

Статията е организирана в четири раздела. Първият раздел представя дефинициите за пакет от туристически услуги в международните методологически стандарти. Вторият разглежда теоретичната обосновка на нетния и брутният подход при отчитането на туристическите пакети в статистиката на платежния баланс. В третия раздел тези два подхода са илюстрирани с помощта на пример. Четвъртият раздел съдържа изводите.

I. ДЕФИНИЦИЯ ЗА ТУРИСТИЧЕСКИ ПАКЕТ

лесна задача. На практика ръководствата по платежен баланс и по национални сметки (BoPM5, 1993; ESA 95, SNA 93 и Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002) не съдържат дефиниция. По тази причина беше необходимо такава да бъде потърсена в международните стандарти за статистика на туризма, и по специално в "Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework" (2002), където бяха намерени следните текстове:

"2.74. ...туристическите пакети са комплексни продукти, предлагани на туристи, направени чрез събирането в едно на елементарни туристически продукти, такива като транспорт, настаняване, хранене, възстановяване и др."

"3.46. Туроператорите са икономически агенти, които комбинират два или повече туристически продукта (например транспорт, настаняване, хранения, забавления, разглеждане на забележителности) и ги продават с помощта на туристически агенти или директно на крайните потребители като самостоятелен продукт (наричан туристически пакет) на обща цена. Съдържанието на туристическия пакет може да бъде променяно съобразно предпочитанията на клиента, при което да се подберат желаните от него услуги."

"3.47. Туроператорите обикновено оперират от свое име и за своя сметка. Туроператорът първоначално придобива от производителите на туристически продукти различни услуги, които той комбинира и предлага като самостоятелен продукт на своите клиенти или директно, или чрез посредничеството на туристически агенции. Този продукт обикновено включва транспортна услуга и една или повече от следните услуги: настаняване, хранения, разглеждане на забележителности, забавления и други услуги, които клиентът желае, както и услугата на самия туроператор по съставянето на пакета. В повечето случаи туристът не е наясно с разпределението на разходите по отделни компоненти и няма пряк контакт с предоставящите услугите преди самото пътуване. Често туроператорът се подлага на риск от нереализиране на туристическия пакет и трябва да плаща