

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА КОСВЕННОГО ВЛИЯНИЯ ТУРИЗМА НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ

*Работа представлена кафедрой социально-культурного сервиса и туризма
Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина.
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор А. Б. Крутик*

В статье анализируются методические аспекты расчета туристского мультипликатора, позволяющего учитывать динамику и качество экономического роста данной отрасли.

The author of the article analyses the methodic aspects of calculating tourist multiplier, which makes it possible to consider the dynamics and quality of economic growth in this branch.

Динамика развития туристической отрасли определяется важностью ее роли для экономики, определяемой как прямым, так и косвенным влиянием. Прямое влияние туризма с той или иной степенью достоверности учитывается в действующих национальных счетах. Косвенное влияние туризма на российскую экономику пока не учитывается, хотя актуальность такого учета несомненна.

Современная экономическая теория на основе мультипликативного эффекта туризма позволяет создать практический инструмент такого учета в виде туристского мультипликатора – коэффициента косвенного влияния туризма на экономику и социальную сферу данной отрасли на региональном или федеральном уровне.

В некоторых зарубежных странах такая оценка в порядке эксперимента уже прово-

дится¹, что позволяет более точно рассчитывать воздействие туризма на экономику страны, прогнозировать последствия прямого и косвенного влияния отрасли и учитывать данные параметры при формировании бюджета, оценке платежного баланса, оптимизации экспортно-импортных операций, разработке программ государственной поддержки туризма, инвестировании данной отрасли, совершенствовании туристской инфраструктуры, использовании и воспроизводстве туристских ресурсов и др.²

«Мультипликатор» как экономическая категория, впервые введенная английским экономистом Р. Каном в 1931 г., представляет собой численный коэффициент, показывающий, во сколько раз возрастает доход при конкретном росте инвестиций. Понятие «мультипликативный эффект» базируется на теории доходов, где и был отмечен парадокс «усиленного» влияния инвестиций на величину дохода: увеличение инвестиций (расходов) на 1 приводит к увеличению дохода на большую величину – $(1 + r)$. Данная зависимость описывается моделью бесконечной геометрической прогрессии:

$$K = 1 + r + \frac{r}{2} + \frac{r}{3} + \dots + \frac{r}{n}, \quad (1)$$

где K – коэффициент увеличения дохода (собственно мультипликатор); r – величина прироста дохода на каждом шаге расчета; приведенная зависимость справедлива при условии, что $r < 1$; $n = 1, 2, 3, \dots$

Теория мультипликатора тесно связана с теорией потребления, теорией перманентного дохода и теорией жизненного цикла.

Если предположить, что функция потребления – это планируемый или желаемый уровень расходов для каждого из уровней получения дохода, то фактически функция потребления всегда проходит через начало координат (при нулевом доходе в общем виде предполагаются нулевые расходы) (рис. 1).

В общем случае предельное расположение функции потребления соответствует

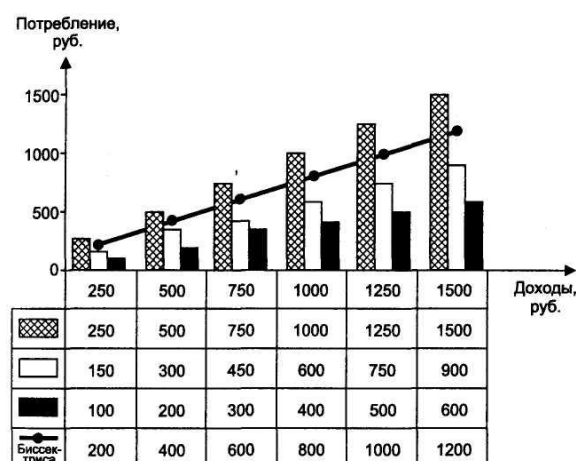


Рис. 1. Зависимость потребления от уровня дохода

функции доходов (биссектриса). Здесь доход равен потреблению, т. е. для любой точки, принадлежащей биссектрисе, значение переменной на оси абсцисс (уровень доходов) равно значению переменной на оси ординат (уровню потребления) (рис. 2).

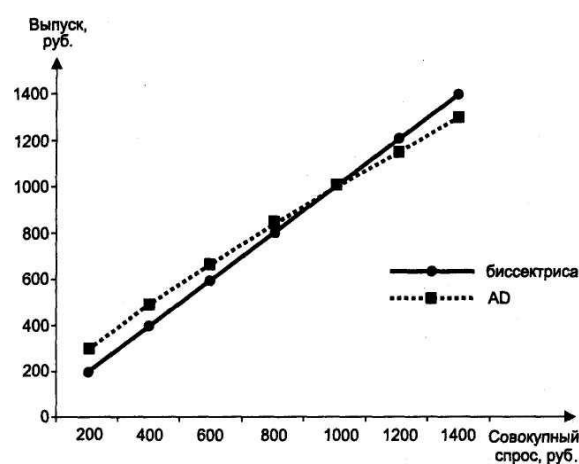


Рис. 2. Результаты приведения совокупного спроса к равновесному уровню

Пользуясь приведенными определениями, допущениями и полученными зависимостями, выведем математическую модель мультипликатора. Если обозначить предельную склонность к потреблению через $МСП$ (маржинальная склонность к потреблению), то функция потребления будет следующая: $C = МСП \cdot Y$, (2)

где Y – выпуск продукции (предоставление услуг).

Если предположить, что уровень инвестиций постоянный и не зависит от доходов, то в состоянии равновесия объем выпуска продукции (услуг) и доходы равны совокупному спросу, т. е. сумме потребления и инвестиционного спроса:

$$Y = C + I = MPC \cdot Y + I, \quad (3)$$

Отсюда

$$I = Y(I - MPC), \quad (4)$$

или

$$Y = \frac{I}{(1 - MPC)}. \quad (5)$$

Данное уравнение характеризует равновесный уровень доходов. При этом (при прочих равных условиях) величина равновесных доходов тем больше, чем более уровень планируемых инвестиционных расходов.

Более высокая склонность к потреблению адекватна большей величине множителя $\frac{I}{(1 - MPC)}$.

Данный множитель в принятых условиях и является мультипликатором:

$$K = \frac{I}{(1 - MPC)}. \quad (6)$$

Из этого следует, что любое увеличение уровня инвестирования повлечет за собой кратный этому увеличению рост равновесного уровня доходов.

Если обозначить предельную склонность к сбережениям (накоплениям) через MCH (маржинальная склонность к накоплениям), то

$$MPC + MCH = 1, \quad (7)$$

$$MPC = 1 - MCH. \quad (8)$$

Тогда

$$K = \frac{I}{MCH}. \quad (9)$$

Уравнение (9) является вариантом формулы мультипликатора.

Графически мультипликативный эффект выглядит следующим образом (рис. 3).

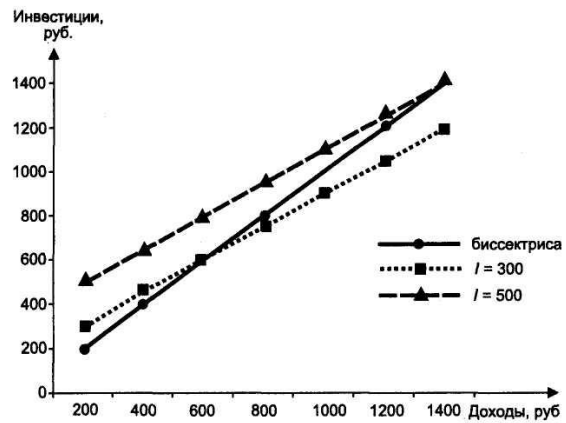


Рис. 3. Графическая интерпретация мультипликативного эффекта

Мультипликативный эффект «работает» как в прямом (последний рассмотренный случай), так и в обратном направлении (при приросте инвестиций и при их сокращении).

Формулы для определения величины мультипликатора (6) и (9) получены без учета различных факторов, влияющих на нее (валового внутреннего продукта (ВВП), платежного баланса, процентных ставок, занятости населения и др.).

Принимая значение мультипликатора, рассчитанное по формулам (6) и (9), как обобщенное, можно в дальнейшем с использованием метода дифференциального анализа рассчитать влияние данных факторов, введя понятия «мультипликатор доходов», «мультипликатор занятости населения», «мультипликатор налогов» и др.

Учет косвенного влияния туризма через обобщенный и дифференцированный мультипликаторы возможен при предварительной разработке:

- концепции косвенного влияния туризма на экономическую и социальную сферы;
- математической модели обобщенного туристского мультипликатора;
- математической модели дифференцированного мультипликатора;
- методики учета расходов туристов;
- методики расчета туристского баланса в экспортно-импортных операциях;

- методики учета накоплений (сбережений) и утечки денежных средств;
- форм федерального статистического наблюдения за деятельностью туристских и связанных с туризмом организаций;
- форм статистического наблюдения за расходами туристов в регионе их пребывания в рамках принятой ВТО классификации туристских расходов;
- программного обеспечения учета косвенного влияния туризма для ЭВМ;
- проектов нормативно-правовых актов по внесению изменений и дополнений в действующую систему учета и отчетности, систему национальных счетов, бюджетную систему и т. д.;
- принятие и введение в действие данных нормативно-правовых актов в установленном порядке.

Используя основы теории экономического анализа и метод расчета мультипликатора, представленный ранее, математическую модель туристского дифференцированного мультипликатора можно представить так:

$$K = \frac{\sum_{I=1}^m \sum_{i=1}^n Q(I) \cdot R(I, i) \cdot V_i(I)}{1 - P_{\max} \cdot \sum_{i=1}^n X_{(i)} Z_{(i)} V_{(i)}}, \quad (10)$$

где I – категория (виды) туризма (познавательный, оздоровительный, деловой и пр.), $I = 1, 2, 3, \dots, m$;

i – вид предприятия, для которого рассчитывается туристский мультипликатор, $i = 1, 2, 3, \dots, n$;

$Q(I)$ – доля расходов, производимых туристами I -го вида, в общих расходах;

$R(I, i)$ – доля расходов, производимых туристами I -го вида, через предприятие i -го вида;

V_i – прямые и косвенные доходы, генерируемые единицей расходов, совершаемых предприятием i -го вида;

P_{\max} – маргинальная склонность к потреблению ($MCPI$);

$X_{(i)}$ – доля расходов местных жителей, совершаемых в рамках предприятия i -го вида, в общих потребительских расходах;

$Z_{(i)}$ – доля от $X_{(i)}$ относящаяся к конкретному региону страны;

$V_{(i)}$ – доля от V_i .

Динамика оборота туристских расходов в рамках туристского мультипликатора представлена на рис. 4³.

Учеными признается тот факт, что воздействие мультипликативного эффекта туризма, по сравнению с воздействием эффекта иных видов деятельности, наиболее значительно, поскольку он является исходным катализатором развития многих отраслей⁴. Однако отсутствие четкой методики оценки косвенного влияния туризма не дает объективной оценки его роли.

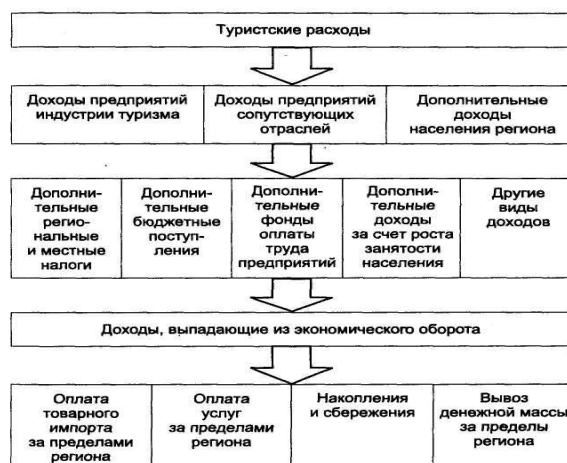


Рис. 4. Динамика оборота туристских расходов

Так, одни специалисты в России утверждают, что доля туристских доходов в национальном бюджете достигает 10%, туристская отрасль обеспечивает совокупную занятость 8 млн. человек. Другие специалисты считают, что такой вклад составляет менее 1%, а доля туризма в структуре занятости – 900 тыс. человек⁵. Мнения экспертов расходятся почти на порядок. Использование туристского мультипликатора позволяет исключить такую неадекватную оценку.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Measuring the Role of Tourism in OECD Economies: The OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment Module / OECD. Paris, 2000. P. 48–54.

² *Ефремова М.* Экономика туризма и оценки ее динамики // *Экономист*. 2004. № 12. С. 72–75.

³ *Крутик А. Б., Решетова М. В.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2007. С. 29.

⁴ *Зорин И. В.* Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов; Российская международная академия туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. С. 67–69.

⁵ *Крутик А. Б., Решетова М. В.* Указ. соч. С. 26.