

ИЗ ФОНДОВ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ

Трехлеб, Павел Сергеевич

1. Статистическая оценка туристской деятельности  
региона на основе сателлитного счета туризма

1.1. Российская государственная библиотека

Трехлеб, Павел Сергеевич

Статистическая оценка туристской  
деятельности региона на основе спутникового  
счета туризма [Электронный ресурс]: Дис.  
... канд. экон. наук : 08.00.12 .-М.: РГБ,  
2003 (Из фондов Российской Государственной  
библиотеки)

Бухгалтерский учет, статистика

Полный текст:

<http://diss.rsl.ru/diss/03/0559/030559016.pdf>

Текст воспроизводится по экземпляру,  
находящемуся в фонде РГБ:

Трехлеб, Павел Сергеевич

Статистическая оценка туристской  
деятельности региона на основе сателлитного  
счета туризма

Сочи 2002

Российская государственная библиотека, 2003  
год (электронный текст).

61:03 - 8/1843 - 0

Сочинский государственный университет  
туризма и курортного дела

на правах рукописи

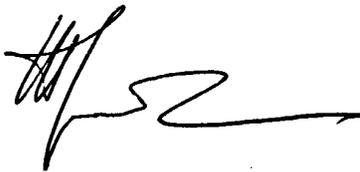
УДК - 31:33:338.48

Трехлеб Павел Сергеевич

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА  
ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА  
НА ОСНОВЕ САТЕЛЛИТНОГО СЧЕТА ТУРИЗМА

Специальность 08.00.12. - Бухгалтерский учет, Статистика

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук



Научные руководители -  
д.э.н., профессор  
Татаринов А.А.  
к.э.н., профессор  
Башкатов Б.И.

СОЧИ - 2002

## Оглавление

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....   | <b>4</b>  |
| <b>ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ</b> .....                      | <b>9</b>  |
| § 1.1. Задачи статистики туризма в рамках информационно-аналитического обеспечения региональной экономической политики .....            | 9         |
| § 1.2. Классификации в статистике туризма на основе спроса и предложения туристского продукта .....                                     | 18        |
| § 1.3. Концепция сателлитного счета туризма как инструмента статистической оценки туристской деятельности .....                         | 34        |
| § 1.4. Анализ канадского опыта разработки сателлитного счета туристской деятельности .....  | 46        |
| <b>ГЛАВА 2. ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ МЕТОДОЛОГИИ СТАТИСТИКИ ТУРИЗМА В РОССИИ МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ</b> .....                              | <b>56</b> |
| § 2.1. Система показателей и источников информации статистики туризма в России .....  | 56        |
| § 2.2. Характеристика туристской индустрии г. Сочи на основе показателей государственной статистики туризма .....                       | 68        |
| § 2.3. Оценка повышения эффективности отечественной статистики туризма при внедрении методологии сателлитного счета туризма .....       | 79        |
| <b>ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА САТЕЛЛИТНОГО СЧЕТА ТУРИЗМА ДЛЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА СОЧИ</b> .....                            | <b>87</b> |
| § 3.1. Концепция системы оценки туристской деятельности в специализированном туристском субрегионе Сочи .....                           | 87        |
| § 3.2. Методические особенности косвенных расчетов нерегистрируемого туристского потока в субрегионе Сочи в 2000 г. ....                | 90        |
| § 3.3. Методологические вопросы выборочного обследования туристских расходов посетителей субрегиона Сочи в 2000 г. ....                 | 96        |
| § 3.4. Особенности формирования классификатора туристских услуг и туристских видов экономической деятельности для субрегиона Сочи. .... | 111       |
| § 3.5. Особенности разработки и использования таблиц сателлитного счета туризма для туристского субрегиона Сочи .....                   | 118       |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....                      | 131 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ..... | 135 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ .....                      | 146 |

## Введение

### Актуальность темы исследования.

Повышение интереса к вопросам статистической оценки туризма обусловлено сильным ростом, начиная с 60-х годов, экономического значения туризма как крупнейшего и высокодоходного вида деятельности, на который к началу XXI-го века приходилось около 10,9% мирового ВВП, 12% потребительских расходов, 5% налоговых поступлений и 192 млн. рабочих мест. Как следствие для выработки государственной политики в целях сбалансированного развития отрасли требуются более мощные инструменты оценки реального вклада туризма в экономики стран. Проблематика статистического описания туристской деятельности в течение последних десятилетий является одним из приоритетных направлений деятельности таких международных организаций, как ООН, ОЭСР, Всемирная туристская организация (ВТО) и Евростат. В процесс выработки международных стандартов статистики туризма активно включаются отраслевые ассоциации: Международный комитет по туризму и путешествиям (WTTC), Карибская туристическая организация (СТО) и т.д.

Включение туризма в перечень приоритетных направлений государственной экономической политики произошло и в России. С середины 90-х годов прошлого столетия сформировалась рамочная законодательная база, регламентирующая условия развития туристского рынка страны. При этом функция государственного регулирования и стимулирования туризма едва ли может быть эффективно реализована при условии сохранения существующей системы статистической оценки туристской деятельности. Последняя по сути не позволяет оценить роль туризма в привычных экономических агрегатах и обеспечить достаточную информационную базу для планирования и прогнозирования результатов стимулирующей политики как на уровне специализированных туристских регионов (субрегионов), так и на уровне страны в целом.

Принятая международными организациями к началу 90-х годов современная методология сателлитного счета туризма (ССТ), позволила свести воедино методы оценки туризма со стороны спроса и предложения и обеспечить надежные статистические данные, предоставила возможность межотраслевых и международных сопоставлений в стандартах СНС. В этом смысле дальнейшее укрепление статистики туризма в значительной мере можно связывать с адаптацией к условиям России методологии сателлитного счета туризма как эффективного комплекса стандартов, определений и методов для измерения вклада туризма в национальную экономику в терминах ВВП, занятости и инвестиций. Необходимо отметить, что в «Концепции развития туризма в РФ на период до 2005 года», одобренной Правительством РФ 11 июля 2002 года, в части совершенствования статистики туризма предполагается «разработка внедрения сателлитных счетов в рамках системы национальных счетов». Соответственно, основным мотивом для выбора этой темы диссертационного исследования является попытка восполнить пробел в части методологических разработок по статистическому изучению туристской деятельности. И в этом смысле дальнейшее укрепление статистики туризма в значительной мере может быть связано с адаптацией для условий России методологии сателлитного счета туризма как эффективного комплекса стандартов, определений и методов для измерения вклада туризма в национальную экономику в терминах ВВП, занятости, инвестиций, как современного инструмента изучения экономики территорий туристской специализации.

#### Цель и задачи исследования.

Цель настоящей работы - разработка методологических подходов для построения сателлитного счета туризма на региональном (субрегиональном) уровне как наиболее

перспективного инструмента статистической оценки экономических процессов в рекреационно-туристских регионах. Достижение указанной цели предполагает постановку и решение следующих задач:

□ оценка потребностей органов государственного регулирования в информационно-аналитическом обеспечении экономической политики в отношении специализированных туристских регионов;

□ анализ отечественного и зарубежного опыта построения комплексных систем статистического описания туризма, в том числе в рамках разработки и внедрения сателлитного счета туристской деятельности;

□ разработка и апробация методики организации выборочных обследований туристских расходов для внутреннего и въездного туризма в субрегионе Сочи;

□ разработка методики косвенного расчета нерегистрируемой части туристского потока и ее апробация в субрегионе Сочи;

□ усовершенствование методики формирования классификационного перечня туристских видов деятельности на базе ОКДП и СИКТА;

□ разработка методологических подходов к формированию таблиц сателлитного счета туризма, включая оценку туристского продукта в стандартах СНС в туристском субрегионе Сочи.

**Объектом исследования** является экономика специализированного туристского субрегиона Сочи. **Предметом исследования** является статистическая оценка экономики туристского региона России на основе методологии сателлитного счета туризма.

**Информационной базой** исследования послужили данные Сочинского городского отдела государственной статистики (Госкомстат России), Сочинского научно-исследовательского центра РАН, данные МПС, ГТК РФ, материалы выборочных обследований (объемом 3414 респондентов), проведенных при участии автора.

**Теоретической и методологической основой исследования** явились труды отечественных и зарубежных ученых в области статистики и экономики туризма, методологические рекомендации Всемирной туристской организации и Организации экономического сотрудничества и развития. Для решения поставленных в диссертации задач использовались статистические методы организации выборки и оценки ее точности, методы матричного представления процессов воспроизводства регионального продукта, а также графические и табличные методы представления полученных результатов исследования.

Обработка исходной информации осуществлялась с использованием пакетов прикладных программ "Microsoft Excel", "SPSS 10.0".

**Научная новизна исследования.** В диссертации сформулированы и выносятся на защиту следующие основные положения, представляющие научный интерес:

□ проведена оценка туристского продукта региона на основе сателлитного счета туризма, разработанного с учетом данных выборочных обследований туристских расходов;

□ обоснованы основные принципы организации выборочных обследований туристских расходов для условий российского рынка туристских услуг;

□ предложена основанная на международной методологии методика разработки таблиц сателлитного счета туризма на региональном уровне, апробированная в экспериментальном порядке в субрегионе Сочи;

□ усовершенствована система стоимостных статистических показателей туристской деятельности в регионе в стандартах СНГ;

□ разработана и апробирована методика проведения косвенных расчетов нерегистрируемой части въездного и внутреннего туристского потока, основанная на взаимосвязи показателей транспортной статистики.

**Практическая значимость результатов работы.** Полученные в диссертационной работе результаты могут быть использованы в

практической работе статистических органов и органов управления экономическим развитием туристских регионов для определения значения туризма в экономике региона, идентификации структуры производства и потребления туристского продукта, выявления наиболее приоритетных туристских видов деятельности, определения налогового потенциала теневой деятельности. Результаты работы используются при чтении учебного курса «Планирование и прогнозирование регионального развития» в Сочинском государственном университете туризма и курортного дела.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты исследования опубликованы в 6 печатных работах общим объемом 9,6 п.л. Результаты работ докладывались и получили одобрение на:

- Международной конференции по вопросам статистики туризма (Ванкувер, Канада, май 2001 г.);
- Всероссийской конференции «Социально-экономические проблемы курортов России» (Сочи, октябрь 2001 г.).

Материалы и результаты исследования по теме докладывались на научно-практических семинарах по внедрению методических разработок в текущую деятельность администрации города Сочи.

Работы по формированию методологических подходов построения сателлитного счета туризма на региональном уровне и их экспериментальной апробации в субрегионе Сочи проведены в рамках международного исследовательского проекта «Туризм – фактор экономического роста в России» совместно с экспертами университета Ватерлоо (Канада) при финансовой поддержке российско-канадского консорциума по прикладным экономическим исследованиям (СЕРРА).

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и приложений, списка использованной литературы.

Диссертация выполнена на кафедре международных экономических отношений и финансов Сочинского государственного университета туризма и курортного дела.

## **Глава 1. Методологические основы статистической оценки туристской деятельности на региональном уровне**

### **§ 1.1. Задачи статистики туризма в рамках информационно-аналитического обеспечения региональной экономической политики**

С середины 20-го века туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. В настоящее время на долю туризма приходится около 10% мирового валового национального дохода, 8% общего объема мирового экспорта и 30-35 % мировой торговли услугами. Общие расходы на внутренний и международный туризм составляют 12% мирового валового национального продукта [12]. Развитие туризма играет важную роль в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, создаются предпосылки для улучшения платежного баланса страны.

Российская Федерация, несмотря на свой высокий туристский потенциал, занимает незначительное место на мировом туристском рынке. На ее долю приходится около 1 % мирового туристского потока [15]. По оценкам специалистов ВТО, потенциальные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры принимать до 40 млн. иностранных туристов в год, однако на сегодняшний день количество приезжающих в Россию иностранных гостей с деловыми, туристскими и частными целями не соответствует ее туристскому потенциалу, составляя всего 7,4 млн. чел. Современное развитие туризма в России характеризуется наличием глубоких противоречий в его

организационной структуре, в направленности развития, в состоянии качественных и количественных характеристик [54].

По прогнозу ВТО к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран - самых популярных направлений туризма. По данным ВТО по доходам от туризма Россия в 1999 году заняла 9-е место в Европе и 15-е в мире, опередив Грецию, Турцию, Бельгию и Нидерланды. По усредненным оценкам разных организаций (из-за отсутствия официальных статистических данных по туристскому бизнесу в России за последние годы) к началу 1998 года в России насчитывалось 9-12 тыс. туристских организаций. Число работников, прямо или косвенно занятых в системе услуг гостеприимства (с учетом сотрудников туристских фирм, гостиниц, аэропортов, транспортных компаний, музеев, кафе, ресторанов и т.д.) достигло 8 млн. человек [54]. Объем услуг, предоставленных иностранным туристам в России в прошлом году, оценивается как минимум в 1 млрд. долларов (расходы туристов на проживание в гостиницах и других средствах размещения, питание, экскурсионное обслуживание, культурно-зрелищные мероприятия, сувениры и т.д.).

В целях обеспечения правовой, организационной и экономической среды для формирования современной туристской индустрии в России вырабатывается системная политика в этой области. Правительством страны в 2002 году утверждена «Концепция развития туризма в России» как основа для координации развития туризма на национальном и региональных уровнях и ориентированная на создание в стране высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, следующего принципам устойчивого развития и обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристских услугах. В рамках приоритетов Концепции указано на необходимость формирования современной статистики туризма,

соответствующей международным требованиям в духе решений Статистической комиссии ООН, учитывающей показатели смежных отраслей и определяющей совокупный вклад туризма в экономику страны.

В данном контексте усиливается актуальность решения проблем оценки реальной роли туризма в экономике региона или страны. Прежде чем очертить основные проблемы измерения вклада туризма в национальную и региональную экономику, целесообразно остановиться на общем понятии отрасли экономики.

Отрасль - это группа предприятий, которые: (1) производят относительно однородную продукцию, (2) используют в основном одни и те же технологические процессы, (3) объем валового выпуска которых достаточно велик, чтобы быть статистически значимым в соответствии с общепринятыми критериями на национальном или региональном уровне [36].

Таким образом, отрасль определяется некоторым базовым продуктом, производимым составляющими ее предприятиями. При этом следует учитывать, что предприятия часто производят более чем один тип продукта и классифицируются в соответствии с преобладающим продуктом из числа выпускаемых ими. Следовательно, решение вопроса о том, образует данная группа предприятий некую отрасль или нет, зависит от принятых критериев. Вопрос об однородности выпускаемой продукции или используемых производственных процессов достаточно сложный. Для отображения различий между отдельными продуктами в рамках групп однородных продуктов применяется иерархическая классификация.

Туризм, несмотря на всю гибкость отраслевых классификаций, не может рассматриваться подобным образом, поскольку туризм - это то, что делают потребители, а не то, что производят предприятия. Действительно разнообразие продуктов и технологий, используемых в туристской деятельности настолько велико, что

вряд ли позволяет утверждать на основе общепринятой логики, что туризм – это отдельная отрасль.

Экономическая деятельность в области туризма определяется в качестве «совокупной деятельности», некоторые компоненты которой относятся к различным видам деятельности. Строго говоря, не существует никакого вида экономической деятельности в туризме, и любой вид деятельности приобретает туристский характер, только если использование произведенных им товаров и услуг связано, в основном, с туристским потреблением (рис. 1.1.1.).

| Виды экономической деятельности, виды потребления              | Виды экономической деятельности по производству туристских товаров и услуг | Виды экономической деятельности по производству прочих товаров и услуг |
|--|--|--|
| Туристские товары и услуги, потребляемые туристами             | размещение в гостинице туриста   | покупка туристом дорожной сумки в магазине                             |
| Туристские товары и услуги, потребляемые прочими потребителями | размещение в гостинице дипломата   | покупка дипломатом дорожной сумки в магазине                           |
| Прочие товары и услуги, потребляемые туристами                 | покупка газет в гостинице туристом   | покупка сигарет туристом в магазине                                    |
| Прочие товары и услуги, потребляемые прочими потребителями     | покупка газет в гостинице дипломатом                                       | покупка сигарет дипломатом в магазине                                  |

- Объект наблюдения статистики туризма со стороны предложения (выпуск туристских видов деятельности)
- ..... Объект наблюдения статистики туризма со стороны спроса (потребление туристами туристских и прочих товаров и услуг)

**Рис. 1.1.1. Примеры взаимосвязи между выпуском туристских и нетуристских видов деятельности, потреблением туристами туристских и прочих продуктов**

При таком подходе все отрасли в некоторой степени являются элементами этой всемирной экономической деятельности, обусловленной расходами туристов. Таким образом, принципиальное значение принимает понятийный аппарат, используемый в отношении туриста. Это резко отличается от практики, принятой в системах национальных счетов, где различия между отраслями основаны на различиях между продуктами с точки зрения используемых материалов и методов производства, а также предполагаемого назначения продукции. Учитывая, что невозможно отказаться от основанного на концепции спроса определения масштаба туризма, особое значение приобретают унифицированные подходы к классификации видов деятельности в туризме с учетом специфики отдельных стран и регионов.

Учитывая, что все товары и услуги, связанные с туризмом, потребляются одновременно и посетителями, и местными жителями, существует сложная проблема статистической оценки как такового туристского продукта. В условиях такого смешения туристских и нетуристских товаров, производимых одновременно туристскими и нетуристскими видами деятельности, используя общепринятые подходы к экономическим оценкам, невозможно напрямую измерить роль туризма в национальной и региональной экономике. Решением этой проблемы является выделение отдельных видов туристской деятельности из огромного разнообразия отраслей экономики в стране или регионе и систематическое отображение их совокупности в сателлитном счете туризма (ССТ).

Специфика внедрения сателлитного счета туризма на уровне региона в отличие от национального уровня определяется в основном информационными проблемами. Последние заключаются преимущественно в слабости или полном отсутствии региональных экономических счетов.

Выбор объектом исследования именно региональной экономики обусловлен рядом причин. Разработка методологических подходов на национальном уровне является однозначно более масштабной работой, требующей внимательного рассмотрения специфики статистической оценки внутреннего и международного туризма, учета проблем агрегирования информации региональной статистики на национальном уровне и т.д. Кроме того, высокое экономическое значение туризма в России более очевидно на уровне туристских регионов. Соответственно, в определенной мере более актуально внедрить новый статистический инструментарий именно на этом уровне. Немаловажным фактором является и то, что апробация методологии предполагает проведение выборочных обследований. Ресурсное обеспечение диссертационного исследования позволило организовать и провести обследование туристов (объем выборки 3414 респондентов) на примере субрегиона Сочи.

Современная теория регионального развития предусматривает активную роль государства (в лице федеральных, региональных и муниципальных властей) в поддержке наиболее эффективной траектории функционирования экономической системы [11]. Развитие региональных экономических систем происходит под непосредственным влиянием процессов территориального разделения труда, то есть важнейшим источником регионального дохода является деятельность приоритетных отраслей специализации. В реальной действительности экономическое значение специализированных отраслей для региона приобретает стратегический характер при условии относительно сжатого внутреннего спроса на региональные продукты. То есть значимость внутреннего спроса усиливается пропорционально увеличению масштабов региона, соответственно на уровне субрегиональных образований потенциал внутреннего рынка незначителен.

Методология комплексной экономической диагностики региона является многоплановой задачей, включающей определение стандартных макроэкономических индикаторов (валовой внутренней региональный продукт), изучение степени открытости региональной экономики, отраслевой структуры региональной экономики, определение роли отраслей специализации.

Специфика государственного регулирования экономического развития туристских регионов в России связана, прежде всего, с обеспечением государственных интересов в сбалансированной эксплуатации природных рекреационных ресурсов, а также особой социальной значимости программ организации отдыха и оздоровления различных групп населения страны. Технологическая особенность организации производства и оказания туристских услуг, как правило, накладывает жесткие ограничения, прежде всего экологического характера, соответственно туристские регионы априори обречены на фактическую моноспециализацию. Условием их выживания в рыночных условиях является успешное повышение конкурентоспособности регионального туристского продукта при наличии платежеспособного спроса или функционирование в режиме оказания нерыночных субсидируемых услуг, например, в рамках социальных государственных программ.

Препятствием на пути роста эффективности управления экономикой региона являются недостатки информационно-аналитических систем, сформированных без ориентации на целостную систему анализа регионального развития. Отдельные показатели часто не являются взаимосвязанными и согласованными, что крайне важно при подготовке стратегических решений. Современная региональная государственная статистика не является на настоящий момент достаточно разработанной, в частности, не рассчитывается полный перечень основных макроэкономических агрегатов, не

формируются синтетические экономические балансы как основы анализа региональной экономики. Существенное ограничение на широкое использование указанных моделей в практике государственного регулирования регионального развития, кроме прочего, связано с информационной недостаточностью, обусловленной как проблемами трансформации статистической методологии, так и методическими аспектами формирования эмпирических информационных массивов. Учитывая, что методология планирования и прогнозирования регионов до сих пор надлежащим образом не стандартизирована, большую актуальность имеет внедрение локальных систем прогнозирования, адекватно учитывающих специфику социально-экономических процессов региона.

Внедрение региональных экономических счетов в методологии СНС позволяет адекватно оценить взаимосвязи между элементами экономики региона на основе аналитических балансов капитала, трудовых и природных ресурсов, финансового баланса, межотраслевого баланса производства и распределения продукции, межотраслевого материально-финансового баланса. Вопросы формирования системы региональных экономических счетов являются актуальными направлениями повышения информационно-аналитического обеспечения государственного управления на региональном уровне. В Российской Федерации территориальные комитеты государственной статистики начали работу по расчету ряда показателей национальных счетов - добавленной стоимости, объема конечного потребления и накопления. В 1997 году Госкомстатом утверждены «Методологические рекомендации построения таблицы «Ресурсы товаров и услуг» (на региональном уровне)», в 1999 году издано пособие «Методология расчета показателей системы национальных счетов на региональном уровне». Очевидно, что проводимые расчеты имеют большое значение для формирования стратегий управления в

регионах, разработки региональных программ социально-экономического развития.

Методологические разработки в области статистики туризма должны также предоставлять показатели туристской деятельности в унифицированных стандартах СНГ. Статистическое описание туристской деятельности, описание и анализ процессов социально-экономического характера, обусловленных туризмом, приобретают в последние десятилетия особую актуальность вследствие постоянного и интенсивного развития туризма во всем мире. Во многих странах, регионах туризм становится основой региональной специализации, соответственно источником экономического развития.

Таким образом, приоритетными задачами реформирования системы статистической оценки туристской деятельности является усовершенствование следующих групп показателей:

- показатели натурально-вещественной, стоимостной структуры валового выпуска туристских видов деятельности, показатели емкости туристских рынков;
- показатели роли туризма в экономике региона в стандартах СНГ (например, добавленная стоимость, занятость, генерируемые туризмом), обеспечивающих информационную сопоставимость с прочими видами деятельности;
- показатели роли импорта и экспорта туристских услуг в формировании и использовании материальных ресурсов региона;
- показатели интенсивности туристского потребления, туристских расходов по потребительским сегментам;
- показатели формирования и распределения доходов, влияние трансфертов на экономику туризма;
- прочие параметры для имитационного моделирования сценариев государственного регулирования и определения влияния туризма

на социальные, экономические и экологические показатели развития страны (региона).

### § 1.2. Классификации в статистике туризма на основе спроса и предложения туристского продукта

Содержательный план работы последних международных конференций по статистике туризма демонстрирует, что проблемы терминологии, понятийного аппарата в этой сфере до сих пор решены не полностью. Тем не менее, к настоящему времени сформировались устоявшиеся теоретические концепции и определения, получившие признание в международной практике. Признанными лидерами в области выработки стандартов статистики туризма на текущий момент являются статистический секретариат ООН, ВТО и ОЭСР.

В настоящем параграфе приведена характеристика наиболее распространенного понятийного аппарата статистики туризма со стороны спроса и предложения, разработанного преимущественно статистическими органами ВТО [84].

Туризм определяется как «деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями [84]». Таким образом, туристская деятельность идентифицируется на основе критериев дальности, продолжительности и цели поездки. Для описания туристской деятельности со стороны спроса в международном сопоставимом формате ВТО рекомендует использовать

единый понятийный аппарат, основные определения и термины которого приведены ниже.

*Посетитель* определяется как путешественник, совершающий поездку, характеризуемую следующими специфическими чертами:

- место назначения находится за пределами обычной среды,
- срок пребывания в месте назначения не превышает 12 месяцев,
- главной целью поездки не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника, находящегося в месте посещения.

*Обычная среда* определяется на основе показателей частотности и расстояния. Туристские поездки не должны носить регулярный характер, а посещаемые места должны быть расположены далеко от места жительства. Таким образом, обычная среда «включает в себя определенный район вокруг местожительства плюс все места, посещаемые достаточно часто» [68]. Концепция обычной среды разработана с целью исключить из состава посетителей лиц, осуществляющих регулярные поездки на работу, учебу. Реализация концепции предполагает определение минимального расстояния для отнесения путешествующего лица к категории туриста, минимальной продолжительности отсутствия в обычной среде (продолжительность пребывания в статистике туризма ограничивается 12 месяцами: данная характеристика тесно связана с категорией резидентства в туристской статистике и на практике углубляет определение обычной среды).

*Резидентство* является важным критерием в туристской статистике, в частности для отнесения посетителей к тем или иным категориям международного туризма. С точки зрения статистики туризма любое лицо, переехавшее в другое место или другую местность той же страны и намеревающееся находиться в этом месте более одного года, сразу же учитывается как постоянный житель (резидент) данного места. Такой подход учитывает рекомендации

ООН по международной миграции и не включает в число постоянных жителей работников дипломатических представительств, военнослужащих и их иждивенцев и домашнюю прислугу. В то же время применительно, например, к международному туризму, категория резидентства не полностью совпадает с определением, данным в руководстве МВФ по платежному балансу. Так, иностранные студенты, срок пребывания которых превышает 12 месяцев, в статистике туризма являются резидентами страны нахождения, а по определению МВФ и СНС - нет.

В рамках рекомендаций ВТО выделяются следующие типы и категории туризма [68]:

- внутренний туризм, т.е. путешествия жителей какого-либо района по этому району;
- въездной туризм, т.е. путешествия по какому-либо району, лиц, не являющихся его жителями;
- выездной туризм, т.е. путешествия жителей какого-либо района в другой район.

Рассматривая «район» в широком смысле слова, в том числе и в смысле «страна», ВТО выделяет три категории туризма:

- туризм в пределах страны, который включает внутренний туризм и въездной туризм;
- национальный туризм, который охватывает внутренний туризм и выездной туризм;
- международный туризм, состоящий из въездного туризма и выездного туризма.

В отношении аспектов направленности туристских потоков по отношению к стране (региону) происхождения выделены международные и внутренние посетители (в каждой группе соответственно выделяют однодневных посетителей и туристов). При этом к числу международных посетителей не относятся следующие

категории путешественников:

- мигранты;
- лица, проживающие в приграничных областях и регулярно пересекающие границу в целях работы;
- дипломаты, военнослужащие;
- беженцы;
- транзитные пассажиры, которые формально не въезжают в страну;
- заключенные;
- лица, сопровождающие или конвоирующие эти группы.

К числу внутренних посетителей не относятся следующие категории путешественников:

- переселенцы;
- лица, путешествующие с основной целью получения дохода в месте пребывания;
- лица, путешествующие с основной целью выполнения работы в месте пребывания;
- лица, путешествующие регулярно и часто между соседними местностями с целью учебы, работы;
- лица без определенного места жительства;
- военнослужащие.

В Рекомендациях по статистике туризма статистического отдела Секретариата ООН определены принципы классификации туризма по отношению к спросу. В их числе выделены категории туризма в зависимости от целей поездки, времени поездки и пребывания в месте посещения, основного вида использованного транспорта, страны происхождения, основного средства размещения.

Выделяется 6 основных категорий туризма по главной цели посещения. При этом под главной целью понимается «цель, в отсутствие которой данная поездка не состоялась бы» [68]. Здесь

следует отметить, что в принципе таких целей может быть несколько:

- досуг, рекреация и отдых;
- посещение знакомых и родственников;
- деловые и профессиональные цели;
- лечение;
- религия (паломничество);
- прочие цели.

В зависимости от времени поездки и пребывания в месте посещения выделены следующие классификационные категории (см. табл. 1.2.1.) для целей маркетинговых исследований, а также для использования в моделях туристских расходов.

**Таблица 1.2.1.**

**Стандартная классификация посетителей по времени пребывания**

| Основные группы |                        | Дополнительные группы |                    |
|-----------------|------------------------|-----------------------|--------------------|
| 0               | Однодневные посетители |                       |                    |
| 1               | Туристы                |                       |                    |
| 1.1.            | от 1 до 3 дней         |                       |                    |
| 1.2.            | от 4 до 7 дней         |                       |                    |
| 1.3.            | от 8 до 28 дней        | 1.3.1.                | от 8 до 14 дней    |
|                 |                        | 1.3.2.                | от 15 до 28 дней   |
| 1.4.            | от 29 до 91 дней       | 1.4.1.                | от 29 до 42 дней   |
|                 |                        | 1.4.2.                | от 43 до 56 дней   |
|                 |                        | 1.4.3.                | от 57 до 70 дней   |
|                 |                        | 1.4.4.                | от 71 до 91 дней   |
| 1.5.            | от 92 до 365 дней      | 1.5.1.                | от 92 до 182 дней  |
|                 |                        | 1.5.2.                | от 183 до 365 дней |

Классификация туристских потоков по видам транспорта обусловлена сильным влиянием последнего на структуру туристских расходов, оценку уровня конкурентоспособности туристского продукта страны, а также для планирования развития национальной транспортной сети. Основная классификация в терминах ВТО

представляет 2-уровневую иерархическую систему (см. табл. 1.2.2.), первый уровень которой выделяет способы перемещения, второй идентифицирует конкретные технические типы транспорта.

Таблица 1.2.2.

## Стандартная классификация видов туристского транспорта

| Основные группы |                      | Дополнительные группы |   |
|-----------------|----------------------|-----------------------|---|
| 1               | Воздушное сообщение  | 1.1.                  | Воздушный транспорт, подчиняющийся расписанию         |
|                 |                      | 1.2.                  | Воздушный транспорт, не подчиняющийся расписанию      |
|                 |                      | 1.3.                  | Прочие услуги   |
| 2               | Водное сообщение     | 2.1.                  | Регулярное пассажирское водное сообщение              |
|                 |                      | 2.2.                  | Круизы  |
|                 |                      | 2.3.                  | Прочие  |
| 3               | Сухопутное сообщение | 3.1.                  | Железнодорожный транспорт                             |
|                 |                      | 3.2.                  | Автобусы, прочий общественный автомобильный транспорт |
|                 |                      | 3.3.                  | Личные автомобили (вместимостью до 8 человек)         |
|                 |                      | 3.4.                  | Арендованные автомобили                               |
|                 |                      | 3.5.                  | Прочие виды наземного транспорта                      |

Средства размещения туристов представляют собой другую важную характеристику туристского спроса. Они подразделяются на коллективные и индивидуальные. Коллективные средства размещения соответствуют определению заведения или местной единицы в качестве производственных единиц. Определение коллективного средства размещения важно для дальнейшего анализа, поэтому приведем его полностью: «средство размещения предоставляет для путешественника размещение на ночь в комнате или каком-либо ином помещении, однако число мест, которое в нем имеется, превышает определенный минимум для группы лиц, превышающих отдельную семейную единицу, все места в данном заведении должны

подчиняться единому руководству коммерческого типа, даже если оно не ставит целью извлечение прибыли» [84]. Классификация средств размещения приведена в таблице 1.2.3.

Таблица 1.2.3.

## Стандартная классификация средств размещения туристов

| Категории |  | Разряды |   | Группы |                                    |
|-----------|--|---------|---|--------|------------------------------------|
| 1.        | Коллективные средства размещения туристов                          | 1.1.    | Гостиницы и аналогичные средства размещения | 1.1.1. | Гостиницы                          |
|           |  |         |   | 1.1.2. | Аналогичные заведения              |
|           |  | 1.2.    | Специализированные заведения                | 1.2.1. | Оздоровительные заведения          |
|           |  |         |   | 1.2.2. | Лагеря труда и отдыха              |
|           |  |         |   | 1.2.3. | Общественные средства транспорта   |
|           |  |         |   | 1.2.4. | Конгресс-центры                    |
|           |  | 1.3.    | Прочие коллективные заведения               | 1.3.1. | Жилища, предназначенные для отдыха |
|           |  |         |   | 1.3.2. | Площадки для кемпинга              |
|           |  |         |   | 1.3.3. | Прочие коллективные заведения      |
|           |  | 2.      | Индивидуальные средства размещения туристов | 2.1.   | Индивидуальные средства размещения |
| 2.1.2.    | Арендруемые комнаты в семейных домах                               |         |   |        |                                    |
| 2.1.3.    | Жилища, арендруемые у частных лиц или агентств                     |         |   |        |                                    |
| 2.1.4.    | Размещение, предоставляемое бесплатно родственниками или знакомыми |         |   |        |                                    |
| 2.1.5.    | Прочее размещение на индивидуальной основе                         |         |   |        |                                    |

Целью разработки подобных классификаций является создание стройной системы критериев для сегментации рынка потребительских товаров и услуг. Ключевой задачей статистического описания туризма является точное выделение из совокупности потребителей именно туристского сегмента. С помощью вышеприведенной системы определений и терминов в области туризма возможно проводить идентификацию основных сегментов туристского потока для его дальнейшей характеристики с позиции туристских расходов. ВТО рекомендует идентифицировать туристское потребление как стоимость товаров и услуг, потребленных посетителями или приобретенных для посетителей до, во время и после поездки. При этом в состав туристских расходов не включаются:

- приобретения для коммерческих целей, например в целях перепродажи;
- капитальные вложения или приобретения товаров капитального характера, осуществленные посетителями (например, автомобили, дачные домики, предметы искусства и т. д.), даже если они предназначены для туристских целей;
- финансовая помощь, оказанная родственникам во время поездки, только если это не оплата услуг размещения; а также благотворительные взносы в общественные организации и т. д.

Кроме того, согласно положениям СНС-93 в структуру потребительских туристских расходов не включается уплата налогов и сборов, таможенных пошлин, не относящихся непосредственно к категории косвенных налогов на продукты.

Рекомендациями ВТО выделяются следующие агрегированные типы туристских расходов [68]:

- комплексные поездки;
- размещение;
- питание и напитки;

- транспортное обслуживание;
- рекреационные, культурные и спортивные мероприятия;
- посещение магазинов;
- прочее.

Несмотря на рекомендации ВТО по определению туристских расходов, в настоящий момент остаются достаточно острыми дискуссии по содержанию категории туристских расходов. При этом основными спорными аспектами являются включение в состав расходов следующих позиций:

- приобретение товаров длительного пользования капитального характера, осуществленные во время поездки;

- приобретение товаров длительного пользования капитального характера непосредственно для поездки, осуществленные до или после поездки;

- выделение туристских расходов как части стоимости товара длительного пользования капитального характера многоцелевого назначения, которая используется во время поездки (например, автомобиль), но был приобретен до поездки.

В зависимости от состава туристских расходов выделяют следующие компонентные определения в стандартах ВТО[80]:

- Базовое определение - включаются все приобретения товаров и услуг, совершенные посетителями или для посетителей во время поездки и пребывания в месте назначения, без учета даты фактической оплаты (определение включает все приобретения товаров длительного пользования, осуществленные во время поездки и пребывания в месте назначения, независимо от целей дальнейшего использования);

- Расширенное определение (E1) - включаются товары и услуги согласно базовому определению, а также приобретения

потребительских товаров (кроме товаров длительного пользования), осуществленные до или после поездки, но относящиеся к ней;

□ Расширенное определение (E2) - включаются товары и услуги согласно расширенному определению (E1), а также закупка одноцелевых товаров длительного пользования, осуществленная в любой момент отчетного периода, но относящаяся к поездке.

Необходимо отметить, что только базовое определение является основной категорией для осуществления международных сопоставлений и формирования основных агрегатов туризма в версии ВТО [68]. Формально туристское потребление состоит не только из конечного потребления домохозяйств, осуществляющих поездки и подпадающих под определение туриста. Существенную часть туристского потребления могут формировать туристские расходы, совершенные посетителями, но фактически оплачиваемые предприятиями. В таких случаях согласно принципам национального счетоводства расходы рассматриваются как промежуточное потребление видов экономической деятельности. На практике их трудно разделить. Например, часто встречаются ситуации, когда оплата расходов посетителя может быть осуществлена в виде специального повышения его заработной платы.

Таким образом, многие аспекты определения точного содержания туристских расходов, их восприятие в методологии национального счетоводства еще до конца не урегулированы и требуют осторожного отношения не только с позиций доступности детализированной информации, но и с точки зрения учета специфики национального счетоводства в стране-разработчике статистики туризма.

Статистика туризма со стороны предложения использует аналогичные механизмы оценки, применяемые для прочих видов деятельности сектора услуг.

Сбор отчетности об экономике туризма, как нами уже отмечалось в § 1.1., осложняется отсутствием четкого разграничения туристских отраслей. Экономическая деятельность в области туризма определяется в качестве «совокупной деятельности», некоторые компоненты которой относятся к различным видам деятельности. Строго говоря, не существует никакого вида деятельности в туризме, и любой вид деятельности приобретает туристский характер, только если использование произведенных им товаров и услуг связано, в основном, с туристским потреблением. При таком подходе все отрасли в некоторой степени являются элементами этой всемирной деятельности, обусловленной расходами туристов. Это резко отличается от практики, принятой в системах национальных счетов, где различия между отраслями основаны на различиях между продуктами с точки зрения используемых материалов и методов производства, а также предполагаемого назначения продукции.

Учитывая, что невозможно отказаться от основанного на концепции спроса определения масштаба туризма, особое значение приобретает более четкая структура соответствующих видов деятельности с точки зрения предложения, потому что именно таким образом формируются большинство сопоставимых национальных статистических данных. При надлежащем включении туризма в статистическую структуру, основанную на предложении, можно добиться признания его связи с другими секторами экономики и его значения по отношению к другим секторам. Центральным звеном в этом случае является разработка унифицированного классификатора видов деятельности в туризме с возможностью адаптации к локальной специфике. При разработке классификатора должно быть обеспечено решение следующих задач:

□ создание основы для повышения сопоставимости национальных и международных статистических данных по туризму;

□ обеспечение учреждений, занимающихся вопросами планирования регионального экономического развития, более точными данными об экономической роли туризма в соответствующем регионе (а также на национальном и международном уровне);

□ обеспечение статистической увязки между аспектами предложения в туризме (характеристики предоставляемых услуг, доходов, издержек) и аспектами спроса (параметры туристских расходов, потребностей, предпочтений).

Для практического построения классификатора туристских видов деятельности для национальной (региональной) экономики на современном этапе можно использовать методику построения классификационных систем, заложенных при формировании СИКТА (Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме) [69]. В СИКТА включены все надлежащие определения и критерии отбора группировочных категорий, разработанные статистическим отделом Секретариата ООН. Кодовая структура, типология и номенклатура МСОК были приняты в качестве шаблона для выявления, описания и размещения новых категорий. Основной проблемой при разработке эффективного классификатора является повышение чувствительности систем национальных счетов к описанию видов экономической деятельности в туризме. Главным условием высокой чувствительности подобных систем является обеспечение надлежащей структуры отраслевой классификации, в достаточной степени описывающей туристскую деятельность в структуре стандартных отраслей. В свою очередь это предполагает выбор оптимальных критериев дифференциации элементов. В большинстве случаев представляется нецелесообразным выбирать какую-либо одну жесткую концепцию для разработки классификационной системы. В

качестве основных элементов классификаций могут быть выбраны предприятия, отдельные заведения, а также продукты или услуги, производимые заведениями. Единицы могут классифицироваться на основе «преимущественного характера» их деятельности, на основе удельного веса выпуска основного вида продукции в совокупном выпуске или других показателей производства [84]. Ключевым критерием для выделения новой категории на более подробных условиях классификации является экономический масштаб единицы. В качестве мер масштаба часто используются интегральные индексы экономического значения, учитывающие количество персонала, фонд заработной платы, добавленную стоимость, прочие экономические показатели. Целесообразность категории можно дополнительно определить на основе экономических показателей специализации и охвата рынка (specialization and coverage ratios). Коэффициент специализации отражает степень, в которой деятельность экономических единиц в соответствующей категории ориентирована на производство продуктов или услуг, определенных данной категорией. Коэффициент специализации дополняется коэффициентом охвата рынка, который отражает долю продаж экономическими единицами в классе в общем объеме продаж того же продукта в экономике в целом.

В идеальном случае при разработке классификатора необходимо объединить эти два критерия измерения туристской деятельности - критерий специализации, основанного на анализе предложения, и критерий охвата рынка, при котором основное внимание уделяется анализу с точки зрения спроса. Самым серьезным препятствием для этой увязки в существующих отраслевых классификациях, особенно МСОК, является их недостаточная детализация. Соответственно, необходим ввод новых подкатегорий, где продажи туристскими единицами имеют основное значение.

Целью концептуальной структуры СИКТА является группировка видов экономической деятельности, осуществляемых всеми субъектами туризма в пределах территориального образования. Этими субъектами могут быть национальные и международные посетители, туристы и однодневные посетители.

СИКТА разработан таким образом, чтобы соответствовать определениям статистических единиц, относящихся как к спросу, так и к предложению. При определении относящихся к туризму классов и подклассов СИКТА их связь с туризмом может быть установлена следующими способами:

□ если доходы всего класса поступают в основном от субъектов туризма, на основе определений статистических единиц туризма, относящихся к спросу, этот класс включается в перечень характерных туристских видов деятельности;

□ в других случаях подклассы выделяются в качестве связанных с туризмом, исходя из определений статистических единиц, относящихся к спросу.

Таким образом, вся совокупность специфических видов деятельности, участвующих в процессе обслуживания туристов, может быть подразделена на 2 группы характерных и связанных туристских видов деятельности. Отнесение к одной или другой категории преимущественно осуществлено на базе критериев специализации и охвата рынка. Четкая граница дифференциации определяется исходя из особенностей экономики страны и целей разработки сателлитных счетов.

Для идентификации принадлежности товаров и услуг к конкретным категориям приведены следующие характеристики туристских продуктов:

□ характерные туристские продукты - продукты, производство которых полностью или в значительной мере зависит от потребительского спроса, формируемого посетителями;

□ связанные туристские продукты - продукты, доля которых в структуре выпуска видов деятельности, а также в структуре туристского потребления существенна, но которые не были включены в перечень характерных туристских продуктов;

□ специфические туристские продукты - агрегированная аналитическая категория, включающая характерные и связанные туристские продукты.

Наиболее универсальным вариантом классификации продуктов можно считать перечень специфических туристских продуктов, указанных в рекомендациях ВТО [67], разработанный на базе КОП (Классификатора основных продуктов, версия 1.0.).

Для выработки полноценной классификационной инфраструктуры необходимо четкое согласование категорий туристских продуктов и туристских видов деятельности.

Взаимосвязи между классификаторами КОП и МСОК не обеспечивает прямую корреспонденцию классов, так как технологический способ производства не является решающим критерием отнесения к тому или иному классу. Следовательно, потенциал использования характеристики выпуска туристской продукции для отнесения к специфическим туристским видам деятельности не всегда может дать однозначные результаты. Исходя из концепции туристского потребления, основывающейся не на потребляемом продукте, а на конкретной цели потребления этого продукта, важно выделить выпуск видов деятельности для посетителей и прочих потребителей, не относящихся к указанной группе.

Первостепенное значение в подобных расчетах приобретает уровень детализации исходной информации относительно структуры специфических продуктов и видов деятельности. Очевидно, что потребление посетителей не является полным аналогом выпуска характерных туристских видов деятельности. Конкретный перечень видов экономической деятельности, относящихся к характерным и связанным туристским видам деятельности, зависит от локальной специфики и может быть определен на базе вышеупомянутых критериев специализации, охвата рынка и т.д.

В качестве инструмента для определения категорий могут быть использованы временные перечни ВТО (см. таблицу 1.2.4.), отвечающие требованиям международной сопоставимости в стандартах МСОК и СИКТА.

Таким образом, для построения комплексной системы статистической оценки туризма необходимо решить вопрос о форматах группировки информации, получаемой как со стороны спроса, так и предложения.

Использование методологических подходов, применяемых при внедрении СИКТА для конкретной страны, а также использование рекомендованных ВТО временных классификационных перечней специфических туристских видов деятельности и продуктов представляет достаточно эффективную теоретическую базу для организации системы сбора и обработки информационных массивов туристской деятельности с учетом локальной специфики.

Внедрение указанных принципов в текущую работу статистических органов позволяет добиться необходимой детализации и международной сопоставимости, методической совместимости данных со стороны спроса и предложения, что при оценке роли туризма имеет принципиальный характер.

## Перечень специфических туристских видов деятельности, рекомендуемых ВТО

|    | Описание видов деятельности   | Кодировка по МСОК             | Кодировка по СИКТА-93  |
|----|---|-------------------------------|--|
| 1  | Деятельность гостиниц и аналогичных коллективных мест размещения        | 5510                          | 5510   |
| 2  | Деятельность индивидуальных мест размещения                             | часть 7010                    | часть 7010   |
| 3  | Деятельность ресторанов и аналогичных предприятий общественного питания | 5520                          | 5520   |
| 4  | Деятельность железнодорожного пассажирского транспорта                  | ЧАСТЬ 6010                    | 6010-1, 6010-2   |
| 5  | Деятельность автомобильного пассажирского транспорта                    | часть 6021 и 6022             | 6021-1, 6021-2, 6021-3, 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4         |
| 6  | Деятельность водного (морского и речного) пассажирского транспорта      | часть 6110 и 6120             | 6110-1, 6110-2, часть 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3, часть 6120 |
| 7  | Деятельность воздушного пассажирского транспорта                        | часть 6210 и 6220             | 6210-1, 6220-1, 6220-2   |
| 8  | Деятельность пассажирского транспорта вспомогательная                   | часть 6303                    | 6303-1, 6303-2, 6303-3   |
| 9  | Деятельность по предоставлению в аренду пассажирского транспорта        | часть 7111, 7112 и 7113       | 7111-1, 7111-2, 7111-3, часть 7112, 7113-1                     |
| 10 | Деятельность туристских агентств и аналогичных посредников              | 6304                          | 6304   |
| 11 | Деятельность в области культуры   | 9232 и 9233                   | 9232-1, 9232-2, 9233-1, 9233-2                                 |
| 12 | Деятельность в области спорта и организации отдыха                      | часть 9214, 9241, 9219 и 9249 | часть 9214, 9241, 9219-1 и часть 9249                          |

**§ 1.3. Концепция сателлитного счета туризма как инструмента статистической оценки туристской деятельности**

С целью «обеспечения дополнительной информации для определенных социальных потребностей функционального или

межсекторного происхождения; ... углубленного анализа данных с помощью соответствующих показателей и их агрегатов; соединения анализа натуральных показателей с системой счетов в стоимостной форме» [102] СНС 1993 помимо стандартного набора макроэкономических счетов рекомендовано разрабатывать расширенный набор таблиц для отдельных видов деятельности, что повышает возможности проведения экономического анализа. Такие функционально ориентированные счета получили название сателлитных счетов.

Особенностью сателлитных счетов является то, что при их разработке и использовании, как правило, сохраняются все основополагающие концепции и правила, используемые в СНС. При этом СНС играет роль «стандартной оболочки», которая позволяет интегрировать нехарактерные для нее методы и источники анализа, в том числе и микроэкономические, с системой показателей макроэкономической статистики. Таким образом, сателлитные счета представляют собой своеобразные детализированные отраслевые дополнения к СНС, в которых используются, в числе прочих, и натуральные показатели.

В Европейской системе счетов (ESA 95) определены случаи применения сателлитных счетов: «а) анализ роли туризма в национальной экономике; б) анализ затрат и финансирования в здравоохранении; в) анализ важности научных исследований и «человеческого капитала» в национальной экономике; г) анализ доходов и расходов домашних хозяйств ...; анализ взаимодействий между окружающей средой и экономикой; анализ производства домашних хозяйств; анализ изменений благосостояния; анализ различий между показателями национальных счетов и счетов бухгалтерского учета и их влияний на фондовые рынки; оценка налоговых поступлений» [29]. В настоящий момент существует

несколько параллельных трактовок сателлитного счета. Наиболее известными являются версии ВТО и ОЭСР. В большинстве случаев именно последняя версия являлась теоретической основой успешного внедрения методологии СНС в статистическую практику.

Несмотря на определенные различия (касающиеся в первую очередь трактовки состава туристских расходов, статуса посетителя, состава туристского выпуска) методологии ССТ в версиях ВТО и ОЭСР, по содержанию они сохраняют родственный характер. В рамках обеих систем разрабатываются ключевые таблицы производства туристского продукта, предложения и потребления туристского продукта, таблицы туристской добавленной стоимости, занятости, таблицы туристских расходов, таблицы основного капитала.

Таблица счета производства характерных туристских видов деятельности является центральным звеном ССТ. Данная таблица представляет собой модифицированную версию стандартной таблицы ресурсов МОБ СНС. Счет производства показывает:

- стоимость оказанных туристских услуг в разрезе основных видов деятельности;
- стоимость ресурсов, затраченных на производство и оказание туристских услуг;
- величину добавленной стоимости, сформированной туристскими и прочими видами деятельности.

Перечень специфических продуктов и видов деятельности определяется на базе рекомендованного перечня ВТО-ООН и ОЭСР. Нетуристские виды деятельности и продукты представлены элементами строк «все прочие услуги и товары» и столбца «все прочие виды деятельности». В таблице определяется величина выпуска туристских продуктов нетуристскими видами деятельности. Кроме того, сателлитный счет как элемент СНС представляет

возможность сравнительно простой интеграции расчетных данных в стандартные таблицы ресурсов и их использования для детализированного представления экономических взаимосвязей в стране (регионе).

Таблица счета производства ССТ дает развернутую характеристику туристской деятельности со стороны предложения, включая валовой выпуск, промежуточное потребление и валовую добавленную стоимость по видам деятельности. Однако необходимо учитывать, что хотя счет производства и является основной базовой формой сателлитного счета туризма, он не может полностью охарактеризовать значение туризма, так как в нем отражена вся валовая добавленная стоимость туристских видов деятельности, а не туристская добавленная стоимость (обусловленная потреблением туристов).

Таким образом, счет производства дает представление о роли и месте специфических туристских видов деятельности в рамках всей экономики страны (региона), служит информационной базой для расчета производных стоимостных туристских показателей.

Таблица предложения и потребления характерных туристских продуктов отражает взаимосвязь между предложением туристского продукта и спросом на него в структуре основных потребляемых услуг. Структура предложения представлена колонками внутреннего выпуска и импорта (указанного в ценах СИФ) в основных ценах. Для приведения объемов предложения в цены покупателя введены колонки чистых налогов на продукты и торгово-транспортных затрат. В остальных столбцах таблицы описывается структура потребления внутреннего туристского продукта в разрезе институциональных единиц. Кроме того, на основе коэффициента туристской доли представлена расчетная структура потребления импортируемого туристского продукта резидентными институциональными единицами.

В таблице отражено соотношение потребления внутреннего и импортного продукта, что при достаточном уровне детализации данных в случае регионального ССТ позволяет провести оценку межрегиональной конкурентоспособности туристской индустрии.

Таблица взаимосвязи туристского предложения и потребления по основным типам посетителей обеспечивает взаимосвязь параметров предложения и потребления туристского продукта. Настоящая таблица является промежуточной в процессе расчета туристской добавленной стоимости.

Таблица туристской добавленной стоимости характерных туристских и прочих видов деятельности - это основная аналитическая таблица, которая в определенной мере может считаться целью формирования всей системы сателлитного счета туризма. В результате расчета указанного показателя определяется вся прямая туристская добавленная стоимость во всех видах деятельности, включая нетуристские отрасли. Косвенные и индуцированные эффекты от туризма рассчитываются в рамках отдельных имитационных моделей влияния. В стандартном случае туристская добавленная стоимость рассчитывается на основе показателя туристской доли. Его важнейшая модификация - коэффициент туристской добавленной стоимости, рассчитываемый с учетом различных весов для элементов добавленной стоимости вида деятельности в случае, если коэффициент специализации менее 100% или вид деятельности выпускает более одного продукта с различной структурой промежуточного потребления.

Таким образом, механизм выделения туристской добавленной стоимости из общего валового регионального продукта обеспечивает объективную базу оценки роли туризма в экономике страны. Для получения туристского валового регионального продукта к туристской добавленной стоимости прибавляют также часть чистых

налогов на продукты, которые связаны с производством туристского продукта. Подобная практика расчета агрегатов имеет свои недостатки. Теоретически полученные агрегаты должны быть независимы от применяемых расчетных процедур, в частности от используемых классификационных перечней видов деятельности. На практике это не так, потому что показатель туристской добавленной стоимости не является верифицируемой величиной, так как отсутствует реальная база прямого наблюдения для контрольных расчетов. И в зависимости от детализации и качества информации по структуре валового выпуска видов деятельности, представленных в экономическом комплексе страны, распространение структуры на туристские компоненты определяет точность и достоверность данных.

Таблица занятости в характерных туристских и прочих видах деятельности предоставляет важную информацию для целей разработки политики в отношении регулирования рынка трудовых ресурсов, демонстрирует влияние туризма на процессы создания рабочих мест. На ее основе возможно провести косвенные оценки теневой занятости, оценить влияние туризма на благосостояние населения региона. Для расчета показателей занятости, оплаты труда, относящихся к туристской деятельности, используется вышеупомянутый подход на базе коэффициентов туристских долей. Структура таблицы представлена столбцами общего числа наемных работников, прочего персонала (собственники некорпорированных предприятий). Для более четкой оценки влияния на занятость введен столбец фактически отработанного рабочего времени.

Учитывая высокую социальную значимость регулирования рынка труда, разработчики СТТ по версии ОЭСР уделили особое внимание внедрению максимально детализированного модуля занятости в рамках ССТ. В частности, в системе предлагаемых таблиц

представлен расширенный перечень контрольных показателей, который включает:

- социально-экономические, демографические, квалификационные характеристики занятых;
- характеристики предлагаемых вакансий, предъявляемые требования к кандидатам, условия работы и характеристики компенсационных схем;
- характеристики учреждений, формирующих спрос на рабочую силу, обусловленный туристской деятельностью;
- объемы затрат на оплату труда в структуре выплат;
- прочие параметры состояния рынка рабочей силы.

Таблица туристских расходов посетителей отражает основные характеристики туристского потока, в том числе по стране происхождения, количеству прибытий и величине средних туристских расходов. Также выделяются аналитические сегменты однодневных посетителей и туристов в структуре институциональных единиц. Указанная информация сформирована, как правило, на основе обследований посетителей в основных местах посещения и транспортных узлах. Для оценки туристских расходов внутренних посетителей в масштабе страны также используются данные стандартных обследований домашних хозяйств.

Таблица приобретений основных фондов в туристских видах деятельности отражает показатели инвестиций в основные фонды, включая приобретение земельных участков, прочие производственные нефинансовые активы. Иными словами, в таблице сформированы показатели приобретений активов для оценки инвестиционных процессов в туризме. Приобретения представлены в следующей структуре основных типов активов: средства размещения, прочие здания, движимое имущество, оргтехника, земля и прочие производственные нефинансовые активы. В используемый

классификационный перечень видов деятельности рекомендуется вводить дополнительную категорию «владение собственными средствами размещения» и «обслуживание воздушного транспорта». Это обусловлено включением в терминологии ВТО услуг по размещению в собственных домах с туристскими целями в состав туристских продуктов.

Таблица балансовой стоимости основных фондов характерных туристских видов деятельности отражает состояние активов на конец отчетного периода. Дополнительно введен индикатор среднего использования технологической мощности, как показателя интенсивности использования основных средств, в целях оценки входных инвестиционных барьеров вида деятельности, оценки инвестиционного спроса. Подобная информация формируется, как правило, на базе стандартной статистической отчетности предприятий. Данные по закреплению земельных участков определяются на основе единых земельных кадастров или по результатам проведенных дополнительных обследований.

Кроме указанных таблиц в системе СТТ рекомендуется разработка таблиц в натуральных показателях, чтобы исключить влияние инфляционных процессов.

Важнейшим звеном системы сателлитных счетов туристской деятельности является определение туристской добавленной стоимости (далее - ТДС). Принимая во внимание, что туризм невозможно подвести под стандартное определение отрасли, существуют объективные проблемы расчета стандартных агрегатов для оценки значимости указанного вида деятельности. Ниже приведены наиболее эффективные на современном этапе подходы для расчета ТДС в рамках ССТ.

Первый подход базируется на использовании коэффициента туризма (tourism ratio) при условии 100%-го уровня специализаций

$j$ -го вида деятельности, а также незначительном отклонении туристской доли потребления  $i$ -го продукта, произведенного  $j$ -ым видом деятельности от коэффициента специализации указанного вида деятельности. Теоретически расчет туристской добавленной стоимости осуществляется на основе следующей формулы:

$$TVA_{ij} = (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TS_{ij} \quad , \quad \text{где} \quad (1.3.1.)$$

$TVA_{ij}$  - туристская добавленная стоимость, сформированная в результате производства  $i$ -го продукта  $j$ -ым видом деятельности

$GO_{ij}$  - валовый выпуск  $i$ -го продукта  $j$ -ым видом деятельности

$II_{ij}$  - промежуточное потребление при производстве  $i$ -го продукта  $j$ -ым видом деятельности

$TS_{ij}$  - туристская доля потребления  $i$ -го продукта, произведенного  $j$ -ым видом деятельности

$$\text{при этом} \quad VA_j = CE_j + GOS_j + TPO_j \quad , \quad \text{где} \quad (1.3.2.)$$

$CE_j$  - затраты на оплату труда  $j$ -ым видом деятельности

$GOS_j$  - валовая прибыль  $j$ -ого вида деятельности

$TPO_j$  - чистые налоги на производство  $j$ -ого вида деятельности

$VA_j$  - добавленная стоимость  $j$ -ого вида деятельности

Тогда туристская добавленная стоимость состоит из следующих элементов:

$$TVA_j = TCE_j + TGOS_j + TTPO_j \quad , \quad \text{где} \quad (1.3.3.)$$

Формула 1.3.3. по сути представляет собой аналог предыдущего равенства, при этом соотношение общей и туристской части добавленной стоимости для  $j$ -ого вида деятельности определяется на основе следующих допущений:

$$TCE_j = CE_j \cdot TR_p$$

$$TGOS_j = GOS_j \cdot TR_p, \text{ где}$$

$$TTPO_j = TPO_j \cdot TR_p$$

$TR_p$  - туристская доля потребления  $p$ -го продукта, для которого  $j$ -ый вид деятельности является первичным,

тогда

$$TVA_j = (CE_j + GOS_j + TPO_j)TR_p = VA_j \cdot TR_p$$

$$TVA_j = \sum TVA_{ij} = \sum (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TS_{ij}$$

$$VA_j \cdot TR_p = \sum (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TS_{ij}, \text{ где}$$

$$VA_j = \sum (GO_{ij} - II_{ij})$$

$$\sum GO_{ij} = GO_j$$

$$\sum II_{ij} = II_j$$

$GO_j$  - валовый выпуск  $j$ -ого вида деятельности

$II_j$  - промежуточное потребление  $j$ -ого вида деятельности

Следовательно

$$\sum (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TR_p = \sum (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TS_{ij}$$

Из последнего равенства следует, что расчет компонентов туристской добавленной стоимости для  $j$ -ого вида деятельности с использованием показателя туристской доли будет иметь смысл при условии, если  $TS_{ij}$  равен  $TR_p$  для каждого продукта ( $i$ ), произведенного этим видом деятельности. В частности, использование коэффициента туризма обычно практикуется для видов деятельности, производящих только один продукт (коэффициент специализации равен 100%) с туристской долей потребления, идентичной коэффициенту туризма для этого продукта. В иных случаях использование коэффициента туризма ведет к прямой переоценке реального вклада туризма в формирование добавленной стоимости вида деятельности.

Второй подход базируется на использовании показателя чистого коэффициента туризма (tourism net ratio), который представляет более точную оценку значения туристской деятельности в формировании добавленной стоимости конкретного вида деятельности. Однако его использование возможно лишь при условии предварительного взвешивания промежуточного потребления для каждого производимого продукта по доле выпуска соответствующего продукта  $j$ -ым видом деятельности в выпуске  $j$ -го вида деятельности в целом. Таким образом, базовой формулой в данном случае является следующее равенство:

$$TNR_j = \sum TS_{ij} \cdot GO_{ij} / GO_j, \text{ где}$$

$TNR_j$  - чистый коэффициент туризма для  $j$ -ого вида деятельности (средневзвешенная доля туристского выпуска, где в качестве весов использованы валовые выпуски соответствующих продуктов  $j$ -ого вида деятельности)

Для расчета  $TVA_j$  вводятся следующие допущения:

$$TCE_j = CE_j \cdot TNR_j$$

$$TGOS_j = GOS_j \cdot TNR_j$$

$$TTPO_j = TPO_j \cdot TNR_j, \text{ тогда}$$

$$TVA_j = (CE_j + GOS_j + TPO_j) TNR_j = VA_j \cdot TNR_j$$

$$TVA_{ij} = VA_j \cdot \sum TS_{ij} \cdot GO_{ij} / GO_j$$

при этом

$$TVA_{ij} = \sum TVA_{ij} = \sum (GO_{ij} - II_{ij}) TS_{ij}$$

поэтому

$$VA_j \cdot \sum TS_{ij} \cdot GO_{ij} / GO_j = \sum (GO_{ij} - II_{ij}) \cdot TS_{ij}$$

Это означает, что

$$\sum (II_{ij} \cdot TS_{ij}) = (\sum GO_{ij} \cdot TS_{ij}) \cdot (1 - VA_j / GO_j)$$

или

$$\sum (II_{ij} \cdot TS_{ij}) = (\sum GO_{ij} \cdot TS_{ij}) \cdot (GO_j - VA_j) / GO_j,$$

так как  $II_j = GO_j - VA_j$

следовательно,

$$\sum (II_{ij} \cdot TS_{ij}) = (\sum GO_{ij} \cdot TS_{ij}) \cdot II_j / GO_j$$

или

$$\sum [II_{ij} \cdot TS_{ij}] = \sum [(II_j \cdot GO_{ij} / GO_j) \cdot TS_{ij}]$$

Последнее равенство указывает, что использование  $TNR_j$  для расчета туристской добавленной стоимости для  $j$ -го вида деятельности адекватно только при условии  $II_{ij} = II_j GO_{ij} / GO_j$ , то есть исходя из предположения об идентичной затратоемкости всех продуктов  $j$ -го вида деятельности, так как в других случаях величина туристской добавленной стоимости будет недооценена.

Третий подход базируется на использовании показателя туристской добавленной стоимости (tourism value added ratio) и именно в рамках данного подхода обеспечивается, согласно рекомендациям разработчиков сателлитного счета в версии ОЭСР, наиболее объективный расчет компонентов туристской добавленной стоимости. Основной проблемой для реализации расчетов подобного рода является сложность получения детализированной информации по структуре промежуточного потребления вида деятельности при производстве каждого отдельного продукта. Данные подобной детализации можно обеспечить преимущественно с помощью развернутых обследований производственных процессов для выявления прямых затрат, которые подлежат непосредственному отнесению на конкретный продукт (в отличие от накладных затрат, разнесенных по базе распределения). Таким образом, в рамках

методических рекомендаций ОЭСР представлены различные версии расчетов туристской добавленной стоимости в зависимости от уровня детализации доступной информации и структуры производства туристского продукта.

Информация, представленная в ССТ, полностью совместима с данными национальных счетов и может быть интегрирована в аналитические модели, построенные на основе межотраслевого баланса и матрицы финансовых потоков (SAM). Таким образом, на основе данных сателлитного счета возможно получение оценок экономических воздействий туризма, а также воздействий экономической политики на развитие туризма и экономики туристских регионов.

Необходимо подчеркнуть, что значительные перспективы внедрения методологии сателлитного счета туризма в России отмечены отечественными учеными [18,48]. На настоящий момент в стране опубликован ряд работ по оценке проблем разработки сателлитного счета для условий российских регионов. Однако попытки тестирования методологических разработок в подавляющем большинстве ограничены использованием информационных массивов со стороны предложения. Использование оценок туристского спроса на основе выборочных обследований туристов в рамках настоящего диссертационного исследования обуславливает научное преимущество результатов экспериментальной апробации предложенных автором методологических подходов.

#### **§ 1.4. Анализ канадского опыта разработки сателлитного счета туристской деятельности**

В данном параграфе проведен анализ внедрения и использования сателлитного счета туризма в практике

статистических органов Канады. Необходимо отметить, что Канада одной из первых стран с начала 90-х гг. внедрила методологию сателлитного счета туризма (ССТ) для оценки экономической роли туризма. Разработка ССТ в Канаде проводилась в рамках Национальной целевой программы по развитию статистики туризма в 1985 - 1986 годах [85]. За два года осуществления программы были выработаны принципы и методы сбора полноценной информации в сфере туризма, а также определены новые требования и инструменты анализа. В рамках программы была отмечена потребность в разработке методологии, которая обеспечивает: (1) всестороннее статистическое описание туризма, (2) получение статистических результатов, сопоставимых во времени и по всем провинциям и территориям Канады, (3) приведение статистики туризма в смысле качества, концепций и определений к состоянию, сопоставимому со статистикой "традиционных" отраслей экономики, а также (4) совместимость статистики туризма с СНС ООН.

Основываясь на общей концепции "сателлитных счетов", было предложено особое "туристско-ориентированное" приложение - сателлитный счет туризма (ССТ). Роль ССТ, по мнению его разработчиков, состояла в том, чтобы «удовлетворить перечисленные потребности в статистике туризма, а также стать катализатором дальнейшего развития всей инфраструктуры статистики туризма» [17].

Предложенная структура ССТ определяла, каким образом спрос на туристские товары и их предложение могут быть представлены в матричной форме с целью оценки масштабов туристской деятельности, сравнительного значения отдельных товаров, величины расходов домашних хозяйств на туристские цели, вклада туризма в произведенный ВВП и других показателей.

Первоначально структура ССТ Канады состояла из нескольких информационных слоев (табл. 1.4.1.). Первый слой, включающий Основной счет, содержит ключевые стоимостные показатели, позволяющие связать ССТ с СНС. Он дает представление о туристской деятельности в сопоставимых стоимостных показателях, а также характеризует относительную важность элементов туризма в совокупном объеме туристской деятельности и в экономике в целом. Путем сравнения данных этого слоя с данными СНС, а также балансировки спроса и предложения можно контролировать точность полученной информации и, таким образом, обеспечивать стабильность всей системы счетов.

Слой 2 включает Описательный модуль, объединяющий данные, которые характеризуют (описывают) специфические туристские виды деятельности с помощью как стоимостных, так и натуральных показателей. Для разработки этого слоя используются стоимостные данные из слоя 1, которые связываются с соответствующими количественными показателями. В свою очередь, эти данные подразделяются в соответствии с различными социальными, демографическими, экономическими и другими факторами.

3-й слой, Капитальный модуль, содержит подробную информацию о видах деятельности, связанных с инвестициями в материальные активы в туризме. Эти данные включают материальные запасы, инвестиции, а также источники образования и направления использования средств.

Наконец, последний 4-й слой - это Аналитический модуль. Он содержит коэффициенты, характеризующие степень распространения (использования) туристских видов деятельности, с целью оценки их масштабов. Данный модуль создает основу для понимания социальных и экономических взаимосвязей туризма, таких, как экономическое воздействие туризма.

## Концептуальная модель сателлитного счета туризма Канады

| Слой                            | Предложение   | Спрос   |
|---------------------------------|---|---|
| 1: Основной счет                | <p><u>Выпуск</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Структура затрат</li> <li>- Государственные программы поддержки</li> </ul>  | <p><u>Объем и структура потребления</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расходы программ государственной поддержки</li> </ul>  |
| 2: Описательный модуль (потоки) | <p><u>Труд</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Затраты на оплату труда</li> <li>- Демографическая, социальная, квалификационная структура занятых</li> <li>- Структура вакансий</li> </ul> | <p><u>Товары и услуги</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Стоимость, физический объем</li> <li>- Потребительские сегменты</li> </ul> <p><u>Потребление</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расходы</li> <li>- Физический объем</li> <li>- Количество потребителей по сферам: <ul style="list-style-type: none"> <li><u>Предпринимательства</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вид деятельности</li> <li>- Территориальная структура</li> </ul> </li> <li><u>Правительство</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Уровень подчинения</li> <li>- Территориальная структура</li> </ul> </li> <li><u>Домашние хозяйства</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Социально-демографическая структура</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> |
| 3: Капитальный модуль           | <p><u>Основной капитал</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Физический объем и стоимость</li> <li>- Другие характеристики</li> </ul>  | <p><u>Источники и использование фондов бизнесом, государством и домашними хозяйствами</u></p>   |
| 4: Аналитический модуль         | <p><u>Производительность труда</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Производственная и коммерческая эффективность</li> </ul>  | <p><u>Товары и услуги</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- степень использования (например, загрузка гостиниц)</li> </ul> <p><u>Потребление</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Потенциальное потребление (например, склонность к поездкам)</li> <li>- фактическое потребление (например, частота поездок)</li> <li>- Экономическое и экологическое воздействия потребления туристических услуг</li> </ul>   |

В октябре 1994 года Статистическое агентство и Комитет по туризму Канады совместно разработали первый канадский сателлитный счет туризма [85,104]. Методические разработки были использованы при унификации стандартов между ВТО, ОЭСР, статистической комиссии ООН и Евростатом. В результате в апреле 2000 года приняты общие стандарты сателлитного счета туризма в Ванкувере. Последний вариант счета Канады был разработан в 2001 году в полностью совместимом с СНС формате. Несмотря на явный прогресс в развитии методологии ССТ, в настоящее время перед разработчиками стоят ряд серьезных проблем, в первую очередь по определению границ туристского спроса.

Канадские разработчики ССТ решили эту проблему, определив туристские продукты как товары и услуги, спрос на которые в значительной мере определялся людьми, участвовавшими в туризме. Классификация туристских отраслей (видов деятельности), заложенная в СИКТА не была принята. Вместо этого к туристским отраслям были отнесены такие, деятельность которых полностью прекращается или продолжается на значительно более низком уровне в отсутствие туризма. Другими словами, туристские виды деятельности - те, которые производят туристские продукты.

Другие проблемы возникли уже при первом обращении к таблицам межотраслевого баланса Канады. Было установлено, что даже в детализированной структуре баланса отсутствовали такие туристские отрасли и продукты, как туроператоры, туристские агенты и средства размещения. Предстояло разработать и внедрить методики новых обследований для сбора необходимых для построения ССТ данных в разрезе этих отраслей и продуктов.

В ССТ, как уже отмечалось, спрос и предложение сбалансированы. В то время как данные о предложении обычно вполне доступны из переписей, выборочных обследований и

регулярных статистических отчетов, получение информации о спросе достаточно проблематично. В Канаде для обеспечения информации о внутреннем туризме и путешествиях была разработана новая программа внутреннего туристского обследования. Была также усовершенствована программа международного обследования, которое было учреждено еще в 1930-х годах для информационного обеспечения составления платежного баланса. В новой программе обследования международных путешествий был сделан акцент на более полной и надежной оценке расходов как канадских туристов, путешествующих за рубежом, так и иностранных посетителей в Канаде. Информация о потребительских расходах на произведенные в Канаде и импортные товары была получена из общенационального обследования расходов домашних хозяйств.

Первый разработанный в Канаде ССТ за 1988 год, опубликованный в 1994 году, показал, что туристское потребление составило 30,3 млрд. канадских долларов. Эту величину можно считать несколько заниженной из-за ошибок, вызванных недостатком информации. Около 22,7 млрд. долл. составил конечный спрос посетителей, путешествующих с целью развлечений или по личным причинам. Оставшаяся часть в размере 7,6 млрд. канадских долларов составил промежуточный спрос (деловые поездки, осуществляемые в процессе производства других продуктов). Общее потребление составило около 4% ВВП. Если оценивать только добавленную стоимость путем вычитания стоимости товаров и услуг, потребленных в процессе производства конечного туристского продукта, то вклад туризма оценивается в размере 13,3 млрд. канадских долларов (2,5 %) в суммарную величину валовой добавленной стоимости, созданной в канадской экономике. Это расположило туризм на 12-м месте среди всех отраслевых групп. До

этого ряд экономистов долгое время помещал туризм между четвертым и первым местом по его значимости.

Разработка ССТ позволила также сделать оценки вклада туризма в доходы государства. Было, в частности, определено, что вклад туризма в налоги на продукты составил 3,7 млрд. долл. Этот показатель оказался непропорционально высоким, поскольку налоги на туристские продукты составили 7%, в то время как доля туризма в общем объеме потребления - всего 4%.

Было также наглядно продемонстрировано значение туризма как экспортной отрасли. Туристские продукты составили 4% в общей величине канадского экспорта и 37% в экспорте услуг. Несмотря на всю важность туризма как экспортного сектора, 80% доходов от туризма связаны с внутренним спросом (23,9 млрд. долл. из 30,3 млрд. долл.). В то же время Канада остается чистым импортером туристских услуг, поскольку в балансе 1988 года сальдо «туристских» платежей составило -3,9 млрд. долл. без учета инвестиций.

Разработанный ССТ подтвердил общепринятую точку зрения, что туризм является трудоинтенсивным видом деятельности. Туристские фирмы создали 5% (467 тыс. рабочих мест) общей занятости в предпринимательском секторе. Публикация этих оценок вызвала непонимание и споры. Более ранние предварительные оценки предполагали, что туристская занятость составляла всего около 300 тыс. человек [84].

Другой показатель, характеризующий трудоинтенсивность туризма, это доля оплаты труда в валовой добавленной стоимости, которая в туризме составила 66%, в то время как в нетуристских отраслях всего 54%. Из всех видов туристской деятельности наибольшее число рабочих мест, непосредственно относящихся к туризму, было создано в сфере размещения (28% всех занятых в

туризме). За ней следует общественное питание (2%). В общественном питании на самом деле занято больше людей, чем в сфере размещения, но только около 26% всех занятых в этой отрасли относится к туристской деятельности, а остальные рабочие места созданы спросом нетуристского характера.

В то время как туризм создает непропорционально большое количество рабочих мест, эти рабочие места недостаточно эффективны в смысле их вклада в создание ВВП. В среднем каждый занятый в туризме создал всего 29 тыс. долл. ВВП в сравнении со средней цифрой 49 тыс. долл. по всему предпринимательскому сектору.

Еще одним "открытием" ССТ было то, что впервые удалось получить реальную оценку внутренней структуры туристской "отрасли", представляющей из себя совокупность традиционных отраслей, и значение каждой из них в общем объеме туристских доходов. Например, 40% всех туристских доходов приходится на транспорт, 19% поступает от общественного питания, 13% - от услуг размещения и 8% дают рекреация и развлечения, турагентские услуги и т.д. Нетуристские продукты, такие как продукты питания, одежда, сувениры, книги, дорожные принадлежности и другие дали еще 16%.

Одним из неожиданных открытий ССТ была его оценка величины вклада нетуристских отраслей в величину валовой добавленной стоимости, созданной туризмом. Примерно 25% туристской добавленной стоимости создано в результате потребления посетителями нетуристских товаров и услуг, таких как продукты питания, книги, изделия ремесел, страхование, обслуживание кредитных карт и одежда. Это послужило основанием для признания потенциала будущего развития партнерских отношений между туризмом (в частности, при финансировании рекламных бюджетов) и

видами деятельности, которые не связаны с туризмом в общепринятом смысле, но производят товары и услуги, играющие важную роль для посетителей.

Что касается туристских видов деятельности, то ССТ позволило получить очень точные оценки роли туризма для каждой из них. В сателлитном счете был введен показатель "туристской доли" - отношения спроса, вызванного непосредственно туристской деятельностью, к общему спросу на продукцию данной отрасли. Этот показатель является важным для методологии ССТ, поскольку позволяет оценивать спрос и занятость, непосредственно обусловленные туризмом, вместо того, чтобы целиком учитывать спрос и занятость так называемых "туристских отраслей", даже в том случае, если не весь этот спрос и занятость генерируются туристской деятельностью. Другими словами, показатель туристской доли позволяет избежать преувеличения масштабов туризма.

Наиболее "чистой" туристской отраслью, спрос на услуги которой на 98% приходится на лиц, участвующих в туризме, являются туристские агентства. Пассажирский транспорт и средства размещения также сильно зависят от туризма (92% и 90%, соответственно). В нижней части этого спектра находятся услуги такси (29%), рекреация и развлечения (29%) и общественное питание (26%).

К числу дополнительных разработок в рамках проекта ССТ относится создание модуля рынка рабочей силы, который содержит оценки фактического количества занятых в туристской индустрии независимо от фонда их рабочего времени и сезонности. Представлены данные как по общей занятости в туризме, так и по доле занятых, непосредственно относящихся к туристской деятельности. Обновлена модель воздействия туризма на экономику. Данная модель влияния позволяет производить оценки, а также

имитационные эксперименты косвенных эффектов (или эффектов распространения) расходов посетителей. Вдобавок к полученной более полной картине общих воздействий туризма на канадскую экономику данная модель влияния позволит провести эксперименты с целью исследования возможных общеэкономических последствий определенных изменений затрат на маркетинг и инвестиции в туризме. Например, если нам известна величина воздействия на доходы от туризма дополнительных расходов на туристский маркетинг в размере 1 млн. долл., потраченных в США и Канаде, мы имеем возможность оценить общеэкономические воздействия по секторам экономики двух альтернативных маркетинговых инвестиционных стратегий. Другой дополнительный модуль, введение которого планируется в структуру ССТ, - это блок накопления основного капитала и инвестиций в соответствии с третьим слоем первоначальной модели канадского ССТ. И, наконец, разрабатывается стандартная система показателей финансовых результатов типичного предприятия каждой отрасли туристской индустрии.

## Глава 2. Оценка соответствия методологии статистики туризма в России международным стандартам

### § 2.1. Система показателей и источников информации статистики туризма в России

Всемирная туристская организация (ВТО) выделяет в экономически развитых странах два основных института, ответственных за развитие национальных систем статистики туризма: Национальные статистические агентства (National Statistical Offices, NSO) и Национальные туристские администрации (National Tourism Administrations) [90]. В Российской Федерации эти функции, соответственно, выполняют Госкомстат и Департамент Туризма Министерства экономического развития и торговли. Ответственным за разработку платежного баланса страны и, следовательно, показателей экспорта и импорта услуг, является Центральный Банк Российской Федерации. Практически в настоящее время разработка всех показателей статистики туризма на национальном уровне, за исключением показателей платежного баланса, ведется Госкомстатом РФ.

В настоящее время статистические показатели, относящиеся к туризму, публикуются в России в ряде изданий. Как правило, соответствующие разделы содержатся в периодически издаваемых статистических ежегодниках и сборниках.

В «Российском статистическом ежегоднике» в разделе «Культура, туризм и отдых; подразделе - «Туризм и отдых» выделяются:

- 1) Санаторно-курортные организации и организации отдыха:  
- число учреждений, по типам (тыс.)

- в них коек, мест (единиц)
- численность размещенных лиц - всего (тыс. человек), в том числе:

граждан России, из них детей  
иностранных граждан, в том числе из стран СНГ и стран вне СНГ

2) Детские оздоровительные учреждения:

- число учреждений, по типам (тыс.)
- численность детей, отдохнувших в них за лето (всего и по типам учреждений) (тыс.чел.)

3) Гостиничные предприятия:

- число гостиниц, мотелей и т.п. (единиц)
- их единовременная вместимость (тыс. койко-мест)
- численность размещенных лиц - всего (тыс. человек), в том числе:

граждан России, из них детей  
иностранных граждан, в том числе из стран СНГ и стран вне СНГ

4) Перевозки пассажиров внутреннего водного транспорта на туристских и экскурсионных линиях:

- отправлено пассажиров на туристских линиях, на экскурсионных линиях (тыс.чел.)
- пассажирооборот на туристских линиях, на экскурсионных линиях (млн. пассажиро-км)

5) Международный туризм:

- въезд в Россию иностранных граждан по целям поездки, по странам (тыс.чел.)
- выезд российских граждан за границу по целям поездки, по странам (тыс.чел.)

6) Показатели деятельности туристских фирм:

- число туристских фирм, в том числе занимались:
    - туроператорской деятельностью
    - турагентской деятельностью
  - средняя численность работников (включая совместителей), занятых туристской деятельностью, тыс. человек
  - число реализованных населению туров (путевок), тыс., в том числе:
    - по территории России
    - по зарубежным странам
  - стоимость реализованных населению туров (путевок), млн. руб., в том числе:
    - по территории России
    - по зарубежным странам
  - численность туристов, обслуженных туристскими фирмами по странам, человек, в том числе:
    - принято
    - отправлено
- Кроме того, в этом издании в разделе «Услуги» приведены:
- 7) Таблица "Структура объема платных услуг населению":
    - стоимость оказанных туристско-экскурсионных услуг (млн.руб) и их доля в общей стоимости платных услуг населению (%)
    - стоимость оказанных санаторно-оздоровительных услуг (млн.руб) и их доля в общей стоимости платных услуг населению (%)
  - 8) Таблица "Объем платных услуг на душу населения по видам":
    - стоимость оказанных туристско-экскурсионных услуг на душу населения (руб)
    - стоимость оказанных санаторно-оздоровительных услуг на душу населения (руб)

В разделе «Уровень жизни населения» публикуются:

9) Таблица "Структура потребительских расходов и потребление продуктов питания"

- расходы на оплату санаторно-оздоровительных услуг

В статистическом сборнике «Сфера услуг в России» содержится следующая информация:

1) Услуги гостиничных предприятий:

- основные показатели гостиничных предприятий:

номерной фонд гостиничных предприятий, тыс. номеров

единовременная вместимость гостиничных предприятий, тыс.

мест

предоставлено ночевок за год, тыс.

- число гостиничных предприятий по регионам Российской Федерации:

- число мест в гостиничных предприятиях по регионам Российской Федерации

- число ночевок, предоставленных лицам, размещенным в гостиничных предприятиях, по регионам Российской Федерации

- коэффициент использования гостиничного фонда по регионам Российской Федерации

- доходы от эксплуатации гостиничных предприятий по регионам Российской Федерации

2) Услуги санаторно-курортных организаций и организаций отдыха:

- санаторно-курортные организации и организации отдыха:

число санаторно-курортных организаций и организаций отдыха, в них коек (мест), тыс.

- численность лечившихся и отдохавших в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха

- распределение численности лиц, размещенных в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха, по целям поездок

- распределение численности лиц, лечившихся и отдыхавших в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха, по типам организаций

- основные показатели санаторно-курортных организаций и организаций отдыха по формам собственности:

число организаций

число коек (мест) в месяц максимального развертывания, тыс.

численность размещенных лиц, тыс. человек

среднесписочная численность работников, тыс. человек

общая площадь (на конец отчетного года), тыс. м<sup>2</sup>

инвестиции, млн. руб.

- детские оздоровительные учреждения (лагеря)

- ввод в действие санаториев и домов отдыха, тыс. коек

Статистический сборник «Социальное положение и уровень жизни населения России» представляет следующие показатели:

1) Раздел «Культура, туризм, отдых»

Показатели, преимущественно аналогичные показателям, приведенным в Российском статистическом ежегоднике, характеризующие следующие аспекты индустрии туризма:

- гостиничные предприятия

- въезд иностранных граждан на территорию России и выезд российских граждан за рубеж

- санаторно-курортные организации и организации отдыха, в том числе по регионам России.

2) Раздел «Товары и услуги для населения»

- объем и структура платных услуг населению, млн. руб.:

туристско-экскурсионные

санаторно-оздоровительные

Наиболее полным изданием по статистике туризма, предпринятым Госкомстатом в последнее десятилетие, является Статистический сборник «Туризм в России», изданный в 2000 году преимущественно на основе данных 1999 года. Сборник представляет собой расширенную версию регулярно публикуемых статистических материалов. На сегодняшний день это самая полная публикация данных по статистике туризма в России, основанная на сложившихся источниках информации.

В целом в данной публикации приводится та же система статистических показателей, что и в уже охарактеризованных статистических изданиях. Вместе с тем по структуре представления данных этот источник несколько отличается от перечисленных ранее. Поэтому необходимо остановиться более подробно на его характеристике.

Представленную в сборнике информацию можно функционально разделить на ряд крупных блоков.

#### 1) Характеристика туристских потоков.

Международные туристские потоки показаны в отдельном разделе, в котором характеризуются въезд иностранных граждан в Россию и выезд российских граждан за рубеж, с их распределением по цели поездок и странам.

Кроме того, в этом разделе приводятся данные платежного баланса России об экспорте и импорте услуг по статье «Туристские услуги (поездки)» за ряд лет.

Сведения о внутренних туристских потоках можно частично (то есть в отношении граждан, которые проживали в коллективных средствах размещения) найти в ряде разделов, характеризующих работу коллективных средств размещения. Такая информация содержится в следующих таблицах:

- Распределение лиц, размещенных в гостиничных предприятиях, по целям поездок

- Распределение лиц, размещенных в гостиничных предприятиях, по продолжительности пребывания

- Число ночевок, предоставленных лицам, размещенным в гостиничных предприятиях, по регионам Российской Федерации

- Распределение численности лиц, лечившихся и отдыхавших в специализированных средствах размещения, по типам организаций

- Распределение численности лиц, размещенных в специализированных средствах размещения, по целям поездок

- Распределение численности лиц, размещенных в специализированных средствах размещения, по продолжительности пребывания

- Численность лиц, лечившихся и отдыхавших в специализированных средствах размещения, по регионам Российской Федерации

В этих же таблицах содержится и информация об иностранных гражданах, размещавшихся в коллективных средствах размещения.

2) Характеристика предприятий и организаций, производящих характерные туристские товары и услуги (продукты).

2.1) Предприятия, предоставляющие услуги коллективного размещения:

- гостиничные предприятия (гостиницы, мотели, кемпинги, общежития для приезжих и другие средства размещения)

- специализированные средства размещения (санатории, санаторные оздоровительные лагеря круглогодичного действия, пансионаты отдыха, дома отдыха, базы отдыха и другие)

По этим предприятиям приведены показатели, характеризующие их емкость (номерной и коечный фонд), численность работников и их профессиональный состав, заработную плату, доходы от

эксплуатации, объем оказанных платных услуг, валютную выручку, кредиторскую и дебиторскую задолженность предприятий, инвестиции и ввод в действие объектов.

2.2) Предприятия общественного питания. В сборнике приводится показатель оборота общественного питания на основе данных обследования организаций оптовой, розничной торговли и общественного питания. Кроме того, приведены данные о числе средних и крупных предприятий общественного питания (ресторанов, кафе, закусочных, столовых и прочих) по регионам России и число мет в них. При этом следует отметить, что большая часть предприятий общественного питания относится именно к категории малых.

2.3) Транспорт характеризуется рядом общих показателей: протяженность путей сообщения, перевозки пассажиров общего пользования, пассажирооборот транспорта общего пользования, аварийность. Кроме того, содержатся сведения о числе перевезенных туристов различными видами транспорта с выделением туристских и экскурсионных маршрутов на внутреннем водном транспорте. Имеются также данные о количестве объектов дорожного сервиса на федеральных автомобильных автодорогах.

Следует отметить, что количество пассажиров, отнесенных к числу туристов, явно занижено, что очевидно связано с особенностями использованной классификации.

2.4) Бюро путешествий, туристские агентства, экскурсионные бюро.

Представлены данные о деятельности туристских фирм, полученные в результате единовременного обследования этих предприятий в апреле 2000 года (по итогам 1999 года): численность предприятий, оборот и себестоимость, структура затрат, численность занятых и зарплата (в разделе «Труд и

заработная плата»), численность обслуженных туристов по странам, целям поездок и продолжительности поездки, а также число принятых и отправленных турфирмами туристов по регионам России.

Кроме того, в разделе «Платные услуги в сфере туризма» приведены данные об объеме оказанных туристско-экскурсионных услуг и денежных расходах домашних хозяйств на туристско-экскурсионные услуги.

2.5) Учреждения, осуществляющие деятельность в области организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.

В разделе «Туристские ресурсы» приводятся данные об учреждениях культуры, искусства, национальных парках, спортивных сооружениях, игорных заведениях: численность объектов, их основные характеристики, по ряду учреждений - количество посетителей (зрителей).

3) Характеристика туристских зон федерального значения.

Данный раздел включает характеристику туристской инфраструктуры и туристских ресурсов по 13 туристским зонам.

4) Сведения о подготовке специалистов для сферы туризма.

5) Информация о производстве товаров для туризма.

6) Информация Всемирной туристской организации (ВТО) о распределении численности международных посетителей по странам мира

Кроме показателей Госкомстата необходимо также упомянуть статистическую информацию Центрального Банка РФ (Банка России). В структуре платежного баланса содержатся важные для статистики туризма показатели экспорта и импорта услуг, а именно экспорт и импорт услуг транспорта (именно пассажирского транспорта) и импорт услуг по статье поездки.

Система статистических показателей туризма Госкомстата РФ отражает, с одной стороны, существовавшую до настоящего времени

потребность федеральных и региональных органов хозяйственного управления и туристского бизнеса, а с другой стороны имеющиеся источники информации.

При характеристике основных источников статистической информации необходимо отметить, что действующая в Российской Федерации государственная система статистического наблюдения в сфере санаторно-курортного лечения, туризма и отдыха и в сфере статистики физической культуры и спорта предусматривает прохождение статистической информации через региональные органы государственной статистики, системы здравоохранения и управления физической культурой и спортом" [24]. Кроме годовых форм федерального государственного статистического наблюдения и первичной документации, статистическая туристская информация поступает от Федеральной пограничной службы, Банка России, Министерства путей сообщения и других ведомств (приложение 1). В общем объеме поступающей информации преобладают данные, поступающие в органы Госкомстата со стороны предложения (от предприятий и организаций), получаемые на основе сплошного наблюдения. Кроме того, ряд данных получается на основе выборочного наблюдения. В частности, ряд статистических данных по туризму был получен на основе таких выборочных обследований, как:

- единовременные обследования организаций, занимающихся формированием, продвижением и продажей туристского продукта;
- выборочные обследования бюджетов домашних хозяйств;
- обследования организаций оптовой, розничной торговли и общественного питания (без субъектов малого предпринимательства).

На основе анализа имеющихся данных, отмечая определенный прогресс в организации системы статистического наблюдения в

туризме и совершенствования системы показателей туристской статистики в России, и принимая во внимание, что любая отраслевая система статистических показателей отражает также и общее состояние всей национальной системы экономических показателей, можно сделать следующие выводы о состоянии системы показателей российской статистики туризма и соответствии ее стандартам ООН и ВТО.

Стандарты ООН и ВТО предполагают разработку целостной системы показателей статистики туризма, включающей ряд показателей в натуральном и стоимостном выражении. Первые дают количественную характеристику величины и структуры туристских потоков в терминах принятых классификаций спроса и количественную характеристику потенциала сферы производства туристских продуктов на основе классификации предложения.

Вторые характеризуют величину и структуру туристского выпуска и валовой добавленной стоимости. Их задача показать место и роль туризма в национальной экономике, а также оценить влияние туризма на экономику.

Кроме того, эта система включает показатели занятости в туризме, накопление основного капитала и ряд других.

В совокупности они образуют взаимосвязанную и согласованную, иерархически организованную систему, встроенную в национальные системы социально-экономической статистики и совместимую с СНС ООН.

В сложившейся в России системе показателей статистики туризма из-за значительных пробелов в определениях базовых понятий и недостаточно развитой системы классификаций отсутствует внутренняя согласованность и сопоставимость с показателями системы национальных счетов.

Не обеспечиваются комплексность и полнота отображения туристской деятельности. В связи с этим имеющийся набор показателей носит довольно фрагментарный характер, не позволяющий получить целостной картины туристской деятельности; и, тем более, оценить ее роль в национальной экономике.

В настоящее время в российской статистике туризма выделение туристской составляющей (доли) в выпуске различных видов деятельности практически невозможно. В то же время этот показатель является в современной статистике туризма основным результатом обработки первичной информации, позволяющим получать интегральные стоимостные оценки и обеспечить сопоставимость в системе макроэкономических показателей.

Абсолютное большинство показателей отражает состояние предложения в туризме (средства размещения, транспорт, общественное питание, деятельность профессиональных организаторов в туризме и т.д.). Имеющиеся данные, в силу их агрегированности, не могут дать ясного представления о величине вклада этих предприятий в удовлетворение туристского спроса.

Показатели, отражающие состояние спроса, такие как величина и структура туристских потоков, величина туристских расходов и другие, имеются только для международного туризма. Эти показатели (особенно в стоимостной форме) отличаются неполнотой охвата и нуждаются в совершенствовании и дополнительных источниках данных.

Основное внимание уделяется методам сплошного постоянного статистического наблюдения, в то время как ключевая информация в статистике туризма может быть получена только на основе выборочных обследований.

Проводимые выборочные обследования ориентированы на предложение. Так единовременное обследование туристских фирм

позволяет оценить выпуск и другие показатели деятельности этой группы предприятий, но никак не масштабы туристской деятельности в стране.

Необходимо разработать Федеральную программу международного и национального туристского выборочного обследования, проводимого на регулярной основе. Ее цель состоит в том, чтобы получить доступ к информации, позволяющей обеспечить разработку системы стоимостных показателей и получить достаточно точную оценку масштабов туристской деятельности.

Действующая система показателей туристской статистики за исключением статистики международного туризма слабо сопоставима с международной статистикой туризма.

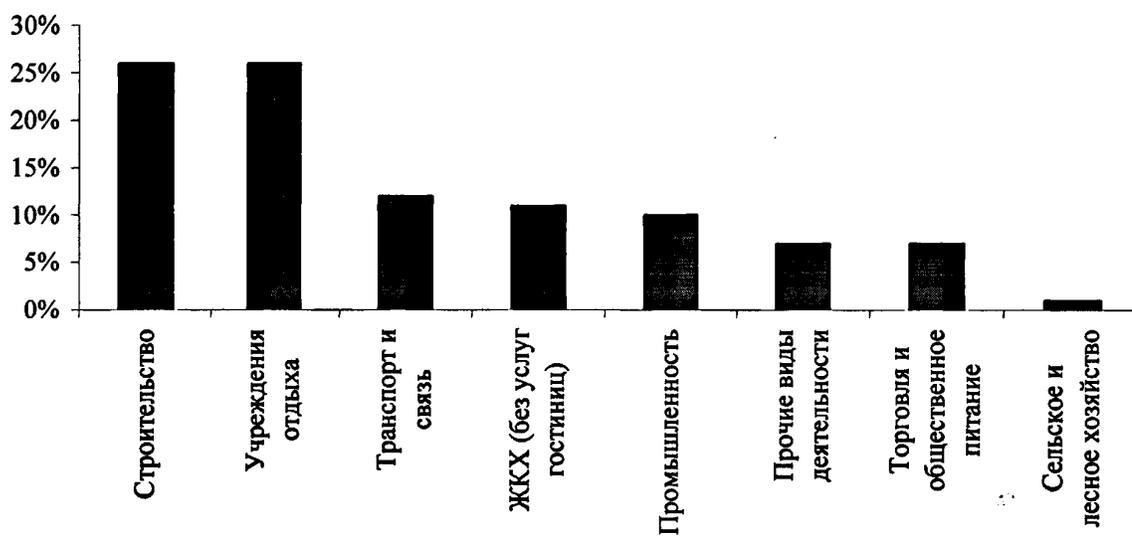
Таким образом, существующая в России система показателей туризма, а также источники получения данных не соответствуют стандартам ООН и ВТО по большинству указанных критериев и должны быть пересмотрены.

## **§ 2.2. Характеристика туристской индустрии г. Сочи на основе показателей государственной статистики туризма**

Переход к рыночным отношениям в России создал необходимые условия для динамичного развития туристской отрасли. Однако место и роль России на мировом туристском рынке, несмотря на колоссальный туристский потенциал, в настоящее время весьма незначительны. Вместе с тем, начиная с 1999 г. спрос на туристские услуги внутри страны, а также по линии въездного туризма постоянно растет. При этом отчетливо выявилось

несоответствие существующего туристского продукта и современного туристского спроса.

Характерным примером несбалансированного развития туристской индустрии является регион Большого Сочи, специализирующийся на рекреационно-туристской деятельности. Несмотря на то, что услуги учреждений отдыха составляют только часть рекреационно-туристского продукта, о роли рекреации в городе можно судить по доле валовой выручки от реализации их услуг. В рис. 2.2.1. приведены данные за 2000 г.



**Рис. 2.2.1. Структура валового выпуска видов экономической деятельности в г. Сочи в 2000 г.**

Ниже будет показано, что реальный вклад туризма в валовой выпуск по Сочи значительно превышает величину выпуска по статье «учреждения отдыха» в 26%, так как из фокуса официальной статистики выпадает объем туристской деятельности, обусловленный спросом туристов на услуги торговли, общественного питания вне мест размещения и т.д.

Природно-ресурсный потенциал Сочинского субрегиона послужил начальным фактором развития санаторно-курортной деятельности. Его основу составляет совокупность климатических условий, запасов минеральных вод, морской акватории, рельефа и других

рекреационных факторов. Фактическая рекреационно-туристская емкость г.Сочи ограничивается не природно-ресурсным потенциалом, а совокупностью накопленных материальных ресурсов субрегиона. На базе существующей статистики наиболее полно описывается материально-техническая база характерных видов туристской деятельности, в первую очередь предприятий сферы размещения.

В Сочи приводимая в статистических отчетах классификация мест размещения делит все санаторно-курортные и туристские учреждения на типы в соответствии с набором услуг. Это деление весьма условно и непостоянно. В агрегированном виде в Сочи можно выделить четыре основных группы мест размещения:

1.Санатории и пансионаты (кратко санатории), к которым отнесены санатории, пансионаты с лечением, пансионаты отдыха.

2.Гостиницы.

3.Туркомплексы (базы отдыха, дома отдыха, турбазы, собственно туркомплексы и оздоровительные комплексы).

4.Другие учреждения отдыха.

Следует отметить, что деление на гостиницы, пансионаты и другие санаторно-курортные учреждения во всем Черноморском курортном регионе достаточно условно, особенно в последние годы. Так, когда в 1990-1995 годах наблюдалась тенденция резкого падения спроса на лечебно-оздоровительные услуги, большинство санаториев и пансионатов фактически функционировали как гостиницы. С 1996 года наблюдается противоположная тенденция - переход пансионатов в категорию санаториев, гостиниц в разряд пансионатов и оздоровительных комплексов. Причина такой тенденции - особенности налогообложения санаторно-курортных учреждений и попытки выдержать конкуренцию на рынке санаторно-курортных услуг, сгладить сезонные колебания загрузки. Однако

невысокий уровень предлагаемых медицинских услуг и слабая оснащенность оборудованием не привели к заметному увеличению востребованности этих учреждений у потребителя, и сезонные колебания загрузки у них остаются выше, чем собственно у санаториев. В целом ситуация на рынке мест размещения достаточно подвижна и меняется каждый год. В последние два года отмечена новая тенденция - появилось около 100 частных гостиниц-пансионатов. Общий постоянный круглогодичный коечный фонд 245 коллективных мест размещения г.Сочи составляет 54,7 тысяч мест (см. табл. 2.2.1.). В целом по городу разница между количеством круглогодичных мест и мест в месяц максимального развертывания (на 2000 г.) составляет 38,5%, при этом в санаториях и пансионатах - 13,7%, в гостиницах - 1,1%, в туркомплексах - 109,6%, по другим учреждениям отдыха - в 10,5%. Пропускную способность рекреационных учреждений в период теплого сезона можно оценить на основе данных о количестве мест максимального развертывания.

Таблица 2.2.1.

Число предприятий санаторно-курортного комплекса и их емкость в г. Сочи в 1999-2001 гг.

| Типы предприятий          | 1999              |            |                       | 2000              |            |                       | 2001              |            |                       |
|---------------------------|-------------------|------------|-----------------------|-------------------|------------|-----------------------|-------------------|------------|-----------------------|
|                           | Число предприятий | Число коек |                       | Число предприятий | Число коек |                       | Число предприятий | Число коек |                       |
|                           |                   | Постоянных | Максим. Развертывания |                   | Постоянных | Максим. развертывания |                   | Постоянных | Максим. развертывания |
| 1. Санатории и пансионаты | 103               | 36704      | 41030                 | 106               | 35730      | 40801                 | 105               | 37911      | 42696                 |
| 2. Гостиницы              | 16                | 5671       | 5727                  | 16                | 5117       | 5173                  | 20                | 6440       | 6471                  |
| 3. Туркомплексы и др.     | 107               | 11009      | 27216                 | 102               | 17555      | 25597                 | 110               | 10386      | 26664                 |
| 4. Объединение «Отдых»    | 4                 | 0          | 0                     | 7                 | 0          | 36                    | 6                 | 0          | 36                    |
| Всего                     | 230               | 53384      | 73976                 | 231               | 51670      | 78288                 | 241               | 54742      | 75870                 |

Расчет, приведенный в табл. 2.2.1., производился исходя из средней продолжительности отдыха по каждому типу учреждений и протяженности купального сезона 180 дней. Суммарный потенциал коллективных мест размещения по городу за год составляет 1754,5 тыс. человек. Кроме показателей емкости и пропускной способности баз размещения, статистическая отчетность позволяет получить достаточно детальную структуру зарегистрированного туристского потока, прибывающего в регион. Регион Большого Сочи, специализирующийся на рекреационно-туристской деятельности, испытал с начала 90-х годов резкое снижение совокупного спроса населения на рекреационные услуги, предоставляемые сочинскими здравницами. К середине 90-х годов турпоток снизился в 3-4 раза, а с учетом неорганизованных туристов - еще значительно. Минимальный поток зарегистрирован в 1997 г. Поток иностранцев с 1988 по 1998 гг. сократился в 16 раз. Доля иностранцев в общем турпотоке в годы максимальной популярности Сочи достигала 10,4%, снизившись до 3% в 1998 г. Рост стоимости рекреационного продукта на внутреннем рынке обусловил сокращение средней продолжительности пребывания на российских курортах с 20 дней в середине 80-х годов до 12,4 дней в 1997 году. Сезонная диспропорция туристских потоков в летний и зимний период привела к ежегодному закрытию в зимний период значительного числа санаториев, пансионатов и других баз размещения.

Финансовый кризис августа 1998 года стимулировал перераспределение туристских потоков в пользу внутреннего туризма, что и сказалось положительно на заполняемости курорта. С 1998 по 2000 гг. численность отдохнувших увеличилась более чем в 1,5 раза (рис.2.2.2.).

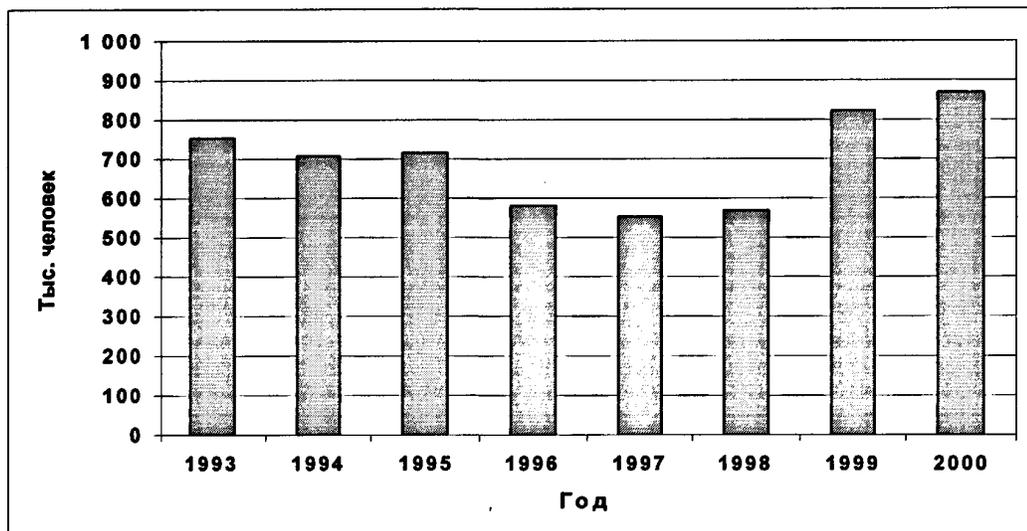


Рис.2.2.2. Динамика численности отдохнувших в г. Сочи

В последнее время наблюдаются значительные изменения в структуре отдыхающих в учреждениях отдыха различного типа. Динамика этой структуры представлена в таблице 2.2.2.

Из данных таблицы следует, что число организованных туристов выросло в 2000 г. на 333,5 тыс. чел. или на 62,2% по сравнению с 1997 годом. Это означает, что ежегодный темп прироста отдыхающих за этот период составил 17,7%. Особенно резко выросла загрузка туркомплексов (в 2,3 раза), а также санаториев и пансионатов (на 77%). В то же время заметно сократилась загрузка гостиниц (на 16,5%). Это свидетельствует о том, что население отдает предпочтение отдыху и лечению в организованном порядке путем приобретения комплексных путевок.

Таблица 2.2.2.

**Численность зарегистрированных отдыхающих по г.Сочи  
по типам предприятий, чел.**

| Предприятия              | 1997   | 1998   | 1999   | 2000   |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|
| 1.Санатории и пансионаты | 264313 | 300313 | 431125 | 467981 |
| 2.Гостиницы              | 130088 | 132197 | 117815 | 108559 |
| 3.Туркомплексы и др.     | 102494 | 93584  | 214262 | 248403 |
| 4.Объединение «Отдых»    | 39372  | 43264  | 61176  | 44813  |
| Всего                    | 536267 | 569358 | 824378 | 869756 |

Рынок частного жилья является значительным по объему и практически неучтенным сектором рынка мест размещения в г.Сочи. Что же касается объединения «Отдых», то здесь имеет место

определенная стабилизация положения - число отдыхающих составляет около 40 тыс. человек в год. В данном контексте необходимо отметить, что в Сочи исторически большую долю туристского потока составляли так называемые неорганизованные туристы. При этом фактические объемы размещенных туристов в неорганизованном секторе по данным государственной статистики сильно занижены, так как системно не проводятся косвенные расчеты по нерегистрируемой занятости (по результатам косвенных расчетов - см. § 3.2. - официальная величина неорганизованного туристского потока составляет не более 5 % от фактического объема).

По официальным данным, в 2000 г. в Сочи приехало 870 тыс. чел. - самый большой поток с 1993 г., превысив поток 1999 г. на 5,5%. Итоги 2001 года свидетельствуют об определенной потере интереса к курорту. За этот период в городе отдохнуло на 5,4% меньше, чем за такой же период 2000 года, а количество проведенных чел.-дней - на 9,6%. Среднегодовая загрузка всей базы размещения г.Сочи составляет около 50%, при этом самая высокая загрузка - у прочих учреждений отдыха (74,9%). Это объясняется тем, что практически все они функционируют только в летний период. Среди стационарных учреждений более других загружены санатории и пансионаты. В значительной мере это обусловлено распределением путевок в эти учреждения фондами социального страхования. Туркомплексы и гостиницы имеют невысокую среднегодовую загрузку - соответственно 38,1% и 37,1%. В целом годовая загрузка мест размещения за 1997-2000 гг. заметно выросла: санаториев и пансионатов - на 20,3 пункта, гостиниц - на 15 пунктов, туркомплексов - на 12,2 пункта при росте среднего показателя по всем типам на 18,6%.

По данным статистических форм П-4 и курорт-1 формируются показатели количества занятых на предприятиях санаторно-курортной сферы. При этом можно выделить долю врачей, младшего медперсонала и внешних совместителей. Выделить занятость в сфере дополнительного обслуживания, общественного питания, торговли, обусловленную ростом спроса в результате туристского потребления, не представляется возможным (табл. 2.2.3.).

Таблица 2.2.3.

**Численность работающих в организациях курортно-туристского комплекса**

| Типы организаций       | Среднесписочная численность работников | из них |                       | Число совместителей и работающих по договору за год |
|------------------------|--|--------|-----------------------|---|
|                        |  | врачей | среднего медперсонала |   |
| 1                      | 2                                      | 3      | 4                     | 5   |
| ВСЕГО                  | 25003                                  | 980    | 2324                  | 3291  |
| Санатории и пансионаты | 18587                                  | 940    | 2218                  | 2324  |
| Туркомплексы и др.     | 6416                                   | 40     | 106                   | 967   |

В таблице 2.2.4. сведены данные по доходам от основной деятельности предприятий характерных туристских видов деятельности. Указанные данные даже при первичном рассмотрении вызывают сомнения в достоверности содержащейся информации. Так, доля чистой выручки от оказания дополнительных услуг в общих доходах составляет не более 3,5%, при этом по данным экспертных оценок туристские расходы только в местах проживания составляют не менее 30-40% от стоимости путевок, не считая расходы на стороне. При сопоставлении заявленных доходов и текущих расходов санаторно-курортных и туристских предприятий города складывается отрицательное сальдо по основной деятельности [39]. Убыточная деятельность отрасли специализации в 2000 году (в период одного из лучших сезонов за последнее десятилетие) представляется явно сомнительным явлением.

Таблица 2.2.4.

## Доходы санаториев, пансионатов и туристских комплексов в 2000 г., тыс. рублей

| Типы организаций       | Доходы от эксплуатации | в том числе от                |                              |   | Прочие доходы | Всего доходов |
|------------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|---|---------------|---------------|
|                        |                        | реализации путевок (курсовок) | дополнительных платных услуг | из них (гр.3) лечебно-оздоровительного характера, не входящих в путевку |               |               |
| 1                      | 2                      | 3                             | 4                            | 5   | 6             | 7             |
| Всего                  | 4049126,7              | 3403948,7                     | 120914                       | 23599,7   | 124924,5      | 4204882,7     |
| Санатории и пансионаты | 3004717,3              | 2857865,2                     | 68374,4                      | 20344,3   | 99010,6       | 3103727,9     |
| Туркомплексы и др.     | 1044409,4              | 546083,5                      | 52539,6                      | 3255,4  | 25913,9       | 1101154,8     |

Таблица 2.2.5.

## Расходы санаториев, пансионатов и туристских комплексов в 2000 г., тыс. рублей

| Типы организаций       | Расходы по эксплуатации | из них  |                                      |                             |              |                           | Средне годовая балансовая стоимость основных фондов | Инвестиции | В том числе из-за рубежа |
|------------------------|-------------------------|---|--------------------------------------|-----------------------------|--------------|---------------------------|---|------------|--------------------------|
|                        |                         | материальные затраты без амортизационных отчислений | из них затраты на капитальный ремонт | амортизация основных фондов | оплата труда | оплата материальных услуг |   |            |                          |
| 1                      | 2                       | 3   | 4                                    | 5                           | 6            | 7                         | 8   | 9          | 10                       |
| Всего                  | 4372984,3               | 2330073,0   | 480111,6                             | 295645,3                    | 757376,3     | 520964,7                  | 8958823,2   | 354157,0   | 0,0                      |
| Санатории и пансионаты | 3329716,0               | 1721867,0   | 394347,0                             | 256105,0                    | 589521,0     | 415253,0                  | 7226488,8   | 174821,0   | 0,0                      |
| Туркомплексы и др.     | 1043268,3               | 608206,0  | 85764,6                              | 39540,3                     | 167855,3     | 105711,7                  | 1732334,4   | 179336,0   | 0,0                      |

Таким образом, напрашивается вывод о необходимости более точной информации об экономических процессах на региональном уровне, в том числе для оценки объемов теневой деятельности.

В настоящем параграфе мы не преследовали цель дать всеобъемлющую характеристику туристской сферы субрегиона Сочи. Поэтому мы не перегружали диссертационное исследование излишними показателями экономической деятельности прочих характерных туристских видов деятельности, не останавливались на структуре добавленной стоимости, промежуточного потребления и т.д. Главной целью фрагментарных оценок по туристской индустрии субрегиона Сочи было продемонстрировать необходимость различать деятельность туристских отраслей и туристскую деятельность. Показать, что существующая отчетность предприятий не может ответить на вопрос, какая, например, доля выпуска, добавленной стоимости, промежуточного потребления санаториев и пансионатов, обусловлена спросом туристов, а какая - расходами прочих потребителей. Другой стороной вопроса остается способность существующей статистики адекватно учитывать нерегистрируемую деятельность, что особенно актуально для сферы туристских услуг с сильно выраженным сезонным характером.

### **§ 2.3. Оценка повышения эффективности отечественной статистики туризма при внедрении методологии сателлитного счета туризма**

На основе проведенной в § 2.1. характеристики показателей и источников информации в статистике туризма России определены следующие методологические различия российской статистики туризма с международными стандартами.

Сложившаяся система понятий и определений основана на концепции туризма и туристской деятельности отличающейся от системы, принятой международными стандартами. Существуют концептуальные различия в основополагающих понятиях «туризм» и «туристская деятельность». Так, в российской концепции – это деятельность по организации путешествий, в то время как в концепции ВТО/ООН – деятельность путешествующих лиц.

Таким образом, в основе всей системы понятий и определений российской статистики туризма существует противоречие с принятой международными организациями концепцией туризма, основанной на спросе, а не на предложении. Данное различие должно быть устранено, поскольку в противном случае оно будет препятствовать разработке национальной концепции статистики туризма, интегрированной в Систему Национальных Счетов.

В используемом в настоящее время понятийном аппарате остаются неопределенными ряд ключевых понятий современной статистики туризма. Так, не определены понятия «обычная среда», «туристские расходы», «туристский спрос». Существующая система понятий в наибольшей мере ориентирована на статистическое описание национального и международного уровней туризма и очень слабо применима в региональной статистике туризма. Сложившийся понятийный аппарат практически неприменим для разработки системы стоимостных показателей, и тем более ни в коей мере не может

служить основой для разработки национального сателлитного счета туризма в России.

В России не существует сводного нормативного документа, содержащего единые стандарты классификации спроса и предложения в туризме. Отсутствуют вовсе или недостаточно проработаны некоторые принципиально важные классификации, относящиеся к спросу, например, туристских расходов. Существуют расхождения с международными стандартами, снижающие международную сопоставимость разрабатываемых показателей.

Национальный вариант классификации видов деятельности в туризме в России еще не разработан, однако, не существует принципиальных препятствий для его разработки, поскольку классификаторы видов деятельности и продуктов в России (ОКВЭД, ОКДП) базируются на МСОК так же, как и СИКТА, рекомендованная международными организациями в качестве образца.

Устранение различий в классификациях с международными стандартами должно рассматриваться в числе первоочередных задач приведения российской статистики туризма к международным стандартам.

Сложившаяся в России система показателей статистики туризма не полностью соответствует международным стандартам по ряду признаков:

- не рассчитываются показатели, характеризующие масштаб туристской деятельности в целом на национальном уровне, такие как общее количество туристских поездок и ночевок. Исключение составляют международные поездки (публикуется количество международных путешествий);

- отсутствуют показатели, характеризующие величину и структуру туристских расходов (туристского потребления), за исключением отдельных их элементов;

■ отсутствуют показатели, представляющие систематизированную оценку предложения туристских товаров и услуг в стоимостной форме.

Таким образом, имеющийся набор показателей носит довольно фрагментарный характер, не позволяющий получить целостной картины туристской деятельности и оценку ее роли в национальной экономике. Затруднена сопоставимость с показателями систем национальных счетов, не обеспечиваются комплексность и полнота отображения туристской деятельности. Среди публикуемых показателей преобладают показатели, характеризующие отдельные элементы предложения туристских товаров и услуг. По ряду рассчитываемых в национальной статистике показателей нет достаточной международной сопоставимости.

В России хорошо развита система источников статистической информации, основанная на сплошном статистическом наблюдении. Формы федерального государственного статистического наблюдения, применяемые в большинстве отраслей, производящих характерные туристские товары и услуги по своему содержанию, полноте охвата и периодичности практически полностью соответствуют требованиям ВТО. К ним следует в первую очередь отнести информацию, поступающую от коллективных средств наблюдения. Следует отметить, что ВТО считает информацию, поступающую от средств размещения, ключевой для оценки масштабов туристской деятельности в стране.

Таким образом, в России имеется информационная основа для оценки ключевых показателей статистики туризма.

В числе недостатков имеющихся отраслевых источников информации следует назвать недостаточно полный охват объектов наблюдения. Основная проблема кроется в индивидуальных предпринимателях, для организации обследований которых нет

достаточной законодательной базы. Малые предприятия всех отраслей экономики обследуются на выборочной основе по унифицированной форме №ПМ, содержащей широкий набор показателей. Кроме того, отраслевая информация, поступающая в органы государственной статистики на основе федерального государственного статистического наблюдения, не позволяет достоверно оценивать туристские составляющие (доли) в различных видах деятельности, и, следовательно, получать оценки туристской деятельности в масштабах страны. При расчете показателей туристского предложения и туристской занятости на основе данных отраслевых статистик возникает проблема сохранения информации при ее отраслевом агрегировании.

Существующая система сбора и обработки информации, относящейся к туризму, должна быть дополнена рядом международных и внутренних выборочных туристских обследований, проводимых на регулярной основе. Данные обследования должны охватывать предприятия, производящие туристские товары и услуги, посетителей и домашние хозяйства.

Задачи совершенствования статистики туризма определены в Концепции развития туризма в Российской Федерации на период до 2005 года, одобренной распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2002 г. №954-р. Данная концепция предусматривает следующие мероприятия по совершенствованию статистики туризма:

«19. Разработка и реализация комплекса мер по совершенствованию статистики в сфере туризма в соответствии с международными требованиями, в том числе:

совершенствование системы государственного статистического учета и отчетности в отраслях, непосредственно относящихся к

сфере туристической индустрии, в соответствии с рекомендациями Всемирной туристической организации;

совершенствование ведомственного статистического наблюдения, касающегося международного и внутреннего туризма, а также внешнеторгового оборота в области туризма;

разработка методологии сателлитных счетов в рамках системы национальных счетов, учитывающих показатели смежных отраслей и позволяющих определить совокупный вклад туризма в отечественную экономику».

Устранение существующих методологических различий российской статистики туризма со стандартами ООН и ВТО в части системы основополагающих понятий и определений потребует внесения соответствующих изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Отсутствует нормативный документ, содержащий стандарты российской статистики туризма, что также сдерживает переход на международные стандарты. Эти стандарты должны содержаться в Законе о туризме. Согласно Концепции Минэкономразвития, предполагается разработать законопроект только в 2005 г.

Необходимо на основе рекомендаций по статистике туризма ВТО и ООН, с учетом опыта других международных организаций и передовых стран, разработать и принять специальный документ, содержащий свод методологических положений по статистике туризма. Этот документ должен включать все используемые в статистике туризма понятия и определения, классификации, а также принципы построения системы показателей, утвержденную систему показателей, источников информации, характеристику методов сбора информации и прочие стандарты статистики туризма.

Наиболее сложной представляется решение проблемы совершенствования информационного обеспечения. Несмотря на

наличие хорошей информационной основы статистики туризма в целом, а также последовательные действия Госкомстата РФ по совершенствованию форм сплошного статистического наблюдения в туризме и развитию выборочного наблюдения, необходимо существенно расширить как сферу статистического наблюдения в туризме, так и методы получения информации. Решение вопросов охвата статистическим наблюдением всех средств размещения посетителей, организации статистического наблюдения за туристскими расходами во внутреннем и международном туризме, оценки показателей доли туристского потребления в выпуске характерных туристских товаров и услуг, совершенствования методик выборочного статистического наблюдения, охватывающего посетителей, домашние хозяйства и предприятия, производящие туристские товары и услуги, оптимально проводить в рамках комплекса работ по внедрению сателлитного счета туризма.

Наиболее, на наш взгляд, разработанной современной концепцией оценки статистической деятельности является система сателлитных счетов туризма в методологии ВТО и ОЭСР [64,83,84]. Поэтапное внедрение указанной методологии в практику статистической оценки туризма в России позволит не просто усилить дескриптивную статистику туризма, но и кардинально повысить аналитическую ценность статистических информационных массивов для эффективного моделирования процессов социально-экономического развития.

Оценка макроэкономических показателей туристской деятельности требует значительно более широкого числа источников информации, в том числе проведения различного рода выборочных обследований. В приложении 2 перечислены общие направления изменения структуры источников информации для построения полноценного сателлитного счета туризма.

С точки зрения интересов локальных территориальных образований, таких как специализированные туристские регионы, формирование сателлитных счетов туризма (в идеале с интегрированными сателлитными счетами природопользования, сателлитными счетами социальных процессов) предоставляет принципиально новые возможности как для реализации стратегических задач планирования и прогнозирования устойчивого социально-экономического развития, так и для локальных задач выработки подходов к стимулированию развития приоритетных видов деятельности с точки зрения расширения налоговой базы, с позиции роста рабочих мест и т.д.

Принимая во внимание высокий уровень теневой экономической деятельности и слабое развитие методологии косвенных оценок нерегистрируемых производственных процессов со стороны статистики предложения, определение параметров фактического потребления товаров и услуг является мощным альтернативным источником информации, в том числе для идентификации экономической роли туризма в региональной экономике.

Параметры основных информационных таблиц системы сателлитных счетов формируются полностью в совместимых форматах с данными национальных и региональных счетов в стандартах СНС, и, соответственно, позволяют интегрировать детализированную информацию по туристским видам деятельности в структуру аналитических моделей на основе межотраслевого баланса и матрицы финансовых потоков. Как следствие, возможно проведение стандартных имитационных операций по оценке воздействий бюджетной, налоговой политики и прочих административно-экономических мер региональных органов власти на основные макро- и микроэкономические агрегаты региональной экономики. Необходимо отметить, что теоретически не существует ограничений на

минимальный уровень детализации параметров моделей, так как вполне допустимо проведение расчетов по оценке экономического влияния от реализации единичного проекта, реструктуризации одного предприятия и т.д. Соответственно, становятся доступны обоснованные стоимостные оценки прироста валового регионального продукта, доходов населения, налоговых поступлений муниципального бюджета, изменения прочих показателей региональных счетов в результате целевого регулирования конечным спросом (бюджетное субсидирование, государственные закупки и т.д.).

Кроме того, данные сателлитных счетов сами по себе являются ценным информационным ресурсом, который детально характеризует объемную и структурную составляющую туристской индустрии региональной экономики, расставляя приоритеты в экономическом влиянии и верифицируя стандартные статистические параметры экономики со стороны предложения.

### **Глава 3. Разработка сателлитного счета туризма для специализированного туристского региона Сочи**

#### **§ 3.1. Концепция системы оценки туристской деятельности в специализированном туристском субрегионе Сочи**

Специализированный туристский субрегион Сочи представляет собой типичную моноспециализированную территорию, экономика которой в существенной мере зависит от деятельности по обслуживанию посетителей (туристов). Для построения эффективной системы мониторинга туристской деятельности в субрегионе была проведена идентификация наиболее актуальных потребностей в аналитической информации, которые не обеспечиваются существующей отчетностью.

Разработка методики построения сателлитного счета туризма субрегиона Сочи была осуществлена с учетом потребностей в информационном обеспечении на основе консультаций с администрацией города Сочи. Исходя из перечня основных проблем региональной экономики (низкий уровень собираемости налогов, высокая безработица с учетом сезонности, неэффективная общерегиональная маркетинговая политика, недостаток ресурсов для поддержания городской инфраструктуры, природных и культурных туристских объектов) наиболее эффективными инструментами регулирования темпов и пропорций экономического развития региона представляются внятная система налоговых преференций и льгот, программы структурной перестройки рынка труда, централизованное позиционирование туристского продукта города, системная политика в сфере землепользования и т.д. Исходя из выявленных

потребностей в информационно-аналитических массивах нами представлена целевая структура сателлитного счета туризма Сочи (рис. 3.1.1.), на основании которого можно проводить анализ состояния туристской деятельности, ее влияния на экономику региона, состояния ресурсного регионального потенциала, степени эффективности производства туристского продукта, прочих социально-экономических характеристик туризма в субрегионе Сочи.

Предлагаемые таблицы сателлитного счета для Сочи содержат необходимую информацию о процессах создания добавленной стоимости в туристских отраслях, предоставляют информацию о структурах туристских потоков, стоимостных показателях туристского спроса. На их базе становится возможна оценка влияния туризма на занятость в регионе.

В дальнейших параграфах работы представлены методические подходы по формированию показателей сателлитного счета туризма и решению проблем сбора и обработки базовой информации, представлены результаты экспериментальных разработок по существенному повышению потенциала статистических баз данных туристской деятельности для целей формирования и контроля реализации программ регионального развития.

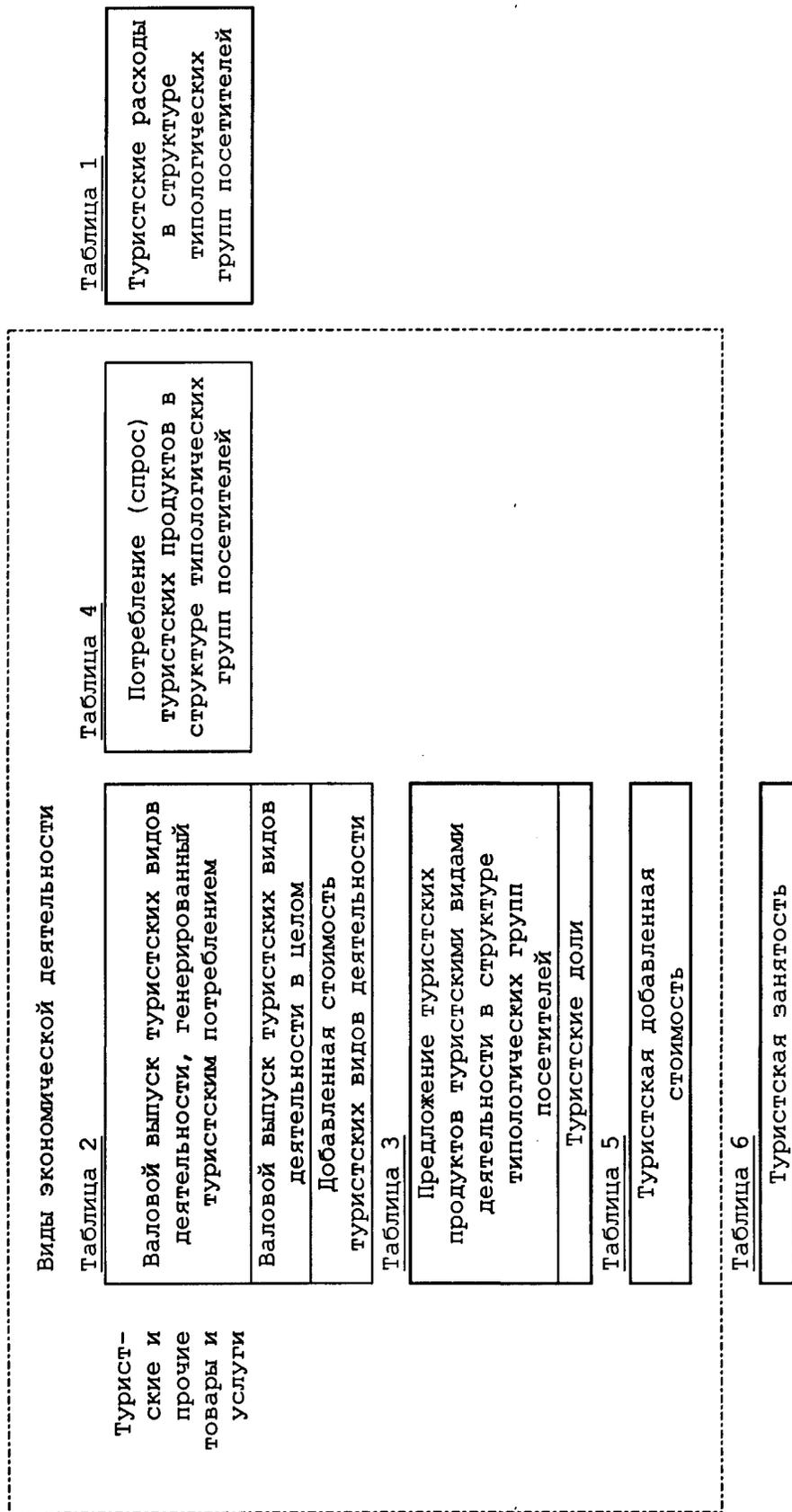


Рис. 3.1.1. Предлагаемая схема сателлитного счета туризма в субрегионе Сочи

### § 3.2. Методические особенности косвенных расчетов нерегистрируемого туристского потока в субрегионе Сочи в 2000 г.

Для проведения корректной оценки экономической роли туризма необходимо получение надежных параметров как направленности, так и интенсивности туристского потребления. Первый вопрос решается на основе проведения выборочных обследований туристских расходов посетителей. Интенсивность туристского потребления связана с величиной соответствующего туристского потока и его расчет на основе официальных данных требует определенных корректировок. Основные проблемы достоверной регистрации туристского потока особенно в части внутреннего туризма связаны со следующими аспектами:

- официальная статистика регистрирует туристский поток по предприятиям коллективных мест размещения, при этом совершенно не учитывается туристский поток, использующий прочие виды размещения (размещение в некорпорированных предприятиях, частном секторе);

- специальный режим отчетности для ряда ведомственных предприятий, не представляющих данные в местные органы государственной статистики по фактической загрузке номерного фонда;

- отсутствие системных досчетов по теневой деятельности.

Таким образом, происходит систематическое занижение официальной статистикой фактических параметров туристской активности. Применяемые подходы оценок нерегистрируемой части потока на основе постоянных нормативов нерегистрируемой доли неорганизованного потока не представляются достаточно обоснованными в условиях нестабильной рыночной среды. В целях преодоления указанных ограничений в качестве косвенного метода

расчета фактических величин обслуженных туристов использован подход на основе метода сравнения индексов взаимосвязанных показателей. В частности, проводился досчет на основе взаимосвязи туристского потока, прибывающего на отдых в город Сочи с помощью средств авиа- или железнодорожного транспорта, и величины потока пассажиров, отправляющихся с транспортных узлов Сочи (аэропорта, железнодорожного вокзала).



**Рис. 3.2.1. Сравнительная квартальная динамика пассажирских и туристских потоков в субрегионе Сочи в 1999-2000 гг.**

Досчет строился на принятии следующих допущений:

- среднегодовая мобильность постоянного населения субрегиона стабильна и не коррелирует с деловыми циклами субрегиона (не зависит от сезонной динамики);
- число отправляемых пассажиров равно числу принимаемых пассажиров;
- посетители в качестве междугородного средства передвижения используют только авиа - и железнодорожный транспорт. Таким образом, не учитываются пассажиропотоки по междугородному автобусному сообщению, поездки на собственном автотранспорте, морское сообщение, междугородные поездки при помощи пригородного

железнодорожного сообщения, так как на настоящий момент отсутствуют надежные способы регистрации или косвенного оценивания указанной величины. Кроме того, величина предельной погрешности в результате указанных неточностей не превышает по экспертным оценкам более 3-4% от совокупной величины туристских отправок.

Порядок проведения косвенных расчетов предполагает выполнение следующих этапов:

1. Расчет уровня мобильности постоянного населения (количество отправок) как разницы сводного пассажирского потока и величины зарегистрированного туристского потока за 1 квартал соответствующего года:

$$PF_{Const}^Q = PF^{Q1} - TF_R^{Q1},$$

где:

- $TF_R$  - зарегистрированный туристский поток;
- $PF$  - пассажирский поток;
- $PF_{Const}$  - пассажирский поток, обусловленный мобильностью постоянного населения;
- $QN$  - индекс, обозначающий квартал  $n$ ;
- $Y$  - индекс, обозначающий год  $Y$ .

2. Расчет совокупного туристского потока с учетом досчета незарегистрированного неорганизованного туристского потока как разницы сводного пассажирского потока и количества отправок постоянного населения за соответствующий период:

$$TF_{UR}^Y = \sum (PF^{QN} - TF_R^{QN} - PF_{Const}^Q)$$

где:

- $TF_{UR}$  - ненаблюдаемый туристский поток;
- $TF_R$  - зарегистрированный туристский поток;
- $PF$  - пассажирский поток;
- $PF_{Const}$  - пассажирский поток, обусловленный мобильностью постоянного населения;
- $QN$  - индекс, обозначающий квартал  $n$ ;
- $Y$  - индекс, обозначающий год  $Y$ .

Информационной базой косвенных расчетов являются официальные объемы туристского потока, зарегистрированного по данным формы статистического наблюдения «1-курорт». Данные по объемам транспортных пассажирских потоков сформированы на основе информации, представленной транспортными узлами в городской отдел государственной статистики г. Сочи (см. таблицу 3.2.1.).

Таблица 3.2.1.

**Исходные параметры для косвенного расчета въездного туристского потока субрегиона Сочи в 2000 г.**

| Показатели   | Ед. изм.  | 2000 год |       |        |       |
|--|-----------|----------|-------|--------|-------|
|  |           | 1 кв.    | 2 кв. | 3 кв.  | 4 кв. |
| Зарегистрированный въездной туристский поток                   | тыс. чел. | 73,5     | 214,4 | 457,7  | 123,0 |
| Совокупный пассажирский поток (отправления), в том числе:      | тыс. чел. | 220,0    | 658,3 | 1199,0 | 313,4 |
| ▪ пассажирский поток (авиационное сообщение)                   | тыс. чел. | 38,3     | 91,1  | 296,8  | 57,9  |
| ▪ пассажирский поток (междугороднее железнодорожное сообщение) | тыс. чел. | 181,7    | 567,2 | 902,2  | 255,5 |

Итоги проведенного косвенного расчета незарегистрированного неорганизованного туристского потока представлены в таблице 3.2.2. и рисунке 3.2.2.

Таблица 3.2.2.

**Структура туристского потока г. Сочи с учетом досчетов в разрезе сегментов по типам размещения в 2000 г.**

| Показатели  | Ед. изм.  | 2000 год |       |        |       |
|---|-----------|----------|-------|--------|-------|
|   |           | 1 кв.    | 2 кв. | 3 кв.  | 4 кв. |
| Въездной туристский поток в целом с учетом косвенного досчета | тыс. чел. | 73,5     | 511,8 | 1052,5 | 166,9 |
| в т.ч. сегмент потока, размещенный в санаториях, пансионатах  | тыс. чел. | 33,9     | 121,0 | 232,4  | 80,8  |
| в т.ч. сегмент потока, размещенный в гостиницах               | тыс. чел. | 17,8     | 32,1  | 41,3   | 17,3  |
| в т.ч. сегмент потока, размещенный на туристских базах и т.д. | тыс. чел. | 16,3     | 45,8  | 131,6  | 19,7  |
| в т.ч. сегмент потока, размещенный в частном секторе          | тыс. чел. | 5,5      | 312,9 | 647,2  | 49,1  |

По результатам расчетов незарегистрированной части неорганизованных посетителей превышение фактического туристского потока над официальными данными оценивается на уровне свыше 100% (936,3 тыс. незарегистрированных посетителей).



**Рис. 3.2.2. Структура туристского потока по типам средств размещения с учетом досчета незарегистрированных посетителей в Сочи в 2000 г.**

Обоснованность применения подобной технологии косвенного расчета туристского потока представляется достаточно высокой, учитывая фактически отсутствие транзитных пассажирских потоков в Сочи с начала 90-х годов XX-го века. Принятие перечисленных допущений в методике досчета влияют, как правило, однонаправлено (занижая расчетную оценку прибывших посетителей). Таким образом, приведенные результаты расчета можно воспринимать как достаточно консервативные оценки, отражающие минимальную величину посетителей, прибывших в Сочи с туристско-рекреационными целями.

Кроме применяемого метода расчетов на основе транспортной статистики, нами рассматривались варианты досчетов на основе взаимосвязи изменения объемов розничной торговли и совокупного туристского потока, а также метод оценок на основе норматива

регистрации туристов. Так, официальные данные по деятельности предприятий розничной торговли и общественного питания формируются на основе форм торговой статистики фактически для крупных и средних предприятий (ТОРГ-1, П-1) с учетом косвенных досчетов на базе данных регионального грузооборота товаров. Досчеты по малым предприятиям, которые очевидно занимают существенную долю рынка, особенно в высокий сезон, не проводятся. Следовательно, корректно сопоставить динамику совокупного товарооборота по предприятиям розничной торговли, предприятиям общественного питания и зарегистрированным туристским потоком не представляется возможным. Кроме того, для определения величины прироста торгового товарооборота в результате туристского потребления необходима качественная информация по внутригодовой динамике конечного потребления местного населения. В случае решения указанных проблем с информационным обеспечением расчетов, использование предложенного метода косвенных расчетов в будущем, по нашим оценкам, имеет большой аналитический потенциал.

Полученные предварительные результаты расчетов носят оценочный характер. Тем не менее, использование указанных подходов несомненно представляется оправданным способом преодоления проблем информационного вакуума в сфере оценки масштабов внутреннего туризма. Необходимо отметить, что подобная практика применима преимущественно на уровне локальных территориальных образований. На уровне региона повышается актуальность учета транзитных потоков нетуристского характера, прибытий туристов на автомобильном транспорте и т.д.

### § 3.3. Методологические вопросы выборочного обследования туристских расходов посетителей субрегиона Сочи в 2000 г.

Формирование информационных массивов для оценки туризма со стороны спроса предполагает разработанный инструментарий выборочных обследований туристских расходов. В настоящей работе нами предложена на основе рекомендаций ВТО по статистике туристских расходов методология организации и проведения обследования посетителей в части въездного потока. Апробация методики была осуществлена нами в субрегионе Сочи в 2000 году.

Основной целью выборочного обследования, проведенного в субрегионе Сочи, являлась оценка параметров туристского спроса для дальнейшего определения туристского продукта в рамках спутникового учета туризма региона.

Объектом обследования являлись иностранные и российские туристы, посетившие город Сочи. Основным предметом обследования являлись стоимостные характеристики туристских расходов. Дополнительно изучался комплекс факторов, определяющих интенсивность и структуру туристских расходов. Под программными задачами обследования понимались:

- оценка структуры и объема туристских расходов в разрезе типологических групп с учетом субсидированной стоимости туристского потребления;
- оценка социально-демографических характеристик туристов, обеспечивающих спрос на туристско-рекреационный продукт г. Сочи за соответствующий период.

Методическая основа оценки параметров туристских расходов на базе выборочных обследований оценки в значительной мере опирается на понятийный аппарат, рекомендованный ВТО, статистическим отделом секретариата ООН [69]. Таким образом,

имея репрезентативную информацию по структуре и интенсивности туристских расходов, мы получаем возможность оценки валовой выручки, а впоследствии и валового выпуска соответствующих видов деятельности туристской индустрии. Причем под туристскими расходами понимаются общие затраты на совершение поездки, независимо от фактического источника финансирования (предприятие, фонды социального страхования, родственники и т.д.). Туристские расходы в данном случае рассматривались в контексте базовых определений расходов посетителей [68], учитывая ориентацию на оценку влияния въездного туристского потока. Туристские расходы в рамках базового определения включают расходы на товары и услуги, осуществляемые посетителями (или для посетителей) в месте пребывания (независимо от целей дальнейшего использования). Иначе говоря, полученные оценки расходов рассматриваются с точки зрения места назначения и оцениваются в объеме поступлений, полученными резидентами места назначения.

В выборочном обследовании туристских расходов генеральной совокупностью, подлежащей обследованию, является въездной туристский поток субрегиона Сочи. Элементарной единицей является посетитель, соответствующий определениям в рамках терминологии ВТО.

При выборе единицы отбора существует альтернатива между отдельным посетителем или домохозяйством. Первый вариант обеспечивает наиболее полную отчетность о туристской деятельности индивида, однако автоматически ставит определенную преграду для попадания в выборку респондентов, не самостоятельно участвующих в поездке. Решение в пользу обследования групп, а не отдельных туристов обусловлено необходимостью адекватного учета специфики крупного сегмента семейного туризма.

При проведении обследования единица отбора не была идентична элементарной единице. Единицей отбора выступали устойчивые группы (семья, компании, индивидуалы) с относительно едиными мотивами поездки и централизованным в рамках группы туристским бюджетом.

Принимая во внимание, что объемы выборки рассчитываются для элементарных единиц совокупности, а при проведении опроса в состав единицы отбора входит не менее одной элементарной единицы, то несовпадение элементарной единицы и единицы отбора не снижает репрезентативность результатов выборочного обследования. Учитывая высокую степень дифференциации изучаемого признака в совокупности, применение простого случайного отбора неприемлемо. Выборочное обследование было проведено на основе типической выборки со случайным отбором внутри групп.

Для априорной типологизации генеральной совокупности основными критериями экспертно приняты вид размещения туристов и тип туристского сезона. Выбор первого критерия обусловлен возможностью охватить весь спектр потребляемого туристского продукта, в особенности базовых услуг проживания и питания, сильно различающихся в зависимости от категории предприятия размещения. Кроме того, выделение типологических групп на основе предприятий (объектов) размещения позволяет опираться на существующие данные по структуре генеральной совокупности и, соответственно, облегчить работу по идентификации респондентов. Проведение опросов в местах организованного размещения, основных местах пребывания туристов, с учетом априорных оценок неорганизованного туристского потока, обеспечивает вполне приемлемый уровень репрезентативности, учитывая упомянутую целевую направленность и ресурсное обеспечение проекта. Учет сезонного влияния на параметры туристских расходов выражен в

формировании типологических групп в соответствии с основными туристскими сезонами. Для проведения обследования в Сочи были проведены опросы в 3 и 4 кварталах 2000 г. при условии распространения результатов обследования на 2 и 1 кварталы соответственно. Иными словами были выделены два основных туристских сезона: высокий (2-3 кварталы) и низкий (1 и 4 кварталы). Таким образом, для Сочи были выделены 8 типологических групп, характеризующихся типом размещения посетителей (в санаторно-курортных предприятиях, в гостиницах, на туристских базах, вне коллективных мест проживания, включающих размещение в частном секторе) и туристским сезоном. С учетом досчетов нерегистрируемых туристов (§ 3.2.) определены 8 типологических групп генеральной совокупности (табл. 3.3.1.).

Таблица 3.3.1.

**Распределение въездного туристского потока субрегиона Сочи по типологическим группам в 2000 г.**

| Сегмент туристского потока по типам размещения | въездной туристский поток (чел.) |                  |                |
|--|----------------------------------|------------------|----------------|
|  | высокий сезон (В)                | низкий сезон (Н) | за год в целом |
| санатории и пансионаты                         | 353400                           | 114700           | 468100         |
| гостиницы                                      | 73400                            | 35100            | 108500         |
| туристские базы                                | 177400                           | 36000            | 213400         |
| частный сектор                                 | 960100                           | 54600            | 1014700        |
| туристский поток в целом                       | 1564300                          | 240400           | 1804700        |

Определение параметров выборки проводилось в 3 этапа:

1. На основании данных пилотных обследований (объемом 20-30 наблюдений для каждой типологической группы) проводились оценки выборочных средних значений признаков и соответствующих средних квадратичных отклонений (табл. 3.3.2.). При оценке репрезентативности выборочной совокупности необходимо учитывать специфику проводимого обследования с точки зрения целевой направленности. При стандартном одноцелевом обследовании (предметом обследования является получение параметров одного

признака для наблюдаемого объекта) можно проверить репрезентативность выборки по одному или нескольким признакам. При многоцелевом обследовании, как правило, трудно даже составить перечень всех показателей, расчет репрезентативности которых был бы достаточен для определения репрезентативности многоцелевой выборочной сети. Однако, даже при условии составления подобного перечня и расчета ошибок, это не устранило погрешности подобной сети, так как последние характеризуют скорее точность полученных показателей, а не репрезентативность отобранной совокупности. Вопросы оценки репрезентативности многоцелевого обследования являются сложной проблемой, которая еще окончательно не решена ни в теоретическом, ни в практическом плане [21]. В рамках экспериментального обследования для предварительного определения репрезентативности многоцелевой выборки был использован показатель совокупных среднедневных туристских расходов на одного человека. Проектирование объемов выборочных совокупностей по группам осуществлено пропорционально вариации признака в группах. По данным пилотного обследования были оценены средние значения признака  $\bar{X}_q$  и несмещенная оценка среднего квадратичного отклонения  $\delta_q$  для каждой типологической группы.

$$\delta_q = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n_q - 1}} \quad (3.3.1.)$$

где:

$\delta_q$  - несмещенная оценка среднего квадратичного отклонения для q-ой типологической группы;

$\bar{X}_q$  - средние значения признака в q-ой типологической группе;

$n_q$  - величина генеральной совокупности в  $q$ -ой типологической группе

Таблица 3.3.2.

Оценка проектируемых параметров выборки в структуре типологических групп

| №<br>п/п    | Типологическая группа                                    |         |         |         |         |         |         |         |
|-------------|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|             | С-В  | Г-В     | Б-В     | НР-В    | С-Н     | Г-Н     | Б-Н     | НР-Н    |
|             | Среднедневные туристские расходы на 1 посетителя в сутки |         |         |         |         |         |         |         |
|             | X1   | X2      | X3      | X4      | X5      | X6      | X7      | X8      |
| 1           | 921,0  | 990,9   | 645,2   | 78,7    | 921,0   | 990,9   | 645,2   | 78,7    |
| 2           | 625,7  | 1192,6  | 7651,2  | 197,4   | 625,7   | 1192,6  | 7651,2  | 197,4   |
| 3           | 860,3  | 4124,3  | 967,4   | 493,0   | 860,3   | 4124,3  | 967,4   | 493,0   |
| 4           | 391,1  | 755,9   | 2399,2  | 8146,7  | 391,1   | 755,9   | 2399,2  | 8146,7  |
| 5           | 11335,6  | 2521,1  | 754,0   | 2455,3  | 11335,6 | 2521,1  | 754,0   | 2455,3  |
| 6           | 989,5  | 3167,5  | 1027,0  | 217,1   | 989,5   | 3167,5  | 1027,0  | 217,1   |
| 7           | 2756,5   | 994,4   | 654,9   | 215,2   | 2756,5  | 994,4   | 654,9   | 215,2   |
| 8           | 2130,8   | 11563,1 | 3247,0  | 3440,0  | 2130,8  | 11563,1 | 3247,0  | 3440,0  |
| 9           | 440,0  | 1359,3  | 2910,9  | 312,9   | 440,0   | 1359,3  | 2910,9  | 312,9   |
| 10          | 531,4  | 1303,2  | 1520,5  | 335,5   | 531,4   | 1303,2  | 1520,5  | 335,5   |
| 11          | 1008,7   | 3772,5  | 1350,0  | 197,4   | 1008,7  | 3772,5  | 1350,0  | 197,4   |
| 12          | 1685,0   | 999,6   | 3274,0  | 682,3   | 1685,0  | 999,6   | 3274,0  | 682,3   |
| 13          | 13506,0  | 942,1   | 1442,9  | 3442,3  | 13506,0 | 942,1   | 1442,9  | 3442,3  |
| 14          | 680,5  | 1436,2  | 1084,7  | 133,9   | 680,5   | 1436,2  | 1084,7  | 133,9   |
| 15          | 1278,1   | 1504,7  | 1575,0  | 198,6   | 1278,1  | 1504,7  | 1575,0  | 198,6   |
| 16          | 422,9  | 9725,0  | 443,8   | 1809,3  | 422,9   | 9725,0  | 443,8   | 1809,3  |
| 17          | 833,6  | 5313,0  | 613,5   | 455,4   | 833,6   | 5313,0  | 613,5   | 455,4   |
| 18          | 492,9  | 1733,5  | 688,9   | 532,2   | 492,9   | 1733,5  | 688,9   | 532,2   |
| 19          | 4661,0   | 4038,9  | 434,5   | 1947,6  | 4661,0  | 4038,9  | 434,5   | 1947,6  |
| 20          | 1859,0   | 3005,0  | 586,3   | 2661,9  | 1859,0  | 3005,0  | 586,3   | 2661,9  |
| Сумма       |  |         |         |         |         |         |         |         |
| $\bar{x}$   | 47409,6  | 60442,8 | 33270,9 | 27952,7 | 47409,6 | 60442,8 | 33270,9 | 27952,7 |
| $\bar{x}_n$ | 2370,4   | 3022,1  | 1663,5  | 1397,6  | 2370,4  | 3022,1  | 1663,5  | 1397,6  |
| $\delta_n$  | 3601,9   | 2933,8  | 1678,7  | 1957,5  | 3601,9  | 2933,8  | 1678,7  | 1957,5  |

При допустимом уровне значимости принятом равным 5% ( $\alpha = 0,05$ ) определен квантиль нормального распределения  $t_{\alpha} = t_{0,05} = 1,96$ . Соответственно предельная ошибка выборки по данным пилотного обследования составила  $\Delta = 0,05\bar{x}$ , где

$$\bar{x} = \frac{\sum \bar{x}_n}{n} = 2113,5 \text{ рублей} \quad (3.3.2.)$$

Таким образом,  $\Delta = 0,05\bar{X} = 105,7$  рублей.

2. Далее на основе полученных оценок параметров распределений рассчитаны объемы выборок по типологическим группам, позволяющие оценить значение признака с заданной предельной ошибкой. Общий объем выборочной совокупности по всем группам определялся по формуле:

$$n = \frac{t_{\alpha} \left( \frac{\sum \delta_n N_n}{N} \right)^2}{\Delta^2} \quad (3.3.3.)$$

$n = 1998$  единиц.

Объем выборочной совокупности для каждой типологической группы определялся по формуле:

$$n_q = \frac{n N_n \delta_n}{\sum (N_n \delta_n)} \quad (3.3.4.)$$

Итоговые объемы выборочной совокупности для каждой типологической группы представлены в таблице:

**Таблица 3.3.3**

**Выборочная совокупность в структуре типологических групп, чел.**

| Типологическая группа (респондентов) |     |     |      |     |     |     |      |
|--------------------------------------|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|
| С-В                                  | Г-В | Б-В | НР-В | С-Н | Г-Н | Б-Н | НР-Н |
| 585                                  | 99  | 137 | 863  | 190 | 47  | 28  | 49   |

3. После проведения опроса в структуре рассчитанных объемов выборочных совокупностей по каждому сегменту определялись ошибки выборки по фактическим данным полученного первичного массива и сопоставлялись с ошибками, заданными при проектировании выборочного обследования. Средняя ошибка выборочной средней равнялась:

$$\mu = \frac{\sum N_n \delta_n}{N \sqrt{n}} \quad (3.3.5.)$$

$\mu = 53,9$  рублей

Предельная ошибка выборочной средней равнялась:

$$\Delta = t_{\alpha} \mu \quad (3.3.6.)$$

$$\Delta = 105,7 \text{ рублей.}$$

С учетом последующего исключения некорректно заполненных листов общий масштаб обследования составил 3800 респондентов. При этом после проведения процедур контроля первичного массива база данных туристских расходов составила 3414 записей.

Результаты выборочных обследований распределялись прямым методом на типологические группы генеральной совокупности.

В качестве метода сбора первичных данных выбран личный опрос. Предпочтение данного метода обследования обусловлено коротким периодом между опросом и обработкой данных, высоким коэффициентом ответов, отсутствием эффективного альтернативного метода, учитывая высокую мобильность объекта.

Использование методов сбора данных на основе обследований по почте, телефонных опросов не представлялось эффективным вследствие:

- слабого контроля качества заполнения вопросников;
- низкого коэффициента ответов при опросе по почте;
- технических сложностей ответа туристов по телефону;
- слабых возможностей постановки вопросов по телефону;

Обследования, посвященные внутреннему туризму, предпочтительно проводить непосредственно после окончания туристской поездки. Однако, учитывая региональную направленность обследования, опрос производился в последние дни пребывания в Сочи с условием регистрации планируемых расходов за оставшиеся дни.

Удобными местами проведения опросов по рекомендациям ВТО являются:

- жилища, места проживания;

- общественный транспорт;
- посещаемые места.

Общественный транспорт и посещаемые места при обследованиях внутреннего туризма не полностью соответствуют критериям обоснованности (вероятность включения в выборки любого посетителя). Принимая во внимание, что данная методика ориентирована на изучение туристской деятельности не в масштабе национальной экономики, а на региональном уровне, то проведение опроса домашних хозяйств на всей территории страны не представляется возможным. Предварительное изучение туристского потока в структуре мест размещения дает достаточные основания для организации репрезентативного выборочного обследования в местах проживания.

Для проведения обследования туристских расходов в качестве инструмента использован опросный лист, применяемый интервьюером при опросе респондентов и записи их ответов (приложение 3). Макет инструмента спроектирован таким образом, чтобы обеспечить удобное самостоятельное заполнение его респондентом при желании последнего (аналог анкеты).

В опросный лист включены вопросы по тематическим группам:

- статус туристской группы;
- возраст посетителей;
- страна и регион происхождения;
- основная цель визита;
- продолжительность пребывания;
- основные типы размещения;
- статьи и величина туристских расходов;
- источники финансирования поездки;
- уровень доходов;
- основные причины дискомфорта;

- основные причины выбора Сочи как места пребывания;
- основные позитивные впечатления.

Для оптимизации процесса ввода и дальнейшей обработки данных всем вариантам ответов на закрытые или структурные вопросы предварительно присваивались коды. Для ответов на открытые или неструктурные вопросы после экспертного изучения массива присваивались коды для типичных вариантов, то есть применялось посткодирование. При подготовке массива к аналитической обработке проводились проверка на наличие формальных и логических отклонений от установленного формата. Для проверки на предмет логических ошибок идентифицировались несоответствия взаимосвязанных ответов (например, период пребывания в Сочи 20 дней при общей продолжительности поездки 14 дней). Проверка на аномальность проводилась при задании разумных пределов для уровня признака (например, не более 10 человек в семейной путешествующей группе). При этом выделяющиеся ответы изучались на предмет возможного исключения записи из массива. При введении данных осуществлена выборочная верификация информации (ввод осуществлялся дважды для машинного сопоставления) для проверок соответствия введенных данных и первичного массива по инструментам. Для интенсификации процессов ввода, проверки и обработки информации была разработана информационно-аналитическая база данных туристских расходов в формате программы Microsoft Access 97.

Перед получением итоговых оценок туристских расходов были проведены следующие корректировки первичного массива. Современный туристский рынок России испытывает сильное влияние внешних субсидий со стороны государственных учреждений, профсоюзных организаций, предприятий и т. д. Иными словами, существенная часть потребителей туристского продукта Сочи

пользовались услугами размещения, питания, экскурсионного и медицинского обслуживания, при этом частично или полностью не оплачивая их рыночную стоимость. Соответственно, посетители, прибывшие в Сочи по льготным путевкам, при ответе на вопросы интервьюеров непроизвольно занижали стоимость фактически потребленных услуг, причем стоимость этих услуг однозначно покрывалась третьей стороной. Исходя из специфики внутреннего туристского рынка России наибольшими были субсидии на санаторно-курортное обслуживание (в виде путевок), на междугородное транспортное обслуживание. Для восстановления субсидированной стоимости потребленных услуг в базу данных туристских расходов был интегрирован модуль нормативной цены туристских расходов на туристские пакеты (путевки), нормативной цены на билеты на авиационный и железнодорожный транспорт.

Нормативная стоимость туристского пакета (путевки) на одного посетителя в сутки была определена из консервативных позиций аналогично стоимости койко-дня для путевок, реализуемых фондам социального страхования РФ. Нормативная стоимость услуг транспорта была определена идентично официальной стоимости билетов экономического класса (плацкарта) в оба направления (для авиационных перевозок в качестве индикатора использованы цены компании «Аэрофлот»). Восстановление фактических расходов осуществлялось при сравнении указанных резидентами затрат на туристский пакет с нормативной стоимостью в расчете на одни сутки на одного человека. При превышении нормативной стоимости в дальнейших расчетах средних расходов использовалась нормативная величина. Аналогично проводилось сравнение нормативной и заявленной стоимости транспортных услуг с учетом конкретного региона отправления. Использование подобной практики косвенных досчетов имеет большой потенциал для дальнейшего

усовершенствования, однако однозначно повышает достоверность полученных результатов. На этой основе более корректно определяются фактические доходы субъектов экономической деятельности региона.

Для повышения аналитических возможностей спутникового учета туризма разработчиками рекомендуется формировать показатели преимущественно в формате «нетто», то есть отдельно идентифицировать стоимость всех элементов туристских пакетов. Для расщепления стоимости туристского пакета на составляющие был внедрен дополнительный модуль на основе нормативной модели структуры 14-дневного туристского пакета экономического класса. Соответственно, стоимость каждого элемента туристского пакета рассчитывалась как произведение фактической (или восстановленной) стоимости на нормативный удельный вес элемента в пакете. Иначе говоря, расчетная стоимость каждого элемента пакета определялась по формуле средневзвешенной арифметической с учетом нормативной стоимости элементов пакета-представителя и принимая во внимание состав конкретного туристского пакета.

Результаты линейных распределений представлялись в форматах частотных таблиц и таблиц с перекрестным табулированием.

Для дальнейшего использования при расчете параметров туристского потребления по субрегиону Сочи использована среднегодовая 34-статейная структура туристских расходов в разрезе типологических групп (приложение 11). Агрегированная структура туристских расходов представлена в таблице 3.3.4.

В качестве дополнительного результата проведенного выборочного обследования туристов были получены характеристики туристских потоков Сочи. Определены социально-демографические, экономические характеристики туристских сегментов, позволяющие

четко корректировать маркетинговые стратегии региона в отношении наиболее перспективных сегментов потребителей.

Таблица 3.3.4.

**Структура туристских расходов в расчете на 1 туро-день по въездному туристскому потоку в целом (субрегион Сочи, 2000 г.)**

| Статьи затрат                                 | Рублей |     |
|---|--------|-----|
| Услуги размещения                             | 223,86 | 27% |
| Услуги общественного питания                  | 176,31 | 21% |
| Услуги междугородного транспорта              | 187,44 | 23% |
| Услуги городского транспорта                  | 14,32  | 2%  |
| Услуги бюро путешествий и туристских агентств | 12,18  | 1%  |
| Услуги по организации развлечения и отдыха    | 38,79  | 5%  |
| Лечебно-оздоровительные услуги                | 25,02  | 3%  |
| Приобретение сувениров и прочих товаров       | 125,08 | 15% |
| Прочие услуги                                 | 24,29  | 3%  |
| Всего   | 827,29 |     |

Так, можно сказать, что рекреационно-туристский регион Сочи является местом семейного отдыха. В составе семьи на отдых прибывает большая часть всего потока - 60%, а 13% - в составе компаний (табл. 3.3.5.).

Таблица 3.3.5.

**Распределение туристов по статусу группы (% выборки)**

| Тип группы |          |               |
|------------|----------|---------------|
| Семьи      | Компании | Прочие группы |
| 60,3       | 12,9     | 26,8          |

Географическое сегментирование рынка туристского продукта города Сочи характеризует рекреационно-туристский продукт города как внутренненаправленный: 96,5% туристского потока приехали в Сочи с территории России (табл. 3.3.6.).

Таблица 3.3.6.

**Распределение туристов по стране происхождения (% выборки)**

| Страна происхождения |            |         |                   |               |
|----------------------|------------|---------|-------------------|---------------|
| Россия               | Белоруссия | Украина | Прочие страны СНГ | Прочие страны |
| 96,5                 | 1,3        | 1,4     | 0,4               | 0,4           |

Таблица 3.3.7. характеризует распределение российских туристов по районам отправления.

Таблица 3.3.7.

**Распределение российских туристов по региону происхождения (% выборки)**

| Регион происхождения |                                  |                             |   |                   |                |                  |                         |                |
|----------------------|----------------------------------|-----------------------------|---|-------------------|----------------|------------------|-------------------------|----------------|
| Краснодарский край   | Другие регионы Северного Кавказа | Москва и Московская область | Санкт-Петербург и Ленинградская область | Центральный район | Северный район | Поволжский район | Сибирь и Дальний Восток | Прочие регионы |
| 7,6                  | 10,1                             | 21,1                        | 6,7                                     | 11,4              | 7              | 13,9             | 20,7                    | 1,5            |

Наибольшая доля в прибытиях приходится на три региона: Москву и Московскую область, Сибирь и Дальний Восток и Поволжье. В совокупности эти регионы дали 55,7% всех прибывших в туристском сезоне 2000 года.

Основными причинами неудовлетворенности отдыхающих в Сочи названы уже традиционное несоответствие цен и качества обслуживания - 28,9% (п.п. 02 и 05 табл. 3.3.8.), загрязненность пляжей и парковых территорий - 10%.

Таблица 3.3.8.

**Основные причины дискомфорта (% выборки)**

|    | Причина дискомфорта                        | %    |
|----|--|------|
| 01 | Антисанитарное состояние общественных мест | 10,0 |
| 02 | Высокие цены                               | 18,5 |
| 03 | Неблагоприятные климатические условия      | 4,1  |
| 04 | Неразвитость муниципального транспорта     | 5,1  |
| 05 | Низкий уровень обслуживания (сервиса)      | 10,4 |
| 06 | Слабое развитие городской инфраструктуры   | 3,8  |
| 07 | Недостаточное разнообразие развлечений     | 2,9  |
| 08 | Прочие претензии                           | 19,7 |
| 09 | Нет претензий                              | 25,5 |

В перечень основных позитивных впечатлений респондентами включены природно-климатические условия - 59,6%, разнообразие развлечений - 9,6%, лечебно-оздоровительное обслуживание - 5,7%.

Для определения факторов привлекательности Сочи для потребителей туристско-рекреационного продукта выделены основные критерии предпочтения Сочи в качестве места отдыха (табл. 3.3.9.). Таким образом, получено дополнительное свидетельство об отсутствии в Сочи полноценной туристской инфраструктуре отдыха и развлечений способной выступать мотивом поездки наравне с природно-климатическими факторами города.

Таблица 3.3.9.

## Основные причины выбора Сочи как места пребывания (% выборки)

| Причина выбора   | %    |
|--|------|
| Близость Сочи к постоянному месту проживания                             | 4,4  |
| Возможность сочетать отдых и лечение                                     | 14,7 |
| Возможность приобретения тура по льготной цене (низкая стоимость отдыха) | 19,5 |
| Престиж Сочи как места отдыха  | 8,9  |
| Возможности разнообразных развлечений и отдыха                           | 11,3 |
| Природно-климатические условия   | 31,7 |
| Иное   | 9,5  |

Одной из важных характеристик туристского потока является определение уровня доходов сегментов потенциальных потребителей (табл. 3.3.10.). Кроме того, в рамках выборочного обследования проводился анализ источников дополнительного финансирования поездок на отдых в г.Сочи (табл. 3.3.11.). Основную часть субсидий составляют дотации предприятий своим сотрудникам и фондов социального страхования.

Таблица 3.3.11.

## Распределение туристов по уровню доходов в расчете на одного члена семьи (% выборки)

| Месячный уровень дохода в текущем году (рублей) |               |               |               |               |                |                 |           |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------|
| до 1 000  | 1 001 - 2 000 | 2 001 - 3 500 | 3 501 - 5 000 | 5 001 - 7 000 | 7 001 - 12 000 | 12 001 - 28 000 | от 28 000 |
| 1,9   | 10,4          | 22,3          | 26,1          | 21,0          | 12,8           | 4,7             | 0,8       |

**Распределение туристов по источникам дополнительного  
финансирования поездок (% выборки)**

| Источник финансирования |                              |                       |          |                  |
|-------------------------|------------------------------|-----------------------|----------|------------------|
| Предприятие             | Фонд социального страхования | Друзья и родственники | Профсоюз | Прочие источники |
| 43,7                    | 24,3                         | 15,54                 | 10,5     | 5,7              |

Таким образом, полученный массив данных по туристским расходам обеспечивает полноценную характеристику туристского спроса как в разрезе потребленных туристских услуг и товаров, так и в структуре дополнительных характеристик потребительских сегментов. Полученная информация является важнейшим исходным пунктом для дальнейших расчетов статистических показателей туризма в рамках сателлитного счета туризма.

**§ 3.4. Особенности формирования классификатора туристских  
услуг и туристских видов экономической деятельности для  
субрегиона Сочи.**

В рамках программы работ по формированию экспериментальных ССТ в субрегионе Сочи разработка классификационного перечня услуг и видов деятельности, относящихся к туризму, занимает одно из ключевых мест в процессе организации статистической инфраструктуры. Основными задачами разработки классификационного перечня являются следующие:

□ существенное расширение перечня продуктов и видов деятельности по сравнению с современной совокупностью категорий туристских объектов, используемой органами государственной статистики;

□ создание методической основы для взаимосвязи статистической информации со стороны спроса (данные выборочных обследований) и предложения (статистическая и бухгалтерская отчетность предприятий);

□ использование стандартов ОКДП для формирования на основе государственной статотчетности показателей выпуска;

□ создание основы для повышения межрегиональной сопоставимости статистических данных по туризму.

При формировании классификационного перечня туристских услуг и туристских видов деятельности для субрегиона Сочи были использованы принципы формирования международных и внутренних классификационных систем МСОК, СИКТА, ОКДП. При формировании системы группировок изначально экспертным путем определялись базовые перечни специфических видов экономической деятельности и продуктов, которые должны в существенной мере описать структуру туристского потребления. В целях дальнейшей верификации перечня на предмет оптимального состава категорий проводился расчет коэффициентов специализации для исключения несущественных позиций, либо возможной дальнейшей дезагрегации укрупненных позиций для обеспечения сопоставимого экономического масштаба представленных категорий.

При организации классификационных группировок в стандартах ОКДП под объектами классификации понимались виды экономической деятельности в отраслях экономики, относящихся к туризму, продукция и услуги - как результат их экономической деятельности. Использование ОКДП в качестве исходного шаблона структуры построения классификационного перечня услуг и видов деятельности обеспечивает функциональную полноту представления в нем всех кодовых позиций, необходимых для описания туристского сегмента экономики, однозначность кодирования объектов

классификации и вхождения в действующую систему внутренних и международных экономических классификаций. В основу организации классификационных группировок видов экономической деятельности в ОКДП положен действующий вариант МСОК и КОП.

Принятая в ОКДП система кодирования высших классификационных группировок максимально упрощает составление таблиц переходных ключей к кодам МСОК. Фактически различия кодов ОКДП и кодов МСОК состоят в том, что ОКДП адаптирован к особенностям экономики России в основном за счет добавления групп и подгрупп видов экономической деятельности, отсутствующих или недостаточно раскрытых в МСОК.

Проблема определения исходного шаблона классификационных группировок состояла в выборе между применением систем ОКДП или ОКОНХ. В настоящей работе мы остановились на последнем варианте исходя из соображений методологического родства с международными стандартами (МСОК и СИКТА). Необходимо отметить, что в случае разработки спутникового счета на национальном уровне в настоящее время предпочтительно использовать систему классификаций ОКОНХ, так как существующие межотраслевые балансы России сформированы именно в этих стандартах.

Процедура определения регионального перечня специфических туристских видов деятельности и продуктов осуществлялась нами в несколько этапов:

1. Задание на базе рекомендованного ВТО расширенного перечня туристских видов деятельности и туристских продуктов [84] с учетом экспертных оценок для Сочи. При этом выделяются характерные виды деятельности и продукты, для которых априори основным видом деятельности (имеющим по итогам предыдущего года наибольший удельный вес в совокупном выпуске) является предоставление услуг путешественникам, подпадающим под категорию

посетителя в терминологии ВТО. Также выделяются виды деятельности и продукты, которые не являются характерными, но предполагается значительная доля туристского потребления в совокупном объеме продукции конкретного вида деятельности.

2. На основе таблицы производства туристских продуктов в регионе рассчитываются контрольные коэффициенты для окончательной коррекции структуры классификационного перечня. Оценка выпуска туристских продуктов в регионе осуществляется на основе данных выборочного обследования туристских расходов. В качестве критериев при отнесении вида деятельности к типичным туристским или прочим видам деятельности нами использованы показатели специализации и охвата рынка. Дополнительные показатели рассчитывались с использованием данных со стороны предложения: коэффициент туристского выпуска и коэффициент туристского потребления. Ниже приведены базовые формулы расчета показателей:

1. Коэффициент специализации

$$R_j^s = \frac{TGO_{ij}}{TGO_j}, \text{ где}$$

$R_j^s$  - коэффициент специализации  $j$ -го вида деятельности;

$TGO_{ij}$  - туристский выпуск  $i$ -го продукта  $j$ -ым видом деятельности;

$TGO_j$  - общий туристский выпуск  $j$ -го вида деятельности.

2. Коэффициент охвата рынка

$$R_i^{ms} = \frac{TS_{ij}}{TS_i}, \text{ где}$$

$R_i^{ms}$  - коэффициент охвата рынка (покрытия) для  $i$ -го вида продукта;

$TS_{ij}$  - туристское потребление  $i$ -го продукта, произведенного  $j$ -ым видом деятельности, для которого он является результатом основной деятельности;

$TS_i$  - общее потребление  $i$ -го продукта.

### 3. Коэффициент туристского выпуска

$$R_j^{to} = \frac{TGO_j}{GO_j}, \text{ где}$$

$R_j^{to}$  - коэффициент туристского выпуска  $j$ -го вида деятельности;

$TGO_j$  - туристский выпуск  $j$ -го вида деятельности;

$GO_j$  - общий выпуск  $j$ -го вида деятельности.

### 4. Коэффициент туристского потребления

$$R_i^{td} = \frac{TD_i}{D_i}, \text{ где}$$

$R_i^{td}$  - коэффициент туристского потребления  $i$ -го продукта;

$TD_i$  - туристское потребление  $i$ -го продукта;

$D_i$  - общее потребление  $i$ -го продукта.

3. На основе величин рассчитанных коэффициентов и заданных пороговых значений отнесения видов деятельности (продуктов) к характерным, связанным и неспецифическим был определен окончательный перечень специфических туристских видов деятельности и специфических туристских продуктов для субрегиона Сочи. При определении пороговых значений коэффициентов использованы экспертные оценки.

На основе предварительного классификационного перечня туристских продуктов был разработан дезагрегированный счет производства. Окончательный вариант структуры специфических туристских услуг был сформирован в результате укрупнения 34 позиций туристских продуктов в структуру из 17 категорий (приложение 4). Агрегация коснулась в первую очередь продуктов

деятельности пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию («6021030 Перевозки междугородные пассажиров автомобильным транспортом по расписанию», «6021010 Перевозки городские пассажиров автомобильным транспортом по расписанию», «6021020 Перевозки пригородные пассажиров автомобильным транспортом по расписанию»), услуг бюро путешествий, туристских агентств, экскурсионных бюро («6350010 Услуги бюро путешествий и туристских агентств», «6350020 Услуги экскурсионных бюро»), услуг в области кино, радио, телевидения, театра и прочих видов искусства, связанных с распространением культуры («9212010 Услуги по демонстрации кинофильмов», «9212020 Услуги по демонстрации видеофильмов», «9214010 Услуги по организации театрально - зрелищных мероприятий»), услуг спортивной деятельности и деятельности по организации отдыха и развлечений прочей («9241300 Проведение занятий по физической культуре и спорту», «9241040 Услуги по обучению видам спорта и повышению спортивного мастерства», «9249000 Услуги по организации отдыха и развлечений прочие», «9249024 Услуги, связанные с использованием цирков, парков развлечений и аналогичных аттракционов»), «7112000 Услуги по лизингу или аренде водных транспортных средств (судов) без экипажа», «7130050 Услуги по лизингу или аренде оборудования и предметов для проведения досуга и отдыха (предметы туризма, спортивный инвентарь, рыболовно-охотничьи принадлежности, прочие)»). Важным критерием отнесения той или иной позиции в сводную категорию являлось отсутствие возможности определить структуру валового выпуска (соотношение элементов промежуточного потребления и добавленной стоимости) для соответствующего вида деятельности в формате симметричной таблицы счета производства.

Классификационный перечень туристских видов деятельности для Сочи был построен на базе отечественного классификатора ОКДП с учетом рекомендаций по использованию СИКТА. Предварительный классификационный перечень из 23 позиций был конвертирован в структуру из 17 позиций (приложение 5). Агрегация коснулась в первую очередь видов деятельности в области кино, радио, телевидения, театра и прочих видах искусства, связанных с распространением культуры («9212 Деятельность по демонстрации кино- и видеофильмов», «9214 Деятельность в области драматического искусства, музыки, по организации отдыха и развлечений прочая»), видов спортивной деятельности и деятельности по организации отдыха и развлечений прочей («9243 Деятельность по организации отдыха и развлечений прочие», «9241 Деятельность по организации занятий спортом», «7112 Аренда водных транспортных средств без экипажа», «7130 Прокат бытовых товаров и предметов личного пользования»), розничной торговли, включая продажу деталей и принадлежностей, торговлю горючим, техническое обслуживание и ремонт автомобилей, мотоциклов и т.д («5030, 5050 Розничная торговля горючим для транспортных средств с двигателями внутреннего сгорания», «5200 Розничная торговля, кроме торговли горючим»), прочих видов деятельности («9510а Деятельность по предоставлению услуг для ведения частных домашних хозяйств с наемным обслуживающим персоналом», «7523 Деятельность в области охраны общественного порядка и безопасности», «5020, 5040 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей, мотоциклов и т.д.»).

Таким образом, предложенные классификационные перечни туристских видов деятельности и туристских продуктов обеспечивают удобный формат представления результатов оценки туристского продукта со стороны спроса, сопоставимый с данными

со стороны предложения (массивы на базе статотчетности предприятий).

### **§ 3.5. Особенности разработки и использования таблиц сателлитного счета туризма для туристского субрегиона Сочи**

В процессе формирования сателлитного счета туризма для субрегиона Сочи преимущественно были использованы рекомендации ВТО, ОЭСР, а также практический опыт национальных статистических организаций Канады. Необходимо отметить, что сателлитный счет туризма Сочи в силу его экспериментального характера учитывает только результаты деятельности, обусловленной спросом туристов, приезжающих в Сочи. Для учета всех прямых воздействий туризма на экономику субрегиона необходимо в будущем также учитывать влияние резидентов Сочи, выезжающих с туристскими целями.

Классификационные перечни разработаны с использованием методических указаний ВТО, внедренных для СИКТА, при этом осуществлен переход на ОКДП, разработанный на основе МСОК (см. § 3.3.).

Все данные представлены в формате «нетто» (комплексные туристские продукты расщеплены на элементарные составляющие услуги - услуги размещения, общественное питание, транспортное обслуживание и т.д.).

Стоимость приобретенных посетителями товаров учитывается в структуре выпуска специфических туристских видов деятельности только в размере реализованного наложения торговли. Величина торговой наценки определялась на базе среднего норматива розничной торговли, характерного для субрегиона Сочи (35% от

стоимости товаров для перепродажи). Стоимость выпуска транспортных видов деятельности учитывается как сумма стоимостей валовых выпусков транспортных предприятий-резидентов в соответствии с их отраслевой принадлежностью. Так, учитывая, что в Сочи отсутствует собственный подвижной состав или парк воздушных судов, продукция транспорта (за исключением внутригородских автомобильных перевозок) представлена услугами по техническому обеспечению транспортного сообщения. На основе экспертных оценок соотношения валовой выручки от реализации транспортных услуг и стоимости услуг сочинских транспортных предприятий (транспортных узлов) использованы следующие нормативы выпуска местных транспортных видов деятельности в объеме выручки транспортных предприятий:

- 10% - аэропорт Адлер;
- 10% - система железнодорожных станций субрегиона Сочи;
- 20% - автовокзалы субрегиона Сочи;
- 20% - причалы и порты субрегиона Сочи.

Таблица «счета производства туристского продукта в субрегионе Сочи в формате «нетто» в текущих рыночных ценах» (приложение 6) представлена в виде квадратной матрицы, где построчно отражена структура потребления специфических туристских услуг; по столбцам - структура выпуска вида экономической деятельности. Все параметры по структуре валового выпуска туристских продуктов, потребленных посетителями, получены на основе данных обследований посетителей, величина валового выпуска туристских видов деятельности - на основе данных информационных массивов статистического отдела г.Сочи с учетом косвенных расчетов теневой деятельности.

Особенностью представленной таблицы является то, что ее главную информационную нагрузку составляет структура выпуска

туристских видов деятельности в части товаров и услуг, потребленных посетителями. Подобная практика обусловлена отсутствием таблиц ресурсов на уровне субрегиональных образований. Необходимо отметить, что в качестве суммарных показателей потребления туристских продуктов (итоги строк счета производства - элементы столбца №19) использованы суммы произведений объемов туристского потребления продукта на соотношение суммарного выпуска и туристского выпуска соответствующих видов деятельности на основе следующей формулы:

$$GD_i = \sum(TO_{ij} \cdot GO_j / TGO_j), \text{ где} \quad (3.5.1.)$$

- $GD_i$  - суммарное потребление  $i$ -го продукта, производимого всеми видами деятельности;
- $TO_{ij}$  - туристский выпуск  $i$ -го продукта  $j$ -м видом деятельности;
- $GO_j$  - суммарный выпуск всех продуктов  $j$ -м видом деятельности;
- $TGO_j$  - суммарный туристский выпуск всех продуктов  $j$ -м видом деятельности.

Структура валового выпуска в основных ценах по каждому виду деятельности определялась на основе отдельных расчетов с привлечением статистических массивов ФФГСН «П-1», результатов научно-исследовательских работ Сочинского НИЦ РАН по МОБу Сочи, данных по структуре МОБа России, результатов косвенных расчетов параметров ненаблюдаемой экономики.

Валовой выпуск в основных ценах определяется как разница между валовым выпуском в рыночных ценах и чистыми налогами на продукты. Валовая добавленная стоимость в основных ценах рассчитывается как разница между валовым выпуском в основных ценах и промежуточным потреблением в рыночных ценах. При этом необходимо четко отличать добавленную стоимость в целом и туристскую добавленную стоимость. Так как доля туристского

потребления не всегда равна 100%, то добавленная стоимость туристских видов деятельности выступает в качестве расчетной базы при оценке влияния туризма. Структура валовой добавленной стоимости рассчитана на базе отчетности по форме ФФГСН 5-э «Отчет о затратах на производство и реализацию продукции».

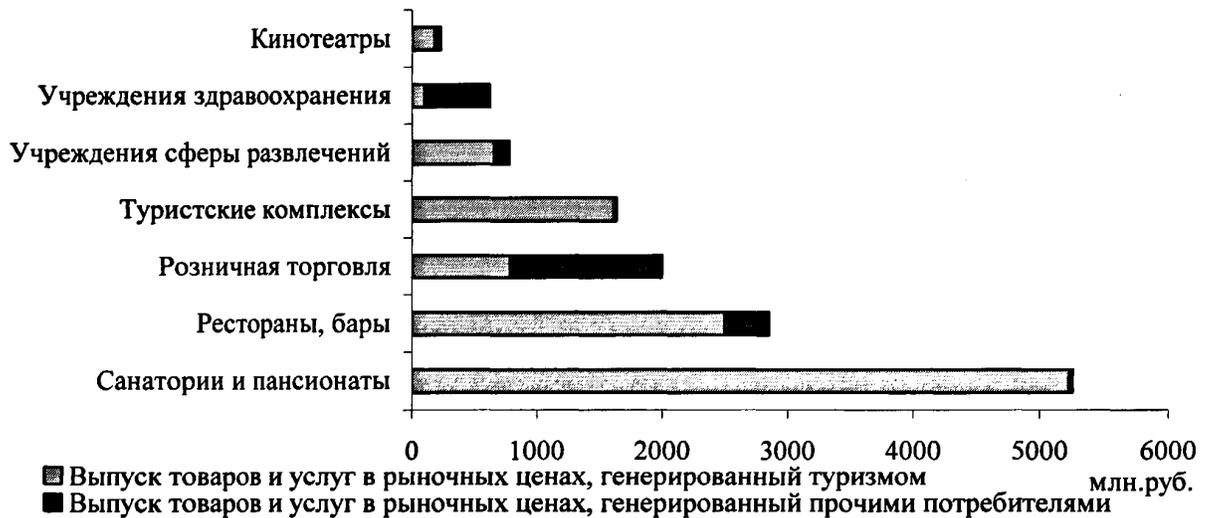
Для перехода от суммарной туристской добавленной стоимости в основных ценах к туристскому валовому региональному продукту в рыночных ценах необходимо дополнительно учесть чистые налоги на продукты. Данная информация была получена из форм ФФГСН 10-ф «Отчет об основных показателях финансовой деятельности предприятия», а также из дополнительных аналитических материалов налоговой инспекции.

Таблица «счета потребления туристского продукта в Сочи в формате «нетто» по типологическим группам посетителей в текущих рыночных ценах» (приложение 7) отражает взаимосвязь между предложением и спросом на туристский продукт. На основе данных таблицы возможно проведение анализа структуры потребления туристских товаров и услуг различными сегментами потребителей, оценка зависимости рынков отдельных услуг от конкретных групп посетителей. Необходимо отметить, что в классическом варианте таблица представляет структуру спроса в разрезе институциональных единиц, однако это требует проведения полномасштабной работы по учету импорта туристских услуг. В данной работе туристский спрос представлен в разрезе типологических групп, так как оценка проведена для рынка въездного туризма. Так, доля туристского спроса на услуги гостиниц составляет порядка 89%, то есть 11% гостиничных услуг были потреблены резидентами региона и путешествующими лицами, не попадающими под категорию туристов. Наибольший объем потребления туристских услуг субрегиона Сочи в 2000 году

обеспечен спросом туристов, размещенных в предприятиях группы «санаториев» (45,6%) и в частных средствах размещения (32,4%).

Таблица «счета предложения туристского продукта в Сочи в формате «нетто» по типологическим группам посетителей в текущих рыночных ценах» (приложение 8) представляет выпуск туристского продукта специфическими видами деятельности, генерированного туристским потреблением посетителей. Для идентификации указанных параметров были проведены расчеты на основе счетов производства туристского продукта, сформированных для каждого сегмента типологических групп отдельно. В последней колонке представлены показатели туристской доли как отношение туристского выпуска и суммарного выпуска соответствующего вида деятельности, который используется как основной показатель влияния туризма на экономические процессы в разрезе видов деятельности. Например, на рисунке 3.5.1. представлена оценка туристских долей для ряда туристских видов экономической деятельности. Например, туристская доля в объеме оказанных услуг в 2000 году для санаториев и пансионатов составила 99,5%, для ресторанов и баров 87,5%, а розничной торговли 39,4%.

При валовом выпуске видов деятельности Сочи в 2000 году равном 27,5 млрд. рублей, выпуск продукции, обусловленной туристским спросом, составил 14,2 млрд. рублей. Соответственно, средняя туристская доля в выпуске специфических туристских видов деятельности в 2000 году оценивается на уровне 83%, в валовой выпуске видов деятельности субрегиона составляет 52,8%, а в совокупных ресурсах – около 33%.



**Рис. 3.5.1. Структура выпуска туристских видов деятельности субрегиона Сочи в 2000 г., генерированного туристами и прочими потребителями**

Таблица «счета туристской добавленной стоимости в Сочи в формате «нетто» в текущих основных ценах» (приложение 9) является основной аналитической таблицей, демонстрирующей реальную роль туризма в регионе. Основным индикатором влияния туризма на экономические результаты вида деятельности является показатель туристской доли, рассчитанный как соотношение выпуска, генерированного туристским потреблением, и суммарным выпуском вида экономической деятельности. В структуре таблицы первые 3 столбца занимают показатели валового выпуска, промежуточного потребления и, соответственно, добавленной стоимости в структуре специфических туристских видов деятельности. Показатели представлены в основных ценах. В 4 колонке представлены показатели туристской доли. Для получения туристского валового регионального продукта к туристской добавленной стоимости прибавляют часть чистых налогов на продукты, которые связаны с производством туристского продукта.

Туристская валовая добавленная стоимость видов экономической деятельности субрегиона Сочи в 2000 году превышает 6,8 млрд. рублей по оценкам экспериментального спутникового

счета, что составило 50,8% валовой добавленной стоимости субрегиона в целом. С учетом чистых налогов на продукты валовой субрегиональный продукт, генерированный туристским спросом, составил более 7,2 млрд. рублей. При этом наибольший вклад в валовой продукт субрегиона Сочи обеспечила деятельность санаториев и пансионатов (14,6%), предприятий общественного питания (6,7%), баз отдыха (6,2%), неколлективных мест размещения (5,7%), предприятий сферы развлечений (3,3%), розничной торговли (2,8%).

Полученные оценки туристского продукта позволяют проводить прямые сопоставления с показателями валового продукта в целом, определенного по данным государственной статистики с учетом косвенных расчетов теневой деятельности, а также на основе данных межотраслевого баланса субрегиона Сочи в 2000 г., разработанного в Сочинском НИЦ РАН.

Таблица «счета занятости в туристских и прочих видах экономической деятельности в Сочи в формате «нетто» в текущих ценах» (приложение 10) обеспечивает базу для оценки влияния туризма на рынок трудовых ресурсов региона с использованием следующих характеризующих показателей:

□ среднесписочная численность работников, занятых в соответствующих видах деятельности (по данным городского отдела статистики на базе отчетности крупных, средних предприятий и косвенных расчетов по малым, некорпорированным предприятиям);

□ фонд материальной компенсации труда (включающий фонд заработной платы с отчислениями на социальное страхование, смешанные доходы).

Например, по оценкам экспериментального сателлитного счета из 122728 занятых (среднесписочная численность) в 2000 году на всех предприятиях в Сочи (из них 80065 человек было занято на

предприятиях туристских видов деятельности) более 62 тыс. работников было трудоустроено в результате обслуживания туристского спроса. Таким образом, 50,8% рабочих мест и 53% фонда начисленной заработной платы (ФНЗП) с учетом страховых отчислений в Сочи в 2000 году были обусловлены производством туристского продукта для посетителей субрегиона. Необходимо отметить, что средняя заработная плата (брутто) персонала, задействованного на обслуживании туристов, составила в 2000 году около 4362 рублей в месяц, средняя заработная плата по отраслям Сочи в целом – 2577 рублей.

Наибольший вклад в обеспечение субрегиональной занятости населения внесли санатории (15,1%), неколлективные средства размещения (9,5%), базы отдыха (5,2%), розничная торговля (4,8%), предприятия общественного транспорта (2,3%), экскурсионные бюро (2,0%). При этом наибольшее влияние на ФНЗП субрегиона Сочи оказала деятельность санаториев (15,6%), сектора частного размещения (13,6%), ресторанов, баров и столовых (10,5), розничной торговли (3,7%).

Для расчета показателей занятости, оплаты труда, относящихся к туристской деятельности, используется вышеупомянутый подход на базе показателей туристских долей.

Учитывая скудность базовой информации о состоянии рынка трудовых ресурсов при определении объема занятости в туризме, в настоящий момент было невозможно учесть такие параметры формирования рынка труда, как сезонная динамика спроса на рабочую силу, дифференцированные условия работы, уровень распространения неформальных трудовых отношений.

Вышеперечисленные форматы показателей сформированы на основе исходных таблиц туристских расходов посетителей в Сочи в разрезе среднедневных затрат по типологическим группам, характеризующих параметры туристского потребления и,

соответственно, выпуска туристского продукта специфическими видами деятельности.

Таблица «туристских расходов посетителей в Сочи в формате «нетто» по типологическим группам посетителей в текущих ценах» отражает основные характеристики целевого туристского потока субрегиона, в частности:

- средние туристские расходы на посетителя в расчете на 1 сутки пребывания в г. Сочи;
- средние туристские расходы на посетителя в расчете на весь период пребывания в г. Сочи;
- средняя продолжительность пребывания в г. Сочи;
- интенсивность туристского потока (количество прибытий).

Наибольшей коммерческой емкостью обладает сегмент туристов, размещенных в санаториях (совокупные расходы составили около 8,4 млрд. рублей) и частном секторе (около 8 млрд. рублей). Посетители субрегиона Сочи, размещенные в гостиницах, потратили в 2000 году порядка 1,5 млрд. рублей; посетители, остановившиеся в туристских комплексах, - около 2,8 млрд. рублей.

При этом наиболее платежеспособным сегментом являются постояльцы гостиниц (среднедневные расходы на туриста составили 1571 рубль), наименьший уровень средних расходов сложился в группе т. наз. «неорганизованных туристов» (591 рубль).

Данные по туристским расходам являются основным информационным источником при формировании показателей туристского спроса.

Общая структура информационных потоков, использованных при разработке системы сателлитного счета туризма для специализированного туристского региона представлена следующим образом:

Таблица 3.5.1.

**Источники информации для формирования сателлитного счета  
специализированного туристского субрегиона Сочи**

| №<br>п/п | Наименование информационного<br>источника   | Назначение  |
|----------|---|---|
| 1        | Материалы выборочного<br>обследования туристских<br>расходов                          | Оценка объема и структуры<br>туристского спроса   |
| 2        | ФФГСН № 1-курорт «Сведения о<br>санаторно-курортном<br>учреждении ... г. Сочи»        | Определение величины<br>зарегистрированных туристов   |
| 3        | ФФГСН № 1-услуги «Сведения<br>об объеме платных услуг<br>населению»                   | Определение официального выпуска<br>продукции туристскими видами<br>деятельности                    |
| 4        | ФФГСН № 1-экскурсия<br>«Сведения об экскурсионной<br>деятельности»                    | Определение официального выпуска<br>экскурсионных услуг туристскими<br>видами деятельности          |
| 5        | ФФГСН № 1-гостиница<br>«Сведения о работе гостиниц»                                   | Определение величины зарегистри-<br>рованных туристов в гостиницах                                  |
| 6        | ФФГСН № П-1 «Сведения о<br>производстве и отгрузке<br>товаров и услуг»                | Определение официального выпуска<br>продукции туристскими видами<br>деятельности                    |
| 7        | ФФГСН № 5-з «Сведения о<br>затратах на производство и<br>реализацию продукции ...»    | Определение структуры добавленной<br>стоимости, промежуточного<br>потребления                       |
| 8        | ФФГСН № П-4 «Сведения о<br>численности, заработной<br>плате и движении работников»    | Определение величины официальной<br>занятости, величины фонда<br>начисленной заработной платы       |
| 9        | Экспериментальный меж-<br>отраслевой баланс г. Сочи за<br>2000 год по данным СНИЦ РАН | Определение структуры затрат,<br>объемов валового выпуска с учетом<br>досчетов теневой деятельности |
| 10       | Справочные данные<br>железнодорожного узла Сочи<br>(СКЖД) по величине<br>отправлений  | Определение величины<br>пассажиропотока для досчета<br>нерегистрируемых туристов                    |
| 11       | Справочные данные аэропорта<br>Сочи (Адлер) по объемам<br>перевозок                   | Определение величины<br>пассажиропотока для досчета<br>нерегистрируемых туристов                    |

Настоящие методологические подходы по разработке сателлитного счета туризма представляют собой процедуры экспериментального характера с целью идентификации основных проблем сбора и обработки первичной информации, генерирования систем взаимосвязанных счетов и получения результирующих агрегатов.

Представленный опыт экспериментального построения счета, оценка его аналитической емкости позволяют сделать обоснованные выводы о возможности и необходимости внедрения исходной методологии в практику государственной статистики, по крайней мере, на региональном уровне. Даже представленный неполный перечень базовых счетов туризма (в данной работе не проводилась разработка счетов инвестиций и основных фондов) позволяет на новом качественном уровне провести оценку экономического потенциала туристской деятельности субрегиона. Сателлитный счет туризма может являться ключевым элементом информационно-аналитической базы мониторинга процесса воспроизводства регионального туристского продукта. Так, на основе данных экспериментального сателлитного счета Сочи появляется возможность оценки нерегистрируемой экономической деятельности (рис. 7). Это предоставляет новые ориентиры для расширения базы налогообложения, а, следовательно, более эффективного использования внутрирегиональных источников бюджетных доходов. Например, незарегистрированный объем услуг санаториев и пансионатов в 2000 году оценивается в размере 92% от официальной валовой выручки (или 2,5 млрд. руб.), учреждений сферы развлечений и отдыха в размере 713% (или 0,7 млрд. руб.).

Экспериментальные оценки нерегистрируемой деятельности субрегиона Сочи за 2000 год, произведенные на основе разработанного автором сателлитного счета туризма, позволяют

утверждать, что неучтенный выпуск в целом составил не менее 7983 млн. рублей. Величина незарегистрированной валовой добавленной стоимости оценивается на уровне 4116 млн. рублей для субрегиона Сочи в целом.

Внедрение в текущую практику планирования и прогнозирования регионального развития представленного комплекса методических разработок качественно повышает обеспеченность информационными ресурсами субъектов регулирования развития туристских регионов.



**Рис. 3.5.2. Оценка теневого выпуска некоторых видов деятельности субрегиона Сочи в 2000 г. по данным экспериментального спутникового счета туризма**

К перспективному направлению использования полученных данных относится разработка на их основе имитационных моделей влияния туризма на экономику субрегиона. Модели на основе межотраслевого баланса и матрицы финансовых потоков позволят оценить величину мультиплицирующих эффектов в результате проведения тех или иных мероприятий государственного регулирования и тем самым корректировать стратегические приоритеты региональной политики.

Предложенные подходы не следует рассматривать как универсальные инструкции или методические указания по

составлению ССТ для любого специализированного туристского региона без учета особенностей его функционирования. Тем не менее, представленные сформированные базовые счета, оценка их аналитической емкости позволяют сделать обоснованные выводы о возможности и необходимости внедрения исходной методологии в практику государственной статистики, по крайней мере, на региональном уровне.

### Заключение

По мере стабилизации экономического положения России и усиления интеграции страны в мировое сообщество туристская деятельность играет все более заметную роль в экономике страны. При этом наиболее сильное влияние туризм оказывает на экономику специализированных (как правило, моноспециализированных) туристских регионов. Для эффективного управления регионами туристской специализации необходим современный инструментарий оценки экономического влияния туризма.

Учитывая резкую интенсификацию методологических разработок в мире в области статистики туризма за последние 10-15 лет, в том числе заметное распространение методологии сателлитного счета туризма очевиден значительный разрыв между существующей статистикой туризма России и международными стандартами. В проведенном диссертационном исследовании сделана попытка в экспериментальном порядке апробировать наиболее перспективные подходы по усовершенствованию региональной статистики туризма в России.

Основные результаты, полученные в диссертационной работе, могут быть сформулированы следующим образом:

1. Проанализированы подходы к статистической оценке туристской деятельности в России и за рубежом, особенности оценки туризма на региональном уровне. В связи с этим проведен анализ зарубежного опыта построения сателлитного счета туризма, рассмотрены особенности и требования, предъявляемые к сателлитному счету туризма в рамках методологии ВТО и ОЭСР.
2. Проведена оценка методологических различий между российской статистикой туризма и международными стандартами. Проведена оценка необходимых направлений совершенствования системы

показателей и источников информации статистики туризма России.

3. Определены приоритеты развития статистики туризма на региональном уровне на примере специализированного туристского субрегиона Сочи. Предложена концептуальная схема статистических показателей в рамках сателлитного счета туризма Сочи.
4. Предложена методика косвенных расчетов нерегистрируемого туристского потока на основе транспортной статистики. На ее основе проведена экспериментальная оценка фактической величины туристов в субрегионе Сочи в 2000 г.
5. Разработан классификационный перечень туристских продуктов и туристских видов экономической деятельности для субрегиона Сочи в стандарте классификационных группировок ОКДП с учетом рекомендаций ВТО по использованию СИКТА (Стандартного классификатора видов экономической деятельности в туризме).
6. Предложены методические подходы по организации и проведению выборочных обследований туристских расходов с учетом реалий туристского рынка в России. На основе предложенной методики автором организованы выборочные обследования туристских расходов в субрегионе Сочи в 2000 г. (объем выборки составил 3414 респондентов).
7. Разработаны методологические подходы к построению сателлитного счета туризма на региональном уровне в рамках СНС и системы счетов региона туристской специализации.
8. Произведена экспериментальная оценка показателей сателлитного счета туризма на примере субрегиона Сочи, включая показатели счета производства туристского продукта, счета потребления и предложения туристского продукта в разрезе типологических

групп посетителей, счета туристской добавленной стоимости и занятости, счета туристских расходов посетителей субрегиона.

9. Проведена оценка величины туристского продукта Сочи с учетом нерегистрированной деятельности на основе сателлитного счета туризма субрегиона.

Данная работа ни по своим целям и задачам, ни по методам их реализации не претендует на всеобъемлющий охват всех сторон функционирования и развития регионов туристской специализации. В своем исследовании мы сознательно сконцентрировались на макроэкономическом подходе к статистическому анализу туристского региона.

Так или иначе, мы полагаем, что основные задачи исследования решены, поскольку полученные нами теоретические выводы и практические результаты образуют единую систему, которая может быть учтена при усовершенствовании региональной статистики.

Дальнейшее развитие исследований в области статистики туризма в России мы связываем с построением системы региональных сателлитных счетов туристской деятельности, интегрированных в СНС страны. В первую очередь это должно быть сделано для специализированных туристских субрегионов и регионов с высокой долей доходов от туризма в валовом региональном продукте.

По нашему мнению, проблемы статистики рекреационно-туристских регионов, несмотря на экономические трудности в стране, должны решаться сейчас, на стадии общей реорганизации национальной статистики. Несмотря на необходимые существенные затраты на разработку и внедрение, итоговый эффект от использования современных статистических систем, в том числе сателлитного счета туризма, по опыту зарубежных стран несопоставимо выше. Тем более, уже в процессе проведения этой

экспериментальной работы мы смогли убедиться в заинтересованности администраций туристских регионов в качественном росте статистического обеспечения планирования и управления региональным развитием.

Мы полагаем, что выполненное нами исследование представляет собой один из шагов в решении задачи совершенствования статистики туризма в России.

**Список использованной литературы**

1. Акимова И.В. Оценка объемов производства в сфере платных услуг и на транспорте с учетом скрытой и неформальной экономики / Семинар по статистической оценке ненаблюдаемой экономики, Сочи. - 2000.
2. Амирханов М.М., Татаринев А.А. Проблемы рекреационного природопользования: Тезисы доклада//Сборник тезисов докладов Международной научно-практической конференции «Экобиозн-90». - Сочи, 1990. - С.53
3. Амирханов М.М., Татаринев А.А. Формирование рекреационно-туристских рынков и региональное развитие в России: Тезисы доклада//33-й Конгресс Европейской Ассоциации региональной науки. - М., 1993. - С.98
4. Амирханов М.М., Татаринев А.А. Эколого-экономические проблемы развития рекреационных комплексов//Экономика и математические методы. - 1990. - Т.26. - Вып.6. - С.1132-1135
5. Амирханов М.М., Татаринев А.А., Трусов А.Д. Экономические проблемы развития рекреационных регионов/Под ред. Макарова В.Л. - М.: Экономика, 1997. - 142 с.
6. Берлин С.И. Экономический потенциал рекреационной зоны Краснодарского края: социально-экономическое состояние и прогноз развития. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. - 242 с.
7. Бурденкова Е. Об основных направлениях совершенствования организации статистического наблюдения за услугами//Вопросы статистики. - 1998. - №5. - С.16-21
8. Василевская Н.С. Методологические особенности применения выборочного метода в статистике сельского хозяйства в современных условиях. //Методология выборочных обследований (Выпуск 1), Госкомстат России. - М., 1991.

9. Власенков Г. Совершенствование региональной системы государственной статистики (аналитический обзор)//Вопросы статистики. - 1997. - №7. - С.99-103
10. Временные директивы по статистике международного туризма: Statistical Papers. - Series M.- No.62 (издание Организации Объединенных Наций, Sales No.E.78.XVII.6)
11. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. - 2-е изд. - М.: ГУ ВШЭ, 2001. - 495с.
12. Днепровой А. В Петербурге пытаются наладить статистику по всем видам туризма//Турифо. - 1998. - №12.
13. Дубров А.М., Мхитарян В.С., Трошин Л.И. Многомерные статистические методы: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 352 с.: ил.
14. Концепции, определения и классификации для статистики туризма/Всемирная туристская организация. - Мадрид, 1995. - 126 с.
15. «Концепция развития туризма в Российской Федерации на период до 2005 года»: Одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2002 г. №954-р.
16. Кулагина Г.Д., Башкатов Б.И. Макроэкономические показатели и система национальных счетов/МЭСИ. - М.: 1994. - 111 с.
17. Кулагина Г.Д., Попелева С.В., Сенин В.С. Статистика туризма: Учеб. пособие. - М.: МЭСИ, 1996.
18. Кулагина Г.Д., Татаринов А.А. Туристская деятельность в сателлитных счетах СНС // Вопросы статистики. - 1999. - №1.
19. Курс социально-экономической статистики: Учебник для вузов / Под. ред. проф. М.Г. Назарова. - М.: Финстатинформ, ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 771с.
20. Малахаткина Н.Д. Методологические основы статистики туризма в России и анализ его развития: Автореф. дис.канд. экон. наук: 08.00.11. - М., 1997.

21. Манелля А. И. Методические положения по определению объемов выборочных совокупностей для расчета объемов неорганизованного вывоза продуктов питания. // Методология выборочных обследований (Выпуск 1), Госкомстат России. - М., 1991.
22. Масакова И.Д. Опыт Госкомстата России по измерению ненаблюдаемой экономики на макроуровне / Семинар по статистической оценке ненаблюдаемой экономики, Сочи. - 2000.
23. Методологические положения по статистике. Вып. 2/ Госкомстат России. - М., 1998. - 244 с.
24. Методологические положения по статистике. Вып. 1, Госкомстат России. - М., 1996 г. - 674 с.
25. Методические указания по формированию выборочной совокупности и распространению выборочных данных на генеральную совокупность для обследования инвестиционной активности предприятий / Госкомстат России. -2000.
26. Мирзоян Д.А. Методология усовершенствования более точных расчетов добавленной стоимости / Семинар по статистической оценке ненаблюдаемой экономики, Сочи. - 2000.
27. Моделирование социо-эколого-экономической системы региона / Под ред. В.И. Гурмана, Е.В. Рюминой. - М.: Наука; 2001. -175с.
28. Национальное счетоводство: Учебник. - 2-е изд. / Под ред. Б.И.Башкатова. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 608 с.
29. Национальное счетоводство/Под ред. проф. Г.Д.Кулагиной. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 448 с.
30. Национальные счета в переходный период. - М.: Госкомстат, 1995. - 385 с.

31. Николаева Н.А. Эффективность выборочных обследований и способы ее повышения. // Методология выборочных обследований (Выпуск 1), Госкомстат России. - М., 1991.
32. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг: ОК 004-93: Изд. офиц. / Министерство экономики РФ, Центр экономической конъюнктуры, Комитет РФ по стандартизации, метрологии и сертификации. - М., 1994.
33. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики // Вопросы статистики. - 1998. - №4. - С.16-21
34. Попелева С.В. Статистическая методология оценки развития туризма в России: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.11. - М., 1996. - 16 с.
35. Региональная статистика: Учебник / под ред. В.М. Рябцева, Г.И. Чудилина. - М.: Филиал «Информатика» ГМЦ Госкомстата России, 2001. - 380с.: ил.
36. Рекомендации по статистике туризма/ООН. Департамент по экономической и социальной информации и анализу политики. Статистический отдел. - Нью-Йорк, 1994. - 103 с.
37. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./Госкомстат России. - М., 1997. - 749 с.
38. Салин В.Н., Медведев В.Г., Кудряшова С.И., Шпаковская Е.П. Макроэкономическая статистика: Учеб. пособие. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2001. - 336с.
39. Сведения о санаторно-курортных организациях и организациях отдыха города Сочи за 2000 год / Сочинский городской отдел государственной статистики. - Сочи, 2001. - 20с.

40. Система национальных счетов - инструмент макроэкономического анализа: Учебное пособие/Иванов Ю.Н., Карасева Л.А., Казаринова С.Е. и др.; под ред. Ю.Н.Иванова. - М.: Финстатинформ, 1996. - 285 с.
41. С.Л.Дж.Смит, А.А.Татаринов, С.Л.Пошнагов, П.С.Трехлеб. Туризм как фактор регионального экономического развития в России. Проблемы измерения роли туризма в региональной экономике. - Москва, СЕРРА, 2002. - 164 с.
42. Соловова Л.М. Возможности использования данных обследования бюджетов домашних хозяйств для оценки неформальной и скрытой деятельности / Семинар по статистической оценке ненаблюдаемой экономики, Сочи. - 2000.
43. Социальная статистика: Учебник / под ред. чл.-кор. РАН И.И. Елисеевой. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 480с.: ил.
44. Социальная сфера России: Стат. сб./Госкомстат России. - М., 1995. - 235 с.
45. Спицнадель В.Н. Основы системного анализа: Учеб. пособие. - СПб.: «Изд. дом «Бизнес-пресса», 2000 г. - 326с.
46. Статистика рынка товаров и услуг/Беляевский И.К., Кулагина Г.Д., Коротков А.В. и др.; Под ред. Беляевского И.К. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 431 с.
47. Татаринов А., Лега Д. Опыт построения субрегиональных счетов // Вопросы статистики. - 1996. - №12. -с.8-14.
48. Татаринов А.А. Методология оценки и анализа экономики рекреационно-туристского региона. - Сочи: РИО СГУТиКД, 1998. - 92 с.

49. Татаринов А.А. Подход к эколого-экономической оценке рекреационной территории: Тез. докл.//Социально-культурные и экологические приоритеты развития региона. - Ростов-на-Дону, 1990. - С.36-37
50. Татаринов А.А., Татаринова С.И.. Содержание и особенности структуры рекреационно-туристского продукта//Социально-экономические проблемы рекреации и туризма/СНИЦ РАН. - Сочи, 1993. Деп. ВИНТИ 31.03.93, №1445 - В93. - С.50-66,74-81
51. Теория статистики/Шмойлова Р.А., Бесфамильная Е.Б., Глубокова Н.Ю. и др.; под ред. Шмойловой Р.А. - М.: Финансы и статистика, 1996. - 400 с.
52. Тихомирова О.В. Статистическая оценка и анализ развития международного туризма: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.11. - М., 1998.
53. Трейер В. О внедрении «Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, продукции и услуг» в статистическую практику//Вопросы статистики. - 1994. - №1 - С.33-34
54. Туризм в России: Стат. сб. / Госкомстат России. - М., 2000. - 164 с.
55. Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию/Всемирная туристская организация. - Мадрид, 1993. - 152 с.
56. Федеральная Целевая Программа «Реформирование статистики в 1997-2000 годах»: Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 23 ноября 1996 г. №1410/Собрание законодательства Российской Федерации. - 1996. - №50. - С.10929-10950
57. Федеральная Целевая Программа «Развитие туризма в Российской Федерации»: Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26 февраля 1996 г. №177/Собрание законодательства Российской Федерации. - 1996. - №50.

58. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: Принят Государственной Думой 4 октября 1996 г./Собрание законодательства Российской Федерации. - 1996. - №49. - С.10666-10673
59. Чобану К.Г., Нестеров С.Н. Методология расчета показателей системы национальных счетов на региональном уровне (Учебно-методическое пособие). - М.: МИПК учета и статистики Госкомстата России, 1999. - 145 с.
60. Чурилова Э.Ю. Статистическое изучение явлений теневой экономики. Учебное пособие. - М.: МИПК учета и статистики, 1998. - 46с.
61. Экономический и рекреационный потенциал г.Сочи и перспективы инвестирования дальнейшего развития Сочинского курорта: Информационно-аналитический обзор/Комитет по экономике и прогнозированию Администрации г.Сочи. - Сочи, 1994. - 48 с.
62. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. - М.: «Добросвет», 1999. - 596с.
63. Якобьяк Б. Системный подход к обследованию скрытой экономики в Польше / Семинар по статистической оценке ненаблюдаемой экономики, Сочи. - 2000.
64. A Tourism Satellite Account for OECD Countries / OECD Meeting of National Accounts Experts. - Paris, 1998.
65. Allin P., A feasibility study for compiling a tourism satellite account for the UK / THE UK Department for Culture, Media & Sport. - 1999.
66. Biagioli A. Sample survey on Italian international tourism / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.

67. Central Product Classification (CPC), Version 1.0 / United Nations.-1998.
68. Collection of Tourism Expenditure Statistics. Technical Manual / World Tourism Organization.- Madrid, 1995. - 104p.
69. Compendium of Tourism Statistics/World Tourism Organization. - Madrid, 1994.
70. Escapa C. A method of measuring dependent employment in tourism / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
71. Flechtling D.C. Assessing the impacts of travel and tourism - Measuring economic costs / J.R. Brent Ritchie and Charles R. Goeldner, eds., Travel, Tourism, and Hospitality Research, John Wiley & Sons, NY, 1994, pp. 393-402.
72. Franz A., Laimer P. Socio-economic structures in tourism regions. Comparison of selected tourism and non-tourism communities in Austria / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
73. Frauz A. OECD Manual on Tourism Economic Accounts. - Paris: OECD, 1991.
74. Heerschap N.M. Monitoring key figures on employment in the tourism industry in OECD countries / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
75. Heerschap N.M. Pilot Survey on Employment and Tourism, OECD. - Paris, 1998.
76. Inskeep E. National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. - New York: Routledge, 1994. - 249 p.
77. International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC) Rev. 3/United Nations.-1990.

78. Kuehnen C. Das Stichprobenverfahren der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998: Methodenberichte, Heft 1 / Statistisches Bundesamt. - Wiesbaden, 2001.
79. Lancetti M. Eurostat's activities concerning tourism statistics / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
80. Libreros M. A conceptual framework for a Tourism Satellite Account / OECD Meeting of National Accounts Experts. - Paris, 1998.
81. Lickorish L.J. ETAG/ETC, New sources of tourism statistics / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
82. Manual on tourism economic accounts / OECD Tourism committee. - Paris, 1991.
83. Measuring economic impacts of tourism/United Nations \* World Tourism Organization.- 2000.
84. Measuring the Role of Tourism in OECD Economies: The OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment Module / OECD.- Paris, 2000.
85. Meis M. The Canadian experience in development and using the tourism satellite account / World tourism conference, WTO. - 1999.
86. Middleton V.T.G. Tourist Product//Tourism Marketing and Management Handbook/S.F.Witt and L.Montinho, eds. - Hempstead: Prentice Hall, 1989. - P.573-576
87. Okubo S., Planting M.A. U.S. Travel and Tourism Satellite Account for 1992//Survey of Current Business. - 1998. - July. - P.8-22

88. Pisarski A. Scope of the Industry: Standard International Classification of Tourism Activities: Paper presented to the International Conference on Travel and Tourism Statistics, Ottawa, Canada. - Madrid: World Tourism Organization, 1991.
89. Reamer A., Cortright J. Socioeconomic Data for Economic Development An Assessment / Economic Development, Administration U. S. Department of Commerce. - 1999.
90. Recommendations on Tourism Statistics Series M, No 83/United Nations - World Tourism Organization.- 1994.
91. Rideng A, Haukeland J.V. Norwegian border survey / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
92. Round J.E. Incorporating Fragmented and Incomplete Data in the Social Accounts: A SAM Approach / ISI Conference in Florence. - 1993.
93. Satellite Accounts for Tourism in Norway / OECD Meeting of National Accounts Experts. - Paris, 1998.
94. Smith S.L., Tatarinov A.A., Trehleb P.S. Measuring the Regional Tourism Product in an Economy in Transition: The Russian Experience // Vancouver tourism conference, 2001.
95. Smith S.L., Wilton D. TSA and the WTTC/WEFA methodology: different satellites or different planets? // Annals of Tourism Research. - 1998.
96. Smith S.L.J. Defining Tourism: A Supply-Side View//Annals of Tourism Research. - 1988. - 15. - P.179 -190
97. Smith S.L.J. The Tourism Product//Annals of Tourism Research. - 1994. - Vol.21. - №3. - P.582-595
98. System of National Accounts 1993/EEC-Eurostat, IMF, OECD, UN and World Bank.- 1993.

99. Tatarinov A. Adaptation of Tourist Regions of Russia to Market Economy//Littoral 95. - Nantes: Ouest Editions, 1997. - P.167-170
100. Tatarinov A. Sochi - the Center of Tourism in Russia: Economic Structure and Problems of Development. Monography written under the auspices of TACIS PROMETEE. - Grenoble: UPMF, Espace Europe, 1996. - 109 p.
101. The 1995 WTTC Report Methodology / World Travel & Tourism Council.- 1995.
102. Tourism Satellite Account (TSA)/Draft 4. World Tourism Organization, Madrid, Spain, July 1998. - 163 p.
103. Vassile L. Establishing Regional Tourism Satellite Accounts: Learning from the French Experience, Paris, 2000
104. Wilton D., Meis S., Joyal S. The economic significance of tourism - comparing Canada and World Travel & Tourism Council estimates / Third international forum on tourism statistics, OECD. - 1996.
105. WTTC/OEF Travel & Tourism Simulated Satellite Accounting Research: Methodology and documentation / WTTC/OEF, 2001.
106. WTTC/WEFA Travel & Tourism Simulated Satellite Accounting Research: Documentation / WTTC/WEFA, 2000.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

## Источники статистической информации о туризме в России

| Раздел   | Источник данных   | Данные   |
|--|---|--|
| 1  | 2   | 3  |
| 1. ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ<br>1.1. Международные туристские потоки                     | Информация Федеральной пограничной службы   | Число иностранных граждан, въехавших на территорию России, их распределение по странам и целям поездок, число российских граждан, выехавших за рубеж, их распределение по странам и целям поездок  |
| 1.2. Внутренние (и международные) туристские потоки                              | Форма федерального государственного статистического наблюдения (ФФГСН) 1-гостиница, 1-отдых | Число российских и иностранных (в разбивке на две категории: страны СНГ и другие страны) граждан размещенных в коллективных средствах размещения с указанием целей поездок и продолжительности пребывания, по типам средств размещения, число обслуженных в санаторно-курортных учреждениях по путевкам, в лечебных отделениях, по курсовкам |
| 2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ТУРИСТСКИМИ УСЛУГАМИ                                   | Центральный Банк РФ; ФФГСН (услуги)   | Отчетный платежный баланс РФ; сведения об экспорте и импорте услуг   |
| 3. ПРЕДПРИЯТИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОИЗВОДЯЩИЕ ТИПИЧНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ПРОДУКТЫ (УСЛУГИ) |   |  |
| 3.1. Средства размещения   |   |  |
| 3.1.1. Коллективные средства размещения  |   |  |

## Приложение 1 (Продолжение)

|   |   |  |
|---|---|--|
| 1<br>Гостиницы - юридические лица, их обособленные подразделения, осуществляющие размещение туристов (гостиница, мотель, кемпинг, общежитие для приезжих и другое средства размещения)<br>Санаторно-курортные организации и организации отдыха (санаторий, санаторий для детей с родителями, детский санаторий, санаторий-профилак-торий, санаторный оздоровительный лагерь курортного действия, курортная поликлиника, бальнеологическая лечебница, грязелечебница, пансионат отдыха, дом отдыха, база отдыха, дом охотника, дом рыбака, туристская база, другая организация отдыха) | 2<br>ФФГСН:<br>1-гостиница, 1-отдых,  | 3<br>Характеристика номерного фонда: число номеров, число мест (в т.ч. в месяц максимального развертывания и круглогодичных), число коек в месяц максимального развертывания в санаторно-курортных учреждениях |
| 3.2. Предприятия общественного питания  | ФФГСН:<br>Обследования организаций оптовой, розничной торговли и общественного питания (без субъектов малого предпринимательства) | Оборот общественного питания   |

## Приложение 1 (Продолжение)

| 1                      | 2  | 3  |
|------------------------|--|--|
| 3.3. Транспорт и связь | <p>ФФГСН:<br/>53-М(суд), ГМ-20,<br/>ДМ-3, М-10, 1-<br/>ТР(мор), 65-мор</p> <p>5-ВТ, 11-ВТ, 20-ВТ,<br/>12-ВТ, 1-ТР(вод),<br/>65-ВТ</p> <p>11-ГА, 12-ГА, 14-<br/>ГА, 15-ГА 16-ГА,<br/>30-ГА 32-ГА, 33-ГА,<br/>1-ГА</p> <p>1-автотранс, 65-<br/>автотранс</p> <p>региональные<br/>управления и<br/>отделения железных<br/>дорог</p> <p>65 связь</p> | <p>Наличие и состав морских судов, отправление пассажиров и пассажирооборот в каботажном и международном плавании; доходы;</p> <p>Протяженность внутренних водных путей, наличие и состав судов внутреннего водного транспорта, отправление пассажиров и пассажирооборот внутреннего водного транспорта, в том числе на туристских линиях (в дальнем сообщении) и экскурсионно-прогулочных линиях в пригородном сообщении; доходы;</p> <p>Наличие и состав воздушных судов, отправление пассажиров и пассажирооборот на внутренних и международных линиях, в том числе у нерегулярных авиоперевозчиков; доходы;</p> <p>перевозки пассажиров автобусами во внутригородском, пригородном, междугородном и международном сообщении, в том числе по туристско-экскурсионным маршрутам; доходы;</p> <p>данные о перевозках пассажиров и пассажирообороте по видам сообщения (дальнее и пригородное)</p> <p>продукция услуг связи по видам</p> |

## Приложение 1 (Продолжение)

| 1   | 2  | 3  |
|---|--|--|
| 3.4. Бюро путешествий, туристские агентства, экскурсионные бюро                               | Единовременные обследования организаций, занимающихся формированием, продвижением и продажей тур-продукта (тура) | Оборот и себестоимость продукции, структура затрат; численность обслуживаемых туристов по странам, целям поездок и продолжительность поездки, а также число принятых и отправленных турфирмами туристами по регионам России  |
| 3.5. Учреждения, осуществляющие в области организации отдыха и развлечений, культуры и спорта | ФГГСН:<br>6-нк, 7-нк, 8-нк, 9-нк, 10-нк, 11-нк, 12-нк, 13-нк, 14-нк, 1-ДМШ, 1-ОПИК, к-2рик, 1-заповедник, 1-фк   | Характеристика организаций культуры, искусства, кинематографии, памятников истории и культуры, зоопарков, государственных природных заповедников и национальных парков, спортивных сооружений (площади, единовременная пропускная способность, количество объектов показа и т.д.); число посетителей (зрителей, посетителей) |
| 3.6. Все предприятия и организации, оказывающие экскурсионные услуги                          | ФГГСН:<br>1-экскурсия  | Число проведенных экскурсий, численность экскурсантов, стоимость оказанных экскурсионных услуг   |
| Общая информация<br>Все предприятия и организации   | ФГГСН:<br>1-Т, П-1, 1-услуги, П-2, 1-инвест, С-1, П-3, П-4   | Сведения о стоимости продукции (оказанных услуг, товарообороте), доходах и расходах предприятий (организаций);<br>Сведения о численности, составе и заработной плате работников;<br>Сведения о финансовом состоянии предприятий, организаций; Сведения об инвестициях  |
| Предприятия торговли, сферы услуг, рынки  | ФГГСН:<br>1-потребительские цены   | Информация о ценах и тарифах на товары и платные услуги населению  |
|   | Выборочные обследования бюджетов домашних хозяйств   | Расходы домашних хозяйств на оплату услуг в сфере туризма  |

**Оценка источников информации для расчета показателей сателлитного счета туризма и их существующие аналоги в российской статистике туризма**

| № П/п | Показатели  | Используемые источники   | Оценка несоответствия (примечания)   |
|-------|---|--|--|
| 1     | 2   | 3  | 4  |
| 1.    | Туристские расходы в разрезе статей затрат (товаров и услуг) и туристских сегментов                     | Нет (за исключением несистематических обследований на региональном, субрегиональном уровнях)   | Требуется проведение регулярных выборочных обследований, особенно в отношении внутреннего и международного туризма; для оценки туристского потребления требуется выделение типологических групп, в том числе домохозяйств, корпоративных и государственных расходов, расходов нерезидентов |
| 2.    | Количество зарегистрированных туристов, размещаемых в коллективных и индивидуальных местах проживания   | ФФГСН 1-отдых «Сведения о санаторно-курортном учреждении и учреждении отдыха», ФФГСН 1-гостиница «Сведения о работе гостиниц» <sup>1</sup> | Требуется проведение дополнительных обследований посетителей для исключения нетуристского потребления  |
| 3.    | Количество незарегистрированных туристов, размещаемых в коллективных и индивидуальных местах проживания | Нет  | Требуется проведение дополнительных обследований посетителей   |

<sup>1</sup> С 2002 г. введена единая форма 1-КСР

## Приложение 2 (Продолжение)

| 1  | 2   | 3   | 4   |
|----|---|---|---|
| 4. | Количество ночевок незарегистрированных туристов, размещаемых в коллективных и индивидуальных местах проживания                 | Нет   | Требуется проведение дополнительных обследований посетителей  |
| 5. | Количество ночевок зарегистрированных туристов, размещаемых в коллективных местах проживания                                    | ФФГСН 1-отдых «Сведения о санаторно-курортном учреждении и учреждении отдыха», ФФГСН 1-гостиница «Сведения о работе гостиниц» | Требуется проведение дополнительных обследований для исключения нетуристского потребления   |
| 6. | Структура типичного туристского пакета для определения стоимости элементов путевок  | Нет   | Требуется проведение дополнительных обследований посетителей для выявления структуры приобретенного туристского пакета  |
| 7. | Фактическая стоимость туристского пакета с досчетом объема субсидирования   | Нет   | Требуется проведение дополнительных обследований посетителей для выявления субсидий со стороны фондов социального страхования, других схем льготного финансирования поездок |
| 8. | Оценка рыночной стоимости услуг размещения в собственных индивидуальных местах проживания (в размере эксплуатационных расходов) | Нет   | Требуется проведение дополнительных обследований для оценки стоимости содержания недвижимости   |
| 9. | Величина пассажирских потоков (отправлений пассажиров)  | Данные регулярной отчетности (см. Таблицу 2)  | На региональном уровне необходимы данные по мобильности постоянного населения, организация наблюдения за потоками частного автотранспорта                                   |

## Приложение 2 (Продолжение)

| 1   | 2   | 3  | 4   |
|-----|---|--|---|
| 10. | Объем оказанных услуг по отраслям (видам экономической деятельности) в разрезе ОКУН   | ФФГСН п-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», ФФГСН № 1-услуги «сведения об объеме платных услуг населению», 1-экскурсия «Сведения об экскурсионной деятельности» (единовременная) | Необходима дополнительная информация для выделения расходов по деловому туризму (разделение конечного потребления туристов и промежуточного потребления корпораций) |
| 11. | Объем нерегистрируемой деятельности: объем оказанных услуг отраслями (видами экономической деятельности) в разрезе ОКОНХ, ОКДП, ОКВЭД             | Оценки доступны на высоком уровне отраслевого агрегирования (МОБ)  | Необходима система косвенных расчетов для регионального и субрегионального уровней  |
| 12. | Структура валового выпуска, добавленной стоимости, структура промежуточного потребления   | ФФГСН 5-з «Сведения о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг), данные МОБ с учетом косвенных досчетов   | Требуются дополнительные расчеты при детализации классификационного перечня туристских видов деятельности и продуктов   |
| 13. | Величина официальной занятости (среднесписочная численность) по уровню образования, профессии, с выделением привлеченной иностранной рабочей силы | ФФГСН п-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников»   | Требуются дополнительные выборки по структуре занятости в том числе из баз данных фондов социального страхования  |
| 14. | Величина вакансий с учетом сезонной динамики  | Нет  | Требуется совмещение данных официальных центров занятости, агентств по трудоустройству, отдельных предприятий   |

## Приложение 2 (Продолжение)

| 1   | 2  | 3  | 4   |
|-----|--|--|---|
| 15. | Величина фонда начисленной заработной платы  | ФФГСН П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников» | -   |
| 16. | Величина инвестиций в характерные туристские виды деятельности   | ФФГСН П-2, 1-инвест  | Требуется дополнительное наблюдение за инвестициями в индивидуальные средства размещения, используемые преимущественно для туристских целей   |
| 17. | Величина основного капитала в характерных туристских видах деятельности  | ФФГСН П-3  | Требуется дополнительная оценка балансовой стоимости индивидуальных мест размещений, используемых преимущественно для туристских целей, оценки рыночной стоимости земли, гуд-вилла и т.д. |
| 18. | Структура валового выпуска, добавленной стоимости, структура промежуточного потребления для основных туристских продуктов  | Нет  | Необходима дополнительная информация для оценки показателя туристской добавленной стоимости (tourism value added ratio)   |
| 19. | Показатели оплаты труда в неформальном секторе туристских видов деятельности   | Нет  | Требуется проведение дополнительных обследований предприятий  |
| 20. | Показатели занятости в неформальном секторе туристских видов деятельности  | Нет  | Требуется проведение дополнительных обследований предприятий  |
| 21. | Дополнительные показатели государственных (федеральных, региональных, муниципальных) расходов на рекламную поддержку туризма, прочие целевых расходы на административные, информационные цели и т.п. | Нет  | Объединение данных по сметным лимитам, их фактическому исполнению в разрезе требуемых бюджетных статей  |

**Инструмент выборочного обследования туристских расходов посетителей в субрегионе Сочи в 2000 г.**

|                  |                      |                 |                      |                       |                      |
|------------------|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| Дата заполнения  | <input type="text"/> | Код интервьюера | <input type="text"/> | Регистрационный номер | <input type="text"/> |
| Место заполнения | <input type="text"/> |                 |                      |                       |                      |

Сочинский Государственный Университет Туризма и Курортного Дела

**Анкета**  
обследования туристских расходов

Координатор проекта: д.э.н. А.А.Татаринов, контактный телефон: (8622) 923481

**Уважаемые гости курорта Сочи!**

Сочинский Государственный Университет Туризма и Курортного Дела проводит исследования по изучению влияния туризма на экономику г. Сочи. Просим оказать содействие в сборе информации, которая поможет повысить уровень туристского обслуживания и улучшить условия Вашего пребывания в городе Сочи в будущем. Отсутствие Ваших личных данных гарантирует конфиденциальность всех указанных сведений.

*Просим Вас ответить на следующие вопросы:*

1. Вы прибыли на отдых в Сочи в составе:
 

|                                |                                   |  |  |
|--------------------------------|-----------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> семьи | <input type="checkbox"/> компании | <input type="checkbox"/> другое (укажите): | <input style="width: 100px;" type="text"/> |
|--------------------------------|-----------------------------------|--|--|
  
2. Укажите количество членов семьи или компании, относящихся к соответствующей возрастной группе:
 

|            |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|            | 0-14                     | 15-20                    | 21-26                    | 27-32                    | 33-44                    | 44-64                    | старше 65                |
| <i>Муж</i> | <input type="checkbox"/> |
| <i>Жен</i> | <input type="checkbox"/> |
  
3. Где Вы постоянно (или преимущественно) проживаете?
 

|  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> <input style="width: 150px;" type="text"/> страна | <input type="checkbox"/> <input style="width: 150px;" type="text"/> край, область, республика |
|--|---|
  
4. Посещаете ли Вы во время Вашего путешествия иные пункты назначения, кроме Сочи:
 

|                             |                              |                                |  |
|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> да | <input type="checkbox"/> нет | Укажите общее время поездки    | <input style="width: 50px;" type="text"/> дней |
|                             |                              | в т.ч. время пребывания в Сочи | <input style="width: 50px;" type="text"/> дней |
  
5. Укажите основную цель Вашей поездки:
 

|   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> отдых, рекреация | <input type="checkbox"/> посещение родственников, знакомых |
| <input type="checkbox"/> лечение          | <input type="checkbox"/> командировка                      |
| <input type="checkbox"/> религия          | <input type="checkbox"/> иное                              |
  
6. Укажите, где Вы проживали в Сочи:
 

|   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Гостиница                            | <input type="checkbox"/> Санаторий, пансионат                    |
| <input type="checkbox"/> База отдыха, турбаза                 | <input type="checkbox"/> Частный сектор                          |
| <input type="checkbox"/> Размещение у родственников, знакомых | <input type="checkbox"/> Размещение в собственной квартире, доме |
| <input type="checkbox"/> Прочие виды размещения               |  |
  
7. Укажите, какой основной вид междугородного транспорта Вы использовали для поездки в Сочи:
 

|  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Воздушный транспорт | <input type="checkbox"/> Междугородный автобусный транспорт |
| <input type="checkbox"/> Ж/д транспорт       | <input type="checkbox"/> Собственный автотранспорт          |
| <input type="checkbox"/> Морской транспорт   | <input type="checkbox"/> Прочее                             |
  
8. Приобретали ли Вы для поездки в Сочи турпакет или путевку?

## Приложение 3 (продолжение)

01  да    02  нет    Если да, укажите Ваши затраты на их приобретение (в расчете на всю семью):    03  рублей  
 Если да, на сколько дней рассчитано обслуживание по турпакету (путевке)    04  дней

9. Если для поездки Вы приобретали путевку или турпакет, укажите полученные в его рамках услуги:

01  размещение    04  лечение  
 02  транспорт    05  развлекательные мероприятия  
 03  питание    06  прочее

10. Если Вы прибыли в Сочи по путевке или турпакету, то укажите, где Вы его приобретали:

01  в турагентстве в Вашем городе  
 02  в калининградском турагентстве  
 03  бронировали его непосредственно в месте размещения  
 04  через Ваше предприятие, учреждение  
 05  другое

11. Можете ли Вы указать Ваши расходы на следующие цели развлекательного характера в Сочи:

|                              |                         |        |   |                         |        |
|------------------------------|-------------------------|--------|---|-------------------------|--------|
| Посещение аквапарков         | 01 <input type="text"/> | рублей | Посещение парков аттракционов           | 07 <input type="text"/> | рублей |
| Посещение дельфинария        | 02 <input type="text"/> | рублей | Прокат водных аттракционов              | 08 <input type="text"/> | рублей |
| Приобретение экскурсий       | 03 <input type="text"/> | рублей | Прокат пляжного инвентаря               | 09 <input type="text"/> | рублей |
| Посещение выставок, музеев   | 04 <input type="text"/> | рублей | Прокат горнолыжного снаряжения          | 10 <input type="text"/> | рублей |
| Посещение концертных залов   | 05 <input type="text"/> | рублей | Входная плата в ночные клубы, дискотеки | 11 <input type="text"/> | рублей |
| Посещение кино- и видеозалов | 06 <input type="text"/> | рублей | на все прочие виды                      | 12 <input type="text"/> | рублей |

12. В процессе пребывания в Сочи выполняли ли Вы работу, занимались коммерческой деятельностью в целях получения заработка, дохода?

01  да    02  нет

13. Оплачивали ли Вы расходы на турпоездку исключительно из собственных средств:

01  да    02  нет

14. Если Ваши затраты на поездку частично или полностью финансировались со стороны, укажите источник субсидий:

01  ваше предприятие    02  родственники    03  прочие внешние источники  
 04  фонды соцстраха    05  профсоюз

15. Если основная цель Вашей поездки командировка, деловой туризм,

укажите, какую сферу деятельности Вы в данном случае представляете    01   
 укажите, какую сумму Вы потратили в Сочи из собственных средств, сверх командировочных лимитов    02  рублей

## Приложение 3 (продолжение)

16. Укажите Ваши расходы в Сочи *кроме затрат на турпакет (путевку)* по следующим группам:  
(в рублях в расчете за весь период отдыха)!

| Размещение (проживание), в рублях |                      |                      |    |                      |                            |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----|----------------------|----------------------------|
| 01                                | <input type="text"/> | Гостиница            | 04 | <input type="text"/> | Частный сектор             |
| 02                                | <input type="text"/> | Санаторий, пансионат | 05 | <input type="text"/> | Размещение у родственников |
| 03                                | <input type="text"/> | Турбаза, база отдыха | 06 | <input type="text"/> | Другие виды размещений     |

| Междугородный транспорт, в рублях |                      |                       |    |                      |                           |
|-----------------------------------|----------------------|-----------------------|----|----------------------|---------------------------|
| 07                                | <input type="text"/> | Авиа                  | 10 | <input type="text"/> | Морское сообщение         |
| 08                                | <input type="text"/> | Ж/д                   | 11 | <input type="text"/> | Собственный автотранспорт |
| 09                                | <input type="text"/> | Междугородний автобус | 12 | <input type="text"/> | Прочие                    |

| Городской транспорт, в рублях |                      |                                      |    |                      |   |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------------------|----|----------------------|---|
| 13                            | <input type="text"/> | Такси                                | 15 | <input type="text"/> | Межрайонный транспорт (автобусы)          |
| 14                            | <input type="text"/> | Городские автобусы, маршрутные такси | 16 | <input type="text"/> | Межрайонный транспорт (электрички и т.д.) |

| Питание (включая безалкогольные напитки, соки), в рублях |                      |  |    |                      |  |
|--|----------------------|--|----|----------------------|--|
| 17   | <input type="text"/> | Питание в местах проживания              | 19 | <input type="text"/> | Питание в ресторанах, кафе, ночных клубах на стороне |
| 18   | <input type="text"/> | Покупка продуктов на рынках, в магазинах | 20 | <input type="text"/> | Прочие расходы на питание и напитки                  |

| Спиртные напитки, в рублях |                      |  |    |                      |   |
|----------------------------|----------------------|--|----|----------------------|---|
| 21                         | <input type="text"/> | Спиртное в ресторанах, барах в местах проживания | 23 | <input type="text"/> | Спиртное в ресторанах, кафе, ночных клубах на стороне |
| 22                         | <input type="text"/> | Покупка спиртного на рынках, в магазинах         | 24 | <input type="text"/> | Прочие расходы на спиртное                            |

| Табачная продукция, в рублях |                      |                                     |    |                      |   |
|------------------------------|----------------------|-------------------------------------|----|----------------------|---|
| 25                           | <input type="text"/> | Приобретение в местах проживания    | 27 | <input type="text"/> | Приобретение в ресторанах, кафе, ночных клубах на стороне |
| 26                           | <input type="text"/> | Приобретение на рынках, в магазинах | 28 | <input type="text"/> | Приобретение в прочих местах                              |

17. Укажите Ваши расходы на чаевые обслуживающему персоналу:

|    |                      |   |    |                      |  |
|----|----------------------|---|----|----------------------|--|
| 01 | <input type="text"/> | За обслуживание в номере, другом месте проживания | 03 | <input type="text"/> | За обслуживание в барах, кафе в местах размещения          |
| 02 | <input type="text"/> | За обслуживание в прочих заведениях               | 04 | <input type="text"/> | За обслуживание в ресторане, кафе, ночном клубе на стороне |

## Приложение 3 (продолжение)

18. Укажите Ваши расходы на приобретение сувениров и другие покупки:

|    |                      |   |    |                      |   |
|----|----------------------|---|----|----------------------|---|
| 01 | <input type="text"/> | Приобретение сувениров в местах проживания                      | 04 | <input type="text"/> | Приобретение сувениров в магазинах, на рынках и т.д.                      |
| 02 | <input type="text"/> | Приобретение одежды и обуви в местах проживания                 | 05 | <input type="text"/> | Приобретение одежды и обуви в магазинах, на рынках и т.д.                 |
| 03 | <input type="text"/> | Приобретение прочих потребительских товаров в местах проживания | 06 | <input type="text"/> | Приобретение прочих потребительских товаров в магазинах, на рынках и т.д. |

19. Если Вы прибыли в Сочи на собственном автомобиле, укажите Ваши расходы на:

|         |    |                      |        |                      |    |                      |        |
|---------|----|----------------------|--------|----------------------|----|----------------------|--------|
| топливо | 01 | <input type="text"/> | рублей | парковку             | 03 | <input type="text"/> | рублей |
| ремонт  | 02 | <input type="text"/> | рублей | штрафы и сборы ГИБДД | 04 | <input type="text"/> | рублей |

20. Если Вы размещались в частном секторе или у родственников в Сочи, были ли Вы зарегистрированы в качестве туриста?

01  да    02  нет

21. Приобретали ли Вы лечебно-профилактические, медицинские услуги (кроме включенных в турпакет, путевку)?

01  да    02  нет

Если да, укажите Ваши расходы на обслуживание в санатории, пансионате

03  рублей

Если да, укажите Ваши расходы на обслуживание в специализированном медицинском учреждении

04  рублей

22. Укажите расходы на приобретение следующих услуг:

Услуги прочих спортивных инструкторов в месте размещения (услуги тренеров по теннису, плаванию...)

01  рублей

Услуги прочих спортивных инструкторов вне места размещения (услуги тренеров по теннису, плаванию...)

02  рублей

Образовательные услуги по месту размещения

03  рублей

Прочие виды образовательных услуг вне места размещения

04  рублей

23. Если Вы приобретали другие услуги или товары, не вошедшие в вышеприведенный список, укажите приблизительную сумму этих расходов:

01  рублей

## Приложение 3 (продолжение)

24. Укажите, какому диапазону приблизительно соответствует месячный доход Вашей семьи (в расчете на одного человека):

|                                | Месячный доход в рублях (в расчете на одного члена семьи) |                                 |                                 |                                 |                                 |                                 |                                 |                                 |
|--------------------------------|---|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|                                | до 1000   | 1001 – 2000                     | 2001-3500                       | 3501-5000                       | 5000-7000                       | 7001-12000                      | 12001-28000                     | Более 28000                     |
| Доход в текущем году           | 0<br>1 <input type="checkbox"/>                           | 0<br>2 <input type="checkbox"/> | 0<br>3 <input type="checkbox"/> | 0<br>4 <input type="checkbox"/> | 0<br>5 <input type="checkbox"/> | 0<br>6 <input type="checkbox"/> | 0<br>7 <input type="checkbox"/> | 0<br>8 <input type="checkbox"/> |
| Ожидаемый доход в будущем году | 0<br>9 <input type="checkbox"/>                           | 1<br>0 <input type="checkbox"/> | 1<br>1 <input type="checkbox"/> | 1<br>2 <input type="checkbox"/> | 1<br>3 <input type="checkbox"/> | 1<br>4 <input type="checkbox"/> | 1<br>5 <input type="checkbox"/> | 1<br>6 <input type="checkbox"/> |

25. Деятельность в какой сфере обеспечивает основной доход Вашей семьи?

(отметьте 1 основной источник):

- 01 промышленность  
 02 (укажите отрасль)   
 03 торговля  
 04 финансово-страховая сфера  
 05 иное  
 06 госуправление  
 07 прочая бюджетная сфера  
 08 (укажите)

26. Укажите сумму Ваших имущественных потерь в денежном эквиваленте, которые Вы понесли вследствие кражи, других криминальных происшествий в Сочи:

01  рублей

27. Что имело для Вас наибольшее значение при выборе Сочи как места отдыха?

(отметьте 1 пункт)

- 01 Близость Сочи к постоянному месту проживания  
 02 Более низкая стоимость по сравнению с другими курортами, туристскими центрами  
 03 Возможность сочетать лечение и отдых  
 04 Возможность приобретения тура по льготным ценам  
 05 Престиж Сочи как места отдыха  
 06 Возможности разнообразных развлечений и отдыха  
 07 Природно-климатические условия  
 08 иное  09 (укажите)

28. Удовлетворены ли Вы в целом качеством отдыха в Сочи:

01 да  02 нет

В любом случае укажите:

03 источники наибольшего дискомфорта

04 источники наибольшего удовлетворения

## Приложение 3 (продолжение)

29. Собираетесь ли Вы совершить туристскую поездку в следующем году:

да  нет

Если да, предполагаете ли Вы вновь отдыхать в Сочи:

да  нет

*ИСКРЕННО БЛАГОДАРИМ ВАС ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!*

|                        |                      |                     |                      |
|------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Дата сдачи анкеты      | <input type="text"/> | Служебные отметки   | <input type="text"/> |
| Подпись администратора | <input type="text"/> | Подпись интервьюера | <input type="text"/> |

**Итоговый классификационный перечень специфических туристских услуг для специализированного туристско-рекреационного субрегиона Сочи**

| № п/п | Наименование туристского продукта (услуги)           | Виды продукции, услуг в стандартах ОКДП  |
|-------|--|--|
| 1     | 2  | 3  |
| 1     | Услуги размещения в гостиницах                       | 5510010 (-5510200-5510300-5510400-5510500) Услуги гостиниц   |
| 2     | Услуги размещения в отелях и т.д.                    | 5510020 (-5510200-5510300-5510400-5510500) Услуги мотелей<br>5510090 (-5510200-5510300-5510400-5510500) Услуги прочих мест проживания  |
| 3     | Услуги санаторно-курортного обслуживания             | 8514113 Проживание в домах (базах) отдыха<br>8514116 Проживание в летних (сезонных) детских лагерях<br>8514111 Проживание в санаториях<br>8514114 Проживание в пансионатах<br>8514115 Проживание в специализированных санаторных детских лагерях круглогодичного действия<br>8514112 Проживание в профилакториях<br>8514120 Лечение и обслуживание в санаториях прочее (*только лечение) |
| 4     | Услуги размещения в индивидуальных местах проживания | 7010010 Услуги по аренде или лизингу, включая собственный или арендуемый жилой фонд  |
| 5     | Услуги предприятий общественного питания             | 5520000 Услуги ресторанов, баров и столовых<br>5510300 Организация питания в гостиницах и аналогичных местах проживания  |
| 6     | Услуги железнодорожного транспорта                   | 6011011 Услуги магистрального железнодорожного транспорта (Перевозки пассажирские дальние)<br>6011012 Услуги магистрального железнодорожного транспорта (Перевозки пассажирские пригородные)   |

## Приложение 4 (продолжение)

| 1  | 2  | 3   |
|----|--|---|
| 7  | Услуги воздушного междугородного транспорта  | 6210010 Перевозки пассажиров воздушным транспортом регулярные   |
|    |  | 6220010 Перевозки пассажиров воздушным транспортом нерегулярные   |
| 8  | Услуги автомобильного транспорта, подчиняющегося расписанию  | 6021030 Перевозки междугородные пассажиров автомобильным транспортом по расписанию                            |
|    |  | 6021010 Перевозки городские пассажиров автомобильным транспортом по расписанию                                |
|    |  | 6021020 Перевозки пригородные пассажиров автомобильным транспортом по расписанию                              |
| 9  | Услуги прочих видов междугородного транспорта  | 6040000 Услуги прочих видов сухопутного транспорта  |
| 10 | Услуги автомобильного транспорта, не подчиняющегося расписанию   | 6110010 Перевозки пассажирские морским транспортом  |
|    |  | 6022010 Услуги легковых таксомоторов  |
| 11 | Услуги бюро путешествий, туристских агентств и экскурсионных бюро  | 6350010 Услуги бюро путешествий и туристских агентств   |
|    |  | 6350020 Услуги экскурсионных бюро   |
| 12 | Услуги по демонстрации кинофильмов и видеофильмов, по организации театрально-зрелищных, концертных и прочих развлекательных программ | 9212010 Услуги по демонстрации кинофильмов  |
|    |  | 9212020 Услуги по демонстрации видеофильмов   |
|    |  | 9214000 Услуги по организации работы театров, художественных галерей и выставок произведений искусства прочих |
| 13 | Услуги музеев  | 9232010 Услуги музеев   |

## Приложение 4 (продолжение)

| 1  | 2   | 3  |
|----|---|--|
| 14 | Услуги по организации отдыха и развлечений прочие   | 92411040 Услуги по обучению видам спорта и повышению спортивного мастерства<br>92411300 Проведение занятий по физической культуре и спорту<br>9249024 Услуги, связанные с использованием цирков, парков развлечений и аналогичных аттракционов<br>9249000 Услуги по организации отдыха и развлечений прочие<br>5510400 Культурные программы в гостиницах и аналогичных местах проживания<br>7112000 Услуги по лизингу или аренде водных транспортных средств (судов) без экипажа<br>7130050 Услуги по лизингу или аренде оборудования и предметов для проведения досуга и отдыха (предметы туризма, спортивный инвентарь, рыболовно-охотничьи принадлежности, прочие)<br>85111020 Услуги специализированных лечебных центров |
| 15 | Услуги медицинского и лечебно-оздоровительного характера специализированных лечебных центров, профилактических и реабилитационных клиник и т.д. | 85111030 Услуги профилактических и реабилитационных клиник<br>8512000 Услуги по амбулаторному лечению, предоставляемые поликлиниками и частной врачебной практикой<br>8519000 Услуги по охране здоровья человека прочие<br>5510500 Лечебно - оздоровительное обслуживание в гостиницах и аналогичных местах проживания<br>5050000 Розничная торговля горячим для транспортных средств  |
| 16 | Услуги розничной торговли   | 5200000 Услуги розничной торговли, кроме торговли горячим<br>5020000 Услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей   |

## Приложение 4 (продолжение)

| 1  | 2                        | 3   |
|----|--------------------------|---|
| 17 | Прочие туристские услуги | Услуги по торговле, техническому обслуживанию и ремонту мотоциклов и т.д.   |
|    |                          | 6322000 Услуги вспомогательные транспортные прочие автомобильного транспорта (услуги автобусных и грузовых автостанций; услуги стоянок, гаражей и т.п.) |
|    |                          | 9510000 Услуги по домашнему хозяйству, предоставляемые в индивидуальном порядке   |
|    |                          | 7523000 Услуги в области охраны общественного порядка и безопасности  |
|    |                          | Прочие услуги   |

**Итоговый вариант классификационного перечня специфических туристских видов экономической деятельности для специализированного туристского субрегиона Сочи**

| № п/п | Описание видов деятельности (СИКТА-93)  | Кодировка по СИКТА-93  | Кодировка по ОКДП | № п/п | Описание видов деятельности (ОКДП)   |
|-------|---|------------------------|-------------------|-------|--|
| 1     | 2   | 3                      | 4                 | 5     | 6  |
| 1     | Деятельность гостиниц и аналогичных коллективных мест размещения                            | 5510                   | 5510a             | 1     | Деятельность гостиниц и аналогичных коллективных мест размещения                             |
| -     | -   | -                      | 5510-5510a        | 2     | Деятельность турбаз, moteлей, площадок для кемпингов и прочих мест краткосрочного проживания |
| -     | -   | -                      | 8514              | 3     | Санаторно - курортная и оздоровительная деятельность прочая                                  |
| 2     | Деятельность по сдаче в наем собственной или арендуемой недвижимости, относящейся к туризму | 7020                   | 7010в             | 4     | Деятельность по операциям с недвижимым имуществом, относящейся к туризму                     |
| 3     | Деятельность ресторанов и аналогичных предприятий общественного питания                     | 5520                   | 5520              | 5     | Деятельность ресторанов, баров и столовых  |
| 4     | Деятельность железнодорожного пассажирского транспорта                                      | 6010-1, 6010-2         | 6010              | 6     | Деятельность железнодорожного транспорта   |
| 7     | Деятельность воздушного пассажирского транспорта  | 6210-1, 6220-1, 6220-2 | 6210+6220         | 7     | Деятельность воздушного пассажирского транспорта   |
| 5     | Деятельность пассажирского автомобильного транспорта, подчиняющегося расписанию             | 6021-1, 6021-2, 6021-3 | 6021              | 8     | Деятельность пассажирского автомобильного транспорта, подчиняющегося расписанию              |

## Приложение 5 (продолжение)

| 1  | 2   | 3  | 4         | 5  | 6   |
|----|---|--|-----------|----|---|
| 8  | Деятельность водного (морского и речного) пассажирского транспорта                                    | 6110-1, 6110-2, часть 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3, часть 6120 | 6110+6040 | 9  | Деятельность прочего транспорта   |
| 9  | Деятельность пассажирского транспорта вспомогательная   | 6303-1, 6303-2, 6303-3   |           |    |   |
| 6  | Деятельность пассажирского автомобильного транспорта, не подчиняющегося расписанию                    | 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4                                 | 6022      | 10 | Деятельность пассажирского автомобильного транспорта, не подчиняющегося расписанию  |
| 10 | Деятельность туристских агентств и аналогичных посредников  | 6304   | 6350      | 11 | Деятельность бюро путешествий и туристских агентств; деятельность по оказанию помощи туристам, не включенная в другие категории |
| 11 | Деятельность о области в области кино, радио, телевидения и прочая деятельность в области развлечений | 9212, 9213, 9214, 9219-2                                       | 9210      | 12 | Деятельность в области кино, радио, телевидения, театра и прочих видах искусства, связанных с распространением культуры         |
| 12 | Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочая деятельность в области культуры                      | 9231, 9232, 9233   | 9230      | 13 | Деятельность библиотек, архивов, музеев и аналогичная деятельность в области культуры прочая                                    |
| 13 | Деятельность в области спорта и организации отдыха  | часть 9214, 9241, 9219-1 и часть 9249 + 7130 (аренда)          | 9240      | 14 | Спортивная деятельность и деятельность по организации отдыха и развлечений прочая   |

## Приложение 5 (продолжение)

| 1  | 2   | 3                                  | 4                                   | 5  | 6   |
|----|---|------------------------------------|-------------------------------------|----|---|
| 14 | Деятельность здравоохранения и прочая деятельность по оказанию социальных услуг | N (не относятся)                   | 850000-8514a                        | 15 | Деятельность здравоохранения и прочая деятельность по оказанию социальных услуг   |
| 15 | Специализированная и неспециализированная розничная торговля                    | 5211, 5219, 5220, 5230, 5240, 5250 | 52 + 503 + 505 -<br>526 + 502 + 504 | 16 | Розничная торговля, включая продажу деталей и принадлежностей, торговлю горючим, техническое обслуживание и ремонт автомобилей, мотоциклов и т.д. |

## Счет производства туристского продукта в Сочи в 2000 г.

(классификация видов деятельности ОКДП, классификация услуг - ОКДП; формат нетто; в тыс. рублей)

| Туристские виды экономической деятельности / Туристские услуги | Деятельность  |   |  |   |  |   |   |
|--|---------------|---|--|---|--|---|---|
|  | 1<br>Постиниц | 2<br>Деятельность в туркомплексах и прочих местах краткосрочного проживания | 3<br>Санаторно-курортная и оздоровительная деятельность прочая | 4<br>Деятельность мест неколлективного размещения | 5<br>Деятельность ресторанов, баров и столовых | 6<br>Деятельность железнодорожного транспорта | 7<br>Деятельность воздушного пассажирского транспорта |
| 1 Услуги размещения в гостиницах                               | 379759,7      |   |  |   |  |   |   |
| 2 Услуги размещения в туркомплексах и т.д.                     |               | 1130440,5   |  |   |  |   |   |
| 3 Услуги санаторно - курортного обслуживания                   |               |   | 5124919,9  |   |  |   |   |
| 4 Услуги размещения в частном секторе                          |               |   |  | 1167337,0   |  |   |   |
| 5 Услуги предприятий общественного питания                     |               | 430309,6  |  |   | 2292172,1                                      |   |   |
| 6 Услуги железнодорожного транспорта                           |               |   |  |   |  | 145488,9                                      |   |
| 7 Услуги воздушного пассажирского транспорта                   |               |   |  |   |  |   | 322293,7  |
| 8 Услуги автотранспорта по расписанию                          |               |   |  |   |  |   |   |
| 9 Услуги прочего междугородного транспорта                     |               |   |  |   |  |   |   |
| 10 Услуги автотранспорта, не по расписанию                     |               |   |  |   |  |   |   |
| 11 Услуги турагентств и экскурсионных бюро                     |               |   |  |   |  |   |   |
| 12 Услуги по организации кинопоказов, зрелищ                   |               |   |  |   |  |   |   |
| 13 Услуги выставок и музеев                                    |               |   |  |   |  |   |   |
| 14 Услуги по организации отдыха прочие                         | 1727,5        | 14018,2   | 47530,3  |   | 82209,3  |   |   |

## Приложение 6 (продолжение)

|   |      |          |           |           |           |           |          |  |          |
|---|------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|--|----------|
| Услуги по организации отдыха прочие   | 14   | 1727,5   | 14018,2   | 47530,3   |           |           | 82209,3  |  |          |
| Услуги лечебно-оздоровительного характера специализированных центров и т.д. | 15   | 75,1     | 8034,1    |           |           |           |          |  |          |
| Услуги розничной торговли   | 16   | 3461,7   | 8630,7    | 16928,7   |           |           |          |  |          |
| Прочие туристские услуги  | 17   | 7133,1   | 23599,6   | 42262,4   | 0,0       | 122932,4  |          |  |          |
| Итого туристских услуг  | а-1  | 392157,1 | 1615032,8 | 5231641,4 | 1167337,0 | 2497313,9 | 145488,9 |  | 322293,7 |
| Итого всех продуктов  | а-2  | 441979,8 | 1634946,6 | 5259349,2 | 1167624,1 | 2852892,5 | 298888,8 |  | 525206,3 |
| Коэффициент специализации   | а-3  | 96,84%   | 69,99%    | 97,96%    | 100,00%   | 91,79%    | 100,00%  |  | 100,00%  |
| Коэффициент туристского выпуска   | а-4  | 88,73%   | 98,78%    | 99,47%    | 99,98%    | 87,54%    | 48,68%   |  | 61,37%   |
| Выпуск товаров и услуг в рыночных ценах                                     | а-5  | 441979,8 | 1634946,6 | 5259349,2 | 1167624,1 | 2852892,5 | 298888,8 |  | 525206,3 |
| Налоги на продукты  | а-6  | 68718,9  | 13430,0   | 58617,2   | 0,0       | 19069,6   | 0,0      |  | 137866,6 |
| Субсидии на продукты  | а-7  | 0,0      | 0,0       | 0,0       | 0,0       | 0,0       | 0,0      |  | 0,0      |
| Выпуск товаров и услуг в основных ценах                                     | а-8  | 373260,9 | 1621516,7 | 5200732,1 | 1167624,1 | 2833822,9 | 298888,8 |  | 387339,6 |
| Промежуточное потребление   | а-9  | 143645,2 | 696447,2  | 3078225,3 | 327748,9  | 1723929,9 | 78013,4  |  | 203467,7 |
| Заработная плата  | а-10 | 57593,4  | 61784,8   | 722357,8  | 0,0       | 573377,5  | 48640,2  |  | 73472,5  |
| Отчисления на соцстрахование  | а-11 | 18517,8  | 13996,4   | 249820,7  | 0,0       | 162688,8  | 18274,0  |  | 22941,1  |
| Чистая прибыль  | а-12 | 118155,9 | 781904,2  | 362958,8  | 0,0       | 355132,9  | 43705,2  |  | 63888,2  |
| Валовой смешанный доход   | а-13 | 0,0      | 0,0       | 0,0       | 839875,2  | 0,0       |          |  |          |
| Другие налоги на производство   | а-14 | 12633,4  | 26773,5   | 301602,9  | 0,0       | 9623,6    | 6173,1   |  | 13119,1  |
| Другие субсидии на производство   | а-15 | 0,0      | 0,0       | 0,0       | 0,0       | 0,0       | 0,0      |  | 0,0      |
| Потребление основного капитала  | а-16 | 22715,2  | 40610,6   | 485766,7  | 0,0       | 9070,3    | 104082,8 |  | 10451,0  |
| Валовая добавленная стоимость   | а-17 | 229615,7 | 925069,5  | 2122506,8 | 839875,2  | 1109893,0 | 220875,4 |  | 183872,0 |
| Валовой региональный продукт  | а-18 | 298334,6 | 938499,5  | 2181124,0 | 839875,2  | 1128962,6 | 220875,4 |  | 321738,6 |

## Приложение 6 (продолжение)

|    | 8   | 9                                  | 10  | 11  | 12   | 13  | 14  | 15                     | 16  | 17                                     |
|----|---|------------------------------------|---|---|--|---|---|------------------------|---|--|
|    | Деятельность пассажирского<br>автомобильного транспорта,<br>подчиняющегося расписанию | Деятельность прочего<br>транспорта | Деятельность пассажирского<br>автомобильного транспорта,<br>не подчиняющегося<br>расписанию | Деятельность бюро<br>путешествий и туристских<br>агентств | Деятельность в области<br>кино, театра и прочих<br>видов искусства | Деятельность библиотек,<br>музеев и деятельность в<br>области культуры прочая | Спортивная деятельность и<br>деятельность по<br>организации отдыха прочая | Деятельность<br>защиты | Розничная торговля,<br>включая торговлю горючим<br>для транспортных средств | Прочие туристские виды<br>деятельности |
| 1  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 2  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 3  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 4  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 5  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 6  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 7  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 8  | 226841,5  | 7974,5                             |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 9  |   |                                    |   |   |  |   |   |                        |   |  |
| 10 |   |                                    | 132062,5  |   |  |   |   |                        |   |  |
| 11 |   |                                    |   | 304758,8  |  |   |   |                        |   |  |
| 12 |   |                                    |   |   | 186977,2   |   |   |                        |   |  |
| 13 |   |                                    |   |   |  | 7703,8  |   |                        |   |  |
| 14 |   |                                    |   |   |  |   | 660599,5  |                        |   |  |

## Приложение 6 (продолжение)

|      | 8        | 9       | 10       | 11       | 12       | 13      | 14       | 15       | 16        | 17       |
|------|----------|---------|----------|----------|----------|---------|----------|----------|-----------|----------|
| 15   |          |         |          |          |          |         |          | 103380,4 |           |          |
| 16   |          |         |          |          |          |         |          |          | 788287,3  |          |
| 17   |          |         |          |          |          |         |          |          |           | 357945,2 |
| a-1  | 226841,5 | 7974,5  | 132062,5 | 304758,8 | 186977,2 | 7703,8  | 660599,5 | 103380,4 | 788287,3  | 357945,2 |
| a-2  | 337945,4 | 31312,7 | 172254,9 | 356846,8 | 232237,8 | 69749,5 | 779507,4 | 625682,4 | 1998365,4 | 357945,2 |
| a-3  | 100,00%  | 100,00% | 100,00%  | 100,00%  | 100,00%  | 100,00% | 100,00%  | 100,00%  | 100,00%   | 100,00%  |
| a-4  | 67,12%   | 25,47%  | 76,67%   | 85,40%   | 80,51%   | 11,04%  | 84,75%   | 16,52%   | 39,45%    | 100,00%  |
| a-5  | 337945,4 | 31312,7 | 172254,9 | 356846,8 | 232237,8 | 69749,5 | 779507,4 | 625682,4 | 1998365,4 | 357945,2 |
| a-6  | 24805,2  | 1593,8  | 35553,4  | 14416,9  | 1076,8   | 0,0     | 7105,7   | 3538,1   | 132819,1  | 47964,7  |
| a-7  | 0,0      | 0,0     | 0,0      | 0,0      | 1610,2   | 1727,4  | 0,0      | 0,0      | 921,4     | 0,0      |
| a-8  | 313140,2 | 29718,9 | 136701,5 | 342429,9 | 232771,2 | 71476,9 | 772401,7 | 622144,3 | 1866467,8 | 309980,6 |
| a-9  | 169129,9 | 20169,0 | 42141,1  | 130633,4 | 107590,0 | 33317,1 | 205669,5 | 165964,0 | 951079,2  | 127759,9 |
| a-10 | 80793,2  | 4129,5  | 60436,5  | 26688,5  | 12247,0  | 11978,0 | 18351,0  | 80175,8  | 314595,5  | 102988,8 |
| a-11 | 22550,0  | 1356,3  | 1027,8   | 10104,2  | 5817,7   | 4445,1  | 5352,2   | 39105,5  | 79745,2   | 26038,8  |
| a-12 | -39529,6 | 2199,4  | 7092,0   | 142487,1 | 104086,2 | 16301,2 | 538315,9 | 316834,7 | 287054,8  | 41124,5  |
| a-13 |          |         | 20145,5  | 0,0      | 0,0      | 0,0     | 0,0      | 0,0      | 181181,8  |          |
| a-14 | 5236,2   | 40,2    | 0,0      | 15207,1  | 1188,2   | 2211,7  | 4979,1   | 6848,7   | 21856,9   | 3448,2   |
| a-15 | 42219,9  | 0,0     | 0,0      | 0,0      | 1098,1   | 1178,0  | 4402,2   | 0,0      | 4111,5    | 152,1    |
| a-16 | 32740,8  | 1824,5  | 5858,6   | 17309,5  | 2940,2   | 4401,8  | 4136,1   | 13215,7  | 35065,9   | 8468,3   |
| a-17 | 144010,3 | 9549,9  | 94560,4  | 211796,5 | 125181,2 | 38159,8 | 566732,2 | 456180,4 | 915388,6  | 182220,7 |
| a-18 | 168815,5 | 11143,7 | 130113,9 | 226213,4 | 124647,8 | 36432,4 | 573837,9 | 459718,4 | 1047286,2 | 230185,4 |

## Приложение 6 (продолжение)

|    | Итого по туристским видам<br>деятельности |           | Итого по всем видам<br>деятельности |      | Коэффициент охвата рынка |      | Коэффициент туристского<br>потребления |      |
|----|---|-----------|-------------------------------------|------|--------------------------|------|--|------|
|    | В-1                                       | В-2       | В-3                                 | В-4  | В-3                      | В-4  | В-3                                    | В-4  |
| 1  | 379759,7                                  | 428007,3  | 100%                                | 89%  | 100%                     | 89%  | 100%                                   | 89%  |
| 2  | 1130440,5                                 | 1144379,2 | 100%                                | 99%  | 100%                     | 99%  | 100%                                   | 99%  |
| 3  | 5124919,9                                 | 5152062,6 | 100%                                | 99%  | 100%                     | 99%  | 100%                                   | 99%  |
| 4  | 1167337,0                                 | 1167624,1 | 100%                                | 100% | 100%                     | 100% | 100%                                   | 100% |
| 5  | 2722481,7                                 | 3054157,2 | 84%                                 | 89%  | 84%                      | 89%  | 84%                                    | 89%  |
| 6  | 145488,9                                  | 298888,8  | 100%                                | 49%  | 100%                     | 49%  | 100%                                   | 49%  |
| 7  | 322293,7                                  | 525206,3  | 100%                                | 61%  | 100%                     | 61%  | 100%                                   | 61%  |
| 8  | 226841,5                                  | 337945,4  | 100%                                | 67%  | 100%                     | 67%  | 100%                                   | 67%  |
| 9  | 7974,5                                    | 31312,7   | 100%                                | 25%  | 100%                     | 25%  | 100%                                   | 25%  |
| 10 | 132062,5                                  | 172254,9  | 100%                                | 77%  | 100%                     | 77%  | 100%                                   | 77%  |
| 11 | 304758,8                                  | 356846,8  | 100%                                | 85%  | 100%                     | 85%  | 100%                                   | 85%  |
| 12 | 186977,2                                  | 232237,8  | 100%                                | 81%  | 100%                     | 81%  | 100%                                   | 81%  |
| 13 | 7703,8                                    | 69749,5   | 100%                                | 11%  | 100%                     | 11%  | 100%                                   | 11%  |
| 14 | 806085,0                                  | 937342,3  | 82%                                 | 86%  | 82%                      | 86%  | 82%                                    | 86%  |

## Приложение 6 (продолжение)

|      | В-1        | В-2        | В-3 | В-4 |
|------|------------|------------|-----|-----|
| 15   | 111489,6   | 633900,3   | 93% | 18% |
| 16   | 817308,4   | 2028022,4  | 96% | 40% |
| 17   | 553872,7   | 572797,5   | 65% | 97% |
| а-1  | 14147795,5 | 17142734,8 |     | 83% |
| а-2  | 17142734,8 | 27461040,4 |     | 40% |
| а-3  |            |            |     |     |
| а-4  | 82,53%     | 62,43%     |     | 52% |
| а-5  | 17142734,8 | 27461040,4 |     |     |
| а-6  | 566575,8   | 1766577,8  |     |     |
| а-7  | 4259,0     | 339019,0   |     |     |
| а-8  | 16580418,0 | 26033481,7 |     |     |
| а-9  | 8204930,5  | 12604728,9 |     |     |
| а-10 | 2249609,9  | 3872064,4  |     |     |
| а-11 | 681781,5   | 1268879,7  |     |     |
| а-12 | 3141711,5  | 5386938,4  |     |     |
| а-13 | 1041202,5  | 1045200,7  |     |     |
| а-14 | 430941,9   | 732099,8   |     |     |
| а-15 | 53161,8    | 79357,8    |     |     |
| а-16 | 798658,0   | 1202927,7  |     |     |
| а-17 | 8375487,5  | 13428752,8 |     |     |
| а-18 | 8937804,3  | 14856311,6 |     |     |

Счет потребления туристского продукта в Сочи в 2000 г. по типологическим группам посетителей  
(классификация услуг - ОКДП; формат нетто; в рыночных ценах; в тыс. рублей)

|   | Типологические группы                     |  |  |  |   |            |      | Итого по всем типологическим группам | Итого потреблено | Доля туристского потребления |
|---|---|--|--|--|---|------------|------|--------------------------------------|------------------|------------------------------|
|   | 1<br>Посетители, размещенные в гостиницах | 2<br>Посетители, размещенные на туркомплексах и т.д. | 3<br>Посетители, размещенные в санаторно-курортных учреждениях | 4<br>Посетители, размещенные в частном секторе, у родственников и т.д. | 5<br>Итого по всем типологическим группам | 6          | 7    |                                      |                  |                              |
| Услуги размещения в гостиницах  | 379759,7                                  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 379759,7                                  | 428007,3   | 89%  |                                      |                  |                              |
| Услуги размещения в туркомплексах и т.д.                                    | 0,0                                       | 1130406,5  | 34,1   | 0,0  | 1130440,5                                 | 1144379,2  | 99%  |                                      |                  |                              |
| Услуги санаторно - курортного обслуживания                                  | 0,0                                       | 0,0  | 5124919,9  | 0,0  | 5124919,9                                 | 5152062,6  | 99%  |                                      |                  |                              |
| Услуги размещения в частном секторе   | 0,0                                       | 0,0  | 0,0  | 1167337,0  | 1167337,0                                 | 1167624,1  | 100% |                                      |                  |                              |
| Услуги предприятий общественного питания                                    | 290016,6                                  | 639513,2   | 326692,5   | 1466259,3  | 2722481,7                                 | 3054157,2  | 89%  |                                      |                  |                              |
| Услуги железнодорожного транспорта  | 5305,8                                    | 16062,8  | 40501,1  | 83619,2  | 145488,9                                  | 298888,8   | 49%  |                                      |                  |                              |
| Услуги воздушного пассажирского транспорта                                  | 33042,8                                   | 39075,8  | 106172,0   | 144003,1   | 322293,7                                  | 525206,3   | 61%  |                                      |                  |                              |
| Услуги автотранспорта по расписанию   | 6761,7                                    | 37422,6  | 116416,6   | 66240,5  | 226841,5                                  | 337945,4   | 67%  |                                      |                  |                              |
| Услуги прочего междугородного транспорта                                    | 19,3                                      | 2526,7   | 2560,2   | 2868,4   | 7974,5                                    | 31312,7    | 25%  |                                      |                  |                              |
| Услуги автотранспорта, не по расписанию                                     | 42344,7                                   | 13774,2  | 26507,0  | 49436,6  | 132062,5                                  | 172254,9   | 77%  |                                      |                  |                              |
| Услуги турагентств и экскурсионных бюро                                     | 13675,1                                   | 44528,0  | 98131,9  | 148423,8   | 304758,8                                  | 356846,8   | 85%  |                                      |                  |                              |
| Услуги по организации кинопоказов, зрелищ                                   | 11512,8                                   | 5489,5   | 50741,4  | 119233,6   | 186977,2                                  | 232237,8   | 81%  |                                      |                  |                              |
| Услуги выставок и музеев  | 245,6                                     | 162,4  | 3013,1   | 4282,7   | 7703,8                                    | 69749,5    | 11%  |                                      |                  |                              |
| Услуги по организации отдыха прочие   | 46943,7                                   | 72903,1  | 198527,1   | 487711,1   | 806085,0                                  | 937342,3   | 86%  |                                      |                  |                              |
| Услуги лечебно-оздоровительного характера специализированных центров и т.д. | 6205,3                                    | 20983,9  | 21287,0  | 63013,4  | 111489,6                                  | 633900,3   | 18%  |                                      |                  |                              |
| Услуги розничной торговли   | 58979,4                                   | 63336,5  | 215923,0   | 479069,4   | 817308,4                                  | 2028022,4  | 40%  |                                      |                  |                              |
| Прочие туристские услуги  | 50105,5                                   | 80116,0  | 120269,9   | 303381,3   | 553872,7                                  | 572797,5   | 97%  |                                      |                  |                              |
| Итого туристских услуг  | 944918,2                                  | 2166301,2  | 6451696,9  | 4584879,2  | 14147795,5                                | 17142734,8 | 83%  |                                      |                  |                              |

Счет предложения туристского продукта в Сочи в 2000 г. по типологическим группам посетителей  
(классификация видов деятельности ОКДП; формат нетто; в рыночных ценах; в тыс. рублей)

|   | Типологические группы                     |  |  |   |  |            |      | Выпуск по виду деятельности в целом | Доля туристского выпуска |
|---|---|--|--|---|--|------------|------|-------------------------------------|--------------------------|
|   | 1<br>Посетители, размещенные в гостиницах | 2<br>Посетители, размещенные на туркомплексах и т.д. | 3<br>Посетители, размещенные в санаторно-курортных учреждениях | 4<br>Посетители, размещенные в частном секторе и т.д. | 5<br>Итого по всем группам (туристский выпуск) | 6          | 7    |                                     |                          |
| Деятельность гостиниц                             | 392157,1                                  | 0,0  | 0,0  | 0,0   | 392157,1                                       | 441979,8   | 89%  |                                     |                          |
| Деятельность туркомплексов и т.д.                 | 0,0                                       | 161498,7   | 34,1   | 0,0   | 1615032,8                                      | 1634946,6  | 99%  |                                     |                          |
| Санаторно - курортная деятельность                | 0,0                                       | 0,0  | 5231641,4  | 0,0   | 5231641,4                                      | 5259349,2  | 99%  |                                     |                          |
| Деятельность по аренде неколективного размещения  | 0,0                                       | 0,0  | 0,0  | 1167337,0   | 1167337,0                                      | 1167624,1  | 100% |                                     |                          |
| Деятельность ресторанов, баров и столовых         | 314799,6                                  | 236556,3   | 360926,1   | 1585031,9   | 2497313,9                                      | 2852892,5  | 88%  |                                     |                          |
| Деятельность железнодорожного транспорта          | 5305,8                                    | 16062,8  | 40501,1  | 83619,2   | 145488,9                                       | 298888,8   | 49%  |                                     |                          |
| Деятельность воздушного пассажирского транспорта  | 33042,8                                   | 39075,8  | 106172,0   | 144003,1  | 322293,7                                       | 525206,3   | 61%  |                                     |                          |
| Деятельность автотранспорта, по расписанию        | 6761,7                                    | 37422,6  | 116416,6   | 66240,5   | 226841,5                                       | 337945,4   | 67%  |                                     |                          |
| Деятельность прочего транспорта                   | 19,3                                      | 2526,7   | 2560,2   | 2868,4  | 7974,5   | 31312,7    | 25%  |                                     |                          |
| Деятельность автотранспорта, не по расписанию     | 42344,7                                   | 13774,2  | 26507,0  | 49436,6   | 132062,5                                       | 172254,9   | 77%  |                                     |                          |
| Деятельность бюро путешествий и турагентств       | 13675,1                                   | 44528,0  | 98131,9  | 148423,8  | 304758,8                                       | 356846,8   | 85%  |                                     |                          |
| Деятельность в области кино, театра и т.д.        | 11512,8                                   | 5489,5   | 50741,4  | 119233,6  | 186977,2                                       | 232237,8   | 81%  |                                     |                          |
| Деятельность библиотек, архивов, музеев и т.д.    | 245,6                                     | 162,4  | 3013,1   | 4282,7  | 7703,8   | 69749,5    | 11%  |                                     |                          |
| Спортивная деятельность                           | 36969,5                                   | 51710,6  | 133668,4   | 438251,1  | 660599,5                                       | 779507,4   | 85%  |                                     |                          |
| Деятельность здравоохранения                      | 6130,2                                    | 12949,9  | 21287,0  | 63013,4   | 103380,4                                       | 625682,4   | 17%  |                                     |                          |
| Розничная торговля                                | 55517,7                                   | 54705,7  | 198994,4   | 479069,4  | 788287,3                                       | 1998365,4  | 39%  |                                     |                          |
| Прочие специфические туристские виды деятельности | 26436,2                                   | 36338,0  | 61102,4  | 234068,6  | 357945,2                                       | 357945,2   | 100% |                                     |                          |
| Итого по туристским видам деятельности            | 944918,2                                  | 2166301,2  | 6451696,9  | 4584879,2   | 14147795,5                                     | 17142734,8 | 83%  |                                     |                          |

Счет туристской добавленной стоимости в Сочи в 2000 г.  
(классификация видов деятельности ОКДП; формат нетто; в основных ценах; в тыс. рублей)

|   | 1           | 2                         | 3                             | 4                  | 5                    |
|---|-------------|---------------------------|-------------------------------|--------------------|----------------------|
|   | Выпуск      | Промежуточное потребление | Валовая добавленная стоимость | Налоги на продукты | Субсидии на продукты |
| 1   | 373260,9    | 143645,2                  | 229615,7                      | 68718,9            | 0,0                  |
| Деятельность гостиниц                             |             |                           |                               |                    |                      |
| 2   | 1621516,7   | 696447,2                  | 925069,5                      | 13430,0            | 0,0                  |
| Деятельность туркомплексов и т.д.                 |             |                           |                               |                    |                      |
| 3   | 5200732,1   | 3078225,3                 | 2122506,8                     | 58617,2            | 0,0                  |
| Санаторно - курортная деятельность                |             |                           |                               |                    |                      |
| 4   | 1167624,1   | 327748,9                  | 839875,2                      | 0,0                | 0,0                  |
| Деятельность по аренде неколлективного размещения |             |                           |                               |                    |                      |
| 5   | 2833822,9   | 1723929,9                 | 1109893,0                     | 19069,6            | 0,0                  |
| Деятельность ресторанов, баров и столовых         |             |                           |                               |                    |                      |
| 6   | 298888,8    | 78013,4                   | 220875,4                      | 0,0                | 0,0                  |
| Деятельность железнодорожного транспорта          |             |                           |                               |                    |                      |
| 7   | 387339,6    | 203467,7                  | 183872,0                      | 137866,6           | 0,0                  |
| Деятельность воздушного пассажирского транспорта  |             |                           |                               |                    |                      |
| 8   | 313140,2    | 169129,9                  | 144010,3                      | 24805,2            | 0,0                  |
| Деятельность автотранспорта, по расписанию        |             |                           |                               |                    |                      |
| 9   | 29718,9     | 20169,0                   | 9549,9                        | 1593,8             | 0,0                  |
| Деятельность прочего транспорта                   |             |                           |                               |                    |                      |
| 10  | 136701,5    | 42141,1                   | 94560,4                       | 35553,4            | 0,0                  |
| Деятельность автотранспорта, не по расписанию     |             |                           |                               |                    |                      |
| 11  | 342429,9    | 130633,4                  | 211796,5                      | 14416,9            | 0,0                  |
| Деятельность бюро путешествий и турагентств       |             |                           |                               |                    |                      |
| 12  | 232771,2    | 107590,0                  | 125181,2                      | 1076,8             | 1610,2               |
| Деятельность в области кино, театра и т.д.        |             |                           |                               |                    |                      |
| 13  | 71476,9     | 33317,1                   | 38159,8                       | 0,0                | 1727,4               |
| Деятельность библиотек, архивов, музеев и т.д.    |             |                           |                               |                    |                      |
| 14  | 772401,7    | 205669,5                  | 566732,2                      | 7105,7             | 0,0                  |
| Спортивная деятельность                           |             |                           |                               |                    |                      |
| 15  | 622144,3    | 165964,0                  | 456180,4                      | 3538,1             | 0,0                  |
| Деятельность здравоохранения                      |             |                           |                               |                    |                      |
| 16  | 1866467,8   | 951079,2                  | 915388,6                      | 132819,1           | 921,4                |
| Розничная торговля                                |             |                           |                               |                    |                      |
| 17  | 309980,6    | 127759,9                  | 182220,7                      | 47964,7            | 0,0                  |
| Прочие специфические туристские виды деятельности |             |                           |                               |                    |                      |
| Итого по туристским видам деятельности            | 16580418,0  | 8204930,5                 | 8375487,5                     | 566575,8           | 4259,0               |
| Итого по всем видам деятельности                  | 260333481,7 | 12604728,9                | 13428752,8                    | 1766577,8          | 339019,0             |
| Средняя туристская доля                           |             |                           |                               |                    |                      |

## Приложение 9 (продолжение)

|    | 6<br>Валовый<br>региональный<br>продукт | 7<br>Доля туристского<br>выпуска | 8<br>Туристский<br>выпуск | 9<br>Туристское<br>промежуточное<br>потребление | 10<br>Туристская<br>добавленная<br>стоимость | 11<br>Туристский<br>валовой<br>региональный<br>продукт |
|----|---|----------------------------------|---------------------------|---|--|--|
| 1  |   |                                  |                           |   |  |  |
| 1  | 298334,6                                | 89%                              | 331184,6                  | 127452,6  | 203732,0                                     | 264704,5   |
| 2  | 938499,5                                | 99%                              | 1601766,4                 | 687964,4  | 913802,1                                     | 927068,4   |
| 3  | 2181124,0                               | 99%                              | 5173333,0                 | 3062008,2                                       | 2111324,8                                    | 2169633,1  |
| 4  | 839875,2                                | 100%                             | 1167337,0                 | 327668,3  | 839668,7                                     | 839668,7   |
| 5  | 1128962,6                               | 88%                              | 2480621,1                 | 1509062,8                                       | 971558,3                                     | 988251,0   |
| 6  | 220875,4                                | 49%                              | 145488,9                  | 37974,3   | 107514,6                                     | 107514,6   |
| 7  | 321738,6                                | 61%                              | 237691,6                  | 124858,3  | 112833,3                                     | 197435,4   |
| 8  | 168815,5                                | 67%                              | 210191,3                  | 113526,3  | 96665,1                                      | 113315,2   |
| 9  | 11143,7                                 | 25%                              | 7568,6                    | 5136,5  | 2432,1                                       | 2838,0   |
| 10 | 130113,9                                | 77%                              | 104804,8                  | 32308,3   | 72496,6                                      | 99754,3  |
| 11 | 226213,4                                | 85%                              | 292446,3                  | 111565,2  | 180881,1                                     | 193193,6   |
| 12 | 124647,8                                | 81%                              | 187406,7                  | 86621,9   | 100784,8                                     | 100355,3   |
| 13 | 36432,4                                 | 11%                              | 7894,6                    | 3679,9  | 4214,7                                       | 4023,9   |
| 14 | 573837,9                                | 85%                              | 654577,7                  | 174296,2  | 480281,5                                     | 486303,3   |
| 15 | 459718,4                                | 17%                              | 102795,8                  | 27421,9   | 75373,8                                      | 75958,4  |
| 16 | 1047286,2                               | 39%                              | 736258,1                  | 375168,4  | 361089,7                                     | 413118,8   |
| 17 | 230185,4                                | 100%                             | 309980,6                  | 127759,9  | 182220,7                                     | 230185,4   |
|    | 8937804,3                               |                                  | 13751347,2                | 6934473,3                                       | 6816873,9                                    | 7213322,2  |
|    | 14856311,6                              |                                  |                           |   |  |  |
|    |   |                                  | 52,82%                    | 55,01%  | 50,76%                                       | 48,55%   |

Счет занятости в сфере туризма в Сочи в 2000 г.  
(классификация видов деятельности ОКДП; формат нетто; в основных ценах; в тыс. рублей)

|                         | Среднесписочная численность (тыс. чел) |                         |  |  |  |           |
|-------------------------|--|-------------------------|--|--|--|-----------|
|                         | 1                                      | 2                       | 3  | 4  | 5  | 6         |
|                         | Затраты на оплату труда (брутто)       | Доля туристского выкупа | Среднесписочная численность в туризме (тыс. чел) | Среднемесячная оплата труда (брутто) в туризме, в рублях | Затраты на оплату труда (брутто) в туризме |           |
| 1                       | 2101                                   | 76111,2                 | 88,73%   | 1864   | 3019,5                                     | 67531,5   |
| 2                       | 6416                                   | 75781,2                 | 98,78%   | 6338   | 984,3                                      | 74858,2   |
| 3                       | 18587                                  | 972178,4                | 99,47%   | 18489  | 4358,7                                     | 967056,7  |
| 4                       | 11665                                  | 839875,2                | 99,98%   | 11662  | 6000,0                                     | 839668,7  |
| 5                       | 1926                                   | 736066,3                | 87,54%   | 1686   | 31846,2                                    | 644324,5  |
| 6                       | 2447                                   | 66914,2                 | 48,68%   | 1191   | 2278,8                                     | 32571,6   |
| 7                       | 1924                                   | 96413,6                 | 61,37%   | 1181   | 4175,9                                     | 59164,4   |
| 8                       | 4140                                   | 103343,1                | 67,12%   | 2779   | 2080,2                                     | 69367,7   |
| 9                       | 333                                    | 5485,8                  | 25,47%   | 85   | 1372,8                                     | 1397,1    |
| 10                      | 1133                                   | 81609,8                 | 76,67%   | 869  | 6000,0                                     | 62567,7   |
| 11                      | 2887                                   | 36792,8                 | 85,40%   | 2466   | 1062,0                                     | 31422,2   |
| 12                      | 1044                                   | 18064,6                 | 80,51%   | 841  | 1441,9                                     | 14544,0   |
| 13                      | 1140                                   | 16423,2                 | 11,04%   | 126  | 1200,0                                     | 1813,9    |
| 14                      | 1137                                   | 23703,2                 | 84,75%   | 964  | 1737,3                                     | 20087,5   |
| 15                      | 2745                                   | 119281,3                | 16,52%   | 454  | 3621,2                                     | 19708,6   |
| 16                      | 15063                                  | 575522,5                | 39,45%   | 5942   | 3184,0                                     | 227024,1  |
| 17                      | 5376                                   | 129027,6                | 100,00%  | 5376   | 2000,0                                     | 129027,6  |
|                         | 80065                                  | 3972593,9               |  | 62310  | 4362,7                                     | 3262135,9 |
|                         | 122728                                 | 6186144,7               |  |  | 2577,6                                     |           |
|                         |  |                         |  | 50,8%  |  | 52,7%     |
| Средняя туристская доля |  |                         |  |  |  |           |

Таблица туристских расходов в Сочи в 2000 г. по типологическим группам посетителей  
(классификация услуг - ОКДП; формат нетто; в рыночных ценах; в тыс. рублей)

|  | Среднедневные туристские расходы в расчете на 1 посетителя (в рублях) |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  | 1<br>Посетители, размещенные в гостиницах                             | 2<br>Посетители, размещенные на территории туркомплексов и санаторно-курортных учреждений | 3<br>Посетители, размещенные в санаторно-курортных учреждениях | 4<br>Посетители, размещенные в частном секторе и в туристских комплексах |
| Расходы на размещение в коллективных местах проживания   | 409,0   | 426,0   | 370,4  | 0,0  |
| Расходы на размещение в индивидуальных местах проживания | 0,0   | 0,0   | 0,0  | 86,2   |
| Расходы на питание в ресторанах, кафе                    | 312,4   | 241,0   | 255,3  | 108,3  |
| Расходы на междугородный железнодорожный транспорт       | 57,2  | 60,1  | 50,1   | 58,9   |
| Расходы на пригородный железнодорожный транспорт         | 0,0   | 0,4   | 1,2  | 2,8  |
| Расходы на воздушный междугородный транспорт             | 355,9   | 147,3   | 134,6  | 106,3  |
| Расходы на междугородный автомобильный транспорт         | 0,0   | 0,1   | 0,1  | 0,1  |
| Расходы на прочие виды междугородного транспорта         | 0,0   | 1,0   | 0,3  | 0,2  |
| Расходы на городской маршрутный транспорт                | 7,2   | 14,1  | 14,6   | 4,6  |
| Расходы на междугородный маршрутный транспорт            | 0,1   | 0,0   | 0,1  | 0,3  |
| Расходы на легкие таксомоторы                            | 45,6  | 5,2   | 3,4  | 3,7  |
| Расходы на оплату услуг турагентств                      | 0,3   | 0,0   | 0,6  | 0,0  |
| Расходы на оплату услуг экскурсионных бюро               | 14,4  | 16,8  | 11,8   | 11,0   |
| Расходы на оплату услуг по демонстрации кинофильмов      | 0,3   | 0,1   | 0,2  | 0,2  |
| Расходы на оплату услуг выставок и музеев                | 0,3   | 0,1   | 0,4  | 0,3  |

Приложение 11 (продолжение)

|   | 1  | 2      | 3      | 4      |
|---|----|--------|--------|--------|
| Расходы на посещение театрально-зрелищных программ    | 16 | 12,1   | 2,0    | 6,2    |
| Расходы на посещение парков развлечений               | 17 | 20,0   | 6,6    | 10,1   |
| Расходы на прочие виды отдыха                         | 18 | 12,9   | 9,6    | 10,4   |
| Расходы на оплату аренды водных аттракционов          | 19 | 15,6   | 6,2    | 4,2    |
| Расходы на оплату аренды пляжного и прочего инвентаря | 20 | 2,1    | 2,5    | 0,4    |
| Расходы на оплату лечебно-оздоровительных услуг       | 21 | 6,7    | 7,9    | 67,9   |
| Расходы на оплату услуг по обучению видам спорта      | 22 | 0,0    | 2,6    | 0,1    |
| Расходы на приобретение горячего                      | 23 | 0,2    | 1,4    | 0,2    |
| Расходы на приобретение спиртных напитков             | 24 | 17,1   | 14,9   | 9,4    |
| Расходы на приобретение табачной продукции            | 25 | 6,9    | 4,1    | 3,7    |
| Расходы на приобретение продуктов питания             | 26 | 35,0   | 26,5   | 24,2   |
| Расходы на приобретение сувениров                     | 27 | 11,8   | 3,2    | 4,9    |
| Расходы на приобретение одежды и обуви                | 28 | 151,6  | 33,6   | 53,5   |
| Расходы на приобретение прочих товаров                | 29 | 22,4   | 8,3    | 9,7    |
| Расходы на техобслуживание автомобилей и т.д.         | 30 | 0,0    | 0,0    | 0,0    |
| Расходы на оплату парковок, стоянок                   | 31 | 0,2    | 0,2    | 0,0    |
| Расходы на оплату услуг повышенного сервиса (чаевые)  | 32 | 25,3   | 10,2   | 3,3    |
| Расходы на оплату штрафов ГИБДД, прочих сборов        | 33 | 0,3    | 0,1    | 0,1    |
| Расходы на оплату прочих туристских услуг             | 34 | 28,2   | 19,6   | 11,7   |
| Итого туристских расходов                             |    | 1571,1 | 1071,6 | 1063,3 |
| Справочно:  |    |        |        | 591,0  |
| Потери криминального характера                        |    | 1,0    | 0,1    | 0,4    |
| Расходы на личный автотранспорт вне Сочи              |    |        |        |        |
| Оплата услуг турагентств вне субрегиона Сочи          |    |        |        |        |
| Средний период пребывания в Сочи (дней)               |    |        |        |        |
| Годовой туристский поток (тыс. человек)               |    |        |        |        |

## Приложение 11 (продолжение)

|    | Среднедневные туристские расходы в расчете на 1 посетителя (в рублях) |   |   |  | Годовые туристские расходы по типологической группе в целом |                                |  |  |
|----|---|---|---|--|---|--------------------------------|--|--|
|    | 5<br>Туристский поток в целом   | 6<br>Посетители, размещенные в гостиницах | 7<br>Посетители, размещенные на туркомплексах и в санаторно-курортных учреждениях | 8<br>Посетители, размещенные в санаторно-курортных учреждениях | 9<br>Посетители, размещенные в частном секторе и в целом    | 10<br>Туристский поток в целом |  |  |
| 1  | 177,2   | 379759,7                                  | 1130406,5   | 2922511,3  | 0,0   | 4432677,4                      |  |  |
| 2  | 46,7  | 0,0                                       | 0,0   | 0,0  | 1167337,0   | 1167337,0                      |  |  |
| 3  | 176,3   | 290016,6                                  | 639513,2  | 2014669,7  | 1466259,3   | 4410458,9                      |  |  |
| 4  | 56,2  | 53058,3                                   | 159531,7  | 395235,4   | 797737,1  | 1405562,4                      |  |  |
| 5  | 2,0   | 0,0                                       | 1095,9  | 9775,6   | 38454,7   | 49326,2                        |  |  |
| 6  | 128,8   | 330428,2                                  | 390758,4  | 1061720,0  | 1440030,6   | 3222937,3                      |  |  |
| 7  | 0,1   | 0,0                                       | 140,0   | 1061,4   | 1859,3  | 3060,6                         |  |  |
| 8  | 0,3   | 19,3                                      | 2526,7  | 2560,2   | 2868,4  | 7974,5                         |  |  |
| 9  | 8,8   | 6667,3                                    | 37336,3   | 115075,4   | 61680,0   | 220759,0                       |  |  |
| 10 | 0,2   | 94,4                                      | 58,3  | 1129,0   | 4188,7  | 5470,4                         |  |  |
| 11 | 5,3   | 42344,7                                   | 13774,2   | 26507,0  | 49436,6   | 132062,5                       |  |  |
| 12 | 0,2   | 276,2                                     | 0,0   | 5054,5   | 0,0   | 5330,8                         |  |  |
| 13 | 12,0  | 13398,9                                   | 44528,0   | 93077,3  | 148423,8  | 299428,0                       |  |  |
| 14 | 0,2   | 312,1                                     | 232,7   | 1749,1   | 3373,9  | 5667,8                         |  |  |
| 15 | 0,3   | 245,6                                     | 162,4   | 3013,1   | 4282,7  | 7703,8                         |  |  |

## Приложение 11 (продолжение)

|    | 5     | 6         | 7         | 8         | 9         | 10         |
|----|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 16 | 7,2   | 11200,7   | 5256,7    | 48992,4   | 115859,6  | 181309,4   |
| 17 | 12,4  | 18544,5   | 17383,1   | 80032,8   | 194807,8  | 310768,2   |
| 18 | 8,1   | 11935,2   | 25575,5   | 82218,3   | 82748,6   | 202477,6   |
| 19 | 8,0   | 14483,5   | 16578,3   | 33111,8   | 135763,0  | 199936,6   |
| 20 | 2,5   | 1980,5    | 6578,2    | 3128,4    | 50770,6   | 62457,7    |
| 21 | 25,0  | 6205,3    | 20983,9   | 535752,5  | 63013,4   | 625955,1   |
| 22 | 1,3   | 0,0       | 6787,9    | 950,2     | 23621,1   | 31359,2    |
| 23 | 0,9   | 231,2     | 3713,1    | 1617,7    | 17824,2   | 23386,3    |
| 24 | 5,9   | 15902,1   | 39617,8   | 73895,1   | 18623,2   | 148038,3   |
| 25 | 4,2   | 6407,4    | 10854,0   | 29111,1   | 58724,7   | 105097,2   |
| 26 | 44,9  | 32451,5   | 70291,9   | 190690,3  | 829226,9  | 1122660,6  |
| 27 | 6,1   | 10991,5   | 8599,6    | 39018,2   | 92950,4   | 151559,8   |
| 28 | 54,6  | 140719,8  | 89117,6   | 421766,5  | 714158,1  | 1365762,0  |
| 29 | 9,4   | 20788,7   | 22103,8   | 76747,0   | 116331,6  | 235971,1   |
| 30 | 0,1   | 0,0       | 98,1      | 59,3      | 1798,9    | 1956,3     |
| 31 | 0,1   | 215,8     | 506,8     | 351,5     | 2077,2    | 3151,2     |
| 32 | 5,8   | 23477,2   | 27143,6   | 26110,4   | 69482,8   | 146213,9   |
| 33 | 0,2   | 242,7     | 369,7     | 650,4     | 3195,7    | 4458,5     |
| 34 | 15,9  | 26169,9   | 51997,8   | 92184,1   | 226826,7  | 397178,5   |
|    | 827,3 | 1458568,8 | 2843621,8 | 8389526,9 | 8003736,6 | 20695454,2 |
|    | 0     | 886,2     | 168,1     | 3363,7    | 9053,4    | 0,0        |
|    |       |           |           |           |           |            |
|    |       |           |           |           |           |            |
|    |       | 8,6       | 12,4      | 16,9      | 13,3      | 13,9       |
|    |       | 108,6     | 213,4     | 468,0     | 1014,8    | 1804,7     |