

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ СТАТИСТИКИ ТУРИЗМА

© 2022 **Розанова Татьяна Павловна**

доктор экономических наук, профессор, руководитель Департамента
туризма и гостиничного бизнеса
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, Москва
E-mail: TPRozanova@fa.ru

© 2022 **Стыцук Рита Юрьевна**

доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента туризма
и гостиничного бизнеса
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, Москва
E-mail: Rstytchuk@fa.ru

Достоверные сведения, отражающие движение туристских потоков, изменение спроса на туризм и предложения делают возможным провести оценку вклада сферы туризма на экономику региона, определить антропогенную нагрузку, осуществить прогноз возможных изменений в сфере потребительских ожиданий туристов. В этой связи отметим, что статистика туризма, как зеркало, показывающее состояние туристской индустрии в динамике, позволяет осуществить анализ и функциональную диагностику, направленную на разработку бизнес-процессов на уровне компании, так и управленческих установок на уровне администраций.

Ключевые слова: туризм, статистика туризма, информация, проблемы туристской статистики, вспомогательный счет, целевые сегменты

Статистика туризма занимается изучением процессов, которые происходят на туристском рынке, оценивает их взаимосвязь и взаимообусловленность. Статистику туризма необходимо отнести к двум областям: 1) к статистической науке, 2) к рыночной практике. Статистика туризма с точки зрения науки включает в себя систему методов и приемов сбора цифровой информации о развитии туризма, подлежащей обработке и дальнейшему анализу. С практической, рыночной точки зрения статистика туризма осуществляется как государственными органами, так и организациями индустрии туризма и гостеприимства.

Отметим, что турфирмам и гостиницам статистика туризма предоставляет информацию о целевых сегментах. На базе статистической информации туристские компании формируют новые маршруты, ставят инвестиционные задачи, и на основе качественной информации принимают управленческие решения в области туристских услуг. Пользователи часто сомневаются в точности статистических наблюдений, в их актуальности и целостности. В условиях усиления конкуренции на туристском рынке социально-

экономические связи становятся более сложными. В современных условиях растет роль статистики туризма как для анализа деятельности компаний туристской индустрии, так и для разработки методов взаимодействия с покупателями услуг.

Роль и значение информации о развитии сферы туризма и гостеприимства растёт с каждым годом, однако, несмотря на это именно статистика является самой проблемной областью знаний для науки и практики. В настоящее время данные о состоянии рынка туризма и гостеприимства часто недостоверны и несопоставимы, поскольку по-разному трактуются фундаментальные термины, например категория «посетитель», цель поездки, время посещения. Отсутствуют единые методы измерения и расчёта показателей во времени, что затрудняет определить тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства.

Важно подчеркнуть, что в настоящее время статистическая информация не значительно отражает спрос на туристские продукты, при этом ее невозможно сопоставить с информацией о предложении в сфере других видов экономической деятельности. Статистика туризма не ин-

тегрирована в национальные счета, отсутствует счет туризма и гостеприимства, который смог бы помочь оценке вклада в экономику регионов. Серьезной проблемой статистики туризма является недоучет экскурсий и командировок, самостоятельных путешествий, разделы статистики часто не связаны, а это влияет на целостность описания сферы туризма и гостеприимства. Серьезный разрыв наблюдается в процессе исследования производителей и потребителей туристского продукта.

От интеграции статистических исследований на всех экономических уровнях будет зависеть целостность общей современной статистики туризма. Основной проблемой здесь является отсутствие систематического описания туристского сектора в существующих макроэкономических границах с помощью вспомогательного счета. С помощью качественной информации можно делать актуальные заключения об экономических и финансовых особенностях развития туристского сектора, а также наблюдать его влияние на другие смежные отрасли экономики. Это все в свою очередь поможет в определении роли и значения туристской индустрии в экономиках разных стран.

К статистической информации необходимо предъявлять ряд следующих требований:

- должна собираться регулярно;
- сбор, обработка и анализ должны проводиться по единым, унифицированным методам расчета;
- должна соответствовать международным стандартам, которые декларирует Статистическая комиссия ООН;
- доступность должна свободно обеспечиваться для всех интересующихся развитием туристской экономики.

Подобные требования должны быть приоритетом для туристской статистики [1,4,6]. Безусловно, в большей степени трудность осуществления сбора статистики связана с ограниченным количеством инструментов получения информации. Анкетирование при пересечении международных границ является одним из наиболее простых и недорогих методов получения туристской информации.

В значительной степени проблемы туристской статистики также обусловлены разнообразием объектов статистического исследования. Туристские товары и услуги могут потребляться как самостоятельно, так и в своей совокупности, что уже затрудняет исследование потребления,

высокая степень самостоятельности туристов, высокая субъективность при принятии решения о потреблении конкретного блага. Перечисленные аспекты не всегда могут быть полноценно отображены в цифрах. Причиной этому является межотраслевой характер туристской деятельности. Туризм практически невозможно рассматривать как самостоятельную отрасль, поскольку она в большей мере объединяет разные, смежные, самостоятельные индустрии. На нынешнем переходном этапе в связи с реформой национальной статистики туризма и ее переходом на международные стандарты возникли дополнительные проблемы в статистике туризма.

Актуализируется проблема понимания значения статистики туризма в интересах совершенствования национального экономического развития. В узком понимании статистика является основополагающим элементом разработки стратегий развития отдельных отраслей и всей экономики в целом. Именно эти исходные данные дают почву для дальнейшего анализа, моделирования, разработки предложений и рекомендаций, направленных на укрепление устойчивого развития экономики [5].

Для отслеживания и точной идентификации потребления туристской услуги можно выделить перечень типичных услуг, которые, как правило, так или иначе относятся к туризму. Однако необходимо иметь в виду, что с течением времени, с появлением новых услуг меняются и предпочтения, тенденции к потреблению. Соответственно, необходимо постоянно актуализировать группу типичных туристских услуг.

Говоря о значении статистики, важно также определить информацию, данные, представляющие интерес для сбора, хранения и обработки. В туризме, как в виде экономической деятельности, для анализа актуальны данные не только о количествах поездок, ночевок, но и о стоимости определённых услуг, количестве предприятий, обеспечивающих реализацию туристских товаров и услуг, составных элементах материально-технической базы, количестве инвестиций в саму отрасль и смежные с ней направления, предпочтениях туристов и многое другое. Также, учитывая быстро меняющиеся тенденции, появление новых видов туризма, новых товаров и услуг, также растёт потребность в изучении новых аспектов появляющихся товаров или услуг, косвенно относящихся к туризму.

С точки зрения статистики, точным результатом экономической деятельности в туризме

можно отнести реализацию туристских товаров и услуг. Если товары имеют некую «физическую» форму, то услуги становятся уже более трудно отслеживаемыми. Туризм довольно сложно разграничить и обособить, поскольку данная индустрия охватывает слишком широкий спектр отраслей, обеспечивающих реализацию данного процесса, и данная особенность носит смежный характер. То есть жизнедеятельность туризма обеспечивается разными видами услуг, предприятий, самостоятельными сферами экономики. Несмотря на сложность сбора, эта информация представляет большой интерес для анализа «потребительской корзины» путешественников, основных составляющих элементов, на которые туристы предъявляют спрос. В данном случае, определить мотив потребления довольно сложно, поскольку выявить потребность каждого человека представляется труднодоступным, хотя для анализа и более глубокого изучения туристского спроса именно эти данные позволяют сделать полноценные заключения.

Важным аспектом, обуславливающим сложность получения статистических данных, является низкий уровень или отсутствие консолидации между конкретными фирмами и предприятиями и организациями, отвечающими за сбор данных. Данную проблему возможно решить активным использованием цифровых технологий с целью ускорения получения статистической информации.

Не менее важно диверсифицировать и географическое происхождение потребления, поскольку это даёт возможность отслеживать динамику международного туризма и внутреннего туризма. Для экономики принимающей страны международный туризм является способом привлечения иностранной валюты в национальный бюджет. В это же время внутренний туризм способствует увеличению роста валового национального продукта. Благоприятной является ситуация, когда доходы и от международного туризма, и от внутреннего туризма у страны одинаково высоки, так это будет свидетельствовать о высокой конкурентоспособности страны на мировом рынке туризма, и о привлекательности страны для местных жителей.

Переходя к юридическим аспектам сбора статистической информации, отметим, что статистика, отражающая особенности развития туристской отрасли, должна быть открытой и в свободном доступе для всех желающих озна-

комиться с ней. Необходимо углубиться в особенности сбора статистической информации. Речь идёт о получении персональных данных, цифровых данных (действия человека в интернете), личных данных. В данном случае становится актуальной проблема проникновения организаций, отвечающих за сбор статистической информации, в частную жизнь людей. Насколько этично это и целесообразно? С одной стороны, это представляет интерес для производителей туристских товаров и услуг, поскольку данная информация может помочь в персонализации и улучшении своего предложения целевым аудиториям, также это более глубоко позволяет идентифицировать потребности рынка, потребности туристов. С другой стороны, это является в определённой степени вторжением в частную жизнь людей, где они имеют слабый контроль над доступной для третьих лиц информацией.

Таким образом, существует некий этический конфликт в справедливости получения этих данных. Более глубоко вопрос о соотношении неприкосновенности частной жизни и получения персональных данных с целью статистического учета был рассмотрен в решении Федерального Конституционного Суда Германии от 1983 г, где декларируется разрешение на получение вышеописанных данных в рамках сбора статистической информации. Однако такая информация не должна иметь персонализированную привязку к конкретному лицу. Резюмируя, полученные анонимизированные сведения расширяют возможности предприятий для совершенствования туристских товаров и услуг под нужды потребительского рынка. Вышеуказанное решение легло в основу Директивы Европейского Союза о защите персональных данных в силу весомости аргументов, представленных в нём и компромиссной позиции по вопросу охраны персональных данных и интересов государства.

Несмотря на двойственность законности и нравственности получения статистической информации в данном случае, эти данные представляют большой интерес, поскольку также дают основу для разработки и анализа актуальных предложений конкретным целевым аудиториям.

Стоимостные показатели как основа вспомогательных (сателлитных) счетов в туризме (ВСТ). Наиболее полную характеристику туристской деятельности дают «стоимостные показатели, они методологически сопоставимы с показателями, применяемыми для описания деятельности

других отраслей» [2]. Стоимостные показатели составляют основу вспомогательных (сателлитных) счетов в туризме (ВСТ). «Определяя сущность и характеристику вспомогательных счетов туризма, следует отметить, что они позволяют провести всесторонние исследования спроса и предложения. Разработка вспомогательного счета в туризме предполагает получение и обработку значительных массивов дополнительной статистической информации» [3].

«Вспомогательный (сателлитный) счет» [3] туризма входит в систему национальных счетов (СНС) и играет весьма важную роль для оценки туристской деятельности в рамках национальной экономики. При разработке вспомогательного счета туризма рассчитываются основные агрегаты статистики туризма: валовой внутренней продукт, туристский спрос, туристское предложение и другие. Возрастающее значение туризма в национальной экономике вызывает особое внимание к оценке его экономических результатов, что характерно для развитой экономики туризма.

Вспомогательный счет позволяет изучить структурную связь с другими макроэкономическими агрегатами в системе национальных счетов (СНС), платежным балансом и т.п. В сателлитном счете учитываются разнообразные расходы туристов, в том числе, на размещение, питание, транспортные расходы, покупки, связанные с поездками и др.

Статистика туризма имеет важное значение не только для отражения и фиксирования развития отрасли в конкретный момент времени и в условиях ограниченного ряда показателей. Туристская статистика также служит базисом для разработки, анализа, выявления рекомендаций по совершенствованию и оптимизации функционирования всех составляющих элементов экономики. Таким образом, для разработки направлений совершенствования статистического учета необходима систематизация научно-практических разработок по вопросам статистического учета туристской деятельности.

Библиографический список

1. Александрова А. Ю. Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2017. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-integrirovannoy-sistemy-statistiki-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>.
2. Андреев В.В., Совмен Ш.Д., Хилько Е.Н. Оценка масштабов туризма и его влияния на экономику Краснодарского края // Вопросы статистики, 2008, № 4, с. 33–41
3. Морозова Н.С., Дружинина С.И. Оценка эффективности туристской системы // Вестник Российского Государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ), 2014, № 1(81), с. 31–39
4. Maimina, E.V., Puzynya, T., Grishina, T.G., Psareva, N.YU., Stytsiuk, R.YU. 2019. New professions emerging out of the development of robotics. // In: Revista ESPACIOS. vol. 40, n. 10. pp. 160–170
5. Narbut, V. V. Economic statistics: textbook / V. V. Narbut, V. N. Salin, E. P. Shpakovskaya. — Riga: SCIENTIFIC WORLD, 2019. — 226 p. — ISBN 9789934883330.
6. Rozanova, T.P., Stytsiuk, R.Y., Artemeva, O.A., Motagali, Y.B. 2018. Assessment of the tourism potential of the Russian Federation // Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry: Proceedings of the 5th International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism & Hospitality 2017 (SERVE 2017), 21–22 October 2017 & 30 November 2017, Bali, Indonesia & Moscow, Russia. pp. 867–872