Содержание

Введение

I. Общая характеристика международной стандартной классификации видов деятельности в области туризма

1.1. Предмет, цели и задачи статистики туризма

1.2. Типы туризма по международной стандартной классификации

1.3. Виды деятельности в области туризма

II. Характеристика видов деятельности в области туризма

2.1. Деятельность турбюро, турагентств и бюро путешествий

2.2. Транспортные услуги

2.3. Размещение туристов

2.4. Прием туристов с функциями питания

2.5. Деятельность по развлечению туристов

Заключение

Список литературы

**Введение**

Повышение интереса к вопросам статистической оценки туризма обусловлено сильным ростом, начиная с 60-х годов, экономического значения туризма как крупнейшего и высокодоходного вида деятельности, на который к началу ХХI-го века приходилось около 10,9% мирового ВВП, 12% потребительских расходов, 5% налоговых поступлений и 192 млн. рабочих мест. Как следствие для выработки государственной политики в целях сбалансированного развития отрасли требуются более мощные инструменты оценки реального вклада туризма в экономики стран. Проблематика статистического описания туристской деятельности в течение последних десятилетий является одним из приоритетных направлений деятельности таких международных организаций, как ООН, ОЭСР, ВТО и Евростат. В процесс выработки международных стандартов статистики туризма активно включаются отраслевые ассоциации: Международный комитет по туризму и путешествиям (WTTC), Карибская туристическая организация (CTO) и т.д.[[1]](#footnote-1)\*

Включение туризма в перечень приоритетных направлений государственной экономической политики произошло и в России. С середины 90-х годов прошлого столетия сформировалась рамочная законодательная база, регламентирующая условия развития туристского рынка страны. При этом функция государственного регулирования и стимулирования туризма едва ли может быть эффективно реализована при условии сохранения существующей системы статистической оценки туристской деятельности. Последняя, по сути, не позволяет оценить роль туризма в привычных экономических агрегатах и обеспечить достаточную информационную базу для планирования и прогнозирования результатов стимулирующей политики, как на уровне специализированных туристских регионов (субрегионов), так и на уровне страны в целом.

Принятая международными организациями к началу 90-х годов современная методология сателлитного счета туризма (ССТ), позволила свести воедино методы оценки туризма со стороны спроса и предложения и обеспечить надежные статистические данные, предоставила возможность межотраслевых и международных сопоставлений в стандартах СНС. В этом смысле дальнейшее укрепление статистики туризма в значительной мере можно связывать с адаптацией к условиям России методологии сателлитного счета туризма как эффективного комплекса стандартов, определений и методов для измерения вклада туризма в национальную экономику в терминах ВВП, занятости и инвестиций. Необходимо отметить, что в «Концепции развития туризма в РФ на период до 2005 года», одобренной Правительством РФ 11 июля 2002 года, в части совершенствования статистики туризма предполагается «разработка внедрения сателлитных счетов в рамках системы национальных счетов». Сказанное определило выбор темы диссертационного исследования, обусловило актуальность и практическую значимость результатов.

Целью данной работы является изучение на основе различных источников международной стандартной классификации видов деятельности в области туризма.

В ходе работы ставились следующие задачи:

1. выявить предмет, цели и задачи статистики туризма;

2. рассмотреть типы туризма по международной стандартной классификации;

3. дать характеристику международной стандартной классификации видов деятельности в области туризма.

I. Общая характеристика международной стандартной классификации видов деятельности в области туризма

**1.1 Предмет, цели и задачи статистики туризма**

Статистика туризма является отраслью социально-экономической статистики и обследует вопросы развития туризма и туристской индустрии.

Предметом статистики туризма является обследование количественной стороны состояния и развития отрасли туризма в неразрывной связи с качественной стороной.

Главной целью статистики туризма является статистическое обследование явлений, как ограниченных рынками отдыха, так и охватывающих мировой рынок путешествий во взаимосвязи различных характеристик туризма, как для самостоятельного анализа деятельности в этой области, так и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов СНС.

Основными задачами статистики туризма являются организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

**1.2 Типы туризма по международной стандартной классификации**

По международной стандартной классификации различают следующие типы туризма[[2]](#footnote-2)\*:

а) внутренний туризм, т.е. население путешествует по своей собственной стране;

б) въездной туризм, т.е. путешествия лиц, не являющихся жителями страны;

в) выездной туризм, т.е. население страны, путешествующее в другую страну.

Основные типы туризма могут сочетаться, образуя следующие категории туризма[[3]](#footnote-3)\*:

· туризм в пределах страны, который включает «внутренний туризм» и «въездной туризм»;

· национальный туризм, который охватывает «внутренний туризм» и «выездной туризм»;

· международный туризм, состоящий из «въездного туризма» и «выездного туризма».

Схема типов туризма (с точки зрения спроса)



Термин «внутренний», используемый в туристском контексте, отличается от его использования в контексте национальных счетов. С точки зрения туризма термин «внутренний» относится к путешествиям жителей какой-либо страны в пределах своей страны. С точки зрения национальных счетов он относится к деятельности и расходам как постоянных жителей, так и нерезидентов, путешествующих в пределах данной страны, т.е. как к внутреннему, так и въездному туризму.

Эти же типы туризма могут быть описаны путем замены слова «страна» словом «регион». В этом случае эти типы туризма будут относиться не стране в целом, а к какому-либо ее региону. Термин «регион» может относиться к району в пределах страны.

**1.3. Виды деятельности в области туризма**

Статистика туризма как функция информационного обеспечения регулирования экономики должна адекватно учитывать отличия туризма от традиционных отраслей экономики, которые обусловлены не столько общей технологией производства, сколько специфическим потребительским сегментом. Экономическая деятельность в области туризма определяется в качестве «совокупной деятельности», некоторые компоненты которой относятся к различным видам деятельности. Строго говоря, не существует никакого вида экономической деятельности в туризме, и любой вид деятельности приобретает туристский характер, только если использование произведенных им товаров и услуг связано, в основном, с туристским потреблением.

Итак, в туристической деятельности можно выделить следующие виды деятельности[[4]](#footnote-4)\*:

1) деятельность турбюро, турагенств и бюро путешествий:

* бронирование услуг;
* оформление выездных документов на путешествия в зарубежные страны;
* доставка туристических путевок;
* обмен валют.

2) туристический отдых и путешествия по туристическим маршрутам.

3) деятельность для делового туризма:

- услуги переводчика, в т.ч. синхронный перевод;

# - обеспечение аудиовизуальным оборудованием;

- предоставление услуг связи, включающих прямую телефонную связь и систему передачи сообщений устных и письменных (телекс, факс и пр.);

* обеспечение компьютерной техникой;
* обеспечение оргтехникой;

- обеспечение информацией банка финансовых, экономических, промышленных данных;

- предоставление видеосистемы, передающей всемирные экономические новости.

4) рекламно-информационная деятельность туристических предприятий и организаций:

- предоставление информационных и рекламных материалов о туристских маршрутах;

 - выдача справок и оказание консультаций гражданам по вопросам организации туризма, обеспечения безопасности на туристских маршрутах;

 - предоставление туристских схем, описаний маршрутов, сложных естественных препятствий и объектов (пещер, речных порогов, течений и т.п.);

 - проведение туристских вечеров, праздников, ярмарок;

 - проведение выставок туристского снаряжения.

5) деятельность по предоставлению мест проживания.

6) транспортные услуги.

7) экскурсионная деятельность.

8) прочая деятельность туристических мероприятий и организаций:

- организация встреч и проводов;

 - организация и проведение массовых туристских мероприятий (слетов, соревнований и др.);

- обеспечение безопасности массовых туристских мероприятий;

- обучение основам туристских навыков и умений;

- профессиональная подготовка граждан и специалистов предприятий и организаций туристским и альпинистским навыкам и умениям;

- разработка туристских маршрутов различных видов и категорий сложности для граждан;

- обустройство мест массового туристского отдыха;

- выполнение для граждан работ, требующих специальной туристской и альпинистской подготовки;

- индивидуальное обслуживание туристов на маршруте;

- услуги пассажирских канатных дорог;

- обучение служебных собак для использования их в спасательных работах (по заказам граждан).

- и так далее.

Теперь следует перейти к более детальному рассмотрению некоторых видов деятельности в области туризма.

II. Характеристика видов деятельности в области туризма

Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме (СИКТА)» разработана с целью изучения взаимодействия туризма с другими секторами экономики. СИКТА была принята Статистической комиссией Организации Объединенных Наций в марте 1993 года в качестве временной классификации, предназначенной для использования странами.

Целью концептуальной структуры СИКТА является группирование видов экономической деятельности, осуществляемых всеми субъектами туризма в пределах отдельной национальной единицы. Этими субъектами могут быть национальные и международные посетители, туристы и однодневные посетители.[[5]](#footnote-5)\*

Итак, следует охарактеризовать самые «объемные» виды деятельности в области туризма.

**2.1. Деятельность турбюро, турагенств и бюро путешествий**

Вся цепочка туристических услуг состоит как - бы из четырех основных элементов: туроператор, турагент, турист, принимающая сторона, хотя этот перечень не является исчерпывающим. Например, перевозчик, страховая компания, посольство также участвуют при организации тура, но являются структурно независимыми. Возможно вмешательство и со стороны таможенных, пограничных служб, местных властей стран пребывания и др.

Основными действующими лицами туристской индустрии, которая включает в себя совокупность всевозможных средств размещения, транспорта, объектов питания, объектов и средств развлечения и т.п., являются туроператоры и турагенты - организации, осуществляющие соответственно туроператорскую и турагентскую деятельность.

Туроператор является юридическим лицом, образованным по законам России и находится на ее территории. Туроператор приобретает право на услуги, входящих в тур на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, или с туроператором по приему туристов, обеспечивающими предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

Деятельность туроператора заключается в формировании, продвижении и реализации туристского продукта. Он разрабатывает маршруты, ищет подходящих партнеров и выполняет функции поверенного в приобретении и оформлении виз, страховки, билетов. Туроператор заключает прямые договоры с принимающей стороной (фирмой) на конкретные условия организации тура, т.е. маршрут, условия, места экскурсий и т.д. с учетом интересов и потребностей российского туриста. В соответствии с заказами туроператора принимающая сторона организует маршрут и обеспечивает выполнение тура.

Турагент, который может быть представлен как юридическим лицом, так и частным предпринимателем, действуя в соответствии с Российским законодательством, в основном осуществляет деятельность по продвижению и реализации турпродуктов (путевок). Следует отметить, что разработкой маршрута турагент не занимается, однако вносит важный вклад, выполняя роль связующего звена между туроператором и туристом, доводя до сведения первого все пожелания второго. Т.е. турагент является тем звеном, которое непосредственно связано с конкретным туристом.

На основании договора турагент получает от туроператора всю необходимую информацию о странах и маршрутах. При этом туроператор обязан обеспечить турагентов всей необходимой базой данных для непосредственного знакомства с турами и достоверного информирования туриста по всем вопросам, связанным с предстоящим путешествием.

При осуществлении своей деятельности по продвижению туристского продукта туроператор и турагент несут ответственность за достоверность информации о туристском продукте в порядке, установленном законодательством.[[6]](#footnote-6)\*

Туроператоры и турагенты в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут создавать объединения в порядке, установленном законодательством.

Турист (клиент) покупая в турагентстве путевку, вступает с ним во взаимоотношения, что оформляется договором купли-продажи туристического продукта. Следует отметить, что по существующему законодательству турист - это гражданин, который посещает страну временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью. При этом срок временного пребывания ограничивается и составляет от 24 часов до 6 месяцев подряд или не менее одной ночевки.

И, наконец, принимающая сторона. Это туристическая фирма, которая также является туроператором в форме юридического лица, образованного по законам страны, в которой она находится и в которую направляетесь Вы с целью отдыха, путешествия или с коммерческой целью. Обеспечение отдыха и обслуживания с предоставлением всех видов услуг, входящих в тур, лежит непосредственно на данной фирме.

**2.2. Транспортные услуги**

В рамках статистики туризма средство транспорта относится к средству, которое использует посетитель для поездки из своего обычного местожительства в посещаемые места. Данная классификация используется как для международного, так и внутреннего туризма и состоит из двух уровней:

- первый уровень (класс) относится к виду транспорта;

- второй – определяет отправление и прибытие туристов (пассажиров) по каждому виду транспорта (средству).

Классификация средств транспорта[[7]](#footnote-7)\*

|  |  |
| --- | --- |
| Код СИКТА  | Название |
| 60.  | Сухопутный транспорт |
| 60.1.  | Железнодорожный транспорт |
| 60.2.  | Прочий сухопутный транспорт |
| 60.21  | Междугородные и городские автобусы и прочий общественный транспорт |
| 60.22  | Частные автомашины (вместимостью до 8 человек) |
| 61  | Водный транспорт |
| 61.2  | Экскурсионные и прогулочные поездки |
| 62.  | Воздушный транспорт |
| 62.1  | Рейсы, подчиняющиеся расписанию |
| 62.2.  | Рейсы, не подчиняющиеся расписанию |
|   |   |

**2.3. Размещение туристов**

Средства размещения туристов - любой объект, который регулярно (или иногда) представляется туристам для размещения и ночевок.

Средства размещения туристов делятся на две основные группы[[8]](#footnote-8)\*:

- Коллективные средства размещения;

- Индивидуальные средства размещения.

 1. Коллективные средства размещения туристов включают:

\* Гостиницы и аналогичные заведения, которые обладают следующими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум;

- имеют единое руководство;

- предоставляют определенные услуги, включая обслуживание в номерах, ежедневную заправку постелей и уборку санузла;

- сгруппированы в классы и категории в соответствии с представляемыми услугами и имеющимся оборудованием;

- не входят в категорию специализированных заведений.

\* Специализированные заведения и прочие коллективные заведения, которые обладают следующими признаками:

- любые заведения, предназначенные для туристов, которые могут быть бесприбыльными;

- иметь единое руководство;

- предоставлять минимум обычных услуг (не включая ежедневную заправку постелей); не состоящие из номеров, но возможно, состоящие из единиц типа жилища, площадок для кемпинга или коллективных спальных помещений;

- зачастую занятые в каком-либо виде деятельности помимо предоставления размещения (например, лечение, социальное обеспечение и транспорт).

Этот показатель должен определяться таким образом, чтобы было возможным получать достаточно, репрезентативную картину ночевок в гостиницах и аналогичных заведениях. Таким образом, общее число охватываемых средств размещения должно представлять, по меньшей мере, 95% от общего числа ночевок в гостиницах и аналогичных заведениях.

2. Индивидуальные средства размещения туристов включают остальные виды средств размещения туристов особого характера, которые не соответствуют определению заведения и составляют отдельную группу в классификации. Индивидуальные средства размещения туристов предоставляют в аренду, за плату или бесплатно, ограниченное число мест.

 Каждая единица размещения (комната, жилище) в этой связи независима и занимается на неделю, две недели или месяц туристами или ее хозяевами, использующими это жилище в качестве второго дома или дачи.

Классификация средств размещения туристов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категории   | Разряды  | Группы  |
| 1. Коллективные средства размещения туристов  | 1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения   | 1.1.1. Гостиницы1.1.2. Аналогичные заведения   |
|   | 1.2. Специализированн-ыезаведения  | 1.2.1. Оздоровительные заведения1.2.2. Лагеря труда и отдыха1.2.3. Общественные средства транспорта1.2.4. Конгресс-центры  |
|   | 1.3. Прочие коллективныезаведения  | 1.3.1 Жилища, предназначенные для отдыха 1.3.2. Площадки для кемпинга1.3.3. Прочие коллективные заведения   |
| 2. Индивидуальные средства размещения туристов   | 2.1. Индивидуальные средства размещения   | 2.1.1. Собственные жилища 2.1.2. Арендуемые комнаты в семейных домах2.1.3. Жилища, арендуемые у частных лиц или агентств2.1.4. Размещение, предоставляемое бесплатно родственниками или знакомыми2.1.5. Прочее размещение на индивидуальной основе   |

 Описание средств размещения по группам:

1. Коллективные средства размещения туристов

1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения

1.1.1. Гостиницы:

Это группа включает в себя гостиницы, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные и пляжные гостиницы, клубы с проживанием и аналогичные заведения, представляющие гостиничные услуги, которые не ограничиваются ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла.

1.1.2. Аналогичные заведения:

Это группа включает в себя пансионы и меблированные комнаты, туристские общежития и аналогичные средства размещения, которые состоять из номера и предоставляют ограниченные гостиничные услуги, включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла.

1.2. Специализированные заведения:

Этот разряд включает в себя заведения, которые помимо представления размещения, выполняют какую-нибудь специализированную функцию. Они включают оздоровительные заведения, лагеря труда и отдыха, размещение в коллективных средствах транспорта и конгресс-центрах.

1.2.1. Оздоровительные заведения:

Это группа включает в себя лечебные и оздоровительные заведения, предоставляющие размещение, как например, здравницы, курорты, санатории, горные санатории, дома для выздоравливающих, дома для престарелых, оздоровительные фермы и прочие аналогичные заведения.

1.2.2. Лагеря труда и отдыха:

Эта группа включает в себя лагеря, предоставляющие для лиц, занимающихся определенной деятельностью во время отдыха, как например, сельскохозяйственные, археологические и экологические трудовые лагеря, лагеря и деревни отдыха, скаутские лагеря, горные приюты, хижины и аналогичные заведения.

1.2.3. Общественные средства транспорта:

Эта группа включает в себя средства размещения со спальными помещениями, относящиеся к коллективному общественному транспорту и неотделимо от него в плане расходов, что в основном относится к поездам, судам и яхтам.

1.2.4. Конгресс-центры:

Эта группа включает в себя заведения, предоставляющие размещение и специализирующиеся на предоставлении оборудования и услуг для проведения конгрессов, конференций, профессиональных курсов, медитаций и религиозных мероприятий, а также образования молодежи. Спальные помещения обычно предоставляются только участникам специализированных мероприятий, которые организованы соответствующим заведением или которые проводятся в его стенах.

 1.3. Прочие коллективные средства размещения

1.3.1. Жилища, предназначенные для отдыха:

Эта группа включает в себя коллективные помещения, имеющие единое руководство, как например, гостиница квартирного типа и комплексы домов или бунгало, организованные в качестве жилищ, и представляющие ограниченные гостиничные услуги (не включая ежедневную уборку постелей и уборку жилых помещений).

1.3.2. Площадки для кемпинга:

Эта группа включает в себя объекты на закрытых площадках, предназначенные для палаток, автофургонов, автоприцепов и домов на колесах, а также в качестве бухт для малых судов. Все эти объекты имеют единое руководство и предоставляют некоторые туристские услуги (магазин, информация, рекреационные виды деятельности).

 1.3.3. Прочие коллективные заведения:

Эта группа включает в себя молодежные гостиницы, туристские общежития, групповые средства размещения, дома отдыха для престарелых, средства размещения работников предприятий, гостиницы для рабочих, школьные общежития, а также аналогичные объекты, которые имеют единое руководство, обладают социальной ценностью и во многих случаях субсидируются.

 2. Индивидуальные средства размещения туристов

2.1 Индивидуальные средства размещения

2.1.1. Собственные жилища:

Эта группа включает в себя жилища, квартиры, виллы, особняки, коттеджи и т.д., которые используются во время туристской поездки посетителями, являющимся членами домашнего хозяйства – владельца. Эта группа включает в себя жилища, арендуемые на основе очередности (“таймшэринг”).

2.1.2. Арендуемые комнаты в семейных домах:

Средства размещения, входящие в эту группу, отличаются от пансиона тем, что турист живет с семьей, обычно проживающей в данном доме, и платит арендную плату.

2.1.3. Жилища, арендуемые у частных лиц или агентств:

Эта группа включает в себя квартиры, виллы, дома, коттеджи и прочие жилища, которые на временной основе сдаются в аренду в качестве полностью оборудованных единиц для размещения туристов на основе соглашения между домашними хозяйствами.

2.1.4. Размещение, предоставляемое бесплатно родственниками или знакомыми:

В рамках этой группы речь идет о туристах, которым их родственники или знакомые позволяют полностью или частично бесплатно использовать свой дом для размещения.

2.1.5. Прочее размещение на индивидуальной основе:

Эта группа, которая полностью не вписывается в категорию индивидуальных средств размещения туристов.

**2.4. Прием туристов с функциями питания**

Существуют следующие виды структур по приему туристов с функциями питания[[9]](#footnote-9)\*:

**Ресторан** - структура общественного питания, которая сочетает производство продуктов питания и обслуживание, предлагая клиентам широкий выбор кулинарных продуктов, кондитерских изделий, алкогольных и безалкогольных напитков.

Существуют 7 видов ресторанов: классический, специализированный, с национальной или местной спецификой, с артистической программой, кафе, пивная, летняя терраса:

- классический ресторан - структура общественного питания с широким ассортиментом кулинарных препаратов (горячие и холодные закуски, горячие жидкие блюда, кондитерские изделия, мороженое, фрукты, алкогольные и безалкогольные напитки, табачные изделия), а для создания развлекательной атмосферы может иметь и музыкальный ансамбль. Оказывает дополнительные услуги по организации банкетов, приемов и т.д.

- специализированный ресторан - структура общественного питания со специфическим ассортиментом, постоянно представленным в меню, соответствующим образом обустроенная и оборудованная.

Существуют 7 видов специализированных ресторанов: рыбацкий, охотничий, диетический, молочно-вегетарианский, шашлычная, гриль, семейный или пансион:

- рыбацкий ресторан - структура общественного питания, которая предлагает широкий ассортимент кулинарных продуктов из рыбы, салаты, напитки, декорированная предметами, связанными с рыболовством.

- охотничий ресторан - структура общественного питания, которая предлагает широкий ассортимент кулинарных продуктов из дичи (заяц, косуля, дикий кабан, гуси, дикие утки и т.д.), салаты, напитки, декорированная специфическими элементами охоты, включая внешний вид персонала.

- диетический ресторан - структура общественного питания, которая предлагает клиентам ассортимент диетических кулинарных изделий, приготовленных по рекомендациям медицинского работника, и безалкогольные напитки.

- молочно-вегетарианский ресторан - структура общественного питания, которая предлагает ассортимент кулинарных изделий, приготовленных на основе молока и молочных продуктов, яйца, мучные изделия, рис, овощные салаты, сладости, свежие молочные продукты, кондитерские изделия, мороженое, горячие и холодные безалкогольные напитки.

- ресторан-шашлычная - структура общественного питания малой вместимостью, которая предлагает мясо на вертеле (цыпленок, свиное или говяжье филе и т.д.), холодные закуски, салаты, прохладительные напитки, кофе, вино и узкий ассортимент алкогольных напитков. Производственные площади находятся в зале питания.

- ресторан-гриль - структура общественного питания, которая подает на заказ мясные продукты (свинину, говядину, ягнятину) и субпродукты (печень, почки, селезенка и т.д.), мититеи, колбаски, приготовленные на рашпере, и выбранные клиентом с витрины. Может также предложить чорбу, жаркое, салаты, соленья, сладости и т.д.

- семейный ресторан или пансион - структура общественного питания, которая предлагает разные варианты полных меню по доступным ценам. Может действовать на основе абонементов.

- ресторан с национальной или местной спецификой - структура общественного питания, которая предлагает ассортимент кулинарных изделий по местным гастрономическим обычаям (crama - винный погреб, coliba - хижина) или национальных (китайский, арабский, мексиканский и т.д.), традиционных или специфических для определенных зон.

- ресторан с артистической программой - структура общественного питания, которая своим обустройством и оборудованием обеспечивает проведение развлекательных программ (музыка, балет, цирк и т.д.).

- кафе - структура общественного питания, которая предлагает в течение дня холодные закуски, узкий ассортимент блюд, кондитерские изделия, горячие и холодные безалкогольные напитки, высококачественные алкогольные напитки, пиво.

- пивная - специфическая структура общественного питания для продажи большого ассортимента пива в специальных сосудах и определенные продукты и кулинарные изделия, сочетающиеся с пивом.

- летний сад (терраса) - структура общественного питания на свежем воздухе, обустроенная, оборудованная и декорированная в стиле сада, которая предлагает широкий ассортимент кулинарных изделий, алкогольные и безалкогольные напитки, кофе, фрукты и т.д.

 **Бар** - структура общественного питания с дневной или ночной программой, в которой подается широкий ассортимент алкогольных и безалкогольных напитков и узкий ассортимент кулинарных изделий.

Существуют 5 типов баров: ночной, дневной, кафе-бар, диско-бар, буфет-бар:

- ночной бар - структура общественного питания с развлекательным профилем, с ночным режимом работы и развлекательной программой, с широким ассортиментом высококачественных алкогольных напитков, безалкогольных напитков, кондитерских изделий, мороженым, фруктами, кофе.

- дневной бар - структура общественного питания, которая обычно действует в гостиницах и ресторанах или как самостоятельное заведение, и предлагает клиентам широкий ассортимент алкогольных и безалкогольных напитков, узкий ассортимент закусок, кондитерских изделий и возможности для развлечения (музыка, телевизор, игры).

- кафе-бар, кафетерий - структура общественного питания, которая совмещает подачу кофе с развлечениями, предлагает клиентам горячие и холодные закуски, кондитерские изделия, мороженое, высококачественные алкогольные напитки и безалкогольные напитки.

- диско-бар (дискотека, видеотека) - развлекательная структура общественного питания для молодежи, которая предлагает закуски, кондитерские изделия, мороженое, алкогольные и безалкогольные напитки. Развлечение обеспечивается музыкой, записанной и передаваемой через специальное оборудование диск-жокеем, и танцами.

- буфет-бар - структура общественного питания, которая предлагает узкий ассортимент горячих и холодных закусок, приготовленных в собственной кухне или приносимых извне, горячие и холодные безалкогольные напитки, алкогольные напитки.

**Fast-food**. Существуют 5 видов ресторанов fast-food:

- ресторан fast-food - структура общественного питания с быстрой подачей горячих и холодных кулинарных изделий, алкогольных и безалкогольных (пиво) напитков в бутылках.

- ресторан fast-food с самообслуживанием - ресторан fast-food, в котором клиенты сами берут блюда и напитки, с оплатой после выбора продуктов.

- буфет типа экспресс или бистро - структура общественного питания с быстрым обслуживанием, в которой поток посетителей не регламентируется, обслуживание производится продавцом с предварительной оплатой, оборудованная столами типа "экспресс".

- пиццерия - структура общественного питания, специализированная на реализации широкого ассортимента пиццы, а также закусок, салатов, кондитерских изделий, прохладительных напитков, пива, вин на розлив или слабых алкогольных напитков.

- snack-бар (закусочная) - структура общественного питания со стойкой-баром, который позволяет доступ большого числа потребителей, непосредственно обслуживаемых ассортиментом, приготовленным частично или полностью в их присутствии. Заведение предлагает широкий ассортимент кулинарных изделий (сосиски, жареные цыплята, бутерброды и т.д.), а также горячие и холодные безалкогольные напитки и алкогольные напитки в узком ассортименте.

**Кафетерий** - структура общественного питания, специализированная на реализации широкого ассортимента пирожных, тортов, печений, мороженого, горячих и холодных безалкогольных напитков.

**Кондитерская** - структура общественного питания специализированная на реализации - для потребления на месте или дома - собственных изделий в горячем виде (плацынды, струдели, бублики, пончики и т.д.). Ассортимент напитков включает пиво в бутылках, безалкогольные горячие, прохладительные, молочные напитки. Может быть организована и с узким профилем: пирожковая, булочная, бубличная, пончиковая, кондитерский бар.

**2.5. Деятельность по развлечению туристов**

В широком смысле радостные эмоции туриста могут быть связаны с любым моментом туристской поездки (передвижение к месту отдыха, фактом смены своего местоположения и самим отдыхом). Осуществляются и специальные виды деятельности, целенаправленно вызывающие соответствующие эмоции.

К деятельности по развлечению туристов можно отнести[[10]](#footnote-10)\*:

- организацию встреч и проводов;

- организацию и проведение массовых туристских мероприятий (слетов, соревнований и др.);

- экскурсионную деятельность;

- проведение туристских вечеров, праздников, ярмарок;

- и многое другое.

Менеджеры в области развлечений в основном строят развлекательные программы на основе традиций страны, ставят перед собою в качестве одной из задач познакомить иностранных гостей с обычаями, нравами, жизнью народов, населяющих страну. Широко и красочно отмечаются национальные праздники страны.

Во многих отелях праздникам посвящают вечерние программы (хотя это может быть и стандартная программа, но с ознакомительно-поздравительными элементами), в ресторанах в эти дни в меню включают особый праздничный сладкий десерт; на протяжении всего дня детям раздают шарики и конфеты, а ночью зажигают салют.

Однако в отели приезжают отдыхать не только граждане этой страны, но и граждане других стран. Поэтому при разработке и подготовке развлекательных комплексов и программ обязательно учитываются национальные особенности культуры, традиции, праздники, колорит стран, из которых в настоящее время прибыли гости. В первую очередь, это, конечно же, Рождество и Новый Год с обязательной установкой наряженной елки, организацией развлекательной программы с Санта-Клаусом и маленькими подарками от отеля.

Вообще, организация праздников, будь это национальные или международные - это один из важных моментов в построении развлекательных программ, и здесь главное - не упустить деталей, характерных именно для этого праздника, и внести сюда познавательные и привлекательные для всех туристов элементы.

**Заключение**

В заключение следует сказать, что статистика туризма является отраслью социально-экономической статистики и обследует вопросы развития туризма и туристской индустрии.

Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме (СИКТА)» разработана с целью изучения взаимодействия туризма с другими секторами экономики. СИКТА была принята Статистической комиссией Организации Объединенных Наций в марте 1993 года в качестве временной классификации, предназначенной для использования странами.

Предметом статистики туризма является обследование количественной стороны состояния и развития отрасли туризма в неразрывной связи с качественной стороной.

Главной целью статистики туризма является статистическое обследование явлений, как ограниченных рынками отдыха, так и охватывающих мировой рынок путешествий во взаимосвязи различных характеристик туризма, как для самостоятельного анализа деятельности в этой области, так и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов СНС.

Основными задачами статистики туризма являются организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

Статистика туризма как функция информационного обеспечения регулирования экономики должна адекватно учитывать отличия туризма от традиционных отраслей экономики, которые обусловлены не столько общей технологией производства, сколько специфическим потребительским сегментом. Экономическая деятельность в области туризма определяется в качестве «совокупной деятельности», некоторые компоненты которой относятся к различным видам деятельности.

В туристической деятельности можно выделить следующие виды деятельности:

1) деятельность турбюро, турагенств и бюро путешествий:

* бронирование услуг;
* оформление выездных документов на путешествия в зарубежные страны;
* доставка туристических путевок;
* обмен валют.

2) туристический отдых и путешествия по туристическим маршрутам.

3) деятельность для делового туризма:

- услуги переводчика, в т.ч. синхронный перевод;

# - обеспечение аудиовизуальным оборудованием;

- предоставление услуг связи, включающих прямую телефонную связь и систему передачи сообщений устных и письменных (телекс, факс и пр.);

* обеспечение компьютерной техникой;
* обеспечение оргтехникой;

- обеспечение информацией банка финансовых, экономических, промышленных данных;

- предоставление видеосистемы, передающей всемирные экономические новости.

4) рекламно-информационная деятельность туристических предприятий и организаций:

- предоставление информационных и рекламных материалов о туристских маршрутах;

 - выдача справок и оказание консультаций гражданам по вопросам организации туризма, обеспечения безопасности на туристских маршрутах;

 - предоставление туристских схем, описаний маршрутов, сложных естественных препятствий и объектов (пещер, речных порогов, течений и т.п.);

 - проведение туристских вечеров, праздников, ярмарок;

 - проведение выставок туристского снаряжения.

5) деятельность по предоставлению мест проживания.

6) транспортные услуги.

7) экскурсионная деятельность.

8) прочая деятельность туристических мероприятий и организаций:

- организация встреч и проводов;

 - организация и проведение массовых туристских мероприятий (слетов, соревнований и др.);

- обеспечение безопасности массовых туристских мероприятий;

 - обучение основам туристских навыков и умений;

 - профессиональная подготовка граждан и специалистов предприятий и организаций туристским и альпинистским навыкам и умениям;

- разработка туристских маршрутов различных видов и категорий сложности для граждан;

 - обустройство мест массового туристского отдыха;

 - выполнение для граждан работ, требующих специальной туристской и альпинистской подготовки;

 - индивидуальное обслуживание туристов на маршруте;

 - услуги пассажирских канатных дорог;

 - обучение служебных собак для использования их в спасательных работах (по заказам граждан).

Строго говоря, не существует никакого вида экономической деятельности в туризме, и любой вид деятельности приобретает туристский характер, только если использование произведенных им товаров и услуг связано, в основном, с туристским потреблением.

Список литературы

1. Азар В.И. Экономика и организация туризма. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1999
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект-Пресс, 2002. – 244с.
3. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.: Финансы и статистика, 2003
4. Единая система показателей функционирования туристической сферы в странах Содружества. - Статистический комитет СНГ, 2000
5. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003
6. Рекомендации по статистике туризма / ООН. Всемирная туристическая организация. - Нью-Йорк, 1994
7. Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. - М.: ИНФРА-М, 1997
8. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 1999
9. ФЗ «Об основах туристической деятельности РФ» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ
10. Экономика современного туризма./ Под ред. Карпова. - М.: Финансы и статистика, 1998
1. \* Экономика современного туризма./ Под ред. Карпова. - М.: Финансы и статистика, 1998. – с. 18 [↑](#footnote-ref-1)
2. \* Рекомендации по статистике туризма / ООН. Всемирная туристическая организация. - Нью-Йорк, 1994. с. 7 [↑](#footnote-ref-2)
3. \* Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 1999. – с. 28 [↑](#footnote-ref-3)
4. \* Рекомендации по статистике туризма / ООН. Всемирная туристическая организация. - Нью-Йорк, 1994. – с. 12 [↑](#footnote-ref-4)
5. \* Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003. – с. 43 [↑](#footnote-ref-5)
6. \* Экономика современного туризма./ Под ред. Карпова. - М.: Финансы и статистика, 1998. – с. 39 [↑](#footnote-ref-6)
7. \* Рекомендации по статистике туризма / ООН. Всемирная туристическая организация. - Нью-Йорк, 1994. – с. 81 [↑](#footnote-ref-7)
8. \* Рекомендации по статистике туризма / ООН. Всемирная туристическая организация. - Нью-Йорк, 1994. – с. 60 [↑](#footnote-ref-8)
9. \* Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. - М.: ИНФРА-М, 1997. – с. 34 [↑](#footnote-ref-9)
10. \* Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект-Пресс, 2002. – с. 20 [↑](#footnote-ref-10)