

# Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа



Комиссия Европейских сообществ  
Евростат



Организация экономического сотрудничества и развития



Всемирная туристская организация



Организация Объединенных Наций  
Статистический отдел

Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2002 год

---

ST/ESA/STAT/SER.F/80

---

Издание Организации Объединенных Наций  
В продаже под № R.01.XVII.9

Всемирная туристская организация  
ISBN 92-844-0447-9

Авторское право © Комиссия Европейских сообществ,  
Организация экономического сотрудничества и развития,  
Организация Объединенных Наций,  
Всемирная туристская организация,  
2002 год  
Все права сохраняются

Отпечатано Издательской секцией  
Организации Объединенных Наций, г. Нью-Йорк

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Содержащиеся в настоящем издании рекомендации базируются на общей концептуальной основе создания вспомогательного счета туризма, разработанной межсекретариатской рабочей группой. Рабочая группа действовала в рамках Статистического отдела Организации Объединенных Наций, и в ее работе принимали участие Статистическое бюро Европейских сообществ, Организация экономического сотрудничества и развития и Всемирная туристская организация. Эти три органа будут содействовать выполнению рекомендаций в своих странах-членах. Рекомендации были одобрены Статистической комиссией на ее тридцать первой сессии в 2000 году<sup>1</sup>.

Фундаментальная структура рекомендаций по вспомогательному счету туризма основана на общем равновесии, которое существует в экономике между создаваемым туризмом спросом на продукцию и ее предложением. В основе построения вспомогательного счета туризма заложены идеи осуществления подробного анализа всех аспектов спроса на товары и услуги, которые в экономике могут быть связаны с туризмом, отслеживания оперативной связи с предложением таких товаров и услуг в рамках той же экономики, а также установления того, как это предложение соотносится с другими видами экономической деятельности. Содержащиеся в настоящем издании рекомендации формируют основу, которую страны могут использовать при построении вспомогательного счета туризма и которая в более общем плане позволит повысить уровень международной сопоставимости в статистике туризма.

Франческо ФРАНДЖАЛЛИ  
*Генеральный секретарь*  
*Всемирная туристская организация*

Шарль Л. КИНКАННОН  
*Главный статистик и Директор Управления статистики*  
*Организация экономического сотрудничества и развития*

Ив ФРАНШЕ  
*Генеральный директор*  
*Статистическое бюро Европейских сообществ*

Герман ХАБЕРМАНН  
*Директор*  
*Статистический отдел Организации Объединенных Наций*

---

<sup>1</sup> См. *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2000 год, Дополнение № 4* (E/2000/24), пункт 18.

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>Пункты</i>	<i>Стр.</i>
Предисловие .....		iii
Выражение признательности .....		viii
Перечень сокращений и акронимов .....		x
<b>ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>1.1–1.50</b>	<b>1</b>
<b>А. Система статистики туризма и вспомогательный счет туризма: обзор .....</b>	<b>1.1–1.25</b>	<b>1</b>
<b>В. История вопроса .....</b>	<b>1.26–1.43</b>	<b>3</b>
В.1. 1991 год: Международная конференция по статистике путешествий и туризма .....	1.27–1.34	4
В.2. 1991–1999 годы: инициативы, приведшие к проведению Всемирной конференции по оценке экономического воздействия туризма, Ницца, 15–18 июня 1999 года .....	1.35–1.40	5
В.3. 1999–2000 годы: процесс, приведший к принятию в марте 2000 года Статистической комиссией документа «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» .....	1.41–1.43	6
<b>С. Содержание и структура документа «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» .....</b>	<b>1.44–1.50</b>	<b>6</b>
<b>ГЛАВА 2. ПОДХОД, ОПИРАЮЩИЙСЯ НА СПРОС: КОНЦЕПЦИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ .....</b>	<b>2.1–2.85</b>	<b>9</b>
<b>А. Посетители .....</b>	<b>2.4–2.27</b>	<b>9</b>
А.1. Обычная среда .....	2.6–2.17	9
А.1.1. Обычная среда и местожительство .....	2.10–2.13	9
А.1.2. Обычная среда и вторые дома .....	2.14–2.17	10
А.2. Продолжительность пребывания .....	2.18–2.21	11
А.3. Цель поездки .....	2.22–2.23	11
А.4. Классификация посетителей .....	2.24–2.27	12
<b>В. Туристское потребление .....</b>	<b>2.28–2.75</b>	<b>12</b>
В.1. Определение туристского потребления .....	2.28–2.30	12
В.2. Конечное потребление домохозяйств в СНС 1993 года .....	2.31–2.38	12
В.3. Туристское потребление предприятий, государственных органов и НКОДХ .....	2.39–2.41	15
В.4. Сфера охвата и компоненты туристского потребления .....	2.42–2.59	15
В.4.1. Установление места туристского потребления .....	2.44	15
В.4.2. Сфера охвата продукции туристского потребления .....	2.45–2.48	15
В.4.3. Потребительские товары длительного пользования .....	2.49–2.53	16

	<i>Пункты</i>	<i>Стр.</i>
В.4.4. Время приобретения .....	2.54	17
В.4.5. Туристские социальные трансферты в натуральной форме .....	2.55	17
В.4.6. Туристские деловые расходы .....	2.56	17
В.4.7. Краткое описание туристского потребления .....	2.57–2.59	17
В.5. Место туристского потребления .....	2.60–2.67	19
В.6. Специальные вопросы .....	2.68–2.75	21
В.6.1. Услуги, предоставляемые в рамках домохозяйства в интересах его членов .....	2.69–2.70	21
В.6.2. Жилищные услуги, предоставляемые во вторых домах за собственный счет или бесплатно .....	2.71–2.72	21
В.6.3. Услуги туристических агентств .....	2.73	21
В.6.4. Комплексные туры .....	2.74	21
В.6.5. Товары как часть туристского потребления .....	2.75	22
С. Коллективное туристское потребление .....	2.76–2.80	22
Д. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма .....	2.81–2.85	22
<b>ГЛАВА 3. ПОДХОД, ОПИРАЮЩИЙСЯ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ: КОНЦЕПЦИИ И ОПРЕ- ДЕЛЕНИЯ .....</b>	<b>3.1–3.63</b>	<b>25</b>
А. Специфическая туристская продукция .....	3.8–3.22	25
В. Специфические виды деятельности в туризме .....	3.23–3.51	27
В.1. Общие вопросы .....	3.23–3.31	27
В.2. Специальные вопросы .....	3.32–3.51	29
В.2.1. Услуги, оказываемые в рамках домохозяйства в ин- тересах его членов .....	3.33	29
В.2.2. Жилищные услуги, предоставляемые во вторых до- мах за собственный счет или бесплатно .....	3.34–3.36	29
В.2.3. Туристические агентства .....	3.37–3.45	29
В.2.4. Туроператоры .....	3.46–3.51	30
С. Отрасли туризма .....	3.52–3.63	31
С.1. Добавленная стоимость .....	3.55–3.58	31
С.2. Занятость .....	3.59–3.61	32
С.3. Валовое накопление основного капитала в отраслях туризма	3.62–3.63	32
<b>ГЛАВА 4. ТАБЛИЦЫ, СЧЕТА И АГРЕГИРОВАННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ .....</b>	<b>4.1–4.118</b>	<b>33</b>
А. Таблицы и счета .....	4.11–4.72	33
А.1. Общие замечания .....	4.11–4.12	33
А.2. Чистая стоимостная оценка .....	4.13–4.19	34
А.2.1. Чистая стоимостная оценка комплексных туров .....	4.15–4.17	34

	<i>Пункты</i>	<i>Стр.</i>
A.2.2. Чистая стоимостная оценка услуг туристического агентства .....	4.18–4.19	37
A.3. Используемые классификации .....	4.20–4.25	38
A.3.1. Общие замечания .....	4.20–4.21	38
A.3.2. Конкретные замечания .....	4.22–4.25	38
a) Продукты .....	4.22	38
b) Производственные единицы .....	4.23–4.24	39
c) Перечни типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности .....	4.25	39
A.4. Таблицы .....	4.26–4.72	40
A.4.1. Общий обзор .....	4.26–4.33	40
A.4.2. Описание .....	4.34–4.72	40
V. Агрегированные показатели .....	4.73–4.118	45
V.1. Основные агрегированные показатели .....	4.77–4.102	45
V.1.1. Потребление, относящееся к туризму внутри страны .....	4.79–4.80	45
V.1.2. Предложение в секторе туризма .....	4.81–4.84	46
a) Добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма .....	4.82–4.84	46
b) Добавленная стоимость в секторе туризма .....	4.85–4.98	46
c) Валовой внутренний продукт, созданный в результате потребления, относящегося к туризму внутри страны .....	4.99–4.102	48
V.2. Другие агрегированные показатели .....	4.103–4.118	49
V.2.1. Занятость в секторе туризма .....	4.106–4.108	49
V.2.2. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма .....	4.109–4.110	49
V.2.3. Коллективное туристское потребление .....	4.111–4.115	49
V.2.4. Общий спрос в секторе туризма .....	4.116–4.118	50

#### ТАБЛИЦЫ

1. Потребление, относящееся к въездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей (расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме) .....	51
2. Потребление, относящееся к внутреннему туризму, в разбивке по продуктам и специально отобранным группам посетителей-резидентов (расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме) .....	52
3. Потребление, относящееся к выездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей (расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме) .....	53
4. Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам и видам туризма .....	54

	<i>Стр.</i>
5. Счета производства в отраслях туризма и других отраслях .....	55
6. Внутреннее предложение и потребление, относящиеся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам .....	56
7. Занятость в отраслях туризма .....	57
8. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма отраслей туризма и других отраслей .....	58
9. Коллективное туристское потребление, в разбивке по функциям и уровням органов государственного управления .....	59
10. Неденежные показатели .....	60

#### ПРИЛОЖЕНИЯ

I. Перечень специфических туристских продуктов (относящихся к туристскому потреблению) .....	63
II. Перечень типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности .	92
III. Модуль занятости ОЭСР .....	98
IV. Предлагаемый перечень позиций валового накопления основного капитала в секторе туризма .....	99
V. Соотношение между вспомогательным счетом туризма и центральной структурой Системы национальных счетов 1993 года .....	101
Библиография .....	103
Предметный указатель .....	105

#### РИСУНКИ

2.1 Компоненты фактического конечного потребления домохозяйств .....	14
2.2 Компоненты туристского потребления .....	18
3.1 Направленность анализа предложения и потребления в области туризма .....	29
4.1 Представление в сводном виде совокупных последствий применения чистой стоимостной оценки комплексных туров для потребления, относящегося к внутреннему туризму, выездному туризму и въездному туризму .....	36
4.2 Представление в сводном виде совокупных последствий вычета стоимости услуг туристического агентства из общей стоимости туристских услуг .....	38
4.3 Перечень типичных туристских продуктов .....	39
4.4 Перечень типичных для туризма видов деятельности .....	39
4.5 Взаимосвязь между различными экономическими агрегированными показателями, которые характеризуют размеры сектора туризма с точки зрения предложения .....	48

## ВЫРАЖЕНИЕ ПРИЗНАТЕЛЬНОСТИ

Издание *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* является результатом значительных усилий, которые предпринимались с конца 70-х годов.

Термин «вспомогательные счета» применяется с конца 70-х годов во Франции в отношении тех учетных методов в конкретных горизонтальных областях, которые не нашли точного определения в Системе национальных счетов, но вместе с тем могут рассматриваться как ее «вспомогательные подсистемы». Кроме того, Франция разработала оперативные планы по количественной оценке экономических результатов от туризма.

В 1982 году Всемирная туристская организация (ВТО) поручила г-ну Хосе Кеvedо (Испания), который в то время отвечал за разработку национальных счетов в Национальном статистическом управлении Испании, подготовить документ с изложением способов описания туризма на основе действовавших в то время рекомендаций в отношении национальных счетов — *Системы национальных счетов 1968 года*. В документе, представленном на пятой сессии Генеральной ассамблеи ВТО, которая состоялась в 1983 году в Дели, подчеркивалось важное значение такого описания как единообразного и всеобъемлющего способа оценки туризма и его сравнения с другими секторами экономики. Этот документ не был принят, но все же считается общей основой для большинства мероприятий ВТО, направленных на международное согласование концепций и статистики туризма.

Кроме того, Комитет по туризму Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) работал в направлении признания масштабов, характера и роли туризма в экономике стран — членов ОЭСР еще до принятия счетов туризма. Разрабатывая в 1991 году свое *Руководство по экономическим счетам туризма*, ОЭСР изучила некоторые острые проблемы, относящиеся к оценке туризма.

Специального упоминания заслуживает документ, представленный Статистическим управлением Канады в ходе Международной конференции по статистике путешествий и туризма, которая проводилась ВТО в Оттаве в 1991 году, о схеме создания надежных и сопоставимых способов оценки экономической деятельности в туризме в сравнении с другими отраслями национальной экономики, а также о создании основы для учета организованным и последовательным образом других относящихся к деятельности в области туризма данных. Эта схема была основана на проекте изучения применимости для туризма принципов составления вспомогательных счетов.

После принятия Статистической комиссией в 1993 году *Рекомендаций по статистике туризма*, опубликованных Оттавской конференцией, ВТО и ОЭСР приступили к разработке концептуальной основы составления вспомогательного счета туризма (ВСТ). Ответственными за разработку проекта в ВТО и ОЭСР были назначены, соответственно, Марион Либреро (Франция) и Джон Джойс (Канада).

Деятельность обоих консультантов заслуживает самой высокой оценки в связи с их вкладом в успешную разработку документов, опубликованных до окончательного представления на Всемирной конференции по оценке экономического воздействия туризма им. Энцо Пачи, которая проходила в Ницце 15–18 июня 1999 года. Кроме того, в процессе разработки ВТО полагалась на помощь со стороны Альфреда Франца (Австрия), Дугласа Фрештлинга (Соединенные Штаты Америки), Алэна Писарски (Соединенные Штаты Америки), Франсиско Эрнандеса (Испания) и Хосе Кеvedо (Испания) в качестве консультантов, а также на участие представителей Руководящего комитета по статистике ВТО. Помимо этого в разработке со-



ответствующего проекта весьма активное участие принимала рабочая группа по статистике Комитета по туризму ОЭСР. И наконец, целевая группа по связанным с туризмом методологическим вопросам Статистического бюро Европейских сообществ (Евростат) в значительной степени опиралась на проект ВСТ, разработанный по ее просьбе Международным центром исследований отрасли туризма (Италия), организацией «Группо Клас» (Италия) и Петером Лаймером (Австрия).

После проходившей в Ницце Конференции была создана межсекретариатская рабочая группа ВТО–ОЭСР–Евростат с целью разработки общей концептуальной основы для подготовки методологической структуры ВСТ. Среди тех, кто принимал участие в заседаниях рабочей группы и отвечал в качестве представителей от своих соответствующих организаций за разработку окончательных технических рекомендаций, были Антонио Массье (ВТО), Луи Кинканнон (ОЭСР), Алэн Дюпейра (ОЭСР), Карл Обст (ОЭСР), Педро Диас (Евростат) и София Эрикссон (Евростат). Без этой институциональной платформы утверждение Статистической комиссией на ее тридцать первой сессии в 2000 году документа *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* было бы невозможным.

Особых слов признательности за его неутомимую работу и постоянную поддержку заслуживает Энцо Пачи, умерший в октябре 1998 года, который в качестве руководителя Департамента статистики, экономического анализа и рыночных исследований ВТО с самого начала активно содействовал продвижению проекта создания системы статистики туризма и вспомогательного счета туризма.

## ПЕРЕЧЕНЬ СОКРАЩЕНИЙ И АКРОНИМОВ

ВВП	валовой внутренний продукт
ВСПТ	Всемирный совет путешествий и туризма
ВСТ	вспомогательный счет туризма
ВТО	Всемирная туристская организация
Евростат	Статистическое бюро Европейских сообществ
КИПЦ	Классификация индивидуального потребления по целям
СРС, версия 1.0	Классификация основных продуктов, версия 1.0
КПВД	Классификация продуктов по видам деятельности
КФОГУ	Классификация функций органов государственного управления
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
МСОК (третий пересмотренный вариант)	Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности, третий пересмотренный вариант
МСОТО	Международный союз официальных туристских организаций
НКОДХ	некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПБ	платежный баланс
СИКТА	Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме
СНС 1993 года	Система национальных счетов 1993 года
УФПИК	услуги по финансовому посредничеству, измеряемые косвенным образом
ЭСТ	экономические счета туризма (ОЭСР)

## ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ

### А. Система статистики туризма и вспомогательный счет туризма: обзор

1.1. Туризм определяется как деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями, не связанными с занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Туризм является видом деятельности, масштабы которого как экономического и социального явления за последние четверть века существенно расширились. Однако статистическая информация о характере, развитии и последствиях туризма основана по большей части на статистике прибытий и дней пребывания, а также на данных платежного баланса, которые не охватывают полностью туризм как экономическое явление. Вследствие этого правительства, деловые круги и граждане могут не получать точной информации, необходимой для проведения действенной государственной политики и осуществления эффективной предпринимательской деятельности. Особый дефицит наблюдается в информации о той роли, которую туризм играет в национальной экономике различных стран мира, в связи с чем ощущается острая необходимость в достоверных данных относительно масштабов и значимости туризма.

1.2. В прошлом описание туризма было сосредоточено на характеристиках туристов, на условиях, в которых проходит их путешествие и пребывание, целях поездки и т. д. В настоящее время все больше внимания уделяется той роли, которую туризм играет или может сыграть в экономике напрямую, косвенным образом или путем опосредованного воздействия в плане создания добавленной стоимости, обеспечения занятости, личного дохода, государственного дохода и т. д.

1.3. В течение ряда лет признается необходимость углубления понимания экономических результатов от туризма, и ряд стран и международных организаций принимают участие в разработке методов оценки его экономической значимости.

1.4. В частности, изменился характер данных о туризме, необходимых как для государственного, так и для частного сектора. Помимо количественной информации о потоке туристов, такой, как число прибытий и дней пребывания, и информации описательного характе-

ра об условиях, в которых производится прием и обслуживание туристов, страны в настоящее время нуждаются в надежной информации и показателях для повышения достоверности оценок, касающихся экономического значения туризма. Данные должны отвечать следующим требованиям:

- они должны быть статистическими по характеру и готовиться на регулярной основе, то есть не только в виде единовременных расчетов, но и в качестве текущих статистических процессов, сочетающих базовые расчеты с более гибкими видами использования показателей для повышения полезности получаемых результатов;
- расчеты должны опираться на надежные статистические источники, в которых отслеживаются туристы и производители услуг, возможно, с использованием независимых процедур;
- данные должны быть сопоставимы во времени в рамках одной и той же страны, сравнимы по странам, сопоставимы с данными по другим отраслям экономической деятельности;
- данные должны быть внутренне последовательными и представляться в макроэкономических рамках, признаваемых на международном уровне.

1.5. Требуемые данные охватывают следующие главные области:

- анализ спроса, создаваемого различными видами туризма (в пределах одной страны, из другой страны или в другую страну), классифицируемыми согласно характеристикам самих туристов, их маршрутов и приобретенных товаров и услуг;
- влияние такого предложения на базовые макроэкономические переменные соответствующей страны, в частности на функции производства и взаимосвязи между различными видами деятельности, которые служат основой для анализа воздействия;
- описание характера занятости и рабочих мест, накопления капитала и нефинансовых инвестиций;
- импорт и экспорт, а также влияние на платежный баланс;
- воздействие на государственные доходы, образование личного и предпринимательского дохода.

1.6. Основными товарами и услугами, потребляемыми туристами, являются транспорт, средства размещения, питание и развлечения, которые в широком смысле можно считать типичными для туризма. В зависимости от туристического маршрута, цели поездки и индивидуальных особенностей каждого туриста они могут весьма различаться по своему характеру, качеству и количеству. При изучении туризма все эти элементы следует принимать во внимание на регулярной и систематической основе.

1.7. Хотя по своему характеру туризм относится к опирающемуся на спрос явлению, с экономической точки зрения необходимо проследить связь между спросом и предложением и определять влияние такого предложения на базовые макроэкономические переменные соответствующей страны.

1.8. В контексте макроэкономического анализа взаимосвязь между предложением и спросом лучше всего изучать в общих рамках национальных счетов, а более конкретно — в рамках таблиц ресурсов и использования.

1.9. Система национальных счетов 1993 года (СНС 1993 года)<sup>1</sup> содержит концепции, определения, классификации, правила учета, счета и таблицы для составления всеобъемлющей, комплексной основы для расчета показателей производства, потребления, инвестиций капитала, доходов, запасов и потоков финансового и нефинансового богатства и других соответствующих экономических переменных.

1.10. В рамках СНС 1993 года детальный анализ конкретного вида спроса может быть представлен в увязке с предложением соответствующих товаров и услуг в той или иной экономике.

1.11. Однако потребление, осуществляемое туристами, не ограничивается набором заранее определенных товаров и услуг, произведенных в заранее определенных отраслях. Особое место туризма определяется не столько тем, что именно приобретается, сколько временным характером положения, в котором оказывается потребитель: он находится вне своей обычной среды; он путешествует или пребывает в том или ином месте в целях, не связанных с занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте, и именно эта характерная черта отличает его от любого другого потребителя.

1.12. Эта характеристика потребителя не находит отражения в основной структуре национальных счетов,

<sup>1</sup> Комиссия Европейских сообществ, Международный валютный фонд, Организация экономического сотрудничества и развития, Организация Объединенных Наций и Всемирный банк, *Система национальных счетов, 1993 год* (Брюссель/Люксембург, Нью-Йорк, Париж, Вашингтон, О.К., 1993 год).

в которой участники сделок классифицируются согласно (относительно) постоянным характеристикам, одной из которых является страна проживания или местожительства.

1.13. Для таких случаев в СНС 1993 года предлагается использовать так называемый вспомогательный счет, который прилагается к основной структуре Системы национальных счетов и в большей или меньшей степени имеет сходные с этой основной структурой базовые концепции, определения и классификации<sup>2</sup>.

1.14. Вследствие этого фундаментальная структура вспомогательного счета туризма (ВСТ) основана на общем равновесии в экономике между спросом на товары и услуги, создаваемым туризмом, и их предложением. В основе построения ВСТ заложены идеи подробного анализа всех аспектов спроса на товары и услуги, которые в экономике могут быть связаны с туризмом, отслеживания оперативной связи с предложением таких товаров и услуг в рамках той же экономики, а также установления того, как это предложение соотносится с другими видами экономической деятельности.

1.15. Создаваемый туризмом спрос охватывает огромное разнообразие товаров и услуг, основное значение в которых принадлежит транспорту, средствам размещения и питанию. Некоторые из этих услуг, например проживание во втором доме (доме для отдыха) в целях туризма или транспортировка собственным автотранспортом, могут в значительной степени производиться за собственный счет.

1.16. Вместе с тем, хотя СНС 1993 года включает предоставление жилищных услуг за собственный счет в свои границы производства, это не относится к транспортным услугам, произведенным в рамках домохозяйств для собственного потребления, которые полностью исключаются из этих границ.

1.17. Разработка функционально ориентированных вспомогательных счетов могла бы обеспечить расширение границы сферы производства СНС 1993 года, реклассификацию операций и участников операций либо и то и другое. Однако при разработке ВСТ было принято решение сосредоточиться на тот момент на реклассификации в рамках границ сферы производства СНС 1993 года, с тем чтобы получить агрегированные показатели для туризма, сопоставимые с другими агрегированными показателями, рассчитанными в рамках концептуальной основы СНС 1993 года.

1.18. В связи с этим приветствуется, что страны, в которых транспортные услуги за собственный счет занимают значительное место во внутреннем туристском потреблении, учитывают эти услуги, но они

<sup>2</sup> См. там же, глава XXI.

должны делать это таким образом, чтобы была возможность включения таких услуг или их исключения в целях международной сопоставимости.

1.19. *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* имеет вид базовой системы концепций, классификаций, определений, таблиц и агрегированных показателей, связанных с функциональной точки зрения со стандартными таблицами СНС 1993 года. Такая система была разработана с целью оценки экономических результатов от туризма в национальной экономике на ежегодной основе.

1.20. Полный ВСТ будет обеспечивать следующее:

- макроэкономические агрегированные показатели для описания масштабов и экономического значения туризма, такие как добавленная стоимость и валовой внутренний продукт (ВВП), создаваемые туризмом, соответствующие аналогичным агрегированным показателям как для экономики в целом, так и для других видов производительной деятельности и представляющих интерес функциональных областей;
- подробные данные о потреблении, осуществляемом туристами, и о том, насколько это потребление обеспечивается отечественным предложением и импортом, включенные в таблицы, которые являются производными от общих таблиц ресурсов и использования в национальных счетах, как в текущих, так и в постоянных ценах;
- подробные счета производства отраслей туризма, включая данные о занятости, связях с другими видами производительной экономической деятельности и накоплении капитала;
- базовую информацию, необходимую для разработки моделей экономического воздействия туризма (на национальном и наднациональном уровнях), для подготовки анализа рынка туризма и т. д.;
- связь между экономическими данными и другой нестоимостной информацией о туризме, такой как число прибытий, продолжительность пребывания, цель поездки, виды транспорта и т. д.

1.21. Представленный в *Рекомендуемой методологической основе* ВСТ следует рассматривать с двух различных точек зрения:

- в качестве нового статистического инструмента, включающего концепции, определения, агрегированные показатели, классификации и таблицы, сопоставимого с принятыми многими странами национальными учетными рамками и позволяющего проводить значимые сравнения между регионами, странами или группами стран, а также сравнивать эти оценки с другими признанными на междуна-

родном уровне макроэкономическими агрегированными показателями и компиляциями;

- в качестве процесса, которым руководствуются страны при создании своей системы статистики туризма, главной целью которого является подготовка ВСТ, и этот счет можно рассматривать как продукт такой системы.

1.22. Следует понимать, что *Рекомендуемая методологическая основа* — лишь первый шаг в процессе методологического развития этого нового статистического инструмента, который по своему оперативному характеру является продуктом синтеза инструментов, используемых в национальных счетах. Ее последовательное применение странами зависит от успехов в разработке соответствующих инструментов СНС 1993 года. С течением времени и по мере накопления опыта появится необходимость в обновлении и расширении некоторых из представленных здесь рекомендаций.

1.23. Такие изменения могут включать в себя внедрение новых разработок, касающихся предлагаемых классификаций продуктов и видов деятельности, новых границ экономической деятельности для туризма, новых областей применения (показатели в области национального туризма, анализ платежного баланса, анализ на региональном уровне) или специальных модулей (занятость, государственные доходы).

1.24. В *Рекомендуемой методологической основе* обсуждение ограничивается рядом областей с целью упростить представление результатов сложных обсуждений специалистами по статистике туризма. Вместе с тем в дополнение к настоящим рекомендациям подготовлен ряд более подробных справочных документов и технических пособий.

1.25. И наконец, в *Рекомендуемой методологической основе* к странам не предъявляются какие-либо требования в отношении составления ВСТ. Скорее, ее следует понимать как важный шаг в совместной деятельности по дальнейшей разработке системы статистики международного туризма. Многие из связанных с этим проблем носят комплексный характер и требуют дальнейших обсуждений. Считается, что создание странами ВСТ будет способствовать разработке стандартов, но вместе с тем выражается надежда, что выпуск настоящих рекомендаций приведет страны к рассмотрению преимуществ составления вспомогательных счетов туризма.

## **В. История вопроса**

1.26. Документ *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* является результатом многолетних усилий множества учреждений, стран и отдельных лиц, направленных на включение

оценки туризма в качестве экономического явления в рамки макроэкономической статистики.

В.1. 1991 год: Международная конференция по статистике путешествий и туризма

1.27. Международная конференция по статистике путешествий и туризма, которая проводилась Всемирной туристской организацией (ВТО) в Оттаве с 24 по 28 июня 1991 года<sup>3</sup>, явилась итогом огромных усилий, предпринятых во второй половине 70-х годов и особенно в 80-х годах не только международными организациями (в особенности Организацией Объединенных Наций, ВТО и Организацией экономического сотрудничества и развития — ОЭСР), но и рядом стран, среди которых особого упоминания, помимо Канады, заслуживает Франция, первая приступившая к оценке экономических результатов от туризма.

1.28. Организация Объединенных Наций в лице своей Статистической комиссии и ВТО с самого начала их деятельности являются международными организациями, разрабатывающими набор определений и классификаций для туризма с двумя основными целями:

- достижение международной сопоставимости;
- обеспечение руководства для стран при внедрении ими статистической системы для туризма.

1.29. Период времени между 1937 и 1980 годами характеризовался разработкой определений и классификаций для статистики международного туризма, которые практически не были сопоставимыми с другими областями статистики:

- в 1937 году Совет Лиги Наций рекомендовал определение термина «международный туризм» для статистических целей. Оно было незначительно изменено Международным союзом официальных туристских организаций (МСОТО) на его заседании, проходившем в 1950 году в Дублине;
- в 1953 году Статистическая комиссия разработала концепцию «международный посетитель»;
- Конференция Организации Объединенных Наций по международным путешествиям и туризму, проходившая в Риме в 1963 году, рекомендовала предложенные МСОТО определения терминов «посетитель», «турист» и «однодневный посетитель». Затем в 1967 году эти определения были изучены группой экспертов Организации Объединенных Наций по статистике международных путешествий и в 1968 году одобрены Статистической комиссией;

<sup>3</sup> См. Резолюции Международной конференции по статистике путешествий и туризма (Всемирная туристская организация, 1991 год).

- после одобрения Статистической комиссией в 1976 году<sup>4</sup>, в 1978 году были опубликованы *Временные директивы по статистике международного туризма*<sup>5</sup>.

1.30. В 80-х годах стало возникать общее понимание значения туризма и его взаимосвязи с другими видами экономической и социальной деятельности. ВТО в тесном сотрудничестве со Статистическим отделом Организации Объединенных Наций инициировала проведение статистических исследований по двум направлениям:

- первое направление заключалось в предложении изменений к определениям и классификациям, используемым при изучении туризма, с тем чтобы обеспечить их совместимость и соответствие с определениями и классификациями других национальных и международных статистических систем;
- второе направление состояло во включении туризма в аналитические рамки национальных счетов.

1.31. В 1983 году на пятой сессии Генеральной ассамблеи, проходившей в Дели, ВТО опубликовала доклад, в котором излагались возможные пути описания туризма на основе действовавших в то время рекомендаций в отношении национальных счетов — *Системы национальных счетов 1968 года*<sup>6</sup>. В докладе подчеркивалось большое значение такого описания как единого и всеобъемлющего способа оценки туризма и его сравнения с другими секторами экономики. Этот документ не был внедрен для целей описания, но все же считается общей основой для большинства мероприятий ВТО, направленных на международное согласование концепций и статистики туризма.

1.32. Эта проведенная ранее на международном уровне работа по статистике туризма дала ВТО возможность представить на Оттавской конференции согласованную систему концепций, определений и классификаций в области туризма. В частности, были предложены набор статистических определений внутреннего и международного туризма и классификация видов деятельности в туризме, причем все они были увязаны с другими областями международной статистики. Кроме того, было уделено внимание необходимости наличия системы включенных в Систему национальных счетов данных по туризму — вспомогательного счета туризма.

1.33. Комитет по туризму ОЭСР работал также в направлении признания масштабов, характера и роли

<sup>4</sup> См. *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, шестьдесят вторая сессия, Дополнение № 2 (E/5910)*, пункт 74.

<sup>5</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.78.XVII.6.

<sup>6</sup> United Nations Publications, Sales No. 69.XVII.3.

туризма в экономике стран — членов ОЭСР еще до принятия счетов туризма и показал необходимость такой информации при разработке политики. Начиная с 1985 года ОЭСР прилагает усилия к включению туризма в рамки более широкого статистического инструмента, каковым является СНС. Разрабатывая *Руководство по экономическим счетам туризма*<sup>7</sup>, ОЭСР изучила некоторые острые проблемы, относящиеся к оценке туризма, в том числе согласование предложения и потребления и учет комплексных туров.

1.34. Специального упоминания заслуживает документ, представленный Статистическим управлением Канады на Оттавской конференции, о схеме создания надежных и сопоставимых способов оценки экономической деятельности в области туризма в сравнении с другими отраслями национальной экономики, о создании основы для учета организованным и последовательным образом других относящихся к деятельности в области туризма данных, а также об обеспечении удобного доступа к базам данных для потенциальных пользователей. Предложенная Статистическим управлением Канады схема была основана на проекте изучения применимости для туризма принципов составления вспомогательных счетов, который явился частью работы Канадской национальной целевой группы по данным в области туризма (1984–1986 годы). Доклад о предлагаемом вспомогательном счете туризма был опубликован в мае 1987 года, когда ВТО приступила к осуществлению своей идеи о разработке международных принципов составления вспомогательного счета туризма.

В.2. *1991–1999 годы: инициативы, приведшие к проведению Всемирной конференции по оценке экономического воздействия туризма, Ницца, 15–18 июня 1999 года*

1.35. После проведения Оттавской конференции не только стали осуществляться многие из предложенных инициатив, но и возросло число стран, разрабатывающих ВСТ. Помимо государственных структур собственные инициативы стал разрабатывать также частный сектор.

1.36. В 1994 году Организация Объединенных Наций и ВТО опубликовали *Рекомендации по статистике туризма*<sup>8</sup>. *Рекомендации* содержат а) рекомендации по статистике туризма<sup>9</sup>, предложенные ВТО после проведения Оттавской конференции, и б) Стандартную международную классификацию видов деятельности в

туризме (СИКТА)<sup>10</sup> — временную классификацию, предназначенную для использования странами, причем оба этих документа были приняты Статистической комиссией на ее двадцать седьмой сессии<sup>11</sup>. Некоторые представленные в *Рекомендациях* 1994 года определения и классификации будут нуждаться в корректировке, чтобы соответствовать принципам документа *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа*.

1.37. В рамках ОЭСР сбор данных и анализ экономических счетов туризма (ЭСТ) начались в 1992 году; с тех пор ЭСТ стали полезным инструментом разработки направлений политики. ОЭСР обеспечивает для стран-членов постоянное руководство, в том что касается составления сопоставимых международных счетов, применения принципов национального учета и принятия комплексного подхода, способствующего увязыванию самого туризма с другими важными экономическими аспектами туризма, например с обеспечением занятости. В 1997 году Комитет по туризму ОЭСР выдвинул свое первое предложение в отношении вспомогательного счета туризма для стран — членов ОЭСР.

1.38. Статистическое бюро Европейских сообществ (Евростат) также разработало много программ и проводило исследования по статистике туризма в Европейском союзе. Бюро разработало методологию ЕС в отношении статистики туризма, сопоставимую со стандартами Организации Объединенных Наций/ВТО и адаптированную к особым потребностям и условиям государств — членов Европейского союза (ЕС). Особо следует отметить директиву Совета ЕС в отношении сбора статистической информации в области туризма, которая была одобрена в 1995 году<sup>12</sup>; ее целью является согласование и совершенствование статистических данных, разработанных государствами-членами, и она представляет собой первый правовой шаг по созданию комплексной системы информации по предложению и спросу в области туризма. С этой целью Евростат осуществляет сбор данных на регулярной основе (ежемесячная, ежеквартальная и ежегодная информация) и распространяет базовые статистические данные по туризму. Требуемая директивой информация охватывает следующие области:

- возможности по коллективному размещению туристов;
- поток приезжающих в средствах коллективного размещения туристов (внутренний и въездной туризм);

<sup>7</sup> Paris, Organisation for Economic Cooperation and Development, 1991.

<sup>8</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.94.XVII.6.

<sup>9</sup> Там же, часть 1.

<sup>10</sup> Там же, Часть 2.

<sup>11</sup> *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, Дополнение № 6 (E/1993/26)*, пункт 154.

<sup>12</sup> См. *Official Journal of the European Communities*, No. L291 (6 December 1995).

- туристский спрос на двух наиболее важных рынках туризма: отдых и деловые поездки (внутренний и выездной туризм).

1.39. Канада относится к числу стран, разработавших в этот период вспомогательные счета туризма. В июле 1994 года были опубликованы первые результаты разработки ВСТ Статистическим управлением Канады. Другие страны, например Доминиканская Республика (которая применяла первый вариант этой концептуальной основы, а затем адаптировала ее по мере внесения изменений в другие варианты), Франция, Новая Зеландия, Мексика, Чили, Куба, Польша, Норвегия, Сингапур, Швеция и Соединенные Штаты Америки, либо недавно опубликовали свои ВСТ, либо разработали четкие экспериментальные счета. Такие страны, как Австралия, Финляндия, Индия, Филиппины, Таиланд, Республика Корея, Испания и Швейцария, сделают это в ближайшем будущем. Подавляющее большинство из них — это страны — члены ОЭСР, которые воспользовались преимуществами работы, проделанной за последние годы Комитетом по туризму ОЭСР в области разработки их систем.

1.40. В частном секторе Всемирный совет путешествий и туризма (ВСПТ) отстаивает свой подход к количественной оценке экономического воздействия туризма. Основное внимание в его методологии уделено количественной оценке экономического воздействия потребления, осуществляемого туристами (отрасль путешествий и туризма), а также общего спроса (экономика путешествий и туризма) с применением имитационной модели. В первом случае оценка ограничивается прямым воздействием туристского потребления на производство. Во втором — рассматривается прямое и косвенное воздействие, связанное с инвестициями капитала, государственными расходами, внешней торговлей, в том числе с увеличением спроса на товары и услуги, вызванным перемещением людей по всему миру (мировой туризм). ВСПТ выступает за основанный на спросе подход с исчерпывающим определением его масштабов, который увязан с основанными на предложении концепциями с помощью экономических моделей. Проводимые Советом исследования в значительной степени основаны на применении принципов экономического моделирования.

V.3. *1999–2000 годы: процесс, приведший к принятию в марте 2000 года Статистической комиссией документа Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа*

1.41. В сентябре 1999 года, через три месяца после проводившейся ВТО Всемирной конференции по

оценке экономического воздействия туризма им. Энцо Пачи<sup>13</sup>, в соответствии с резолюциями Всемирной конференции в Ницце была создана межсекретариатская рабочая группа ВТО–ОЭСР–Евростат с целью разработки общей концептуальной основы для подготовки методологической основы ВСТ.

1.42. Прделанная секретариатами трех организаций работа привела к соглашению относительно основных изменений, которые надлежит внести в документ, представляемый ВТО в декабре 1999 года на рассмотрение Статистической комиссии на ее тридцать первой сессии, под названием «Проект вспомогательного счета туризма: методическое пособие»<sup>14</sup>. Возникшие вопросы и согласованные редакционные поправки были отражены в справочном документе, представленном ВТО, ОЭСР и Евростат Статистической комиссии и содержащем предлагаемые изменения к этому документу.

1.43. На своей тридцать первой сессии Статистическая комиссия утвердила<sup>15</sup> проект документа с внесенными в него поправками, который представляет собой содержание *Рекомендуемой методологической основы*. В результате этого все три организации признали, что теперь могут содействовать внедрению ВСТ в своих соответствующих странах-членах.

## C. Содержание и структура документа *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа*

1.44. Глава 1 документа *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* представляет собой общее введение к рекомендациям. В ней излагаются основания для разработки данных рекомендаций, кратко излагаются технические вопросы, подчеркивается полезность применения этого нового статистического инструмента и дается краткая история процесса, который привел к выпуску настоящих рекомендаций.

1.45. Глава 2 «Подход, опирающийся на спрос: концепции и определения» начинается с анализа основной единицы статистического наблюдения — «туриста» и содержит ряд указаний в отношении правильного применения концепции туристского потребления, в рамках которой расходы туристов на конечное потребление в денежном выражении (ее главный компонент) соответствуют термину «туристские расходы», традиционно

<sup>13</sup> См. World Tourism Organization, *Measurement of the Economic Impact of Tourism* (CD-ROM).

<sup>14</sup> Статистические документы, Серии F, № 80 (PROV/ST/ESA/STAT/SER.F/80).

<sup>15</sup> См. *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2000 год, Дополнение № 4* (E/2000/24), пункт 18.



применяемому при анализе туризма. Кроме того, в главе 2 рассматриваются и другие концепции и определения, применяемые в рамках ВСТ, такие как определение и измерение туристского потребления, места, где происходит туристское потребление, а также специальные вопросы, например жилищные услуги, предоставляемые за свой счет или бесплатно, и услуги, оказываемые в рамках домашних хозяйств в собственных интересах.

1.46. В последующих пунктах главы 2 излагается содержание трех компонентов, составляющих общий туристский спрос, создаваемый тем вниманием, которое уделяется туристам. Потребление, относящееся к туризму внутри страны, является важнейшим агрегированным показателем, применяемым для определения масштабов прямого «спроса в секторе туризма» в соответствующей стране. Однако туристский спрос можно представить как более широкую концепцию. В настоящих рекомендациях исходят из того, что туристское потребление может быть дополнено и другими компонентами спроса, такими как коллективное туристское потребление и валовое накопление основного капитала в секторе туризма, что приведет к образованию расширенного агрегированного показателя спроса, классифицируемого как «общий спрос в секторе туризма».

1.47. В главе 3 «Подход, опирающийся на предложение: концепции и определения» рассматриваются предложение товаров и услуг туристам, определение производительной деятельности, продукты, которые будут в центре анализа, и соответствующие экономические переменные, связанные с предложением. Анализ туризма с точки зрения предложения сосредоточен на производственных единицах того же типа, что и используемые в таблицах ресурсов и использования СНС 1993 года, а именно на заведениях. С функциональной точки зрения СНС 1993 года определяет «отрасль» как «группу заведений, занимающихся аналогичными видами деятельности». Согласно этому определению набор характерных видов деятельности в туризме не составляет одну отрасль, однако данный набор включает ряд классов «отраслей» в их традиционном смысле. Соответственно, ВСТ определяет «отрасль туризма» как все заведения, основным видом производительной деятель-

ности которых является типичная для туризма производительная деятельность. В данной главе также рассматриваются специальные вопросы, например относящиеся к туристическим агентствам и туроператорам.

1.48. Глава 4 «Таблицы, счета и агрегированные показатели» является основным компонентом методологической структуры ВСТ и включает 10 таблиц. Предлагаемые в настоящем документе предварительные таблицы составлены с использованием определенного агрегированного значения типичных для туризма продуктов и видов деятельности и представлены в общем порядке их составления.

1.49. Некоторые пункты главы 4 конкретно касаются процедуры, которой следует придерживаться при составлении таблиц, с тем чтобы, с одной стороны, проиллюстрировать связь, проведенную между концепциями, определениями и классификациями в главах 2 и 3, и, с другой стороны, подчеркнуть те аспекты, которые представляются наиболее уместными.

1.50. В приложениях I–V приводятся классификации типичных продуктов и видов деятельности, которые надлежит использовать, с указанием их соответствия другим действующим международным классификациям (СНС 1993 года; Классификация основных продуктов — СРС, версия 1.0<sup>16</sup>; Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности — МСОК, третий пересмотренный вариант<sup>17</sup>; и СИКТА). В приложениях содержатся: перечень специфических туристских продуктов; перечень типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности; модуль занятости ОЭСР в общем виде; предложение по классификации произведенного основного капитала для использования при представлении данных о валовом накоплении основного капитала; и краткий обзор соответствия между ВСТ и СНС 1993 года. В конце настоящей публикации приводятся библиография и предметный указатель.

<sup>16</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.98.XVII.5.

<sup>17</sup> То же, в продаже под № R.90.XVII.11.



## ГЛАВА 2. ПОДХОД, ОПИРАЮЩИЙСЯ НА СПРОС: КОНЦЕПЦИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

2.1. «Туризм» представляет собой деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями, не связанными с занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Термин «деятельность лиц» используется в общем смысле этого слова как конкретный вид деятельности того или иного лица, а не как сокращенный вариант термина «производительная экономическая деятельность» в том смысле, в каком он используется, например, в третьем пересмотренном варианте МСОК<sup>1</sup>. В секторе туризма термин «деятельность лиц» означает виды деятельности тех лиц, которые квалифицируются как «посетители».

2.2. Поскольку этих видов деятельности множество и они оказывают воздействие на весьма разнообразные условия, изучать туризм можно с самых разных точек зрения, например с точки зрения его воздействия на окружающую среду, местную культуру, ландшафт или инфраструктуру. При составлении ВСТ интерес вызывает в первую очередь воздействие туризма на предложение и спрос на товары и услуги, на общий уровень экономической активности и на занятость. Начальным пунктом такого экономического анализа является изучение деятельности посетителей как потребительской деятельности в широком смысле этого слова, которая является центральной для экономики туризма; впоследствии этот подход дополняется другими элементами.

2.3. Поскольку туризм определяется как деятельность «лиц», первый шаг состоит в четком определении того, кто является этими лицами, так как они — центральный объект изучения туризма, а затем в ходе этого изучения определяются различные компоненты туристского спроса.

### А. Посетители

2.4. Лица, о которых идет речь в определении туризма, именуются «посетителями»; термин «посетитель» означает «любое лицо, которое путешествует в какое-либо место, находящееся за пределами его обыч-

ной среды, на срок, не превышающий 12 месяцев, и главной целью поездки которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте» (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 20).

2.5. Значительная и даже наибольшая часть экономической деятельности в секторе туризма в той или иной стране приходится на время пребывания в стране посетителей. Однако ВСТ также включает потребительскую деятельность потенциальных посетителей еще до поездки (такую, как приобретение туристского багажа или туристской страховки) или посетителей по возвращении домой (например, проявка фотоплёнок, снятых во время поездки). Дома для отдыха и другое неосновное жилье также могут являться источником экономической деятельности, представляющей интерес для ВСТ, которая происходит даже в отсутствие посетителей.

#### А.1. Обычная среда

2.6. Трудно дать четкое определение обычной среды, необходимое для проведения различий между посетителями и всеми другими лицами, временно пребывающими в том или ином месте. В целом обычная среда соответствует географическим границам, в которых лицо проживает в обычной жизни. Как отмечено в *Рекомендациях по статистике туризма*, обычная среда того или иного лица включает в себя место в непосредственной близости от его дома и место работы или учебы, а также другие часто посещаемые места. Обычная среда определяется двумя показателями:

- частота: места, которые лицо часто посещает (в обычных условиях), считаются частью его обычной среды, даже если такие места расположены на значительном расстоянии от его местожительства;
- расстояние: места, расположенные поблизости от местожительства лица, также являются частью его обычной среды, даже если фактически они редко посещаются.

2.7. Национальные статистические организации могут пожелать определить границы обычной среды в статистическом выражении с использованием таких показателей, как покрытое расстояние, частота поездок

<sup>1</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.90.XVII.11.

или официальные границы районов либо других административных территорий.

2.8. Важно отметить, что если посещаемое место не является частью обычной среды того или иного лица (посетителя), то в этом случае такое лицо не считается «обычно проживающим потребителем» для данного места. По определению, поездка такого лица в данное место повлечет за собой дополнительные расходы в данном месте сверх расходов, которые осуществляются потребителями, обычно проживающими в этом месте. Такие дополнительные расходы служат основой для экономической деятельности, инициируемой туризмом, и, следовательно, являются центральным звеном ВСТ.

2.9. И наконец, понятие обычной среды является экономическим понятием и практически не относится к правовым условиям: иностранцы, незаконно проживающие в стране, тем не менее имеют свою обычную среду в пределах ее границ. С другой стороны, юридическое право на проживание в данном месте не означает, что именно это место будет обычной средой для того или иного лица.

#### А.1.1. Обычная среда и местожительство

2.10. Концепция обычной среды, как она определена в *Рекомендациях по статистике туризма*, и концепция местожительства, используемая в СНС 1993 года и в пятом издании *Руководства по платежному балансу*<sup>2</sup>, не являются синонимичными. Место, в котором человек работает, однозначно является частью его обычной среды, но не обязательно соответствует его местожительству.

2.11. В целом в статистике народонаселения местожительство является характеристикой, приписываемой домохозяйствам, в то время как в статистике туризма обычная среда — это характеристика, приписываемая отдельным лицам, каждое из которых является частью отдельного домохозяйства. Два лица, которые являются частью одного и того же домохозяйства, обязательно имеют одно и то же местожительство, однако могут иметь разную обычную среду.

2.12. На основе этих широких концепций были сформулированы некоторые относящиеся к туризму правила, которые применяются в рамках ВСТ. К таким правилам относятся следующие:

- регулярные поездки на работу согласно определению Организации Объединенных Наций/ВТО являются поездками, но не рассматриваются как туристская деятельность (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 22);

- если то или иное лицо покидает свое местожительство с намерением перенести местожительство в новое место, его не следует рассматривать как посетителя в этом новом месте, даже если оно проживает здесь менее года. Такое новое место становится частью его новой обычной среды;
- если то или иное лицо присутствует в каком-либо месте более года, это место считается частью его обычной среды. Таким образом, это лицо не может считаться посетителем в данном месте, хотя оно может и не являться здесь резидентом в экономическом или юридическом смысле.

2.13. Учащиеся, пребывающие за границей даже в течение более одного года, однако в экономическом плане по-прежнему находящиеся на иждивении своих семей, считаются частью домохозяйства своей семьи. Соответственно, они продолжают оставаться резидентами того места, где расположен центр экономического интереса их домохозяйства, однако их обычной средой являются также учебное заведение, в котором они учатся, и место, где они проживают. Больные, более одного года находящиеся в больницах или подобных учреждениях, расположенных в некотором удалении от их основного местожительства, по-прежнему являются частью домохозяйства, в которое они входили, если они продолжают поддерживать экономические связи с этим домохозяйством, даже если их обычная среда в настоящее время включает больницу, в которой они находятся. То же самое можно сказать и о лицах, отбывающих длительный срок тюремного заключения. Все эти группы лиц не являются посетителями в тех местах, где они проживают в настоящее время. Но если другие члены домохозяйства, в которое входит такое лицо, поедут их навестить, то они будут считаться в этих местах посетителями.

#### А.1.2. Обычная среда и вторые дома

2.14. У каждого домохозяйства имеется жилье, которое в статистических целях будет рассматриваться как основной дом и основное место проживания данного домохозяйства. Все другие жилища (арендованные или занимаемые на правах владельца), занимаемые домохозяйством, будут считаться вторыми домами.

2.15. Чтобы считаться вторым домом, такое жилище должно иметь одну или более из следующих характеристик:

- оно является обычной средой для одного или нескольких членов домохозяйства, но не основным местом проживания домохозяйства;
- оно является домом для отдыха, то есть посещается одним или несколькими членами домохозяйства с целью отдыха, во время отпуска или с целью выпол-

<sup>2</sup> Washington, D.C., International Monetary Fund, 1996.

нения деятельности, не связанной с оплачиваемой деятельностью в данном месте;

- оно посещается время от времени одним или несколькими членами домохозяйства в рабочих целях.

2.16. Для целей анализа туризма важно определить, можно ли посещение второго дома тем или иным членом домохозяйства рассматривать как туристскую деятельность. По определению, любой член домохозяйства, который посещает второй дом, не являющийся частью его обычной среды, считается посетителем в этом втором доме. Это относится к случаям, когда второй дом посещается в целях отдыха или проведения отпуска, если второй дом не является местом работы этого лица, если он не является местом, из которого лицо регулярно ездит на работу, или если причина посещения не связана с выполнением какого-либо вида деятельности, перечисленного как не подпадающего под определение второго дома.

2.17. Второй дом может находиться либо в той же стране, что и место проживания домохозяйства, либо в другой стране.

#### A.2. Продолжительность пребывания

2.18. Чтобы посетитель мог рассматриваться как участник туристской деятельности в том или ином месте, продолжительность его непрерывного пребывания в этом месте не должна превышать одного года подряд. Как говорилось выше, если посетитель находится в том или ином месте в течение более одного года, то такое место становится частью его новой обычной среды и он более не рассматривается как посетитель в данном месте. С другой стороны, те лица, которые посещают краткосрочные учебные курсы или совершают кратковременную поездку (например, летние учебные курсы, летние лагеря, кратковременное медицинское лечение), считаются посетителями в данном месте пребывания.

2.19. Существуют две группы посетителей: туристы, которые проводят сутки или более в посещаемом месте; и однодневные посетители, которые проводят в данном месте менее суток.

2.20. Большинство однодневных посетителей являются, как правило, внутренними посетителями (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 28), однако существуют и международные однодневные посетители. В некоторых странах потребление однодневных посетителей может составлять значительную долю туристского потребления.

2.21. Особую категорию посетителей составляют транзитные посетители, которые могут быть как иностранными, так и внутренними и как однодневными посетителями, так и туристами. Транзитные посетители

не возвращаются незамедлительно на родину, а останавливаются в конкретном месте или в соответствующей стране по пути в другое место назначения. В эту группу входят посетители, которые официально являются транзитными пассажирами в стране, оставаясь в транзитной зоне, так что фактически они не въезжают в страну с точки зрения таможенной администрации (обычно эта ситуация характерна для пассажиров, прибывающих воздушным транспортом), а также посетители, которые пересекают то или иное место или территорию страны, направляясь в другое место назначения (в большинстве случаев автомобильным или железнодорожным транспортом). В целом транзитные посетители — это однодневные посетители, однако в ряде случаев транзитные посетители остаются в стране на сутки и могут иметь более важное значение. В определенных условиях может представлять интерес — как с точки зрения численности, так и экономического воздействия — определение транзитных посетителей или подкатегорий таких посетителей.

#### A.3. Цель поездки

2.22. Обычно к туристам относят лиц, которые путешествуют в свободное время, во время отпуска или каникул. Вместе с тем, определения посетителей и туристов, используемые в ВСТ, гораздо шире и включают всех лиц, которые путешествуют или посещают то или иное место в целях, не связанных «с занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте» (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 20). Данное определение основано на концепции обычной среды, указывающей район, в котором лицо обычно живет и работает. Как следствие, путешествующий предприниматель или коммерсант может считаться или не считаться туристом в зависимости от того, в каком месте оплачивается его работа и как он осуществляет свою деятельность.

2.23. В зависимости от главной цели поездки туристы и однодневные посетители могут быть отнесены к следующим категориям (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 44):

- досуг, рекреация и отдых;
- посещение знакомых и родственников;
- деловые и профессиональные цели;
- лечение;
- религия, паломничество;
- прочие.

Однако в представленных в документе *Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа* таблицах целевые классификации не применяются.

#### А.4. Классификация посетителей

2.24. Страны, возможно, пожелают провести дальнейшее дезагрегирование и определение типов своих рынков на основе дополнительных характеристик посетителей и их поездок.

2.25. Рассматриваются две конкретные категории (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункты 28 и 33):

- **международные посетители**, страной проживания которых не является посещаемая страна; в число таких международных посетителей также входят граждане данной страны, постоянно проживающие за рубежом, которые могут составлять важный сегмент рынка, обладающий особыми характеристиками;
- **внутренние посетители**, страной проживания которых является посещаемая страна; они могут быть гражданами этой страны или иностранцами.

2.26. Следует отметить, что, поскольку местожительство посетителя может отличаться от его обычной среды, не все международные путешественники обязательно должны пересекать географическую границу страны в этом качестве, с тем чтобы считаться посетителями. Это относится к военнослужащим, находящимся на действительной службе и приписанным к базе в стране, не являющейся их местожительством, а также к дипломатам и сопровождающим их лицам (СНС 1993 года, пункт 14.19). Посольство или консульство страны считается физическим и юридическим продолжением этой страны независимо от того, где оно находится. Следовательно, когда дипломат, его семья или персонал переезжает в то или иное место в пределах страны аккредитации, он считается международным посетителем в данном случае, а не когда прибывает в принимающую страну.

2.27. Такие различия, необходимые для последовательного анализа туристской деятельности в рамках положений статистики туризма и национальных счетов, все же могут вызывать (незначительные) расхождения в подсчетах пересекающих границы государств международных посетителей и лиц, фактически действующих как посетители в данной стране.

## В. Туристское потребление

### В.1. Определение туристского потребления

2.28. В *Рекомендациях по статистике туризма* говорится: «Туристское потребление, за исключением тех случаев, когда оно представляет собой промежуточное потребление предприятий, соответствует, таким образом, концепции «конечного потребления» в систе-

ме национальных счетов, независимо от типа потребителя». Настоящие рекомендации по ВСТ в основном остаются в рамках этого общего определения, но здесь обеспечивается значительная детализация по многим связанным с туристским потреблением вопросам пересечения границ. Цель настоящих разделов состоит в прояснении широко известного определения туристского потребления как «общей суммы потребительских расходов, которые производятся посетителем или от его имени при подготовке и в ходе своей поездки и пребывания в месте назначения» (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункты 84 и 85).

2.29. Туристское потребление рассматривается с точки зрения применяемых в национальных счетах определений, с тем чтобы обеспечить тесную связь между ВСТ и международными стандартами для национальных счетов, содержащимися в СНС 1993 года. Вместе с тем многие варианты учета относятся к специфическим вопросам в области туризма, для которых национальные счета обеспечивают новые рамки.

2.30. Прежде чем подробно рассматривать эти вопросы, следует отметить два важных момента:

- во-первых, индивидуальное потребление является видом деятельности, осуществляемым отдельными лицами, домохозяйствами, к которым они принадлежат, а также предприятиями, государственными органами и некоммерческими организациями, обслуживающими домашние хозяйства (НКОДХ), в процессе производства товаров и услуг. В той же мере, в какой посетитель является главным звеном туристской деятельности, потребление посетителя находится в центре экономической оценки туризма. Посетитель рассматривается как особая единица индивидуального потребления, и он отличается от других лиц тем, что находится за пределами своей обычной среды и путешествует или посещает то или иное место в целях, не связанных с «занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте». В иных случаях он ведет себя как обычный потребитель, и поэтому характеристики потребительской деятельности, содержащиеся в СНС 1993 года, относятся в равной мере и к посетителям;
- во-вторых, оценка туристского потребления затрудняется тем, что один и тот же вид операций может рассматриваться как подлежащий или не подлежащий включению в туристское потребление в зависимости от характеристики участника операции (посетитель или не посетитель).

### В.2. Конечное потребление домохозяйств в СНС 1993 года

2.31. В СНС 1993 года содержится целый ряд концепций, относящихся к конечному потреблению

домохозяйств. Здесь проводится различие между концепциями расходов на потребление товаров и услуг, расходов домохозяйств на конечное потребление и фактического конечного потребления домохозяйств. При этом учитываются особенности так называемых «нерыночных услуг индивидуального характера», для которых могут быть установлены отдельные получатели. В связи с этим в СНС 1993 года признается различие между институциональной единицей, которая платит за услуги, и институциональной единицей, которая пользуется этими услугами, а также предлагается способ перераспределить потребление от одной единицы к другой.

2.32. Расходы определяются как объем сумм, которые покупатель платит или согласен заплатить продавцам в обмен на товары или услуги, предоставляемые продавцами им или другим институциональным единицам, указанным покупателями.

2.33. «Потребительские товары и услуги — это товары и услуги, используемые домашними хозяйствами... для непосредственного удовлетворения индивидуальных нужд и потребностей (без дальнейшего преобразования в производстве по принятому в Системе определению)» (СНС 1993 года, пункт 9.41). Для целей установления границы сферы потребления в национальные счета не включается большинство произведенных домохозяйствами услуг, например приготовление пищи. Продукты, приобретенные с целью приготовления пищи, считаются потребителем товаром, но дальнейшего (экономического) преобразования не происходит и, таким образом, нет и дальнейшего потребления. Приобретенный для автомобиля, принадлежащего домашнему хозяйству, бензин также считается потребителем товаром по той же причине, поскольку использование автомобиля в личных целях домашним хозяйством услугой не считается.

2.34. К расходам домашних хозяйств на конечное потребление относятся «расходы, включая условно исчисленные расходы, понесенные домашними хозяйствами-резидентами на товары и услуги индивидуального потребления, включая реализуемые по ценам, не являющимся экономически значимыми» (СНС 1993 года, пункт 9.94). Расходы на конечное потребление не включают расходы на приобретение основного капитала в виде жилья или ценных бумаг. Условно исчисленные расходы относятся к объему производства товаров домохозяйствами для собственного конечного потребления или к любым другим трансфертам или операциям в натуральной форме между институциональными единицами за исключением социальных трансфертов в натуральной форме. Важно отметить, что товары и услуги, получаемые в качестве вознаграждения в натуральной форме от работодателя, включаются в расходы домохозяйств на конечное потребление. Также включается стоимость жилищных услуг в помещениях, в которых

проживают их владельцы. Однако в отношении других видов услуг для личных целей условное исчисление, как правило, не производится.

2.35. Хотя расходы домашних хозяйств на конечное потребление являются первым важным агрегированным показателем, как отмечается выше, фактическое потребление не обязательно осуществляет лицо, которое понесло расходы. В СНС 1993 года отмечается, что многие услуги, потребляемые домохозяйствами, фактически оплачиваются органами государственного управления или НКВД. В целях более точной оценки потребления в СНС 1993 года разработаны понятия индивидуальных и коллективных нерыночных услуг. Нерыночные услуги индивидуального характера — это услуги, произведенные органами государственного управления или НКВД, которые, как считается, непосредственно потребляются отдельными лицами (например, услуги в области здравоохранения или образования). Коллективные нерыночные услуги предоставляются только органами государственного управления и включают более общие общественные блага, такие как безопасность, правовая система и государственная политика. С точки зрения туризма важно отметить, что существование индивидуальных нерыночных услуг требует установления четкой связи между тем, кто предоставляет услугу, и тем или иным отдельным лицом.

2.36. В связи с понятиями индивидуальных и коллективных нерыночных услуг возникает идея об индивидуальном и коллективном потреблении. Общее индивидуальное потребление включает помимо расходов домохозяйств на конечное потребление также потребление индивидуальных нерыночных услуг, произведенных органами государственного управления и НКВД. Включение этих индивидуальных нерыночных услуг в потребление домохозяйств показано в СНС 1993 года как социальные трансферты в натуральной форме. Социальные трансферты в натуральной форме включают:

- пособия по социальному обеспечению и пособия по социальной помощи в натуральной форме, а именно в форме товаров, услуг или активов, за исключением предоставляемых в денежной форме;
- другие индивидуальные услуги, предоставляемые индивидуальным домохозяйствам органами государственного управления или НКВД. Сюда относятся в основном услуги в области здравоохранения, образования и социальные услуги, предоставляемые частным лицам бесплатно или по весьма низкой цене, не являющейся экономически значимой.

2.37. Возможность описания индивидуального и коллективного потребления в национальных счетах позволяет на более сопоставимой основе учитывать ситуации, при которых трансферты в натуральной форме

имеют различное относительное значение. В ряде стран, где государство предоставляет бесплатные или весьма недорогие услуги в области образования и здравоохранения, структура и относительное значение расходов домашних хозяйств на конечное потребление будут отличаться от существующих в странах, где такие услуги приобретаются на рынке или по рыночным ценам. Включение социальных трансфертов в натуральной форме существенно сокращает такие различия в структурах и повышает уровень сопоставимости между странами.

2.38. В связи с этим второй важный агрегированный показатель — фактическое конечное потребление домашних хозяйств — оценивается по стоимости всех приобретенных домохозяйствами-резидентами товаров и услуг индивидуального потребления, которые включают:

- приобретенные за счет прямых расходов самих домохозяйств или условно начисленные им (потребляются для собственного конечного использования или получены от других институциональных единиц в виде трансфертов в натуральной форме, помимо социальных трансфертов в натуральной форме), известные как расходы домашних хозяйств на конечное потребление;
- приобретенные как социальные трансферты в натуральной форме у НКВДХ;
- приобретенные как социальные трансферты в натуральной форме у органов государственного управления.

На рисунке 2.1 в схематичном виде показаны взаимосвязи между различными терминами, определяющими потребление.

**Рисунок 2.1**  
**Компоненты фактического конечного потребления домохозяйств**





### В.3. *Туристское потребление предприятий, государственных органов и НКОДХ*

2.39. Определение посетителя охватывает не только частных лиц, которые путешествуют в целях отдыха или по причинам личного характера, но и тех, кто совершает поездки с деловыми целями. Потребление таких посетителей может оплачиваться предприятиями, государственными органами или НКОДХ. Следовательно, потребление таких посетителей включается в рамки туристского потребления, хотя оно и не включается в расходы домохозяйств на конечное/фактическое потребление.

2.40. Промежуточное потребление предприятий, государственных органов и НКОДХ, как это определено в СНС 1993 года, отражает тот факт, что потребление является частью процесса производства товаров и услуг. Для государственных органов и НКОДХ операции учитываются по-разному, поскольку в соответствии с правилами национального бухгалтерского учета их выпуск оценивается на основе общей суммы затрат, которые затем рассматриваются как конечное потребление органов государственного управления и НКОДХ.

2.41. С точки зрения сферы охвата потребления, понятие социальных трансфертов в натуральной форме не применимо к потреблению предприятий, государственных органов и НКОДХ; таким образом, сфера охвата потребления в этом случае не так широка, как для домохозяйств. Другое различие в сфере охвата состоит в том, что платежи работодателями заработной платы в натуральной или денежной форме не являются частью промежуточного потребления предприятий. Вместо этого такие платежи учитываются на счетах работодателей как оплата труда наемных работников.

### В.4. *Сфера охвата и компоненты туристского потребления*

2.42. Сфера охвата туристского потребления может быть определена на основе содержащихся в СНС 1993 года определений фактического конечного потребления домохозяйств, промежуточного потребления предприятий и государственных органов, а также конечного потребления НКОДХ. Можно отметить три основных момента:

- туристское потребление будет включать потребление посетителей, приехавших с деловыми целями, для отдыха или с другими туристскими целями;
- туристское потребление будет включать услуги индивидуального характера, произведенные государственными органами и НКОДХ и потребленные посетителями;

- туристское потребление будет включать различные виды потребления в натуральной форме.

2.43. Эти соображения приводят к выбору туристского потребления в качестве базовой концепции подхода, опирающегося на спрос, компонентами которого являются:

- расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме. Это всегда будет наиболее важным компонентом общего потребления;
- расходы посетителей на конечное потребление в натуральной форме;
- туристские социальные трансферты в натуральной форме;
- туристские деловые расходы.

#### В.4.1. *Установление места туристского потребления*

2.44. Существуют различные интерпретации понятия местожительства, которое предопределяет традиционные категории потребления, используемые в национальных счетах, и которое нуждается в корректировке с целью адаптации к отрасли туризма. Такие различия не изменяют каких-либо из изложенных выше ключевых идей, но означают, что необходимо четко определять границы туристского потребления, поскольку они не установлены в СНС 1993 года. Вопросы, относящиеся к месту туристского потребления, рассматриваются в пунктах 2.60–2.67, ниже.

#### В.4.2. *Сфера охвата продукции туристского потребления*

2.45. В целом все приобретенные посетителем или от его имени товары и услуги, которые СНС 1993 года рассматривает как часть его фактического потребления, включаются в границы туристского потребления. Ни один товар или услуга не исключаются в силу своей природы. Вместе с тем здесь необходимы некоторые ограничения. Их можно установить, либо прямо ограничивая диапазон продуктов и операций, либо ограничивая круг операций определенной категорией их участников.

2.46. Первое общее правило состоит в том, что если продукт приобретается посетителем во время поездки или поездок либо во время подготовки к поездке, то такой продукт включается в сферу охвата. Более подробно связанные с поездкой вопросы времени приобретения и сферы охвата продукции рассматриваются в пункте 2.54, ниже.

2.47. Важное значение имеют две общие классификации. Во-первых, существуют относящиеся к по-

ездке платежи, которые могут производить посетители и которые исключаются из туристского потребления в соответствии с положениями СНС 1993 года. Эти платежи не связаны с приобретением потребительских товаров и услуг и включают:

- уплату налогов и сборов, не включенных в стоимость продуктов;
- выплату процентов (за вычетом относящихся к посетителю услуг по финансовому посредничеству, измеряемых косвенным образом — УФПИК)<sup>3</sup>, в том числе по расходам, произведенным во время или для поездки;
- приобретение финансовых и нефинансовых активов, включая землю, произведения искусства и другие ценности;
- все трансфертные платежи наличными, такие как пожертвования на благотворительные цели или другим лицам, которые не связаны с платой за товары или услуги.

2.48. Во-вторых, исключаются любые покупки во время поездки, произведенные для коммерческих целей, то есть для перепродажи или использования в процессе производства либо от имени работодателя, которые посетитель делает в ходе своей деловой поездки (они относятся либо к промежуточному потреблению, либо к валовому накоплению основного капитала производственной единицей).

#### В.4.3. Потребительские товары длительного пользования

2.49. Возможно, наибольшие проблемы вызывает учет потребительских товаров длительного пользования, определяемых как товар, «срок многократного или длительного использования которого составляет более одного года при условии нормальных или средних норм его физической эксплуатации» (СНС 1993 года, пункт 9.38). Эти товары требуют особого рассмотрения в рамках данного предложения, поскольку они могут быть приобретены в любое время в ходе поездки, при подготовке к поездке, после нее или вне связи с ней и зачастую могут использоваться в различных целях.

<sup>3</sup> Термин «услуги по финансовому посредничеству, измеряемые косвенным образом» относится к услугам, которые предоставляются финансовыми посредниками, не взимающими прямой платы за предоставляемые услуги, а получающими ее опосредованно через разницу в процентных ставках для заемщиков и кредиторов. В СНС 1993 года рекомендуется распределять общий выпуск продукции в результате этой деятельности как потребление среди различных получателей или пользователей услуг, за которые не взимается прямой платы; это вполне применимо и к посетителям (см. СНС 1993 года, пункты 6.124–6.131).

2.50. В ВСТ рассматриваются две различные категории потребительских товаров длительного пользования:

- туристские одноцелевые потребительские товары длительного пользования, которые представляют собой товары, используемые почти исключительно в ходе поездок, такие как чемоданы, туристское снаряжение (палатки, спальные мешки, прицепы), лыжные принадлежности и снаряжение для подводного плавания;
- многоцелевые потребительские товары длительного пользования, такие как товары, используемые в поездках, но применяемые и в обычной среде, например автомобили, фотоаппараты и кинокамеры.

2.51. Здесь не дается точное определение потребительских товаров длительного пользования, хотя для целей проведения международных сопоставлений в будущем было бы целесообразным разработать перечень соответствующих потребительских товаров длительного пользования.

2.52. Потребительские товары длительного пользования будут учитываться по-разному в зависимости от следующих условий:

- все туристские одноцелевые потребительские товары длительного пользования включаются в туристское потребление вне зависимости от того, приобретены ли они во время поездки, перед поездкой, после поездки или вне связи с конкретной поездкой;
- многоцелевые потребительские товары длительного пользования включаются только в случае их приобретения во время поездки.

2.53. Необходимо сделать еще два замечания в отношении потребительских товаров длительного пользования:

- в том случае, когда тот или иной потребительский товар длительного пользования приобретается в ходе поездки, а по ее окончании продается (например, автомобиль), то к туристскому потреблению следует отнести разницу между первоначальной ценой покупки и ценой, полученной посетителем после перепродажи; никаких скидок на амортизацию товара не делается (в этом случае считается, что не имело место приобретение для коммерческих целей);
- поскольку некоторые приобретенные во время поездки потребительские товары длительного пользования могут иметь высокую себестоимость (например, автомобили, лодки), некоторые страны могут считать целесообразным определять эти товары и проводить анализ как с их учетом, так и без них. Однако для целей международного сопоставления все покупки во время поездки следует включать в туристское потребление.

#### *В.4.4. Время приобретения*

2.54. Как отмечалось в отношении учета потребительских товаров длительного пользования, время приобретения может представлять собой важный вопрос. С точки зрения времени границы туристского потребления включают:

- во время поездки:
  - все потребление вне зависимости от характера товара или услуги в той мере, в какой они являются продуктами, включаемыми СНС 1993 года в фактическое конечное потребление домохозяйств, в том числе:
    - все приобретенные во время поездки потребительские товары длительного пользования (за исключением приобретенных в коммерческих целях);
    - туристские деловые расходы, поскольку для этой группы расходов набор продуктов является одним и тем же;
- до поездки:
  - все потребление услуг, осуществленное до поездки и явно к ней относящееся (например, прививки, паспорта, медицинский контроль);
  - все потребление недорогостоящих товаров, приобретенных до поездки и предназначенных для потребления во время поездки или в качестве подарков;
  - все приобретенные туристские одноцелевые потребительские товары длительного пользования;
- после поездки:
  - все потребление товаров и услуг, приобретенных после поездки и явно к ней относящихся (например, проявка фотопленок);
- вне связи с конкретной поездкой:
  - все приобретенные туристские одноцелевые потребительские товары длительного пользования.

#### *В.4.5. Туристские социальные трансферты в натуральной форме*

2.55. При обсуждении конечного потребления домохозяйств отмечалось, что новые национальные учетные стандарты включают понятие потребления индивидуальных нерыночных услуг, предоставляемых государственными органами или НКОДХ. Такие услуги могут потребляться посетителями, в связи с чем социальные трансферты в натуральной форме между государственными органами и НКОДХ, которые используются для учета такого потребления, считаются частью туристского потребления. К примерам таких индивидуальных нерыночных услуг относятся услуги здравоохранения, пре-

доставляемые посетителям (например, оздоровительные центры), и такие виды деятельности, как посещение музеев, когда общая стоимость может быть отнесена к отдельным посетителям лишь частично (следует отметить, что любая прямая плата за музей и т. д. включается в туристское потребление в денежной форме). При определении услуг, подлежащих включению в данную категорию потребления, важнейшей характеристикой является наличие четкой связи между посетителем и поставщиком конкретной услуги. При оценке этой части туристского потребления можно столкнуться с некоторыми сложностями в плане измерения.

#### *В.4.6. Туристские деловые расходы*

2.56. Сфера охвата туристских деловых расходов нуждается в прояснении. В нее включаются туристские расходы, классифицируемые как промежуточное потребление предприятий, государственных единиц и НКОДХ, и не включаются некоторые другие расходы, относящиеся к оплачиваемым предприятиями расходам наемных работников во время деловых поездок, таким как расходы на питание или командировочные, выплачиваемые для покрытия других связанных с поездкой расходов, которые считаются оплатой труда в натуральной или в денежной форме. В связи с этим туристские деловые расходы не представляют собой общее потребление посетителей в ходе деловых поездок. Они также не включают социальные трансферты в натуральной форме от государственных единиц и НКОДХ, которые по определению не относятся к их промежуточному потреблению.

#### *В.4.7. Краткое описание туристского потребления*

2.57. Как отмечалось в предыдущих пунктах, туристское потребление шире, чем совершаемые посетителем во время поездки покупки. Оно охватывает эти покупки, а также все расходы на товары и услуги, производимые всеми другими институциональными единицами от имени посетителей<sup>4</sup>. Если посетителю предоставляются денежные или финансовые активы для финансирования его поездки, то финансируемые таким образом покупки включаются в туристское потребление. Это потребление также включает все виды трансфертов в натуральной форме и другие операции, совершаемые в интересах посетителя, которые не относятся к предоставленным посетителям денежным или финансовым активам, а имеют форму товаров или услуг (так, включается потребление индивидуальных нерыночных услуг). Важно отметить, что в сферу охвата

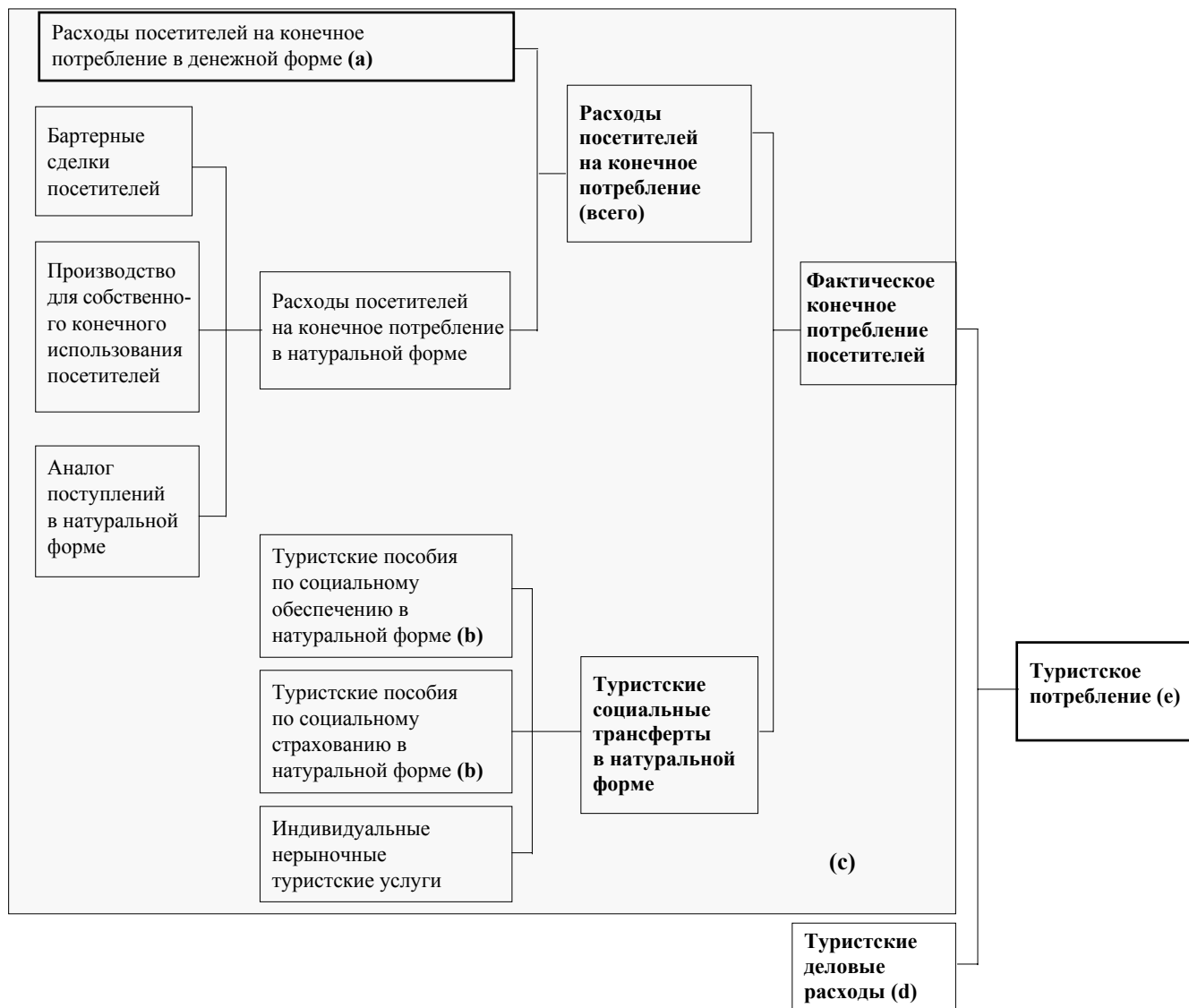
<sup>4</sup> К ним относятся другие домохозяйства, производственные единицы-резиденты, единицы органов государственного управления, НКОДХ и единицы-нерезиденты.

попадают все операции, где есть прямая связь между посетителем и производителем товаров или услуг/стоимостью, которая их предоставляет.

2.58. На основе определения фактического конечного потребления домохозяйств, содержащегося в СНС 1993 года, и с учетом необходимости возмещения туристских деловых расходов, туристское потребление можно

схематично изобразить так, как это представлено на рисунке 2.2. Данный рисунок предназначен разъяснить сферу охвата туристского потребления и показать связи с концепциями национальных счетов, представленными ранее в главе 2. В частности, используемая терминология избрана с тем расчетом, чтобы отражать примененные в рисунке 2.1 термины национальных счетов.

**Рисунок 2.2**  
**Компоненты туристского потребления**



а) Данный компонент всегда является наиболее важным компонентом общего потребления, осуществляемого посетителями или от имени посетителей. Он охватывает расходы, обычно означающие «туристские расходы», однако СНС 1993 года обязывает использовать более четко определенные термины. Термин «в денежной форме» не обязательно означает выплату наличных, а относится ко всем расходам посетителей на конечное потребление, произведенным не в натуральной форме.

b) Термин «туристский» относится к трансфертам в туристских целях, адресованным потенциальным посетителям.

c) Серым цветом отмечена часть общего потребления, осуществленного посетителями или от имени посетителей, которая четко соответствует доли транспорта в концепции фактического конечного потребления домохозяйств СНС 1993 года, относящейся к посетителям (как резидентам, так и нерезидентам).

d) Включая расходы на транспорт и проживание наемных работников во время деловых поездок и расходы предприятий, государственных органов и НКОДХ от имени приглашенных лиц, находящихся за пределами их обычной среды.

e) Туристское потребление относится к общему потреблению, осуществляемому посетителями или от имени посетителей, и, следовательно, может быть охарактеризовано как «туристский спрос».

2.59. Туристские деловые расходы включены в рисунок для отражения общей сферы охвата; эта статья охватывает только потребление посетителей во время деловых поездок, которое считается промежуточным потреблением соответствующих производственных единиц. Прочие расходы посетителей во время деловых поездок могут соответствовать любой другой категории представленных на рисунке расходов.

#### V.5. Место туристского потребления

2.60. Следует четко понимать, что в то время как туристское потребление всегда связано с лицами, которые совершают или собираются совершить поездку за пределы своей обычной среды, приобретение товаров и услуг вполне может происходить и в пределах обычной среды посетителей либо из-за характера приобретаемого товара или услуги (например, авиабилет должен быть куплен в рамках обычной среды, даже если он считается потребленным во время поездки), либо если

они потребляются до или после поездки и явно связаны с самой поездкой.

2.61. В связи с этим определение места туристского потребления исходя из маршрута или места назначения поездки посетителя является непростым процессом. Важно установить географически место потребления, с тем чтобы проанализировать воздействие такого потребления на соответствующую страну. Это весьма важно, когда счета составляются на национальном уровне, но еще важнее, когда это происходит на субнациональном уровне. Исходя из видов и категорий туризма и учитывая, что потребление — это вид деятельности посетителей, на основе различных форм туризма можно получить следующие агрегированные показатели туристского потребления<sup>5</sup>:

<sup>5</sup> Следует отметить, что различные определения туристского потребления будут включать в себя соответствующие суммы туристских деловых расходов, поскольку эти расходы считаются подпадающими под общее определение туристского потребления.

<b>Внутренний туризм:</b> туризм посетителей-резидентов в пределах экономической территории соответствующей страны.	<b>Потребление, относящееся к внутреннему туризму:</b> включает потребление посетителей-резидентов в пределах экономической территории соответствующей страны.
<b>Въездной туризм:</b> туризм посетителей-нерезидентов в пределах экономической территории соответствующей страны.	<b>Потребление, относящееся к въездному туризму:</b> включает потребление посетителей-нерезидентов в пределах экономической территории соответствующей страны и/или предоставляемое резидентами.
<b>Выездной туризм:</b> туризм посетителей-резидентов за пределами экономической территории соответствующей страны.	<b>Потребление, относящееся к выездному туризму:</b> включает потребление посетителей-резидентов за пределами экономической территории соответствующей страны и предоставляемое нерезидентами.

<p><b>Туризм внутри страны:</b> туризм посетителей, как резидентов, так и нерезидентов, в пределах экономической территории соответствующей страны.</p>	<p><b>Потребление, относящееся к туризму внутри страны:</b> включает потребление посетителей, как резидентов, так и нерезидентов, в пределах экономической территории соответствующей страны и/или предоставляемое резидентами.</p>
<p><b>Национальный туризм:</b> туризм посетителей-резидентов в пределах и за пределами экономической территории соответствующей страны.</p>	<p><b>Потребление, относящееся к национальному туризму:</b> включает потребление посетителей-резидентов в пределах и за пределами экономической территории соответствующей страны.</p>

2.62. Потребление, относящееся к внутреннему туризму — потребление посетителей-резидентов в пределах их соответствующей страны. Конечный пункт назначения посетителя может находиться в пределах или за пределами соответствующей страны, но потребительская деятельность в данном случае должна осуществляться в пределах соответствующей страны. Такое потребление может охватывать товары или услуги, произведенные за рубежом или нерезидентами, но продаваемые в пределах соответствующей страны (импортные товары и услуги). Следует отметить, что это определение шире, чем обычно понимается под термином «внутренний» в статистике туризма (включает резидентов соответствующей страны, путешествующих и остающихся в пределах страны) и, как здесь устанавливается, потребление, относящееся к внутреннему туризму, включает потребление, традиционно определяемое как внутренняя доля потребления, относящегося к выездному туризму<sup>6</sup>.

2.63. Потребление, относящееся к выездному туризму — потребление посетителей-нерезидентов в пределах экономической территории соответствующей страны. Покупки, которые совершаются в других странах, в такое потребление не включаются (в отношении покупок, совершаемых через туристические агентства или туроператоров, см. пункты 4.16 и 4.19, ниже). Товары и услуги, приобретенные в стране, могут быть импортированными.

2.64. Потребление, относящееся к выездному туризму — потребление посетителей-резидентов за пределами экономической территории соответствующей страны. Оно не включает товары и услуги, приобретенные для поездки или после нее в пределах соответствующей страны (в отношении покупок, совершаемых через туристические агентства или туроператоров, см.

пункты 4.16 и 4.19, ниже). Следует отметить, что это определение уже, чем обычно понимается под термином «выездной» в статистике туризма (включает резидентов соответствующей страны, совершающих поездку в другую страну), и, как здесь устанавливается, потребление, относящееся к выездному туризму, не включает ту его часть, которая традиционно определяется как внутренняя доля потребления, относящегося к выездному туризму.

2.65. Потребление, относящееся к туризму внутри страны — все потребление посетителей, как резидентов, так и нерезидентов, в пределах экономической территории соответствующей страны. Оно представляет собой сумму потребления, относящегося к внутреннему туризму и к выездному туризму. Оно может включать товары и услуги, импортированные в соответствующую страну и проданные посетителям. Этот агрегированный показатель обеспечивает наиболее полную оценку туристского потребления в соответствующей стране. Он охватывает всю совокупность компонентов, указанных на рисунке 2.2.

2.66. Потребление, относящееся к национальному туризму — все потребление посетителей-резидентов в пределах и за пределами экономической территории соответствующей страны. Представляет собой сумму потребления, относящегося к внутреннему туризму и к выездному туризму. Такие покупки могут включать товары и услуги отечественного производства и импортированные от производителей-нерезидентов.

2.67. Сфера действия данных рекомендаций ограничивается деятельностью посетителей, осуществляемой в пределах соответствующей страны, при въезде или выезде с ее экономической территории. Воздействие увеличения общих потоков посетителей во всем мире на экономику конкретной страны не рассматривается, поскольку эти потоки не соответствуют передвижениям в пределах соответствующей страны, при въезде или выезде с ее экономической территории. Например, воз-

<sup>6</sup> Следует отметить, что в этом контексте использование термина «внутренний» отличается от его использования в рамках национальных счетов.

действие прямой перевозки посетителя из страны А в страну В авиакомпанией страны С не будет учитываться в ВСТ страны С, поскольку посетитель не въезжал на экономическую территорию страны С и не покидал ее. Аналогичным образом рост предложения сувениров или других предметов, произведенных в одной стране для продажи в другой стране, не будет учитываться в ВСТ страны производства этих товаров.

## В.6. *Специальные вопросы*

2.68. В данном разделе рассматриваются некоторые вопросы, относящиеся к туристской деятельности, которые воздействуют на определение потребления, осуществляемого посетителями. К рассматриваемым вопросам относятся: услуги, предоставляемые в рамках домохозяйства; услуги, предоставляемые во вторых домах, занимаемых их владельцами; услуги, предоставляемые туристическими агентствами; учет, который должен применяться в отношении комплексных туров; и особые трудности, связанные с учетом товаров в ВСТ.

### В.6.1. Услуги, предоставляемые в рамках домохозяйства в интересах его членов

2.69. Концепция производства, используемая в СНС 1993 года, не охватывает каких-либо услуг, предоставляемых домохозяйством в интересах его членов, за двумя исключениями: жилищные услуги помещений, занимаемых их владельцами, и услуги по ведению домашнего хозяйства, предоставляемые оплачиваемой домашней прислугой. ВСТ учитывает эти положения и не рассматривает в качестве выпуска или потребления транспортные услуги, предоставляемые домохозяйствами для собственного потребления (например, перевозка семьи в отдаленный пункт назначения), или услуги по приготовлению пищи (например, приготовление и подача пищи для семьи, когда во время поездки при проживании пищу надо готовить самим).

2.70. Что касается услуг (за исключением жилищных услуг), бесплатно предоставляемых одним домохозяйством посетителям, являющимся членами другого домохозяйства, то в соответствии с СНС 1993 года и принципами составления платежных балансов стоимость условно исчисленных услуг не учитывается. Вместе с тем увеличение потребления домохозяйства в связи с приобретением товаров, необходимых для оказания этих услуг, или прямым приобретением таких услуг в интересах посетителя (приглашение в ресторан, на спектакль или концерт) учитывается (когда это возможно) в качестве трансферта в натуральной форме и, таким образом, как потребление посетителя.

В.6.2. Жилищные услуги, предоставляемые во вторых домах за собственный счет или бесплатно

2.71. В интересах обеспечения единообразия учета в отношении арендованных жилых помещений и жилых помещений, занимаемых их владельцами, СНС 1993 года рекомендует производить условное исчисление стоимости жилищных услуг для собственного потребления владельцами жилых помещений. При этом оценка жилищных услуг производится на основе либо характеристик жилища, либо, когда на аналогичные помещения существует активно действующий рынок аренды, на основе фактической среднерыночной арендной платы за аналогичное жилье.

2.72. Эта рекомендация применяется не только к основной жилищной единице домохозяйства, но и ко всем жилым помещениям, принадлежащим домохозяйству; таким образом, она также применяется ко вторым домам и, в случае ВСТ, к жилым помещениям, используемым в целях туризма за свой счет или предоставляемым посетителям бесплатно. Стоимость жилищных услуг должна быть условно исчислена и как производительная деятельность владельца жилья, и как потребительская деятельность посетителя. Посетитель может быть членом либо данного домохозяйства, либо другого домохозяйства, получающим услугу бесплатно. Эта услуга является частью туристского предложения и туристского потребления. Однако следует отметить, что потребление таких услуг должно иметь место за пределами обычной среды, как это определено в пунктах 2.14–2.17, выше. По причинам концептуального порядка производство жилищных услуг, предоставляемых посетителям за свой счет в пределах основного дома, не включается в туристское потребление.

### В.6.3. Услуги туристических агентств

2.73. Множество связанных с путешествиями услуг, например транспорт (включая аренду автомобилей), обеспечение размещения и комплексные туры, которые предоставляются за плату или на договорной основе, продаются через туристические агентства. Такая роль посредника между реальным поставщиком туристских услуг и посетителем создает определенные сложности при составлении ВСТ, которые будут рассмотрены в главе 3 (см. пункты 3.37–3.45, ниже).

### В.6.4. Комплексные туры

2.74. Комплексные туры — это комплексный продукт, предлагаемый посетителям и сочетающий различные отдельные туристские продукты, такие как транспорт, средства размещения, питание и отдых. Од-

народный учет туристских услуг, приобретаемых по отдельности или в рамках комплексных туров, имеет определенные особенности, которые будут подробно рассмотрены в главе 3 (см. пункты 3.46–3.51, ниже).

#### *В.6.5. Товары как часть туристского потребления*

2.75. Хотя туристское потребление по большей части сосредоточено на услугах, посетители нередко приобретают товары до, во время или после поездки или вне связи с конкретной поездкой. Приобретенный конечным потребителем товар может рассматриваться в экономическом смысле как комплексная позиция, включающая не только сам товар, но и цепочку всех услуг по распределению, которые обеспечивают его наличие в нужный момент в нужном месте, с тем чтобы покупка была возможной. Стоимость туристского потребления включает как стоимость самого товара (в базисных ценах) и чистых налогов на продукты, так и стоимость отнесенных к нему услуг по распределению (розничная торговля, оптовая торговля и перевозки). Однако при оценке экономического воздействия приобретения товаров следует весьма внимательно относиться к экономической природе товаров, и соответствующие вопросы рассматриваются в главе 4 (см. пункты 4.81–4.102).

### **С. Коллективное туристское потребление**

2.76. Среди многочисленных услуг, предоставляемых государственными органами, нерыночные коллективные услуги играют особую роль: они призваны обеспечить базовую структуру и организацию жизни общества, с тем чтобы оно могло гармонично развивать различные виды деятельности в соответствии с признанными им принципами.

2.77. С точки зрения СНС 1993 года, нерыночные коллективные услуги отличаются следующими характеристиками (СНС 1993 года, пункт 9.83):

- они могут предоставляться одновременно каждому члену общества или определенных групп общества, например населению конкретного региона страны или местности;
- пользование такими услугами обычно носит пассивный характер и не требует явно выраженного согласия или активного участия со стороны всех получающих их лиц;
- предоставление коллективной услуги одному лицу не сокращает ее предоставления другим членам данного общества или группы населения; то есть приобретение таких услуг не связано с конкуренцией.

2.78. В случае туризма коллективные услуги относятся, в частности, к обеспечению законодательной и регламентационной базы туризма, поддержке туризма государственными органами, поддержанию правопорядка и безопасности, а также к сохранению государственного пространства.

2.79. В СНС 1993 года стоимость коллективных услуг не включается в потребление домохозяйств. Создана отдельная категория — расходы органов государственного управления на коллективное потребление, которая далее не перераспределяется получателям (СНС 1993 года, пункт 9.75) и учитывается как фактическое конечное потребление органов государственного управления.

2.80. Чтобы подчеркнуть экономическое значение действий государственных органов власти по созданию благоприятной обстановки для развития туризма, предлагается произвести специальный расчет агрегированного значения коллективного туристского потребления. Кроме того, в настоящих рекомендациях коллективное туристское потребление рассматривается в рамках более широкого понятия туристского спроса, хотя подход к этому компоненту в настоящее время носит экспериментальный характер в связи с отсутствием опыта в данной области. Вследствие этого пока оценочные расчеты данного агрегата не следует использовать для международных сопоставлений.

### **Д. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма**

2.81. В СНС 1993 года валовое накопление основного капитала определено как «общая стоимость основных фондов, приобретенных производителем (за вычетом реализованных) в отчетном периоде, плюс некоторое увеличение стоимости произведенных активов, произошедшее в результате производительной деятельности институциональных единиц. Основные фонды определяются как материальные и нематериальные активы, созданные в процессе производства и затем многократно или непрерывно используемые для производства другой продукции на протяжении периода более года» (СНС 1993 года, пункт 10.33).

2.82. Анализ валового накопления основного капитала имеет особое значение для туризма, поскольку наличие базовой инфраструктуры в виде транспорта, средств размещения, мест для отдыха, достопримечательностей и т. д. в значительной степени предопределяет характер и интенсивность потоков посетителей. Тем не менее определение капитальных товаров, приобретение или производство которых связано с потребностями посетителей, сопряжено с трудностями как концептуального, так и практического плана.



2.83. Существует целый ряд различных точек зрения на валовое накопление основного капитала в секторе туризма, которые могут быть приняты. Во-первых, можно рассматривать общее валовое накопление основного капитала в отраслях туризма. Во-вторых, можно изучать валовое накопление основного капитала в виде специфических туристских капитальных товаров, которые напрямую связаны с оказанием услуг посетителям. Такое накопление капитала может производиться любым участником операций (отраслями туризма, государственными органами и другими), и оно охватывает, в частности, расходы государственных органов на инфраструктуру туризма. Наконец, можно рассмотреть вопрос о том, какая доля общего валового накопления основного капитала требуется для предоставления посетителям товаров и услуг.

2.84. На этом этапе в настоящих рекомендациях рассматриваются первые два подхода: общее валовое

накопление основного капитала в отраслях туризма и валовое накопление основного капитала в виде специфических туристских капитальных товаров. Не предпринималось никаких попыток разработать критерии для отнесения этих инвестиций к туристскому потреблению.

2.85. Вместе с тем до проведения дополнительных обсуждений и изучений для целей международных сравнений не предлагается какого-либо специфического агрегированного показателя валового накопления основного капитала в секторе туризма. Любой из отмеченных выше агрегированных показателей может представлять интерес для стран при составлении ими ВСТ. Несмотря на эти трудности в оценке, общая концепция валового накопления основного капитала в секторе туризма рассматривается в рамках более широкого понятия туристского спроса.



### ГЛАВА 3. ПОДХОД, ОПИРАЮЩИЙСЯ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ: КОНЦЕПЦИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

3.1. Туризм представляет собой деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями, не связанными с занятием деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте; следовательно, центральным объектом туризма, благодаря которому он и существует, является посетитель.

3.2. Тем не менее для экономического анализа туризма необходимо выявить ресурсы, используемые посетителями во время их поездки, определить потребление товаров и услуг, которые они приобретают, и, таким образом, выявить экономические единицы, которые обеспечивают эти товары и услуги. Одинаково важное значение имеют как подход, опирающийся на спрос, так и подход, опирающийся на предложение.

3.3. Хотя большинство общих экономических классификаций видов деятельности создаются с точки зрения предложения со стороны производителей и характеристик процессов производства, туризм — это явление, которое изначально определялось с точки зрения спроса. В связи с этим необходима некоторая адаптация таких классификаций для обеспечения надлежащих и годных к использованию описания и оценки экономического воздействия туризма.

3.4. К этим трудностям методологического порядка следует добавить и то, что до сих пор наблюдается нехватка национального опыта количественной оценки туризма с точки зрения спроса. Следовательно, сложно определить точные статистические критерии для всеобщего использования.

3.5. В настоящее время статистическая аппроксимация, необходимая для определения типичного туристского продукта или вида деятельности, требует прагматичного использования соответствующих критериев. В будущем, по мере увеличения числа стран, создающих ВСТ, появится возможность заменить более жесткие критерии на те, что предлагаются в настоящем документе, и на этой стадии будет необходимо расширить или модифицировать классификации, предложенные для составления таблиц ВСТ.

3.6. Пока что настоящие рекомендации ограничиваются классификациями для использования в таб-

лицах, составляющих центральное звено системы (таблицы 1–7 и 10), в которых базовую структуру образуют различные виды и категории потребления, осуществляемого посетителями, и соответствующее предложение.

3.7. Для составления таблиц, относящихся к коллективному туристскому потреблению и валовому накоплению основного капитала в секторе туризма, предлагается перечень продуктов, который носит экспериментальный характер, и в настоящем документе не ставится цель обеспечить критерии для составления таких перечней.

#### А. Специфическая туристская продукция

3.8. Туристское потребление охватывает «общую сумму потребительских расходов, которые производятся посетителем или от его имени при подготовке и в ходе своей поездки и пребывания в месте назначения» (*Рекомендации по статистике туризма*, часть 1, пункт 85). Следовательно, туристское потребление включает все категории потребительских товаров и услуг.

3.9. Однако не все эти товары и услуги имеют одинаковое отношение к оценке туристского потребления, поскольку уровень и структура потребления того или иного лица изменяются, когда оно находится за пределами своей обычной среды. Это означает, что структуры и классификации, значимые при изучении и описании потребления домохозяйств в целом, могут не иметь такого же значения, когда речь идет конкретно о туризме.

3.10. Это признается в СНС 1993 года, где рекомендуется приступить к разработке функционально ориентированного вспомогательного счета, при которой «проводится анализ структуры туристских расходов по типам продуктов и устанавливается, результатом каких видов деятельности являются эти товары и услуги» (СНС 1993 года, пункт 21.16). В ней также предлагается ряд этапов по определению различных групп продукции (СНС 1993 года, пункты 21.61 и 21.62; выделение добавлено):

«На первом этапе определяются товары и услуги, которые считаются **характерными** для данной области. В этой связи целесообразно выделить два ти-

па характерных товаров и услуг: **типичные** товары и услуги и **смежные (связанные)** товары и услуги. Первая категория охватывает продукты, типичные для изучаемой области... Ко второй категории, то есть к смежным товарам и услугам, относятся продукты, использование которых интересует нас в связи с тем, что его явно охватывает понятие расходов в соответствующей области (хотя сами эти товары и услуги не являются типичными для этой области либо по своей природе, либо потому что они включаются в более общие категории продуктов)... Четкая граница между типичными и смежными продуктами зависит от структуры экономики конкретной страны и цели составления вспомогательного счета».

3.11. Адаптация этих этапов к области туризма рассматривается в последующих пунктах.

3.12. Для целей данных рекомендаций вопрос классификации следует рассматривать с двух различных точек зрения: адаптация к конкретным потребностям и статистической инфраструктуре соответствующей страны и международная сопоставимость.

3.13. Если делать упор четко на адаптации классификации к потребностям и возможностям в каждом конкретном случае, то настоящие рекомендации могли бы просто обеспечить эмпирический перечень продуктов, из которого каждый составитель счетов мог бы выбрать те, которые, по его мнению, наилучшим образом определяют и характеризуют туризм.

3.14. Однако этими вопросами занимаются также международные организации в силу их институциональных обязанностей и функций, преследуя при этом цель создания основы для международного сопоставления.

3.15. Чтобы сочетать две цели: международной сопоставимости по основным туристским товарам и услугам, с одной стороны, и учета особых потребностей, технического потенциала и статистического развития составителей счетов — с другой, предлагаются следующие рекомендации:

- во-первых, с точки зрения публикации данных ВСТ международными организациями полагается, что в мировом масштабе международная сопоставимость может быть достигнута только на основе установленного перечня продуктов. Такой перечень представлен в настоящем документе как перечень типичных туристских продуктов в приложении II. Этот перечень нуждается в периодическом обновлении. Более обширные или подробные перечни могут быть разработаны отдельными организациями (ОЭСР, Евростат и др.) для обеспечения надлежащей сопоставимости между их странами-членами,

при условии сохранения соответствия между этими перечнями и базовыми классификациями;

- во-вторых, любая страна или составитель счетов, желающие разработать собственный перечень продуктов, должны выбрать эти продукты из предварительного перечня специфических туристских продуктов, который содержится в приложении I. Это может потребовать расширения упомянутого выше перечня типичных туристских продуктов, и такой расширенный перечень будет иметь форму специального перечня специфических туристских продуктов, относящегося к каждой отдельной компиляции. Такой перечень будет отвечать обоим целям: международной сопоставимости в рамках набора типичных туристских продуктов и особым потребностям в отношении всех специфических туристских продуктов в конкретной стране.

3.16. Следовательно, с точки зрения отдельной страны и для общего анализа более подходящим и важным представляется именно перечень специфических туристских продуктов. Однако для целей полного представления различных категорий продуктов необходим термин для определения продуктов, которые считаются специфическими, но не включены в упомянутый выше перечень типичных туристских продуктов. В настоящем документе применяется термин смежные туристские продукты, хотя следует отметить, что то, каким образом термин «смежный» здесь используется, несколько отличается от его применения в СНС 1993 года (см. СНС 1993 года, пункты 21.61 и 21.62).

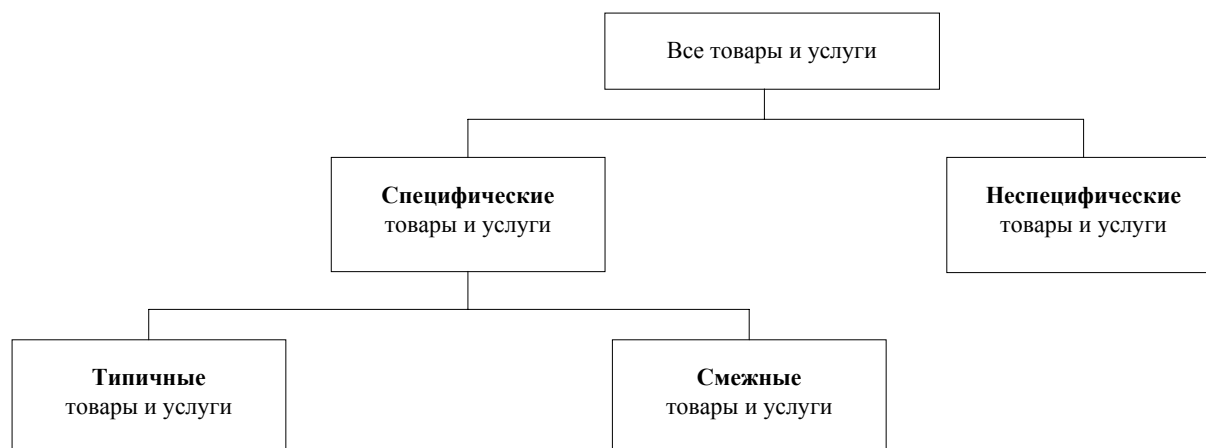
3.17. Что касается критериев, на основе которых может быть проведено различие между этими категориями, то определение продуктов как типичных туристских, смежных туристских или специфических туристских основано в целом на следующих прагматичных критериях:

**типичные туристские продукты:** продукты, которые в большинстве стран в отсутствие посетителей могут прекратить свое существование в значимых объемах или уровень потребления которых будет значительно ниже и по которым представляется возможным получить статистическую информацию;

**смежные туристские продукты:** остаточная категория, включает продукты, определенные в конкретной стране как специфические туристские, но для которых это свойство не признается во всех других странах;

**специфические туристские продукты:** сумма двух предыдущих категорий продуктов.

3.18. В схематичном виде это множество всех товаров и услуг можно представить следующим образом:



3.19. С целью содействия странам в составлении перечней продуктов ВТО разработала предварительный перечень специфических туристских продуктов (см. приложение I). Данный перечень был составлен эмпирическим путем на основе ранее существовавших национальных и институциональных перечней и конкретных знаний исследователей; он включает — в свободном порядке — следующее:

- продукты, которые прекращают свое существование в значимом объеме в отсутствие посетителей;
- продукты, составляющие значительную долю в туристском потреблении;
- продукты, отсутствие которых может существенно повлиять на туристское потребление.

3.20. Настоящий перечень является предварительным и будет периодически обновляться по мере накопления опыта в отношении ВСТ и прочих функционально ориентированных вспомогательных счетов в других областях, таких как здравоохранение и образование.

3.21. Типичные туристские продукты являются составной частью перечня специфических продуктов. Для достижения международной сопоставимости представляется правомерным использовать высокую степень дезагрегирования продуктов, с тем чтобы можно было легче определить характеристики продуктов. Однако возможность этого ограничивается высокой степенью агрегирования информации, получаемой большинством стран (в большинстве случаев эта степень не превышает четырехзначного уровня СРС, версии 1.0). Вследствие этого в настоящее время предлагаемый перечень типичных туристских продуктов отличается высоким уровнем агрегирования (см. пункты 4.20–4.25, ниже, и рисунок 4.3).

3.22. С концептуальной точки зрения предлагаемый перечень типичных продуктов может включать как товары, так и услуги. Однако в настоящее время основное внимание в этом перечне уделено услугам, традиционно относимым к туристским услугам, поскольку они направлены на удовлетворение более общих потребностей и пожеланий посетителей, таких как услуги по размещению, предоставлению питания и напитков, перевозкам на длительные расстояния (включая аренду автомобилей), услуги по организации путешествий, услуги экскурсоводов, а также услуги в области культуры и досуга. Такое ограничение объясняется двумя основными видами трудностей в плане оценки:

- первая связана с огромным разнообразием товаров, приобретаемых посетителями в различных посещаемых странах и местах;
- вторая связана с тем, что базовая статистическая информация, которая будет использоваться при составлении таблиц, исходит от самих посетителей. Отмечалось, что в большинстве случаев использование такого источника статистической информации затрудняет выход за рамки широких концепций «покупки» или «сувениры».

## **В. Специфические виды деятельности в туризме**

### *В.1. Общие вопросы*

3.23. В СНС 1993 года подчеркивается важное значение анализа типичных производителей во вспомогательном счете:

«При рассмотрении производства основное внимание во вспомогательном счете уделяется анализу

типичных видов деятельности и производителей. Как объяснялось выше [например, пункт 21.61; справочный материал прилагается], типичными товарами и услугами являются товары и услуги, характерные для анализируемой области. Виды деятельности, в результате которой они создаются, называются типичными видами деятельности, а производители, которые занимаются типичными видами деятельности, называются типичными производителями» (СНС 1993 года, пункт 21.98).

3.24. Определив набор типичных туристских продуктов, дискуссию по вопросу о типичных туристских видах деятельности можно было бы закрыть, поскольку их можно определить как производительную деятельность, в результате которой создается продукция, определяемая как типичная для отрасли туризма (см. пункт 3.17, выше).

3.25. Вместе с тем следует напомнить, что связь между классификацией продуктов согласно СРС, версии 1.0, и классификацией видов производительной деятельности согласно третьему пересмотренному варианту МСОК, не обязательно приводит к прямому соответствию между категориями обеих классификаций, поскольку фактическое промышленное происхождение того или иного продукта (вид деятельности МСОК, в результате которой этот продукт создается) не является критерием для агрегирования продуктов в рамках одной и той же категории СРС. При составлении классификаций в расчет принимается характер продукта, а не его промышленное происхождение. Два продукта схожего характера, но полученные в результате различных процессов производства (две разные категории МСОК) будут классифицированы в рамках одной и той же категории СРС. Это несколько затрудняет процесс перехода от составления характеристик продукции к составлению характеристик видов производительной деятельности и наоборот и не всегда приводит к оптимальному решению.

3.26. Одна из важных отличительных черт типичных видов деятельности в туризме состоит в том, что такая деятельность должна отвечать интересам самих посетителей, то есть между поставщиком товара или услуги и потребителем должна существовать прямая связь. Для большей части услуг производитель и продавец выступают в одном лице, что не создает проблемы. В случае товаров, однако, между производителем товара и его конечным потребителем стоит, как правило, один или более посредников.

3.27. Хотя поставка товаров и услуг посетителям очень часто связана с непосредственным физическим контактом, термин «прямой контакт» не ограничивается физическим контактом и должен использоваться в более широком смысле в соответствии с целью оценки экономического воздействия туризма в макроэкономическом контексте.

3.28. Согласно критериям, установленным для определения типичных туристских продуктов, некоторые виды деятельности могут рассматриваться как типичные для туризма в связи со значением этого типичного товара для посетителей, даже если большая часть типичной продукции продается не посетителям. Это касается ресторанов или транспортных услуг, когда сообщение имеет важное значение или когда грузовые перевозки невозможно статистически отделить от пассажирских.

3.29. По аналогии с походом, принятым в отношении специфических туристских продуктов (см. пункт 3.15, выше), и для достижения международной сопоставимости в настоящих рекомендациях рассматриваются два различных случая:

- для целей достижения международной сопоставимости на агрегированном уровне составлен перечень типичных видов деятельности в туризме (см. пункты 4.20–4.25, ниже, и рисунок 4.4);
- любая страна, желающая составить собственный перечень типичных видов деятельности в туризме, должна использовать в качестве основы Стандартную международную классификацию видов деятельности в туризме, разработанную ВТО для целей международной сопоставимости данных (см. пункт 1.36, выше).

3.30. В силу особого характера туристского потребления, которое определяется не на основе потребляемых продуктов, а конкретной целью, которую имел потребитель (например, путешествие в другое место), могут существовать важные различия между продукцией, производимой в результате типичных для туризма видов деятельности в стране, и ее внутренним туристским потреблением. Значимость этих различий зависит от двух ключевых элементов:

- степень предложения товаров и услуг посетителям со стороны производителей, которые не относятся к категории типичных видов деятельности в туризме;
- степень предложения товаров и услуг не посетителям со стороны производителей, которые относятся к этой категории.

Значительно повлиять на эти различия может также уровень детализации имеющейся информации по товарам и услугам, а также видам деятельности.

3.31. На рисунке 3.1 показана следующая ситуация: в ячейках, выделенных двойной границей, отражен акцент на анализ предложения в области туризма, что предлагается в ВСТ. Аналогичным образом в затемненные ячейки включены темы, на которых делается акцент при анализе потребления, относящегося к туризму внутри страны. Следует подчеркнуть, что у собирающей данные страны нет никаких оснований приравнивать внутреннее туристское потребление к выпуску продукции в результате типичных для туризма видов деятельности.

**Рисунок 3.1**

**Направленность анализа предложения и потребления в области туризма**

	Типичные виды деятельности в туризме (а)			Смежные виды деятельности в туризме (а)			Неспецифические виды деятельности в туризме (а)			
	Основная продукция	Вторичная продукция		Основная продукция	Вторичная продукция		Основная продукция	Вторичная продукция		
Продукты, поставляемые:	Типичные продукты	Смежные продукты	Неспецифические продукты	Смежные продукты	Типичные продукты	Неспецифические продукты	Неспецифические продукты	Типичные продукты	Смежные продукты	
Посетителям										<b>Направленность анализа потребления внутристранового туризма</b>
Не посетителям										
	<b>Направленность анализа предложения в области туризма</b>									

(а) Типичные и смежные продукты относятся исключительно к продуктам туристского характера.

**В.2. Специальные вопросы**

3.32. При рассмотрении спроса в главе 2 в определенной степени обсуждались специфические элементы, относящиеся к услугам, предоставляемым в рамках домохозяйств его членам, жилищным услугам, предоставляемым во вторых домах за собственный счет или бесплатно, услугам туристических агентств и туроператоров (см. пункты 2.60–2.65, выше). Предлагаемый в отношении спроса учет также влияет на то, как производство этих услуг будет рассматриваться с точки зрения предложения, и именно этот вопрос будет находиться в центре настоящего обсуждения (в отношении учета товаров, приобретенных посетителями, см. пункты 4.82–4.98, ниже).

*В.2.1.* Услуги, оказываемые в рамках домохозяйства в интересах его членов

3.33. В рамках границ сферы производства СНС 1993 года производственные процессы не определяются, и потому воздействие на предложение в области туризма рассматриваться не будет.

*В.2.2.* Жилищные услуги, предоставляемые во вторых домах за собственный счет или бесплатно

3.34. В СНС 1993 года жилищные услуги, предоставляемые за собственный счет, ассоциируются с собственностью на жилые помещения, занимаемые их владельцами, и рассматриваются как производительная деятельность, равно как и производство и потребление конкретной услуги. В главе 2 отмечалось, что это отно-

сится как к основным, так и ко вторым домам, в особенности ко вторым домам, предназначенным в основном для целей туризма.

3.35. Таким образом, специфическая деятельность в туризме связана с собственностью на вторые дома, используемые в основном для целей туризма. При этом производятся и потребляются посетителями соответствующие туристские жилищные услуги.

3.36. Это специфическая деятельность особого типа, поскольку исключительное владение вторым домом для целей туризма за собственный счет создает туристскую услугу и эквивалентное потребление: для производства такой услуги не требуется посещение этой жилищной единицы каким-либо лицом, поскольку, как и для большинства жилищных единиц, занимаемых их владельцами, поток оказанных услуг зависит только от наличия такой единицы и ее качеств, в частности, местоположения, планировки, типа здания, размера и оснащения оборудованием, а не от характеристик посетителя.

*В.2.3.* Туристические агентства

3.37. Посетители (или потенциальные посетители) при планировании и организации их поездки часто прибегают к услугам туристических агентств. Их функция состоит в основном в продаже права на использование определенной услуги, в определенный момент времени и на определенных условиях. Они не заменяют собой производящие услуги единицы, но играют важную роль в предоставлении информации и обеспечении доступа тому или иному посетителю, являясь посредниками в приобретении определенных услуг.

3.38. Такие агентства выступают в некотором роде в качестве «розничных продавцов» этих услуг, которые продаются широким кругам населения. Но их функция, несомненно, отличается от той, что выполняется розничными продавцами товаров, поскольку в конечном счете именно производитель услуги обслуживает потребителя. Здесь нет замены отношений, а речь идет только об эффективном способе продажи производителем своего продукта населению.

3.39. В большинстве случаев счет за оплату услуг туристического агентства не выставляется непосредственно или отдельно пользователю услуги (посетителю), хотя возможно и непосредственное выставление счетов. В ряде случаев туристические агентства приобретают у авиакомпаний билеты по сниженным ценам (или по льготным тарифам) и продают их потребителям по рыночным ценам, получая доход в виде разницы между уплаченной и полученной ценой. В других случаях посетитель оплачивает стоимость транспортных услуг авиакомпании или стоимость какого-либо другого туристского продукта по фиксированной цене, установленной производителем услуги. Туристическое агентство получает доход в виде комиссионных от продажи в размере, устанавливаемом тем, кто предоставляет соответствующие услуги: таким образом, услуги туристического агентства приобретаются стороной, которая предоставляет услугу, реализуемую этим агентством посетителю.

3.40. Следовательно, валовой доход туристических агентств складывается из трех компонентов:

- доход, получаемый непосредственно от посетителей на основании конкретных выставляемых им счетов;
- валовые коммерческие наценки на услуги по розничной продаже, когда туристические агентства получают прибыль опосредованно в процессе операций по розничной продаже (приобретая услуги у ее производителя, например авиакомпании, или у оптового торговца и реализуя их туристам);
- комиссионные, уплачиваемые поставщиками туристских услуг, когда они выступают в качестве их агентов, что аналогично розничной продаже услуг за вознаграждение или на контрактной основе.

3.41. В ВСТ туристические агентства рассматриваются как относящиеся в первую очередь к типичным видам деятельности в туризме, поскольку по большей части именно через эти структуры лица, планирующие совершить путешествие, приобретают необходимые им транспортные услуги и услуги по размещению. Туристическое агентство и поставщик услуг, реализуемых при его посредничестве, оба непосредственно участвуют в предоставлении посетителю услуг и оба должны

анализироваться с точки зрения функции предоставления услуг посетителям.

3.42. В связи с этим в настоящих рекомендациях по определению и в целях упорядочения процедур считается, что во всех случаях туристические агентства осуществляют типичную туристскую деятельность по предоставлению услуг посетителям и услуги туристических агентств как таковые рассматриваются как часть туристского потребления.

3.43. Независимо от способа получения дохода туристического агентства общая сумма, которую посетители уплачивают за туристские услуги, приобретаемые через туристическое агентство, будет подразделена на две части: одна из них соответствует стоимости услуг туристического агентства, а другая — чистой стоимости приобретаемых туристских услуг.

3.44. При таком способе учета для получения набора данных, соответствующих этому подходу, обычно необходимо перерабатывать базовую статистическую информацию, поступающую от туристических агентств и от единиц, занимающихся различными видами деятельности, которые привлекают их в качестве розничных продавцов.

3.45. Такой учет имеет важные последствия для точного содержания понятий потребления, относящегося к внутреннему туризму, потребления, относящегося к въездному туризму, и потребления, относящегося к выездному туризму. Эти понятия будут подробно описаны при представлении таблиц и агрегированных показателей в главе 4.

#### *B.2.4. Туроператоры*

3.46. Туроператоры — это компании, сочетающие предоставление двух или более туристских услуг (например, транспортные перевозки, размещение, питание, развлечения, экскурсии) и реализующие их через туристические агентства или напрямую конечным потребителям в качестве единого продукта (так называемые комплексные туры) по общей цене. Компоненты комплексного тура могут устанавливаться заранее или быть подобраны на основе предлагаемого списка, когда посетитель сам принимает решение о том, какие услуги и в каком сочетании он желает приобрести.

3.47. Туроператор, как правило, действует от своего имени и за свой счет. Сначала туроператор приобретает у производителя туристской продукции различные услуги, которые комбинирует и предлагает в качестве единого комплексного продукта потребителям либо напрямую, либо через туристические агентства. Такой продукт обычно включает в себя транспортные услуги и одну или более из таких услуг, как размеще-



ние, питание, экскурсии, развлечения и другие необходимые посетителям услуги, а также услуги самого туроператора. В большинстве случаев посетитель не в курсе того, как распределяются расходы по различным компонентам, и не имеет прямых контактов с поставщиками услуг до поездки. Нередко туроператоры подвергают себя риску, приобретая у поставщиков услуги, включаемые в комплексные туры, и выплачивая им штрафы, если такие туры не продаются.

3.48. Комплексный тур можно рассматривать в качестве совершенно нового, если не синтетического, туристического продукта. Его классификация и учет в рамках национальных счетов и платежного баланса традиционно сопряжены с трудностями, но в настоящих рекомендациях окончательное решение не предлагается. Следует ли рассматривать комплексный тур в качестве продукта как такового независимо от его компонентов, которые считать вводимыми факторами производства этого нового продукта?<sup>1</sup> Или же, напротив, его следует рассматривать как процедуру продвижения товара на рынок, используемую для реализации его компонентов?<sup>2</sup>

3.49. Для целей ВСТ комплексный тур не рассматривается в качестве самостоятельного продукта, поскольку тогда покупатели включенных в него продуктов уже не будут больше считаться покупающими охватываемые туром услуги, которые будут учитываться как промежуточное потребление туроператоров и, таким образом, утратят прямую связь с посетителями. В результате реализуемые таким образом туристские услуги не будут рассматриваться как приобретенные посетителями, и доля туризма в их использовании будет недооцениваться. Это негативно скажется на классификации видов деятельности, в рамках которых они производятся, поскольку их основная продукция более не будет считаться типичной для туризма.

3.50. Следовательно, для ВСТ необходимо, чтобы все компоненты комплексного тура, включая стоимость услуг самого туроператора, рассматривались как приобретаемые посетителем напрямую. Это требует так называемой «чистой» стоимостной оценки комплексных туров.

3.51. Туроператор рассматривается как определенный вид розничного продавца туристских услуг. Стоимость таких услуг будет исчисляться в валовой прибыли как разница между платой, взимаемой туроператором за проданные комплексные туры, и его расходами на компоненты, включая комиссионные, причи-

<sup>1</sup> Вариант решения, который, как представляется, подразумевается в СРС, версии 1.0, состоит в том, что комплексные туры признаются в качестве самостоятельного продукта.

<sup>2</sup> См., например, Международный валютный фонд, *Руководство по платежному балансу* (Вашингтон, О.К., 1995 год), пункт 318.

тающиеся туристическим агентствам за реализацию комплексных туров населению. Воздействие этого метода учета комплексных туров будет подробно рассмотрено при представлении таблиц и агрегированных показателей в главе 4.

## С. Отрасли туризма

3.52. В идеальном случае типичный производитель — это однородная производственная единица, то есть единица производства, в которой осуществляется только один вид производительной деятельности. Вместе с тем такая единица, как правило, не поддается статистическому наблюдению и представляет собой скорее абстрактную или концептуальную единицу (см. СНС 1993 года, пункт 15.14). Заведение, определяемое как «предприятие (или часть предприятия), территориально расположенное в одном месте и занимающееся только одним видом производительной деятельности (не относящейся к вспомогательной), или как предприятие, большая часть добавленной стоимости которого создается в процессе его основной производительной деятельности» (СНС 1993 года, пункт 5.21; см. также пункт 21.8), будет статистической единицей, используемой в ВСТ, как это обычно практикуется в таблицах ресурсов и использования национальных счетов согласно рекомендациям СНС 1993 года (СНС 1993 года, пункт 15.14).

3.53. Заведения характеризуются и классифицируются по видам деятельности на основе производительной деятельности, в процессе которой создается большая часть добавленной стоимости.

3.54. С функциональной точки зрения СНС 1993 года определяет отрасли как «группы заведений, занимающихся одним и тем же видом производительной деятельности» (СНС 1993 года, пункт 15.13). Согласно этому определению набор типичных видов деятельности в туризме не представляет собой отдельную отрасль. Но он охватывает целый ряд «отраслей» по смыслу МСОК. В связи с этим ВСТ определяет типичную туристскую отрасль как группу заведений, основной производительной деятельностью которых является типичный для туризма вид деятельности. Отрасли туризма — это группа всех типичных для туризма отраслей.

### С.1. Добавленная стоимость

3.55. Как и в отношении всех видов экономической деятельности в рамках концептуальной основы СНС 1993 года, функционирование отраслей туризма в сфере производства можно лучше всего описать с помощью наборов таблиц, где показано, из каких продуктов состоит конечная продукция (выпуск), какие про-

дукты входят в вводимые факторы производства (затраты) и как оплачиваются производственные факторы.

3.56. Экономическая значимость производительной деятельности обычно оценивается на основе добавленной стоимости, что позволяет избежать дублирования при сопоставлении и агрегировании различных видов производительной деятельности и не зависит от институциональной организации производственных процессов. В СНС 1993 года приводятся следующие определения:

- валовая добавленная стоимость определяется как выпуск продукции за вычетом промежуточного потребления;
- чистая добавленная стоимость определяется как выпуск продукции за вычетом промежуточного потребления и потребления основного капитала.

3.57. Поскольку добавленная стоимость предназначена для оценки дополнительной стоимости, создаваемой в процессе производства, ее следует измерять на чистой основе, так как потребление основного капитала представляет собой издержки производства. Вместе с тем потребление основного капитала на практике может с трудом поддаваться измерению, и не всегда представляется возможным дать удовлетворительную оценку его величины и, следовательно, чистой добавленной стоимости (СНС 1993 года, пункты 6.4 и 6.5). В настоящих рекомендациях используется валовое измерение добавленной стоимости.

3.58. Добавленная стоимость — это оценка, относящаяся к процессу производства в целом, то есть к комбинации затрат, средств производства, труда и технологий, с целью получить комбинацию всей выпускаемой продукции. Можно выделить два различных подхода к оценке добавленной стоимости, создаваемой в секторе туризма:

- более простой способ оценки добавленной стоимости в отраслях туризма состоит в суммировании добавленной стоимости, создаваемой в каждой типичной для туризма отрасли;
- либо можно установить прямую связь между спросом на туристские товары и услуги и их предложением и определить добавленную стоимость для каждого уровня потребления, осуществляемого посетителями. Процесс такой оценки более подробно рассматривается в главе 4.

## C.2. Занятость

3.59. Занятость — переменная величина, имеющая важное значение для экономического анализа произво-

дительной деятельности, что касается в равной мере и туризма. В целом типичные для туризма виды деятельности относительно трудоемки, и, следовательно, с развитием туризма связаны многие ожидания в плане воздействия на рост занятости и на увеличение личных доходов трудящихся в той или иной стране.

3.60. Для туризма характерны ряд особенностей, которые следует учитывать при рассмотрении занятости. Во многих случаях туристское потребление, в частности связанное с въездным туризмом, неравномерно распределяется в течение года. Вследствие этого занятость в типичных для туризма видах деятельности будет подвержена сезонным колебаниям, нередко более сильным, чем в других видах деятельности.

3.61. Это подчеркивает важное значение оценки занятости с помощью различных показателей, которые дополняют друг друга и могут не иметь общего применения в экономике; к таким показателям относятся численность занятых, количество рабочих мест, занятость в течение полного рабочего дня и общее количество отработанных часов (СНС 1993 года, пункты 17.4–17.18). Важным моментом являются также взаимодополняемость и соответствие между способами оценки оплаты труда работников и оценки занятости. В целях расширения анализа в этой важной области статистики туризма ОЭСР разработала модуль занятости для ВСТ. Более подробное описание этого модуля содержится в приложении III к настоящему документу.

## C.3. Валовое накопление основного капитала в отраслях туризма

3.62. Валовое накопление основного капитала является важным компонентом описания и анализа в отраслях туризма. Следует добавить, что с отраслевой точки зрения важной переменной величиной является не только валовое накопление основного капитала, но при более широком анализе отрасли туризма большое значение могут также иметь операции с нефинансовыми произведенными активами (такими, как земля) и нематериальными произведенными активами (такими, как права на землю или права на торговую марку). Эти моменты упоминаются в настоящих рекомендациях, но им не уделяется первоочередное внимание, поскольку связи между ними в рамках ВСТ до сих пор подробно не рассматривались.

3.63. Валовое накопление основного капитала в отраслях туризма является одним из подходов, уже упоминавшихся в связи с валовым накоплением основного капитала в секторе туризма (см. пункты 2.18–2.85, выше), и включено в таблицу 8 (см. пункт 4.64, ниже).

## ГЛАВА 4. ТАБЛИЦЫ, СЧЕТА И АГРЕГИРОВАННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

4.1. Методологическая структура для построения ВСТ представляет собой не более чем набор определенных и классификаций, сведенных в таблицы и представленных в логическом и последовательном порядке. Это позволяет изучить экономические масштабы туризма в целом с точки зрения как спроса, так и предложения. В связи с этим данная глава, в которой представлены таблицы и агрегированные показатели, составляет центральную часть настоящих рекомендаций.

4.2. Десять таблиц, образующих вспомогательный счет туризма, получены на основе соответствующих таблиц СНС 1993 года, которые относятся к ресурсам и использованию товаров и услуг. Они являются центральным звеном международных сопоставлений экономического воздействия туризма в различных странах.

4.3. Построение предлагаемых таблиц, счетов и основных агрегированных показателей должно происходить в два отдельных этапа, поскольку большинство стран не смогут одновременно компилировать все таблицы.

4.4. На первом этапе будет стоять цель построения таблиц 1, 2, 3, 4, 5, 6 и 10. Это минимальный необходимый набор таблиц, позволяющий говорить о системе вспомогательных счетов, поскольку счета, концентрированные исключительно на туристском потреблении или только на предложении со стороны отраслей туризма и других отраслей, не квалифицируются как вспомогательные счета туризма. Как минимум, ВСТ должен включать подробные данные о предложении и потреблении — с точки зрения потребленных посетителями товаров и услуг и видов деятельности, в результате которых они произведены, — а также общее сопоставление их соответствующих агрегированных показателей, которые составляют основу системы ВСТ.

4.5. Таблица 7 (Занятость в отраслях туризма) также является важной частью этой системы, хотя включенные в нее переменные и предлагаемый охват касаются ограничительной количественной оценки занятости.

4.6. Вместе с тем для составления таблицы 8 (Валовое накопление основного капитала в секторе туризма отраслей туризма и других отраслей) и таблицы 9 (Коллективное туристское потребление, в разбивке по функциям и уровням органов государственного управления) необходимо не только осуществлять сбор данных, которые большинство стран в настоящее время не собирают, но и преодолеть многие трудности концеп-

туального порядка. Таким образом, таблицы 8 и 9 следует рассматривать только на втором этапе.

4.7. Десять таблиц наглядно демонстрируют будущим составителям счетов, какую работу им предстоит проделать, и показывают пользователям открывающиеся перед ними аналитические возможности. В любом случае публикация в будущем международными организациями результатов, которые получены в разработавших ВСТ странах-членах, должна быть основана на наборе таблиц, аналогичном представленному в настоящих рекомендациях.

4.8. Для всех таблиц, как построенных на первом этапе, так и соответствующих второму этапу, представление результатов всегда должно сопровождаться четкими ссылками на точный охват переменных и на методологию, применяемую при их оценке.

4.9. Рекомендуемые принципы оценки те же, что и предлагаются в СНС 1993 года, то есть производство следует оценивать в базисных ценах, а потребление и использование — в ценах покупателей. Что касается времени учета, то в ВСТ действует та же основа, что и в СНС 1993 года, а именно: учет по методу начислений, а не на кассовой основе или на основе «причитающихся сумм».

4.10. Похоже, что на практике применяемые методы оценки и времени учета соответствуют тем, что используются странами, готовящими ВСТ, при составлении общих национальных счетов. Поэтому в зависимости от практики отдельных стран применяемые методы могут отличаться от рекомендуемых СНС 1993 года или от настоящих рекомендаций. В связи с этим для целей международной сопоставимости важно, чтобы составители ВСТ были в курсе используемых методов оценки и времени учета, которые должны сообщаться при распространении данных или методологии.

### А. Таблицы и счета

#### А.1. Общие замечания

4.11. Существует целый ряд формальных различий между таблицами ВСТ и таблицами СНС 1993 года, что в основном обусловлено скорее разницей в представлении, чем концептуальными различиями. В связи с этим при разработке странового ВСТ составителю

счетов необходимо не только иметь базовый набор процедур прямого сбора данных, но и преобразовывать и выделять информацию, уже имеющуюся в национальных счетах страны, в данные, относящиеся к туризму и входящие в ВСТ.

4.12. Этот процесс состоит из следующих этапов:

- выделение данных по специфическим туристским продуктам и видам деятельности из баз данных, используемых при составлении матриц ресурсов и использования в национальных счетах;
- переход от валовой стоимостной оценки комплексных туров в национальных счетах некоторых стран к чистой стоимостной оценке, требуемой ВСТ (см. пункты 3.46–3.51, выше);
- выделение стоимости услуг туристических агентств из общей стоимости услуг, в которые они включены (главным образом это касается транспорта, комплексных туров и средств размещения), с тем чтобы на постоянной основе рассматривать туристические агентства как часть отраслей туризма страны. Для этого также необходимо в рамках потребления посетителей — нерезидентов и резидентов, совершающих путешествия за пределами экономической территории соответствующей страны, установить обычное местожительство различных поставщиков услуг (например, воздушный транспорт, размещение в гостиницах), а также самого туристического агентства, если услуга такого посредника используется при приобретении упомянутых выше услуг;
- разбивка стоимости приобретенных посетителями товаров на торговую наценку и базовую стоимость товара (см. пункты 4.83–4.90, ниже);
- определение туристского потребления по всем его компонентам (туристское потребление в денежной форме и операции в натуральной форме) в отличие от потребления, осуществляемого не посетителями;
- двойная классификация туристских деловых расходов как компонента туристского потребления, когда речь идет о балансе ресурсов и использования, и как издержек производства в производительной деятельности при описании этих производственных процессов, а также при определении добавленной стоимости в секторе туризма и доли туризма в валовом внутреннем продукте.

#### A.2. Чистая стоимостная оценка

4.13. Из шести названных преобразований базовой информации, которые уже рассматривались, четыре (различные классификации продуктов и видов деятель-

ности, выделение наценки из стоимости товаров, определение туристского потребления и двойная классификация туристских деловых расходов) почти не влияют на стандартные таблицы национальных счетов. Это означает, что изменяется разбивка итоговых значений по продуктам и видам деятельности, но сами итоговые значения остаются без изменений. Однако это не относится к чистой стоимостной оценке комплексных туров и к выделению услуг туристических агентств, что влияет на стоимостные показатели и классификации потоков в рамках различных концепций туристского потребления. В связи с этим необходимо более тщательно рассмотреть такие последствия.

4.14. Представленные с применением этих шести преобразований данные будут рассматриваться как учтенные на основе чистой стоимостной оценки (то есть чистой стоимостной оценки услуг туроператоров и туристических агентств).

##### A.2.1. Чистая стоимостная оценка комплексных туров

4.15. В ВСТ услуги туроператоров следует оценивать в чистом стоимостном выражении: это требование вытекает из необходимости согласованного учета туристских услуг, приобретаемых напрямую, и услуг (того же вида), приобретаемых через туроператоров. Не выдвигается никаких требований в отношении стоимостной оценки в валовом выражении для целей международных сопоставлений, поскольку неясно, будут ли все страны использовать такую оценку, особенно если этого не требуется для их национальных счетов.

4.16. Такая оценка имеет следующие последствия для измерения туристского потребления:

- a) Если посетитель-резидент путешествует в пределах экономической территории соответствующей страны и приобретает для этой цели комплексный тур, то разбивка комплексного тура не имеет последствий для общей величины туристского потребления до или после разбивки: общая сумма разбивается на все входящие в нее компоненты, причем все они являются частью потребления, относящегося к внутреннему туризму. В условиях политики открытого неба перевозка может обеспечиваться нерезидентом, но, поскольку она имеет место между двумя пунктами, расположенными в пределах экономической территории соответствующей страны, она будет являться частью потребления, относящегося к внутреннему туризму, даже когда обеспечивается нерезидентом.
- b) Если посетитель-резидент намеревается совершить путешествие за пределы экономической территории соответствующей страны и приобретает комплекс-

ный тур напрямую у разработавшего его туроператора-резидента или через туристическое агентство — резидента, то в рамках системы валовой стоимостной оценки такие расходы полностью включаются в потребление, относящееся к внутреннему туризму. Вместе с тем для чистой стоимостной оценки следует рассмотреть две различные ситуации:

- некоторые услуги в рамках комплексного тура предоставляются производителями-резидентами. Расходы на них, а также услуги туроператора и туристического агентства, которое эти туры реализует, относятся к внутреннему туристскому потреблению и разбиваются на компоненты по продуктам;
- некоторые услуги в рамках комплексного тура предоставляются производителями-нерезидентами. Такие услуги являются частью потребления, относящегося к выездному туризму.

с) Если посетитель-резидент намеревается совершить путешествие за пределы экономической территории соответствующей страны и приобретает комплексный тур напрямую у разработавшего его туроператора-нерезидента за пределами этой страны или через туристическое агентство — резидента, то в рамках системы валовой стоимостной оценки объем расходов целиком рассматривается как часть потребления, относящегося к выездному туризму. Вместе с тем для системы чистой стоимостной оценки следует рассмотреть две различные ситуации:

- некоторые услуги в рамках комплексного тура предоставляются производителями-резидентами. Расходы на них, а также (возможные) услуги туристического агентства относятся к внутреннему туристскому потреблению и разбиваются на компоненты по продуктам;
- некоторые услуги в рамках комплексного тура предоставляются производителями-нерезидентами. Такие услуги, а также услуги туроператора,

являются частью потребления, относящегося к выездному туризму.

d) Если посетитель-нерезидент намеревается совершить путешествие в соответствующую страну и перед отъездом приобретает комплексный тур напрямую или через туристическое агентство, то в рамках системы валовой стоимостной оценки также могут возникнуть две различные ситуации независимо от того, является туроператор резидентом или нерезидентом в соответствующей стране. Сначала устанавливается, что услуги самого туристического агентства выходят за рамки ВСТ (операции между двумя нерезидентами), а затем в случае туроператора-нерезидента никаких данных в ВСТ не вносится, а в случае туроператора-резидента общий объем стоимости его услуг учитывается как потребление, относящееся к выездному туризму. В рамках системы учета чистой стоимости анализ является более сложным:

- услуги (включая возможные услуги туроператора), реализуемые в рамках комплексного тура производителями — резидентами соответствующей страны, рассматриваются как потребление, относящееся к выездному туризму;
- услуги (включая возможные услуги туроператора), реализуемые в рамках комплексного тура производителями — нерезидентами соответствующей страны, не входят в сферу охвата ВСТ, поскольку они относятся к услугам, предоставляемым нерезидентами нерезиденту.

4.17. В результате таких корректировок изменяется не только разбивка по продуктам, но и общий объем потребления, относящегося к внутреннему туризму, выездному туризму и въездному туризму; это объясняется тем, что туроператоры, производящие и реализующие комплексные туры, и туристские услуги, которые они (как полагается) продают, находятся в разных странах. Эти выводы в сводном виде представлены на рисунке 4.1.

Рисунок 4.1

Представление в сводном виде совокупных последствий применения чистой стоимостной оценки комплексных туров для потребления, относящегося к внутреннему туризму, выездному туризму и въездному туризму

<i>Характеристики посетителя</i>	<i>Местопребывание туроператора</i>	<i>Классификация комплексных туров по валовой стоимостной оценке</i>	<i>Классификация комплексных туров по чистой стоимостной оценке</i>
Посетитель-резидент, путешествующий в пределах экономической территории соответствующей страны	Соответствующая страна	Комплексный тур как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b>	Все компоненты комплексного тура, включая услуги туроператора, включаются в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b>
Посетитель-резидент, отправляющийся за пределы экономической территории соответствующей страны	Соответствующая страна	Комплексный тур как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b>	Компоненты, произведенные внутри страны, в том числе услуги туроператора и туристического агентства, реализующего комплексный тур, включаются в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b> ; другие компоненты, произведенные за пределами страны, включаются в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b>
Посетитель-резидент, отправляющийся за пределы экономической территории соответствующей страны	Страна, помимо соответствующей страны	Комплексный тур как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b>	Компоненты, произведенные внутри страны, в том числе услуги туристического агентства, реализующего комплексный тур, включаются в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b> ; другие компоненты, произведенные за пределами страны, в том числе услуги туроператора, включаются в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b>
Посетитель-нерезидент, путешествующий в пределах экономической территории соответствующей страны	Соответствующая страна	Комплексный тур как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к въездному туризму</b>	Компоненты, произведенные внутри страны, в том числе услуги туроператора, включаются в <b>потребление, относящееся к въездному туризму</b> ; другие компоненты, произведенные за пределами страны, в том числе услуги туристического агентства, реализующего комплексный тур, исключаются из оценки, относящейся к соответствующей стране
Посетитель-нерезидент, путешествующий в пределах экономической территории соответствующей страны	Страна, помимо соответствующей страны	Комплексный тур как агрегированный продукт исключается из оценки, относящейся к соответствующей стране	Компоненты, произведенные внутри страны, включаются в <b>потребление, относящееся к въездному туризму</b> ; другие компоненты, произведенные за пределами страны, в том числе услуги туроператора и туристического агентства, реализующего комплексный тур, исключаются из оценки, относящейся к соответствующей стране

#### 4.2.2. Чистая стоимостная оценка услуг туристического агентства

4.18. Чистая стоимостная оценка, которая получается в результате вычета стоимости услуг туристического агентства из стоимости услуг, частью которых они являются, имеет следующие последствия:

- a) Если посетитель-резидент путешествует в пределах экономической территории соответствующей страны, такая разбивка не имеет последствий для общей стоимости туристского потребления; единственным последствием будет иная разбивка по продуктам потребления, относящегося к внутреннему туризму.
- b) Если посетитель-резидент намеревается совершить поездку за пределы экономической территории соответствующей страны и до отъезда приобретает услугу через туристическое агентство, то следует рассмотреть две различные ситуации:
  - услуга, реализуемая через туристическое агентство, предоставляется производителем-резидентом. В таком случае разбивка суммы, уплаченной посетителями, между стоимостью услуг и стоимостью услуг туристического агентства по-прежнему будет включаться в общую стоимость внутреннего потребления, поскольку оба вида услуг предоставляют резиденты. Такой случай аналогичен предыдущему: общая сумма расходов включается в потребление, относящееся к внутреннему туризму, и разбивается на входящие компоненты;
  - услуга, реализуемая через туристическое агентство, предоставляется производителем-нерезидентом. В таком случае услуга является частью потребления, относящегося к выездному туризму (полагается, что потребление услуги происходит вне пределов соответствующей страны), но часть, соответствующая стоимости услуг самого туристического агентства, по-прежнему включается в потребление, относящееся к внутреннему туризму. Общий объем потребления не изменяется при таком новом учете, но меняются доли потребления, относящегося к внутреннему туризму и к выездному туризму: доля потребления, относящегося к

внутреннему туризму, увеличивается на стоимость услуг туристического агентства, а доля потребления, относящегося к выездному туризму, уменьшается на ту же величину.

- c) Если посетитель-нерезидент намеревается совершить путешествие в пределах экономической территории соответствующей страны и до отъезда приобретает услугу через туристическое агентство, в этом случае также могут возникнуть две различные ситуации. Следует отметить, что туристическое агентство должно быть расположено за пределами экономической территории соответствующей страны, так что услуга туристического агентства не попадает в сферу действия ВСТ (операция между двумя нерезидентами):
  - услуга, реализуемая через туристическое агентство, предоставляется производителем-резидентом соответствующей страны: хотя услуга, относящаяся к самому туристическому агентству, находится вне сферы действия ВСТ, это не относится к туристской услуге, «реализуемой в розницу» данным агентством, которая включается в потребление, относящееся к выездному туризму. Чистая стоимость услуги (после вычета стоимости услуги туристического агентства) по-прежнему включается в потребление, относящееся к выездному туризму, но ее сумма теперь меньше, чем до совершения данной операции, поскольку необходимо вычесть платежи, произведенные производителем туристическим агентствам-нерезидентам;
  - услуга, реализуемая через туристическое агентство, предоставляется производителем-нерезидентом. В таком случае услуга также не попадает в сферу действия ВСТ.

4.19. В результате таких корректировок изменяется не только разбивка по продуктам, но и общая стоимость потребления, относящегося к внутреннему туризму, выездному туризму и выездному туризму, поскольку «розничная продажа» туристских услуг туристическим агентством и предоставление продаваемых им туристских услуг происходят в разных странах. На рисунке 4.2 в сводном виде представлены данные выводы.

## Рисунок 4.2

### Представление в сводном виде совокупных последствий вычета стоимости услуг туристического агентства из общей стоимости туристских услуг

<i>Характеристики посетителя</i>	<i>Местопребывание туристического агентства</i>	<i>Классификация по валовой стоимостной оценке</i>	<i>Классификация по скорректированной стоимостной оценке</i>
Посетитель-резидент, путешествующий в пределах экономической территории соответствующей страны	Соответствующая страна	Приобретенная услуга как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b> . Услуги туристического агентства представляют собой промежуточное потребление для производства этих услуг	Стоимость приобретенных (туристских) услуг уменьшается на стоимость услуг туристического агентства; все компоненты услуги, включая услуги туристического агентства, включаются в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b>
Посетитель-резидент, отправляющийся за пределы экономической территории соответствующей страны	Соответствующая страна	Приобретенная услуга как агрегированный продукт включается в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b> , если она произведена внутри страны, в ином случае — в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b> . Услуги туристического агентства представляют собой промежуточное потребление для производства услуг внутри страны, в ином случае они относятся к экспорту	Чистая стоимость произведенных внутри страны компонентов, в том числе услуги самого туристического агентства, включается в <b>потребление, относящееся к внутреннему туризму</b> . Чистая стоимость других компонентов, не произведенных внутри страны, включается в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b>
Посетитель-нерезидент, путешествующий в пределах экономической территории соответствующей страны	Страна, помимо соответствующей страны	Приобретенная услуга как агрегированный продукт не включается в оценку, относящуюся к соответствующей стране, если она не произведена в пределах страны; в ином случае она включается в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b> . Услуги туристического агентства учитываются как импортное потребление для производства услуг внутри страны, в ином случае они исключаются из оценки, относящейся к соответствующей стране	Чистая стоимость произведенных внутри страны компонентов включается в <b>потребление, относящееся к выездному туризму</b> ; другие компоненты, произведенные за пределами страны, в том числе услуги туристического агентства, исключаются из оценки, относящейся к соответствующей стране

### А.3. Используемые классификации

#### А.3.1. Общие замечания

4.20. Построение десяти таблиц, представляющих собой новый статистический инструмент, о котором идет речь, может происходить в два этапа (см. пункты 4.3–4.6, выше), и используемые классификации также будут соответствовать различным этапам разработки классификации на международном уровне.

4.21. В данное время в целях международной сопоставимости результатов, которые будут получены в таблицах 1–7 и 10 (базовый набор таблиц), настоящие

рекомендации включают перечень продуктов и видов деятельности, которые считаются типичными для туризма (см. рисунки 4.3 и 4.4).

#### А.3.2. Конкретные замечания

##### а) Продукты

4.22. Продукты классифицируются по трем видам и группируются в две различные категории: специфические туристские продукты (типичные и смежные) и неспецифические продукты (все те, которые считаются не имеющими значимого прямого интереса для туризма).



*b)* Производственные единицы

4.23. Что касается производственных единиц, то имеется три вида деятельности, которые определяются согласно основной выпускаемой продукции, и эти виды деятельности группируются в две различные категории: специфические для туризма виды деятельности (типичные и смежные) и неспецифические виды деятельности (к которым относятся все остальные виды производственной деятельности) (см. пункт 3.31, выше).

4.24. Типичные для туризма виды деятельности определяются на том же уровне агрегирования, что и типичные туристские продукты, за исключением услуг

туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов, услуг в области культуры, а также спортивных и других рекреационных услуг, которые представляются в агрегированном виде по видам деятельности и в подробном виде по продуктам.

*c)* Перечни типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности

4.25. Предлагаемые перечни типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности, которые рекомендуются для построения базового набора таблиц, представлены на рисунках 4.3 и 4.4.

**Рисунок 4.3**  
**Перечень типичных туристских продуктов**

<i>Описание продуктов</i>
<b>1. Услуги по размещению</b>
1.1 Услуги гостиниц и прочих средств размещения
1.2 Услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно
<b>2. Услуги предприятий общественного питания</b>
<b>3. Услуги пассажирского транспорта</b>
3.1 Междугородные перевозки железнодорожным транспортом
3.2 Перевозки дорожным транспортом
3.3 Перевозки водным транспортом
3.4 Перевозки воздушным транспортом
3.5 Вспомогательные услуги, относящиеся к пассажирскому транспорту
3.6 Сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования
3.7 Техническое обслуживание и текущий ремонт пассажирского транспортного оборудования
<b>4. Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов</b>
4.1 Услуги туристических агентств
4.2 Услуги туроператоров
4.3 Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов
<b>5. Услуги в области культуры</b>
5.1 Исполнительское искусство
5.2 Деятельность музеев и прочие услуги в области культуры
<b>6. Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений</b>
6.1 Спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта
6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха
<b>7. Различные туристские услуги</b>
7.1 Финансовые услуги и страхование
7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров
7.3 Прочие туристские услуги

**Рисунок 4.4**  
**Перечень типичных для туризма видов деятельности**

<i>Описание видов деятельности</i>
<b>1. Гостиницы и аналогичные заведения</b>
<b>2. Владение вторыми домами (условное исчисление)</b>
<b>3. Рестораны и аналогичные заведения</b>
<b>4. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта</b>
<b>5. Услуги дорожного пассажирского транспорта</b>
<b>6. Услуги водного пассажирского транспорта</b>
<b>7. Услуги воздушного пассажирского транспорта</b>
<b>8. Вспомогательные услуги в области транспорта</b>
<b>9. Сдача в аренду транспортного оборудования</b>
<b>10. Туристические агентства и аналогичные заведения</b>
<b>11. Услуги в области культуры</b>
<b>12. Спортивные и прочие рекреационные услуги</b>

Таблицы соответствия подробного перечня типичных туристских продуктов и СРС, версии 1.0, а также подробного перечня типичных для туризма видов деятельности и третьего пересмотренного варианта МСОК и СИКТА — включены в приложение II.

#### А.4. *Таблицы*

##### А.4.1. *Общий обзор*

4.26. Таблицы 1–6 составлены с использованием предлагаемой чистой стоимостной оценки (а именно чистой стоимостной оценки услуг туристических агентств, комплексных туров и торговых наценок). Таким образом, в таблицах 1–6 проводится разбивка стоимости товаров, приобретенных в пределах экономической территории, на две части: торговые наценки и остальная стоимость товаров, включающая базовую стоимость и чистые налоги на товары. Если отдельно определяется только розничная торговая наценка, то остальная стоимость товаров будет включать все прочие торговые наценки.

4.27. Поскольку расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме являются наиболее важным компонентом туристского потребления, первые три таблицы (таблицы 1–3) акцентируются на этой переменной применительно к различным видам туризма. Затем в таблице 4 вместе приводятся общие расходы на конечное потребление в денежной форме и корректировки, необходимые для получения величины общего потребления, осуществляемого посетителями или от имени посетителей, поскольку такие корректировки не всегда легко отнести к различным видам туризма. Важнейший агрегированный показатель, который можно получить на основе таблицы 4, — потребление, относящееся к туризму внутри страны; для оценки экономического воздействия туризма на соответствующую страну этот агрегированный показатель следует сопоставить с внутренним предложением.

4.28. Таблица 5 представляет собой таблицу ресурсов, в которой типичные туристские продукты и виды деятельности представлены на более высоком уровне дезагрегирования, считающемся разумным на данный момент. Выше отмечалось (см. пункты 3.18 и 3.31), что такой уровень дезагрегирования предназначен исключительно для целей международной сопоставимости данных, собранных международными организациями для опубликования. Тем не менее страны, которые разработали собственные классификации типичных и других специфических продуктов и видов деятельности, могут применять более высокий уровень дезагрегирования, чем предлагаемый здесь. В связи с этим столбец «смежные с туризмом отрасли» будет включать в агрегированном виде показатели, соответствующие видам

деятельности, которые считаются специфическими в той или иной стране, но не относятся к таковым в используемой в настоящих рекомендациях классификации. Наконец, столбец «неспецифические отрасли» будет отражать агрегированный показатель, относящийся ко всем другим отраслям.

4.29. В таблице 6 приводится общее сопоставление потребления, относящегося к туризму внутри страны, и внутреннего предложения, из которого можно вычесть добавленную стоимость в секторе туризма и ВВП, образованный в результате потребления, относящегося к туризму внутри страны. Данная таблица является центральной для ВСТ: без нее нельзя составить вспомогательный счет туризма, даже если она содержит лишь частичные данные.

4.30. Таблица 7 относится к занятости в отраслях туризма; она включена, несмотря на трудности сопряженной с ней оценки, что подтверждает ее важнейшее значение.

4.31. Как отмечалось выше (см. пункт 4.6), сопоставление таблиц 8 и 9, относящихся к валовому накоплению основного капитала в секторе туризма и коллективному туристскому потреблению, носит в настоящее время исключительно экспериментальный характер. Хотя лишь немногие страны обладают необходимой для их составления информацией, следует рассмотреть вопрос о применении этих таблиц в будущем, поскольку они имеют важное значение для анализа туризма.

4.32. Наконец, в таблице 10 представлен ограниченный ряд показателей в неденежной форме, выраженных в основном в натуральных единицах и необходимых для оценки и толкования информации в денежном выражении, которая приводится в базовых таблицах 1–7.

4.33. Большинство представленных в настоящем документе таблиц могут быть составлены как в текущих, так и в постоянных ценах, как в национальной валюте, так и, в случае международного туризма, в иностранной валюте. Оценки в постоянных ценах могут обоснованно применяться только к показателям, относящимся к продуктам как рыночным, так и нерыночным. Расчет показателей в постоянных ценах должен осуществляться согласно принципам СНС 1993 года.

##### А.4.2. *Описание*

###### *Таблицы 1, 2 и 3*

*Расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме, в разбивке по продуктам и видам туризма*

4.34. В таблицах 1–3 представлен наиболее важный компонент туристского потребления: расходы посети-

телей на конечное потребление в денежной форме. В таблице 1 рассматривается въездной туризм, в таблице 2 — внутренний туризм, а в таблице 3 — выездной туризм. Разбивка по продуктам одинакова для всех таблиц, однако таблицы 1–3 не должны включать позицию «туристские жилищные услуги, предоставляемые за собственный счет или бесплатно». Эта статья потребления по своему характеру относится к операциям в натуральной форме и будет включена в общие корректировки, которые необходимы для оценки потребления, относящегося к туризму внутри страны и рассматриваемого в таблице 4.

4.35. В таблицах 1–3 применяются одинаковые классификации, разбивки и принципы оценки: расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме классифицируются по видам соответствующих посетителей; в случае потребления, относящегося к въездному туризму и выездному туризму, эта разбивка не имеет значения. Но в случае потребления, относящегося к внутреннему туризму (таблица 2), необходимы некоторые специальные корректировки.

4.36. В таблице 2 представлены расходы на конечное потребление в денежной форме посетителей-резидентов в национальной экономике, то есть эти расходы включают также расходы на потребление резидентов, осуществляющих поездки за пределы экономической территории соответствующей страны, до их отъезда или по возвращении. Эти два различных вида посетителей, а также соответствующие уровни и состав потребления должны быть представлены по возможности отдельно. В таком случае оценка потребления, относящегося к внутреннему туризму, потребует ряда дополнительных корректировок, поскольку некоторые виды потребления нельзя конкретно отнести к той или иной группе посетителей (например, приобретение одноцелевых потребительских товаров длительного пользования вне связи с поездкой).

4.37. В настоящих рекомендациях предлагается проводить разграничение между однодневными посетителями и туристами. Если это возможно и целесообразно, рекомендуется также выделить транзитных пассажиров. Такие шаги позволят лучше толковать данные и повысят уровень международной сопоставимости.

4.38. В двух дополнительных строках таблицы показана связь между этими стоимостными величинами и количеством поездок и проведенных ночей, таким образом, создается связь между данными в денежной форме и показателями в неденежной форме. Хотя по смыслу национальных счетов изменение количества поездок и проведенных ночей не является в строгом смысле показателем объема, важно отслеживать изменения объема потребления в расчете на одну поездку или на одну ночь пребывания в качестве первого шага по оценке качества данных.

*Таблица 4*

*Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам и видам туризма*

4.39. В таблице 4 суммируются все расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме, которые связаны с потреблением, относящимся к въездному и внутреннему туризму (в результате получается агрегированный показатель потребления, относящегося к туризму внутри страны, в денежной форме), а также другие компоненты туристского потребления, приведенные на рисунке 2.2 (см. пункт 2.56, выше). Эти компоненты (расходы посетителей на конечное потребление в натуральной форме, туристские социальные трансферты в натуральной форме и туристские деловые расходы) представлены в отдельном столбце и в совокупном виде, поскольку их трудно отнести к отдельным видам туризма.

4.40. В последнем столбце приводится потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах), которое является агрегированным показателем, обеспечивающим наиболее полную оценку туристского потребления в составляющей таблицы стране и являющимся основой для расчета таких агрегатов, как добавленная стоимость в секторе туризма и доля туризма в ВВП.

4.41. Потоки оцениваются в той же форме, что и в предыдущих таблицах, но следует добавить две специальные строки: стоимость товаров отечественного производства и импортированных товаров за вычетом торговых наценок.

4.42. В таблице 4 представлены данные по туристскому потреблению, которые в настоящее время можно непосредственно включать в рамках структуры, позволяющей сравнивать потребление и предложение.

*Таблица 5*

*Счета производства в отраслях туризма и других отраслях*

4.43. В таблице 5 представлены счета производства типичных для туризма отраслей и других отраслей (то есть смежных с туризмом отраслей и неспецифических отраслей) соответствующей страны в форме, позволяющей проводить сравнение с потреблением, относящимся к туризму внутри страны. Анализируются отрасли туризма (см. пункт 3.54, выше) и типичные туристские продукты, которые включаются в общую структуру анализа. Данная таблица производства формально соответствует формату СНС 1993 года: выпуск представлен в разбивке по видам продуктов, оценивается в базисных ценах (СНС 1993 года, пункт 3.205 а) и приводится в верхней части таблицы. Затем приводится промежуточное потребление (именуемое также затра-

тами) в разбивке на основе классификации СРС, которое оценивается в ценах покупателей (СНС 1993 года, пункт 6.215). Разница между этими двумя величинами именуется добавленной стоимостью в базисных ценах и далее разбивается по компонентам в третьем блоке строк.

4.44. В столбцах счета производства отраслей туризма приводятся отдельно в соответствии с принятой классификацией. Счета, относящиеся к смежным с туризмом отраслям и неспецифическим отраслям, представлены в двух столбцах, которые включают соответствующие общие результаты деятельности каждой группы отраслей. Выпуск оценивается в базисных ценах, а разбивка по продуктам соответствует чистой стоимостной оценке, определение которой было дано выше.

4.45. Следует отметить, что переход от валовой стоимостной оценки к чистой стоимостной оценке, особенно относящейся к комплексным турам и услугам туристических агентств (см. пункты 4.17 и 4.19, выше), не изменяет величины добавленной стоимости в каждом виде деятельности, даже если меняются отдельные показатели выпуска, импорта, экспорта и промежуточного потребления.

4.46. В нижней части таблицы подробно представлены затраты, относящиеся к процессам производства (классифицируются согласно СРС), а также добавленная стоимость по каждому виду производительной деятельности и ее компоненты. Промежуточное потребление других отраслей (смежные с туризмом отрасли и неспецифические отрасли) представлено на агрегированном уровне. Строго говоря, необходимы только подробные сведения о выпуске отраслей туризма.

#### *Таблица 6*

*Внутреннее предложение и потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам*

4.47. Таблица 6 является центральной для системы ВСТ: в ней сопоставляются предложение и потребление, относящееся к туризму внутри страны, кроме того, на ее основе можно рассчитать такие показатели, как добавленная стоимость в секторе туризма и доля туризма в ВВП и их компоненты.

4.48. Построение строк в таблице 6 аналогично их построению в таблице 5. А именно: в первом блоке строк представлен выпуск в разбивке по типичным туристским продуктам, вспомогательным услугам и по каждой из этих подгрупп по типичным туристским услугам. Общий объем выпуска, приходящийся на тот или иной вид деятельности (в столбце), получается при суммировании объемов выпуска по видам продуктов. Следующий блок строк показывает промежуточное по-

требление в разбивке по продуктам и в целом. Разница между общим объемом выпуска (в базисных ценах) и общим объемом затрат (в ценах покупателей) дает величину добавленной стоимости в базисных ценах. В оставшемся блоке строк приводятся компоненты добавленной стоимости.

4.49. Сначала столбцы строятся по видам производительной деятельности с упором на отрасли туризма, которые представлены отдельно. Для получения агрегированного значения общего выпуска отечественных производителей в базисных ценах суммируется предложение отечественных производителей по всем видам деятельности. Затем для получения столбца, озаглавленного «внутреннее предложение в ценах покупателей», данные из этого столбца суммируются с данными следующего столбца «импорт», относящегося к предложению импортированных товаров и услуг в национальной экономике (редкие случаи предоставления транспортных услуг в рамках национальной экономики производителями-нерезидентами или предоставления компанией-нерезидентом услуг по страхованию в случае путешествий внутри страны), и с данными столбца, относящегося к объему налогов за вычетом субсидий на продукты, которые касаются отечественной продукции и импорта.

4.50. Общий объем отечественного предложения на систематической основе сопоставляется с потреблением, относящимся к туризму внутри страны, по всем продуктам (то есть по каждой строке). В ряде случаев (см. пункты 4.87–4.89, ниже) может не проводиться сравнение общей стоимости товаров в базисных ценах или в ценах покупателей для розничных продавцов. Доля потребления, относящегося к туризму внутри страны, по каждому компоненту предложения определяется в разбивке по видам деятельности и по продуктам, а также в целом для каждого продукта.

4.51. Для большинства представленных в столбцах переменных имеется столбец для относящейся к туризму доли. Цель этого заключается в определении доли переменной, которая приходится на потребление, относящееся к туризму внутри страны. В отношении выпускаемой продукции (верхняя часть таблицы) эти значения доли туризма можно определить различными способами: на основе информации, полученной непосредственно от поставщиков (информация о классах их потребителей), от самих посетителей (выборочные обследования расходов по продуктам), или на основе мнений экспертов, занимающихся исследованием подобных взаимосвязей. В последнем столбце таблицы 6 представлена «доля туризма в предложении» (представлена как доля туристского потребления во внутреннем предложении каждого продукта).

4.52. На основе доли туризма в выпуске продукции можно для каждого вида деятельности оценить —

на основе различных исчислений с использованием допущений относительно технологий, применяемых в заведениях при производстве продукции, — долю туризма в различных компонентах промежуточного потребления. На основе разницы между величиной выпуска, относимого к туристскому потреблению и к промежуточному потреблению, можно получить значение добавленной стоимости, созданной за счет туристского потребления. Такие расчеты, как правило, предполагают применение методики «затраты–выпуск» и переход от прямоугольной таблицы ресурсов и использования, включающей товары, услуги и виды деятельности, к симметричной таблице затрат–выпуска в разбивке по товарам.

4.53. Такой подход с использованием различных допущений относительно производства туристских товаров и услуг приводит к тому, что полученные результаты в основном смоделированы, а не отмечены непосредственно и не согласованы со статистическими данными. Это объясняется тем, что, как уже отмечалось, добавленная стоимость четко относится к процессу производства в целом, а не к выпуску той или иной продукции.

4.54. Таким образом, для каждого вида деятельности можно установить величину добавленной стоимости (в базисных ценах), которая соответствует потреблению, относящемуся к туризму внутри страны. Суммируя величины добавленной стоимости по всем видам деятельности, можно получить общую величину добавленной стоимости (в базисных ценах), относящуюся к этой переменной.

4.55. Хотя весьма непросто сформулировать допущения с целью расчета величины добавленной стоимости в секторе туризма, еще более проблематичными являются допущения для расчета величины доли туризма в ВВП. Это связано с тем, что различие в величине добавленной стоимости в секторе туризма и доли туризма в ВВП состоит в основном в сумме налогов и субсидий, а относящаяся к туризму доля в этих статьях не обязательно связана с производством туристской продукции, как это имеет место в случае промежуточного потребления и выпуска. Можно рассчитать долю туризма в ВВП, но следует отметить, что при этом необходимо учитывать и дополнительные моменты, а значит, надо с осторожностью применять и трактовать данный показатель.

4.56. На основе таблицы 6 можно получить оценки добавленной стоимости в секторе туризма и доли туризма в ВВП, которая образована за счет потребления, относящегося к туризму внутри страны. Добавленная стоимость в секторе туризма определяется путем суммирования добавленной стоимости, которая соответствует потреблению, относящемуся к туризму

внутри страны, по всем видам деятельности. Для получения доли ВВП, которая образована за счет потребления, относящегося к туризму внутри страны, к величине добавленной стоимости в секторе туризма следует прибавить сумму налогов за вычетом субсидий на продукты и импорт относящихся к туризму продуктов, что в математическом выражении соответствует разности между стоимостью в ценах покупателей и в базисных ценах, поскольку торговая наценка уже была должным образом учтена.

4.57. Теоретически эти агрегированные показатели (добавленная стоимость в секторе туризма и доля туризма в ВВП; см. пункты 4.82–4.98, ниже) не должны зависеть от степени детализации произведенных расчетов, в частности от определения типичных для туризма видов деятельности. Однако на практике дело обстоит иначе, поскольку добавленную стоимость нельзя представить в прямой разбивке по видам продуктов. Чем более подробным будет анализ и более точно сформулированными и точными будут допущения относительно воздействия туристского потребления на каждый вид производительной деятельности, тем более точными окажутся оценки.

*Таблица 7*  
*Занятость в отраслях туризма*

4.58. Основными препятствиями к получению значимых данных, относящихся к занятости в отраслях туризма, являются сезонный характер работы, большие различия в условиях труда, гибкость и отсутствие официальных договоров на выполнение многих видов работ в значительном числе мелких производственных единиц. Это объясняет, почему, несмотря на то что занятость является важнейшей переменной величиной для описания экономической значимости туризма, данные рекомендации в связи со статистическими ограничениями в настоящее время не могут быть рассчитаны на перспективу.

4.59. Оценка занятости ограничивается занятостью в отраслях туризма, а к показателям для выражения ее размеров относятся количество рабочих мест и численность занятых лиц, по крайней мере одно место работы которых приходится на эти отрасли.

4.60. Предлагаются две основные группировки по количеству рабочих мест: первая — в разбивке по полу занятых и вторая — согласно положению в классификации занятости, где из общего состава рабочей силы выделяются только наемные работники.

4.61. При оценке численности занятых лиц они классифицируются по видам деятельности в зависимости от основного места работы, определяемого на основе либо количества отработанных часов, либо размера по-

лучаемого дохода. Предлагается производить разбивку только по полу.

4.62. В качестве дополнительной переменной величины предлагается также количество заведений в каждой отрасли туризма, с тем чтобы можно было рассчитать среднее количество рабочих мест в каждом заведении в разбивке по полу и положению в занятости.

4.63. Таким образом, предлагаемая в настоящих рекомендациях оценка относится к ограничительной количественной оценке занятости согласно статистическому значению этого показателя (поскольку часть занятости в отрасли не связана с туристским потреблением) и сфере его охвата (поскольку в не относящихся к туризму отраслях есть различия по уровню занятости, частично связанной с туристским потреблением).

*Таблица 8*

*Валовое накопление основного капитала в секторе туризма отраслей туризма и других отраслей*

4.64. В строках таблицы 8 приводится предлагаемый перечень позиций валового накопления основного капитала (см. приложение IV), относящегося к туризму, а в столбцах представлены различные блоки показателей. Первый блок включает чистое приобретение всех активов по каждой отрасли туризма и позволяет получить агрегированный показатель «валовое накопление основного капитала в отраслях туризма». За первым блоком следуют два столбца, где представлены чистое приобретение специфических туристских активов государственными органами управления и всеми другими отраслями. Последний столбец включает общую стоимость каждого из приобретенных активов.

4.65. В таблице 8 представлены данные по первым двум предложенным аналитическим подходам (см. пункт 2.81, выше) с целью представления базового набора данных, которые могут быть использованы для получения различных агрегированных показателей. Однако в настоящих рекомендациях не дано точное определение агрегированного показателя «валовое накопление основного капитала в секторе туризма».

4.66. Предлагается включить в данную таблицу для пояснения произведенные и нефинансовые активы. Данные активы не были произведены и, таким образом, не относятся к валовому накоплению основного капитала в структуре СНС 1993 года. Тем не менее эти активы могут представлять собой важный компонент нефинансовых инвестиций в секторе туризма. В таблице 8 проводится разграничение между материальными произведенными активами в секторе туризма (включаящими землю, предназначенную для строительства зданий и сооружений, используемых в секторе туризма, и землю, используемую для общественного и частного

отдыха) и нематериальными произведенными активами в секторе туризма (включающими лицензионные права, лизинговые соглашения и другие контракты с правом передачи, а также деловые связи).

*Таблица 9*

*Коллективное туристское потребление, в разбивке по функциям и уровням органов государственного управления*

4.67. Ниже предлагается экспериментальный перечень позиций для оценки коллективных туристских нерыночных услуг:

- рекламно-пропагандистская деятельность в области туризма;
- общее регулирование в области туризма;
- общее планирование и координация в области туризма;
- разработка статистики и базовой информации в области туризма;
- руководство деятельностью информационных бюро;
- контроль и регулирование деятельности заведений, непосредственно работающих с посетителями (гостиницы, рестораны, парки отдыха и т. д.);
- особый контроль в отношении посетителей-резидентов и нерезидентов: выдача виз и пограничный контроль;
- особые услуги в сфере защиты граждан, предназначенные для защиты посетителей;
- прочие услуги.

Было бы весьма полезно продолжить работу по увязке классификации с Классификацией функций органов государственного управления (КФОГУ)<sup>1</sup>.

4.68. Необходимо подчеркнуть, что в данный перечень не включено предоставление нерыночных услуг индивидуального характера, таких как услуги национальных парков и музеев, поскольку они рассматриваются как социальные трансферты в натуральной форме и являются частью туристского потребления.

4.69. В таблице 9 представлена компиляция этих данных в разбивке по видам услуг и уровням управления. Производство оценивается, как это происходит и в отношении нерыночных услуг в СНС 1993 года, на основе издержек производства, включая потребление основного капитала как компонент этих издержек.

<sup>1</sup> См. *Классификация расходов по целям* (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.00.XVII.6).

4.70. Предлагается для пояснения включить дополнительный столбец с информацией об услугах, которые способствуют развитию отраслей туризма, но финансируются самими отраслями и, таким образом, не относятся к коллективному туристскому потреблению. Во многих странах именно отрасли туризма финансируют часть расходов по содействию развитию туризма, деятельности информационных бюро и т. д. Данные расходы имеют важное значение при оценке эффективности политики.

*Таблица 10*  
*Неденежные показатели*

4.71. В таблице 10 представлены некоторые количественные показатели, которые использовались в ряде предыдущих таблиц и которые имеют важное значение для интерпретации представленной в денежном выражении информации. К таким показателям относятся количество поездок в разбивке по видам туризма, категориям посетителей и продолжительности пребывания; натуральные показатели, относящиеся к формам размещения; средства транспорта, используемые посетителями-нерезидентами для въезда на экономическую территорию соответствующей страны; а также число и размер заведений, относящихся к типичным туристским и смежным с туризмом видам деятельности.

4.72. В СНС 1993 года ясно сказано, что натуральные показатели являются важным компонентом вспомогательных счетов и, таким образом, не должны рассматриваться как второстепенная часть ВСТ (СНС 1993 года, пункты 21.5 и 21.113). Однако необходимо еще многое сделать, чтобы предварительный перечень неденежных показателей более полно соответствовал логике построения денежных таблиц. Это расширит возможности использования неденежных показателей в качестве ключевого элемента анализа в сфере туризма.

## **В. Агрегированные показатели**

4.73. Агрегированные показатели не относятся к важнейшим элементам вспомогательных счетов туризма, основной целью которых является обеспечение подробной аналитической информации по всем аспектам туризма: о структуре туристского потребления, о видах производительной деятельности, наиболее тесно связанных с деятельностью посетителей, и об их связи с другими видами производительной деятельности. Вместе с тем эти агрегированные показатели имеют важное значение для политики, поскольку они отражают в количественной форме значимость туризма для соответствующей страны. И такой показатель не поддается дезагрегированию.

4.74. В связи с этим основные агрегированные показатели должны быть сопоставимыми с другими макроэкономическими показателями в стране.

4.75. Представленные агрегированные показатели могут быть выражены в национальной валюте соответствующей страны. Использование иностранной валюты позволит проводить более прямые международные сопоставления, но конвертация потребует применения специальных методов обеспечения эквивалентности (необходимо избегать применения официальных обменных курсов или каких-либо иных единообразных ставок).

4.76. Кроме того, агрегированные показатели могут быть выражены в текущих ценах (то есть в ценах, преобладающих в настоящее время) или в постоянных ценах (то есть относящихся к ценам, преобладавшим в базовом или отчетном периоде). В последнем случае форма представления предназначена для того, чтобы подчеркнуть изменения в объемах деятельности без учета ценовых изменений, и позволяет произвести сопоставления во времени.

### *В.1. Основные агрегированные показатели*

4.77. В настоящих рекомендациях предлагается производить расчет следующих агрегированных показателей, которые представляют собой набор надлежащих показателей для оценки значимости туризма в экономике страны:

- потребление, относящееся к туризму внутри страны, в денежной форме;
- потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах);
- добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма;
- добавленная стоимость в секторе туризма;
- доля туризма в ВВП.

4.78. Именно эти агрегированные показатели используются в настоящее время для проведения международных сопоставлений, то есть на первом этапе внедрения ВСТ.

#### *В.1.1. Потребление, относящееся к туризму внутри страны*

4.79. Прежде всего, туризм является концепцией, основанной на спросе, а если точнее, на потреблении. Характеристики посетителя (потребителя) определяют, относится потребление того или иного продукта к сектору туризма или нет. В связи с этим вполне обосновано уделение особого внимания агрегированным

показателям, характеризующим потребление. Как отмечалось в главе 2 (см. пункт 2.57, выше), формы туризма и места туристского потребления являются важными аспектами, которые необходимо принимать во внимание. Потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах), характеризует в целом туристское потребление в пределах экономической территории соответствующей страны, при этом наиболее важным компонентом является потребление в денежной форме.

4.80. При применении тех же принципов, что рекомендованы в СНС 1993 года для составления национальных счетов, было бы логичным сравнить эти агрегированные показатели с основными агрегатами национальных счетов, в частности с валовым национальным продуктом или валовым внутренним продуктом, как с ними сравниваются общий объем импорта, общий объем экспорта, общее конечное потребление домашних хозяйств либо положительное или отрицательное сальдо в государственном секторе. Однако следует подчеркнуть, что агрегированные показатели туристского потребления не должны быть выражены как совокупная доля валового внутреннего продукта или конечного потребления домашних хозяйств, поскольку эти показатели отличаются по своей сфере охвата. В частности, потребление посетителей включает потоки — туристские деловые расходы, — которые в национальных счетах классифицируются в рамках промежуточного потребления производительных видов деятельности и не являются частью конечного спроса.

#### *V.1.2. Предложение в секторе туризма*

4.81. Для характеристики предложения в секторе туризма используются три различных показателя, которые незначительно различаются друг от друга и являются взаимодополняющими.

##### *a) Добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма*

4.82. Добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма, является суммой добавленной стоимости, создаваемой всеми типичными производителями, независимо от того, предназначена ли вся производимая ими продукция для посетителей, и от степени специализации их процессов производства. При этом не учитывается воздействие туристского потребления на другие виды производительной деятельности, которые могут быть предназначены для обслуживания посетителей.

4.83. Хотя добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма, является часто используемым для оценки экономической значимости туризма показате-

лем, это, вероятно, неадекватный показатель для оценки размеров туризма в стране. Туристское потребление выпускаемой различными типичными производителями продукции может составлять как значительную долю от общего выпуска (например, регулярный воздушный пассажирский транспорт, гостиницы), так и небольшую его часть (например, рестораны с полным обслуживанием). Поскольку «туристский характер» той или иной конкретной продукции предопределяется не ее особым характером, а той целью, которую преследует потребитель при совершении покупки, существует разрыв между выпуском отраслей туризма (внутреннее предложение) и потреблением, относящимся к туризму внутри страны (внутренний спрос), причем этот разрыв больше, чем в каких-либо других функционально определенных отраслях экономики, например в здравоохранении или образовании. Таким образом, добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма, как показатель спроса и предложения может дать неверное представление о добавленной стоимости, фактически соответствующей потреблению, относящемуся к туризму внутри страны.

4.84. Отчасти трудность состоит в том, что оценка величины добавленной стоимости, создаваемой в отраслях туризма, зависит от определения типичных отраслей, которые по странам могут различаться. Кроме того, в связи с различиями между странами, даже применяющими один и тот же перечень типичных отраслей, сложно разработать сопоставимые показатели воздействия туризма в разных странах.

##### *b) Добавленная стоимость в секторе туризма*

4.85. Поскольку добавленная стоимость относится к стоимости части продукции, выпускаемой производственной единицей, добавленную стоимость в секторе туризма можно определить как добавленную стоимость, созданную в отраслях туризма и других отраслях экономики для удовлетворения потребления, относящегося к туризму внутри страны.

4.86. Добавленная стоимость в секторе туризма включает определенную долю добавленной стоимости, созданной во всех отраслях в процессе предоставления товаров и услуг посетителям, будь то сами посетители или третьи стороны, действующие в их интересах.

4.87. Если сравнивать этот показатель и добавленную стоимость, создаваемую в отраслях туризма, то последняя будет включать всю добавленную стоимость, создаваемую ресторанами, поскольку этот вид деятельности относится к отраслям туризма. С другой стороны, хотя добавленная стоимость в секторе туризма включает добавленную стоимость, созданную в результате обслуживания посетителей в ресторанах, она не



будет включать добавленную стоимость, созданную в результате обслуживания не посетителей. Кроме того, она не будет включать добавленную стоимость, созданную ресторанами в результате какой-либо другой вторичной деятельности, например предоставления услуг общественного питания местным предприятиям или сдачи в аренду площадей третьим сторонам, а также в результате иной деятельности, не связанной с оказанием услуг посетителям.

4.88. Важно отметить, что добавленная стоимость в секторе туризма будет включать добавленную стоимость, которая относится к выпуску продукции в результате вторичной деятельности, то есть к продукции, хотя и относящейся к туристскому потреблению, но не произведенной заведениями, основным видом деятельности которых является типичная для туризма деятельность. Следовательно, можно считать, что добавленная стоимость в секторе туризма не зависит от определения типичных отраслей и продуктов. Это повышает полезность данного показателя в качестве сопоставимого на международном уровне показателя оценки экономического воздействия туризма.

4.89. Расчеты добавленной стоимости в секторе туризма (и следующего агрегированного показателя доли туризма в валовом внутреннем продукте) вызывают определенные трудности в случае приобретения товаров посетителями. Эти трудности излагаются ниже.

4.90. Хотя услуги — а именно транспорт, средства размещения и питание — составляют значительную часть в покупках посетителей, они также приобретают товары до и в ходе своей поездки, а в ряде случаев приобретение товаров может быть целью самой поездки, например, поездка с целью закупки товаров на фабриках или в специальных зонах беспошлинной торговли.

4.91. Как отмечалось ранее, туристское потребление оценивается в общих ценах покупателей на товары. Это представляет собой полную цену, уплаченную за приобретенный товар посетителем или кем-либо другим от его имени.

4.92. В большинстве случаев производители товаров не продают свою продукцию конечному потребителю и непосредственно его не обслуживают: существует цепочка поставщиков транспортных услуг, оптовых продавцов и конечных розничных продавцов, которые реализуют продукт посетителю. Продукт может быть изготовлен в непосредственной близости или в другой стране.

4.93. В поставке продукта посетителю задействована вся цепочка — от производителя товара, его перевозчика и стороны, которая в той или иной форме реализует этот товар, до последнего звена цепочки — розничного продавца, который реализует товар непо-

средственно посетителю. Как правило, производителю не известно, кто является конечным покупателем его продукции.

4.94. Важно отметить, что использование цены покупателей на товары позволяет разбить предложение в секторе туризма на базисную цену товара и соответствующую наценку. В идеальном случае должна быть информация, позволяющая полностью производить разбивку на составляющие, и тогда оценка предложения в секторе туризма по товарам не будет ограничена соображениями наличия данных. Может случиться так, что нет данных в разбивке по различным наценкам. В таких случаях оценку следует проводить на основе изучения соответствующих данных.

4.95. Схема оценки, использованная в представленных таблицах, соответствует логичной схеме, в которой четко показаны стоимость продуктов и соответствующие торговые наценки. В таблицах применена та же основа учета, что и в национальных счетах, и поэтому различные агрегированные показатели могут определяться в соответствии с теми же принципами, что использованы в национальных счетах.

4.96. В целом учет товаров в рамках предложения в секторе туризма затрудняется попытками решить, стоит ли включать всю продукцию, выпускаемую различными производителями, которые участвуют в продвижении товара на продажу, или только продукцию производителей, непосредственно сталкивающихся с посетителями, то есть розничных продавцов. И в том и в другом случае четкого решения нет, поскольку в зависимости от цели анализа можно посчитать, что для различных товаров оптимальными будут разные подходы. Возможно, что для аналитических целей страна выберет тот или иной метод оценки уровня предложения в секторе туризма.

4.97. В данном вопросе еще нет общей позиции, и в настоящих рекомендациях отмечается, что международные межправительственные организации (такие, как ВТО, ОЭСР и Евростат) продолжают работу по определению надлежащих критериев оценки для анализа экономического воздействия туризма и по определению надлежащих стандартов представления и международного сопоставления результатов. Опыт стран в разработке и применении ВСТ в будущем составит важный вклад в выполнение данной задачи.

4.98. Вместе с тем, поскольку избранный метод учета существенно влияет на уровень добавленной стоимости в секторе туризма, необходимо, чтобы составители счетов указывали на используемый метод учета товаров. В случае использования добавленной стоимости, созданной в результате всех видов деятельности, которые связаны с предложением товаров, необ-

ходимо указать, какое воздействие, по оценке, этот метод учета оказывает на результаты.

- с) Валовой внутренний продукт, созданный в результате потребления, относящегося к туризму внутри страны

4.99. В соответствии с рекомендациями СНС 1993 года добавленная стоимость, создаваемая участниками операций, учитывается в базисных ценах. Это означает, что выпуск продукции в каждом виде деятельности оценивается в базисных ценах за вычетом всех чистых налогов на продукты (то есть косвенных налогов за вычетом субсидий на продукцию), а затраты оцениваются по ценам покупателей, то есть включая торговые наценки и все чистые налоги на продукты. Тем не менее, поскольку расходы на потребление в СНС 1993 года оцениваются в ценах покупателей, включая все чистые налоги на продукты, то часть по-

ступлений страны от налогов на продукты и импорт непосредственно относится к туристскому потреблению.

4.100. Поскольку общий объем ВВП страны равен сумме добавленной стоимости, созданной в результате всех видов производительной деятельности (в базисных ценах), плюс чистые налоги на продукты и импорт, то можно выработать правила для оценки доли ВВП, созданной в результате туристского потребления. Этот показатель будет равен сумме добавленной стоимости (в базисных ценах), созданной во всех отраслях для удовлетворения потребления, относящегося к туризму внутри страны, и всех чистых налогов на продукты и импорт, которые являются частью расходов на это потребление.

4.101. На рисунке 4.5 показана взаимосвязь между различными экономическими агрегированными показателями, которые характеризуют размеры сектора туризма с точки зрения предложения.

#### Рисунок 4.5

**Взаимосвязь между различными экономическими агрегированными показателями, которые характеризуют размеры сектора туризма с точки зрения предложения**

	<i>Добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма</i>	<i>Добавленная стоимость в секторе туризма</i>	<i>Доля туризма в валовом внутреннем продукте (ВВП)</i>
Добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате предложения отраслей туризма для посетителей	да	да	да
Добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате предложения отраслей туризма для не посетителей	да	нет	нет
Добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате предложения видов деятельности, не относящихся к отраслям туризма, для посетителей	нет	да	да
Добавленная стоимость (в базисных ценах), созданная в результате предложения видов деятельности, не относящихся к отраслям туризма, для не посетителей	нет	нет	нет
Чистые налоги на продукты и импорт, включенные в объем потребления, относящегося к туризму внутри страны (в ценах покупателей)	нет	нет	да

4.102. Теперь важно рассмотреть три вопроса:

- единственные показатели, характеризующие именно предложение в секторе туризма, относятся к добавленной стоимости в секторе туризма и к доли туризма в ВВП. Добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма, является показателем, который относится к предложению в секторе туризма, но который недостаточно четко разработан с точки зрения его увязки с туристским потреблением, чтобы быть наиболее точным показателем предложения в секторе туризма;
- добавленная стоимость в секторе туризма и доля туризма в ВВП могут обеспечить показатели для оценки экономической значимости туризма в стране, как это происходит и в случае доли любого вида производительной деятельности в ВВП. Однако эти показатели не относятся к туризму как к виду производительной деятельности, сопоставимому с перечисленными в СНС 1993 года видами производительной деятельности. Эти показатели получаются в результате согласования потребления посетителей и предложения в секторе туризма, и их значения будут зависеть от сферы оценки туристского потребления, принятой в стране;
- величина добавленной стоимости в секторе туризма и доли туризма в ВВП зависит от количества допущений в процессе оценки, и поэтому следует весьма осторожно использовать или толковать эти агрегированные показатели.

## *В.2. Другие агрегированные показатели*

4.103. В настоящем разделе рассматривается набор из четырех агрегированных показателей, разработка которых, за исключением первого агрегата (занятость в секторе туризма), будет происходить на втором этапе построения ВСТ, как уже отмечалось выше (см. пункт 4.6).

4.104. В случае валового накопления основного капитала в секторе туризма и коллективного туристского потребления, величина которых рассчитывается на основе таблиц 8 и 9, соответственно, ограниченный характер оценок не только является результатом многочисленных проблем методологического характера, но и может объясняться недостатком опыта в разработке оперативных решений при оценке соответствующих данных национальными статистическими управлениями.

4.105. Последний агрегированный показатель (общий спрос в секторе туризма) является синтетическим показателем, полученным путем агрегирования потребления, относящегося к туризму внутри страны (в де-

нежной и натуральной формах), валового накопления основного капитала в секторе туризма и коллективного туристского потребления. Данный агрегированный показатель может представлять аналитический интерес при оценке экономической роли туризма в соответствующей стране.

### *В.2.1. Занятость в секторе туризма*

4.106. Для оценки занятости, создаваемой в результате туристского потребления, необходимо найти соответствие между уровнем занятости и конкретной частью выпуска продукции какого-либо вида производительной деятельности, однако это трудно осуществить и обосновать теоретически.

4.107. Поскольку существует лишь ограниченный опыт отнесения занятости к какой-либо конкретной части выпуска, настоящие рекомендации не включают расчетов агрегированных показателей занятости в секторе туризма, создаваемой в результате туристского потребления.

4.108. В связи с этим на данный момент в настоящих рекомендациях будут рассматриваться лишь вопросы оценки занятости в отраслях туризма (то есть в группе заведений, основной производительной деятельностью которых является типичная для туризма деятельность) с использованием двух показателей: количество рабочих мест и численность занятых.

### *В.2.2. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма*

4.109. Как отмечалось в главах 2 и 3, выше, есть целый ряд различных подходов к валовому накоплению основного капитала в секторе туризма, и в зависимости от направленности анализа можно составить различные агрегированные показатели.

4.110. В связи с этим оценка агрегата валового накопления основного капитала в секторе туризма предлагается только в качестве полезного статистического метода, и в настоящее время для международных сопоставлений не будет использоваться какой-либо конкретный агрегированный показатель.

### *В.2.3. Коллективное туристское потребление*

4.111. Хотя коллективные нерыночные услуги не включаются в туристское потребление, это вовсе не означает, что не имеют значения расходы государственных органов управления в смежных с туризмом областях на рекламно-пропагандистскую и информационную деятельность, планирование и т. д. или что их не следует

учитывать при расчете агрегированных показателей, относящихся к экономической значимости туризма.

4.112. Во многих странах государственный сектор играет важную роль в гармоничном развитии связанных с туризмом видов деятельности. Он создает правовую основу деятельности в секторе туризма. Он в определенной степени контролирует производство услуг и в некоторых случаях гарантирует качество предоставляемых услуг. Он разрабатывает правовую основу для частных инвестиций и устанавливает нормы в сфере охраны окружающей среды, а также культурного и исторического наследия. Он изучает потоки посетителей и предпринимает определенные меры на государственном уровне для привлечения посетителей в определенные места и в определенное время. Он организует проведение важных мероприятий и координирует частные инициативы по оказанию услуг посетителям. В ряде случаев он организует и контролирует финансирование инвестиций, необходимых сектору туризма.

4.113. Эти функции могут осуществляться на различных уровнях органов государственного управления: на национальном уровне, региональном (субнациональном) уровне и даже на уровне местных административно-территориальных образований.

4.114. Оценку этих различных видов деятельности, осуществляемых государственными органами управления, можно провести с использованием тех же параметров, что применяются и при оценке любых других коллективных нерыночных услуг, то есть с использованием издержек производства. Стоимость потребления полагается равной стоимости произведенной продукции.

4.115. Тем не менее следует признать, что помимо ограничений концептуального порядка, имеется лишь частичный и ограниченный опыт такого вида оценок. В связи с этим оценка коллективного туристского потребления предлагается лишь в качестве полезного статистического метода и в настоящее время не может использоваться для проведения международных сопоставлений.

#### *B.2.4. Общий спрос в секторе туризма*

4.116. Потребление, относящееся к туризму внутри страны, является важнейшим агрегированным показателем для определения объема прямого туристского потребления в пределах соответствующей страны. Однако можно анализировать более широкую концепцию спроса в секторе туризма, и в связи с этим было бы целесообразным рассмотреть вопрос о том, что агрегированный показатель потребления, относящегося к туризму внутри страны, можно дополнить другими компонентами конечного спроса, создаваемого в результате особого внимания, уделяемого посетителям. Однако необходимо понимать, что добавление ряда компонентов к спросу не следует рассматривать как синоним агрегированию компонентов спроса для получения основанного на расходах показателя валового внутреннего продукта.

4.117. В настоящих рекомендациях предлагается дополнительный агрегированный показатель «общий спрос в секторе туризма», который образован в результате суммирования потребления, относящегося к туризму внутри страны, валового накопления основного капитала в секторе туризма и коллективного туристского потребления. Однако проблемы с определениями и оценками, относящимися к валовому накоплению основного капитала в секторе туризма и коллективному туристскому потреблению, в равной мере будут касаться и общего спроса в секторе туризма, и, следовательно, точное определение общего спроса в секторе туризма пока еще невозможно.

4.118. В связи с этим в соответствии с изложенными выше замечаниями в настоящих рекомендациях предлагается отложить оценку данного агрегированного показателя для целей проведения международных сопоставлений до того времени, когда будет накоплено больше опыта и будут проведены методологические исследования, особенно касающиеся валового накопления основного капитала в секторе туризма и коллективного туристского потребления.

Таблица 1

**Потребление, относящееся к въездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей  
(расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме)  
(чистая стоимостная оценка)**

Продукты	Одноразовые посетители (I.1.1)	Туристы (I.1.2)	Всего посетителей (I.1.3) = (I.1.1) + (I.1.2)
<b>A. Специфические продукты</b>			
<b>A.1. Типичные продукты (а)</b>			
<b>1 – Услуги по размещению</b>			
1.1 Услуги гостиниц и прочих средств размещения (3)	x		
1.2 Услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно	x		
<b>2 – Услуги предприятий общественного питания (3)</b>	x	x	x
<b>3 – Услуги пассажирского транспорта (3)</b>			
3.1 Междугородный железнодорожный транспорт (3)			
3.2 Дорожный транспорт (3)			
3.3 Воздушный транспорт (3)			
3.4 Воздушный транспорт (3)			
3.5 Вспомогательные услуги			
3.6 Сдача в аренду транспортного оборудования			
3.7 Техническое обслуживание и текущий ремонт			
<b>4 – Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов</b>			
4.1 Туристические агентства (1)			
4.2 Туроператоры (2)			
4.3 Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов			
<b>5 – Услуги в области культуры (3)</b>			
5.1 Исполнительское искусство			
5.2 Деятельность музеев и прочие услуги в области культуры			
<b>6 – Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений (3)</b>			
6.1 Спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта			
6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха			
<b>7 – Различные туристские услуги</b>			
7.1 Финансовые услуги и страхование			
7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров			
7.3 Прочие туристские услуги			
<b>A.2. Смежные продукты</b>			
Торговые наценки			
Товары (4)			
Услуги			
<b>B. Неспецифические продукты</b>			
Торговые наценки			
Товары (4)			
Услуги			
<b>ВСЕГО</b>			
Количество поездок			
Количество проведенных ночей			

x Не применимо

- (1) Соответствует прибыли туристических агентств  
 (2) Соответствует прибыли туроператоров  
 (3) Стоимость за вычетом сумм, выплаченных туристическим агентствам и туроператорам  
 (4) Стоимость за вычетом торговых наценок

(а) В настоящее время позиция опродуктов не включает товары. Это решение объясняется двумя основными причинами:  
 — существующим различием (как в уровнях, так и в структуре) между видами товаров, приобретаемых посетителями в разных посещаемых ими странах и местах;

— ограничениями, связанными с имеющимися источниками статистической информации.

Тем не менее товары не полностью исключены из анализа, поскольку перечень включает услуги по розничной торговле (специально организованной и неспециализированной), связанные с продажей товаров посетителям. Это вызвано тем, что данный вид торговой деятельности предполагает контакты с посетителями и, с учетом определенных обстоятельств, может рассматриваться как деятельность в секторе Туризма.

Кроме того, перечень продуктов, включенных в каждую из семи рассматриваемых групп, приводится в приложении II.

Пояснительные примечания к каждому из них содержатся в приложении I, с тем чтобы можно было дать их четкие определения.



Таблица 3

**Потребление, относящееся к выездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей**  
(расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме)  
(*чистая стоимостная оценка*)

Продукты	Опложившие посетители (3.1)	Туристы (3.2)	Всего посетителей (3.3) = (3.1) + (3.2)
<b>A. Специфические продукты</b>			
<b>A.1 Типичные продукты (а)</b>			
1 – Услуги по размещению			
1.1 Услуги гостиниц и прочих средств размещения (3)	x		
1.2 Услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно	x	x	x
2 – Услуги предприятий общественного питания (3)	x		
3 – Услуги пассажирского транспорта (3)			
3.1 Междугородный железнодорожный транспорт (3)			
3.2 Дорожный транспорт (3)			
3.3 Водный транспорт (3)			
3.4 Воздушный транспорт (3)			
3.5 Вспомогательные услуги			
3.6 Сдача в аренду транспортного оборудования			
3.7 Техническое обслуживание и текущий ремонт			
4 – Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов			
4.1 Туристические агентства (1)			
4.2 Туроператоры (2)			
4.3 Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов			
5 – Услуги в области культуры (3)			
5.1 Исполнительское искусство			
5.2 Деятельность музеев и прочие услуги в области культуры			
6 – Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений (3)			
6.1 Спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта			
6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха			
7 – Различные туристские услуги			
7.1 Финансовые услуги и страхование			
7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров			
7.3 Прочие туристские услуги			
<b>A.2 Смесные продукты</b>			
Товары (а)			
Услуги (а)			
<b>B. Неспецифические продукты</b>			
Товары (а)			
Услуги (а)			
<b>ВСЕГО</b>			
Количество поездок			
Количество проведенных ночей			

x Не применяется

(а) См. приложение к таблице 1

(1) Соответствует прибыли туристических агентств

(2) Соответствует прибыли туроператоров

(3) Стоимость за вычетом сумм, вылаченных туристическим агентствам и туроператорам

(4) Стоимость за вычетом торговых наценок

**Таблица 4**  
**Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам и видам туризма**  
*(чистая стоимостная оценка)*

Продукты	Расходы посетителей на конечное потребление в денежной форме			Прочие компоненты туристского потребления (4.4)**	Потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах) (4.5) = (4.3) + (4.4)
	Потребление, относящееся к внутреннему туризму (4.2)**				
	Потребление, относящееся к выездному туризму (4.1)*	Потребление, относящееся к внутреннему туризму (4.2)**	Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в денежной форме (4.1) + (4.2) = (4.3)		
<b>A. Специфические продукты</b> <b>A.1 Типичные продукты (а)</b> <b>1 – Услуги по размещению</b> 1.1 Услуги гостиниц и прочих средств размещения (3) 1.2 Услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно <b>2 – Услуги предприятий общественного питания (3)</b> <b>3 – Услуги пассажирского транспорта (3)</b> 3.1 Междугородный железнодорожный транспорт (3) 3.2 Дорожный транспорт (3) 3.3 Водный транспорт (3) 3.4 Воздушный транспорт (3) 3.5 Вспомогательные услуги 3.6 Сдача в аренду транспортного оборудования 3.7 Техническое обслуживание и текущий ремонт <b>4 – Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов</b> 4.1 Туристические агентства (1) 4.2 Туроператоры (2) 4.3 Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов <b>5 – Услуги в области культуры (3)</b> 5.1 Исполнительское искусство 5.2 Деятельность музеев и прочие услуги в области культуры <b>6 – Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений (3)</b> 6.1 Спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта 6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха <b>7 – Различные туристские услуги</b> 7.1 Финансовые услуги и страхование 7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров 7.3 Прочие туристские услуги <b>A.2 Смежные продукты</b> Торговые наценки Услуги <b>B. Неспецифические продукты</b> Торговые наценки Услуги	x	x	x		
Стоимость товаров отечественного производства за вычетом торговых наценок Стоимость импортных товаров за вычетом торговых наценок <b>ВСЕГО</b>					

x Не применяется

(а) См. приложение к таблице 1

(\*) Соответствует столбцу 1.3 в таблице 1

(\*\*) Соответствует столбцу 2.9 в таблице 2

(\*\*\*) Эти компоненты (расходы посетителей на конечное потребление в натуральной форме, туристские социальные трансферты в натуральной форме, туристские социальные трансферты в натуральной форме, туристские социальные трансферты в натуральной форме, поскольку их сложно отнести к тому или иному виду туризма)

(1) Соответствует прибыли туристических агентств

(2) Соответствует прибыли туроператоров

(3) Стоимость за вычетом сумм, выплаченных туристическим агентствам и туроператорам





**Таблица 6**  
**Внутренние предложение и потребление, относящиеся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам**  
**(чистая стоимостная оценка)**

Продукты	ОТРАСЛИ ТУРИЗМА												Итого, импорт	Внутреннее предложение (в ценах покупателей)	Потребление, относящееся к туризму внутри страны	Доля туризма в предложении				
	1 – Гостиницы и в. п.		2 – Влажные спа-отели (бассейны, сауны)		3 – Рестораны и кафе		4 – Спортивные и прочие развлекательные услуги		5 – ВСЕГО		Смешанные отрасли	Импорты					Итого, импорт	Внутреннее предложение (в ценах покупателей)	Потребление, относящееся к туризму внутри страны	Доля туризма в предложении
	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма										
<b>A. Специфические продукты</b>																				
<b>A.1. Товарные продукты (a)</b>																				
<b>1 – Услуги по размещению</b>																				
1.1 Услуги в гостиницах и прочих средствах размещения (3)	x		x		x		x		x		x		x		x		x			
1.2 Услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно																				
<b>2 – Услуги предприятий общественного питания (3)</b>																				
<b>3 – Услуги пассажирского транспорта (3)</b>																				
3.1 Междугородный железнодорожный транспорт (3)																				
3.2 Дорожный транспорт (3)																				
3.3 Воздушный транспорт (3)																				
3.4 Воздушный транспорт (3)																				
3.5 Вспомогательные услуги																				
3.6 Служба в аренду транспортного оборудования																				
3.7 Техническое обслуживание и текущий ремонт																				
<b>4 – Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов</b>																				
4.1 Туристические агентства (1)																				
4.2 Туроператоры (2)																				
4.3 Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов																				
<b>5 – Услуги в области культуры (3)</b>																				
5.1 Исследовательское искусство																				
5.2 Деятельность музеев и прочие услуги в области развлечений (3)																				
<b>6 – Рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений (3)</b>																				
6.1 Спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта																				
6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха																				
<b>7 – Различные туристские услуги</b>																				
7.1 Финансовые услуги и страхование																				
7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров																				
7.3 Прочие туристские услуги																				
<b>A.2. Смешанные продукты</b>																				
Туристские услуги																				
<b>B. Неспецифические продукты</b>																				
Товарные наценки																				
Стоимость товаров отечественного производства за вычетом торговых наценок	x		x		x		x		x		x		x		x		x			
Стоимость импортированных товаров за вычетом торговых наценок																				
<b>ВСЕГО: объем производства (в базисных ценах)</b>																				
1. Сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство																				
2. Руды и минералы																				
3. Электроэнергия, газ и водоснабжение																				
4. Обрабатывающая промышленность																				
5. Строительные работы и сооружения																				
6. Торговые услуги, услуги ресторанов и гостиниц																				
7. Услуги транспорта, складского хозяйства и связи																				
8. Денежные услуги																				
9. Коммунальное хозяйство, социальные и индивидуальные услуги																				
<b>Всего: промежуточные потребности (в ценах покупателей)</b>																				
<b>Всего: валовая добавленная стоимость, различных видов деятельности (в базисных ценах)</b>																				
Оплата труда наемных работников																				
Прочие налоги за вычетом субсидий на производство																				
Валовой добавленной стоимости																				
Валовая прибыль и прирывающие к ней доходы																				

x Не применяется

(a) См. примечание к таблице 1

... Означает, что все из предложенных в перечне отраслей туризма необходимо рассматривать одну за другой по порядку

(1) Импорт относится здесь исключительно к импортным продуктам, приобретенным в пределах соответствующей страны

(2) Соответствует прибыли туроператоров

(3) Стоимость за вычетом сумм, выплаченных туристическим агентствам и туроператорам

**Таблица 7**  
**Занятость в отраслях туризма**

Отрасли туризма	Количество заведений	Количество рабочих мест			Положение в занятости						Численность занятых			
		Всего		Всего	Наемные работники		Прочие		Всего		Всего			
		Мужчины	Женщины		Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины				
1 — Гостиницы и аналогичные заведения														
2 — Владение вторыми домами (словное исчисление)														
3 — Рестораны и аналогичные заведения														
4 — Железнодорожный пассажирский транспорт		x	x	x										x
5 — Автомобильный пассажирский транспорт														
6 — Водный пассажирский транспорт														
7 — Воздушный пассажирский транспорт														
8 — Вспомогательные услуги в области пассажирского транспорта														
9 — Сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования														
10 — Туристические агентства и аналогичные заведения														
11 — Услуги в области культуры														
12 — Спортивные и прочие рекреационные услуги														
<b>ВСЕГО</b>														

x Не применяется



**Таблица 9**  
**Коллективное туристское потребление, в развитии по функциям и уровням органов государственного управления**

Функции	Национальный уровень (9.1)	Региональный уровень (уровень субъектов) (9.2)	Местный уровень (9.3)	Общее коллективное туристское потребление (9.4) = (9.1) + (9.2) + (9.3)	Пооянение (*)	
					Промежуточное потребление отраслей туризма	
Рекламно-пропагандистская деятельность в области туризма Общее планирование и координация в области туризма Разработка статистики и базовой информации в области туризма Руководство деятельностью информационных бюро Контроль и регулирование деятельности заведений, непосредственно работающих с посетителями Особый контроль в отношении посетителей-резидентов и нерезидентов Особые услуги в сфере защиты граждан, предназначенные для защиты посетителей Прочие услуги					× × × × ×	
<b>ВСЕГО</b>						

× Не применяется

(\*) Данный столбец отражает расходы отраслей туризма на рекламно-пропагандистскую деятельность в области туризма или на другие услуги, относящиеся к перечисленным функциям, если они имеют место.

**Таблица 10**  
**Неденежные показатели**

а. Количество поездок и количество проведенных ночей, в разбивке по видам туризма и по категориям посетителей

	Въездной туризм (*)			Внутренний туризм			Выездной туризм		
	Однодневные посетители	Туристы	Всего посетителей	Однодневные посетители	Туристы	Всего посетителей	Однодневные посетители	Туристы	Всего посетителей
Количество поездок (*)									
Количество проведенных ночей									

(\*) В случае выездного туризма применяется показатель «прибытия»

с. Число заведений и возможности по размещению, в разбивке по средствам размещения

	Заведения коллективно-гостиничного размещения и т. п.	Частные средства размещения туристов		Прочие
		Гостиницы	Вторые дома	
Количество заведений				
Возможности по размещению (количество номеров/комнат)				
Возможности по размещению (количество коек)				
Использование средств размещения (количество номеров/комнат)				
Использование средств размещения (количество коек)				

б. Въездной туризм: количество прибытий и проведенных ночей, в разбивке по транспортным средствам

	Количество прибытий	Количество проведенных ночей
1. Воздушный транспорт		
1.1 Регулярные рейсы		
1.2 Нерегулярные рейсы		
1.3 Прочие услуги		
2. Водный транспорт		
2.1 Пассажирские линии и паромы		
2.2 Круизы		
2.3 Прочие		
3. Сухопутный транспорт		
3.1 Железнодорожный транспорт		
3.2 Междугородные и пригородные автобусы и другой общественный дорожный транспорт		
3.3 Личные автомобили		
3.4 Сдача в аренду транспортных средств		
3.5 Другие средства сухопутного транспорта		
<b>ВСЕГО</b>		

д. Число заведений в видах деятельности, типичных для туризма и смежных с туризмом, классифицированных по численности занятых

Типичные для туризма виды деятельности	1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-249	250-499	500-999	Более 1000	ВСЕГО
	1. Гостиницы и аналогичные заведения	×								
2. Владельцы вторыми домами (условное именование) заведения		×								
3. Рестораны и аналогичные заведения										
4. Железнодорожный пассажирский транспорт										
5. Дорожный пассажирский транспорт										
6. Водный пассажирский транспорт										
7. Воздушный пассажирский транспорт										
8. Вспомогательные услуги в области пассажирского транспорта										
9. Сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования										
10. Туристические агентства и аналогичные заведения										
11. Услуги в области культуры										
12. Спортивные и другие рекреационные услуги										
<b>Смежные с туризмом виды деятельности</b>										
<b>ВСЕГО</b>										

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**





## ПРИЛОЖЕНИЕ I

### Перечень специфических туристских продуктов (относящихся к туристскому потреблению)

1. При применении рекомендаций СНС 1993 года к сектору туризма с целью провести разграничение между типичными и смежными продуктами (СНС 1993 года, пункты 21.61, 21.62 и 21.66) необходимо следовать следующим прагматичным критериям (см. пункт 3.17, выше):

**Типичные туристские продукты:** продукты, которые в большинстве стран в отсутствие посетителей могут прекратить свое существование в значимых объемах или уровень потребления которых будет значительно ниже и по которым представляется возможным получить статистическую информацию.

**Смежные туристские продукты:** остаточная категория, включает продукты, определенные в конкретной стране как специфические туристские, но для которых это свойство не признается во всех других странах.

**Специфические туристские продукты:** сумма двух предыдущих категорий продуктов.

2. Из целого ряда специфических продуктов, относящихся к сектору туризма, в настоящем перечне приводятся исключительно те потребительские товары и услуги, которые напрямую приобретаются посетителями; в связи с этим в него не включены товары производственного назначения в секторе туризма и коллективные туристские нерыночные услуги. Кроме того, в этот перечень не включены специфические туристские продукты, являющиеся таковыми со стороны предложения, которые не относятся к туристским потребительским товарам и услугам, такие как услуги общественного питания в предприятиях пассажирского транспорта и консультационные услуги по вопросам развития туризма.

3. В настоящее время перечень не включает товары. Это решение вызвано двумя основными причинами:

- существованием огромной разницы (как в уровне, так и в структуре) между видами товаров, приобретаемых посетителями в различных посещаемых ими странах и местах;
- наличием ограничений, связанных с доступными источниками статистической информации.

4. Тем не менее товары полностью из анализа не исключаются: включены услуги по розничной торговле (специализированные и неспециализированные), относящиеся к продаже товаров посетителям. Это объясняется тем, что соответствующая производительная деятельность предусматривает непосредственный контакт с посетителями и поэтому, с учетом определенных обстоятельств, может рассматриваться как деятельность в секторе туризма.

5. В настоящее время для определения, является продукт характерным или смежным туристским продуктом, используется прагматический критерий, что объясняется нехваткой опыта в применении подробных перечней продуктов при оценке экономического воздействия туризма. По этой же причине предлагаемый перечень носит предварительный характер, и он будет нуждаться в расширении и модификации по мере накопления опыта составления функционально ориентированных вспомогательных счетов в области туризма и в других областях, таких как здравоохранение или образование.

6. Основная цель перечня специфических туристских продуктов — добиться международной сопоставимости при проведении экономического анализа туризма. Кроме того, этот перечень следует использовать в качестве справочного материала странам, желающим разработать собственный перечень специфических туристских продуктов.

7. Перечень предназначен для повсеместного использования, но может случиться так, что в той или иной стране или при определенных обстоятельствах продукты, считающиеся специфическими в этом конкретном случае, не входят в перечень либо, наоборот, некоторые включенные в перечень продукты не являются специфическими. На основе установленных критериев каждая страна согласно местным реалиям будет сама решать, какие включенные в перечень продукты являются смежными, а какие типичными туристскими продуктами.

8. Перечень специфических туристских продуктов составлен на основе Классификации основных продуктов (СРС), версии 1.0, и в необходимых случаях расширен для целей анализа туризма. Были рассмотрены также другие классификации, такие как Классификация индивидуального потребления по целям (КИПЦ), Статистическая классификация продуктов по видам деятельности (КПВД) Европейского союза, классификация, предложенная ОЭСР для анализа туризма, а также некоторые перечни, разработанные с той же целью различными странами.

9. При кодировании различных позиций применялись шестизначные коды с точкой между пятой и шестой цифрами. Первые пять цифр соответствуют коду СРС, версии 1.0, а шестая используется исключительно для перечня специфических туристских продуктов.

10. Если шестая цифра — ноль, это означает, что позиция та же, что и в СРС, версии 1.0, и была взята из нее, но если шестая цифра иная, чем ноль, позиция лишь частично соответствует коду СРС, версии 1.0. Например, код 63110.0 «Услуги временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями» идентичен коду 63110 СРС, тогда как код 63199.1 «Услуги спальных вагонов...» лишь частично соответствует коду 63199 СРС.

11. Наконец, добавлены пояснительные примечания для более точного определения конкретного содержания каждой позиции в перечне.

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
63110.0	Услуги временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями
63191.0	Услуги оздоровительных центров и домов отдыха
63192.0	Услуги по сдаче в аренду меблированных мест проживания
63193.0	Услуги молодежных общежитий
63194.0	Услуги детских спортивных и туристических лагерей
63195.0	Услуги кемпингов и стоянок для «передвижных дач»
63199.1	Услуги спальных вагонов и аналогичные услуги в других транспортных средствах; студенческие общежития
63210.0	Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием
63220.0	Услуги по обеспечению питания в заведениях самообслуживания
63290.0	Прочие услуги общественного питания
63300.0	Подача напитков для потребления на месте
64111.1	Регулярные железнодорожные пассажирские перевозки
64111.2	Нерегулярные железнодорожные пассажирские перевозки
64112.0	Железнодорожные внутригородские и пригородные пассажирские перевозки
64211.0	Регулярные внутригородские и пригородные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64212.0	Регулярные внутригородские и пригородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64213.0	Регулярные междугородные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64214.0	Регулярные междугородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64219.1	Услуги регулярных лыжных подъемников
64219.2	Услуги фуникулеров
64221.0	Услуги такси
64222.0	Услуги по аренде пассажирских автомобилей с водителем
64223.0	Услуги по аренде городских и междугородных автобусов с водителем
64224.0	Перевозки пассажиров транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животным
65111.0	Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими паромными
65119.1	Прочие каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров регулярным водным транспортом
65119.2	Прочие каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров нерегулярным водным транспортом
65119.3	Услуги круизных судов
65119.4	Перевозка пассажиров зафрахтованными судами
65130.1	Услуги по аренде пассажирских судов каботажного и трансокеанского плавания с экипажем
65140.0	Буксировка и маневровые услуги, оказываемые судами каботажного и трансокеанского плавания
65211.0	Перевозки пассажиров внутренним водным транспортом с помощью паромов

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению) (продолжение)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
65219.1	Регулярные перевозки пассажиров внутренним водным транспортом
65219.2	Экскурсионные услуги
65219.3	Организация круизов
65230.0	Услуги по аренде судов внутреннего водного транспорта с экипажем
65240.0	Буксировка и маневровые услуги на внутреннем водном транспорте
66110.0	Регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом
66120.1	Нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом
66120.2	Экскурсии на самолетах или вертолетах
66400.0	Услуги по аренде воздушных судов с оператором
67300.0	Услуги по обеспечению навигационными средствами
67400.0	Вспомогательные услуги для железнодорожного транспорта
67510.0	Услуга автобусных станций
67520.1	Услуги по эксплуатации автомагистралей
67520.2	Услуги по эксплуатации мостов и туннелей
67530.1	Услуги стоянок пассажирского транспорта в конечных пунктах
67590.0	Прочие вспомогательные услуги для автодорожного транспорта
67610.0	Услуги по эксплуатации портов и водных путей (кроме обработки грузов)
67630.0	Услуги по спасанию и подъему затонувших судов
67690.1	Услуги по заправке судов горючим
67690.2	Техническое обслуживание и текущий ремонт частных судов, предназначенных для отдыха
67710.0	Услуги по эксплуатации аэропортов (кроме обработки грузов)
67790.0	Прочие вспомогательные услуги для воздушного или космического транспорта
67811.0	Услуги туристических агентств
67812.0	Услуги туроператоров
67813.0	Информационные услуги в области туризма
67820.0	Услуги экскурсионных бюро
71100.1	Услуги по обеспечению пластиковых карт во время поездок
71100.2	Услуги по ссудам на поездки
71100.3	Услуги по ссудам на транспортные средства
71311.1	Услуги по страхованию жизни во время путешествий
71320.1	Услуги по страхованию от несчастных случаев во время путешествий
71320.2	Услуги по медицинскому страхованию во время путешествий
71331.1	Услуги по страхованию частных автомобилей
71334.1	Услуги по страхованию пассажирских воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам
71334.2	Услуги по страхованию пассажирских судов, принадлежащих индивидуальным владельцам
71339.1	Услуги по страхованию поездок
71552.0	Услуги, связанные с обменом иностранной валюты

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению) (продолжение)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
72211.1	Вспомогательные услуги, связанные с размещением на условиях «таймшер»
73111.0	Услуги по лизингу или аренде легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя
73114.1	Услуги по лизингу или аренде домов-автоприцепов/автомобилей без водителя
73115.1	Услуги по лизингу или аренде пассажирских судов без экипажа
73116.1	Услуги по лизингу или аренде пассажирских воздушных судов без оператора
73240.1	Услуги по лизингу или аренде немоторизованного наземного транспортного оборудования
73240.2	Услуги по лизингу или аренде оборудования для зимних видов спорта
73240.3	Услуги по лизингу или аренде немоторизованного воздушного транспортного оборудования
73240.4	Услуги по лизингу или аренде оборудования для водных видов спорта и пляжного оборудования
73240.5	Услуги по лизингу или аренде туристского снаряжения
73240.6	Услуги по лизингу или аренде лошадей для верховой езды
73290.1	Услуги по аренде фотокамер
83811.1	Услуги по изготовлению фотографий для паспортов/виз
83820.0	Услуги по обработке фотографических материалов
83910.0	Услуги по письменному и устному переводу
84510.0	Услуги библиотек
84520.0	Услуги архивов
85970.0	Услуги по организации торговых ярмарок и выставок
87141.0	Услуги по обслуживанию и ремонту автомобилей
87142.0	Услуги по обслуживанию и ремонту мотоциклов и снегоходов
87143.0	Услуги по обслуживанию и ремонту автоприцепов, полуприцепов и других автотранспортных средств, не включенных в другие категории
87149.1	Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных катеров, принадлежащих индивидуальным владельцам
87149.2	Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам
87290.1	Услуги по обслуживанию и ремонту прочих изделий, не включенных в другие категории
91131.1	Услуги по выдаче лицензий на лов рыбы
91131.2	Услуги по выдаче лицензий на охоту
91210.1	Услуги по оформлению паспортов
91210.2	Услуги по выдаче виз
92900.1	Услуги в области языковой подготовки
92900.2	Услуги по подготовке на получение водительских прав
96151.0	Услуги по демонстрации кинофильмов
96230.0	Услуги по эксплуатации зрелищных сооружений

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению) (продолжение)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
96310.0	Услуги артистов-исполнителей
96411.0	Услуги музеев, кроме услуг по охране исторических мест и зданий
96412.0	Услуги по охране исторических мест и зданий
96421.0	Услуги ботанических и зоологических садов
96422.0	Услуги природных заповедников, в том числе услуги по охране живой природы
96510.0	Услуги в области пропаганды и организации занятий спортом и спортивно-оздоровительных мероприятий
96520.1	Услуги полей для игры в гольф
96520.2	Услуги по эксплуатации лыжных трасс (равнинные лыжи)
96520.3	Автодромы
96520.4	Услуги школ верховой езды
96520.5	Услуги парков отдыха и пляжей
96590.1	Рискованные виды спорта
96620.1	Услуги спортивных школ
96620.2	Услуги проводников (в горах, на охоте и рыбной ловле)
96910.1	Услуги тематических парков
96910.2	Услуги парков развлечений
96910.3	Организация ярмарок и карнавалов
96920.1	Услуги казино
96920.2	Услуги игровых автоматов
97230.1	Услуги фитнес-центров
97230.2	Услуги саун/парных бань
97230.3	Массажные услуги
97230.4	Услуги оздоровительных центров
97910.0	Услуги сопровождения
99000.0	Услуги, предоставляемые экстерриториальными организациями и органами
62121.1	Услуги розничной торговли фруктами и овощами, оказываемые неспециализированными магазинами
62122.1	Услуги розничной торговли молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами, оказываемые неспециализированными магазинами
62123.1	Услуги розничной торговли мясом, домашней птицей и дичью, оказываемые неспециализированными магазинами
62124.1	Услуги розничной торговли рыбой и другими морепродуктами, оказываемые неспециализированными магазинами
62125.1	Услуги розничной торговли кондитерскими изделиями и выпечкой, оказываемые неспециализированными магазинами
62126.1	Услуги розничной торговли напитками, оказываемые неспециализированными магазинами
62128.1	Услуги розничной торговли табачными изделиями, оказываемые неспециализированными магазинами

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению) (продолжение)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
62132.1	Услуги розничной торговли палатками и туристическим оборудованием, оказываемые неспециализированными магазинами
62133.1	Услуги розничной торговли предметами одежды, меховыми изделиями и аксессуарами для одежды, оказываемые неспециализированными магазинами
62134.1	Услуги розничной торговли обувью, оказываемые неспециализированными магазинами
62142.1	Услуги розничной торговли радио- и телевизионным оборудованием, музыкальными инструментами и звукозаписями, музыкальными партитурами и магнитными лентами, оказываемые неспециализированными магазинами
62151.1	Услуги розничной торговли книгами, газетами, журналами и канцелярскими принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами
62152.1	Услуги розничной торговли фотографическим, оптическим и точным оборудованием, оказываемые неспециализированными магазинами
62154.1	Услуги розничной торговли наручными и прочими часами и ювелирными изделиями, оказываемые неспециализированными магазинами
62155.1	Услуги розничной торговли спортивными товарами, в том числе велосипедами, оказываемые неспециализированными магазинами
62156.1	Услуги розничной торговли изделиями из кожи и дорожными принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами
62159.1	Услуги розничной торговли сувенирами, оказываемые неспециализированными магазинами
62175.1	Услуги розничной торговли парфюмерными и косметическими изделиями и туалетным мылом, оказываемые неспециализированными магазинами
62181.1	Услуги розничной торговли автомобилями, мотоциклами, снегоходами и относящимися к ним частями и принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами
62182.1	Услуги розничной торговли прочим транспортным оборудованием, за исключением велосипедов, оказываемые неспециализированными магазинами
62184.1	Услуги розничной торговли компьютерами и пакетами программного обеспечения, оказываемые неспециализированными магазинами
62191.1	Услуги розничной торговли твердым, жидким и газообразным топливом и связанными с ними продуктами, оказываемые неспециализированными магазинами
62221.1	Услуги розничной торговли фруктами и овощами, оказываемые специализированными магазинами
62222.1	Услуги розничной торговли молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами, оказываемые специализированными магазинами
62223.1	Услуги розничной торговли мясом, домашней птицей и дичью, оказываемые специализированными магазинами
62224.1	Услуги розничной торговли рыбой и другими морепродуктами, оказываемые специализированными магазинами
62225.1	Услуги розничной торговли кондитерскими изделиями и выпечкой, оказываемые специализированными магазинами
62226.1	Услуги розничной торговли напитками, оказываемые специализированными магазинами

**Перечень специфических туристских продуктов  
(относящихся к туристскому потреблению) (продолжение)**

<i>СРС/код</i>	<i>Название</i>
62228.1	Услуги розничной торговли табачными изделиями, оказываемые специализированными магазинами
62232.1	Услуги розничной торговли палатками и туристическим оборудованием, оказываемые специализированными магазинами
62233.1	Услуги розничной торговли предметами одежды, меховыми изделиями и аксессуарами для одежды, оказываемые специализированными магазинами
62234.1	Услуги розничной торговли обувью, оказываемые специализированными магазинами
62242.1	Услуги розничной торговли радио- и телевизионным оборудованием, музыкальными инструментами и звукозаписями, музыкальными партитурами и магнитными лентами, оказываемые специализированными магазинами
62251.1	Услуги розничной торговли книгами, газетами, журналами и канцелярскими принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами
62252.1	Услуги розничной торговли фотографическим, оптическим и точным оборудованием, оказываемые специализированными магазинами
62254.1	Услуги розничной торговли наручными и прочими часами и ювелирными изделиями, оказываемые специализированными магазинами
62255.1	Услуги розничной торговли спортивными товарами, в том числе велосипедами, оказываемые специализированными магазинами
62256.1	Услуги розничной торговли изделиями из кожи и дорожными принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами
62259.1	Услуги розничной торговли сувенирами, оказываемые специализированными магазинами
62275.1	Услуги розничной торговли парфюмерными и косметическими изделиями и туалетным мылом, оказываемые специализированными магазинами
62281.1	Услуги розничной торговли автомобилями, мотоциклами, снегоходами и относящимися к ним частями и принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами
62282.1	Услуги розничной торговли прочим транспортным оборудованием, за исключением велосипедов, оказываемые специализированными магазинами
62284.1	Услуги розничной торговли компьютерами и пакетами программного обеспечения, оказываемые специализированными магазинами
62291.1	Услуги розничной торговли твердым, жидким и газообразным топливом и связанными с ними продуктами, оказываемые специализированными магазинами



## ПОЯСНИТЕЛЬНЫЕ ПРИМЕЧАНИЯ<sup>a</sup>

### **63110.0 Услуги временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые гостиницами, мотелями, постоялыми дворами и аналогичными местами временного проживания.

### **63191.0 Услуги оздоровительных центров и домов отдыха**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые лагерями для отдыха взрослых и семей, летними дачами (бунгало) и аналогичными домами для отдыха. Включены все другие услуги, оказываемые такими заведениями в связи с предоставлением жилья.

### **63192.0\* Услуги по сдаче в аренду меблированных мест проживания**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые меблированными комнатами, гостиницами квартирного типа, пансионатами, частными квартирами и домами, фермерскими домами и аналогичными местами проживания. Большинство таких мест проживания предоставляют только жилье, хотя некоторые могут включать услуги по обеспечению питанием.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по предоставлению жилья, оказываемые гостиницами, см. 63110.0;
- услуги по сдаче в аренду на длительный срок меблированных мест проживания, см. 72111 (нп)<sup>b</sup>.

### **63193.0 Услуги молодежных общежитий**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые молодежными общежитиями и аналогичными местами проживания. Эти услуги отличаются от полного обслуживания гостиниц меньшим объемом предоставляемых услуг;
- услуги, предоставляемые горными приютами.

---

<sup>a</sup> При кодировании различных позиций в перечне применялись шестизначные коды с точкой между пятой и шестой цифрами. Первые пять цифр соответствуют системе кодирования СРС, шестая используется исключительно для перечня специфических туристских продуктов. Если шестая цифра — ноль, это означает, что позиция та же, что и представленная в СРС и взята из нее, но если шестая цифра иная, чем ноль, позиция лишь частично соответствует СРС. В связи с этим пояснительные примечания, относящиеся к позициям с последней цифрой ноль (0), практически те же, что и в СРС, версии 1.0. Но если после последней цифры включен знак (\*), соответствия между позициями нет. В основном это относится к продуктам, которые *a*) не рассматриваются как смежные с туризмом, и в таком случае указывается «не туристский продукт» (нп); *b*) напротив, относятся к туризму и уже включены в отдельную позицию классификации с целью обеспечения соответствия между СРС и перечнем специфических туристских продуктов. Наконец, если последняя цифра не равняется нулю (0), то пояснительные примечания отличаются от представленных в СРС, версии 1.0, и поэтому относятся конкретно к перечню специфических туристских продуктов.

<sup>b</sup> нп — не туристский продукт.

#### **63194.0 Услуги детских спортивных и туристических лагерей**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые туристическими лагерями для детей и молодежи. Включены также все другие услуги, оказываемые такого рода лагерями в связи с предоставлением возможностей временного проживания.

#### **63195.0\* Услуги кемпингов и стоянок для «передвижных дач»**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению временного жилья и смежные услуги, оказываемые кемпингами, стоянками для «передвижных дач» и автомобилей для загородных поездок и аналогичными заведениями. Такие услуги могут включать только предоставление места или места и палатки, или «передвижной дачи», расположенных на этом месте.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по сдаче в аренду на длительный срок мест для жилых автоприцепов, см. 72111 (нТП);
- услуги по сдаче в аренду «передвижных дач» и жилых автоприцепов для использования вне закрепленного за ними места, см. 72111 (нТП).

#### **63199.1 Услуги спальных вагонов и аналогичные услуги в других транспортных средствах; студенческие общежития**

*Этот подкласс включает:*

- услуги спальных вагонов и аналогичные услуги в других транспортных средствах, например на паромах;
- услуги студенческих общежитий и студенческих коллективных спален.

#### **63210.0 Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по приготовлению блюд и подаче соответствующих напитков, предоставляемые ресторанами, кафе и аналогичными предприятиями общественного питания, обеспечивающими полное обслуживание, заключающееся в обслуживании официантом индивидуальных клиентов, сидящих за столами (в том числе за стойками или в кабинетах) в сочетании с развлекательной программой или без нее;
- услуги по приготовлению блюд и подаче соответствующих напитков в гостиницах или других местах проживания или в транспортных средствах, например в поездах или на судах. Обычно обеспечивается полное обслуживание, включающее обслуживание официантом индивидуальных клиентов, сидящих за столами (в том числе за стойками или в кабинетах);
- услуги, предоставляемые в вагонах-ресторанах.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по подаче напитков без приготовления пищи, см. 63300.0.

#### **63220.0 Услуги по обеспечению питанием в заведениях самообслуживания**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по подаче блюд в заведениях самообслуживания. Эти заведения предоставляют места для сидения, но в них нет обслуживания официантами; включается приготовление пищи и предложение блюд и напитков, без участия официанта,

заведениями общественного питания, которые предлагают ряд заранее приготовленных и иных продуктов питания;

- услуги столовых. Предоставление блюд и напитков, обычно по сниженной цене, в заведениях для четко определенных групп лиц, главным образом связанных отношениями профессионального характера, таких как спортивные, заводские или учрежденческие столовые, школьные столовые и кухни, услуги университетских столовых, офицерские или солдатские столовые для служащих вооруженных сил и т. п.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по предоставлению питания заведениями, не предусматривающими услуги официантов и не предоставляющими обычно мест для сидения, см. 63290.0;
- услуги по подаче напитков без приготовления пищи, см. 63300.0.

#### **63290.0\* Прочие услуги общественного питания**

*Этот подкласс включает:*

- прочие услуги по приготовлению блюд и подаче соответствующих напитков в барах по продаже прохладительных напитков, киосках по продаже жареной рыбы и картофеля, заведениях быстрого обслуживания без сидячих мест и заведениях по торговле пищей на вынос. Эти заведения обычно не предлагают сидячие места;
- обслуживание, предоставляемое кафе-мороженое и кондитерскими;
- предоставление блюд и закусок, приготовленных на месте и выдаваемых через торговые автоматы;
- услуги по обеспечению питанием с использованием средств передвижения, приготовление и подачу блюд и напитков для потребления на месте с машин и тележек.

*Этот подкласс не включает:*

- предоставление блюд и закусок, выдаваемых через торговые автоматы, но не приготовленных на месте, см. 6242 (нпт).

#### **63300.0\* подача напитков для потребления на месте**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по подаче напитков, главным образом алкогольных, предоставляемые барами, пивными залами, ночными клубами, дискотеками и аналогичными заведениями с развлекательной программой или без таковой. Включаются также услуги, предоставляемые барами, действующими в гостиницах или других местах временного проживания, или в транспортных средствах, например в поездах и на судах.

*Этот подкласс не включает:*

- предоставление блюд и закусок, выдаваемых через торговые автоматы, но не приготовленных на месте, см. 624 (нпт);
- подачу пищи и соответствующих напитков, см. 632.

#### **64111.1 Регулярные железнодорожные пассажирские перевозки**

*Этот подкласс включает:*

- междугородные пассажирские перевозки по железной дороге, осуществляемые на регулярной основе, независимо от расстояния и используемого класса;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги спальных вагонов, см. 63199.1;
- услуги вагонов-ресторанов, см. 63210.0.

#### **64111.2 Нерегулярные железнодорожные пассажирские перевозки**

*Этот подкласс включает:*

- междугородные пассажирские перевозки по железной дороге, осуществляемые на нерегулярной основе, независимо от расстояния и используемого класса;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

#### **64112.0\* Железнодорожные внутригородские и пригородные пассажирские перевозки**

*Этот подкласс включает:*

- внутригородские и пригородные пассажирские перевозки по железной дороге. Внутригородские перевозки определяются как перевозки, отправной и конечный пункты которых находятся в границах одной и той же городской единицы, а пригородные перевозки — как перевозки в пределах большого района, тяготеющего к крупному городу, включая близлежащие города;
- услуги, предоставляемые городскими железными дорогами для массовых перевозок (подземными и надземными);
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

#### **64211.0 Регулярные внутригородские и пригородные перевозки пассажиров дорожным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по перевозке пассажиров по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию, открытые для любого пользователя, автобусом, трамваем, троллейбусом и аналогичными средствами, осуществляемые в границах одного города или группы соседних городов;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

*Этот подкласс не включает:*

- внутригородские и пригородные перевозки по железной дороге, см. 64112.0.

#### **64212.0 Регулярные внутригородские и пригородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по перевозке пассажиров по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию в интересах конкретных групп пользователей, например школ, колледжей или предприятий;
- регулярные перевозки между городским центром и аэропортами или станциями в этом городском центре либо в пригородах автобусами и многоместными легковыми автомобилями с водителем, обслуживающими авиапассажиров;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги такси, см. 64221.0;
- услуги арендованных автобусов с водителем, см. 64222.0;

- услуги по перевозке авиапассажиров нерегулярными «челночными» рейсами автобусов, см. 64221.0.

#### **64213.0 Регулярные междугородные перевозки пассажиров дорожным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по междугородной перевозке пассажиров по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию, доступные для любого пользователя, автобусом, трамваем, троллейбусом и аналогичными средствами;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

#### **64214.0\* Регулярные междугородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по перевозке пассажиров по заранее определенным маршрутам и по заранее определенному расписанию, предназначенные для конкретных групп пользователей, автобусом, трамваем, троллейбусом и аналогичными средствами;
- перевозки от одного городского центра до другого;
- перевозки между городским центром и аэропортами или станциями в другом городском центре автомобильными средствами;
- перевозки автобусом и многоместным легковым автомобилем с водителем, обслуживающим авиапассажиров.

#### **64219.1 Услуги регулярных лыжных подъемников**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров канатным транспортом, например лыжными подъемниками и аналогичными средствами, осуществляемые по расписанию.

#### **64219.2 Услуги фуникулеров**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров канатным транспортом, например фуникулерами, подвесными канатными дорогами и аналогичными средствами, осуществляемые по расписанию.

#### **64221.0\* Услуги такси**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки, осуществляемые автотакси, в том числе внутригородские, пригородные и междугородные. Эти перевозки обычно осуществляются с оплатой в зависимости от пройденного расстояния, на ограниченный период времени и в конкретный пункт назначения. Включены также услуги по предварительному заказу поездок;
- услуги по перевозке авиапассажиров нерегулярными «челночными» рейсами автобусов.

*Этот класс не включает:*

- перевозки на условиях такси транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животными, см. 64224.0;
- услуги транспорта скорой помощи, см. 93192 (нп).

#### **64222.0 Услуги по аренде пассажирских автомобилей с водителем**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по перевозке арендованным автомобилем с водителем в любом месте, где такие услуги предоставляются, кроме услуг такси. Эти услуги обычно предоставляются с оплатой в зависимости от времени ограниченному числу пассажиров и часто включают перевозки более чем в один пункт назначения.

#### **64223.0 Услуги по аренде городских и междугородных автобусов с водителем**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по перевозке арендованными городскими и междугородными автобусами с водителем, обычно предоставляемые с оплатой в зависимости от времени и расстояния. Они часто включают перевозки более чем в один пункт назначения;
- туристические поездки на автобусах, включая экскурсии по достопримечательным местам города. Иногда в стоимость включаются связанные с этим услуги, не оплачиваемые отдельно (услуги экскурсовода, питание и т. п.).

#### **64224.0\* Перевозки пассажиров транспортными средствами, приводимыми в движение человеком или животными**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров транспортными или перевозочными средствами приводимыми в движение человеком или животными, такими как рикша и вьючные животные, при условии, что с транспортным средством или животным предоставляются услуги извозчика.

#### **65111.0 Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими паромами**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров паромами, в том числе судами на подводных крыльях и на воздушной подушке, на регулярной и нерегулярной основе;
- перевозки следующего с пассажирами багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

#### **65119.1 Прочие регулярные каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров водным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими судами на регулярной основе, независимо от класса услуг;
- перевозки пассажиров от порта до порта.

#### **65119.2 Прочие нерегулярные каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров водным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими судами на нерегулярной основе, независимо от класса услуг;
- перевозки пассажиров от порта до порта.

#### **65119.3 Услуги морских круизов**

*Этот подкласс включает:*

- морские круизы, при которых перевозка, обеспечение услуг проживания, предоставление питания и побочные услуги не предъявляются к оплате отдельно.

#### **65119.4 Перевозка пассажиров зафрахтованными судами**

*Этот подкласс включает:*

- каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими судами на регулярной или нерегулярной основе, независимо от класса услуг, на судах, предназначенных в основном для фрахтования, при которых перевозка, обеспечение услуг проживания, предоставление питания и побочные услуги не предъявляются к оплате отдельно.

#### **65130.1 Услуги по аренде пассажирских судов каботажного и трансокеанского плавания с экипажем**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по аренде и лизингу пассажирских прогулочных самоходных судов с экипажем для каботажной и трансокеанской перевозки.

#### **65140.0\* Буксировка и маневровые услуги, оказываемые судами каботажного и трансокеанского плавания**

#### **65211.0 Перевозки пассажиров внутренним водным транспортом с помощью паромов**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров по рекам, каналам и по другим внутренним водам паромными, не предназначенными для морского плавания, в том числе судами на подводных крыльях и на воздушной подушке, как на регулярной, так и на нерегулярной основе;
- перевозки следующих с пассажирами транспортных средств, багажа, животных и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных расходов.

#### **65219.1 Регулярные перевозки пассажиров внутренним водным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- перевозки пассажиров по рекам, каналам и другим внутренним водным путям на регулярной основе судами любого типа.

#### **65219.2 Экскурсионные услуги**

*Этот подкласс включает:*

- экскурсионные и обзорные поездки на судах по рекам, каналам и другим внутренним водным путям.

#### **65219.3 Организация круизов**

*Этот подкласс включает:*

- круизы по рекам, каналам и другим внутренним водным путям, при которых перевозка, обеспечение услуг проживания, предоставление питания и побочные услуги не предъявляются к оплате отдельно.

#### **65230.0 Услуги по аренде судов внутреннего водного транспорта с экипажем**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по аренде и лизингу всех типов самоходных судов внутреннего водного транспорта с экипажем, таких как пассажирские суда (за исключением прогулочных катеров), танкеры, суда для перевозки сыпучих грузов, грузовые и торговые суда, буксирные суда и рыболовные суда.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по лизингу или аренде пассажирских судов без экипажа, см. 73115.1;
- услуги по лизингу или аренде прогулочных катеров, не предназначенных для морского плавания, см. 73240.5.

**65240.0\* Буксировка и маневровые услуги на внутреннем водном транспорте**

**66110.0 Регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- пассажирские перевозки по регулярным маршрутам и регулярному расписанию. Эти услуги оказываются воздушными судами (включая вертолеты) любого типа;
- перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

**66120.1 Нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом**

*Этот подкласс включает:*

- пассажирские перевозки на нерегулярной основе на воздушных судах (включая вертолеты) любого типа;
- перевозки принадлежащего пассажирам багажа и прочего груза, которые могут осуществляться без дополнительных затрат.

**66120.2 Экскурсии на самолетах или вертолетах**

*Этот подкласс включает:*

- экскурсионные услуги и услуги воздушных такси, предоставляемые самолетами или вертолетами.

**66400.0 Услуги по аренде воздушных судов с оператором**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по аренде и лизингу грузовых или пассажирских воздушных судов (включая вертолеты) любого типа и для любых целей с экипажем. Эти услуги оказываются в основном с повременной оплатой и нередко предусматривают несколько разных направлений.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по лизингу или аренде воздушных судов без экипажа, см. 73116.1.

**67300.0 Услуги по обеспечению навигационными средствами**

*Этот подкласс включает:*

- радионавигационные средства обнаружения, такие как глобальная система обнаружения;
- услуги, оказываемые маяками, плавучими маяками, сигнальными судами, буйми, канальными вехами и подобными им вспомогательными навигационными средствами.

**67400.0\* Вспомогательные услуги для железнодорожного транспорта**

*Этот подкласс включает:*

- пассажирские услуги на конечных пунктах железнодорожного транспорта (билетные кассы, бронирование, багажное отделение, камера хранения багажа);



- прочие вспомогательные услуги для железнодорожного транспорта, не включенные в другие категории.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по обработке железнодорожных грузов, см. 67110 (нтп) в отношении контейнеризованных грузов и 67190 (нтп) в отношении неконтейнеризованных грузов или багажа пассажиров.

#### **67510.0\* Услуги автобусных станций**

*Этот подкласс включает:*

- пассажирские услуги на конечных станциях, относящиеся к городскому, пригородному и международному автобусному пассажирскому транспорту (билетные кассы, бронирование, багажное отделение, камера хранения багажа).

#### **67520.1 Услуги по эксплуатации автомагистралей**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по эксплуатации автомагистралей, шоссейных дорог, улиц и мостовых.

#### **67520.2 Услуги по эксплуатации мостов и туннелей**

#### **67530.1\* Услуги стоянок пассажирского транспорта в конечных пунктах**

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по ежемесячной или годичной аренде запираемых гаражей или гаражных помещений для автотранспортных средств, см. 72112 (нтп).

#### **67590.0 Прочие вспомогательные услуги для автодорожного транспорта**

#### **67610.0\* Услуги по эксплуатации портов и водных путей (кроме обработки грузов)**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по эксплуатации портов, такие как эксплуатация причалов, доков, пирсов, молов, и другие относящиеся к этому услуги, предоставляемые морскими терминалами, включая пассажирские услуги на терминалах, связанные с морскими перевозками;
- услуги по эксплуатации и техническому обслуживанию каналов для лодок, баржей и судов, канализированных рек и прочих внутренних искусственных внутренних водных путей;
- услуги по эксплуатации шлюзов, судоподъемников, плотин, бассейнов;
- услуги по буксировке судов по каналам, оказываемые другими средствами кроме буксирных судов, например тракторной или локомотивной тягой.

#### **67630.0\* Услуги по спасанию и подъему затонувших судов**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по спасанию судов, оказываемые как в океанских, прибрежных, так и во внутренних водах. Такие услуги включают спасание потерпевших бедствие судов или затонувших судов и их грузов, включая подъем затонувших судов, перевертывание опрокинувшихся судов и снятие судов с мели.

#### **67690.1 Услуги по заправке судов горючим**

*Этот подкласс включает:*

- заправку судов горючим независимо от вида горючего.

**67690.2 Техническое обслуживание и текущий ремонт частных судов, предназначенных для отдыха**

*Этот подкласс включает:*

- ограниченные услуги по техническому обслуживанию и текущему ремонту частных пассажирских судов, предназначенных для отдыха, за исключением крупных ремонтных работ.

**67710.0\* Услуги по эксплуатации аэропортов (кроме обработки грузов)**

*Этот подкласс включает:*

- услуги пассажирских аэровокзалов и наземные услуги на аэродромах, включая эксплуатацию взлетно-посадочных полос.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по обработке грузов воздушными грузовыми терминалами, см. 67110 (нп).

**67790.0\* Прочие вспомогательные услуги для воздушного или космического транспорта**

*Этот подкласс включает:*

- тушение пожаров на самолетах и противопожарные услуги;
- техническое обслуживание и поддержание в порядке воздушных судов (исключая ремонт);
- услуги ангаров;
- буксировку воздушных судов.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по уборке воздушных судов, см. 853 (нп);
- услуги по дезинфекции и дезинсекции воздушных судов, см. 85310 (нп);
- услуги по спасанию воздушных судов на море, см. 91290 (нп);
- услуги общих школ пилотирования, см. 929 (нп);
- услуги по очистке взлетно-посадочных полос и уборке снега, см. 94310 (нп).

**67811.0 Услуги туристических агентств**

*Этот подкласс включает:*

- обеспечение проездными билетами, размещение и продажу комплексных туров за вознаграждение или на договорной основе.

**67812.0 Услуги туроператоров**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по организации и проведению комплексных туров (по единой цене за весь комплексный тур). Такой комплекс обычно включает перевозку пассажира и багажа, размещение, осмотр достопримечательностей и аналогичные услуги, предоставляемые во время комплексного тура.

**67813.0\* Информационные услуги в области туризма**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению информации для поездок, консультаций и по планированию поездок. Эти услуги обычно оказывают туристические бюро и аналогичные службы;
- услуги по бронированию мест в гостиницах;

— услуги по бронированию мест в самолетах, поездах, автобусах и прочие — услуги, связанные с путешествиями.

#### **67820.0 Услуги экскурсионных бюро**

*Этот подкласс включает:*

— услуги экскурсоводов, предоставляемые экскурсионными бюро или самостоятельными экскурсоводами.

*Этот подкласс не включает:*

— услуги переводчиков, см. 83910.0;

— услуги самостоятельных егерей, связанные с охотой, см. 96620.2.

#### **71100.1 Услуги по обеспечению пластиковых карт во время поездок**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по кредитованию посредством использования кредитных карт.

#### **71100.2 Услуги по ссудам на поездки**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по кредитованию с целью отсрочки оплаты расходов по поездке.

#### **71100.3 Услуги по ссудам на транспортные средства**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по кредитованию с целью отсрочки оплаты приобретенного транспортного средства.

#### **71311.1 Услуги по страхованию жизни во время путешествий**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими выплату пособий означенным лицам в связи со смертью во время путешествия застрахованного лица.

#### **71320.1 Услуги по страхованию от несчастных случаев во время путешествий**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими покрытие расходов по пребыванию в больнице и медицинских расходов, а также, как правило, прочих связанных с поддержанием здоровья расходов, например на предписанные лекарства и медицинские приспособления, услуги скорой помощи и услуги частной медицинской сестры, которые связаны с произошедшим во время путешествия несчастным случаем.

#### **71320.2 Услуги по медицинскому страхованию во время путешествий**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими покрытие медицинских расходов, не охватываемых государственными программами, и, как правило, прочих связанных с поддержанием здоровья расходов, например на предписанные лекарства и медицинские приспособления, услуги скорой помощи и услуги частной медицинской сестры, во время путешествия за пределами определенной географической области.

**71331.1\* Услуги по страхованию частных автомобилей**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими покрытие рисков, которые связаны с использованием автотранспортными средствами, включая используемые для перевозки платных пассажиров. Покрываемые риски включают ответственность водителя и утрату автотранспортного средства или нанесенный ему ущерб.

**71334.1 Услуги по страхованию пассажирских воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими покрытие рисков, связанных с нанесением ущерба воздушным судам, принадлежащим индивидуальным владельцам, или их утратой. Покрываемые риски могут включать пожар, кражу, взрыв, ураган, град, мороз, силы природы, ядерную энергию и провалы в земле.

**71334.2 Услуги по страхованию пассажирских судов, принадлежащих индивидуальным владельцам**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по приему на страхование в соответствии со страховыми полисами, предусматривающими покрытие рисков, связанных с нанесением ущерба судам, принадлежащим индивидуальным владельцам, или их утратой. Покрываемые риски могут включать пожар, кражу, взрыв, ураган, град, мороз, силы природы, ядерную энергию и провалы в земле.

**71339.1\* Услуги по страхованию поездок**

*Этот подкласс включает:*

- страхование на случай отмены поездки или покрытие прочих потерь, связанных с изменением условий поездки. Страхование путешествий может охватывать медицинские расходы как часть страхового пакета, включающего страхование на случай отмены поездки.

*Этот подкласс не включает:*

- страхование, охватывающее только медицинские расходы в ходе поездки, см. 71320 (нп).

**71552.0 Услуги, связанные с обменом иностранной валюты**

*Этот подкласс включает:*

- услуги, связанные с обменом иностранной валюты, предоставляемые обменными пунктами, и т. д.

**72211.1 Вспомогательные услуги, связанные с размещением на условиях «таймшер»**

**73111.0 Услуги по лизингу или аренде легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя**

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по лизингу, аренде и найму легковых автомобилей с водителем, см. 64222.0.

- 73114.1 Услуги по лизингу или аренде домов-автоприцепов/автомобилей без водителя**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму мотоциклов, «дач на колесах» и домов-автоприцепов без водителей.
- 73115.1\* Услуги по лизингу или аренде пассажирских судов без экипажа**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму катеров, судов и судов на воздушной подушке без экипажа, предназначенных в основном для перевозки пассажиров.  
*Этот подкласс не включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму небольших прогулочных катеров, см. 73240.5.
- 73116.1 Услуги по лизингу или аренде пассажирских воздушных судов без оператора**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму воздушных судов (например, вертолетов, самолетов) без оператора для перевозки пассажиров.
- 73240.1 Услуги по лизингу или аренде немоторизованного наземного транспортного оборудования**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму оборудования для досуга и отдыха, такого как велосипеды и аналогичное наземное транспортное оборудование.
- 73240.2 Услуги по лизингу или аренде оборудования для зимних видов спорта**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму оборудования для досуга и отдыха, такого как лыжи, сноуборды, коньки и аналогичное спортивное снаряжение.
- 73240.3 Услуги по лизингу или аренде немоторизованного воздушного транспортного оборудования**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму оборудования для досуга и отдыха, такого как планеры, буксируемые планеры, воздушные шары и аналогичное воздушное транспортное оборудование.
- 73240.4 Услуги по лизингу или аренде оборудования для водных видов спорта и пляжного оборудования**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму оборудования для досуга и отдыха, такого как прогулочные катера и прочее снаряжение для водных видов спорта.
- 73240.5 Услуги по лизингу или аренде туристского снаряжения**  
*Этот подкласс включает:*  
— услуги по лизингу, аренде или найму оборудования для досуга и отдыха, такого как туристское и аналогичное снаряжение.

**73240.6 Услуги по лизингу или аренде лошадей для верховой езды**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по лизингу, аренде и найму оборудования для досуга и отдыха, такого как верховые лошади и соответствующее снаряжение.

**73290.1 Услуги по аренде фотокамер**

**83811.1 Услуги по изготовлению фотографий для паспортов/виз**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по изготовлению фотографий отдельных лиц для паспортов или виз.

**83820.0\* Услуги по обработке фотографических материалов**

*Этот подкласс включает:*

- услуги, состоящие в основном в проявлении негативов и печатании фотографий для других в соответствии с требованиями заказчика;
- увеличение негативов или слайдов;
- обработку черно-белых материалов;
- цветную печать;
- копирование слайдов и негативов, перепечатку;
- услуги, состоящие в проявлении киноплёнок как фотолюбителей, так и коммерческих клиентов;
- услуги по изготовлению фотослайдов;
- услуги по копированию кинофильмов;
- услуги по копированию для аудиовизуальных средств.

**83910.0 Услуги по письменному и устному переводу**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по письменному переводу, которые обычно относятся к переписыванию текстов с одного языка на другой;
- услуги по устному переводу, которые обычно предполагают устное изложение на одном языке того, что было устно изложено на другом языке.

**84510.0\* Услуги библиотек**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по сбору, составлению каталогов, хранению и поиску книг и т. п.;
- услуги по выдаче во временное пользование книг и звукозаписей.

**84520.0 Услуги архивов**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по обеспечению функционирования государственных архивов (сбор, составление каталогов, хранение и поиск документов);
- услуги по обеспечению функционирования исторических архивов.

**85970.0 Услуги по организации торговых ярмарок и выставок**

*Этот подкласс включает:*

- организацию мероприятий экономического характера (демонстраций и выставок товаров через регулярные или нерегулярные промежутки времени);

- организацию научных или культурных встреч и конгрессов;
- поставку и установку выставочного оборудования в связи с организацией выставок.

**87141.0\* Услуги по обслуживанию и ремонту автомобилей**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. Такие услуги могут включать: капитальный ремонт двигателя, регулировку двигателя, ремонт и регулировку карбюратора, ремонт и регулировку рулевого управления, ремонт подвески, ремонт и регулировку тормозов, ремонт и регулировку трансмиссии и другие услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобиля;
- услуги шиномонтажа;
- ремонт кузова автомобиля и аналогичные услуги.

*Этот подкласс не включает:*

- услуги по восстановлению шин и наварке протекторов, см. 36120 (нтп).

**87142.0 Услуги по обслуживанию и ремонту мотоциклов и снегоходов**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по техническому обслуживанию и ремонту мотоциклов и по ремонту корпусов мотоциклов;
- специализированные услуги по обслуживанию мотоциклов при поломках.

**87143.0 Услуги по обслуживанию и ремонту автоприцепов, полуприцепов и других автотранспортных средств, не включенных в другие категории**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по техническому обслуживанию и ремонту автоприцепов, полуприцепов и других автотранспортных средств, не включенных в другие категории.

**87149.1 Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных катеров, принадлежащих индивидуальным владельцам**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных и спортивных катеров.

**87149.2 Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по обслуживанию и ремонту самолетов и авиационных двигателей.

**87290.1 Услуги по обслуживанию и ремонту прочих изделий, не включенных в другие категории**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по ремонту велосипедов;
- услуги по ремонту спортивного и туристского снаряжения, услуги по ремонту кинокамер и фотоаппаратов и фотографического оборудования.

**91131.1 Услуги по выдаче лицензий на лов рыбы**

*Этот подкласс включает:*

- государственные административные услуги, связанные с лицензированием рыбной ловли.

**91131.2 Услуги по выдаче лицензий на охоту**

*Этот подкласс включает:*

— государственные административные услуги, связанные с лицензированием охоты.

**91210.1 Услуги по оформлению паспортов**

*Этот подкласс включает:*

— государственные административные и оперативные услуги для министерств иностранных дел и дипломатических и консульских представительств, расположенных за границей, связанные с оформлением паспортов.

**91219.2 Услуги по выдаче виз**

*Этот подкласс включает:*

— государственные административные и оперативные услуги для министерств иностранных дел и дипломатических и консульских представительств, расположенных за границей, связанные с выдачей виз (въездных или выездных).

**92900.1 Услуги в области языковой подготовки**

*Этот подкласс включает:*

— услуги в области образования для взрослых, не охваченных обычной системой образования, с целью изучения иностранных языков. Такие услуги могут предоставляться на дневных или вечерних занятиях школами или специальными учебными заведениями.

**92900.2 Услуги по подготовке на получение водительских прав**

*Этот подкласс включает:*

— услуги в области образования для взрослых, не охваченных обычной системой образования, с целью получения прав на вождение автомобиля или мотоцикла, получения удостоверения пилота и судоводителя. Такие услуги могут предоставляться на дневных или вечерних занятиях школами или специальными учебными заведениями.

**96151.0 Услуги по демонстрации кинофильмов**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по демонстрации кинофильмов в кинотеатрах, на открытом воздухе или в киноклубах, в частных демонстрационных залах или в других демонстрационных помещениях.

**96230.0\* Услуги по эксплуатации зрелищных сооружений**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по эксплуатации концертных залов, театров, оперных театров, мюзик-холлов, в том числе услуги по продаже билетов;

— услуги по эксплуатации многоцелевых центров и аналогичных заведений с преобладающим культурным уклоном.

**96310.0 Услуги артистов-исполнителей**

*Этот подкласс включает:*

— услуги актеров, чтецов, певцов, музыкантов, танцоров и каскадеров.



**96411.0\* Услуги музеев, кроме услуг по охране исторических мест и зданий**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по демонстрации всевозможных коллекций (искусство, наука и техника, история);
- услуги по управлению коллекциями и их сохранению.

**96412.0 Услуги по охране исторических мест и зданий**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по организации посещений исторических мест, памятников и зданий;
- услуги по охране исторических мест, памятников зданий.

**96421.0\* Услуги ботанических и зоологических садов**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по организации посещений ботанических и зоологических садов;
- услуги по сохранению и поддержанию на должном уровне ботанических и зоологических садов.

**96422.0 Услуги природных заповедников, в том числе услуги по охране живой природы**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по охране национальных парков и природных заповедников;
- сохранение и поддержание в должном состоянии национальных парков и природных заповедников.

**96510.0 Услуги в области пропаганды и организации занятий спортом и спортивно-оздоровительных мероприятий**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по пропаганде спорта, например бокса;
- услуги по организации и руководству проведением спортивных мероприятий, устраиваемых спортивными клубами, которые предоставляют возможности заниматься спортом, например футбольными клубами, клубами для игры в кегли и т. д.

**96520.1 Услуги полей для игры в гольф**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению доступа на поля для игры в гольф.

**96520.2 Услуги по эксплуатации лыжных трасс**

*Этот подкласс не включает:*

- услуги регулярных лыжных подъемников, см. 64219.1.

**96520.3 Автодромы**

**96520.4 Услуги школ верховой езды**

*Этот подкласс включает:*

- услуги по предоставлению доступа в школы верховой езды.

**96520.5 Услуги парков отдыха и пляжей**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по предоставлению доступа в парки отдыха и на пляжи.

**96590.1 Рискованные виды спорта**

*Этот подкласс включает:*

— услуги по занятиям затяжными прыжками с парашютом;  
— услуги по организации занятий парашютным спортом;  
— услуги по занятиям дельтапланеризмом;  
— другие рискованные виды спорта.

**96620.1 Услуги спортивных школ**

*Этот подкласс включает:*

— услуги, предоставляемые спортивными школами и школами спортивных игр.

**96620.2 Услуги проводников (в горах, на охоте и рыбной ловле)**

*Этот подкласс включает:*

— услуги проводников-альпинистов, егерей, и инспекторов-рыболовов.

**96910.1 Услуги тематических парков**

**96910.2 Услуги парков развлечений**

**96910.3 Организация ярмарок и карнавалов**

*Этот подкласс включает:*

— услуги аттракционов и любительских игр.

**96920.1 Услуги казино**

*Этот подкласс включает:*

— услуги казино и организация азартных игр.

**96920.2 Услуги игровых автоматов**

*Этот подкласс включает:*

— услуги игровых автоматов с азартными играми.

**97230.1 Услуги фитнес-центров**

*Этот подкласс включает:*

— различные оздоровительные услуги, такие как предоставляемые фитнес-центрами, гимнастическими залами и т. д.

**97230.2 Услуги саун/парных бань**

*Этот подкласс включает:*

— различные оздоровительные услуги, такие как предоставляемые турецкими банями, саунами и парными банями, соляриями и т. д.

**97230.3 Массажные услуги**

*Этот подкласс включает:*

— массажные услуги (за исключением лечебного массажа) и т. д.

**97230.4 Услуги оздоровительных центров**

*Этот подкласс включает:*

— услуги оздоровительных центров, салонов для похудения и т. д.

**97910.0 Услуги сопровождения**

*Этот подкласс включает:*

— услуги проституток.

**99000.0 Услуги, предоставляемые экстерриториальными организациями и органами**

*Этот подкласс включает:*

— услуги, предоставляемые посольствами и представительствами других стран;

— услуги, предоставляемые международными организациями, такими как Организация Объединенных Наций и ее специализированные или региональные органы, Организация американских государств, Европейский союз, Организация экономического сотрудничества и развития, Всемирная туристская организация, Организация африканского единства и другие международные органы или экстерриториальные образования.

**62121.1** Услуги розничной торговли фруктами и овощами, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62122.1** Услуги розничной торговли молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62123.1** Услуги розничной торговли мясом, домашней птицей и дичью, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62124.1** Услуги розничной торговли рыбой и другими морепродуктами, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62125.1** Услуги розничной торговли кондитерскими изделиями и выпечкой, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62126.1** Услуги розничной торговли напитками, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62128.1** Услуги розничной торговли табачными изделиями, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62132.1** Услуги розничной торговли палатками и туристическим оборудованием, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62133.1** Услуги розничной торговли предметами одежды, меховыми изделиями и аксессуарами для одежды, оказываемые неспециализированными магазинами.

**62134.1** Услуги розничной торговли обувью, оказываемые неспециализированными магазинами.

- 62142.1** Услуги розничной торговли радио- и телевизионным оборудованием, музыкальными инструментами и звукозаписями, музыкальными партитурами и магнитными лентами, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62151.1** Услуги розничной торговли книгами, газетами, журналами и канцелярскими принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62152.1** Услуги розничной торговли фотографическим, оптическим и точным оборудованием, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62154.1** Услуги розничной торговли наручными и прочими часами и ювелирными изделиями, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62155.1** Услуги розничной торговли спортивными товарами, в том числе велосипедами, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62156.1** Услуги розничной торговли изделиями из кожи и дорожными принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62159.1** Услуги розничной торговли сувенирами, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62175.1** Услуги розничной торговли парфюмерными и косметическими изделиями и туалетным мылом, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62181.1** Услуги розничной торговли автомобилями, мотоциклами, снегоходами и относящимися к ним частями и принадлежностями, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62182.1** Услуги розничной торговли прочим транспортным оборудованием, за исключением велосипедов, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62184.1** Услуги розничной торговли компьютерами и пакетами программного обеспечения, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62191.1** Услуги розничной торговли твердым, жидким и газообразным топливом и связанными с ними продуктами, оказываемые неспециализированными магазинами.
- 62221.1** Услуги розничной торговли фруктами и овощами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62222.1** Услуги розничной торговли молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62223.1** Услуги розничной торговли мясом, домашней птицей и дичью, оказываемые специализированными магазинами.
- 62224.1** Услуги розничной торговли рыбой и другими морепродуктами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62225.1** Услуги розничной торговли кондитерскими изделиями и выпечкой, оказываемые специализированными магазинами.
- 62226.1** Услуги розничной торговли напитками, оказываемые специализированными магазинами.

- 62228.1** Услуги розничной торговли табачными изделиями, оказываемые специализированными магазинами.
- 62232.1** Услуги розничной торговли палатками и туристическим оборудованием, оказываемые специализированными магазинами.
- 62233.1** Услуги розничной торговли предметами одежды, меховыми изделиями и аксессуарами для одежды, оказываемые специализированными магазинами.
- 62234.1** Услуги розничной торговли обувью, оказываемые специализированными магазинами.
- 62242.1** Услуги розничной торговли радио- и телевизионным оборудованием, музыкальными инструментами и звукозаписями, музыкальными партитурами и магнитными лентами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62251.1** Услуги розничной торговли книгами, газетами, журналами и канцелярскими принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами.
- 62252.1** Услуги розничной торговли фотографическим, оптическим и точным оборудованием, оказываемые специализированными магазинами.
- 62254.1** Услуги розничной торговли наручными и прочими часами и ювелирными изделиями, оказываемые специализированными магазинами.
- 62255.1** Услуги розничной торговли спортивными товарами, в том числе велосипедами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62256.1** Услуги розничной торговли изделиями из кожи и дорожными принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами.
- 62259.1** Услуги розничной торговли сувенирами, оказываемые специализированными магазинами.
- 62275.1** Услуги розничной торговли парфюмерными и косметическими изделиями и туалетным мылом, оказываемые специализированными магазинами.
- 62281.1** Услуги розничной торговли автомобилями, мотоциклами, снегоходами и относящимися к ним частями и принадлежностями, оказываемые специализированными магазинами.
- 62282.1** Услуги розничной торговли прочим транспортным оборудованием, за исключением велосипедов, оказываемые специализированными магазинами.
- 62284.1** Услуги розничной торговли компьютерами и пакетами программного обеспечения, оказываемые специализированными магазинами.
- 62291.1** Услуги розничной торговли твердым, жидким и газообразным топливом и связанными с ними продуктами, оказываемые специализированными магазинами.

## ПРИЛОЖЕНИЕ II

### Перечень типичных туристских продуктов и типичных для туризма видов деятельности

#### А. ПЕРЕЧЕНЬ ТИПИЧНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

Перечень типичных туристских продуктов является предварительным и включает продукты, которые были сочтены типичными для целей международной сопоставимости результатов деятельности. В связи с этим он предназначен служить в качестве рекомендаций относительно возможного представления в будущем различными международными организациями в сопоставимом виде результатов, полученных в странах, которые разработали ВСТ.

При кодировании различных позиций применялись шестизначные коды с точкой между пятой и шестой цифрами. Первые пять цифр соответствуют коду СРС, версии 1.0<sup>a</sup>, а шестая используется исключительно для настоящего перечня. Если шестая цифра — нуль, это означает, что позиция та же, что и в СРС, версии 1.0, и была взята из нее, но если шестая цифра иная, чем нуль, позиция лишь частично соответствует коду СРС. Например, код 63110.0 «Услуги временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями» идентичен коду 63110 СРС, тогда как код 63199.1 «Услуги спальных вагонов...» лишь частично соответствует коду 63199 СРС.

#### 1. Услуги временного размещения

##### 1.1 Услуги временного размещения, оказываемые гостиницами и прочими местами временного проживания

63110.0	Услуги временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями
63191.0	Услуги оздоровительных центров и домов отдыха
63192.0	Услуги по сдаче в аренду меблированных мест проживания
63193.0	Услуги молодежных общежитий
63194.0	Услуги детских спортивных и туристических лагерей
63195.0	Услуги кемпингов и стоянок для «передвижных дач»
63199.1	Услуги спальных вагонов и аналогичные услуги в других транспортных средствах; студенческие общежития

##### 1.2 Услуги вторых домов, оказываемые за собственный счет или бесплатно

Этот подкласс включает условно исчисленную ренту для вторых домов, принадлежащих владельцам на праве собственности, или жилых помещений, предоставляемых бесплатно и на условиях «таймшер». В СРС нет кода, включающего такое содержание.

72211.1	Вспомогательные услуги, связанные с размещением на условиях «таймшер»
---------	---

#### 2. Услуги по обеспечению питанием и подаче напитков

63210.0	Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием
63220.0	Услуги по обеспечению питанием в заведениях самообслуживания
63290.0	Прочие услуги общественного питания
63300.0	Подача напитков для потребления на месте

<sup>a</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.98.XVII.5.

### 3. Перевозки пассажирским транспортом

#### 3.1 Междугородные железнодорожные транспортные перевозки

64111.1	Регулярные железнодорожные пассажирские перевозки
64111.2	Нерегулярные железнодорожные пассажирские перевозки

#### 3.2 Перевозки дорожным транспортом

64213.0	Регулярные междугородные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64214.0	Регулярные междугородные специальные перевозки пассажиров дорожным транспортом
64219.1	Услуги регулярных лыжных подъемников
64219.2	Услуги фуникулеров
64221.0	Услуги такси
64222.0	Услуги по аренде пассажирских автомобилей с водителем
64223.0	Услуги по аренде городских и междугородных автобусов с водителем

#### 3.3 Перевозки водным транспортом

65111.0	Каботажные и трансокеанские перевозки пассажиров морскими паромами
65119.1	Перевозки пассажиров регулярным водным транспортом
65119.2	Перевозки пассажиров нерегулярным водным транспортом
65119.3	Услуги круизных судов
65130.1	Услуги частных пассажирских судов
65211.0	Перевозки пассажиров внутренним водным транспортом с помощью паромов
65219.1	Прочие регулярные перевозки пассажиров внутренним водным транспортом
65219.2	Экскурсионные услуги
65219.3	Организация круизов
65230.0	Услуги по аренде судов внутреннего водного транспорта с экипажем

#### 3.4 Перевозки воздушным транспортом

66110.0	Регулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом
66120.1	Нерегулярные пассажирские перевозки воздушным транспортом
66120.2	Экскурсии на самолетах или вертолетах
66400.0	Услуги по аренде воздушных судов с оператором

#### 3.5 Вспомогательные услуги в области пассажирского транспорта

67300.0	Услуги по обеспечению навигационными средствами
67400.0	Вспомогательные услуги для железнодорожного транспорта
67510.0	Услуги автобусных станций
67530.1	Услуги стоянок пассажирского транспорта в конечных пунктах

67610.0	Услуги по эксплуатации портов и водных путей (кроме обработки грузов)
67690.1	Услуги по заправке судов горючим
67690.2	Техническое обслуживание и текущий ремонт частных судов, предназначенных для отдыха
67710.0	Услуги по эксплуатации аэропортов (кроме обработки грузов)
67790.0	Прочие вспомогательные услуги для воздушного или космического транспорта

### **3.6 Сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования**

73111.0	Услуги по лизингу или аренде легковых автомобилей и легких автофургонов без водителя
73114.1	Услуги по лизингу или аренде домов-автоприцепов/автомобилей без водителя
73115.1	Услуги по лизингу или аренде пассажирских судов без экипажа
73116.1	Услуги по лизингу или аренде пассажирских воздушных судов без оператора

### **3.7 Услуги по техническому обслуживанию и текущему ремонту пассажирского транспортного оборудования**

87143.0	Услуги по обслуживанию и ремонту автоприцепов, полуприцепов и других автотранспортных средств, не включенных в другие категории
87149.1	Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных катеров, принадлежащих индивидуальным владельцам
87149.2	Услуги по обслуживанию и ремонту прогулочных воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам

## **4. Туристические агентства, туроператоры и услуги экскурсоводов**

### **4.1 Услуги туристических агентств**

67811.0	Услуги туристических агентств
---------	-------------------------------

### **4.2 Услуги туроператоров**

67812.0	Услуги туроператоров
---------	----------------------

### **4.3 Информационные услуги в области туризма и услуги экскурсоводов**

67813.0	Информационные услуги в области туризма
67820.0	Услуги экскурсионных бюро

## **5. Услуги в области культуры**

### **5.1 Исполнительское искусство**

96230.0	Услуги по эксплуатации зрелищных сооружений
96310.0	Услуги артистов-исполнителей



## 5.2 Услуги музеев и прочие услуги в области культуры

96411.0	Услуги музеев, кроме услуг по охране исторических мест и зданий
96412.0	Услуги по охране исторических мест и зданий
96421.0	Услуги ботанических и зоологических садов
96422.0	Услуги природных заповедников, в том числе услуги по охране живой природы

## 6. Рекреационные и прочие услуги в области развлечений

### 6.1 Спортивные и спортивно-оздоровительные услуги

96510.0	Услуги в области пропаганды и организации занятий спортом и спортивно-оздоровительных мероприятий
96520.1	Услуги полей для игры в гольф
96520.2	Лыжные трассы
96520.3	Автодромы
96520.5	Услуги парков отдыха и пляжей
96590.1	Рискованные виды спорта

### 6.2 Прочие услуги в области развлечений и отдыха

96910.1	Услуги тематических парков
96910.2	Услуги парков развлечений
96910.3	Организация ярмарок и карнавалов
96920.1	Услуги казино
96920.2	Услуги игровых автоматов

## 7. Различные туристские услуги

### 7.1 Финансовые услуги и услуги по страхованию

71100.1	Услуги по обеспечению пластиковых карт во время поездок
71100.2	Услуги по ссудам на поездки
71311.1	Услуги по страхованию жизни во время путешествий
71320.1	Услуги по страхованию от несчастных случаев во время путешествий
71320.2	Услуги по медицинскому страхованию во время путешествий
71334.1	Услуги по страхованию пассажирских воздушных судов, принадлежащих индивидуальным владельцам
71334.2	Услуги по страхованию пассажирских судов, принадлежащих индивидуальным владельцам
71339.1	Услуги по страхованию поездок
71552.0	Услуги, связанные с обменом иностранной валюты

### 7.2 Прочие услуги по сдаче в аренду товаров

73240.1	Услуги по лизингу или аренде немоторизованного наземного транспортного оборудования
73240.2	Услуги по лизингу или аренде оборудования для зимних видов спорта
73240.3	Услуги по лизингу или аренде немоторизованного воздушного транспортного оборудования
73240.4	Услуги по лизингу или аренде оборудования для водных видов спорта и пляжного оборудования
73240.5	Услуги по лизингу или аренде туристского снаряжения
73240.6	Услуги по лизингу или аренде лошадей для верховой езды
73290.1	Услуги по аренде фотокамер

### 7.3 Прочие туристские услуги

85970.0	Услуги по организации торговых ярмарок и выставок
97230.4	Услуги оздоровительных центров
91131.1	Услуги по выдаче лицензий на лов рыбы
91131.2	Услуги по выдаче лицензий на охоту
91210.1	Услуги по оформлению паспортов
91210.2	Услуги по выдаче виз
96620.2	Услуги проводников (в горах, на охоте и рыбной ловле)
97910.0	Услуги сопровождения

## В. ПЕРЕЧЕНЬ ТИПИЧНЫХ ДЛЯ ТУРИЗМА ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Типичные для туризма виды деятельности можно определить как виды производительной деятельности, основная продукция которых относится к типичной туристской продукции. Поскольку согласно определению СНС 1993 года<sup>b</sup> ряд этих видов деятельности не образует одну отрасль, в ВСТ отрасли туризма определяются как все заведения, основная производительная деятельность которых является типичным для туризма видом деятельности.

В представленной ниже таблице показано соответствие между 12 позициями предварительного перечня, используемого при составлении таблиц ВСТ, и соответствующими им кодами третьего пересмотренного варианта<sup>c</sup> МСОК, и СИКТА<sup>d</sup>.

<i>Описание видов деятельности</i>	<i>МСОК, 3-й пересм. вариант</i>	<i>СИКТА</i>
1. Гостиницы и аналогичные средства размещения	5510	5510
2. Владение вторыми домами (условное исчисление)	Входит в 7010	Входит в 7010
3. Рестораны и аналогичные заведения	5520	5520
4. Железнодорожный пассажирский транспорт	Входит в 6010	6010-1, 6010-2
5. Дорожный пассажирский транспорт	Входит в (6021 и 6022)	6021-1, 6021-2, 6021-3 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4
6. Водный пассажирский транспорт	Входит в (6110 и 6120)	6110-1, 6110-2 Входит в 6110 6120-1, 6120-2, 6120-3 Входит в 6120
7. Воздушный пассажирский транспорт	Входит в (6210 и 6220)	6210-1 6220-1, 6220-2
8. Вспомогательные услуги в области пассажирского транспорта	Входит в 6303	6303-1, 6303-2, 6303-3
9. Сдача в аренду транспортного оборудования	Входит в (7111, 7112 и 7113)	7111-1, 7111-2, 7111-3 Входит в 7112, 7113-1
10. Туристические агентства и аналогичные заведения	6304	6304
11. Услуги в области культуры	9232 9233	9232-1, 9232-2 9233-1, 9233-2
12. Спортивные и прочие рекреационные услуги	Входит в 9214 Входит в 9241 Входит в 9219 Входит в 9249	Входит в 9214 Входит в 9241 9219-1 Входит в 9249

<sup>b</sup> В пункте 15.13 СНС 1993 года отрасль определяется как «группы заведений, занимающихся одним и тем же видом производительной деятельности».

<sup>c</sup> Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.90.XVII.11.

<sup>d</sup> См. там же, в продаже под № R.94.XVII.6, часть 2.

## ПРИЛОЖЕНИЕ III

### Модуль занятости ОЭСР

#### *Введение*

Модуль занятости ОЭСР представляет собой концептуальную и методологическую основу с набором ключевых переменных, относящихся к занятости. В работе подчеркивается важное значение вопросов занятости и людских ресурсов для связанных с туризмом отраслей и, следовательно, необходимость обеспечения всеобъемлющей и надежной информации о занятости для пользователей как из государственного, так и из частного сектора. Руководящие принципы согласуются с концепциями и определениями, которые используются в других областях социально-экономической статистики и статистики туризма и содержатся, в частности, в СНС 1993 года, стандартах МОТ, разработанных Организацией Объединенных Наций и ВТО *Рекомендациях по статистике туризма*, руководстве ОЭСР 1999 года по вспомогательным счетам туризма и настоящей *Рекомендуемой методологической основе*. Методология должна быть простой и гибкой с точки зрения ее применения и адаптации.

#### *Цели*

Основная цель модуля занятости ОЭСР состоит в том, чтобы обеспечить статистические рамки и методологическую основу для определения уровня и ряда характеристик занятости в отраслях туризма. Это в основном делается с применением подхода, основанного на предложении. Другими словами, во внимание принимается только занятость в некоторых отобранных типичных туристских отраслях. Даже хотя модуль занятости ОЭСР тесно связан со вспомогательными счетами туризма, его следует изучать сам по себе, то есть занятость необходимо рассматривать не только как фактор процесса производства, но и как социальное явление.

Одна из целей модуля заключается в том, что применение данной методологии может улучшить международную сопоставимость статистики занятости в отраслях туризма. Это будет нелегкой задачей, поскольку сопоставимость данных по занятости в целом уже затруднена различиями в методах и определениях между странами. Даже на национальном уровне статистика

занятости и источники данных нередко обеспечивают различающуюся и разрозненную информацию.

#### *Концептуальная основа*

Модуль занятости ОЭСР обеспечивает увязку базовых данных по занятости и вспомогательного счета туризма, при этом модуль занятости используется в качестве интеграционной основы (увязка микро- и макроэкономических данных). В ходе этого процесса используются показатели общего уровня занятости, относящейся к туризму, такие как количество рабочих мест, численность занятых или эквиваленты в полных рабочих днях — с дальнейшей разбивкой на сезонную занятость и «работу на стороне», — и ключевые переменные занятости, такие как пол, возраст, уровень образования, гражданство, положение в занятости, график работы, средний трудовой стаж, среднее количество рабочих часов, средний валовой доход, постоянный характер работы и количество рабочих часов на непостоянной работе. Вспомогательный счет туризма обеспечивает увязку между туристским спросом и предложением. Это приводит к выделению относящихся к туризму отраслей на основе предложения. Данная основа обеспечивает возможности для статистической интеграции и координации.

#### *Направления дальнейших действий*

Модуль занятости может существенным образом улучшить сопоставимость данных по относящейся к туризму занятости на национальном и международном уровнях. Он может действовать в качестве базы, на основе которой могут разрабатываться другие данные по занятости, что приведет к созданию более полной общей картины занятости и повысит сопоставимость данных. Вместе с тем связь между модулем занятости ОЭСР и ВСТ не следует рассматривать как единственный и лучший путь для достижения этого. Модуль занятости ОЭСР высвечивает, кроме того, области возможных дальнейших исследований. Опыт стран в применении модуля занятости и совместная работа, которую в настоящее время осуществляют многие международные организации, помогут прояснить некоторые из этих вопросов.

## ПРИЛОЖЕНИЕ IV

### Предлагаемый перечень позиций валового накопления основного капитала в секторе туризма

А. *Материальные основные фонды, связанные с туризмом*, определяются и классифицируются в соответствии со следующими категориями, которые совпадают с определениями и классификациями СНС 1993 года.

1. **Средства размещения туристов** классифицируются следующим образом:
  - 1.1. *Гостиницы и прочие средства коллективного размещения*, включая гостиницы, мотели, постоялые дворы, молодежные общежития, горные приюты, кемпинги, лагеря и поселки отдыха.
  - 1.2. *Жилье, предназначенное для туристов*, включая дома для отдыха и другие вторые дома, не являющиеся основным местом жительства домохозяйства и приобретенные для целей временного проживания членов домохозяйства, которому они принадлежат. Кроме того, они могут быть приобретены или построены конкретно для целей размещения посетителей на основе различных видов договоров. Данная категория включает размещение на условиях «таймшер».
2. **Прочие здания и сооружения** классифицируются следующим образом:
  - 2.1. *Рестораны и аналогичные заведения общественного питания*, включая рестораны, кафе, бары и заведения самообслуживания (ночные клубы, дискотеки и т. д.).
  - 2.2. *Сооружения или инфраструктура для сухопутного, водного и воздушного пассажирского транспорта*, включая пассажирские терминалы, мосты, туннели, дороги, скоростные дороги, железные дороги и взлетно-посадочные полосы, линии электропередачи для железных дорог и строительство портовых сооружений.
  - 2.3. *Здания для предоставления услуг в области культуры и аналогичные здания*, включая библиотеки, музеи, театры, восстановление исторических памятников, туристические достопримечательности и залы для проведения художественных выставок.
  - 2.4. *Сооружения для спорта, отдыха и развлечений*, включая открытые спортивные центры, такие как футбольные поля и стадионы для занятий легкой атлетикой, трассы для авто- и велогонок, ипподромы для проведения скачек, строительство зоопарков и парков развлечений, лыжные трассы и площадки для игры в гольф.
  - 2.5. *Прочие сооружения и строения*, включая материальные основные фонды, не включенные в другие категории.
3. **Оборудование для пассажирского транспорта**<sup>а</sup> классифицируется следующим образом:
  - 3.1. *Наземный транспорт*, включая а) дорожный транспорт (автомобили, мотоциклы, автофургоны, дома-прицепы, междугородные автобусы и т. д.) и б) железнодорожный пассажирский транспорт (локомотивы, дизельные поезда, пассажирские вагоны и т. д.).

---

<sup>а</sup> Оборудование для торгового транспорта или для транспорта, не предназначенного для посетителей, в представленные выше три категории не включается (например, поезда и автобусы, на которых каждый день добираются до места работы или учебы).

3.2. *Морской транспорт*, включая суда, паромы для перевозки пассажиров и транспортных средств, круизные суда и яхты.

3.3. *Воздушный транспорт*, включая самолеты, планеры и дельтапланы, воздушные шары и дирижабли для обзорных целей, транспортные средства для перевозки багажа, вертолеты и т. д.

**4. Машины и оборудование** включают: все основные фонды, не включенные в другие категории и связанные с оказанием услуг посетителям, такие как оборудование для промышленного приготовления пищи в ресторанах, специальное оборудование для пассажирских терминалов, офисное оборудование, компьютеры и электронно-вычислительное оборудование, мебель, спортивный инвентарь и т. д. Потребительские товары длительного пользования, приобретенные посетителями, в данную категорию не включаются.

В. **Нематериальные основные фонды** включают компьютерные программы для создания баз данных, приобретенные или разработанные для использования в деловых целях, которые специально созданы с целью учета сведений об отдыхе посетителей и информации о туризме.

С. **Благоустройство земель, используемых в целях туризма**, включает работы, проводимые в частном секторе, такие как расширение площади прибрежных земель путем строительства дамб, молов и плотин, экологическая расчистка лесов и т. д., что позволяет использовать эти земли для туризма.

## ПРИЛОЖЕНИЕ V

### Соотношение между вспомогательным счетом туризма и центральной структурой Системы национальных счетов 1993 года

*Система национальных счетов 1993 года* (СНС 1993 года) обеспечивает значительную гибкость в разработке функционально ориентированных вспомогательных счетов, поскольку целью таких счетов является проведение анализа специфических аспектов в экономической области, избегая «некоторых ограничений, которые свойственны центральной структуре» (СНС 1993 года, пункт 21.50). Вследствие этого для различных областей возможно разное построение счетов, основное внимание в которых уделяется различным аспектам, представляющим особый интерес; это в равной мере относится и к туризму.

Хорошо известно, что ВВП считается воплощением агрегированной оценки экономической активности. При разработке структуры вспомогательного счета туризма основной целью было обеспечить агрегированную оценку сектора туризма как комплексного вида экономической деятельности, без труда поддающегося сравнению с ВВП той или иной страны. В сущности, одна из основных проблем при разработке ВСТ заключалась в обеспечении надежной оценки масштабов деятельности в секторе туризма.

Далее предлагается не исчерпывающее описание соотношения между ВСТ и СНС 1993 года, а, скорее, краткое изложение — для информирования читателей в целом — основных используемых в ВСТ концепций, а также того, на каком этапе и каким образом они начинают совпадать с концепциями центральной структуры СНС 1993 года.

#### *Границы сферы производства*

При описании туризма как производительной экономической деятельности необходимо использовать те же границы сферы производства и то же определение процесса производства и добавленной стоимости, что и в центральной структуре СНС 1993 года. Таким образом, в рамках этого ограничения невозможно условное исчисление стоимости оказанных за собственный счет услуг, поскольку такие услуги не рассматриваются в центральной структуре как «произведенные для экономических целей», даже если такое условное исчисление представляет определенный интерес при сопоставлении относительных затрат при использовании потребительских товаров длительного пользования, принадлежащих отдельным лицам, вместо найма соответствующей услуги или аренды аналогичных активов в производст-

венном секторе. Признавая, что это весьма часто встречающаяся ситуация в странах, где широко распространена практика перевозки туристов частными автомобилями, рекомендуется производить ряд специальных дополнительных оценок таких услуг в качестве альтернативного представления счетов.

#### *Потребление*

Однако в том что касается разграничения между расходами на конечное потребление и расходами на промежуточное потребление, необходимо отойти от рекомендаций центральной структуры СНС 1993 года. В ВСТ предлагается двойная неоднородная классификация так называемых «туристских деловых расходов». Первый случай: эти расходы относятся к расходам производительных видов деятельности и классифицируются в центральной структуре национальных счетов как промежуточное потребление. Второй случай: они относятся к расходам на транспорт и размещение наемных работников во время деловых поездок, а также ко всем покрываемым предприятием расходам во время поездки приглашенных им лиц. Для целей ВСТ при анализе деятельности посетителей такие туристские деловые расходы рассматриваются как часть туристского потребления и считаются в целом не отличающимися от расходов на потребление, которые в СНС 1993 года относятся к расходам домохозяйств — как посетителей — на конечное потребление.

#### *Добавленная стоимость*

Вместе с тем, когда речь идет о расчете добавленной стоимости, созданной в процессе производства, такие расходы классифицируются в рамках промежуточного потребления тех видов деятельности, которые их оплачивают, при этом не рассматривается специфическое воздействие этих расходов как относящихся к туристскому потреблению, поскольку все другие расходы относятся к промежуточному потреблению этих видов деятельности.

#### *Классификации продуктов и видов экономической деятельности*

Используемые в ВСТ классификации продуктов и видов экономической деятельности (СРС, версия 1.0 —

для продуктов и третий пересмотренный вариант МСОК — для видов деятельности) отличаются от классификаций, рекомендованных в СНС 1993 года, хотя они созданы на основе этих классификаций, поскольку в ВСТ основное внимание сконцентрировано на типичных туристских продуктах и видах деятельности, а уж затем на смежных туристских продуктах и видах деятельности. К таким классификациям относятся перечень специфических туристских продуктов в отношении товаров и услуг, а также Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме (СИКТА) в отношении видов деятельности. Как правило, такая различная направленность не влияет на итоговые показатели, а только на разбивку по продуктам или видам деятельности.

Тем не менее в отношении услуг туристических агентств и туроператоров появляются существенные различия. В СНС 1993 года такие услуги отдельно не рассматриваются и в отношении них не дается каких-либо специальных рекомендаций по способам представления деятельности, тогда как в структуре ВСТ указывается, что следует использовать систему чистой стоимостной оценки, при которой услуги, предоставленные этими агентами, и услуги, в отношении которых они выступают «посредниками» при продаже «комплексных туров», необходимо рассматривать отдельно как компоненты туристского потребления. При этой системе считается, что потребитель, приобретая через таких посредников связанную с поездкой услугу, одновременно приобретает связанную с поездкой посредническую услугу (перевозка, размещение, отдых и т. д.) и услугу самого посредника, стоимость которой эквивалентна торговой наценке.

Такой учет может иметь важные последствия, когда местожительства потребителя, посредника и поставщика услуги различны, поскольку в данном случае важные величины, полученные в этой системе, такие как общий объем производства продукции, общий объем импорта и общий объем экспорта, могут различаться от полученных в таблицах СНС 1993 года.

Вместе с тем такой учет не изменяет ни общей величины добавленной стоимости, ни чистого сальдо между экспортом и импортом, которые в конечном счете являются единственными показателями, имеющими общую значимость.

И, наконец, стоит подчеркнуть, что в ВСТ в качестве типичного агрегированного показателя используется величина, которая имеет значение добавленной стоимости, но которая не соответствует применяемой в центральной структуре СНС 1993 года добавленной стоимости, созданной группой производственных единиц с аналогичными производственными процессами. Добавленная стоимость в секторе туризма определяется как добавленная стоимость, созданная в экономике в ответ на потребление, относящееся к туризму внутри страны. Часть этой добавленной стоимости может быть создана отраслями туризма, а часть — не относящимися к туризму отраслями. Не вся созданная отраслями туризма добавленная стоимость относится к добавленной стоимости в секторе туризма, поскольку эти виды деятельности могут также обслуживать не посетителей, равно как и не относящиеся к туризму виды деятельности могут обслуживать посетителей и, таким образом, создавать добавленную стоимость в секторе туризма.



## БИБЛИОГРАФИЯ

- Комиссия Европейских сообществ, Международный валютный фонд, Организация экономического сотрудничества и развития, Организация Объединенных Наций и Всемирный банк, *Система национальных счетов, 1993 год*, (Брюссель/Люксембург, Нью-Йорк, Париж, Вашингтон, О.К., 1993 год).
- Совет Европейского союза, директива Совета 95/57/ЕС от 23 ноября 1995 года о сборе статистической информации в области туризма; см. *Official Journal of the European Communities*, No. L291 (6 December 1995).
- Европейская комиссия, решение Комиссии 1999/34/ЕС от 9 декабря 1998 года о процедурах выполнения директивы Совета 95/57/ЕС о сборе статистической информации в области туризма; см. *Official Journal of the European Communities*, No. L9 (15 January 1999).
- Международный валютный фонд, *Руководство по платежному балансу*, пятое издание, (Вашингтон, О.К., 1993 год).
- Организация экономического сотрудничества и развития, *Руководство по экономическим счетам туризма* (Париж, 1991 год).
- Организация экономического сотрудничества и развития, *Руководящие принципы в области вспомогательных счетов туризма* (ноябрь 1999 года).
- Организация экономического сотрудничества и развития, *Руководящие принципы в области вспомогательных счетов туризма: модуль занятости* (ноябрь 1999 года).
- Статистическое бюро Европейских сообществ, *Методология Сообщества в области статистики туризма* (Люксембург, 1998 год).
- Statistics Canada, *The Tourism Satellite Account, National Accounts and Environment Division Technical Series*, No. 31 (Ottawa, July 1994).
- Statistics Canada, *A proposal for a satellite account and information system for tourism* (Ottawa, June 1991).
- Организация Объединенных Наций, *Классификация основных продуктов (СРС), версия 1.0* (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.98.XVII.5).
- \_\_\_\_\_, *Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности* (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.90.XVII.11).
- Организация Объединенных Наций и Всемирная туристская организация, «Рекомендации по статистике туризма», см. *Рекомендации по статистике туризма* (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.94.XVII.6), часть 1.
- \_\_\_\_\_, «Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме», там же, часть 2.

Всемирная туристская организация, «Определение туризма как вида экономической деятельности в рамках национальной системы учета», доклад, представленный Генеральной ассамблее Всемирной туристской организации, Дели, 3–14 октября 1983 года.

\_\_\_\_\_, *Концепции, определения и классификации в статистике туризма*, Техническое руководство № 1 (1995 год); *Сборник документов, посвященных статистике расходов, связанных с туризмом*, Техническое руководство № 2 (1995 год); *Сборник документов, посвященных статистике внутреннего туризма*, Техническое руководство № 3 (1995 год); *Сборник документов, посвященных статистике туризма*, Техническое руководство № 4 (1995 год);

\_\_\_\_\_, «Вспомогательный счет туризма (ВСТ): концептуальная основа», документ от июня 1999 года, представленный на Всемирной конференции по оценке экономического воздействия туризма им. Энцо Пачи, Ницца, 15–18 июня 1999 года.

\_\_\_\_\_, «Проект вспомогательного счета туризма (ВСТ): методическое пособие», документ от декабря 1999 года, представленный для принятия Статистической комиссией на ее тридцать первой сессии, 29 февраля — 3 марта 2000 года.

Всемирная туристская организация, Организация экономического сотрудничества и развития и Статистическое бюро Европейских сообществ, «Предлагаемые изменения к документу *Вспомогательный счет туризма (ВСТ): методическое пособие*», справочный документ Статистической комиссии в ходе ее тридцать первой сессии, 29 февраля — 3 марта 2000 года.

Всемирный совет путешествий и туризма, «Обновленная редакция принципов ведения национальных вспомогательных счетов туризма» (сентябрь 1998 года).

## ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

- Агрегированные показатели, 1.19–1.21, 1.48, 2.61, 2.85, 3.45, 3.51, 4.1, 4.3, 4.4, 4.40, 4.57, 4.65, 4.73–4.80, 4.101, рисунок 4.5, 4.102, 4.103, 4.107, 4.109
- Основные агрегированные показатели*
- Добавленная стоимость в отраслях туризма, 3.58, 4.77
- Добавленная стоимость в секторе туризма, 1.20, 4.12, 4.29, 4.40, 4.47, 4.55–4.57, 4.77, 4.85–4.89, рисунок 4.5; определение в 4.85
- Доля туризма в валовом внутреннем продукте, 4.12, 4.77, 4.89, рисунок 4.5
- Потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах), 4.40, 4.77, 4.79, 4.105
- Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в денежной форме, 4.39, 4.77
- Прочие агрегированные показатели*
- Валовое накопление основного капитала в секторе туризма, 1.46, 1.50, 2.83, 2.85, 3.7, 3.63, 4.6, 4.31, 4.65, 4.104, 4.105, 4.109, 4.110, 4.117, 4.118, таблица 8, приложение IV
- Занятость в секторе туризма, 4.5, 4.103, 4.107
- Коллективное туристское потребление, 1.46, 2.80, 3.7, 4.6, 4.31, 4.70, 4.104, 4.105, 4.115, 4.117, 4.118, таблица 9
- Общий спрос в секторе туризма, 1.46, 4.105, 4.117
- Активы, 2.47, 2.57, 4.66
- Базисные цены, 2.75, 4.9, 4.43, 4.44, 4.48–4.50, 4.54, 4.56, 4.99, 4.100, рисунок 4.5
- Бартерные сделки, рисунок 2.1, рисунок 2.2
- В натуральной форме, 2.34, 2.36–2.38, рисунок 2.1, 2.41–2.43, 2.55–2.57, рисунок 2.2, 2.70, 4.12, 4.34, 4.39, 4.40, 4.68, 4.77, 4.79, 4.105
- Валовое накопление основного капитала в секторе туризма, см. **агрегированные показатели**
- Валовое накопление основного капитала, 2.81–2.85, 3.62, 3.63, 4.64, 4.66; см. также **валовое накопление основного капитала в секторе туризма**
- Валовой внутренний продукт, 4.12, 4.77, 4.80, 4.89; см. также **доля туризма в валовом внутреннем продукте**
- Виды деятельности, 1.1, 1.4, 1.5, 1.14, 1.20, 1.23, 1.30–1.32, 1.34, 1.36, 1.47, 1.48, 1.50, 2.1, 2.2, 2.5, 2.15, 2.27, 2.55, 2.67, 2.68, 2.76, 3.1, 3.3, 3.10, 3.23–3.26, 3.28–3.31, рисунок 3.1, 3.41, 3.42, 3.44, 3.49, 3.54–3.56, 3.59, 3.60, 4.4, 4.12, 4.13, 4.21, 4.23–4.25, рисунок 4.4, 4.28, 4.49, 4.52, 4.54, 4.56, 4.57, 4.71, 4.73, 4.76, 4.80, 4.82, 4.87, 4.88, 4.98, 4.100, рисунок 4.5, 4.102, 4.112, 4.114, приложение I, приложение II
- Вторичные, 4.88
- Неспецифические, рисунок 3.1, 4.23
- Смежные, рисунок 3.1, 4.71
- Типичные, 1.50, 3.23, 3.24, 3.26, 3.29, 3.30, 3.31, рисунок 3.1, 3.41, 3.42, 3.54, 3.59, 3.60, 4.24, 4.25, рисунок 4.4, 4.57, 4.71, приложение II
- Внутренний туризм, 2.61, 4.34; определение в 2.61
- Вспомогательные счета, 1.17, 1.25, 1.39, 3.10, 3.20, 4.4, 4.72, приложение I, приложение III
- Вторые дома, 1.15, 2.14, 2.15, 2.68, 2.72, 3.32, 3.34, рисунок 4.3, приложение II, приложение IV
- Въездной туризм, 1.38, 2.61, 3.60, 4.34; определение в 2.61
- Выездной туризм, 1.38, 2.61, 4.34; определение в 2.61
- Выпуск, см. **выпускаемая продукция**
- Выпускаемая продукция, 2.69, 2.81, 3.24, 3.25, 3.28, 3.30, 3.31, рисунок 3.1, 3.49, 3.55, 3.56, 3.58, 4.23, 4.43–4.46, 4.48, 4.49, 4.51–4.53, 4.55, 4.82, 4.83, 4.85, 4.88, 4.96, 4.99, 4.106, 4.107, приложение II
- Государственный, 1.1, 1.2, 1.5, 1.35, 1.40
- Государственные органы, 2.30, 2.41, 2.42, 2.76, 2.78
- Органы государственного управления, 2.35–2.40, 2.79, 4.67, 4.113, таблица 9, приложение I
- Деловые связи, 4.66
- Деятельность, см. **виды деятельности**
- Добавленная стоимость в отраслях туризма, 3.58, 4.77; см. также **агрегированные показатели**
- Добавленная стоимость в секторе туризма, см. **агрегированные показатели**
- Доля туризма в валовом внутреннем продукте, см. **агрегированные показатели**

- Домашние хозяйства, 1.16, 1.45, 2.11, 2.13, 2.30, 2.31, 2.33–2.36, 2.38, 2.41, 2.72, 3.32
- Жилищные услуги, 1.16, 1.45, 2.70–2.72, 3.32, 4.34
- Заведения, 1.47, 3.52–3.54, 4.52, 4.62, 4.67, 4.71, 4.88, 4.108, приложение I, приложение II, приложение IV; определение в 3.52
- Занятость в секторе туризма, 4.5, 4.103, 4.107; см. также **агрегированные показатели**
- Занятость, 1.2, 1.5, 1.20, 1.23, 1.37, 1.50, 2.2, 3.59–3.61, 4.5, 4.30, 4.58–4.60, 4.62, 4.63, приложение III; определение в 3.59; см. также **занятость в секторе туризма**
- Затраты, см. **промежуточное потребление**
- Здания и сооружения, 4.66, приложение IV
- Здания, 4.66, приложение I, приложение II, приложение IV
- Земля, 2.47, 4.66, приложение I, приложение II, приложение III
- Импорт товаров и услуг, таблица 5, таблица 6
- Инвестиции, 1.5, 2.84, 4.66, 4.112
- Классификация индивидуального потребления по целям, приложение I*
- Классификация основных продуктов, первый пересмотренный вариант, 1.50, приложение I, приложение II, библиография*
- Классификация функций органов государственного управления, 4.67*
- Количество часов, 3.61, 4.61
- Коллективное потребление, 2.79
- Коллективное туристское потребление, см. **агрегированные показатели и потребление**
- Комплексные туры, 1.33, 2.68, 2.73, 2.74, 3.50, 3.51, 4.12, 4.13, 4.16, 4.17, рисунок 4.1, 4.26, 4.45, приложение I
- Международная сопоставимость, 1.18, 1.28, 3.12, 3.15, 3.21, 3.29, 4.21, 4.28, 4.37, 4.75, приложение I, приложение II, приложение III
- Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности, 1.50, приложение II, библиография*
- Международные организации, 1.27, 1.28, 3.14, 3.15, 4.7, 4.28, приложение I, приложение II
- Международный туризм, 1.25, 1.29, 1.32, 4.33
- Местожительство, 1.12, 2.6, 2.10–2.15, 2.17, 2.25, 2.26, 4.12, рисунок 4.1, рисунок 4.2, приложение I, приложение II, приложение IV
- Местопребывание, см. **местожительство**
- Наемные работники, 2.41, 2.56, рисунок 2.2, 3.61, 4.60
- Наценки, 3.40, 4.12, 4.13, 4.26, 4.41, 4.56, 4.94, 4.95, 4.99
- Национальные счета, 1.8, 1.9, 1.12, 1.13, 1.20, 1.22, 1.30–1.32, 2.27–2.29, 2.33, 2.37, 2.44, 2.58, 3.48, 3.52, 4.10–4.13, 4.15, 4.38, 4.80, 4.95
- Национальный туризм, 1.23, 2.61; определение в 2.61
- Некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства, 2.30
- Непроизведенные активы, 2.81
- Нерезиденты, 2.62
- Общий спрос в секторе туризма, см. **агрегированные показатели**
- Обычная среда, 1.1, 1.11, 2.1, 2.4, 2.6–2.13, 2.15, 2.16, 2.18, 2.22, 2.26, 2.30, 2.50, 2.60, 2.72, 3.1, 3.9
- Операции, 1.17, 2.30, 2.34, рисунок 2.1, 2.40, 2.45, 2.57, рисунок 2.2, 3.62, 4.12
- В натуральной форме, 4.12, 4.34
- Оплата труда наемных работников, 3.61
- Основной капитал, 1.50, 2.34, 3.62, приложение IV
- Основные фонды, 2.81, приложение IV
- Отрасли туризма, 1.20, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.12, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.64, 4.70, 4.82–4.85, рисунок 4.5, 4.108, приложение II, приложение III, таблица 5, таблица 7, таблица 8
- Отрасли, 1.11, 1.20, 1.34, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.6, 4.12, 4.28, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.63, 4.64, 4.70, 4.77, 4.82–4.86, 4.88, 4.100, рисунок 4.5, 4.102, 4.108, таблица 5, таблица 6, таблица 8, приложение II, приложение III
- Перечень специфических туристских продуктов, 1.50, 3.15, 3.16, 3.19, 3.21, приложение I
- Помещения, занимаемые их владельцами, 2.69
- Посетители, 1.29, 1.40, 1.45–1.47, 2.1, 2.2, 2.4–2.6, 2.8, 2.12, 2.13, 2.16, 2.18–2.30, 2.39, 2.42–2.48, 2.53–2.68, рисунок 2.2, 2.70, 2.72–2.75, 2.82, 2.83, 3.1, 3.2, 3.6, 3.8, 3.17, 3.19, 3.22, 3.26–3.28, 3.30 рисунок 3.1, 3.32, 3.35–3.37, 3.39, 3.40–3.43, 3.46, 3.47, 3.49, 3.50, 3.58, 4.4, 4.12, 4.16, рисунок 4.1, 4.18, рисунок 4.2, 4.27, 4.34–4.37, 4.39, 4.51, 4.67, 4.71, 4.73, 4.79, 4.80, 4.82, 4.86–4.93, 4.96, рисунок 4.5, 4.102, 4.112, 4.116, приложение I, приложение IV
- Постоянные цены, 1.20, 4.33, 4.76

- Поступления в натуральной форме, рисунок 2.1, рисунок 2.2
- Потребительские расходы, см. **расходы на потребление**
- Потребительские товары длительного пользования, 2.49–2.54, 4.36, приложение I
- Потребительские товары и услуги, 2.33, 2.34, 2.38, 2.47, 3.8, приложение I
- Потребительский, см. **потребление**
- Потребление, 1.9, 1.11, 1.18, 1.20, 1.33, 1.40, 1.45, 1.46, 2.2, 2.5, 2.20, 2.28–2.31, 2.33–2.38, рисунок 2.1, 2.39–2.45, 2.47–2.49, 2.53–2.58, рисунок 2.2, 2.59–2.66, 2.68–2.70, 2.72, 2.75, 2.79, 2.80, 2.84, 3.2, 3.6–3.9, 3.17, 3.19, 3.30, 3.31, рисунок 3.1, 3.34, 3.36, 3.42, 3.45, 3.49, 3.56–3.58, 3.60, 4.4, 4.6, 4.9, 4.12, 4.13, 4.16, 4.17, рисунок 4.1, 4.18, 4.19, рисунок 4.2, 4.27, 4.29, 4.31, 4.34–4.36, 4.38–4.40, 4.42, 4.43, 4.45–4.48, 4.50–4.52, 4.54–4.57, 4.63, 4.68–4.70, 4.73, 4.77, 4.79, 4.80, 4.82, 4.83, 4.85, 4.88, 4.91, 4.99, 4.100, рисунок 4.5, 4.102, 4.104–4.107, 4.111, 4.114–4.118, таблица 1, таблица 2, таблица 3, таблица 4, таблица 6, таблица 9, приложение I, приложение II
- Коллективное туристское потребление, см. **агрегированные показатели**
- Потребление, относящееся к въездному туризму, 2.61, 2.63, 2.65, 3.45, 4.16, 4.17, рисунок 4.1, 4.18, 4.19, рисунок 4.2, 4.35, таблица 1
- Потребление, относящееся к внутреннему туризму, 1.18, 2.61, 2.62, 2.65, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, рисунок 4.1, 4.18, 4.19, рисунок 4.2, 4.35, 4.36, 4.39, таблица 2
- Потребление, относящееся к выездному туризму, 2.61, 2.62, 2.64, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, рисунок 4.1, 4.18, 4.19, рисунок 4.2, 4.35, таблица 3
- Потребление, относящееся к национальному туризму, 2.61, 2.66
- Потребление, относящееся к туризму внутри страны, 1.46, 2.61, 2.65, 3.30, 3.31, рисунок 3.1, 4.27, 4.29, 4.34, 4.39, 4.40, 4.43, 4.47, 4.50, 4.51, 4.54, 4.56, 4.77, 4.79, 4.83, 4.85, 4.100, рисунок 4.5, 4.105, 4.116, 4.117, таблица 4, таблица 6
- Промежуточное потребление, 2.28, 2.40–2.42, 2.48, 2.56, 2.59, 3.49, 3.56, рисунок 4.2, 4.43, 4.45, 4.46, 4.48, 4.52, 4.55, 4.80
- Расходы домашних хозяйств на конечное потребление, 2.31, 2.34–2.38, рисунок 2.1
- Расходы домашних хозяйств на фактическое конечное потребление, 2.38, рисунок 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, рисунок 2.2
- Расходы на потребление, 1.45, 2.28, 2.31, 2.34–2.38, рисунок 2.1, 2.39, 2.43, рисунок 2.2, 2.79, 4.27, 4.34–4.36, 4.39, 4.99, таблица 1, таблица 2, таблица 3
- Туристское потребление, 2.28, 2.84, 3.19, 4.40, 4.42, 4.57, 4.63, 4.79, 4.102
- Потребление, относящееся к туризму внутри страны (в денежной и в натуральной формах), см. **агрегированные показатели**
- Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в денежной форме, см. **агрегированные показатели**
- Предприятия, 2.28, 3.52, приложение I
- Приобретение, 2.45, 2.81, 4.64
- Приобретенный, см. **приобретение**
- Продукты, 1.23, 1.47, 2.45–2.47, 2.74, 2.75, 3.7, 3.10, 3.13, 3.15–3.17, 3.21, 3.25, 3.29, 3.30, рисунок 3.1, 3.49, 4.12, 4.13, 4.17, 4.19, 4.21, 4.22, 4.33, 4.49, 4.56, 4.88, 4.95, 4.99, 4.100, рисунок 4.5, приложение I, приложение II; см. также **товары и услуги**
- Неспецифические, рисунок 3.1, 4.22
- Смежные, 3.17, рисунок 3.1, приложение I
- Типичные, 1.48, 1.50, 3.15–3.17, 3.21, 3.22, 3.24, 3.28, рисунок 3.1, 4.24, 4.25, рисунок 4.3, 4.28, 4.43, приложение I, приложение II
- Продукция, см. **выпускаемая продукция**
- Проживание, см. **местожительство**
- Производители, 1.4, 2.66, 3.3, 3.23, 3.30, 3.38–3.40, 3.47, 4.16, 4.49, 4.82, 4.83, 4.92, 4.93
- Производство, 1.5, 1.9, 1.40, 2.33, 2.34, рисунок 2.1, 2.48, рисунок 2.2, 2.69, 2.72, 2.81, 2.82, 3.3, 3.23, 3.25, 3.32–3.34, 3.48, 3.52, 3.55–3.58, 4.9, 4.12, рисунок 4.2, 4.43, 4.44, 4.46, 4.52, 4.53, 4.55, 4.69, 4.82, 4.112, 4.114, приложение III
- Граница сферы производства, 1.16, 1.17
- Счета производства, 1.20, 4.43
- Промежуточное потребление, см. **потребление**
- Путешественник, 2.22, 2.26
- Рабочие места, 1.5, 3.61, 4.59–4.62, 4.108, приложение III
- Расходы домашних хозяйств на конечное потребление, см. **потребление**
- Расходы на потребление, см. **потребление**
- Расходы посетителей, 1.45, рисунок 2.2
- Рекомендации по статистике туризма*, 1.36, 2.6, 2.10, 2.28, библиография
- Руководство по платежному балансу*, 2.10, библиография

- Рыночные цены, 2.37
- Сделки, см. **операции**
- Система национальных счетов 1993 года*, 1.9, 1.13, 1.31, 1.32, приложение V, библиография
- Специфические туристские продукты, см. **перечень специфических туристских продуктов**
- Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме, 1.36, 3.29, библиография
- «Таймшер», приложение IV
- Товары и услуги, 1.5, 1.6, 1.10, 1.11, 1.14, 1.15, 1.40, 1.47, 2.2, 2.30, 2.31, 2.34, 2.38, 2.45, 2.47, 2.54, 2.57, 2.60, 2.62–2.66, 2.83, 3.2, 3.8–3.10, 3.15, 3.18, 3.22, 3.23, 3.27, 3.30, 3.58, 4.2, 4.4, 4.49, 4.53, 4.86, приложение I
- Трансферты в натуральной форме, 2.34, 2.36–2.38, рисунок 2.1, 2.41, 2.43, 2.55, 2.57, рисунок 2.2, 4.39, 4.68
- Туризм внутри страны, определение см. в 2.61
- Туризм, 1.1–1.7, 1.11, 1.14, 1.15, 1.17, 1.20, 1.23–1.34, 1.36–1.40, 1.45–1.48, 2.1–2.5, 2.8, 2.11, 2.12, 2.16, 2.18, 2.29, 2.30, 2.35, 2.42–2.44, 2.50, 2.52, 2.54, 2.56, 2.58, рисунок 2.2, 2.59, 2.61, 2.62, 2.64, 2.68, 2.72–2.74, 2.78, 2.80, 2.82–2.84, 3.1–3.54, 3.9, 3.11, 3.13, 3.15–3.17, 3.22, 3.24, 3.26–3.28, 3.31, рисунок 3.1, 3.33–3.36, 3.39, 3.40, 3.43, 3.47–3.49, 3.51, 3.54, 3.58–3.62, 4.1, 4.2, 4.5, 4.11–4.13, 4.15, 4.17–4.19, рисунок 4.2, 4.21, 4.22, 4.27, 4.31, 4.33, 4.34, 4.39, 4.46, 4.51–4.53, 4.55, 4.56, 4.58, 4.63, 4.64, 4.66, 4.67, 4.70–4.73, 4.77, 4.79–4.81, 4.83, 4.88, 4.94, 4.96, 4.97, 4.101, 4.102, 4.111, 4.112, приложение I, приложение II, приложение III, приложение IV
- Туристский, см. **туризм**
- Туристское потребление, см. **потребление**
- Учет, 1.9, 1.21, 1.34, 1.37, 2.40, 2.55, 2.81, приложение IV, библиография
- Учетный, см. **учет**
- Фактическое конечное потребление домашних хозяйств, см. **потребление; расходы домашних хозяйств на фактическое конечное потребление**
- Фактическое конечное потребление, 2.31, 2.38, рисунок 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, рисунок 2.2, 2.79
- Фактическое потребление, 2.35, 2.39, 2.45
- Центр экономического интереса, 2.13; см. также **экономическая территория**
- Чистая стоимостная оценка, 2.75, 3.43, 3.50, 3.56, 3.57, 4.12–4.16, рисунок 4.1, 4.18, рисунок 4.2, 4.26, 4.44, 4.45, 4.64, 4.99, 4.100
- Экономическая деятельность, 1.4, 1.14, 1.20, 1.23, 1.34, 2.5, 3.55
- Экономическая территория, 2.61, 2.63–2.67, 4.12, 4.16, рисунок 4.1, 4.18, рисунок 4.2, 4.26, 4.36, 4.71, 4.79
- Экономические данные, 1.20



---

### كيفية الحصول على منشورات الأمم المتحدة

يمكن الحصول على منشورات الأمم المتحدة من المكتبات ودور التوزيع في جميع أنحاء العالم . استعلم عنها من المكتبة التي تتعامل معها أو اكتب إلى : الأمم المتحدة ، قسم البيع في نيويورك أو في جنيف .

#### 如何获取联合国出版物

联合国出版物在全世界各地的书店和经售处均有发售。请向书店询问或写信到纽约或日内瓦的联合国销售组。

#### HOW TO OBTAIN UNITED NATIONS PUBLICATIONS

United Nations publications may be obtained from bookstores and distributors throughout the world. Consult your bookstore or write to: United Nations, Sales Section, New York or Geneva.

#### COMMENT SE PROCURER LES PUBLICATIONS DES NATIONS UNIES

Les publications des Nations Unies sont en vente dans les librairies et les agences dépositaires du monde entier. Informez-vous auprès de votre libraire ou adressez-vous à : Nations Unies, Section des ventes, New York ou Genève.

#### КАК ПОЛУЧИТЬ ИЗДАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

Издавания Организации Объединенных Наций можно купить в книжных магазинах и агентствах во всех районах мира. Наводите справки об изданиях в вашем книжном магазине или пишите по адресу: Организация Объединенных Наций, Секция по продаже изданий, Нью-Йорк или Женева.

#### COMO CONSEGUIR PUBLICACIONES DE LAS NACIONES UNIDAS

Las publicaciones de las Naciones Unidas están en venta en librerías y casas distribuidoras en todas partes del mundo. Consulte a su librero o diríjase a: Naciones Unidas, Sección de Ventas, Nueva York o Ginebra.

---