

**А.В. Финько (асп. каф. ММ), А.Ф. Тихомиров, к.т.н., доц.**

## **МЕТОД «ЗАТРАТЫ-ВЫПУСК» КАК МЕТОД ИЗМЕРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ ТУРИЗМА**

Метод «затраты-выпуск» широко используется за рубежом для исследования экономического влияния туризма. Поэтому очень важно исследовать пользу такого анализа для изучения экономического влияния туризма в нашей стране.

Во-первых, метод «затраты-выпуск» использует равновесный подход, и поэтому дает всестороннее представление об экономике. Во-вторых, он фокусирует внимание на взаимозависимости между секторами, которая существует в экономике. В-третьих, гибкость структуры «затраты-выпуск» дает возможность сконструировать модель, которая бы соответствовала поставленной цели. Учитывая модельные ограничения можно построить более подробную модель там, где это требуется, и опускать детали, где они не нужны. Например, те сектора, которые наиболее важны для изучения туризма, могут быть сильно дифференцированы, что позволит учитывать последствия каких-либо событий более подробно, в то время как остальные сектора могут быть дифференцированы лишь настолько, чтобы масштаб модели оставался управляемым, а лишняя информация сведена к минимуму. Реальную картину влияния туризма можно получить только используя модель, разработанную конкретно для этой цели. В-четвертых, анализы «затраты-выпуск» дают возможность изучать влияние туризма на трех его уровнях: прямого, косвенного и индуцированного эффектов. Наконец, еще один аргумент в пользу модели «затраты-выпуск», связанный с ее конструкцией, это усовершенствование уровня и качества данных, доступных для экономики вообще и для национальных расчетов, в частности.

Метод «затраты-выпуск» имеет недостатки. Это относительно дорогой инструмент анализа как с точки зрения времени, так и финансовых затрат, ресурсов рабочей силы. Большинство вторичных данных не подходят для этого метода анализа, потому что редко бывают точными на детальном уровне, необходимом для моделей «затраты-выпуск» и, в большинстве случаев, межсекторные данные вообще недоступны. Это означает, что большинство данных должно быть получено путем непосредственных измерений. Кроме того, как только они будут собраны и вставлены в операционную таблицу «затраты-выпуск», должен быть сделан ряд ограничительных допущений, касающихся процесса производства различных промышленных секторов и потребительской способности домохозяйств. На первый взгляд, эти допущения могут казаться слишком ограничительными, но в действительности, влияние этих допущений может быть в большинстве случаев ослаблено и не приведет к каким-то существенным искажениям результатов исследования.

Аналитическая ценность анализа «затраты-выпуск» может быть более понятна, когда этот метод применен на практике. Он широко используется в разнообразных формах последние 50 лет. Среди стран, использовавших модели «затраты-выпуск» есть такие, как Китай, Гибралтар, Италия, Ямайка, Норвегия, Испания, Великобритания, Соломоновы острова, США. Так восточные и западные, большие и маленькие, развивающиеся и индустриально развитые страны – все убедились в преимуществах этого типа анализа.

Республика Корея строит модели «затраты-выпуск» на регулярной основе с 1960 года. Корейские исследователи обнаружили, что туризм имеет не только эффект, оказывающий влияние на различные сектора экономики, но и такие же эффекты, как у других экспортно-ориентированных отраслей, с точки зрения эффективности по ввозу нужной стране иностранной валюты и инвестиций. Главная причина эффективности туризма в Корее – это ее относительно низкие объемы импорта. Деньги, которые уходят

из экономики в форме сбережений или импорта, перестают генерировать дальнейшее увеличение прибыли, занятости и государственного дохода.

Исследования, проведенные в Гонконге, были сосредоточены на факторных требованиях, связанных с туризмом. Используя анализ «затраты-выпуск», ученые пришли к выводу, что гостиничный сектор представляет из себя прекрасный генератор занятости (12-ое место из 72 отраслей промышленности) и его первоначальная добавленная стоимость была вдвое больше, чем у других конкурирующих отраслей промышленности, ориентированных на экспорт и импорт. Чтобы продемонстрировать уровень детализации, которого можно достигнуть при использовании анализа «затраты-выпуск», необходимо сказать о том, что в Гонконге использовали модель «затраты-выпуск» для исследования энергетических требований различных отраслей промышленности. И пришли к выводу, что туризм – это отрасль, имеющая низкую энергоемкость. Этот факт имеет важное значение для экономик многих стран, вынужденных импортировать топливо.

На Ямайке исследовалось влияние туризма на маркетинговую политику через призму метода «затраты-выпуск». Туристов разделили на 7 различных категорий в соответствии с целью посещения, а затем выделили в каждой категории посещающих страну в первый раз, повторных посетителей, зимних, летних и круглогодичных посетителей. Исследования отобразили относительную способность каждой категории туристских прибытий для генерирования государственного дохода, прибыли и занятости на Ямайке. Точно так же туристский расход может изучаться, принимая во внимание национальную принадлежность туристов (вернее страну, из которой они приехали) для разработки маркетинговых стратегий.

На Филиппинах также обнаружили, что вторичное влияние туризма было зачастую больше, чем его прямой эффект из-за межсекторных связей. К примеру, было рассчитано, что прямой эффект в виде дохода от расходов на международный туризм был 0.367, в то время как косвенный оценивался в 0.449. Это придает большую весомость аргументу за использование общего равновесного подхода, такого как анализ «затраты-выпуск», при изучении влияния туризма.