую надежность результатов. Существуют реальные способы достижения этого уровня. Все они направлены на создание у респондентов положительной установки на участие в обследовании. В комплексе мер — составление кратких и легко понимаемых дневниковых форм, гарантия анонимности ответов, разработка четких правил возврата заполненных бланков, обращение анкетера к респонденту с личной просьбой вести дневник, разъяснение потенциальной пользы от результатов обследования для респондента, использование материальных и иных поощрений за ответы.

При сборе данных о туристских расходах наряду с дневниковым методом используются выборочные обследования домашних хозяйств. Их лучше проводить на регулярной основе (оптимально 2 раза в год). Для измерения величины расходов, относящихся к въездному и выездному туризму, наиболее эффективными инструментами являются регулярные обследования на границе в сочетании с опросами постояльцев в коллективных средствах размещения, а также дополнительными обследованиями посетителей в транспортных узлах и местах отдыха. Цель обследований состоит в получении данных о расходах посетителей с разбивкой по типам туризма, целям поездок и видам транспорта.

В отдельных случаях эти обследования могут дополняться *анализом отчетности по операциям с банковскими картами* (дебетовыми, кредитными, коммерческими, предоплаченными).

По данным *VisaVueTravel*, в 2010 г. иностранные туристы потратили в России 2,1 млрд долл. по картам *Visa*, что на 4% больше, чем в 2009 г. В свою очередь граждане России стали активнее пользоваться картами в зарубежных поездках. Их расходы по картам Visa выросли в 2010 г. на 36% по сравнению с 2009 г. и составили 5,8 млрд долл.

Однако подобный анализ может быть только дополнительным методом получения данных о туристских расходах. В ином случае возникают серьезные искажения реального положения дел. Например, недавние исследования в Турции показали, что туристы, использующие банковские карты, тратят на 27% больше, чем остальные туристы.

Вместе с тем этот метод имеет ряд преимуществ. Они наиболее ярко проявляются во время крупных, но краткосрочных событий, таких как международные спортивные соревнования или культурные фестивали.

Во время проведения Олимпийских Игр в Лондоне, по данным *VisaVueTravel*, туристы потратили 1,4 млрд долл. *Visa* являлась эксклюзивной платежной системой на территории проведения Олимпийских игр, поэтому полученная таким образом информация позволила весьма точно судить об экономическом эффекте этих крупнейших спортивных событий. Лидировали по величине расходов туристы из США, Японии и Франции. Россия вошла в список первых 15 стран: российские держатели карт потратили более 39 млн долл. Основные статьи расходов туристов на Олимпиаде были: услуги размещения, питания и т.д. — 139,1, развлечения — 106,6, авиаперелеты — 82,4, покупка одежды — 67,9 млн долл.

Другим перспективным методом получения данных о расходах туристов является *анализ продаж в Интернете*. При этом надо четко понимать, что онлайн-продажи представляют собой только часть общего рынка туристских услуг, и полученные данные будут характеризоваться явным смещением значений основных показателей.

Согласно исследованию компании *Euromonitor International*, в 2011 г. онлайн-продажи туристских услуг в России достигли 4,9 млрд долл. Из общей суммы 49% пришлось на заказ авиабилетов, 25% — на бронирование номеров в отелях, 14% — на покупку железнодорожных билетов, а остальное — на комплексные (пакетированные) туры. Согласно прогнозам, рост продаж турпродуктов через Интернет будет гораздо более динамичным, чем через традиционные точки продаж, и составит 27% в последующие несколько лет.

Современные платежные системы и информационные технологии позволяют учитывать туристские расходы с большой степенью подробности.

Качество собранной информации и достоверность результатов статистического наблюдения в равной мере зависят от решения научно-теоретических, методических и организационных вопросов. Действительно, неграмотно составленный бланк опроса ведет к грубым ошибкам в исследовании, неподготовленность анкетеров оборачивается неорганизованностью сбора первичных сведений, а чрезмерная растянутость во времени того или иного этапа работы грозит утратой актуальности наблюдения. Во избежание разного рода огрехов программно-методологическая часть плана наблюдения

должна быть дополнена описанием организационно-технических процедур и операций. В соответствующем разделе определяются субъект наблюдения, место и время обследования.

Организационно-техническая часть плана статистического наблюдения в туризме. При планировании статистического наблюдения решается вопрос о *субъекте наблюдения*, т.е. о том, кто будет осуществлять сбор первичных данных. В одних случаях — это органы статистики со своими кадровыми работниками, в других — широкий круг общественности, который задействуется наряду со специалистами-статистиками. К обследованию может также привлекаться население, если оно самостоятельно заполняет анкеты. Например, в США для опросов туристов интервьюеры набираются из числа коммуникабельных, высокообразованных людей с хорошим знанием иностранного языка. Ими обычно становятся преподаватели бизнес-школ и университетов.

Анкетер оказывает заметное влияние на результаты обследования. Это влияние, часто неосознанное, получило название эффекта интервьера и проявляется не только в разговорном общении, но и в разнообразных косвенных, скрытых формах: в общем эмоциональном настрое беседы, поведении ее участников, мимике и т.д. Замечено, что респонденты нередко стремятся дать такой ответ, который бы понравился интервьюеру. Анкетеры же, основываясь на сложившемся у них стереотипном образе определенной группы путешествующих лиц, иногда отражают не столько мнение респондентов, сколько свои ожидания по поводу того, какими ответы должны быть. Поэтому правильный отбор и обучение анкетеров — одна из ключевых задач, требующих своего разрешения на подготовительной стадии наблюдения. Перед началом полевого этапа они проходят инструктаж по технике опроса: знакомятся с целью, задачами и особенностями предстоящего обследования, предъявляемыми требованиями и порядком работы, правилами заполнения статистического формуляра.

Наряду с субъектом наблюдения в плане оговариваются *сроки и место обследования*. Для наблюдения за туристскими потоками, величина и структура которых меняются в зависимости от времени года, важно правильно выбрать календарный период. ЮНВТО рекомендует все 12 месяцев сгруппировать по туристским сезонам (высокий, низкий, промежуточный), затем из каждого сезона выбрать по одному месяцу для наблюдения. Конкретные сроки сбора сведений о туристах устанавливаются в плане исходя из численного состава актива, программы и количества единиц обследования. Уже упоминавшийся опрос американских греков проводился в течение пяти месяцев. Некоторые статистические наблюдения длятся еще дольше. Опрос лиц, прибывающих в США из Канады и Мексики на автомобиле, ведется круглогодично.

Определение места наблюдения сводится к решению вопроса, где производить наблюдение. Выбор этого места зависит от многих факто-

ров, главными из которых считаются размер территории и степень ее открытости. Если территория является закрытой, т.е. имеет непрозрачные административные или естественные границы, например страна или небольшой остров, обследования проводятся в пунктах въезда (выезда) и транспортных средствах (автобусах, самолетах, круизных судах и пр.). На открытой территории, в районе или городе, статистические наблюдения организуются в средствах размещения и объектах показа, открытых для посещения на платной основе. Все возможные здесь варианты сочетаний сведены в таблицу 5.2.3.

Таблица 5.2.3

Выбор места статистического наблюдения в туризме

Место наблюдения	Территория					
	закрытая			открытая		
	большая	малая		большая	малая	
		остров	наиболее посещаемые туристами места	район	город	наиболее посещаемые туристтами места
Пункты въезда (выезда)	да	да	нет	нет	нет	нет
Транспортные средства	да	да	нет	нет	нет	нет
Средства размещения	нет	да	нет	да	да	нет
Объекты показа	нет	да	да	да	да	да

Для придорожных обследований вопрос о месте наблюдения решается иначе. В ходе их учитывается проходящий пассажирский автотранспорт, по номерным знакам устанавливается его страновая принадлежность и осуществляется анкетирование путешественников. Центральная проблема при этом состоит в том, чтобы свести к минимуму задержку в дороге. Такого рода наблюдения организуются в местах остановок для отдыха, на автозаправочных станциях, в пунктах питания автотуристов, в местах скопления машин (у мостов, в транспортных пробках и т.д.).

В Нидерландах Национальная программа по статистике туризма предусматривает обследования иностранных посетителей. В ходе наблюдения накапливается информация об объеме и структуре туристских потоков, их распределении по географическим зонам, целям путешествия и типам размещения, а также о моделях туристских расходов и пр. Впервые оно было проведено в 1979 г. и повторно в 1984 г. Обследование осуществлялось на границе во время выезда туристов из страны.

С отменой государственных границ в рамках Европейского Союза, членом которого являются Нидерланды, пограничные наблюдения столкнулись со множеством проблем. Особенно усложнился учет автотуристов, составляющих основную часть туристского потока в страну. Поэтому организаторы очередного обследования 1993—1994 гг. вынуждены были отказаться от прежней системы сбора сведений и перейти к интервьюированию туристов в средствах размещения в момент их отбытия. Обследование проводилось в 400 объектах размещения разного типа, размера, категории и местоположения. Было взято свыше 10 тыс. интервью. Краткие (всего 5 мин.) на родном туристу языке, они дали полную и точную картину въездного туризма. Полученные сведения обрабатывались и заносились в таблицы. Одна из них содержит характеристику путешествий с точки зрения продолжительности пребывания иностранных туристов в Нидерландах. Эта страна привлекает главным образом европейцев, особенно западных немцев. Они отдают предпочтение отдыху на природе (прибрежным районам, лесной местности), в то время как англичане, ирландцы, французы и скандинавы останавливаются в городах. Подобные обследования проводятся в Нидерландах на регулярной основе.

В результате статистического наблюдения образуется груда сырого материала, нуждающегося в обработке, сведении разрозненных данных воедино. Собранная статистическая информация систематизируется, классифицируется (группируется). Подводятся групповые и общие итоги, рассчитываются производные показатели (средние, относительные величины). Научно организованная обработка материалов позволяет по данным, относящимся к отдельным единицам наблюдения, охарактеризовать совокупность в целом. Обработанная информация подвергается затем анализу. В ходе него закладывается прочный фундамент фактов, необходимый для формулировки выводов и разработки конкретных практических предложений. Иногда статистическое исследование дополняется статистическим прогнозом.

5.3. Ошибки статистического наблюдения и контроль над материалами наблюдения

Тщательно разработанный план статистического наблюдения — залог успеха в получении достоверных данных о туризме. Но как бы досконально ни был он продуман и как бы скрупулезно ни стремились счетчики выполнять инструкции, при любом статистическом наблюдении могут возникнуть ошибки (погрешности). Они появляются по разным причинам: в результате оговорок, округлений, неправильного заполнения формуляра, забывания респондентами фактов и т.д.

В статистике все ошибки подразделяются на преднамеренные и непреднамеренные. Последние, в свою очередь, носят случайный или систематический характер. *Случайные погрешности* возникают по вине

как отвечающего, так и регистраторов вследствие описок, оговорок, незнания и пр. Они не столь серьезно сказываются на результатах наблюдения, поскольку такие ошибки одинаково часто встречаются и в сторону преуменьшения, и в сторону преувеличения и при широкомасштабном наблюдении взаимопогашаются, нейтрализуются.

Непреднамеренные систематические погрешности имеют место главным образом при опросах за счет округлений количественных показателей (возраста посетителя, его дохода, числа ночевок и т.п.). Замечено, при регистрации возраст часто округляется вокруг чисел, оканчивающихся на 0 и 5, и получается, например, что 40-летних туристов по записям значительно больше, чем 39- и 41-летних. Это явление в статистике называется аккумуляцией возрастов. Такие погрешности исправляются уже при обработке собранного статистического материала.

Преднамеренные ошибки, как говорит само название, возникают в силу сознательного стремления респондентов скрыть истину. Эти ошибки искажают сведения в одном направлении, либо занижая величину показателя, например, оборот туристской фирмы, либо завышая его значения. Преднамеренные погрешности наиболее опасны для статистического исследования. Необходимо немало приложить усилий, чтобы их обнаружить и устранить.

Правильность содержащейся в статистических формулярах информации проверяется логическим и арифметическим путем. В ходе логического контроля определяется соответствие ответа поставленному вопросу или соответствие между ответами на разные вопросы программы. Например, если в графе «цель поездки» значится «американец», то ясно, что ответ не соответствует вопросу, а ошибка вызвана записью не в той графе.

В количественных ответах, полученных как сумма, разность, произведение или часть других показателей (туристские расходы и их разбивка по статьям, а также дням путешествия), логический контроль дополняется проверкой правильности вычислений.

При несплошных (выборочных) обследованиях в силу их специфики, кроме рассмотренных выше ошибок регистрации, встречаются *ошибки репрезентативности* (*представительности*). Они возникают при неправильном отборе единиц наблюдения.

Все обнаруженные ошибки по возможности должны быть исправлены. Для этого порой приходится производить контрольные опросы, делать запросы почтой, по телефону. По мнению экспертов ЮНВТО, погрешность при дорогостоящих обследованиях не должна превышать 5%, а при пилотажных исследованиях 13%.

После сверки собранная информация подготавливается к дальнейшей обработке. Она заносится в таблицы, а затем используется при расчете средних величин и значений других основных статистических показателей.

5.4. Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях

Основная тенденция статистического наблюдения на региональном и муниципальном уровнях состоит в формировании специализированной ведомственной статистики.

Предпосылки создания ведомственной статистики туризма. Общеизвестно, что официальная статистика туризма, организуемая Росстатом, имеет недостатки. Собираемая информация характеризуется неполнотой, существуют проблемы и с достоверностью сведений. Так, в Ярославской области по итогам 2007 г. в официальной статистике отражены данные только по 6 из 36 туристских компаний, занимающихся приемом туристов. Отмечаются значительные расхождения в статистической информации, полученной из разных источников. Это относится, например, не только к количеству гостиничных номеров, но даже к числу гостиниц в крупнейшем туристском центре России Санкт-Петербурге. Аналогичные недостатки существуют в статистике туризма в нашем крупнейшем городе Москве. При этом на региональном уровне наиболее полная информация поступает только по показателям въездного туристского потока, а также об объеме платных услуг, оказываемых турфирмами и гостиницами. Внутренний туристский поток не является предметом специальной статистической отчетности Росстата. Совсем нет данных по туристским расходам, отсутствуют оценки роли туризма в экономике страны. Данные по выездному туристскому потоку в региональном разрезе являются неудовлетворительными по полноте и достоверности.

Во многом такое положение дел связано с тем, что организации малого и среднего бизнеса, которые в туристской индустрии составляют более 90% всех хозяйствующих субъектов, плохо представляют информацию. На практике, несмотря на то что существует административная ответственность за непредставление или представление недостоверной информации, эта проблема по-прежнему остается нерешенной. Снизить ее остроту позволяет региональная ведомственная статистика. В ее рамках сотрудники туристских администраций имеют возможность добирать недостающую информацию у многих организаций, закрывая пробелы в отчетах. Кроме того, первичная проверка информации туристскими администрациями позволяет на начальном этапе ликвидировать неточности и ошибки в данных.

В стандартных статистических формах отчетности есть только часть информации, необходимой для планирования и регулирования туристской деятельности. В рамках ведомственной статистики открывается возможность ввести необходимые дополнительные формы отчетности и показатели. Как правило, на муниципальном уровне при наличии небольшого числа организаций туристской индустрии легче решаются проблемы собираемости и достоверности данных.

Государственная статистика не полностью использует возможности специальных обследований в сфере туризма (организаций, туристов и посетителей, домохозяйств и др.). Между тем в западных странах регулярные обследования по методически обоснованной программе являются важнейшим источником сведений о туристской индустрии и туристском рынке. При наличии выраженных потребностей в информации со стороны органов исполнительной власти организовать обследования на региональном и муниципальном уровнях проще. Ниже приводятся примеры результатов регулярных обследований по единой методике, которые проводятся в Ярославской области с 2004 г. В рамках этих обследований собирается информация об особенностях спроса (характеристики туристов и посетителей) и туристских расходах, что позволяет проводить осмысленную маркетинговую и экономическую политику в сфере туризма.

В официальной статистике слабо задействована обратная связь с субъектами туристской индустрии. На местах в процессе регулярного общения туристских администраций с организациями сферы туризма эта обратная связь существует постоянно, что позволяет добиваться лучшего качества и достоверности данных.

Определенной вехой в развитии ведомственной статистики туризма в регионах стало принятие Ростуризмом (приказ № 69 от 18.07.2001) «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации» (приложение 5). С этого момента появилась единая методическая основа для выявления социально-экономического значения туризма и проведения сравнительного его анализа по регионам России. Документ включает показатели объема туристского потока, социально-экономические показатели туристской деятельности (оборот сферы туризма, налоговые поступления в бюджет субъекта федерации от сферы туризма, количество занятых в сфере туризма), а также общие методические подходы и источники определения этих показателей.

Вместе с тем документ носит рамочный характер, так как оставляет решение ряда принципиальных вопросов на усмотрение региональных туристских администраций. Например, им предоставляется возможность выбора метода для определения численности въехавших в регион туристов и/или комбинации методов из числа нижеследующих:

- федеральное государственное статистическое наблюдение по утвержденным Росстатом формам № 1-КСР, № 1 — турфирма и др.;
- региональные статистические обследования посредством использования форм статистической отчетности на единовременной или регулярной основе;
- непосредственное измерение туристского потока путем организации учета туристов на наиболее посещаемых туристских объектах

данного региона (памятниках истории и культуры, в музеях, на природных объектах и др.). В случаях, когда в регионе велика роль культурно-познавательного туризма (Владимирская, Вологодская, Ивановская, Ярославская и другие области), используются дополнительные данные о посещаемости крупных музеев, преимущественно государственных. Если наблюдаются значительные потоки круизных туристов, то дополнительно привлекается информация речных и морских портов о количестве круизных пассажиров (Санкт-Петербург, Нижегородская и Ярославская области);

- административные источники (например, регистрация в органах внутренних дел и в Федеральной миграционной службе);
- измерение изменений показателей, характеризующих жизнедеятельность постоянного населения региона, в высокий туристский сезон (объема потребления хлеба, вывоза мусора и др.).

Основные направления развития ведомственной статистики туризма. Не претендуя на полный анализ формирования и современного состояния ведомственной статистики туризма в регионах и муниципальных образованиях России, рассмотрим основные направления ее развития в условиях недостатка данных официальной статистики.

В 1992—1993 гг. на подъеме приграничного туризма (в первую очередь выездного) в ряде регионов Российской Федерации стала активно складываться *пограничная статистика*. В Хабаровском крае, Амурской, Ленинградской, Псковской областях, Санкт-Петербурге, Республике Карелия государственное регулирование туристской деятельности с самого начала опиралось на пограничную статистику, которая представлялась пунктами пропуска и переходами на государственной границе. В таких крупнейших авиаузлах страны, как Москва и Санкт-Петербург, данные учета прибытий на границе также имеют важное значение (рис. 5.4.1). В рамках пограничной статистики был налажен учет въездных и выездных туристских потоков с разбивкой по направлениям (странам) и целям въезда/выезда. Другие данные при этом не представлялись и не использовались.

Одна из наиболее сложных проблем — *учет неорганизованных посетителей и туристов*. В регионах, принимающих большое число самодеятельных путешественников, — в Карелии, на Алтае и некоторых других — проводятся специальные регулярные обследования по единой методике. Так, в Республике Карелия официальная статистика туристских фирм и средств размещения дополняется благодаря учету посещений особо популярных туристских территорий — заповедника «Кивач», островов Кижи и Валаам. Еще более важен учет самодеятельных туристов в курортных местностях, где они останавливаются на сравнительно длительный срок, но не фиксируются официальной статистикой. Это характерно прежде всего для Краснодарского края, где число неорганизованных отдыхающих сопоставимо с числом гостей в официальных средствах размещения.

Проблема полного и точного учета туристов была настолько остра и важна для экономики края, что в 2002 г. краевой комитет по статистике разработал и Росстат утвердил специальную «Методику определения численности туристов, посетивших курортную зону Краснодарского края, и полученных от их обслуживания доходов».

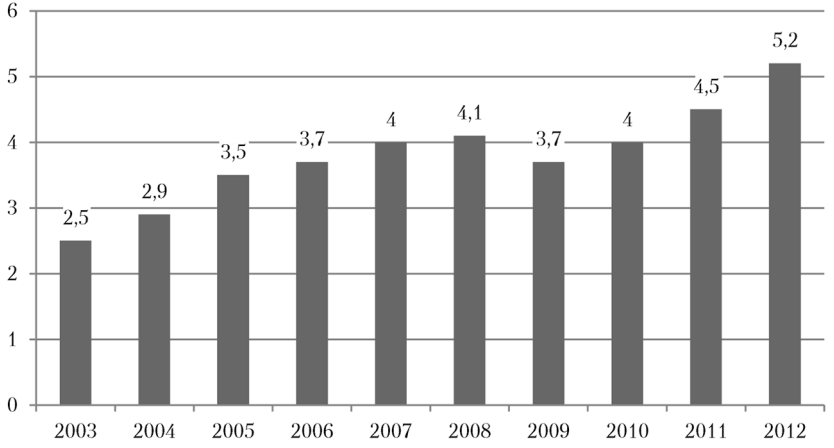

Рис. 5.4.1. Международные прибытия в Москву в 2003—2012 гг. по данным Пограничной службы ФСБ России, млн ед.

В рамках этой методики были разработаны формы анкет обследования (опроса). Оно проводилось в курортной зоне края и охватывало не только гостиницы, но и индивидуальные средства размещения (приложение 6), а также кемпинги и другие средства размещения, не имеющие коечного фонда. Общее количество размещенных туристов и объем доходов от их обслуживания, полученных всеми видами средств размещения, определялись путем суммирования. Таким образом, впервые в отечественной статистике туризма было проведено обследование индивидуальных домохозяйств на предмет размещения гостей (хотя само понятие домохозяйства еще не использовалось).

Во многих регионах предпринимались попытки уточнить и дополнить данные официальной статистики по количеству туристов, обслуженных туристскими фирмами и останавливающихся в коллективных средствах размещения. В одних регионах туристские администрации проводили соответствующую работу собственными силами, в других — во взаимодействии с территориальными органами Росстата. В период с 1994 по 2007 г. включительно, когда туристские фирмы проходили обязательную процедуру лицензирования, региональные туристские администрации имели сравнительно полную информацию о количестве туристских фирм и поддерживали с ними постоянный контакт. Эти контакты, а также совместная (до 2007 г.)

работа с территориальными органами Росстата позволяли принципиально улучшить достоверность информации о туристских потоках.

В ряде регионов закладывались основы детального *мониторинга туристских потоков и социально-демографических характеристик туристов*. Такую цель преследовал проект «Турбарометр», распространявшийся на все регионы Северо-Западного федерального округа. Он был инициирован в 2006 г. региональным отделением Российской ассоциации туристских агентств (впоследствии Российского союза туриндустрии — РСТ). Впервые в стране туризм в целой группе регионов обследовался по единой программе. В результате удалось не только получить обобщенные данные по туристским потокам, но и свести их воедино с информацией о туристской индустрии (гостиницам, музеям, теплоходам), видах туризма, а также определить некоторые тенденции развития рынка.

В Ярославской области начиная с 2004 г. проводятся регулярные (не реже 1 раза в два года) обследования социально-демографических характеристик туристов. Это позволяет не только получить точные сведения об основных направляющих рынках внутреннего туризма, но и лучше представлять портрет туристов и посетителей. Такая информация необходима для маркетингового обоснования государственной политики в сфере туризма. Например, удалось выяснить, что с 2004 г. число неорганизованных посетителей области на личном автотранспорте выросло в 1,5 раза, и теперь каждый пятый посетитель региона — автомобилист. Знание же состава группы, в какой предпочитают путешествовать посетители в регион, облегчает понимание их мотивационной сферы (рис. 5.4.2).

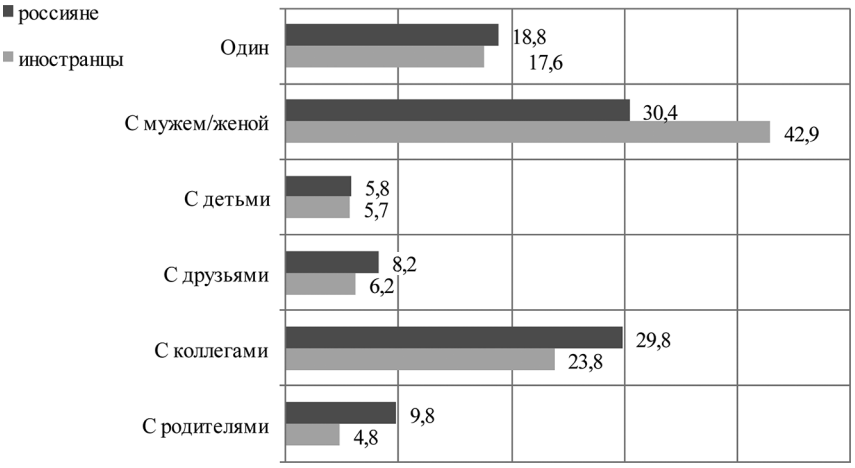

Рис. 5.4.2. Состав групп посетителей Ярославской области в 2011 г., в % от числа опрошенных

Примерно по такому же пути пошли власти Москвы, когда начиная с 2010 г. также приступили к регулярным обследованиям туристских потоков.

Еще одно направление региональной туристской статистики — *учет туристских расходов и определение социально-экономического эффекта туризма*. При этом такие регионы, как Ярославская область, больше ориентировались на результаты регулярных обследований посетителей в части объема и структуры туристских расходов. Другие же, например Республика Карелия и Вологодская область, сделали ставку на определение мультипликативного эффекта и получение расчетных макроэкономических показателей туристской индустрии в регионах. Проведенные исследования позволили выявить структуру туристских расходов, а также тот факт, что она является относительно устойчивой и сильно различается у российских и иностранных туристов (рис. 5.4.3, 5.4.4). Иностранные туристы расходовали значительно больше средств на проживание в гостиницах, оплату сувениров и других покупок.

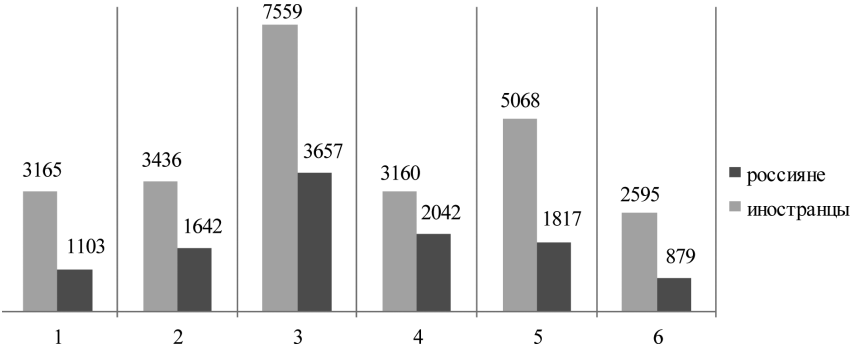

Рис. 5.4.3. Расходы туристов в Ярославской области в 2011 г., руб.: 1 — экскурсии; 2 — развлечения, концерты; 3 — гостиничные услуги; 4 — питание; 5 — другие покупки; 6 — сувениры

Интересно также сравнить суммы, которые туристы планировали потратить и потратили фактически. В таких городах Ярославской области, как Мышкин, Углич, они практически совпадали, в других городах планы по расходам были осуществлены примерно на 70%.

В Вологодской области и Республике Карелия дополнительные исследования проводились, чтобы определить объем средств, поступающих от туристской индустрии в бюджеты и внебюджетные фонды (табл. 5.4.1, рис. 5.4.5). На муниципальном уровне эта работа выполнялась там, где значение туризма для социально-экономического развития территорий было

велико (Кирилловский, Великоустюгский и другие муниципальные районы Вологодской области).

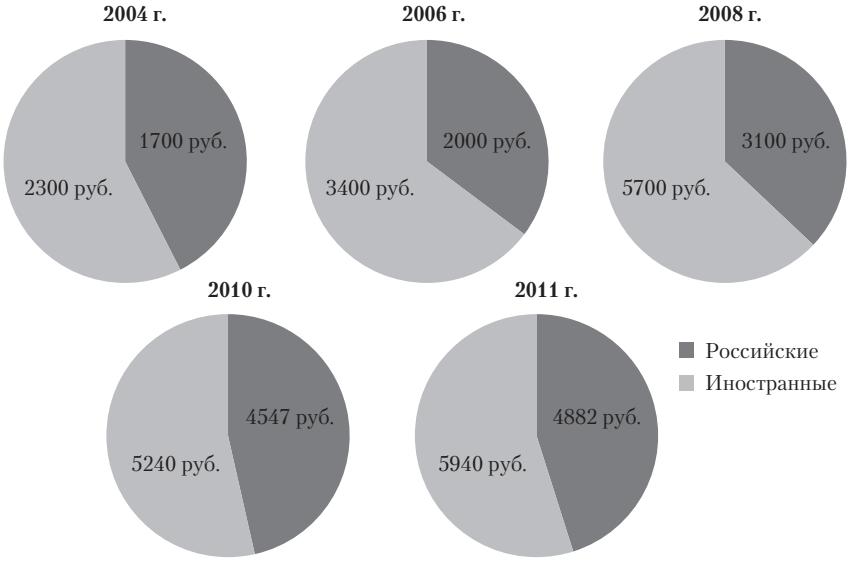

Рис. 5.4.4. Средние расходы российских и иностранных туристов в Ярославской области по данным исследований

Таблица 5.4.1

Влияние туризма на экономику Вологодской области в 2012 г.

№	Показатели	Значения
1.	Прямой совокупный доход, млрд руб.	6,529
2.	Косвенный совокупный доход, млрд руб.	6,498
	Итого:	13,027
3.	Валовой региональный продукт (оценка), млрд. рублей	342,300
4.	Доля туризма в валовом региональном продукте, в %	3,800
5.	Региональный туристский мультипликатор	2,000

Для улучшения и убыстрения процедуры сбора ведомственной статистики региональные органы власти внедряют программы электронного сбора и обработки статистических данных на сайтах и туристских порталах. Такая мера принята, например, в Архангельской области (с учетом северных расстояний). Согласно ведомственному регламенту, ответственные сотрудники муниципальных образований собирают информацию о количестве граждан, принятых средствами размещения, и о количестве туристов, принятых и обслуженных туроператорами на территории региона. Впоследствии эта

информация аккумулируется и обрабатывается в туристской администрации региона. Использование дистанционных информационных технологий позволяет вести ежеквартальный сбор и обработку данных.

В таблице 5.4.2 приведен пример ведомственной туристской статистики. В ней отражено большинство показателей, необходимых региональным органам регулирования туризма.

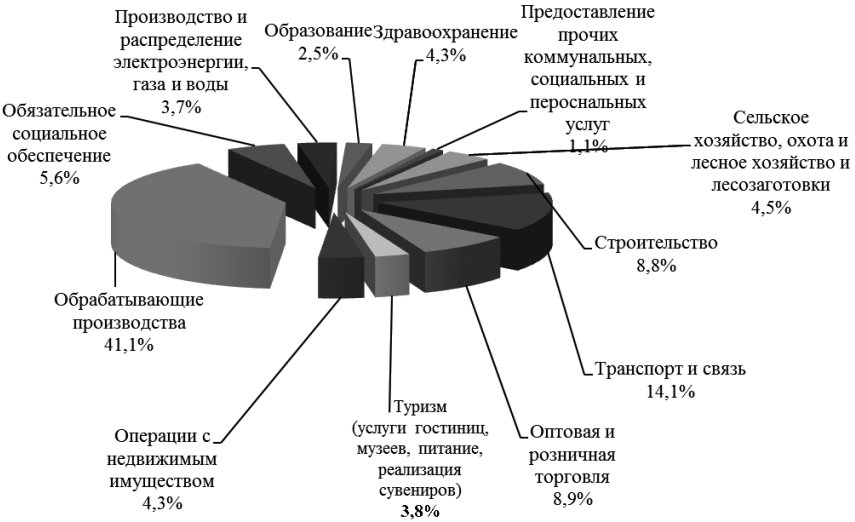

Рис. 5.4.5. Туризм в составе валового регионального продукта Вологодской области в 2012 г.

Таблица 5.4.2

Показатели развития туризма на территории Забайкальского края (по оценке Министерства внешнеэкономических связей и туризма)

Показатели	2009 г.	2010 г.	2010 г. в % к 2009 г.	2011 г.	2011 г. в % к 2010 г.
Количество иностранных туристов, въехавших на территорию Забайкальского края, тыс. человек:	5,04	3,57	70,9	5,12	143,3
в том числе количество китайских туристов, въехавших по безвизовым формальностям, тыс. человек	2,09	1,99	95,3	2,76	138,7
Внутренний туристский поток, тыс. человек	23,90	26,09	109,1	36,50	140,0

Окончание

Показатели	2009 г.	2010 г.	2010 г. в % к 2009 г.	2011 г.	2011 г. в % к 2010 г.
Выезд жителей Забайкальского края за рубеж с туристскими целями, тыс. человек:	236,90	350,17	147,8	308,70	88,1
в том числе количество российских туристов, выехавших в КНР по безвизовым формальностям, тыс. человек	210,44	336,86	160,1	292,13	86,7
Количество туристских предприятий на территории Забайкальского края (на конец года), единиц	54,00	65,00	120,0	74,00	113,8
Объем оказанных туристских услуг, млн руб.	398,90	515,10	129,1	588,00	114,0
Объем налоговых отчислений туристских организаций, млн руб.	28,60	33,70	117,8	53,00	157,0
Количество коллективных средств размещения в крае, единиц	146,00	135,00	92,5	—	-
Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, млн руб.	282,80	235,00	83,1	—	—
Доля туризма в валовом региональном продукте, %	0,35	0,58	—	—	—

— нет данных.

Источник: официальный сайт Забайкальского края.

Таким образом, методы сбора и анализа туристской статистики на региональном уровне определяются в основном уровнем развития туристской индустрии, потребностями органов государственного регулирования туризма и спецификой регионов.

Говоря о ближайших перспективах, следует ожидать сближения позиции Росстата с общепринятыми в мире подходами и понятиями в статистике туризма. Увеличение роли массовых и регулярных обследований в туризме приведет к появлению понятия статистической ошибки и точности получаемых данных и показателей.

Еще одно направление развития региональной статистики туризма — более активное привлечение сети Интернет и данных с сайтов по посещаемости, кликам и т.п. Эта информация давно уже используются в маркетинговых обоснованиях не только проектов, но и политики продвижения целых стран и регионов. Возможно также использование данных о турист-

ской известности регионов и городов (рис. 5.4.6). Последний вопрос еще нуждается в методическом анализе и обсуждении.

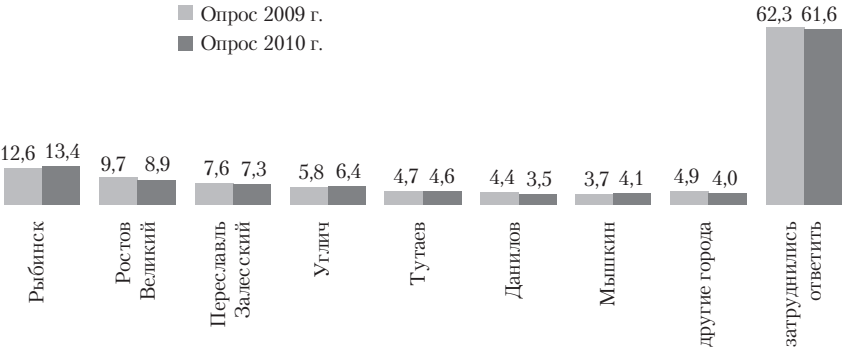

Рис. 5.4.6. Спонтанное знание жителей ЦФО о городах Ярославской области (кроме города Ярославля), %

Контрольные вопросы и задания

1. Основными формами организации статистического наблюдения в сфере туризма являются (выберите правильный вариант ответа):
   - первичная и вторичная;
   - через отчетность и с помощью специально проводимых обследований с анкетированием;
   - прогрессивно-интеграционная и базовая.
2. В нижеследующем перечне отметьте основные методы статистического учета туристских прибытий (выберите правильные ответы):
   - учет на туристских предприятиях;
   - учет в средствах размещения;
   - учет на границе;
   - учет на объектах туристского показа;
   - в транспортных средствах во время переездов на маршруте;
   - все правильно.
3. Приведите конкретные примеры организации статистического наблюдения в сфере туризма.
4. В чем состоят достоинства и недостатки основных методов сбора информации о туризме?
5. Предложите мероприятия по совершенствованию программно-методологических и организационных вопросов статистического наблюдения в сфере туризма.

6. Проведите тщательный анализ анкеты. В приведенных ниже вопросах найдите ошибки и исправьте их.

Как часто вы путешествуете?

- *за рубеж;*
- *по своей стране.*

С какой целью вы выезжали за границу?

- *на отдых,*
- *в поисках работы;*
- *для посещения родственников и знакомых.*

Какова средняя продолжительность ваших поездок?

- *от 0 до 3 суток;*
- *о 3 до 7 суток;*
- *о 7 до 28 суток.*

7. Разработайте самостоятельно анкету для сбора первичной информации о туристских потоках, их объеме и структуре. Проверьте правильность ее составления, обратите внимание на целесообразность включения предложенных вами вопросов в анкету.

Определите:

A. Помогает ли ответ на каждый из поставленных вопросов достичь цели обследования?

B. Является ли формулировка вопросов краткой, ясной и однозначной?

C. Не содержатся ли в формулировках слова, термины, которые могут быть непонятны респонденту? Как их заменить, не исказив смысла вопроса?

D. Нет ли скоплений однотипных вопросов, способных вызвать ощущение монотонности и утомления у респондентов?

E. Соблюден ли принцип расположения вопросов от простых в начале анкеты к сложным? Задаются ли они в логической последовательности?

F. Не вызывают ли вопросы отрицательных эмоций у респондентов?

G. Не задевают ли они достоинства и самолюбия человека?

H. Не забыли ли вы включить варианты ответов на вопросы?

8. В чем состоит рамочный характер «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации»? Какие вопросы он четко регулирует, а какие — оставляет на усмотрение регионов?

9. Проведите группировку регионов Российской Федерации по особенностям сбора статистической информации в туризме. Перечислите основные факторы, которые будут определять состав выделенных групп.

10. Назовите основные особенности статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях. Охарактеризуйте перспективные тенденции их развития.
11. Почему определить социально-экономические эффекты туризма иногда легче для целого государства, чем для отдельного региона? Обоснуйте свой ответ.
12. Как Вы считаете, в каких регионах в субъектах Российской Федерации наблюдаются наибольшие экономические эффекты от туризма в абсолютных единицах? А в относительных единицах? Почему?

Литература

1. Постановление Государственного Комитета по статистике Российской Федерации от 27 мая 2002 г. № 125 «Об утверждении Методики определения численности туристов, посетивших курортную зону Краснодарского края, и полученных от их обслуживания доходов». URL: http://www.bestpravo.ru/rossijskoje/ys-praktika/d6o.htm
2. Приказ Федерального агентства по туризму от 18.07.2007 № 69 «Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации». URL: http://zakon.law7.ru/base06/part7/d06ru7841.htm
3. *Александрова А.Ю.* Международный туризм : учебник для вузов / А.Ю. Александрова. М.: Аспект-Пресс, 2004. 470 с.
4. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год / Организация Объединенных Наций. Серия М № 83/Rev. 1. Мадрид — Нью-Йорк: изд-во ООН, 2010. Главу 2,3,4. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf
5. Methodological manual for tourism statistics. Version 1.2 / Eurostat. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2012. Глава 1. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-11-021/EN/KS-RA-11-021-EN.PDF
6. Официальная страница Федеральной службы государственной статистики (Росстата). URL : http://www.gks.ru/
7. Турбарометр Северо-Запада 2009—2010 гг. URL : http://www.rstnw.ru/turbo_metr-2010-r.html

ГЛАВА 6

ТУРИЗМ И ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС СТРАНЫ

6.1. Сущность платежного баланса

Понятие «платежный баланс» впервые использовал британский экономист Джеймс Денем-Стюарт в 1767 г. в работе «Исследование о принципах политической экономии». Первоначально в платежном балансе отражались не все внешнеэкономические операции, но уже тогда в него включались расходы граждан за рубежом. Хотя концептуальные основы, логика и структура построения современного платежного баланса с тех пор существенно изменились, они базируются на прежних представлениях о предназначении этого исключительно важного документа.

Платежный баланс характеризует состояние внешней торговли, уровень развития производства, занятость и потребление. На основе данных платежного баланса разрабатывается денежно-кредитная и бюджетная политика страны, осуществляется валютное регулирование и валютный контроль, оценивается инвестиционная привлекательность экономики и уровень достаточности международных резервов. Экспортерам и импортерам, инвесторам и кредиторам, предпринимателям и деловым людям платежный баланс позволяет определить международную конкурентоспособность товаров и услуг, способность выполнять внешние обязательства. Платежный баланс служит одним из источников данных для СНС и непосредственно используется для расчета ВВП.

При составлении платежного баланса учитывается и обрабатывается большой массив данных, поступающих из разных источников. Очень важно, чтобы содержание и методы исчисления однородных показателей, форма производимых записей были едины, и таким образом обеспечивалась бы возможность сопоставления. Большое значение в деле унификации схемы платежного баланса имеет деятельность МВФ, который разработал методический документ «Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции». Этот свод правил кладется в основу составления платежных балансов стран-членов МВФ, включая Россию.

Согласно п. 2.12 рекомендаций МВФ, «*платежный баланс — это статистический отчет, отражающий в суммарном виде экономические операции между резидентами и нерезидентами за определенный период времени*».

Концепция резидентства. Рассматриваемые операции осуществляются между разными участниками экономического процесса (институциональными единицами) — предприятиями, финансовыми институтами,

органами государственного управления, домашними хозяйствами и т.п. Они способны самостоятельно владеть, распоряжаться и пользоваться недвижимостью и активами, принимать обязательства и участвовать в экономической деятельности, операциях с другими хозяйствующими субъектами. Им присущи определенные экономические интересы и поведение. Все институциональные единицы, интегрированные в экономику данной страны, называются ее резидентами, а остальные единицы — нерезидентами. Понятие резидентства является ключевым в «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции».

Резидентом считается физическое или юридическое лицо, которое

1) пребывает на экономической территории страны, т.е. в пределах территории, находящейся под действующим экономическим контролем правительства;
2) располагается на экономической территории страны сравнительно продолжительное время — более года;
3) имеет на территории этой страны центр своего экономического интереса, т.е. ведет хозяйственную деятельность и осуществляет экономические операции.

Понятия «резидент» — «нерезидент» закреплены в соответствующем законодательстве каждой страны. В Российской Федерации, согласно Закону от 10.12.2003 № 173-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) «О валютном регулировании и валютном контроле», к категории резидентов относятся:

а) физические лица, являющиеся гражданами Российской Федерации, за исключением граждан Российской Федерации, постоянно проживающих в иностранном государстве не менее одного года;
б) постоянно проживающие в Российской Федерации на основании вида на жительство иностранные граждане и лица без гражданства;
в) юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации;
г) находящиеся за пределами территории Российской Федерации филиалы, представительства и иные подразделения резидентов, указанных в пункте «в»;
д) дипломатические представительства, консульские учреждения и иные официальные представительства Российской Федерации, находящиеся за пределами территории страны, а также постоянные представительства Российской Федерации при межгосударственных или межправительственных организациях;
е) Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования, которые вступают в отношения, регулируемые настоящим законом и принятыми в соответствии с ним иными федеральными законами и другими нормативными и правовыми актами.

К нерезидентам, согласно российскому законодательству, относятся:

а) физические лица, постоянно проживающие за рубежом, в том числе и временно находящиеся в Российской Федерации;
б) юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств и находящиеся за пределами территории Российской Федерации;
в) организации без образования юридического лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств и находящиеся за пределами территории Российской Федерации;
г) аккредитованные в Российской Федерации дипломатические представительства, консульские учреждения иностранных государств и постоянные представительства указанных государств при межгосударственных или межправительственных организациях;
д) межгосударственные и межправительственные организации, их филиалы и постоянные представительства в Российской Федерации;
е) находящиеся на территории Российской Федерации филиалы, постоянные представительства и другие обособленные или самостоятельные структурные подразделения нерезидентов, указанных в пунктах «б» и «в»;
ж) иные лица.

Разграничение резидентов и нерезидентов при учете всех сделок является важнейшим принципом составления платежного баланса. Он (принцип) имеет большое значение для характеристики результатов их экономической деятельности и правильного отражения экономических операций в платежном балансе.

ЮНВТО использовала терминологию платежного баланса в статистике туризма. В частности, к базовым понятиям статистики туризма относится заимствованное из «Руководства по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ понятие «экономическая территория страны». Страна постоянного проживания (постоянное место жительства в пределах страны) в рекомендациях ЮНВТО определяется точно так же, как в платежном балансе и в Системе национальных счетов. Согласование методологических основ статистики туризма и платежного баланса открывает возможность обмена данными из разных источников, их сопоставления, координации работ в области измерения потоков международного туризма и международных туристских расходов.

Принцип двойной записи международных сделок, принятый в бухгалтерском учете, является основополагающим при построении платежного баланса. Он означает, что каждая операция резидента с нерезидентом показывается двумя равнозначными записями и разносится по двум колонкам, именуемым «кредит» и «дебет». В кредит записываются все сделки по экспорту товаров и услуг и притоку капитала, что приводит к поступлению

иностранной валюты на счет. Кредитовые суммы отражаются со знаком «плюс». В дебет записываются экономические сделки по импорту товаров и услуг и оттоку капитала, приводящие к расходу иностранной валюты. Дебетовые суммы отражаются со знаком «минус» (табл. 6.1.1). Итоговая сумма дебета должна равняться итоговой сумме кредита.

Таблица 6.1.1

Правила отражения операций в платежном балансе по дебету или кредиту

Операция	Кредит, плюс (+)	Дебет, минус (–)
А. Товары и услуги	Экспорт товаров и экспорт услуг (оказание услуг нерезидентам)	Импорт товаров и импорт услуг (оказание услуг нерезидентами)
Б. Доходы (оплата труда и доходы от инвестиций)	Получение средств резидентами от нерезидентов	Выплаты резидентами нерезидентам
В. Трансферты (текущие и капитальные)	Получение средств	Передача средств
Г. Приобретение/продажа непроизводственных нефинансовых активов	Продажа активов	Приобретение активов
Д. Операции с финансовыми активами или обязательствами	Увеличение обязательств по отношению к нерезидентам (например, приобретение нерезидентами наличной национальной валюты) или уменьшение требований к нерезидентам (например, снижение остатков по счетам резидентов в банках-нерезидентах)	Увеличение требований к нерезидентам (например, предоставление кредитов нерезидентам) или уменьшение обязательств по отношению к нерезидентам (например, погашение резидентами ценных бумаг, приобретенных нерезидентами)

Однако на практике полная сбалансированность никогда не достигается. При составлении платежного баланса невозможно абсолютно точно отразить международные экономические сделки: трудно полностью охватить все операции, избежать неоднородности цен, преодолеть разницу во времени регистрации сделок, согласовать данные, полученные из разных источников, и т.д. В результате возникают разного рода искажения, расхождения между итоговыми записями по кредитовым и дебетовым статьям, что требует соответствующих корректировок. Этим обусловлено введение в структуру платежного баланса специальной статьи «Чистые ошибки и пропуски». Она имеется в платежных балансах всех государств. В странах с давними традициями статистики платежного баланса относи-

тельная величина неучтенных ресурсов, главным образом оттока и притока капитала, фиксируемая в этой статье, невелика и стабильна.

Структура платежного баланса. В целях экономического анализа, прежде всего проведения межстрановых сопоставлений, данные платежного баланса определенным образом группируются. Сведения о сделках с разным экономическим содержанием разводятся, тогда как информация о похожих операциях агрегируется. МВФ разработал унифицированную схему платежного баланса, включающую стандартные компоненты.

Согласно методике МВФ, все экономические сделки, подлежащие отражению в платежном балансе, укрупненно делятся на две группы. Необходимость такой группировки вызвана прежде всего тем, что в каждой сделке имеется две равнозначные стороны — торговая и финансовая, которые с точки зрения учета стоимости являются зеркальным отражением друг друга. Потокам реальных экономических ценностей (товаров и услуг) соответствуют потоки финансовых ресурсов, являющихся оплатой за приобретение или платежом за продажу соответствующих товаров и услуг. Как следствие, в стандартном платежном балансе выделяются два больших раздела: *текущий счет*, в котором отражаются сделки по текущим операциям, и *счет операций с капиталом и финансовыми инструментами* (табл. 6.1.2).

Таблица 6.1.2

Структура платежного баланса

Счета внешнеэкономической деятельности			
Счет текущих операций	Кредит	Дебет	Сальдо
Товары и услуги			
Товары			
Услуги			
Первичные доходы			
Оплата труда			
Проценты			
Распределенная прибыль корпораций			
Реинвестированные доходы			
Рента			
Вторичные доходы			
Текущие налоги на доходы, имущество и т.д.			
Чистые страховые премии, кроме страхования жизни			
Страховые возмещения, кроме страхования жизни			
Текущее международное сотрудничество			
Различные текущие трансферты			
Сальдо счета текущих операций			

Окончание

Счета внешнеэкономической деятельности			
Счет операций с капиталом			
Приобретение (выбытие) непроизведенных нефинансовых активов			
Капитальные трансферты			
Сальдо счета операций с капиталом			
Чистое кредитование (+)/чистое заимствование (–) (по данным счетов текущих операций и операций с капиталом)			
Финансовый счет (по функциональным категориям)	Чистое приобретение финансовых активов	Чистое принятие обязательств	Сальдо
Прямые инвестиции			
Портфельные инвестиции			
Производные финансовые инструменты (кроме резервов) и опционы на акции для сотрудников			
Прочие инвестиции			
Резервные активы			
Общее изменение активов (обязательств)			
Чистое кредитование (+)/чистое заимствование (–) (по данным финансового отчета)			
Чистые ошибки и пропуски			

С практической и аналитической точек зрения наиболее важной частью платежного баланса является баланс текущих операций. Счет текущих операций отражает потоки товаров и услуг, а также движение доходов между резидентами и нерезидентами. Все текущие операции принято делить на три большие группы. Первую группу образуют главные элементы текущих статей платежного баланса — экспорт и импорт товаров и услуг. Во вторую группу — первичные доходы — включаются операции с доходами от собственности (инвестиций) и трудовой деятельности, которые могут быть получены за рубежом и переведены в страну. Наконец, к третьей группе — вторичные доходы — относятся статьи, по которым проводятся текущие трансферты — оплата процентов по кредитам, иностранная помощь, взносы в международные организации и т.д.

Капитальные операции связаны с инвестиционной деятельностью, а также приобретением и выбытием финансовых активов и обязательств. Все сделки с капиталом также делятся на группы. Одна часть их проходит по счету операций с капиталом, другая — по финансовому счету.

В соответствии с принципами составления платежного баланса он всегда является уравновешенным. Понятие сальдо платежного баланса как разницы между платежами за границу и поступлениями средств из-за границы применяется только к отдельным его разделам, чаще всего к текущему счету. Каждая страна стремится иметь активный или нулевой платежный баланс, означающий, что нерезиденты должны заплатить данной стране больше или по крайней мере столько же, сколько данная страна — нерезидентам.

6.2. Статья «Поездки» платежного баланса

Важной группой статей счета текущих операций платежного баланса являются «Услуги». В «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ приводится детальная их разбивка. На верхних ее уровнях находятся

1. Услуги по обработке материальных ресурсов, принадлежащих другим сторонам
2. Услуги по ремонту и техническому обслуживанию, не отнесенные к другим категориям
3. Транспорт
   - 3.1. Услуги пассажирского транспорта
   - 3.2. Услуги грузового транспорта
   - 3.3. Прочие транспортные услуги
   - 3.4. Почтовые услуги и услуги курьерской связи
4. Поездки
   - 4.1. Деловые поездки
   - 4.2. Личные поездки
5. Строительство
6. Услуги в области страхования и пенсионного обеспечения
7. Финансовые услуги
8. Плата за пользование интеллектуальной собственностью, не отнесенная к другим категориям
9. Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги
10. Прочие деловые услуги
11. Услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха
12. Государственные товары и услуги, не отнесенные к другим категориям.

Особенности учета экспортно-импортных операций по статье «Поездки». Статья «Поездки» является стандартным компонентом платежного баланса. В ней учитывается стоимость товаров и услуг, связанных с поездками резидентов за границу и нерезидентов в страну. По кредиту статьи отражается стоимость товаров и услуг, приобретенных в стране

нерезидентами, а в дебете — стоимость товаров и услуг, приобретенных в других странах резидентами, во время посещения для личных нужд или для безвозмездной передачи (дарения) другим лицам.

В отличие от большинства других видов услуг по внешнеторговым операциям, которые учитываются в платежном балансе, определенным видом продукта выступают не сами поездки, а целый набор товаров и услуг, потребляемых резидентами (нерезидентами) в стране посещения. Этот набор охватывает самые разные товары и услуги, предоставляемые приезжим в поездке, например услуги связи, услуги местного транспорта, услуги учреждений сферы культуры и отдыха и т.д. Обычно они проходят по иным соответствующим статьям платежного баланса, но в данном случае включаются в категорию поездок.

Понятие «поездка» охватывает пребывание в стране любой продолжительности при условии, что резидент не меняет принадлежность. В практике составления платежных балансов иногда поездки группируются по продолжительности пребывания. Так, расходы лиц, прибывающих на короткое время без ночевки, могут показываться отдельной строкой, если их величина является значительной.

В соответствии с принципами начисления в статье «Поездки» отражается стоимость товаров и услуг, приобретенных во время посещения страны, но оплаченная до начала или после окончания поездки. Товары и услуги могут предоставляться на разных основаниях:

- на коммерческой основе и оплачиваться либо самим лицом, выехавшим за границу, либо от его имени другим физическим или юридическим лицом;
- на безвозмездной основе, например бесплатная комната и питание;
- из собственных ресурсов в случае владения недвижимостью или таймшера.

Все они подлежат учету в платежном балансе по статье «Поездки».

В платежном балансе поездки стандартно разбиваются на деловые и личные. По статье «Деловые поездки» отражается стоимость товаров и услуг, приобретенных для личного пользования лицами, которые совершают поездку с деловой целью. В «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ к этой категории лиц относятся, в частности, государственные служащие и работники международных организаций, находящиеся в стране в официальных деловых поездках, экипажи судов во время остановок или стоянок, командируемые работники для выполнения служебного поручения по распоряжению работодателя-нерезидента (кроме дипломатов, консульских сотрудников, военнослужащих и их иждивенцев), самостоятельно занятые нерезиденты, приезжающие с деловыми целями. Отдельно выделяются приграничные, сезонные и другие иностранные работники, прибывающие в страну по краткосрочному найму. Их расходы не относятся к туристским и в платежном

балансе проходят дополнительной статьей, тем самым данные по поездкам из платежного баланса согласуются со статистикой туризма.

К видам деятельности, осуществляемым во время деловых поездок, относятся производственно-монтажные работы, проведение кампаний по организации и стимулированию сбыта, исследование конъюнктуры рынка, участие в коммерческих переговорах, конференциях, съездах, прочих совещаниях и другие виды хозяйственной деятельности, предпринимаемые от имени предприятия-резидента другой страны.

По статье «Личные поездки» отражается стоимость товаров и услуг, которые приобретают лица, направляющиеся за границу в иных целях, нежели деловые. В «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ рекомендуется производить разбивку статьи «Личные поездки» на три подкомпонента, исходя из основной цели поездки:

1) расходы, связанные с прохождением курса лечения, которые включают расходы на медицинские услуги и прочие услуги в сфере здравоохранения, питание, проживание и местный транспорт, понесенные лицами в поездке по медицинским соображениям;
2) расходы на получение образования, которые включают плату за обучение, питание, проживание, местный транспорт и медицинские услуги, внесенную учащимися-нерезидентами;
3) расходы на прочие личные поездки. Этот подкомпонент обычно является самым крупным в рассматриваемой статье, поскольку он охватывает расходы на зарубежные поездки на отдых во время отпуска, для участия в культурных и развлекательных мероприятиях, посещения друзей и родственников, а также паломничества.

В статью «Поездки» не включаются международные пассажирские перевозки; покупка товаров с целью последующей их перепродажи; приобретение ценностей (например, ювелирных изделий или произведений искусства), потребительских товаров длительного пользования (автомобилей, электроники и пр.) и других потребительских товаров для собственного пользования, превышающих установленный таможней максимальный порог стоимости; покупка товаров и услуг дипломатами, сотрудниками консульских учреждений, военнослужащими и другими лицами и их иждивенцами по месту их командирования. Все они проходят по другим статьям платежного баланса.

МВФ рекомендует дополнительно отражать в платежном балансе компоненты поездки в разбивке по группам приобретаемых продуктов:

- товары;
- услуги местного транспорта;
- услуги по размещению;
- услуги, связанные с питанием;
- прочие услуги (в том числе медицинские и образовательные услуги).

Эта разбивка вводится, чтобы более тесно увязать платежный баланс и ВСТ, статистику туризма и таблицы ресурсов и использования, применяемые в СНС.

Товары и услуги, связанные с поездкой, могут предоставляться опосредованно через турагентство, туроператора, агента по обмену недвижимости в рамках системы таймшера и др. Эти посредники работают за маржу или комиссионное вознаграждение. В таких случаях применяются две схемы отражения экономических операций в платежном балансе.

Если посредник и покупатель товара (услуги) являются резидентами одной и той же страны, то сделки между ними не отражаются в платежном балансе. По статье «Поездки» проходят только суммы, подлежащие выплате конечным поставщикам товаров (услуг) — нерезидентам, например отелям, ресторанам, развлекательным центрам. Если комиссию агенту-резиденту выплачивает конечный поставщик товаров (услуг), являющийся нерезидентом, то по статье «Поездки» отражается валовая стоимость товаров (услуг), оплачиваемая клиентом компании-нерезиденту. Плата за круизы, организуемые операторами-нерезидентами, учитывается по статье «Поездки».

В «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ отдельно рассматриваются вопросы, касающиеся *операций с таймшером*. Система таймшера охватывает широкий круг различных соглашений. Их можно разделить на две группы в зависимости от содержания экономических отношений, которые они закрепляют:

1) приобретение оформленных купчей прав собственности на недвижимость, т.е. на владение землей и зданиями. Стоимость услуг размещения, предоставляемых собственнику, должна определяться на основе условно исчисленных рыночных цен;
2) оплата прав пользования имуществом в рамках системы членства. Эти платежи эквивалентны предоплате за услуги размещения в отеле, а условно начисленная их стоимость учитывается в статье «Поездки». МВФ проводит различия между членской системой с подлежащим переуступке правом пользования объектом таймшера и членской системой без права его передачи другим сторонам (табл. 6.2.1).

Сальдо по статье «Поездки» и его влияние на платежный баланс. Этот вопрос заслуживает отдельного рассмотрения. Сальдо по статье «Поездки» может быть положительным (стоимость экспорта превышает стоимость импорта), нулевым (стоимость экспорта равна стоимости импорта) и отрицательным (стоимость экспорта меньше стоимости импорта). В научной литературе обсуждаются разные варианты воздействия сальдо по статье «Поездки», часто именуемой туристским балансом, на состояние баланса внешней торговли товарами и услугами и платежного баланса в целом. Все их можно свести к шести типам (рис. 6.2.1).

Таблица 6.2.1

Учет различных вариантов соглашений о таймшере

Вид соглашения	Содержание	Тип авансового платежа	Операция с активами	Отражение в платежном балансе
Закрепленное договором право собственности	Право собственности на землю и здания	Прямые инвестиции в страну, где расположен таймшерный объект	Капитал владельца таймшерного объекта (прямые инвестиции)	Услуги размещения в статье «Поездки» (условно исчисленные на основе эквивалентных рыночных цен) и инвестиционный доход (доход на капитал)
Закрепленное договором право пользования	Передаваемое право пользования (эквивалентно экономическому активу)	Предоплата услуг размещения + Контракты, договоры долгосрочной аренды и лицензии (отражается только в случае перепродажи, разность между продажной ценой и стоимостью предоплаченных услуг размещения отражается в счете операций с капиталом)	Торговые кредиты и авансы + Непроизведенные нефинансовые активы (счет операций с капиталом)	Услуги размещения в статье «Поездки»
Закрепленная договором система членства	Членство как непередаваемое право пользования (не эквивалентно активу)	Предоплата услуг размещения	Торговые кредиты и авансы	Услуги размещения в статье «Поездки»

1. Баланс внешней торговли товарами и услугами и туристский баланс имеют положительное сальдо. Туристский баланс улучшает общий активный баланс по статье «Товары и услуги» и платежный баланс в целом.

2. Сальдо туристского баланса отрицательно, но в абсолютном выражении меньше положительного сальдо баланса внешней торговли товарами и остальными (за вычетом поездок) услугами. В этом случае туристский баланс ухудшает активный баланс по статье «Товары и услуги» и платежный баланс в целом.

3. Сальдо туристского баланса положительное. В абсолютном выражении оно превышает отрицательное сальдо баланса внешней торговли товарами и остальными (за вычетом поездок) услугами. Туристский баланс компенсирует пассивный баланс по статье «Товары и услуги» (за вычетом поездок) и активизирует платежный баланс в целом. Такая ситуация редко встречается на практике.

4. Сальдо туристского баланса положительное. Оно уменьшает пассив баланса внешней торговли товарами и услугами, но сальдо баланса по статье «Товары и услуги» остается отрицательным.

5. Баланс внешней торговли товарами и услугами и туристский баланс имеют отрицательное сальдо. Туристский баланс ухудшает и без того пассивный баланс по статье «Товары и услуги», а также платежный баланс в целом.

6. Отрицательное сальдо туристского баланса в абсолютных величинах больше положительного сальдо баланса внешней торговли товарами и услугами (за вычетом поездок) и, как в предшествующей ситуации, ухудшает сложившийся баланс по статье «Товары и услуги».

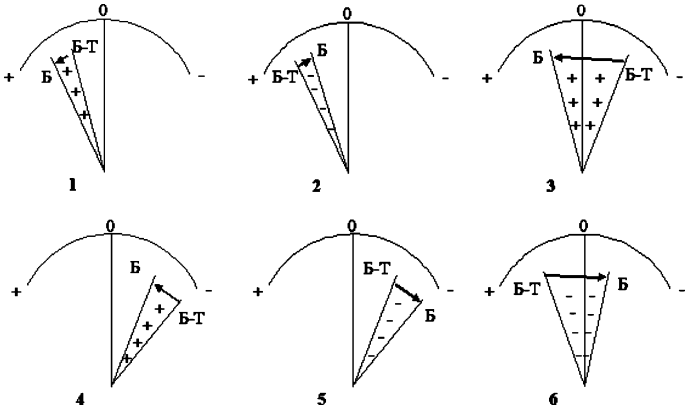

Рис. 6.2.1. Модели влияния сальдо туристского баланса (Т) на баланс внешней торговли товарами и услугами (Б):
+ — положительное сальдо туристского баланса, – — отрицательное сальдо туристского баланса, 1—6 — типологические группы (объяснение в тексте)

Модели влияния сальдо туристского баланса на баланс внешней торговли товарами и услугами, а также платежный баланс в целом часто используются специалистами для типологии стран мира в зависимости от экономического значения международного туризма.

6.3. Проблемы гармонизации статистики туризма и статистики платежного баланса

ЮНВТО и МВФ ведут большую совместную работу по согласованию международных рекомендаций по статистике туризма и руководства по составлению платежного баланса. За последнее время многие позиции в этих документах, касающиеся прежде всего методологических аспектов, удалось существенно сблизить. Однако некоторые различия между статистикой туризма и элементами платежного баланса, связанными с поездками и пассажирскими перевозками, еще остаются. Они имеют отношение к двум главным вопросам:

1) определению круга лиц, сделки которых охватываются платежным балансом в статье «Поездки», в сравнении с совокупностью посетителей;
2) составу расходов, рассматриваемых в статье «Поездки», с одной стороны, и в рамках туристского потребления — с другой.

В «Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции» МВФ по статье «Поездки» рекомендуется учитывать экономические операции иного круга лиц, нежели в статистике туризма. Различия касаются следующих категорий путешествующих лиц:

- учащихся и пациентов, выезжающих за границу на длительное время с образовательными целями или по медицинским показаниям соответственно. В платежном балансе эти категории лиц являются резидентами их родных стран, и их расходы на приобретение товаров и услуг, связанных с поездкой, учитываются вне зависимости от сроков пребывания за рубежом. В статистике туризма, наоборот, в тех случаях, когда учащиеся и пациенты находятся в другой стране свыше года и окружающая их первоначально новая среда по истечении указанного срока становится по определению обычной, они на этом основании не считаются посетителями;
- сезонных, приграничных и прочих работников по краткосрочному найму, трудоустроенных за рубежом. Статистика туризма исключает из категории посетителей всех лиц, путешествующих с целью трудоустройства и заработка, а их расходы не учитываются как туристские. В тоже время в платежном балансе по статье «Поездки» проходят расходы на товары и услуги, при-

обретаемые нерезидентами в экономиках, где они занимаются производительной деятельностью, если эти лица совершают поездки с деловыми целями. В их число входят перечисленные выше работники. Правда, их расходы учитываются отдельной строкой — приобретение товаров и услуг рабочими из приграничных районов, сезонными рабочими и другими работниками по краткосрочному найму;

- беженцев. В платежном балансе в соответствии с «правилом одного года» беженцы могут рассматриваться либо как лица, совершающие поездку, либо как мигранты. В статистике туризма беженцы всегда исключаются из совокупности посетителей, поскольку они находятся в обычной среде, даже если их пребывание носит временный характер.

Таким образом, в платежном балансе в статье «Поездки» фиксируются сделки более широкого круга лиц, нежели совокупность посетителей.

Различия касаются также перечня товаров и услуг, расходы на приобретение которых отражаются в статье «Поездки» платежного баланса, с одной стороны, и включаются в состав туристских расходов, с другой.

Во-первых, в платежном балансе в статье «Поездки» используется понятие «приобретение». В него вкладывается более широкое содержание, нежели в туристские расходы. Например, оно включает бесплатное размещение. В этом отношении понятие «приобретение» ближе к понятию «туристское потребление» из ВСТ.

Во-вторых, в статистике туризма покупка ценностей и потребительских товаров длительного пользования включается в расходы, относящиеся к въездному туризму, причем независимо от стоимости единицы товара. В платежном же балансе по статье «Поездки» проходят только те покупки, стоимость которых не превышает установленный таможенный порог.

В-третьих, расходы на международные перевозки, возникающие при сделке между резидентами и нерезидентами, входят в состав международных туристских расходов. Однако они не отражаются в статье «Поездки» платежного баланса, а проходят по другой статье «Услуги пассажирского транспорта». Эта статья включают тарифы и иные расходы, связанные с перевозкой пассажиров, в том числе и тех лиц, которые не являются посетителями, но не учитывает расходы въездных или выездных посетителей. Дополнительные сложности возникают при учете в обеих статистических системах посреднических услуг бюро путешествий, туроператоров и пр.

Подробнее различия в концептуальных основах статистики туризма и платежного баланса освещаются в таблице 6.3.1.

Таблица 6.3.1

Взаимосвязь между статьями платежного баланса «Поездки» и «Услуги пассажирского транспорта» и статистикой туризма

Категории	Платежный баланс	Статистика туризма
Определения базовых категорий	*Статья «Поездки»* Активы по статье «Поездки» — это товары и услуги для собственного использования или для подарков, которые приобретены нерезидентами в экономике страны, посещаемой в ходе их поездок. Пассив по статье «Поездки» — это товары и услуги для собственного использования или для подарков, которые приобретены резидентами в экономиках других стран, посещаемых в ходе их поездок *Статья «Услуги пассажирского транспорта»* Услуги пассажирского транспорта включают перевозку людей разными видами транспорта. Они охватывают все международные перевозки нерезидентов перевозчиками-резидентами (актив) и перевозки резидентов перевозчиками-нерезидентами (пассив). Кроме того, к ним относятся пассажирские перевозки, оказываемые в пределах территории какой-либо страны перевозчиками-нерезидентами. Стоимостная оценка пассажирских перевозок должна включать сборы, выплачиваемые перевозчиками бюро путешествий и другим поставщикам услуг бронирования.	*Туристские расходы, относящиеся к въездному и выездному туризму* Туристские расходы — это денежные суммы, затраченные на приобретение потребительских товаров и услуг, а также ценностей для собственного использования или передачи другим лицам как при подготовке к туристской поездке, так и в ходе нее. В туристские расходы включаются расходы самих посетителей, а также расходы, оплачиваемые или возмещаемые другими лицами. Расходы, относящиеся к въездному туризму, — это туристские расходы посетителей-нерезидентов в рамках рассматриваемой экономики. Расходы, относящиеся к выездному туризму, — это туристские расходы посетителей-резидентов за пределами рассматриваемой экономики

Продолжение

Категории	Платежный баланс	Статистика туризма
	Пассажирские транспортные услуги, предоставляемые на территории какой-либо страны резидентами нерезидентам и отдельно предоставляемые (закупаемые) у международных перевозчиков, исключаются из статьи «Услуги пассажирского транспорта». Они проходят по статье «Поездки»	
Учитываемые (неучитываемые) путешествующие лица	Въезжающие нерезиденты (выезжающие резиденты)	Международные посетители: путешественники-нерезиденты, совершающие поездки за пределы обычной среды на срок менее года в иных целях, нежели трудоустройство на предприятие, зарегистрированное в посещаемой стране
Дипломаты, консульские работники, военнослужащие (за исключением нанятого на местах персонала) и их иждивенцы	Не учитываются	Не учитываются
Приграничные работники	Учитываются	Не учитываются
Сезонные работники	Учитываются	Не учитываются
Другие лица, работающие по краткосрочному договору	Учитываются	Не учитываются
Экипажи (команды)	Учитываются	Считаются посетителями, за исключением постоянных и временных экипажей (команд) общественных видов транспорта

Учащиеся	На краткосрочном и долгосрочном обучении	В совокупность посетителей включаются только те учащиеся, которые проходят курс обучения продолжительностью менее года (краткосрочный курс обучения)
Пациенты	На краткосрочном и долгосрочном лечении	В совокупность посетителей включаются только те пациенты, которые проходят курс лечения продолжительностью менее года (краткосрочный курс лечения)
Кочевники, беженцы и перемещенные лица	Учитываются, если продолжительность их пребывания не превышает один год	Не учитываются
Состав расходов		
Операции с товарами и услугами, которые не предполагают денежную сделку и являются социальными трансфертами в натуральной форме или требуют интерполяции	Учитываются	Не включаются в туристские расходы, однако учитываются в рамках концепции туристского потребления, используемой в ВСТ
Приобретение потребительских товаров и услуг, кроме международных перевозок	Учитываются	Учитываются
Приобретение ценностей	Учитываются, если их стоимость ниже установленного таможней порога	Учитываются все, если они приобретены в ходе туристской поездки
Приобретение потребительских товаров длительного пользования	Учитываются, если их стоимость ниже установленного таможней порога	Учитываются все, если они приобретены в ходе туристской поездки
Расходы на обучение лиц, которые совершают поездки для получения образования	Учитываются	Учитываются, если продолжительность курса обучения не превышает год (краткосрочный курс)

Окончание

Категории	Платежный баланс	Статистика туризма
Расходы на лечение лиц, которые совершают поездки по медицинским показаниям	Учитываются	Учитываются, если продолжительность курса лечения не превышает год (краткосрочный курс лечения)
Прочие расходы, за исключением приобретения товаров и услуг для перепродажи	Не учитываются	Не учитываются
Международные перевозки		
Транспортные услуги для въезда в рассматриваемую страну или выезда из нее в рамках сделки между резидентом и нерезидентом	Учитываются	Учитываются
Транспортные услуги для переезда между двумя пунктами за пределами рассматриваемой страны в рамках сделки между резидентом и нерезидентом	Учитываются	В стране регистрации перевозчика путешествующее лицо не является посетителем, въезжающим в страну, выезжающим из страны или путешествующим внутри нее; в стране постоянного проживания путешествующего лица оплата этих транспортных услуг включается в расходы, относящиеся к выездному туризму, если путешественник является выездным посетителем
Транспортные услуги в пределах какой-либо экономики, оказываемые перевозчиками-нерезидентами в рамках сделки между резидентом и нерезидентом	Учитываются	Учитываются в составе расходов, относящихся к выездному туризму для страны постоянного проживания путешествующего лица, если он (она) является посетителем;

		не учитываются в статистике туризма для страны регистрации перевозчика
Посреднические услуги и комплексные туры		
Посреднические услуги бюро путешествий	Если перевозчиком выплачивается вознаграждение в виде сбора или комиссии, независимо от страны регистрации бюро путешествий, услуги бюро включаются в стоимостную оценку международных пассажирских перевозок. В платежном балансе они учитываются лишь в том случае, если покупка международных транспортных услуг является сделкой между резидентом и нерезидентом. Если путешественник отдельно оплачивает посреднические услуги бюро путешествий, они проходят по статье «Поездки» только в том случае, когда имеет место сделка между резидентом и нерезидентом	Стоимость посреднических услуг включается в расходы, относящиеся к въездному, выездному или внутреннему туризму в зависимости от страны регистрации бюро путешествий (туроператора) и страны постоянного проживания посетителя.
Комплексные туры	Плата за услуги или комиссия туроператора входит в стоимость комплексного тура. Сбор или комиссия, выплачиваемые поставщиком услуг, учитываются аналогично посредническим услугам бюро путешествий. Стоимость услуг туроператора, предоставляемых в дополнение к купленным услугам поставщиков, включается в статью «Поездки» в случае, если имеет место сделка между резидентом и нерезидентом	Стоимость посреднических услуг включается в расходы, относящиеся к въездному, выездному или внутреннему туризму в зависимости от страны регистрации бюро путешествий (туроператора) и страны постоянного проживания посетителя

6.4. Статья «Поездки» в платежном балансе Российской Федерации

В России платежный баланс разрабатывается на основе ряда законодательных и нормативных актов: Федерального закона от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Федерального закона от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ «О банках и банковской деятельности», постановления Правительства Российской Федерации от 18 июля 1994 г. № 849 «О порядке разработки и представления платежного баланса Российской Федерации». В них ответственность за составление платежного баланса возложена на Центральный банк Российской Федерации. Он правомочен самостоятельно определять методологию формирования статистических и аналитических показателей и порядок их распространения. В своей деятельности Банк России руководствуется рекомендациями МВФ по составлению платежного баланса. В соответствии с ними в Российской Федерации разработаны методические принципы оценки экспорта и импорта услуг по статье «Поездки».

Понятие поездки в статистике платежного баланса. В платежном балансе Российской Федерации поездки определяются как совокупные расходы на приобретение товаров и услуг физическими лицами на территории зарубежных стран для собственных нужд или для безвозмездной передачи другим лицам.

Поездки делятся на деловые и личные. Деловые поездки представляют собой выезд за границу лиц для осуществления разного рода хозяйственной деятельности. К этой категории относятся поездки государственных служащих; сотрудников компаний, временно выезжающих за границу по служебным делам для выполнения работ и оказания услуг; командированных работников международных организаций; экипажей судов, делающих в стране кратковременную остановку; любых других работников, которые не являются резидентами экономики, выступающей в роли их работодателя. Личные поездки — это поездки лиц, направляющихся в зарубежные страны в иных, нежели деловые, частных целях: туристских, оздоровительных, познавательных, спортивных, религиозных и других, а также поездки транзитных пассажиров, оказывающихся на территории данной страны проездом к месту назначения.

Методика оценки стоимости экспорта и импорта услуг по статье «Поездки». Основными источниками статистической информации при составлении платежного баланса по статье «Поездки» в Российской Федерации являются:

- форма отчетности 0613031 (индекс 1-ИНТ (спец) «Сведения о количестве иностранных граждан, посетивших Россию, и граждан России, выезжавших за границу» Пограничной службы Федеральной службы безопасности (ФСБ) Российской Федерации;

- форма отчетности № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристической фирмы»;
- форма отчетности № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения»;
- сведения о продолжительности пребывания иностранных граждан в России, поступающих из Федеральной миграционной службы (ФМС России);
- результаты проводимого Банком России обследования региональных туристических агентств.

Однако прямые отчетные данные об экспорте и импорте услуг по статье «Поездки» отсутствуют, поэтому Банк России вынужден проводить оценку их стоимости. Для этого была разработана специальная модель. Согласно ей, экспорт и импорт услуг рассчитываются как сумма затрат по категориям поездок. В свою очередь размер средств, израсходованных на каждый вид поездок, определяется как произведение затрат, приходящихся на одного въезжающего (выезжающего), на количество этих лиц. Сведения о численности въезжающих (выезжающих) в разбивке по целям поездок содержатся в отчетных данных Пограничной службы ФСБ Российской Федерации. Выделяются следующие цели поездок: служебная, туризм, частная, транзит, поездки обслуживающего персонала.

Удельные расходы на поездки рассчитываются исходя из средней стоимости туристических путевок по странам; норм возмещения расходов работникам, находящимся в краткосрочных командировках за границей, установленных Министерством финансов Российской Федерации; стоимости проживания нерезидентов в средствах размещения в нашей стране; законодательно установленных государствами СНГ норм возмещения расходов по краткосрочным командировкам в Россию и оценки затрат на личные цели во время поездок. При проведении этих оценок Банк России привлекает данные официальной статистики обследований региональных туристических агентств, сведения стран-партнеров, ЮНВТО и средств массовой информации.

В импорт услуг по статье «Поездки» включается приобретение домашними хозяйствами иностранной недвижимости, товаров длительного пользования для собственных нужд в принимающей стране без ввоза их на территорию Российской Федерации. Отдельно рассматривается приобретение резидентами за рубежом автомобилей для личного пользования. Суммарную стоимость автомобилей, ввезенных физическими лицами, определяет Федеральная таможенная служба Российской Федерации. Распределение этой величины на импорт товаров и импорт услуг возложено на Банк России.

Место статьи «Поездки» в платежном балансе Российской Федерации. Статья «Поездки» является наиболее значимым компонентом платежного баланса Российской Федерации. На долю международных

операций, связанных с поездками, приходится около трети внешнеторгового оборота услугами. В 2011 г. в абсолютном выражении их объем достиг 44,2 млрд долл.

Экспорт услуг по статье «Поездки» в том же году составил 11,3 млрд долл. В структуре совокупного экспорта услуг поездки занимают третью позицию после транспорта и прочих деловых услуг (19% в 2011 г.).

Экспорт услуг по статье «Поездки» в значительной мере подвержен сезонным колебаниям (рис. 6.4.1). В динамике этого показателя выделяются периоды снижения и роста, которые повторяются с завидной регулярностью. Из года в год минимальные объемы экспорта приходятся на первый квартал, а максимальные — на третий.

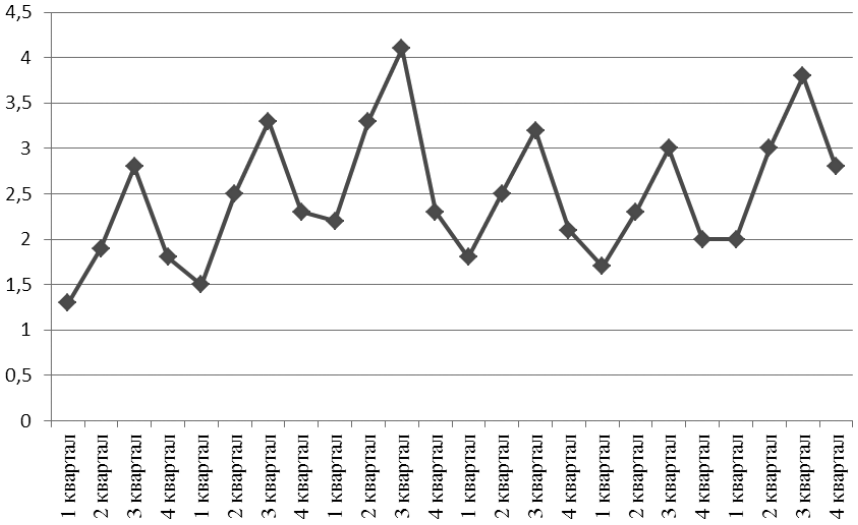

Рис. 6.4.1. Динамика экспорта услуг по статье «Поездки» 2006—2011 гг., млрд долл.

В региональной структуре экспорта услуг по статье «Поездки» традиционно доминируют страны дальнего зарубежья (56% стоимости экспорта). На долю стран СНГ приходится 44% экспорта услуг (рис. 6.4.2). В 2011 году резиденты стран дальнего зарубежья приобрели услуг во время их пребывания на территории Российской Федерации на сумму 6,3 млрд долл., а резиденты СНГ — на сумму свыше 5 млрд долл. В дальнем зарубежье наиболее активно внешняя торговля услугами по статье «Поездки» ведется с ЕС (30% экспорта услуг). Среди резидентов иностранных государств самые высокие расходы в Российской Федерации в 2011 г. несли граждане, приехавшие из Украины и Узбекистана (более 1 млрд долл.), а также из Германии, Казахстана и Китая (0,6—0,9 млрд долл.).

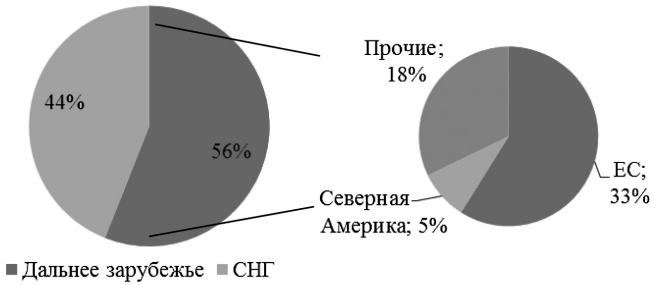

Рис. 6.4.2. Региональная структура экспорта услуг по статье «Поездки»

В структуре экспорта услуг по целям поездок преобладают деловые поездки. В 2011 году их доля достигла 55%, тогда как доля личных поездок не превышала 45%. В странах дальнего зарубежья и СНГ соответствующая структура сильно различается. Для стран дальнего зарубежья она выглядела как 49 и 51%, для СНГ — 63 и 37% (табл. 6.4.1).

Таблица 6.4.1

Структура экспорта услуг по статье «Поездки» по регионам и целям поездок в 2011 г.

Регионы	Экспорт услуг по целям поездок, млн долл.		
	всего	деловая	личная
Экспорт услуг — всего	**11 328**	**6 243**	**5 085**
в том числе в страны			
СНГ	**5 017**	**3 158**	**1 858**
Дальнего зарубежья	**6 311**	**3 084**	**3 227**
в том числе в страны			
ЕС	3 762	1 901	1 861
Северной Америки	521	160	361
Прочие страны	2 028	1 023	1 005

Импорт услуг по статье «Поездки» в 2011 г. оценивался в 32,9 млрд долл. В соответствии с методологией составления платежного баланса МВФ в эту сумму включается стоимость товаров длительного пользования, приобретенных домашними хозяйствами —владельцами иностранной недвижимости в принимающей стране без ввоза их на территорию Российской Федерации. Тем не менее Банк России проводит анализ импорта услуг по статье «Поездки» без учета вышеназванных товаров. В 2011 году он составил 32,3 млрд долл. — максимальную величину в ряду наблюдений. Это самая крупная статья в структуре совокупного импорта услуг. 36% его приходилось на оплату пребывания российских граждан за рубежом. (В середине 1990-х гг. эта доля превышала 50%.)

Импорт услуг по статье «Поездки» по аналогии с экспортом подвержен сезонным колебаниям (рис. 6.4.3). Основную тенденцию в динамике импорта, как и экспорта, Банк России определяет с помощью процедуры сезонной корректировки, т.е. удаления сезонной составляющей (колебаний).

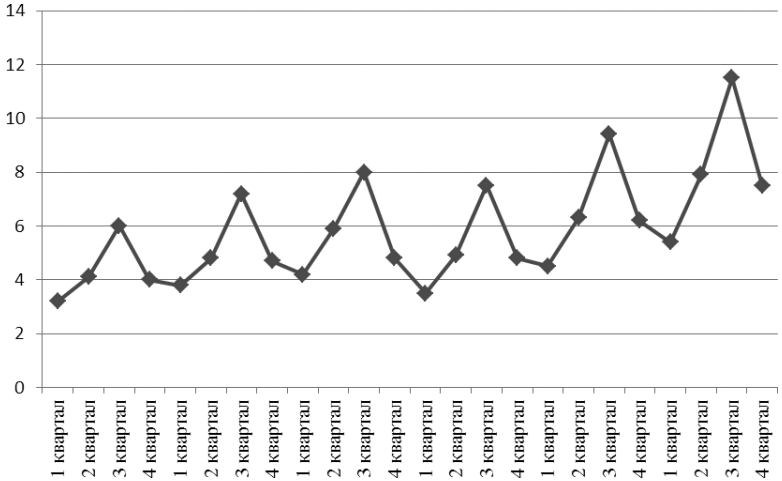

Рис. 6.4.3. Динамика импорта услуг по статье «Поездки» в 2006—2011 гг., млрд долл.

В региональной структуре импорта услуг по статье «Поездки» преобладают страны дальнего зарубежья. Их удельный вес приближается к 90%. Доля стран СНГ сохраняется в пределах 9—12% (рис. 6.4.4). В 2011 году граждане Российской Федерации потратили в ходе поездок в страны дальнего зарубежья 29,3 млрд долл., а в страны СНГ — 3 млрд долл. Среди регионов мира больше всего валюты традиционно вывозится в ЕС (41% импорта услуг). Что касается отдельных стран мира, то максимальные расходы граждане Российской Федерации в 2011 г. несли в Турции (3,7 млн долл.), Германии (2,5 млн), Финляндии (2,1 млн), Украине (1,9 млн) и Испании (1,9 млн).

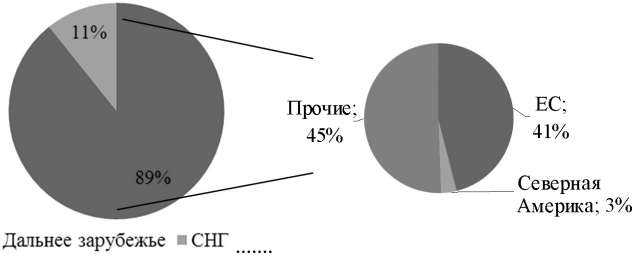

Рис. 6.4.4. Региональная структура импорта услуг по статье «Поездки»

В структуре импорта услуг по целям поездок доминируют личные поездки. Их доля превышает 90%, причем как в странах дальнего зарубежья, так и в странах СНГ (табл. 6.4.2).

Таблица 6.4.2

Структура импорта услуг по статье «Поездки» по регионам и целям поездок в 2011 г.

Регионы	Импорт услуг по целям поездок, млн долл.		
	всего	деловая	личная
Импорт услуг — всего	**32 295**	**2 109**	**30 186**
в том числе из стран			
СНГ	**3 044**	**263**	**2 781**
Дальнего зарубежья	**29 252**	**1 847**	**27 405**
в том числе из стран			
ЕС	14 989	995	13 994
Северной Америки	854	65	789
Прочих стран	13 409	787	12 622

Оценка платежного баланса по статье «Поездки» в динамике. Величина и динамика экспорта и импорта, оборота и сальдо платежного баланса по статье «Поездки» зависят от многих факторов. Банк России группирует их и выделяет наиболее важные факторы. К ним относятся:

- изменение количества поездок;
- изменение среднедушевых расходов на одну поездку;
- структурные сдвиги.

Изменение количества поездок. Банк России анализирует динамику въезда и выезда в Российской Федерации в целом, а также с разбивкой по регионам — дальнее зарубежье и СНГ — и по странам, в особенности лидирующим по объему и темпам прироста въезда (выезда).

Въезд в Российскую Федерацию в том числе с целью временного трудоустройства в 2011 г. увеличился по сравнению с 2010 г. (+13%) и составил 31,0 млн поездок. Положительная динамика этого показателя отмечалась как в отношении стран СНГ (+15%), так и стран дальнего зарубежья (+11%). Особенно заметно вырос въездной поток граждан Узбекистана (+39%), Молдавии (+24%) и Армении (+20%). В странах дальнего зарубежья поездки в Россию были наиболее востребованы среди граждан Польши (+78%), Финляндии (+20%), Испании (+17%), Израиля (+14%) и Эстонии (+11%). В то же время въезд граждан Литвы на территорию Российской Федерации сократился (–18%).

Выезд российских резидентов за границу, в том числе с целью временного трудоустройства, в 2011 г. по сравнению с 2010 г. увеличился (+12%) и составил 40,7 млн поездок. Страны СНГ посетили 15,2 млн россиян

(+5%), а дальнее зарубежье — 25,6 млн (+16%). Лидирующими направлениями по темпам прироста выездов россиян были Таиланд (+74%), Швеция, Испания, Польша, Греция (+50%), Кипр, ОАЭ, Германия, Латвия, Австрия и Финляндия (+30%). По абсолютным значениям лидировали Финляндия (+4,4 млн россиян), Турция (3,3 млн), Китай (2,4 млн) и Египет (1,7 млн).

Изменение среднедушевых расходов на одну поездку. Их величина зависит от уровня цен, географии и целей поездок. В 2011 году по сравнению с 2010 г. среднедушевые расходы на поездку в Россию увеличились с 324 до 366 долл. (+13%). Резиденты стран дальнего зарубежья несли более высокие удельные расходы, которые росли опережающими темпами — с 447 до 516 долл. (+15%). Среднедушевые расходы резидентов СНГ были ниже, но также возросли с 240 до 269 долл. (+12%).

Резиденты Российской Федерации, выезжавшие за границу в 2011 г., тратили в среднем 792 долл. на человека (+9% по сравнению с 2010 г.). Величина расходов существенно различалась в зависимости от географии поездок. В странах дальнего зарубежья она была значительно выше и составляла 1142 долл. (+7% по сравнению с 2010 г.), тогда как в странах СНГ среднедушевые расходы на поездку были намного ниже и продолжали снижаться — 201 долл. (–1%).

Структурные изменения поездок. В эту группу факторов включаются сдвиги в распределении поездок по целям и продолжительности. В 2011 году они привели к увеличению стоимости импорта и почти не оказали какого-либо воздействия на экспорт вследствие разнонаправленного воздействия отдельных факторов.

Динамика экспорта определялась как позитивными, так и негативными изменениями. Сильный положительный эффект дало сокращение доли однодневных поездок в пользу более продолжительных визитов граждан СНГ с частными целями. Одновременно во въездном потоке в Российскую Федерацию уменьшилась доля граждан дальнего зарубежья, путешествующих со служебными и частными целями, и увеличилась доля наименее затратных краткосрочных поездок. Это отрицательно сказалось на динамике экспорта.

Динамика импорта зависела от изменений в структуре выездного потока из России. Повышательное воздействие на импорт имело увеличение доли поездок с туристскими целями преимущественно в страны ЕС, а также Израиль, ОАЭ, США, Таиланд, Турцию и Швейцарию, а также доли продолжительных частных визитов в страны дальнего зарубежья.

Воздействие разных групп факторов на динамику экспорта и импорта услуг по статье «Поездки» обобщено в таблице 6.4.3.

Таблица 6.4.3

Влияние отдельных факторов на изменение экспорта и импорта услуг по статье «Поездки» в 2011 г. по сравнению с 2010 г., млн долл.

Показатели	2010 г.	2011 г.	Всего (прирост (+), снижение (–))	в том числе за счет		
				изменения количества поездок	изменения среднедушевых расходов на одну поездку	структурных сдвигов
Экспорт	8 830	11 328	2 497	1 187	1 398	–87
Импорт	26 425	32 295	5 870	3 114	1 663	1 094
Оборот	35 256	43 623	8 367	4 300	3 061	1 006
Сальдо	–17 595	–20 968	–3 373	–1 927	–265	–1 181

Оценка сальдо туристского баланса. Платежный баланс Российской Федерации по статье «Поездки» имеет хроническое отрицательное сальдо. Ежегодные расходы российских граждан за границей превосходят расходы нерезидентов на поездки в России в 2—3 раза. *Само по себе отрицательное сальдо априори не предполагает какой-либо однозначной оценки с точки зрения воздействия на национальную экономику. Она вытекает из цели проводимой экономической политики.* В зависимости от нее и отрицательный, и положительный баланс по статье «Поездки» может расцениваться как в позитивном, так и в негативном ключе.

В начале 2000-х гг. под влиянием беспрецедентного роста мировых цен на нефть в России сложилась высокая экономическая конъюнктура. Чрезмерно активное сальдо платежного баланса продолжало неуклонно увеличиваться. Происходившее укрепление курса рубля представляло угрозу конкурентоспособности российской экономики. В этих условиях государственное регулирование было направлено на сдерживание роста валютного курса. Банк России скупал излишние валютные поступления и помещал их в официальные резервы. Обратной стороной этих операций было увеличение денежной массы и темпов инфляции в стране.

Рост выездного туризма в начале 2000-х гг., определявший ситуацию на туристском рынке России, оказывал прямое влияние на формирование платежного баланса и валютного курса в стране. Российские туристы, отправляясь за границу, вывозили избыточные нефтедоллары и тем самым снижали необходимость для Центрального банка Российской Федерации закупать валюту. Они действовали в том же направлении, что и политика Банка России. Причем их действия были более эффективными, поскольку утечка избыточной валюты из страны не сопровождалась ростом денежной массы и темпов инфляции. Таким образом, пассивный платежный баланс по статье «Поездки» оказывал в период высокой мировой конъюнктуры стабилизирующее воздействие на макроэкономические процессы.

С начала мирового экономического кризиса и низкой рыночной конъюнктуры ситуация поменялась на диаметрально противоположную. Чрезмерные валютные поступления исчезли вместе с падением мировых цен на нефть. Центробанк стал проводить политику укрепления курса национальной валюты. В 2008 году он плавно девальвировал рубль, чтобы активизировать платежный баланс. Для этого Банк России вынужденно уменьшил официальные резервы. Значительная часть, по некоторым оценкам более $^1/_6$, полученных таким образом валютных средств была направлена на ликвидацию отрицательного сальдо баланса по статье «Поездки». Следовательно, в новых условиях пассивный платежный баланс по статье «Поездки» усугублял и без того непростую макроэкономическую обстановку в стране.

Превращение России из чистого импортера услуг, связанных с поездками, в чистого экспортера будет способствовать повышению устойчивости национальной экономики.

Контрольные вопросы и задания

1. Выберите правильный ответ: 1) в платежном балансе отражаются все внешнеэкономические платежи страны; 2) в платежном балансе отражаются все внешнеторговые операции страны.
2. Расскажите о концепции резидентства в платежном балансе.
3. Перечислите основные разделы платежного баланса и укажите место в нем статьи «Поездки».
4. Перечислите основные принципы формирования туристского баланса.
5. Назовите основные расхождения между статистикой туризма и системой учета экспортно-импортных операций, связанных с поездками, в платежном балансе. Предложите пути их гармонизации.
6. Раскройте влияние разных групп факторов на величину и динамику экспорта и импорта, оборота и сальдо платежного баланса по статье «Поездки».
7. В чем состоит экономический смысл сальдо по статье «Поездки» платежного баланса?
8. Объясните взаимосвязь между сальдо баланса по статье «Поездки» и макроэкономической ситуацией в стране. Правильно ли утверждение «Отрицательный баланс по статье „Поездки“ оказывает негативное воздействие на национальную экономику»? Аргументируйте свой ответ.
9. Охарактеризуйте модели влияния сальдо туристского баланса на баланс внешней торговли товарами и услугами.
10. Проанализируйте платежный баланс Российской Федерации по статье «Поездки».

Литература

1. *Лихачев М.О.* Российский туризм в зеркале макроэкономической статистики // Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития. XII Междунар. науч.-практич. конф. Сб. науч. трудов. М., 2010. С. 128—135.
2. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год / ООН. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Серия М № 83 / Rev. 1. Мадрид — Нью-Йорк : ООН, ЮНВТО, 2010. С. 87—92.
3. Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции / МВФ. 6-е изд. (РПБ6) / пер. на рус. яз. Вашингтон : Международный валютный фонд, 2012. П. 2.12, С. 212—215.
4. Руководство по статистике международной торговли услугами, 2010 год (РСМТУ — 2010). Серия М № 86 / Rev. 1. Н.-Й. : ООН, 2011. С. 63—67.
5. Внешняя торговля Российской Федерации услугами за 2011 год / Центробанк РФ. Статистический сборник. М., 2013, С. 13—14, 38—43. URL : http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/External_Trade_in_Services.pdf
6. Методические принципы оценок отдельных статей платежного баланса / Центральный банк Российской Федерации. URL : http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/principle.pdf
7. Методологический комментарий к платежному балансу Российской Федерации. URL : http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/meth-kom-bop.pdf
8. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации http://www.cbr.ru

ГЛАВА 7

МЕТОДОЛОГИЯ СОСТАВЛЕНИЯ ВСПОМОГАТЕЛЬНОГО СЧЕТА ТУРИЗМА (ВСТ)

7.1. Теоретические основы составления ВСТ

Понятие вспомогательного счета в СНС. В структуре международных стандартов по СНС предусмотрен специальный раздел, посвященный вспомогательным (сателлитным) счетам. Они предназначены для более подробного анализа отдельных важных аспектов экономического и социального развития общества. Каждый их них составляется для углубленного анализа какой-то проблемы, как то охрана окружающей среды, развитие туризма или здравоохранения.

Вспомогательные счета увязываются с СНС. На них распространяются общие принципы учета, формы представления счетов, методы расчета агрегатов. Вместе с тем при построении вспомогательных счетов допускаются некоторые отклонения от принятых в стандартной СНС определений экономических категорий, принципов оценки, стандартных экономических классификаций и т.д., чтобы лучше отразить изучаемую проблему и учесть ее специфику.

Вспомогательные счета позволяют:

- получить дополнительную информацию по отдельным отраслям с точки зрения их функционирования и межотраслевых связей;
- использовать вспомогательные и альтернативные концепции, которые необходимы для внедрения дополнительных элементов в структуру СНС;
- проводить последующий анализ данных с использованием соответствующих показателей и агрегатов;
- увязать натуральные показатели (например, объем туристских потоков, занятость) со стоимостными показателями.

ВСТ — один из основных видов вспомогательных счетов. Он относится к группе функционально-ориентированных вспомогательных счетов.

ВСТ — это логически увязанный набор определений и таблиц, который позволяет оценить экономическую значимость туризма как со стороны производства, так и со стороны потребления.

Основная цель введения ВСТ — обеспечить внутреннюю согласованность статистики туризма с общей системой статистического учета в стране, а также повышение уровня международной сопоставимости данных по туризму.

Современная концепция ВСТ базируется на обновленной методологии построения СНС-2008. Благодаря этому обеспечивается методологическое единство (включая методы статистического учета материальных и финансовых потоков) статистики туризма и других отраслей экономической статистики. Открывается возможность сопоставления туризма с другими отраслями экономики.

Национальное счетоводство основывается на теории равновесия, которая в свою очередь базируется на ряде постулатов. Один из важнейших постулатов формулируется следующим образом: макроэкономическое равновесие выступает как результат равновесия спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Поэтому формирование ВСТ предполагает проведение подробного анализа всех параметров спроса на товары и услуги, относящегося к туризму, отслеживание его связи с предложением этих товаров и услуг как в рамках рассматриваемой экономики, так и вне ее, а также определение того, каким образом туризм соотносится с другими видами экономической деятельности. В качестве справочных материалов применяются таблицы ресурсов и их использования в национальных счетах.

В ВСТ в совокупный спрос в туризме включаются собственно совокупный спрос посетителей (домохозяйств), находящий выражение в непроизводственном туристском потреблении, инвестиционный спрос фирм, в результате которого происходит валовое накопление основного капитала в сфере туризма, спрос на коллективные нерыночные услуги, проявляющийся в коллективном туристском потреблении, а также экспорт товаров для туристского пользования.

Концепция туристского потребления в новой редакции ВСТ (2008) расширяет понятие туристских расходов. Помимо покупок, непосредственно входящих в туристские расходы, категория туристского потребления включает величину косвенно определяемого потребления и прочие корректировки, в том числе:

1) условно рассчитанную стоимость бартерных операций (например, временный обмен жильем в целях отдыха);
2) условно рассчитанную стоимость товаров (рыбы, овощей, фруктов и т.д.), произведенных за собственный счет на садовых участках или во время отдыха за пределами постоянного места жительства;
3) стоимость жилищно-коммунальных услуг, доводимых до владельца помещения (вторичного жилья, предназначенного для отдыха, или апартаментов по системе таймшера), в котором он проживает во время отдыха;
4) стоимость услуг финансового посредничества, включаемая в туристские расходы посетителя в составе процентной ставки;
5) чистые расходы принимающей посетителей стороны с учетом увеличения расходов на питание, оплату жилищно-коммунальных услуг, оформление приглашений, приобретение подарков и т.д.;

6) затраты производителей на оказание своим работникам услуг по перевозке, размещению и питанию и пр. на безвозмездной основе или по субсидированным ценам во время деловых поездок;
7) чистую сумму издержек производителей (т.е. сумму издержек без учета денежных выплат сотрудникам), связанных с предоставлением дополнительных услуг своим работникам и членам их семей как посетителям, в том числе бесплатные или субсидируемые за счет работодателя транспортные услуги, проживание в центрах отдыха и т.д.;
8) часть расходов на предоставление нерыночных услуг для индивидуального потребления в сфере образования, социального обеспечения, здравоохранения, музейной деятельности, рекреации и т.д., которые являются социальными трансфертами в натуральной форме.

Концепция туристского потребления в рамках ВСТ служит основой при определении величины валовой добавленной стоимости и валового внутреннего продукта, создаваемых непосредственно в туризме.

Основные категории туристского потребления представлены в таблице 7.1.1.

Таблица 7.1.1

Виды туризма и соответствующие им категории туристского потребления

Внутренний туризм — деятельность посетителей-резидентов в пределах территории страны постоянного проживания в рамках либо внутренних туристских поездок, либо составной части выездных туристских поездок	*Потребление, относящееся к внутреннему туризму*, — туристское потребление посетителей-резидентов в пределах экономики страны постоянного проживания
Въездной туризм — деятельность посетителей-нерезидентов в пределах территории посещаемой страны во время въездных туристских поездок	*Потребление, относящееся к въездному туризму*, — туристское потребление посетителей-нерезидентов в экономике посещаемой страны
Выездной туризм — деятельность посетителей-резидентов за пределами территории страны постоянного проживания в рамках либо выездных туристических поездок, либо составной части внутренних туристских поездок	*Потребление, относящееся к выездному туризму*, — туристское потребление посетителей-резидентов за пределами экономики страны постоянного проживания
Туризм в пределах территории страны — деятельность посетителей-резидентов и нерезидентов в пределах территории рассматриваемой страны во время внутренних или международных (въездных) туристских поездок	*Потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны*, — туристское потребление посетителей-резидентов и нерезидентов в пределах экономики рассматриваемой страны. Его величина определяется как сумма показателей

Окончание

	туристского потребления, относящегося к внутреннему и въездному туризму
Национальный туризм — деятельность посетителей-резидентов в пределах и за пределами территории страны постоянного проживания во время внутренних или выездных туристских поездок	*Потребление, относящееся к национальному туризму*, — туристское потребление посетителей-резидентов в пределах экономики рассматриваемой страны и за ее пределами. Его величина представляет собой сумму показателей потребления, относящегося к внутреннему и выездному туризму

Источник: Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. Серия F. № 80 / Rev. 1. Люксембург — Мадрид — Нью-Йорк — Париж : изд-е ООН, 2010.

Валовое накопление основного капитала в туризме. В СНС-2008 валовое накопление основного капитала определяется как общая стоимость основных фондов, приобретенных производителем (за вычетом реализованных) в отчетном периоде, плюс некоторые расходы на услуги, которые увеличивают стоимость непроизводственных активов. Основными фондами при этом считаются созданные в процессе производства активы (например, машины, оборудование, здания и сооружения), которые многократно или непрерывно используются для производства другой продукции на протяжении более чем одного года.

Затраты, направленные на увеличение или восполнение капитала, т.е. инвестиции, имеют особое значение для развития туризма. Оно невозможно без наличия базовой инфраструктуры в виде мест размещения и отдыха, транспортной сети, объектов здравоохранения и др., создание и поддержание которых требует немалых инвестиционных вложений.

Связанные с туризмом инвестиции могут быть подразделены на три основные категории:

1) инвестиции в специфические туристские основные фонды;
2) инвестиции предприятий сферы туризма в основные фонды, не относящиеся к категории специфических туристских;
3) инвестиции в инфраструктуру, связанную с туризмом.

Специфические туристские основные фонды используются исключительно для производства туристских товаров и услуг, например экскурсионные автобусы, круизные суда, материально-техническая база гостиниц, конгресс-центры, горнолыжные подъемники и т.д. (табл. 7.1.2). Дома для отдыха (в частности, дачи) также относятся к этой категории, хотя они могут трансформироваться и в основное жилье.

Таблица 7.1.2

Категории специфических туристских основных фондов в рамках ВСТ

Категории	Примечания
1. Объекты размещения посетителей	
1.1. Материально-техническая база гостиниц и прочих средств размещения посетителей	Наряду с гостиницами включаются мотели, постоялые дворы, молодежные общежития, горные приюты, кемпинги, лагеря отдыха и т.д.
1.2. Дома для отдыха, принадлежащие владельцам на правах полной собственности	Все типы жилья, которые используются в качестве домов для отдыха и полностью принадлежат домохозяйствам
1.3. Дома для отдыха, находящиеся в других формах собственности	Жилые помещения, используемые в качестве домов для отдыха по системе таймшера, на условиях долевой собственности, в качестве гостиниц квартирного типа и т.д.
2. Прочие нежилые здания и сооружения, относящиеся к туристской индустрии	
2.1. Материально-техническая база ресторанов и аналогичных предприятий общественного питания	Наряду с ресторанами включаются кафе, бары и заведения самообслуживания (ночные клубы, дискотеки и т.д.)
2.2. Инфраструктура для пассажирских перевозок на дальние расстояния	Пассажирские терминалы, линии электропередач для железнодорожных магистралей, предназначенных для перевозки пассажиров, портовые и причальные сооружения для пассажирских паромов и круизных судов и т.д.
2.3. Материально-техническая база учреждений культуры и аналогичных заведений, преимущественно посещаемых туристами и экскурсантами	Исторические памятники, туристские достопримечательности и т.д.
2.4. Сооружения для занятий спортом, а также для отдыха и развлечений в основном за пределами обычной среды	Бассейны, парки развлечений, зоопарки, сооружения для занятий горными лыжами, пристани для яхт, площадки для игры в гольф и т.д.
2.5. Прочие сооружения и строения	
3. Пассажирские транспортные средства, используемые в туристских целях	

Окончание

Категории	Примечания
3.1. Наземный транспорт	а) автомобильный пассажирский транспорт — междугородние автобусы, экскурсионные автобусы; б) железнодорожный пассажирский транспорт — локомотивы, дизельные поезда, пассажирские вагоны, за исключением электропоездов пригородного сообщения, и т.д.
3.2. Водный транспорт	Паромы для перевозки пассажиров и транспортных средств, круизные суда и т.д.
3.3. Воздушный транспорт	Самолеты, планеры и дельтапланы, воздушные шары и дирижабли для обзорных целей, транспортные средства для перевозки багажа, вертолеты и т.д.
4. Прочие машины и оборудование, предназначенные для производства типичных туристских продуктов	Все основные фонды, не включенные в другие категории и используемые предприятиями туристской индустрии в целях обслуживания посетителей, такие как оборудование для приготовления пищи в ресторанах, специальное оборудование для пассажирских терминалов, оборудование и мебель для гостиниц и ресторанов, спортивный инвентарь и т.д. Потребительские товары длительного пользования, приобретенные посетителями, в данную категорию не включаются
5. Благоустройство земель, используемых в туристских целях	Расширение прибрежной полосы путем строительства дамб, молов, плотин; обустройство лесных территорий для использования этих земель в туристских целях

Ко второй категории относятся инвестиции в основные фонды, которые используются в соответствии с характером производственной деятельности предприятий сферы туризма, например компьютерные системы, установленные в гостиницах или на турфирмах, оборудование действующих в гостиницах химчисток и т.д.

К последней категории относятся инвестиции в объекты инфраструктуры, снабжающие водой, электроэнергией, теплом, связью, а также предоставляющие медицинские услуги. В федеральной целевой программе «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)» она получила наименование обеспечивающей инфраструктуры, которая не имеет обязательного и непосредственного отношения к туризму, но без нее невозможно функционирование туристских комплексов и дестинаций.

Коллективное туристское потребление. В ВСТ отражается предоставление как рыночных, так и нерыночных услуг, связанных с туризмом. Что касается нерыночных услуг для индивидуального потребления посетителями, то они учитываются в рамках такой категории, как туристское потребление в виде социальных трансфертов в натуральной форме. Но часть нерыночных услуг (например, обеспечение безопасности на курортах) предназначена не для индивидуального, а для совместного, коллективного туристского потребления. Понятие коллективного туристского потребления вводится, чтобы подчеркнуть роль органов государственного управления в создании условий для развития туризма. ВСТ предполагает возможность расчета величины коллективного туристского потребления.

Нерыночные коллективные услуги характеризуются следующими особенностями:

- они могут одновременно предоставляться всем и каждому члену общества или отдельным социальным группам, например населению конкретного региона страны или местности;
- пользование такими услугами обычно носит пассивный характер и не требует явно выраженного согласия или активного участия со стороны всех заинтересованных лиц;
- предоставление коллективной услуги одному лицу не сокращает объем ее предоставления другим членам общества или группы населения, т.е. приобретение таких услуг не связано с конкуренцией.

В методических рекомендациях ООН по составлению ВСТ (2008) приводится следующий примерный перечень коллективных нерыночных услуг, которые имеют отношение к сфере туризма:

- рекламные услуги в сфере туризма;
- информационные услуги для посетителей;
- государственные административные услуги, предоставляемые предприятиям оптовой и розничной торговли, сферы общественного питания, средствам размещения (гостиницам);
- государственные административные услуги, предоставляемые предприятиям сферы туризма (например, лицензирование);
- часть услуг по исследованию рынка и опросам общественного мнения;

- часть услуг органов внутренних дел и противопожарной службы, предоставляемых, например, во время проведения массовых туристских мероприятий и праздников;
- часть услуг в области образования и профессиональной подготовки кадров, например, при повышении квалификации государственных и муниципальных служащих в сфере туризма.

В целом коллективное туристское потребление рассматривается в рамках более широкого понятия совокупного туристского внутреннего спроса. Полноценные методики учета этого спроса пока не разработаны, отсутствуют и оценочные его расчеты.

Что касается предложения туристских товаров и услуг, то количественная его оценка является одной из самых важных в статистике туризма вкупе с вопросами определения экономического вклада туризма. Поэтому в методических рекомендациях ООН по составлению ВСТ (2008) особое внимание уделено новым подходам к проблеме выявления продуктов (типичных туристских и связанных с туризмом, а также других потребительских товаров) и отраслей туристской индустрии. Эти новые подходы основываются на международных стандартных классификациях товаров и услуг и видов экономической деятельности.

Классификация продуктов и видов экономической деятельности в туризме. В соответствии с СНС-2008 создание ВСТ должно начинаться с выявления специфических товаров и услуг, предлагаемых на туристском рынке. Выделяется две их категории — типичные (характерные) туристские продукты и продукты, связанные с туризмом.

Типичные (*характерные*) *туристские продукты* — это продукты, соответствующие одному или обоим из нижеперечисленных критериев:

- туристские расходы на продукт должны составлять значительную долю общих туристских расходов;
- туристские расходы на продукт должны составлять значительную долю предложения данного продукта в экономике. Этот критерий предполагает, что предложение того или иного типичного (характерного) для туризма продукта в значимых объемах прекратится в отсутствие посетителей.

В случае с типичными (характерными) туристскими продуктами изучается, каким образом они производятся, какие виды производителей вовлечены в процесс их создания, какую рабочую силу и какие основные фонды они используют.

Продукты, *связанные с туризмом*, не отвечают выше перечисленным критериям. Эти продукты представляют интерес с точки зрения их использования в сфере туризма. Признак типичности не принимается в данном случае во внимание ни в плане физической сущности этих продуктов, ни в плане их классификаций.

В ВСТ при подходе, основанном на предложении, главный акцент делается на изучении производителей и их деятельности.

Типичные (*характерные*) *виды деятельности в туризме* — это такие виды деятельности, которые связаны в основном с производством характерных туристских продуктов. Производители, занятые этими видами деятельности, называются *типичными* (*характерными*) *производителями*. На практике не существует строгого прямого соответствия между продуктами и отраслями (видами деятельности), производящими их в качестве основной продукции. Сходные продукты могут быть произведены в разных отраслях.

В таблице 7.1.3 приводится перечень продуктов и согласующийся с ним перечень видов деятельности, которые следует рассматривать как типичные (характерные) для туризма во всем мире (подробно см. приложение 7).

Таблица 7.1.3

Перечень типичных (характерных) для туризма потребительских продуктов и видов деятельности (отраслей туризма)

Продукты	Виды деятельности (отрасли туризма)
1. Услуги по размещению посетителей	1. Размещение посетителей
2. Услуги предприятий общественного питания	2. Общественное питание
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом	3. Железнодорожный пассажирский транспорт
4. Автомобильные пассажирские перевозки	4. Автомобильный пассажирский транспорт
5. Перевозки пассажиров водным транспортом	5. Водный пассажирский транспорт
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом	6. Воздушный пассажирский транспорт
7. Услуги проката транспортных средств	7. Прокат транспортных средств
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств	8. Деятельность туристических агентств и других служб бронирования
9. Услуги в сфере культуры	9. Деятельность в сфере культуры
10. Спортивные и рекреационные услуги	10. Деятельность в сфере спорта и рекреации
11. Типичные (характерные) туристские товары для конкретной страны	11. Розничная торговля типичными (характерными) туристскими продуктами, определяемыми по странам мира
12. Типичные (характерные) туристские услуги для конкретной страны	12. Прочие определяемые по странам типичные (характерные) для туризма виды деятельности

Добавленная стоимость в туризме. Одним из важнейших элементов ВСТ является определение добавленной стоимости в туризме. Добавленная стоимость — это агрегированный показатель, позволяющий оценить значимость того или иного вида экономической деятельности, в данном случае туризма. В ВСТ используется показатель валовой добавленной стоимости. Он определяется как стоимость конечной продукции за вычетом стоимости промежуточного потребления, т.е. стоимости потребленных товаров и услуг в течение определенного времени с целью производства других товаров и услуг. Это позволяет избежать двойного учета и дублирования при сопоставлении и агрегировании разных видов экономической деятельности.

В ВСТ проводится различие между *валовой добавленной стоимостью, создаваемой в отраслях туристской индустрии*, и *валовой добавленной стоимостью, создаваемой непосредственно в туризме*. В первом случае рассчитывается вся сумма валовой добавленной стоимости, создаваемой всеми действующими в сфере туризма предприятиями, независимо от того, предназначен ли производимый ими продукт для посетителей или нет, а также независимо от того, в какой степени их производственный процесс специализирован на выпуске туристских продуктов. Во втором случае учитывается только часть валовой добавленной стоимости, создаваемой в отраслях туристской индустрии и других отраслях экономики и непосредственно связанной с обслуживанием посетителей. Таким образом достигается взаимоувязка между производством туристских товаров и услуг, с одной стороны, и потреблением, относящимся к туризму в пределах территории страны, — с другой.

На основе валовой добавленной стоимости рассчитывается другой агрегированный показатель *валовой внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме*. Это два единственных показателя, которые характеризуют предложение на туристском рынке, в рамках ВСТ.

Сравнительная характеристика содержания разных экономических агрегированных показателей в туризме приведена в таблице 7.1.4.

Таблица 7.1.4

Взаимосвязь между экономическими агрегированными показателями, характеризующими сферу туризма с точки зрения предложения

	Валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма	Валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме	Валовой внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме
Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная предприятиями туристской индустрии	Включается	Включается	Включается

Окончание

	Валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма	Валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме	Валовой внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме
в результате обслуживания посетителей			
Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная предприятиями туристской индустрии в результате обслуживания прочих лиц (не посетителей)	Включается	Не включается	Не включается
Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате обслуживания посетителей предприятиями, не относящимися к туристской индустрии	Не включается	Включается	Включается
Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате обслуживания прочих лиц (не посетителей) предприятиями, не относящимися к туристской индустрии	Не включается	Не включается	Не включается
Чистые налоги на продукты и импорт, включенные в объем потребления, который относится к туризму в пределах территории страны (в ценах покупателей)	Не включается	Не включается	Включается

7.2. Система таблиц ВСТ

ВСТ представляет собой систему таблиц, показывающих, из каких ресурсов создаются туристские продукты, как производится плата за используемые производственные факторы, как потребляются туристские продукты, и т.д. Все таблицы связаны между собой конкретными показателями (статьями).

В состав ВСТ входит десять таблиц:

1) таблица 1 «Расходы, относящиеся к въездному туризму, с разбивкой по продуктам и категориям посетителей»;

2) таблица 2 «Расходы, относящиеся к внутреннему туризму, с разбивкой по продуктам, категориям посетителей и видам поездок»;
3) таблица 3 «Расходы, относящиеся к выездному туризму, с разбивкой по продуктам и категориям посетителей»;
4) таблица 4 «Потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны, с разбивкой по продуктам»;
5) таблица 5 «Счета производства в отраслях туризма и других отраслях (в базисных ценах)»;
6) таблица 6 «Совокупное предложение и совокупное потребление, относящиеся к туризму в пределах территории страны (в ценах покупателей)»;
7) таблица 7 «Занятость в отраслях туризма»;
8) таблица 8 «Валовое накопление основного капитала, имеющего отношение к туризму, в отраслях туризма и других отраслях экономики»;
9) таблица 9 «Коллективное туристское потребление с разбивкой по продуктам и уровням государственного управления»;
10) таблица 10 «Нестоимостные показатели».

Формирование ВСТ требует большого массива данных, которые не всегда имеются в достаточном объеме. В настоящее время даже в странах с мощной туристской индустрией и сравнительно развитой статистикой туризма заполняются не все таблицы ВСТ.

Таблицы 1—3 предназначены для описания и анализа туристского потребления в стоимостном выражении (табл. 7.2.1, 7.2.2, 7.2.3). Они содержат информацию о туристских расходах, которые несут сами посетители или от их имени другие физические и юридические лица (фирмы, государственные учреждения, некоммерческие организации). О размерах этих расходов посетители могут сообщить достоверные сведения. Туристские расходы отражаются без учета социальных трансфертов в натуральной форме, а также затрат, связанных с проживанием во вторых домах для отдыха.

Таблица 1 дает информацию о расходах, относящихся к въездному туризму, таблица 2 — к внутреннему туризму, таблица 3 — к выездному туризму с разбивкой по продуктам и категориям посетителей. Во всех этих таблицах применяются одинаковые группировки по видам типичных (характерных) для туризма потребительских продуктов и одинаковые принципы учета. Величина и структура туристских расходов определяются отдельно для туристов и однодневных посетителей, поскольку характер потребления этих категорий посетителей обычно сильно различается. В таблице 2 расходы, относящиеся к внутреннему туризму, представлены дополнительно с разбивкой по видам поездок — внутренним и выездным.

Таблица 7.2.1

Таблица 1. Расходы, относящиеся к въездному туризму, с разбивкой по продуктам и категориям посетителей

Продукты	Расходы, относящиеся к въездному туризму		
	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей
	(1.1)	(1.2)	(1.3) = = (1.1) + (1.2)
A. Потребительские продукты*			
A.1. Типичные туристские продукты			
1. Услуги по размещению посетителей		X	
1.a. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b		X	
1.b. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности		X	
2. Услуги предприятий общественного питания			
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом			
4. Автомобильные пассажирские перевозки			
5. Перевозки пассажиров водным транспортом			
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом			
7. Услуги проката транспортных средств			
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств			
9. Услуги в сфере культуры			
10. Спортивные и рекреационные услуги			
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны			
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны			
A.2. Другие потребительские продукты[a]			

В.1. Изделия, обладающие определенной ценностью			
ВСЕГО			

Х — не применяется.

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.

а — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

Таблица 7.2.2

Таблица 2. Расходы, относящиеся к внутреннему туризму, с разбивкой по продуктам, категориям посетителей и видам поездок

Продукты	Расходы								
	на внутренние поездки**			на выездные поездки **			на все виды поездок, относящихся к внутреннему туризму		
	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей
	(2.1)	(2.2)	(2.3) = = (2.1) + + (2.2)	(2.4)	(2.5)	(2.6) = = (2.4) + + (2.5)	(2.7) = = (2.1) + + (2.4)	(2.8) = = (2.2) + + (2.5)	(2.9) = = (2.3) + + (2.6)
А. Потребительские продукты*									
А.1. Типичные туристские продукты									

Окончание

Продукты	Расходы								
	на внутренние поездки**			на выездные поездки **			на все виды поездок, относящихся к внутреннему туризму		
	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей
1. Услуги по размещению посетителей		X			X			X	
1.a. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b		X			X			X	
1.b. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности		X			X			X	
2. Услуги предприятий общественного питания									
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом									
4. Автомобильные пассажирские перевозки									
5. Перевозки пассажиров водным транспортом									

6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом									
7. Услуги проката транспортных средств									
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств									
9. Услуги в сфере культуры									
10. Спортивные и рекреационные услуги									
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны									
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны									
А.2. Другие потребительские продукты[a]									
В.1. Изделия, обладающие определенной ценностью									
ВСЕГО									

X — не применяется.

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.

** — внутренний туризм включает деятельность посетителей-резидентов в пределах территории страны постоянного проживания в рамках либо внутренних туристских поездок, либо составной части выездных туристских поездок

а — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

Таблица 7.2.3

Таблица 3. Расходы, относящиеся к выездному туризму, с разбивкой по продуктам и категориям посетителей

Продукты	Расходы, относящиеся к выездному туризму		
	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей
	(3.1)	(3.2)	(3.3) = = (3.1) + + (3.2)
А. Потребительские продукты*			
А.1. Типичные туристские продукты			
1. Услуги по размещению посетителей		X	
1.a. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b		X	
1.b. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности		X	
2. Услуги предприятий общественного питания			
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом			
4. Автомобильные пассажирские перевозки			
5. Перевозки пассажиров водным транспортом			
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом			
7. Услуги проката транспортных средств			
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств			
9. Услуги в сфере культуры			
10. Спортивные и рекреационные услуги			
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны			
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны			
А.2. Другие потребительские продукты[a]			

Окончание

Продукты	Расходы, относящиеся к выездному туризму		
	туристов (ночующих посетителей)	экскурсантов (однодневных посетителей)	всех посетителей
В.1. Изделия, обладающие определенной ценностью			
ВСЕГО			

X — не применяется.

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.

а — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

Таблица 4 сводит расходы, связанные с въездным туризмом (таблица 1, столбец 1.3) и внутренним туризмом (таблица 2, столбец 2.9). Она также включает прочие компоненты туристского потребления. К ним относятся социальные трансферты в натуральной форме, касающиеся туризма (например, в виде предоставления бесплатных социально-культурных услуг), расходы, связанные с проживанием во вторых домах для отдыха (например, расходы по обмену жилых помещений по системе таймшера) и прочие условно исчисленные и неучтенные ранее расходы. В сумме они составляют туристское потребление в пределах территории страны (табл. 7.2.4).

Таблица 5 — счета производства, построена по методу «затраты-выпуск» и, по существу, является балансовой таблицей. В строках показаны продукты — типичные туристские и отдельно все остальные. В столбцах перечислены виды деятельности (отрасли) — полностью или частично относящиеся к туризму и все остальные. В верхней части таблицы представлен валовой выпуск продуктов, т.е. стоимость всех произведенных товаров и услуг в базисных ценах с разбивкой по видам продуктов. Далее приводится общий объем промежуточного потребления в ценах покупателей. Разность между валовым выпуском и промежуточным потреблением (строка I — строка II) дает валовую добавленную стоимость в базисных ценах. В заключительной части таблицы в составе валовой добавленной стоимости выделяются следующие элементы: оплата труда наемных работников, налоги на производство за вычетом субсидий на производство, валовой смешанный доход — часть добавленной стоимости частных некорпорированных предприятий, валовой резервный капитал, образованный путем отчислений из прибыли предприятий.

Счета производства схематично представлены в таблице 7.2.5.

Таблица 7.2.4

Таблица 4. Потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны, с разбивкой по продуктам

Продукты	Расходы, относящиеся к въездному туризму	Расходы, относящиеся к внутреннему туризму	Расходы, относящиеся к туризму в пределах территории страны	Прочие компоненты туристского потребления**	Потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны
	(1.3)	(2.9)	(4.1) = = (1.3) + (2.9)	(4.2)	(4.3) = = (4.1) + (4.2)
А. Потребительские продукты*					
А.1. Типичные туристские продукты					
1. Услуги по размещению посетителей					
1.a. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b					
1.b. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности					
2. Услуги предприятий общественного питания					
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом					
4. Автомобильные пассажирские перевозки					
5. Перевозки пассажиров водным транспортом					
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом					
7. Услуги проката транспортных средств					
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств					
9. Услуги в сфере культуры					

10. Спортивные и рекреационные услуги					
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны					
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны					
А.2. Другие потребительские продукты[a]					
В.1. Изделия, обладающие определенной ценностью					
ВСЕГО					

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.

** — составляющие должны учитываться по отдельности, если это возможно.

а — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

Таблица 7.2.5

Таблица 5. Счета производства в отраслях туризма и других отраслях (в базисных ценах)

| Продукты | | |

А. 1. Типичные туристские продукты																	
1. Услуги по размещению посетителей																	
1а. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b																	
1б. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности																	
2. Услуги предприятий общественного питания																	
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом																	
4. Автомобильные пассажирские перевозки																	
5. Перевозки пассажиров водным транспортом																	
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом																	
7. Услуги проката транспортных средств																	
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств																	
9. Услуги в сфере культуры																	
10. Спортивные и рекреационные услуги																	
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны																	
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны																	
А. 2. Другие потребительские продукты[a]																	

Окончание

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
В. Продукты, не относящиеся к категории потребительских																	
В. 1. Изделия, обладающие определенной ценностью																	
В. 2. Другие продукты, не относящиеся к категории потребительских**,[b]																	
I. Валовой выпуск продуктов (в базисных ценах)																	
II. Общий объем промежуточного потребления (в ценах покупателей)[c]																	
(I—II). Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах)																	
Оплата труда наемных работников																	
Налоги на производство за вычетом субсидий на производство																	
Валовой смешанный доход																	
Валовой резервный капитал, образованный путем отчислений из прибыли предприятий																	

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.

** — включает все другие товары и услуги, которые предлагаются в рассматриваемой экономике.

a — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

b — товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.

c — если возможно, должна приводиться разбивка по продуктам.

Таблица 6 является центральной в системе ВСТ. Она отражает взаимосвязь между совокупным предложением и совокупным потреблением, относящимися к туризму в пределах территории страны. В таблице содержится информация, необходимая для расчета величины валовой добавленной стоимости и валового внутреннего продукта, создаваемых непосредственно в туризме.

При заполнении таблицы в качестве исходных данных используются сведения из разных источников, в том числе непосредственно от поставщиков о категориях обслуживаемых ими потребителей и их рыночной доле, от самих посетителей об их расходах с разбивкой по продуктам и с указанием поставщиков, а также экспертные оценки.

Таблица составлена таким образом, что продукты указываются в строках, а корреспондирующие столбцы разделены на три группы (табл. 7.2.6). Первая группа — виды деятельности, объединяет столбцы с 1 по 15, перешедшие из таблицы 5. Вторая группа столбцов содержит показатели и стоимостные корректировки (импорт, налоги на продукты за вычетом субсидий, торговые и транспортные наценки), которые необходимы для расчета совокупного предложения товаров и услуг в национальной экономике в ценах покупателей. Третья группа состоит из двух столбцов — туристское потребление в пределах территории страны и доля туризма в совокупном предложении в национальной экономике.

Сначала для получения совокупного валового выпуска продуктов производителями-резидентами в базисных ценах (столбец 5.15) суммируется выпуск по отдельным отраслям. Тем самым завершается первая часть таблицы 6. Затем валовой выпуск продуктов производителями-резидентами дополняется предложением импортных товаров и услуг в национальной экономике (столбец 6.1), суммируется с величиной налогов на продукты за вычетом субсидий (столбец 6.2), торговыми и транспортными наценками (столбец 6.3). Результат этих математических операций отражается в столбце 6.4 «Совокупное предложение товаров и услуг в национальной экономике по ценам покупателей». Столбец 6.4 завершает вторую часть таблицы 6.

В третьей части таблицы ключевым является столбец 6.5. Он необходим для оценки двух основных агрегированных показателей: валовой добавленной стоимости и валового внутреннего продукта, создаваемых непосредственно в туризме. Столбец 6.5 сопряжен со столбцами в первой и второй частях таблицы. В них для каждой отрасли в отдельности определяется выпуск конечной продукции, относящейся к туризму, промежуточное потребление, связанное с туризмом, и как разница между ними часть валовой добавленной стоимости, создаваемой в туризме. Сумма всех этих частей добавленной стоимости по всем отраслям национальной экономики представляет собой искомую величину валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме. Для получения величины валового внутреннего продукта, создаваемого непосредственно в туризме,

Таблица 7.2.6

Таблица 6. Совокупное предложение и совокупное потребление, относящиеся к туризму в пределах территории страны (в ценах покупателей)*

Продукты	Отрасли туризма (виды экономической деятельности)												Другие отрасли		Выпуск продукции производителями-резидентами (в базисных ценах)	
	1. Размещение посетителей		1a. Размещение посетителей, кроме деятельности в пункте 1b		1b. Размещение в домах для отдыха всех форм собственности		.....		12. Специальные отрасли туризма для конкретной страны		ВСЕГО					
	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)	Выпуск	Доля туризма (по стоимости)
	(5.1)		(5.1a)		(5.1b)		(5...)		(5.12)		(5.13)		(5.14)		(5.15 = = 5.13 + 5.14)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
А. Потребительские продукты*																
А. 1. Типичные туристские продукты[a]																

1. Услуги по размещению посетителей																
1а. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1.b																
1б. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности																
2. Услуги предприятий общественного питания																
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом																
4. Автомобильные пассажирские перевозки																
5. Перевозки пассажиров водным транспортом																
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом																
7. Услуги проката транспортных средств																
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств																
9. Услуги в сфере культуры																
10. Спортивные и рекреационные услуги														X		X
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны		X		X		X		X		X		X		X		X
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны																

Продолжение

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
А. 2. Другие потребительские продукты[a, b]																
В. Продукты, не относящиеся к категории потребительских[a]														X		X
В. 1. Изделия, обладающие определенной ценностью		X		X		X		X		X		X		X		X
В. 2. Другие продукты, не относящиеся к категории потребительских***[,ac]																
I. Валовой выпуск продуктов (в базисных ценах)																
II. Общий объем промежуточного потребления (в ценах покупателей)[d]																
(I—II). Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах)																
Оплата труда наемных работников																
Налоги на производство за вычетом субсидий на производство																
Валовой смешанный доход																
Валовой резервный капитал, образованный путем отчислений из прибыли предприятий																

Продукты	Импорт**		Налоги за вычетом субсидий на продукты, произведенные и импортированные в рамках национальной экономики		Торговые и транспортные наценки		Совокупное предложение товаров и услуг в национальной экономике (в ценах покупателей)	Потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны	Доля туризма в совокупном предложении в национальной экономике (%)
	Общая стоимость	Доля туризма (по стоимости)	Объем налоговых поступлений	Доля туризма (по стоимости)	Суммарные наценки	Доля туризма (по стоимости)			
	(6.1)		6.2)		(6.3)		6.4 = 5.15 + + 6.1 + + 6.2 + 6.3	4.3	6.5 = = 4.3/6.4 × × 100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А. Потребительские продукты*									
А. 1. Типичные туристские продукты[a]									
1. Услуги по размещению посетителей					X	X			
1a. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1b					X	X			

Окончание

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.б. Услуги по размещению в домах для отдыха всех форм собственности					X	X			
2. Услуги предприятий общественного питания					X	X			
3. Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом					X	X			
4. Автомобильные пассажирские перевозки					X	X			
5. Перевозки пассажиров водным транспортом					X	X			
6. Перевозки пассажиров воздушным транспортом					X	X			
7. Услуги проката транспортных средств					X	X			
8. Услуги бронирования и прочие услуги туристических агентств					X	X			
9. Услуги в сфере культуры					X	X			
10. Спортивные и рекреационные услуги					X	X			
11. Другие типичные туристские товары для конкретной страны		X							
12. Другие типичные туристские услуги для конкретной страны					X	X			
А. 2. Другие потребительские продукты[a, b]					X	X			
В. Продукты, не относящиеся к категории потребительских[a]					X	X			
В. 1. Изделия, обладающие определенной ценностью		X							
В. 2. Другие продукты, не относящиеся к категории потребительских ***, [ac]					X	X			
I. Валовой выпуск продуктов (в базисных ценах)									

II. Общий объем промежуточного потребления (в ценах покупателей)[d]									
(I—II). Валовая добавленная стоимость (в базисных ценах)									
Оплата труда наемных работников									
Налоги на производство за вычетом субсидий на производство									
Валовой смешанный доход									
Валовой резервный капитал, образованный путем отчислений из прибыли предприятий									

* — стоимость продуктов по разделу «А. Потребительские продукты» дана за вычетом расходов на оплату услуг по бронированию и прочих услуг туристических агентств и туроператоров.
** — импорт не включает покупки резидентов за рубежом.
*** — включает все прочие товары и услуги, которые предлагаются в рассматриваемой экономике.
a — доля товаров, имеющих отношение к туризму, должна устанавливаться только на основе наценок розничной торговли.
b — если уместно и осуществимо, страны должны определять обе составляющие по отдельности (потребительские продукты, имеющие отношение к туризму, и потребительские продукты, не имеющие отношение к туризму). В обоих случаях, товары и услуги должны определяться по отдельности, если это возможно.
c — товары и услуги должны учитываться по отдельности, если это возможно.
d — по возможности, должна быть выполнена соответствующая разбивка по продуктам.
X — не применяется.
... — означает, что все отрасли туризма из предложенного перечня должны рассматриваться поочередно в соответствии с номерами.

к величине валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме, необходимо добавить сумму налогов на продукты за вычетом субсидий и импорт, относящиеся к туризму, которые рассчитываются аналогичным образом. Таким образом устанавливается вклад туризма в национальную экономику.

Таблица 7 отражает занятость в отраслях туристской индустрии. Она включена в ВСТ в связи с тем, что туризму часто отводится важное место в комплексе мер по преодолению безработицы и обеспечению населения рабочими местами. Количественная оценка трудовой деятельности населения по обслуживанию посетителей ограничивается занятостью в отраслях туристской индустрии. В таблице используются три показателя, характеризующие уровень занятости: количество рабочих мест, количество отработанных часов и количество рабочих мест в эквиваленте полной занятости (табл. 7.2.7). Данные приводятся с разбивкой по статусу занятости (наемные работники и самозанятые) и по полу.

Заполнение таблицы наталкивается на некоторые трудности. Основными препятствиями для получения точных данных о занятости в отраслях туристской индустрии являются сезонный характер работы по обслуживанию посетителей, большие различия в условиях труда, гибкость рынка труда и отсутствие официальных договоров на выполнение многих видов работ в значительном числе малых и микропредприятий туристской индустрии. Соотнесение занятости с производством конкретного вида продукции или его частей также представляет сложную задачу. В случае если туризм носит ярко выраженный сезонный характер, рекомендуется проводить количественную оценку занятости в отраслях туристской индустрии два раза в год — в высокий и низкий туристские сезоны.

Данные о количестве рабочих мест и отработанных часов вкупе с другими характеристиками рабочей силы служат базовой информацией для мониторинга и анализа изменений уровня деловой активности в сфере туризма и вклада последней в развитие экономики.

Таблицы 8 и 9 имеют второстепенное значение в ВСТ. Таблица 8 содержит сведения о валовом накоплении основного капитала в туризме (табл. 7.2.8). В строках перечислены активы с фокусом на специфических туристских основных фондах. В столбцах показана стоимость приобретенных активов по отраслям туристской индустрии и суммарно по туристской индустрии в целом (столбцы 8.1—8.13), стоимость специфических туристских активов, приобретенных предприятиями во всех других отраслях экономики, (столбец 8.14) и общая стоимость приобретенных активов каждого вида (столбец 8.15).

Таблица 9 характеризует коллективное туристское потребление (табл. 7.2.9). Она отражает стоимость нерыночных услуг, которые предоставляются органами государственного управления разных уровней для совместного потребления посетителями. Учет этих расходов необходим для оценки эффективности государственного регулирования в сфере туризма.

Таблица 7.2.7

Таблица 7. Занятость в отраслях туризма

Отрасли туризма (виды экономической деятельности)	Количество заведений	Количество рабочих мест с разбивкой по статусу занятости*						Количество отработанных часов с разбивкой по статусу занятости*						Количество рабочих мест в эквиваленте полной занятости с разбивкой по статусу занятости*					
		Наемные работники			Самозанятые			Наемные работники			Самозанятые			Наемные работники			Самозанятые		
		Мужчины	Мужчины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
1. Размещение посетителей																			
1а. Размещение посетителей, кроме услуг в пункте 1.b																			
1б. Размещение в домах для отдыха всех форм собственности																			
2. Общественное питание																			
3. Железнодорожный пассажирский транспорт																			
4. Автомобильный пассажирский транспорт																			
5. Водный пассажирский транспорт																			
6. Воздушный пассажирский транспорт																			
7. Прокат транспортных средств																			
8. Деятельность турагентств и других служб бронирования																			

Окончание

Отрасли туризма (виды экономической деятельности)	Количество заведений	Количество рабочих мест с разбивкой по статусу занятости*						Количество отработанных часов с разбивкой по статусу занятости*						Количество рабочих мест в эквиваленте полной занятости с разбивкой по статусу занятости*					
		Наемные работники			Самозанятые			Наемные работники			Самозанятые			Наемные работники			Самозанятые		
		Мужчины	Мужчины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего	Женщины	Всего	Мужчины	Женщины	Всего
9. Деятельность в сфере культуры																			
10. Деятельность в сфере спорта и рекреации																			
11. Розничная торговля типичными туристскими товарами для конкретной страны																			
12. Специальные отрасли туризма для конкретной страны																			
ВСЕГО																			

* — на конец отчетного периода.

Таблица 7.2.8

Таблица 8. Валовое накопление основного капитала, имеющего отношение к туризму, в отраслях туризма и других отраслях экономики

Основные активы			Отрасли туризма (виды экономической деятельности)																			
			1. Размещение посетителей		1.a. Размещение посетителей, кроме деятельности в пункте 1.b		1.b. Размещение в домах для отдыха всех форм собственности		2. Общественное питание		3. Железнодорожный пассажирский транспорт		4. Автомобильный пассажирский транспорт		5. Водный пассажирский транспорт		6. Воздушный пассажирский транспорт		7. Прокат транспортных средств		8. Деятельность туристов и других сугжб бронирования	
	1		2	(8.1)	3	8.1a	4	8.1b	5	(8.2)	6	(8.3)	7	(8.4)	8	(8.5)	9	(8.6)	10	(8.7)	11	(8.8)
I. Специфические туристские основные активы																						

Основные активы			Отрасли туризма (виды экономической деятельности)																			
			9. Деятельность в сфере культуры		10. Деятельность в сфере спорта и рекреации		11. Розничная торговля типичными туристскими товарами для конкретной страны		12. Специальные отрасли туризма для конкретной страны		ВСЕГО		Другие отрасли		15. Валовое накопление основного капитала в туризме	
	12	(8.9)	13	(8.10)	14	(8.11)	15	(8.12)	16	(8.13)	17	(8.14)	18	8.15 = = 8.13 + + 8.14		

Окончание

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Объекты размещения посетителей																	
1.1. Материально-техническая база гостиниц и прочих средств размещения посетителей																	
1.2. Дома для отдыха, принадлежащие владельцам на правах полной собственности																	
1.3. Дома для отдыха, относящиеся к другим формам собственности																	
2. Прочие нежилые здания и сооружения, относящиеся к туристской индустрии																	
2.1. Материально-техническая база ресторанов и аналогичных предприятий общественного питания																	
2.2. Инфраструктура для пассажирских перевозок на дальние расстояния																	
2.3. Материально-техническая база учреждений культуры и аналогичных заведений, преимущественно посещаемых туристами и экскурсантами																	
2.4. Сооружения для занятий спортом, а также для отдыха и развлечений в основном за пределами обычной среды																	
2.5. Прочие сооружения и строения																	

3. Пассажирские транспортные средства, используемые в туристских целях																	
3.1. наземный транспорт (включая автомобильный и железнодорожный)																	
3.2. водный транспорт																	
3.3. воздушный транспорт																	
4. Прочие машины и оборудование, предназначенные для производства типичных туристских продуктов																	
5. Благоустройство земель, используемых в туристских целях																	
II. Инвестиции предприятий туристской индустрии в нетуристские основные активы																	
(I + II) ВСЕГО																X	
Пункт меморандума:																	
III. Иные нефинансовые активы																	

X — не применяется.

Таблица 7.2.9

Таблица 9. Коллективное туристское потребление с разбивкой по продуктам и уровням государственного управления

Продукты		Уровни государственного управления			Коллективное туристское потребление	Пункт меморандума**
		Национальный	Региональный	Местный		Промежуточное потребление с разбивкой по отраслям туризма
		9.1	9.2	9.3	9.4 = 9.1 + + 9.2 + 9.3	
85561	Рекламные услуги в сфере туризма					
85562	Информационные услуги для посетителей					X
91135	Государственные административные услуги, предоставляемые предприятиям оптовой и розничной торговли, сферы общественного питания, средствам размещения (гостиницам)					
91136	Государственные административные услуги, предоставляемые предприятиям сферы туризма					X
Частично:						
83700	Услуги по исследованию рынка и опросам общественного мнения					X
91260	Услуги органов внутренних дел и противопожарной службы					X
92919	Прочие услуги в сфере образования и профессиональной подготовки кадров, не включенные в другие категории					
92920	Дополнительные услуги в сфере образования					

X — не применяется.

** — данная колонка, когда это уместно, отражает расходы на продвижение туризма и прочие услуги, относящиеся к описанным в таблице продуктам, с разбивкой по отраслям туризма.

Таблица 10 содержит натуральные (нестоимостные) показатели, которые являются важным компонентом ВСТ (табл. 7.2.10). Они используются при построении предшествующих таблиц, позволяют исключить влияние инфляционных процессов и имеют большое значение для интерпретации информации, представленной в стоимостном выражении. К таким показателям относятся количество поездок и ночевок с разбивкой по видам туризма и категориям посетителей; количество прибытий иностранных посетителей по видам транспорта; натуральные показатели, характеризующие материально-техническую базу размещения посетителей и ее использование; количество и размер предприятий, относящихся к отраслям туристской индустрии.

Таблица 7.2.10

Таблица 10. Нестоимостные показатели

А. Количество поездок и проведенных ночевок с разбивкой по видам туризма и категориям посетителей

	Въездной туризм			Внутренний туризм			Выездной туризм		
	Туристы (ночующие посетители)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Посетители	Туристы (ночующие посетители)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Посетители	Туристы (ночующие посетители)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Посетители
Количество поездок									
Количество проведенных ночевок		X			X			X	

X — не применяется.

В. Въездной туризм: количество прибытий и проведенных ночевок с разбивкой по видам транспорта

Виды транспорта	Количество прибытий	Количество проведенных ночевок
1. Воздушный транспорт		
1.1. Регулярные перевозчики		
1.2. Нерегулярные перевозчики		
1.3. Частные самолеты		
1.4. Другие виды воздушного транспорта		

Окончание

Виды транспорта	Количество прибытий	Количество проведенных ночевок
2. Водный транспорт		
2.1. Суда и паромы пассажирских линий		
2.2. Круизные суда		
2.3. Яхты		
2.4. Другие виды водного транспорта		
3. Наземный транспорт		
3.1. Железнодорожный транспорт		
3.2. Экскурсионные междугородные и городские автобусы и другой автомобильный транспорт общего пользования		
(i) Такси, лимузины и аренда частных автомобилей с водителем		
(ii) Аренда транспортных средств, приводимых в движение человеком или животными		
3.4. Частный автомобиль (вместимостью до 8 человек)		
3.5. Аренда автомобиля без водителя (вместимостью до 8 чел.)		
3.6. Другие виды наземного транспорта (животные, велосипеды, мотоциклы и т.д.)		
3.7. Ходьба пешком		
ВСЕГО		

С. Количество средств размещения и их деятельность с разбивкой по формам размещения

	Размещение посетителей согласно МСОК* 55			Операции с недвижимостью согласно МСОК* 68	
	Деятельность по организации краткосрочного размещения	Площадки для кемпинга, стоянки для туристических автофургонов и трейлер-парки	Другие виды размещения	Операции с собственным или арендованным недвижимым имуществом	Операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе
1	2	3	4	5	6
Количество заведений					

Окончание

1	2	3	4	5	6
Номерной фонд (число номеров)					
Единовременная вместимость (число мест)					
Коэффициент использования номерного фонда					
Коэффициент занятости мест					

D. Количество заведений с разбивкой по отраслям туризма и средней численности работников

Отрасли туризма (виды экономической деятельности)	Средняя численность работников в заведении, чел.									
	1—4	5—9	10—19	20—49	50—99	100—249	250—499	500—999	>1000	Всего
1. Размещение посетителей										
1а. Размещение посетителей, кроме пункта 1.b										
1б. Размещение в домах для отдыха всех форм собственности										
2. Общественное питание										
3. Железнодорожный пассажирский транспорт										
4. Автомобильный пассажирский транспорт										
5. Водный пассажирский транспорт										
6. Воздушный пассажирский транспорт										
7. Прокат транспортных средств										
8. Деятельность турагентств и других служб бронирования										
9. Деятельность в сфере культуры										
10. Деятельность в сфере спорта и рекреации										
11. Розничная торговля типичными туристскими товарами для конкретной страны										

Окончание

Отрасли туризма (виды экономической деятельности)	Средняя численность работников в заведении, чел.									
	1—4	5—9	10—19	20—49	50—99	100—249	250—499	500—999	>1000	Всего
12. Специальные отрасли туризма для конкретной страны										
ВСЕГО										

*МСОК — Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности.

В ВСТ все таблицы и агрегированные показатели связаны между собой. На рис. 7.2.1 наглядно видно, что таблица 4 формируется из данных (столбцов) таблиц 1 и 2. Она также включает другие компоненты туристского потребления. В центральной таблице 6 сводятся потребление, относящееся к туризму в пределах территории страны, из таблицы 4 и предложение производителей-резидентов из таблицы 5. Это дает основание судить о величине валовой добавленной стоимости и валового внутреннего продукта, создаваемых непосредственно в туризме. Кроме того, таблица 6 связана с таблицей 7, характеризующей занятость в отраслях туристской индустрии.

Несмотря на сложности в получении данных и трудоемкость составления ВСТ, по мнению специалистов в области туризма, он позволяет достичь важных результатов:

- рассчитать макроэкономические, т.е. сводные, агрегированные по экономике в целом, показатели для оценки масштабов и экономического значения туризма;
- представить подробную информацию о потреблении посетителями товаров и услуг для всех форм туризма, а также о том, в какой степени это потребление обеспечивается отечественным предложением, а в какой — импортом;
- описать туристскую индустрию во всей ее сложности и многогранности и разработать развернутые счета производства отраслей туристской индустрии, включающие сведения о занятости, связях с другими видами экономической деятельности и процессом валового накопления основного капитала;
- увязать стоимостные и натуральные показатели развития туризма;
- внедрить надежный инструментарий для измерения эффективности государственного регулирования и эффективности хозяйственной деятельности в сфере туризма;
- обеспечить надежность информации и показателей экономического вклада туризма;

Рис. 7.2.1. Взаимосвязь таблиц ВСТ для расчета агрегированных показателей (по D.C. Frechtling, 2010)

- признать туризм и повысить уровень доверия к нему как одной из наиболее важных сфер экономики;
- повысить доверие к статистике туризма и статистическим показателям, характеризующим масштабы и значение туризма как вида экономической деятельности;
- обеспечить компании и лица, принимающие решения, ценной в практическом отношении информацией;
- усовершенствовать методологические основы статистики туризма;
- обеспечить международную сопоставимость показателей развития туризма;
- получить инструмент для сопоставления данных по туристскому спросу и предложению;
- использовать разные источники данных как условие формирования ВСТ;
- получить отправную точку для обсуждения и анализа качества используемых статистических данных;
- заложить фундамент для сотрудничества между национальными статистическими службами, национальными туристскими администрациями и центральными банками стран, исследовательскими институтами;
- ввести методы моделирования и экстраполяции в статистику туризма.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите особенности туризма, которые привели к необходимости дополнения СНС специальным ВСТ.
2. Перечислите категории косвенно определяемого потребления, которые входят в туристское потребление в рамках ВСТ.
3. Будет ли включена в категории туристского потребления ВСТ Великобритании стоимость авиабилета постоянного жителя США, который летит прямым рейсом из Нью-Йорка в Париж на самолете британской авиакомпании «Бритиш эрвэйз»? Обоснуйте ответ.
4. Укажите категории специфических основных фондов в рамках ВСТ.
5. Какие типичные (характерные) туристские продукты и продукты, связанные с туризмом, предлагаемые на рынке, Вы можете назвать? Приведите примеры из практики.
6. Какие натуральные (нестоимостные) показатели используются в ВСТ?
7. Какая таблица ВСТ является ключевой для всей системы ВСТ? С чем это связано?

Литература

1. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. Серия F. № 80 / Rev. 1. Люксембург — Мадрид — Нью-Йорк — Париж : изд-е ООН, 2010. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1r.pdf
2. *Гельман В.Я.* Статистика туризма : учебник. М. : Академия, 2010. С. 260—267.
3. *Скобкин С.С.* Вспомогательный счет в туризме (ВСТ) и особенности его применения в российской туриндустрии: учеб. пособие. М., 2005. 149 с.
4. *Frechtling D.C.* The Tourism Satellite Account A Primer // Annals of Tourism Research. 2010. Vol. 37, No. 1. P. 136—153.
5. OECD Tourism Trends and Policies 2010. Paris : OECD, 2010. URL : http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/OECD%20TourismTrends&Policies2010_pdf.pdf
6. Официальный сайт Всемирного совета по путешествиям и туризму. [Электронный ресурс]. URL : http://www.wttc.org
7. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en
8. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 8

СТАТИСТИКА ТУРИЗМА В СТРАНАХ – ЧЛЕНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

8.1. Опыт проведения статистических наблюдений в сфере туризма в Европейском Союзе

Правовые основы статистики туризма в Евросоюзе. Потребность в координации и стандартизации доступной статистической информации о туризме привела к принятию в ноябре 1995 г. Директивы Совета ЕС (95/57/ЕС), которая определила общие для всех государств-участников методологические рамки разработки показателей статистики туризма и сбора статистических данных.

За годы, прошедшие после вступления в силу Директивы Совета ЕС, произошли значительные изменения в характере поведения туристов: наблюдается рост краткосрочных поездок и их вклада в поступления от туризма, возрастающее использование не арендуемого жилья, изменение привычек бронирования туристских услуг и поездок под влиянием развития современных коммуникационных технологий.

Все эти явления привели к необходимости корректировки организации статистики туризма в Европейском сообществе, чтобы полученные подробные, достоверные и сопоставимые данные позволили обеспечить соответствующий мониторинг структуры и эволюции предложения и спроса. Европейский парламент и Совет Европейского союза приняли *Регламент о европейской статистике туризма* (*Regulation* (*EU*) No 692/2011 *of the European Parliament and of the Council of 6 July* 2011 *concerning European statistics on tourism*) и отменили Директиву Совета 1995 г.

Регламент устанавливает общие основы системы формирования, сбора и распространения европейской статистики туризма. Предусматривается, что сбор статистических данных должен осуществляться по высоким стандартам беспристрастности, прозрачности, надежности, объективности, научной независимости, соотношению затрат и выгод, конфиденциальности статистической информации.

В целях обеспечения единообразных условий для выполнения данного регламента Европейская Комиссия приняла нормы его реализации (*Regulation* (*EU*) No 1051/2011 *of* 20 *October* 2011), подлежащие обязательному применению во всех государствах-членах. Эти нормы определяют порядок и структуру отчетов по качеству, стандарты обмена для сводной таблицы для микро-данных файлов.

Статистические наблюдения базируются:

- на номенклатуре территориальных единиц для целей статистики (фр. *nomenclature des unités territoriales statistiques*, *NUTS*). Стандарт территориального деления стран был разработан для статистических целей Европейским союзом и детально охватывает лишь государства-участников. Территориальные единицы (*NUTS*-единицы), определяемые данным стандартом, могут соответствовать административно-территориальному делению стран, однако в некоторых случаях данное соответствие отсутствует. Стандарт определяет *NUTS*-единицы трех уровней, а также локальные административные единицы;
- статистической классификации видов экономической деятельности в Европейском сообществе — КДЕС Ред. 2 (*Statistical classification of economic activities in the European Community NACE Rev.* 2), которая является основой для подготовки и распространения статистической информации Европейского Союза.

Государства — члены ЕС несут ответственность за сбор данных, относящихся:

а) к туризму в пределах территории страны (внутренний и въездной туризм) в части сведений о емкости средств размещения туристов и их загрузке, ночевках туристов, проведенных в не арендованном жилье;

б) национальному туризму (внутренний и выездной туризм) в части спроса, касающегося участия в туризме, и характеристик туристских поездок и посетителей, туристского спроса на однодневные посещения.

Согласно принятому Регламенту, Государства — члены ЕС должны гарантировать качество передаваемых данных. Каждый год они должны предоставлять Комиссии (Евростат) отчет о качестве данных за отчетный год и внесенных методологических изменениях. Отчет передается не позднее чем через девять месяцев после окончания отчетного года. Начиная с 2016 г. (а затем каждые пять лет) Комиссия готовит доклад Европейскому парламенту и Совету об оценке статистических данных, собранных на основании настоящего Регламента, и в частности, об их актуальности и влиянии на предприятия.

Издан Статистический сборник требований[1] в целях реализации нового Регламента 692/2011 и расширения имеющейся информации путем использования данных смежных областей, в частности статистики бизнеса. Эта область деятельности охватывает:

- сбор и распространение статистических агрегированных и разукрупненных данных о национальном туризме (внутренний

[1] Statistical requirements compendium ISBN 978-92-79-22841-4 ISSN 1977-0375 doi: 10.2785/41337 Cat. No KS-RA-13-004-EN-N © European Union, 2013.

и выездной), спросе жителей ЕС на участие в туризме, о туристском поведении и характеристиках туристов, как правило, через опрос домохозяйств и посетителей в социальной статистике;

- сбор и распространение статистических данных о поставщиках туристских услуг, как правило, путем обследований предприятий в статистике бизнеса;
- статистику занятости в секторе размещения туристов (на основе данных европейских обследований рабочей силы);
- ВСТ: проекты по совершенствованию методических разработок и их внедрение в государствах — членах ЕС.

Нынешняя система статистики туризма Европейского Союза состоит из двух основных частей — статистики туризма в пределах территории страны и статистики национального туризма. В первой части содержится характеристика вместимости и использования средств размещения туристов, включая не арендуемое жилье, во второй части — характеристика участия населения Европейского Союза в туристских поездках. В то время как туризм в пределах территории страны ближе к статистике бизнеса, национальный туризм имеет больше сходства с социальной статистикой. Оба компонента вместе показывают состояние туристской деятельности в Европе, в частности туристские потоки европейцев.

Статистика туризма в пределах территории страны основана на статистике размещения. Объектом статистического наблюдения в данном случае выступают средства размещения. Согласно КДЕС, различаются три вида средств размещения, подлежащих статистическому учету: гостиницы и аналогичные средства размещения (*NACE* 55,1); средства размещения для проведения отпуска и прочие структуры для краткосрочного проживания (*NACE* 55,2); кемпинги и площадки для автодомов и прицепов (*NACE* 55,3). Статистическое наблюдение должно охватывать средства размещения всех трех видов, располагающих десятью и более местами или площадками для автодомов и прицепов. Государства — члены ЕС, на долю которых приходится менее 1% от общего числа ночевок в Европейском Союзе за год, могут ограничить наблюдение средствами размещения с 20 и более местами или площадками.

Показатели этого раздела статистики туризма можно разделить на две группы: показатели, отражающие мощность материально-технической базы размещения, и показатели, характеризующие ее использование.

Показатели мощности материально-технической базы размещения. Ежегодно статистические службы стран — членов ЕС представляют в Евростат данные на национальном и региональном уровнях[1] о числе предприятий размещения, их единовременной вместимости и местоположении. Для гостиниц и аналогичных средств размещения (*NACE* 55,1),

[1] Региональный уровень определяется согласно номенклатуре территориальных единиц для целей статистики (NUTS).

кроме того, указывается номерной фонд, и на национальном уровне могут факультативно представляться данные распределения средств размещения по количеству номеров. Соответственно выделяются следующие группы: малые средства размещения (менее 25 номеров); средние средства размещения (от 25 до 99 номеров); крупные средства размещения (100 номеров и более). Последняя группа может подразделяться на факультативной основе на средства размещения с номерным фондом от 100 до 249 номеров и от 250 или более номеров.

Кроме того, на национальном уровне раз в три года (начиная с 2015 г.) представляются данные о количестве гостиниц и аналогичных средств размещения, имеющих один или более номеров доступных, для лиц с ограниченными физическими возможностями, в том числе пользователей инвалидных колясок.

Приводится также группировка средств размещения по местоположению. Она основана на типологии местностей по двум признакам: а) степени урбанизации территории с выделением густонаселенного района, района со средней плотностью населения, района с низкой плотностью населения; б) близости к побережью — на побережье, не на побережье.

Показатели использования материально-технической базы размещения. Ежегодно страны — члены ЕС представляют в Евростат информацию о количестве прибытий и ночевок резидентов и нерезидентов в средствах размещения в целом по стране и в региональном разрезе. Для гостиниц и аналогичных средств размещения кроме этих сведений указываются значения коэффициента загрузки (факультативно отдельно для малых, средних и крупных предприятий). На национальном уровне данные о количестве прибытий и ночевок резидентов и нерезидентов группируются по видам средств размещения, типам их местоположения, а также по странам или регионам постоянного проживания гостей.

Среди них прежде всего выделяются страны Европы: государства — члены ЕС (каждое в отдельности), страны Европейской ассоциации свободной торговли (отдельно указываются Исландия, Норвегия, Швейцария, Лихтенштейн) и другие европейские страны. Прибытия и ночевки туристов из России, Турции и Украины фиксируются отдельно. Отдельно ведется учет по таким регионам, как Африка (выделяется ЮАР); Северная Америка (выделяются США, Канада); Центральная и Южная Америка (выделяется Бразилия); Азия (выделяются КНР, Япония, Республика Корея); Австралия, Океания и другие территории (выделяется Австралия).

Кроме того, ежемесячно в Евростат представляются данные о количестве прибытий и ночевок резидентов и нерезидентов по каждому виду средств размещения. Объект статистических наблюдений остается тот же, что и в случае с определением мощности материально-технической базы размещения. Если государство применяет ограничения в наблюдениях, то ежегодно должна даваться оценка общего количества ночевок, прове-

денных резидентами и нерезидентами в средствах размещения, которые исключены из наблюдения.

Факультативно представляются данные по количеству ночевок туристов в не арендованном жилье за отчетный год. Для резидентов ЕС они группируются по странам проживания посетителей, для нерезидентов — объединяются в одну дополнительную категорию.

Статистика национального туризма в странах — членах ЕС — вторая часть системы статистики туризма Европейского союза. В данном случае объектами статистического наблюдения являются все участники туризма, проживающие на территории Евросоюза, и все туристские поездки по крайней мере с одной ночевкой за пределами обычной среды, совершенные постоянными жителями ЕС и окончившиеся в отчетном периоде, а также все посещения без ночевки (экскурсии), которые осуществляются резидентами за пределами их обычной среды местонахождения. Статистика национального туризма в странах — членах ЕС дает «портрет» внутренних и выездных туристов, а также содержит всестороннюю характеристику туристских поездок и однодневных посещений (экскурсий).

Участие в туристских поездках по личным мотивам. Ежегодно в Евростат представляются данные о количестве лиц[1], участвовавших и не участвовавших в туристских поездках за отчетный год. Они группируются по социально-демографическим и экономическим признакам:

1) пол: мужской, женский;
2) возраст: до 15 лет (факультативно), 15—24, 25—34, 35—44, 45—54, 55—64, 65 лет и старше, с промежуточными итогами для групп 25—44 и 45—64 года;
3) уровень образования, согласно Международной стандартной классификации образования, утвержденной ЮНЕСКО: начальное (МСКО 0, 1 или 2), среднее (МСКО 3 или 4), высшее образование (МСКО 5 или 6);
4) занятость: занятый (работник по найму или самозанятый), безработный, студент (или учащийся), не работающий по другим причинам;
5) размер доходов домохозяйства.

По каждой из возрастных групп, участвовавших в поездках, статистические данные группируются следующим образом:

а) лица, которые совершили не менее одной поездки минимум с одной ночевкой (любая поездка);
б) лица, которые совершили любую поездку, но не выезжали за границу (только внутренний туризм);

[1] Обязательно с разбивкой по полу и возрасту, а по уровню образования, занятости и размеру доходов домохозяйства представляются факультативно.

в) лица, которые совершили любую поездку за рубеж, но не путешествовали по территории постоянного проживания (только поездки за рубеж);
г) лица, которые совершили любую поездку внутри страны и за рубежом (внутренние и зарубежные поездки);
д) лица, которые совершили не менее одной поездки с одной до трех ночевок (короткие поездки);
е) лица, которые совершили не менее одной поездки с четырьмя или более ночевками (длительные поездки);
ж) лица, которые совершили не менее одной поездки с четырьмя или более ночевками, но ни одной поездки за границу (длительные внутренние поездки);
з) лица, которые совершили не менее одной зарубежной поездки с четырьмя или более ночевками, но ни одной внутренней поездки (длительные поездки только за границу);
и) лица, которые совершили поездки, указанные в пп. «ж» и «з» (длительные внутренние и заграничные поездки).

Раз в три года представляются сведения об основных причинах отказа от поездок с личными целями за отчетный период (с возможностью нескольких вариантов ответа для респондентов). Они группируются следующим образом:

а) финансовые причины (нет денег, чтобы путешествовать, нет возможности пойти в отпуск);
б) отсутствие свободного времени по семейным обстоятельствам, из-за работы или учебы;
в) состояние здоровья или ограниченная подвижность;
г) отсутствие желания путешествовать;
д) небезопасность поездок;
е) другие причины.

Количество жителей, не совершивших за отчетный год ни одной поездки по личным причинам с ночевкой, дается с обязательной разбивкой по полу и возрасту. (Группировки по уровню образования, видам занятости и размерам доходов домохозяйств представляются факультативно.)

Туристские поездки и лица, их совершающие. Наблюдения охватывают все туристские поездки по крайней мере с одной ночевкой за пределы обычной среды местонахождения, которые закончились в отчетном периоде и осуществлялись лицами в возрасте от 15 лет и старше, постоянно проживающими в стране.

В Евростат представляется следующая информация (в скобках указана периодичность представления):

1) месяц отправления в поездку (ежегодно);
2) продолжительность поездки: количество ночевок (ежегодно):

3) продолжительность поездок (только для зарубежных поездок): количество ночевок, проведенных на национальной территории при поездке за границу (раз в три года);
4) главная страна назначения (ежегодно);
5) главный мотив поездки (ежегодно):
   а) личные цели: развлечения или отдых, посещение друзей и родственников, прочие личные цели (религиозные мотивы, лечение и т.д.),
   б) деловые или профессиональные цели;
6) направление поездок (только для поездок с личными целями) (возможны несколько вариантов ответов): а) город, б) море, в) сельская местность, г) круиз, д) горы (горная местность, плоскогорье и т.д.), е) другое (раз в три года);
7) участие в поездке детей: а) да, б) нет (только для поездок с личными целями) (раз в три года);
8) главные транспортные средства (ежегодно):
   а) воздушный транспорт (регулярные, чартерные или другие виды воздушных перевозок),
   б) водный транспорт (пассажирские суда и паромы, круизные суда, прогулочные катера, лодки на прокат и т.д.),
   в) железнодорожный транспорт,
   г) автобусный транспорт (регулярные или нерегулярные перевозки),
   д) автотранспортные средства (собственные или арендованные),
   е) прочие (например, велосипед);
9) главные средства размещения (ежегодно):
   а) арендуемое жилье: гостиницы и аналогичные средства размещения; кемпинги, площадки для автодомов или прицепов; другие виды арендуемого жилья (санаторные учреждения, молодежные хостелы, туристские порты и т.д.),
   б) не арендуемое жилье: собственное жилище, используемое для отдыха; дома родственников и друзей, предоставляемые бесплатно; другие виды не арендуемого жилья;
10) бронирование поездок: обращение к туроператору или в турагентство, чтобы забронировать основное средство транспорта, основное средство размещения или пакет услуг (раз в три года);
11) самостоятельное бронирование поездки: а) услуги забронированы непосредственно у поставщика, б) бронирование не требуется (только для самодеятельных поездок) (раз в три года);
12) бронирование поездки через Интернет: основного средства размещения, основного транспортного средства (раз в три года);
13) расходы одного туриста во время поездки на размещение и на транспорт (ежегодно);

14) расходы одного туриста во время поездки на еду и напитки в барах и ресторанах (ежегодно, факультативно);
15) прочие расходы одного туриста во время поездки, отдельно указываются расходы на приобретение товаров длительного пользования и ценностей (ежегодно);
16) профиль посетителя: пол, возраст, страна проживания (факультативно уровень образования, занятость, размеры доходов домохозяйства) (ежегодно).

Однодневные посещения (*экскурсии*). Следующие данные по однодневным зарубежным посещениям предоставляются в Евростат ежегодно:

1) количество посещений с личными целями;
2) количество посещений с деловыми целями по странам назначения и с разбивкой участников по полу, возрасту, уровню образования, занятости, размерам доходов домохозяйств;
3) расходы во время посещений с личными целями;
4) расходы во время посещений с деловыми целями с разбивкой: а) по странам назначения, б) по статьям расходов: транспорт, покупки, рестораны (кафе), другое.

Следующие сведения об однодневных посещениях внутри страны представляются раз в три года:

1) количество посещений с личными целями;
2) количество посещений с деловыми целями с разбивкой участников по полу, возрасту, уровню образования, занятости, размерам доходов домохозяйств;
3) расходы во время посещений с личными целями;
4) расходы во время посещений с деловыми целями с разбивкой по статьям: транспорт, покупки, рестораны (кафе), другое.

Статистические источники в директивах ЕС о туризме делятся на две группы. Одни из них относятся к статистике спроса, другие — к статистике предложения. Они различаются по основной цели сбора данных, объектам наблюдения, учреждению, которое производит наблюдения, типу обследования, периодичности и др.

С целью получения согласованных и сопоставимых статистических данных Европейская комиссия и Евростат в 2012 г. выпустили «Методические рекомендации по статистике туризма», адресованные национальным статистическим органам и содержащие руководящие принципы организации статистической деятельности. В документе определяются объекты статистических наблюдений, методология и формы их проведения. Особое внимание уделено методам сбора данных: личным и телефонным интервью, почтовым и онлайновым опросам и др.

Каждая страна ЕС имеет собственную практику проведения опросов и использует различные формы сбора статистических данных. Для их унификации была разработана стандартная технология сбора статистической

информации. В приложении 8 приведен примерный перечень типовых вопросов для получения данных о спросе на поездки за отчетный квартал (для примера выбран второй квартал — апрель, май, июнь).

В перечне выделяется три части.

Часть 1 фиксирует поездки по профессиональным или личным мотивам, которые закончились во втором квартале (даже если начались до апреля) и которые не носят регулярного (постоянного) характера. Здесь же определяется количество лиц, вообще не совершавших поездки.

Часть 2 позволяет дать характеристику поездок, совершаемых в течение отчетного периода, по целям, направлениям, продолжительности, использованию транспортных средств и размещению. Респондент отвечает на поставленные вопросы следующим образом. Если число поездок от одной до трех, то он дает характеристику каждой поездке. Если поездок совершено больше трех, то опрос ведется только о последних трех поездках, в том числе обязательно об одной поездке с личными целями и одной с деловыми (не обязательно из числа последних, но закончившихся в апреле, мае или июне).

Часть 3 содержит сведения о расходах на поездки, совершенные в отчетном периоде.

Большинство обследований в туризме в европейских странах носят самостоятельный характер. Но некоторые страны включают вопросы, касающиеся туризма, в ежемесячные опросы потребителей, многоцелевые маркетинговые и социологические исследования (*omnibus survey*), опросы по международным коммерческим торговым условиям (*International Commercial Terms — ICT*) или обследования бюджетов домашних хозяйств.

Проблемы статистического учета «скрытых» туристов. Для анализа туристской деятельности важными являются количественные показатели: сколько прибывает туристов, сколько они потребляют, сколько тратят, какова продолжительность их пребывания и т.д. Однако значительная составляющая туризма в европейских странах остается неучтенной официальной статистикой. Многие туристы проживают в средствах размещения, которые не представляют сведения и не охватываются статистическими наблюдениями. В результате появляются «незамеченные» посетители, «скрытые» туристы.

Этот факт нельзя игнорировать, если принять во внимание, что речь идет не просто о недоучете туристских потоков, а о выпадении из наблюдений целых сегментов потребителей туристских услуг, которые характеризуются специфической мотивацией и поведением.

Недостаток или отсутствие информации о мотивациях туристских поездок и внутренних передвижениях туристов, наличие скрытого (неучтенного) потока, расхождения между количеством прибытий туристов и количеством прибывших туристов (двойной счет), трудности приведения в соответствие данных о прибытиях и пребываниях — все это приводит

к тому, что фактические показатели значительно отличаются от официальной статистики туризма.

Изучению объемов скрытого туризма уделяется серьезное внимание в Европейском союзе. С этой целью проводятся выборочные обследования посетителей с ночевкой (ночевками). Они позволяют оценить количество лиц, которые не были учтены официальной статистикой (находились в загородных домах, гостили у родственников и друзей, останавливались в арендованных домах).

В 2009—2010 гг. на Сицилии были проведены исследования в целях изучения туристского спроса, в том числе феномена скрытого туризма. В качестве объекта исследования были выбраны туристы, не проживающие на острове. Они опрашивались по завершении поездки в одной из точек въезда (выезда) с острова.

Согласно результатам наблюдения, 3935 туристов провели в общей сложности более 38 тыс. ночевок в Сицилии. Средняя продолжительность поездки составила 9,7 ночевок. В тоже время средняя продолжительность пребывания в гостиницах и аналогичных средствах размещения, как показало исследование, составляла около четырех ночевок, что соответствует официальной статистике. Следовательно, более 57% ночевок было совершено в иных, неофициальных средствах размещения.

Если к туристам, не проживающим на острове, добавить туристов из числа местного населения, то доля скрытого туризма была бы еще более высокой, поскольку резиденты чаще останавливаются в неофициальных средствах размещения, чем нерезиденты.

Решение проблемы статистического учета скрытых посетителей имеет особую значимость для оценки экономических последствий туристской деятельности на территории.

8.2. Интегрированная система статистики туризма Австрии

Общие сведения о статистики туризма в Австрии. Статистика туризма в Австрии зародилась около 140 лет назад. Первые учетные записи, относящиеся к туризму и курортному делу, датируются 1875 г. Начиная с 1890 г. в стране организуются национальные наблюдения в сфере туризма. К XXI веку Австрия накопила богатый опыт статистических исследований туризма и располагает разветвленной системой статистики туризма.

В настоящее время статистическая деятельность в сфере туризма Австрии осуществляется специальным органом Статистическим офисом Австрии. Правовые основы его работы закреплены в Акте о федеральной статистике (2000). В структуре офиса имеется Управление территориальной статистики, в компетенцию которого наряду с другими вопросами входит сбор, обобщение, анализ и распространение информации о сфере туризма в стране (рис. 8.2.1).

Рис. 8.2.1. Организационная структура Статистического офиса Австрии

Статистика туризма востребована разными организациями и учреждениями Австрии — Парламентом, Федеральным министерством экономики, по делам семьи и молодежи, туристскими ассоциациями, муниципалитетами и другими, принимающими решения о развитии туризма, и запрашивается на разных административно-территориальных уровнях (рис. 8.2.2).

Рис. 8.2.2. Основные потребители статистической информации о туризме в Австрии

Статистика туризма в Австрии включает четыре раздела, которые охватывают туризм в целом и содержат статистические характеристики внутреннего, въездного и выездного туризма, а также их сочетаний — туризма в пределах страны, национального и международного туризма в Австрии:

- статистика размещения;
- «поведенческий» раздел (поведение австрийцев на туристском рынке);
- статистика платежного баланса по статье «Поездки»;
- ВСТ (рис. 8.2.3).

Рис. 8.2.3. Статистика туризма в Австрии

Статистика размещения является одним из основных источников первичной информации о туризме в Австрии. Она формирует и анализирует систему показателей для характеристики туристского рынка страны. Этот раздел статистики туризма содержит сведения о *числе средств размещения*,

их *единовременной вместимости*, а также объемах внутреннего и въездного туризма в Австрии, выраженных *количеством прибытий* (актов регистрации туристов) и *предоставленных ночевок* (койко-суток) в средствах размещения. На основе первичной информации рассчитываются *коэффициент использования номерного фонда*, а также *плотность предложения услуг размещения* (число койко-мест на 1000 жителей). Соответствующая база данных ведется в Австрии начиная с 1972 г. Она охватывает 15 типов средств размещения и 70 стран мира, откуда прибывают туристы.

Правовые основы статистики размещения закреплены в ряде документов ЕС по статистике туризма, а также Акте о федеральной статистике Австрии. Сведения о средствах размещения и их деятельности в Австрии в конечном итоге аккумулируются в Федеральном министерстве экономики, по делам семьи и молодежи и затем передаются в Евростат. Порядок представления статистических сведений показан на рис. 8.2.4.

Федеральное государственное наблюдение средств размещения в Австрии организуется на регулярной основе. В качестве инструмента для сбора первичной информации о средствах размещения и их деятельности применяются *специальные формы отчетности и он-лайн — опросы*. Отели и аналогичные коллективные средства размещения, индивидуальные средства размещения в фермерских хозяйствах и другие заполняют унифицированные формы отчетности и направляют их в муниципалитеты. Последние занимаются сводом и первичной обработкой данных, которые затем передаются в Статистический офис Австрии. Офис осуществляет методологическое и практическое руководство, а также контроль над всеми работами по формированию и распространению официальной статистической информации о средствах размещения и их деятельности в стране. В числе прочего он занимается обобщением (агрегированием) сведений, поступающих от муниципалитетов, проверкой их достоверности, формированием информационных фондов, выпуском пресс-релизов со статистической информацией и пр.

Статистическое наблюдение носит выборочный характер. В нем участвуют не все средства размещения и муниципалитеты. В обязательном порядке сведения представляют только те муниципалитеты, в средствах размещения которых регистрируется в общей сложности свыше 1000 ночевок за год. В 2012 году наблюдением было охвачено 1400 из 1600 муниципалитетов и примерно 65 тыс. средств размещения. Каждый месяц они отчитываются о прибытиях и предоставленных ночевках. К тому же один раз в год, который начинается в ноябре и заканчивается в октябре следующего года, собирается информация о числе средств размещения и их единовременной вместимости — числе постоянных и временных койко-мест на конкретную дату 31 мая. Данные приводятся с выделением типов средств размещения, стран-генераторов въездных туристских потоков, туристских районов Австрии, зимнего и летнего сезонов.

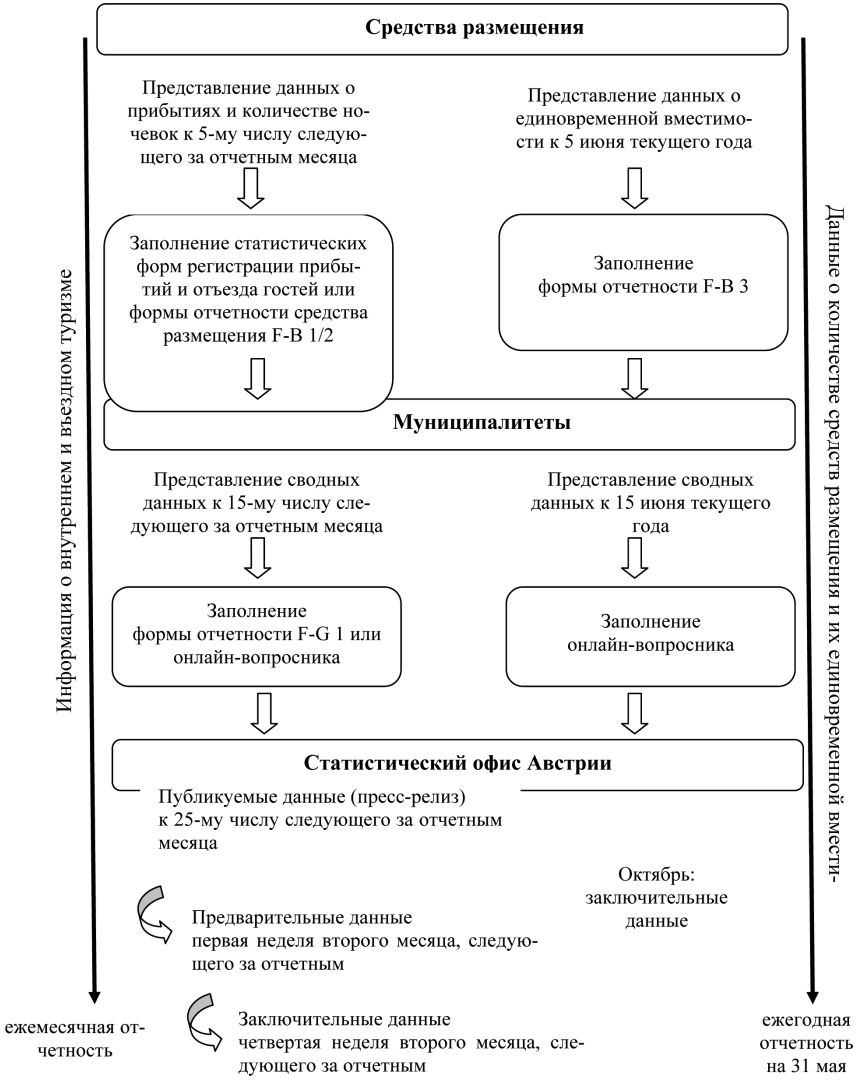

Рис. 8.2.4. Порядок представления данных о средствах размещения и результатах их деятельности в Австрии

Единовременная вместимость всех средств размещения в Австрии в 2012 г. составляла 1,1 млн мест. На протяжении последних десятилетий значение показателя существенно не менялось. Это свидетельствует о насыщении рынка предложения, который претерпевает в последнее вре-

мя структурные изменения. На долю отелей приходится более половины (54,4%) общей единовременной вместимости всех средств размещения страны (рис. 8.2.5). Прослеживается тенденция к росту высококатегорийного предложения: единовременная вместимость отелей 4—5 звезд увеличилась на 10% за период с 1992 по 2012 г. Доля частного жилья, предоставляемого туристам на коммерческой основе, в общей единовременной вместимости снижается, но этот тип размещения тем не менее остается востребованным на туристском рынке Австрии. Тироль и Зальцбург — два туристских района концентрируют около половины всех средств размещения страны и их единовременной вместимости, что позволяет сделать вывод о территориальной неравномерности развития туризма в Австрии.

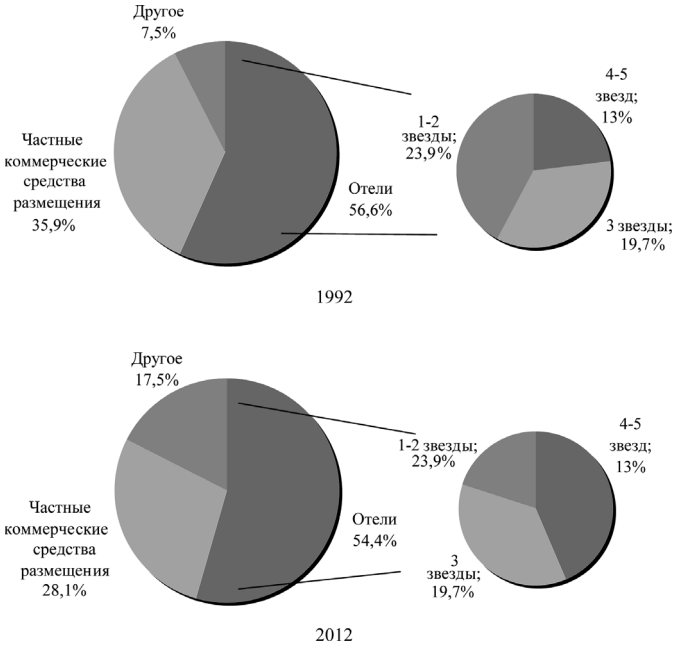

Рис. 8.2.5. Единовременная вместимость по типам средств размещения в Австрии в 1992 и 2012 гг.

Согласно статистике размещения, в 2012 г. в Австрии было зарегистрировано 36,2 млн прибытий и предоставлено 131 млн ночевок. Средняя продолжительность пребывания туристов в стране составила 3,6 ночевки. Динамика этих показателей в территориальном разрезе, по странам и регионам мира, за длинный временной интервал, например за 20 лет с 1992 по 2012 г., дает представление о тенденциях развития туристских рынков и позволяет выделить среди них приоритетные для Австрии (рис. 8.2.6).

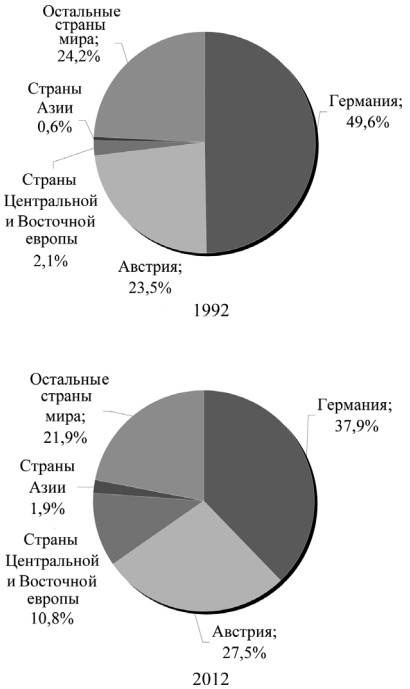

Рис. 8.2.6. Структура ночевок по странам и регионам происхождения туристов в 1992 и 2012 гг.

За истекший период рынок внутреннего туризма демонстрировал устойчивый рост с достижением очередной рекордной отметки в 2012 г. (36 млн ночевок, или 27,5% общего их числа). Среди рынков въездного туризма особо выделяется Германия. На ее долю приходилось примерно 38% всех ночевок в Австрии в 2012 г. Несмотря на уменьшение количества прибытий (–23,3% за 1992—2012 гг.) и числа ночевок немцев (–23,4%), Германия по-прежнему остается главным целевым рынком туризма для Австрии. Многие другие традиционные рынки (Великобритания, Италия, Бельгия, Франция, США, Швеция) также сокращались, но некоторые (Нидерланды, Швеция, Дания) продолжали расти. На рубеже веков появились новые перспективные туристские рынки стран Центральной и Восточной Европы, а также России и стран Азии, на которых Австрия наращивает присутствие. С 1992 по 2012 г. доли этих регионов в общем количестве ночевок увеличились в 5 и 3 раза соответственно.

Выявленные посредством статистического анализа структурные изменения во въездном туризме имеют принципиальное значение для выработ-

ки эффективной стратегии продвижения Австрии как туристской дестинации на внешних рынках.

«Поведенческий» раздел статистики туризма. Проводимые в рамках этого раздела выборочные обследования домашних хозяйств нацелены на получение данных о потребительском поведении австрийцев на рынках внутреннего и выездного туризма и измерение их туристского спроса. Объектом исследования в данном случае выступают поездки австрийцев на отдых и с деловыми целями, по стране и за рубеж, однодневные и более продолжительные, с ночевками. Наряду с общим *числом поездок* статистику интересуют детальные *ключевые их характеристики*, такие как цель, сроки (месяц), место назначения, вид используемого транспорта, состав путешествующей группы (члены семьи), расходы. Для внутренних поездок — также продолжительность и способ организации, тип размещения.

Статистика поездок австрийцев ведется с 1969 г. В настоящее время регулярное проведение таких обследований в Австрии в правовом отношении определяется Директивой Совета Европейского союза 95/57/ЕС от 23 ноября 1995 г. о статистическом учете в области туризма. Туристское поведение австрийцев изучается с помощью *ежеквартальных выборочных обследований*. Объем выборки составляет 3500 человек в возрасте старше 15 лет. Обследование строится на принципе их добровольного участия. Порядок проведения обследования показан на рис. 8.2.7.

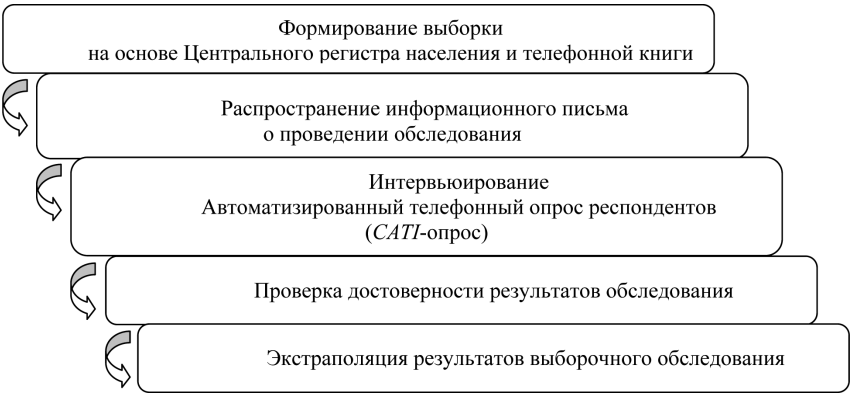

Рис. 8.2.7. Этапы проведения выборочного обследования

Подобные обследования имеют ряд преимуществ. Благодаря им статистика туризма в Австрии получает более полную информацию о внутреннем и выездном туризме, в частности, о поездках жителей страны с целью посещения родственников и знакомых, а также для отдыха на даче. Данные о них не могут быть собраны иным способом. Обследования также помогают решить проблему сбора и регистрации сведений об однодневных

поездках и деловом туризме, обычно трудно поддающихся статистическому учету. Кроме того, большой объем информации, накопленной в ходе автоматизированных телефонных опросов респондентов, позволяет проводить углубленный анализ и, например, учитывать разные нюансы при составлении портретов потребительских сегментов на туристском рынке Австрии. Научно обоснованная представительная выборка пригодна для экстраполяции результатов обследования.

Обследование 2012 г. показало, что 4,3 млн австрийцев старше 15 лет как минимум 1 раз в течение года выезжали на отдых. Для характеристики вовлеченности населения в сферу туризма и рекреации в статистике туризма Австрии используется показатель интенсивности поездок как отношение числа австрийцев, предпринявших туристскую поездку (поездки), к общей численности населения страны за определенный временной интервал (обычно календарный год) в процентах. В 2012 году интенсивность поездок составила 59,9%. Высокие значения показателя, характерные для Австрии, свидетельствуют о туристской активности населения (рис. 8.2.8). Она предопределяется действием ряда факторов, среди которых высокий уровень жизни населения, развитая транспортная система и туристская инфраструктура, разнообразие и качество туристских продуктов, выгодное географическое положение в центре Европы, отсутствие туристских формальностей при путешествиях в границах Шенгенской зоны и пр. Интенсивность поездок зависит также от возраста людей. Более мобильна в туристском отношении австрийская молодежь от 15 до 24 лет (85,6%), люди старших возрастных категорий (65 лет и старше) путешествуют меньше (59,4%).

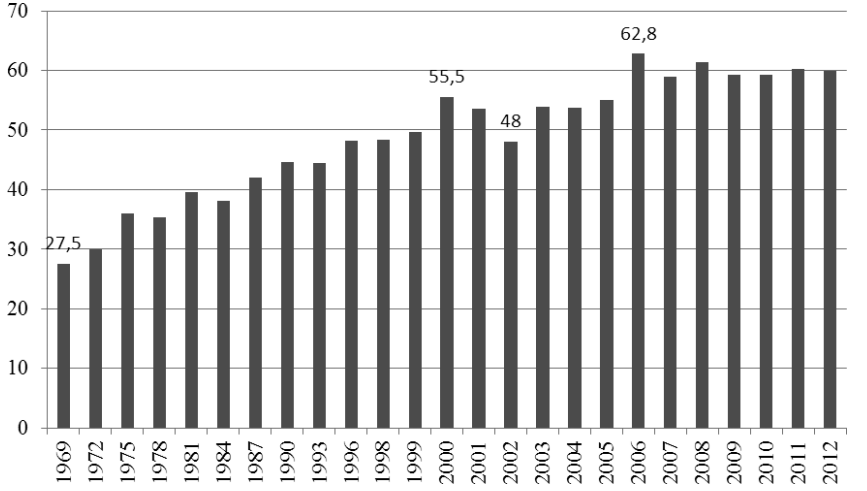

Рис. 8.2.8. Интенсивность поездок австрийцев в 1969—2012 гг., в %

В 2012 году 5,4 млн австрийских туристов предприняли 18 млн поездок на отдых. Их число ровно пополам делилось между внутренним и выездным туризмом. Но средняя продолжительность внутренней и зарубежной поездки сильно различались. Если в путешествии по стране австрийцы в среднем совершали 3,7 ночевки, то за границей — почти в 2 раза больше (6,6 ночевки). Они предпочитали дольше находиться в зарубежных дестинациях (64,2% общего числа ночевок). Наиболее популярными туристскими направлениями были Италия (21,5% всех поездок на отдых), Германия (17%), Хорватия (12,2%) и Испания (6,0%).

Поездки австрийцев на отдых характеризуются сезонной неравномерностью (рис. 8.2.9). Пик сезона приходится на июль — сентябрь, когда совершается каждая третья поездка в году. Причем отмечается значительный перевес главных, продолжительных поездок от четырех ночевок и более (63,7% поездок в 2012 г.) над краткосрочными (1—3 ночевки). Несколько ниже количество поездок во втором квартале. Резкий спад туристской активности приходится на первый и четвертый кварталы. За шесть месяцев с октября по март австрийцы совершают примерно столько же поездок на отдых, сколько за один третий квартал. В это время они предпочитают путешествовать по стране. В 2012 году внутренние поездки составляли 65,1% и 58,1% всех поездок в первом и четвертом кварталах соответственно.

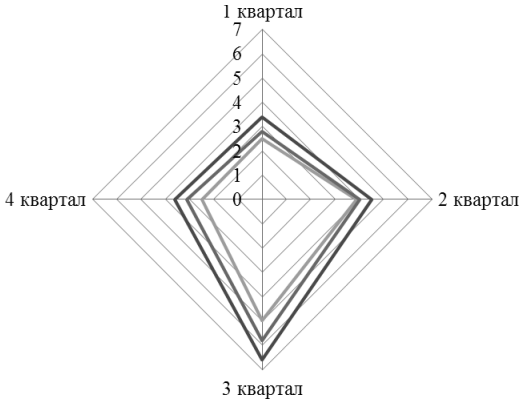

Рис. 8.2.9. Распределение поездок австрийцев на отдых по кварталам года (млн поездок).
Цветом на рисунке обозначена динамика за: 2000 г., 2006 г., 2012 г.

На отдых австрийцы отправляются в основном на личном автотранспорте (63,7% поездок в 2012 г.), причем в поездках по стране его доля еще выше (79,5%). Выезжая за границу, они часто прибегают к услугам авиакомпаний. Авиатранспорт занимает второе место после личного автотранспорта (34,8% поездок в 2012 г.), но его доля снижается.

В поездках на отдых австрийцы выбирают разные типы размещения. Они преимущественно останавливаются в отелях и аналогичных средствах размещения (в 56,2% поездок) или частном некоммерческом жилье (23,5%). В путешествиях по стране австрийцы чаще используют частное некоммерческое жилье, в каждой третьей поездке на отдых, и реже отели (50,1% в 2012 г.). Однако за рубежом спрос на размещение меняется в противоположную сторону в пользу отелей (62,3%) при снижении доли частного некоммерческого жилья (17,7% поездок).

Кроме поездок на отдых статистику туризма Австрии интересуют сведения о деловых поездках австрийцев. В 2012 году 1,3 млн жителей страны старше 15 лет находились в поездках с деловыми целями. Интенсивность делового туризма составила 18,4%. В том же году в Австрии было зарегистрировано 3,9 млн бизнес-поездок. Из них внутренние поездки составляли немногим более половины (54,1%). 80,7% деловых поездок предпринимались на короткий срок не более трех ночевок. География выездного делового туризма Австрии всецело определяется внешнеэкономическими связями страны. Важнейшими внешнеторговыми партнерами Австрии являются Германия, а также Швейцария и Италия. На них приходится основная часть зарубежных деловых поездок австрийцев (соответственно 42,8, 7,8 и 7,5% всех бизнес-поездок в 2012 г.).

Статистика платежного баланса Австрии по статье «Поездки». Статистика туризма является важным источником информации для составления платежного баланса страны по статье «Поездки». Сведения о трансграничном движении финансовых средств в сфере международного туризма в Австрии собираются с 1995 г. До 2006 года эта задача возлагалась на Австрийский национальный банк, который ограничивался учетом объемов экспорта и импорта туристских услуг лишь с Германией. Со временем задача усложнилась. С развитием международного туризма в Австрии возникла необходимость в статистике валютных поступлений от приема иностранных туристов и расходов австрийских туристов за границей в полном объеме с разбивкой по странам мира. Соответствующие функции были переданы Статистическому офису Австрии. В своей деятельности он руководствуется Регламентом Европейского парламента и Совета Европейского союза № 184/2005 от 12 января 2005 г. о статистике Европейского сообщества в части платежного баланса, внешней торговли услугами и иностранных прямых инвестиций.

Разработка платежного баланса по статье «Поездки» требует учета и обработки большого объема информации. Основным источником сведений о расходах австрийцев на зарубежные поездки на отдых и с деловыми целями являются *ежеквартальные обследования домашних хозяйств*. Наряду с ними привлекаются другие разнообразные как национальные, так и зарубежные источники данных (табл. 8.2.1).

Таблица 8.2.1

Источники информации об экспорте и импорте туристских услуг в Австрии

Экспорт туристских услуг	Импорт туристских услуг
Статистика размещения Австрии	Данные «поведенческого» раздела статистики туризма Австрии
Данные туристской информационно-статистической системы Австрии (*T-MONA*), которую ведет Австрийский национальный туристский офис	Статистика международной мобильности студентов
Статистика ЭРАЗМУС по обмену студентами и преподавателями между университетами стран-членов ЕС, а также Исландии, Лихтенштейна, Македонии, Норвегии, Турции.	Налоговая статистика (информация о подоходном налоге)
Статистика университетов Австрии о международных обменах студентами и преподавателями	Данные обследований туроператоров и турагентов
Аналогичные данные стран-партнеров	Статистика регистрации автомобилей
Данные Европейской информационно-статистической системы туризма (*European Travel Monitor*)	Сведения о бронировании через электронные системы бронирования и резервирования туристских услуг
Статистика ЮНВТО	Аналогичные данные стран-партнеров
База данных Института маркетинговых исследований *Fessel GfK*	Экспертные оценки нелегальной проституции
Данные «поведенческого» раздела статистики туризма Австрии	Информация по кредитовым и дебетовым карточкам
Статистика коммерческой деятельности	
Результаты обследования бюджетов домашних хозяйств	
Налоговая статистика (информация о налогах на заработную плату)	
Базы данных Института туризма и Института экономических исследований для туристских ассоциаций Мюнхенского университета в части однодневных поездок немцев в Австрию	
Экспертные оценки нелегальной проституции	
Информация по кредитовым и дебетовым карточкам	

Согласно концепции платежного баланса, одобренной на международном уровне, в документе фиксируются и обобщенно отражаются расчеты страны с остальным миром и не учитываются внутренние экономические операции. При всех очевидных различиях между внутренним, въездным и выездным видами туризма и скрывающимся за ними движением денежных средств отделить внутреннюю от экспортно-импортной составляющей, проходящей по статье «Поездки» платежного баланса, бывает непросто, особенно в случае с зарубежными пекидж-турами. По определению пекидж-тур включает несколько компонентов, как минимум два — обычно размещение и перевозку, которые реализуются в пакете по паушальной, т.е. общей цене, без дифференциации ее составляющих. Проблема *отражения операций купли-продажи пекидж-туров за рубеж в платежном балансе* страны возникает из-за того, что часть стоимости этих комплексных продуктов создается во внутренней экономике фирмами — резидентами данной страны — авиаперевозчиками, туроператорами, турагентами и т.д. Таким образом не все расходы потребителей на приобретение зарубежных пекидж-туров должны учитываться по статье «Поездки» платежного баланса. Следовательно, для платежного баланса решающее значение имеет, где был произведен пекидж-тур и отдельные его компоненты — во внутренней или внешней экономике.

Ситуация становится еще более запутанной вследствие того, что туроператоры, формирующие пекидж-туры, могут находиться в третьей стране, отличной от страны постоянного проживания туристов и посещаемых ими туристских дестинаций. Например, многие пекидж-туры, продаваемые в разных странах Европы, комплектуются туроператорами Германии или Великобритании. При этом потребитель не всегда бывает осведомлен, где именно был создан пекидж-тур. Он приобретает его в ближайшем турагентстве и может не знать о существовании туроператора и его взаимодействии с турагентством. Возникающие в процессе расчетов финансовые потоки, таким образом, направлены не в туристскую дестинацию, как логично было бы предположить, а в местонахождение туроператора и комплектации тура. В результате внешняя торговля туристскими услугами по группам стран в статье «Поездки» платежного баланса может не совпадать с географической структурой физических потоков туристов.

Еще одна проблема возникает по поводу отражения в платежном балансе транспортной составляющей зарубежного пекидж-тура. Согласно рекомендациям Международного валютного фонда, транспортные услуги, в частности пассажирские перевозки, проходят отдельной статьей в платежном балансе. Между тем пекидж-тур по определению включает перевозку. Появляется необходимость в поиске инструментов для вычленения каждого в отдельности из компонентов тура, в частности транспортной составляющей. Обследований домашних хозяйств

в данном случае недостаточно, поскольку они представляют сведения только об общей стоимости пекидж-тура. Для разбивки его на составные части и вычленения из перечня тех из них, которые могут быть включены в платежный баланс по статье «Поездки», требуется информация о структуре производства туристского продукта. Она может быть получена из обследований представителей туристского бизнеса — туроператоров, турагентов, перевозчиков. Задача состоит в том, чтобы свести информацию о спросе на пекидж-туры и их предложении, полученную из разных источников.

Составляя платежный баланс по статье «Поездки», Австрия, как и другие страны, столкнулась с многочисленными проблемами. В их решении Статистический офис страны достиг заметного прогресса. Австрийский опыт в этой области заслуживает внимания и изучения.

В последнее время усилия Австрии были направлены на разработку *модели дезагрегирования* (*разукрупнения*) *информации о пекидж-турах*, приобретаемых австрийцами. Модель решает прикладные задачи — адаптировать информацию о пекидж-турах к требованиям построения платежного баланса с помощью метода поэтапного дезагрегирования. На первом этапе проводится группировка пекидж-туров: из общей их совокупности выделяются сравнительно однородные группы по признаку сходства структуры производства, в частности используемого вида транспорта. Так появляются группы пекидж-туров с авиаперелетом, автобусной перевозкой и пр. Однако такого уровня дезагрегирования недостаточно для решения поставленной задачи, поскольку пекидж-туры одного вида, например с авиаперелетом, могут быть сформированы по-разному: туроператором — резидентом данной страны при участии авиаперевозчика-нерезидента или наоборот и т.д. Второй этап дезагрегирования состоит в вычленении составных элементов комплексного туристского продукта. В пекидж-турах каждой группы выделяются компоненты, произведенные внутри страны, а также транспортная составляющая.

Результаты дезагрегирования всецело зависят от качества исходной информации. Ее получают с помощью обследований домашних хозяйств, а также опросов туроператоров, турагентов, транспортных перевозчиков. Информация от домохозяйств необходима на начальном этапе дезагрегирования. Респонденты могут сообщить общую сумму расходов на приобретение пекидж-туров, они осведомлены о виде перевозки и той транспортной компании (резиденте или нерезиденте данной страны), которая будет ее осуществлять. Более глубокое дезагрегирование нуждается в информации от туристского бизнеса, в частности о стоимостной структуре пекидж-туров и доле импорта в ней.

Исходные показатели, используемые в модели и рассчитываемые на основе данных обследований, отражены в табл. 8.2.2. Их перечень составлен для пекидж-туров с авиаперелетом авиакомпанией-резидентом.

Таблица 8.2.2

Исходные показатели в модели дезагрегирования

Показатели	Обозначение	Источник получения информации
Соотношение между пакетированными (включенными в пекидж-туры) и непакетированными (не включенными в пекидж-туры) услугами по авиаперевозкам (*HHS*)		Обследования домашних хозяйств
доля непакетированных услуг по авиаперевозкам, выполненным авиакомпаниями-резидентами, в общем объеме авиауслуг, предоставленных авиакомпаниями-резидентами	x	
доля пакетированных услуг по авиаперевозкам, выполненным авиакомпаниями-резидентами, в общем объеме авиауслуг, предоставленных авиакомпаниями-резидентами	y	
Соотношение между объемом импорта и величиной внутреннего производства пекидж-туров (*TA1*)		Обследование турагентств и туроператоров
доля пекидж-туров, произведенных во внутренней экономике, в общем объеме пекидж-туров	v	
доля импортированных пекидж-туров в общем объеме пекидж-туров	w	
Соотношение между объемом импортированных и созданных во внутренней экономике авиауслуг (*A1*)		Обследование авиаперевозчиков
доля авиауслуг, созданных во внутренней экономике, в общем объеме авиауслуг	n	
доля импортируемых авиауслуг в общем объеме авиауслуг	m	
доля пакетированных авиауслуг, созданных во внутренней экономике, в общем объеме авиауслуг	m'	Расчетная величина
Соотношение между объемом импортированных и созданных во внутренней экономике пакетированных авиауслуг (*A*2)		
доля созданных во внутренней экономике пакетированных авиауслуг в общем объеме пакетированных авиауслуг	e	Расчетная величина
доля импорта в общем объеме пакетированных авиауслу	f	Расчетная величина
Покомпонентная структура пекидж-туров (*TA*2)		Обследование турагентств и туроператоров
доля транспортной составляющей в структуре пекидж-туров	r	
доля остальных, собственно туристских услуг в структуре пекидж-туров	s	

Модель построена с применением простейших математических операций. Постулируется, что

$$x + y = 1$$
$$n + m = 1$$
$$x + y = n + m$$

В совокупности показателей особое место занимает показатель m' — доля услуг по перевозке авиатранспортом, включенных в пекидж-туры и предоставленных авиакомпаниями-резидентами, в общем объеме авиаперевозок в стране. Он служит связующим звеном между показателями, рассчитанными на основе информации от домохозяйств о спросе на пекидж-туры, с одной стороны, и показателями, характеризующими предложение пекидж-туров, с другой.

$$m' = y - m$$
$$m' = n - x$$
$$m' > 0$$

Показатели спроса и предложения, рассмотренные в отдельности, не позволяют провести нужное дезагрегирование. Информация от домохозяйств не содержит, в частности, сведений о местах комплектации пекидж-туров. Недостаточно ее и от транспортных компаний, не располагающих данными о характере потребления услуг по перевозке — в составе комплексного туристского продукта или отдельно. Турагентства, реализующие пекидж-туры туроператоров-нерезидентов, не информированы о том, услуги какого перевозчика (резидента или нерезидента) включены в импортируемый комплексный туристский продукт. Таким образом только все вместе показатели, взаимоувязанные и дополняющие друг друга, дают возможность провести дезагрегирование. Не случайно, что показателю m' уделялось повышенное внимание при разработке модели.

Для удобства последующих расчетов показатели были сведены в таблицу 8.2.3.

Таблица 8.2.3

Взаимосвязь использованных при дезагрегировании групп показателей

Группы показателей		Непакетированные услуги	Пакетированные услуги		
			внутреннее производство	импорт (за искл. перевозки)	импорт (вкл. перевозку)
HHS		$[x]$	$[$	y	$]$
*A*1		$[n - m']$	$[m'$	$]$	$[m]$
*A*2			$[e = m'/(m' + m) = m'/y]$		$[f = m/(m' + m) = m/y]$
*TA*1			$[v$	$[w$	$]$
*TA*2 (перевозка)	r				
*TA*2 (остальные услуги)	s				

Все показатели в ней сгруппированы таким образом, чтобы обеспечить искомую постатейную разбивку общей суммы расходов на пекидж-туры, полученной при обследовании домашних хозяйств. Выделенные составные части пекидж-туров отвечают следующим требованиям:

- однородность с точки зрения производственной структуры,
- географическая привязка в соответствии с направленностью финансовых потоков (внутренняя или внешняя экономика),
- обособленный учет транспортной составляющей,
- отделение внутреннего производства от экспортно-импортных операций.

Определение величины составных частей на примере пекидж-туров с авиаперелетом показан в таблице 8.2.4.

Таблица 8.2.4

Группировка и стоимостные оценки компонентов пекидж-туров с авиаперелетом (абсолютные величины)

Компоненты	Внутреннее производство	Импорт
Услуги по авиаперевозке	$A = P \cdot r \cdot e$	$B = P \cdot r \cdot f$
Прочие услуги	$C = P \cdot s \cdot v$	$D = P \cdot s \cdot w$

В таблице использованы следующие обозначения:

P — расходы на пекидж-туры с авиаперелетом, который выполняют авиакомпании-резиденты, евро;

A — расходы на внутренние авиаперевозки, выполняемые авиакомпаниями-резидентами (относятся к внутреннему производству и не учитываются в платежном балансе), евро;

B — расходы на перевозки по внутренним авиалиниям, выполняемые авиакомпаниями-нерезидентами данной страны (импорт авиауслуг), евро;

C — расходы на туристские услуги в составе пекидж-туров, за исключением авиаперевозок, созданные во внутренней экономике (учет с разбивкой по странам-реципиентам физических потоков туристов из страны), евро;

D — расходы на импортированные туристские услуги в составе пекидж-туров, за исключением авиаперевозок (учет с разбивкой по странам-партнерам исходя из географии финансовых потоков), евро.

Рассмотрим возможности модели дезагрегирования информации о пекидж-турах с авиаперевозкой на условных примерах.

Пример 1. *HHS* — соотношение между пакетированными и непакетированными услугами по авиаперевозкам

Исходная информация получена в результате обследований домашних хозяйств.

В течение квартала граждане страны совершили в общей сложности 150 полетов за границу, из которых 100 были выполнены авиакомпания-резидентами. Оставшиеся 50 полетов были организованы авиакомпаниями-нерезидентами (импорт авиауслуг). 40 полетов из 100, совершенных авиакомпаниями-резидентами, были пакетированными и 60 — непакетированными.

Доля непакетированных услуг по авиаперевозкам, выполненным авиакомпаниями-резидентами, в общем объеме авиауслуг, предоставленных авиакомпаниями-резидентами, рассчитывается как

$$x = 60/100 = 0{,}6.$$

Доля пакетированных услуг по авиаперевозкам, выполненным авиакомпаниями-резидентами, рассчитывается как

$$y = 40/100 = 0{,}4.$$

***TA*1 — соотношение между объемом импорта и величиной внутреннего производства пекидж-туров**

За рассматриваемый период было реализовано 50 пекидж-туров за границу гражданам страны, из них 40 с авиаперелетом и 10 с перевозкой на туристических автобусах. Каждый пекидж-тур включал три компонента:

- услуги туроператора-резидента;
- услуги по перевозке (20 пекидж-туров с авиаперелетом на воздушных судах авиакомпании-резидента и 30 пекидж-туров с перевозкой на туристических автобусах, организованной транспортными компаниями-нерезидентами);
- услуги по размещению, предоставленные средствами размещения-нерезидентами.

Таким образом, из 150 пекидж-туров 90 относились к внутреннему производству (v) и 60 были импортированными (w) (табл. 8.2.5). Показатели v и w могут быть также представлены в относительных величинах (долевом выражении).

Доля пекидж-туров, произведенных во внутренней экономике страны, в общем объеме пекидж-туров рассчитывается как

$$v = 90/150 = 0{,}6.$$

Доля импортированных пекидж-туров составила

$$w = 60/150 = 0{,}4.$$

Таблица 8.2.5

Пример дезагрегирования информации о пекидж-турах (усл. ед)

Компоненты пекидж-туров	Всего	=	Кем предоставлены услуги		
			компания-резидент (внутреннее производство)	+	компания-нерезидент (импорт)
услуги туроператоров	50	=	50	+	0
перевозка	50	=	40	+	10
размещение	50	=	0	+	50
Всего	**150**	**=**	**90**	**+**	**60**

***A*1 — соотношение между объемом импортированных и созданных во внутренней экономике авиауслуг**

В теории информация по авиаперевозкам, полученная при обследованиях домохозяйств, с одной стороны, и авиаперевозчиков — с другой, должна совпа-

дать. В рассматриваемом условном примере абстрагируемся от существующих на практике отклонений и воспользуемся сведениями от домохозяйств — всего было выполнено 150 авиаполетов, из них 100 авиакомпаниями-резидентами и 50 авиакомпаниями-нерезидентами. Тогда

доля авиауслуг, созданных во внутренней экономике страны, в общем объеме авиауслуг $n = 100/150 = 0{,}67$;

доля импортируемых авиауслуг в общем объеме авиауслуг $m = 50/150 = 0{,}33$;

доля пакетированных авиауслуг, созданных во внутренней экономике страны, в общем объеме авиауслуг $m' = 0{,}07$.

Проверка расчетов свидетельствует об отсутствии ошибок:

$x + y = 1$; при подстановке данных $0{,}7 + 0{,}3 = 1$;

$n + m = 1$; при подстановке данных $0{,}67 + 0{,}33 = 1$;

$m» = y - m$; при подстановке данных $0{,}4 - 0{,}33 = 0{,}07$;

$m' = n - x$; при подстановке данных $0{,}67 - 0{,}6 = 0{,}07$.

A2 — соотношение между объемами импортированных и созданных во внутренней экономике пакетированных авиауслуг

Доля созданных во внутренней экономике пакетированных авиауслуг в общем объеме пакетированных авиауслуг $e = m'/y = 0{,}07/0{,}4 = 0{,}175$

Доля импорта в общем объеме пакетированных авиауслуг $f = m/y = 0{,}33/0{,}4 = 0{,}825$.

***TA2* — покомпонентная структура пекидж-туров**

В качестве исходной принимается информация по позиции *TA*1.

Доля транспортной составляющей в структуре пекидж-туров $r = 50/150 = 0{,}33$

Доля остальных, собственно туристских услуг в структуре пекидж-туров $s = 100/150 = 0{,}67$.

Полученные данные сведены в таблицу 8.2.6.

Таблица 8.2.6

Калькуляция затрат (в денежном выражении) на создание компонентов пекидж-туров

Компоненты	Внутреннее производство	Импорт
Перевозка	$A = P \cdot r \cdot e = 1000 \cdot 0{,}33 \cdot 0{,}175 = 57{,}75$	$B = P \cdot r \cdot f = 1000 \cdot 0{,}33 \cdot 0{,}825 = 272{,}25$
Прочее	$C = P \cdot s \cdot v = 1000 \cdot 0{,}67 \cdot 0{,}6 = 402$	$D = P \cdot s \cdot w = 1000 \cdot 0{,}67 \cdot 0{,}4 = 268$

Пример 2.

Известна общая сумма расходов на пекидж-туры с авиаперелетом, выполняемым авиакомпаниями-резидентами. Эта информация получена в результате обследований домашних хозяйств. Задача состоит в ее дезагрегировании по соответствующим компонентам пекидж-туров. Значения показателей *r*, *e*, *f*, *s*, *v*, *w* уже известны, что позволяет приступить к решению задачи (табл. 8.2.7).

Таблица 8.2.7

Разукрупнение информации о расходах на пекидж-туры с авиаперелетом авиакомпанией-резидентом (млн евро)

$P = 130$	{	$A = P \cdot r \cdot e = 130 \cdot 0{,}3 \cdot 0{,}4 = 15{,}6$
		$B = P \cdot r \cdot f = 130 \cdot 0{,}3 \cdot 0{,}6 = 23{,}4$
		$C = P \cdot s \cdot v = 130 \cdot 0{,}7 \cdot 0{,}43 = 39{,}1$
		$D = P \cdot s \cdot w = 130 \cdot 0{,}7 \cdot 0{,}57 = 51{,}9$

Дальнейшее разукрупнение состоит в выделении таких составных пекидж-туров, как маржа туроператоров, вознаграждение турагентов, аэропортовые сборы и др., уточнении величины внутреннего производства, разбивке импорта авиауслуг и туристских услуг по странам-партнерам в соответствии с географией финансовых потоков.

По уточненным данным с помощью модели дезагрегирования расходы австрийцев на туристские поездки за границу в 2012 г. составили 7,9 млрд евро. Поступления от въездного туризма достигли в том же году 14,7 млрд евро. Экспорт превысил импорт на 6,8 млрд евро. Для Австрии характерно положительное сальдо по статье «Поездки» платежного баланса (рис. 8.2.10).

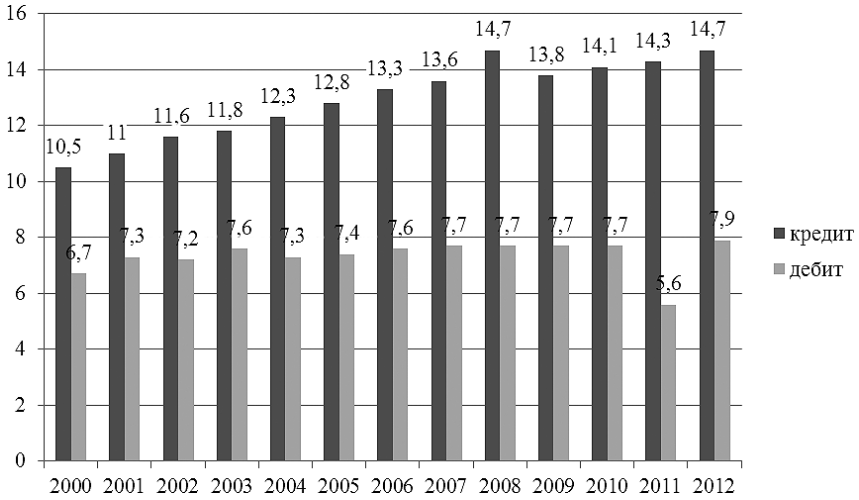

Рис. 8.2.10. Кредит и дебит по статье «Поездки» платежного баланса Австрии в 2000—2012 гг. (млрд евро)

Успешное решение ряда методологических вопросов отражения внешней торговли туристскими продуктами в платежном балансе страны дало новый импульс развитию статистики туризма в Австрии.

Вспомогательный счет туризма. Решение о разработке ВСТ в Австрии было принято в связи с необходимостью количественно оценить масштабы и значение туризма в экономике страны. Традиционная статистика туризма и существующая СНС не позволяют определить величину добавленной стоимости, валовой внутренний продукт, число рабочих мест, созданных в туризме и смежных с ним отраслях экономики страны в процессе обслуживания посетителей. В первый раз ВСТ был разработан по поручению Федерального министерства экономики и труда Австрии в 2001 г. Это был совместный проект Статистического офиса Австрии и австрийского института экономических исследований. Начиная с 2005 отчетного года он составляется регулярно. Его методологической основой служат рекомендации ряда международных организаций — ЮНВТО, ОЭСР и Евростата.

Согласно этим рекомендациям, ВСТ для Австрии представляет собой систему таблиц, содержащих обобщенные числовые характеристики важнейших групп экономических операций в туризме. В них сведен большой объем информации, полученной из разных источников (табл. 8.2.8).

Таблица 8.2.8

Основные источники данных для ВСТ для Австрии

Система национальных счетов
агрегаты — наиболее важные показатели, относящиеся к экономике страны в целом
данные о расходах домашних хозяйств на потребление (за год)
таблицы ресурсов и использования (ежегодно)
таблица «затраты — выпуск» (5 лет)
статистика цен
Статистика туризма
статистика размещения
статья «Поездки» платежного баланса
«поведенческий» раздел статистики туризма
Статистика коммерческой деятельности
данные экономической переписи
структурная статистика предприятий
государственный регистр предприятий
Статистика населения
данные переписи населения
данные обследований рабочей силы
данные обследований бюджетов домашних хозяйств
Внешние источники информации
статистика социального страхования
статистика туризма Германии в части данных об однодневных поездках немцев в Австрию

Окончание

статистика туризма Италии в части данных об однодневных поездках итальянцев в Австрию
статья «Поездки» (кредитная сторона) платежных балансов ряда стран
ведомственная статистика Австрийского национального туристского офиса (результаты регулярных выборочных обследований иностранных и внутренних туристов)
Центральный регистр населения Австрии
данные зеркальной статистики (сопоставление данных с соответствующей встречной информацией стран-партнеров)

В настоящее время ВСТ для Австрии образуют шесть таблиц. Это не полный перечень таблиц, рекомендуемых международными организациями. Всего их насчитывается десять. Построение некоторых из них в стране отложено на более поздний срок ввиду необходимости сбора дополнительной информации и окончательной непроработанности ряда теоретических вопросов.

В Австрии регулярно составляются наиболее важные таблицы, предназначенные для описания и анализа потребления туристских товаров и услуг в экономике страны, результатов производства в туризме и смежных с ним отраслях экономики, сопоставления совокупного производства и потребления, а также занятости в туризме. В таблицах также делаются отдельные записи в виде аналитических обобщающих показателей разных аспектов туристской деятельности. В качестве основных экономических агрегированных показателей, позволяющих получить представление о вкладе туризма в экономику страны, используются следующие показатели.

Величина потребительских расходов, относящихся к туризму внутри страны. В 2011 году общие потребительские расходы на туризм в Австрии оценивались в 30,4 млрд евро. 52% этой суммы приходилось на потребление иностранных посетителей, 48% — внутренних. Кроме видов туризма данные о расходах также приводятся в разбивке по целям поездок (на отдых, отдельно на отдых в загородных домах и по делам) и типам посетителей (туристы и экскурсанты), поскольку структуры их потребления обычно сильно различаются.

Валовая добавленная стоимость, создаваемая в туризме, а также в смежных с ним отраслях экономики страны. Этот один из важнейших показателей экономической деятельности в туризме рассчитывается на основе информации, сведенной в центральную таблицу 6 ВСТ. В ней совокупное предложение товаров и услуг, относящихся к туризму внутри страны, сопоставляется с объемами их потребления и таким образом оценивается величина валовой добавленной стоимости. В 2011 году непосредственно в туризме Австрии было создано добавленной стоимости в размере 16,5 млрд евро, или 5,5% всей валовой добавленной стоимости, произведенной в том же году в стране. С учетом валовой добавленной стоимости, соз-

данной в смежных с туризмом и вовлеченных в обслуживание посетителей отраслях экономики, эта величина увеличивается до 22,1 млрд евро. Она позволяет рассчитать общий (прямой и косвенный) вклад туризма в ВВП страны, который в 2011 г. достиг 7,3%;

Занятость в туризме. Экономическая значимость туризма во многом определяется тем влиянием, какое он оказывает на занятость населения. Однако формирование модуля занятости во ВСТ для Австрии было сопряжено с серьезными трудностями. Они проистекали из сезонного характера работы в туризме, больших различий в условиях труда, нередкого отсутствия официальных договоров на выполнение многих видов работ в мелком туристском бизнесе. Тем не менее в области количественной оценки занятости Австрии удалось продвинуться вперед благодаря собственным теоретическим разработкам и точному следованию международным рекомендациям. Занятость в туризме страны выражается количеством рабочих мест (числом занятых) и количеством рабочих мест в эквиваленте полной занятости, т.е. из расчета полного рабочего дня. В 2011 году в туризме Австрии насчитывалось 315,1 тыс. рабочих мест, или 254,5 тыс. в эквиваленте полной занятости. Это составляло 7,3% всех занятых в экономике страны. Согласно международным рекомендациям, общее количество рабочих мест должно быть представлено в разрезе отдельных секторов туристской индустрии. В модуле занятости населения во ВСТ для Австрии информация группируется по отелям и ресторанам; пассажирскому транспорту, турагентствам и туроператорам; учреждениям культуры, досуговоразвлекательным и спортивным объектам. В 2011 году 58% рабочих мест в эквиваленте полной занятости от общего их числа в туристской индустрии было создано в секторе размещения и питания (отели и рестораны). Ниже в качестве примера приводится одна из таблиц ВСТ для Австрии, относящаяся к модулю «Занятость в туризме» (табл. 8.2.9).

По аналогии с национальным ВСТ для отдельных регионов Австрии, наиболее значимых в туристском отношении, составляются региональные ВСТ. Первая такая попытка, увенчавшаяся успехом, была предпринята в Вене в 2002 г. С 2003 году региональный счет разрабатывается для федеральной земли Верхняя Австрия, с 2005 г. — для Нижней Австрии. Региональные ВСТ создаются главным образом как основа для принятия управленческих решений туристскими администрациями. Вооруженные информацией о подлинной значимости туризма в региональной экономике, они готовы к новым инициативам и оптимизируют объемы финансирования программ развития туризма.

Статистика туризма Австрии как система. Все четыре раздела статистики туризма Австрии — статистика размещения, «поведенческий» раздел, статистика платежного баланса по статье «Перевозки» и ВСТ — жестко связаны между собой. Они представляют единое целое, что позволяет говорить об интегрированной системе статистики туризма (рис. 8.2.11).

Таблица 8.2.9

Количество рабочих мест и рабочих мест в эквиваленте полной занятости в туристской индустрии Австрии в 2011 г.

Сектор туриндустрии	Количество рабочих мест		Количество рабочих мест в эквиваленте полной занятости					
			наемные работники		самозанятое население		всего	
	тыс. ед.	%	тыс. ед.	%	тыс. ед.	%	тыс. ед.	%
Отели и рестораны								
Всего	**190,5**	**60,5**	**120,1**	**55,5**	**27,5**	**72,2**	**147,6**	**58,0**
отели и аналогичные средства размещения	76,1	24,2	48,6	22,5	10,2	26,8	58,8	23,1
рестораны и аналогичные предприятия общественного питания	114,4	36,3	71,5	33,1	17,3	45,4	88,8	34,9
Пассажирский транспорт, турагентства и туроператоры								
Всего	**95,8**	**30,4**	**79,2**	**36,6**	**5,9**	**15,5**	**85,2**	**33,5**
железнодорожный пассажирский транспорт	8,1	2,6	7,1	3,3	0,0	0,0	7,1	2,8
прочие виды наземного пассажирского транспорта	45,6	14,5	38,1	17,6	4,0	10,5	42,2	16,6
водный пассажирский транспорт	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
воздушный пассажирский транспорт	5,9	1,9	4,3	2,0	0,1	0,3	4,5	1,8
вспомогательные службы на пассажирском транспорте	0,7	0,2	0,6	0,3	0,1	0,3	0,7	0,3
турагентства, туроператоры	35,5	11,3	29,1	13,5	1,7	4,5	30,7	12,1
Учреждения культуры, досугово-развлекательные и спортивные объекты								
Всего	**28,7**	**9,1**	**17,0**	**7,9**	**4,7**	**12,3**	**21,7**	**8,5**
учреждения культуры и досугово-развлекательные объекты	18,3	5,8	10,8	5,0	3,0	7,9	13,9	5,5
спортивные объекты	10,4	3,3	6,2	2,9	1,7	4,5	7,9	3,1
Всего								
Всего	**315,1**	**100,0**	**216,3**	**100,0**	**38,1**	**100,0**	**254,5**	**100,0**

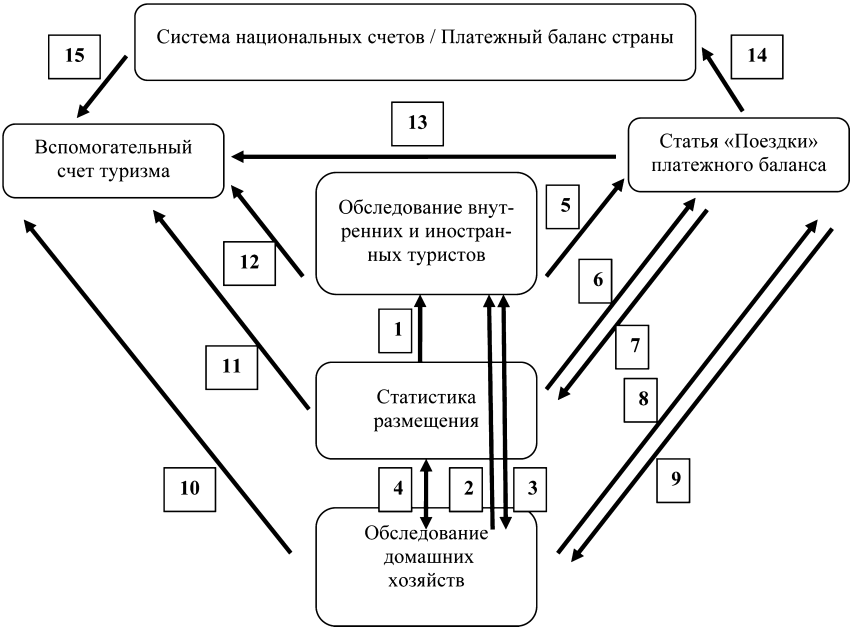

Рис. 8.2.11. Интегрированная система статистики туризма Австрии. Цифрами на рисунке обозначены: 1 — данные о ночевках для определения выборки респондентов, согласование содержания анкет для опросов; 2 — информация о посещениях австрийцами родственников и знакомых; 3 — согласование содержания анкет для опросов; 4 — перекрестная проверка достоверности результатов статистического наблюдения; 5 — данные о средних ежедневных расходах туристов-нерезидентов в коммерческих и некоммерческих средствах размещения; 6 — данные о ночевках туристов-нерезидентов в коммерческие средства размещения с разбивкой по странам происхождения; 7 — подробная разбивка информации об экспорте туристских услуг по географическому признаку; 8 — данные о расходах австрийцев в поездках на отдых и с деловыми целями; 9 — подробная разбивка информации об импорте туристских услуг по географическому признаку, проверка достоверности сведений посредством данных по кредитным карточкам; 10 — сведения о расходах австрийцев на внутренний туризм, информация о выездном туризме для построения таблицы № 3; 11 — данные о количестве ночевок туристов с разбивкой по федеральным землям Австрии и категориям отелей; 12 — информация о структуре расходов посетителей; 13 — данные для определения объемов поступлений от туризма; 14 — таблицы увязки данных для определения объемов потребительских расходов населения, величина расходов на деловые поездки как производственных затрат; 15 — информация, содержащаяся в таблицах «затраты — выпуск».

Принцип интеграции, положенный в основу статистики туризма Австрии, проявляется в разных формах. Все агрегированные показатели туристской деятельности строятся на основе строго выверенных и согласованных между собой концепций и определений, общей базы исходных данных, отрицания и недопущения повторного счета; они также нацелены на эффективность в процессе сбора первичных данных. Методы, используемые в статистике туризма Австрии, взаимодополняют друг друга. Наблюдения через отчетность (статистика размещения) сочетаются со специально проводимыми обследованиями (обследования внутренних и иностранных туристов, выборочные обследования домашних хозяйств). Например, данные статистики размещения используются при проведении выборочных обследований внутренних и иностранных туристов — для определения размеров и структуры выборки, взвешивания и распространения результатов обследований на всю совокупность посетителей. Обследования домохозяйств дополняют статистику размещения в части посещения австрийцами родственников и знакомых. Статистика размещения является основным источником информации для заполнения кредитовой стороны, а обследования домохозяйств — дебетовой стороны платежного баланса по статье «Поездки». Данные обследований домохозяйств, статистики размещения и обследований внутренних и иностранных туристов сводятся в таблицах ВСТ. Статья «Поездки» платежного баланса в свою очередь содержит сведения о поступлениях от международного туризма, необходимые для построения ВСТ. Кроме того, опосредованно через статью «Поездки» и ВСТ статистика туризма связана с платежным балансом страны и СНС Австрии.

Благодаря созданию интегрированной системы статистики туризма и ее применению на практике Австрия существенно продвинулась вперед в познании туризма статистическими методами. Собираемая ею информация отличается актуальностью, полнотой, достоверностью, что в целом повышает доверие к статистике туризма в мире.

8.3. Специально организованные обследования в сфере туризма Великобритании

Общие сведения о статистических наблюдениях в Великобритании. В Великобритании регулярно проводится четыре официальных статистических наблюдения:

- внутреннего туризма (*Great Britain Domestic Overnight Tourism*, *GBTS*);
- внутренних экскурсионных поездок (*Great Britain Day Visits Survey*, GBDVS);
- загрузки отелей и аналогичных средств размещения в Великобритании (*UK Occupancy Survey for Serviced Accommodation*, *UKOS*);

- посещений туристских аттракций в Англии (*Visitor Attractions in England*).

Кроме того, Национальная статистическая служба Великобритании осуществляет сбор и обработку статистических данных о въездном потоке в страну (*International Passenger Survey*, *IPS*).

В 2012 году в стране стартовал проект «Мониторинг туристского бизнеса». Туристская администрация Англии *VisitEngland* несколько раз в год проводит опросы около 500 средств размещения (отелей, гостевых домов, пансионатов, кемпингов, палаточных лагерей разной вместимости и местоположения) и около 300 объектов туристского интереса о результатах их текущей деятельности и ожиданиях на ближайшие месяцы. В программу обследования включаются разные «горячие темы».

VisitEngland также проводит краткие опросы потребителей об их намерениях совершить поездки во время официальных выходных (так называемых банковских праздников, когда не работают банки и другие организации) — Пасхи, Августовского дня отдыха и Рождества (Нового года). Накануне праздника 1200 резидентов Великобритании в возрасте 16 лет и старше просят ответить на вопрос в режиме онлайн о готовности отправиться в поездку как минимум с одной ночевкой в ближайшие две недели. В случае утвердительного ответа опрос продолжается для получения дополнительной информации о географии поездки (по территории Великобритании или за рубеж) и ее мотива (туризм с целью отдыха и развлечений, по делам или в гости к друзьям и родственникам).

Статистическая информация о туризме в Великобритании является общедоступной. Она предоставляется заинтересованным пользователям и распространяется в том числе в электронном виде на сайте *VisitEngland* (http://www.visitengland.org).

Более подробно рассмотрим особенности организации официальных статистических наблюдений в сфере туризма Великобритании.

GBTS. Это выборочное обследование резидентов Великобритании, совершивших поездки минимум с одной ночевкой по стране. Такие наблюдения ведутся начиная с 1989 г. Они дают информацию о внутренних поездках, ночевках и расходах, а также профиле внутренних туристов. Информация собирается каждую неделю в течение всего года *методом персонального интервьюирования по месту жительства респондентов*. Объем выборочной совокупности составляет 100 тыс. человек в возрасте 16 лет и старше. Выборочная совокупность организуется на принципах представительности социально-демографической структуры населения в пределах каждого из девяти регионов Англии, а также Уэльса и Шотландии.

Опросный лист обследования включает 18 вопросов, которые можно объединить в несколько блоков.

Вводный блок включает обращение к респонденту и вопрос-фильтр, позволяющий выделить из всей совокупности опрашиваемых лиц ту

их часть, которой будут задаваться последующие вопросы. Вопрос-фильтр формулируется таким образом, чтобы вычленить респондентов, совершивших поездку (поездки) по стране как минимум с одной ночевкой за последние четыре календарные недели. Только 10—20% из 100 тыс. опрошенных лиц дают утвердительный ответ на него. Здесь же устанавливается количество предпринятых поездок.

Основной блок вопросов касается самой недавней поездки респондента. О ней собирается следующая детализированная информация: главная цель, места остановок, первое место ночевки и количество ночевок, проведенных здесь, тип этого места (побережье, крупный город, небольшое городское поселение, сельская местность), вид средства размещения, другие места ночевок, общее число ночевок во время поездки, в каком составе совершалась поездка (респондент один или с другими людьми), количество человек, сопровождавших респондента, с кем именно путешествовал респондент (с мужем, женой, детьми, другими взрослыми лицами женского или мужского пола) и кто оплачивал поездку, количество детей в поездке, используемый вид транспорта, производилось ли бронирование туристских услуг и каких именно, способ бронирования (в офисе туроператора или турагента, по телефону, по почте, через интерактивные телевизионные каналы или через Интернет), величина расходов в целом и с разбивкой по статьям, формы занятий во время поездки (предлагается выбрать из перечня с 63 наименованиями), главная форма занятий как основной мотив поездки.

Следующий блок вопросов относится ко второй и третьей поездкам, если они совершались в рассматриваемый период. Собираемая в данном случае информация не такая дробная, как о первой поездке.

В конце интервью задается вопрос о количестве личных автомобилей в домашнем хозяйстве.

Данные обследования подлежат дальнейшей обработке и анализу. Конечная цель выборочного наблюдения состоит в том, чтобы охарактеризовать генеральную совокупность, в данном случае всех взрослых резидентов Великобритании, на основе выборочных результатов. Для этого производится взвешивание результатов обследования. Каждому респонденту, совершившему хотя бы одну поездку с ночевкой по стране в течение рассматриваемого периода, присваивается определенный статистический вес. Итоги обследования обрабатываются в целом по Великобритании и ее регионам ежемесячно.

По результатам обследования, в 2012 г. резиденты Великобритании предприняли около 126 млн поездок по стране и совершили 388 млн ночевок. Средняя продолжительность внутренней туристской поездки составила 3,1 ночевки. Суммарный объем туристских расходов достиг примерно 24 млрд ф.ст. Средняя величина расходов на одну поездку составила 190 ф.ст., а на одну ночевку — 62 ф.ст. В том же году каждый взрослый резидент

Великобритании побывал в среднем в двух туристских поездках по стране общей продолжительностью 6,3 ночевки и потратил 389 ф.ст.

GBDVS. Это выборочное обследование резидентов Великобритании, совершивших однодневные поездки по стране. В первый раз подобное обследование было проведено в 2005 г. Цель GBDVS состоит в измерении количества внутренних однодневных поездок, величины расходов на них, а также определении профиля лиц, предпринявших такие поездки. Обследование проводится еженедельно круглый год с использованием двух методов. На первом этапе наблюдения организуется *онлайн интервью* (*CAPI*), а на втором этапе — *персональное интервью по месту жительства респондента*.

Объем выборочной совокупности составляет в среднем 38 тыс. человек (35 262 человека в 2012 г.) в возрасте 16 лет и старше. Выборка осуществляется из специализированной онлайн-панели — сообщества людей, которые дали согласие на участие в онлайн-исследованиях, зарегистрировались на панельном интернет-портале и сообщили о себе подробную информацию (так называемые атрибуты или профиль) обычно за материальное вознаграждение. Отбор конкретных участников опроса проводится методом квотирования: генеральная совокупность сначала разделяется на непересекающиеся группы, а затем пропорционально из каждой группы выбираются единицы наблюдения в соответствии с предпочтениями интервьюера. В рассматриваемом случае целевая группа для квотной выборки формировалась на основе следующих социально-демографических характеристик — пол, возраст, статус занятости, принадлежность к определенной социальной группе и прочих, а также места жительства. Для получения репрезентативных результатов выходные данные обследования взвешивались.

В ходе опроса респондента просили описать в деталях, как он обычно отдыхает, спрашивали, был ли он в поездке (поездках) продолжительностью три и более часов на минувшей неделе и, если да, чем занимался в это время. Фокусировка опроса на участии респондента в недавних поездках объясняется стремлением получить более точную, еще удерживаемую памятью человека информацию. Во время обследования собираются социально-демографические сведения о респонденте, месте его жительства, работы или учебы. Опросный лист состоит в среднем из 50 вопросов, сгруппированных в пять блоков (табл. 8.3.1). Общие сведения об однодневных поездках в свободное время, предпринятых респондентами на минувшей неделе, фиксируются во втором разделе анкеты. Из их числа выделяются поездки продолжительностью не менее трех часов, о которых собирается более подробная информация в разделе 3. В свою очередь из этой группы поездок вычленяется подгруппа однодневных туристских поездок, которые находятся в центре статистического наблюдения.

Таблица 8.3.1

Структура анкеты *GBDVS* 2012

№ вопроса*	Содержание вопроса
	Раздел 1. Обычный образ жизни и деятельности
1	Когда вы вернулись из недавней поездки с ночевкой по Великобритании
4	Когда вы последний раз (включая минувшую неделю) занимались каким-либо из перечисленных видов деятельности (перечисляется 15 видов занятий, относящихся к туризму и рекреации)
	Раздел 2. Однодневные поездки в свободное время на минувшей неделе
5	Число поездок в свободное время на минувшей неделе, во время которых вы занимались видами деятельности, перечисленными в вопросе 4
6	Виды деятельности, которыми вы занимались во время каждой поездки
8	Продолжительность поездки
	Раздел 3. Однодневные поездки продолжительностью три часа и более на минувшей неделе (вопросы задаются только о поездках указанной продолжительности и на минувшей неделе, респондент сообщает сведения не более чем о трех таких поездках)
13	Тип основного места посещения
13a	Тип основного места посещения — в случае если на вопрос 13 дано более чем один ответ, выбрать единственное, самое важное место посещения в поездке
13b	Район, где находится главное место посещения
11	Главное место посещения — сельское поселение, малый город, крупный город, морское побережье
12	Посещение боро Лондона — административной единицы Лондона районного уровня
14	Откуда началась поездка (из дома, с работы, другое)
15	Название сельского поселения, малого или крупного города, откуда началась поездка
16	Расстояние, покрытое во время поездки (от ее начала до окончания)
17	Основной вид транспорта, используемый в поездке (возможен только один вариант ответа)
18	Основное занятие во время поездки (возможен только один вариант ответа)
19	Подробная характеристика деятельности (видов занятий) во время поездки (предлагается выбрать из 48 вариантов ответа)

Окончание

№ вопроса*	Содержание вопроса
20—22	Неосновные дестинации, которые респондент посетил во время поездки
23	Продолжительность поездки — общая, время в пути, время пребывания в разных дестинациях
24—25	Лица вас сопровождавшие в поездке
26—28	Расходы на поездку — приобретенные товары и услуги, величина расходов
29	Регулярность поездок (в то же самое место для той же самой деятельности)
30	Частота поездок (в то же самое место для той же самой деятельности)
	Раздел 4. Впечатления посетителя (вопросы задаются тем респондентам, которые во время поездок занимались разными видами деятельности и только на территории одной административной части Великобритании — Англии)
31	Общее впечатление от дестинации
32	Будет ли респондент рекомендовать кому-либо посетить эту дестинацию
33	Намерен ли респондент повторно посетить дестинацию
34	Ранжируйте по степени привлекательности места посещения в Великобритании. Какую позицию в рейтинге занимает эта дестинация
	Раздел 5. Профиль респондента
40	Район постоянного проживания
40b	Живу в боро Лондона
41	Живу в сельском поселении, малом городе, крупном городе
45—47	Место работы, если оно отличается от места проживания
48—50	Место учебы, если оно отличается от места проживания
51—52	Место (места) каждодневных покупок, других рутинных видов деятельности
Без номера	Количество детей в домашнем хозяйстве Семейное положение Количество автомобилей в домашнем хозяйстве Статус занятости Возраст, когда закончил (прервал) получение образования по очной форме Социально-экономический статус Использование интернетом (часов в неделю)

* Вопросы под номерами 2 и 3, а также с 35 по 39 входили в форму опросного листа 2011 г. В 2012 году форма была изменена и ряд вопросов исключен, но при этом была сохранена их старая нумерация.

В соответствии с международными рекомендациями по статистике туризма и разработанными методологическими основами проводимого обследования однодневная туристская поездка определяется на основе следующих признаков:

- вид занятий, которые относятся к туризму и рекреации;
- продолжительность — не менее трех часов, включая время в пути до места назначения;
- нерегулярность — сама поездка и виды деятельности во время нее не должны быть повседневными;
- выезд за пределы обычной среды проживания респондентов — место назначения (дестинация) не должно совпадать с местом проживания респондента. Исключение делается для поездок на спортивные соревнования, к туристским достопримечательностям и на специальные событийные мероприятия.

Во время обследования респондентов просят предоставить подробную информацию о видах деятельности, относящихся к туризму и рекреации. Из предлагаемого перечня (табл. 8.3.2) им предлагается выбрать те виды занятий, которые осуществлялись в поездке. Участие в них за пределами постоянного места жительства, но на территории Великобритании — один из главных критериев отнесения поездок к категории туристских в *GBDVS*.

Результаты *GBDVS* обобщаются и оформляются в виде отчета. Он включает сведения об общем количестве однодневных туристских поездок и величине расходов на них, занятиях на отдыхе, посещаемых местах, типах используемых транспортных средств, средних расходах на одну поездку и прочем, а также профиль посетителей. Результаты представляются в разрезе всей страны Великобритании и отдельных ее административных частей — Англии, Шотландии и Уэльса. Во всех случаях, когда это возможно, дается региональная группировка данных — по девяти административным регионам Англии, четырем географическим районам Шотландии и четырем районам Регионального туристского партнерства Уэльса.

В 2012 году резиденты Великобритании предприняли 1,7 трлн однодневных туристских поездок по стране и потратили на эти цели около 57 млрд ф.ст. Поездки крайне неравномерно распределены по территории Великобритании. 86% их приходилось на Англию, 8% на Шотландию и 6% на Уэльс. Расходы на поездки распределялись аналогичным образом.

UKOS. Это *выборочное обследование средств размещения* с целью уточнения их количества и типов, единовременной вместимости, а также основных показателей деятельности.

Таблица 8.3.2

Виды занятий во время поездки

№ п/п	Занятия
1	Посещение друзей или родственников на отдыхе
2	Шопинг — специальные, некаждодневные покупки
3	Выезд с целью вкусно поесть
4	Посещение ночных баров, пабов или клубов
5	Развлечения — посещение кинотеатров, концертных залов или театров
6	Активные физические занятия на открытом воздухе — пешие и велосипедные прогулки, игра в гольф и пр.
7	Участие в других видах деятельности в свободное время, как то занятия хобби, вечерние курсы обучения чему-либо и пр. (вне дома)
8	Занятия спортом, в том числе посещение тренажерных залов и т.д.
9	Посещение спортивных соревнований
10	Посещение туристских аттракций — исторических объектов, музеев, тематических парков, ботанических садов, зоологических парков и пр.
11	Посещение публичных событийных мероприятий — фестивалей, выставок и пр.
12	Участие в торжествах, обрядах, церемониях личного характера (свадьба, окончание учебного заведения, крестины и пр.)
13	Посещение центров красоты или оздоровительных центров
14	Изучение какой-либо местности
15	Другие виды занятий во время однодневных поездок/экскурсий, не перечисленные выше

В соответствии с Директивой ЕС по статистике туризма Великобритания обязана предоставлять в Евростат информацию о среднемесячной загрузке отелей и аналогичных средств размещения. Однако в отличие от многих других стран в Великобритании отсутствует обязательная регистрация средств размещения, что затрудняет точную оценку истинных масштабов гостиничного бизнеса и деятельности соответствующих предприятий в стране. Регулярно проводимые и хорошо подготовленные обследования помогают решить эту проблему.

Начиная с 1997 г. каждая из четырех региональных туристских администраций Англии, Шотландии, Уэльса и Северной Ирландии организует статистические наблюдения загрузки отелей и аналогичных средств размещения на своей территории. Обследования проводятся по единой методике. Это обеспечивает сопоставимость результатов и возможность получения данных по Великобритании в целом.

Объектом наблюдения являются средства размещения туристов в Великобритании. Согласно Директиве ЕС по статистике туризма, они

должны состоять из отдельных номеров и предоставлять услуги по уборке и экипировке помещений. Таким образом обследование охватывает отели, мотели, гостевые дома, а также частные средства размещения (частное жилище), работающие и принимающие туристов по системе *B&B* (*bed and breakfast*), например фермерские дома. Однако критерии отнесения средства размещения к тому или иному типу в Великобритании четко не прописаны, и владельцы классифицируют их самостоятельно при заполнении опросного листа. В 2010 году в стране насчитывалось около 45,1 тыс. средств размещения туристов с ежедневной единовременной вместимостью более 1,5 млн мест.

Обследование носит выборочный характер. Выборка осуществляется из специализированной панели — совокупности средств размещения туристов, которые согласились участвовать в обследовании и ежемесячно предоставлять запрашиваемую информацию. Минимальный размер выборки в Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии составляет 200 действующих средств размещения, в то время как в Англии он не установлен. Каждый месяц региональные туристские администрации получают заполненные опросные листы и обрабатывают 2—2,5 тыс. данных. На основе сведений об уровне загрузки наличных мест по каждому региону и с учетом их веса в общем количестве в стране ежемесячно рассчитывается коэффициент использования гостиничного фонда в целом по Великобритании. Раз в год составляется сводный отчет *UKOS*.

По результатам обследования в 2011 г. среднегодовой уровень загрузки гостиничного фонда в Великобритании составил 64%. Наиболее высокие значения этот показатель принимал в июле и сентябре –75%, минимальное — 46% в январе. Уровень загрузки выше в рабочие дни (65%), чем в выходные (62%). Он также зависит от типа средства размещения туристов и колеблется от 46% в частных жилищах *B&B* до 67% в отелях. Гостиничный фонд лучше используется в крупных городах (71% загрузки), хуже на побережье и в сельской местности (55%). Сводный отчет *UKOS* содержит также информацию о средней площади номеров, тарифах на гостиничные услуги и пр. Информация представляется как в целом по Великобритании, так и в региональном разрезе.

Статистические наблюдения посещений туристских аттракций в Англии. Ежегодно туристская администрация Англии *VisitEngland* приглашает владельцев и операторов туристских аттракций принять участие в опросе. Он проводится с целью отслеживания динамики и тенденций развития сектора развлечений в Англии. Результаты опроса позволяют оценить экономический вклад туризма, а операторы туристских аттракций могут сравнить показатели их деятельности с аналогичными показателями в пределах данной категории объектов, региона или сектора в целом. Опрос в виде *анкетирования* проводится *с помощью интернета* (*онлайн*) *и по почте*. Респонденты самостоятельно, без помощи учетчика, заполняют

присланные анкеты. Важно подчеркнуть, что участие или неучастие основных туристских аттракций в опросе могут существенно повлиять на результаты наблюдения и привести к значительным колебаниям итоговых данных от года к году и серьезным погрешностям наблюдения.

Объектом наблюдения являются туристские аттракции, которые в соответствии с принятым в Англии определением, отвечают следующим критериям:

- создание и функционирование в развлекательных, познавательных или образовательных целях, в том числе в целях поклонения религиозным святыням. К туристским аттракциям не относятся небольшие приходские церкви, торгово-развлекательные центры, места проведения спортивных, театрализованных представлений;
- установление платы за вход только для осмотра достопримечательности;
- организация экскурсионного обслуживания;
- возможность публичных посещений без предварительного бронирования;
- работа по установленному графику;
- привлечение как экскурсантов и туристов, так и местных жителей;
- ведение единого бизнеса и наличие единого управления.

В обследовании 2012 г. приняло участие свыше 1,5 тыс. туристских аттракций Англии. В выборке были представлены разные категории туристских аттракций — кантри-парки, фермы, ботанические и зоологические сады, исторические достопримечательности, тематические парки, музеи, в том числе художественные галереи, производственные объекты, в том числе исторические железные дороги, культовые объекты и др. Подавляющее большинство их (988) заполняли анкеты в режиме онлайн. Анкета включает 19 вопросов, объединенных в пять блоков. В таблице 8.3.3 приведена структура анкеты.

Таблица 8.3.3

Структура опросного листа в 2012 г.

№№ вопросов	Содержание вопроса
	Введение
	Обращение к респонденту с просьбой заполнить анкету и гарантией конфиденциальности содержащейся в ней информации Адрес местонахождения туристской аттракции; контактная информация
	Раздел 1. Общая характеристика туристской аттракции
1.1	Тип туристской аттракции

Окончание

№№ вопросов	Содержание вопроса
1.2	Местонахождение туристской аттракции (побережье, сельская местность, город)
	Раздел 2. Посетители туристской аттракции
2.1	Количество посетителей в 2011 г.
2.2	Количество посетителей в 2012 г.
2.3	Соотношение взрослых посетителей и детей
2.4	Количество обслуженных школьных групп
2.5	Установлено ли платное посещение аттракции? (да, нет)
2.6	Средний размер платы в высокий сезон с человека
2.7 (a)	Доля иностранных посетителей
2.7 (b)	Доля местных жителей или проживающих на расстоянии дневного переезда среди посетителей аттракции
2.8	Доля посетителей, для которых посещение данной аттракции является главным мотивом поездки в дестинацию
	Раздел 3. Текущая деятельность и маркетинг
3.1	Валовой доход
3.2	Главное событие 2012 г. (организация корпоративных вечеров, открытие игровой детской площадки, открытие точки розничных продаж, создание веб-сайта, проведение костюмированных представлений, проведение временных выставок и пр.)
3.3	Динамика расходов на маркетинг в 2012 г. по сравнению с 2011 г.
3.4	Современные каналы продвижения аттракции (социальные сети, электронная рассылка новостей, блоги и пр.)
3.5	Круглогодичное или сезонное функционирование
	Раздел 4. Трудовые ресурсы
4.1	Количество лиц, обслуживающих туристов, в общей численности занятых в 2012 г. по сравнению с 2011 г.
4.2	Ожидаемое количество лиц, обслуживающих туристов, в общей численности занятых в 2013 г. по сравнению с 2012 г.
	Раздел 5. Как организаторы опроса могут использовать полученную информацию?
5.1	Возможна ли публикация данных об общем количестве посетителей аттракции?
5.2	Можно ли передать предоставленную информацию Совету по искусствам Англии и Комиссии по историческим зданиям и памятникам Англии?

IPS. Наряду с официальными статистическими обследованиями в сфере туризма в Великобритании проводятся специально организованные наблюдения за въездом-выездом в стране *IPS*. Они выполняются Национальной статистической службой начиная с 1961 г. В настоящее время такие наблюдения охватывают все главные воздушные и морские порты страны. Они дают детализированную информацию о числе и типах поездок иностранных резидентов в Великобританию и резидентов Великобритании за границу. Собираемые сведения используются при формировании платежного баланса страны по статье «Поездки», в статистике международной миграции, при принятии управленческих решений в сфере туризма Великобритании. Национальная статистическая служба регулярно публикует результаты статистических наблюдений.

Наблюдения за въездом-выездом в Великобритании организуются в виде *анонимного «лицом-к-лицу» интервьюирования*. Респонденты выбираются случайным образом (наугад) из числа пассажиров, которые въезжают в страну или наоборот выезжают из нее. Примерно 95% пассажиров, прибывающих в Великобританию или покидающих ее, могут быть выбраны для участия в обследовании.

В ходе *IPS* учитываются поездки продолжительностью менее одного года с разными целями — на отдых, для посещения друзей и родственников, с деловыми целями, для обучения и пр. Не подлежат статистическому обследованию транзитные пассажиры, пассажиры, прибывшие на морских судах, но не сошедшие на берег, мигранты, военнослужащие и работники дипломатических служб, дежурные моряки торгового флота и сотрудники авиакомпаний.

Туристская администрация *VisitBritain* находится в тесном контакте с Национальной статистической службой. Она собирает статистические данные о въездных посетителях более чем из 20 стран мира, в том числе из России.

Туристы из России в Великобритании не имеют приоритетного характера ни с точки зрения спроса на туристские услуги, ни с точки зрения суммы оставленных расходов. Но культурный и экономический потенциал российских туристов признается. К тому же выделяются перспективные группы высоко платежных посетителей, не ограничивающих себя в расходах.

Начинается анализ с общей характеристики рынка туристских услуг России и показателей туристских расходов выездных посетителей-резидентов Российской Федерации. В 2011 году этот показатель составил 36,5 млрд долл. Все поездки граждан Российской Федерации за границу разбиваются по целям с определением их доли. Около 40% поездок осуществляется с целью отдыха и рекреации (этот показатель аналогичен среднемировому)[1].

[1] Этот и большинство других показателей, характеризующих российских туристов сравниваются с аналогичными показателями, представляющими среднестатистические характеристики туристов остального мира.

Примерно 33% — с деловыми целями (мировой показатель 23%). 16% составляют поездки к родственникам и знакомым (мировой 27%). Остальные поездки совершаются с прочими целями.

Анализируется сезонность посещения Великобритании нашими соотечественниками. Пик посещений приходится на период с июня по сентябрь — 36% всех поездок. Эта доля выше по сравнению с остальным миром (30%). 23% поездок предпринимается с апреля по июнь, 21% — с октября по декабрь и 20% — с января по март. Туристы из других стран мира чаще, чем россияне, посещают Великобританию с апреля по июнь и с октября по декабрь примерно на 5%.

Изучается география поездок российских туристов по Великобритании. Наибольшей популярностью среди наших туристов пользуется Лондон. 70% всех поездок россиян в туманный Альбион приходится на этот город (для сравнения: 50% поездок туристов из других стран мира). Около 30% поездок российских посетителей предпринимается в Англию (41% поездок туристов из других стран мира), 8% — в Шотландию и 2% в Уэльс.

Далее дается оценка состояния экономики Российской Федерации, делаются краткосрочные экономические прогнозы. Выявляется связь между экономическим состоянием страны и уровнем платежеспособности населения. Проводится сегментация рынка с целью выявления наиболее перспективных групп посетителей.

Анализируется транспортная доступность Великобритании, конкуренция между британскими авиакомпаниями, «Аэрофлотом» и «Трансаэро». Особое место в исследовании уделяется странам-конкурентам Великобритании на рынке туризма, в частности Испании. Отмечается, что с января по март 2012 г. посольство Испании выдало примерно 80 тыс. шенгенских виз российским посетителям, что на 30% больше аналогичного показателя за этот же период прошлого года. От 5 до 10% выросло посещение российскими туристами за первые пять месяцев 2012 г. Австрии, Швейцарии, Франции, Норвегии.

Рассматривается масс-медийное представление Великобритании в России. Отмечается широкая реклама британских певцов, выступающих в России в последние годы. Вместе с тем английские аналитики считают, что российская пресса с негативным оттенком рассказывает о Стоунхендже, особенно в плане ограничения численности туристов, проблем с перевозками и пр. Отсутствует информация о железнодорожном транспорте в Великобритании, который расширяет возможности неорганизованных путешествий, в том числе туристов из России. В развитие железных дорог за последние годы государство инвестировало более 9 млрд ф.ст.

При сегментировании туристского потребительского рынка России было выявлено, что только 17% населения имеют заграничный паспорт, из них 3% путешествуют за границу несколько раз в год, 4% — один раз в год. Особое внимание уделяется тенденциям развития информационных и коммуникационных технологий в России. Утверждается, что в 2011 г. около 10% туристов путешествовали самостоятельно, используя Интернет. Прогнозируется, что к 2018 г. их число возрастет до 18%. По данным сайта Hotel.com., лидирующим направлением для самостоятельных поездок российских туристов является Париж, на втором и третьем местах — Нью-Йорк и Майями, на четвертом — Рим. Лондон переместился с пятого на девятое

место. В целях расширения популярности Великобритании в Российской Федерации используются возможности телевизионного канала Channel.

Исследуется демографическая ситуация в России. Констатируется, что средний возраст населения составляет 68 лет. Численность населения страны ежегодно сокращается на 0,5% в год. Перечисляются меры, которые принимает правительство в целях стабилизации демографической ситуации. Динамика численности и прироста населения на территории Российской Федерации, доли мигрантов на 1000 человек, плотности населения, а также возрастная и половая структура представлены в таблицах и рисунках. Отмечается, что свыше 10 млн человек проживают в Москве и свыше 4 млн человек — в Санкт-Петербурге. Примерно 72% населения, по данным Всемирного банка, концентрируется на урбанизированных территориях.

Определена демографическая структура посетителей из России, прибывающих в Великобританию. В ней преобладает возрастная группа от 25 до 34 лет, причем как среди мужчин, так и у женщин. Среди мужчин эта возрастная группа составляет 18%, у женщин — 16%. На втором месте — возрастная группа 35—45 лет, которая у мужчин составляет 11%, а у женщин — 12%. Высока доля посетителей в возрасте от 45 до 54 лет. У мужчин она равна 13%, а у женщин — 7%. К тому же отмечается, что в 2010 г. в высшие учебные заведения Великобритании было принято 426 абитуриентов из России, хотя претендентов было более 700 человек. 38 тыс. человек, имеющих гражданство Великобритании, родились в России.

Оценивается значение внешней торговли с Россией в экономике Великобритании. Россия как торговый партнер занимает 18-е место среди стран мира.

Анализируется состояние российского общества, при этом обращается внимание на сильную его поляризацию. Определена наиболее платежеспособная группа населения численностью 134 тыс. человек, которая владеет финансовыми активами в размере более 1 млн долл. Подчеркивается, что средний класс России очень мал и в основном сосредоточен в крупных городах. Основная же масса населения — это люди бедные и живущие за чертой бедности. Семьи в основном имеют одного или двух детей, что объясняется финансовыми трудностями и отсутствием возможности обеспечить детям приемлемый уровень жизни.

Большое значение в жизни общества имеет образование. Исследователи считают, что состоятельные россияне стремятся дать своим детям образование за границей. Проведен анализ системы образования в России, при этом отмечается увеличение платных образовательных услуг. Несмотря на высокий уровень образования российских граждан, примерно только 15% численности населения свободно владеют иностранными языками, в том числе из указанной группы английским — 80, немецким — 16, французским — 4%. Подробно анализируется система отпусков, а также каникул студентов и школьников. Приводятся даты праздничных дней и внеочередных отпусков, связанных с праздниками.

Рассмотрены потребительские тенденции на рынке России. Поскольку российское общество очень неоднородно и в связи с этим любые средние показатели будут не типичны, были выделены наиболее перспективные с точки зрения расходов и мобильности группы российских потребителей. К указанным группам относятся:

а) домохозяйства с месячным доходом не менее 100 тыс. долл. Население этой группы домохозяйств составляет 1,1% всего населения Российской Федерации. Прогнозируется, что к 2020 г. его доля возрастет до 3%;
б) граждане, путешествующие самостоятельно, используя интернет-технологии;
в) остальные граждане.

Отмечается, что после кризиса 2008—2009 гг. потребительский рынок в России восстановился и стал расти. Если в 2009 году расходы туристов из Российской Федерации сократились на 13% по отношению к предшествующему году, то в 2010 г. они увеличились на 26, в 2011 г. — на 36, 2012 г. — на 17%. В 2010 году все чартеры были выкуплены за наличный расчет. По сравнению с 2008 г. в 2010 г. вдвое увеличились продажи через Интернет и в 2012 г. составили 25 млрд долл. Чаще всего через Интернет приобретаются туристские услуги, автозапчасти и развлечения. Каждая вторая интернет-покупка приходилась на авиабилеты, услуги турагентств составили менее 10%. Наиболее активными интернет-покупателями являются москвичи. Они делают половину всех интернет-покупок.

Была выделена группа граждан с высоким уровнем доходов — потребители «люкс» — и выявлена их потребность в ведении роскошного образа жизни. В этой связи проводилось специальное исследование в России о возможности укрепления позиций Великобритании на рынке роскошного отдыха. Исследование показало, что российские потребители «люкс», желая погрузиться в мир красоты, ощутить сильные эмоции и приобрести новый опыт, нуждаются в подобных предложениях. Великобритания же традиционно предлагает роскошный отдых.

Выявлены основные тенденции развития туризма за последние годы. К ним относится рост самостоятельных бронирований путешествий и краткосрочных поездок по направлениям, предлагающим дешевые транспортные перевозки и упрощенный визовый режим. Большинство граждан, путешествующих за пределами Российской Федерации, предпочитают купально-пляжный отдых в Египте, Турции и по другим направлениям, например, Таиланд. Южный Китай, Шри-Ланка и Мальдивы становятся все более популярными у российских туристов. С ними открыто прямое авиасообщение.

Более 32 млн человек, т.е. примерно каждый четвертый житель России, проводят свой отпуск на внутренних курортах. Недавние исследования показали, что в мае 2008 г. 29% граждан Российской Федерации хотели в отпуск отдохнуть на российских курортах, но в 2010 г. их количество сократилось до 20%.

Глубоко анализируется масс-медийное воздействие на российских потребителей, в том числе телевидения, радио, печатных изданий, Интернета, независимых источников. При этом признается, что телевидение остается самым мощным средством влияния на потребительское поведение. По оценкам специалистов, 92% населения России используют ТВ как источник внутренних и международных новостей. 71% населения страны, проживающего в больших городах, смотрят ТВ каждый день. Среднее время просмотра — четыре часа в день.

Особое внимание исследователи уделяют развитию интернет-коммуникаций. Согласно исследованиям *Social Opinion Fund*, в 2010—2011 гг., интернет-аудитория в России насчитывает 50 млн человек, в том числе 31 млн — ежедневных пользователей. Опрос показал, что подавляющая их часть (80%) используют Интернет

как информационный источник, 17% — в поисках работы, 68% — для ознакомления с прогнозом погоды, 46% — для просмотра фотографий, 41% — для визитов в блоги и форумы и 31% — для прослушивания музыки. (При опросе респонденты могли выбрать более одного варианта ответов.)

По данным 2010 г., около российских интернет-пользователей посещали сайты социальных сетей более одного раза в месяц и проводили в них в среднем около 10 часов. Ежедневная аудитория социальных медиа в России достигла 17,9 млн человек, тогда как месячная аудитория блогов составляла 19,1 млн пользователей. Очень распространены в России блоги с миллионными пользователями, пишущими и читающими их каждый день. К наиболее популярным блоговым сайтам относятся livejournal.com, liveinternet.ru, Mail.ru, Я.ru. Но доступность интернет-линий в России сравнительно низка — около 320 пользователей на 1000 чел.

Анализируя причины выбора тех или иных направлений отдыха, *VisitBritain* в 2007 г. проводил опросы среди посетителей сайта с возможностью выбора более одного варианта ответов. Около 72% респондентов из России заявили, что при выборе направления на них имеют влияние телевизионные программы о путешествиях, а 68% респондентов выделили печатные издания. Более чем шесть отвечающих из десяти последовали совету друзей, примерно такое же число респондентов руководствовались информацией из Интернета. Интересно заметить, что на выбор россиян в меньшей степени, чем в среднем по результатам опроса, влияли специальные скидки. Менее 30% россиян (по сравнению с 40% на всем рынке) сказали, что реклама не играет роли при выборе направления отдыха, большее значение имеет престиж.

Отмечалось, что на российском рынке сохраняются традиции групповых путешествий. Согласно исследованиям, проведенным *Profi Online Research* в 2009 г., только 13% россиян планировали и бронировали путешествия самостоятельно. 28% респондентов заявили, что они бронировали и будут бронировать путешествия только через турагентства. Но другие 40% респондентов думали о самостоятельной организации путешествий.

Интересен анализ восприятия российскими туристами Великобритании по сравнению с въездными посетителями из других стран. Респондентам предлагалось оценить по пятибальной шкале развитие туризма в туманном Альбионе, свое отношение к англичанам и их культуре, работу правительства, экспортируемые товары и услуги, иммиграционную политику и инвестиционный климат в стране. Результаты опроса были наглядно представлены в виде замкнутой диаграммы. Российские туристы дают более высокие оценки по всем признакам по сравнению с туристами из других стран. Их оценки варьируются по признакам от 4 до 5 баллов. Особенно высоко наши соотечественники оценивают доброжелательность людей и природные памятники Великобритании.

Кроме общей оценки, экспертов специально интересовало отношение российских и других зарубежных посетителей к культуре Великобритании. С этой целью проводились углубленные исследования. Российским респондентам задавался вопрос с правом выбора нескольких вариантов ответов о том, что в большей степени их привлекает в Великобритании и какие объекты они собираются посетить. Из числа опрошенных 62% собирались посетить музеи (остальной мир 50%), 48% — музыкальные

мероприятия (остальной мир 42%), 38% — оценить модный дизайн (остальной мир 31%), 37% — посетить спортивные мероприятия (остальной мир 38%), 32% — оперу (остальной мир 27%), 31% — архитектурные достопримечательности (остальной мир 25%). На основе полученных результатов был сделан вывод о том, что российских посетителей в первую очередь интересуют богатое культурное наследие, история, традиции, широкие возможности для шопинга и высокая мода.

А что понравилось российским туристам в Великобритании? Проводимые исследования *Nations Brand Index Survey* в 2010 г. ответили и на этот вопрос. Более чем 52% посетителей назвали прогулки вокруг Букингемского дворца (остальной мир 31%), 48% туристов высоко оценили пещеры Уэльса (остальной мир 33%). 40% посетителей запомнилась встреча восхода солнца в Стоунхендже (остальной мир 28%). 26% туристов остались довольными от проведенной ночи в пещерах Шотландии (остальной мир 28%), 11% посетителей понравились постановки пьес Шекспира в Лондонском театре (остальной мир 11%).

Особое внимание аналитики *Nations Brand Index Survey* уделили состоянию международного туристского рынка, в том числе конкуренции, и прогнозам его развития. Основными конкурентами на европейском туристском рынке для Великобритании являются Франция и Италия. С сожалением было установлено, что две трети россиян считают Великобританию страной с интересной и богатой историей, но Франция и Италия их привлекает больше. Специалисты *Nations Brand Index Survey* провели сравнительный анализ конкурентных позиций Великобритании, США, Малайзии, Франции и Италии по многим признакам, в том числе наличию исторических памятников и живописных природных ландшафтов, организации культурных событий, уровню сервиса, теплоте человеческих отношений, предложению роскошного и романтического отдыха и др. По большинству позиций лидируют Франция и Италия. Великобритания устойчиво занимает третье место.

Посещение Великобритании российскими туристами анализируется на фоне общей картины выездного туризма в Российской Федерации, в частности в страны ЕС, и тенденций его развития. Констатируется, что Великобритания не входит в первую десятку выездных направлений на российском туристском рынке. Тем не менее число поездок российских туристов в эту страну растет. Только за 2010 г. их количество увеличилось на четверть. По объему туристских потоков в Великобританию Россия находится на 28-м месте, а по туристским расходам на 20-м месте.

44% российских туристов посещают Великобританию во время отпуска. Средняя продолжительность пребывания составляет девять ночевок. Российский турист тратит в среднем 147 ф.ст. в сутки и 1300 ф.ст. за поездку. Туристы из России, посещающие родственников и знакомых, более экономные: их средние расходы составляют 74 ф.ст. в сутки и 828 ф.ст. за поездку. Те посетители, которые обучаются в Великобритании, тратят в среднем 2000 ф.ст. в месяц.

Подробно рассматриваются числовые характеристики поездок российских посетителей в Великобританию. Выявляется связь между целями поездок, числом ночевок и величиной туристских расходов. В структуре туристских поездок по целям на первом месте — поездки с целью отдыха и рекреации (38% всех поездок). На долю отдыхающих соотечественников приходится 33% всех ночевок и 44% суммарных туристских расходов россиян в этой стране. На втором месте — поездки

с деловыми целями (25%). Расходы деловых туристов составляют 23%. На третьем месте — поездки к знакомым и родственникам (11%). На долю этих туристов приходится 12% ночевок и 4% туристских расходов.

Исследуется продолжительность пребывания российских туристов в Великобритании. Она зависит от цели поездки. Около 25 тыс. поездок с целью отдыха и рекреации имеют продолжительность от 4 до 7 ночевок, около 17 тыс. — от 8 до 14 ночевок, примерно 15 тыс. — от 1 до 3 ночевок и около 7 тыс. — более 15 ночевок. Группировка деловых поездок по продолжительности выглядит следующим образом: около 24 тыс. поездок — от 1 до 3 ночевок и примерно 20 тыс. — от 4 до 7 ночевок. Большинство поездок с целью навестить родственников и знакомых длятся от 8 до 14 ночевок, а поездки с образовательными целями — 15 ночевок и более.

Кроме того, изучается склонность российских туристов посещать те или иные районы Великобритании, в том числе морские курорты.

А с кем путешествуют российские туристы? Примерно 30% выезжающих с целью отдыха и рекреации, 70% деловых туристов и посещающих родственников и знакомых предпринимают индивидуальные поездки. Около 30% путешествующих с целью отдыха и рекреации и 23% посещающих родственников и знакомых отправляются в дорогу с супругой или супругом. С детьми путешествуют менее 5% туристов.

На территории Великобритании российские посетители пользуются разными транспортными средствами. 45% из них перемещаются на метро (остальной мир 35%), 47% — на автобусах (остальной мир 39%), 46% — на такси (остальной мир 32%). 3% туристов берут автомобили на прокат (остальной мир 11%). 18% туристов путешествуют на собственных автомобилях или автомобилях родственников и знакомых (остальной мир 30%)[1].

Рассматриваются платежные инструменты, используемые российскими посетителями. По данным платежной системы *VISA*, российские туристы стали использовать банковские карты для оплаты расходов на 36% чаще в 2010 г. по сравнению с 2009 г. Отмечается также, что дебетовые карты имеют более широкое распространение, чем кредитные.

Подобные исследования могут представлять интерес для российских органов статистики, консалтинговых и других научных организаций, анализирующих экономическую ситуацию в стране и перспективы ее улучшения.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите причины, по которым в Европейском Союзе в 2011 г. был принят новый Регламент о статистике туризма.
2. Перечислите основные элементы статистики туризма в ЕС.

[1] При проведении обследования в выборке среди российских посетителей 7% респондентов имели гражданство Великобритании.

3. Назовите основные показатели статистики туризма в пределах территории страны и статистики национального туризма.
4. Охарактеризуйте методы сбора статистических данных по туризму в странах ЕС.
5. Существует ли в России «скрытый» туризм? Если есть, назовите причины его появления и возможные варианты его статистического наблюдения.
6. Используя типовой вопросник ЕС, составьте опросный лист, который можно использовать в России. Проведите опрос знакомых.
7. Дайте краткую характеристику четырем разделам статистики туризма Австрии.
8. Почему система статистики туризма в Австрии называется интегрированной? Аргументируйте ответ.
9. В чем состоит вклад Австрии в развитие статистики туризма?
10. Как организована статистика туризма в Австрии?
11. Расскажите об основных видах официальных статистических наблюдений в туризме Великобритании.
12. Перечислите методы официальных статистических наблюдений в туризме Великобритании.
13. Дайте сравнительную характеристику *GBTS* и *GBDVS*. Что между ними общего и в чем состоят различия?
14. Сравните организацию статистики туризма в Австрии и Великобритании.
15. Анализ австрийского и британского опыта организации статистических обследований посетителей позволит вам ответить на следующий вопрос. Какие признаки используются в этих странах при изучении въездных, выездных и внутренних туристов?

Литература

1. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. / Методологические исследования. Серия F № 80 / Rev. 1 / ООН, ЮНВТО, Евростат, ОЭСР. Люксембург — Мадрид — Нью-Йорк — Париж : ООН, 2010. 132 с. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1r.pdf
2. *Соболева Е.А.* Российский сегмент иностранного туризма в Великобритании: экономико-статистический обзор // Вопросы статистики. 2013. № 11.
3. Regulation (eu) no 692/2011 of the European Parliament and of the council of 6 July 2011 concerning European statistics on tourism and

repealing Council Directive 95/57/EC. URL : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:192:0017:0032:EN:PDF

4. Commission implementing regulation (eu) no 1051/2011 of 20 October 2011 implementing Regulation (EU) No 692/2011 of the European Parliament and of the Council concerning European statistics on tourism, as regards the structure of the quality reports and the transmission of the data. URL : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:276:0013:0021:EN:PDF
5. *Laimer P.* Tourism Developments in Austria. Structural changes in regard to overnight tourism 1992—2012 // UNWTO Committee on Statistics and TSA. Madrid, 1—2 Julu. URL : http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/13th_statcom_statistics_austria.pdf
6. Methodological manual for tourism statistics. Version 1.2 / Eurostat. Methodologiesand Working papers. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2012. 216 p. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-11-021/EN/KS-RA-11-021-EN.PDF
7. *Weiss J.* Tourism and BoP Statistics in Austria. Capacity Building, WS II, Baku, 2012. URL : http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/austria_item5.1_eng.pdf
8. Официальный сайт Статистического офиса Австрии. URL : www.statistik.at
9. Страница статистики туризма на официальном сайте туристской администрации Великобритании — VisitEngland. Major Tourism Surveys. URL : http://www.visitengland.org/insight-statistics/major-tourism-surveys/
10. Страница туризма на официальном сайте Евростата — Eurostat. Touism. Introduction. URL : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction

ГЛАВА 9

СТАТИСТИКА ТУРИЗМА В СТРАНАХ — ЧЛЕНАХ СНГ

9.1. Общая характеристика статистики туризма в странах — членах СНГ

В начале 1990-х гг. в результате распада СССР на карте мира появились новые независимые государства. Единое политическое, экономическое, а также туристское пространство распалось. Прекратили существование некогда популярные всесоюзные туристские маршруты. В сфере туризма каждой из стран ближнего зарубежья произошли существенные изменения. Однако экономические, культурные, духовные связи, которые складывались веками и составляют основу трансграничных туристских отношений, невозможно уничтожить. В новых изменившихся условиях они трансформируются, но продолжают существовать и развиваться. В настоящее время часть государств на постсоветском пространстве образовали Содружество Независимых Государств — СНГ. Решением глав правительств стран — членов СНГ в 1991 г. был образован *Межгосударственный статистический комитет*. Он призван координировать деятельность национальных статистических служб по вопросам методологии, сопоставимости статистических данных и организации межгосударственного обмена статистической информацией, в том числе в сфере туризма.

Необходимость статистического изучения и отражения туризма в странах — членах СНГ продиктована потребностью в достоверной информации о состоянии и развитии сферы туризма и оценке ее экономического вклада. Во многих странах растет интерес к туризму как катализатору экономического роста. Показатели международного туризма являются источниками данных для составления платежного баланса страны и формирования системы национальных счетов.

Большое внимание формированию национальных систем статистики туризма уделяет Межгосударственный статистический комитет СНГ. В задачи комитета входит укрепление методологических основ статистического изучения туризма. С начала 1990-х гг. им разработана серия рекомендаций по статистическому учету в сфере туризма. Опубликованы «Методические рекомендации по сбору статистических данных по иностранному туризму на основании пограничного учета или через гостиничные комплексы» (1993), «Модельная схема анализа иностранного туризма» (1993), рекомендации по разработке единой системы показателей функционирования туристической сферы в странах Содружества (2000), «Единые

статистические формы отчетности по иностранному туризму и рекомендации по их заполнению» (2005).

После 1991 г. благодаря усилиям Межведомственного статистического комитета в странах — членах СНГ начали складываться национальные системы статистики туризма. Разные страны Содружества встали на этот путь в разное время. Сбор информации о международном туризме стал осуществляться в Азербайджане с 2001, Армении — 1993, Белоруссии — 1997, Казахстане и Киргизии — 1996, Молдавии — 1992, России — 1994, Таджикистане –2005 и Украине — 1998 г. В настоящее время сбор статистической информации о международном туризме ведут пограничные службы, национальные органы статистики и другие отраслевые министерства и ведомства. Он организуется в соответствии с законом о туризме, законом о государственной статистике, принятыми в каждой стране, и другими законодательными актами стран Содружества. В качестве инструктивных материалов по сбору и обработке данных о международном туризме страны — члены СНГ используют методологические рекомендации Межведомственного статистического комитета, «Руководство по платежному балансу» МВФ, «Рекомендации по статистике туризма» ЮНВТО и национальные методологические рекомендации.

Сбор информации о международном туризме в странах Содружества осуществляется в разрезе следующих показателей:

— число въездов иностранных граждан в страну с распределением:
  1) по странам,
  2) целям поездок,
  3) по видам транспорта;
— число выездов граждан страны за границу с распределением
  1) по странам,
  2) целям поездок,
  3) по видам транспорта;
— продолжительность поездки;
— число ночевок;
— число и деятельность коллективных средств размещения:
  1) число гостиничных предприятий,
  2) номерной фонд гостиничных предприятий,
  3) численность работников, занятых в гостиничных предприятиях;
— деятельность туристских фирм и прочие показатели:
  1) стоимость и число проданных туристских путевок,
  2) расходы на международный туризм и доходы от международного туризма и пр.

Статистическая информация о международном туризме в странах Содружества распространяется через веб-сайты национальных органов статистики, центральных банков, туристских администраций, посредством печатных изданий, в том числе периодических изданий Межведомственного

статистического комитета. Комитет проводит обследования национальных статистических служб стран Содружества в области статистики внешнеэкономических связей. Разрабатываемые с этой целью вопросники включают ряд показателей по статистике международного туризма: число въездов иностранных граждан в страну и выездов граждан страны за границу по странам, целям поездки, видам транспорта; поступления (доходы) и расходы, связанные с международным туризмом. Межведомственный статистический комитет обобщает представляемую информацию и осуществляет подготовку и публикацию аналитических докладов о состоянии международного туризма в отдельных странах — членах СНГ.

В настоящее время *основной целью Межведомственного статистического комитета СНГ в области статистики туризма является обеспечение сбора данных о международном туризме от всех стран Содружества в едином формате и совершенствование методов распространения этих данных.* Комитет обновил методологические рекомендации по статистическому учету международного туризма в соответствии с новыми международными статистическими стандартами ЮНВТО. В ближайшем будущем намечается организация сбора информации о внутреннем туризме в странах Содружества. Перспективным направлением работы стран Содружества является составление ВСТ.

Подробнее рассмотрим национальные системы статистики туризма, формирующиеся в отдельных странах — членах СНГ. Они позволяют отслеживать уровни и темпы развития туризма на территориях этих стран.

9.2. Азербайджан

Обретение Азербайджанской Республикой независимости в 1991 г. совпало с обострением политического конфликта с Арменией из-за Нагорного Карабаха, который перерос в вооруженное столкновение, а затем и в крупномасштабные военные действия. Вооруженное противоборство, введение чрезвычайного положения в ряде населенных пунктов и столице Баку, тысячи беженцев — все это явилось причиной упадка в сфере туризма Азербайджана. Лишь в конце 1990-х гг. — начале XXI в. ситуация стала выправляться: была создана законодательная база развития туризма в республике, вводились в эксплуатацию новые современные объекты туристской инфраструктуры. Отмечалось оживление на рынке внутреннего и международного туризма. Все эти изменения нашли отражение в национальной статистике туризма.

В настоящее время перед Азербайджаном стоит задача последовательной диверсификации экономики и отхода от сырьевой ориентации путем развития ненефтяных сфер хозяйствования, среди которых одной из самых перспективных признана сфера туризма. В 2010 году Распоряжением Президента Азербайджанской Республики была утверждена Государственная программа

развития туризма в Азербайджанской Республике в 2010—2014 гг. В плане мероприятий по ее осуществлению большое место отведено статистике туризма. В частности, намечено усовершенствование системы и методологии сбора статистических данных в сфере туризма посредством приведения их в соответствие с международной практикой, подготовка ежегодных статистических сборников о туристской деятельности в стране, получение статистических сведений о численности приезжающих в страну и выезжающих из страны туристов, их целях и расходах.

Организация статистики туризма. Статистическую деятельность в сфере туризма Азербайджанской Республики осуществляют:

- Государственный комитет по статистике (Госкомстат);
- Государственная пограничная служба;
- Министерство культуры и туризма.

Госкомстат Азербайджана является центральным органом исполнительной власти, осуществляющим государственную политику в области статистики и формирующим на основе единой методологии официальные статистические сведения о социальной, экономической и демографической ситуации в стране. Он ежегодно издает статистический сборник, содержащий основную информацию о развитии туризма. В нем публикуются сведения о числе и деятельности туристских фирм, отелей и аналогичных им средств размещения туристов, а также о международных туристских потоках в стране.

Государственная пограничная служба Азербайджана — правоохранительный орган специального назначения. Призванная обеспечивать защиту и неприкосновенность государственных границ республики, она собирает данные о пересечении границы физическими лицами. Их учет ведется по следующим признакам: гражданству, цели поездки, виду транспорта. Недавно в Центральном сервере информационно-поисковой системы «Вход-выход» (*AMAS*), на котором хранится пограничная статистика, в модуле «виза-вкладыш» в графе «цель визита» был выделен специальный пункт «туризм».

Министерство культуры и туризма — орган исполнительной власти Азербайджана, проводящий государственную политику в области культуры, искусства, туризма, сохранения памятников истории и культуры, а также в области печати и кинематографии. В организационной структуре министерства создан отдел туризма, в состав которого входит наряду с сектором развития внутреннего туризма, сектором зарубежного туризма, сектором маркетинга туризма и продвижения сектор исследовательской работы, статистики и лицензирования. Сектор осуществляет сбор, обработку, анализ, хранение и распространение информации о состоянии сферы туризма в стране.

Статистическое наблюдение в туризме Азербайджана организуется в двух формах — посредством *отчетности* и *специально проводимых*

обследований. Основными источниками информации по статистике туризма в стране является статистическая отчетность по форме № 1-туризм «О туристической деятельности», по форме № 1-гостиница «О деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения» и по форме № 1-граница «О числе граждан выезжающих и въезжающих в страну». В них представлены основные показатели, всесторонне характеризующие сферу туризма в Азербайджане. Кроме того, в стране регулярно проводятся выборочные статистические обследования «О лицах, пересекающих границы страны» и «О внутреннем туризме» (табл. 9.2.1).

Таблица 9.2.1

Основные статистические показатели развития туризма в Азербайджанской Республике

Формы статистической отчетности (программы обследований)	Показатели
Форма № 1-туризм «О туристической деятельности»	• количество предприятий сферы туризма • средняя численность работников, занятых туристской деятельностью • выручка и затраты туроператоров и туристических агентств • число обслуженных туристов • затраты туроператоров по приобретению прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве туристического продукта (по размещению и проживанию, по транспортному обслуживанию, по питанию, по экскурсионному обслуживанию, по визовому обслуживанию и иные услуги) • стоимость турпакетов • численность размещенных туристов • число обслуженных туристов по видам транспортных средств • количество туродней
Форма № 1-гостиница «О деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения»	• число номеров и жилых единиц в средствах размещения • число коек (мест) в средствах размещения • число размещенных лиц и предоставленных ночевок по резидентам и нерезидентам страны • число туристов по целям поездок и продолжительности пребывания • число размещенных иностранных граждан по странам • прочие услуги по размещению

Окончание

Формы статистической отчетности (программы обследований)	Показатели
Форма № 1-граница «О числе граждан выезжающих и въезжающих в страну»	• количество въездов иностранных граждан в Азербайджан по странам мира • количество выездов азербайджанских граждан за границу по странам мира
Обследование «О лицах, пересекающих границы страны»	• число посетителей • пол и возраст посетителей • число туристов по целям поездок (деловая и профессиональная; отпуск, досуг и отдых; посещение друзей и родственников; религиозные; лечебные и оздоровительные; посещение магазинов; транзит; прочие цели) • виды размещения и транспортных средств, используемые посетителями • общая сумма туристских расходов и их статьи (расходы на размещение, транспортные расходы, экскурсионные расходы, расходы на питание, расходы на покупку сувениров и подарков, прочие расходы)
Обследование «О внутреннем туризме»	• число туристов • пол и возраст туристов • число туристов по целям поездок (деловая, досуг и отдых, посещение друзей и родственников, религиозные, лечебные, прочие цели) • виды размещения • общая сумма туристских расходов и их статьи (расходы на размещение, транспортные расходы, расходы на питание, расходы на досуг и развлечение, расходы на культурные мероприятия, прочие расходы)

Статистическая картина туризма в Азербайджане. Данные статистики свидетельствуют о положительной динамике развития туризма в Азербайджанской Республике. В 2012 году было зарегистрировано рекордное число прибытий иностранных граждан в страну — 2,4 млн человек, из них 1,9 млн с туристскими целями. Растет и мобильность граждан Азербайджана. В 2012 году примерно 3,8 млн азербайджанцев выезжали за границу, из них 2,8 млн человек с туристскими целями. Сохраняется отрицательный баланс въездных и выездных туристских потоков. В структуре туристских поездок по целям как иностранных граждан в Азербайджан, так и граждан Азербайджана за границу, преобладают отдых и рекреационный туризм, деловые поездки и посещение

родственников и знакомых (рис. 9.2.1). Наиболее тесные туристские связи сложились у Азербайджана с Россией, что объясняется наличием здесь большой азербайджанской диаспоры, и Турцией, с которой Азербайджан имеет общие языковые и культурные традиции. По прогнозам Министерства культуры и туризма Азербайджана, в ближайшие пять-шесть лет ожидается рост въездного туристского потока в страну на 70—80%.

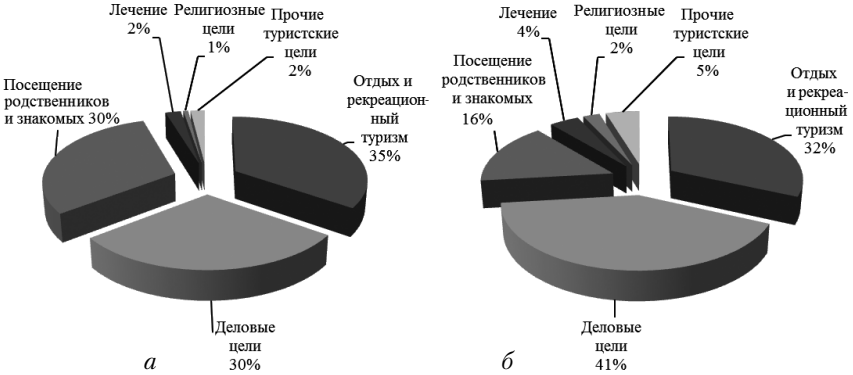

Рис. 9.2.1. Распределение иностранных туристов по целям поездок в Азербайджан (а) и туристов-граждан Азербайджана за границу (б) в 2012 г.

Проводимые в стране статистические обследования позволяют дать портрет типичного иностранного туриста в Азербайджане. Это мужчина среднего возраста, прибывший в страну наземными видами транспорта на 1—3 суток с деловыми целями.

В последние годы в республике была заложена прочная инфраструктурная основа для развития туризма. Проведена модернизация гостиничной базы, введены в строй современные отели, открыты частные оздоровительные центры и центры отдыха. Создан сопутствующий сервис для посетителей. Сформирована система подготовки квалифицированных кадров. В 2012 году в стране насчитывалось 514 гостиниц и аналогичных средств размещения (рис. 9.2.2). Их единовременная вместимость составила около 33 тыс. койко-мест. В Азербайджан пришли международные гостиничные цепи. В Баку, Гяндже, Нахичевани и других городах страны появились высококатегорийные отели, рассчитанные на прием иностранных гостей. За пять лет, с 2006 по 2012 г., количество лиц, размещающихся в гостиницах и аналогичных средствах размещения, увеличилось на 333,3 тыс. и составило примерно 625 тыс. человек. Еще более важен рост числа ночевок за тот же период на 0,5 млн.

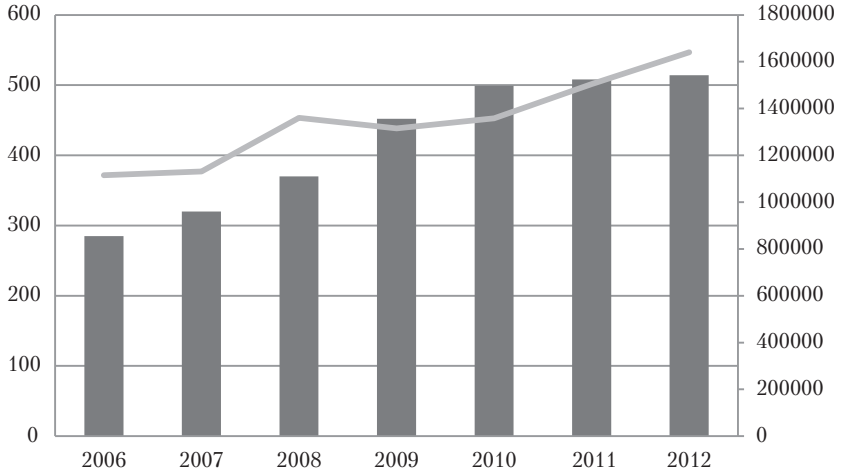

Рис. 9.2.2. Динамика числа гостиниц и аналогичных средств размещения и предоставленных ночевок в них в Азербайджане в 2006—2012 гг. На диаграмме линией показана динамика числа ночевок, столбцами — число гостиниц и аналогичных средств размещения. По левой оси *X* отложено число отелей и аналогичных средств размещения (ед), по правой — число ночевок (ед.)

Положительная динамика основных статистических показателей свидетельствует о росте привлекательности и конкурентоспособности Азербайджана как туристского направления. Мониторинг состояния сферы туризма требует дальнейшего совершенствования статистики туризма в стране, прежде всего ее гармонизации с IRTS-2008 и разработки ВСТ. Это имеет особое значение в связи со стремлением правительства диверсифицировать национальную экономику за счет опережающего развития сферы туризма.

9.3. Белоруссия

В рамках СНГ Белоруссия занимает особое место. За короткий период пройдены этапы сближения, объединения Белоруссии с Россией. Российско-белорусская интеграция предусматривает построение единого экономического, правового, научно-технического, информационного, культурно-гуманитарного и туристского пространства. Расширение туристских связей Белоруссии с Россией и другими странами создает объективные предпосылки развития статистики туризма в стране.

Организация статистики туризма. На рубеже XX—XXI вв. в Республике Белоруссия была заложена *нормативная основа* правового регулирования национальной статистики туризма. В 1999 году был принят Закон Республики Беларусь «О туризме», в 2004 г. — Закон

«О государственной статистике». В 2000 году вступил в силу Банковский кодекс Республики Беларусь. В 2006 году принято постановление Совета Министров Республики Беларусь по вопросам Министерства спорта и туризма. В 2008 году Указом Президента Республики Беларусь утверждено Положение о Национальном статистическом комитете (Белстате).

Основным источником информации по туризму в Республике Беларусь является *государственная статистическая отчетность*. Ее формы разрабатываются и утверждаются Белстатом. В настоящее время статистическая отчетность в туризме представляется по формам 1-тур «Отчет об осуществлении туристической деятельности» и 1-тур (размещение) «Отчет о коллективных средствах размещения», а также 4-ПС (Госпогранкомитет) «Отчет о численности иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь, и граждан Республики Беларусь, выехавших за границу».

Ежегодно Белстат издает статистический бюллетень, который содержит информацию о развитии туризма в стране. В нем публикуются сведения о числе поездок иностранных граждан в Республику Беларусь и граждан Республики Беларусь за рубеж, объемах экспорта и импорта услуг по статье «Поездки» платежного баланса Республики Беларусь, числе организаций, осуществляющих туристическую деятельность, и их деятельности, числе гостиниц и аналогичных средств размещения и их деятельности, числе санаторно-курортных и оздоровительных учреждений и их деятельности, численности работников, занятых в сфере отдыха и туризма, объеме платных туристско-экскурсионных, санаторно-оздоровительных услуг, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и др.

Статистическая картина туризма в Белоруссии. По данным Государственного пограничного комитета Республики Беларусь, в 2012 г. иностранные граждане совершили 6,1 млн поездок в страну[1]. В том же году граждане Белоруссии предприняли 8,4 млн поездок за границу*. Для Белоруссии характерен отрицательный баланс въездных и выездных туристских потоков, хотя с начала 2000-х гг. отрицательное сальдо сокращается за счет уменьшения объемов выездных потоков. В структуре въезда в Белоруссию иностранных граждан и выезда за границу граждан Белоруссии по целям поездок преобладают частные визиты (рис. 9.3.1). Главным целевым внешним туристским рынком для Белоруссии является Россия. В 2012 году численность организованных российских туристов, посетивших Республику Беларусь, составила 94,2 тыс. человек, или 79,3% всего въездного туристского потока. Среди других приоритетных рынков — Великобритания, Турция, Германия и Польша. География выезда отличается от въезда. Организованные белорусские туристы отдают предпочтение Украине. Пользуются спросом традиционные купально-пляжные направления Турции, Болгарии, Египта, а также России (рис. 9.3.2).

[1] Данные приведены без учета граждан, пересекавших российско-белорусский участок границы, а также прибывших и выехавших на постоянное место жительства.

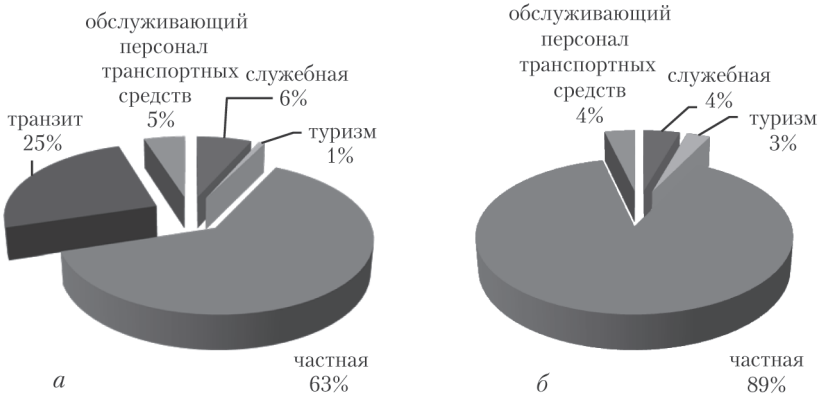

Рис. 9.3.1. Структура въезда в Белоруссию иностранных граждан (а) и выезда за границу граждан Белоруссии (б) по целям поездок в 2012 г.

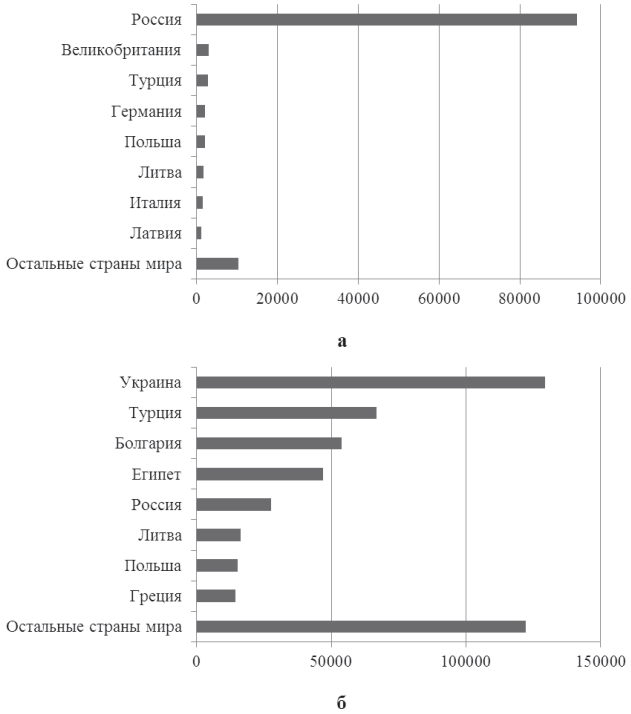

Рис. 9.3.2. Географическая структура въезда в Белоруссию организованных туристов (а) и выезда за границу организованных белорусских туристов (б) в 2012 г., человек

Основными факторами, сдерживающими развитие въездного туризма в Республику Беларусь, в настоящее время являются:

- образ Белоруссии как страны, проблематичной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и внутренними средствами массовой информации;
- действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, не всегда способствующий росту въездного туризма в страну;
- недостаточно развитая туристская инфраструктура, износ существующей материальной базы, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (2—3 звезды) с современным уровнем комфорта;
- отсутствие практики создания субъектами хозяйствования Республики Беларусь благоприятных условий для инвестирования в средства размещения туристов и иные объекты туристской инфраструктуры;
- практическое отсутствие до 2002 г. государственной некоммерческой рекламы туристских возможностей страны за рубежом;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта работы в рыночных условиях, в частности, вследствие длительного периода финансирования курортно-туристских средств размещения через систему социального страхования;
- несоответствие цены и качества услуг по размещению в гостиницах.

Несмотря на сохраняющиеся проблемы с туристской инфраструктурой, в последние годы в Республике Беларусь произошли позитивные перемены. Увеличилось число новых современных гостиничных комплексов. Ведется работа по модернизации существующего гостиничного фонда республики, по приведению его в соответствие с международными стандартами. В 2012 году в Белоруссии насчитывались 471 гостиница и аналогичных средств размещений. Их единовременная вместимость составила 28,5 тыс. койко-мест. Было предоставлено 4,5 млн койко-суток. Количество занятых превысило 9 тыс. человек. Гостиничные предприятия находятся в разных формах собственности и ведомственного подчинения, существенно разнятся уровнем комфортности и цен.

Статистика туристского баланса. Потоки иностранной валюты, связанные с международным туризмом, учитываются в платежном балансе Белоруссии по статье «Поездки». В ней отражается экспорт-импорт товаров и услуг, связанных с поездками (услуги по размещению и питанию, развлечению, экскурсионные услуги, подарки, сувениры). В соответствии с Банковским кодексом Республики Беларусь составление платежного баланса страны относится к функциям Национального банка. Применительно к статье «Поездки» им разработана *оценочная методика*,

по которой суммарные расходы резидентов (нерезидентов) определяются как произведение величины затрат, приходящихся на одного выезжающего (въезжающего), на количество выехавших (въехавших) лиц (табл. 9.3.1).

В платежном балансе поездки делятся на деловые и частные. В разделе деловых поездок учитываются расходы на служебные поездки, поездки обслуживающего персонала и расходы граждан, путешествующих с целью временного трудоустройства. В разделе личных поездок отражаются расходы на туристические, частные и транзитные поездки. Соотношение расходов на деловые и личные поездки в экспорте составляет 40:60. В импорте перевес расходов на личные поездки еще более очевиден (до 80%). Для более точного учета длительности пребывания поездки делятся на однодневные, краткосрочные и многодневные. Удельный вес каждой категории поездок в общем их объеме устанавливается экспертным путем специалистами Управления платежного баланса Национального банка.

Таблица 9.3.1

Схема расчета статьи «Поездки»

Деловые поездки					Личные поездки						
служебные поездки			обслуживающий персонал	временные работники	туристические поездки			частные поездки			транзит
однодневные	краткосрочные	многодневные	однодневные	многодневные	однодневные	краткосрочные	многодневные	однодневные	краткосрочные	многодневные	однодневные
длительность пребывания, суток (однодневные = 1 сутки, краткосрочные = 3 суток, многодневные — рассчитываются для каждого вида поездок)											
количество въезжающих (экспорт услуг), **выезжающих** (импорт услуг), человек											
норматив расходов (рассчитывается для каждого вида поездок и по странам), в том числе											
стоимость питания, долл. в сутки на человека			**стоимость проживания,** долл. в сутки на человека		**дополнительные расходы** на все время пребывания на человека						

При формировании статьи «Поездки» Национальный банк использует данные Белстата, Министерства финансов, Государственного пограничного комитета, собственные экспертные оценки, а также информацию от стран-партнеров.

Численность въехавших в страну и выехавших из нее определяется на основе информации, представляемой Государственным пограничным комитетом Республики

Беларусь по установленной форме. Расходы резидентов Республики Беларусь, выезжающих за рубеж со служебными целями и для обслуживания транспортных средств, рассчитываются исходя из норм оплаты командировочных расходов при служебных командировках за границу, устанавливаемых Министерством финансов. Доходы от посещения Республики Беларусь нерезидентами со служебными целями (включая обслуживающий персонал) определяются на основе информации от стран-партнеров о лимитах командировочных расходов. Для туристических поездок нормативы расходов и сроки пребывания туристов в Республике Беларусь и белорусских граждан за границей рассчитываются на основе данных Белстата по формам 1-тур, 1-тур (размещение) и 12-вэс (услуги) «Отчет об экспорте и импорте услуг», а также экспертным путем на основе информации о стоимости турпутевок. По частным поездкам нерезидентов в Республику Беларусь и резидентов Республики Беларусь за рубеж нормативы расходов и сроки пребывания определяются экспертным путем. Для транзитных поездок экспертным путем устанавливаются минимальные нормативы расходов. Для всех видов поездок экспертным путем устанавливаются дополнительные нормы расходов на единовременные покупки (подарки и сувениры).

В 2012 году экспорт туристских услуг составил 664 млн долл., или 10,6% всего объема экспорта услуг Республики Беларусь. Импорт туристских услуг достиг 636,3 млн долл. (31,5% общего объема импорта услуг). Впервые за ряд лет сложилось положительное сальдо счета «Поездки» за счет опережающего роста экспорта (рис. 9.3.3). Международный оборот торговли туристскими услугами составил 1,3 млрд долл.

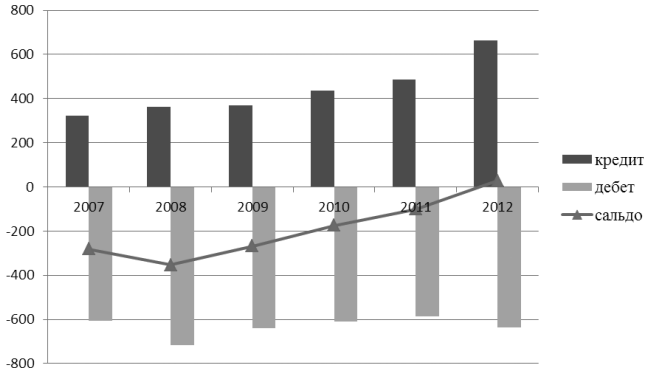

Рис. 9.3.3. Динамика экспорта и импорта услуг по статье «Поездки» в 2007—2012 гг., млн долл.

Оценка статьи «Поездки» платежного баланса Белоруссии сопряжена с некоторыми проблемами. Въездные и выездные потоки недоучитываются, особенно на открытом участке границы с Россией. Нуждаются в уточнениях расходы на проживание, питание, а также дополнительные расходы. Эти проблемы могут быть решены путем организации специальных обследова-

ний пассажиропотоков, туристических организаций, средств размещения, домашних хозяйств, дипломатических представительств за рубежом.

Перспективы развития статистики туризма в Белоруссии связаны с разработкой ВСТ. Согласно Государственной программе развития туризма, в Республике Беларусь на 2011—2015 гг. «макроэкономическая оценка туризма в соответствии с международной практикой должна быть основана на ВСТ. В этих целях необходима разработка методологических подходов для осуществления его экспериментального расчета в Республике Беларусь. Построение ВСТ в Республике Беларусь позволит получить достоверные данные о совокупном вкладе туризма в отечественную экономику и послужит весомым аргументом для привлечения в эту сферу государственных и частных инвестиций».

9.4. Казахстан

Организация статистики туризма. Система статистики туризма в Казахстане начала складываться с 1993 г. В 2010 году Агентство Республики Казахстан по статистике разработало и утвердило Методические рекомендации по формированию показателей статистики туризма. Они составлены с учетом международных рекомендаций по статистике туризма Статистического отдела ООН и ЮНВТО. Таким образом обеспечивается сопоставимость классификаторов и статистических показателей в сфере туризма Казахстана с принятыми международными стандартами.

Перед Агентством стоят следующие актуальные задачи:

1) постепенное внедрение в национальную практику методических рекомендаций ООН по статистике туризма 2008 г., особенно в части проведения выборочных обследований посетителей;
2) определение новых индикаторов для СНС при построении ВСТ;
3) расширение системы показателей и обеспечение качества данных по статистике туризма;
4) формирование выборочной совокупности по обследованиям сферы туризма;
5) изучение международного опыта по проведению статистических обследований сферы туризма и методологии статистики туризма.

В настоящее время Агентство формирует статистику въездного, выездного и внутреннего туризма, статистику размещения посетителей и статистику туристских расходов. Оно проводит статистические наблюдения по форме № 1-туризм «Отчет о туристской деятельности» (годовой и квартальной периодичности), по форме № 2-туризм «Отчет о деятельности мест размещений» (годовой и квартальной периодичности), анкете Н-050 «Анкета обследования домашних хозяйств о расходах на поездки» (годовой периодичности) и анкете Н-060 «Анкета обследования посетителей» (полугодовой периодичности).

По итогам проводимых обследований на ежеквартальной и ежегодной основе формируются следующие показатели, сопоставимые на международном уровне:

— *показатели, характеризующие деятельность туристских организаций*:
  - количество обслуженных посетителей (резидентов, нерезидентов),
  - количество однодневных посетителей и ночующих посетителей,
  - количество обслуженных посетителей по целям поездок и по видам транспорта,
  - количество предприятий, занимающихся туристской деятельностью,
  - списочная численность работников,
  - объем предоставленных услуг (визовых, экскурсионных и прочих),
  - количество реализованных путевок и их стоимость;

— *показатели, характеризующие деятельность объектов размещения*:
  - количество объектов размещения,
  - количество номеров,
  - единовременная вместимость,
  - заполняемость гостиниц,
  - количество предоставленных койко-суток,
  - средняя стоимость койко-суток,
  - объем услуг, оказанный объектами размещения,
  - количество обслуженных посетителей объектами размещения;

— *показатели туристских расходов*:
  - расходы в туристских поездках,
  - расходы на территории Республики Казахстан при поездке за границу,
  - расходы посетителей по типам туризма (въездной, выездной, внутренний),
  - расходы посетителей по целям поездок,
  - расходы посетителей по продолжительности пребывания,
  - расходы посетителей по видам транспорта и др.

При формировании статистики международного (въездного и выездного) туризма в международной практике используются разные источники данных и их сочетания. В Республике Казахстан основными источниками информации являются данные *общегосударственных статистических наблюдений* по формам № 1-туризм и 2-туризм предприятий и индивидуальных предпринимателей, оказывающих туроператорские, турагентские и прочие туристские услуги и услуги по размещению. Их совокупность определяется на основе статистического Бизнес-регистра по предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Кроме того, используются данные

Пограничной службы Республики Казахстан о въезде иностранных гражданах и выезде граждан Республики Казахстан за границу.

Статистическая картина туризма в Казахстане. В 2012 году туристские фирмы и индивидуальные предприниматели обслужили 641,3 тыс. человек. Примерно 64% их приходилось на выездные потоки посетителей, 32% — на внутренние и 4% — на въездные. Такая структура организованного туризма является типичной для Казахстана (рис. 9.4.1), что выдвигает на первый план задачу повышения конкурентоспособности туристской сферы страны.

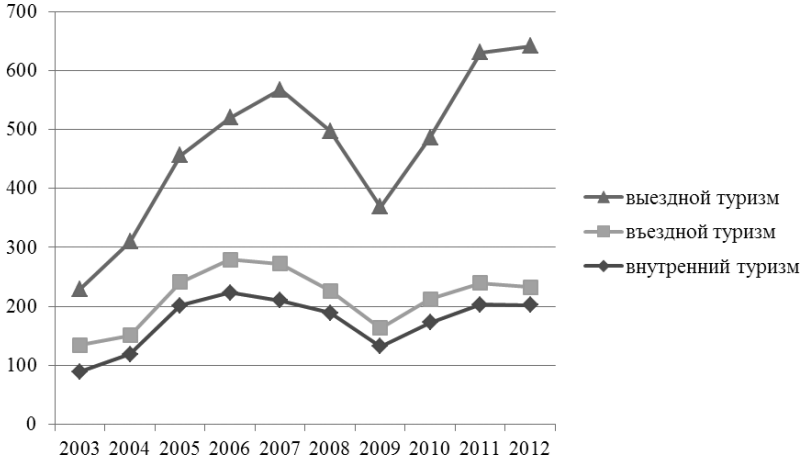

Рис. 9.4.1. Структура потоков посетителей, обслуженных туристскими фирмами и индивидуальными предпринимателями в Казахстане в 2003—2012 гг., тыс. человек

Для приема в стране иностранных и внутренних туристов создана база размещения. В 2012 году в стране насчитывалось 216 гостиниц, из которых 149 туристского класса и 67 повышенной комфортности (4—5 звезд). Их единовременная вместимость составила 83,1 тыс. койкомест. Количество предоставленных койко-суток начиная с 2009 г. неуклонно увеличивается в среднем на 860 тыс. в год. В 2012 году оно достигло 7,6 млн койко-суток. Заполняемость гостиниц невысокая (24,9% в 2012 г.).

Объем и структура туристских расходов — одни из важнейших показателей, которые используются для наблюдения и оценки воздействия туризма на национальную экономику. Они неразрывно связаны с величиной потребления в туризме. Для определения объемов и структуры туристских расходов в Республике Казахстан проводится *выборочное обследование домашних хозяйств*, а также *обследование посетителей* (резидентов и нерезидентов) не моложе 16 лет в аэропортах, на железнодорожных вокзалах, на автостан-

циях и в местах отдыха (театрах, парках, ресторанах) методом случайной выборки. С 2011 года обследование посетителей проводится два раза в год (в летнее и зимнее время). Разовая выборка составляет 10 000 человек. Данные по расходам посетителей, совершенным во время поездки или при подготовке к ней, используются при формировании показателей ВСТ.

Для всесторонней оценки развития сферы туризма в Казахстане привлекаются данные статистических форм других отраслей статистики. Кроме показателей общегосударственных статистических наблюдений, используются данные из административных источников — Министерства туризма и спорта Республики Казахстан, Министерства здравоохранения Республики Казахстан, Министерством образования и науки Республики Казахстан, Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан.

Разработка ВСТ. Казахстан является одной из наиболее продвинутых стран — членов СНГ в вопросах формирования ВСТ. В республике он составляется начиная с 2003 г., но не в полном объеме. Первым шагом на этом пути стала разработка национальных Общего классификатора видов экономической деятельности (ОКЭД) и Классификатора продукции по видам экономической деятельности (КПВЭД) — эквивалентов соответствующих международных классификаторов. На основе международных и национальных классификаторов были разработаны *отраслевые классификаторы по статистике туризма*. В частности, Агентством по статистике был утвержден ведомственный классификатор «Статистическая номенклатура видов услуг в области туризма». Он позволяет определить перечень видов деятельности, формирующих спрос и предложение сферы туризма, и используется при построении ВСТ (табл. 9.4.1). По выделенным видам экономической деятельности и видам продуктов формируются показатели статистики туризма.

Таблица 9.4.1

Перечень категорий характерных для туризма потребительских продуктов и видов экономической деятельности Агентства Республики Казахстан по статистике

Потребительские продукты	Виды экономической деятельности
1. Услуги по размещению посетителей	1. Размещение посетителей
2. Услуги общественного питания	2. Деятельность в сфере общественного питания
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта	3. Пассажирские перевозки железнодорожным транспортом
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта	4. Пассажирские перевозки дорожным транспортом
5. Услуги водного пассажирского транспорта	5. Пассажирские перевозки водным транспортом

Окончание

Потребительские продукты	Виды экономической деятельности
6. Услуги воздушного пассажирского транспорта	6. Пассажирские перевозки воздушным транспортом
7. Услуги проката средств транспорта	7. Прокат средств транспорта
8. Услуги бюро путешествий и другие услуги бронирования	8. Деятельность бюро путешествий и других служб бронирования
9. Услуги в сфере культуры	9. Деятельность в сфере культуры
10. Услуги в сфере спорта и досуга	10. Деятельность в сфере спорта и досуга
11. Определяемые по странам характерные для туризма продукты	11. Розничная торговля определяемыми по странам характерными для туризма продуктами
12. Определяемые по странам характерные для туризма услуги	12. Прочие определяемые по странам характерные для туризма виды деятельности

В настоящее время опубликованы основные показатели развития туризма за 2003—2011 гг. Среди них выделяются расходы посетителей на конечное потребление для въездного и внутреннего туризма; выпуск товаров и услуг в туризме; предложение и потребление, относящиеся к туризму внутри страны; валовое накопление в туризме; коллективное туристское потребление по функциям и уровням органов государственного управления; занятость в туризме и пр.

Статистическая информация о туризме распространяется через печатные издания. Ежегодно выходит статистический сборник «Туризм Казахстана», а также статистические бюллетени «Развитие туризма и гостиничного хозяйства в Республике Казахстан», «О расходах домашних хозяйств на поездки в Республике Казахстан», «О выборочном обследовании посетителей (туристов) в Республике Казахстан». Вся информация также размещается на портале Агентства Республики Казахстан по статистике www.stat.gov.kz

9.5. Киргизия

Организация статистики туризма. В Киргизии статистическое наблюдение туризма организуется с целью получения объективной и полной информации о состоянии и развитии сферы туризма и оценки ее вклада в общую величину валового внутреннего продукта страны. Эта информация также необходима для изучения туристских потоков, нагрузки на туристскую инфраструктуру, удовлетворения туристского спроса и потребительских ожиданий от предложений на рынке туристских услуг Киргизии.

Руководствуясь «Рекомендациями по статистике туризма» Статистического отдела ООН и ЮНВТО, *Национальный статистический комитет Кыргызской Республики* ведет сбор, обработку и анализ статистической информации о туризме в двух направлениях — с точки зрения туристского спроса и с точки зрения туристского предложения. Такой подход позволяет всесторонне оценить состояние и перспективы развития сферы туризма и определить ее экономическое значение для республики.

Главная *цель статистики туризма* в Киргизии определена следующим образом — проведение статистического обследования явлений как ограниченных рынками отдыха, так и охватывающих мировой рынок путешествий во взаимосвязи различных характеристик туризма для самостоятельного анализа деятельности в этой сфере и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов СНС.

Основными *задачами статистики туризма* в Киргизии являются организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом, на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

Нормативно-правовой базой сбора, обработки, анализа и распространения статистической информации о туризме в стране являются Закон Кыргызской Республики от 26 марта 2007 г. № 40 «О государственной статистике», Закон Кыргызской Республики от 25 марта 1999 г. № 34 «О туризме», Программа статистических работ, Программа совершенствования и развития государственной статистики Кыргызской Республики на 2010—2014 годы, утвержденная Постановлением Правительства Кыргызской Республики от 30 марта 2010 г. № 199.

Исходя из цели и задач статистики туризма, Национальный статистический комитет выделяет *объекты и единицы статистического наблюдения* в туризме. В наблюдении задействуются средства размещения туристов, туроператоры и турагентства, предприятия по организации отдыха, развлечений и культуры, средства транспорта, предприятия оптовой и розничной торговли, строительные организации, возводящие объекты туризма, организации финансового посредничества, органы государственного управления, учебные заведения, другие предприятия и организации, оказывающие услуги в сфере туризма, индивидуальные предприниматели, занятые в сфере туризма, домашние хозяйства.

Статистические наблюдения в туризме Киргизии проводятся разными методами. Национальный статистический комитет осуществляет как сплошные, так и несплошные наблюдения. *Сплошные наблюдения в туризме* Киргизии организуются при помощи государственной статистической

отчетности и посредством ведения Единого государственного регистра статистических данных (ЕГРСЕ). Несплошные наблюдения ведутся в виде выборочных обследований, в частности домашних хозяйств, принимающих неорганизованных туристов.

Национальный статистический комитет Кыргызской Республики разрабатывает инструментарий для проведения статистического наблюдения в туризме, включая формы документов первичного учета. В статистике туризма Киргизии используются формы отчетности по международному, национальному и внутреннему туризму, деятельности средств размещения и средств транспорта, производству товаров для туризма, занятости в сфере туризма и пр. Инструментарий, используемый при проведении статистических наблюдений в туризме Киргизии, соответствует его межотраслевой сущности (табл. 9.5.1).

Таблица 9.5.1

Инструментарий для проведения статистического наблюдения в туризме Киргизии

Объекты статистического наблюдения	Отчетность/переписи/выборочные обследования
I. Формы государственной статистической отчетности и переписи	
Международный и национальный туризм	№ 1-туризм (квартальная) «Отчет о туристической деятельности» № 8-ВЭС (услуги) (квартальная) «Об экспорте (импорте) услуг во внешнеэкономической деятельности» № 1-граница (квартальная) «Отчет о пропуске граждан через границу Кыргызской Республики»
Внутренний туризм	№ 1-туризм (квартальная) «Отчет о туристической деятельности» № 1-туризм (срочная, месячная — за июнь — август) «Отчет о деятельности учреждений отдыха и туризма в Иссык-Кульской области»
Средства транспорта	№ 12-ГА «Отчет о перевозках пассажиров и грузов воздушным транспортом» № 16-ГА «Отчет об объемах перевозок через аэропорт» № ЦО-22 «Отчет о перевозках пассажиров и доходах от этих перевозок по видам сообщения» № 65-Автом. «Отчет о продукции автомобильного транспорта» № 65-ГА «Отчет о доходах от перевозок воздушным транспортом» № 67-ГА «Отчет о доходах и расходах авиакомпаний»
Средства размещения	№ 1-туризм (квартальная) «Отчет о туристической деятельности»

Продолжение

Объекты статистического наблюдения	Отчетность/переписи/выборочные обследования
Производство товаров для туризма	№ 1-П (месячная, годовая) «Отчет о производстве продукции и услуг» № 3-П (квартальная, годовая) «Отчет о работе подсобных промышленных предприятий (производств), состоящих на балансе непромышленных предприятий, организаций, сельхозпредприятий (кооперативов), крестьянских (фермерских) хозяйств № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия» № 1-П Срочная (ИП) «Отчет о производстве продукции индивидуальными предпринимателями»
Строительство	№ 2-Инвест (месячная, годовая) «Отчет о вводе в действие основных фондов и использовании инвестиций в основной капитал № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия»
Рыночные услуги	№ 3-услуги (месячная, годовая) «Отчет об объеме рыночных услуг» № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия» ежеквартальный отчет Государственной налоговой службы при Правительстве Кыргызской Республики «О деятельности предпринимателей, работающих на патентной основе» перепись хозяйствующих субъектов, оказывающих рыночные услуги
Торговля, гостиницы и рестораны	№ 1-торг (месячная, годовая) «Отчет об объеме продаж (услуг)» № 3-торг (годовая) «Отчет о продаже и остатках товаров» № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия» ежеквартальный отчет Государственной налоговой службы при Правительстве Кыргызской Республики «О деятельности предпринимателей, работающих на патентной основе» перепись предприятий торговли, гостиниц и ресторанов
Финансовое посредничество	№ 1-СК (квартальная, годовая) «Отчет о деятельности страховой организации»
Государственное управление	№ 1-ГОС (единовременная) «Отчет о численности занятых в органах государственной власти и управления»

Продолжение

Объекты статистического наблюдения	Отчетность/переписи/выборочные обследования
Образование	№ 3-НК (годовая) «Отчет высшего профессионального учебного заведения на начало учебного года» № 5-профтех (годовая) «Сводный отчет о численности учащихся, окончивших профессиональные лицеи (училища) по профессиям»
Организации отдыха, развлечений и культуры	№ 8-НК (годовая) «Сводный отчет о деятельности музея» № 9-НК (годовая) «Отчет о деятельности театра» № 12-НК (годовая) «Отчет о деятельности концертной организации» № 13-НК (годовая) «Отчет о деятельности цирка» № 1-кино (годовая) «Отчет о деятельности организации, осуществляющей кинопоказ» № 1-заповедник (годовая) «Отчет по заповедникам и природным национальным паркам»
Занятость в сфере туризма	№ 1-Т (месячная, годовая) «Отчет по труду» № 1-трудоустройство (квартальная, годовая) «Отчет о трудоустройстве и занятости населения, обратившегося в службу занятости населения» № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет о деятельности малого предприятия», раздел 1 «Труд»
Финансовая деятельность предприятий сферы туризма	№ 1-Ф (квартальная) «Отчет об основных финансовых показателях деятельности предприятия (организации)» № 1-ФХД (годовая) «Отчет об основных показателях финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации) № 6-Ф (годовая) «Отчет о состоянии взаимных расчетов предприятий (организаций)» № 5—3 (годовая) «Отчет о затратах на производство продукции (работ, услуг) предприятия (организации)» № 1-ФХД-микро (квартальная, годовая) «Отчет об основных показателях деятельности малого предприятия»
II. Выборочные обследования	
Международный, национальный и внутренний туризм	единовременное обследование туристских фирм единовременное обследование расходов зарубежных туристов в местах их размещения

Окончание

Объекты статистического наблюдения	Отчетность/переписи/выборочные обследования
Средства транспорта	квартальные выборочные обследования индивидуальных владельцев транспортных средств, занимающихся пассажирскими перевозками (объемы перевозок пассажиров)
Торговля, гостиницы и рестораны	выборочные обследования на рынках услуг
Производство товаров для туризма	выборочное обследование «Учет продаж товаров на всех типах рынков»
Строительство	единовременное обследование построенного (переоборудованного) объекта
Рыночные услуги	выборочные обследования хозяйствующих субъектов, оказывающих отдельные виды услуг

Собранная с помощью государственной отчетности и выборочных обследований информация группируется:

- по формам собственности предприятий;
- по целям поездок:
  - служебная (официальные визиты, командировки),
  - личная (обучение, лечение, посещение родственников и знакомых, «челночные» поездки),
  - туризм (отдых, экскурсии);
- по гражданству посетителей (страны СНГ, страны вне СНГ, граждане Кыргызской Республики);
- по международным и внутренним перевозкам;
- по видам продукции в натуральном выражении, выпускаемой промышленными предприятиями.

Один из основных источников информации о туризме в Киргизии — статистическая форма отчетности № 1-туризм «Отчет о туристической деятельности». Она является обязательной для всех юридических лиц, которые осуществляют деятельность в сфере туризма, вне зависимости от их ведомственной подчиненности, формы собственности, размера (малые или крупные), характера функционирования — сезонные или круглогодичные. Отчет представляют гостиницы, турбазы, кемпинги, бюро путешествий и экскурсий, турфирмы и туроператоры, санатории, дома отдыха, пансионаты с лечением, природные парки и заповедники, принима-

ющие и обслуживающие туристов, и пр. Она содержит данные о количестве туристов, продолжительности их пребывания, объеме предоставленных им услуг, расходах посетителей, финансовой деятельности предприятий в сфере туризма в Киргизии и др.

Статистическая отчетность по форме № 1-туризм представляется ежемесячно с мая по октябрь и поквартально. Форма № 1-туризм — месячная включает два раздела:

I. Общие сведения о предприятии туризма, коллективном средстве размещения,

II. Обслуживание посетителей (туристов) (табл. 9.5.2).

Таблица 9.5.2

Форма № 1-туризм — месячная

I. Общие сведения о предприятии туризма, коллективном средстве размещения

А. Тип предприятия туризма (коллективного средства размещения):	Код строки	**Б. Период функционирования:**	Код строки
гостиница	1	круглый год	20
туристская база	2	сезонный	21
кемпинг, мотель	3		
бюро путешествий и экскурсий	4	**В. Дата и месяц: (для сезонных учреждений)**	
турфирма и туроператор	5	открытия сезона //.//	22
санаторий	6	закрытия сезона //.//	23
детский санаторий	7		
санаторий-профилакторий	8	**Г. Категория гостиницы:**	
дом отдыха	9	* **(1 звезда)**	24
пансионат отдыха	10	** (2 звезды)	25
пансионат с лечением	11	*** (3 звезды)	26
база отдыха	12	**** (4 звезды)	27
спортивно-оздоровительный лагерь	13	***** (5 звезд)	28
детский оздоровительный комплекс (лагерь)	14	без категории	29
природный парк и заповедник	15		
другие учреждения	16		

II. Обслуживание посетителей (туристов)

Код строки	Наименование показателей	Единица измерения	Всего
А	Б	1	2
1	**Число посетителей (туристов)**	**человек**	
	в том числе граждане:		
2	— Кыргызстана	—//—	
3	из них дети	—//—	
4	— государств — участников СНГ	—//—	
5	— стран вне СНГ	—//—	
6	Численность размещенных посетителей (туристов) — всего (из стр. 1)	человек	
	в том числе граждане:		
7	— Кыргызстана	—//—	
8	из них дети	—//—	
9	— государств — участников СНГ	—//—	
10	— стран вне СНГ	—//—	
11	Максимальное число развернутых мест (коек) в отчетном месяце	мест/коек	
12	Единовременная вместимость	мест/коек	
13	Число ночевок — всего	единиц	
14	Из строки 6 — численность посетителей (туристов), обслуженных по путевкам, курсовкам	человек	
15	Доходы от предоставленных услуг — всего	тыс. сомов	
	в том числе		
16	от продажи номеров/путевок (курсовок)	—//—	
17	из них от разницы в тарифах для иностранных граждан	—//—	
18	от реализации путевок (курсовок)	—//—	
19	от дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость номера (путевки) — экскурсионных, лечебно-оздоровительного характера, развлекательных, организации питания и др.	—//—	
20	от аренды производственных площадей и зданий	—//—	

Форма № 1-туризм — квартальная состоит из девяти разделов:

Раздел I. Общие сведения о предприятии туризма, коллективном средстве размещения. Раздел включает сведения о типе предприятия туризма, периоде его функционирования, категории гостиниц, для специальных средств размещения — медицинский профиль.

Раздел II. Обслуживание и распределение посетителей (туристов) по целям поездок.

Раздел III. Поступления и расходы по международному и внутреннему туризму по видам туризма:

- досуг, отдых, рекреация;
- посещение знакомых и родственников;
- деловые и профессиональные цели;
- лечение;
- шоп-туризм;
- религия, паломничество;
- прочие.

Раздел IV. Сведения о размещенных посетителях (туристах)

Раздел V. Распределение численности посетителей (туристов) по продолжительности пребывания

Раздел VI. Номерной и коечный фонд

Раздел VII. Предприятие питания (на конец отчетного периода)

Раздел VIII. Сведения о персонале

Раздел IX. Основные финансовые показатели деятельности.

Форма отчетности содержит показатели, которые характеризуют количественные изменения, происходящие в гостиницах, сети санаторно-курортных учреждений, учреждений отдыха и туризма. Статистическое наблюдение за их деятельностью производится по следующим показателям: численность прибывающих граждан, единовременная вместимость средства размещения и коэффициент использования вместимости. Кроме того, используется ряд стоимостных показателей деятельности гостиницы. Наряду с доходами от эксплуатации учитываются также доходы от дополнительных платных услуг, которые предоставляются по желанию проживающих (доставка и хранение багажа, выполнение заказов проживающих, пользование предметами культурно-бытового и хозяйственного обихода и пр.), а также прочие доходы, полученные от работы подсобных предприятий, от сдачи в аренду нежилых помещений, от реализации выбывшего имущества.

По данным Национального статистического комитета, в 2012 г. в Киргизии насчитывалось 155 специализированных средств размещения на 19,7 тыс. койко-мест. Они обслужили 253,2 тыс. человек. В том же году в стране функционировало 147 гостиниц, предоставивших 323 тыс. койко-суток. Коэффициент использования вместимости гостиниц составил 19%.

Важной формой статистического наблюдения, дополняющей статистическую отчетность, являются *выборочные обследования*. В Киргизии разработана и внедрена методика проведения выборочного обследования домашних хозяйств — совокупности лиц, проживающих в одном помещении и ведущих в нем совместное хозяйство, — оказывающих услуги неорганизованным туристам. В ходе обследования собирается информация о числе обслуженных неорганизованных туристов, а также виде, объеме и стоимости предоставляемых им услуг.

Выборочное обследование проводится в курортной зоне на северном побережье озера Иссык-Куль. Продолжительность и сроки проведения обследования зависят от курортного сезона, который в среднем длится 80—90 дней с 10 июня по 10 сентября. Поскольку спрос на туристские услуги распределяется неравномерно в течение курортного сезона, обследование проводится в два этапа: первый этап — с 10 июля по 25 августа; второй этап — остальные дни сезона. Генеральная совокупность формируется по списку населенных пунктов, расположенных в рекреационной зоне Иссык-Кульского района. Обследование носит выборочный характер. В качестве информационной базы для построения выборки используются карто-схемы населенных пунктов, обновленные для проведения переписи населения 2009 г. Очевидно, что услуги домашних хозяйств, расположенных на побережье озера, пользуются большим спросом у туристов. В этой связи проводится зонирование прибрежной территории с выделением двух зон: прибрежной зоны с высокой плотностью отдыхающих и остальной территории — и соответствующих им двух групп домашних хозяйств.

Основными параметрами обследования являются

- день обследования — день посещения домашнего хозяйства (день недели);
- наличие койко-мест — имеющиеся в наличии койко-места в день обследования для неорганизованных туристов;
- фактически занято койко-мест неорганизованными туристами в день обследования;
- продолжительность пребывания — среднее число дней отдыха одного туриста (1—3, 4—6, 7—9, 10 и более дней),
- число размещенных лиц с питанием;
- стоимость одного места — средняя стоимость оказываемых услуг по видам (без питания, с питанием).

Статистическая картина туризма в Киргизии. По результатам обследования, проведенного Национальным статистическим комитетом в 2009 г., в домашних хозяйствах рекреационной зоны Иссык-Кульского района отдохнули 318,3 тыс. туристов, в том числе 50,9 тыс. иностранных граждан. За сезон было предоставлено услуг общей стоимостью более 358 млн сомов. Неорганизованный сектор туризма предоставил для отдыха населения 65,5 тыс. койко-мест. Средняя загруженность койко-мест составила 24,2%. Соотношение организованных и неорганизованных отдыхающих в Киргизии показано на рис. 9.5.1.

Национальный статистический комитет Кыргызской Республики уделяет большое внимание разработке *обобщающих экономических показателей развития туризма*, позволяющих вписать туризм в систему национального счетоводства (рис. 9.5.2). К таким показателям относятся валовой выпуск и валовая добавленная стоимость, создаваемая в туризме, доля туризма в ВВП страны и др. В последние годы отмечается в целом положительная динамика их значений и тенденция к росту вклада туризма в экономику Киргизии.

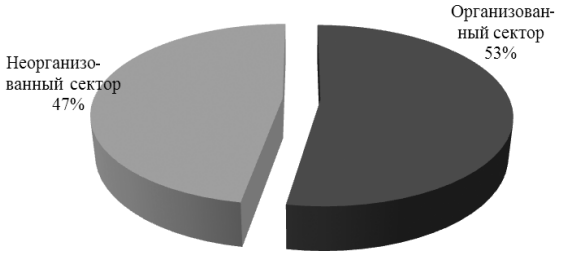

Рис. 9.5.1. Структура отдыхающих в Киргизии по типу размещения в 2012 г.

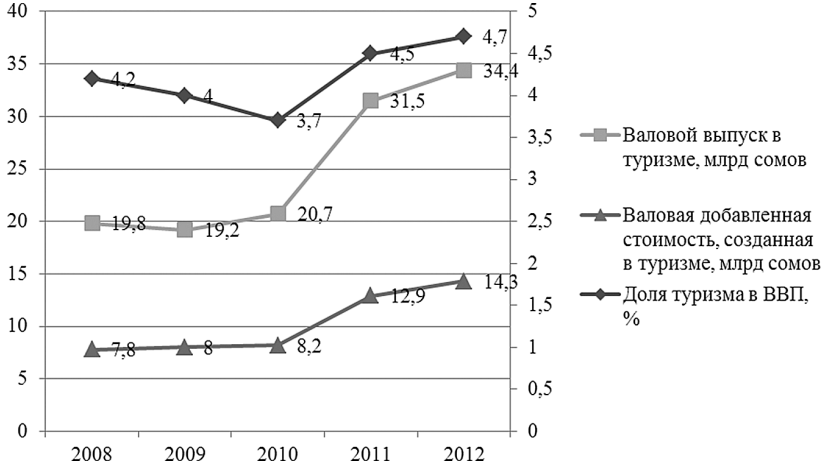

Рис. 9.5.2. Динамика основных показателей развития туризма в Кыргызской Республике в 2008—2012 г.

9.6. Молдавия

Организация статистики туризма. Статистика туризма в Республике Молдова разрабатывается и распространяется *Национальным бюро статистики*, в структуре которого имеется отдел статистики рыночных услуг. Правовой основой для сбора, обобщения, анализа и представления статистической информации по туризму являются Закон Республики Молдова № 412-XV от 9 декабря 2004 г. (с последующими дополнениями и изменениями) «Об официальной статистике», Закон № 352-XVI от 24 ноября 2006 г. (с последующими дополнениями и изменениями) «Об организации и осуществлении туристической деятельности в Республике Молдова», Методологические нормы и критерии классификации структур по туристическому приему с функциями размещения и питания, утвержденные постановлением правительства Республики Молдова № 643 от 27 мая 2003 г.

Методологической основой статистики туризма в Республике Молдова служат *IRTS*-2008, Рекомендации ЕС 1175/95 и Директива 95/57 ЕС части *A* и *B*, которые регламентируют сбор и представление статистических данных о средствах размещения туристов, Методологические рекомендации Межгосударственного статистического комитета СНГ «Единая система показателей функционирования туристической сферы в странах Содружества».

Статистика туризма в Республике Молдова формируется на основе данных, получаемых Национальным бюро статистики в результате статистических наблюдений коллективных средств размещения туристов, а также туроператоров и туристических агентств. Основными *источниками информации* для статистических наблюдений служат каталог экономических агентов, содержащий сведения о коллективных средствах размещения туристов, и ежеквартально обновляемый каталог туристических агентств и туроператоров. Единицами наблюдения выступают хозяйствующие субъекты, осуществляющие управление коллективными средствами размещения вне зависимости от формы собственности, туристические агентства и туроператоры, имеющие лицензию на занятие туристической деятельностью. Используется также пограничная статистика о въезде иностранных посетителей в Молдавию и выезде молдавских посетителей за границу. По заказу Агентства по туризму Республики Молдова проводятся специальные обследования иностранных и внутренних туристов.

Основным инструментарием статистического наблюдения в туризме Молдавии являются годовой отчет по форме № 1-*A-SC* «Вместимость коллективных структур по приему туристов с функциями размещения на 31 декабря», квартальный отчет по форме № 1-*B-SC* «Размещение туристов в коллективных структурах по приему туристов с функциями размещения», квартальный отчет по форме № 1-*tur* «Туристическая деятельность туристических агентств и туроператоров», а также ряд классификаторов видов экономической деятельности, типов структур, административно-территориальных единиц Республики Молдова, форм собственности и стран.

Квартальные статистические обследования туристических агентств и туроператоров организуются с помощью метода сплошного наблюдения. Туристические агентства и туроператоры сдают отчеты по установленной форме № 1-*tur*, содержащей основные показатели туристической деятельности (табл. 9.6.1). Территориальные органы статистики ведут сбор сведений, проверку их качества, анализ и осуществляют отправку данных по почте Главному управлению информационных технологий. Агрегированные статистические таблицы, разрабатываемые на основе сформированной базы данных, содержат следующую информацию:

- количество посетителей (туристов и экскурсантов), участвующих во внутреннем, въездном и выездном туризме;
- количество туродней;
- поступления от туристической деятельности;
- численность лиц, занятых туристической деятельностью.

Таблица 9.6.1

Форма отчетности № 1-*tur* «Туристическая деятельность туристических агентств и туроператоров»

***Раздел 1.* Основные показатели туристической деятельности**

Категория туризма	№ стр.	Количество посетителей, чел.			Количество туристо-дней	Поступления, тыс. лей (с десятичным знаком)
		всего	в том числе			
			туристов	экскурсантов		
А	В	1	2	3	4	5
Внутренний туризм	01					
Международный туризм	02					
Въездной туризм	03					
в том числе из стран СНГ	04					X
досуг, рекреация, отдых — всего	31					X
в том числе посещение виноградарско-винодельческих объектов	05					X
деловой и профессиональный	32			X		X
лечение	33			X		X
прочие цели	34			X		X
Выездной туризм	09					
в том числе в страны СНГ	10					X
досуг, рекреация, отдых	91					X
деловой и профессиональный	92			X		X
лечение	93			X		X
прочие цели	94			X		X
***Total* (*Всего*)** (стр. 01 + стр. 02)	11					

Численность лиц, занятых туристической деятельностью на конец квартала ___человек

***Раздел 2.* Данные о численности обслуженных туристов*, по странам**

Страна	Код страны	Численность иностранных туристов*, прибывших в Республику Молдова	Численность туристов*, выехавших из Республики Молдова за границу
А	В	1	2
Всего	X		
в том числе по странам:			

Окончание

А	В	1	2
Армения	051		
Австрия	040		
Азербайджан	031		
Белоруссия	112		
...			
Российская Федерация	643		
...			
Другие страны:			

*Включая экскурсантов

Наряду со статистическими наблюдениями турагентств и туроператоров Национальное бюро статистики Республики Молдова организует *годовые и квартальные статистические обследования коллективных средств размещения туристов*. Они проводятся на основе метода сплошного наблюдения, в ходе которого собираются сведения обо всех единицах изучаемой совокупности предприятий размещения. Территориальные органы статистики получают информацию, проверяют ее качество, анализируют и вводят в базу данных (*MS Access*). Эта база данных позволяет составлять агрегированные статистические таблицы, включающие следующие данные:

- тип и категория коллективных средств размещения туристов;
- номерной фонд и единовременная вместимость коллективных средств размещения туристов;
- общая и жилая площадь, занимаемая коллективными средствами размещения туристов;
- объем услуг, предоставленных коллективными средствами размещения;
- число размещенных посетителей (туристов) и число предоставленных ночевок в коллективных средствах размещения;
- количество комнат (номеров) в наличии к 1-му дню месяца, количество койко-мест в наличии к 1-му дню месяца, количество комнат, предоставленных к размещению, количество фактически предоставленных (занятых) комнато-дней, количество койко-мест, предоставленных к размещению, количество дней работы средств размещения,
- коэффициент использования наличных койко-мест;
- численность занятых в коллективных средствах размещения на последний день работы в отчетном квартале.

Обработка первичных материалов обследований и обобщение статистических данных осуществляются на республиканском уровне. Данные группируются по типам средств размещения, формам собственности, странам мира, районам Республики Молдова.

Кроме статистики туроператорских и турагентских фирм, а также статистики размещения существует *статистика Пограничной полиции Республики Молдова*, которая представляет по запросу информацию о количестве граждан, пересекших государственную границу, с распределением по гражданству, возрасту и полу.

Вопросы распространения статистической информации, в частности о туризме, являются первостепенными в деятельности Национального бюро статистики Республики Молдова. Официальная статистическая информация о туризме распространяется на бумажных носителях и в электронной форме. Статистические данные о туризме используются в таких публикациях, как ежеквартальные пресс-релизы, ежеквартальный доклад «Социально-экономическое положение Республики Молдова», Ежеквартальный статистический бюллетень, краткий статистический сборник «Молдова в цифрах», Статистический ежегодник Республики Молдова. Основной формой распространения статистической информации о туризме должен стать портал Национального бюро статистики. В настоящее время на нем размещаются метаданные по туризму.

Статистическая картина туризма в Молдавии. Согласно данным туристических агентств и туроператоров, в 2012 г. турфирмы обслужили 194 тыс. международных и внутренних туристов и экскурсантов, в основном на выезд из Молдавии (75,7%). Существенный перевес организованного выездного туризма над въездным и внутренним, который (перевес) в последнее время становится все более значительным, свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности Молдавии как дестинации на мировом туристском рынке несмотря на богатый туристский потенциал территории (рис. 9.6.1). Молдавия славится винными подвалами Криково, а подземные винные галереи в селе Малые Милешты попали в «Книгу рекордов Гиннеса» в 2005 г. как самые большие в мире. Не случайно в форме отчетности № 1-*tur* посещение виноградарско-винодельческих объектов выделено отдельной строкой среди целей поездок иностранных туристов в Молдавию. К главным туристским достопримечательностям Молдавии также относятся средневековые монастыри, привлекающие культурно-познавательных туристов, а санатории в городах Каменка, Калараш и Кахул располагают бальнеолечебницами, на базе которых развивается лечебный туризм. В структуре международного, особенно выездного, туризма по цели поездок преобладает отдых, досуг, рекреация, а во въездном туризме — также деловые и профессиональные поездки (рис. 9.6.2). Статистика туризма позволяет определить географию въездного и выездного туризма в Молдавии. Главными целевыми туристскими рынками для Молдавии являются Российская Федерация, Румыния и Германия. Среди направлений выезда доминируют относительно недорогие страны традиционной купально-пляжной специализации, а также Румыния и соседняя Украина, где проживает молдавская этническая группа (рис. 9.6.3).

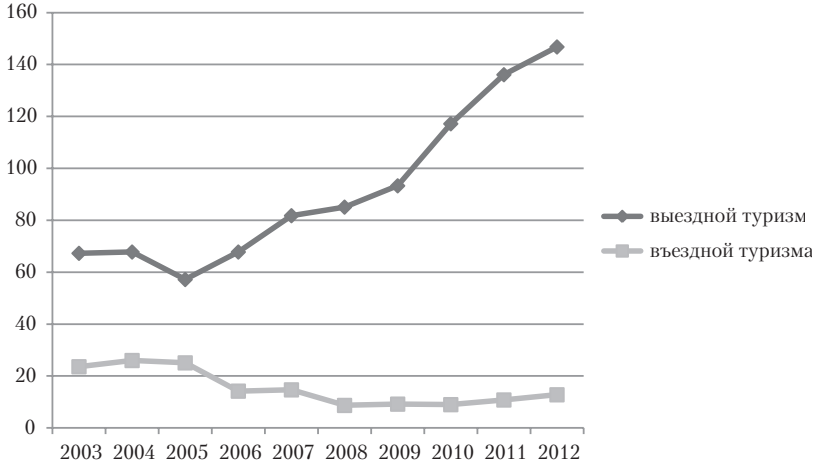

Рис. 9.6.1. Динамика въездного и выездного туризма в Молдавии в 2003—2012 гг., тыс. человек

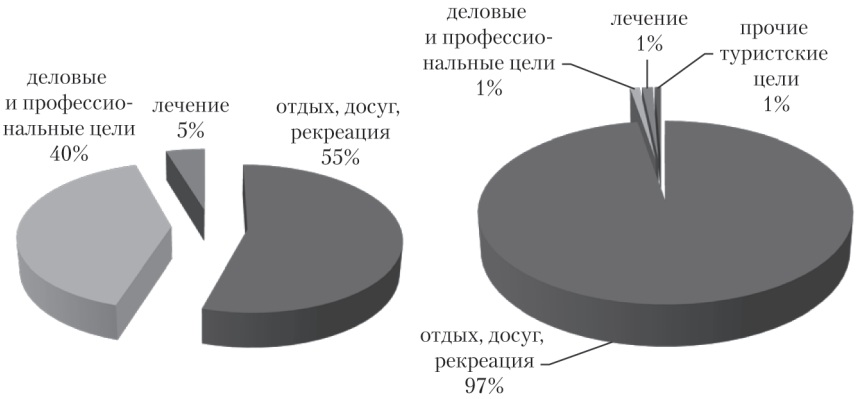

Рис. 9.6.2. Структура организованного въездного (а) и выездного (б) туризма в Молдавии по целям поездок в 2012 г.

В 2012 году численность туристов, размещенных в коллективных средствах размещения, составила 268,2 тыс. человек. Из них на долю внутренних туристов приходилось 66,8%, иностранных — 33,2%. Повышенным спросом у туристов, особенно иностранных, пользуются услуги отелей и мотелей. Среди молдавской молодежи популярен недорогой отдых в летних студенческих лагерях. Многие туристы, прежде всего внутренние, выбирают для размещения туристские виллы, деревни отдыха или оздоровительные центры (рис. 9.6.4).

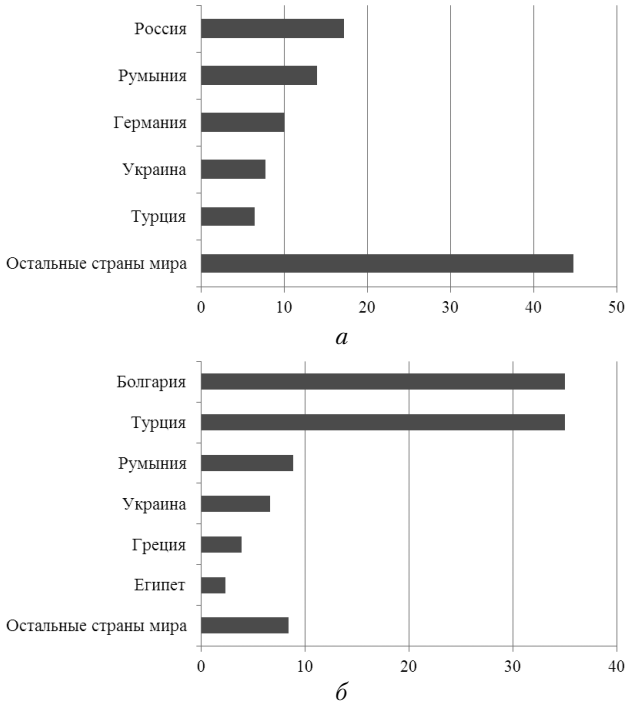

Рис. 9.6.3. Географическая структура въездного (а) и выездного (б) организованного туризма в Молдавии в 2012 г., % от общих объемов въезда и выезда посетителей

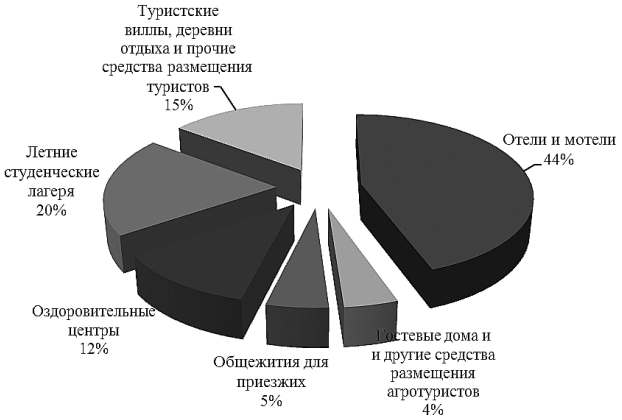

Рис. 9.6.4. Распределение численности туристов по видеам средств размещения в 2012 г.

Статистика туристского баланса. Статистические данные о туризме составляют основу формирования статьи «Поездки» платежного баланса. В Республике Молдова статья «Поездки» составляется в соответствии с «Руководством по платежному балансу» МВФ. Работа проводится на регулярной основе с периодичностью 1 раз в квартал.

В статье отражается экспортно-импортное движение товаров и услуг, связанных с поездками. Эти товары и услуги приобретаются в стране нерезидентами или за рубежом резидентами для личных нужд или дарения другим лицам. Продолжительность их пребывания на территории посещаемой страны не должна превышать одного года. Бесплатное предоставление товаров и услуг, например обучение, проживание и питание иностранных студентов за счет университета, также отражается в статье «Поездки» платежного баланса Республики Молдова. Поездки делятся на деловые (включая поездки и связанные с ними затраты приграничных, сезонных и других прибывающих на короткий срок работников) и личные (включая поездки на лечение и с образовательными целями).

При составлении статьи «Поездки» используются следующие *источники информации*:

- банковская статистика. Национальный банк Молдовы и лицензированные коммерческие банки в Республике Молдова ежемесячно представляют отчетность по установленным формам об операциях с нерезидентами. В статье «Поездки» отражаются расчеты по перечислению, расчеты наличными и с использованием банковских карточек. Выделяются следующие категории переводов, связанных с поездками: деловые переводы (юридические лица), личные переводы (физические лица), медицинские услуги, услуги образования;
- отчетность экономических агентов (предприятий и организаций) Молдавии об операциях на прямых счетах в коммерческих банках за границей;
- отчетность валютных обменных пунктов при коммерческих банках и независимых валютных обменных пунктов о купле-продаже иностранной валюты. Оценивается доля купленной (проданной) валюты (по видам валют), относящаяся к туристским расходам отдельно для нерезидентов, приехавших в Молдавию (экспорт услуг), и резидентов, уезжающих за рубеж (импорт услуг);
- отчетность Министерства просвещения Республики Молдова об обучении иностранных студентов в учебных заведениях Молдавии и молдавских студентов в учебных заведениях за рубежом. Формы отчетов содержат такие показатели, как численность студентов, обучающихся бесплатно или платно, по странам, средний размер платы за обучение, средний размер стипендии. На основе этой информации оцениваются услуги образования, а также расходы на содержание и проживание студентов;

- отчетные данные Национального бюро статистики о поездках работников, командированных за рубеж для повышения квалификации. Национальное бюро статистики представляет информацию о числе командированных за рубеж и длительности командировок с разбивкой по странам. Оцениваются расходы на организацию курсов (семинаров), проживание и другие расходы на поездки (импорт услуг);
- таможенная статистика, содержащая данные о частном экспорте-импорте товаров. На основании данных Таможенной службы Республики Молдова и Национального бюро статистики устанавливается численность резидентов, осуществляющих частные экспортно-импортные операции. Оцениваются период их пребывания и удельные расходы на содержание за границей. Сами же расходы на товары, экспортируемые или импортируемые частными торговцами, не являются туристскими и не отражаются в статье «Поездки», поскольку частные торговые сделки по приобретению партии товаров с целью их последующей перепродажи к туристской деятельности не относятся. Не считаются туристскими и расходы на приобретение за границей товаров длительного пользования, например автомобиля. Расходы на покупки в магазинах дьюти-фри на выезде из страны считаются расходами на поездки выезжающих нерезидентов;
- статистика коммерческих банков о денежных переводах в Республику Молдова. Оценке подлежат расходы на поездки резидентов, временно работающих за рубежом. В общем объеме банковских переводов в пользу физических лиц выделяется доля переводов молдавских рабочих, находящихся за границей не более года. Определяется объем валюты, ввезенной в страну другими путями (транспортная статистика). На основании итоговых расчетов оцениваются общие доходы молдавских рабочих за рубежом по каждой стране и их расходы на проживание (импорт услуг);
- данные Министерства финансов, Правительства Республики Молдова, коммерческих банков и Национального банка Республики Молдова о расходах организаций, предоставляющих техническую помощь. В рамках действующих программ ряд иностранных государств и международных организаций оказывают техническую помощь Молдавии. В общей сумме технической помощи выделяются товары (в стоимостном выражении), полученные в рамках программы, и расходы на реализацию программы — зарплата и расходы на поездки (проживание, питание, развлечения) иностранных консультантов.

Составление статьи «Поездки» в платежном балансе Республики Молдова наталкивается на некоторые проблемы. Применяемые эмпи-

рические коэффициенты для определения доли расходов, относящихся к поездкам, в смешанных потоках недостаточно надежны. Речь идет об объемах купли-продажи валюты, связанных с туризмом, расходах студентов, расходах молдавских рабочих, временно работающих за рубежом, и т.д. Соответствующие статистические обследования либо проводятся нерегулярно, либо вовсе не проводятся. Решение этой проблемы видится на пути более тесного сотрудничества Национального банка и Национального бюро статистики в области проведения прямых обследований среди въезжающих и выезжающих туристов, студентов, сезонных рабочих, а также туристских и транспортных фирм.

Поездки занимают большую долю во внешней торговле услугами Республики Молдова. В 2012 году в экспорте услуг на них приходилось 22,7%, в импорте — 34,6%. В динамике внешней торговли услугами по статье «Поездки» за последние десять лет прослеживается устойчивая тенденция к превышению импорта над экспортом и, как следствие, хронический дефицит счета (рис. 9.6.5).

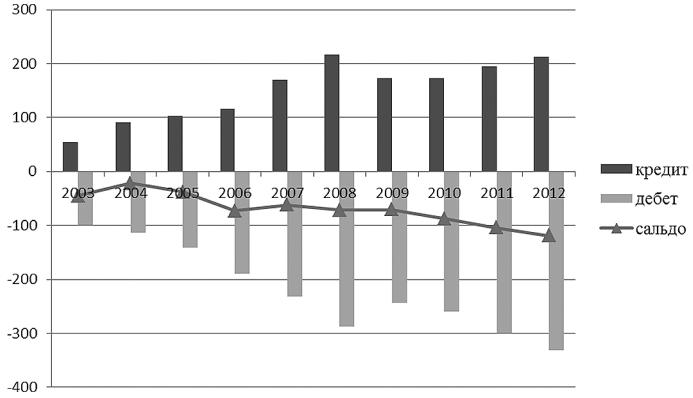

Рис. 9.6.5. Дефицит счета «Поездки» платежного баланса Республики Молдова в 2003—2012 гг., млн долл.

В целом, основными *направлениями совершенствования статистики туризма* Республики Молдова являются:

1) организация и внедрение выборочных обследований домашних хозяйств касательно спроса на туристские поездки в соответствии с Директивой 95/57 ЕС часть С, уточнение показателей и источников информации о внутреннем и международном туризме;
2) решение проблем учета на границе въездных и выездных потоков в целом и с распределением по целям поездок и используемым видам транспорта;
3) освоение методологии ВСТ.

9.7. Украина

Организация статистики туризма. На Украине институционально-методологические основы статистики туризма начали закладываться в конце 1990-х гг. В настоящее время *нормативной базой* развития статистики туризма в стране являются Закон Украины № 2615-XII (2615-12) от 17 сентября 1992 г. (с последующими дополнениями и изменениями) «О государственной статистике», Закон Украины № 325/95-ВР от 15 сентября 1995 г. (с последующими дополнениями и изменениями) «О туризме», Стратегия развития государственной статистики на период до 2017 г., утвержденная распоряжением Кабинета Министров Украины от 20 марта 2013 г. № 145-*р*.

В 2003 году на Украине была принята «*Методика расчета объемов туристической деятельности*» (приказ Государственной туристической администрации Украины и Государственного комитета статистики Украины от 12 октября 2003 г. № 142/394). Документ был разработан на основе Международных рекомендаций по статистике туризма Статистического отдела ООН и ЮНВТО (1993), методологических рекомендаций по составлению ВСТ Статистического отдела ООН (2001), а также Классификатора видов экономической деятельности и Государственного классификатора продукции и услуг Украины. Впервые в нормативно-правовом поле Украины появился документ, определивший характерные туристские товары и услуги (табл. 9.7.1).

Таблица 9.7.1

Классификация характерных туристских товаров и услуг

№ п/п	Товары и услуги
1	Услуги размещения
1.1	услуги гостиниц и аналогичных средств размещения
1.2	бесплатные услуги размещения
2	Общественное питание и продажа напитков
3	Услуги пассажирского транспорта
3.1	услуги железнодорожного транспорта
3.2	услуги автомобильного и другого сухопутного транспорта
3.3	услуги водного транспорта
3.4	услуги воздушного транспорта
3.5	услуги вспомогательной пассажирской транспортной службы
3.6	аренда пассажирских транспортных средств
3.7	техническое обслуживание и ремонт пассажирских транспортных средств
4	Услуги турагентов, туроператоров, туристских гидов сопровождения
5	Услуги в сфере культуры

Окончание

№ п/п	Товары и услуги
5.1	сценическое искусство
5.2	услуги музеев и другие услуги в сфере культуры
6	Рекреация и другие виды отдыха
6.1	спорт и другие виды спортивного отдыха
6.2	санаторно-курортные услуги
7	Другие туристские услуги
7.1	Финансовые и страховые услуги
7.2	Другие виды аренды
7.3	Другие услуги туристам (услуги торговли, связи, ремонт, услуги по обработке фотографий, организация выставок, в сфере отдыха и развлечений и т.д.)

Источниками информации статистики туризма на Украине выступают государственные статистические наблюдения, проводимые органами государственной статистики, административные данные министерств и ведомств, специальные обследования туристов и однодневных посетителей (2005, 2007). По итогам проводимых обследований формируется система показателей статистики туризма, характеризующая въездной, выездной и внутренний туризм, экскурсионную деятельность, туристскую индустрию, занятость в сфере туризма, экономический вклад туризма. Подробнее рассмотрим статистические подходы к формированию статьи «Поездки» в платежном балансе Украины.

Статистика туристского баланса. Провозгласив независимость в 1991 г., Украина взяла курс на создание в стране открытой экономики, интеграцию в мировую хозяйственную систему, углубление участия в международном разделении труда. Объективно обусловленная тенденция к росту взаимосвязей и взаимовлияний экономики Украины и других национальных экономик требует тщательной разработки платежного баланса страны, состояние которого служит одним из важнейших макроэкономических показателей. Украина уделяет большое внимание совершенствованию методологии и практики составления платежного баланса, в частности его статьи «Поездки».

До 2004 года при составлении статьи «Поездки» в платежном балансе Украины использовались два источника статистической информации:

1) банковская статистика в части сведений о расчетах по карточкам международных платежных систем, расчетах дорожными чеками и других платежах, относящихся к поездкам,
2) данные статистических наблюдений Государственного комитета статистики Украины об объеме платных услуг бюро путешествий, турагенств, ресторанов и т.д.

Отражение движения денежных средств в виде платежей из страны в страну по статье «Поездки» сталкивалось с проблемами, касающимися прежде всего банковской статистики. Незначительный процент операций по платежным карточкам украинцев за границей и иностранных граждан внутри страны, большой объем расчетов в наличной форме, значительный удельный вес покупки (продажи) валюты, связанной с внутренними операциями, и значительный объем услуг, оказываемый неформальным сектором, — все это приводило к серьезным погрешностям при статистическом учете.

Присоединение Украины к Специальному стандарту распространения данных (ССРД)[1], учет рекомендаций миссий МВФ и экспертов других международных организаций способствовали внедрению в практику современной методики оценки статьи «Поездки». Она была разработана в соответствии с Руководством по платежному балансу, изданным МВФ и направленным на увязку основных показателей платежного баланса с показателями СНС. Эта методика предполагает привлечение информации из широкого круга разнообразных источников и использование детальной структуры расходов путешествующих лиц по видам поездок. Новая методика позволила точнее учесть экспортные и импортные операции по статье «Поездки». В результате их объемы возросли в 2,2 и 2,5 раз соответственно.

В настоящее время основными *источниками информации* для составления статьи «Поездки» выступают:

1) ведомственные статистические наблюдения (ведомственная статистическая отчетность).

Государственная пограничная служба Украины ежеквартально представляет две формы статистической отчетности: форму № 2-ДПСУ «Сводный отчет о выезде граждан Украины за границу» и форму № 3-ДПСУ «Сводный отчет об иностранцах и лицах без гражданства, которые въехали в Украину». Ведомственное статистическое наблюдение Государственного агентства Украины по туризму и курортам осуществляется на основе формы статистической отчетности № 1-Тур, годовая и № 1-Тур (к) «О деятельности туристической организации», содержащей сведения о количестве обслуженных иностранных туристов и количестве украинцев, выезжавших за границу;

2) государственные статистические наблюдения.

---

[1] Специальный стандарт распространения данных (ССРД) разработан МВФ в качестве руководства для государств-членов этой организации, имеющих или стремящихся получить доступ на международные рынки капитала, в их деятельности по представлению общественности экономических и финансовых данных. Стандарт призван расширять объем доступной, своевременной и полной статистики и тем самым содействовать проведению обоснованной макроэкономической политики, а также способствовать улучшению функционирования финансовых рынков.

К государственной статистической отчетности на Украине относятся форма № 1-Отель, годовая «О работе отелей» и форма № 1-Курорт, годовая «О деятельности санаторно-курортных (оздоровительных) заведений». Государственные статистические наблюдения также осуществляются в виде выборочных обследований туристов;

3) законодательные акты.

Постановление Кабинета министров Украины от 23 апреля 1999 г. № 663 (с изменениями и дополнениями) «О нормах отчислений затрат на командировки в пределах Украины и за границу»;

4) данные средств массовой информации и сети Интернет о стоимости проживания в гостиницах Украины и стран мира, стоимости туристических путевок и т.д.;

5) экспертные оценки и предположения.

Оценка объемов экспорта-импорта услуг по статье «Поездки» платежного баланса Украины базируется на данных о численности иностранных граждан, въехавших на территорию Украины, и граждан Украины, выехавших за границу; средней величине (нормативе) затрат на одного путешествующего и средней продолжительности пребывания. Оценка проводится поквартально. Расчеты ведутся по 19 странам дальнего зарубежья, на которые приходятся основные въездные и выездные потоки, в том числе Турции, Египту, Греции и другим странам, где предпочитают отдыхать украинцы, а также по всем странам СНГ. Объем экспорта-импорта услуг по статье «Поездки» по остальным странам оцениваются общим итогом по средним значениям показателей. При проведении расчетов имеют место некоторые особенности.

Методикой предусмотрена группировка поездок по целям, которая различается для выезда за границу и въезда на территорию Украины. В первом случае выделяются служебные, туристические, частные цели, а также обслуживание транспортных средств. Во втором случае проводится более дробная группировка в соответствии с типами и видами выданных виз: дипломатические, служебные, деловые, рабочие, учебные, с целью культурного и спортивного обмена, иммиграционные, транзитные и т.д.

Оценка объемов экспорта-импорта услуг по статье «Поездки» производится на основе средних затрат на одно путешествующее лицо. Они складываются из стоимости проживания, питания и дополнительных затрат. Средняя стоимость проживания определяется путем выборочного обследования отелей разной комфортности во всех регионах Украины и 30 странах, по которым проводится расчет. Средние расходы на питание и дополнительные услуги устанавливаются экспертным путем.

Среднее значение другой переменной — продолжительности пребывания — рассчитывается на основе информации, сведенной из статистических форм отчетности о деятельности туристических организаций и работе отелей, а также выборочных обследований туристов. Эти обследования дают значительный объем дополнительной информации о затратах на поездки (стоимости туристских путевок, транспорт-

ных услуг, размещения, питания и прочих услуг), продолжительности пребывания путешествующего лица и т.д. Материалы обследований позволили скорректировать некоторые значения показателей с учетом фактора сезонности (среднюю продолжительность пребывания по странам, удельный вес коммерческого сектора размещения и пр.) и получить более достоверные результаты.

Оценка экспорта в части затрат на жилье, питание и дополнительные услуги корректируется на соответствующие среднеквартальные индексы потребительских цен с учетом курса гривны к доллару. Для оценки импорта индексы потребительских цен по каждой стране учитываются при определении объемов затрат на питание и дополнительные услуга, а затраты на проживание корректируются на изменение курса валюты страны к доллару.

Объем импорта по группе деловых поездок досчитывается на величину расходов граждан, работающих по краткосрочным договорам. Она определяется экспертным методом на основе объемов частных денежных переводов и составляет, по оценкам международных экспертов, около 20% оплаты труда, которая поступает на Украину. Эта сумма распределяется по странам — основным реципиентам рабочей силы Украины.

На рис. 9.7.1 показана поквартальная динамика объемов экспорта и импорта услуг по статье «Поездки». Диаграмма отражает сезонную закономерность в их соотношении: положительное сальдо платежного баланса по статье «Поездки» в третьем квартале, приходящимся на пик сезона, и отрицательное — в остальные кварталы, когда сокращается туристская активность вообще и особенно въездной туристский поток в страну.

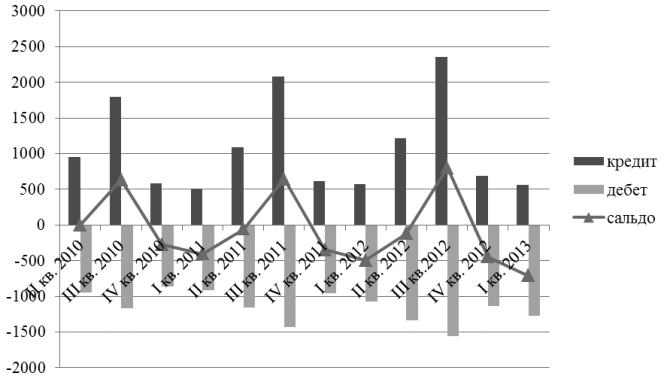

Рис. 9.7.1. Динамика экспорта-импорта услуг по статье «Поездки» по кварталам 2010—2013 гг., млн долл.

Дальнейшее *развитие статистики экспорта-импорта туристских услуг* и совершенствование оценок по статье «Поездки» платежного баланса Украины специалисты видят в следующих направлениях:

- увеличение частоты проведения обследований туристов для отслеживания сезонных изменений значений показателей;
- детализация структуры поездок украинцев за границу по целям поездок;
- решение методических и практических вопросов статистического учета расходов на образование и лечение.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите этапы формирования национальных систем статистики туризма в странах —членах СНГ. Дайте краткую характеристику каждому из них.
2. В чем состоит роль Межведомственного статистического комитета СНГ в развитии систем статистики туризма в странах Содружества? Обоснуйте ответ.
3. Что сближает национальные системы статистики туризма в странах — членах СНГ? В чем состоит общность методологии статистики туризма в этих странах?
4. Каким образом при формировании национальных систем статистики туризма в странах Содружества учитываются международные рекомендации по статистике туризма Статистического отдела ООН и ЮНВТО? Что дает переход на международные стандарты в области статистики туризма?
5. Чем различаются национальные системы статистики туризма в странах Содружества?
6. Охарактеризуйте инструментарий, которым пользуются государственные органы статистики стран — членов СНГ, при проведении статистических наблюдений в сфере туризма.
7. Перечислите основные показатели развития сферы туризма, включенные в национальные системы статистики туризма стран Содружества.
8. Проведите сравнительный анализ развития сферы туризма в странах — членах СНГ с использованием имеющегося в главе статистического материала.
9. Перечислите главные проблемы развития статистики туризма в странах Содружества. Дайте рекомендации по их решению.
10. Выделите основные направления совершенствования статистики туризма в странах — членах СНГ.

Литература

1. *Алиев Р.А.* Состояние статистики туризма в Азербайджанской Республике / Государственный комитет Азербайджанской Республики по статистике: презентация // *Statistics and Tourism Satellite Account*: *II Workshop of UNWTO Statistics Capacity — building Programme for the CIS countries and Georgia. Baku, Azerbaijan*, 7—9 *November* 2012. URL : dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/item_2.2_azerbaijan.pdf.
2. *Булгак С.* Организация статистики туризма в Республике Молдова: презентация // *Statistics and Tourism Satellite Account*: *I Workshop of UNWTO Statistics Capacity — building Programme for the CIS countries and Georgia. Baku, Azerbaijan*, 22—25 *November* 2011. URL : http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/moldova_sts.pdf
3. Классификация продуктов и производительной деятельности в сфере туризма Казахстана: презентация // *Tourism Statistics*: *Challenges and Good Practices. Regional Workshop for the CIS countries. Chisinau*, 29 *June* — 2 *July* 2010. URL : http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Chisinau/docs/08c-Kazakhstan-NSO.pdf
4. *Мартынов А.М.* Организация национальной статистике туризма в Республике Беларусь: презентация // *Statistics and Tourism Satellite Account*: *II Workshop of UNWTO Statistics Capacity — building Programme for the CIS countries and Georgia. Baku, Azerbaijan*, 7—9 *November* 2012. URL : http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/item_2.2_belarus.pdf
5. Национальная система статистики туризма / Агентство Республики Казахстан по статистике: презентация // *Statistics and Tourism Satellite Account*: I *Workshop of UNWTO Statistics Capacity — building Programme for the CIS countries and Georgia. Baku, Azerbaijan*, 22—25 *November* 2011. URL : http://statistics.unwto.org/sites/all/files/.../kazakhstan_sts.pdf
6. О развитии туризма, деятельности туристических организаций и коллективных средств размещения за 2012 год / Национальный статистический комитет Республики Беларусь: стат. бюллетень. Минск, 2013. URL : http://www.tio.by/uploads/fields_files/64091c4495f5eeca69671ae8fb7f4701.pdf
7. *Плесовских Р.С.* Сбор и обработка данных по статистике размещения туристов / Национальный статистический комитет Кыргызской Республики: презентация // *Developing National Systems of Tourism Statistics*: *Challenges and Good Practices Regional Workshop for the CIS countries. Chisinau*, 29 *June* — 2 *July* 2010. URL : http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Chisinau/docs/07d-Kyrgyzstan-Tourizm.pdf

8. *Соловьева М.* Статья «Поездки» в платежном балансе Республики Молдова: Презентация // *Statistics and Tourism Satellite Account: I Workshop of UNWTO Statistics Capacity — building Programme for the CIS countries and Georgia. Baku, Azerbaijan*, 22—25 *November* 2011. URL : http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/moldova_travel_expenses.pdf

9. Статистика международного туризма. О статистике туризма в странах Содружества Независимых Государств // *Tourism Statistics: Challenges and Good Practices. Regional Workshop for the CIS countries. Chisinau*, 29 June — 2 July 2010. URL : http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Chisinau/docs/03c-CISSTAT-Tourism Statistics in the CIS.pdf

10. Статистика туризма: институционально-методологические основы: презентация // *Tourism Statistics: Challenges and Good Practices. Regional Workshop for the CIS countries. Chisinau*, 29 *June* — 2 *July* 2010. URL : http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Chisinau/docs/08 d — Ukraine — NSO — present_Ukraine.pdf

11. Статья «Поездки» в статистике платежного баланса Украины: практика составления: презентация // *Tourism Statistics: Challenges and Good Practices. Regional Workshop for the CIS countries. Chisinau*, 29 *June* — 2 July 2010. URL: http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/Workshops/Chisinau/docs/16 d — Ukraine — CB — Travel Component in the BoP.pdf

12. Официальная страница Агентства Республики Казахстан по статистике. URL : http://www.belstat.gov.by

13. Официальная страница Государственного комитета Азербайджанской Республики по статистике. URL : http://www.stat.gov.az/

14. Официальная страница Государственной службы статистики Украины. URL : http://www.ukrstat.gov.ua

15. Официальная страница Межгосударственного статистического комитета СНГ. URL : http://cisstat.com/

16. Официальная страница Национального бюро статистики Республики Молдова. URL : http://www.statistica.md

17. Официальная страница Национального статистического комитета Киргизской Республики. URL : http://www.stat.kg

18. Официальная страница Национального статистического комитета Республики Беларусь. URL : http://www.belstat.gov.by

ГЛАВА 10

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТАТИСТИКИ ТУРИЗМА

10.1. Актуальные проблемы развития статистики туризма в мире

В статистике туризма существуют три главные проблемы. Первая из них — *сопоставимость баз данных*. Она предполагает возможность сравнения информации в целях выявления тенденций, закономерностей развития туризма, изменений, происходящих в нем, в пространстве и во времени; оценки соотношения величин одноименных показателей, относящихся к разным странам, и т.п. Статистические данные часто оказываются несопоставимыми в силу различий их предметного содержания, методики расчета или единиц измерения. Однако во многих случаях несравнимые данные можно привести к сопоставимости.

Еще совсем недавно путаница имела место в туристской терминологии и классификации путешествующих лиц. Неодинаково трактовалось, например, такое ключевое понятие, как «турист». Расхождения касались длительности пребывания вне постоянного местожительства (от 1—5 ночевок и более) и возраста путешествующих лиц (от 14 лет и старше), а также цели поездки. Некоторые разночтения сохраняются по сей день. Около 40% стран не учитывают экскурсантов в числе посетителей, а 10% стран исключают из них лиц, путешествующих с деловыми целями. В одних случаях регистрация прибытий ведется по странам постоянного проживания посетителей, в других — по гражданству. Все это затрудняет международные сравнения.

Другая проблема статистики туризма — *полнота и достоверность статистической информации*. Иными словами, каким образом можно получить всю необходимую информацию о международном туризме и как заполнить пробелы в собранном массиве данных достоверными сведениями.

Недавно ЮНВТО опубликовала «Экономический отчет по туризму», в котором обобщила свой многолетний опыт в области статистики туризма. Один из его разделов посвящен проблемам сбора и сводки статистической информации. ЮНВТО представила методику расчета недостающих первичных данных для получения обобщающей информации о международном туризме.

В настоящее время ни одно государство не ведет систематического наблюдения за туризмом в полном объеме. Согласно отчету ЮНВТО, 18 стран (территорий) мира, в которых проживает 0,5% населения пла-

неты, не предоставили никакой информации о международном туризме. Большинство их экономически слабо развиты и имеют незначительную долю на мировой туристской рынке. 202 страны (территории) были включены в статистический ежегодник, издаваемый ЮНВТО. Хотя они и собирают сведения о международном туристском обмене, но по весьма ограниченному перечню показателей. Даже во Франции, в стране с хорошо налаженным статистическим делом, учет осуществляется с большими пробелами. В статистике туристских потоков информация об экскурсионных и краткосрочных деловых поездках носит фрагментарный характер; статистика туристских расходов также не является исчерпывающей.

Анализ материалов статистических наблюдений показал, что учет въездного туризма поставлен лучше, чем выездного. Лишь в трех из 202 стран (территорий) отсутствовали данные о международных туристских прибытиях и в 12 о доходах от международного туризма. Выездной туризм хуже отражается в статистических формах отчетности. Половина стран (территорий) не имеет информации о количестве поездок населения за границу или величине расходов на международный туризм. Не везде собираются сведения о доходах от международных транспортных перевозок и расходах на них. Только 80 из 202 стран (территорий) смогли предоставить все данные о развитии международного туризма, запрашиваемые ЮНВТО.

Недостающую информацию ЮНВТО получает расчетным путем, применяя методику поэтапной оценки. Первоначально все страны разбиваются на сравнительно однородные группы. Они объединяются по субрегионам мира, а внутри них — по уровню жизни (ВНП на душу населения). Для каждой группы рассчитываются средний доход с одного прибытия и средние расходы на одну поездку за границу, на основе которых с помощью несложных математических операций эксперты ЮНВТО определяют значения главных показателей статистики туристских потоков и статистики туристских доходов и расходов.

Для стран, не располагающих данными о поступлениях от международного туризма, их объем находят как произведение количества международных туристских прибытий на средний доход с одного прибытия для соответствующей группы стран. Если требуется определить число международных туристских прибытий в страну, поступления от международного туризма делят на среднюю величину дохода с одного прибытия для соответствующей группы стран.

Поскольку информация о въездном туризме отсутствует лишь в некоторых странах, как правило, небольших, с отсталой туристской индустрией, полученные оценочные данные о туристских прибытиях и доходах не вносят серьезных поправок в итоговые значения этих показателей для регионов и мира в целом. Количество международных туристских прибытий в мире после уточнения увеличилось на 0,02%, а поступления от международного

туризма на $1,5 млрд, или 0,4%. Эти цифры свидетельствуют о том, что статистическая отчетность является надежным источником информации о въездном туризме.

Показатели статистики выездного туризма рассчитываются на основе средних расходов на поездку. Общий объем расходов на международный туризм в стране можно представить как произведение количества туристских поездок за границу на средние расходы на поездку для соответствующей группы стран. Показатель туристских отбытий, значения которого также часто отсутствуют в формах статистической отчетности, есть отношение расходов на международный туризм к средним расходам на поездку для соответствующей группы стран.

Эти формулы используются для определения одного из показателей — расходов на международный туризм или числа отбытий, когда известно значение второго показателя. Но многие национальные туристские администрации вообще не ведут статистику выездного туризма и не располагают никакими сведениями о нем. В таких случаях величину расходов на международный туризм получают как произведение численности населения страны на средние расходы на поездку на душу населения для соответствующей группы стран. Затем по уже известной формуле рассчитывается количество отбытий.

В результате, ЮНВТО имеет информацию о выездном туризме по каждой стране, позволяющую ей подвести итог в общемировом масштабе. Поправка в сторону увеличения составила 5,9%. Она оказалась несколько выше, чем по въездному туризму, но по-прежнему оставалась несущественной.

Более серьезные поправки в материалы статистических наблюдений вносятся при определении величины доходов от международных транспортных перевозок, а также расходов на них. Это объясняется худшей собираемостью первичных данных о перевозках. В 79 из 202 стран (территорий) отсутствовали сведения о транспортных доходах и в 68 — о расходах. Для них были проведены специальные расчеты, базой для которых послужили доли перевозок в общих туристских и транспортных доходах или расходах для соответствующих групп стран:

$$D = T\left(\frac{T + D_{+1}}{T}\right);$$

$$E = R\left(\frac{R + E_{-1}}{R}\right),$$

где D — доходы от международных транспортных перевозок;
T — доходы от международного туризма;
E — расходы на международные транспортные перевозки;
R — расходы на международный туризм.

Расчеты показали, что статистические наблюдения дают 80% информации о перевозках. Остальные 20% восполняются оценочным путем.

После того как для каждой страны были получены сведения о прибытиях и отбытиях, туристских и транспортных доходах и расходах, наступает второй этап оценки — уравновешивание доходов и расходов. В общемировом масштабе поступления от международного туризма и транспортных перевозок должны равняться расходам, но в практике статистического учета их величины никогда не совпадают. Чтобы сбалансировать эти две части, объем расходов увеличивают до уровня доходов, информация о которых имеется почти у всех национальных туристских администраций и является более полной и правильной.

Согласно отчету ЮНВТО, совокупные доходы от международного туризма в мире превышали расходы на 10,9%. После устранения пробелов в рядах значений показателей по странам разрыв сократился на 4,5%, но не был ликвидирован полностью. Небольшая разница сохранялась и между транспортными доходами и расходами. На втором этапе оценки расходы на международный туризм были увеличены на 25,5 млрд долл., а расходы на международные транспортные перевозки на 0,8 млрд долл.

Благодаря методике поэтапной оценки снижается погрешность статистического учета и повышается достоверность информации о международном туризме.

Проблемы полноты и сопоставимости статистической информации предстают в новом свете при проведении исследований макроэкономического воздействия туризма. Оценить значимость сферы туризма, обеспечивающей экономический рост и занятость населения, — важнейшая задача статистики туризма. Ее решение затруднено из-за *несовершенства методологии статистического учета*, причина которого коренится в самой индустрии туризма, ее сложной и нетипичной для отраслей природе.

Отрасль экономики представляет собой сложившуюся совокупность предприятий и организаций, объединенных общностью функций, выполняемых ими в системе общественного разделения труда. В статистической практике предприятие относят к той или иной отрасли, исходя из вида деятельности и назначения производимого продукта.

В отличие от всех остальных отраслей, характерным признаком которых является однородность выпускаемой продукции, в туризме станет предлагаемый продукт туристским или нет зависит от того, кто, когда, где и зачем его приобретает. Конечное потребление продукта определяет границы, состав и структуру туристской индустрии. Такая ее трактовка не соответствует общепринятой дефиниции индустрии, а статистика индустрии туризма, по существу, сводящаяся к статистике туристского потребления, выпадает из отраслевой статистики. В последнее время решение этой проблемы было сдвинуто с мертвой точки благодаря усовершенствованию методологии составления ВСТ.

10.2. Перспективы развития статистики туризма в Российской Федерации

Основные пути совершенствования статистки туризма были заложены в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года» (2008). В ней было отмечено, что статистика туризма нуждается в гармонизации с рекомендациями Статистической комиссии ООН и обширной практикой зарубежной статистики туризма.

В связи с этим были выделены несколько направлений работы. Одной из важных задач определялось формирование *системы статистического мониторинга туристской сферы*, и в первую очередь таких характеристик ее развития, как показатели въездных и выездных потоков, динамики предложения туристских услуг, количества и структуры средств размещения и др. При этом необходимо переводить учет туристских потоков из ежеквартального режима в ежемесячный, как это делается во многих странах мира.

Другой задачей совершенствования статистики туризма заявлено *включение ВСТ в систему отечественного статистического учёта*. Для этого необходимо преодолеть ряд препятствий, таких как^

- отсутствие в ОКВЭД группировок видов деятельности собирательной отрасли «Туризм». На сегодня эта проблема практически решена (прилож. 9);
- отсутствие расчётов таблиц «затраты-выпуск» по полному кругу отраслей вследствие прекращения бюджетного финансирования данной работы (последний раз таблицы по полному кругу отраслей формировались Росстатом по итогам 1995 г.).

Кроме того, необходимо провести комплекс работ по *формированию системы показателей*, всесторонне характеризующих развитие сферы туризма, в том числе^

- определение объемов и параметров внутреннего туристского потока;
- введение показателей статистической отчетности, отражающих новые социально-экономические явления и процессы, необходимые для анализа развития туризма;
- проведение экспериментальных расчетов по определению доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития регионов России;
- совершенствование форм существующей статистической отчетности;
- постоянный мониторинг мирового и внутреннего туристского рынка;
- содействие субъектам Российской Федерации в вопросах совершенствования отраслевой статистики.

Эксперты, работавшие по международной программе в Северо-западном федеральном округе России, дополнительно называют еще несколько направлений деятельности, которые позволят значительно

улучшить статистику туризма в России и приблизить ее к международным стандартам.

1. *Совершенствование нормативно-правовой базы на федеральном и региональном уровнях.* В первую очередь, необходимо четко определить обязательства частных и государственных предприятий по представлению статистических сведений в Росстат. Существующие правовые акты, на основе которых осуществляется сбор статистической информации от предприятий в сфере туризма (ст. 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 2001; ст. 3 Федерального закона № 2761 1992 г. «Об ответственности за нарушение порядка представления государственной статистической отчетности», в которой установлены общие требования к статистической отчетности), являются подзаконными. Органы статистики имеют мало возможностей для того, чтобы применять штрафные санкции против предприятий и настаивать на их представлении в судебном порядке. Кроме того, обязанности предприятий, принадлежащих частным лицам или являющихся малыми и средними предприятиями, по представлению статистической информации еще менее значительны. В этой связи целесообразно принятие федерального закона о статистике, в котором были бы четко прописаны эти вопросы.

2. *Устранение различий в определении международных туристских терминов и понятий.* Пока еще отсутствует последовательное применение определений международных туристских терминов, принятых ЮНВТО, на федеральном и региональном уровнях. Наиболее сильное расхождение наблюдается в определении целей поездки. В России на пограничных пунктах используются следующие категории целей поездки: 1) деловая, 2) туризм, 3) частная, 4) транзит, 5) обслуживающий персонал. Между тем в гостиницах и аналогичных средствах размещения проживающих классифицируют по другим группам целей, которые намного ближе соответствуют их перечню в международных рекомендациях: 1) досуг/отдых, 2) деловая и профессиональная, 3) лечение, 4) другие цели.

3. *Более активное распространение статистики туризма.* Эта деятельность должна преследовать как цели более активного использования информации в процессе планирования и маркетинга на предприятиях туристской индустрии, так и цели повышения заинтересованности в получении качественных данных. Если предприятия сферы туризма будут своевременно получать обобщенные статистические отчеты, то повысится уровень их понимания и ответственности за представление точных исходных данных.

4. *Совершенствование форм отчетности.* Желательно сделать сами формы менее сложными, но с большим количеством тематических показателей. Простые и направленные на цели туризма формы сбора информации должны способствовать повышению уровня отклика и точности представляемых сведений.

5. *Усиление взаимодействия между государственными органами в сфере статистики и туризма.* На сегодняшний день уровень взаимодействия и сотрудничества между государственными органами по статистике и туризму недостаточен, особенно на региональном уровне. Необходимо, чтобы и статистические службы, и туристские администрации понимали запросы и требования другой стороны и обеспечили регулярный взаимный обмен информацией.

6. *Улучшение возможностей и ресурсов органов статистики.* Регулярный сбор статистических данных (о прибытиях посетителей, сведения о размещении гостей и занятости в сфере туризма) и проведение специальных исследований в сфере туризма (изучение особенностей поведения и расходов посетителей) требуют от подразделений Росстата повышения обеспеченности человеческими и финансовыми ресурсами. Кроме того, необходимо развивать соответствующие программы обучения специалистов.

На региональном уровне измерять показатели туризма намного сложнее, чем на национальном уровне, так как в первом случае нет закрытых границ с пограничными пунктами для контроля передвижений туристов. В связи с этим международные эксперты рекомендуют сосредоточить внимание на других подходах к сбору туристской статистики, которые позволят получать достоверную информацию. Опыт стран Европейского Союза, где статистический учет прибытий туристов на границах практически не ведется, показывает, что для сбора статистических данных успешно используется информация об использовании объектов размещения.

Для внедрения данного подхода необходимо провести ряд мероприятий:

- разработать упрощенные формы для сбора информации о характеристиках объектов размещения и их использовании российскими и зарубежными посетителями (с разделением по странам);
- обеспечить полноту сведений обо всех коллективных средствах размещения в виде обновляемого реестра объектов в каждом регионе;
- проводить целенаправленную информационную кампанию для разъяснения значимости статистики размещения;
- проводить ежемесячный сбор заполненных форм, желательно в электронном виде;
- обеспечить быструю обработку данных, желательно в течение одного месяца;
- проводить анализ динамики показателей и сопоставление с показателями предыдущих лет и среднегодовыми показателями;
- обеспечить широкое распространение основных результатов статистического учета в объектах размещения, среди компаний и ассоциаций гостиничного и туристского бизнеса, региональных и местных администраций, иммиграционных служб и в других заинтересованных организациях.

Ряд вопросов не может быть решен в рамках этого подхода. К ним относятся учет иностранных посетителей, учет тех туристов, которые не пользуются услугами коллективных средств размещения, а проживают в частном секторе. Для учета таких посетителей необходимо проводить специализированные исследования.

Еще одна проблема состоит в том, что при обследовании туристского потока обычно не учитываются однодневные посетители (например, в автобусных турах, круизах). Для городов и регионов, в которых сильно развит автобусный, круизный и другие виды туризма с краткосрочными, но массовыми посещениями территорий, эта проблема является очень важной. Ведь, речь идет о десятках и сотнях миллионов рублей, которые поступают в экономику территорий от посетителей. Поэтому необходимо в ходе специализированных обследований обязательно проводить учет различных категорий посетителей.

То же замечание касается и учета потоков неорганизованного внутреннего туризма, так как традиционные методы сбора данных на основе статистической отчетности не дают возможность определять характеристики этих потоков.

В организационном плане в регионах целесообразно координацию и часть работ по некоторым направлениям статистики туризма возложить на региональные и локальные туристско-информационные центры. Они смогли бы на основе обобщения индивидуальных запросов организаций формировать основные информационные запросы, которые будут востребованы административными органами и субъектами туристского рынка. Кроме того, они могли бы стать основными заказчиками проведения регулярного мониторинга и специализированных исследований в сфере туризма.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите актуальные проблемы статистики туризма.
2. Почему ЮНВТО уделяет такое большое внимание сопоставимости статистической информации о туризме?
3. Раскройте содержание методики ЮНВТО поэтапной оценки статистической информации о туризме.
4. Перечислите меры, которые позволят улучшить статистику туризма в России и приблизить ее к международным стандартам.

Литература

1. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 г. / Организация Объединенных Наций. Серия М № 83 / Rev. 1.

Мадрид — Нью-Йорк : изд-во ООН, 2010. Глава 2, 3, 4. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf

2. Развитие туризма в Северо-Западном регионе России: отчет. 1.5 Метод. рекомендации по совершенствованию туристской статистики в Северо-Западном регионе России. СПб., 2006.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. URL : http://www.visitsiberia.info/indusrty/law/10_2013/strategy.pdf
4. Официальная страница Федеральной службы государственной статистики (Росстата). URL : http://www.gks.ru
5. Страница Комитета по статистике и ВСТ на официальном сайте ЮНВТО. URL : http://statistics.unwto.org/en

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Сокращения

Белстат — Национальный статистический комитет Республики Беларусь

ВВП — валовой внутренний продукт

ВОЗ — Всемирная организация здравоохранения

ВСТ — вспомогательный счет туризма

ВСТ — вспомогательный счет туризма

ВТО — Всемирная торговая организация

ВЦИОМ — Всероссийский центр изучения общественного мнения

ГМЦ Росстата — Главный межрегиональный центр обработки и распространения статистической информации Федеральной службы государственной статистики (Росстата)

ГС — Генеральная совокупность объектов статистического наблюдения

Евростат (анг. *Eurostat*) — Статистическая служба Европейского союза

ЕГРПО — Единый государственный реестр предприятий и организаций Российской Федерации

ЕГРСЕ — Единый государственный регистр статистических данных Кыргызской Республики

ЕС — Европейский союз

ЕСКК — Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации

ИКАО — Международная организация гражданской авиации

КДЕС — Статистическая классификация видов экономической деятельности в Европейском экономическом сообществе

КИПЦ — Классификация индивидуального потребления по целям

КОП — Классификатор основных продуктов

КПВЭД — Классификатор продукции по видам экономической деятельности Республики Казахстан

КСП — электронный каталог статистических показателей

МВФ — Международный валютный фонд

МОТ — Международная организация труда

МСКО — Международная стандартная классификация образования

МСОК — Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (*ISIC*)

МСОТО — Международный союз официальных туристских организаций

ОВД — основной вид деятельности хозяйствующих субъектов

ОКАТО — Общероссийский классификатор объектов административно-территориального деления

ОКВЭД — Общероссийский классификатор видов экономической деятельности

ОКОГУ — Общероссийский классификатор органов государственной власти и управления

ОКОНХ — Общесоюзный классификатор отраслей народного хозяйства

ОКОПФ — Общероссийский классификатор организационно-правовых форм

ОКОПХ — Общероссийский классификатор организационно-правовых форм предприятий и организаций

ОКПО — Общероссийский классификатор предприятий и организаций

ОКТМО — Общероссийский классификатор территорий муниципальных

ОКУД — Общероссийский классификатор управленческой документации

ОКУН — Общероссийский классификатор услуг населению

ОКФС — Общероссийский классификатор форм собственности

ОКЭД — Общий классификатор видов экономической деятельности Республики Казахстан

ООН — Организация Объединенных Наций

ОЭСР — Организация экономического сотрудничества и развития

Росстат — Федеральная служба государственной статистики

Ростуризм — Федеральное агентство по туризму Российской Федерации

РПБ-6 — Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции (шестое издание)

РСТ — Российский союз туриндустрии

СИКТА — Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме

СНГ — Содружество Независимых Государств

СНС — Система национальных счетов

СНС — система национальных счетов

ССРД — Специальный стандарт распространения данных

УСД — унифицированные системы документации

ФАО — Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН

ФМС — Федеральная миграционная служба

ФСБ — Федеральная служба безопасности Российской Федерации

ЮНВТО — Всемирная туристская организация

ЮНЕСКО — Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры

GBDVS (*Great Britain Day Visits Survey*) — статистическое наблюдение за внутренними экскурсионными поездками в Великобритании

GBTS (*Great Britain Domestic Overnight Tourism*) — статистическое наблюдение за внутренним туризмом в Великобритании

IPS — International Passenger Survey

IRTS-2008 — Международные рекомендации по статистике туризма (2008)

RTS-1993 — Рекомендации по статистике туризма (1993)

UKOS (*UK Occupancy Survey for Serviced Accommodation*) — выборочное обследование средств размещения в Великобритании

Приложение 2

Форма № 1-ИНТ (спец)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ГАРАНТИРУЕТСЯ
ПОЛУЧАТЕЛЕМ ИНФОРМАЦИИ

Нарушение порядка представления статистической информации, а равно представление недостоверной статистической информации влечет ответственность, установленную статьей 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ, а также статьей 3 Закона Российской Федерации от 13.05.92 № 2761-1 «Об ответственности за нарушение порядка представления государственной статистической отчетности»

СВЕДЕНИЯ О КОЛИЧЕСТВЕ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН, ПОСЕТИВШИХ РОССИЮ, И ГРАЖДАН РОССИИ, ВЫЕХАВШИХ ЗА ГРАНИЦУ

за _____ 2000 г.
(квартал, год)

Представляют:	Сроки представления
органы пограничного контроля:	10-го числа после отчетного периода
— Федеральной пограничной службе Российской Федерации	
Федеральная пограничная служба Российской Федерации:	30-го числа после отчетного периода
— Госкомстату России	

Форма N 1-ИНТ (спец)

Утверждена постановлением Госкомстата России от 06.12.2000 № 120

Квартальная

Наименование отчитывающейся организации _____

Почтовый адрес _____

Код формы по ОКУД	Код (проставляет отчитывающаяся организация)						
	отчитывающейся организации по ОКПО	вида деятельности по ОКВЭД	отрасли по ОКОНХ	территории по ОКАТО	министерства (ведомства), органа управления по ОКОГУ	организационно-правовой формы по ОКОПФ	формы собственности по ОКФС
1	2	3	4	5	6	7	8
0613031							

1. Количество граждан России, выехавших за границу, по целям поездки

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Цели поездки						
	служебная	туризм	частная	постоянное место жительства	обслуживающий персонал транспортных средств	военнослужащие	Итого
1	2	3	4	5	6	7	8
Итого							
в том числе:							
страны вне СНГ							
страны СНГ							

Примечание: в графе 1 указывается первая страна выезда.
В таблицах 1—6 страны располагаются в алфавитном порядке.

2. Количество граждан России, выехавших за границу, по видам транспорта

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Виды транспорта					
	автомобильный	железнодорожный	воздушный	водный	пешком	Итого
1	2	3	4	5	6	7
Итого						
в том числе:						
страны вне СНГ						
страны СНГ						

3. Количество иностранных граждан, посетивших Россию, по целям поездки

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Цели поездки						
	служебная	туризм	частная	постоянное место жительства	транзит	обслуживающий персонал транспортных средств	Итого
1	2	3	4	5	6	7	8

Окончание

1	2	3	4	5	6	7	8
Итого							
в том числе:							
страны вне СНГ							
страны СНГ							

Примечание: в графе 1 указывается гражданство (подданство).

4. Количество иностранных граждан, посетивших Россию, по видам транспорта

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Виды транспорта					
	автомобильный	железнодорожный	воздушный	водный	пешком	Итого
1	2	3	4	5	6	7
Итого						
в том числе:						
страны вне СНГ						
страны СНГ						

5. Количество иностранных граждан, выехавших из России, по целям поездки

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Цели поездки						
	служебная	туризм	частная	постоянное место жительства	транзит	обслуживающий персонал транспортных средств	Итого
1	2	3	4	5	6	7	8

6. Количество иностранных граждан, выехавших из России, по видам транспорта

Код по ОКЕИ: человек — 792

Страны	Виды транспорта					
	автомобильный	железнодорожный	воздушный	водный	пешком	Итого
1	2	3	4	5	6	7

Окончание

1	2	3	4	5	6	7

Руководитель организации _____ (Ф.И.О.) _____ (подпись)

Должностное лицо, ответственное за составление формы _____ (должность) _____ (Ф.И. О.) _____ (подпись)

_____ (номер контактного телефона) «__» _____ 20 __ год (дата составления документа)

Приложение 3

ФЕДЕРАЛЬНОЕ СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ГАРАНТИРУЕТСЯ
ПОЛУЧАТЕЛЕМ ИНФОРМАЦИИ

Нарушение порядка представления статистической информации, а равно представление недостоверной статистической информации влечет ответственность, установленную статьей 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ, а также статьей 3 Закона Российской Федерации от 13.05.92 № 2761-1 «Об ответственности за нарушение порядка представления государственной статистической отчетности»

В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» обработка персональных данных осуществляется для статистических целей при условии обязательного обезличивания персональных данных

ВОЗМОЖНО ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ

СВЕДЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОЛЛЕКТИВНОГО СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ
за 20____ г.

Предоставляют:	Сроки предоставления	**Форма № 1-КСР**
юридические лица, граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), за исключением микропредприятий, независимо от формы собственности и организационно-правовой формы, предоставляющие услуги гостиниц и аналогичных им коллективных средств размещения и специализированных коллективных средств размещения: — территориальному органу Росстата в субъекте Российской Федерации по установленному им адресу	круглогодичные — 1 апреля после отчетного периода сезонные — по окончании сезона	Приказ Росстата: Об утверждении формы от 27.07.2012 № 422 О внесении изменений (при наличии) от _____ № ___ от _____ № ___
		Годовая

Наименование отчитывающейся организации _____ _____
Почтовый адрес _____ _____

Линия отрыва
(для отчетности, предоставляемой индивидуальным предпринимателем)

Код формы по ОКУД	Код		
	отчитывающейся организации по ОКПО		
1	2	3	4
0609400			

Раздел I. Общие сведения о коллективном средстве размещения

(обвести кружком номер нужной строки)

Вопросы:	№ строки	Переход к вопросу	Вопросы:	№ строки	Переход к вопросу
1	2	3	1	2	3
А. Тип коллективного средства размещения (КСР):			**В. Оздоровительный профиль:**		
Гостиницы и аналогичные средства размещения			**для оздоровления:**		
гостиница	01	→ **Б.**	системы кровообращения	24	→ **Г.**
меблированные комнаты	02	→ **Б.**	органов пищеварения	25	→ **Г.**
мотель	03	→ **Б**	органов дыхания (нетуберкулезного происхождения)	26	→ **Г.**
пансионат	04	→ **Б.**			
общежитие для приезжих	05	→ **Б.**	нервной системы	27	→ **Г.**
другая организация гостиничного типа	06	→ **Б.**	костно-мышечной системы и соединительной ткани	28	→ **Г.**
Специализированные средства размещения			эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ	29	→ **Г.**

Продолжение

1	2	3	1	2	3
— *санаторно-курортные*:			кожи и подкожной клетчатки	30	→ **Г.**
санаторий для взрослых, пансионат с лечением	07	→ **В.**	мочеполовой системы (почек и мочевыводящих путей)	31	→ **Г.**
детский санаторий	08	→ **В.**	больных гинекологическими болезнями	32	→ **Г.**
санаторий для детей с родителями	09	→ **В.**			
санаторный оздоровительный лагерь круглогодичного действия	10	→ **В.**	больных туберкулезом	33	→ **Г.**
санаторий-профилакторий	11	→ **В.**	больных другими болезнями	34	→ **Г.**
курортная поликлиника, бальнео-логическая, грязелечебница (включая детские)	12	→ **В.**			
— **организации отдыха:**			**Г. Место расположения:**		
дом отдыха	13	→ **Г.**	курорт	35	→ **Д.**
база отдыха, кемпинг, другая организация отдыха (кроме турбаз)	14	→ **Г.**	территория национального парка	36	→ **Д.**
— **туристская база**	15	→ **Г.**	прочее	37	→ **Д.**
— **общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты)**	16	→ **Д.**	**Д. Период функционирования**		
— **наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, включая дебаркадеры**	17	→ **Д**	круглый год	38	→ **разд. II.**
			сезонный	39	→ **Е.**
Б. Категория гостиниц:			**Е. Дата и месяц:**		
* (1 звезда)	18	→ **Д.**	открытия сезона ||.||	40	→ **разд. II.**

Окончание

1	2	3	1	2	3
** (2 звезды)	19	→ **Д.**	закрытия сезона ||.||	41	→ **разд. II.**
*** (3 звезды)	20	→ **Д.**			
**** (4 звезды)	21	→ **Д.**			
***** (5 звезд)	22	→ **Д.**			
без категории (звезд)	23	→ **Д.**			

Раздел II. Номерной фонд

Коды по ОКЕИ: единица — 642, квадратный метр — 055

№ строки	Наименование показателей	Фактически
1	2	3
42	Число номеров — всего	
	из них:	
43	высшей категории	
44	Жилая площадь (площадь номеров)	
45	Число мест/коек в месяц максимального развертывания	
46	Число круглогодовых коек (заполняют круглогодичные специализированные средства размещения)	

Раздел III. Сведения о размещенных лицах

Коды по ОКЕИ: единица — 642, человек–792

№ строки	Наименование показателей	Единица измерения	Фактически
1	2	3	4
47	Число ночевок*)	ед	
48	Численность размещенных лиц — всего (сумма строк 49, 51, 52):	чел	
	в том числе граждан:		
49	России	— « —	
50	из них детей	— « —	
51	государств-участников СНГ	— « —	
52	стран дальнего зарубежья	— « —	
53	Из строки **48** численность размещенных лиц по путевкам	— « —	

*) Для специализированных коллективных средств размещения — число койко-дней.

Справочно:

В специализированных средствах размещения:

Численность лиц, получивших амбулаторно-курортное лечение (по курсовкам) **(54)** _____человек, из них детей **(55)** _____ человек.

Код по ОКЕИ: человек — 792

Раздел IV. Распределение численности размещенных лиц по целям поездок

Код по ОКЕИ: человек — 792

№ строки	Наименование показателей	Личные					Деловые и профессиональные
		отпуск, досуг и отдых	образование и профессиональная подготовка	лечебные и оздоровительные процедуры	религиозные/паломнические	прочие	
1	2	3	4	5	6	7	8
	Граждане:						
56	России						
57	из них дети						
58	государств-участников СНГ						
59	стран дальнего зарубежья						

Раздел V. Распределение численности размещенных лиц по продолжительности пребывания

Код по ОКЕИ: человек — 792

№ строки	Наименование показателей	Продолжительность пребывания						
		1—3 ночевки	4—7 ночевок	8—14 ночевок	15—28 ночевок	29—91 ночевка	92—182 ночевки	183 и более ночевок
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Граждане:							
60	России							
61	из них дети							
62	государств-участников СНГ							
63	стран дальнего зарубежья							

Раздел VI. Сведения о персонале

Код по ОКЕИ: человек — 792

№ строки	Наименование показателей	Фактически
1	2	3
64	Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников несписочного состава)	
	из них:	
65	администраторов	
66	менеджеров	
67	портье и горничных	
68	врачей	
69	среднего медицинского персонала	
70	работников общественного питания	
71	из строки 64 женщины	
72	Средняя численность внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера	
73	Кроме того (из строк 64 и 72), численность работников, привлекаемых к работе в сезонный период (заполняют сезонные организации, круглогодичные — дополнительно к работникам в штатном расписании)	

Раздел VII. Общественное питание и розничная торговля (на конец отчетного периода)

Коды по ОКЕИ: единица — 642, тысяча рублей — 384 (с одним десятичным знаком)

№ строки	Наименование показателей	Количество, ед	в них мест, ед	Оборот (за отчетный период), тыс руб
1	2	3	4	5
74	Предприятия (подразделения) общественного питания, находящиеся на производственных площадях (земельном участке) КСР			
	в том числе:			
75	собственные (без сданных в аренду)			
	из них:			
76	рестораны, кафе, бары, буфеты			
77	столовые			

Окончание

1	2	3	4	5
78	арендуемые			
	из них:			
79	рестораны, кафе, бары, буфеты			
80	столовые			
81	собственные подразделения, сданные в аренду			X
82	Предприятия (подразделения) розничной торговли, находящиеся на производственных площадях (земельном участке) КСР		X	
83	из них собственные (без сданных в аренду)		X	

Справочно:

Кроме того, расположено на производственных площадях (земельном участке) КСР предприятий общественного питания и розничной торговли, принадлежащих другим юридическим и физическим лицам **(84)** __ единиц (код по ОКЕИ: единица-642)

Раздел VIII. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности

Код по ОКЕИ: тысяча рублей — 384
(с одним десятичным знаком)

№ строки	Наименование показателей	Фактически
1	2	3
85	Доходы от предоставляемых услуг (без НДС, акцизов и аналогичных платежей)	
	в том числе:	
86	от продажи номеров	
87	из них от разницы в тарифах для иностранных граждан	
88	от реализации путевок (курсовок)	
89	от дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость номера/путевки (курсовки)	
	из них:	
90	экскурсионных	
91	лечебно-оздоровительного характера	
92	общественного питания	

Окончание

1	2	3
93	розничной торговли	
94	бытового обслуживания	
	Поступило средств:	
95	из государственного бюджета всех уровней	
96	из государственных внебюджетных фондов	
97	от головной коммерческой организации	
98	от головной некоммерческой небюджетной организации	
99	Прочие доходы и поступления	
100	Затраты, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг, товаров) — всего (сумма строк 101, 102, 103, 104)	
	в том числе:	
101	материальные затраты	
102	расходы на оплату труда	
103	амортизация основных средств	
104	прочие затраты	

Число коллективных средств размещения, на конец отчетного периода **(105)** _____ ед (код по ОКЕИ: единица — 642).

Линия отрыва
(для отчетности, предоставляемой
индивидуальным предпринимателем)

Должностное лицо, ответственное за предоставление статистической информации (лицо, уполномоченное предоставлять статистическую информацию от имени юридического лица или от имени граждани-на, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица)

_____ _____ _____
(должность) (Ф.И.О.) (подпись)

_____ «_» _____ 20_ год
(номер контактного телефона) (дата составления документа)

Указания по заполнению формы федерального статистического наблюдения

1. Респондентами по форме федерального статистического наблюдения № 1-КСР являются юридические лица, граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), за исключением микропредприятий, независимо от формы собственности и организационно-правовой формы, предоставляющие услуги гостиниц и аналогичных им коллективных средств размещения (гостиницы, мотели, пансионаты, общежития для приезжих и др.) и специализированных коллективных средств размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристские базы и др.) — самостоятельные и находящиеся на балансе предприятий и организаций, занимающиеся видами деятельности по следующим кодам Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД)[1]: 55.1—55.12; 55.21—55.23.; 55.23.2—55.23.4; 85.11.2. Все респонденты заполняют форму в полном объеме.

Коллективные средства размещения (КСР) круглогодичного функционирования предоставляют форму — 1 апреля, сезонного функционирования — по окончании работы (сезона).

Организации-банкроты, на которых введено конкурсное управление, не освобождаются от предоставления сведений по указанной форме. Только после вынесения определения арбитражного суда о завершении в отношении организации конкурсного производства и внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о его ликвидации (п. 3 ст. 149 Федерального закона от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)») организация-должник считается ликвидированной и освобождается от предоставления сведений по указанной форме.

2. Респондент заполняет настоящую форму и предоставляет ее в территориальный орган Росстата по месту своего нахождения.

При наличии у респондента обособленных подразделений, расположенных на территории других субъектов Российской Федерации, форма заполняется по каждому такому обособленному подразделению, так и по респонденту в целом без этих обособленных подразделений. Заполненная форма предоставляется респондентом в территориальный орган Росстата по месту нахождения этого обособленного подразделения, по респонденту в целом (без обособленных подразделений) — по месту нахождения респондента. В случае, когда респондент (его обособленное подразделение) не осуществляет деятельность по месту своего нахожде-

---

[1] Классификатор размещен на официальном сайте Росстата по адресу: www.gks.ru в разделе «Метаданные и информационно-справочная информация» рубрика «Общероссийские классификаторы».

ния, форма предоставляется по месту фактического осуществления им деятельности.

Руководитель юридического лица/индивидуальный предприниматель назначает должностных лиц, уполномоченных предоставлять статистическую информацию от имени юридического лица лица/индивидуального предпринимателя.

3. В адресной части формы указывается полное наименование респондента в соответствии с учредительными документами, зарегистрированными в установленном порядке, а затем в скобках — краткое наименование. На бланке формы, содержащей сведения по обособленному подразделению, указывается наименование обособленного подразделения и репондента, к которому оно относится.

По строке «Почтовый адрес» указывается наименование субъекта Российской Федерации, юридический адрес с почтовым индексом; если фактический адрес не совпадает с юридическим, то указывается также фактический почтовый адрес. Для обособленных подразделений, не имеющих юридического адреса, указывается почтовый адрес с почтовым индексом.

Респондент проставляет в кодовой части формы код Общероссийского классификатора предприятий и организаций (ОКПО) на основании Уведомления о присвоении кода ОКПО, направляемого (выдаваемого) организациям территориальными органами Росстата.

По обособленным подразделениям респондента указывается идентификационный номер, который устанавливается территориальным органом Росстата по месту расположения территориально-обособленного подразделения.

По КСР, сданным в аренду другим хозяйствующим субъектам респондентом может являться как владелец, так и арендатор. Если отчет предоставляет владелец, то он запрашивает данные у арендатора.

4. Временно не работавшее на конец отчетного года КСР (по причине капремонта, модернизации и т.п.) заполняет в отчете полностью адресную часть, а также показатели, характеризующие его деятельность до начала капремонта (модернизации и проч.).

КСР, которое работало в течение части отчетного периода, заполняет адресную часть и показатели, характеризующие деятельность КСР за период его работы. КСР, не работавшее в течение всего года, заполняет адресную часть и включает в отчет имеющиеся у него данные.

Если КСР находится на балансе предприятия, то статистическое наблюдение производится в соответствии с типом этого предприятия.

5. Данные приводятся в тех единицах измерения, которые указаны в форме (стоимостные показатели — с одним десятичным знаком, все остальные — в целых числах).

Раздел I. Общие сведения

6. Раздел I заполняется путем обвода кружком номера строки, соответствующей той или иной характеристике КСР. В строках 01—17 указывается тип КСР в соответствии с учредительными документами. Должен быть отмечен только один номер строки из строк 01—17.

7. Пансионаты относятся к КСР общего назначения (отмечается строка 04). Бальнеолечебница, грязелечебница, входящие в состав КСР, не составляют самостоятельного отчета. Данные по ним включаются в отчет КСР специального назначения. Дома охотника (рыбака) относятся к другим организациям отдыха (строка 14).

8. КСР общего назначения отмечают одну из строк 18—22, указывающих на категорию КСР. Если КСР не имеет категории, то следует обвести строку 23 — без категории (звезд).

9. Санаторно-курортные организации одного или нескольких профилей, поименованные в строках 24—33, отмечают соответственно номер одной или нескольких строк с 24 по 33. Санаторно-курортные организации не указанного в строках 24—33 профиля, а также многопрофильные, отмечают строку 34.

Раздел II. Номерной фонд

10. По строке 42 в случае, если учет ведется по номерам (комнатам), показывается число номеров (комнат), числящихся по инвентарным данным на конец отчетного года (сезона). Номером считается изолированное, меблированное, предназначенное для временного проживания, жилое помещение, которое может состоять из одной, двух и более комнат.

11. По строке 43 показывают количество номеров высшей категории, к которым относятся номера «сюит», «апартамент», «люкс», «студия» (см. Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25.01.2011г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи»).

12. По строке 44 КСР показывают жилую (без площади санузла, душа, ванны) площадь всех имеющихся номеров за вычетом площади номеров, постоянно занятых не по прямому назначению (киоски, буфеты и т.д.).

13. По строке 45 гостиницы и аналогичные им КСР показывают число мест, числящихся по инвентарным данным на конец отчетного года. Специализированные КСР показывают число коек в месяц максимального развертывания.

14. Строку 46 заполняют только специализированные КСР круглогодичного функционирования. Круглогодовыми койками считается число коек, которое сохраняется в течение всего года. Например, санаторий

функционировал в январе-апреле на 50 коек, в мае — на 75 коек, с июня по октябрь — на 100, в ноябре — на 75, в декабре — на 50 коек. В данном примере по строке 45 должно быть показано 100 коек, по строке 46—50 коек.

Раздел III. Сведения о размещенных лицах

15. По строке 47 проставляется общее число ночевок по всем размещенным в КСР лицам за год (для круглогодичных организаций) и за сезон (для сезонных организаций). Этот показатель отражает использованное количество постоянных и временных мест и определяется на основании книги учета проживающих. Если продолжительность пребывания в организации измеряется в днях, то число ночей составляет число дней минус единица. Если продолжительность пребывания в КСР составляет менее 24 часов, но более чем 12 часов, то такое пребывание учитывается как ночевка.

16. По строке 48 отражается численность размещенных лиц (независимо от количества дней и ночей пребывания в КСР) с выделением по строкам 49—52 размещенных лиц в соответствии с их гражданством. Сумма данных строк 49, 51 и 52 графы 4 должна быть равна данным строки 48.

По строке 53 показывают численность лиц, размещенных по путевкам, независимо от числа предъявленных ими путевок. По строкам 50, 55, 57, 61 показываются данные о детях в соответствии с принятым для данного типа КСР ограничением по возрасту для категории «дети».

17. Данные по строкам 48—52 показываются без численности лиц, получивших амбулаторно-курортное лечение по курсовкам в санаторно-курортных организациях или организациях отдыха. Эти данные приводятся по строке 54, с выделением по строке 55 детей.

Сведения о лицах, получивших амбулаторно-курортное лечение (по курсовкам), показывают санаторно-курортные организации, проводившие данное лечение, на основании имеющегося учета.

18. В случае, если КСР арендует жилые помещения для размещения в них принимаемых лиц (без оказания им амбулаторно-курортного лечения) и получает от этого доход, то данные о числе этих лиц и осуществленных ими ночевок должны быть учтены в разделе III.

Раздел IV. Распределение численности размещенных лиц по целям поездок

19. Сумма данных граф 3—8 строки 56 должна быть равна данным строки 49 графы 4 раздела III. Сумма данных граф 3—8 строки 57 должна быть равна данным строки 50 раздела III. Сумма данных граф 3—8 строки 58 должна быть равна данным строки 51 раздела III. Сумма данных граф 3—8 строки 59 должна быть равна данным строки 52 раздела III.

Раздел V. Распределение численности размещенных лиц по продолжительности пребывания

20. Сумма данных граф 3—9 строки 60 должна быть **меньше или равна** данным строки 49 графы 4 раздела III. Сумма данных граф 3—9 строки 61 должна быть **меньше или равна** данным строки 50 раздела III. Сумма данных граф 3—9 строки 62 должна быть **меньше или равна** данным строки 51 раздела III. Сумма данных граф 3—9 строки 63 должна быть **меньше или равна** данным строки 52 раздела III.

Раздел VI. Сведения о персонале

21. По строке 64 отражается среднесписочная численность за год с разбивкой по строкам 65—70 по должностям. В том случае, когда структура персонала гостиниц делится на общеэксплуатационный персонал, персонал отеля и персонал ресторана, по строке 70 следует указать численность работников ресторана и численность персонала баров, кафе, расположенных в гостинице, если эти работники учитываются по строке 64. По строке 71 из строки 64 выделяют численность женщин.

22. Строку 72 заполняют только круглогодичные КСР. Сезонные КСР в разделе VI заполняют только строку 73.

23. Круглогодичные КСР по строке 73 выделяют из строк 64 и 72 численность работников, привлекаемых к работе в сезонный период. Индивидуальные предприниматели по строке 73 показывают численность членов своей семьи, привлекаемых к работе.

24. Строки 64—73 заполняются в соответствии с Указаниями по заполнению форм федерального статистического наблюдения №№ П-1, П-2, П-3, П-4, П-5(м), утвержденными приказом Росстата от 24.10.2011 г. № 435, в части формы № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», утвержденной приказом Росстата от 19.08.2011 N 367 (размещены на сайте www.gks.ru в разделе «Метаданные и информационно-справочная информация»).

Раздел VII. Общественное питание и розничная торговля

25. По строке 74 графе 3 показывают количество предприятий (подразделений) общественного питания, находящихся на производственных площадях (земельном участке) КСР (кроме предприятий общественного питания, принадлежащих другим юридическим и физическим лицам), по графе 4 — число мест в них, по графе 5 — оборот общественного питания.

Оборот общественного питания представляет собой выручку от реализации собственной кулинарной продукции (блюд, кулинарных изделий, полуфабрикатов) и покупных товаров без кулинарной обработки (мучных, кондитерских хлебобулочных изделий, напитков) размещенным

лицам и другим категориям населения для потребления главным образом на месте, а также организациям и индивидуальным предпринимателям для организации питания различных контингентов населения.

В этом разделе показывается оборот объектов общественного питания, находящихся на производственных площадях КСР. Стоимость питания, входящая в стоимость номера, путевки должна включаться в оборот общественного питания. При отсутствии в учете прямых данных о стоимости питания, учтенной в стоимости путевки, оборот общественного питания в этой части определяется расчетным путем, как величина, равная 28% общей стоимости всех путевок или общей величины расходов по смете. КСР, имеющие пищеблок, но не имеющие столовой (санатории-профилактории, детские санатории и др.), по соответствующим строкам в графе 3 проставляют «1», в графе 4 — «0», в графе 5 — данные об обороте общественного питания.

26. По строке 75—77 в графах 3, 4, 5 выделяются данные по собственным подразделениям общественного питания (без сданных в аренду), по строке 78—80 — по арендуемым предприятиям общественного питания. По строке 81 показывают только количество собственных подразделений общественного питания, сданных в аренду, с числом мест в них.

27. По строке 82 графе 3 показывают количество предприятий (подразделений) розничной торговли, находящихся на производственных площадях (земельном участке) КСР (кроме предприятий розничной торговли, принадлежащих другим юридическим и физическим лицам), по графе 5 — отражается оборот этих предприятий (собственных и арендуемых) в тысячах рублей.

28. По строке 83 в графах 3, 5 выделяются данные по собственным подразделениям розничной торговли (без сданных в аренду).

Раздел VIII. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности

29. Раздел заполняют на основании данных бухгалтерского учета и отчетности. КСР, находящиеся на балансе другой организации, не ведущие учета, запрашивают необходимые данные у той организации, на балансе которой они находятся. Бюджетные учреждения, не имеющие самостоятельной бухгалтерии, запрашивают данные в централизованной бухгалтерии. При отсутствии данных по отдельным показателям формы следует в соответствующей графоклетке указать: «нет данных».

30. По строке 85 показывается общая сумма доходов КСР от оказания услуг проживания, питания, санаторно-курортных, оздоровительных и других услуг, предоставляемых отдыхающим и другим лицам, включаемых в стоимость номеров, путевок или курсовок и дополнительных платных услуг в размере финансовых поступлений непосредственно от населения или от организаций, которые оплачивают пребывание в них своих работ-

ников. Плательщики единого налога на вмененный доход, по строке 85 показывают вмененный доход, т.е. потенциально возможный валовой доход плательщика единого налога за вычетом потенциально необходимых затрат.

Бюджетные КСР заполняют строку 85, если они имеют поступления от реализации путевок (показываются по строке 88), а также доходы от предоставления дополнительных услуг, которые отражаются соответственно по строкам 89—94. Поступления из бюджета (всех уровней), внебюджетных фондов и головных организаций на осуществление деятельности КСР в строку 85 не включаются. Эти средства отражаются по строкам 95—98.

31. По строке 86 выделяется величина доходов, полученных от предоставления услуг размещения (в размере стоимости номера) без учета этих услуг, оплаченных потребителем в составе турпакета, т.е. в составе стоимости туристской или санаторно-оздоровительной путевки. Эта строка предусмотрена, в основном, для гостиниц и аналогичных им КСР, но специализированные КСР, оказывающие услуги проживания без путевки, а также организации, арендующие жилые помещения и получающие доход от их использования в качестве средств размещения, тоже заполняют эту строку.

32. По строке 88 специализированные КСР показывают величину доходов от реализации своих путевок (курсовок), гостиницы и аналогичные им КСР — величину доходов от оказания услуг размещения, стоимость которых оплачена в составе турпакета, т.е. доходы от обслуживания лиц, размещенных по туристским путевкам.

33. По строке 89 выделяется величина доходов от дополнительных платных услуг, оплаченных размещенными лицами сверх стоимости номера или стоимости путевки, а также услуг, предоставляемых лицам, не относящимся к размещенным в данном КСР. Это экскурсионные услуги, услуги лечебно-оздоровительного характера, услуги общественного питания, розничной торговли, бытовые услуги (пунктов проката, бань, автостоянок и т.п.), величина доходов от которых показывается по строкам 90—94 соответственно.

34. В строках 95—98 отражаются поступления средств на осуществление деятельности КСР:

по строке 95 и 96 показываются соответственно поступления средств из бюджета (всех уровней), а также средства, направляемые из внебюджетных фондов на осуществление деятельности КСР,

В строках 97 и 98 КСР специального назначения, являющиеся обособленными подразделениями, показывают средства, полученные от головной организации для обеспечения своей деятельности. Бюджетные КСР строки 97 и 98 не заполняют.

35. По строке 99 показываются доходы организации: от работы подсобных предприятий, числящихся на балансе отчитывающейся организации, от сдачи в аренду земельных участков, нежилых помещений, используемых под бары, магазины, парикмахерские и пр., от реализации выбывшего имущества, от продажи минеральной воды и лечебных грязей и т.п.

36. По строке 100 показывают затраты, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг, товаров) КСР. Юридические лица, финансируемые только из бюджета (строка 95) и внебюджетных фондов (строка 96), а также организации, находящиеся на упрощенной системе налогообложения (объектом налогообложения которых является доход), строки 100—104 не заполняют.

37. По строкам 101—104 затраты по финансово-хозяйственной деятельности распределяются по элементам затрат. При заполнении отдельных позиций, выделяемых из общих затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг, товаров), следует руководствоваться Указаниями по заполнению формы федерального статистического наблюдения № 5-з «Сведения о затратах на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг)», утвержденными приказом Росстата от 11.02.2010 г. № 86, с дополнениями и изменениями, утвержденными приказом Росстата от 11.02.2011 г. № 38 (размещены на сайте www.gks.ru в разделе «Метаданные и информационно-справочная информация»).

38. По строке 105 показывается число КСР, деятельность которых отражена в отчете (подробнее см. п. 2 Указаний).

Контроль заполнения формы федерального статистического наблюдения № 1-КСР

Раздел II. Строка 42 ≥ строке 43 **Раздел III.** Строка 48 = сумме строк 49, 51, 52; Строка 49 ≥ строке 50. **Раздел IV.** Строка 56: сумма граф 3—8 = графе 4 строки 49 раздела III; Строка 57: сумма граф 3—8 = графе 4 строки 50 раздела III; Строка 58: сумма граф 3—8 = графе 4 строки 51 раздела III; Строка 59: сумма граф 3—8 = графе 4 строки 52 раздела III. **Раздел V.** Строка 60: сумма граф 3—9 ≤ графе 4 строки 49 раздела III; Строка 61: сумма граф 3—9 ≤ графе 4 строки 50 раздела III; Строка 62: сумма граф 3—9 ≤ графе 4 строки 51 раздела III; Строка 63: сумма граф 3—9 ≤ графе 4 строки 52 раздела III.	**Раздел VI.** Строка 64 ≥ сумме строк 65—70; Строка 64 ≥ строке 71. **Раздел VII.** Строка 74 = сумме строк 75, 78, 81 по графам 3, 4; Строка 74 = сумме строк 75, 78 по графе 5; Строка 75 ≥ сумме строк 76,77 по графам 3,4,5; Строка 78 ≥ сумме строк 79,80 по графам 3,4,5; Строка 82 ≥строке 83 по графам 3, 5. **Раздел VIII.** Строка 85 = сумме строк 86, 88, 89; Строка 86 ≥ строке 87; Строка 89 ≥ сумме строк 90—94; Строка 100 = сумме строк101–104.

Приложение 4

ФЕДЕРАЛЬНОЕ СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ГАРАНТИРУЕТСЯ
ПОЛУЧАТЕЛЕМ ИНФОРМАЦИИ

Нарушение порядка представления статистической информации, а равно представление недостоверной статистической информации влечет ответственность, установленную статьей 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ, а также статьей 3 Закона Российской Федерации от 13.05.92 № 2761-1 «Об ответственности за нарушение порядка представления государственной статистической отчетности»

В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» обработка персональных данных осуществляется для статистических целей при условии обязательного обезличивания персональных данных

ВОЗМОЖНО ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ

СВЕДЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ
за 20_____ г.

Предоставляют:	Сроки предоставления	**Форма № 1-турфирма**
юридические лица, граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), за исключением микропредприятий, занимающиеся туристской деятельностью: — территориальному органу Росстата в субъекте Российской Федерации по установленному им адресу	20 апреля после отчетного периода	Приказ Росстата: Об утверждении формы от 27.07.2012 № 422 О внесении изменений (при наличии) от _____ № ____ Годовая

Наименование отчитывающейся организации _____
_____

Почтовый адрес _____
_____

Линия отрыва
(для отчетности, предоставляемой индивидуальным предпринимателем)

Код формы по ОКУД	Код		
	отчитывающейся организации по ОКПО		
1	2	3	4
0609706			

Фактические виды туристской деятельности, которыми Ваша организация занималась **в отчетном периоде** (нужное обвести кружком)				Сведения о Вашей организации внесены в Единый федеральный реестр туроператоров		Ваша организация применяет упрощенную систему налогообложения	
01	02	03	04	05	06	07	08
туроператорская	туроперaторская и турагентская	турагентская	экскурсионная деятельность	да	нет	да	нет

Раздел 1. Сведения о персонале

Код по ОКЕИ: человек — 792

Наименование показателя	№ строки	За отчетный период
1	2	3
Средняя численность работников, включая внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера	09	
в том числе без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера	10	
Из строки 10:		
имеют профессиональное туристское образование	11	
женщины	12	
работники в возрасте до 30 лет	13	
Из строки 10 по категориям должностей:		
менеджеры	14	
гиды-переводчики, экскурсоводы	15	

Раздел 2. Основные экономические показатели

Код по ОКЕИ: тысяча рублей — 384

Наименование показателя	№ строки	За отчетный период
1	2	3
Средства, поступившие от реализации туристского продукта (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	16	
в том числе сумма комиссионных, агентских и иных вознаграждений	17	
Средства, перечисленные поставщикам туристского продукта за услуги, оказанные за пределами Российской Федерации	18	
Средства, перечисленные поставщикам туристского продукта за услуги, оказанные на территории Российской Федерации, без комиссионных, агентских и иных вознаграждений, полученных туроператором от продажи населению турпродукта, сформированного другим туроператором (сумма строк с 20 по 27)	19	
в том числе поставщикам:		
услуг по размещению	20	
услуг общественного питания	21	
транспортных услуг	22	
медицинских и оздоровительных услуг	23	
спортивных и рекреационных услуг	24	
культурно-просветительских, культурно-развлекательных и экскурсионных услуг	25	
услуг по бронированию, визовому обслуживанию и оформлению поездки	26	
иных услуг, используемых при производстве туристского продукта	27	
Расходы на оплату труда	28	

Раздел 3. Число и стоимость реализованных турпакетов (договоров о реализации туристского продукта и оказании туристских услуг) (заполняют турфирмы, которые обвели код 01, 02 и 03)

Коды по ОКЕИ: единица– 642, тысяча рублей — 384

Наименование показателя	№ строки	Число турпакетов, единиц	Стоимость турпакетов, тыс руб
1	2	3	4
Реализовано турпакетов — всего	29		X
из них непосредственно населению (сумма строк 31, 32, 34, 35)	30		
в том числе:			
гражданам России по территории России	31		
гражданам России по зарубежным странам	32		
из них по государствам-участникам СНГ	33		
гражданам государств-участников СНГ по территории России	34		
гражданам стран дальнего зарубежья по территории России	35		

Раздел 4. Число обслуженных туристов без учета однодневных посетителей (экскурсантов) (заполняют турфирмы, которые обвели код 01, 02 и 03)

Код по ОКЕИ: человек — 792

Наименование показателя	№ строки	Всего	в том числе:	
			граждане России (отправлено)	граждане других стран (принято)
1	2	3	4	5
Число обслуженных туристов (сумма строк 37, 39—48, 51—76)	36			
в том числе по странам:				
Российская Федерация	37			X
в том числе по субъекту РФ	38			X
Австрия	39			

Окончание

1	2	3	4	5
Болгария	40			
Великобритания	41			
Германия	42			
Греция	43			
Испания	44			
Италия	45			
Норвегия	46			
Польша	47			
государства-участники СНГ	48			
из них:				
Украина	49			
Беларусь	50			
Страны Прибалтики	51			
Финляндия	52			
Франция	53			
Хорватия	54			
Черногория	55			
Чехия	56			
Швеция	57			
другие страны Европы	58			
Израиль	59			
Индия	60			
Кипр	61			
Китай	62			
Корея	63			
ОАЭ	64			
Таиланд	65			
Турция	66			
Япония	67			
другие страны Азии	68			
Египет	69			
Тунис	70			
другие страны Африки	71			
Канада	72			
США, включая Гавайские острова	73			
другие страны Америки	74			
Австралия и Океания	75			
с посещением нескольких стран	76			X

СПРАВКА

Число обслуженных однодневных посетителей (экскурсантов) (77) _____ человек (792) из них иностранные граждане (78) _____ человек (792)

Для турфирм, которые заполнили раздел 4: отправлено туристов по России в распределении по субъектам РФ

Код ОКЕИ: человек — 792

Субъекты Российской Федерации	№ строки	Код территории по ОКАТО	Отправлено	
			российских туристов	иностранных туристов
1	2	3	4	5

Линия отрыва

(для отчетности, предоставляемой индивидуальным предпринимателем)

Должностное лицо, ответственное за предоставление статистической информации (лицо, уполномоченное предоставлять статистическую информацию от имени юридического лица или от имени граждани-на, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица)

_____ _____ _____

(должность) (Ф.И.О.) (подпись)

_____ «_» _____ 20_ год

(номер контактного телефона) (дата составления документа)

Указания по заполнению формы федерального статистического наблюдения

Респондентами по форме федерального статистического наблюдения **№ 1-турфирма** являются юридические лица, граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), за исключением микропредприятий, занимающиеся туристской деятельностью, основной вид экономической деятельности которых идентифицируется кодами Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД)[1]: 63.3, 63.30, 63.30.1, 63.30.2, 63.30.3, 63.30.4, а также юридические лица с другими кодами ОКВЭД по основному виду деятельности, если они зарегистрированы в Едином федеральном реестре туроператоров[2].

Респондент заполняет настоящую форму и предоставляет ее в территориальный орган Росстата по месту своего нахождения.

При наличии у респондента обособленных подразделений, расположенных на территории других субъектов Российской Федерации — настоящая форма заполняется как по каждому такому обособленному подразделению, так и по респонденту в целом без обособленных подразделений, расположенных на территории других субъектов Российской Федерации.

Заполненная форма по обособленному подразделению предоставляется респондентом в территориальный орган Росстата по месту нахождения этого обособленного подразделения, по респонденту в целом (без обособленных подразделений) — по месту нахождения респондента.

В случае, когда респондент (его обособленное подразделение) не осуществляет деятельность по месту своего нахождения, форма предоставляется по месту фактического осуществления им деятельности.

Организации-банкроты, на которых введено конкурсное управление, не освобождаются от предоставления сведений по указанной форме. Только после вынесения определения арбитражного суда о завершении в отношении организации конкурсного производства и внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о его ликвидации (п. 3 ст. 149 Федерального закона от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)») организация-должник считается ликвидированной и освобождается от предоставления сведений по указанной форме.

Руководитель юридического лица/индивидуальный предприниматель назначает должностных лиц, уполномоченных предоставлять стати-

---

[1] Классификатор размещен на официальном сайте Росстата по адресу: www.gks.ru в разделе «Метаданные и информационно-справочная информация» рубрика «Общероссийские классификаторы».

[2] Единый федеральный реестр туроператоров размещен на официальном сайте Ростуризма по адресу: www. russiatourism.ru.

стическую информацию от имени юридического лица/индивидуального предпринимателя.

В адресной части формы указывается полное наименование респондента в соответствии с учредительными документами, зарегистрированными в установленном порядке, а затем в скобках — краткое наименование. На бланке формы, содержащей сведения по обособленному подразделению юридического лица, указывается наименование обособленного подразделения и респондента, к которому оно относится.

По строке «Почтовый адрес» указывается наименование субъекта Российской Федерации, юридический адрес с почтовым индексом; если фактический адрес не совпадает с юридическим, то указывается также фактический почтовый адрес. Для обособленных подразделений, не имеющих юридического адреса, указывается почтовый адрес с почтовым индексом.

Респондент проставляет в кодовой части формы код Общероссийского классификатора предприятий и организаций (ОКПО) на основании Уведомления о присвоении кода ОКПО, направляемого (выдаваемого) организациям территориальными органами Росстата.

По обособленным подразделениям респондента указывается идентификационный номер, который устанавливается территориальным органом Росстата по месту расположения обособленного подразделения.

Фирма — туроператор, имеющая собственные турагентства, выделенные на отдельный баланс, во избежание повторного счета предоставляет сведения без учета данных по этим агентствам и в качестве фактического вида туристской деятельности указывает туроператорскую (обводит код 01). Если турагентства не выделены на отдельный баланс, то головная фирма должна включить данные по ним в свой отчет, обведя при этом код 02. Сами турагентства в этом случае форму не заполняют.

Турфирмы с сезонным характером работы (работающие не полный календарный год) предоставляют форму на общих основаниях.

Все стоимостные показатели в форме приводятся в тысячах рублей, с одним десятичным знаком, остальные показатели — в целых числах.

В форме используются основные понятия в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изменениями) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Турист — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Туроператорская деятельность — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (туроператор).

Турагентская деятельность — деятельность по продвижению и реализации (продаже населению) туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагент).

Туристский продукт — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Продвижение туристского продукта — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

Реализация туристского продукта — деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором

Код 01 обводят турфирмы, которые в отчетном периоде занимались только туроператорской деятельностью.

Код 02 обводят туроператоры, которые занимались туроператорской и турагентской деятельностью одновременно, то есть деятельностью по формированию, продвижению и продаже населению туристского продукта, а также деятельностью по продвижению и продаже населению туристского продукта, сформированного другим туроператором.

Код 03 отмечают исключительно турагенты.

Код 04 обводят турфирмы, которые занимались в отчетном году только экскурсионной деятельностью.

Раздел 1. Турфирмы, которые в отчетном году кроме туристской занимались другими видами деятельности, по строке 09 показывают численность персонала без работников, выполняющих работу, связанную с другими видами деятельности.

По строкам 11—15 из строки 10 выделяют: численность работников, имеющих высшее и среднее профессиональное образование в сфере туризма (по специальностям: туризм, социально-культурный сервис и туризм и др.), женщин, работников в возрасте до 30 лет включительно, а также приводят среднюю численность работников по занимаемым должностям (менеджеры, гиды-переводчики, экскурсоводы).

Раздел 2. По строке 16 турфирмы показывают все средства, поступившие от реализации туристского продукта (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей). По строке

17 из строки 16 выделяются суммы полученных комиссионных, агентских и иных вознаграждений.

Турфирмы, которые кроме туристской деятельности дополнительно занимаются реализацией авиа или железнодорожных билетов, свои комиссионные, агентские и иные вознаграждения за их реализацию не показывают.

Более подробные разъяснения по заполнению строк 16—17 содержатся в примерах заполнения строк 16—28, которые приведены ниже.

Строки 18—27 заполняют турфирмы, которые занимались туроператорской деятельностью (обвели коды 01 или 02).

По строке 18 показываются средства, перечисленные поставщикам туристского продукта — нерезидентам российской экономики за услуги, оказанные за пределами Российской Федерации. Нерезидентом является любая организация, созданная в соответствии с законодательством иностранного государства, с местонахождением за пределами Российской Федерации, включая филиалы и представительства нерезидентов, расположенные в России.

По строке 19 показываются средства, перечисленные поставщикам туристского продукта — резидентам российской экономики за услуги, оказанные на территории Российской Федерации. Резидентом является любая российская организация (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель), созданная в соответствии с законодательством Российской Федерации, с местонахождением в Российской Федерации, включая филиалы и представительства резидентов, расположенные за пределами России. Строка 19 равна сумме строк 20—27.

По строкам 20—27 средства, перечисленные поставщикам туристского продукта за услуги, оказанные на территории Российской Федерации, разбиваются по поставщикам услуг. Если поставщик туристского продукта предоставляет пакет услуг, а туроператор расплачивается за них одной суммой, но располагает информацией о стоимости каждой услуги, то сумма перечисленных средств отражается в соответствующих строках. Если получение информации о стоимости каждой услуги невозможно (например, гостиница оказывает услуги по размещению, питанию, транспортные услуги и т.д.), то сумма перечисленных туроператором средств отражается целиком по строке, соответствующей основному виду деятельности поставщика туристского продукта (в примере с гостиницей — услуги по размещению).

По строке 28 приводятся расходы на оплату труда персонала турфирмы, включая премии, стимулирующие и компенсирующие выплаты, а также затраты на оплату труда, не состоящих в штате турфирмы работников, занятых в основной деятельности, за выполнение ими работ по заключенным договорам гражданско-правового характера и другие выплаты, регламентированные законодательством Российской Федерации.

Примеры заполнения строк 16—28:

если туроператор реализует непосредственно населению услугу, приобретенную у поставщика услуг (например, у гостиницы), заключив при этом агентский договор с поставщиком, то по строке 16 показывается сумма денежных средств, полученная им от населения за турпродукт (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), по строке 17 — сумма его агентских вознаграждений (если агентский договор не заключался, то строка 17 равна нулю), по строке 19 и соответствующим строкам 20—27 — стоимость услуги, приобретенной у этого поставщика (для гостиницы — строка 20), являющегося резидентом (без своих агентских вознаграждений) или заполняется строка 18, если услуга приобретена у поставщика — нерезидента;

если туроператор реализует непосредственно населению турпродукт, включающий пакет услуг, приобретенных у разных поставщиков (например, у санатория, транспортной компании и экскурсионного бюро), заключив при этом агентские договора с поставщиками, то по строке 16 показывается сумма денежных средств, полученная от населения за турпродукт (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), по строке 17 — сумма его агентских вознаграждений (если агентские договора не заключались, то строка 17 равна нулю), по строке 19 и соответствующим строкам 20—27 — стоимость услуг, приобретенных у российских поставщиков (без своих агентских вознаграждений) или заполняется строка 18, если услуги приобретены у зарубежных поставщиков;

если туроператор реализует турпродукт, который он приобрел для реализации населению у другого туроператора, то по строке 17 он показывает свои агентские вознаграждения, либо разницу между покупной и продажной стоимостью тура. При этом строка 17 равна строке 16, а другие строки, кроме строки 28, не заполняются;

если туроператор заключил договор на реализацию своего турпродукта с турагентом или другим туроператором, то по строке 16 он показывает стоимость этого турпродукта (без комиссионных турагента или другого туроператора, которые отразят их в своих отчетах по строке 17) и заполняет все остальные строки. При этом строка 17 равна нулю;

если турпродукт населению реализует турагент, то по строке 17 он показывает свои комиссионные, агентские и иные вознаграждения, либо разницу между покупной и продажной стоимостью тура. При этом строка 17 равна строке 16, а другие строки, кроме строки 28 не заполняются.

Раздел 3. *Заполняют турфирмы, которые обвели код 01, 02, 03.*

По строке 29 в графе 3 показываются все турпакеты (количество заключенных договоров о реализации туристского продукта и оказании туристских услуг, имеющих документальное подтверждение факта оплаты

путем наличных и безналичных денежных расчетов — туристские путевки, туристские ваучеры, кассовые чеки, платежные поручения), реализованные туроператором или турагентом, включая турпакеты, проданные другим организациям для их перепродажи. Графа 4 не заполняется.

По строке 30 из строки 29 по графе 3 выделяется количество турпакетов, реализованных только населению, включая турпакеты, реализованные организациям, которые приобрели их для своих сотрудников, а не для перепродажи. В графе 4 отражается продажная стоимость реализованных и указанных в графе 3 турпакетов.

Стоимость турпакетов, проданных иностранным гражданам через зарубежные представительства фирмы за валюту, пересчитывается в рубли по официальному курсу валют, установленному Банком России на день совершения операции.

В состав Содружества Независимых Государств (СНГ), кроме России, включаются: Азербайджан, Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан, Украина. Абхазию и Южную Осетию следует относить к другим странам Азии.

Раздел 4. *Заполняют турфирмы, которые обвели код 01, 02, 03.*

По строке 36 показывается общее число обслуженных туристов без учета однодневных посетителей (экскурсантов), которые приобрели турпакеты, учтенные по строке 30 графы 3 раздела 3. В графе 3 отражается число всех обслуженных туристов, из которых в графе 4 выделяются граждане России, а в графе 5 — граждане других государств. По строке 38 из строки 37 по графе 4 показывается число российских туристов, отправленных по субъекту Российской Федерации, в котором работает отчитывающаяся турфирма, а по строке 76 из строки 36 по графе 4 — с посещением двух и более стран.

СПРАВКА. По строке 77 показывается число обслуженных однодневных посетителей (экскурсантов), т.е. лиц, посещающих страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующих услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика. По строке 78 из строки 77 выделяются иностранные граждане.

В свободных строках турфирмы, которые заполнили раздел 4, приводят расшифровку числа отправленных туристов по России с разбивкой по субъектам Российской Федерации, включая субъект, на территории которого осуществляет свою деятельность отчитывающаяся турфирма. Если турист отправлен по России с посещением нескольких субъектов Российской Федерации, где он осуществляет ночевку, то в свободных строках необходимо перечислить все субъекты Российской Федерации. В этом случае сумма всех свободных строк по графе 4 может быть больше данных строки 36 по графе 4 раздела 4, а сумма всех свободных строк по графе 5 может быть больше данных строки 36 по графе 5 раздела 4. Если турист

посещает несколько субъектов Российской Федерации только с экскурсионной целью, т.е. без ночевки (например, в автобусных турах, круизах), то в свободных строках указывается только конечный пункт, где турист осуществляет ночевку.

Контроль заполнения формы федерального статистического наблюдения № 1-турфирма

Строка 09 ≥ строке 10;

Если одна из строк 11 ÷ 15 > 0, то строка 10 > 0;

Строка 16 ≥ строке 17;

Строка 19 = сумме строк 20 ÷ 27;

Строка 29 ≥ строке 30 по графе 3;

Строка 30 = сумме строк 31, 32, 34, 35 по всем графам;

Строка 32 ≥ строке 33 по всем графам;

Строка 36 = сумме строк 37, 39÷48, 51÷76 по графам 3 и 4;

Строка 36 = сумме строк 39÷48, 51÷75 по графе 5;

Строка 37 ≥ строке 38 по графам 3 и 4;

Строка 48 ≥ сумме строк 49, 50 по всем графам;

Строка 77 ≥ строке 78.

Приложение 5

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТУРИЗМУ

(РОСТУРИЗМ)

ПРИКАЗ

«18» июля 2007 г. № 69

Москва

Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации

В целях повышения объективности и обеспечения сопоставимости данных о внутренних туристских потоках и получения достоверной информации о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить прилагаемый Порядок определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и перечень показателей для оценки вклада туризма в экономику субъектов Российской Федерации.
2. Рекомендовать субъектам Российской Федерации:
   руководствоваться данным Порядком при определении туристских потоков;
   направлять в Ростуризм данные о туристских потоках и информацию о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации: по итогам отчётного года (таблицы 1 и 3) — не позднее 25 мая года, следующего за отчетным годом, данные о туристских потоках по итогам квартала (таблица 2) — не позднее 25-го числа месяца, следующего за отчётным кварталом.
3. Управлению анализа, прогнозирования и организации гостиничной и туристской деятельности (Сараев):

представлять итоговые данные о внутренних туристских потоках в Российской Федерации по итогам отчетного квартала — не позднее 15-го числа месяца, следующего за отчетным кварталом, о туристских потоках и вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации по итогам года — не позднее 15 июля года, следующего за отчётным годом;

4. Контроль за исполнением настоящего Приказа возложить на заместителя руководителя Ростуризма Н.О. Шенгелия.

Руководитель В. Стржалковский

Утвержден приказом Ростуризма
от «18» июля 2007 г. № 69

Порядок определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации. Вклад туризма в экономику субъектов Российской Федерации.

Определение *объёмов внутреннего туристского потока* в Российской Федерации основывается на данных регулярных статистических наблюдений и специальных обследований. Расчеты осуществляются органами исполнительной власти в сфере туризма субъектов Российской Федерации с квартальной и годовой периодичностью.

Для расчёта туристского потока в субъекте Российской Федерации *по итогам года* используется таблица 1*.

Таблица 1

Объём туристского потока в _____

(наименование субъекта Российской Федерации)

в 200_ году

тыс. чел.

№ п/п	Наименование показателей	Значение показателей
1.	Количество коллективных средств размещения (КСР)/номеров/мест, всего, ед.	
2.	Средний коэффициент загрузки КСР по региону (К), %	
3.	Число туристов, размещённых в КСР, всего	
	из них:	
3.1.	граждан России	
3.2.	иностранных граждан	
4.	Число туристов, размещенных **не** в КСР, всего	
	из них:	
4.1.	граждан России	
4.2.	иностранных граждан	
5.	Коэффициент досчёта Q (частное от деления строки 4. на строку 3.)	
6.	Общий объем туристского потока в регионе (в год обследования — сумма строк 3. и 4.; в годы между обследованиями — сумма строки 3. и произведения строки 3. на строку 5), всего	
	из них:	
6.1.	граждан России (в год обследования — сумма строк 3.1. и 4.1.; в годы между обследованиями — сумма строки 3.1. и произведения строки 3.1. на строку 5.)	

Окончание

№ п/п	Наименование показателей	Значение показателей
6.2.	иностранных граждан (в год обследования — сумма строк 3.2. и 4.2.; в годы между обследованиями — сумма строки 3.2. и произведения строки 3.2. на строку 5.)	

* Разъяснения к заполнению таблицы 1 содержатся в приложении 1.

Для *поквартального* расчета туристского потока в регионе используется таблица 2*.

Таблица 2

Объём туристского потока в _____

(наименование субъекта Российской Федерации)

в _____ квартале 200_ года

тыс. чел.

№ строк	Наименование показателей	Значение показателей
1.	Количество коллективных средств размещения (КСР), представивших квартальный отчет по форме № 1-КСР (краткая), всего, ед.	
2.	Средний коэффициент загрузки КСР (К1), сдавших отчет, в отчетном периоде, %	
3.	Число туристов, размещенных в КСР, всего (сумма строк 3.3. и 3.4.)	
	из них:	
3.1.	граждан России (сумма строк 3.3.1. и 3.4.1.)	
3.2.	иностранных граждан (сумма строк 3.3.2. и 3.4.2.)	
3.3.	число туристов, размещенных в представивших квартальную отчетность КСР, всего	
	из них:	
3.3.1.	граждан России	
3.3.2.	иностранных граждан	
3.4.	число туристов, размещенных в не представивших квартальную отчетность КСР, всего	
	из них:	
3.4.1.	граждан России	
3.4.2.	иностранных граждан	
4.	Число туристов, размещенных **не** в КСР, всего	
	из них:	
4.1.	граждан России	
4.2.	иностранных граждан	

Окончание

№ строк	Наименование показателей	Значение показателей
5.	Общий объем туристского потока в регионе (сумма строк 3. и 4), всего	
	из них:	
5.1.	граждан России (сумма строк 3.1. и 4.1.)	
5.2.	иностранных граждан (сумма строк 3.2. и 4.2.)	

* Разъяснения к заполнению таблицы 2 содержатся в приложении 2.

Примечание. Как следует из таблиц 1 и 2, объем туристского потока в субъекте Российской Федерации измеряется в «количестве человек». Однако этот измеритель в некоторой степени условен, так как один и тот же турист при посещении одной и той же территории будет учтен столько раз, сколькими КСР он воспользуется в период своего путешествия. Поэтому, получая данные о величине туристского потока в «количестве человек», необходимо иметь в виду, что на самом деле рассчитывается **число поездок.**

Определение *вклада сферы туризма в экономику субъекта Российской Федерации* производится с учётом мультипликативного эффекта туризма на основе экспертных оценок. Экспертные оценки базируются на результатах проведения специальных обследований, о которых говорится в приложении 1, и заносятся в таблицу 3*.

Таблица 3

Вклад туризма в экономику _____

(наименование субъекта Российской Федерации)

в 200_ году

№ п/п	Наименование показателей	Объем, численность	Удельный вес (доля), %
1.	Оборот сферы туризма, млн руб.		
2.	Налоговые поступления в бюджет субъекта Российской Федерации от сферы туризма, млн руб.		
3.	Количество занятых в сфере туризма, тыс. чел.		

*Разъяснения по заполнению таблицы 3 содержатся в приложении 3.

Приложение 5.1

Разъяснения к заполнению таблицы 1 «Объем туристского потока в субъекте Российской Федерации в 200_ году»

Строка 1 — число коллективных средств размещения, представивших в территориальный орган Росстата в данном субъекте Российской Федерации форму федерального государственного статистического наблю-

дения № 1-КСР (годовая), номеров (строка 42 данной формы) и мест (строка 47) в них.

Форму № 1-КСР заполняют как юридические лица, оказывающие гостиничные услуги, так и обособленные подразделения, не являющиеся юридическими лицами, а также ПБОЮЛ.

Ответственность данных субъектов за непредставление статистических данных устанавливает статья 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (штраф в размере от тридцати до пятидесяти минимальных МРОТ), а также статья 3 Закона Российской Федерации от 13.05.1992 «Об ответственности за нарушение порядка представления государственной статистической отчётности».

Органам исполнительной власти, ответственным за сферу туризма в субъектах Российской Федерации, необходимо проводить регулярный мониторинг коллективных средств размещения с целью обеспечения актуализации реестра указанных организаций и сообщать обо всех изменениях в территориальные органы Росстата.

Строка 2. Коэффициент К рассчитывается территориальными органами Росстата[1].

Строка 3 таблицы 1 представляет собой сумму данных строки 54 раздела III формы № 1-КСР по всем представившим статистическую отчётность коллективным средствам размещения, находящимся в регионе. ***Строка 3.1.*** соответствует сумме данных по строке 55 этой же формы, а ***строка 3.2.*** — рассчитывается как сумма строк 57 и 58 по всем поступившим в территориальный орган Росстата формам № 1-КСР.

Строки 4., 4.1. и ***4.2.*** — число туристов, которые для временного проживания на территории субъекта Российской Федерации не воспользовались услугами средств размещения, выявляется в результате специального обследования[2], которое необходимо проводить субъектам Российской Федерации самостоятельно не реже 1 раза в три года.

Организация обследования зависит от специфики сферы туризма в регионе, однако основывается каждое из них на следующих общих принципах:

— использование существующих форм государственного статистического наблюдения по секторам туристской индустрии. В настоящее время различные показатели сферы туризма содержатся в более чем 50 статистических формах. В процессе обработки данных обследования необходимо совместно с территориальным органом Росстата выбрать из этих форм соответствующие

---

[1] Данный коэффициент рассчитывается как отношение частного от деления числа ночевок (строка 49 формы № 1-КСР) на число мест/коек в месяц максимального развертывания (строка 47) к числу дней в году: 365 или 366.

[2] При заполнении формы в пояснительной записке необходимо указать сроки проведения обследования, подробное описание обследования: (характеристика и методы определения выборочной совокупности, порядок опроса, приложить анкету (опросный лист)).

показатели. Например, из формы № 8-НК «Сведения о деятельности музея» следует воспользоваться информацией о количестве посетителей, содержащейся в разделе VI (строка 25); а, например, форма № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы» — в строке 55 содержит информацию о численности обслуженных туристов в данном регионе;

— обследование проводится на наиболее посещаемом туристском объекте (объектах) в субъекте Российской Федерации;

— период обследования — высокий туристский сезон;

— необходимо учитывать среднегодовой уровень загрузки имеющихся на территории субъекта Российской Федерации КСР и, в случае его низкого значения, принимать во внимание причины, по которым туристы предпочитают другие способы временного проживания;

— методы обследования должны предусматривать механизм отделения туристов от однодневных посетителей и местных жителей.

После проведения обследования заполняются ***строки 4.1 и 4.2.***

Как уже отмечалось, подобные обследования проводятся не реже 1 раза в 3 года, поэтому в годы, когда обследования не проводятся, для определения объёма потока туристов, не воспользовавшихся средствами размещения, предлагается применять специальный коэффициент Q, рассчитанный как отношение числа туристов, не воспользовавшихся гостиницами и другими средствами размещения (по данным последнего обследования), к числу туристов, которые воспользовались ими: ***строка 5.***

Далее заполняются ***строки 6., 6.1. и 6.2.***

Рекомендации по учету однодневных посетителей-экскурсантов

Статья 1 Федерального закона от 05.02.2007 № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об основах туристской деятельности“ понятия «турист» и «экскурсант» дает следующие определения туриста и экскурсанта:

«турист — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее **не менее одной ночевки** в стране (месте) временного пребывания...;

экскурсант — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период **менее 24 часов без ночевки** в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика».

Таким образом, главные отличия экскурсанта от туриста — это пребывание менее суток и отсутствие ночевки в месте пребывания.

Многие популярные туристские дестинации России, например, города Владимир, Суздаль, Ростов, Кострома, Тверская область, города

Московской области и другие — очень часто являются транзитными пунктами туристических маршрутов либо маршрутами выходного дня и поэтому посещаются, в основном, экскурсантами. В качестве туристов эти люди будут учтены в тех пунктах своего маршрута, где они размещены в КСР, или (если они временно проживают на круизном судне) по месту регистрации организации-собственника круизного судна. Но по отношению к транзитным местам посещения они — экскурсанты.

О числе однодневных посетителей-экскурсантов можно получить информацию из нескольких форм федерального государственного статистического наблюдения, например, из формы № 8-НК «Сведения о деятельности музея» и формы № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы». Однако главным методом определения потока экскурсантов, посетивших субъект Российской Федерации в тот или иной отчётный период, являются специальные обследования.

При направлении в Федеральное агентство по туризму данных о туристских потоках за соответствующий период субъектами Российской Федерации необходимо указывать численность посетивших их экскурсантов *отдельно в пояснительной записке*.

Приложение 5.2
Разъяснения к заполнению таблицы 2 «Объем туристского потока в субъекте Российской Федерации в (1-ом, 2-ом, 3-м) квартале 200_ года»

Данные в ***строку 1*** заносятся из строки 02 формы № 1-КСР (краткая) (представляется в территориальные органы статистики по итогам 1-го, 2-го и 3-его кварталов года. Индивидуальными предпринимателями данная форма не представляется).

Данные за IV квартал определяются органами исполнительной власти в сфере туризма субъектов Российской Федерации путём экспертных оценок.

Значение ***строки 2.*** (К1) рассчитывается территориальными органами Росстата.

Численность туристов ***по строкам 3.3., 3.3.1.,*** и ***3.3.2.*** представляет собой сумму данных по всем представленным в территориальный орган Росстата в субъекте Российской Федерации квартальным формам федерального государственного статистического наблюдения № 1-КСР (краткая) и переносится из строк 05,06 и 07 (строки 06 и 07суммируются) этой формы.

Для расчета численности туристов по ***строке 3.4.*** необходимо воспользоваться информацией строки 02 формы № 1-КСР (краткая) и информацией об общем числе коллективных средств размещения, находящейся в строке 1 таблицы 1. Из показателя строки 1 таблицы 1 необходимо вычесть показатель строки 1 таблицы 2, а также число специализирован-

ных средств размещения, не функционирующих в I и IV квартале года (эта информация имеется в территориальных органах Росстата), причем, если таблица 2 заполняется по итогам II или III кварталов года, то вычитание не производится.

Используя имеющийся в территориальном органе Росстата реестр коллективных средств размещения, отчитавшихся по итогам предыдущего года, необходимо выявить те КСР и число мест в них, которые не сдали квартальную форму № 1-КСР. Затем с учётом среднего коэффициента загрузки средств размещения — К1 (строка 2 таблицы 2) определить число проживавших в них в отчётном квартале туристов и занести эти данные в строку 3.4. Далее, исходя из соотношения числа граждан России и иностранных граждан, полученного из строк 3.3.1 и 3.3.2, численность туристов по строке 3.4 распределяется на граждан России и иностранных граждан по ***строкам 3.4.1*** и ***3.4.2.***

После этого заполняется ***строка 3.***

Для расчета показателя ***строки 4*** следует число, полученное в строке 3 таблицы 2, умножить на коэффициент Q из строки 5 таблицы 1 (по *данным последнего обследования*). Для расчета показателя ***строки 4.1*** необходимо число, полученное в строке 3.1 таблицы 2, умножить на коэффициент Q из строки 5 таблицы 1. Показатель ***строки 4.2*** рассчитывается как произведение строки 3.2 таблицы 2 на тот же коэффициент.

Далее заполняются ***строки 5, 5.1, 5.2.***

Приложение 5.3

Разъяснения к заполнению таблицы 3 «Вклад туризма в экономику субъекта Российской Федерации в 200_ году»

Для определения вклада сферы туризма в экономику субъекта Российской Федерации в состав обследования включаются специальные вопросы, касающиеся суммы и видов расходов туристов. Кроме того, для определения мультипликативного эффекта от туризма в обследование включаются организации, связанные с обслуживанием туристов: коллективные средства размещения, предприятия общественного питания, средства транспорта, культурные, зрелищные, спортивные организации, природные, исторические и другие объекты.

Строка 1 представляет собой объем денежной выручки, полученной организациями от обслуживания туристов, а также удельный вес этого показателя в общем объёме выручки всех организаций на территории субъекта Российской Федерации. Сводный показатель общего объема выручки по субъекту Российской Федерации запрашивается у территориального органа Росстата из формы федерального государственного статистического наблюдения № 1-предприятие.

В ***строке 2*** помещаются данные о налоговых поступлениях от обслуживания туристов соответствующими организациями в консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации и их доля в общем объеме налоговых поступлений. Общие данные по объему и видам налогов, собираемых на территории субъекта Российской Федерации, а также по перечислению их в территориальный бюджет и бюджеты муниципальных образований, запрашиваются в территориальном органе федеральной налоговой службы.

В ***строке 3*** отражается число занятых обслуживанием туристов в организациях, расположенных на территории субъекта Российской Федерации, их доля в общем числе занятых. Данные по общему числу занятых в субъекте Российской Федерации запрашиваются у территориального органа Росстата из «Анкеты выборочного обследования населения по проблемам занятости».

Приложение 5.4
Пояснительная записка к документу «Порядок определения объема туристского потока в Российской Федерации. Вклад туризма в экономику субъектов Российской Федерации»

Объем туристского потока — важнейший показатель состояния туристского рынка. Его динамика является одним из главных индикаторов эффективности государственной политики в сфере туризма, даёт ориентиры выработки стратегии и тактики действий субъектам туристского рынка.

На региональном уровне необходимость владения информацией об объеме туристского потока обусловлена следующими обстоятельствами:

- определение размера доходов местных и регионального бюджетов, связанных с посещением данной территории туристами. Рост бюджетных доходов является одним из основных показателей эффекта от развития туризма в регионе, что служит весомым аргументом в обосновании форм государственной поддержки этой сферы региональной экономики;
- выявление узких мест в туристском кластере региона с целью определения направлений государственной политики по развитию тех или иных секторов туриндустрии и объемов государственного инвестирования в объекты инфраструктуры. Поскольку туризм как сфера экономической деятельности обладает значительным мультипликативным эффектом, рост туристского потока на территории инициирует развитие всего комплекса взаимосвязанных отраслей: транспорта, гостиничного обслуживания, общественного питания, сферы услуг, дорожного строительства, розничной торговли и др. и, таким образом, служит мощным ускорителем регионального развития;

- данная информация необходима при подготовке обоснований по созданию особых экономических зон туристско-рекреационного типа, участия региона в федеральных целевых программах.

Обобщение практики работы субъектов Российской Федерации показывает, что для определения численности въехавших в регион туристов используются следующие методы:

- федеральное государственное статистическое наблюдение по утвержденным Росстатом формам № 1-КСР, № 1- турфирма и др.;
- региональные статистические обследования посредством использования форм статистической отчётности на единовременной или регулярной основе;
- непосредственное измерение турпотока путем организации учета туристов на наиболее посещаемых туристских объектах данного региона (памятниках истории и культуры, в музеях, на природных объектах и др.);
- административные источники (например, регистрация в органах внутренних дел и в Федеральной миграционной службе);
- измерение изменений показателей, характеризующих жизнедеятельность постоянного населения региона, в высокий туристский сезон: объёма потребления хлеба, вывоза мусора и др.

В ряде случаев перечисленные методы комбинируются.

Предлагаемый документ имеет целью установить единую для всех субъектов Российской Федерации методику определения объема туристского потока. Она основана на использовании существующих форм федеральной государственной статистической отчетности и результатов обследований, организуемых на региональном уровне.

Данные таких обследований используются при определении роли туризма в экономике субъекта Российской Федерации.

Показатели оценки *вклада туризма в экономику субъекта Российской Федерации* являются важнейшими с точки зрения обоснования необходимости направления государственных и частных инвестиций в сферу туризма.

Мультипликативный эффект туризма — его способность благодаря инициации спроса вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях, посещаемых туристами. Имеются в виду не только те организации, существование которых обусловлено работой непосредственно с туристами (туроператоры, турагенты), но и средства размещения, организации общественного питания, средства транспорта, музеи, театры, иные объекты туристского показа, т.е. организации, которые в той или иной степени участвуют в обслуживании туристов.

Приложение 6

АНКЕТА
обследования (опроса) индивидуального средства размещения

Пункт обследования	Дата обследования	200
	Выборка	Шаг выборки

В целях определения общей численности туристов, прибывающих на Азово-Черноморское побережье Краснодарского края, проводится анкетирование домашних хозяйств об оказании услуг по предоставлению туристам мест для временного проживания.

Просим Вас откровенно ответить на приведенные вопросы, исходя из Вашего личного опыта. Ваши ответы будут использованы только в обобщенном виде. Гарантируем полную конфиденциальность полученных сведений.

1.	**Приходилось ли Вам в _____ году сдавать жилье для временного проживания**:			
	— туристам (отдыхающим)			101
	— родственникам, знакомым			102
	— квартирантам (сроком на год и более)			103
	— нет			104
2.	**Если Вы сдавали жилье туристам (родственникам, знакомым), то, пожалуйста, укажите:**			
	общую численность граждан, снимавших у Вас жилье, чел.			201
	в том числе	Процентов	Человек	
	жителей Краснодарского края			202
	среднюю продолжительность проживания одного человека, дней			203
3.	**Какова средняя стоимость проживания одного человека в сутки, рублей?**			
				301

БЛАГОДАРИМ ЗА ОТВЕТЫ!

Приложение 7

Перечень характерных для туризма видов деятельности (отраслей туризма) и их группировка по основным категориям в соответствии с МСОК Вар. 4

	Отрасли туризма	МСОК Вар. 4	Описание
1	Размещение посетителей	5510	Деятельность по кратковременному размещению
		5520	Площадки для кемпингов, стоянки для рекреационных транспортных средств и дач-прицепов
		5590	Прочие виды размещения
		6810	Операции с недвижимым имуществом, собственным или арендованным*
		6820	Операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе*
2	Деятельность в сфере общественного питания	5610	Деятельность ресторанов и передвижных точек общественного питания
		5629	Прочие услуги в сфере общественного питания
		5630	Деятельность заведений, подающих напитки
3	Пассажирские перевозки железнодорожным транспортом	4911	Пассажирский железнодорожный транспорт междугородного сообщения
4	Пассажирские перевозки дорожным транспортом	4922	Прочий пассажирский сухопутный транспорт
5	Пассажирские перевозки водным транспортом	5011	Морской и каботажный пассажирский водный транспорт
		5021	Внутренний пассажирский водный транспорт
6	Пассажирские перевозки воздушным транспортом	5110	Воздушный пассажирский транспорт
7	Прокат средств транспорта	7710	Аренда и лизинг автомобилей

Окончание

	Отрасли туризма	МСОК Вар. 4	Описание
8	Деятельность бюро путешествий и других служб бронирования	7911	Деятельность бюро путешествий
		7912	Деятельность туристических агентств
		7990	Прочие услуги по бронированию и связанные с этим виды деятельности
9.	Деятельность в сфере культуры	9000	Творческая деятельность, деятельность в области искусства, развлечений и отдыха
		9102	Деятельность музеев и функционирование исторических мест и зданий
		9103	Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников
10	Деятельность в сфере спорта и досуга	7721	Прокат инвентаря для досуга и отдыха и спортивного инвентаря
		9200	Деятельность по организации и проведению азартных игр и пари
		9311	Эксплуатация спортивных сооружений
		9319	Прочая спортивная деятельность
		9321	Деятельность парков отдыха и аттракционов
		9329	Прочая деятельность по организации досуга и развлечений, не включенная в другие категории
11	Розничная торговля определяемыми по странам характерными для туризма товарами		Магазины беспошлинной торговли**
			Специализированная розничная торговля сувенирами**
			Специализированная розничная торговля предметами кустарного промысла**
			Прочая специализированная розничная торговля характерными для туризма товарами**
12	Прочие определяемые по странам характерные для туризма виды деятельности		

* Раздел, связанный со вторым жильем и жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью (таймшер).

** Не входят в четырехзначные категории МСОК (Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности).

Пояснительные примечания

Пояснительные примечания взяты из публикации Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК), Четвертый пересмотренный вариант, Статистические документы (серия M № 4 / Rev. 4), Организация Объединенных Наций, Нью-Йорк, 2008 год.

Размещение посетителей

5510 Деятельность по кратковременному размещению

Данная подгруппа охватывает услуги по предоставлению мест для временного проживания, обычно на посуточной или понедельной основе, главным образом на короткий период пребывания. Сюда включается предоставление меблированных однокомнатных и многокомнатных номеров или полностью независимых жилых единиц с кухней, с предоставлением или без предоставления ежедневных или с иными интервалами услуг по уборке помещения, и часто с ассортиментом дополнительных услуг, таких как питание и напитки, автостоянки, услуги прачечной, плавательные бассейны и спортивные залы, места для отдыха или проведения конференций.

Данная подгруппа включает услуги по предоставлению мест для кратковременного проживания:

— в гостиницах
— в курортных гостиницах
— в гостиницах квартирного типа
— в мотелях
— в городских многоэтажных мотелях
— в домах для приезжих
— в пансионатах
— в гостиницах типа «ночлег и завтрак»
— в квартирах краткосрочного проживания и бунгало
— в жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью (таймшер)
— в домах отдыха
— в шале, коттеджах и домиках с услугой по уборке помещений
— в молодежных общежитиях или хижинах в горах.

В данную подгруппу не включено:

— предоставление домов и меблированных или немеблированных квартир для более длительного проживания, как правило, на помесячной или годовой основе.

5520 Площадки для кемпингов, стоянки для рекреационных транспортных средств и дач-прицепов

В данную подгруппу включены:
— предоставление места для проживания на территории кемпингов, в лагерях-стоянках для дач-прицепов, в лагерях отдыха, в лагерях для рыбалки и охоты на короткий срок
— предоставление места и услуг для рекреационных транспортных средств.

В данную подгруппу также включено предоставление места:
— в палаточных городках или в оборудованных элементарными удобствами местах для установки палаток и /или ночлега в спальных мешках

5590 Прочие виды размещения

Данная подгруппа охватывает услуги по предоставлению мест для кратковременного или более длительного проживания в помещениях на одного или нескольких человек или в общежитиях для студентов, временных (сезонных) рабочих и других лиц.

В данную подгруппу включено размещение:
— в студенческих общежитиях
— в школьных общежитиях
— в рабочих общежитиях
— в меблированных комнатах с питанием
— в спальных вагонах.

6810 Операции с недвижимым имуществом, собственным или арендованным

В данную подгруппу включены:
— покупка, продажа, сдача внаем или эксплуатация собственного или арендуемого недвижимого имущества, такого как:
  ■ многоквартирные дома и жилища
  ■ здания нежилого типа, включая выставочные залы, складские помещения с услугами самостоятельного хранения, торговые пассажи и центры
  ■ земля
— предоставление домов, меблированных или немеблированных квартир или апартаментов для более длительного проживания, как правило, на месячной или годовой основе.

В данную подгруппу также включены:
— осуществление строительных проектов для собственной эксплуатации, то есть для сдачи площадей в построенных зданиях в аренду

— разбивка недвижимого имущества на партии без благоустройства земельных участков
— эксплуатация участков, предназначенных для размещения передвижных домов.

В данную подгруппу не включены:
— осуществление строительных проектов в целях продажи, см. 4100
— разбивка и благоустройство земельных участков, см. 4290
— эксплуатация гостиниц, гостиниц квартирного типа и аналогичных мест для временного проживания, см. 5510
— эксплуатация кемпингов, стоянок дач-прицепов и аналогичных мест для временного размещения, см. 5520
— эксплуатация рабочих общежитий, пансионов и аналогичных мест для временного проживания, см. 5590.

6820 Операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе

Данная подгруппа охватывает осуществление деятельности в области недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе, включая предоставление услуг, связанных с недвижимым имуществом.

В данную подгруппу включены:
— деятельность агентов и брокеров по операциям с недвижимым имуществом
— посреднические услуги по покупке, продаже и сдаче внаем недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе
— управление недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе
— услуги по оценке стоимости недвижимого имущества
— услуги агентов по договорам с недвижимостью с отлагательным условием

В данную подгруппу не включены:
— правовая деятельность, см. 6910
— услуги по обслуживанию зданий, см. 8110
— эксплуатация таких объектов, как военные базы, тюрьмы и прочие объекты (кроме управления компьютерными центрами), см. 8110.

Деятельность в сфере общественного питания

5610 Деятельность ресторанов и передвижных точек общественного питания

Данная подгруппа охватывает_ предоставление питания клиентам независимо от того, обслуживают ли их официанты или они обслуживают себя сами, потребляют ли они готовые блюда в месте обслуживания или

берут их на вынос, или такие блюда доставляются им в другое место. Сюда включаются приготовление и подача блюд для немедленного потребления из автофургонов или с необорудованных мотором тележек.

В данную подгруппу включена деятельность:

— ресторанов
— кафетериев
— предприятий быстрого обслуживания
— предприятий по доставке пиццы на дом
— предприятий общественного питания, торгующих на вынос
— продавцов мороженого со специальных автофургонов
— передвижных торговых тележек
— приготовление блюд в рыночных палатках.

В данную подгруппу также включена:

— деятельность ресторанов и баров на транспорте, осуществляемая специальными предприятиями.

В данную подгруппу не включена:

— деятельность по сдаче внаем предприятий общественного питания, см. 5629.

5629 Прочие услуги в сфере общественного питания

Данная подгруппа охватывает предоставление услуг питания на предприятиях на основе договора с клиентом в течение определенного периода времени. Сюда включена также деятельность взятых в аренду точек общественного питания на спортивных или аналогичных объектах. Блюда часто готовятся на центральном предприятии.

В данную подгруппу включены:

— деятельность подрядных фирм, поставляющих готовую еду (например, для транспортных компаний)
— деятельность взятых в аренду точек общественного питания на спортивных или аналогичных объектах
— деятельность взятых в аренду столовых или буфетов (например, на фабриках, заводах, в учреждениях, больницах или учебных заведениях).

В данную подгруппу не включены:

— производство скоропортящихся пищевых продуктов для перепродажи, см. 1079
— розничная продажа скоропортящихся пищевых продуктов, см. подраздел 47.

5630 Деятельность заведений, подающих напитки

Данная подгруппа охватывает приготовление и подачу напитков для немедленного потребления в месте обслуживания.

В данную подгруппу включена деятельность:
— баров
— таверн
— коктейль-баров
— дискотек (с преимущественной подачей напитков)
— пивных баров и пабов
— кофеен
— фруктовых (безалкогольных) баров
— продавцов напитков с передвижных средств.

В данную подгруппу не включены:
— перепродажа расфасованных (готовых) к употреблению напитков, см. 4711, 4722, 4781, 4799
— деятельность дискотек и танцевальных площадок без подачи напитков, см. 9329.

Пассажирские перевозки железнодорожным транспортом

4911 Пассажирский железнодорожный транспорт междугородного сообщения

В данную подгруппу включены:
— пассажирские перевозки по междугородным железнодорожным линиям
— услуги спальных вагонов и вагонов-ресторанов как неотъемлемая часть деятельности железнодорожных компаний.

В данную подгруппу не включены:
— перевозка пассажиров, осуществляемая городскими и пригородными транспортными системами, см. 4921
— деятельность пассажирских терминалов, см. 5221
— услуги спальных вагонов и вагонов-ресторанов, предоставляемые отдельными фирмами, см. 5590, 5610.

Пассажирские перевозки дорожным транспортом

4922 Прочий пассажирский сухопутный транспорт

В данную подгруппу включены:
— деятельность прочего пассажирского автомобильного транспорта
— деятельность электроканатных дорог, фуникулеров, горнолыжных подъемников, если они не входят в состав городских или пригородных транспортных систем.

В данную подгруппу также включены:
— прочие услуги по аренде частных автомобилей с водителем
— перевозки, осуществляемые школьными автобусами и автобусами для перевозки сотрудников

— пассажирские перевозки транспортными средствами, передвигаемыми человеком, или на животной тяге.

В данную подгруппу не включена:

— перевозка на машинах скорой помощи, см. 8690.

Пассажирские перевозки водным транспортом

5011 Морской и каботажный пассажирский водный транспорт

В данную подгруппу включены:

— пассажирские перевозки по морю или в прибрежных водах, подчиняющиеся или не подчиняющиеся расписанию:
  - деятельность экскурсионных, круизных или прогулочных судов
  - деятельность паромов, водных такси и т.д.

В данную подгруппу также включена:

— аренда прогулочных судов с экипажем для выполнения морских и каботажных перевозок (например, для рыболовных сафари).

В данную подгруппу не включены:

— деятельность ресторанов и баров на борту судов, если она осуществляется специальными предприятиями, см. 5610, 5630.

— деятельность плавучих казино, см. 9200.

5021 Внутренний пассажирский водный транспорт

В данную подгруппу включены:

— пассажирские перевозки по рекам, каналам, озерам и прочим внутренним водным путям, в том числе в пределах гаваней и портов.

В данную подгруппу также включена:

— аренда прогулочных судов с экипажем для перевозки по внутренним водным путям.

Пассажирские перевозки воздушным транспортом

5110 Воздушный пассажирский транспорт

В данную подгруппу включены:

— пассажирские перевозки по воздуху, осуществляемые по установленным маршрутам и подчиняющиеся расписанию регулярных рейсов

— чартерные пассажирские авиаперевозки

— экскурсионные и туристические полеты.

В данную подгруппу также включены:

— аренда воздушных транспортных средств с оператором в целях пассажирских перевозок

— деятельность авиации общего назначения, например:
  - перевозки пассажиров, организуемые аэроклубами, в целях обучения или развлечения.

Прокат средств транспорта

7710 Аренда и лизинг автомобилей

В данную подгруппу включены:
— аренда и операционный лизинг следующих видов автотранспортных средств:
  - легковых автомобилей (без водителя)
  - грузовиков, прицепов общего назначения рекреационных транспортных средств.

В данную подгруппу не включены:
— аренда и лизинг легковых или грузовых автомобилей с водителем, см. 4922, 4923
— финансовый лизинг, см. 6491.

Деятельность бюро путешествий и других служб бронирования

7911 Деятельность бюро путешествий

В данную подгруппу включена:
— деятельность агентств, преимущественно осуществляющих продажу туристических, экскурсионных, транспортных и гостиничных услуг населению и коммерческим клиентам.

7912 Деятельность туристических агентств

В данную подгруппу включена:
— деятельность по организации и формированию туров, реализуемых через бюро путешествий или напрямую туристическими агентствами. Тур может включать все или любые из следующих услуг:
  - транспорт
  - размещение
  - питание
  - посещение музеев, историко-культурных объектов, театральных или музыкальных постановок, спортивных мероприятий.

7990 Прочие услуги по бронированию и связанные с этим виды деятельности

В данную подгруппу включены:
— предоставление прочих услуг по бронированию, связанных с поездками:

  - бронирование транспорта, гостиниц, ресторанов, услуги по аренде автомобиля, бронирование билетов на развлекательные и спортивные мероприятия и т.д.
- предоставление услуг обмена в рамках договоров таймшера
- деятельность по продаже билетов на театральные, спортивные и прочие зрелищно-развлекательные мероприятия
- оказание услуг помощи туристам:
  - предоставление справочно-информационных услуг туристам
  - деятельность экскурсоводов
- рекламная деятельность в сфере туризма.

В данную подгруппу не включены:
- деятельность бюро путешествий и туристических агентств, см. 7911, 7912
- организация и обеспечение проведения таких мероприятий, как встречи, конгрессы и конференции, см. 8230.

Деятельность в сфере культуры

9000 Творческая деятельность, деятельность в области искусства, развлечений и отдыха

Данная подгруппа включает функционирование сооружений и предоставление услуг потребителям в области культуры, развлечений и отдыха. В нее включены организация живых выступлений, мероприятий или выставок, предназначенных для осмотра публикой, их реклама и обеспечение участия в них, предоставление артистического, художественного или технического персонала для создания художественных произведений и организации живых выступлений.

В данную подгруппу включены:
- производство театральных представлений, концертов, оперных и танцевальных постановок и других сценических представлений:
  - деятельность групп, цирковых трупп или компаний, оркестров или джазовых групп
  - деятельность отдельных работников творческих профессий, таких как авторы, драматические актеры, режиссеры, музыканты, лекторы или докладчики, художники-декораторы, строители и т.д.
- деятельность концертных и театральных залов и других помещений для демонстрации художественных произведений и исполнительского искусства
- деятельность скульпторов, художников, карикатуристов, гравировщиков, офортистов и т.д.
- деятельность писателей во всех областях, включая художественную литературу, техническую литературу и т.д.

— деятельность независимых журналистов
— реставрация произведений искусства, таких как произведения живописи и т.д.

В данную подгруппу также включена:
— деятельность продюсеров и устроителей живых представлений в помещениях и без них.

В данную подгруппу не включены:
— реставрация витражных стеклянных окон, см. 2310
— изготовление статуй, кроме создания авторских оригиналов, см. 2396
— реставрация органов и других старинных музыкальных инструментов, см. 3319
— реставрация исторических объектов и зданий, см. 4100
— производство кинофильмов и видеопродукции, см. 5911, 5912
— деятельность кинотеатров, см. 5914
— деятельность агентов или агентств, действующих от имени театральных артистов или актеров кино, см. 7490
— деятельность по подбору артистов, см. 7810
— деятельность агентств по продаже билетов, см. 7990
— деятельность музеев всех видов, см. 9102
— деятельность в сфере спорта, развлечений и отдыха, см. подраздел 93
— реставрация мебели (кроме музейной реставрации), см. 9524.

9102 Деятельность музеев и функционирование исторических мест и зданий

В данную подгруппу включены:
— деятельность музеев всех видов:
  - художественных музеев, музеев ювелирных изделий, мебели, костюмов, керамики, изделий из серебра
  - музеев естественной истории, науки и техники, исторических музеев, включая военные музеи
  - других специализированных музеев
  - музеев на открытом воздухе
— функционирование исторических мест и зданий.

В данную подгруппу не включены:
— восстановление и реставрация исторических мест и музеев, см. раздел F
— реставрация произведений искусства и объектов из музейных коллекций, см. 9000
— деятельность библиотек и архивов, см. 9101.

9103 Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников

В данную подгруппу включены:
- функционирование ботанических садов и зоопарков, включая зоопарки для детей
- функционирование природных заповедников, включая деятельность по охране дикой природы, и т.д.

В данную подгруппу не включены:
- услуги в сфере ландшафтных работ и садоводства, см. 8130
- деятельность заказников для спортивной рыбалки и охоты, см. 9319.

Деятельность в сфере спорта и досуга

7721 Аренда и лизинг товаров для досуга и отдыха и спортивного инвентаря

В данную подгруппу включена:
- аренда (прокат) снаряжения для досуга и отдыха и спортивного инвентаря:
  - прогулочных судов, байдарок, парусных лодок
  - велосипедов
  - пляжных шезлонгов и зонтов
  - прочего спортивного инвентаря
  - лыж.

В данную подгруппу не включены:
- прокат видеокассет и дисков, см. 7722
- аренда прочих бытовых товаров и предметов личного пользования, не включенных в другие категории, см. 7729
- прокат снаряжения для отдыха и досуга как неотъемлемая часть деятельности рекреационных объектов, см. 9329.

9200 Деятельность по организации и проведению азартных игр и пари

В данную подгруппу включены:
- деятельность букмекерских контор и прочая деятельность, связанная со ставками на пари
- внеипподромные тотализаторы
- деятельность казино, в том числе плавучих казино
- продажа лотерейных билетов
- функционирование (эксплуатация) действующих при опускании монеты игровых автоматов с денежным выигрышем
- управление веб-сайтами с виртуальными азартными играми.

В данную подгруппу не включено:
— функционирование (эксплуатация) действующих при опускании монеты игровых автоматов, см. 9329

9311 Эксплуатация спортивных сооружений

В данную подгруппу включены:
— функционирование сооружений для организации и проведения спортивных мероприятий на открытом воздухе или в помещении (открытых, закрытых или под козырьком, с сиденьями для зрителей или без сидений):
  - стадионов для футбола, хоккея на траве, крикета, бейсбола, хайалай
  - треков для автогонок, ипподромов для собачьих бегов и лошадиных скачек
  - плавательных бассейнов и водных стадионов
  - стадионов для занятий легкой атлетикой
  - площадок и стадионов для зимних видов спорта
  - площадок для хоккея на льду
  - боксерских рингов
  - полей для игры в гольф
  - кегельбанов
  - фитнес-центров
— организация и проведение спортивных мероприятий на открытом воздухе или в помещении для профессионалов или любителей организациями, имеющими собственные спортивные сооружения.

Данная подгруппа включает управление персоналом для эксплуатации таких объектов и предоставление такого персонала.

В данную подгруппу не включены:
— аренда снаряжения для отдыха и спортивного инвентаря, см. 7721
— функционирование горнолыжных спусков, см. 9329
— деятельность парков и пляжей, см. 9329.

9319 Прочая спортивная деятельность

В данную подгруппу включены:
— деятельность продюсеров или организаторов спортивных мероприятий, имеющих или не имеющих собственные спортивные сооружения
— деятельность самостоятельно занятых спортсменов и атлетов, рефери, судей, секундантов и т.д.
— деятельность спортивных лиг и регулирующих органов
— деятельность по содействию проведению спортивных мероприятий

— деятельность по содержанию конюшен для скаковых лошадей, псарен и гаражей
— деятельность заказников для спортивной рыбалки и охоты
— деятельность проводников-альпинистов
— вспомогательная деятельность по организации спортивной или любительской охоты и рыболовства.

В данную подгруппу не включены:
— селекция скаковых лошадей, см. 0142
— аренда спортивного инвентаря, см. 7721
— деятельность спортивных школ и школ спортивных игр, см. 8541
— деятельность спортивных инструкторов, педагогов и тренеров, см. 8541
— организация и проведение спортивных мероприятий на открытом воздухе или в помещении для профессионалов или любителей спортивными клубами, имеющими или не имеющими собственные спортивные сооружения, см. 9311, 9312
— деятельность парков и пляжей, см. 9329.

9321 Деятельность парков отдыха и аттракционов

В данную подгруппу включена:
— деятельность парков отдыха или парков аттракционов, включая функционирование разнообразных аттракционов, таких как механические движущиеся аттракционы, водные аттракционы, игры, шоу, тематические выставки и территории для проведения пикников

9329 Прочая деятельность по организации досуга и развлечений, не включенная в другие категории

В данную подгруппу включены:
— деятельность парков отдыха и пляжей, в том числе прокат оборудования, такого как раздевалки на пляже, запирающиеся шкафчики, кресла и т.д.
— эксплуатация мест для стоянки прогулочного транспорта, например пристаней для яхт
— функционирование горнолыжных спусков
— прокат снаряжения для отдыха и развлечений в качестве неотъемлемой части деятельности мест проведения отдыха
— деятельность ярмарок и шоу развлекательного характера
— деятельность дискотек и танцевальных площадок
— функционирование (эксплуатация) действующих при опускании монеты игровых автоматов

— прочая деятельность по организации отдыха и развлечений (кроме парков отдыха и парков аттракционов), не включенная в другие категории.

В данную подгруппу также включена:

— деятельность продюсеров или устроителей живых представлений, кроме мероприятий в сфере искусства или спортивных мероприятий, в помещениях и без них.

В данную подгруппу не включены:

— рыболовные сафари, см. 5011, 5021
— предоставление места и оборудования для кратковременного проживания посетителей на территории парков отдыха, лесных массивов и кемпингов, см. 5520
— деятельность баров при дискотеках, см. 5630
— лагеря-стоянки для дач-прицепов, кемпинги, лагеря отдыха, лагеря для рыбалки и охоты, территории для палаточных городков, см. 5520
— отдельный прокат снаряжения для отдыха и развлечений, см. 7721
— функционирование (эксплуатация) действующих при опускании монеты игровых автоматов с денежным выигрышем, см. 9200
— деятельность парков отдыха и парков аттракционов, см. 9321.

Перечень характерных для туризма продуктов и их группирование по основным категориям в соответствии со второй версией Классификации основных продуктов

1. Услуги по размещению посетителей

63111 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях с ежедневным предоставлением услуг по уборке

63112 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях без ежедневного предоставления услуг по уборке

63113 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью (таймшер)

63114 Услуги по размещению посетителей в многоместных комнатах

63120 Услуги площадок для кемпинга

63130 Услуги лагерей отдыха и туристических лагерей

63210 Услуги по размещению студентов в комнатах или жилых помещениях в студенческих общежитиях

63290 Прочие услуги по размещению в комнатах или жилых помещениях, не включенные в другие категории

72111 Услуги по сдаче в наем собственных или арендованных жилых помещений

72123 Услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

72211 Услуги по управлению жилыми помещениями, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, кроме управления жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью

72213 Услуги по управлению жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе

72221 Услуги по продаже жилых зданий, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, кроме продажи жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

72223 Услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе

2. Услуги общественного питания

63310 Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием

63320 Услуги по обеспечению питанием с ограниченным обслуживанием

63399 Прочие услуги общественного питания

63400 Подача напитков

3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта

64131 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью железнодорожного транспорта

64210 Междугородные железнодорожные пассажирские перевозки

4. Услуги дорожного пассажирского транспорта

64115 Услуги такси

64116 Услуги по аренде легковых автомобилей с водителем

64117 Перевозка пассажиров транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животными

64118 Нерегулярные местные чартерные перевозки пассажиров городскими и междугородными автобусами

64119 Прочие пассажирские перевозки наземным транспортом, не включенные в другие категории

64132 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью наземного транспорта, кроме железнодорожного

64221 Регулярные междугородные перевозки пассажиров дорожным транспортом

64222 Регулярные междугородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом

64223 Нерегулярные дальние пассажирские перевозки автобусами, включая автобусы повышенной комфортности

5. Услуги водного пассажирского транспорта

64121 Перевозка пассажиров внутренним водным транспортом с помощью паромов

64122 Перевозка пассажиров внутренним водным транспортом с помощью круизных судов

64129 Прочие пассажирские перевозки внутренним водным транспортом

64133 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью водного транспорта

64231 Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров паромами

64232 Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров круизными судами

64239 Прочие каботажные и трансокеанские пассажирские перевозки

6. Услуги воздушного пассажирского транспорта

64134 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью воздушного транспорта

64241 Внутренние регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

64242 Внутренних нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

64243 Международные регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

64244 Международные нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

64250 Пассажирские перевозки космическим транспортом

7. Услуги проката средств транспорта

73111 Услуги по лизингу или аренде легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя

8. Услуги бюро путешествий и другие услуги бронирования

85511 Услуги по бронированию воздушного транспорта

85512 Услуги по бронированию железнодорожного транспорта

85513 Услуги по бронированию автобусного транспорта

85514 Услуги по бронированию проката автомобилей

85519 Прочие услуги по организации и бронированию транспорта, не включенные в другие категории

85521 Услуги по бронированию размещения

85522 Услуги по обмену жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью

85523 Услуги по бронированию круизов

85524 Услуги по бронированию комплексных туров

85539 Услуги по бронированию билетов на мероприятия, услуги в области развлечений и досуга и прочие услуги по бронированию

85540 Услуги туристических агентств

85550 Услуги экскурсионных бюро

85562 Справочно-информационные услуги для посетителей

9. Услуги в сфере культуры

96220 Услуги в области производства и представления зрелищных мероприятий

96310 Услуги артистов-исполнителей и других работников искусства

96411 Услуги музеев, кроме исторических мест и зданий

96412 Услуги по охране исторических мест и зданий

96421 Услуги ботанических садов и зоопарков

96422 Услуги природных заповедников, включая услуги по охране дикой природы

10. Услуги в сфере спорта и досуга

96520 Услуги по эксплуатации спортивных и спортивно-оздоровительных сооружений

96590 Прочие услуги в области спорта и спортивно-оздоровительных мероприятий

96910 Услуги парков развлечений и аналогичных аттракционов

96929 Прочие услуги по организации азартных игр и заключения пари

96930 Услуги монетных игровых автоматов для развлечения

96990 Прочие услуги в области отдыха и развлечений, не включенные в другие категории

11. Определяемые по странам характерные для туризма товары

12. Определяемые по странам характерные для туризма услуги

Пояснительные примечания

Данные пояснительные примечания относятся исключительно к характерным для туризма продуктам, сопоставимым на международном уровне, и приводятся в том же порядке, что и в приложении выше.

Пояснительные примечания взяты из второй версии Классификации основных продуктов.

Услуги по размещению посетителей

63111 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях с ежедневным предоставлением услуг по уборке

Этот подкласс включает:

— услуги по размещению, обычно на посуточной или понедельной основе в комнатах или жилых помещениях с ежедневным предоставлением услуг по уборке для лиц, находящихся за пределами места их постоянного проживания.

Этот подкласс не включает:

— услуги по размещению в жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью, см. 63113.

63112 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях без ежедневного предоставления услуг по уборке

Этот подкласс включает:

— услуги по размещению, обычно на посуточной или понедельной основе, в комнатах или жилых помещениях с предоставлением услуг по уборке реже одного раза в день для лиц, находящихся за пределами места их постоянного проживания.

Этот подкласс не включает:

— услуги по размещению в жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью, см. 63113

— услуги по размещению лиц на полупостоянной основе для проживания в меблированных комнатах или пансионах, см. 63290.

63113 Услуги по размещению посетителей в комнатах или жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения имуществом (таймшер)

Этот подкласс включает:

— услуги по размещению посетителей, находящихся за пределами места их постоянного проживания, в жилых помещениях, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

63114 Услуги по размещению посетителей в многоместных комнатах

Этот подкласс включает:
— услуги по размещению лиц, находящихся за пределами места их постоянного проживания, в многоместных комнатах, обычно предоставляемые на посуточной или понедельной основе, например в молодежных общежитиях, горных приютах или небольших домах.
Этот подкласс не включает:
— услуги по размещению в лагерях отдыха и туристических лагерях, см. 63130
— услуги по размещению студентов в студенческих общежитиях, см. 63210
— услуги по размещению в рабочих общежитиях или лагерях, см. 63220.

63120 Услуги площадок для кемпинга

Этот подкласс включает:
— предоставление мест стоянки для домов-фургонов или палаток для лиц, находящихся за пределами места их постоянного проживания, обычно на посуточной или понедельной основе
— предоставление мест в палаточных городках или в оборудованных элементарными удобствами местах для установки палаток или ночлега в спальных мешках.

63130 Услуги лагерей отдыха и туристических лагерей

Этот подкласс включает:
— предоставление места для размещения с ночевкой в сочетании с услугами питания, развлекательной программой или обучением в комплексном пакете для взрослых, молодежи или детей с взиманием единой платы.
Этот подкласс не включает:
— услуги лагерей для спортивных сборов, см. 92912.

63210 Услуги по размещению студентов в комнатах или жилых помещениях в студенческих общежитиях

Этот подкласс включает:
— услуги по размещению студентов в комнатах или жилых единицах в студенческих общежитиях при школах и университетах.
Этот подкласс не включает:
— предоставление комнат или жилых единиц посетителям в студенческих общежитиях во время летних каникул, см. 6311

— предоставление комнат или жилых единиц в студенческих общежитиях участникам конференций, см. 6311.

63290 Прочие услуги по размещению в комнатах или жилых помещениях, не включенные в другие категории

Этот подкласс включает:
— услуги по размещению лиц на полупостоянной основе для проживания в меблированных комнатах или пансионах и жилых помещениях клубного типа
— услуги спальных вагонов.

72111 Услуги по сдаче в наем собственных и арендованных жилых помещений

Этот подкласс включает:
— услуги по сдаче в наем или лизинг жилых помещений их владельцами или арендаторами:
  ■ домов, квартир, многоквартирных домов
  ■ зданий многоцелевого назначения, используемых в основном в качестве жилых
  ■ площадок для размещения жилых домов — фургонов.

Этот подкласс не включает:
— услуги по временному размещению, предоставляемые гостиницами, мотелями, домами с меблированными комнатами, школьными общежитиями, кемпингами и прочими местами временного проживания, см. 631.

72123 Услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

Этот подкласс включает:
— самостоятельную продажу жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

72211 Услуги по управлению жилыми помещениями, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, кроме управления жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью

Этот подкласс включает:
— услуги по эксплуатации домов и других объектов жилого фонда, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе

— услуги по эксплуатации многоквартирных зданий (или зданий многоцелевого назначения, которые в основном являются жилыми)
— услуги по эксплуатации площадок для размещения домов на колесах
— услуги по эксплуатации жилья, находящегося в совместной собственности
— услуги по сбору арендной платы.

Этот подкласс не включает:
— услуги по управлению жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью (находящейся в собственности), см. 72213.

72213 Услуги по управлению жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе

Этот подкласс включает:
— услуги по управлению зданиями или жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью.

72221 Услуги по продаже жилых зданий, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, кроме продажи жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью

Этот подкласс включает:
— риелторские и брокерские услуги, связанные с продажей домов, квартир, многоквартирных зданий и другого жилого фонда, и аналогичные посреднические услуги, связанные с покупкой, продажей и арендой жилых зданий и соответствующих земельных участков, которые предоставляются за вознаграждение или на договорной основе.

Этот подкласс не включает:
— услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, см. 72223
— услуги по продаже земли, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, см. 72230.

72223 Услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе

Этот подкласс включает:

— риелторские и брокерские услуги, связанные с продажей жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью.

Этот подкласс не включает:

— услуги по обмену жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью, см. 85522.

85522 Услуги по обмену жилыми помещениями, используемыми по договору кратковременного владения недвижимостью

Этот подкласс включает:

— услуги по обмену и бронированию (часто с использованием системы баллов) для владельцев жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью.

Этот подкласс не включает:

— услуги по продаже жилых помещений, используемых по договору кратковременного владения недвижимостью, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, см. 72223.

Услуги общественного питания

63310 Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием

Этот подкласс включает:

— услуги по приготовлению блюд и подаче соответствующих напитков, предоставляемые ресторанами, кафе и аналогичными предприятиями общественного питания, обеспечивающими полное обслуживание, заключающееся в обслуживании официантом индивидуальных клиентов, сидящих за столами (в том числе за стойками или в кабинетах) в сочетании с развлекательной программой или без нее

— услуги по приготовлению блюд и подаче соответствующих напитков в гостиницах или других местах проживания или в транспортных средствах, например в поездах или на судах. Обычно обеспечивается полное обслуживание, включающее обслуживание официантом индивидуальных клиентов, сидящих за столами (в том числе за стойками или в кабинетах)

— услуги, предоставляемые в вагонах-ресторанах.

Этот подкласс не включает:

— услуги по подаче напитков без приготовления пищи, см. 63400.

63320 Услуги по обеспечению питанием с ограниченным обслуживанием

Этот подкласс включает:

— услуги по подаче блюд в заведениях с частичным или полным самообслуживанием, то есть с предоставлением сидячих мест, но без обслуживания официантами, таких как:
  - услуги по подаче блюд в заведениях быстрого обслуживания с сидячими местами.

Этот подкласс не включает:

— эксплуатацию столовых в арендуемых помещениях, см. 63393
— услуги по предоставлению питания заведениями, не предусматривающими обслуживание официантами и обычно не предоставляющими сидячих мест, см. 63399
— услуги по подаче напитков без приготовления блюд, см. 63400.

63399 Прочие услуги общественного питания

Этот подкласс включает:

— прочие услуги по приготовлению пищи и подаче соответствующих напитков в барах по продаже прохладительных напитков, киосках по продаже рыбы с жареным картофелем, заведениях быстрого обслуживания без сидячих мест и заведениях по торговле пищей на вынос и т.д.
— услуги заведений типа кафе-мороженое и кондитерские
— предоставление блюд и закусок, приготовленных на месте и выдаваемых через торговые автоматы
— услуги передвижных точек общественного питания, то есть услуги по приготовлению и подаче блюд и напитков для потребления на месте с машин и тележек.

Такие услуги оказываются без обслуживания официантами и предоставления сидячих мест.

Этот подкласс не включает:

— предоставление блюд и закусок, выдаваемых через торговые автоматы, но не приготовленных на месте, см. 6242.

63400 Подача напитков

Этот подкласс включает:

— услуги по подаче алкогольных или безалкогольных напитков, такие как услуги, предоставляемые барами, пивными залами, ночными клубами, дискотеками и аналогичными заведениями с развлекательной программой или без таковой.

Этот подкласс также включает:
— такие же услуги, предоставляемые барами, действующими в гостиницах или других местах временного проживания или в транспортных средствах, например в поездах и на судах.
Этот подкласс не включает:
— предоставление блюд, закусок и напитков, выдаваемых через торговые автоматы, см. 6242
— услуги по подаче блюд и связанных с ними напитков, см. 6331, 6332.

Услуги железнодорожного пассажирского транспорта

64131 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью железнодорожного транспорта

Этот подкласс включает:
— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью железнодорожного транспорта.

64210 Междугородные железнодорожные пассажирские перевозки

Этот подкласс включает:
— услуги по перевозке пассажиров по железной дороге между неприлегающими городами, независимо от расстояния и используемого класса, которые доступны для всех пользователей
— услуги по перевозке следующих с пассажирами транспортных средств, багажа, животных и прочего груза
Этот подкласс не включает:
— пассажирские перевозки по железной дороге в пределах одного города или группы прилегающих городов, доступные для всех пользователей, см. 64111
— услуги спальных вагонов, см. 63290
— услуги вагонов — ресторанов, см. 63310.

Услуги дорожного пассажирского транспорта

64115 Услуги такси

Этот подкласс включает:
— перевозки пассажиров на таксомоторах в пределах городской черты или между городскими и пригородными районами

Эти услуги обычно предоставляются с оплатой в зависимости от пройденного расстояния и с целью доставки в конкретный пункт назначения. Сюда включаются также услуги по предварительному заказу поездок

— услуги по перевозке авиапассажиров нерегулярными «челночными» рейсами между аэропортом и городом.

Этот подкласс не включает:

— услуги по перевозке авиапассажиров регулярными «челночными» рейсами между аэропортом и городом, см. 64114
— услуги арендованных автомобилей с водителем, см. 64116
— услуги используемых на условиях такси транспортных средств, приводимых в движение человеком или животными, см. 64117
— услуги водных такси, см. 64129
— услуги аэротакси, см. 64242
— услуги транспорта скорой медицинской помощи, см. 93194.

64116 Услуги по аренде легковых автомобилей с водителем

Этот подкласс включает:

— услуги арендованных автомобилей с водителем, предоставляемые в любом месте, кроме услуг такси.

Эти услуги обычно предоставляются с повременной оплатой ограниченному числу пассажиров и часто предусматривают перевозку в более чем одно место назначения.

64117 Перевозка пассажиров транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животными

Этот подкласс включает:

— перевозки пассажиров транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животными, такими как рикши, или с помощью вьючных животных, при условии что с транспортными средствами или животными предоставляются услуги извозчика.

Этот подкласс не включает:

— услуги по аренде транспортных средств, приводимых в движение человеком или животными, без услуг извозчика, см. 73114.

64118 Нерегулярные местные чартерные пассажирские перевозки городскими и междугородными автобусами

Этот подкласс включает:

— нерегулярные чартерные перевозки пассажиров арендованными городскими и междугородными автобусами с водителем в пределах городской черты и пригородных районов, обычно осуществляемые с оплатой в зависимости от времени и расстояния и часто предусматривающие перевозку в более чем одно место назначения.

В отличие от аренды автобуса, что дает клиенту полный контроль, эта услуга обычно предоставляется на определенном маршруте и по определенному расписанию.

Этот подкласс не включает:

— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью автобусов, см. 64132
— услуги по аренде автобусов с водителем, кроме чартерных рейсов, см. 66011.

64119 Прочие пассажирские перевозки наземным транспортом, не включенные в другие категории

Этот подкласс включает:

— услуги по перевозке пассажиров канатным транспортом, например фуникулерами, подвесными канатными дорогами, горнолыжными подъемниками и аналогичными средствами, предоставляемыми по расписанию
— прочие регулярные пассажирские перевозки, осуществляемые механизированными средствами наземного транспорта, не включенные в другие категории
— нерегулярные пассажирские перевозки автотранспортными средствами с водителем, не включенные в другие категории
— услуги по перевозке следующих с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут предоставляться без дополнительной оплаты.

Сюда включены сопутствующие услуги, за которые не взимается отдельная плата (услуги экскурсоводов, питание и т.д.).

Этот подкласс не включает:

— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью автобусов, см. 64132.

64132 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью наземного транспорта, кроме железнодорожного

Этот подкласс включает:

— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью средств наземного пассажирского транспорта, кроме железнодорожного:
  - услуги по осмотру достопримечательностей с помощью автобусов.

64221 Регулярные междугородные перевозки пассажиров дорожным транспортом

Этот подкласс включает:

— услуги по перевозке пассажиров между неприлегающими городами по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию с помощью автобусов, трамваев, троллейбусов и аналогичных транспортных средств, доступные для всех пользователей
— услуги по перевозке следующих с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут предоставляться без дополнительной платы.

64222 Регулярные междугородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом

Этот подкласс включает:

— услуги по перевозке пассажиров между неприлегающими городами по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию с помощью автобусов, трамваев, троллейбусов и аналогичных транспортных средств, предназначенные для конкретных групп пользователей
— регулярные междугородные «челночные» транспортные сообщения, например маршрутные автобусы, курсирующие между городом и аэропортом.

64223 Нерегулярные дальние пассажирские перевозки автобусами, включая автобусы повышенной комфортности

Этот подкласс включает:

— услуги по перевозке пассажиров между городскими и пригородными районами или на дальние расстояния арендованными автобусами, включая автобусы повышенной комфортности, с водителем, обычно предоставляемые с оплатой в зависимости от времени и расстояния и часто предусматривающие перевозку в более чем одно место назначения.

В отличие от аренды автобуса, что дает клиенту полный контроль, эта услуга обычно предоставляется на определенном маршруте и по определенному расписанию.

Этот подкласс не включает:

— услуги по аренде автобусов, включая автобусы повышенной комфортности, с водителем, кроме чартерных рейсов, см. 66011.

Услуги водного пассажирского транспорта

64121 Перевозки пассажиров внутренним водным транспортом с помощью паромов

Этот подкласс включает:
— услуги по перевозке пассажиров по рекам, каналам и другим внутренним водным путям паромами, в том числе судами на подводных крыльях и на воздушной подушке, как на регулярной, так и на нерегулярной основе
— услуги по перевозке следующих с пассажирами багажа, животных и прочего груза.

64122 Перевозки пассажиров внутренним водным транспортом с помощью круизных судов

Этот подкласс включает:
— круизы по внутренним водным путям, включающие услуги по перевозке, размещению, питанию и прочие сопутствующие услуги за единую плату.
Этот подкласс не включает:
— услуги туристических и экскурсионных судов, см. 64133.

64129 Прочие пассажирские перевозки внутренним водным транспортом

Этот подкласс включает:
— услуги по перевозке пассажиров по рекам, каналам и другим внутренним водным путям на регулярной или нерегулярной основе судами любого типа, кроме паромов, круизных судов и экскурсионных и туристических судов
— водные такси.
Этот подкласс не включает:
— перевозку пассажиров паромами, см. 64121
— услуги туристических судов, см. 64133.

64133 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью водного транспорта

Этот подкласс включает:
— услуги по осмотру достопримечательностей на средствах водного транспорта.

64231 Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров паромами

Этот подкласс включает:
— каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров паромами, в том числе судами на подводных крыльях и на воздушной подушке, на регулярной или нерегулярной основе
— услуги по перевозке следующих с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут предоставляться без дополнительной платы.

64232 Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров круизными судами

Этот подкласс включает:
— морские круизы, включающие услуги по перевозке, размещению, питанию, отдыху и прочие рекреационные услуги за единую плату.

64239 Прочие каботажные и трансокеанские пассажирские перевозки

Этот подкласс включает:
— каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров средствами водного транспорта на регулярной или нерегулярной основе независимо от класса обслуживания, кроме перевозок паромами и круизными судами
— перевозка пассажиров от порта до порта, в том числе грузовыми судами
— услуги по перевозке следующих с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут предоставляться без дополнительной платы.

Услуги воздушного пассажирского транспорта

64134 Услуги по осмотру достопримечательностей с помощью воздушного транспорта

Этот подкласс включает:
— услуги по осмотру достопримечательностей пассажирами с помощью воздушных средств транспорта.

64241 Внутренние регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

Этот подкласс включает:
— пассажирские перевозки, осуществляемые воздушными судами любого типа, включая вертолеты, по заранее определяемым внутренним маршрутам и заранее определенному расписанию
— перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительной платы.

64242 Внутренние нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

Этот подкласс включает:
— пассажирские перевозки, осуществляемые воздушными судами любого типа, включая вертолеты, по внутренним маршрутам на нерегулярной основе
— перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительной платы.

Этот подкласс не включает:
— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью воздушного транспорта, см. 64134
— услуги по аренде пассажирских воздушных судов с экипажем, см. 66031.

64243 Международные регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

Этот подкласс включает:
— пассажирские перевозки, осуществляемые воздушными судами любого типа, включая вертолеты, по заранее определенным международным маршрутам и заранее определенному расписанию
— перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительной платы.

64244 Международные нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом

Этот подкласс включает:
— пассажирские перевозки, осуществляемые воздушными судами любого типа, включая вертолеты, по международным маршрутам на нерегулярной основе

— перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительной платы.

Этот подкласс не включает:

— услуги по осмотру достопримечательностей с помощью воздушного транспорта, см. 64134
— услуги по аренде пассажирских воздушных судов с экипажем, см. 66031.

64250 Пассажирские перевозки космическим транспортом

Этот подкласс включает:

— доставку пассажиров в космическое пространство и обратно любыми средствами.

Услуги проката средств транспорта

73111 Услуги по лизингу или аренде легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя

Этот подкласс включает:

— лизинг, аренду или найм легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя

Этот подкласс не включает:

— лизинг, аренду или найм частных автомобилей с водителем, см. 64116
— финансовый лизинг автомобилей, см. 71140

Услуги бюро путешествий и другие услуги бронирования

85511 Услуги по бронированию воздушного транспорта

Этот подкласс включает:

— организацию бронирования авиабилетов.

85512 Услуги по бронированию железнодорожного транспорта

Этот подкласс включает:

— организацию бронирования мест в железнодорожном транспорте.

85513 Услуги по бронированию автобусного транспорта

Этот подкласс включает:

— организацию бронирования автобусного транспорта.

85514 Услуги по бронированию проката автомобилей

Этот подкласс включает:
— организацию бронирования проката автомобилей.

85519 Прочие услуги по организации и бронированию транспорта, не включенные в другие категории

Этот подкласс включает:
— услуги по бронированию перевозки паромами
— услуги по бронированию «челночного» автотранспорта в аэропорт и из него
— все прочие услуги по бронированию транспорта, не включенные в другие категории.

Этот подкласс не включает:
— услуги по бронированию круизов, см. 85523.

85521 Услуги по бронированию размещения

Этот подкласс включает:
— организацию бронирования услуг по размещению для:
  ■ размещения внутри страны
  ■ размещения за границей
— организацию прямого обмена жилыми помещениями, такими как дома или апартаменты/квартиры.

85523 Услуги по бронированию круизов

Этот подкласс включает:
— организацию бронирования билетов на круизы:
  ■ круизы одного дня или менее одного дня
  ■ круизы более одного дня.

85524 Услуги по бронированию комплексных туров

Этот подкласс включает:
— организацию бронирования комплексных туров:
■ внутренних комплексных туров
■ международных комплексных туров.

85539 Услуги по бронированию билетов на мероприятия, услуги в области развлечений и досуга и прочие услуги по бронированию

Этот подкласс включает:

— организацию бронирования билетов на театральные представления, концерты или спортивные мероприятия.

85540 Услуги туристических агентств

Этот подкласс включает:

— организацию, формирование и реализацию комплексных туров:

- готовых туров, внутренних и международных
- сформированных по индивидуальному заказу комплексных внутренних и международных групповых туров

Такой комплекс обычно включает покупку и перепродажу услуг по перевозке пассажиров и багажа, размещению, обеспечению питанием и осмотру достопримечательностей. Сформированные комплексные туры могут продаваться отдельным лицам, бюро путешествий или другим туроператорам.

85550 Услуги экскурсионных бюро

Этот подкласс включает:

— услуги экскурсоводов, т.е. проезд к туристическим объектам и разъяснения по ним, обычно в отношении объектов культурного, исторического, археологического или природного характера.

Этот подкласс не включает:

— услуги проводников — альпинистов, егерей по охоте и рыбалке, см. 96620.

85562 Справочно-информационные услуги для посетителей

Этот подкласс включает:

— предоставление информации посетителям или потенциальным посетителям относительно мест назначения, брошюры для подготовки поездок и т.д.

Услуги в сфере культуры

96220 Услуги в области производства и представления зрелищных мероприятий

Этот подкласс включает:

— услуги по производству и представлению:

- театральных, оперных, балетных, музыкальных спектаклей и концертов
- постановок кукольных театров
- цирковых представлений.

Этот подкласс не включает:
— услуги по производству и представлению, касающиеся светозвуковых представлений или фейерверков, см. 96990.

96310 Услуги артистов-исполнителей и других работников искусства

Этот подкласс включает:
— услуги актеров, чтецов, певцов, музыкантов, танцоров, каскадеров, телевизионных ведущих/дикторов и услуги других работников искусства
— услуги независимых моделей.

96411 Услуги музеев, кроме исторических мест и зданий

Этот подкласс включает:
— услуги по демонстрации всевозможных коллекций (искусство, наука и техника, история)
— услуги по управлению такими коллекциями и их сохранению
— организацию передвижных выставок таких коллекций.

Этот подкласс не включает:
— услуги по продаже и демонстрации, осуществляемые коммерческими художественными галереями, см. 62299
— услуги по охране исторических мест и зданий, см. 96412
— услуги ботанических садов и зоопарков, см. 96421.

96412 Услуги по охране исторических мест и зданий

Этот подкласс включает:
— услуги по эксплуатации исторических мест, памятников и зданий, включая организацию их посещений
— услуги по охране исторических мест, памятников и зданий.

96421 Услуги ботанических садов и зоопарков

Этот подкласс включает:
— услуги по эксплуатации ботанических садов и зоопарков, включая организацию их посещений
— услуги по сохранению и поддержанию на должном уровне ботанических садов и зоопарков.

Этот подкласс не включает:
— услуги природных заповедников, см. 96422.

96422 Услуги природных заповедников, включая услуги по охране дикой природы

Этот подкласс включает:
— услуги по эксплуатации национальных парков и природных заповедников, включая надзор за ними, обеспечение доступа к ним и организацию их посещений
— услуги по сохранению и поддержанию в должном состоянии национальных парков и природных заповедников.

Услуги в сфере спорта и досуга

96520 Услуги по эксплуатации спортивных и спортивно — оздоровительных сооружений

Этот подкласс включает:
— услуги по эксплуатации и организации посещения спортивных и спортивно — оздоровительных сооружений, на открытом воздухе или в помещениях, таких как стадионы, арены, ринги, плавательные бассейны, спортивные поля, треки, поля для игры в гольф, кегельбаны, теннисные корты и т.д.
— услуги школ верховой езды.

Этот подкласс не включает:
— услуги по управлению не предназначенными для жилья помещениями, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, см. 72212.

96590 Прочие услуги в области спорта и спортивно-оздоровительных мероприятий

Этот подкласс включает:
— услуги по организации занятий парашютным спортом
— услуги по организации занятий дельтапланеризмом
— услуги по организации занятий подводным плаванием с аквалангом.

96910 Услуги парков развлечений и аналогичных аттракционов

Этот подкласс включает:
— услуги парков развлечений
— услуги аттракционов и любительских игр
— услуги по эксплуатации развлекательных железных дорог.

96929 Прочие услуги по организации азартных игр и заключения пари

Этот подкласс включает:
- услуги по организации и продаже, связанные с лотереями, лото, заключением пари
- услуги казино, игорных домов
- услуги игорных автоматов для азартных игр.

96930 Услуги монетных игровых автоматов для развлечения

Этот подкласс включает:
- предоставление услуг развлекательных монетных игровых автоматов, таких как:
  - игры типа настольного футбола
  - игры типа аэрохоккея
  - автоматы для пинбола
  - видеоигры
- предоставление услуг приводимых в действие при помощи монеты аттракционов и развлекательных игр, таких как:
  - платные карусели (аттракционы) для детей.

Этот подкласс не включает:
- сдачу в аренду площадей для размещения каруселей (аттракционов) или игровых автоматов, см. 72112
- предоставление доступа к каруселям, играм и аттракционам совместно с доступом в парки развлечений и тематические парки, см. 96910
- азартные игры с применением электронных и механических автоматов для азартных игр, таких как монетные игорные автоматы и терминалы видеолотерей, см. 96929.

96990 Прочие услуги в области отдыха и развлечений, не включенные в другие категории

Этот подкласс включает:
- услуги по эксплуатации и организации посещения бальных и танцевальных залов и других заведений для отдыха
- эксплуатацию горнолыжных трасс
- услуги парков отдыха и пляжей
- услуги по производству и представлению:
  - светозвуковых представлений
  - фейерверков.

Этот подкласс не включает:

— услуги по управлению не предназначенными для жилья помещениями, предоставляемые за вознаграждение или на договорной основе, см. 72212
— персональные услуги театральных или артистических агентств, см. 85999
— услуги по подбору исполнителей для кинофильмов, телевизионных и других театральных представителей, см. 85999
— услуги по эксплуатации и организации посещения спортивных и спортивно — оздоровительных сооружений, см. 96520.

Приложение 8

Примерный перечень типовых вопросов для получения данных о спросе на поездки в Европейском союзе за отчетный квартал

Формулировка вопроса	Возможный ответ (примечания)
Часть 1	
Вопрос Q1	
В течение апреля, мая или июня, совершали ли вы поездку по стране или за границу, по крайней мере, с одной ночевкой вдали от дома?	Если ответ «да», то переходят к вопросу Q2 Если ответ «нет», то переходят к вопросу Q7
Вопрос Q2	
Сколько поездок, по крайней мере с одной ночевкой, вы совершили по личным причинам (независимо от того, где вы размещались в арендованном или не арендованном жилье)?	1. Если больше одной, то переходят к вопросу Q3 2. Если одна, то переходят к вопросу Q4
Вопрос Q3	
Сколько из этих поездок по личным причинам было поездок за границу?	Указывается количество
Вопрос Q4 *Сколько поездок, по крайней мере с одной ночевкой, было с профессиональными целями?*	Если больше одной, то переходят к вопросу Q5, если одна поездка, то переходят к вопросу Q6
Эти вопросы могут быть объединены в один операционный вопрос: ***«в течение апреля, мая или июня, сколько поездок по стране и за рубеж вы совершили, по крайней мере, с одной ночевкой вдали от дома?»***	
Вопрос Q5 *Сколько из этих поездок с профессиональными целями было поездок за границу?*	Указывается количество
Часть 2	
Вопрос Q6 *Какова цель поездки*: *a*) *личная цель, для отдыха, рекреации и проведения отпуска;* *b*) *личная цель, для посещения друзей и родственников;* *c*) *другие личные цели (паломничество, лечение);* *d*) *профессиональная цель или бизнес*	На вопрос Q6 респондент отвечает следующим образом: если число поездок от одной до трех, то указывается цель каждой поездки, если поездок совершено больше трех, то указываются цели трех последних поездок

Продолжение

Формулировка вопроса	Возможный ответ (примечания)
Вопрос Q7 *Какова страна назначения (где вы провели большую часть вашего пребывания или хотели бы провести):* *a) страна, где вы проживаете;* *b) среди иностранных государств:* *— на первом месте* *— на втором месте* *— на третьем месте* *— на четвертом месте* *— на пятом месте;* *c) другая страна (укажите)*	В ответе на вопрос участвуют как совершившие поездку, так и те респонденты, которые не совершали поездок Обычно респонденту предлагается список нескольких популярных дестинаций
Вопрос Q8 *Как бы вы охарактеризовали дестинацию или место, которые вы посетили:* *d) город;* *e) море;* *f) сельская местность, в том числе озера, реки и др.;* *g) круизное судно;* *h) горы (плоскогорье, холмы и др.);* *i) другое*	Вопрос касается только поездок с личными целями *Допускается несколько вариантов ответа*
Вопрос Q9 *Укажите месяц отъезда в путешествие* *a) июнь;* *b) май;* *c) апрель;* *d) март;* *e) укажите другой месяц*	Учитываются все поездки, которые заканчиваются в этом квартале
Вопрос Q10 *Сколько ночей вы провели вдали от дома в этой поездке?*	Указывается количество ночевок
Вопрос Q11 *В этой поездке за границу, сколько ночей (если таковые имеются) вы провели вдали от дома, на территории страны, прежде чем ее покинуть?*	Указывается количество ночевок
Вопрос Q12 *Участвовали ли дети в возрасте до 15 лет в группе путешественников (travel party)?*	Вопрос не относится к профессиональным поездкам Группа путешественников — несколько лиц, отправляющихся в путешествие, располагая общим бюджетом Ответ «да» или «нет»

Продолжение

Формулировка вопроса	Возможный ответ (примечания)
Вопрос Q13 *Какой вид транспорта был основным средством передвижения*: *a*) *воздушный;* *b*) *водный* (*пассажирское судно или паром, круизное судно, яхта, арендованное судно и др.*); *c*) *железнодорожный;* *d*) *автобусный* (*регулярные или нерегулярные перевозчики*); *e*) *автотранспортное средство* (*собственное или арендованное, например, легковая автомашина*); *f*) *другие* (*например, велосипед*)	
Вопрос Q14 *Что было основным средством размещения*: *a*) *гостиницы или аналогичные средства размещения* (*где производится ежедневная уборка номера*); *b*) *кемпинги, территории для временных стоянок автодомов и прицепов;* *c*) *другое съемное жилье* (*даже если вы не платите сами*), *в том числе в молодежных общежитиях, коттеджах, квартирах, бунгало, причалы, учреждения здравоохранения и др.;* *d*) *собственный дом для отдыха, второй дом;* *e*) *жилье, предоставляемое бесплатно родственниками или друзьями;* *f*) *другое размещение в не арендованном жилье*	Если респондент проживал в нескольких средствах размещения во время поездки, указывается одно, в котором проведено большинство всего ночевок
Часть 3	Ответ «да» или «нет»
Вопрос Q15 *Все расходы* (*или их часть*) *на поездку оплачены турагентству или туроператору исходя из содержания пэкидж-тура?*	Вопросы Q15A1 и Q15A2 задаются дополнительно к вопросу Q15 в случае выяснения величины расходов всей группы путешественников (или домохозяйств)
Вопрос Q15A1 *Сколько участников* (*включая вас*) *было в группе путешественников?*	

Продолжение

Формулировка вопроса	Возможный ответ (примечания)
Вопрос Q15A2 *Сколько лиц моложе 15 лет были в группе путешественников?*	Указывается сумма оплаты в евро
Вопрос Q16 *Сколько вы заплатили за пакет турагента или туроператора?*	Отмечаются все компоненты
Вопрос Q17 *Какие компоненты полностью или частично включены в пакет услуг:* *a*) *транспорт;* *b*) *проживание;* *c*) *питание и напитки в кафе и ресторанах* (*например, полупансион, полный пансион, все включено*)*;* *d*) *другие товары или услуги* (*напр. экскурсии, курсы, входная плата, велнесс- услуги*)	
Следующие вопросы относятся к расходам, совершенным дополнительно к оплате пакета услуг (в случае, если все компоненты поездки были полностью оплачены в составе пакета — вопросы оставить без ответа)	Указывается сумма в евро на местные и международные перевозки, прокат автомобиля, топливо, дорожные сборы и др.
Вопрос Q18 *Сколько вы потратили на транспорт?*	Указывается сумма в евро
Вопрос Q19 *Сколько вы потратили на проживание?*	Указывается сумма в евро Указывается сумма в евро
Вопрос Q20 *Сколько вы потратили на еду и напитки в кафе и ресторанах?*	Включаются товары для личного пользования, входные билеты в музеи, или мероприятия, экскурсии, велнесс и др. Могут быть включены расходы на приобретение товаров длительного пользования и ценных вещей.
Вопрос Q21 *Сколько вы потратили на другие услуги или товары?*	Указывается сумма в евро Включаются ценные предметы (картины и пр.), ювелирные изделия или потребительские товары длительного пользования (компьютеры, фотоаппаратура). Исключаются типичные сувениры стоимостью менее 100 евро.

Окончание

Формулировка вопроса	Возможный ответ (примечания)
Вопрос Q22 *Какая сумма потрачена на покупку товаров длительного пользования, ценных вещей?*	
Часть 4	
Вопрос Q23 *Пол* *Мужской* *Женский*	Согласно утвержденному Регламенту 692/2011, опросы Q25, Q26 и Q27 не являются обязательными, включаются по решению статистических органов отдельных стран
Вопрос Q24 *Возраст*	
Вопрос Q25 *Как бы вы описали свою занятость*: *a*) *работаю* (*работаю по найму*, *самостоятельно занятый*); *b*) *безработный;* *c*) *студент*, *учащийся;* *d*) *другое* (*не в состоянии работать*)	
Вопрос Q26 *Каков ваш высший завершенный образовательный уровень*: *a*) *на самой нижней ступени среднего;* *b*) *среднее и среднее специальное* (*но не высшее*); *c*) *высшее*	Респондент может ответить на один из вопросов Q27A или Q27B по выбору
Вопрос Q27A *Можете ли вы дать оценку чистого ежемесячного дохода семьи?*	В доходы включается зарплата (после уплаты налогов и отчислений в систему социального обеспечения), регулярные премии, доход от самостоятельной занятости, пособия, такие как пособие по безработице, пенсии и др.
Вопрос Q27B *В каком из следующих четырех диапазонов вы оцениваете месячный доход домохозяйства*: *a*) *меньше 1000 евро;* *b*) *от 1000 до 1999евро;* *c*) *от 2000 до 3999 евро;* *d*) *от 4000 и более евро*	

Приложение 9

Собирательная группировка «Туризм» в составе ОКВЭД (предварительный и окончательный варианты)

Предварительный состав		Состав, согласованный с Росстатом	
Наименование группировки	**Код ОКВЭД**	**Наименование группировки**	**Код ОКВЭД**
1. Размещение посетителей			
Деятельность гостиниц	55.10	Деятельность гостиниц	55.10
Деятельность молодежных туристских лагерей и горных туристских баз	55.21	Деятельность молодежных туристских лагерей и горных туристских баз	55.21
Деятельность кемпингов	55.22	Деятельность кемпингов	55.22
Деятельность детских лагерей на время каникул и прочих мест для проживания	55.23.1	Деятельность детских лагерей на время каникул	55.23.1
Деятельность пансионатов, домов отдыха и т.п.	55.23.2	Деятельность пансионатов, домов отдыха и т.п.	55.23.2
Сдача внаем для временного проживания меблированных комнат	55.23.3	Сдача внаем для временного проживания меблированных комнат	55.23.3
Предоставление мест для временного проживания в железнодорожных спальных вагонах и прочих транспортных средствах	55.23.4	Предоставление мест для временного проживания в железнодорожных спальных вагонах и прочих транспортных средствах	55.23.4
Деятельность прочих мест для временного проживания, не включенных в другие группировки	55.23.5 (не полное соответствие)*		

Продолжение

Предварительный состав		Состав, согласованный с Росстатом	
Наименование группировки	**Код ОКВЭД**	**Наименование группировки**	**Код ОКВЭД**
2. Деятельность по предоставлению услуг общественного питания			
Деятельность ресторанов и кафе	55.30	Деятельность ресторанов и кафе	55.30
Деятельность баров	55.40	Деятельность баров	55.40
3. Железнодорожные пассажирские перевозки			
Деятельность магистрального пассажирского железнодорожного транспорта	60.10.11	Деятельность магистрального пассажирского железнодорожного транспорта	60.10.11
4. Автомобильные пассажирские перевозки			
Междугородные автомобильные (автобусные) пассажирские перевозки, подчиняющиеся расписанию	60.21.13	Междугородные автомобильные (автобусные) пассажирские перевозки, подчиняющиеся расписанию	60.21.13
Международные автомобильные (автобусные) пассажирские перевозки, подчиняющиеся расписанию	60.21.14	Международные автомобильные (автобусные) пассажирские перевозки, подчиняющиеся расписанию	60.21.14
Пассажирские перевозки фуникулерами, воздушными канатными дорогами и подъемниками	60.21.3	Пассажирские перевозки фуникулерами, воздушными канатными дорогами и подъемниками	60.21.3
Деятельность такси	60.22	Деятельность такси	60.22
Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта	60.23	Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта	60.23
5. Водные пассажирские перевозки			
Деятельность морского пассажирского транспорта	61.10.1	Деятельность морского пассажирского транспорта	61.10.1
Деятельность внутреннего водного пассажирского транспорта	61.20.1	Деятельность внутреннего водного пассажирского транспорта	61.20.1

6. Воздушные пассажирские перевозки			
Деятельность воздушного пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию	62.10.1	Деятельность воздушного пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию	62.10.1
Деятельность воздушного пассажирского транспорта, не подчиняющегося расписанию	62.20.1	Деятельность воздушного пассажирского транспорта, не подчиняющегося расписанию	62.20.1
7. Аренда транспортного оборудования			
Аренда легковых автомобилей	71.10	Аренда легковых автомобилей	71.10
Аренда прочего автомобильного транспорта и оборудования	71.21.1 не полное соответствие)*		
Аренда морских транспортных средств с экипажем	61.10.31		
Аренда внутренних водных транспортных средств с экипажем; предоставление маневровых услуг	61.20.3 не полное соответствие)*		
Аренда водных транспортных средств и оборудования	71.22 не полное соответствие)*		
Аренда воздушного транспорта с экипажем	62.20.3 не полное соответствие)*		
Аренда воздушных транспортных средств и оборудования	71.23 не полное соответствие)*		

Окончание

Предварительный состав		Состав, согласованный с Росстатом	
Наименование группировки	**Код ОКВЭД**	**Наименование группировки**	**Код ОКВЭД**
8. Деятельность в сфере предоставления услуг туристских агентств и других услуг резервирования			
Организация комплексного туристического обслуживания	63.30.1	Организация комплексного туристического обслуживания	63.30.1
Обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами	63.30.2	Обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами	63.30.2
Предоставление туристических информационных услуг	63.30.3	Предоставление туристических информационных услуг	63.30.3
Предоставление туристических экскурсионных услуг	63.30.4	Предоставление туристических экскурсионных услуг	63.30.4
9. Деятельность в сфере культуры			
Деятельность музеев и охрана исторических мест и зданий	92.52	Деятельность музеев и охрана исторических мест и зданий	92.52
Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников	92.53	Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников	92.53
		Показ фильмов	92.13
		Деятельность в области художественного, литературного и исполнительского творчества	92.31.2
		Прочая зрелищно-развлекательная деятельность	92.34
10. Спортивно-азвлекательная деятельность			
Деятельность ярмарок и парков с аттракционами	92.33	Деятельность ярмарок и парков с аттракционами	92.33
Деятельность цирков	92.34.1		

Прочая зрелищно-развлекательная деятельность, не включенная в другие группировки	92.34.3		
Деятельность по организации азартных игр	92.71 (не полное соответствие)*	Деятельность по организации азартных игр	92.71
Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений, не включенная в другие группировки	92.72 (не полное соответствие)*	Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений, не включенная в другие группировки	92.72
Прокат инвентаря и оборудования для проведения досуга и отдыха	71.40.4	Прокат инвентаря и оборудования для проведения досуга и отдыха	71.40.4
		Прочая деятельность в области спорта	92.62
11. Розничная торговля туристскими товарами			
Розничная торговля изделиями из кожи и дорожными принадлежностями	52.43.2	Розничная торговля изделиями из кожи и дорожными принадлежностями	52.43.2
Розничная торговля спортивными товарами, рыболовными принадлежностями, туристским снаряжением, лодками и велосипедами	52.48.23	Розничная торговля спортивными товарами, рыболовными принадлежностями, туристским снаряжением, лодками и велосипедами	52.48.23
Розничная торговля сувенирами, изделиями народных художественных промыслов, предметами культового и религиозного назначения, похоронными принадлежностями	52.48.34 (не полное соответствие)*	Розничная торговля сувенирами, изделиями народных художественных промыслов, предметами культового и религиозного назначения, похоронными принадлежностями	52.48.34
12. Характерные виды туристской деятельности с учетом специфики РФ			
Страхование от несчастных случаев и болезней	66.03.4	Страхование от несчастных случаев и болезней	66.03.4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	85.11.2	Деятельность санаторно-курортных учреждений	85.11.2

*Не все позиции, включенные в данную группировку ОКВЭД, соответствуют критериям (**А**) и (**Б**) для включения их в категорию «характерные туристские услуги».

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Для заметок