

GIẢI THÍCH THUẬT NGỮ, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP TÍNH MỘT SỐ CHỈ TIÊU THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH

THƯƠNG MẠI

Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng là toàn bộ doanh thu hàng hoá bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng đã bán ra thị trường của các cơ sở sản xuất kinh doanh, bao gồm: Doanh thu bán lẻ hàng hoá của các cơ sở kinh doanh thương nghiệp; doanh thu bán lẻ sản phẩm của các cơ sở sản xuất và nông dân trực tiếp bán ra thị trường; doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống; doanh thu du lịch lữ hành; doanh thu dịch vụ phục vụ cá nhân, cộng đồng và các dịch vụ khác do các tổ chức và cá nhân kinh doanh, phục vụ trực tiếp cho người tiêu dùng.

Doanh thu dịch vụ lưu trú là toàn bộ số tiền đã và sẽ thu được do cung cấp dịch vụ lưu trú ngắn ngày cho khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định (tháng/quý/năm). Cơ sở cung cấp dịch vụ lưu trú gồm: Cơ sở kinh doanh biệt thự hoặc căn hộ kinh doanh, khách sạn, nhà khách, nhà nghỉ và các cơ sở lưu trú khác (ký túc xá học sinh, sinh viên; chỗ nghỉ trọ trên xe lưu động...).

Doanh thu dịch vụ ăn uống là tổng số tiền thu được do cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định, gồm doanh thu từ bán hàng ăn uống do cơ sở tự chế biến và hàng ăn uống mua từ bên ngoài để bán mà không cần chế biến và dịch vụ phục vụ thêm của cơ sở chuyển bán.

Chợ là nơi diễn ra các hoạt động mua bán, trao đổi hàng hoá, dịch vụ của nhiều người, được hình thành do yêu cầu của sản xuất, đời sống xã hội và hoạt động thường xuyên theo nhu cầu nhất định, có ít nhất 50 điểm kinh doanh đối với khu vực thành thị và 30 điểm kinh doanh đối với khu vực nông thôn. Chợ được chia thành 3 hạng: **hạng 1** (có trên 400 điểm kinh doanh, được đặt ở các vị trí trung tâm thương mại quan trọng của tỉnh, thành phố có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với qui mô hoạt động của chợ); **hạng 2** (có từ 200 - 400 điểm kinh doanh, được đặt ở trung tâm giao lưu kinh tế của khu vực có mặt bằng phạm vi chợ phù hợp với qui mô hoạt động của chợ); **hạng 3** (có dưới 200 điểm kinh doanh hoặc chưa được đầu tư xây dựng kiên cố, chủ yếu phục vụ nhu cầu mua bán hàng hoá của nhân dân trong xã, phường và địa bàn phụ cận).

Siêu thị là loại hình cửa hàng hiện đại, kinh doanh tổng hợp hoặc chuyên doanh; cơ cấu chủng loại hàng hoá phong phú, đa dạng, bảo đảm chất lượng, đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kỹ thuật và trình độ quản lý,

tổ chức kinh doanh; có phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thoả mãn nhu cầu mua sắm hàng hoá của khách hàng. Siêu thị được chia thành 3 hạng: ***hạng 1 kinh doanh tổng hợp*** (diện tích kinh doanh từ 5.000m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 20.000 tên hàng trở lên), ***hạng 1 chuyên doanh*** (diện tích kinh doanh từ 1.000m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 2.000 tên hàng trở lên); ***hạng 2 kinh doanh tổng hợp*** (diện tích kinh doanh từ 2.000m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 10.000 tên hàng trở lên), ***hạng 2 chuyên doanh*** (diện tích kinh doanh từ 500m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 1.000 tên hàng trở lên); ***hạng 3 kinh doanh tổng hợp*** (diện tích kinh doanh từ 500 m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 4.000 tên hàng trở lên), ***hạng 3 chuyên doanh*** (diện tích kinh doanh từ 250m² trở lên, danh mục hàng hoá kinh doanh từ 500 tên hàng trở lên).

Trung tâm thương mại là loại hình kinh doanh thương mại hiện đại, đa chức năng, bao gồm tổ hợp các loại hình cửa hàng, cơ sở hoạt động dịch vụ; hội trường, phòng họp, văn phòng cho thuê... được bố trí tập trung, liên hoàn trong một hoặc một số công trình kiến trúc liền kề, đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kỹ thuật và trình độ quản lý, tổ chức kinh doanh; có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện, đáp ứng nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh của thương nhân và thoả mãn nhu cầu về hàng hoá, dịch vụ của khách hàng.

DU LỊCH

Doanh thu du lịch lữ hành là số tiền các cơ sở kinh doanh du lịch lữ hành thu từ kết quả thực hiện các hoạt động tổ chức thực hiện các chương trình du lịch trọn gói hoặc không trọn gói phục vụ khách nội địa và khách quốc tế; cung cấp thông tin du lịch; tư vấn, lập kế hoạch du lịch và hướng dẫn khách du lịch kể cả đại lý du lịch cho đơn vị khác.

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú hoặc làm việc tại Việt Nam và những người mang quốc tịch nước ngoài đến Việt Nam; đi ra khỏi môi trường sống thường xuyên của mình để đến một nơi khác ở trong lãnh thổ Việt Nam với thời gian liên tục ít hơn 12 tháng với mục đích chính không tiến hành các hoạt động nhằm đem lại thu nhập và kiếm sống ở nơi đến.

Chi tiêu của khách du lịch nội địa là tổng số tiền khách du lịch nội địa chi tiêu trước (để chuẩn bị cho chuyến đi) và trong chuyến đi (tự chi cho cá nhân

như ăn, ở, đi lại...;). Chi tiêu của khách du lịch nội địa không bao gồm những khoản sau: (1) Tiền mua hàng hoá cho mục đích kinh doanh - mua về để bán lại cho khách du lịch, mua về để kinh doanh được kết hợp trong chuyến đi; (2) Tiền đầu tư, giao dịch hợp đồng của người đi du lịch như đầu tư mua nhà đất, bất động sản và tài sản quý giá khác (như xe ca, xe tải, thuyền, nhà nghỉ thứ hai), kể cả việc mua những tài sản này để sử dụng cho các chuyến đi du lịch trong tương lai được chi trong lần đi du lịch này cũng không được tính vào chi tiêu du lịch; (3) Tiền mặt biểu họ hàng và bạn bè trong chuyến đi.

Công thức tính số ngày ở lại bình quân một lượt khách, chi tiêu bình quân một lượt khách và chi tiêu bình quân một ngày khách:

$$\text{Số ngày ở lại BQ 1 lượt khách} = \frac{\text{Tổng số ngày khách ở lại}}{\text{Tổng số khách}}$$

$$\text{Chi tiêu BQ 1 lượt khách} = \frac{\text{Tổng số tiền chi tiêu của khách}}{\text{Tổng số khách}}$$

$$\text{Chi tiêu BQ 1 ngày khách} = \frac{\text{Chi tiêu bình quân một lượt khách}}{\text{Số ngày ở lại bình quân một lượt khách}}$$

EXPLANATION OF TERMINOLOGY, CONTENT AND METHODOLOGY OF SOME STATISTICAL INDICATORS ON TRADE AND TOURISM

TRADE

Gross retail sales of goods and services is total revenue generated from retailing consumer goods and services of production and business establishments, including: revenues from retail sales of commercial establishments, retail sales of products of production establishments and farmers, revenue from services of accommodation, catering, tourism, and revenue from providing services for individuals, communities and other services directly served to consumers by organizations and individuals.

Accommodation service revenue is the total amount of money earned and to be earned by providing short stay services for customers during a certain period of time (month/quarter/year). Accommodation establishments include: establishments providing villas or apartments, hotels, guest houses, hostel and others (student dormitories, accommodation on mobile vehicle ...).

Food and beverage service revenue is the sum of proceeds from provision of food and beverage services for customers during a certain period of time, including revenue from self-made food and beverages and foods and beverages purchased from outside for sale without processing and additional services of transfer establishments.

Market is the place where goods and services are traded and exchanged, which is formed as the requirements of production, social life and regular activities for specific needs. There are at least 50 business places in urban areas and 30 physical meeting places in rural areas. The market is divided into three types: *Type 1* (with over 400 business places which are located in the important commercial centers of the province or city with space area in conformity with market activities); *Type 2* (with the range from 200 to 400 business places which are located in the economic center of the region and with space area in conformity with market activities); *Type 3* (under 200 business places or temporary business places mainly serving the needs of purchasing goods of the people in communes, wards and surrounding areas).

Supermarket is a modern type of groceries or specialized stores; selling a wide variety of goods with quality assurance; meeting the standards of business area, technical equipments and level of business management and organization; providing civilized and convenient services to satisfy the shopping needs of customers. Supermarket is divided into three types: *type 1 for grocery* (with business area of over 5,000m² and over 20,000 items for sale), *type 1 for specialized stores* (with business area of over 1,000m² and over 2,000 items for sale), *type 2 for grocery* (with business area over 2,000m² and over 10,000 items for sale), *type 2 for specialized stores* (with business area of over 500m² and over 1,000 items for sale); *type 3 for grocery* (with business area of over 500m² and over 4,000 items for sale), *type 3 for specialized stores* (with business area of over 250m² and over 500 items for sale).

Commercial center is the type of modern, multi-functional business, including a combination of stores, service establishments; conference halls, meeting rooms, offices for rent... which are concentrated, uninterrupted in one or several adjacent buildings, meeting the standards of business area, technical equipments and level of business management and organization; having civilized and convenient services to satisfy the needs of business development of businessmen and the needs of goods and services of customers.

TOURISM

Travelling turnover is the proceeds generated from implementing travelling business activities including package and semi-package tours for domestic and foreign tourists by travel establishments; providing tourism information, tour advisory and planning; tourist guide and tourist agent (setting for other units).

Domestic tourists are Vietnamese citizens, foreigners permanently residing or working in Vietnam and foreign nationalities coming to Vietnam who are leaving their regular residence for another place within Vietnam's territory for a consecutive period of less than 12 months with the main purpose of not conducting activities to earn their living in the destination.

Expenditure of domestic tourists is the sum of money spent by domestic tourists in advance (to prepare for the trip) and during the trip (personal expenditure such as food, accommodation, travel ...). Expenditure of domestic tourists excludes the following: (1) Purchase of goods for business purposes - buying goods for resale to tourists, buying goods for business to be incorporated in the trip; (2) Money for investment, contract transactions of tourists such as investment in the purchase of houses and land, real estate and other valuable assets (such as vehicles, trucks, boats, second house), even though the purchase of these assets for future travel spent on this trip; (3) Cash granted for relatives and friends during the trip.

Formula for calculation of average number of staying days per tourist, average expenditure per visitor and average expenditure per day per tourist.

$$\text{Average number of staying days per tourist} = \frac{\text{Total staying days}}{\text{Total tourists}}$$

$$\text{Average expenditure per tourist} = \frac{\text{Total expenditures of tourists}}{\text{Total tourists}}$$

$$\text{Average expenditure per day per tourist} = \frac{\text{Average expenditure per tourist}}{\text{Average number of staying days per tourist}}$$