



Экономический и Социальный Совет

Distr.  
LIMITED

E/ICEF/1997/AB/L.9  
14 March 1997  
RUSSIAN  
ORIGINAL: ENGLISH

ДЕТСКИЙ ФОНД ОРГАНИЗАЦИИ  
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ  
Исполнительный совет  
Ежегодная сессия 1997 года  
2-6 июня 1997 года  
Пункт 10b предварительной повестки дня\*

ДЛЯ ИНФОРМАЦИИ

ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫЕ ОТКРЫТКИ И СВЯЗАННЫЕ С НИМИ ОПЕРАЦИИ

Финансовый отчет и счета за год, закончившийся 30 апреля 1996 года

РЕЗЮМЕ

В настоящем документе изложены результаты деятельности Отдела поздравительных открыток и связанных с ними операций ЮНИСЕФ (ОПО) за год, закончившийся 30 апреля 1996 года.

В документе содержится отчет о двух приносящих доход видах деятельности ОПО с их раздельной разбивкой в ведомости I.

Чистые оперативные доходы от продажи поздравительных открыток ЮНИСЕФ и другой продукции составили 76,6 млн. долл. США, при этом прибыль от валовой выручки составила 46 процентов, или увеличение по сравнению с 1994 годом на 12,6 млн. долл. США (19,6 процента). В 1995 году было продано 158 млн. открыток, столько же, сколько в 1994 году. Однако валовая выручка увеличилась на 12,9 млн. долл. США (8,4 процента) со 153,6 млн. долл. США в 1994 году до 166,5 млн. долл. США в 1995 году.

\* E/ICEF/1997/13.

Чистые оперативные доходы, полученные в результате деятельности по мобилизации средств в частном секторе, составили 93,2 млн. долл. США, что на 14,2 млн. долл. США (18 процентов) больше по сравнению с 1994 годом. С учетом этого увеличения чистых оперативных доходов, полученных в результате деятельности по мобилизации средств в частном секторе, а также с учетом других расходов в размере 2,2 млн. долл. США на цели осуществления Программы совершенствования маркетинга, 7,0 млн. долл. США на цели Программы совершенствования деятельности по сбору средств, 0,2 млн. долл. США на цели проведения выставок и 1,3 млн. долл. США на цели осуществления Программы развития для национальных комитетов стран Центральной и Восточной Европы, в 1995 году ОПО достиг рекордного показателя совокупного объема чистых оперативных доходов, составившего 159,1 млн. долл. США, что на 24,6 млн. долл. США, или на 18,3 процента, больше, чем в 1994 году.

С учетом отрицательных поправок на колебания валютных курсов (3,2 млн. долл. США) и корректировок за предыдущие годы (4,6 млн. долл. США) чистый совокупный доход ОПО в 1995 году составил 151,3 млн. долл. США, что на 7,3 млн. долл. США (или на 5 процентов) больше, чем в 1994 году. Кроме того, 103,6 млн. долл. США (в 1994 году - 118 млн. долл. США) были получены в результате деятельности по сбору средств в частном секторе; эти средства были предоставлены партнерами для выделения на проекты, осуществляемые за счет дополнительного финансирования.

Доклад о деятельности по продаже открыток и другой продукции по странам за пятилетний период 1991-1995 годов с подробным анализом деятельности в 1995 году содержится в приложении I. Кроме того, анализ чистых доходов по странам, полученных в результате деятельности по сбору средств в частном секторе, приведен в приложении II.

СОДЕРЖАНИЕ

	<u>Пункты</u>	<u>Стр.</u>
ПРЕДИСЛОВИЕ . . . . .		4
ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЕТ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 30 АПРЕЛЯ 1996 ГОДА . . .	1 - 49	5
А. Анализ результатов . . . . .	1 - 5	5
В. Финансовые ведомости за год, закончившийся 30 апреля 1996 года . . . . .	6	5
Ведомость I. Ведомость доходов и расходов за год, закончившийся 30 апреля 1996 года . . . . .		6
Ведомость II. Ведомость активов, пассивов и остатка средств по состоянию на 30 апреля 1996 года . . . . .		7
Ведомость III. Сопоставление фактических результатов за год, закончившийся 30 апреля 1996 года, с утвержденным бюджетом . . . . .		8
С. Примечания к финансовым ведомостям . . . . .	7 - 49	9

Приложения

I. ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И ДРУГОЙ ПРОДУКЦИИ . . . . .		22
Таблица 1. Количество проданных открыток и валовые поступления от сбыта всей продукции с разбивкой по регионам и основным рынкам в 1995 году по сравнению с 1994 годом . . . . .		32
Таблица 2. Результаты деятельности по странам в 1991-1995 годах . . . . .		34
II. ЧИСТЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ СБОРА СРЕДСТВ В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ В 1995 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С 1994 ГОДОМ . . . . .		38

/...

ПРЕДИСЛОВИЕ

С удовлетворением сообщаю, что в 1995 году Отдел поздравительных открыток и связанных с ними операций (ОПО) добился рекордного показателя чистого вклада в размере 151,3 млн. долл. США в общие ресурсы ЮНИСЕФ и объема продаж на уровне 158 млн. открыток.

Этим успехом ЮНИСЕФ обязан работе сотен тысяч людей во всем мире. Мы выражаем глубокую признательность национальным комитетам содействия ЮНИСЕФ и другим сотрудничающим группам, чей персонал и добровольцы участвовали в продаже открыток и другой продукции ЮНИСЕФ; сотням художников, музеев и коллекционеров, чьи произведения искусства были безвозмездно предоставлены для выпуска поздравительных открыток; и миллионам людей, которые приобрели открытки ЮНИСЕФ и другую продукцию и не пожалели своего времени и средств ради целей ЮНИСЕФ в этом году. Также важно отметить, что вышеупомянутые достижения оказались возможными благодаря успешным усилиям по сбору средств национальных комитетов содействия ЮНИСЕФ и отделений ЮНИСЕФ на местах, а также личному вкладу миллионов людей во всем мире.

(Подпись)

Кэрол БЕЛЛАМИ  
Директор-исполнитель

ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЕТ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 30 АПРЕЛЯ 1996 ГОДА

А. Анализ результатов

1. Совокупный чистый объем отчислений в общие ресурсы ЮНИСЕФ в результате осуществления мероприятий ОПО составил 151,3 млн. долл. США. Такой показатель по сравнению со 144 млн. долл. США в 1994 году представляет собой увеличение в размере 7,3 млн. долл. США (5 процентов). Этот вклад в общие ресурсы ЮНИСЕФ в размере 151,3 млн. долл. США включает в себя чистые оперативные доходы от продажи поздравительных открыток и другой продукции ЮНИСЕФ в размере 76,6 млн. долл. США; чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе в размере 93,2 млн. долл. США; и другие выплаты и корректировки. К числу этих других выплат и корректировок относятся расходы на осуществление Программы совершенствования маркетинга (ПСМ) (2,2 млн. долл. США), Программы совершенствования деятельности по сбору средств (ПСДС) (7 млн. долл. США), Программы развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе (1,3 млн. долл. США), расходы на проведение выставок (0,2 млн. долл. США), поправки на неблагоприятные колебания валютных курсов (3,2 млн. долл. США) и корректировки за предыдущие годы (4,6 млн. долл. США).

2. Всего в 1995 году было продано 158 млн. открыток, столько же, сколько в 1994 году. Несмотря на сохранение объема продаж открыток на прежнем уровне, имело место увеличение общего объема поступлений со 153,6 млн. долл. США в 1994 году до 166,5 млн. долл. США в 1995 году.

3. Чистые оперативные поступления от продажи поздравительных открыток и другой продукции в 1995 году составили 76,6 млн. долл. США (прибыль в размере 46 процентов от общего объема поступлений), что на 12,6 млн. долл. США (19,6 процента) больше по сравнению с 1994 годом.

4. Чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе, связанные с общими ресурсами, в 1995 году достигли 93,2 млн. долл. США, что составило увеличение на 14,2 млн. долл. США (18 процентов). Кроме того, в результате деятельности по сбору средств в частном секторе было мобилизовано 103,6 млн. долл. США (118 млн. долл. США в 1994 году), которые были предоставлены партнерами для выделения на проекты, осуществляемые за счет дополнительного финансирования.

5. Более подробные пояснения содержатся в примечаниях к финансовым ведомостям (см. пункты 7-49 ниже) и в пятилетнем обзоре (1991-1995 годы) деятельности по продаже поздравительных открыток и другой продукции ЮНИСЕФ с разбивкой по странам, приведенном в таблице 2 приложения I.

В. финансовые ведомости за год, закончившийся 30 апреля 1996 года

6. Ниже приводятся три финансовые ведомости, дополненные примечаниями к финансовым ведомостям, в том числе кратким изложением основных принципов бухгалтерского учета (пункты 8-16), которые являются составной частью финансового отчета. В соответствии с просьбой Исполнительного совета (E/ICEF/1995/9/Rev.1, решение 1995/20) в плане работы и предлагаемом бюджете ОПО на 1997 год приводится ведомость доходов и расходов (по приносящим доход видам деятельности) за год, закончившийся 30 апреля 1996 года (см. E/ICEF/1997/AB/L.8, таблица 1).

/...

**ВЕДОМОСТЬ I**  
**Ведомость доходов и расходов за год, закончившийся 30 апреля 1996 года**  
 (в тыс. долл. США)

Примечание	Сезон 1995 года 1 мая 1995 года - 30 апреля 1996 года		Сезон 1994 года <sup>a</sup> 1 мая 1994 года - 30 апреля 1995 года		Разница Увеличение/уменьшение	
	в про- центах		в про- центах		в про- центах	
3	100,0	166 467	100,0	153 618	12 849	8,4
4	25,3	42 073	25,3	38 922	3 151	8,1
5	74,7	124 394	74,7	114 696	9 698	8,5
	19,6	32 655	22,4	34 424	(1 769)	(5,1)
6	55,1	91 739	52,3	80 272	11 467	14,3
7	13,8	22 966	14,7	22 609	357	1,6
	0,3	547	0,9	1 344	(797)	(59,3)
8	41,0	68 226	36,7	56 319	11 907	21,1
9	5,0	8 321	5,0	7 675	646	8,4
10	46,0	76 547	41,7	63 994	12 553	19,6
11		93 173		78 933	14 240	18,0
12		2 199		2 326	(127)	(5,5)
13		6 978		4 847	2 131	44,0
		158		57	101	177,2
14		1 278		1 152	126	10,9
15		159 107		134 545	24 562	18,3
16		3 233		(10 138)	13 371	131,9
17		4 562		641	3 921	611,7
18		151 312		144 042	7 270	5,0
<b>Совокупная чистая прибыль</b>						
<b>Количество проданных открыток (млн. штук)</b>				<b>158</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>

Сопроводительные примечания являются составной частью настоящей ведомости и должны рассматриваться вместе с ней.

<sup>a</sup> За вычетом суммы в размере 103,6 млн. долл. США, ассигнованной на счет дополнительных средств, по сравнению со 118 млн. долл. США в 1994 году (см. пункт 30). Приводится в финансовом отчете ЮНИСЕФ.

Эллен Яффе, Контролер  
 (подпись)

Кэрол Беллами, Директор-исполнитель  
 (подпись)

**ВЕДОМОСТЬ II**  
 Ведомость активов, пассивов и остатка средств по состоянию на 30 апреля 1996 года  
 (в тыс. долл. США)

	Примечание	По состоянию на 30 апреля 1996 года	По состоянию на 30 апреля 1995 года	Увеличение/уменьшение
<b>АКТИВЫ</b>				
Наличность	19	1 718	1 004	714
Счета дебиторов	20	210 175	194 651	15 524
За вычетом: резерва для компенсации колебаний валютных курсов и покрытия невыскаанной задолженности		21 375	20 461	914
Счета дебиторов (нетто)	21	188 800	174 190	14 610
Товарно-материальные запасы	22	21 853	21 097	756
Расходы, произведенные авансом	23	253	283	(30)
Основные фонды, за вычетом чистого объема амортизированных амортизационных отчислений	24	1 950	1 300	650
<b>ВСЕГО АКТИВОВ</b>		<u>214 574</u>	<u>197 874</u>	<u>16 700</u>
<b>ПАССИВЫ</b>				
Счета кредиторов	25	8 270	8 571	(301)
Межучрежденческий счет ЮНИСЕФ	26	54 922	45 261	9 731
<b>ВСЕГО ПАССИВОВ</b>		<u>63 262</u>	<u>53 832</u>	<u>9 430</u>
<b>АКТИВНОЕ САЛЬДО</b>	27	<u>151 312</u>	<u>144 042</u>	<u>7 270</u>
<b>ВСЕГО, ПАССИВЫ И АКТИВНОЕ САЛЬДО</b>		<u>214 574</u>	<u>197 874</u>	<u>16 700</u>

Элен Яффе, Контролер  
 (подпись)

Кэрол Беллами, Директор-исполнитель  
 (подпись)

**ВЕДОМОСТЬ III**  
Сопоставление фактических результатов за год,  
закончившийся 30 апреля 1996 года, с утвержденным бюджетом  
(в млн. долл. США)

	Фактические показатели	Утвержденный бюджет <sup>a</sup>	Разница	
			Увеличение (уменьшение)	
			в долл. США	в %
<b>Доходы</b>				
Валовая выручка - продукция ОПО	166,5	160,0	6,5	4,1
За вычетом: удерживаемые национальными комитетами средства и комиссионные, оплаченные отделениями на местах	37,3	35,4	1,9	5,4
Чистый объем выручки	129,2	124,6	4,6	3,7
Плюс: прочие доходы	8,3	8,5	(0,2)	(2,4)
Всего, чистый объем выручки - продукция ОПО	137,5	133,1	4,4	3,3
Чистый объем выручки - сбор средств в частном секторе	100,7	110,0	(9,3)	(8,5)
<b>Итого, доходы</b>	<b>238,2</b>	<b>243,1</b>	<b>(4,9)</b>	<b>(2,0)</b>
<b>Расходы</b>				
Канцелярия Директора	0,9	0,9	0,0	0,0
Производство и маркетинг	46,8	49,5	(2,7)	(5,5)
Программа совершенствования маркетинга	2,2	5,0	(2,8)	(56,0)
Сбор средств в частном секторе	7,6	9,5	(1,9)	(20,0)
Программа совершенствования деятельности по сбору средств	7,0	8,0	(1,0)	(12,5)
Операции и финансы	12,5	14,7	(2,2)	(15,0)
Экспозиции	0,2	0,1	0,1	100,0
Расходы в связи с переводом подразделений <sup>b</sup>	-	1,8	(1,8)	(100,0)
Доля ОПО в административных расходах ЮНИСЕФ	0,2	0,2	-	-
Программа развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе	1,3	1,6	(0,3)	(18,8)
<b>Итого, расходы</b>	<b>78,7</b>	<b>91,3</b>	<b>(12,6)</b>	<b>(13,8)</b>
Чистые доходы до корректировок	159,5	151,8	7,7	5,1
<b>Корректировки</b>				
Резерв для сомнительных счетов	0,5	-	0,5	-
Поправки на колебания валютных курсов	3,2	-	3,2	-
Корректировки за предыдущие годы	4,5	-	4,5	-
Всего, чистые доходы после корректировок - общие ресурсы	151,3	151,8	(0,5)	(0,3)
Плюс: дополнительные средства - сбор средств в частном секторе	103,6	102,0	1,6	1,6
<b>Всего, чистые доходы - общие ресурсы и дополнительные средства</b>	<b>254,9</b>	<b>253,8</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>

<sup>a</sup> В соответствии с пунктом 2 решения 1995/20 Исполнительного совета эти суммы соответствуют максимальным прогнозируемым показателям бюджета.

<sup>b</sup> В соответствии с политикой в области бухгалтерского учета ОПО (см. примечание 2, пункт 14) сумма в 0,8 млн. долл. США, связанная с переездом подразделений в Женеве, была капитализирована.

/...



С. Примечания к финансовым ведомостям

Примечание 1. Цели и мероприятия

7. ОПО в партнерстве с национальными комитетами содействия ЮНИСЕФ, отделениями на местах и другими учреждениями занимается сбором средств для оказания помощи детям. Соответственно, эта деятельность ведет к расширению информированности о деятельности ЮНИСЕФ и дает людям возможность принимать в ней участие.

Примечание 2. Краткое изложение основных принципов бухгалтерского учета

8. Счета ведутся в соответствии с Финансовыми положениями и Правилами Детского фонда Организации Объединенных Наций и Специальным дополнением к этим Правилам, посвященным деятельности Отдела поздравительных открыток.

9. Отчетный период ОПО (финансовый год) начинается 1 мая и заканчивается 30 апреля. Счета ОПО включаются в счета ЮНИСЕФ по состоянию на 31 декабря. Для того чтобы ЮНИСЕФ мог включить счета ОПО в свои финансовые ведомости, практикуется соответствующая процедура выведения конечного сальдо на конец года.

10. Единицей учета является доллар США. Долларовый эквивалент сумм, выраженных в других валютах, определяется на основе текущего обменного курса Организации Объединенных Наций на дату проведения операции.

11. Расходы по поставкам национальным комитетам и другим торговым партнерам исчисляются в местных валютах, пересчитанных в доллары США по обменному курсу Организации Объединенных Наций, действующему в соответствующие дни поставок. Валовые поступления ОПО, представляемые в местных валютах торговыми партнерами, рассчитываются в долларах США по фактическому среднему обменному курсу, рассчитанному на основе курсов, использовавшихся при поставках. Фактическое инкассирование наличности осуществляется в долларах США по обменному курсу Организации Объединенных Наций на момент поступления денежных переводов.

12. В целях учета активы и пассивы на недолларовых счетах оцениваются по текущему обменному курсу Организации Объединенных Наций. Любое расхождение в оценке, вызванное колебанием этого курса, относится к доходам или убыткам и указывается отдельно в ведомости доходов и расходов по статье изменений стоимости активов и пассивов (корректировка обменных курсов). На покрытие убытков, связанных с колебанием валютных курсов, может создаваться резерв в размере 10 процентов от имеющейся на 30 апреля непогашенной дебиторской задолженности, исчисляемой в иных, чем доллары США, валютах. Кроме того, может создаваться резерв для дебиторской задолженности, которая может считаться не подлежащей инкассации. Эти резервы показываются в ведомости активов и пассивов как вычет из суммы дебиторской задолженности.

13. Запасы сырья, полуфабрикатов, готовой продукции для следующей кампании и товаров в пути оцениваются по нормативной стоимости. Согласно политике ОПО, нереализованные открытки и датированная продукция подлежат списанию в конце кампании текущего года, а остальная продукция - в конце кампании следующего года. Списанная и перенесенная на счет кампании следующего года продукция оценивается по их нарастающей стоимости. Все рекламно-пропагандистские материалы, подготовленные в

/...

ходе кампании текущего года, но относящиеся к кампаниям будущих лет, указываются по нормативной стоимости и относятся к товарно-материальным запасам.

14. Основные активы стоимостью 100 000 долл. США или более капитализируются и амортизируются в течение расчетного срока их полезной службы.

15. Пассивы накапливаются на счетах ОПО в соответствии согласно признанным нормам бухгалтерского учета; при этом последовательно используются надлежащие процедуры выведения конечного сальдо.

16. Поступления от деятельности по сбору средств в частном секторе и связанные с этим расходы отражаются в счетах ОПО отдельно.

#### Ведомость I

#### Примечание 3. Валовая выручка от продажи продукции ОПО

17. Данные показатели отражают общую стоимость всех видов продукции ОПО, проданных в течение года. Ниже приводятся сведения об объеме продаж по основным категориям продукции в сравнении с показателями 1994 года:

	(В млн. долл. США)			
	<u>1995 год</u>	<u>1994 год</u>	<u>Разница</u>	
			<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Открытки	139,8	126,0	13,8	11,0
Календари	7,1	4,2	2,9	69,0
Канцелярские принадлежности	5,6	8,2	(2,6)	31,7
Учебные материалы	6,8	8,2	(1,4)	(17,1)
Прочие товары	<u>7,2</u>	<u>7,0</u>	<u>0,2</u>	<u>2,9</u>
Итого	<u>166,5</u>	<u>153,6</u>	<u>12,9</u>	<u>8,4</u>

18. Объем валовой выручки составил 166,5 млн. долл. США, что на 12,9 млн. долл. США (8,4 процента) больше по сравнению с 1994 годом. Такое увеличение обусловлено увеличением отпускной цены, благоприятным воздействием колебания обменного курса валют и расширением ассортимента.

19. Валовая выручка от продаж за 1995 год по сравнению с показателем 1994 года составила:

	(В млн. долл. США)			
	<u>1995 год</u>	<u>1994 год</u>	Разница	
			<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Национальные комитеты и другие партнеры по сбыту	146,8	133,7	13,1	9,8
Отделения ЮНИСЕФ на местах	<u>19,7</u>	<u>19,9</u>	<u>(0,2)</u>	<u>(1,0)</u>
Итого	<u>166,5</u>	<u>153,6</u>	<u>12,9</u>	<u>8,4</u>

20. Подробный анализ данных о реализации продукции и результатов деятельности по странам в связи с продажей поздравительных открыток и другой продукции содержится в приложении I.

Примечание 4. Удержанные суммы/комиссионные и непосредственные расходы в отделениях ЮНИСЕФ на местах

21. Эта статья включает суммы, удержанные национальными комитетами и другими партнерами, комиссионные, выплаченные грузополучателям, а также непосредственные расходы по сбыту в отделениях ЮНИСЕФ на местах. Эти суммы составили 42,1 млн. долл. США, что на 3,2 млн. долл. США (8,1 процента) выше фактического показателя 1994 года. Разбивка приводится ниже:

	(В млн. долл. США)			
	<u>1995 год</u>	<u>1994 год</u>	Разница	
			<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Удержанные суммы/комиссионные	37,3	34,7	2,6	7,5
Расходы отделений на местах	<u>4,8</u>	<u>4,2</u>	<u>0,6</u>	<u>14,3</u>
Итого	<u>42,1</u>	<u>38,9</u>	<u>3,2</u>	<u>8,1</u>

Примечание 5. Издержки по поставленным товарам

22. Издержки по поставленным товарам, включая рекламные материалы, фрахт, пошлины и налоги, составили 32,7 млн. долл. США, что на 1,7 млн. долл. США (или 5,1 процента) ниже фактического показателя 1994 года. В то время как издержки по поставленным

/...

товарам снизились на 2,1 млн. долл. США (8,4 процента), расходы по фрахту, пошлинам и налогам несколько возросли - на 0,1 млн. долл. США (2,9 процента). Общее снижение издержек по поставленным товарам обусловлено улучшением контроля над заказами, поставленными партерам, и совершенствованием прогнозирования продаж. Для поддержки деятельности национальных комитетов и других партнеров по широкому охвату и расширению их операций в 1995 году объем распространенных рекламных материалов был увеличен на 0,3 млн. долл. США (5,1 процента) по сравнению с 1994 годом. Подробные данные представлены ниже:

	(В млн. долл. США)			
	<u>1995 год</u>	<u>1994 год</u>	Разница	
			<u>в долл. США</u>	<u>в процентах</u>
Издержки по поставленным товарам	22,9	25,0	(2,1)	(8,4)
Фрахт, пошлины, налоги	3,6	3,5	0,1	2,9
Рекламные материалы	<u>6,2</u>	<u>5,9</u>	<u>0,3</u>	<u>5,1</u>
Итого	<u>32,7</u>	<u>34,4</u>	<u>(1,7)</u>	<u>(5,1)</u>

#### Примечание 6. Оперативные расходы

23. Оперативные расходы включают в себя общие оперативные расходы Группы по производству и маркетингу, Группы по операциям и финансам и канцелярии Директора. В 1995 году наряду с сокращением или сохранением на прежнем уровне текущих расходов как Группы по операциям и финансам, так и канцелярии Директора расходы Группы по производству и маркетингу возросли. Они составили в общей сложности 23 млн. долл. США, что на 0,4 млн. долл. США (1,8 процента) больше фактических показателей за 1994 год. В процентном отношении к валовой выручке оперативные расходы составляют 13,8 процента, что на 0,9 процента ниже показателя 1994 года, составлявшего 14,7 процента. Следует отметить, что, хотя Группа по операциям и финансам и канцелярия Директора обеспечивают поддержку как реализации продукции, так и мероприятий ОПЮ по мобилизации средств в частном секторе, оперативные расходы этих групп полностью относятся к статье реализации продукции. Подробные сведения об оперативных расходах приводятся ниже:

	(В млн. долл. США)			
	1995 год	1994 год	Разница	
			в долл. США	в процентах
Производство и маркетинг	7,9	7,1	0,8	11,3
Операции и финансы	14,0	14,4	(0,4)	(2,8)
Канцелярия Директора	<u>1,1</u>	<u>1,1</u>	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>
Итого	<u>23,0</u>	<u>22,6</u>	<u>0,4</u>	<u>1,8</u>

Примечание 7. Резерв на покрытие невзысканной дебиторской задолженности

24. Резерв на покрытие невзысканной дебиторской задолженности включает в себя дебиторскую задолженность, которая может стать невозвратной. По сравнению с 1994 годом она снизилась на 0,8 млн. долл. США (59,3 процента). Дебиторская задолженность, считающаяся как невозврат, списывается с резерва на покрытие невзысканной дебиторской задолженности. Вместе с тем ОПО продолжает свои усилия для взыскания этих денежных средств.

Примечание 8. Прочие поступления

25. Прочие поступления включают в себя следующие суммы:

а) поступления от реализации производимой по лицензиям продукции, включая гонорары от специальных программ, поступления от осуществления программы по продаже в Японии корпорацией "Ниппон телефон энд телеграф корпорейшн" бланков телеграмм с тисненным изображением цветка и поступления от продажи продукции национальных комитетов и прочих изделий;

б) пожертвования, т.е. взносы, полученные в результате распространения брошюр/бланков заказов ОПО;

с) разные поступления, куда входят банковский процент, скидки по закупкам, поступления от продажи устаревшего оборудования и поступления от прочих операций.

26. Прочие поступления в 1995 году составили 8,3 млн. долл. США, что на 0,6 млн. долл. США (8,4 процента) больше, чем в 1994 году. Ниже приводится сравнение между 1995 и 1994 годами:

/...

	(В млн. долл. США)			
	1995 год	1994 год	Разница	
			в долл. США	в процентах
Продукция, производимая по лицензиям	5,8	5,1	0,7	13,7
Пожертвования	2,1	1,8	0,3	16,7
Прочие поступления	<u>0,4</u>	<u>0,8</u>	(0,4)	(50,0)
Итого	<u>8,3</u>	<u>7,7</u>	<u>0,6</u>	<u>8,4</u>

Примечание 9. Чистые оперативные доходы - продукция ОПО

27. В ходе кампании 1995 года чистые оперативные доходы по разделу производства и маркетинга составили 76,6 млн. долл. США. Это на 12,6 млн. долл. США (19,6 процента) больше фактического показателя за 1994 год. В процентах к валовой выручке чистые оперативные доходы за 1995 год составляли 46 процентов, что на 4,3 процента больше по сравнению с 41,7 процента в 1994 году.

Примечание 10. Чистые оперативные доходы - сбор средств в частном секторе

28. В 1995 году общий объем чистых поступлений от деятельности по сбору средств в частном секторе, полученный ЮНИСЕФ, составил 100,7 млн. долл. США. Это представляет собой увеличение на 16,4 млн. долл. США (19,5 процента) по сравнению с показателем за 1994 год. Такое увеличение чистых поступлений было достигнуто в результате новых и расширенных мероприятий по сбору средств в частном секторе, осуществленных национальными комитетами и отделениями ЮНИСЕФ на местах. Подробный анализ чистых поступлений национальных комитетов и отделений ЮНИСЕФ на местах см. в приложении II.

29. Как показано в приводимой ниже таблице, чистые оперативные доходы от деятельности по сбору средств в частном секторе, относящиеся к общим ресурсам, в 1995 году составили 93,2 млн. долл. США, что на 14,2 млн. долл. США (18 процентов) выше уровня 1994 года. Эти суммы не включают в себя средства, удержанные национальными комитетами, оперативные расходы Группы по сбору средств в частном секторе и расходы, связанные с исследованиями и разработками.

30. Помимо чистых оперативных доходов от деятельности по сбору средств в частном секторе, относящихся к общим ресурсам, было выделено 103,6 млн. долл. США на различные проекты ЮНИСЕФ, осуществляемые за счет дополнительного финансирования. Эта сумма показана в сноске к ведомости I в настоящем финансовом отчете и включена в качестве статьи дохода в финансовый отчет ЮНИСЕФ.

31. Для выработки новых методов и проведения экспериментальных кампаний по сбору средств в 1995 году на исследования и разработки было израсходовано 1,1 млн. долл. США. Эта сумма была на 0,4 млн. долл. США (27,7 процента) меньше показателя за 1994 год.

/...

Чистые оперативные доходы: сбор средств в частном секторе  
(в тыс. долл. США)

	1995 год	1994 год	Разница Увеличение (уменьшение) (в долл. США)	Разница Увеличение (уменьшение) (в процентах)
<u>Чистые поступления</u>	100 711	84 292	16 419	19,5
<u>Оперативные расходы</u>				
Сотрудники категории специалистов, набираемые на международной основе	1 768	1 692	76	4,5
Сотрудники категории общего обслуживания	1 026	957	69	7,2
Персонал, набираемый на краткосрочной основе	50	48	2	4,4
Поездки, конференции и связь	211	318	(107)	(33,7)
Оперативно-функциональное обслуживание и материалы	308	347	(39)	(11,3)
Аренда, оборудование, поставки и перевозки	445	432	13	3,0
Расходы отделений на местах <sup>a</sup>	2 598	0	2 598	100,0
Итого, оперативные расходы	6 406	3 794	2 612	68,8
Исследования и разработки	1 132	1 565	(433)	(27,7)
Чистые оперативные доходы	93 173	78 933	14 240	18,0

<sup>a</sup> Бюджет для расходов отделений на местах был впервые принят в 1995 году. Деятельность по сбору средств в частном секторе в 1994 году финансировалась по статьям ПРС и исследований и разработок, в связи с чем показатель для сравнения отсутствует.

/...

Примечание 11. Программа совершенствования маркетинга

32. В 1994 году Исполнительный совет учредил ПСМ (E/ICEF/1994/13/Rev.1, решение 1994/A/9) в целях проверки и оценки новых приносящих доход инициатив, связанных с производством и маркетингом. На 1995 год Исполнительный совет утвердил ее бюджет в размере 4 млн. долл. США. Через эту программу заинтересованные национальные комитеты представляли заявки на финансирование, и к каждой заявке прилагались полное описание проекта и краткосрочный план реализации и финансовой деятельности. После утверждения каждой заявки ОПО предоставлял испрошенную сумму национальным комитетам, которые, в свою очередь, выделяли по крайней мере такой же объем средств и заводили отдельный счет для осуществления гласного контроля за осуществлением программы в ходе запланированного периода. В течение 1995 года заявки на финансирование по линии ПСМ представили 15 национальных комитетов, которым было выделено в общей сложности 2,2 млн. долл. США. (Подробный отчет по ПСМ см. в рабочем плане и бюджете ОПО на 1997 год (E/ICEF/1997/AB/L.8.)

Примечание 12. Программа совершенствования деятельности по сбору средств

33. Для того чтобы ОПО мог выполнять свой мандат по сбору средств в частном секторе, Исполнительный совет на своей сессии 1994 года санкционировал дальнейшее осуществление ПСДС в течение дополнительного пятилетнего периода, а на своей сессии 1995 года утвердил на 1995 год бюджет в размере 7 млн. долл. США. Цель этой программы заключается в укреплении потенциала национальных комитетов и отделений ЮНИСЕФ на местах в области формирования более широкой основы для оказания поддержки деятельности по сбору средств в частном секторе (см. E/ICEF/1991/AB/L.6 и E/ICEF/1991/15, решение 1991/35). В 1995 году ОПО выделил своим партнерам из бюджета ПСДС 7 млн. долл. США. ПСДС представляла собой важный фактор, способствовавший рекордному увеличению чистых поступлений от сбора средств в частном секторе в 1995 году. (Подробный отчет по ПСДС см. в рабочем плане и бюджете ОПО на сезон 1997 года (E/ICEF/1997/AB/L.8.)

Примечание 13. Экспозиции

34. В этой статье предусмотрены средства для покрытия расходов на организацию экспозиций и содержание Центра для посетителей в здании ЮНИСЕФ. В 1995 году сумма этих расходов составила 0,2 млн. долл. США, что отражает увеличение расходов на 0,1 млн. долл. США по сравнению с 1994 годом.

Примечание 14. Программа развития для национальных комитетов в странах Центральной и Восточной Европы

35. В 1992 году Исполнительный совет утвердил программу развития для национальных комитетов в странах Центральной и Восточной Европы (E/ICEF/1992/AB/L.6 и E/ICEF/1992/14, решение 1992/40). Первоначально национальным комитетам этого региона было разрешено удерживать, помимо 25 процентов валовой выручки, также и оставшиеся 75 процентов валовой выручки. Эти 75 процентов предназначались для покрытия расходов, связанных с повышением осведомленности, общей информационно-пропагандистской деятельностью, распространением информации, расширением сети торговли и созданием донорской базы. Согласно утвержденной Исполнительным советом формуле, начиная с 1995 года национальные комитеты вносят 20 процентов средств в ЮНИСЕФ. Далее ставка возрастает до 40 процентов в 1996 году, 60 процентов в

/...



1997 году и до обычных 75 процентов валовой выручки в 1998 году и последующие годы. В 1995 году фактические расходы составили 1,3 млн. долл. США, или на 0,1 млн. долл. США больше, чем в 1994 году. Этот прирост непосредственно был связан с увеличением суммы валовых поступлений от реализации продукции в этом регионе.

Примечание 15. Совокупный чистый оперативный доход

36. Совокупный чистый оперативный доход от продажи продукции ОПО и деятельности по сбору средств в частном секторе составил 159,1 млн. долл. США, что на 24,6 млн. долл. США (18,3 процента) больше показателя за 1994 год. Это - чистый оперативный доход ОПО без учета неоперативных расходов, в частности до корректировки колебаний валютных курсов и корректировок за предыдущие годы.

Примечание 16. Поправка на валютные курсы

37. Это представляет собой чистую поправку на валютные курсы, включая 10-процентный резерв увеличения ассигнований для корректировки колебаний валютных курсов по непогашенной дебиторской задолженности на недолларовых счетах, и результат переоценки активов и пассивов по оперативному обменному курсу Организации Объединенных Наций на 30 апреля 1996 года. Поправка на валютные курсы в 1995 году привела к потерям в размере 3,2 млн. долл. США, что, по сравнению с 1994 годом, когда была получена прибыль в 10,1 млн. долл. США, отражает неблагоприятное уменьшение по этой статье на 13,4 млн. долл. США.

Примечание 17. Коррективы за предыдущие годы

38. В соответствии с существующими принципами бухгалтерского учета ОПО непериодические коррективы сумм поступлений и расходов за предыдущие годы проводятся в финансовом отчете как коррективы за предыдущие годы. В 1995 году эти коррективы составили положительную сумму в 4,6 млн. долл. США.

Примечание 18. Совокупная чистая прибыль

39. После вычета неоперативных расходов полученная в 1995 году совокупная чистая прибыль от продажи продукции ОПО и деятельности по сбору средств в частном секторе достигла рекордной суммы в 151,3 млн. долл. США, что отражает увеличение объема ресурсов на 7,3 млн. долл. США (5 процентов) по сравнению с фактическим показателем за 1994 год.

Ведомость II

Примечание 19. Наличность

40. Денежная наличность (1,7 млн. долл. США) состояла из остатка на банковских счетах ОПО и кассовой наличности в штаб-квартире и в отделениях на местах.

Примечание 20. Дебиторская задолженность

41. Дебиторская задолженность складывается из задолженности национальных комитетов и других торговых партнеров по поступлениям от продажи продукции, сбора средств в

/...

частном секторе, а также роялти и разных сумм к получению. По состоянию на 30 апреля 1996 года суммарная дебиторская задолженность составляла 210,2 млн. долл. США, что на 15,5 млн. долл. США превышает остаток по состоянию на 30 апреля 1995 года. Увеличение задолженности было обусловлено увеличением продаж и объема поступлений от деятельности по сбору средств в частном секторе. Соглашения с национальными комитетами предусматривают выплату этих остатков в шестимесячный срок после завершения финансового года.

Примечание 21. Чистая дебиторская задолженность

42. В соответствии с принципами бухгалтерского учета ОПО (см. пункт 12 выше) может учреждаться резерв для покрытия дебиторской задолженности, которая считается невозвратом, а также резерв для покрытия последствий колебаний валютных курсов для дебиторской задолженности на недолларовых счетах. В 1995 году общий объем резервных средств, предусмотренных для учета колебаний валютных курсов и покрытия невозвратной дебиторской задолженности, составлял 21,4 млн. долл. США. После вычета этого резерва чистая дебиторская задолженность составила 188,8 млн. долл. США. По состоянию на 31 декабря 1996 года чистый остаток на счетах дебиторов исчислялся в размере 9,7 млн. долл. США.

Примечание 22. Товарно-материальные запасы

43. Товарно-материальные запасы (сырье, продукция в стадии производства, готовая продукция и продукция в пути) указаны по нормативной стоимости, и по состоянию на 30 апреля 1996 года их общая стоимость составляла 21,9 млн. долл. США, что на 0,8 млн. долл. США превышает остаток по состоянию на 30 апреля 1995 года. Это увеличение было связано главным образом с увеличением производства продукции для сезона 1996 года и ранними поставками. Товарно-материальные запасы по состоянию на 30 апреля 1996 года включали в себя:

	(В млн. долл. США)	
	<u>30 апреля 1996 года</u>	<u>30 апреля 1995 года</u>
Сырье	3,7	3,4
Продукция в стадии производства	1,6	2,0
Готовая продукция	11,4	11,2
Продукция в пути	<u>5,2</u>	<u>4,5</u>
Итого	<u>21,9</u>	<u>21,1</u>

Примечание 23. Авансированные средства

44. Сюда входят платежи поставщикам за изготовление продукции ОПО и рекламно-информационных материалов для кампании 1996 года и будущих кампаний. По состоянию

/...

на 30 апреля 1996 года авансированные средства составляли 0,3 млн. долл. США, что соответствует остатку по состоянию на 30 апреля 1995 года.

Примечание 24. Основные активы

45. Стоимость этих активов указана за вычетом суммарных амортизационных отчислений (см. приведенную ниже сводку по основным активам по состоянию на 30 апреля 1996 года). В соответствии с принципами бухгалтерского учета ОПО основные активы на сумму 0,1 млн. долл. США или более капитализируются и амортизируются в течение предполагаемого срока полезной службы. Чистое увеличение объема основных активов на 0,7 млн. долл. США по сравнению с остатком по состоянию на 30 апреля 1995 года связано с приобретением производственного оборудования (0,2 млн. долл. США) и с расходами на ремонт арендованных помещений в связи с переездом подразделений ОПО в Женеве на новое место (0,8 млн. долл. США) за вычетом амортизации (0,3 млн. долл. США).

	(В млн. долл. США)	
	<u>30 апреля 1996 года</u>	<u>30 апреля 1995 года</u>
Производственное оборудование	0,8	0,6
Оргтехника и ремонт арендованных помещений	<u>2,6</u>	<u>1,8</u>
Итого	3,4	2,4
Суммарные амортизационные отчисления	<u>(1,4)</u>	<u>(1,1)</u>
Всего	<u>2,0</u>	<u>1,3</u>

Примечание 25. Кредиторская задолженность

46. Общая кредиторская задолженность по состоянию на 30 апреля 1996 года составляла 8,3 млн. долл. США, что на 0,3 млн. долл. США меньше, чем остаток на 30 апреля 1995 года. В общий объем кредиторской задолженности включались обязательства перед поставщиками и национальными комитетами.

Примечание 26. Межучрежденческий счет ЮНИСЕФ

47. Этот счет отражает чистый результат операций между ОПО и другими отделениями ЮНИСЕФ. Его остаток включает средства, авансированные в качестве оборотного капитала ОПО. В конце каждого финансового года доходы ОПО перечисляются в ЮНИСЕФ также через этот счет.

Примечание 27. Активное сальдо

48. Эта статья представляет собой доходы ОПО, которые ежегодно перечисляются в общие ресурсы ЮНИСЕФ. По состоянию на 30 апреля 1996 года активное сальдо составляло 151,3 млн. долл. США.

Ведомость III

Примечание 28. Сопоставление фактических результатов деятельности за 1995 год с бюджетом

49. Результаты деятельности ОПО в 1995 году по сравнению с утвержденным бюджетом выглядят следующим образом:

- a) валовые поступления от продажи открыток и другой продукции составили 6,5 млн. долл. США, что на 4,1 процента выше запланированного в бюджете показателя;
- b) суммы, удержанные национальными комитетами, и комиссионные, выплаченные отделениями на местах, превысили предусмотренные в бюджете на 1,9 млн. долл. США (5,4 процента);
- c) чистые поступления от продажи продукции ОПО составили 4,6 млн. долл. США, что на 3,7 процента выше показателя, запланированного в бюджете;
- d) прочие поступления составили 0,2 млн. долл. США, что на 2,4 процента ниже показателя, запланированного в бюджете;
- e) общие чистые поступления, связанные с реализацией продукции, составили 4,4 млн. долл. США, что на 3,3 процента выше показателя, предусмотренного в бюджете;
- f) чистые поступления от деятельности по сбору средств в частном секторе составили 9,3 млн. долл. США, что на 8,5 процента ниже показателя, предусмотренного в бюджете;
- g) общие поступления составили 4,9 млн. долл. США, что на 2 процента ниже показателя, предусмотренного в бюджете;
- h) расходы канцелярии Директора отвечали запланированным в бюджете;
- i) расходы, связанные с производством и маркетингом, составили 2,7 млн. долл. США, что на 5,5 процента меньше показателя, предусмотренного в бюджете;
- j) расходы ПСМ составили 2,8 млн. долл. США, что на 56 процентов меньше, чем было заложено в бюджете;
- k) расходы, связанные с деятельностью по сбору средств в частном секторе, составили 1,9 млн. долл. США, что на 20 процентов меньше показателя, предусмотренного в бюджете;

/...

- l) расходы на ПСДС были на 1 млн. долл. США меньше суммы в 8 млн. долл. США, запланированной в бюджете;
- m) расходы, связанные с операциями и финансами, составили 2,2 млн. долл. США, что на 15 процентов меньше показателя, запланированного в бюджете;
- n) затраты на организацию экспозиций оказались на 0,1 млн. долл. США выше суммы, запланированной в бюджете;
- o) в соответствии с политикой ОПО в области бухгалтерского учета расходы (0,8 млн. долл. США), связанные с переездом подразделений, были капитализированы, а не учтены в качестве расходов за соответствующий период. В связи с этим отсутствует показатель для сравнения с запланированной в бюджете суммой в 1,8 млн. долл. США;
- p) доля административных расходов ОПО соответствует запланированной в бюджете;
- q) расходы по линии Программы развития национальных комитетов в Центральной и Восточной Европе были на 0,3 млн. долл. США (18,8 процента) ниже по сравнению с предусмотренными в бюджете;
- r) совокупные расходы составили 12,6 млн. долл. США, что на 13,8 процента меньше предусмотренной в бюджете суммы в размере 91,3 млн. долл. США;
- s) чистая совокупная прибыль до корректировок оказалась на 7,7 млн. долл. США (5,1 процента) выше запланированного в бюджете показателя в 151,8 млн. долл. США;
- t) чистая совокупная прибыль после корректировок составила 151,3 млн. долл. США, что на 0,5 млн. долл. США (0,3 процента) меньше запланированной в бюджете суммы в 151,8 млн. долл. США;
- u) поступления от деятельности по сбору средств в частном секторе, выделенные для программ, финансируемых из дополнительных средств, составили 1,6 млн. долл. США - на 1,6 процента больше, чем предусмотрено в бюджете;
- v) наконец, чистые совокупные поступления в виде общих ресурсов и вспомогательных средств составили 254,9 млн. долл. США, что на 1,1 млн. долл. США (0,4 процента) выше запланированного в бюджете показателя.

Приложение I

ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ  
ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И ДРУГОЙ ПРОДУКЦИИ

1. С 1987 года в ответ на просьбу Исполнительного совета ЮНИСЕФ ежегодно готовится доклад, в котором дается оценка деятельности партнеров по сбыту поздравительных открыток и другой продукции:

а) в таблице 1 ниже приводятся данные о валовых поступлениях от сбыта всей продукции и количестве открыток, проданных по регионам и основным странам-агентам по сбыту в 1995 году по сравнению с 1994 годом. В ней указана доля каждого крупного рынка, выраженная в показателях по каждой стране в расчете на душу населения с указанием валовых поступлений и количества проданных открыток в расчете на 1000 человек в 1995 году по сравнению с 1994 годом;

б) в таблице 2 ниже отражена деятельность по странам за период 1991-1995 годов.

2. Для оценки деятельности в различных странах ОПО установил восемь показателей, которые были обсуждены с соответствующими торговыми партнерами: национальными комитетами содействия ЮНИСЕФ, отделениями на местах и консигнаторами. Эти показатели отражают области совместной деятельности партнеров по продаже поздравительных открыток, включая прогнозирование, размещение заказов, сбыт, ценообразование и стоимость рекламных материалов, и являются составными элементами ключевого показателя - "отчисления в ЮНИСЕФ".

Обзор деятельности, 1991-1995 годы

3. В таблице 2 отражены результаты деятельности по странам за пятилетний период. Этот обзор может быть кратко изложен по странам, по регионам и в глобальном масштабе. По результатам глобальной деятельности прослеживаются следующие тенденции:

а) ПД 1. Продажа открыток (в млн. штук). Объем продаж в мире в целом возрос со 151,5 млн. открыток в 1991 году до 158,4 млн. открыток в 1995 году;

б) ПД 2. Валовые поступления (в млн. долл. США). Валовые поступления неуклонно росли, увеличившись со 133,3 млн. долл. США в 1991 году до 166,4 млн. долл. США в 1995 году, т.е. на 24,8 процента;

в) ПД 3. Прочие поступления (в млн. долл. США) от таких специальных программ, как реализация продукции, производимой по лицензиям, и продукции, произведенной партнерами. Прочие поступления возросли с 5,3 млн. долл. США в 1991 году до 8,0 млн. долл. США в 1995 году, т.е. на 50,9 процента;

г) ПД 4. Комиссионные/расходы отделений на местах (суммы, удержанные национальными комитетами и другими партнерами, комиссионные, выплаченные консигнаторам, и непосредственные расходы в отделениях на местах в процентах от валовых поступлений). Комиссионные/расходы отделений на местах за 1995 год

/...

составили 25 процентов. Начиная с 1991 года в результате совместных усилий партнеров ОПО соотношение комиссионных/расходов отделений на местах каждый год составляло 25 процентов;

е) ПД 5. Цены приводятся в процентах от базовой цены для открыток "формата А" (стандартный размер), ежегодно устанавливаемой ОПО. Звездочкой (\*) помечены страны, в которых уровень цен достиг базовой цены ОПО или превысил ее. С 1991 по 1995 год наблюдалось последовательное изменение цен в сторону повышения базовой цены в большинстве стран Европы, Северной Америки и тихоокеанского региона;

ф) ПД 6. Соотношение распределяемой продукции к объему продаж (в процентах от нормативного) показывает процент превышения установленной доли распределения товаров для продажи торговыми партнерами (стандарт = 0). В результате улучшения положения в области прогнозирования, размещения заказов и распределения продукции превышение установленной доли распределения (соотношение распределяемой продукции к объему продаж) уменьшилось с 11 процентов в 1991 году до 10 процентов в 1995 году;

г) ПД 7. Расходы на рекламные материалы (в процентах от валовых поступлений) представляют собой прямые затраты на производство таких рекламных материалов, которые ОПО предоставляет своим партнерам бесплатно. В сравнении с 1991 годом расходы на рекламные материалы в 1995 году несколько возросли - с 3 до 4 процентов от объема валовых поступлений;

h) ПД 8. Отчисления в ЮНИСЕФ (в процентах от валовых поступлений) представляют собой поступления от продаж плюс прочие поступления за вычетом комиссионных, расходов отделений на местах, стоимости поставленных товаров и рекламных материалов. На стоимость поставленных товаров влияют точность партнеров в прогнозировании и правильность их расчетов при размещении заказов, а также эффективность деятельности ОПО по закупкам, производству и физическому распределению. Общие отчисления в ЮНИСЕФ в 1995 году остались на уровне 1991 года - 60 процентов, прежде всего в связи с медленным ростом объема продаж и повышением курса доллара США.

#### Общая оценка деятельности в 1995 году

4. Указанные восемь показателей не только позволяют определить результаты деятельности той или иной страны, но и дают возможность оценивать в целом сотрудничество ОПО с национальными комитетами и другими партнерами.

5. Для анализа результатов деятельности по странам за 1995 год были отобраны в общей сложности 42 страны (крупные рынки по регионам) и четыре группы стран. Ниже приводятся результаты, полученные по восьми показателям деятельности. (Для удобства в число стран, упоминаемых в последующих пунктах, включены указанные четыре группы стран.)

#### Объем продаж (ПД 1)

6. Помимо того, что данный показатель позволяет определить размер потенциального дохода, он является единственным показателем, с помощью которого можно также установить степень "присутствия" или участия ЮНИСЕФ на мировом рынке. Таким

образом, его ценность состоит в том, что он является как качественным, так и количественным показателем.

7. В 1995 году объем продаж увеличился в 16 странах, уменьшился в 16 странах, а в 14 странах он остался на уровне 1994 года. В целом объем продаж открыток несколько увеличился с 157,9 млн. в 1994 году до 158,4 млн. в 1995 году.

#### Валовые поступления (ПД 2)

8. Несмотря на высокий курс доллара США, в 1994 и 1995 годах валовые поступления от продажи открыток и продукции ЮНИСЕФ возросли в 29 странах; в 5 странах поступления оставались примерно на уровне 1994 года, а в 12 странах их объем уменьшился. В целом валовые поступления возросли с 153,6 млн. долл. США в 1994 году до 166,4 млн. долл. США в 1995 году (увеличение на 8,3 процента).

#### Прочие поступления (ПД 3)

9. Поступления от продажи лицензионной продукции, роялти и реализации продукции национальных комитетов увеличились в трех странах, уменьшились в пяти странах и остались на прежнем уровне в остальных странах.

#### Комиссионные/расходы отделений на местах (ПД 4)

10. Доля сумм, удержанных национальными комитетами, расходов отделений на местах и комиссионных, выплаченных торговым партнерам, в 1995 году оставалась на уровне 25 процентов, как и в 1994 году. В целом этот показатель был на уровне 25 процентов или ниже в 31 стране и выше этого уровня в 15 странах.

#### Ценообразование (ПД 5)

11. В 1995 году в 19 странах цены соответствовали базовому индексу или превышали его и в 25 странах были ниже базового индекса.

12. В странах с высокими темпами инфляции ее негативные последствия компенсировались с помощью системы периодической корректировки цен.

#### Соотношение между распределяемой продукцией и объемом продаж (ПД 6)

13. Вследствие расширения усилий партнеров и ОПО в области прогнозирования, получения и распределения заказов и распространения продукции показатель превышения числа распространенных открыток над числом проданных резко уменьшился с 17 процентов в 1994 году до 10 процентов в 1995 году. В 19 странах было достигнуто или поддерживалось благоприятное соотношение на уровне нормы, в 12 странах оно уменьшилось, а в 15 - увеличилось или поддерживалось неблагоприятное соотношение.

#### Расходы на рекламные материалы (ПД 7)

14. В целом доля расходов на рекламные материалы увеличилась с 3 процентов от стоимости валовой продукции в 1994 году до 4 процентов в 1995 году. В 1995 году эти расходы увеличились в 15 странах, сократились в 11 странах и остались примерно на том же уровне в 20 странах.

/...



Отчисления в ЮНИСЕФ (ПД 8)

15. Общая доля отчислений в ЮНИСЕФ увеличилась с 57 процентов в 1994 году до 60 процентов в 1995 году.
16. Доля средств, отчисляемых в ЮНИСЕФ, увеличилась в 27 странах, уменьшилась в 17 странах и осталась на прежнем уровне в 2 странах. При анализе результатов деятельности по регионам можно отметить, что, за исключением регионов Латинской Америки, Африки и Ближнего Востока, для всех других регионов было характерно увеличение доли отчисляемых средств в размере 2-6 процентов от общих поступлений.

Оценка деятельности по регионам в 1996-1997 годах

Регион I - Северная Америка

17. В регионе продолжала сохраняться тенденция увеличения объема валовых поступлений, что было главным образом обусловлено стратегиями ценообразования. Это увеличение валовых поступлений в совокупности с существенным улучшением показателя превышения числа распространенных открыток над числом проданных с 59 до 32 процентов и сохранением расходов на рекламные материалы на уровне 7 процентов от объема валовых поступлений, а прочих доходов в размере 0,4 млн. долл. США привело к увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 44 процентов в 1994 году до 50 процентов в 1995 году. Рост отчислений в ЮНИСЕФ наблюдался вопреки увеличению доли удерживаемых сумм с 25 до 26 процентов ввиду увеличения размера суммы, удерживаемой Канадским комитетом содействия ЮНИСЕФ.

18. В 1995 году в Соединенных Штатах объем продаж открыток и валовых поступлений продолжал увеличиваться. Это улучшение показателей было обусловлено главным образом успешным проведением кампании по прямой рассылке продукции, финансируемой при поддержке ПМС. Увеличение объема валовых поступлений наряду со значительным сокращением соотношения между числом распространенных и проданных открыток с 76 до 36 процентов привело к значительному увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 35 процентов в 1991 году до 51 процента в 1995 году.

19. В Канаде деятельность Канадского комитета содействия ЮНИСЕФ серьезно затруднялась ввиду медленных темпов подъема экономики и из-за сокращения потребительского спроса на поздравительные открытки. Эти факторы привели к уменьшению объема продаж открыток (с 4,9 миллиона открыток в 1994 году до 4,5 миллиона открыток в 1995 году) и валовых поступлений (с 4,2 млн. долл. США в 1994 году до 4 млн. долл. США в 1995 году). Однако ввиду улучшения соотношения между распределяемой продукцией и объемом продаж с 28 до 23 процентов отчисления Комитета в ЮНИСЕФ увеличились, тем не менее, с 46 до 50 процентов.

Регион II - Латинская Америка

20. В регионе сохранялась тенденция к увеличению объема продаж открыток (с 9,9 миллиона в 1991 году до 11,6 миллиона в 1995 году) и валовых поступлений (с 6,9 млн. долл. США в 1991 году до 10,8 млн. долл. США в 1995 году). Однако эта благоприятная тенденция сильно замедлилась в результате увеличения доли комиссионных и расходов отделений на местах (с 32 процентов в 1991 году до

/...

41 процента в 1995 году), что привело к уменьшению отчислений в ЮНИСЕФ из этого региона с 47 процентов в 1991 году до 40 процентов в 1995 году.

21. Объем валовых поступлений и продаж открыток в Аргентине продолжал возрастать соответственно с 0,5 млн. долл. США в 1991 году до 1 млн. долл. США в 1995 году и с 0,7 миллиона открыток в 1991 году до 0,9 миллиона открыток в 1995 году. Однако неблагоприятное соотношение между распределяемой и реализуемой продукцией (с 0 процентов в 1991 году до 20 процентов в 1995 году) и увеличение доли комиссионных и расходов отделений на местах (с 25 процентов в 1991 году до 62 процентов в 1995 году) привело к уменьшению отчислений в ЮНИСЕФ с 54 процентов в 1991 году до всего лишь 13 процентов в 1995 году.

22. В 1995 году Бразилия сохранила за собой лидерство: было продано наибольшее число открыток в регионе - 5,1 миллиона штук, при этом объем валовых поступлений составил 4,9 млн. долл. США. Однако ввиду замедления розничной продажи, наблюдавшейся во всех секторах, объем продаж открыток и валовых поступлений уменьшился, соответственно, с 5,6 миллиона открыток в 1994 году до 5,1 миллиона открыток в 1995 году и с 5,1 млн. долл. США в 1994 году до 4,9 млн. долл. США в 1995 году. Это неблагоприятное сокращение в совокупности с уменьшением объема прочих поступлений (0,2 млн. долл. США) и увеличением доли комиссионных и расходов отделений на местах, а также затрат на рекламные материалы привело к существенному уменьшению отчислений в ЮНИСЕФ с 64 процентов в 1994 году до 51 процента в 1995 году.

23. В Колумбии объем продаж открыток и валовых поступлений увеличился, соответственно, с 1,2 миллиона открыток в 1991 году до 1,6 миллиона открыток в 1995 году и с 0,7 млн. долл. США в 1991 году до 1,3 млн. долл. США в 1995 году. Кроме того, соотношение числа распространенных и проданных открыток оставалось на уровне нормы, а доля комиссионных и расходов отделений на местах уменьшилась с 36 процентов в 1991 году до 33 процентов в 1995 году. Все эти благоприятные факторы привели к существенному увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 35 процентов в 1991 году до 47 процентов в 1995 году.

24. В Мексике улучшение соотношения числа распространенных и проданных открыток в 1995 году оказалось недостаточным для коренного изменения сохраняющейся тенденции к дальнейшему уменьшению отчислений в ЮНИСЕФ с 23 процентов в 1994 году до 5 процентов в 1995 году. Это уменьшение объема отчислений может быть отнесено на счет увеличения доли комиссионных и расходов отделений на местах, которая выросла с 41 процента в 1994 году до 67 процентов в 1995 году, и сокращения объема валовых поступлений с 0,9 млн. долл. США в 1994 году до 0,7 млн. долл. США в 1995 году.

#### Регион III - Азия

25. В период с 1991 года по 1995 год среди шести регионов в этом регионе отмечается самая высокая доля отчислений в ЮНИСЕФ от объема валовых поступлений (91 процент в 1991 году и 96 процентов в 1995 году). В Азии наблюдалась тенденция к увеличению объема продаж открыток (с 8,8 миллиона в 1991 году до 10,4 миллиона в 1995 году), валовых поступлений (которые почти удвоились с 6,3 млн. долл. США в 1991 году до 12,2 млн. долл. США в 1995 году) и объема прочих поступлений (с 2,2 млн. долл. США в 1991 году до 4,2 млн. долл. США в 1995 году). Отмечалось также и уменьшение доли

комиссионных и расходов отделений на местах (от объема валовых поступлений) с 30 процентов в 1991 году до 24 процентов в 1995 году.

26. В Гонконге объем продаж открыток и валовых поступлений чуть сократился, соответственно, с 0,9 миллиона открыток в 1994 году до 0,7 миллиона открыток в 1995 году и с 0,6 млн. долл. США в 1994 году до 0,5 млн. долл. США в 1995 году. Несмотря на сокращение объема валовых поступлений отчисления в ЮНИСЕФ увеличились с 63 процентов от валовых поступлений в 1994 году до 68 процентов в 1995 году.

27. В Индонезии объем продаж открыток увеличился с 0,8 миллиона штук в 1994 году до 0,9 миллиона штук в 1995 году, а объем валовых поступлений - с 0,4 млн. долл. США в 1994 году до 0,5 млн. долл. США в 1995 году. Рост валовых поступлений наряду с уменьшением доли комиссионных и расходов отделений на местах с 34 до 25 процентов привел к увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 40 процентов в 1994 году до 56 процентов в 1995 году.

28. Япония сохранила за собой лидирующие позиции в регионе по числу проданных открыток и объему валовых поступлений, которые увеличились, соответственно, с 6,1 млн. открыток в 1991 году до 6,4 млн. открыток в 1995 году и с 7,5 млн. долл. США в 1991 году до 8,8 млн. долл. США в 1995 году. Это увеличение было обусловлено ростом объема продаж поздравительных открыток и другой продукции. Увеличение валовых поступлений и объема прочих поступлений (с 3 млн. долл. США в 1994 году до 3,9 млн. долл. США в 1995 году), а также благоприятное соотношение между числом распространенных и проданных открыток помогли Японии увеличить свои отчисления в ЮНИСЕФ со 104 до 109 процентов от валовых поступлений, что является самым высоким показателем среди всех партнеров.

29. На Филиппинах сохранилась тенденция к увеличению объема продаж открыток (с 0,6 млн. штук в 1994 году до 0,7 млн. штук в 1995 году) и валовых поступлений (с 0,4 млн. долл. США в 1994 году до 0,5 млн. долл. США в 1995 году). Однако ввиду увеличения доли комиссионных и расходов отделений на местах (с 17 процентов в 1994 году до 28 процентов в 1995 году) отчисления в ЮНИСЕФ сократились с 64 процентов в 1994 году до 57 процентов в 1995 году.

30. В Республике Корея валовые поступления увеличились с 0,6 млн. долл. США в 1994 году до 0,7 млн. долл. США в 1995 году, а объем продаж открыток остался на уровне 1994 года (0,6 млн. открыток). Однако несмотря на увеличение объема валовых поступлений, ее отчисления в ЮНИСЕФ уменьшились с 82 процентов в 1994 году до 73 процентов в 1995 году, что объясняется более высокими затратами на рекламные материалы (с 4 процентов в 1994 году до 7 процентов от объема валовых поступлений в 1995 году) и ухудшением соотношения числа распространенных и проданных открыток.

#### Регион IV - Тихоокеанский регион, Индия и Пакистан

31. В этом регионе было зарегистрировано увеличение объема проданных открыток (с 9 млн. в 1994 году до 9,5 млн. в 1995 году) и валовых поступлений (с 3,7 млн. долл. США в 1994 году до 3,9 млн. долл. США в 1995 году). Рост объема валовых поступлений и сокращение доли комиссионных и расходов отделений на местах с 35 процентов в 1994 году до 34 процентов в 1995 году помогли несколько увеличить отчисления региона в ЮНИСЕФ с 25 процентов в 1994 году до 27 процентов в 1995 году.

/...

32. В Австралии объем продаж открыток и валовых поступлений сократился, соответственно, с 1,9 млн. открыток в 1994 году до 1,7 млн. открыток в 1995 году и с 1,6 млн. долл. США в 1994 году до 1,4 млн. долл. США в 1995 году. Сокращение объема валовых поступлений и резкое увеличение соотношения числа распространенных и проданных открыток привело к уменьшению отчислений в ЮНИСЕФ с 48 процентов в 1994 году до 41 процента в 1995 году.

33. Ввиду изменения ассортимента продукции и целенаправленного рыночного подхода в Индии объем продаж открыток и валовых поступлений значительно увеличился, соответственно, с 6,1 млн. открыток в 1994 году до 6,9 млн. открыток в 1995 году и с 1,5 млн. долл. США в 1994 году до 2 млн. долл. США в 1995 году. Рост объема валовых поступлений, благоприятная структура продукции и уменьшение доли комиссионных и расходов отделений на местах привели к значительному увеличению ее отчислений в ЮНИСЕФ с 0 процентов в 1994 году до 19 процентов от валовых поступлений в 1995 году.

34. Ввиду улучшения соотношения числа распространенных и проданных открыток и ставки удержания средств (с 23 до 22 процентов) отчисления в ЮНИСЕФ Национального комитета содействия ЮНИСЕФ Новой Зеландии увеличились с 32 процентов в 1994 году до 50 процентов от валовых поступлений в 1995 году. Это произошло, несмотря на сокращение объема проданных поздравительных открыток и валовых поступлений, соответственно, с 0,3 млн. открыток в 1994 году до 0,2 млн. открыток в 1995 году и с 0,3 млн. долл. США в 1994 году до 0,2 млн. долл. США в 1995 году.

#### Регион V - Европа

35. Кампания 1995 года стала еще одним успешным годом для этого региона, в котором было отмечено увеличение объема продаж открыток (0,5 млн. штук), валовых поступлений (11,9 млн. долл. США) и прочих поступлений (0,2 млн. долл. США). Расходы на пропаганду и рекламные материалы оставались стабильными. Доля комиссионных, удерживаемых национальными комитетами, была по-прежнему ниже или на уровне 25 процентов. Более того, соотношение числа распространенных и проданных открыток улучшилось с 17 процентов в 1994 году до 11 процентов в 1995 году. В результате этого отчисления региона в ЮНИСЕФ увеличились с 58 процентов в 1994 году до 60 процентов в 1995 году.

36. В 1995 году в Австрии, несмотря на незначительное уменьшение числа проданных открыток примерно на 0,1 млн. штук по сравнению с 1994 годом, объем валовых поступлений увеличился на 0,3 млн. долл. США по сравнению с 1994 годом с 1,7 млн. долл. США до 2 млн. долл. США в 1995 году. Это увеличение наряду с уменьшением расходов на рекламные материалы (с 10 процентов в 1994 году до 5 процентов от валовых поступлений в 1995 году) содействовало увеличению отчислений Австрии в ЮНИСЕФ с 47 процентов в 1994 году до 53 процентов в 1995 году.

37. В Бельгии было зарегистрировано уменьшение объема продаж открыток (с 2,3 млн. в 1994 году до 2,1 млн. в 1995 году), хотя валовые поступления увеличились с 2,7 млн. долл. США в 1994 году до 2,9 млн. долл. США в 1995 году. Однако этот рост объема валовых поступлений не выразился в увеличении доли отчислений в ЮНИСЕФ, которая уменьшилась с 61 процента в 1994 году до 59 процентов от валовых поступлений в 1995 году ввиду неблагоприятного соотношения числа распространенных и проданных открыток и увеличения затрат на рекламу.

/...

38. В 1995 году объем продаж открыток в Дании оставался на уровне 1994 года и составил 1,8 млн. штук. Однако валовые поступления увеличились с 2 млн. долл. США в 1994 году до 2,4 млн. долл. США в 1995 году, что отчасти было обусловлено благоприятным обменным курсом. Это увеличение наряду с улучшением соотношения числа распространенных и проданных открыток и уменьшением доли расходов на рекламные материалы от объема валовых поступлений (с 6 процентов в 1994 году до 4 процентов в 1995 году) содействовало незначительному росту ее отчислений в ЮНИСЕФ с 56 процентов в 1994 году до 57 процентов в 1995 году.

39. В 1995 году началось медленное оживление экономики Финляндии, которая с 1991 года переживала сильный кризис. Хотя объем продаж открыток оставался на уровне 1994 года, валовые поступления увеличились до 2,8 млн. долл. США с 2,6 млн. долл. США в 1994 году (главным образом ввиду благоприятного обменного курса). Рост валовых поступлений в совокупности с улучшенным соотношением числа распространенных и проданных открыток (с 38 до 28 процентов) и сокращением расходов на рекламные материалы (с 7 процентов в 1994 году до 4 процентов от валовых поступлений в 1995 году) содействовал увеличению ее отчислений в ЮНИСЕФ с 53 процентов в 1994 году до 55 процентов в 1995 году.

40. В 1995 году из-за национальной забастовки в самый разгар кампании распространения открыток продажа открыток во Франции резко сократилась на 1,3 млн. штук (с 16,7 млн. в 1994 году до 15,4 млн. в 1995 году). Однако с учетом благоприятного ценообразования и обменного курса объем валовых поступлений увеличился с 21,2 млн. долл. США в 1994 году до 21,9 млн. долл. США в 1995 году. Это повышение валовых поступлений содействовало увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 60 процентов в 1994 году до 62 процентов в 1995 году.

41. Несмотря на слабый экономический рост, в 1995 году Германия увеличила объем как продаж открыток (с 18,9 млн. в 1994 году до 19,1 млн. в 1995 году), так и валовых поступлений (с 24,7 млн. долл. США в 1994 году до 28,9 млн. долл. США в 1995 году). Увеличение объема продаж открыток было обусловлено новыми рыночными инициативами в частном промышленном секторе. Рост объема поступлений и улучшение соотношения числа распространенных и проданных открыток (с 19 процентов в 1994 году до 9 процентов в 1995 году) позволили Германии несколько увеличить отчисления в ЮНИСЕФ с 61 процента в 1994 году до 62 процентов в 1995 году.

42. В 1995 году объем валовых поступлений в Греции увеличился с 2,8 млн. долл. США в 1994 году до 3,1 млн. долл. США, хотя объем продаж открыток оставался на уровне 1994 года и составлял 3,1 млн. штук. Рост валовых поступлений и уменьшение соотношения числа распространенных и проданных открыток несколько увеличили отчисления Греции в ЮНИСЕФ (с 53 процентов в 1994 году до 54 процентов в 1995 году).

43. Хотя продажа открыток в Ирландии уменьшилась на 0,1 млн. штук в 1995 году, объем ее валовых поступлений и отчислений в ЮНИСЕФ оставался, соответственно, на том же уровне 0,4 млн. долл. США (пятый год подряд) и 55 процентов (в последние два года). И это несмотря на увеличение расходов на рекламу, что компенсировалось улучшением соотношения между числом распространенных и проданных открыток.

44. В 1995 году объем валовых поступлений в Италии уменьшился на 0,8 млн. долл. США, а объем продаж открыток оставался на том же уровне, что и в 1994 году,

/...

составляя 12,1 млн. штук. Несмотря на сокращение валовых поступлений, ее отчисления в ЮНИСЕФ резко увеличились с 59 процентов в 1994 году до 73 процентов от валовых поступлений. Это оказалось возможным ввиду уменьшения ставки удерживаемых средств (с 24 процентов в 1994 году до 17 процентов в 1995 году), увеличения объема прочих поступлений на 0,6 млн. долл. США и улучшения соотношения числа распространенных и проданных открыток.

45. Люксембург продолжал оставаться мировым лидером по душевому показателю проданных открыток (1,5 открытки на 1 человека). Хотя объем продаж открыток в 1995 году остался на том же уровне, что и в 1994 году, объем валовых поступлений увеличился на 0,1 млн. долл. США ввиду отчасти эффективной стратегии ценообразования и благоприятного обменного курса. Рост валовых поступлений и улучшение соотношения числа проданных и распространенных открыток обеспечили сохранение объема отчислений ЮНИСЕФ на уровне 60 процентов от валовых поступлений.

46. В 1995 году тенденция уменьшения объема продаж открыток в Нидерландах коренным образом изменилась, а объем валовых поступлений в то же время увеличился с 7,8 млн. долл. США в 1994 году до 8,8 млн. долл. США в 1995 году. Однако, несмотря на рост валовых поступлений, отчисления в ЮНИСЕФ уменьшились на 1 процент. Это было обусловлено отчасти сокращением объема прочих поступлений (с 0,5 млн. долл. США в 1994 году до 0,3 млн. долл. США в 1995 году).

47. Объем валовых поступлений в Норвегии вырос до 2,1 млн. долл. США в 1995 году по сравнению с 1,8 млн. долл. США в 1994 году. Рост валовых поступлений в совокупности с улучшением соотношения числа распространенных и проданных открыток (с 14 процентов в 1994 году до 10 процентов в 1995 году), а также сокращением расходов на рекламные материалы (с 5 процентов в 1994 году до 4 процентов в 1995 году) привел к увеличению отчислений Норвегии в ЮНИСЕФ с 53 процентов в 1994 году до 55 процентов в 1995 году.

48. В 1995 году ввиду потерь, понесенных крупной торговой компанией, объем продаж в Польше сократился с 1,6 млн. открыток в 1994 году до 1,3 млн. открыток в 1995 году, а валовые поступления составили 0,7 млн. долл. США, т.е. оставаясь на уровне 1994 года. Путем улучшения отбора продукции соотношение числа распространенных и проданных открыток стало соответствовать норме. Это улучшение соотношения числа распространенных и проданных открыток в совокупности с уменьшением затрат на рекламу (с 11 процентов в 1994 году до 6 процентов от валовых поступлений в 1995 году) привело к позитивному коренному увеличению объема отчислений в ЮНИСЕФ на 44 процента.

49. Объем продаж открыток (с 2,5 млн. в 1991 году до 3,4 млн. в 1995 году) и валовых поступлений (с 1,4 млн. долл. США в 1991 году до 2,3 млн. долл. США в 1995 году) в Португалии постоянно увеличивался ввиду открытия новых каналов продажи и агрессивной стратегии ценообразования. Кроме того, соотношение числа распространенных и проданных открыток достигло нормы, а расходы на рекламные материалы сократились на 2 процента от валовых поступлений. С учетом этих положительных показателей отчисления Португалии в ЮНИСЕФ увеличились с 61 процента в 1994 году до 65 процентов в 1995 году.

50. Словения продолжала занимать второе место по душевому показателю проданных открыток (почти 1 открытка на 1 человека). Хотя в 1995 году объем продаж открыток и

/...

валовых поступлений несколько сократился, соответственно, на 0,1 млн. открыток и 0,1 млн. долл. США, отчисления Словении в ЮНИСЕФ увеличились на 2 процента по сравнению с 1994 годом. Это было обусловлено повышением цен и улучшением ассортимента продукции.

51. Впервые Испания заняла первое место в мире среди стран по продаже открыток, продав 19,9 млн. штук. В 1995 году объем продаж увеличился на 2,3 млн. штук по сравнению с 1994 годом, а объем валовых поступлений достиг 13,6 млн. долл. США, что на 3,1 млн. долл. США больше по сравнению с 1994 годом. Эти успешные результаты в области продажи открыток обусловлены расширением каналов сбыта при поддержке со стороны ПСМ. Необходимо отметить отличное соотношение между числом распространенных и проданных открыток, составляющим 0 процентов, что отражает активную политику Комитета в деле использования инвентарной продукции. Однако отчисления в ЮНИСЕФ уменьшились с 61 процента до 60 процентов.

52. В условиях медленного развития экономики, высокого уровня безработицы и усиления конкуренции в 1995 году объем продаж открыток в Швеции сократился на 0,4 млн. по сравнению с 1994 годом, а валовые поступления снизились по сравнению с 1994 годом на 0,1 млн. долл. США. Вследствие уменьшения валовых поступлений отчисления Швеции в ЮНИСЕФ сократились на 3 процента.

53. В 1995 году валовые поступления в Швейцарии увеличились по сравнению с 1994 годом на 0,9 млн. долл. США, а объем продаж несколько сократился по сравнению с 1994 годом на 0,3 млн. открыток. Уменьшение соотношения между числом распространенных и проданных открыток способствовало увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 65 процентов в 1994 году до 67 процентов в 1995 году.

54. В 1995 году объем продаж открыток в Турции увеличился на 0,1 млн. штук и достиг 3,1 млн. открыток, а валовые поступления чуть сократились на 0,1 млн. долл. США до 1,6 млн. долл. США по сравнению с 1994 годом. Сорокапятипроцентная девальвация в 1995 году привела к резкому сокращению объема отчислений с 48 процентов в 1994 году до 39 процентов в 1995 году.

55. В результате нескольких инициатив по увеличению объема продаж при поддержке ПСМ 1995 год стал для Соединенного Королевства еще одним успешным годом. По сравнению с 1994 годом объем продаж открыток увеличился на 0,2 млн. штук и достиг 2,7 млн. открыток, а валовые поступления возросли на 0,3 млн. долл. США, составив 2,4 млн. долл. США. Рост валовых поступлений содействовал незначительному увеличению отчислений в ЮНИСЕФ с 34 процентов в 1994 году до 35 процентов в 1995 году.

Приложение I

ДОКЛАД О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СТРАНАМ, СВЯЗАННОЙ С ПРОДАЖЕЙ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК И СМЕЖНОЙ ПРОДУКЦИИ

Таблица 1

Количество проданных открыток и валовые поступления от сбыта всей продукции с разбивкой по регионам и основным рынкам в 1995 году по сравнению с 1994 годом

	1995 год				1994 год				Увеличение/ (сокращение) количества проданных открыток в ступенчатом сравнении с 1995 годом по сравнению с 1994 годом	Численность населения (млн. человек)
	Продано открыток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема продаж пленки	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей	Продано открыток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема продаж пленки	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей		
Северная Америка - регион I										
Канада	4 537	4 029	2,4	147,60	181	4 159	2,7	162,36	(404)	27,3
Соединенные Штаты Америки	9 168	10 485	6,3	42,16	36	10 194	6,6	40,99	118	248,7
Итого: Северная Америка	13 705	14 514	8,7	-	-	14 353	9,3	-	(286)	161
Латиноамериканская Америка - регион II										
Аргентина	904	1 005	0,6	30,81	28	925	0,6	28,36	(166)	80
Бразилия	5 107	4 887	2,9	33,28	35	5 128	3,3	34,93	(456)	146,8
Чили	207	156	0,1	11,69	16	119	0,1	8,91	64	13,3
Колумбия	1 592	1 320	0,8	47,42	57	977	0,6	35,10	297	27,8
Эквадор	497	386	0,2	40,01	52	411	0,3	42,60	(24)	9,6
Мексика	665	725	0,4	8,92	8	868	0,6	10,68	51	81,2
Перу	834	709	0,4	32,16	38	551	0,4	24,99	168	22,0
Уругвай	376	368	0,2	124,52	127	332	0,2	112,34	(56)	3,0
Венесуэла	196	202	0,1	11,16	11	125	0,1	6,90	44	77
Другие страны	1 217	1 062	0,6	-	-	1 078	0,7	-	54	18,1
Итого: Латинская Америка	11 595	10 820	6,5	-	-	10 514	6,8	-	(24)	306
Азия - регион III										
Гонконг	703	496	0,3	89,82	127	569	0,4	103,04	(175)	5,6
Индонезия	860	482	0,3	2,69	5	417	0,3	2,32	94	179,4
Япония	6 391	8 824	5,3	71,39	52	7 495	4,9	60,63	268	123,6
Филиппины	700	452	0,3	7,46	12	365	0,2	6,03	138	60,6
Республика Корея	557	684	0,4	15,76	13	648	0,4	14,93	(58)	43,4
Таиланд	365	281	0,2	5,15	7	286	0,2	5,24	(41)	54,5
Другие страны	836	957	0,6	-	-	1 095	0,7	-	(365)	(138)
Итого: Азия	10 412	12 176	7,3	-	-	10 875	7,1	-	(139)	1 301



	1996 год				1994 год				Увеличение/ (сокращение)		Численность населения (млн. человек)
	Продано откриток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема пленей	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей	Продано откриток (тыс. шт.)	Валовые поступления (в тыс. долл. США)	Процент от общего объема пленей	Валовые поступления в расчете на 1000 жителей	количества проданных откриток в 1995 году по сравнению с 1994 годом	валовых поступлений в 1995 году по сравнению с 1994 годом	
Район Тихого океана - Индия и Пакистан - РЕГИОН IV											
Австралия	1 684	1 429	0,9	84,80	1 856	1 585	1,0	94,06	(172)	(156)	16,9
Индия	6 867	1 957	1,2	2,31	6 064	1 548	1,0	1,83	803	409	846,3
Новая Зеландия	208	227	0,1	66,09	330	306	0,2	89,08	(122)	(79)	3,4
Пакистан	749	274	0,2	3,25	690	233	0,2	2,77	59	41	84,3
Другие страны	28	17	0,0	-	40	25	0,0	-	(12)	(8)	
Итого: район Тихого океана, Индия и Пакистан	9 536	3 904	2,3	-	8 980	3 697	2,4	-	556	207	
Европа - регион V											
Австрия	1 447	2 033	1,2	260,78	1 506	1 684	1,1	216,01	(59)	349	7,8
Бельгия	2 112	2 920	1,8	292,62	2 311	2 696	1,8	270,18	(199)	224	10,0
Чешская Республика	387	186	0,1	18,05	356	137	0,1	13,30	31	49	10,3
Дания	1 754	2 352	1,4	457,01	1 826	2 155	1,4	418,73	(72)	197	5,1
Финляндия	1 751	2 813	1,7	562,77	1 774	2 561	1,7	512,36	(23)	252	5,0
Франция	15 445	21 873	13,1	386,21	16 735	21 165	13,8	373,71	(1 290)	708	56,6
Германия	19 130	28 929	17,4	371,92	18 910	24 749	16,1	318,18	220	4 180	77,8
Греция	3 138	3 055	1,8	297,76	3 108	2 834	1,8	276,22	30	221	10,3
Ирландия	446	435	0,3	123,38	471	426	0,3	120,83	(25)	9	3,5
Италия	12 084	10 542	6,3	178,36	12 079	11 290	7,3	191,02	5	(748)	59,1
Люксембург	566	912	0,5	371,09	564	760	0,5	1 975,90	2	152	0,4
Нидерланды	6 889	8 765	5,3	671,13	6 828	7 757	5,0	593,95	61	1 008	13,1
Норвегия	1 789	2 075	1,2	488,52	1 816	1 836	1,2	432,25	(27)	239	4,2
Польша	1 299	725	0,4	19,14	1 603	676	0,4	17,85	(304)	49	37,9
Португалия	3 360	2 342	1,4	237,46	3 097	1 726	1,1	175,01	263	616	9,9
Словения	1 788	1 135	0,7	577,32	1 941	1 187	0,8	603,77	(153)	(52)	2,0
Испания	19 934	13 567	8,2	344,04	17 647	10 510	6,8	266,52	2 287	3 057	39,4
Швейцария	1 891	1 972	1,2	229,64	2 251	2 050	1,3	238,72	(360)	(78)	8,6
Швейцария	3 636	8 109	4,9	1 179,72	3 856	7 235	4,7	1 062,56	(220)	874	6,9
Турция	3 102	1 593	1,0	28,21	3 003	1 710	1,1	30,28	99	(117)	56,5
Соединенное Королевство	2 651	2 444	1,5	43,37	2 462	2 078	1,4	36,88	189	366	56,4
Другие страны	3 933	2 148	1,3	-	3 866	1 774	1,2	-	67	374	
Итого: Европа	108 532	120 925	72,6	-	108 010	108 936	71,0	-	522	11 929	
Африка и Ближний Восток - регион VI	4 648	4 126	2,5	-	4 799	5 184	3,4	-	(111)	(1 056)	
ВСЕГО	158 428	166 465	100,0	-	157 910	153 619	100,0	-	518	12 846	

Приложение I (продолжение)

Таблица 2

Результаты деятельности по странам в 1991-1995 годах  
 Показатели деятельности 1-8 (ПД 1 - ПД 8) <sup>a</sup>

	ПД 1 Объем продажи откраток (в млн. шук)			ПД 2 Валовые поступления (в млн. долл. США)			ПД 3 Прочие поступления (в млн. долл. США)			ПД 4 Качественные/расходы отделений на местах (в процентах от валовых поступлений)										
	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год					
Северная Америка - регион I																				
Канада	5,6	5,4	5,2	4,9	4,5	5,2	4,9	4,5	4,2	4,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	26	26	26	26	27
Соединенные Штаты Америки	9,5	9,1	8,7	9,1	9,2	8,1	8,4	8,6	10,2	10,5	0,0	0,5	0,2	0,3	0,3	28	38	27	25	25
Итого: Северная Америка	15,1	14,5	13,9	14,0	13,7	13,3	13,3	13,1	14,4	14,5	0,1	0,6	0,3	0,4	0,4	27	32	27	25	26
Латинская Америка - регион II																				
Аргентина	0,7	0,6	0,7	1,1	0,9	0,5	0,5	0,6	0,9	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	29	31	34	62
Бразилия	4,7	4,2	5,2	5,6	5,1	3,0	3,5	3,0	5,1	4,9	0,3	0,6	0,9	0,5	0,3	32	34	34	30	38
Чили	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	43	56	75	38	92
Колумбия	1,2	1,3	1,3	1,3	1,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	36	40	38	34	33
Эквадор	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30	32	30	20	42
Мексика	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,9	1,0	0,9	0,9	0,7	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	46	46	39	41	67
Перу	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	0,3	0,4	0,4	0,6	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23	27	18	25	52
Уругвай	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	26	26
Венесуэла	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29	51	34	29	51
Остальные страны Латинской Америки	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	0,7	0,8	0,9	1,1	1,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	21	18	20	16	17
Итого: Латинская Америка	9,9	9,3	10,6	11,6	11,6	6,9	7,8	7,7	10,5	10,8	0,3	0,7	1,0	0,5	0,3	32	34	32	30	41
Азия - регион III																				
Гонконг	0,6	0,8	0,8	0,9	0,7	0,4	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,1	0,1	0,1	0,1	25	25	25	25	25
Индонезия	0,5	0,7	0,8	0,8	0,9	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40	26	24	34	25
Япония	5,9	6,2	6,5	6,1	6,4	4,5	5,4	6,6	7,5	8,8	1,6	1,8	2,5	3,0	3,9	25	25	25	25	25
Филиппины	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	24	26	26	17	28
Республика Корея	0,3	0,6	0,4	0,6	0,6	0,2	0,4	0,4	0,6	0,7	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	103	57	25	25	25
Таиланд	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	64	42	28	16	40
Остальные страны Азии	0,9	1,0	1,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,9	1,1	1,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	31	24	19	15	12
Итого: Азия	8,8	10,0	10,5	10,6	10,4	6,3	7,9	9,4	10,9	12,2	2,2	2,1	2,8	3,3	4,2	30	27	24	24	24
Район Тихого океана, Индия и Пакистан - регион IV																				
Австралия	2,1	2,0	1,7	1,9	1,7	1,7	1,6	1,4	1,6	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20	24	25	27	28
Индия	6,3	4,7	5,6	6,1	6,9	1,4	1,3	1,4	1,5	2,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	22	33	52	44	37
Новая Зеландия	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22	22	22	23	22
Пакистан	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	47	35	31	46	61
Итого: район Тихого океана, Индия и Пакистан	9,3	7,6	8,2	9,0	9,5	3,6	3,4	3,2	3,7	3,9	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	22	32	37	35	34

<sup>a</sup> Объяснение показателей деятельности дается в пунктах 2 и 3 приложения.

	ПД 1 Объем продаж открыток (в млн. штук)					ПД 2 Валовые поступления (в млн. долл. США)					ПД 3 Прочие поступления (в млн. долл. США)					ПД 4 Комиссионные/расходы отделений на местах (в процентах от валовых поступлений)				
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995
	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год
Европа - регион V	1,8	1,6	1,7	1,5	1,4	1,8	1,9	1,9	1,7	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Австрия	2,3	2,5	2,3	2,3	2,1	2,6	3,0	2,6	2,7	2,9	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Бельгия	-	-	0,3	0,4	0,4	-	-	0,1	0,1	0,2	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	21	21	20
Чешская Республика	2,0	2,0	1,9	1,8	1,8	2,0	2,4	2,0	2,2	2,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Дания	2,0	2,0	1,8	1,8	1,8	3,0	2,7	2,1	2,6	2,8	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	25	25	25	25	25
Финляндия	15,4	16,6	16,3	16,7	15,4	16,1	21,5	19,6	21,2	21,9	0,3	0,5	0,3	0,4	0,4	25	25	25	25	25
Франция	17,0	17,9	18,4	18,9	19,1	19,2	24,1	24,1	24,7	28,9	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	24	24	24	24	24
Германия	3,3	4,0	3,3	3,1	3,1	2,4	3,3	2,2	2,8	3,1	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	25	25	25	25	25
Греция	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Ирландия	10,2	10,3	11,5	12,1	12,1	13,8	13,6	10,5	11,3	10,5	0,9	0,3	0,6	0,6	1,2	21	22	15	24	17
Италия	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Люксембург	7,2	7,2	7,1	6,8	6,9	7,2	8,0	7,7	7,8	8,8	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3	25	25	25	25	25
Нидерланды	2,1	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	2,1	1,7	1,8	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	21	21	24	24	24
Норвегия	1,8	0,9	1,7	1,6	1,3	0,3	0,2	0,6	0,7	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Польша	2,6	2,6	2,7	3,1	3,4	1,4	1,8	1,7	1,7	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Португалия	-	-	1,5	1,9	1,8	-	-	0,8	1,2	1,1	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	25	25	25
Словения	16,0	15,8	16,2	17,6	19,9	9,0	11,0	8,5	10,5	13,6	0,1	0,8	0,3	0,3	0,1	25	25	25	25	25
Испания	2,8	2,3	2,3	2,3	1,9	2,7	2,9	2,0	2,1	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Швеция	4,6	4,3	4,0	3,9	3,6	7,4	7,8	6,8	7,2	8,1	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	25	25	25	25	25
Швейцария	4,2	4,2	4,2	3,0	3,1	1,8	1,7	1,6	1,7	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25	25	25	25	25
Турция	2,6	2,3	2,1	2,5	2,7	2,1	2,2	1,7	2,1	2,4	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	21	21	21	21	21
Соединенное Королевство	5,1	4,4	3,3	3,8	3,9	2,2	2,2	1,3	1,8	2,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	26	24	24	24	24
Другие страны	104,0	103,9	105,6	108,0	108,5	97,9	113,6	100,6	109,0	120,9	2,7	3,3	2,7	2,9	3,1	24	24	23	24	23
Итого: Европа	4,4	4,8	4,9	4,7	4,6	5,3	5,0	4,1	5,2	4,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16	15	21	18	21
Африка и Ближний Восток - регион VI	151,5	150,1	153,7	157,9	158,4	133,3	151,0	138,1	153,6	166,4	5,3	6,7	6,8	7,2	8,0	25	25	25	25	25
ВСЕГО																				

Приложение 1 (продолжение)

Таблица 2 (продолжение)

	ПД 5 Ценообразование (в процентах от базовой цены)					ПД 6 Соотношение распределенных и проданных отработок (в процентах от базового показателя)					ПД 7 Проперегандистские материалы (в процентах от валовых поступлений)					ПД 8 Отчисления в ЮНЕСКО (в процентах от валовых поступлений)				
	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год	1991 год	1992 год	1993 год	1994 год	1995 год
Северная Америка - регион I																				
Канада	94	•	97	90	92	14	1	22	28	23	6	6	8	6	7	50	55	48	46	50
Соединенные Штаты Америки	•	•	•	•	•	57	38	79	76	36	9	10	10	8	7	35	41	41	44	51
Итого: Северная Америка	-	-	-	-	-	42	24	58	59	32	8	8	9	7	7	41	46	44	44	50
Латиноамериканская Америка - регион II																				
Аргентина	71	73	88	84	88	0	21	36	0	20	2	3	2	2	3	54	39	15	34	13
Бразилия	71	53	•	•	99	9	23	10	0	0	2	2	3	1	2	49	58	66	64	51
Чили	64	67	67	64	65	17	98	0	0	0	3	3	4	6	3	26	(8)	(13)	29	(20)
Колумбия	71	67	74	77	79	0	0	18	15	0	3	3	2	2	2	35	31	35	31	47
Эквадор	71	73	83	71	79	0	8	0	40	0	1	1	1	1	2	90	40	46	54	32
Мексика	79	•	•	•	78	0	38	70	18	0	1	1	1	3	3	36	31	34	23	5
Перу	64	67	82	82	89	0	7	0	0	0	1	1	1	1	1	58	49	63	53	21
Уругвай	71	73	73	92	•	5	5	0	0	0	3	3	1	1	1	45	42	50	48	40
Венесуэла	71	73	83	71	•	0	1	14	89	15	1	1	5	6	2	95	20	29	15	26
Остальные страны Латинской Америки	-	-	-	-	-	2	0	18	12	0	2	2	2	2	2	54	58	45	46	56
Итого: Латинская Америка	-	-	-	-	-	1	15	14	0	0	2	2	2	2	2	47	47	49	51	40
Азия - регион III																				
Гонконг	79	73	79	78	78	0	5	0	2	23	5	4	5	4	7	215	76	82	63	68
Индонезия	71	67	64	61	62	0	0	2	5	18	8	6	4	3	3	34	46	53	40	56
Япония	•	•	•	•	•	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	100	94	104	104	109
Филиппины	68	67	73	79	84	0	0	0	0	0	2	2	2	2	2	61	56	51	64	57
Республика Корея	86	80	•	•	•	13	0	36	7	24	5	4	5	4	7	(29)	52	92	82	60
Таиланд	68	67	69	70	70	0	0	0	0	46	3	2	2	2	2	18	35	46	70	43
Остальные страны Азии	-	-	-	-	-	4	0	18	13	36	5	3	3	3	3	47	55	60	65	69
Итого: Азия	-	-	-	-	-	0	0	0	0	4	3	2	2	2	2	91	82	93	92	96
Район Тихого океана, Индия и Пакистан - регион IV																				
Австралия	94	•	90	97	97	11	15	0	0	27	5	5	6	5	5	51	44	45	48	41
Индия	50	33	30	28	32	37	0	0	14	18	1	1	1	2	3	19	29	4	0	19
Новая Зеландия	94	•	•	•	•	13	25	30	23	8	8	8	10	4	7	49	41	21	32	50
Пакистан	54	53	41	39	41	0	0	51	0	0	4	4	5	4	4	22	31	28	21	4
Итого: район Тихого океана, Индия и Пакистан	-	-	-	-	-	26	0	2	7	16	4	4	4	4	4	37	38	24	25	27

	ПД 5 Ценообразование (в процентах от базовой цены)					ПД 6 Соотношение распределенных и проданных открыток (в процентах от базового показателя)					ПД 7 Пропагандистские материалы (в процентах от валовых поступлений)					ПД 8 Отчисления в ЮНИСЕФ (в процентах от валовых поступлений)				
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995
	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год	год
Европа - регион V	•	•	•	•	•	13	21	10	27	71	10	10	9	10	5	53	51	53	47	53
Австрия	•	•	•	•	•	42	12	21	12	21	5	8	8	3	4	57	58	54	61	59
Бельгия	•	•	•	•	•	-	-	1	21	38	-	-	13	27	11	-	-	20	3	22
Чешская Республика	•	•	•	•	•	6	6	7	22	12	3	4	4	6	4	60	61	57	56	57
Дания	•	•	•	•	•	48	20	32	38	28	6	6	7	7	4	59	57	56	53	56
Финляндия	•	•	•	•	•	26	24	23	22	33	3	2	3	3	3	63	64	60	60	62
Франция	•	•	•	•	•	19	11	12	19	9	1	2	3	2	2	62	63	62	61	62
Германия	•	•	•	•	•	0	0	10	18	0	3	2	3	3	3	63	60	56	53	54
Греция	78	82	75	79	85	1	15	14	11	0	3	7	6	5	6	59	52	53	56	56
Ирландия	93	99	93	91	97	0	8	12	25	10	2	3	4	4	5	66	60	70	59	73
Италия	•	•	•	•	•	0	0	1	2	2	3	5	4	3	3	62	60	62	60	60
Люксембург	•	•	•	•	•	19	11	21	35	27	4	5	4	6	6	64	62	62	56	56
Нидерланды	•	•	•	•	•	14	12	7	14	10	2	3	3	5	4	48	58	56	53	56
Норвегия	•	•	•	•	•	0	(80)	0	25	0	9	11	5	11	6	38	38	23	(1)	43
Польша	9	15	23	29	37	23	0	0	19	0	1	2	2	4	2	66	69	68	61	65
Португалия	67	79	71	60	73	-	-	-	-	0	-	-	0	0	1	-	-	71	66	68
Словения	•	•	•	•	•	1	0	0	0	0	3	2	3	2	2	59	67	60	61	60
Испания	•	85	66	71	86	23	30	31	30	34	2	3	3	4	4	60	52	61	50	47
Швеция	•	•	•	•	•	11	24	29	31	18	4	6	6	7	7	67	65	68	65	67
Швейцария	49	44	44	33	44	0	4	0	5	0	2	4	5	4	3	61	54	49	48	39
Турция	90	96	81	77	82	13	29	28	19	19	5	11	14	9	11	41	33	29	34	35
Соединенное Королевство	•	•	•	•	•	6	0	5	32	4	1	2	2	4	5	40	51	41	22	41
Другие страны	-	-	-	-	-	11	9	11	17	11	3	3	4	4	4	61	62	60	58	60
Итого: Европа	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	2	2	3	3	3	67	54	52	55	47
Африка и Ближний Восток - регион VI	•	•	•	•	•	11	7	12	17	10	3	4	4	3	4	60	60	59	57	60
ВСЕГО	-	-	-	-	-															

Приложение II

ЧИСТЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ СБОРА СРЕДСТВ В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ В 1995 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С 1994 ГОДОМ

(В долл. США)

	1995 год						1994 год						Разница	
	Общие ресурсы			Дополнительные средства			Общие ресурсы			Дополнительные средства			Увеличение (уменьшение)	
	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Увеличение (уменьшение)	Итого
<b>Национальные комитеты</b>														
Австралия		583 306	583 306		975 036	975 036		0		0			(391 730)	(391 730)
Австрия	1 114 565	846 692	1 961 257		513 814	513 814		1 114 565		332 877			1 447 442	1 447 442
Бельгия	2 775 147	793 225	3 568 372	4 452 454	24 793	4 477 247		(1 677 307)		793 225			(884 082)	(884 082)
Кипр	16 341		16 341					(8 452)		0			(8 452)	(8 452)
Дания	145 672	70 748	216 420	275 414		275 414		(129 741)		70 748			(58 994)	(58 994)
Финляндия		1 473 509	1 473 509	309 568		309 568		(309 568)		(154 297)			(463 864)	(463 864)
Франция	13 099 905	2 054 267	15 154 172	15 061 920		15 061 920		(1 962 015)		(212 535)			(2 174 550)	(2 174 550)
Германия	17 789 471	20 507 240	38 296 711	20 034 086		20 034 086		(2 244 615)		428 446			(1 816 169)	(1 816 169)
Греция	910 862	172 450	1 083 312	884 998		884 998		25 863		(173 116)			(147 253)	(147 253)
Гонконг	2 696 277	1 393 749	4 090 026	1 824 076		1 824 076		872 201		(453 213)			418 988	418 988
Венгрия		10 274	10 274					0		10 274			10 274	10 274
Ирландия	246 141		246 141	128 195		128 195		117 946		(243 195)			(125 249)	(125 249)
Израиль			0	24 953		24 953		(24 953)		0			(24 953)	(24 953)
Италия	8 773 606	4 277 106	13 050 712	10 425 343		10 425 343		(1 651 738)		711 947			(939 791)	(939 791)
Япония	23 748 467	9 334 577	33 083 045	20 837 943		20 837 943		2 910 524		(752 563)			2 157 962	2 157 962
Люксембург	200 581	485 643	686 224	274 079		274 079		(73 498)		461 421			387 923	387 923
Нидерланды	17 135 731	13 521 681	30 657 412	1 472 866		1 472 866		15 662 865		(26 642 649)			(10 979 784)	(10 979 784)
Новая Зеландия	76 987	45 182	122 169	11 475		11 475		65 512		(78 982)			(13 471)	(13 471)
Норвегия	41 535	25 009	66 544	9 571		9 571		31 964		24 243			56 207	56 207
Польша	45 294		45 294					45 294		0			45 294	45 294
Португалия	793 974	6 981	800 954	124 718		124 718		669 255		(97 972)			571 283	571 283
Республика Корея	2 394 385	610 713	3 005 099	2 357 849		2 357 849		36 536		25 083			61 620	61 620
Румыния	9 534		9 534					9 534		0			9 534	9 534
Словения		9 231	9 231					0		9 231			9 231	9 231
Словакия	751		751					751		(4 521)			(3 770)	(3 770)
Испания	3 127 637	13 562 523	16 690 160					3 127 637		12 629 523			15 757 160	15 757 160
Швеция	362 857	644 884	1 007 742	87 156		87 156		275 701		(129 705)			145 996	145 996
Швейцария	4 887 242	3 911 053	8 798 295	5 379 002		5 379 002		(491 760)		(964 763)			(1 456 523)	(1 456 523)
Турция	12 163	38 679	50 842	10 218		10 218		1 946		32 801			34 747	34 747

	1995 год			1994 год			Разница		
							Увеличение (уменьшение)		
	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого	Общие ресурсы	Дополнительные средства	Итого
Соединенное Королевство	9 719 605	9 719 605	9 719 605	6 953 032	6 953 032	6 953 032	0	2 766 573	2 766 573
Соединенные Штаты	8 402 110 <sup>a</sup>	8 402 110	8 402 110	11 277 375 <sup>a</sup>	11 277 375	11 277 375	0	(2 875 265)	(2 875 265)
	100 405 126	92 500 438	192 905 564	84 010 677	107 378 551	191 389 228	16 394 448	(14 878 113)	1 516 336
<b>Отделения на местах</b>									
Аргентина	1 672 782	1 672 782	1 672 782	1 512 024	1 512 024	1 512 024	0	160 758	160 758
Бразилия	9 308 462	9 308 462	9 308 462	44 017	8 915 347	8 959 364	(44 017)	393 115	349 098
Буркина-Фасо		0	0	2 256		2 256	(2 256)	0	(2 256)
Камерун	6 312	6 312	6 312				6 312	0	6 312
Колумбия		0	0	359		359	(359)	0	(359)
Эквадор	9 583	9 583	9 583	19 854	78 378	98 232	(19 854)	(68 795)	(88 648)
Гвинея		0	0	512		512	(512)	0	(512)
Малайзия	2 893		2 893			0	2 893	0	2 893
Мадагаскар	5 098	5 098	5 098		11 220	11 220	0	(6 122)	(6 122)
Мексика	253 676		253 676	186 659		186 659	67 017	0	67 017
Нигер	3 487		3 487				3 487	0	3 487
Перу		116 432	116 432		10 359	10 359	0	106 073	106 073
Сингапур	37 187	853	38 040	4 677	31 728	36 405	32 510	(30 875)	1 635
Таиланд		0	0	6 403	26 092	32 495	(6 403)	(26 092)	(32 495)
Венесуэла	2 108	3 380	5 488	20 310	15 877	36 187	(18 202)	(12 497)	(30 700)
	305 662	11 116 589	11 422 251	285 047	10 601 024	10 886 072	20 615	515 564	536 179
Чистые поступления - всего	100 710 788	103 617 027 <sup>a</sup>	204 327 815 <sup>a</sup>	84 295 724	117 979 575 <sup>a</sup>	202 275 300 <sup>a</sup>	16 415 063	(14 362 548)	2 052 515

<sup>a</sup> Исключая подарки натурой на суммы 24,9 млн. долл. США и 18,5 млн. долл. США в 1995 и 1994 годах, соответственно.