

УДК 311:338.48

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Колесник В. И.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

Email: viz27@bk.ru

В статье приведены методологические подходы к построению системы статистического обеспечения управления развитием туризма в регионе. Предлагается алгоритм определения и решения организационно-методологических и практических вопросов статистических исследований рынка туристических услуг в регионе. Проанализированы информационные ресурсы и разработана комплексная система показателей статистического анализа рынка туристических услуг. Разработаны положения, на которых базируется внедрение элементов туристического рынка региона, требующего совершенствования в соответствии с современными условиями функционирования национального туристического хозяйства. Определены признаки группировки системы показателей статистического анализа туристического рынка.

Ключевые слова: статистическое обеспечение, статистическое наблюдение, статистическая информация, туризм, услуги, регион, эффективность управления, анализ, статистический мониторинг.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире широкое развитие получает туризм как вид экономической деятельности. Согласно определению ООН, под туристической индустрией понимается совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для туристов, которые, по оценке Всемирного банка, занимают ведущее место среди отраслей сферы услуг и второе место в мировой экономике [1].

Этот вид деятельности основан на интегрированном использовании потенциала территории и факторов производства различных отраслей. Туристический рынок на сегодняшний день является одним из наиболее глобализированных рынков, развитие туризма в еще большей степени способствует глобализации рынков и видов экономической деятельности [2, 3].

Активизация деятельности предприятий туризма должна основываться на расширении возможностей управления рынками туристических услуг в определенном направлении и сочетании эффективного государственного регулирования туристической индустрией с рыночной саморегуляцией [4].

Цель исследования состоит в теоретическом обосновании необходимости построения системы статистического обеспечения управленческих процессов и практических рекомендаций по усовершенствованию статистического анализа развития рынка туристических услуг в регионе.

Предметом исследования являются теоретические и методологические аспекты выполнения статистического анализа рынка туристических услуг.

Методологическая основа исследования – системный подход к статистическому исследованию состояния и развития рынка услуг в регионе.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

В соответствии с Федеральным Законом Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристом является лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющие не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания [5].

Рынок туристических услуг требует адекватной реакции субъектов деятельности на наличие своевременной и точной информации, умение ее осмыслить, сделать выводы и результативно использовать в управленческих решениях. Объективная информация о состоянии туризма необходима региональным органам управления для разработки действенной политики его развития, а субъектам туристической индустрии – для определения стратегии и тактики действий на рынке [6]. В этом контексте усиливается роль не только информационного обеспечения, а и пользователей информации, их способность использовать информационный ресурс в процессе управления.

Существует необходимость комплексного подхода к статистическому анализу туристического рынка, а, следовательно, решения следующих проблем:

- формирования четкого понятийного аппарата классификаций, особенностей, методов и аспектов организации статистических исследований рынка туристических услуг с помощью систематизации как отечественных, так и разработок зарубежных ученых;
- оценки уровня эффективности деятельности предприятий туризма и выявления факторов и причин достижения существующего состояния;
- определения тенденций развития туристических предприятий по показателям их состояния;
- накопления, трансформации и эффективного использования информационной базы финансового, экономического и управленческого характера;
- определения уровня конкурентоспособности национальных туристических предприятий;
- качественного планирования и прогнозирования туристической деятельности, эффективного размещения финансовых ресурсов;
- эффективного формирования потоков туристов на рынке туристических услуг;
- своевременного принятия мер, направленных на повышение эффективности деятельности туристических предприятий как с экономической, так и социальной точек зрения;
- определени\ резервов расширения туристического предложения

субъектов рынка;

– разработки сценариев развития экономической деятельности предприятий туристической индустрии.

Решение указанных задач позволит всем заинтересованным субъектам туристического рынка принять взвешенные управленческие решения для обеспечения эффективности его функционирования.

Таким образом, с ростом объемов и экономического значения туризма возникает реальная необходимость в учете и обработке данных о состоянии и динамике его развития. Большинство стран мира уже эффективно работают в направлении внедрения и использования системы статистики туризма, которая существенно и положительно влияет на развитие отрасли в целом. Не обошла указанная тенденция и научные исследования в этом направлении.

К сожалению, обострение мирового экономического кризиса значительно повлияло на состояние туристической индустрии, а затем определило приоритетным направлением финансовую поддержку отрасли и поиск новых подходов и возможностей для повышения эффективности деятельности туристических предприятий, оттеснив развитие методологии статистики туризма на второстепенный план. В то же время именно в таких условиях значение статистического анализа как инструмента поиска путей обеспечения устойчивого развития и устойчивого роста хозяйствующих систем на рынке туристических услуг только усиливается, что определяет важность активного внедрения его основных положений и достижений.

Условием успешного принятия и реализации управленческих решений в туризме является проведение статистического анализа, а, следовательно, четкая организация аналитического процесса, представляющая собой систему рациональных и скоординированных действий исследования состояния и развития туристического рынка, его субъектов и объектов в соответствии с определенной целью. Для надлежащего обеспечения организации статистического анализа необходимо четкое определение и решение организационно-методологических и практических вопросов статистических исследований рынка туристических услуг в регионе. В этом и состоит цель исследования.

В Республике Крым на сегодняшний день особенно актуальным является алгоритм разработки, обоснования и принятия управленческих решений, совершенствование методов организационного, ресурсно-финансового и инвестиционного обеспечения развития туристической индустрии.

С целью увеличения туристического потока в Республику Крым необходима разработка стратегического «прорыва» и увеличение роста инвестиций в сферу туризма. Чтобы сделать Крым действительно одним из ведущих туристических центров России, необходима реализация масштабных проектов в сфере туризма и выход на туристический рынок, включение в межрегиональные и международные корпоративные сети туроператоров и турагентств [7, 8].

Анализ литературы по данной проблеме показывает, что большинство исследований имеют хаотичный характер и осуществляются только в зависимости от конкретной цели, а в существующих методиках расчета объемов туристической

деятельности обобщены источники информации только статистической отчетности в туризме [9, 10, 11, 12, 13].

Туризм – явление чрезвычайно сложное и многогранное. Любой показатель воспроизводит только одну его грань. Комплексная характеристика туризма предусматривает использование системы показателей, которой присущи две черты: всесторонность количественного отображения явлений и органическая взаимосвязь отдельных показателей. Именно эти черты превращают группу показателей в единый комплекс характеристик сложного предмета познания, то есть в систему показателей.

Система показателей статистики туризма – это совокупность взаимосвязанных числовых характеристик статистических показателей, которые всесторонне характеризуют состояние и развитие процессов и явлений туристического хозяйства в соответствующих условиях времени и региона (мира, страны, области, города и т.д.). Круг определяемых свойств, а также показателей системы зависит от цели исследования. В каждой системе можно выделить те определенные множества показателей, которые более подробно воспроизводят ту или иную сторону явления.

Анализируя литературные источники, можно утверждать о несовершенстве основных показателей статистики туризма. Так, авторы выделяют три группы показателей: показатели мониторинга туристического рынка, показатели оценки экономической роли туризма и показатели, характеризующие туристические ресурсы [6, 11]. По нашему мнению, эта система является достаточно комплексной, но имеет некоторые недостатки.

Во-первых, несовершенными считаем принципы построения системы. Так, группа показателей мониторинга туристического рынка носит очень общий характер, ведь в соответствии с определением содержания понятия «туристический рынок» она должна включать широкий спектр показателей и, в том числе, показатели, характеризующие туристические ресурсы, которые вынесены в отдельную группу.

Во-вторых, не выделяются конкретные показатели оценки экономической роли туризма, а лишь имеются ссылки на международную систему сателлитных счетов при анализе возможных положительных и отрицательных сторон их использования.

При этом, формируя свою систему показателей статистики туризма, авторы концентрируют внимание только на туристическом предприятии как субъекте хозяйствования, то есть в основном анализируется только микроуровень туристической индустрии. И хотя в этой системе выделяются макроэкономические показатели, которые определяются на основе системы национальных счетов (СНС), но ограничиваются они только теоретическим исследованием понятия СНС, ее основных функций и категорий, не определяя роль туризма в этой системе.

Итак, проанализированные нами исследования сделали весомый вклад в статистическое обеспечение рынка туристических услуг, но требуют совершенствования в соответствии с современными условиями функционирования национального туристического хозяйства и систематизации в комплексную систему показателей статистики туристического рынка.

Считаем целесообразным всю совокупность показателей статистики туризма сгруппировать по направлениям исследования и по признаку значения для отдельной группы общества, которая заинтересована в расчете этих показателей (рис. 1.).

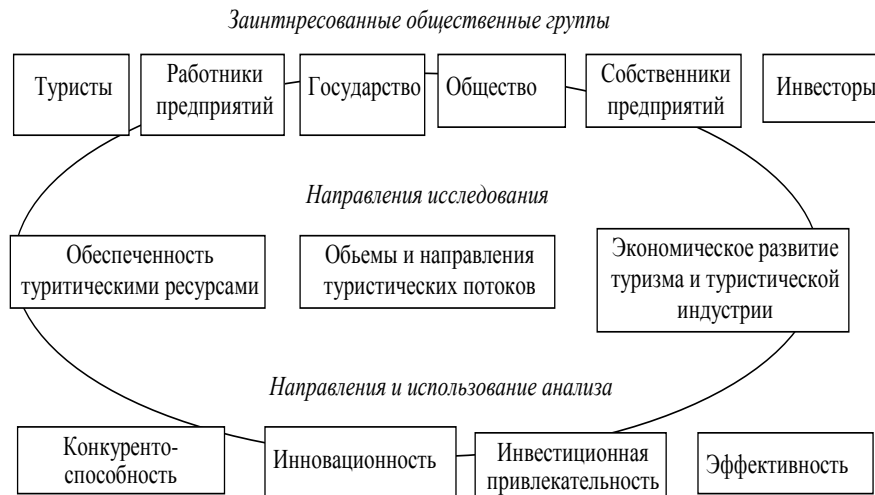


Рис. 1. Признаки группировки системы показателей статистического анализа туристического рынка.

На основании трех направлений исследования туризма разработана комплексная система показателей статистического анализа рынка туристических услуг, схема которой отражена на рис. 2.

Показатели оценки обеспеченности туристическими ресурсами характеризуют фактический туристический потенциал региона. Главная цель их расчета – выявить соотношение между туристической привлекательностью территории и возможностью ее реализации: с какой эффективностью могут быть использованы туристические ресурсы региона при этом уровне развития туристической и другой инфраструктуры.

В расчете этой группы показателей заинтересованы туристические предприятия, которые формируют туристический продукт и предлагают туристические услуги на основе сочетания определенных ресурсов, государство – при разработке стратегий развития заповедных территорий и сохранении историко-культурного наследия страны, общество – в лице природоохранных организаций, а также туристы, заинтересованные не только в объектах экскурсионного показа, но и в качественных элементах туристической инфраструктуры.

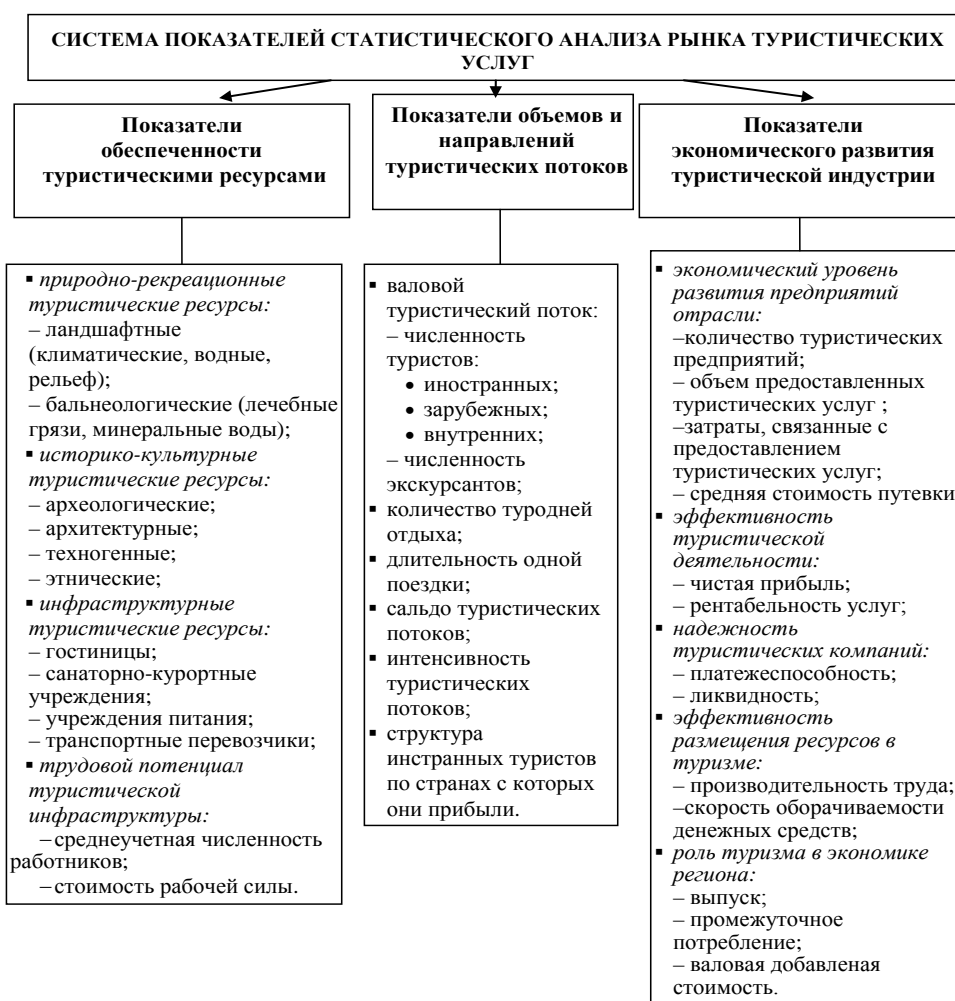


Рис. 2. Характеристика показателей статистического анализа рынка туристических услуг.

В отечественных литературных источниках даются различные определения понятию туристических потоков. Находим перевод этого термина с английского языка. Tourist flows (туристические потоки) – количественная и временная (сезонная) характеристика туристических прибытий. Tourist and visitor flows – потоки туристов и посетителей, которые прибывают на определенный срок. Итак, можно определить, что туристический поток – это определенное количество туристов и экскурсантов за определенный период времени (месяц, год и т. д.).

Показатели объемов и направлений туристических потоков прямо пропорционально влияют на принятие решений туристическими компаниями по

специализации их деятельности, поэтому их расчет в первую очередь важен для руководителей туристических предприятий.

Также указанная группа показателей интересует туристов, которые под влиянием моды, популярности того или иного курорта могут осуществлять свой выбор в пользу определенной туристической поездки.

Любое предприятие, в том числе и туристическое, в первую очередь, стремится получить максимальный эффект от осуществления своих хозяйственных операций.

Именно поэтому значение группы показателей экономического развития туристической индустрии обусловлено тем, что на их основе можно осуществлять анализ целесообразности капиталовложений в сферу туризма, а, следовательно, определять инвестиционную привлекательность отрасли, проводить финансовый анализ эффективности туристической деятельности и разрабатывать финансово-экономическую стратегию поведения туристических предприятий. В информации, получаемой в результате расчетов этой группы показателей, в первую очередь заинтересованы владельцы предприятий туризма и потенциальные инвесторы в туристический бизнес.

Экономический уровень развития предприятий отрасли представлен следующими показателями: количество туристических предприятий; объем предоставленных туристических услуг; расходы, связанные с предоставлением туристических услуг; средняя стоимость путевки. Также может рассчитываться объем предоставленных туристических услуг на каждую тысячу среднегодового населения и на одного туриста.

Наиболее дискуссионным с точки зрения расчета является показатель объема предоставленных туристических услуг. В соответствии с приказом Росстата от 26.06.2013 № 234 «Об утверждении официальной статистической методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг населению в разрезе видов услуг» туристические услуги охватывают: туроператоров по формированию и реализации пакетного тура (комплекса услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия); турагентов по реализации пакетного тура потребителю; по экскурсионному обслуживанию, т. е. услуги по организации поездок граждан с познавательными целями без осуществления ночевки в коллективном средстве размещения и не входящие в стоимость тура; объектов туристической индустрии по обслуживанию туристов, оплаченные в составе пакетного тура. В объем платных туристических услуг включаются услуги, оказанные туристам и однодневным посетителям объектами туристической индустрии, являющимися резидентами российской экономики.

При этом не конкретизируется, какие именно услуги включаются. В то же время наиболее целесообразным, по нашему мнению, является расчет объема предоставленных туристических услуг (ОТУ) в виде выручки от реализации, которой считается продажная стоимость предоставленных туристических услуг, указанная в оформленных как основание для расчетов с покупателями (заказчиками) документах, или в виде платежа, зачисленного на счет субъекта туристической деятельности в учреждениях банка.

Уровень надежности туристической компании можно определить на основе анализа ее финансовой отчетности, а именно: соотношения капитала и обязательств, структуры активов, ликвидности. Также стоит обратить внимание на структуру источников погашения обязательств. Так, одним из важнейших показателей этой группы является показатель платежеспособности туристического предприятия, который рассчитывается на основе общего коэффициента покрытия путем соотношения всех текущих активов к текущим обязательствам, и характеризует достаточность оборотных активов туристического предприятия для погашения своих долгов. Указанные показатели рассчитываются в совокупности с показателями эффективности для обеспечения комплексной картины относительной надежности туристического бизнеса и важны не только для владельцев и инвесторов туристических предприятий, но и туристов для принятия решений в пользу приобретения туристского продукта определенной компании.

Эффективность размещения ресурсов в туризме может быть оценена по показателям эффективности работы персонала (производительность труда), использование основных средств (фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность) и оборотных активов (скорость вращения денежных средств – коэффициент оборачиваемости, продолжительность оборота денежных средств). При производстве туристического продукта, оказании услуг ресурсы туристического предприятия осуществляют определенный кругооборот.

На первой стадии кругооборота денежные средства (оборотные активы) расходуются на приобретение отдельных услуг, из которых формируется туристический продукт, или на приобретение основных средств, необходимых для производства продукта или предоставления услуг, то есть переходят из денежной формы в материально-товарную.

На второй, производственной стадии, формируется туристический продукт или услуга, в процесс производства которых включаются работники туристического предприятия, получающие за выполненную работу заработную плату. На последней стадии кругооборота туристический продукт или туристические услуги продаются, и предприятие получает выручку (денежные средства), которая не только полностью возмещает ранее авансированные расходы, но и дает определенную прибыль.

Итак, основное внимание на туристическом предприятии уделяется эффективности работы трудового персонала и эффективности денежных средств.

Следует отметить, что использование показателей вышеприведенных групп дает детальное и структурированное представление о параметрах развития туристической отрасли, но не отражает действительного влияния туризма на экономику страны. Именно поэтому возникает необходимость расчета показателей экономической роли туризма, включающих выпуск товаров и услуг, промежуточное потребление и валовую добавленную стоимость. С помощью этой группы показателей можно оценить фактический потенциал туристической индустрии региона. Эта группа показателей является важнейшей с точки зрения оценки эффективности государственной политики в сфере туризма, определяет необходимость их расчета для органов власти и общества.

Выпуск товаров и услуг в туризме (ВТУ) определяется их стоимостью и является результатом всех видов деятельности, определяющих развитие туризма (деятельность гостиниц и ресторанов, деятельность учреждений культуры и спорта, деятельность по изготовлению и реализации сувениров). Выпуск одновременно отражает как количество производимых объектов деятельности по ассортименту, так и уровень цен. Промежуточное потребление в туризме отражает стоимость товаров и услуг, использованных в процессе удовлетворения потребностей туриста.

В то же время зарубежными исследователями и, в частности, Всемирной туристической организацией (ВТО), предлагается рассчитывать экономическую роль туризма посредством использования спутниковых счетов туризма, которые уже нашли распространение в различных странах [3] (рис. 3).

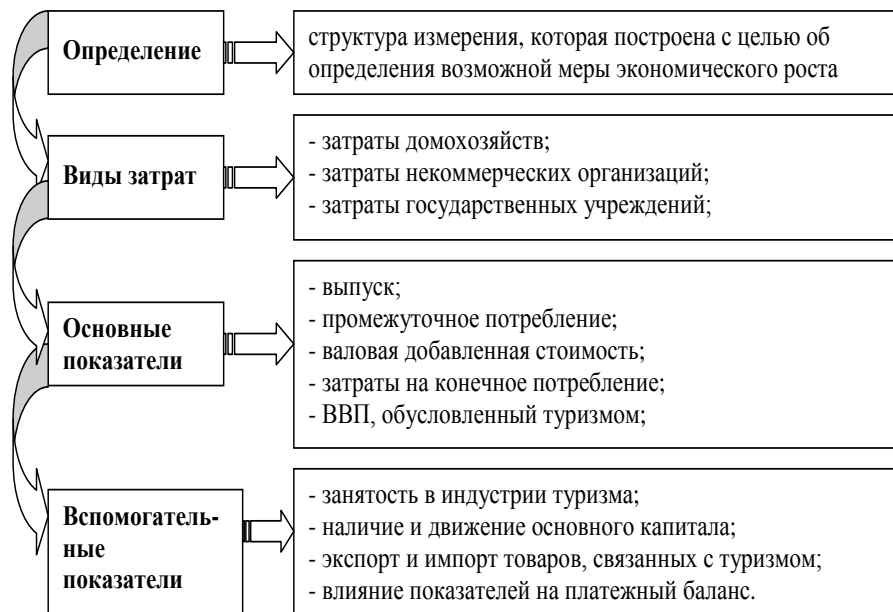


Рис. 3. Характеристика спутниковых счетов туризма.

В соответствии с методологическими пояснениями ВТО, спутниковые счета туризма – это структура измерения, основанная на концепциях, определениях и классификациях системы национальных счетов, развитая в целях обеспечения определения вероятной степени экономического вклада сектора туризма [3]. Как видно из рис. 3, спутниковые счета туризма (ССТ) относятся к одной из вспомогательных групп системы национальных счетов (СНС) и включают совокупность стоимостных показателей, методологически сопоставимых с другими показателями, используемыми для характеристики других видов экономической деятельности (в рамках СНС).

Итак, на основе проведенного исследования выделена система, которая включает три основные группы показателей статистики рынка туристических услуг. Эта система дает возможность комплексно анализировать все структурные составляющие

туристического рынка, оценивать взаимосвязь между ними, а также определять роль туристической индустрии в экономике региона.

Статистический анализ рынка туристических услуг должен обеспечиваться значительным массивом информации, получение которой сейчас серьезно затруднено недостатками в системе ведения статистики туризма и обеспечения соответствующими материалами потенциальных пользователей. Одним из путей решения этой проблемы является, на наш взгляд, создание системы статистического мониторинга, которая бы дала возможность эффективно применять комплексный подход к проведению аналитических исследований состояния и развития туристического рынка.

Система статистического мониторинга рынка туристических услуг представляет собой систему обобщения и согласования баз данных (законодательной базы, ресурсного паспорта, факторов влияния на рынок, инвестиционных проектов), проведения необходимых расчетов, прогнозирования всех основных параметров функционирования рынка и построения основных краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов его развития.

Система статистического мониторинга туристического рынка должна способствовать решению таких задач:

- прогнозированию развития явлений и процессов на рынке туристических услуг, их регулированию путем разработки оперативных и стратегических сценарных планов развития туризма;
- формированию, совершенствованию и продвижению национальных туристических продуктов;
- предупреждению негативных структурных и территориальных сдвигов отечественного туристического рынка (рис. 4.).

При построении системы статистического мониторинга следует руководствоваться следующими принципами:

- взаимозависимость и взаимообусловленность информационных потоков всех уровней управления туристической индустрией;
- ориентация системы на электронную технологию передачи информации;
- обеспечение доступа к информации из любой точки системы независимо от места физического хранения данных;
- открытость информации системы для всех пользователей, в том числе не из состава органов государственного и местного самоуправления;
- наличие единого организационно-технологического цикла сбора, обработки, накопления, анализа и распределения первичной и вторичной информации и информационных потоков;
- централизованность управления и администрирования информационной системой, в том числе контроля за доступом к информации;
- открытость системы для интеграции ее с другими информационными системами;
- минимизация морального старения технических и программных средств системы;

- обеспеченность техническими и программными средствами достаточной производительности, надежности и необходимого уровня безопасности.

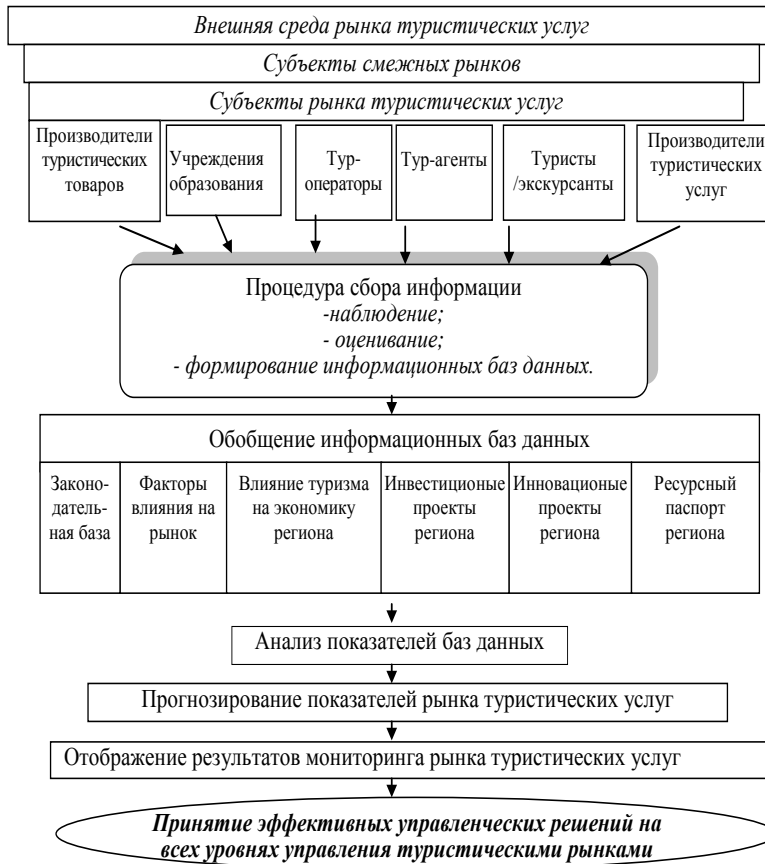


Рис. 4. Схема функционирования системы статистического мониторинга рынка туристических услуг.

Проанализировав информационные ресурсы статистического анализа рынка туристических услуг, можем констатировать, что они дают возможность получить достаточный объем необходимой информации об общем состоянии его развития. Но существует целый ряд проблем фрагментарности отображения результатов расчетов официальной статистики, вызванных отсутствием системного подхода по использованию данных всех систематизированных нами форм отчетности в аналитических исследованиях состояния и развития туристического рынка региона, внедрение которого базируется на следующих положениях:

- обеспечение комплексного статистического изучения рынка туристических услуг и его основных составляющих;
- соблюдение единого подхода к формированию информационной базы на различных уровнях управления туристическим сектором;

- четкое определение круга проблемных вопросов, касающихся различных сторон деятельности предприятий туристической индустрии, и формирование баз данных возможных управленческих решений по их преодолению;
- совершенствование системы организационного обеспечения статистического анализа рынка туристических услуг.

Также отметим, что использование данных отчетности является основным, но не единственным источником информации о состоянии и развитии туризма. Одновременно с официальной отчетностью должна использоваться также информация специально организованных статистических наблюдений. Развитие статистики туризма требует распространения практики их применения. Возникает необходимость создания целостной стратегии организации и проведения таких наблюдений, которые бы давали возможность учесть различные аспекты состояния и развития субъектов туристического рынка и на этой основе разрабатывать стратегию управления на микро- и макроуровнях.

Практика проведения специально организованных статистических наблюдений имеет свои особенности, обусловленные как спецификой объекта наблюдения, так и потребностями потребителей информации, которые имеют цель получить не только обобщенные результаты отчетности, а и дополнительные характеристики объекта исследования. Вместе с тем мировой опыт и разработки отечественных ученых позволяют обеспечить организацию и проведение специально организованных статистических наблюдений на должном уровне.

От статистической отчетности специально организованные статистические наблюдения деятельности предприятий туризма и перспектив развития туристической индустрии отличаются методами проведения и использования полученных результатов, так как при таких наблюдениях присутствуют элементы как статистических, так и социологических опросов, которые в зависимости от особенностей их организации могут проводиться методом анкетирования и интервьюирования.

Положительный эффект применения специально организованных статистических наблюдений позволяет выявить основные факторы и взаимосвязи между ними, установить относительную важность целей, а также дает возможность сосредоточить силы специалистов, их интуицию и опыт для решения тех проблем, решение которых наиболее необходимо. Отметим также, что в некоторых странах с рыночной экономикой аналогичные опросы получили достаточно широкое применение.

Процесс статистического анализа должен осуществляться в определенной последовательности, а необходимые аналитические процедуры – в установленном порядке и реализовываться с помощью совокупности методических, организационных и технических средств, методов и приемов. Уровень качества организации статистических исследований, в свою очередь, обеспечит эффективность принятия решений по управлению как отдельными субъектами рынка туристических услуг, так и туристической индустрией в целом.

Отметим, что в современных условиях не существует однозначного определения понятия качества организации статистического анализа, но к основным

критериям качества информации относятся востребованность, сопоставимость, своевременность, доступность, целостность и особенно достоверность.

По нашему убеждению, процесс аналитического исследования туризма при статистическом анализе можно условно разделить на четыре этапа (рис. 5).



Рис. 5. Аналитическая схема процесса статистического анализа туристического рынка.

Как видно из рис. 5, на завершающем этапе статистического анализа туристического рынка на основании информационных ресурсов статистических расчетов и формулировании проблем, требующих решения, пользователи разрабатывают сценарии управленческих решений и определяют систему контроля оценки их эффективности. Статистика позволяет выяснить все полезное, что находится в исходных данных, и определить, что и как можно использовать для принятия решений [14]. Предпосылкой их подготовки всегда является наличие проблемы, т. е. установление с помощью статистического анализа несоответствия между фактическим и желаемым состоянием деятельности предприятия туристической индустрии.

Технология принятия решений охватывает:

- диагностику проблемы;
- выявление возможных способов ее решения;
- оценку вариантов;
- выбор варианта.

Выбор подходящего варианта решения осуществляется с учетом уровня показателей статистического анализа по критериям времени, величины и

вероятности получения необходимого результата. Выбранный вариант позволит выгодным для экономической системы способом решить проблему.

Итак, управленческое решение – это собственно ответы на вопросы, в какие сроки, с расходом каких сил и средств, в каком порядке, при каком распределении обязанностей, прав и ответственности, при какой организации контроля, с какими результатами должно осуществляться управляющее воздействие.

В туристической индустрии привлечено большое количество субъектов, которые прямо (гостиничные предприятия, санаторно-курортные учреждения, транспортные компании) и косвенно связаны с туризмом (финансовые, страховые компании, торговые предприятия). Управляющее воздействие на микроуровне имеет специфический характер для каждого из них. В то же время макроуровень принятия управленческих решений в туризме охватывает всю указанную совокупность предприятий и носит комплексный характер [15].

При разработке методики принятия управленческих решений необходимо учитывать тот факт, что пользователи информации по-разному заинтересованы в статистическом анализе туристического рынка. Для владельцев туристических предприятий статистика позволяет прогнозировать уровень доходности вложенного капитала, для потенциальных инвесторов – это помощь в выборе объекта вложения средств, для государства – определение роли туристической индустрии в развитии всей экономической системы региона, а для туристов – оценка туристической привлекательности при выборе места отдыха.

В соответствии с указанными выше заинтересованными общественными группами в результатах статистического анализа и рекомендаций по его организации приведем возможные направления использования информации статистики туризма в системе принятия управленческих решений [16] (рис. 6).

Качественное информационное обеспечение статистического анализа является одним из важнейших и самых сложных вопросов статистики туризма. Отчасти это связано с несовершенством существующей терминологии и установленной типологизации предприятий туристического хозяйства, вызывает значительные разногласия в информационных источниках.

Следовательно, в современных условиях информационное обеспечение статистики туристического рынка должно решать задачи оптимизации информационных потоков в оценке деятельности предприятий туризма и обеспечивать всех пользователей необходимыми полными и достоверными данными о состоянии и развитии рынка для принятия эффективных управленческих решений [17, 18].

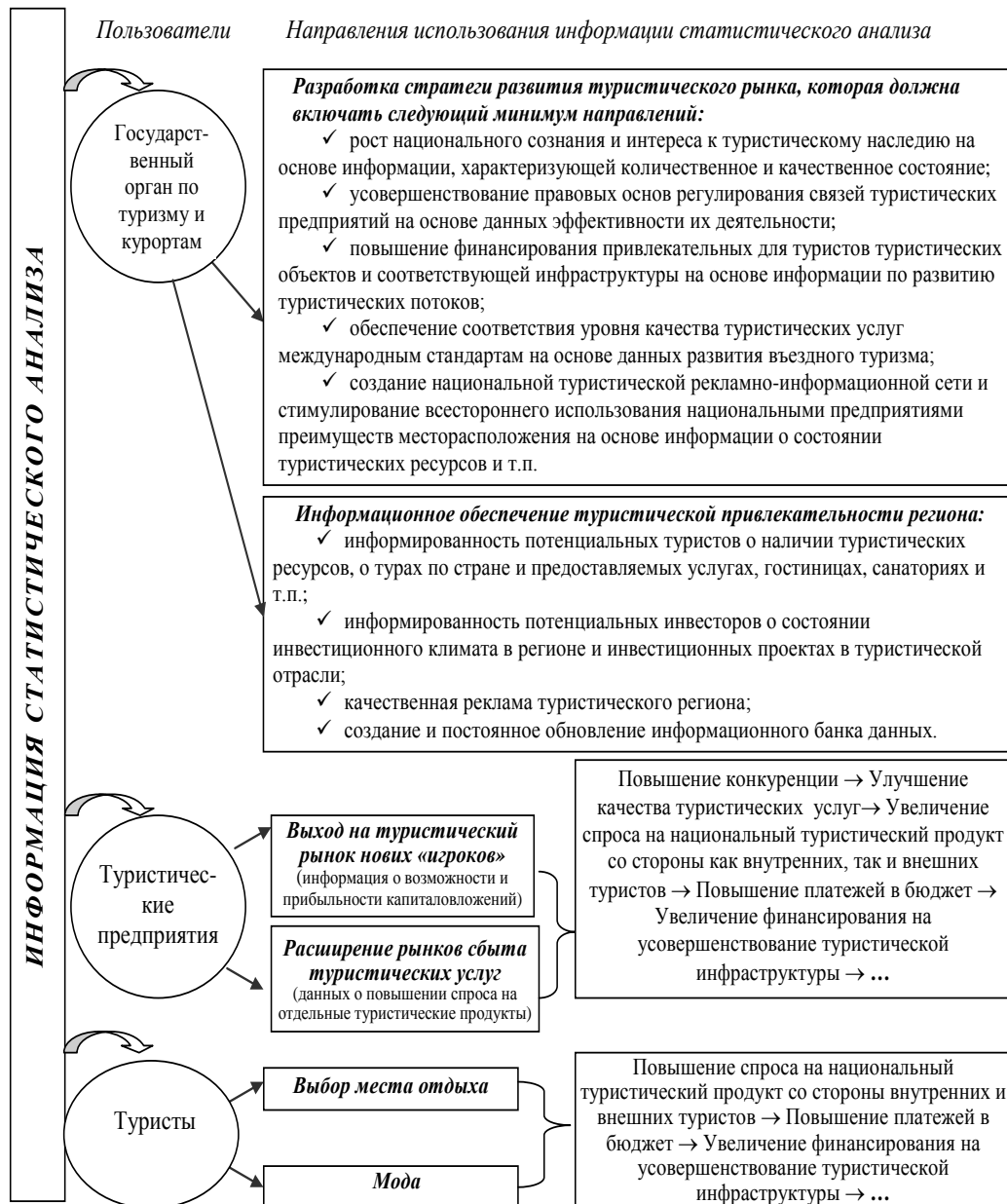


Рис. 6. Направления использования информации статистического анализа туристического рынка в системе принятия управленческих решений.

Необходимо отметить, что существует реальная потребность в систематизации информационного обеспечения статистического анализа состояния развития туризма как по всем направлениям туристической деятельности, так и в зависимости от потребностей пользователей такой информации. Совокупность

информационного обеспечения статистического анализа туристического рынка включает ресурсы финансовой, статистической, административной и налоговой отчетности (рис. 7).



Рис. 7. Совокупность ресурсов информационного обеспечения статистического анализа состояния и развития туризма.

Основным источником информации о результатах деятельности предприятий туристической индустрии является государственная финансовая отчетность, которая составляется на основе первичного учета. Анализ финансовой отчетности – это составная аналитического экономического исследования по изучению уровня, изменений и динамики финансовых показателей предприятий туризма в их взаимосвязи и взаимообусловленности с целью принятия эффективных управленческих решений для обеспечения внутренней и внешней деятельности хозяйствующих систем, устойчивого экономического развития и устойчивого финансового состояния.

Назначение основных компонентов финансовой отчетности с целью анализа предприятий туризма отражено на рис. 8.



Рис. 8. Назначение компонентов финансовой отчетности для анализа предприятий туризма.

Исследование экономических источников информации позволяет сделать вывод, что с помощью анализа финансовой отчетности можно обеспечить:

- оценку уровня эффективности деятельности туристических предприятий и выявление факторов и причин достижения существующего состояния;
- определение тенденций развития предприятия по показателям его финансового состояния;
- разработку сценариев развития экономической деятельности субъектов хозяйствования туристической индустрии;
- накопление, трансформацию и эффективное использование информационной базы финансового характера;
- определение уровня кредитоспособности предприятия как заемщика финансовых ресурсов для осуществления туристической деятельности;

- качественное планирование, прогнозирование, бюджетирование, определение потребности и эффективное размещение финансовых ресурсов;
- эффективное формирование и использование потоков денежных средств;
- создание рейтинговых систем оценки финансового состояния хозяйствующих систем туризма;
- своевременное принятие мер, направленных на повышение платежеспособности, финансовой устойчивости и прибыльности туристических предприятий;
- определение резервов улучшения финансового состояния субъектов рынка туристических услуг;
- обоснование политики распределения и использования прибыли для нужд хозяйствующих систем туристической индустрии и их владельцев;
- оценку уровня предпринимательского риска возможности погашения обязательств, способности к наращиванию чистых активов, привлечения инвестиций и принятия управленческих решений.

ВЫВОДЫ

Итак, из проведенного нами исследования можем сделать вывод, что предложенная система построения информационного обеспечения в туристическом хозяйстве Республики Крым позволит проводить всесторонний статистический анализ развития туризма при условии, что такая информация будет комплексно применяться в аналитических расчетах.

Качественное использование информационных ресурсов как для проведения статистического анализа, так и для принятия эффективных управленческих решений сегодня является одной из важнейших и сложнейших задач статистики рынка туристических услуг.

В результате проведенного исследования выделена система, которая включает основные группы показателей статистики рынка туристических услуг. Эта система дает возможность комплексно анализировать все структурные составляющие туристического рынка, оценивать взаимосвязь между ними, а также определять роль туристической индустрии в экономике региона.

Результаты исследования показали, что для обеспечения всех субъектов рынка туристических услуг полной и многоаспектной информацией о процессах в туристической сфере необходимо создание на уровне региона современной системы статистического мониторинга.

Список литературы

1. Официальный сайт АО «Интурист» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intourist.ru>
2. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности. Четвертый пересмотренный вариант. ООН: Нью-Йорк, 2009
3. Обновление стандартов статистики туризма // Информационный бюллетень Межсекретариатской рабочей группы по национальным счетам (МСРГНС); Всемирная Туристская Организация. 2006. Вып. 23. С. 5–6.

4. Официальный сайт Всемирной туристической организации [Электронный ресурс]. URL: <http://www2.unwto.org>
5. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012 года). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/
6. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 176 с.
7. Колесник В. И. Статистическое обеспечение регионального управления. К.: ДП «Информ.-аналит. Агенство», 2007. 475 с.
8. Колесник В. И. Статистическое изучение влияния туризма на экономику государства // Экономика Крыма. 2013. №1. С. 17–21.
9. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 672 с.
10. Квартальнов В. А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2004. 320 с.
11. Сараев А. Р. О показателях статистики туризма // Вопросы статистики. 2007. № 9. С. 39–43.
12. Соколова М. В. История туризма. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 352 с.
13. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии / Институт экономики КарНЦ РАН, Под общей ред. Ю.В. Савельева, О.В. Толстогузова. Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008. 141 с.
14. Статистика туризма: [совместный доклад Генерального секретаря и Всемирной туристской организации] // Экономический и Социальный Совет: Статистическая комиссия Организации Объединенных Наций, тридцать девятая сессия, 26–29 февр. 2008 г.
15. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 // Statistical Papers. Series M. United Nations Department of Economic and Social Affairs Statistical Division; World Tourism Organization. Madrid, New York: United Nations, 2008. № 83. 139 p.
16. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа // Издание Организации Объединенных Наций. Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2002. № R.01.XVII.9. 110 с
17. Recommendations on Tourism Statistics // Statistical Papers. Series M. United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division; World Tourism Organization. New York: United Nations, 1994. № 83. 77 p.
18. Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 // World Economic Forum. Geneva, 2009. 499 p.

Статья поступила в редакцию 19.09.2016