

Статистика туризма со стороны предложения:

*о чём свидетельствуют ответы стран
на информационный запрос ЮНВТО*

Владимир Мархонько

Консультант Всемирной Туристской Организации

vmarkhonko@gmail.com

Содержание

- I. Туристские продукты и туристская индустрия**
- II. Практика стран**
- III. Источники информации**
- IV. Планы на будущее**

I. Туристские продукты и туристская индустрия

Под предложением в сфере туризма понимается прямое предоставление посетителям товаров и услуг, которые формируют туристские расходы.

Анализ предложения в сфере туризма состоит в том, чтобы, **во-первых**, показать, как создаются условия, позволяющие производителям поставлять товары и услуги посетителям, и, **во-вторых**, описать процессы, производственные издержки и экономические показатели поставщиков в отраслях туризма.

Связанные с туризмом продукты: (1) **характерные** и (2) **смежные** туристские продукты

Разбивка должна быть основана на степени их привязки к сфере туризма либо на мировом уровне, либо в рассматриваемой экономике. Эти подкатегории относятся исключительно к потребительским продуктам

3

I. Туристские продукты и туристская индустрия

Параг. 5.10: Характерными для туризма продуктами являются продукты, соответствующие одному или обоим следующим критериям: **a)** туристские расходы на продукт должны составлять значительную долю общих туристских расходов (доля в расходах/критерий спроса); **b)** туристские расходы на продукт должны составлять значительную долю предложения данного продукта в экономике (критерий доли в предложении). Этот критерий предполагает, что предложение того или иного характерного для туризма продукта в значимых объемах прекратится в отсутствие посетителей.

Параг 5.11. Характерные для туризма виды деятельности — это виды деятельности, с помощью которых обычно производятся характерные для туризма продукты. ... не существует строгого однозначного соответствия между продуктами и производящими их в качестве основной продукции отраслями.

4

I. Туристские продукты и туристская индустрия

Характерные для туризма виды деятельности сгруппированы в 12 отраслей туризма.

Отрасли туризма

1. Размещение посетителей
2. Общественное питание
3. Железнодорожный пассажирский транспорт
4. Пассажирский дорожный транспорт
5. Водный пассажирский транспорт
6. Воздушный пассажирский транспорт
7. Сдача в аренду транспортного оборудования
8. Туристические агентства и другие организации, занимающиеся бронированием
9. Индустрия культуры
10. Индустрия спорта и рекреации
11. Розничная торговля специфичными для страны характерными туристскими товарами
12. Прочие специфичные для страны характерные туристские виды деятельности

ЮНВТО

I. Туристские продукты и туристская индустрия

Параг 6.58: Для обеспечения того, чтобы наблюдение за отраслями туризма достигло требуемого уровня детализации, позволяющего осуществлять подробный анализ конкретных видов деятельности в этой сфере, **рекомендуется**, по возможности, использовать **четырёхзначный уровень МСОК (или NACE)**

Замечание: использование классификации СИКТА больше не рекомендуется .

Используйте Приложение 3 к МРСТ 2008 !

6

II. Практика стран

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB
Собираете ли вы данные для измерения туризма со стороны предложения (т.е. индустрии) ?								
Да	X		X	X		X	X?	X
Нет		X			X			

7

II. Практика стран

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB	Σ
Имеется национальная классификация <u>характерных видов туристской деятельности</u> :									
Да				X			X	X	3
Нет		X	X						2
Имеется национальная классификация <u>характерных туристских товаров и услуг</u> :									
Да							X	X	2
Нет		X		X					2

8

II. Практика стран

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB	Σ
Имеется национальная классификация смежных видов туристской деятельности:									
Да		X	X	X					3
Нет									
Имеется национальная классификация смежных туристских товаров и услуг:									
Да		X	X						2
Нет				X					1

9

II. Практика стран

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB
Имеются "таблицы соответствия" национальной классификации характерных видов туристской деятельности с международными классификациями деятельности (МСОК, NACE ...)?								
Да							X	
Нет								
Имеются "таблицы соответствия" национальной классификации характерных видов туристских товаров и услуг с международными классификациями (пр: СРС, СРА)?								
Да							X	
Нет								

10

II. Практика стран

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB
Проводите ли вы каким-либо образом сопоставление ваших данных для измерения туризма со стороны предложения с данными для измерения туризма со стороны спроса?								
Да			X					X
Нет	X	X		X	X	X		

11

II. Практика стран

Данные по туристской индустрии (МРСТ 2008, Параг 6.21)

VP: Стоимость произведенной продукции

VCI: Стоимость промежуточного потребления

VA: Добавленная стоимость

RE: Оплата труда работников

PE: Число работающих

GFCF: Валовое накопление основного капитала

12

II. Практика стран – число стран с имеющимися данными

Характерные для туризма виды деятельности	VP	VCI	VA	RE	PE	GFCF
	Стоим Прод	Пром Потреб	Добав Стоим	Оплат труда	Число работн	Вал на к Осн Кап
1. Размещение посетителей	5	3	3	4	5	1
2. Индустрия, обеспечивающая питание и напитки	3	3	3	1	2	1
3. Железнодорожный пассажирский транспорт	3	3	3	1	2	1
4. Автодорожный пассажирский транспорт	3	3	3	1	2	1
5. Водный пассажирский транспорт	2	2	2	1	2	1
6. Воздушный пассажирский транспорт	3	3	3	1	2	1
7. Аренда транспортного оборудования	2	2	2	1	2	1
8. Турагентства и другие службы, занимающиеся бронированием	4	3	3	3	4	1
9. Культурно-развлекательная индустрия	3	3	3	1	2	1
10. Спортивная и рекреационная индустрия	2	2	2	1	2	1
11. Розничная торговля <u>типичными для конкретной страны характерными туристскими товарами</u>	2	2	2	0	1	0
12. Прочие <u>характерные для туризма виды деятельности, типичные для конкретной страны</u>	1	1	1	0	1	0

Имеется лишь 25% потенциальных данных

II. Практика стран - занятость

	AZE	BLR	GEO	KAZ	MDA	RUS	UKR	UZB
Измеряете ли вы количество рабочих мест в сфере туризма?								
Да	X	X	X	X	X	X	X	X
Нет								
Если ДА, то распространяете ли публично и регулярно данные о численности рабочих мест в сфере туризма?								
Да			X		X	X	X	
Нет		X		X				

III. Источники информации

- Экономические переписи и обследования предприятий
- Административные данные
- Специальные обследования туристской индустрии
- Обследования рабочей силы (в рамках обследования домашних хозяйств)
- Другие источники

15

IV. Планы на будущее

- Продолжение работы по внедрению МРСТ 2008
- Получение новых данных (с лучшей детализацией по характеристикам посетителей, поездок и расходам)
- Получение большего доступа к административным данным
- Новые методы обследования предприятий туристской индустрии (пр: совершенствование методов выборочного обследования)
- Улучшение статистики размещения (в частности, разбивка по резидентам и нерезидентам, другим характеристикам и расходам)

16

Спасибо за внимание!

17