

ПРИЛОЖЕНИЕ
к приказу Агентства статистики
при Президенте Республики Узбекистан
от 14 декабря 2023 года № 86

**Методические положения
по составлению вспомогательного счета туризма**

Настоящие Методические положения по составлению вспомогательного счета туризма (далее – Методические положения) основаны на концепциях «Системы национальных счетов – 2008» (далее – СНС-2008) и международных стандартах, таких как «Международные рекомендации по статистике туризма – 2008», «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа – 2008», а также требованиях типовой модели процессов производства статистических данных (Generic Statistical Business Process Model-GSBPM) и определяют порядок формирования вспомогательного счета туризма (далее – ВСТ) Агентством статистики при Президенте Республики Узбекистан.

Глава I. Общие положения

1. В настоящих Методических положениях используются следующие термины и их определения, включают процессы интеграции, классификации и кодирования данных, формирования новых показателей, обобщения и завершения обработки в рамках этапа обработки GSBPM:

вспомогательный счет туризма – согласованная на международном уровне система классификаций, определений, таблиц и агрегированных показателей, разработанная в целях представления дополнительного анализа специальных данных в сфере туризма с помощью соответствующих индикаторов;

выпуск представляет собой суммарную стоимость произведенных товаров и услуг, являющихся результатом производственной деятельности единиц-резидентов в отчетном периоде;

промежуточное потребление представляет собой стоимость товаров и услуг, потребленных в качестве затрат в процессе производства, за исключением основных фондов, потребление которых отражается как потребление основного капитала;

валовая добавленная стоимость определяется как разница между стоимостью произведенных товаров и услуг (выпуском) и стоимостью товаров и услуг, полностью потребленных в процессе производства (промежуточным потреблением);

отрасли туризма – совокупность видов экономической деятельности, связанных с туризмом и производством типичных туристических продуктов;

валовая добавленная стоимость отрасли туризма – это общая добавленная стоимость, созданная всеми производителями, входящими в отрасль туризма, независимо от того, предназначены ли все произведенные продукты для туристов;

туризм – это поездки, осуществляемые посетителями;

посетитель – это путешественник, совершающий поездку в какое-либо основное место назначения, находящееся за пределами его/ее обычной среды на срок менее одного года для любых основных целей (командировки, отпуска или других личных целей), за исключением цели трудоустройства на предприятие, зарегистрированное в стране или месте посещения;

иностранный посетитель – лицо, выезжающее за границу из страны его проживания;

внутренний посетитель – лицо, путешествующее по стране своего проживания;

однодневный посетитель – лицо, которое путешествует в течение короткого периода времени без ночевки, за исключением своего обычного места жительства;

турист – посетитель, который осуществляет, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;

въездной туризм – включает деятельность посетителя, не являющегося постоянным жителем данной страны, внутри страны во время въездного тура;

выездной туризм – включает деятельность посетителя, постоянно проживающего в рассматриваемой стране, за пределами данной страны в рамках выездной туристской поездки;

внутренний туризм – деятельность посетителя, являющегося постоянным жителем страны, в которой он или она путешествует по внутреннему или выездному туризму;

национальный туризм – внутренний и выездной туризм, то есть деятельность посетителей, постоянно проживающих в стране назначения, для внутреннего или выездного туризма внутри страны и за ее пределами;

потребление, относящееся к въездному туризму, включает потребление посетителей-нерезидентов в пределах экономической территории Республики Узбекистан;

потребление, относящееся к выездному туризму, включает потребление посетителей-резидентов за пределами экономической территории Республики Узбекистан;

потребление, относящееся к внутреннему туризму, включает потребление посетителей-резидентов в пределах экономической территории Республики Узбекистан;

потребление, относящееся к туризму внутри страны, включает сумму потребления посетителей, являющихся как резидентами, так и

нерезидентами, в пределах экономической территории Республики Узбекистан.

Глава II. Статистика туризма

2. Статистика туризма отслеживает потоки посетителей, объекты размещения и особенности путешествия туристов. Статистика туризма характеризуется следующими показателями:

- обычная среда;
- дома отдыха;
- продолжительность посещений;
- основная цель поездки;
- расходы на туристическое потребление.

3. Обычная среда – это расположение географических границ проживания человека в его повседневной жизни. Обычная среда включает определенную область проживания и все места, которые человек посещает на регулярной основе. Основная цель использования концепции «обычной среды» состоит в том, чтобы исключить из понятия «посетитель» людей, которые ежедневно или еженедельно путешествуют между своим домом, работой и учебой или другими часто посещаемыми местами.

4. Концепция «обычного места жительства» является основным критерием для определения того, является ли путешественник посетителем или «Другим путешественником» и если является посетителем, то проживает ли он/она в этой стране или другой стране.

5. Обычная среда определяется двумя показателями:

- частые повторения: места, где человек часто посещает (при обычных обстоятельствах), даже если они достаточно далеки от места его проживания, являются частью его обычной среды;
- расстояние: места близкие к месту проживания человека, даже если они редко посещаются, являются частью обычной окружающей среды.

6. В каждом домохозяйстве может быть основное место жительства и дом отдыха, в зависимости от времени проживания в нем. Постоянное место жительства является обычным местом жительства домашнего хозяйства и всех его членов. Все остальные жилые помещения, (принадлежащие домохозяйству или арендованные на средний или долгий срок), считаются вторыми домами.

7. Вторые дома, используемые как дома для отдыха (в основном, посещаемые для развлекательных целей), не считаются «обычной средой», независимо от их близости к месту их обычного проживания, частых посещений и продолжительности пребывания (не дольше, чем в основном месте жительства).

8. Продолжительность посещения. Если продолжительность пребывания на месте посещения не превышает одного года, такой посетитель является участником туристической деятельности. Если

посетитель находился в одном или нескольких местах более года, то это место будет частью обычной среды, и это лицо не будет считаться посетителем в этом месте.

По продолжительности посещения посетители делятся на две группы: посетители (туристы), которые провели одни сутки или более в месте посещения, и однодневные посетители, которые провели менее одних суток в месте посещения.

9. Основная цель поездки — является основным критерием определения того, является ли поездка туристической деятельностью и является ли путешественник посетителем. Если основной целью поездки является поиск работы и дохода, поездка не считается туристической деятельностью, а физическое лицо, совершившее путешествие не является посетителем, и должен описываться как «Другой путешественник».

Цели поездки классифицируются следующим образом:

1. Личные цели:

- 1.1. отдых, досуг, развлечение;
- 1.2. посещение знакомых и родственников;
- 1.3. обучение и профессиональная подготовка;
- 1.4. здравоохранение и лечение;
- 1.5. религия/паломничество;
- 1.6. совершение покупок;
- 1.7. транзит;
- 1.8. прочие цели.

2. Деловые и профессиональные цели:

- 2.1. участие в совещаниях, конференциях, конгрессах, торговых ярмарках и выставках; поощрительные поездки для сотрудников предприятия;
- 2.2. выступления с лекциями и концертами;
- 2.3. подготовка туристических программ;
- 2.4. заключение договоров о размещении и транспорте;
- 2.5. участие в профессиональных спортивных мероприятиях;
- 2.6. служебные поездки по государственным делам, включая поездки дипломатов, военнослужащих или сотрудников международных организаций (за исключением случаев поездки в страну назначения в целях постоянной работы);
- 2.7. прочие цели.

10. Туристические расходы — это общая сумма потребительских расходов, которые несет посетитель или от его имени любое другое лицо при подготовке и в ходе поездки, а также во время пребывания в пункте назначения. Объем туристических расходов устанавливается по фактическим затратам на товары и услуги с учетом действующих скидок и наценок, чаевых и прочих, вне зависимости от формы их оплаты — наличными, дорожными чеками, по кредитным карточкам и иным способом.

11. Туристические расходы не включают платежи, которые не связаны с приобретением товаров или получением услуг потребительского характера, такие как выплата налогов, банковских процентов, приобретение финансовых и нефинансовых активов, наличные переводы в целях пожертвования на благотворительность или дарения другим лицам, покупка товаров в целях перепродажи и т.д.

12. **Туристическое потребление.** В рамках ВСТ туристическое потребление носит более широкий характер, чем туристические расходы.

Помимо туристических расходов эта категория также включает следующее:

- условно-рассчитанную стоимость бартерных операций (например, временный обмен жилищами в целях отдыха);

- условно-рассчитанную стоимость товаров (овощей, фруктов, дичи, рыбы и т.д.), произведенных за собственный счет в домах для отдыха (садоводство, охота, рыбалка и т.д.) за пределами обычной среды;

- стоимость услуг (как рыночных, так и для индивидуального конечного потребления), непосредственно связанных с проживанием во время отдыха, обеспечиваемых за собственный счет (вторичное жилье для целей отдыха и все прочие нетрадиционные формы владения домами для отдыха);

- чистую сумму дополнительных издержек принимающей посетителей стороны с учетом увеличения расходов на питание, оплату коммунальных услуг, оформление приглашений, приобретение подарков и т.д.;

- затраты производителей (коммерческие предприятия, органы государственного управления и НКОДХ), связанные с расходами отправки сотрудников в деловые поездки, не предполагающими оплату сотрудниками (транспортные услуги, предоставляемые перевозчиками своим сотрудникам безвозмездно или по льготным ценам, услуги, связанные с обеспечением жилья или питания, предоставляемые гостиницами своим сотрудникам безвозмездно или по льготным ценам и т.д.);

- чистую сумму прочих издержек производителей (то есть сумму издержек без учета денежных выплат сотрудникам), связанных с предоставлением дополнительных услуг своим сотрудникам и их семьям, как посетителям, за исключением расходов, уже включенных в категорию туристических расходов, в том числе бесплатные или льготные транспортные услуги за счет работодателя, стоимость проживания в центрах отдыха;

- часть расходов, относимых в рамках СНС-2008 к категории расходов в целях потребления органов государственного управления по предоставлению нерыночных услуг для индивидуального потребления в сфере образования, социального обеспечения, здравоохранения, музейной деятельности, развлекательных услуг и т.д., которые могут

рассматриваться в качестве льготных с точки зрения интересов посетителей и характеризуются в рамках СНС-2008 как социальные трансферты в натуральной форме.

13. Туристическое потребление, как и туристические расходы, не включает покупки товаров в целях осуществления неорганизованной внешней торговли («челночной торговли»), поскольку такого рода покупки не относятся к категории индивидуального потребления посетителя и подпадают под категорию товаров, которые посетитель намеревается продать после возвращения в свою обычную среду.

14. Составление системы таблиц ВСТ в Республике Узбекистан осуществляется с периодичностью один раз в год.

15. Для составления вспомогательного счета туризма используются государственные статистические данные, данные обследований домохозяйств, данные вопросника обследования посетителей и административные данные (приложении №1).

Глава III. Классификация туристических продуктов и отраслей

16. ВСТ служит основой для согласования данных по статистике туризма в отношении спроса и предложения на товары и услуги.

17. Формирование ВСТ определяется и анализируется с использованием отдельной классификации определенных товаров и услуг, продуктов, предлагаемых на туристическом рынке и видов экономической деятельности.

Туристические продукты классифицируются следующим образом:

1. Потребительские продукты, в том числе:

1.1. типичные туристические продукты, которые подразделяются на две категории:

1.1.1. сопоставимые на международном уровне типичные туристические продукты;

1.1.2. характерные для конкретной страны типичные туристические продукты, которые определяются страной самостоятельно с учетом национальных условий;

1.2. другие потребительские продукты, определяются страной самостоятельно и подразделяются на две подкатегории:

1.2.1. связанные с туризмом продукты - определяются с учетом их значимости для отрасли туризма и не отвечают критериям, соответствующим типичным туристическим продуктам;

1.2.2. не связанные с туризмом потребительские продукты - включают все остальные потребительские товары и услуги, не относящиеся к перечисленным выше категориям.

2. Непотребительские продукты, включающие все продукты, которые по своим характеристикам не могут относиться к потребительским товарам и услугам, за исключением изделий,

обладающих определенной ценностью, которые посетители могут приобрести в ходе своей поездки.

Типичные туристические продукты должны соответствовать, как минимум, одному из следующих критериев:

- стоимость этого туристического продукта должна составлять значительную часть общих туристических расходов;
- туристические расходы на продукт должны составлять значительную часть расходов на предложение продукта.

Классификация продуктов отрасли туризма и других отраслей экономики в сфере туризма формируется согласно разработанной в Республике Узбекистан сводной группировки «Отрасли туризма», которая приводится в Приложении №2.

Глава IV. Структура ВСТ

18. ВСТ представляет собой систему статистических показателей, сформированных в виде таблиц, отражающих как создаются и потребляются ресурсы в отрасли туризма.

ВСТ состоит из 9 таблиц, первые шесть из которых описывают предложение и потребление туризма в денежном выражении, а остальные представляют показатели занятости и валового накопления основного капитала:

таблица 1. Потребление, относящееся к въездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей (далее – таблица 1);

таблица 2. Расходы, относящиеся к внутреннему туризму с разбивкой по продуктам, категориям посетителей и видам поездок (далее – таблица 2);

таблица 3. Расходы, относящиеся к выездному туризму с разбивкой по продуктам и категориям посетителей (далее – таблица 3);

таблица 4. Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам (далее – таблица 4);

таблица 5. Счета производства в отраслях туризма и в других отраслях (далее – таблица 5);

таблица 6. Общий объем внутреннего предложения и потребления, относящихся к туризму внутри страны (далее – таблица 6);

таблица 7. Занятость в отраслях туризма (далее – таблица 7);

таблица 8. Валовое накопление основного капитала в секторе туризма отраслей туризма и других отраслей (далее – таблица 8);

таблица 9. Количество поездок и проведенных ночей в разбивке по видам туризма и категориям посетителей (далее – таблица 9).

19. В национальной статистической практике Узбекистана туризм учитывается как со стороны спроса, так и со стороны предложения.

Статистический учет туризма по спросу ведется на основе проведения обследований посетителей по въездному, выездному и

внутреннему туризму в определенных местах. Обследования посетителей по въездному и выездному туризму проводятся на границах страны (в аэропорте, на железнодорожном вокзале и местах пересечения границы страны автомобильным транспортом и пешком), где полномасштабно учитываются расходы посетителей-нерезидентов при отъезде из страны и посетителей-резидентов при въезде в страну, соответственно.

Для учета количества поездок внутреннего туризма резидентами данной страны проводится отдельное обследование домашних хозяйств, данные которого используются при формировании объема услуг внутреннего туризма.

Статистическая информация при учете **со стороны предложения** формируется на основе годовых данных государственной статистической отчетности, представляемой субъектами, относящимися к отрасли туризма.

Субъектами учета со стороны предложения являются гостиницы, туристические агентства, туроператоры, организации и предприятия, занимающиеся предоставлением питания и напитков, торговые предприятия, транспортные предприятия (воздушные, железнодорожные, водные, сухопутные и т.д.), занимающиеся перевозками пассажиров и другие организации, обслуживающие посетителей.

20. Административные данные. Статистика административных данных имеет особое место при составлении ВСТ. В качестве административных данных используются данные Пограничных войск Службы государственной безопасности и Агентства персонализации при Министерстве юстиции о количестве лиц, въезжавших и выезжавших в/из Республику(и) Узбекистан, о потоке посетителей – резидентов и нерезидентов, пересекающих границы страны. Также данные о численности работников индивидуальных предпринимателей в сфере туризма формируются на основании данных Налогового комитета.

21. Таблицы 1-2 предназначены для стоимостной оценки и анализа потребления туризма с точки зрения видов туризма, продуктов и категорий посетителей. Эти таблицы составляют важную часть потребления туризма – туристические расходы посетителей.

Объем и состав туристических расходов определяются отдельно для туристов и экскурсантов.

Расходы, связанные с внутренним туризмом, включают в себя не только расходы на товары и услуги во время внутренних поездок по Республике Узбекистан, но также расходы граждан Узбекистана, выезжающих за рубеж на товары и услуги в стране.

Общий объем потребления въездного (выездного) туризма рассчитывается следующим образом: для каждой цели поездки определяются средние затраты на одну ночевку и на конкретный туристический продукт для однодневного тура посетителя. Общая продолжительность поездки определяется, исходя из средней продолжительности поездки. Общий объем потребления въездного

(выездного) туризма рассчитывается путем умножения общей продолжительности поездки на среднюю стоимость расходов.

$$(1) \quad V = \sum_{i=1}^n \left(\frac{e_i}{q_i} \times Q_i \right),$$

где,

V – общий объем расходов въезжающих (выезжающих) посетителей;

e_i – общий объем расходов въезжающих (выезжающих) посетителей по i -цели поездки на основании данных вопросника обследования посетителей;

q_i – количество въезжающих (выезжающих) посетителей по i -цели поездки, на основании данных вопросника обследования посетителей;

Q_i – фактическое количество въезжающих (выезжающих) посетителей по i -цели поездки в разрезе стран пребывания;

n – количество целей поездок.

$$(2) \quad \overline{V}_j = \frac{V_j}{Q_j},$$

где,

$\overline{V}_j$ – средние расходы одного посетителя за пребывание в j – стране;

V_j – общий объем расходов всех посетителей за пребывание в j – стране;

Q_j – фактическое количество въезжающих посетителей в j – страну.

$$(3) \quad \overline{W} = \frac{\sum_{j=1}^m (\overline{V}_j \times Q_j)}{M},$$

где,

$\overline{W}$ – средние объемы расходов одного посетителя за пребывание;

M – фактическое количество въезжающих (выезжающих) посетителей в рамках въездного и выездного туризма;

m – количество учитываемых стран.

22. Таблица 3 предназначена для стоимостной оценки и анализа потребления выходного туризма с точки зрения видов туризма, продуктов и категорий посетителей.

23. Таблица 4 объединяет расходы, связанные с внутренним туризмом, с въездным туризмом (Таблица 1) и расходы на внутренний туризм (Таблица 2), а также другие компоненты потребления туризма (проживание за свой счет во время отдыха, социальные трансферты в натуральной форме и другое условное потребление).

24. Таблица 5 представляет собой баланс, составленный методом «Затраты-выпуск», и представляет счет производства в отрасли туризма и других отраслях экономики. Строки в таблице представляют виды продукции, столбцы – туризм и другие отрасли экономики. Также, приводится промежуточное потребление (также именуемое промежуточными затратами в ценах покупателя).

Внутреннее предложение, относящееся к туризму внутри страны является общим выпуском отраслей туризма. Промежуточное потребление по отраслям туризма рассчитывается на основе последних уточненных данных о затратах предприятия. Добавленная стоимость отраслей туризма определяется как разница между выпуском и промежуточным потреблением этих отраслей.

Данная таблица формируется на основе данных статистической отчетности, таких как 1-xizmat shakli (годовая) «Отчет о производстве (оказанных) услуг по видам экономической деятельности», 1-korxona shakli (годовая) «Отчет об основных показателях хозяйственной деятельности организации», 1-KB shakli (годовая) «Отчет микрофирмы и малого предприятия», 1-NNT shakli (годовая) «Отчет о деятельности негосударственной некоммерческой организации», 1-notijorat shakli (годовая) «Отчет о деятельности некоммерческой организации» (в случае изменения аббревиатуры или наименования этих статистических отчетов и наблюдений, они будут сформированы на основе этих статистических отчетов и наблюдений).

25. Таблица 6 является центром системы ВСТ. Эта таблица отражает взаимосвязь между предложением и потреблением, относящихся к туризму внутри страны. В таблице 6 сопоставляются туристическое потребление, относящееся к туризму внутри страны (из таблицы 4), и предложение производителей-резидентов (из таблицы 5). Это позволяет определить величину валовой добавленной стоимости, создаваемую непосредственно в туризме в основных ценах.

Доля потребления туризма внутри страны определяется отдельно в каждом компоненте предложения. Для этого введен дополнительный столбец «Доля туризма», связанный с каждым столбцом первых двух блоков таблицы.

В каждой строке первого блока столбцов, отображающих услуги, общая величина доли туризма равна величине потребления, относящегося к туризму внутри страны, которое фигурирует в последнем блоке столбцов.

По каждой туристической отрасли отражается доля туризма в общем объеме выпуска, и затем доли суммируются по отраслям туризма и по всем другим отраслям экономики. Информация о расходах по видам туристических продуктов формируется на основе данных проведенных обследований.

Кроме того, в каждой отрасли определяется доля туризма в выпуске, промежуточном потреблении и добавленной стоимости. Таким образом, для каждой отдельной отрасли можно установить часть ее валовой добавленной стоимости (в основных ценах), относящейся к туризму внутри страны, и эти величины могут быть суммированы по всем отраслям, как по отраслям туризма, так и по всем другим отраслям экономики.

К сумме валовой добавленной стоимости отраслей туризма в текущих ценах, сформированной на основе данных потребления, относящихся к туризму внутри страны, добавляется сумма налогов за вычетом субсидий на продукты и импорт, относящихся к туризму, которые рассчитаны аналогичным образом, с использованием соответствующей доли для каждого продукта (исключая товары, для которых доля имеет отношение только к торговой наценке в сфере розничной торговли).

26. В таблице 7 представлены количественные оценки занятости в отрасли туризма, а также количество действующих предприятий, численность работников и количество рабочих мест в секторе туризма Республики Узбекистан. Данная таблица формируется на основе данных статистической отчетности, таких как 1-mehnat shakli (годовая) «Отчет по труду», 1-KB shakli (годовая) «Отчет микрофирмы и малого предприятия», 1-NNT shakli (годовая) «Отчет о деятельности негосударственной некоммерческой организации», 1-notijorat shakli (годовая) «Отчет о деятельности некоммерческой организации». Данные о количестве предприятий, действующих в отрасли туризма, формируются на основе данных Единого государственного реестра предприятий и организаций (ЕГРПО) (в случае изменения аббревиатуры или наименования этих статистических отчетов и наблюдений, они будут сформированы на основе этих статистических отчетов и наблюдений).

27. Таблица 8 содержит данные о валовом накоплении основного капитала в туризме. Этот показатель определяется как общая стоимость основных средств, приобретенных производителями за отчетный период.

Показатели валового накопления основного капитала формируются на основе данных статистической отчетности, таких как 1-invest shakli (годовая) «Отчет об инвестиционной деятельности, о вводе в эксплуатацию зданий и сооружений», 1-KB shakli (годовая) «Отчет микрофирмы и малого предприятия», 1-NNT shakli (годовая) «Отчет о деятельности негосударственной некоммерческой организации», 1-notijorat shakli (годовая) «Отчет о деятельности некоммерческой организации» (в случае изменения аббревиатуры или наименования этих статистических отчетов и наблюдений, они будут сформированы на основе этих статистических отчетов и наблюдений).

28. Таблица 9 отражает количество поездок, категории посетителей и продолжительность поездок по видам туризма, в том числе поездки однодневных посетителей и количество проведенных ночей. Расчет количества поездок однодневных посетителей осуществляется по результатам проведенных обследований, как отношение между количеством поездок однодневных посетителей к общему количеству посетителей, полученное соотношение распространяется на генеральную совокупность поездок. Аналогичным образом рассчитывается количество проведенных ночей всех посетителей.

Глава V. Заключительные положения

29. Такие процессы как подготовка предварительных статистических материалов, подготовка толкований и пояснений к статистическим материалам и завершение формирования официальных статистических данных в рамках этапа анализа данных национальной модели GSBPM используются с целью практического применения методов и правил статистического анализа для подготовки к представлению и распространению официальных статистических данных.

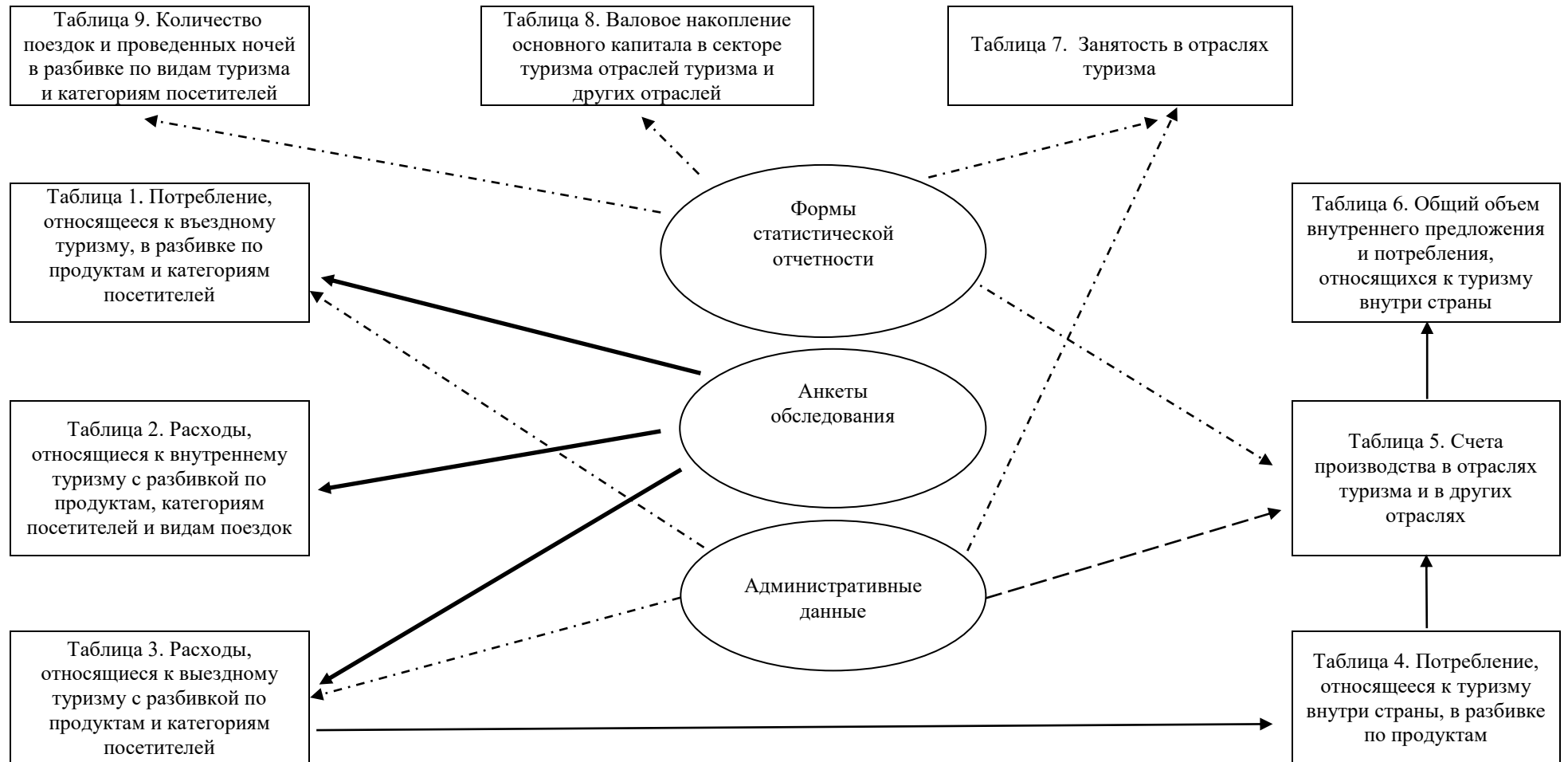
30. Этапы разработки, согласования, утверждения и реализации настоящего методического документа разработаны исходя из требований «Типовой модели статистической информации» (GSIM – Generic Statistical Information Model) в соответствии с «Типовым методическим руководством по разработке и утверждению классификаций, методологий и форм наблюдения в сфере статистики».

Перечень использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан «Об официальной статистике» № ЗРУз-707 от 11.08.2021 г.;
2. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18.07.2019г. №549;
3. Система национальных счетов – 2008, Организация Объединенных Наций, Европейская комиссия, Организация экономического сотрудничества и развития, Международный валютный фонд и Всемирный банк, 2009 г.;
4. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год Руководство по составлению статистики (ООН, ЮНВТО), Мадрид и Нью-Йорк – 2010;
5. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год (ООН, ЮНВТО, Евростат, ОЭСР), Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2010 год.

Приложение 1
к Методическим положениям
по составлению вспомогательного счета туризма

Источники данных для Вспомогательного счета туризма



Приложение 2
к Методическим положениям
по составлению вспомогательного
счета туризма

Таблица 1

**Потребление, относящееся к въездному туризму, в разбивке по
продуктам и категориям посетителей**

(млн. сум)

	Расходы, относящиеся к въездному туризму		
	Туристы (посетители на сутки и более)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Посетители
А. Потребительские продукты			
А.1 Типичные туристские продукты			
1. Услуги по размещению посетителей			
2. Услуги предприятий общественного питания			
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта			
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта			
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта			
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования			
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию			
8. Услуги в области культуры			
9. Спортивные и рекреационные услуги			
А.2. Другие потребительские продукты			
В. Другие продукты			
Всего			

Таблица 2

Расходы, относящиеся к внутреннему туризму с разбивкой по продуктам, категориям посетителей и видам поездок

(млн. сум)

[illegible]

Таблица 3

**Расходы, относящиеся к выездному туризму с разбивкой по
продуктам и категориям посетителей**

(млн. сум)

	Туристы (посетители на сутки и более)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Посетители
А. Потребительские продукты			
А.1 Типичные туристские продукты			
1. Услуги по размещению посетителей			
2. Услуги предприятий общественного питания			
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта			
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта			
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта			
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования			
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию			
8. Услуги в области культуры			
9. Спортивные и рекреационные услуги			
А.2. Другие потребительские продукты			
В. Другие продукты			
Всего			

Таблица 4

Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам

(млн. сум)

	Расходы относящиеся к въездному туризму	Расходы относящиеся к внутреннему туризму	Другие компоненты туристского потребления	Расходы, относящиеся к туризму внутри страны
А. Потребительские продукты				
А.1 Типичные туристские продукты				
1. Услуги по размещению посетителей				
2. Услуги предприятий общественного питания				
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта				
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта				
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта				
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования				
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию				
8. Услуги в области культуры				
9. Спортивные и рекреационные услуги				
А.2. Другие потребительские продукты				
В. Другие продукты				
Всего				

Таблица 5

Счета производства в отраслях туризма и в других отраслях

(млн. сум)

	Отрасли туризма										Другие отрасли*	Выпуск продукции внутренних производителей (в базисных ценах)
	Услуги по размещению посетителей	Услуги предприятий общественного питания	Услуги железнодорожного пассажирского транспорта	Услуги дорожного пассажирского транспорта	Услуги воздушного пассажирского транспорта	Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования	Туристические агентства и другие услуги по бронированию	Услуги в области культуры	Спортивные и рекреационные услуги	Всего		
А. Потребительские продукты												
А.1 Типичные туристские продукты												
1. Услуги по размещению посетителей												
2. Услуги предприятий общественного питания												
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта												
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта												
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта												
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования												
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию												
8. Услуги в области культуры												
9. Спортивные и рекреационные услуги												
А.2. Другие потребительские продукты												
В. Другие продукты												
Всего												

* включая чистые налоги на продукты

Таблица 6 (начало)

Общий объем внутреннего предложения и потребления, относящихся к туризму внутри страны

(млн. сум)

[illegible]

Таблица 6 (окончание)

									Другие отрасли*		Всего по экономике	
	Туристические агентства и другие услуги по бронированию		Услуги в области культуры		Спортивные и рекреационные услуги		Всего					
	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	объем выпуска	доля туризма	Всего	доля туризма
А. Потребительские продукты												
А.1 Типичные туристские продукты												
1. Услуги по размещению посетителей												
2. Услуги предприятий общественного питания												
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта												
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта												
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта												
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования												
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию												
8. Услуги в области культуры												
9. Спортивные и рекреационные услуги												
А.2. Другие потребительские продукты												
В. Другие продукты												
Всего												

* включая чистые налоги на продукты

Таблица 7

Занятость в отраслях туризма

	Количество занятых, человек				Количество рабочих мест, на конец года, мест*	Фактически отработанное время, человеко-часов*
	Юридические лица		Индивидуальные предприниматели			
	мужчины	женщины	мужчины	женщины		
А. Потребительские продукты						
А.1 Типичные туристские продукты						
1. Услуги по размещению посетителей						
2. Услуги предприятий общественного питания						
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта						
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта						
5. Услуги воздушного пассажирского транспорта						
6. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования						
7. Туристические агентства и другие услуги по бронированию						
8. Услуги в области культуры						
9. Спортивные и рекреационные услуги						
А.2. Другие потребительские продукты						
В. Другие продукты						
Всего						

*Юридические лица

Таблица 8

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

[illegible]

Таблица 9

Количество поездок и проведенных ночей в разбивке по видам туризма и категориям посетителей

	Въездной туризм		Внутренний туризм		Выездной туризм	
	Туристы (посетители на сутки и более)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Туристы (посетители на сутки и более)	Экскурсанты (однодневные посетители)	Туристы (посетители на сутки и более)	Экскурсанты (однодневные посетители)
Количество поездок						
Количество проведенных ночей	х		х		х	