

## РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

**Е. М. ЯНКЕВИЧ**

---

### МЕТОДИКА ОЦЕНКИ НЕОРГАНИЗОВАННЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

---

В статье путем анализа показателей розничного товарооборота продовольственных товаров и оборота общественного питания за пять лет выявлена динамика потребления продуктов питания местным населением, установлена сезонность потребления. На примере Оршанского района разработана, обоснована и апробирована авторская методика расчета неорганизованных посетителей туристической дестинации, обладающая научной новизной и практической значимостью. Предложенная методика дает возможность рассчитать количество неорганизованных посетителей, что позволит дополнительно к статистическим данным об организованных туристических потоках оценить социально-экономические эффекты формирования туристической дестинации.

**Ключевые слова:** туристическая дестинация; неорганизованные посетители; розничный товарооборот; товарооборот общественного питания.

**УДК** 338.487:659.113.2:339.13.017

---

**Актуальность проблемы.** При оценке социально-экономических эффектов формирования туристической региональной дестинации возникает необходимость подсчета численности ее посетителей, которые относятся к прямому эффекту системы сбалансированных показателей оценки, являются ключевым фактором в формировании доходов региона, удовлетворяют свои потребности в благах в процессе рекреации и отдыха. Статистические данные отражают численность посетителей (туристов и экскурсантов) по результатам отчетности туристических организаций, коллективных и индивидуальных средств размещения. Однако дестинация является привлекательной и для неорганизованного туризма. Формирование внутреннего туристического спроса характеризуется некоторыми особенностями, такими как проведение отпусков, связанных с посещением родственников, дачная рекреация и др. [1, с. 94]. Соответственно, дестинация создает условия для отдыха как организованных, так и неорганизованных туристов, что проявляется в потреблении

---

*Елена Михайловна ЯНКЕВИЧ (Yankevich\_em@mail.ru), аспирантка кафедры экономики и управления туристической индустрией Белорусского государственного экономического университета, ст. преподаватель кафедры гражданского права и гражданского процесса Витебского государственного университета им. П. М. Машерова (г. Минск, г. Витебск, Беларусь).*

услуг, таких как приобретение продуктов питания, посещение мест объектов общественного питания во время пребывания. Актуальность исследования заключается в обосновании объема потребления продуктов питания, который, в свою очередь, дает возможность определить численность населения, отдыхающего на территории дестинации неорганизованно.

Цель статьи — разработать методику оценки неорганизованных посетителей туристической дестинации на примере Оршанского района на основании исследования показателей объема розничного и товарооборота общественного питания с учетом численности местного населения.

Материалом для исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по соответствующей тематике и данные сборников Национального статистического комитета Республики Беларусь. Методы исследования: сравнение, системный подход, анализ, синтез, индуктивный, обобщение, графический.

**Состояние проблемы.** За последние два года туристическо-рекреационный комплекс все еще не достиг способности восстановления до предковидной величины, когда наблюдалась максимальная степень туристических потоков и планетарное развитие туризма. Как на международном, так и на национальном уровне прослеживается трансформация направлений туристических потоков. Все еще ограничена туристическая мобильность, продолжают снижаться доходы организаций туристической индустрии, изменяются ценностные установки потребителей, что приводит к изменению географии и структуры туристического спроса, а это в свою очередь сказывается на туристическо-рекреационном пространстве отдельных дестинаций. На сегодняшний момент учеными детально проанализирована конкурентоспособность национальной туристической дестинации Республики Беларусь за длительный период по такому субрынку, как агроэкотуризм, выявлена динамика международных туристических потоков, отражена статистика коллективных средств размещения, в результате анализа основных секторов туристическо-рекреационного комплекса указано его снижение, указаны и обоснованы причины отставания, предложены пути решения проблемы [2, с. 141]. Выделенные типы дестинаций как экономической системы (международный, национальный, региональный, локальный, точечный) дают импульс к оценке социально-экономических эффектов ее формирования [2, с. 144]. Несомненно, повышение уровня конкурентоспособности туристической дестинации приводит к более высоким социально-экономическим эффектам, что способствует повышению уровня жизни населения региона, а это решает ряд задач, обозначенных в государственных программах развития страны. Как известно, конкурентоспособность страны складывается из конкурентоспособности регионов, отраслей, дестинаций, субъектов хозяйствования, товаров (работ, услуг) и является ключевым фактором привлекательности туристов. Методика расчета конкурентоспособности разных уровней разработана белорусскими учеными: на национальном уровне — А. И. Тарасенком; на уровне субъекта хозяйствования — Е. Ф. Волонцевич; всесторонне раскрыты особенности эффективности деятельности субъектов туристической индустрии З. М. Горбылевой; конкурентоспособность санаторно-курортного сегмента туристической индустрии всесторонне проанализирована и дана оценка эффективности управления с учетом компетентностного подхода А. Г. Траскевич и Н. И. Кабушкиным, Е. Г. Кириенко, Д. Г. Решетниковым и др. [3–7]. Данные учения явились базой для оценки социально-экономических эффектов влияния туризма на макроуровне, мега- микро- и мезоуровне. Значительный вклад в изучение проблем оценки показателей туризма и его воздействие на развитие регионов внесли ученые И. И. Пирожник [8], А. Ю. Александрова [9], М. М. Морозов [10], А. В. Величкина [11] и др., а также зарубежные исследователи, такие как: E. Marrocu, R. Paci,

A. Zara [12], M. Mayer [et al.] [13], W.-T. Hung, J.-K. Shang, F.-C. Wang [14], J. L. Crompton, S. Lee, T. J. Shuster [15] и др., кроме того, рассмотренные нами подходы в более ранних работах J. Ap, J. L. Crompton, R. W. Butler, L. Sheng, Y. Tsui [16].

Обобщив множество подходов отечественных и зарубежных ученых к оценке социально-экономических эффектов формирования туристической дестинации, следует отметить, что в основном в исследованиях используются показатели Международной туристической организации, данные Национального статистического комитета о численности организованных туристических потоков, данные Государственного пограничного комитета. Однако, учитывая предложенную авторскую методику оценки, классификацию прямых, косвенных и скрытых социально-экономических эффектов формирования, возникает гипотеза о возможности оценки неорганизованных посетителей дестинации с учетом показателей результатов деятельности смежных и сопутствующих туризму отраслей, что поспособствует более точному подсчету вклада туризма в экономику страны.

**Методика оценки неорганизованных посетителей туристической дестинации.** Продолжая учение о дестинационном подходе, заключающемся в «...теоретическом моделировании субъектно-объектных отношений в сфере туризма на основе базовых категорий спроса и предложения» [2, с. 141], следует подчеркнуть межотраслевой характер туристическо-рекреационного комплекса. Другими словами, существует тесная взаимосвязь между показателями деятельности смежных организаций и туристическими посещениями. Чем большее количество посетителей приезжает в туристическую дестинацию, тем выше социально-экономический эффект. Нами проведено исследование о наличии существенной, тесной и прямой корреляционно-регрессионной взаимосвязи показателей численности организованного туризма и показателей социально-экономического развития регионов, таких как розничный товарооборот ( $\rho = 0,9643$ ) и размер платных услуг населению ( $\rho = 0,9665$ ) в регионах за период 2016–2020 гг. в Республике Беларусь, установлены причинно-следственные связи социально-экономического развития региональных дестинаций [17]. Это в свою очередь позволило обосновать необходимость в оценке численности неорганизованных посетителей дестинации.

**Алгоритм расчета численности посетителей туристической дестинации** Оршанского района по данным организаций розничной торговли и общественного питания состоит в следующем:

а) проводится анализ динамики ежемесячного объема товарооборота общественного питания (общ. пит.) и объема розничного товарооборота (РТО) (продажа продовольственных товаров) за ряд лет;

б) рассчитываются суммарные показатели розничного товарооборота организаций торговли продовольственными товарами и объектов общественного питания Оршанского района за каждый месяц года за ряд лет, тыс. р.;

в) определяется среднеедневное (среднесуточное) потребление продуктов питания на одного местного жителя, исходя из численности населения региона на начало года, за январь — май и сентябрь — декабрь месяцы по каждому году в отдельности, тыс. р./мес.;

г) исчисляется среднеедневной показатель потребления местным населением продовольственных товаров и услуг общественного питания, за исключением месяцев летнего отдыха, р. в день;

д) исходя из разницы между среднеедневным потреблением продовольствия за весенние и осенние месяцы и потреблением в летние месяцы определяется прирост товарооборота, в результате получается число неорганизованных посетителей дестинации. Для исключения повторного учета одних и тех же

посетителей потребления продуктов питания в летние месяцы можно рассчитать человеко-дни пребывания.

**Апробация методики. а. Анализ товарооборота объектов общественного питания и розничной торговли в дестинации.**

На рис. 1 по имеющимся статистическим данным показана динамика товарооборота организаций общественного питания Оршанского района за период с 2016 по 2020 гг., тыс. р.

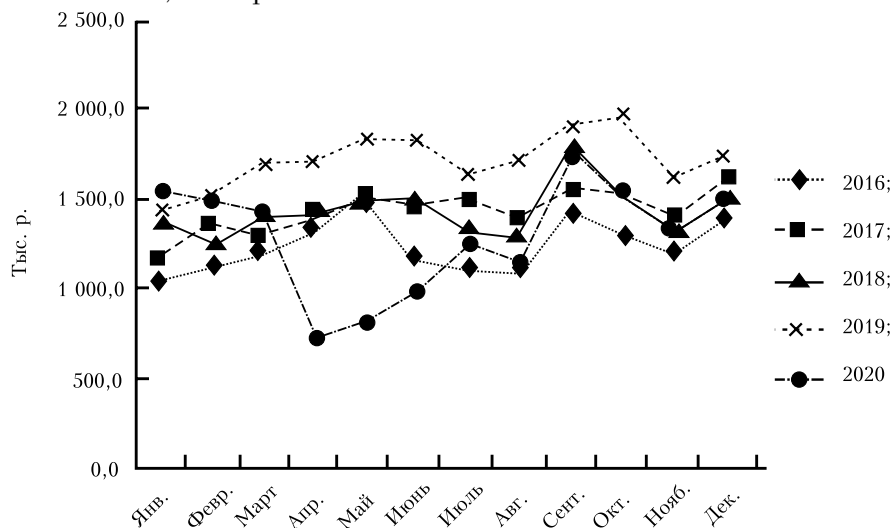


Рис. 1. Розничный товарооборот организаций общественного питания Оршанского района за 2016–2020 гг., тыс. р.

*Примечание:* наша разработка на основе данных Главного статистического управления Витебской области [18].

Данные рис. 1 демонстрируют равномерное увеличение объемов розничного товарооборота Оршанского региона. Несколько увеличен товарооборот организаций общественного питания в мае и в сентябре с 2016 по 2019 г. Следует отметить, что наибольший размер товарооборота в организациях общественного питания получен в 2019 г. Наглядно продемонстрирована отрицательная тенденция сниженного размера товарооборота организаций общественного питания в апреле 2020 г. из-за ограниченного посещения объектов в результате мер по снижению распространения коронавирусной инфекции. Поскольку население удовлетворяет свои потребности в продуктах питания посещением не только объектов общественного питания, но и продовольственных магазинов, что особенно актуально в период распространения вируса, в табл. 1 показаны данные о размере розничного товарооборота Оршанского района ежемесячно за пять лет.

**Таблица. 1. Розничный товарооборот продовольственных товаров организаций торговли Оршанского района, тыс. р.**

Год	Месяц											
	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
2016	19802,0	19203,0	21197,5	22404,7	23101,0	23431,6	24044,1	23330,8	21553,8	21725,9	21164,5	24213,0
2017	21673,7	22242,7	23979,5	25171,5	25601,9	25850,2	27307,7	26740,0	24492,5	25110,3	23934,3	28524,3
2018	24327,0	20356,9	25851,7	25692,1	27252,5	26807,3	28445,0	28479,3	26114,4	26898,5	26513,6	29785,3
2019	25592,5	24083,2	28576,0	28144,6	30298,0	29790,7	30153,8	29974,9	28232,2	28860,2	27720,5	32262,8
2020	27896,1	26444,1	30915,5	29883,8	30986,0	31735,1	33400,8	32241,0	28746,3	29944,6	29611,8	34607,4

*Примечание:* составлена по данным Главного статистического управления Витебской области [18].

Наглядно динамику розничного товарооборота продовольственными товарами Оршанского района продемонстрируем на рис. 2.

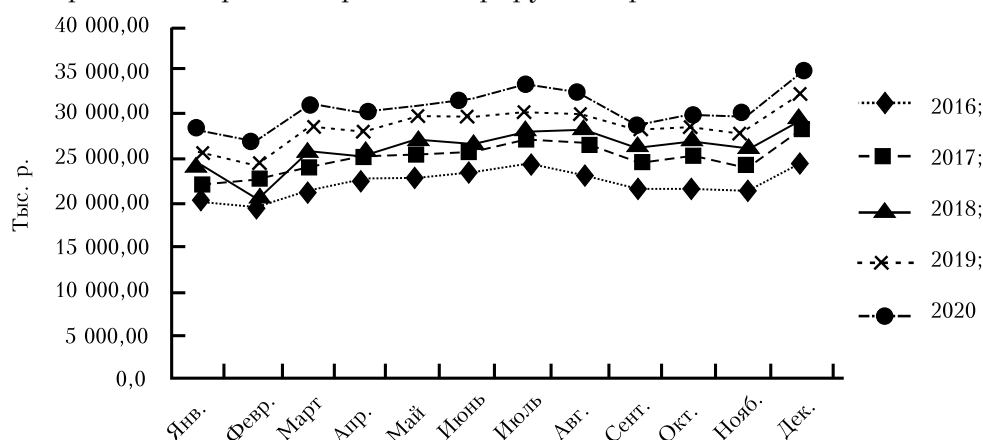


Рис. 2. Розничный товарооборот продовольственными товарами Оршанского района за 2016–2020 гг.

*Примечание:* наша разработка по данным Главного статистического управления Витебской области [18].

График рис. 2 отображает возрастание показателя розничного товарооборота продовольственными товарами в Оршанском районе, что может быть обусловлено как увеличением индекса цен по данным Белстата (индекс розничного товарооборота в сопоставимых ценах, в процентах к предыдущему году в 2016 г. составил 95,8 %; в 2017 — 104,4; в 2018 — 108,3; в 2019 — 104,5; в 2020 г. — 102,1 %), так и увеличением объемов потребления. Наблюдается тенденция повышенного спроса на продукты питания в летние месяцы и в декабре. Повышенный спрос в декабре связан с закупками продовольственных товаров к праздникам.

*б. Определяем суммарные показатели товарооборота организаций розничной торговли продовольственными товарами и объектов общественного питания.* Поскольку в объемы розничного товарооборота и оборота общественного питания как косвенного показателя социально-экономического эффекта туристическо-рекреационного комплекса формирования туристической дестинации включены продукты, которые потребляются не только местным населением, но и туристами (посетителями), определим общую сумму, исчислим среднемесячное (поскольку в месяцах количество дней отличается, то и среднедневное) потребление продуктов питания, что позволит выявить число посетителей дестинации.

Общая сумма розничного товарооборота продовольственными товарами и товарооборота объектов общественного питания Оршанского района за каждый месяц в 2016–2020 гг. показана в табл. 2.

**Таблица. 2. Розничный товарооборот продовольственными товарами организаций торговли и товарооборот общественного питания Оршанского района за 2016–2020 г., тыс. р.**

Год	Месяц											
	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
2016	21955,78	21341,48	23504,48	24946,99	25923,36	26000,49	26592,02	25851,7	24272,3	24208,4	23440,3	26674,9
2017	23873,6	24582,3	26358,9	27682,8	29018,7	27911,3	30266,1	29549,3	27334,3	27728,2	26299,2	31127,9
2018	26562,5	21626,8	27271,7	27126,5	28744,9	28330,6	29766	29778,9	27924,1	28456,4	27850,9	31322,3
2019	27030,7	25590,8	30264,1	29846,3	32139,3	31609,5	31790	31683,1	30133,2	30837,4	29330,3	33992,6
2020	29428,7	27947,4	32355,3	30609,4	31809,6	32728,5	34666,4	33374,9	30468,5	29944,6	29611,8	34607,4

*Примечание:* по данным Главного статистического управления Витебской области [18].

Суммированные данные розничного товарооборота продовольственных товаров и товарооборота общественного питания (тыс. р.) Оршанского региона за период 2016—2020 гг. представим на рис. 3.

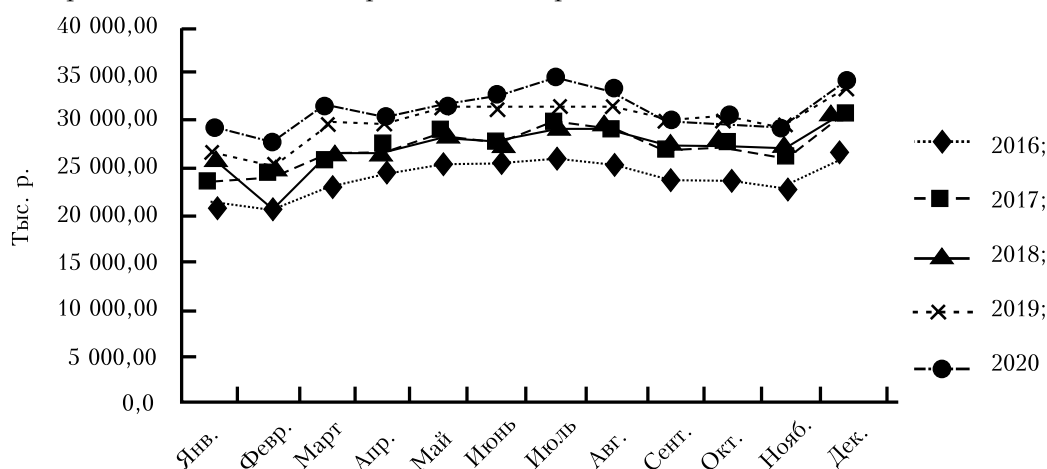


Рис. 3. Суммарные показатели товарооборота продовольственных товаров розничной торговли и общественного питания Оршанского района за 2016—2020 гг., тыс. р.

*Примечание:* по данным Главного статистического управления Витебской области [18].

На рис. 3 прослеживается закономерность увеличения РТО и ТО общественного питания, причем в те месяцы, когда количество дней равно 31, показатели выше, в феврале — ниже. Поэтому целесообразно рассчитывать среднесуточное потребление продуктов питания всеми потребителями.

*в. Определяем среднесуточное потребление продуктов питания местными жителями.* Показатели численности населения Оршанского района разместим в табл. 3.

Таблица 3. Численность населения Оршанского района за 2016—2020 гг. (на начало года, чел.)

Регион	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Оршанский	154 439	152 829	151 051	149 102	147 799

*Примечание:* по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь [19, с. 72].

Исходя из суммарных показателей РТО и ТО общественного питания за 2016 г. (табл. 2) определяем потребление продуктов питания в среднем на одного жителя/день. Например, в январе:  $21\,955,78 \text{ тыс. р.} / 154\,439 \text{ чел.} = 0,14216 \text{ тыс. р.} / 31 \text{ день}$ ; соответственно (в феврале  $0,13819/28$ ; в марте  $0,15219/31$ ; в апреле  $0,16153/30$ ; в мае  $0,16962/31$ ). Аналогично определяем объем потребления в день за сентябрь — декабрь месяцы 2016 г. ( $0,15716/30$ ;  $0,15675/31$ ;  $0,15177/30$ ;  $0,17272/31$ , тыс. р. на человека).

*г. Исчисляем среднесуточный показатель потребления местным населением продуктов питания, без учета летних месяцев.* В среднем затраты местного жителя (все население) на продукты питания в 2016 г. в Оршанском регионе составили  $0,005139 \text{ тыс. р.}$  в день на человека (или  $5,139 \text{ р.}$ ). Следует уточнить, что полученный размер среднесуточных расходов одного жителя исчислен нами только на продукты питания и составляет около 60 % удельного веса продажи продовольственных товаров по структуре, включающей продовольственные и непродовольственные товары.

д. Исходя из разницы между среднесуточным потреблением продуктов питания за весенне-осенний период и потреблением в летние месяцы определяем прирост показателя при условии, что посетитель дестинации также будет расходовать такую же среднесуточную сумму на продукты питания. Получаем число неорганизованных посетителей дестинации за месяц, человек (пример расчета в табл. 4).

**Таблица 4. Математический расчет неорганизованных посетителей**

2016 г.	Летние месяцы 2016 г.		
	Июнь	Июль	Август
Посетители, чел.	$5,139 \cdot 30 \cdot 154439 = 23809860; (26000490 - 23809860)/5,139/30 = 14209$	$5,139 \cdot 31 \cdot 154439 = 24603522; (26592020 - 24603522)/5,139/31 = 12482$	$5,139 \cdot 31 \cdot 154439 = 24603522; (25851700 - 24603522)/5,139/31 = 7834$

*Примечание:* размер среднесуточного потребления продуктов питания умножаем на число дней в месяце, умножаем на численность населения на начало года. Полученный показатель сравниваем с фактическим товарооборотом за соответствующий месяц табл. 2. Абсолютный прирост объема товарооборота делим на среднедневные расходы (5,139 р.), делим на количество дней в месяце и получаем число неорганизованных посетителей.

В табл. 5 показано число посетителей, пользующихся услугами объектов общественного питания и розничной торговли туристической дестинации Оршанского района, за пять лет (рассчитанное с помощью средств Microsoft Excel) по разработанной методике оценки. Следует отметить, что приводя расчеты к единым, удобным для понимания измерителям, возникает некоторая погрешность в вычислениях.

**Таблица 5. Число посетителей туристической дестинации Оршанского района в летние месяцы 2016—2020 гг., чел.**

Год	Июнь	Июль	Август
2016	14 209	12 482	7 834
2017	5 772	13 605	9 664
2018	6 137	8 774	8 843
2019	4 574	5 570	5 050
2020	16 178	20 159	14 088
И т о г о :	46 870	60 589	45 479

Данные табл. 5 позволяют заключить, что за летний сезон с 2016 по 2020 гг. в Оршанском регионе выявлено неравномерное количество посетителей. В июне — июле 2016 г. и июле 2017 г. в дестинации пребывало максимальное количество посетителей. Несколько снижены посещения дестинации в 2018 и 2019 гг. Поскольку в 2020 г. туристические перемещения были ограничены, получен более высокий показатель числа неорганизованных туристов дестинации в летние месяцы. Однако возникают трудности при подсчете общего количества посетителей, суммирование данных показателей экономического смысла не имеет, так как возможно длительное пребывание одних и тех же гостей, например, в течение нескольких летних месяцев. Строка «Итого» в табл. 5 указывает только максимальное количество посетителей (потребителей продуктов питания) в июле месяце.

Для наглядности количество посетителей туристической дестинации Оршанского района в летние месяцы отразим на рис. 4.

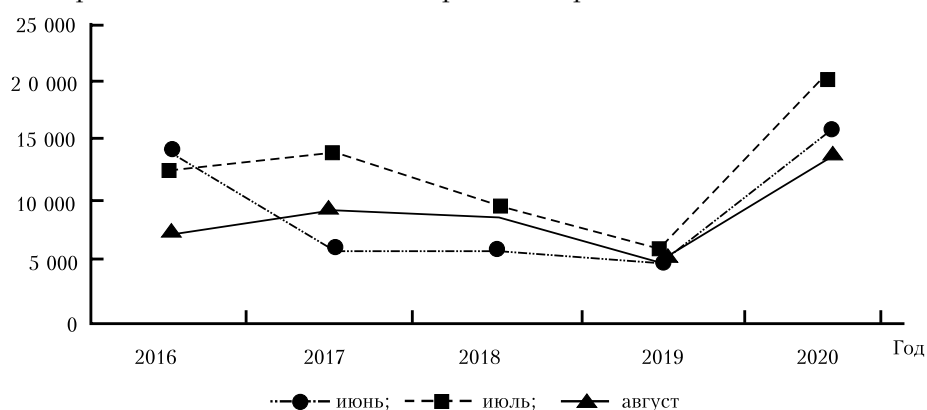


Рис. 4. Число неорганизованных посетителей дестинации Оршанского района в летние месяцы 2016–2020 гг., человек

Рис. 4 демонстрирует максимальный показатель численности посетителей Оршанского района в июле месяце каждого года исследования. Это период летних каникул у школьников, период отпусков у населения, посещение сельской местности, что является актуальным во время пандемии. Исключение составляет показатель 2019 г., в Оршанском регионе преобладал выездной туризм.

Полученное расчетным путем количество посетителей позволяет оценить дополнительный социально-экономический эффект формирования туристической дестинации, а с учетом показателя РТО и ТО общ. пит. — среднесуточное потребление продуктов питания населением на территории Оршанского района. Остается дискуссионным вопрос правомерности суммирования полученного числа неорганизованных посетителей за три летних месяца. Возможна такая ситуация, что некоторые посетители проводили время в дестинации в течение нескольких месяцев подряд. На данный момент исследования остановимся на среднемесечном показателе для размещения в сводную таблицу. Численность обслуженных посетителей туристическими организациями (организованный туризм, включая туристов, экскурсантов, обслуженных объектами агроэко-туризма) и посетителей неорганизованного туризма (получен расчетным путем из объема товарооборота продовольственными товарами и товарооборота объектов общественного питания) в Оршанском районе показана в табл. 6.

Таблица 6. Численность обслуженных туристов и экскурсантов, неорганизованных посетителей дестинации Оршанского района, чел.

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Организованный туризм, чел.	4 246	5 410	4 661	6 708	1 541
Обслуженных объектами агроэко-туризма, чел.	2 606	2 689	3 550	8 127	9 705
Неорганизованный туризм (посетители в среднем за летние месяцы), чел.	11 508	9 680	7 918	5 064	16 808

В табл. 6 приведены дополнительные данные о количестве посетителей туристической дестинации Оршанского региона организованного и неорганизованного туризма, что позволяет рассчитать социально-экономические эффекты, используемые в матрице системы сбалансированных показателей [20]. Располагая данными о среднем количестве дней пребывания туриста на территории дестинации, представляется возможным рассчитать эффекты и осуществлять различные прогнозы формирования дестинации, определив



число человеко-дней пребывания. Среднее количество пребывания в днях (въездной и внутренний туризм) в Оршанском регионе с 2016 по 2020 гг. составляет: 4, 5, 5, 4, 6 дней, а в объектах агроэкотуризма — 1,4; 1,5; 1,0; 1,4 дней соответственно.

**Заключение.** На основе изложенного можно заключить, что основным достоинством разработанной методики оценки неорганизованных посетителей является поэтапный анализ показателей розничного товарооборота и общественного питания, с учетом численности населения, выявляющей сезонные закономерности. Это в свою очередь позволило рассчитать число неорганизованных посетителей как результат прямого эффекта, оказывающего влияние на развитие региональных дестинаций. Показатели потребления продуктов питания определены как значимые индикаторы смежных отраслей, вовлеченных в обслуживание посетителей, при оценке развития туристическо-рекреационного комплекса. Более того, информация об объемах товарооборота продовольственными товарами и услуг общественного питания позволяет выявить уровень потребления в различных регионах. Это в свою очередь позволяет решить множество задач социально-экономической направленности, таких как: расчет калорийности и сбалансированности питания населения, что связано с его здоровьем, демографическим потенциалом, так необходимым для воспроизводства трудовых ресурсов, и экономическим ростом страны. Таким образом, на основе авторской методики оценки с использованием показателей товарооборота торговли и общественного питания решается ряд сопутствующих проблем и появляется возможность принять своевременные управленческие решения, а в рамках нашего исследования — дополнительно определить численность посетителей и оценить социально-экономические эффекты формирования туристической дестинации.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Тарасенок, А. И.* Туристический комплекс Беларуси: организация управления, пространственный базис, компетенции / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2009. — № 2. — С. 92—106.

*Tarasenok, A. I.* Turisticheskij kompleks Belarusi: organizacija upravljenija, prostranstvennyj bazis, kompetencii [Tourism complex of Belarus: management organization, spatial basis, competencies] / A. I. Tarasenok // Belorus. jekon. zhurn. — 2009. — N 2. — P. 92—106.

2. *Тарасенок, А. И.* Оценка конкурентоспособности национальной туристической дестинации Республики Беларусь / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2018. — № 2. — С. 139—151.

*Tarasenok, A. I.* Ocenka konkurentosposobnosti nacional'noj turisticheskoy destinacii Respubliki Belarus' [Assessment of the competitiveness of the national tourist destination of the Republic of Belarus] / A. I. Tarasenok // Belorus. jekon. zhurn. — 2018. — N 2. — P. 139—151.

3. *Волонцевич, Е. Ф.* Конкурентоспособность предприятий туристической индустрии : учеб.-метод. пособие / Е. Ф. Волонцевич. — Минск : РИПО, 2014. — 134 с.

*Voloncevich, E. F.* Konkurentosposobnost' predpriyatij turisticheskoy industrii: [Competitiveness of tourism industry enterprises] : ucheb.-metod. posobie / E. F. Voloncevich. — Minsk : RIPO, 2014. — 134 p.

4. *Горбылева, З. М.* Экономика туристической индустрии : учеб. / З. М. Горбылева. — Минск : БГЭУ, 2018. — 527 с.

*Gorbyleva, Z. M.* Jekonomika turisticheskoy industrii [Tourism industry economics] : ucheb. / Z. M. Gorbyleva. — Minsk : BGJeU, 2018. — 527 p.

5. *Траскевич, А. Г.* Конкурентоспособность санаторно-курортного сегмента туристической индустрии : моногр. / А. Г. Траскевич. — Минск : Четыре четверти, 2015. — 394 с.

*Traskevich, A. G.* Konkurentosposobnost' sanatorno-kurortnogo segmenta turisticheckoj industrii [Competitiveness of the spa segment of the tourism industry] : monogr. / A. G. Traskevich. — Minsk : Chetyre chetverti, 2015. — 394 p.

6. Конкуренентоспособность туристического комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы : моногр. ; под общ. ред. Е. Г. Кириенко, Д. Г. Решетникова. — Минск : Ковчег, 2018. — 400 с.

7. *Тарасенок, А. И.* Туристический комплекс Республики Беларусь: современные проблемы и новый механизм развития / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2016. — № 1. — С. 109–127.

*Tarasenok, A. I.* Turisticheskiy kompleks Respubliki Belarus': sovremennye problemy i novyj mehanizm razvitija [The tourist complex of the Republic of Belarus: modern problems and a new mechanism of development] / A. I. Tarasenok // Belorus. jekon. zhurn. — 2016. — N 1. — P. 109–127.

8. *Пирожник, И. И.* Международный туризм в мировом хозяйстве / И. И. Пирожник. — Минск : БГУ, 1996. — С. 15–24.

*Pirozhnik, I. I.* Mezhdunarodnyj turizm v mirovom hozjajstve [International tourism in the world economy] / I. I. Pirozhnik. — Minsk : BGU, 1996. — P. 15–24.

9. *Александрова, А. Ю.* Применение адаптивного моделирования в исследованиях туристских потоков / А. Ю. Александрова, В. Е. Домбровская // Соврем. проблемы сервиса и туризма. — 2021. — Т. 15, № 1. — С. 7–20.

*Aleksandrova, A. Ju.* Primenenie adaptivnogo modelirovanija v issledovanijah turistskih potokov [Application of adaptive modeling in the study of tourist flows] / A. Ju. Aleksandrova, V. E. Dombrovskaja // Sovrem. problemy servisa i turizma. — 2021. — T. 15, № 1. — P. 7–20.

10. *Морозов, М. М.* Информационное обеспечение процесса управления в туризме / М. М. Морозов // Вестн. Рос. нового ун-та. Сер. Человек и общество. — 2018. — № 1. — С. 142–146.

*Morozov, M. M.* Informacionnoe obespechenie processa upravlenija v turizme [Information support of the tourism management process] / M. M. Morozov // Vestn. Ros. novogo un-ta. Ser. Chelovek i obshhestvo. — 2018. — N 1. — P. 142–146.

11. *Величкина, А. В.* Оценка развития туристской инфраструктуры региона // Экон. и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2014. — № 2 (32). — С. 239–250.

*Velichkina, A. V.* Ocenka razvitija turistskoj infrastruktury regiona [Assessment of the development of the tourist infrastructure of the region] // Jekon. i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz. — 2014. — N 2 (32). — P. 239–250.

12. *Marrocu, E.* Micro-economic determinants of tourist expenditure: A quantile regression approach / E. Marrocu, R. Paci, A. Zara // Tourism Management. — 2015. — N 50. — P. 13–30.

13. The economic impact of tourism in six German national parks / M. Mayer [et al.] // Landscape and urban planning. — 2010. — N 97 (2). — P. 73–82.

14. *Hung, W.-T.* A different look at the determinants of travel spending / W.-T. Hung, J.-K. Shang, F.-C. Wang // Annals of Tourism Research. — 2012. — N 39 (1). — P. 495–498.

15. *Crompton, J. L.* Economic Impact Research Guide. Springfest example / J. L. Crompton, S. Lee, T. J. Shuster // Journal of Travel Research. — 2001. — N 40. — P. 79–87.

16. *Янкевич, Е. М.* Методика оценки социально-экономических эффектов туристической региональной дестинации / Е. М. Янкевич // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2021. — № 4. — С. 40–49.

*Jankevich, E. M.* Metodika ocenki social'no-jekonomicheskikh jeffektov turisticheckoj regional'noj destinacii [Methodology for assessing the socio-economic effects of a tourist regional destination] / E. M. Jankevich // Vesn. Belarus. dzjarzh. jekan. un-ta. — 2021. — N 4. — P. 40–49.

17. *Янкевич, Е. М.* Основные аспекты системного взаимодействия сферы туризма и региональной экономики / Е. М. Янкевич // Право. Экономика. Психология. — 2020. — № 3 (19). — С. 67–77.

*Jankevich, E. M.* Osnovnye aspekty sistemnogo vzaimodejstviya sfery turizma i regional'noj jekonomiki [The main aspects of the systemic interaction of the tourism sector and the regional economy] / E. M. Jankevich // Pravo. Jekonomika. Psihologija. — 2020. — N 3 (19). — P. 67–77.

18. Основные показатели розничной торговли и общественного питания Витебской области [Электронный ресурс] : стат. бюл. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — 2021. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 04.07.2021.

19. Регионы Республики Беларусь [Электронный ресурс] : стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — 2021. — Т. 1. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 04.10.2021.

20. *Янкевич, Е. М.* Оценка социально-экономических эффектов формирования региональной туристической дестинации / Е. М. Янкевич // Право. Экономика. Психология. — 2021. — № 4 (24). — С. 59–68.

*Jankevich, E. M.* Ocenka social'no-jekonomicheskikh jeffektov formirovanija regional'noj turisticheskoj destinacii [Assessment of the socio-economic effects of the formation of a regional tourist destination] / E. M. Jankevich // Pravo. Jekonomika. Psihologija. — 2021. — N 4 (24). — P. 59–68.

---

---

**ALENA YANKEVICH**

---

***PROCEDURES FOR ASSESSING UNORGANIZED VISITORS TO A TOURIST DESTINATION***

---

**Author affiliation.** *Alena YANKEVICH* (Yankevich\_em@mail.ru), *Belarus State Economic University; Vitebsk State University named after P. M. Masherov (Minsk, Vitebsk, Belarus).*

**Abstract.** By analyzing the indicators of retail turnover of food products and the turnover of public catering over five years, the author reveals the relationship between the consumption of food products by the local population, and the seasonality of consumption is established. Based on the example of Orsha district, the author developed, substantiated and verified the methods for calculating unorganized visitors to a tourist destination, which have scientific novelty and practical significance. The proposed methods make it possible to calculate the number of unorganized visitors, which will allow, in addition to statistical data on organized tourist flows, to assess the socio-economic effects of the formation of a tourist destination.

**Keywords:** tourist destination; unorganized visitors; retail turnover; public catering turnover.

UDC 338.487:659.113.2:339.13.017

---

---

*Статья поступила  
в редакцию 28. 12. 2021 г.*