

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

А.А. Эштаев, Д.М. Ли

“МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТУРИСТКИЕ СТАНДАРТЫ”

Учебник

*Рекомендовано Советом по координации деятельности Учебно-Методических
Объединений Министерства Высшего и среднего специального образования в
качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по
направлениям 5810300-«Сервис (туризм)» и 5810100-«Туризм».*

Ташкент – 2007

А.А. Эштаев, Д.М. Ли

Международные туристские стандарты. Учебник. – Т.: «ТГЭУ», 2007. – 268с.

Настоящее издание содержит в себе комплексный учебно – методический материал по курсу «Международные туристские стандарты». Целью изучения данного курса является освоение студентами базовых понятий стандартов сервиса, рассмотрение тенденций развития и изменения международных стандартов сервиса в туризме.

Задачами курса «Международные туристские стандарты» являются:

1. Ознакомление с международными правилами и нормами стандартов обслуживания в туризме, закреплённых в различных документах.
2. Применение международных стандартов обслуживания туристов на рынке туристических услуг Узбекистана.

По окончании курса «Международные туристские стандарты» студенты должны знать мировые стандарты обслуживания в области туризма, иметь навыки туристского обслуживания, анализа современного состояния рынка туристских услуг Узбекистана, тенденций и перспектив его развития. Учебник предназначен для студентов высших учебных заведений, а также может быть полезен всем, кто занимается изучением международных нормативов предоставления туристических услуг и влияния стандартов обслуживания туристов на развитие международного и внутреннего туризма в Узбекистане.

Ответственный редактор: проф. А.Ш. Бекмуродов

Рецензенты: А. П. Темирходжаев, С. П. Силантьев

Мазкур наш ўз ичига “Халқаро туризм стандартлари” курси бўйича ўқув-услубий материаллар мажмуасини олган. Ушбу курснинг мақсади талабалар томонидан сервиснинг асосий стандартларини ўзлаштирилиши, туризмдаги сервисни халқаро стандартларининг ўзгариш ва ривожланиш тенденцияларининг кўриб чиқилишидир.

“Халқаро туризм стандартлари” курсининг вазифалари куйидагилардир:

1. Турли ҳужжатларда белгиланган туризмдаги хизмат кўрсатиш стандартларининг меъёрлари ва халқаро қоидалари билан танишиш.
2. Ўзбекистон туризм хизматлари бозорида туристларга хизмат кўрсатишнинг халқаро стандартларини қўллаш.

“Халқаро туризм стандартлари” курсининг якунланиши билан талабалар туризм соҳасида хизмат кўрсатишнинг жаҳон стандартларини билишлари, туризм хизматини кўрсатиш кўникмасига эга бўлишлари, Ўзбекистон туризм хизматлари бозорининг замонавий ҳолатини, тенденцияларини ва истикболларини таҳлил эта олишлари лозим. Дарслик Олий ўқув юртларининг талабалари учун мўлжалланган, ҳамда туризм хизматларини кўрсатишнинг халқаро меъёрларини, шунингдек туристларга хизмат кўрсатиш стандартларининг Ўзбекистондаги халқаро ва ички туризмнинг ривожланишига қиладиган таъсирини ўрганувчи барча инсонлар учун фойдали бўлиши мумкин.

Маъсул муҳаррир: проф. А.Ш. Бекмуродов

Такризчилар: А. П. Темирходжаев, С. П. Силантьев

This publication consists of the complex methodical material on the course of “International tourist standards”. Aim of this course is learning of basic terms of service standards, viewing of tendencies of development and changing of international standards of service in tourism.

Tasks of the course of “International tourist standards”:

1. Accompliance with international rules and norms of serving standards in tourism, which were described in various documents.
2. Use of international standards of tourist’s serving at the market of tourist services of Uzbekistan.

By the finishing of the course of “International tourist standards” students must know the world standards of serving in tourism, get the skills of tourist serving, of analyzing of modern state of Uzbekistan’s tourist services market & tendencies-perspectives of it’s development. The textbook is intended to the students of higher education, also can be useful to all, who learns the international norms of tourist serving and the influence of this standards to the development of international and internal tourism in Uzbekistan.

Managing editor: professor A.Sh.Bekmurodov

Reviewer: A.P. Temirkhodjaev, S.P. Silant’ev

©Ташкентский Государственный Экономический Университет

Содержание:

Тема 1. Введение в курс «Международные туристские стандарты».....	5
Тема 2. Сертификация туристских услуг.....	16
Тема 3. Международные правила сертификации тур услуг.....	28
Тема 4. Стандарты обслуживания в гостиницах.....	36
Тема 5. Международная гостиничная конвенция тур агентам.....	49
Тема 6. Стандарты обслуживания на предприятии общественного питания.....	59
Тема 7. Стандарты обслуживания за столом.....	70
Тема 8. Стандарты ведения ресторанного хозяйства.....	81
Тема 9. Общие вопросы безопасности туристов во время Путешествий.....	93
Тема 10. Межгосударственные соглашения по туризму.	102
Тема 11. Международная хартия туризма.....	116
Тема 12. Международная декларация по мировому туризму.....	124
Тема 13. Международное сотрудничество по туризму и охране окружающей среды.....	141
Краткий глоссарий основных профессиональных терминов, понятий и определений, используемых в туристской деятельности	151
Практический минимум	175
Литература.....	194
Приложение 1. Профессиональные стандарты гостеприимства.....	196
Приложение 2. Профессиональные требования для горничных.....	201
Приложение 3.Стандартные правила внутреннего распорядка рабочего персонала отеля «Марказий» (Ташкент).....	204
Приложение 4. Должностная инструкция администратора гостиницы	

"Малика Ташкент"	213
Приложение 5. Должностная инструкция администратора. Отеля «Сиявуш» г.Бухара.....	216
Приложение 6. Должностная инструкция портье.....	217
Приложение 7. Должностная инструкция гида переводчика.	219
Приложение 8. Должностная инструкция бармена.	220
Приложение 9. Должностная инструкция официанта.	221
Приложение 10. ГОСТ 286081. Межгосударственный стандарт. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристических услуг.	223
Приложение 11. ГОСТ Р 51185-98. Туристские услуги. Средства размещения.....	243
Приложение 12. Кодекс отношений между гостиницами и турагенствами Всемирной Федерации Ассоциаций Турагенств (УФТАА) и Международной Гостиничной Ассоциации (МГА)	247
Приложение 13. Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов	252
Приложение 14. Соглашение и стандартный контракт между отелем и перевозчиком.....	264
Приложение 15. Стандартные правила размещения	265

Тема 1. Введение в курс «Международные туристские стандарты»

План:

1.1. Место и роль туризма в сфере услуг.

1.2 Возможности развития туризма в Узбекистане.

1.3. Понятие стандартизации и стандарта.

1.1. Место и роль туризма в сфере услуг.

Сфера услуг представляет собой быстрорастущую отрасль мировой экономики. По мнению международных экспертов, в 2005 году объем предоставляемых услуг по стоимости будет превышать объем продажи товаров. Удовлетворение растущих потребностей клиентов в разнообразных услугах на высоком уровне является важнейшей задачей сферы услуг и каждого ее предприятия.

Одной из неотъемлемых частей рынка услуг является туризм, занимающий в мировой системе хозяйства ведущие позиции: на него приходится около 10 % произведённого в мире валового продукта и около 30% мировой торговли услугами. Туризм является наиболее демократичной и интернациональной сферой общественной деятельности. Сегодня это единственная отрасль экономики, которая способствует сохранению культурных ценностей и окружающей среды, пониманию их значимости для нынешнего и будущего поколений, сотрудничеству частного и государственного секторов экономики. Способствуя взаимодействию и взаимовлиянию различных культур, оказывая содействие в изучении прошлого целых народов, сфера туризма содержит в себе зародыши ценностей и стиля жизни будущих поколений. И наконец, туризм как ни одна другая отрасль,

способствует реальному увеличению рабочих мест и вакансий, тогда как большинство других благодаря инновациям существенно их сокращает.

В наши дни передвижение людей в туристских целях охватило все страны земного шара и, благодаря этому, контакты между людьми из разных стран становятся повседневной реальностью. Особенно интенсивно начали осваивать мир люди из закрытых прежде обществ. Можно с уверенностью утверждать, что международный туризм трансформирует эти общества.

Жители Узбекистана активно включились в процесс освоения прежде закрытых для них зарубежных стран. Активизировался и обратный процесс. Узбекистан становится все более посещаемым. Это обстоятельство побуждает к ускоренному развитию индустрии гостеприимства с приближением к мировым стандартам качественного обслуживания клиентов.

Узбекистан на международном рынке осуществляет продажу туристских туров через рекламу Великого Шелкового пути, который в древности пролегал через узбекские города. В связи с этим наиболее популярным туристским маршрутом является Ташкент-Самарканд-Бухара-Ургенч-Хива для группы в 10-20 чел.

Опрос туристских агентов, которые осуществляют продажу туров в другие страны Великого шелкового пути (такие как Китай, Иран, ОАЭ), показал, что цены турпродуктов этих стран ниже, чем поездка в Республику Узбекистан. Следовательно, рост доходов от туризма ожидается в республике не за счет увеличения цены тура, а в результате повышения качества предоставляемых услуг. Узбекистан обладает возможностями предоставления любых услуг, заказанных туристом, От каждого туриста в среднем поступает по 1200 долларов США, какая в этом случае будет прибыль, подсчитать несложно.

Эффект, связанный с развитием индустрии туризма состоит не только в том, что он дает некоторый исходный импульс в форме притока денежных средств, в частности, иностранной валюты, но и в том, что стимулирует развитие многих

отраслей народного хозяйства, строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и др.

Туризм является трудоемкой отраслью экономики, вследствие чего предопределена его роль в обеспечении занятости и создании дополнительных рабочих мест. Посредством своего прямого и косвенного воздействия туризм создает большое количество рабочих мест во многих отраслях экономики. Определить показатели занятости в туризме очень трудно, так как малое количество рабочих мест полностью зависит от туризма, его роль заключается в частичной поддержке большого количества рабочих мест по всей экономике ввиду того, что в обслуживании туристских потоков косвенно задействованы многие отрасли народного хозяйства, (такие как пищевая промышленность, транспорт, и т.д.).

Туризм является хорошим средством для создания рабочих мест в районах, имеющих природные и культурно-исторические достопримечательности. Промышленные города туристов обычно не привлекают. Районы Узбекистана, имеющие самый большой потенциал для развития туризма – те где в прошлом не было развития промышленности (Самарканд, Бухара, Хива).

Туризм оказывает косвенное влияние на повышение качества жизни в этих районах, поддерживая уровень обслуживания, который при других условиях был бы невозможен. Это, в свою очередь, привлекает предпринимателей, которые будут организовывать бизнес в этих регионах, активизирует их деятельность, увеличивает занятость. Последнее позволяет через некоторое время без ущерба снизить расходы на социальные программы. Помимо интеграции технологий происходит повышение образовательно-квалификационного уровня работников, занятых в различных отраслях народного хозяйства. При этом подсчитано, что стоимость создания рабочего места в туризме составляет только 40% от стоимости создания рабочего места в промышленном производстве (последние европейские оценки). Следовательно, развитие туризма также будет весьма выгодно и тем, что может послужить катализатором развития других секторов экономики.

Возрастающая значимость туризма в экономике, повышение сложности коммерческой работы в этой сфере, усиление конкуренции на рынке туризма вызывают потребность в хорошо подготовленных специалистах, которые должны свободно ориентироваться в хозяйственной деятельности туристических фирм, организации гостиничного и ресторанного сервиса, транспортном обслуживании туристов.

Студенты, изучающие сегодня проблемы туристского бизнеса, - это те молодые люди, которые вскоре должны стать опытнейшими специалистами высокой квалификации. Нынешнему обществу нужны специалисты широкого профиля, политически грамотные, идейно-убежденные, патриотически настроенные, умеющие работать с людьми, обладающие высоким уровнем культуры и образованности, а также нравственной чистоты и зрелости.

1. 2. Возможности развития туризма в Узбекистане.

По прогнозам Всемирной туристической организации к 2020 году число путешественников на планете возрастет до 1.6. млрд. человек, в то время как в 1998 году их насчитывалось 625 млн. За период с 1987 года ежегодный рост туризма в мировом распределении услуг составлял в среднем 14.8. процента, в других отраслях он был лишь на уровне 8.8. процента. Статистические данные о развитии современного международного туризма показывают, что в последние годы общий объем прибыли от туризма в мировом хозяйстве конкурирует с такими отраслями, как добыча нефти и газа. В ряде зарубежных стран вклад от туристической отрасли в валовой национальный доход составляет 15-35 процентов. Развитие мировой индустрии туризма за последние годы достигло невообразимых результатов. В последние годы туризм становится одной из наиболее перспективных сфер народного хозяйства и в Республике Узбекистан.

Обретение независимости позволило вернуться к истокам нашей культуры. В них мы черпаем силы в осуществлении глубоких преобразований общества. Этому

же должна способствовать реализации грандиозного проекта восстановления Великого Шелкового пути – экономического и культурного моста между Европой и Азией.

Благодаря своему выгодному геополитическому расположению в регионе, а также большому культурному и историческому наследию, Узбекистан имеет огромный туристско-экскурсионный потенциал, а именно:

- Стратегически благоприятное расположение Узбекистана на перекрестке путей из Европы в Азию;
- Хорошие международные воздушные сообщения и сравнительно высокий уровень обслуживания НАК «Узбекистан Хаво Йуллари»;
- Прекрасно сохранившееся архитектурное наследие Бухары, Самарканда и Хивы, включение этих городов в перечень наиболее значимых историко-культурных памятников мира;
- Известность зарубежным гостям Бухары и Самарканда;
- Узбекистан является исторической родиной многих современных жителей Израиля и России;
- Здесь сохранились важные священные места, привлекающие буддистов и мусульман.

Для того, чтобы повысить эффективность туризма, в республике, необходимо иметь развитую инфраструктуру туризма, поэтому правительство, местные администрации и частный сектор стремятся формировать соответствующую туристическую инфраструктуру в стране.

В настоящее время существует ряд серьезных проблем, препятствующих свободному перемещению иностранных туристов в Узбекистане. К основным проблемам инфраструктуры туризма в республике можно отнести следующие:

1. Резкое сокращение потока туристов из соседних стран. Отсутствие условий нормального перемещения иностранных туристов по странам СНГ.

Существующие визовые и таможенные требования тормозят развитие индустрии туризма в Узбекистане;

2. Существующие проблемы в транспортном обслуживании.
3. Уровень обслуживания в гостиницах не отвечает требованиям иностранных туристов, отношение персонала гостиниц к посетителям оставляет желать лучшего;
4. Низкая доля комнат в гостиницах, соответствующих мировым стандартам (в среднем 37 % комнат готовы принимать иностранных посетителей) и высокие тарифы проживания в гостиницах («Intercontinental», «Sheraton» и др).
5. Высокие налоги на основные и дополнительные услуги гостиниц и других хозяйств, заинтересованных в расширении видов услуг (НДС и налог на доходы);
6. Высокие эксплуатационные расходы гостиниц и ресторанных хозяйств (65-70% расходов), которые диктуют более высокую стоимость проживания в гостиничном хозяйстве, чем в частном секторе (в 10 раз дороже);
7. Ведомственная разобщенность подразделений и различные формы собственности по приватизированному сектору без отлаженных механизмов координации между различными турфирмами привели к недостаточному развитию прямых связей с зарубежными партнерами;
8. Отсутствие туристских агентств в крупных городах Узбекистана и за рубежом по реализации туристских услуг и их реклама.
9. Необходимо отметить, что инфраструктура туризма на территории Узбекистана распределена крайне неравномерно. В городе Ташкенте и Ташкентской области сосредоточено 36% всего потенциала туризма. Крупным инфраструктурным потенциалом более 73% обладают четыре области (Ташкентская, Самаркандская, Бухарская и Хорезмская) и город Ташкент. Ферганская долина имеет 19% инфраструктуры туризма.

Без достаточно развитой инфраструктуры, увеличение количества посетителей и соответственно объема валютных поступлений нереально. Следовательно, состояние инфраструктуры непосредственно оказывает влияние на уровень развития туризма и формирование имиджа страны. Предполагается, что при оказании должного внимания вышеуказанным проблемам возможно достижение определённого роста в индустрии туризма Узбекистана.

1.3. Понятие стандартизации и стандарта.

В соответствии с Законом Республики Узбекистан «О стандартизации от 28.12.93» стандартизация – это деятельность по установлению норм, правил и характеристик в целях обеспечения:

- безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;
- качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и имущества;
- единства измерений;
- экономии всех видов ресурсов;
- безопасности хозяйственных объектов;
- обороноспособности страны.

Кроме того, стандартизация – это нормативный метод управления и способ рационализации инженерных, производственных, внешне экономических и многих других процессов.

Согласно стандарту под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально – бытовых потребностей потребителя

услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей; создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и пр.

Социально-культурная услуга- это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и пр.

Таким образом, стандарт позволяет определить место туристских услуг среди многообразия услуг, оказываемых населению, и относит их к социально-культурным услугам.

Главный инструмент стандартизации – стандарт, представляющий собой официально признанный документ, отражающий оптимальный результат исследований или практического опыта и содержание комплекс норм или требований к отдельным объектам или повторяющимся действиям. Инструментом практической деятельности стандарты становятся благодаря следующим свойствам:

- стандарты служат точным эталоном того предмета или явления, которое будет воспроизводиться на их основе;
- стандарты содержат оптимальное решение изделия или процесса;
- стандарты остаются неизменными на определенное, экономически эффективное время.

В настоящее время создаётся новая модель стандартизации, в основу которой положены следующие принципы;

- адекватность целей новой системы стандартизации проводимой в Узбекистане экономической реформе и их гармонизация с целями национальных

систем стандартизации стран с развитой рыночной экономикой, в числе этих целей – повышение конкурентоспособности продукции узбекских производителей на мировом рынке, устранение технических барьеров в производстве и экспорте, экономия всех видов ресурсов и улучшение экономических показателей производства;

- опора национальной системы стандартизации Узбекистана на законодательные акты, как это принято в экономически развитых странах, и соответствие таких актов международным нормам и правилам, а также национальным законодательствам соответствующих стран в области технологии; следование этому принципу предполагает непосредственное применение международных и зарубежных стандартов, в том числе и для целей сертификации.

Активное и рациональное применение в своей деятельности стандартов (в первую очередь, международных) и сертификатов качества экономически весьма целесообразно для предприятий Узбекистана.

Это позволяет обеспечить требуемое качество продукции (услуг), организовать отлаженный и непрерывный технологические процесс, а в конечном счете, приводит к преодолению технических барьеров на внешних рынках, расширению базы производственного сотрудничества с зарубежными партнёрами, установлению более высокого уровня цен на продукцию (услуги), и в целом повышению уровня конкурентоспособности предприятий Узбекистана на мировом рынке.

Вывод:

Узбекистан обладает уникальными конкурентными преимуществами развития международного туризма. На территории республики расположено свыше 4 тысяч памятников архитектуры, многие из которых находятся под охраной ЮНЕСКО. Места посещения туристов и достопримечательности Узбекистана являются самыми популярными во всей Центральной Азии. В то же время Узбекистан активно участвует в проекте ООН по устойчивому человеческому развитию.

Эксперты ООН считают, что туризм, обеспечивая устойчивое развитие страны, содействует сохранению культурного и природного наследия. Узбекистан становится все более посещаемым. Это обстоятельство побуждает к ускоренному развитию индустрии гостеприимства с приближением к мировым стандартам качественного обслуживания клиентов и с внедрением инноваций в сфере культурного туризма.

Ключевые слова: Сфера услуг, международный туризм, внутренний туризм, индустрия гостеприимства, инфраструктура туризма, понятие качества в обслуживании, стандарты обслуживания.

Контрольные вопросы:

1. Место туризма в национальной экономике.
2. Туристские ресурсы Узбекистана.
3. Проблемы развития туризма в Узбекистане.
4. Свод-анализ возможности развития туризма в Узбекистане.
5. Государственная политика в области туризма.
6. Стандарты качественного обслуживания.
7. Сертификация в туризме.
8. Национальная система стандартизации.
9. Законодательные акты в туризме.
10. Зарубежные стандарты сертификации.

Рекомендуемая литература

1. Закон Республики Узбекистан от 20.08.1999 г. N 830-1 "О туризме". Новые законы Узбекистана. Т.22 –Т.: Адолат, 2000. 131-140с.
2. The community tourism guide. Marc Mann, for tourism concern, London, 2000, 69-76с.
3. Нежинская В.И. Медицинское обеспечение туризма, Санкт-Петербург, 1996, 59-75с.

4. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
5. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
6. Бухарова З. Международные стандарты качества обслуживания в туристских индустрии. Битирув малкавий иши, Тошкент 2002,
7. Интернет сайты:
 1. www.tourism.ru 2. www.travel.ru 3. www.palomnik.ru
 4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
 5. <http://www.world-tourism.org>

Тема 2. Сертификация туристских услуг.

План:

- 2.1. Понятие и цели сертификации. Сертификация обязательная и добровольная.**
- 2.2. Методы проверок сертификации туристских услуг.**
- 2.3. Принципы и перспективы развития сертификации в сфере услуг.**

2.1. Понятие и цели сертификации.

Сертификация обязательная и добровольная.

В соответствии с Законом Республики Узбекистан «О сертификации продукции и услуг» сертификация это совокупность действий и процедур по признанию и подтверждению соответствия того или иного объекта (услуг) предъявляемым (установленным) требованиям. Порядок сертификации тур. услуг распространяется на Узгосстандарт, аккредитованные им органы по сертификации указанных услуг, а также на субъектов туристской деятельности. Под туристскими услугами понимается деятельность субъекты (гостиниц, тур.комплексов, кемпингов, мотелей, пансионатов, предприятий общественного питания, транспорта, учреждений культуры, спорта и других) по удовлетворению потребностей клиентов.

Сертификация осуществляется в целях:

- создания условий для деятельности предприятий, учреждений, организаций и предпринимателей на едином товарном рынке Республики Узбекистан, а также для участия в международной торговле; в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве.
- содействия потребителям в компетентном выборе продукции;
- защиту потребителя от недобросовестного изготовителя (продавца, исполнителя);

- подтверждения показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Сертификация может иметь обязательный и добровольный характер.

Обязательную сертификацию осуществляют в соответствии с «Номенклатурой продукции и услуг, подлежащих обязательной сертификации». Если проведение обязательной сертификации не предусмотрено, то по инициативе юридических лиц и граждан может проводиться добровольная сертификация.

Добровольную сертификацию вправе осуществлять любое юридическое лицо, взявшее на себя функцию органа по добровольной сертификации и зарегистрировавшее систему сертификации и знак соответствия в Госстандарте страны.

Сертификат соответствия – документ, выданный по правилам системы сертификации, осуществляющих сертификацию по правилам, установленным требованиям.

Система сертификации создается государственными органами управления и организациями и представляющих сертификацию по правилам, установленным в этой системе в соответствии с Законом о сертификации. В систему сертификации могут входить организации независимо от форм собственности, а также общественные объединения.

Знак соответствия – зарегистрированный в установленном порядке знак, которым по правилам, установленным в данной системе сертификации, подтверждается соответствие устанавливается Госстандартом страны.

Согласно «Закону о туристской деятельности» сертификации подлежат туристские продукты, реализуемые туроператорами и турагентами. Сертификация проводится по Правилам сертификации туристских услуг, утвержденным Национальным Госстандартом. На основании Правил проводится сертификация туристского продукта по требованиям, направленным на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов, сохранности имущества туристов, охраны окружающей

природной среды, соответствия туристской услуги функциональному назначению, точности и своевременности исполнения.

Сертификацию туристского продукта осуществляют органы по сертификации, аккредитованные в установленном порядке и зарегистрированные в Госстандарте страны. Функции этого органа могут выполнять организации, отвечающие требованиям независимости и компетентности.

При сертификации туристского продукта проверяются показатели, характеризующие услуги и условия обслуживания, путем анализа информационно-рекламных проспектов, договоров с туристами, туристских путевок, паспортов маршрутов, туристских ваучеров, договоров с гостиницами, транспортными организациями, со страховыми компаниями, с иностранными фирмами и пр. например, обязательным условием сертификации гостиниц является наличие заключений соответствующих государственных служб (пожарной, санитарно-эпидемиологической; технического и других органов надзора), осуществляющих контроль за безопасностью в пределах своих полномочий.

Работники органа по сертификации не вправе проверять показатели коммерческой деятельности турфирмы. Они обязаны обеспечить конфиденциальность информации, составляющей коммерческую тайну. Разглашение такой информации влечет дисциплинарную и гражданско-правовую ответственность, в частности обязанность возместить убытки, причиненные этими действиями.

В соответствии с Законом запрещается рекламировать продукцию и услуги, подлежащие обязательной сертификации, но не имеющие сертификата соответствия. Отказ туроператора или турагента от обязательной сертификации туристского продукта, отрицательный результат его сертификации, а также аннулирование действия сертификата соответствия, влекут за собой приостановление или прекращение действия лицензии на осуществление туристской деятельности.

Сертификация позволяет реализовать единый подход к оценке качества различных объектов, гарантирует стабильность изготовления продукции необходимого качества, поскольку распространяется и на организацию производства. Сертификат на продукцию, услугу или систему качества служит потребителю своего рода путеводителем в лабиринтах конкурентного рынка, а изготовителю документальным подтверждением его конкурентоспособности.

Сертификация неразрывно связана со стандартизацией. В силу этого сертификация не может эффективно выполнять свою функцию повышения уровня конкурентоспособности предприятий Узбекистана и их продукции, если будет опираться на малоподвижную, жесткую систему стандартизации.

Хотя сертификация в странах Запада не носит принудительного характера, узбекистанские предприятия на собственном опыте познали отрицательный результат экспорта не стандартизованных и несертифицированных изделий. Их приходится продавать по бросовым, демпинговым ценам, не говоря уже о количественном ограничении экспорта.

За рубежом все более широкое распространение получает обязательная сертификация, и вызвано это, как правило, требованиями безопасности, охраны здоровья и окружающей среды. Мировое сообщество накопило большой практический опыт в различных отраслях науки и техники, обобщенный в международных стандартах (МС). Сегодня на мировом рынке становится все более затруднительным выступать с товарами, услугами и технологиями без соблюдения требований МС или стандартов стран импортёров, базирующихся на МС. Разница в ценах сертифицированной и не сертифицированной продукции и услуг колеблется от 20% до нескольких раз.

Стоимость проверки и испытания продукции в Узбекистане на предмет ее сертификации колеблется в значительных пределах: в среднем от 50 до 1000 долл. США. Услуги таких получивших мировое признание организаций, как Регистр Ллойда, Немецкое общество по сертификации систем качества и др. - оцениваются

в разных случаях от 50000 до млн.долл. США. В Германии разработка одного стандарта ДИН обходится примерно в 100000 тыс. немецких марок.

Тем не менее доля стоимости услуг по сертификации в продажной цене сертифицированной продукции обычно незначительно и составляет десятые доли процента, а по импортируемым товарам (при ввозе в Узбекистан, например)- 0,01% их таможенной стоимости.

2. 2. Методы проверок сертификации туристских услуг.

При сертификации туристских услуг проверяются характеристики оказываемых услуг и используются методы проверок, позволяющие провести идентификацию услуги, в том числе проверить её принадлежность к классификационной группировке (ОКУН), также для подтверждения соответствия сертифицируемых туристских услуг обязательным требованиям, установленным в нормативных документах. Состав проверенных показателей определяется при сертификационной проверке исходя из целей сертификации туристских услуг.

Схема применяемая при обязательной сертификации туристских услуг, устанавливается органом по сертификации с учетом особенностей исполнения тур.услуг.

В таблице №1 приведены схемы сертификации.

Таблица №1

Номер схемы	Оценка мастерс тва исполне ния	Оценка процесса оказания услуги	Аттестация предприя тия	Сертифика ция системы качества	Проверка результата услуги (выборочная)	Контроль за сертифициро ванной услугой
1	+	-	-	-	+	+
2	-	+	-	-	+	+
3	-	-	+	-	+	+
4	-	-	-	+	-	+

+ - процедура проводится

Проверка результата услуги проводится путем экспортной или социологической оценки.

Схема 1. Предусматривает проверку мастерства исполнителя услуги, знаний технологической и нормативной документации, правил обслуживания, наряду с выборочной проверкой результата услуги и последующим инспекционным контролем качества услуги у исполнителя путём социологической (экспортной) оценки.

Рекомендуется для экскурсий, походов выходного дня, турбюро.

Схема 2 Предусматривает оценку процесса оказания услуги от продажи путёвки и формирования группы до окончания тура, включая элементы системы качества:

- процедуру информирования туриста о предоставляемых туристских услугах (до приобретения путёвки) с целью установления различий между требованиями потребителя и возможностями предприятия, оказывающего туристскую услугу;

- процедуру по заключению контрактов с субподрядчиками определение требований при заключении контрактов с организациями, взаимодействующими

при реализации туристских услуг (гостиницы, транспортные предприятия, страховые компании, организации общественного питания и т.д.)

- процедуру по определению потребности в персонале, участвующем в предоставлении услуги, подбора соответствующего персонала;
- процедуру по ведению записей в процессе предоставления услуги для подтверждения соответствия установленным требованиям;
- проведение анализа со стороны руководства с целью подтверждения соответствия качества предоставляемых услуг установленным требованиям, принятия решений по выявленным несоответствиям качества предоставляемых услуг установленным требованиям, принятия решений по выявленным несоответствиям и предложениям по улучшению работы.

Рекомендуется для туристских путешествий по маршрутам, турагентов.

Схема 3. Предусматривает аттестацию туристских предприятий с выборочной проверкой результата услуги с последующим инспекционным контролем. При сертификации по этой схеме предприятию присваивается определенная категория («звезда») в соответствии с Гостстандартом..

Рекомендуется для гостиниц, мотелей и кемпингов.

Обязательным условием сертификации гостиниц является документальное подтверждение (наличие заключений) соответствующих государственных служб (пожарной, санитарной, технического и других органов надзора), осуществляющих контроль за безопасностью в пределах своей компетенции.

Предприятия питания при гостиницах должны иметь сертификат соответствия на требования безопасности.

Схема 4. Предусматривает сертификацию системы качества с последующим контролем за стабильностью её функционирования.

Рекомендуется для всех видов туристских предприятий и гостиниц. Эта схема наиболее предпочтительна для туристских бюро.

Для проверки качества данных услуг используются методики контроля технологических процессов и оценка процесса оказания услуг, мастерства исполнителей, результаты испытаний и социологических опросов.

Основные требования основываются на международных, межгосударственных стандартах и государственных стандартах Республики Узбекистан.

2. 3. Принципы и перспективы развития сертификации в сфере услуг.

В связи с выходом Республики Узбекистан на международный рынок в сфере услуг, производство услуг является актуальной и необходимой задачей, которая стоит перед нашими производителями и потребителями услуг, поэтому одной из гарантий завоевания рынка сбыта и удерживания на нем, является сертификация услуг и её признание на международном уровне.

В настоящее время экспорт услуг во всем мире оцениваются 30 % объема мировой торговли.

В международной торговле лидируют услуги туризма. транспортные перевозки, лизинговые услуги, услуги общественного питания, здравоохранения и образования.

Учитывая важность высказанного и исходя из перспективности и актуальности деятельности в этой области, вносящий достойный вклад в развитие социально – экономического потенциала Республики, расширение и развитие политических, торгово-экономических связей Узбекистана, рост его международного авторитета, с целью доведения качество оказываемых услуг до уровня требований мировых стандартов считается целесообразным:

1. Узгосстандарту совместно с организациями и предприятиями Республики Узбекистан, оказывающим различные услуги, уделять особое внимание на создание инфраструктуры системы сертификации услуг в соответствии с требованиями Национальной системы сертификации и международных стандартов .

2. Рекомендовать предприятиям и организациям, заинтересованным в оценке и сертификации услуг организовать испытательные лаборатории методические центры и центры по социологическим опросам с последующей аккредитацией в Национальной системе сертификации Республики Узбекистан (НСНС РУ)

3. Узбекскому Институту исследований и Повышения кадров в области метрологии и стандартизации сертификации и управления качеством (Уз ИИПК)

3.1 Уделять особое внимание на разработку основополагающих нормативных документов по созданию и внедрению процедуры сертификации услуг приоритетных направлений.

3.2 Разработать программу и мероприятия по ее реализации в области переподготовки преподавателей, персонала и кадров, занимающихся стандартизацией и сертификацией услуг исходя из современных требований условий рынка и международных стандартов

4 Узбекскому государственному центру по стандартизации, метрологии и сертификации при Кабинете Министров РУ (Узгосстандарту)

4.1 Усилить организационные работы по оказанию методической и практической помощи организациям, оказывающим услуги клиентам в создании условий и базы для развития системы сертификации услуг.

4.2 Ввести в практику добровольную сертификацию услуг, как средство повышения конкурентоспособности и престижности отечественных сервисных организаций и как гарантии защиты прав потребителей

4.3 Организовать повышение профессионального уровня специалистов, занимающихся оказанием консультаций и сертификаций услуг, путем проведения обучения в УЗ ИИПК и стажировок в зарубежных сертифицирующих организациях.

4.4 Активно сотрудничать со средствами массовой информации по проведении различных мероприятий по развитию и созданию конкуренции на рынке оказания услуг, актуальности и перспективности экономической выгоды сертификации услуг.

Вывод:

Главным инструментом стандартизации является стандарт – официально признанный документ, отражающий оптимальный результат исследований или практического опыта и содержащий комплекс норм или требований к отдельным объектам или повторяющимся действиям. Стандарты служат точным эталоном того предмета или явления, которое будет воспроизводиться на их основе. Стандарты содержат оптимальное решение изделия или процесса. Стандарты остаются неизменными на определенное, экономически эффективное время.

В основу стандартизации положен принцип адекватности целей новой системы стандартизации проводимой в Узбекистане экономической реформе и их гармонизация с целями национальных систем стандартизации стран с развитой рыночной экономикой, в числе этих целей – повышение конкурентоспособности продукции узбекских производителей на мировом рынке, устранение технических барьеров в производстве и экспорте, экономия всех видов ресурсов и улучшение экономических показателей производства;

- опора национальной системы стандартизации Узбекистана на законодательные акты, как это принято в экономически развитых странах, и соответствие таких актов международным нормам и правилам, а также национальным законодательствам соответствующих стран в области технологии; следование этому принципу предполагает непосредственное применение международных и зарубежных стандартов.

Глоссарий:

сертификация обязательная и добровольная, знак соответствия, определитель качества, уровень стандарта, сертифицирующие органы.

Контрольные вопросы:

1. Цели и функции сертификации.
2. Виды сертификации.
3. Перспективы сертификации туристских услуг.

4. Порядок осуществления сертификации.
5. Содействие потребителям в компетентном выборе продукции.
6. Защита потребителя от недобросовестного изготовителя.
7. Подтверждение показателей качества продукции.
8. Обязательный и добровольный характер сертификации.
9. Номенклатура продукции и услуг.
10. Госстандарт страны.
11. Сертификат соответствия.

Литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе
2. развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // Народное слово. 15.04.1999.
3. «О лицензировании туристской деятельности» Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 497 от 11.11.2003 г.
4. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004
5. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
6. Г.А. Папирян. Менеджмент в индустрии гостеприимства, М. «Экономика»2000. С. 48-52.
7. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
8. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
9. Бухарова З. Международные стандарты качества обслуживания в туристских индустрии. Битирув малкавий иши, Тошкент 2002,
10. Интернет сайты:
1. www.tourism.ru 2. www.travel.ru 3. www.palomnik.ru

4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>

<http://www.world-tourism.org>

Тема 3. Международные правила сертификации туристских услуг.

План:

3.1 Концепция по разработке и внедрению межгосударственных стандартов в области туризма в государствах-участниках Содружества независимых государств.

3.2. Правила сертификации туристских услуг.

3.3 Общие положения по сертификации тур услуг.

3.1 Концепция по разработке и внедрению межгосударственных стандартов в области туризма в государствах-участниках Содружества независимых государств.

Концепция по разработке и внедрению межгосударственных стандартов в области туризма в государствах-участниках СНГ представляет собой совокупность согласованных подходов государств-участников содружества к созданию благоприятной общественной, правовой и экономической среды для интенсивного развития туристского бизнеса, гарантий государственной поддержки этого сектора экономики, подготовки кадров для нужд туризма, получения содействия его развития в государствах-участниках содружества со стороны мирового сообщества, установления тесного сотрудничества с правительственными и деловыми туристскими кругами зарубежных стран.

Концепция разработана на основе:

1. Соглашения о принципах сближения хозяйственного законодательство государств-членов содружества (Бишкек, 9 октября 1992 года);
2. Соглашения о сотрудничестве в области туризма (Ашгабат 23, декабря 1993 года);%
3. Соглашения о проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации (МГС) (Москва 13 марта 1992 года);

Согласно принятой концепции Совет по туризму государств- участников Соглашения о сотрудничестве в области туризма и СНГ инициируют создание Межгосударственного технического комитета по стандартизации в области туризма (МТК). Национальные органы управления туризмом инициируют создание технических комитетов по стандартизации туристских услуг (ТК) которые утверждаются национальными органами по стандартизации, метрологии сертификации: разрабатывают предложения для включения в годовые планы межгосударственной стандартизации, дают предложения к перечню туристских услуг, подлежащие обязательной сертификации; готовят предложения о целесообразности их использования, определяют порядок аккредитации и аккредитуют органы по обязательной сертификации туристского продукта, ведут учет результатов такой сертификации, при этом аккредитация органов по сертификации туристских услуг осуществляет в соответствии с действующими системами сертификации государств-участников содружества независимых государств.

Стандартизация и сертификация осуществляется в соответствии с графиком проведения работ и подготовки документов по разработке и внедрению межгосударственных стандартов и систем сертификации в области туризма в государствах-участниках СНГ.

Основными принципами формирования межгосударственных стандартов, а также сертификации туристских услуг являются:

Приоритетное прямое применение международных стандартов, правил и процедур сертификации:

Общность функционального назначения туристских услуг;

Общность технических и технологических принципов исполнения туристских услуг, методов их контроля и оценки;

Общность нормативных документов.

3.2. Правила сертификации туристских услуг.

1. Область применения

Правила сертификации туристских услуг (далее - Правила) разработаны на основе Правил по Проведению сертификации в Российской Федерации и основополагающих документов Системы сертификации и устанавливают общие правила, организационную структуру, схемы сертификации туристских услуг и услуг гостиниц (далее- туристских услуг).

Правила предназначены для проведения, сертификации туристских услуг по требованиям безопасности жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества, охраны окружающей среды и качества услуг в соответствии "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и

услуг" и другими законодательными актами в области сертификации.

2. Определения

Используемые в настоящем документе понятия, термины и их определения соответствуют "О сертификации продукции и услуг"

Основные термины, используемые в документе:

1. Туристская, экскурсионная услуга- деятельность предприятий, организаций, учреждений или граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей населения в путешествиях, отдыхе или экскурсиях.

2. Турист- любое физическое лицо, которое путешествует внутри страны или в какую-либо страну, не являющуюся страной его постоянного местожительства, и главной целью поездки которого не является занятие трудовой деятельностью, оплачиваемой из финансового источника в посещаемой местности.

3. Туристское предприятие- предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие туристские и (или) экскурсионные услуги (далее - тур предприятие).

4. Туристский маршрут (тур) путь следования туристов или транспортных средств по определенному маршруту в конкретные сроки, обеспеченный

комплексом услуг (бронирование, транспорт, размещение, питание и т.д.), обусловленных программой тура (туристским ваучером).

5. Экскурсия - туристская услуга продолжительностью не более одного дня.

6. Турагенство - предприятие, осуществляющее реализацию туристского продукта.

7. Средства размещения (гостиница, мотель, кемпинг, турбаза, пансионат и т.д.)- предприятия, оказывающие услуги по размещению.

3.3. Общие положения по сертификации турпродукта.

- Сертификацию туристских услуг осуществляют органы по сертификации, аккредитованные в установленном порядке .

- Система сертификации туристских услуг (далее - Система) является открытой для участия в ней предприятий и организаций различных форм собственности, предпринимателей, заинтересованных в деятельности по сертификации туристских услуг.

- Система предусматривает свободный доступ для исполнителей и потребителей услуг, общественных организаций, а также всех других заинтересованных предприятий, организаций и отдельных лиц к информации о деятельности в Системе, о ее правилах, участниках, результатах аккредитации и сертификации.

- Система обеспечивает конфиденциальность- информации, составляющей коммерческую тайну.

- Сертификация может проводиться по схемам сертификации, принятым в настоящей Системе.

- Определенные схемы сертификации услуг осуществляют с учетом специфических особенностей вида туристских услуг.

- Объектами сертификации в Системе являются: предприятия, оказывающие услуги;

- Сертификацию систем качества проводят органы по сертификации услуг с привлечением аттестованных экспертов по системам качества.

- Перечень сертифицируемых услуг и нормативных документов, в соответствии, с которыми проводится сертификация, приведен.

- Испытательные (социологические) лаборатории выполняют функции, связанные с

1) проверкой соблюдения требований безопасности и качества туристских услуг при обслуживании. (в туристских походах, во время экскурсий, в гостиницах и т.п.);

2) социологической (или экспертной) оценкой безопасности, качества услуг и условий обслуживания.

- При добровольной сертификации услуг заявитель сам определяет документы, на соответствие требованиям которых проводится сертификация на условиях договора между заявителем и органом по сертификации, аккредитованным в Системе.

Порядок проведения сертификации

1. При сертификации услуг в Системе должны проверяться характеристики (показатели) услуг, условий обслуживания и использоваться методы проверок (оценок), позволяющие: провести идентификацию услуги, в том числе проверить ее принадлежность к классификационной группировке, соответствие техническим документам (паспорту маршрута, информационно-рекламному проспекту, путевке и пр.) и функциональному назначению; полно и достоверно подтвердить соответствие услуг требованиям безопасности, установленным в нормативных документах.

2. Для сертификации туристских услуг в Системе применяют следующие схемы:

- Туристско-экскурсионное обслуживание;
- Квалификация гостиниц туристского – гостиничного обслуживания;
- Услуги населению. Термины и определение;
- Общественное питание. Термины и определение;

- Модель обеспечения качества услуг;
- Классификация предприятий. Общественное питание;
- Кулинарная продукция. Общественное питание. ОГУ.

Вывод:

Согласно принятой концепции по разработке и внедрению межгосударственных стандартов в области туризма в государствах-участниках Содружества независимых государств национальные органы управления туризмом инициируют создание технических комитетов по стандартизации туристских услуг (ТК) которые утверждаются национальными органами по стандартизации, метрологии сертификации: разрабатывают предложения для включения в годовые планы межгосударственной стандартизации, дают предложения к перечню туристских услуг, подлежащие обязательной сертификации; готовят предложения о целесообразности их использования, определяют порядок аккредитации и аккредитуют органы по обязательной сертификации туристского продукта, ведут учет результатов такой сертификации, при этом аккредитация органов по сертификации туристских услуг осуществляет в соответствии с действующими системами сертификации государств-участников содружества независимых государств.

Стандартизация и сертификация осуществляется в соответствии с графиком проведения работ и подготовки документов по разработке и внедрению межгосударственных стандартов и систем сертификации в области туризма в государствах-участниках СНГ.

Ключевые слова: Международные и национальные стандарты, правила сертификации, хартия по туризму, модели обслуживания, управление качеством.

Контрольные вопросы:

1. Правила сертификации туристских услуг.
2. Международные соглашения по сертификации.

3. Принципы формирования межгосударственных стандартов.
4. Приоритетное прямое применение международных стандартов,
5. Общность функционального назначения туристских услуг.
6. Общность технических и технологических принципов исполнения туристских услуг.
7. Методы контроля и оценки туристских услуг.
8. Общность нормативных документов по сертификации.
9. Правила и процедура сертификации.
10. Порядок обжалования результатов сертификации.

Литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // На родное слово. 15.04.1999.
2. «О лицензировании туристской деятельности» Постановление кабинета Министров Республики Узбекистан № 497 от 11.11.2003 г.
3. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004
4. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
5. Г.А. Папирян. Менеджмент в индустрии гостеприимства, М. «Экономика»2000.
6. Бухарова З. Международные стандарты качества обслуживания в туристских индустрии. Битирув малкавий иши, Тошкент 2002,
7. Интернет сайты:

<http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>

<http://www.world-tourism.org>

Тема 4. Стандарты обслуживания в гостиницах.

План:

4.1. Классификационные требования к гостиницам.

4.2. Службы гостиниц и их назначение.

4.3. Здания и сооружения гостиниц.

4.4. Помещения. Интерьер.

4.1. Классификация гостиниц

4.1.1. Отечественная классификация

Классификация гостиниц осуществляется на основе требований ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц». Стандарт распространяется на гостиницы и мотели вместимостью не менее 10 номеров. Введение этого стандарта упорядочило требования к гостиницам и номерам, их оснащению и комплексу предоставляемых услуг. Под классификацией понимается определение соответствия конкретной гостиницы и номеров стандартам обслуживания. Стандарт дает определение: «гостиница — предприятие для временного проживания»; «мотель -гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги»,

Классификация гостиниц по категориям основана на комплексе требований:

- к материально-техническому обеспечению;
- номенклатуре и качеству предоставляемых услуг;
- уровню обслуживания.

Категории обозначают символом «*» (звезда). Количество звезд увеличивается в соответствии с повышением уровня качества обслуживания.

Гостиницы классифицируют по пяти категориям: высшую категорию гостиницы обозначают «*****» - пять звезд; низшую «*» - одна звезда.

Стандарт определяет следующие требования к гостиницам как минимальные:

1. Гостиница любой категории должна иметь: удобные подъездные пути, оборудованные дорожными знаками; благоустроенную прилегающую территорию с освещением; площадку для парковки с твердым покрытием; вывеску с названием предприятия и указанием категории; при наличии ресторана с отдельным входом - иметь вывеску с его названием. Гостиница, занимающая часть здания, должна иметь отдельный вход.

2. Архитектурно-планировочное решение и строительные элементы здания, используемое техническое оборудование должны соответствовать строительным нормам.

3. Экологические условия расположения гостиницы должны быть благоприятными для проживания.

4. Условия проживания в гостинице должны обеспечивать безопасность жизни, здоровья гостей и сохранность имущества. В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, указатели для свободной ориентации гостей, как в обычной, так и в аварийной ситуациях.

5. Гостиница должна быть оборудована системами противопожарной защиты в соответствии с Правилами пожарной безопасности.

6. В гостинице должны соблюдаться санитарно-гигиенические нормы и правила, установленные органами санитарно-эпидемиологического надзора.

7. Гостиница должна быть оснащена инженерными системами и оборудованием, обеспечивающим горячее и холодное водоснабжение, включая запас воды не менее чем на сутки, канализацию, отопление, вентиляцию, вещества, устраняющие неприятный запах.

Во всех номерах должна быть подводка проводного радиовещания и телевидения, телефонной связи. Освещение должно быть как естественное, так и искусственное в соответствии с действующими нормами.

Номерной фонд должен состоять из одно-двухместных номеров не менее чем на 60 процентов для однозвездных гостиниц, на 80 процентов - для двухзвездных и

100 процентов для трех-, четырех- и пятизвездных. Многокомнатные номера (апартаменты) должны быть в гостиницах категорий «три звезды» и выше.

Площадь номера в гостиницах (без учета санузла, лоджии) должна быть не менее:

- однокомнатного одноместного - 8 кв. м для одно- и двухзвездных, 10 кв. м - для двухзвездных, 16 кв. м - для четырехзвездных и 16 кв. м - для пяти звездных;

- однокомнатного двухместного номера - 12 кв. м для одно- и двухзвездных, для трехзвездных - 14 кв. м и для четырех- и пятизвездных соответственно - 20 и 25 кв. м.

Оснащение и оборудование номеров отличается возрастанием удобств и комфорта проживания с возрастанием категории. В четырех- и пятизвездных гостиницах оборудуются тренажерные залы, плавательные бассейны, сауна, магазины и торговые киоски.

Помещения для предоставления услуг питания имеются в гостиницах категорий от «двух звезд» и выше. Двухзвездные имеют кафе или ресторан, трехзвездные - ресторан и бар, четырех- и пятизвездные - несколько залов в ресторане, отдельные кабинеты, банкетные залы, трансформируемый конференц-зал, ночной клуб.

Услуги питания в гостиницах обеспечивают возможность выбора любого из вариантов предлагаемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое), работу одного кафе или бара в любое время суток в категориях «четыре-пять звезд», обслуживание в номерах круглосуточно - в пяти-звездных.

Требования к персоналу и его подготовке отражены в стандартах для персонала, фиксирующих функциональные обязанности и установленные правила работы,

Руководители и персонал должны пройти профессиональную подготовку. Особые требования - знание иностранных языков. В гостиницах «три-пять звезд»

персонал должен свободно владеть одним из иностранных языков, а в службе приема должен обеспечиваться перевод с 2-3 иностранных языков.

Персонал должен проходить медицинское освидетельствование во всех категориях гостиниц. В гостиницах «четыре-пять звезд» форменная одежда дифференцирована по службам.

4.1.2. Зарубежная классификация

В настоящее время существует более 30 различных систем классификации, из которых наиболее распространенными являются:

- система «звезд» (от 1 до 5) на основе французской классификации;
- система букв (А - В - С - Д);
- система баллов;
- система разрядов;
- система «корон»

Система «звезд»

Европейский тип. В основу положена французская система классификации. Она включает пять категорий для гостиниц и три категории для мотелей. Гостиницам в зависимости от наличия необходимого оборудования, его качества, уровня комфорта присваиваются категории от одной до пяти звезд. Мотелям соответственно - от одной до трех.

Индийский тип. Включает пять категорий гостиниц -от одной до пяти звезд, которые присваиваются специальной комиссией на основе балльной оценки. Для получения той или иной категории необходимо набрать установленную для данного класса минимальную сумму баллов, причем количество баллов по каждому пункту должно составлять не менее 50 %. Гостиницы предоставляют разный набор услуг. Чем комфортабельнее жилье, тем большее число «корон» ему присвоено.

Listed - чистое жилье, но набор услуг ограничен.

Одна корона - умывальник и телефон в каждой комнате.

Две короны - добавляется чай по утрам, цветной телевизор. Пятая часть комнат - с отдельным туалетом, ванной или душем. Вечером можно получить горячую пищу.

Три-четыре короны - 90 % комнат имеет отдельный туалет, ванну или душ, цветной телевизор, радио и телефон, услуги прачечной, в любое время - заказы в номер-

Пять корон - все удобства в каждом номере, уборка комнат, за дополнительную плату - стирка белья. Прием постояльцев круглосуточно; завтрак, обед и ужин в ресторане с богатым выбором блюд и вин.

Системы других знаков

Знак «ключ» - только ночлег, питание организуйте сами. Чем больше ключей, тем тире набор услуг.

Знак «В» - койка и завтрак. Обычно это комната в частном доме. Бронирование не требуется,

Знак «луна» - ночлег (как правило, на автодороге). Чем больше лун, тем комфортней заведение.

4.1.3. Виды гостиниц

Мотель - гостиница для автотуристов, придорожный отель, в котором кроме комфортабельных номеров, туристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием. Обычно в комплекс мотеля входят также ресторан, бар, залы для просмотра кино- и видеофильмов, конференц-залы, тренажерные и игровые помещения, бассейн, теннисные корты.

Кемпинг - лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, иногда - недалеко от мотеля. Туристам в кемпинге предоставляются места для ночлега, часто в палатках или летних домиках, оборудованных кухнями для индивидуального приготовления пищи и некоторыми элементарными удобствами.

Ротель - передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами (спальные отсеки), в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет,

Флотель - плавающая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. Кроме комфортабельных номеров, туристам предоставляют здесь большой набор услуг активного отдыха, а также помещения для размещения временных офисов, средства оперативной связи: телефон, факс, ксерокс и т. п.

Ботель - небольшая гостиница на воде, в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно.

Туристская база - туристский комплекс, в состав которого входят помещения для приема и размещения туристов и службы, обеспечивающие активный отдых. Обычно турбазы принимают туристов, совершающих походы с активными способами передвижения - горные- водные, лыжные, пешеходные.

Туристский приют - место для отдыха на маршруте с активным способом передвижения или для кратковременного пребывания туристов. Чаще всего турприюты располагаются в горных районах - перед перевалами, в местах рыбалки и т. д. Уровень комфорта - минимальный. Туристские приюты рассчитаны в основном на самообслуживание останавливающихся в них путешественников.

4.2. Службы гостиниц и их назначение

Каждое гостиничное предприятие в своем составе имеет основные службы: службу приема и размещения туристов, или службу портье; службу горничных, анимационную службу; инженерно-техническую, коммерческую и административную службы; службу безопасности.

Служба портье. Это «первая линия обороны», место, куда гость обращается каждый раз, когда у него возникают проблемы. Именно от службы портье зависит то первое впечатление, которое получает гость от гостиницы,

Основной задачей службы портье является прием и регистрация прибывающих гостей, размещение в забронированные и подготовленные к заселению номера,

Гость заполняет регистрационную карточку, в которой указывает адрес своего постоянного местожительства, паспортные данные. Но окончании оформления коридорный или посыльный провожают гостя до его номера, помогая ему поднести багаж.

Другая очень важная функция портье состоит в проведении расчетов за проживание. На крупных предприятиях функции кассира выделены и возложены на отдельного работника.

Очень важным для всего персонала, будь то кассир или регистратор, является постоянное проявление уважения к гостям. Хорошо обученный персонал способен сгладить самые острые углы и разрешить конфликты, от которых может пострадать престиж гостиницы.

Вежливость и уважение к гостям должны быть главной заботой всего персонала.

Служба горничных. Заведующий службой горничных несет ответственность за работу персонала по поддержанию чистоты и порядка в жилых и служебных помещениях гостиницы.

Старшая горничная получает задание и распределяет его среди подчиненных.

Ежедневной обязанностью горничной является уборка номеров, независимо от того, заняты они или свободны.

Анимационная служба. Изменение потребностей современного человека привело к изменениям в стиле его жизни, повлияло и на отдых. Традиционный отдых большинства изменился. Туристский продукт, помимо размещения и питания, стал также включать другие элементы, направленные на удовлетворение потребностей в развлечениях и веселом проведении досуга.

Относительно новым, по крайней для массового туризма, является понятие «анимация». Анимация может быть определена как организация развлечений и спортивного проведения досуга отдыхающими. Курортный или клубный отели нуждаются в особой инфраструктуре и наличии больших возможностей, чтобы предложить туристу полную анимационную программу (теннисные корты, баскетбол, волейбол, лодки, ныряние с аквалангом, а также бассейны, пляжные бары, таверны, ночные клубы и т. д.). Дизайн этих объектов требует особого внимания - центры деятельности должны располагаться недалеко друг от друга, около моря, вблизи торговых точек (баров и закусочных).

Анимацией может заниматься независимый отдел, или же сама гостиница может быть построена именно для удовлетворения анимационных потребностей туриста. В последнем случае примером может служить клубный отель.

Служащие этого отдела должны быть высококвалифицированными специалистами, разбирающимися в психологии, музыкальном искусстве, живописи, аттракционах, знающими иностранные языки.

Аниматоры должны владеть также приемами оказания первой медицинской помощи, уметь провести гимнастику, занятия по аэробике, учитывать возрастные особенности отдыхающих. И последнее, по не менее важное, они должны быть дипломатичны и тактичны. Руководству отеля нужно помнить, что аниматоры - особые сотрудники и уделять им повышенное внимание.

Инженерно-техническая служба. Создает условия для функционирования санитарно-технического оборудования (водопровод, канализация) и электротехнических устройств и систем (лифтов, систем теплоснабжения и кондиционирования, систем телевидения и связи), служб ремонта и строительства, а также внешнего благоустройства территории. Служба возглавляется главным инженером или техническим директором,

Коммерческая служба. Занимается вопросами стратегического (перспективного) и оперативного планирования, маркетингом, анализом

результатов хозяйственной и финансовой деятельности. Во главе службы стоит коммерческий директор, замдиректора по экономике или менеджер по финансово-экономическим вопросам.

Административная служба. Обеспечивает управление всеми остальными службами, занимается связями с внешними контрагентами, партнерами, оформлением кадров. Во главе службы стоит менеджер (профессиональный управляющий) или сам директор гостиницы.

Служба безопасности (СБ). Отели очень серьезно относятся к работе этой службы, так как обеспечение безопасности клиентов и их имущества первоначальная обязанность гостиницы. СБ отвечает также за пожарную безопасность. В обязанности персонала службы безопасности входит и расследование происшествий. В широком смысле СБ отвечает за физическую безопасность и защиту собственности отеля и личной собственности гостей.

В обеспечение физической безопасности входит: защита зданий и территории; наличие ночного освещения на территории вокруг отеля; охрана от прохожих и хулиганов; защита автотранспорта на стоянке от угона; обеспечение безопасности на воде; обеспечение сохранности имущества в вестибюле, в офисе контактной службы, а также в ресторанах и барах.

Обязательным условием обеспечения сохранности материалов является наличие сигнализации. Пожарная сигнализация есть почти во всех отелях, но лишь немногие имеют охранную сигнализацию. Кабельное телевидение и камеры охранной сигнализации попытают степень защищенности, одновременно сокращая численность персонала СБ.

В гостинице есть также вспомогательные и дополнительные службы.

Вспомогательные: прачечная, бельевая, склад, служба уборки помещений и т. п.

Дополнительные: мелкий ремонт, парикмахерская, сауна, бассейн и т. п.

4.3. Здания и сооружения гостиниц

Создание гостиничного комплекса начинается задолго до начала строительства - при проектировании. Очень важно, чтобы будущее здание вписывалось в окружающий ландшафт, не нарушая требований экологии. Есть еще требования, которым должен удовлетворять гостиничный объект, удобство связи с авто- и аэровокзалами, железнодорожной станцией; наличие подъездных путей, связывающих гостиницу с проходящими в данном районе транспортными магистралями.

Здания, составляющие гостиничные комплексы, подразделяют на основные и вспомогательные.

К основным относятся гостиничные здания как отдельно стоящие, так и входящие в туркомплекс - столовые, спальные корпуса, спортивные сооружения и другие.

Вспомогательными считаются котельные, прачечные, склады, гаражи и другие здания технического назначения,

Кроме зданий, в туристский комплекс входят сооружения: водоподъемные или насосные станции, резервуары для воды, бассейны; канализационные сооружения, фонтаны и другие коммунальные сооружения, спортивные площадки, лодочные станции, аттракционы, памятники, скульптуры; дороги со всеми вспомогательными сооружениями и устройствами.

4.4. Помещения. Интерьер

По функциональному назначению помещения гостиницы разделяются на жилые и служебные.

Последние, в свою очередь, подразделяются на административные, обслуживающие, подсобные.

В состав административных помещений входят: вестибюль. административная служба, бюро обслуживания, приемная, дирекция, отдел кадров, отдел снабжения, гардероб. камера хранения, служба швейцаров.

Обслуживающие помещения: агентство связи; транспортные кассы; киоски по продаже газет, журналов, книг, сувениров, парфюмерии; аптечные киоски; парикмахерские, рестораны, кафе, бары, залы для конференций, киноконцертные залы: химчистка, ремонт одежды, ремонт обуви, библиотека, тренажерные залы и т.п.

Подсобные помещения: комнаты для обслуживающего персонала, бельевые комнаты, прачечные, ремонтные мастерские, бойлерные и т. д.

Совокупность помещений, входящих в гостиницу, оборудование, мебель, отделка номеров - все это относится к интерьеру гостиницы. Слово «интерьер» обозначает внутреннее пространство здания. К числу факторов, которые характеризуют интерьер гостиницы, входят также цветовые и световые решения помещений, их размеры и декоративное убранство. Гостиничная мебель и мягкий инвентарь во многом определяют интерьер гостиницы, комфорт номеров. Гостиничную мебель подразделяют на бытовую, конторскую, ресторанный и специальную.

К бытовой относят мебель в номерах; кровати, шкафы, тумбочки, столы, стулья,

Кон горская мебель служит для оборудования офисов, различных служебных помещений.

Ресторанная мебель предназначена для кафе, столовых, баров, ресторанов, буфетов.

Специальной мебелью оснащаются помещения парикмахерских, мастерских и т.д.

Мягкий инвентарь - это шторы, постельное белье, ковры, покрывала, подушки и т. д.

Ключевые слова: размещение, гостиница, категории и символы, службы гостиницы, виды гостиниц, помещение, интерьер.

Контрольные вопросы:

1. Требования, предъявляемые к гостиницам любой категории.
2. Основные и дополнительные услуги гостиницы.
3. Материально-техническое обеспечение гостиницы.

Литература.

1. В.В. Бородина. Ресторанно-гостиничный бизнес. М. «Книжный мир». 2001.
2. С.С. Скобкин. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе. М. «Юрист». 2001.
3. Туризм и гостиничное хозяйство. под. ред. А.Д. Чудновского. М. Тандем. 2000.
4. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
5. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
6. В.Г. Федцов. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.С.52-86.
7. Г.А. Аванесова, Сервисная деятельность М. Аспект пресс 2004 С. 86-92.
8. Г.А. Яковлев, Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004С. 42-76.
9. Гостиничный и туристический бизнес М. ЭКМОС, 2004 С. 65-46.
10. При изучении курса необходимо использовать бюллетень научных статей, полученных из международной информационной сети Интернет. Ташкент: ТГЭУ, 2003, а также Интернет сайты:

<http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>

<http://www.world-tourism.org>

Тема 5. Международная гостиничная конвенция тур агентам.

План:

5.1. Заключение контрактов по гостиницам.

5.2. Правила выплаты комиссионных.

5.3. Контракты на предоставление услуг группам туристов.

5.1. Заключение контрактов по гостиницам.

Согласно статье 53 гостиничной Конвенции 1970 года стороны вносят ряд поправок, вызванных изменениями, происшедшими в профессиональной практике, и заявляют, что нижеследующие правила находятся в полном соответствии с профессиональной практикой заключения гостиничных контрактов.

Стороны берут на себя следующие обязательства.

- сотрудничать с соответствующими национальными ассоциациями по вопросам соблюдения правил Конвенции на международном уровне;
- рекомендовать своим членам и принадлежащим им предприятиям при заключении гостиничных контрактов предоставлять преимущество тем предприятиям, которые находятся под юрисдикцией другой стороны.

Цели Конвенции

Конвенция призвана регулировать подписание и исполнение контрактов, известных как гостиничные контракты, которые заключают турагенты и владельцы гостиниц, взявшие на себя обязательства соблюдать правила данной Конвенции, или которые в своей повседневной практике используют их при заключении контрактов.

Статья 5. Вспомогательная и дополнительная роль Конвенции а) Конвенция будет применяться только в том случае, если между владельцем гостиницы и тур агентом не заключен контракт частного характера, б) Конвенция будет также

применяться в том случае, если некоторые вопросы, предусмотренные Конвенцией, не были учтены в договоре.

Стороны рекомендуют при заключении национальных соглашений между национальными ассоциациями принимать в качестве основополагающих принципы данной Конвенции.

Гостиничные контракты. Виды контрактов Конвенция регулирует два вида гостиничных контрактов:

1. Контракты по продаже гостиничных услуг индивидуальным клиентам.
2. Контракты по продаже гостиничных услуг группе клиентов. Общие правила для двух видов контрактов А. Заключение гостиничного контракта а) началом заключения гостиничного контракта признается направление тур агентом в адрес владельца гостиницы запроса на бронирование гостиничных услуг; б) запрос на бронирование услуг, переданный в устной форме, должен быть подтвержден письменно (письмо, телеграмма, телекс, компьютер и т. д.); в) запрос на бронирование должен содержать перечень услуг. Цены на услуги могут быть оговорены в запросе. В этом случае тур агент гарантирует оплату в размере оговоренной суммы.

Любая предварительная оплата будет расцениваться как гарантированный депозит, за исключением тех случаев, когда владелец гостиницы прямо указал, что предварительная оплата должна быть осуществлена в форме задатка. В случае ЗЯЯВДения владельца гостиницы о предварительной оплате контракт признается Заключенным только по получении владельцем гостиницы обусловленной суммы или доказательства оплаты от тур агента; б) владелец гостиницы должен подтвердить тур агенту получение суммы предварительной оплаты в течение 24 часов с момента получения оплаты; в) сумма предварительной оплаты, как правило, эквивалентна цене забронированных услуг (номер, питание и др.) за одни сутки пребывания в не сезон и за трое суток пребывания в сезон «пик».

Документы на бронирование

1. Принятие ваучера

Владелец гостиницы имеет право потребовать полной предварительной оплаты либо частичной предварительной оплаты. Если он не ставит таких условий, то он обязан принять ваучер тур агента.

Тур агент признает ваучер в качестве гарантийного документа, подтверждающего, что оплата будет осуществлена в соответствии с условиями и сроками, предусмотренными настоящей Конвенцией.

2. Простой ваучер

В простой ваучер наряду с другими данными должны быть включены: дата прибытия и отъезда клиента и гостиничные услуги (номер и питание).

3. Ваучер «полный кредит»

Выпуск такого типа ваучера обуславливается специальным соглашением между владельцем гостиницы и тур агентом. В таком ваучере допускается кроме только гостиничных (номер и питание) перечень других услуг. Выплата комиссии осуществляется в соответствии с правилами статьи 17 (номер и питание).

Б. Выплаты владельцу гостиницы

Цены, установленные владельцем гостиницы для тур агента за услуги, предусмотренные контрактом, ни при каких обстоятельствах не должны быть выше цен, указанных в гостиничных тарифах, для непосредственных клиентов, вне зависимости от того, кем оплачиваются счета за эти услуги—клиентом или тур агентом.

Если владелец гостиницы оговаривает в контракте специальные цены, он не имеет права потребовать оплаты в большем размере, чем та, которая обусловлена в контракте. Владелец гостиницы обязан придерживаться цен, предусмотренных контракт.

а) тур агент, заключивший гостиничный контракт, принимает на себя обязательство по оплате счета за предоставленные услуги, за исключением тех случаев, когда специально оговорено, что счет оплачивается клиентом; б) счет

должен быть оплачен в сроки, предусмотренные контрактом, а в случае их отсутствия—в течение 30 дней со дня предъявления (получения) счета. В случае пропуска установленных сроков платежа с не уплаченной в срок суммы начисляются пени в размере 1% в месяц и налог в размере 5% с начальной суммы долга для покрытия расходов на сбор очередных страховых взносов; в) в случае длительного пребывания клиента в гостинице владелец гостиницы может потребовать с тур агента уплатить за услуги, которые были предоставлены клиенту, за стекший период его пребывания в гостинице; г) если контрактом предусмотрено, что оплата за услуги, забронированные тур агентом, производится клиентом, владелец гостиницы должен гарантировать тур агенту выплату комиссии. В этом случае владелец гостиницы оставляет за собой право не принимать кредитные карточки в уплату за предоставленные услуги.

5.2. Правила выплаты комиссионных

Гостиничный контракт, подпадающий под действие настоящей Конвенции, предусматривает выплату комиссионных в размере соответствующего процента от цен за услуги (номер и питание), указанных в контракте. Владелец гостиницы выплачивает комиссию только тур агентам, исключая все другие стороны, участвующие в контракте.

Размер комиссии устанавливается по обоюдному согласию договаривающихся сторон. Подписавшие данную Конвенцию отмечают, что такая комиссия обычно составляет 10% с номинальной цены, которая не включает в себя налоги и плату за отдельные гостиничные услуги.

а) комиссия выплачивается также в том случае, если клиент продлевает свое пребывание в гостинице или тур агент направляет соответствующий запрос на продление пребывания своего клиента в гостинице; б) дальнейшее использование клиентом гостиничного помещения в течение одного и того же путешествия рассматривается как продление проживания, если разрыв между периодами

проживания не превышает 30 дней; в) однако, если проживание клиента превышает 60 дней, включая любое продление, то комиссия (за период свыше 60 дней) фирме не выплачивается.

Владелец гостиницы должен вычислить из своего общего счета сумму комиссионных, причитающихся туристскому агенту.

а) принцип подтверждения аннуляции в письменной форме. Все аннуляции заказов должны производиться в письменной форме с указанием даты аннуляции (зарегистрированное письмо, телекс, подлинность которого удостоверена, и т.д.); б) любая аннуляция, сделанная тур агентом устно или по телефону, должна быть подтверждена письменно. Если аннуляция заказа должна быть осуществлена, когда было дано устное уведомление, то письменное подтверждение должно содержать ту же дату аннуляции.

Любой письменный документ, относящийся к устному уведомлению об аннуляции, полученный тур агентом от владельца гостиницы, освобождает тур-агента от обязательства подтвердить свою аннуляцию в письменной форме; в) условия и сроки полной или частичной аннуляции гостиничного контракта, а также размер компенсации за аннуляцию в поздние сроки регулируются специальными правилами, предусмотренными для каждого вида контрактов.

Общие взаимные обязательства

а) Обязательства, вытекающие из Конвенции

Тур агент обязуется предоставить полную и детальную информацию касательно заказываемых услуг.

Услуги, предоставляемые владельцем гостиницы клиенту тур агента в соответствии с контрактом (для индивидуумов и групп), должны быть того же качества, что и услуги, предоставляемые непосредственно клиентам гостиницы.

Владелец гостиницы освобождает от клиентов забронированное помещение с 2 часов дня в день прибытия и сохраняет его до полудня в день отъезда.

Владелец гостиницы обязан уважать обязательства, вытекающие из подписанного им контракта по предоставлению услуг, заказанных и подтвержденных в установленные сроки. Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства, он обязан компенсировать фактический ущерб.

Компенсация, выплачивается в течение 30 дней с момента обращения тур агента.

Если тур агент выплатил владельцу гостиницы задаток, владелец гостиницы обязан возместить задаток в двойном размере и в те же сроки. Неуплата в течение 30 дней является основанием для начисления пени на день платежа просроченных сумм и покрытия налоговых сборов.

Порядок освобождения от ответственности в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств.

В случае возникновения у одной из сторон форс-мажорных обстоятельств, непредвиденных, неотвратимых и неконтролируемых, в результате которых не могут быть выполнены обязательства, вытекающие из контракта, то эта сторона освобождается от ответственности за обязательства без компенсации ущерба, причиненного другой стороне.

В случае возникновения разногласий, связанных с наличием форс-мажорных обстоятельств, стороны должны приложить все возможные усилия к тому, чтобы достигнуть взаимоприемлемого

Владелец гостиницы обязан уважать обязательства, вытекающие из подписанного им контракта по предоставлению услуг, заказанных и подтвержденных в установленные сроки. Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства, он обязан компенсировать фактический ущерб.

Компенсация, выплачивается в течение 30 дней с момента обращения тур агента.

Если тур агент выплатил владельцу гостиницы задаток, владелец гостиницы обязан возместить задаток в двойном размере и в те же сроки. Неуплата в течение 30 дней является основанием для начисления пени на день платежа просроченных сумм и покрытия налоговых сборов.

Порядок освобождения от ответственности в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств.

В случае возникновения у одной из сторон форс-мажорных обстоятельств, непредвиденных, неотвратимых и неконтролируемых, в результате которых не могут быть выполнены обязательства, вытекающие из контракта, то эта сторона освобождается от ответственности за обязательства без компенсации ущерба, причиненного другой стороне.

В случае возникновения разногласий, связанных с наличием форс-мажорных обстоятельств, стороны должны приложить все возможные усилия к тому, чтобы достигнуть взаимоприемлемого согласия. Если такое соглашение не будет достигнуто, стороны вправе обратиться в арбитраж.

б) Обязательства, вытекающие из профессиональной этики владелец гостиницы будет воздерживаться от применения каких-либо действий, с тем, чтобы сделать клиента тур агента своим непосредственным клиентом.

В случае обращения тур "Агента с запросами относительно бронирования к нескольким владельцам гостиниц тур агент должен, однако, воздерживаться от заключения нескольких контрактов относительно размещения одного и того же Тур агент не должен дискредитировать информацию, полученную от владельца гостиницы, при общении с клиентом.

При общении со своими клиентами владелец гостиницы и тур агент должны воздерживаться. От любых высказываний, которые могут поставить под сомнение качество услуг, предоставляемых договаривающейся стороной или которые могут нанести ущерб ее профессиональной репутации.

Определение Контрактом по предоставлению услуг индивидуальным клиентам признается такое соглашение, по которому клиент не получает льгот, предоставляемые групповому контракту.

Сроки аннуляции:

Если иное не оговорено в контракте, минимальными сроками аннуляции, которые должны быть соблюдены тур агентом, являются: а) в местностях, где имеются значительные потребности в размещении:

- сроки аналогичны тем, которые установлены для непосредственных клиентов гостиницы, но самое позднее—в день, предшествующий прибытию; б) в гостиницах, предназначенных для туристов:

- за 30 дней до даты прибытия в сезон «пик»;

- за 14 дней до даты прибытия в не сезон. В контракте может быть установлена компенсация в размере:

- а) за аннуляцию обслуживания на срок не менее 3 суток—суточной стоимости всех заказанных гостиничных услуг;

- б) за аннуляцию обслуживания на срок от 3 суток и более в не сезон—суточной стоимости всех заказанных гостиничных услуг;

- в) за аннуляцию обслуживания от 3 суток и более в сезон «пик» 3 суточной стоимости всех заказанных гостиничных услуг.

В случае преждевременного отъезда клиента или не использования заказанных гостиничных услуг тур агент обязан компенсировать фактические убытки, понесенные владельцем, за исключением тех случаев, когда преждевременный отъезд или не использование заказанных гостиничных услуг возникли по вине владельца гостиницы, который не предоставил такие услуги.

Аннулировано даже в более поздние сроки, тур агент обязан компенсировать реальный ущерб, причиненный владельцу гостиницы. В случае более поздней аннуляции или иной информации о клиенте применяются правила. Владелец

гостиницы обязан немедленно поставить в известность тур агента о подобных случаях неприбытия клиента.

в) Компенсация выплачивается в течение 30 дней. В случае просрочки платежа начисляются пени, а также взимается сбор в размере выплачиваемых владельцем гостиницы налоговых платежей в порядке, установленном.

а) Тур агент не имеет права устанавливать для своих клиентов цены выше тех, которые ему установлены по договору-комиссии.

б) Однако, счет за бронирование может быть предъявлен клиенту отдельно от счета за обслуживание в гостинице.

5.3. Контракты на предоставление услуг группам туристов

Группа лиц, путешествующих совместно и рассматриваемых тур агентом и владельцем гостиницы как нечто единое, которым владелец гостиницы предоставляет специальное обслуживание по ценам, установленным в договорном порядке, признается группой клиентов. Перечень услуг должен быть зафиксирован в одном запросе тур агента на обслуживание всей группы в целом и подтвержден владельцем гостиницы.

Как запрос, так и подтверждение должны содержать идентичные услуги, предоставляемые для каждого клиента, с выставлением единого счета за обслуживание всей группы.

Ключевые слова: Заключение контрактов, гостиница, принятия конвенции, ваучер, полный кредит, гостиничных контрактов, правила выплаты, комиссионные, процент выплаты, обязательства, тур агент, сроки аннуляции, фиксирование, заказа в гостиницах, счет за обслуживание.

Контрольные вопросы:

1. Принципы заключения контрактов по гостиницам.
2. Когда приняли конвенцию.
3. Виды гостиничных контрактов.

4. Ваучер полный кредит.
5. Правила выплаты комиссионных.

Литература.

Основная литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // На родное слово. 15.04.1999.

2. С.С. Скобкин. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе. М. «Юрист». 2001.
Дополнительная литература.

1. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.

2. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.

3. В.Г. Федцов. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.С. 26-48.

4. Г.А. Аванесова, Сервисная деятельность М. Аспект пресс 2004 С.45-56.

5. Г.А. Яковлев, Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004 С. 28-96

6. Мамирова Н.Д. Узбекистонда меҳмонхона бизнесини ривожлантириш стратегияси. Битирув малакавий иши. Тошкент 2004,

7. Интернет сайты:

<http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>

<http://www.world-tourism.org>

Тема 6. Стандарты обслуживания на предприятиях общественного питания.

План:

6.1. Классификация предприятий питания.

6.2. Требования к предприятиям общественного питания.

6.3. Основные типы ресторанов.

6.4. Окружающая территория, интерьер и оборудование ресторанов.

6.5. Виды приема пищи и способы (стили) ее подачи.

6.1. Классификация предприятий питания

Классификационные критерии в общественном питании как сфере гостеприимства . Они определяют следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, магазин кулинарии.

Ресторан - предприятие с минимальной вместимостью 50 мест: с высоким уровнем комфортности услуг, организации производства, квалификации работников, технической оснащенности, оформления интерьера; с разнообразным ассортиментом блюд, винно-водочных и табачных изделий, соков, напитков и другой продукции.

Бар - предприятие с минимальной вместимостью 25 мест: с барной стойкой, разнообразным ассортиментом напитков, десертов, сладких блюд, закусок; специализированное по способу приготовления (молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль-бар, гриль-бар и т. д.), а также по специфике обслуживания потребителей (видео-бар, варьете-бар и др.).

Рестораны и бары по уровню обслуживания и ассортименту предоставляемых услуг подразделяют на три класса - люкс, высший и первый, которые должны соответствовать определенным требованиям.

Люкс - уникальность, изысканность и роскошь интерьера, высокий уровень комфортности, широкий ассортимент услуг, разнообразный ассортимент блюд и изделий всех основных групп (холодные блюда и закуски, супы, бульоны, вторые горячие блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, коктейли, кулинарные и кондитерские изделия).

Высший класс - оригинальность интерьера, комфортность услуг, фирменность, разнообразный ассортимент блюд и изделий всех основных групп из различных видов сырья.

Первый класс - гармоничность и комфортность услуг, ассортимент блюд и изделий всех основных групп из различных видов сырья,

Кафе - предприятие с минимальной вместимостью 25 мест; с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента кулинарной продукции; специализированное по приготовлению блюд и изделий из определенных видов сырья (кафе-мороженое, моточное, кондитерское и др.); имеющее специфику обслуживания (детское, молодежное, литературное и др.)

Столовая - предприятие с минимальной вместимостью 25 мест, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню. Имеет полный цикл технологического процесса или работает на полуфабрикатах (догоотовочное), либо реализует готовую продукцию как столовая-раздаточная,

Закусочная - предприятие с минимальной вместимостью 20 мест; с ограниченным ассортиментом блюд, специализирующееся на изготовлении кулинарной продукции из определенного вида сырья (шашлычная, сосисочная, пельменная), предназначенное для быстрого обслуживания потребителей. Предприятия «быстрого питания» - «Макдональдс» и «Русское бистро» относятся к категории закусочных.

Кафе, столовые и закусочные на классы не подразделяются.

6.2. Требования к предприятиям общественного питания

При определении типа предприятия учитывают требования к качеству услуг и их ассортименту, включающие следующие критерии:

- методы обслуживания;
- ассортимент реализуемой продукции;
- техническую оснащенность предприятия (материальную базу, архитектурно-планировочное решение здания и помещений);
- квалификацию персонала;

•качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику оформления блюд).

Требования к архитектурно-планировочным решениям, оформлению, микроклимату предприятий. Все предприятия должны иметь вывеску, для класса «люкс» -оригинальную, с использованием световых эффектов. Витрины ресторанов и баров должны оформляться с использованием световых и оптических эффектов, остальных предприятий - с использованием декоративных элементов. Залы и помещения для потребителей оформляются в стилевом единстве, в предприятиях класса «люкс» - с использованием особо изысканных декоративных предметов и приемов оформления.

Требования к столовой посуде, приборам, белью. В ресторанах и барах «люкс» и «высший» мебель должна быть повышенной комфортности, с декоративной отделкой, соответствующая интерьеру помещений. Столы должны иметь мягкое покрытие, в вестибюле и холлах - мягкие, диваны с подлокотниками, кресла и банкетки.

Столовая посуда и приборы - из мельхиора и нейзильбера. Посуда из фарфора должна иметь высокохудожественную разделку с монограммой. Стеклопосуда должна быть из хрусталя или выдувного стекла высокой группы разделки.

Столовое белье (скатерти, салфетки) белое и цветное, с монограммой, изготовленное по специальному заказу. Предусмотрена подача влажной горячей салфетки. Столовое белье меняется после каждой посадки потребителей.

В ресторанах и барах первого класса, а также в кафе используются стандартная облегченная мебель, столы с полиэфирным покрытием, столовые приборы из нержавеющей стали.

В столовых и закусочных используются столы с гигиеническим покрытием, пластиковая облегченная мебель, столовые приборы алюминиевые или одноразового пользования.

Требования к оформлению меню, прейскуранту, ассортименту реализуемой продукции. Для предприятий различных типов и классов имеются различия. Так, для ресторанов и баров класса «люкс» и «высший» меню и прейскуранты печатаются с эмблемой (фирменным знаком) предприятия на национальном и русском языках, а при обслуживании иностранных граждан - не менее чем на одном иностранном языке.

Ассортимент кулинарной продукции этих предприятий не менее чем на 2/3 общего количества наименований состоит из оригинальных, изысканных блюд и напитков, в том числе фирменных. Обеспечивается выполнение особых пожеланий потребителей по изготовлению блюд на виду и других видов обслуживания,

В ресторанах первого класса, парах высшего и первого классов ассортимент кулинарной продукции должен на 1/2 состоять из фирменных кулинарных изделий и напитков сложного приготовления.

В кафе, столовых и закусочных реализуются холодные блюда и закуски, супы, вторые горячие блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, мучные кулинарные и кондитерские изделия, фрукты, табачные и вино-водочные изделия, возможно изготовление фирменных и порционных блюд- Для кафе и закусочных, специализирующихся на приготовлении блюд из определенного вида сырья, обязательна реализация нескольких наименований этих блюд.

Для диетических столовых рекомендуется включение в меню не менее 5-6 диет, а для столовых-раздаточных — реализация не менее одного комплексного рациона питания.

Требования к методам обслуживания потребителей, форменной одежде, обуви, музыкальному обслуживанию. В ресторанах, барах класса «люкс» и «высший» обслуживание осуществляется высококвалифицированными официантами, барменами, метрдотелями; в барах первого класса - барменами за барной стойкой, В столовых и закусочных введено самообслуживание.

Обслуживающий персонал ресторанов, баров и кафе должен иметь форменную одежду с эмблемой предприятия, остальные предприятия обеспечивают персонал санитарной одеждой и обувью.

Музыкальное обслуживание в ресторанах класса «люкс» и «высший» обеспечивается вокально-инструментальными ансамблями и солистами, в барах и кафе применяются любые виды музыкального обслуживания.

Требования к обслуживающему персоналу в предприятиях общественного питания учитывают следующие критерии оценки:

- уровень профессиональной подготовки и квалификации;
- способность к руководству (для административных работников);
- знание руководящих документов, относящихся к профессиональной деятельности.

Обслуживающий персонал предприятий всех типов и классов должен иметь специальную, профессиональную подготовку, владеть навыками и квалификацией, обеспечивать безопасность жизни и здоровья потребителей, а также сохранность их имущества при обслуживании на предприятии.

Функции, обязанности, права и ответственность обслуживающего персонала должны быть определены в их персональных должностных инструкциях, разработанных администрацией предприятия с учетом особенностей его работы. Наряду с профессиональными знаниями в области технологии приготовления и подачи блюд особое внимание уделяется профессиональным этическим нормам - вежливости, тактичности, внимательности и предупредительности в отношениях с потребителями. Персонал должен создавать на своих предприятиях атмосферу гостеприимства. проявлять доброжелательность и терпение, выдержку, предупреждать появление конфликтных ситуаций. Владение основами психологии и принципами профессиональной этики является важным условием успешной деятельности персонала.

6.3. Основные типы ресторанов

Рестораны могут быть классифицированы в соответствии с их месторасположением, классом и типами пищи и сервиса. Основными типами ресторанов являются:

Городские рестораны. Предлагают разнообразный набор блюд либо специализируются в предоставлении обедов и/или ужинов; работают в определенные часы и имеют многочисленную клиентуру.

Рестораны самообслуживания. Этот тип ресторана характерен быстрым обслуживанием у стойки и относительно низкими ценами за счет того, что в них не предусмотрено обслуживание официантом за столиками. Они расположены в деловых, центральных районах, и их посетители - люди, у которых мало времени для принятия пищи. Такие рестораны отличаются особой планировкой, мебелью, они по особому декорированы и окрашены. Впервые появились в Америке.

Вокзальные рестораны. Расположены на железнодорожных вокзалах и работают круглосуточно. У них не очень разнообразное меню и довольно быстрое обслуживание.

Вагоны-рестораны. Имеются в основном в поездах дальнего следования. Основное требование - наличие свободных мест; часы работы ограничены.

Рестораны на теплоходах. Бывают разной классности в зависимости от класса- которым путешествуют пассажиры. Работают в определенные часы. Могут являться и ресторанами самообслуживания.

Рестораны для мототуристов, не желающих выходить из машины. Еще один тип американского ресторана. Расположены возле шоссе или крупных автостоянок. В целях экономии времени клиенты обслуживаются прямо в машине официантами, которые подкатываются к ним на роликовых коньках. Могут быть также использованы транспортеры для подачи еды.

Рестораны в самолетах. Это не совсем рестораны, а просто подача еды и напитков на места пассажирам во время полета. Разнообразие блюд в меню- как

правило, невелико, за исключением организации питания путешествующих бизнес-классом и первым классом. Тем не менее, в последнее время ресторанное обслуживание на самолетах считается областью конкуренции между различными авиакомпаниями.

Вегетарианские рестораны. Основными продуктами здесь являются овощи; мясо или рыба отсутствуют. Данный тип ресторана возник в результате сегментации рынка по мере изменений потребностей населения.

Закусочные. Их можно причислить к тем ресторанам, в которых приготовление блюд не занимает длительного времени. Посетителям могут подаваться и напитки. Обычно имеется как минимум одно дежурное блюдо.

Выездные рестораны. Неклассический тип ресторана, обслуживающий особые мероприятия - приемы, вечера (когда бывает трудно в домашних условиях приготовить большое количество еды).

Другие рестораны - предприятия питания, деятельность которых не связана с получением прибыли (больницы, школы и т. д.).

Учитывая новый стиль жизни- некоторые рестораны специализируются в области приготовления пищи на вынос. Клиенты могут сами зайти в ресторан за едой, либо заказать доставку ее на дом.

6.4. Окружающая территория, интерьер и оборудование ресторанов

Большое внимание следует уделять месторасположению ресторана и окружающей его территории.

Значительную роль в привлечении к ресторану внимания со стороны прохожих могут играть окна, в особенности в курортных зонах, так как через них можно любоваться садом, видом на море и т.д. Вместе с тем некоторые типы ресторанов, особенно те, которые ориентированы на вечернее обслуживание (ужины), могут не иметь окон, находясь целиком внутри какого-либо здания.

Освещение играет важную роль в интерьере ресторана и в создании необходимой атмосферы. Как правило, лампы накаливания предпочтительнее флуоресцентных ламп, однако последние можно использовать там, где предлагаются кофе и блюда быстрого приготовления, при условии регулирования цветового баланса.

Следует выбирать свет, в спектре которого наблюдается выраженность красного цвета, с этой целью инфракрасные лампы (люминесцентные) должны быть установлены над прилавками с горячей пищей. В помещении ресторана часто используется широкое разнообразие осветительных приборов.

Необходимы меры и средства для обеспечения всех помещений вентиляцией, как с помощью обычных вентиляторов, так и кондиционеров. Как правило, вентиляционные устройства устанавливаются на потолке.

Оборудование ресторана включает всю мебель, аппаратуру, инвентарь, необходимые для обслуживания. Качество и сложность оборудования различны в зависимости от класса ресторана-

Мебель должна вписываться в интерьер ресторана, ее можно выписывать по каталогу или делать на заказ (например, встроенные шкафы) с учетом конкретных особенностей ресторана. Основной набор оборудования включает: столы и стулья для посетителей, сервировочные столы, столики для приготовления блюд в присутствии клиентов.

Стулья должны быть не только удобными, но и прочными, предпочтительнее иметь стулья из дерева прямоугольной либо круглой формы. Последние лучше использовать в углу, поскольку они занимают меньше места, а прямоугольные - при обслуживании большого числа людей, особенно, когда они приставляются один к другому.

Сервировочный стол — служебный, на него складывается все необходимое для обслуживания (инвентарь, приборы). Сервировочные столы находятся в

помещении ресторана в стратегически важных местах, чтобы обеспечить одновременное обслуживание различных участков.

Стол для приготовления блюд на глазах у клиента - маленький (приблизительно 90 х 50 см), иногда на колесиках, подвозится к столику, за которым сидят посетители. Эти столы можно классифицировать по назначению;

- стол для приготовления мяса;
- стол для приготовления закусок;
- стол для кондитерских изделий и/или сыра;
- стол для подачи блюд, подогреваемых снизу;
- стол для подачи блюд с пламенем. Подача блюд с подогревом снизу используется для того, чтобы пища не остыла.

6.5. Виды приема пищи и способы (стили) ее подачи.

Приемы пищи делятся на основные и дополнительные. К основным относятся: завтрак, обед и ужин. К дополнительным: утренний чай, чай в 5 часов вечера и др.

Завтрак. Подается в специальной комнате для завтраков, в основном ресторанном зале или в гостиничном номере гостя. Основными видами завтрака являются: континентальный (европейский) и английский (американский).

Континентальный завтрак включает: какой-либо напиток (кофе, чай, шоколад, сок), тост, хлеб, печенье, мармелад или мед, масло.

Английский завтрак включает: континентальный завтрак плюс что-либо дополнительное - суп, ветчину, бекон, яйца, сыр, кукурузные хлопья, компот, фрукты и г, д.

Во многих случаях подача пищи - это настоящее искусство. Существуют различные способы подачи блюд. Основными из них являются:

- *Венский стиль* - еду укладывают на кухне на тарелки, которые затем расставляются на столе у посетителей.

- *Французский стиль* - еда кладется на сервировочное блюдо, которое ставится на стол посетителям, и они сами перекладывают с него в тарелки нужные порции.

- *Английский стиль* - еда кладется на сервировочное блюдо, официант приносит его и сам раскладывает порции по тарелкам гостей.

- *Русский стиль* - еда приносится на сервировочном блюде, официант на глазах у посетителей разделяет ее на порции, и посетители сами перекладывают эти порции в тарелки.

- *Стиль гуеридон* - подготовка еды на глазах у посетителей. Продукты укладывают на сервировочное блюдо, которое на столике с колесиками подвозится к столу посетителя, и официант начинает готовить пищу **на** его глазах.

Ключевые слова: блок общественного питания, классификация предприятий питания, методы обслуживания, ассортимент продукции, техническая оснащенность.

Контрольные вопросы:

1. Требования к предприятиям общественного питания.
2. Основные типы ресторанов.
3. Столовое белье, посуда и приборы.

Литература.

Основная литература.

1. В.В. Бородина. Ресторанно-гостиничный бизнес. М. «Книжный мир». 2001.
2. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
3. В.Г. Федцов. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.

Дополнительная литература.

1. Палвонов Т.В. Узбекистон туризмини ривожлантиришда халкаро тажрибанинг кулланилиши. Битирув малакавий иши. Тошкент 2004.

2. Интернет сайты:

1. www.tourism.ru
2. www.travel.ru
3. www.palomnik.ru

Тема 7. Стандарты обслуживания за столом.

План:

7.1. Стандартные требования к составлению меню.

7.2. Правила столового этикета.

7.3. Технология подачи блюд и закусок.

7.4. Правила подачи напитков к столу.

7.1. Стандартные требования к составлению меню.

Меню - это перечень блюд, закусок, кулинарных изделий и вин, имеющих в продаже на данный день.

Меню следует составлять, думая о клиенте, а не о том, что любит или может приготовить повар. Оно должно быть достаточно разнообразным- чтобы дать посетителю возможность выбирать, но, с другой стороны, ограниченным тем перечнем блюд. который ресторан может надлежащим образом приготовить и подать.

Внешний вид меню чаще всего отражает тот дизайн, который используют рестораны, для того чтобы подчеркнуть свою индивидуальность или, наоборот, принадлежность к определенной цели. Палитра, используемая при цветном оформлении меню, должна соответствовать цветовой гамме, используемой при отделке помещения ресторана.

Внешний вид меню отражает рыночную концепцию и облик предприятия питания. Цвет бумаги, стиль и размеры текста должны быть подобраны с учетом стиля и направленности ресторана, а также освещения в зале.

Меню должно быть выполнено достаточно крупным шрифтом, чтобы посетитель не напрягался, разбирая мелкие, наезжающие друг на друга строчки названий блюд и столбцов цифр. При этом меню должно быть небольшого формата, чтобы с ним можно было легко справиться на обеденном столе.

Меню может быть напечатано на различных материалах, от тонкой бумаги разового пользования до хорошо выделанной кожи или пергамента. Оно может быть обернуто прозрачным пластиком (покрытое пластиком меню чаще можно встретить в кафе и дешевых ресторанах и редко - в ресторанах с более высоким качеством обслуживания).

Меню - это главный инструмент, с помощью которого достигается успех. Поэтому его составлению следует уделять особое внимание. Необходимо обязательно учитывать качество продуктов, вкусовые и эстетические особенности предлагаемых блюд. Составление меню - это одновременно и наука, и искусство, которое требует большого опыта.

Одним из основных требований является предпочтительное использование сезонных продуктов - они более высокого качества и дешевле. При составлении меню следует учитывать следующие специфические факторы:

- меню не должно содержать блюда- в которые входят одни и те же продукты, то есть, если в закуску входят яйца и/или рыба, то в первое блюдо они входить не должны;
- в меню должно входить и белое и темное мясо - разные посетители имеют разные вкусы;
- основное блюдо должно быть несколько тяжелее остальных (больше соуса, добавок), при этом первое блюдо должно быть легким. Необходимо обращать внимание как на составляющие блюдо продукты, так и на внешний вид блюда;
- если в обед или ужин входит большое количество блюд, то каждое из них должно быть относительно легким (никаких соусов) и, наоборот, блюда должны быть тяжелее, когда их количество ограничено;
- при составлении меню необходимо учитывать национальные традиции питания и религиозные ограничения, связанные с едой.

«А ля карт» - меню, в котором каждое блюдо указано со своей отдельной ценой. Этот вид можно чаще всего обнаружить в дорогих ресторанах, практикующих французский сервис.

«Табльдот» - меню с единой комплексной ценой. В цену включается **все**: от закуски до десерта. Однако в чистом виде этот вид меню в настоящее время в ресторанах не используется.

Статичное меню - заранее определенное меню, которое не меняется день ото дня. Дорогие рестораны, где постоянные посетители редкость, не нуждаются в изменении меню так часто, как это делают другие предприятия, в которых такая категория посетителей питается сравнительно регулярно.

Цикличное меню - меню, предоставляющее широкий выбор для клиента. Цикличное меню предлагает определенный набор салатов, мясных и рыбных блюд, закусок и десертов, которые меняются ежедневно.

7.2. Правила столового этикета.

Слово «этикет» впервые ввели в обиход при дворе французского короля Людовика XIV. На королевских приемах гостям вручали карточку (этикетку) с правилами поведения, которые позднее назвали этикетом. Самой старинной книгой по этикету в Европе считается трактат испанского священника Педро Альфонса, написанный им в Испании в 1204 году. В трактате много внимания уделялось ритуалам ведения бесед, приема гостей, поведения за столом.

Сейчас этикет означает форму, манеру поведения, на основе правил учтивости и вежливости, принятых в том или ином обществе. Этикет предусматривает также умение правильно держаться за столом, правильно пользоваться столовыми приборами, красиво есть.

Согласно правилам этикета, *сидя за столом*, следует только запястьем опираться на его край. Женщина может ненадолго опереться на стол локтем. Не следует скатывать хлебные шарики, играть приборами, рюмкой, сворачивать край

скатерти в трубочку, протягивать во всю длину ноги под столом. Во время еды не следует расставлять локти и низко склонять голову над тарелкой. Не следует дуть на горячую еду и напитки, чавкать, причмокивать и прихлебывать. Есть и пить нужно беззвучно.

Сидеть за столом следует прямо, но не так, словно вы «аршин проглотили». При еде сидят, чуть наклонившись над столом, такая же поза остается и когда вы пьете.

Приборы держат за кончик ручки, а не посередине. Ножом следует лишь резать пищу, ни в коем случае его нельзя брать в рот. Ложку, которой едят суп, держат в правой руке, ко рту ее подносят чуть наискось.

Совершенно иск; но чается употребление ножа к макаронам, вермишели, лапше, солянке, омлетам. Эти блюда едят только вилкой. После еды нож и вилку складывают в тарелки параллельно, ручками в правую сторону. Когда предполагается, что те же приборы будут использованы при следующем блюде, их кладут на стол.

При пользовании ножом и вилкой, вилку следует держать все время в левой руке, нож в правой, не переключая их из руки в руку.

Некрасиво доливать из бутылки только себе. Взяв бутылку или графин, сначала предложите соседу но столу.

Невежливо выбирать из порций, лежащих на блюде, лучшую.

Не следует макать хлеб в соус.

Нельзя садиться за стол с сигаретой. Позволить себе закурить можно только после полного угощения, при кофе. В самом крайнем случае между последним блюдом и десертом.

7.3. Технология подачи блюд и закусок.

7.3.1. Холодные блюда и закуски

Холодные блюда и закуски, способствующие появлению аппетита, должны обладать прекрасными вкусовыми качествами и иметь привлекательный внешний

вид. К каждому из предлагаемых блюд необходимо предусмотреть приборы для раскладки, за исключением натуральных овощей, которые подаются целыми. Для раскладывания применяют специальный прибор, если его нет - столовые вилку и ложку. В этом случае кладут в блюдо вилку зубцами вниз, а на нее - с годовой ложку углублением вниз.

Икра подается в икорницах, в металлическую часть которых кладут колотый пищевой лед. Икорницу ставят на пирожковую тарелку, застеленную резной бумажной салфеткой,

Сливочное масло подают на розетке или пирожковой тарелке. Для его охлаждения и сохранения консистенции можно использовать кусочки пищевого льда.

Натуральные овощи подают и фарфоровых или хрустальных вазах. для подачи используют также салатники.

Рыбу подают: малосольную - без гарнира с долькой лимона; отварную и заливную - в овальных фарфоровых блюдах. Натуральную рубленую сельдь подают в селедочнице. К ней отдельно подают отварной картофель и в розетке - сливочное масло.

Жареную домашнюю птицу подают на круглом фарфоровом блюде, на ножки надевают папильотки. В качестве гарнира используют зеленый салат, консервированные фрукты и ягоды,

Салаты (рыбные, мясные, овощные) подают в салатниках.

7.3.2. Горячие закуски

Горячие закуски в тарелки не перекладывают, а подают в посуде, в которой они были приготовлены. Закуски, подаваемые в кокотницах (маленькая кастрюлька с длинной ручкой), едят с помощью чайной ложки: закуски, подаваемые в кокильницах (небольшая металлическая раковина на подставке) и на порционных сковородках, едят закусочной вилкой.

Грибы, запеченные в сметане, подают в кокотнице. ручка ее должна быть слева от гостя, ручка чайной ложки -справа.

Отварных раков подают на круглом мельхиоровом блюде, которое покрывают салфеткой. Гостю ставят закусочную тарелку и прибор для раков. Хорошо подать к ракам пиво. Для вытирания пальцев необходима влажная салфетка.

Сосиски-малютки, тефтели можно подать на круглых мельхиоровых блюдах или на порционных сковородах.

7.3.3. Супы

По способу приготовления супы бывают прозрачные (бульоны), заправочные (щи, борщи, солянки и др.), пюре-образные, молочные и сладкие. По температуре подачи супы делятся на две группы - горячие и холодные. В зависимости от вида супа его подают в бульонной чашке или в глубокой столовой тарелке, поставленной на мелкую столовую тарелку.

Существуют определенные правила разливания супа из одной миски в несколько тарелок. Крышку с суповой миски снимают с помощью салфетки. Глубокую тарелку ставят на мелкую и держат их в левой руке так, чтобы тарелка и миска находились на одном уровне. Правой рукой разливают суп: сначала в тарелку перекалывают густую часть супа, а после этого наливают жидкую.

Многие национальные супы готовят и подают в керамических горшочках. Горшочек ставят на тарелку перед гостем. Такие супы можно подавать и глубоких столовых тарелках. Сначала осторожно переливают в тарелку не менее половины содержимого, затем с помощью деревянной ложки перекалывают густую часть супа, снова берут горшочек в руки и переливают оставшуюся часть супа.

Супы-пюре подают в бульонных чашках, распределять их на порции следует **на** кухне. Чашку с блюдцем ставят перед гостем ручкой влево, ложку кладут перед чашкой

ручкой вправо,

Заправочные супы подают в глубоких столовых тарелках, Если они приготовлены с мясом, в сервировке необходимы столовый нож и вилка.

Рыбацкую уху лучше всего подать на стол в котелке, подвесив его на специальную подставку, а потом уже разливать на порции.

Холодные супы подают так же, как и горячие. Кубики пищевого льда к этим супам подают в салатнике, поставленном на пирожковую тарелку. Щипцы или десертную ложку для раскладки льда кладут на край тарелки.

Сладкие супы в летнее время года готовят холодными, а зимой - горячими.

7.3.4. Вторые горячие блюда

Чтобы вторые горячие блюда быстро не остыли, их необходимо подавать на предварительно подогретых мелких столовых тарелках.

Жареную рыбу подают на овальном мельхиоровом блюде или на мелкой столовой тарелке, с картофелем фри.

Бефстроганов можно подать в круглом баранчике; отдельно, на порционной сковороде, подают жареный картофель.

Натуральные котлеты и отбивные из свинины подают на круглом металлическом блюде, вместе с гарниром, на косточку надевают папильотку.

Отварные овощи лучше подавать в металлической посуде.

Голубцы подают в баранчике (небольшая суповая миска).

Яичницу подают на порционных сковородах, которые ставят на закусочную тарелку перед гостем.

Сырники и запеканки подают в мелких столовых тарелках.

Соусы и сметану подают в соусниках.

7.3.5. Сладкие блюда

Большую часть сладких блюд подают в креманках (маленькие вазочки на ножках), установленных на десертной или пирожковой тарелке.

Фрукты, вымыв и обсушив, подают в вазах, уложив горкой. В одну вазу можно класть различные фрукты. Фрукты также можно подать индивидуально каждому гостю на десертной тарелке.

Пирожные и торты лучше всего подать в плоской вазе на резной бумажной тарелке.

7.4. Правила подачи напитков к столу.

Белые вина можно подавать к закускам, легкой еде из мяса и рыбы, сыру, ракам. Белые вина так же, как и красные, бывают сухие (без сахара) и полусухие (с небольшим содержанием сахара). К более жирным сортам рыбы подходит и сухой шерри. С крабами предпочтительнее подавать сухое белое вино. Вареную телятину или куриное мясо сервируют с белым или розовым вином, остальные мясные блюда - с красным.

Полусухие красные вина подают к различной еде из баранины, телятины и дичи. Крепкие красные вина подают к бифштексу, свинине.

К закускам предлагают вина в зависимости от цвета закусок: к рыбным и мясным салатам - сухое белое вино или розовое, к мясу - легкое красное вино.

К супам алкогольные напитки, как правило, не подают, на столе может быть лишь минеральная вода. Однако в некоторых странах считается уместным предлагать к грибному супу сухой шерри или сухую мадеру, а к рыбному бульону - сухое белое вино (в Швеции).

Водка подается к блюдам русской кухни (черная икра, блины и т. п.),

Виски подходит к соленым, пряным, жирным блюдам (устрицы, дичь, копченая рыба, тяжелые блюда с соусами).

Пиво подают к соленой рыбе, сыру,

Во время торжественных приемов за столом предлагается 3-4 вида различных вин, к каждому блюду — свое, с соблюдением следующих правил;

- сочетание цветов вина и закусок;

- сухое вино подают перед сладким вином;
- слабое вино - перед крепким;
- вкус вина не должен доминировать над вкусом блюда;
- если блюда приготовлены в винном соусе, то желательно сопровождать их вином того же названия;

- бокалы наливают не доверху, а лишь наполовину или не доливают на 2 см до верхнего края;

- для слабого вина подают большие бокалы.

Вина никогда не предлагаются к апельсинам и другим цитрусовым, а также к соленым или копченым мясу или рыбе, чисто овощным салатам, яйцам и шоколаду.

Кроме того, вино должно быть нужной температуры. Перед подачей на стол белое вино должно иметь температуру 8-12 градусов, шипучие вина и шампанское - 6-8, красное вино - 16-18, то есть почти комнатную. Белое вино, шипучие вина и шампанское необходимо охлаждать в холодильнике не менее двух часов; красное же вино должно постоять столько же времени при комнатной температуре без пробки, так как напиток должен «дышать». Это улучшает его вкус. Нагревание красного вина должно происходить постепенно, так, чтобы не пострадали его вкус и аромат.

Коньяк и ликер являются неизменной принадлежностью кофейного стола. Коньяк подается к кофе или к чаю. Его нельзя ставить в холодильник. Пьют коньяк медленно, маленькими глотками, держа рюмку подольше в руке, чтобы согреть ее и дать полнее раскрыться аромату коньяка.

Чем крепче напиток, тем меньше рюмка, из которой его пьют (кроме коньяка). Ликер подают в маленьких (25 мл) рюмочках, выпивают этот напиток не сразу, а по капле. Водку подают в рюмочках емкостью 35-50 мл. Они могут быть как с короткой, так и с длинной ножкой или вовсе без нее.

Десертное вино подают в рюмках емкостью 75 мл на довольно длинных тонких ножках.

Белые вина подают в рюмках емкостью 75 мл, красные вина - емкостью 100-125 мл.

Шипучие вина и шампанское подают в бокалах емкостью 125 мл.

Перед началом торжественного приема гостям предлагается аперитив. Аперитив открывает застолье, это первое угощение, выбывающее аппетит. В качестве аперитива можно предложить сервированные на подносе бокалы шампанского, шипучего вина или легкого крющона.

Крепкие алкогольные напитки никогда не подаются перед едой.

Ключевые слова: инструменты рынка, меню, классификация меню, ассортимент продукции, дизайн интерьера, аперитив и джиестив.

Контрольные вопросы:

1. Типы и виды меню.
2. Стандарт внешнего облика официанта.
3. Стандарты обслуживания за столом.

Литература.

Основная литература.

1. В.В. Бородина. Ресторанно-гостиничный бизнес. М. «Книжный мир». 2001.
2. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
3. В.Г. Федцов. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.

Дополнительная литература.

1. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
2. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.

3. Палвонов Т.В. Узбекистон туризмини ривожлантиришда халқаро тажрибанинг қулланилиши. Битирув малакавий иши. Тошкент 2004.

4. Интернет сайты:

1. www.tourism.ru
2. www.travel.ru
3. www.palomnik.ru

Тема 8. Стандарты ведения ресторанного хозяйства.

План:

8.1. Требования к столовому белью.

8.2. Функциональные характеристики столовой посуды.

8.3. Приборы для приема и раскладывания блюд.

8.1. Требования к столовому белью.

Эстетичный вид стола во многом зависит от столового белья: скатертей, салфеток, рушников, полотенец. Они должны гармонировать с остальными элементами сервировки. Удобнее пользоваться льняным столовым бельем. По сравнению с хлопчатобумажными льняные ткани более прочные и тяжелые. Они гигиеничнее, имеют более гладкую поверхность, отличаются белизной и шелковистым блеском.

8.1.1. Скатерти

Могут быть белыми и цветными. Белые придают помещению торжественность. Цветными скатертями светлых тонов накрывают стол для чая или кофе. Под скатерть рекомендуется подложить фланель, сукно или какую-то другую мягкую ткань - тогда скатерть ляжет ровнее, стук тарелок и приборов смягчится. Если нет скатерти необходимого размера для большого стола, можно воспользоваться несколькими одинаковыми скатертями. В таком случае первую стелют на дальнюю сторону стола (по отношению к входу в зал), вторую накладывают на первую стороной, на которой предварительно была подвернута кромка внутрь, так, чтобы образовалась ровная линия.

Для банкетов «а ля фуршет» наряду со скатертью широко применяют так называемые «юбки» - ткань, покрывающую столы от столешницы почти до самого пола. Это ткань из цветного искусственного шелка, может иметь цвет, отличающийся от лежащей на столе скатерти, а также рисунок, отражающий время

года или тему обслуживания. Крепится она на шнурке и закрепляется нитками по углам с интервалом 50 см.

8.1.2. Салфетки

Обязательный элемент сервировки праздничного стола. Салфетки изготавливают, из той же ткани, что и скатерти. Рисунок скатерти и салфеток должен быть одинаковым.

Известно, что в Древней Греции, около 3500 лет тому назад, было принято, чтобы во время еды раб или слуга утирал своему хозяину губы листком фигового дерева. Можно считать, что именно так родилась салфетка.

Однако настоящую салфетку впервые стали употреблять около 2000 лет тому назад в Древнем Риме. В богатых домах салфетки шили из полотна и украшали вышивкой в виде вензелей из инициалов хозяина дома. Гости нередко уносили с собой эти красивые салфетки. Тогда гостям стали предлагать приносить свои салфетки. Но так как званые вечера порой продолжались до утра, гости отказывались приносить свои салфетки, зная что могут попросту потерять или забыть их. В средние века пользование салфетками было широко распространено и приглашенным уже не нужно было приносить их из дома. К тому же считалось, что можно во время еды вытирать рот и руки скатертью. В богатых семьях салфетки украшали художественной вышивкой из золотых или серебряных нитей и меняли гостям после каждого блюда.

Садясь за стол и увидев на тарелке перед собой красиво свернутую белоснежную салфетку, некоторые испытывают какую-то робость перед ней. Иногда пытаются даже осторожно отложить ее в сторонку, не зная о том, что салфетка столь же необходима, как нож, вилка, ложка, и так же призвана помочь человеку во время еды.

Как уже говорилось, красиво сложенная, хорошо отглаженная и умеренно подкрахмаленная белоснежная салфетка, несомненно, украшает стол, придает ему

вместе с другими предметами сервировки более торжественный вид. Основное же назначение салфетки состоит в том, чтобы предохранить костюм от попадания случайных брызг, капель, крошек. Ею обтирают также пальцы и губы во время и после еды.

Непосредственно перед едой салфетку нужно развернуть, сложить вдвое и положить изгибом к себе на колени.

Закладывать салфетку одним из ее углов или краем за воротник рубашки или лацкан пиджака не принято.

Пальцы, случайно испачканные во время еды, осторожно вытирают верхней половиной салфетки, не снимая ее с колен.

Для обтирания губ салфетку берут с колен двумя руками, укорачивают путем перевертывания ее концов в ладони и, приложив середину к губам, промокают их о верхнюю половину салфетки. Вытирать губы путем скользящих движений по ним некрасиво.

Совершенно недопустимо использовать салфетку вместо носового платка или в качестве полотенца для сильно испачканных рук.

Не полагается, сев за стол, пристально разглядывать приборы и посуду, а затем салфеткой протирать их, если вдруг заметили какое-то пятнышко.

Окончив есть, не следует тщательно складывать салфетку, пытаясь придать ей прежний вид, а просто аккуратно положить ее справа от своей тарелки. Не рекомендуется также вешать салфетку на спинку стула или класть на его сиденье.

Если салфетка случайно упала с колен на пол, не следует огорчаться: попросите дать чистую, поскольку пользоваться салфеткой, поднятой с пола, конечно нельзя.

Салфетки должны быть квадратной формы. Существует много вариантов складывания салфеток, но во всех случаях следует придерживаться следующих правил:

- при складывании салфетки необходимо как можно меньше касаться ее пальцами;
- выбирать такую форму складывания, чтобы посетитель мог легко развернуть сложенную салфетку;
- все салфетки на одном столе складывать одним способом.

При использовании бумажных салфеток их свертывают треугольником, складывают по 10-12 штук в стеклянные или пластмассовые салфетницы или раскладывают на пирожковые тарелки. Бумажной салфеткой можно пользоваться только один раз, после чего ее скатывают в шарик и кладут под борт тарелки, а после еды - на тарелку вместе с использованными приборами.

Рушники изготавливают из белой льняной ткани. Сложенный вчетверо рушник размером 35 x 85 см используется официантом при подаче блюд в ресторанах «люкс» или «высший».

8.2. Функциональные характеристики столовой посуды.

Столовая посуда подразделяется на фарфоровую, фаянсовую, керамическую, стеклянную, хрустальную и металлическую.

8.2.1. Фарфоровая и фаянсовая посуда

Посуда из фарфора отличается легкостью, прозрачностью, повышенной прочностью. При легком ударе по краю фарфорового изделия оно издает четкий, продолжительный звук. Фаянсовые изделия имеют меньшую механическую прочность и термическую стойкость, поэтому они толще, чем фарфоровые. Фарфор и фаянс длительное время сохраняют тепло и обладают высокой кислотоустойчивостью, это основной материал для изготовления столовой посуды. Каждый вид этой посуды имеет свое назначение:

- тарелки столовые мелкие (диаметром 240 мм) - для вторых блюд, а также как подставочные к глубоким тарелкам;
- тарелки закусочные (диаметром 200 мм) - для холодных закусок, а также как подставки под салатники;

- тарелки десертные мелкие (диаметром 200 мм, отличаются от закусочных более красочным рисунком) - для пудингов, запеканок, суфле и других сладких блюд, свежих фруктов;
- тарелки пирожковые (диаметром 175 мм) - для хлеба, тортов, выпеченных изделий;
- тарелки столовые глубокие (диаметром 240 мм) - для заправочных супов;
- тарелки десертные глубокие (диаметром 200 мм) - для сладких супов из фруктов и клубники со сливками;
- блюда овальные - для закусок из рыбы и мяса, заливной рыбы;
- блюда круглые - для мясных и овощных закусок, канапе и др.;
- чашки бульонные (емкостью 350-400 мл) с блюдцами - для бульонов-пюреобразных супов, а также супов с мелко нарезанным мясом или птицей;
- миски суповые с крышками;
- салатники различной формы емкостью от 1 до 6 порций - для салатов, солений, маринадов, грибов и др.;
- соусники емкостью от 1 до 6 порций - для холодных соусов и сметаны;
- чайники для заварки;
- чайники для кипятка;
- чашки чайные с блюдцами - для чая, кофе с молоком, какао;
- кофейники для черного кофе;
- чашки кофейные с блюдцами - для кофе черного, шоколада;
- молочники для молока к кофе, чаю;
- сливочки;
- розетки (диаметром 90 мм) - для варенья, меда, лимона, сахара;
- сахарницы;
- вазы с плоской поверхностью на ножке (диаметром 300 мм) - для круглых тортов и пирожных;
- судки для специй;

- салфетница для бумажных салфеток.

8.2.2. Металлическая посуда

Для сервировки стола можно применять и металлическую посуду, которая обычно изготавливается из мельхиора и нержавеющей стали. Красивее и практичнее посуда из мельхиора. Она не бьется и может служить долго. Нельзя ставить на стол мельхиоровую посуду с темными пятнами или потемневшим рисунком. Для холодных блюд и закусок мельхиор практически не используется. Исключение составляют икорницы со стеклянной розеткой, в которых подают зернистую и кетовую икру. Мельхиоровую посуду чаще всего используют для горячих закусок, первых, вторых и десертных блюд.

Для приготовления и подачи горячих закусок из мяса, птицы, овощей, грибов с соусами применяют кокотницу - маленькую кастрюльку с длинной ручкой.

Для запекания и подачи горячих закусок из рыбы и продуктов моря предназначена кокильница - небольшая металлическая раковина на подставке, выполненная как одно целое.

Для приготовления порционных блюд (например яичницы, крупеников, запеченной рыбы, блинов и др.) используют порционные сковородки.

Подавать первые горячие блюда можно в суповых мисках с крышками. Похожи на суповые миски баранчики с крышками, но они меньше размером. В баранчиках подают вторые горячие блюда под соусом. В круглых - мясные блюда (рагу, плов), в овальных - птицу, дичь, мясные и рыбные блюда.

Пашотница - кастрюлька из мельхиора - предназначена для подачи к бульону горячих, очищенных яиц, сваренных «в мешочек»,

Менажницы - однопорционные металлические блюда овальной формы с перегородками. Менажницы с одной перегородкой служат для подачи основного блюда с одним гарниром, а с двумя перегородками - со сложным гарниром.

Мороженое, кремы, муссы, желе, консервированные компоты подают в креманках - маленьких вазочках на высоких ножках,

Для приготовления и подачи кофе по-восточному используют джезве (турке).

В трехъярусных вазах из мельхиора подают фрукты.

8.2.3. Керамическая и деревянная посуда

Периодически приходит мода на керамическую и деревянную посуду.

Из керамической посуды наиболее часто используются: горшочки для приготовления различных тушеных национальных блюд; чайные и кофейные сервизы; кувшины; стаканы; кружки для различных напитков; вазы для цветов; пепельницы.

Из деревянной посуды для сервировки стола можно использовать: хлебницы; соусники; приборы для специй; тарелки и блюда для закусок; кружки для напитков; бокалы; ложки. Деревянную посуду изготавливают из плотных и достаточно твердых пород дерева, для большей прочности и меньшей влаговосприимчивости ее пропитывают специальными составами и покрывают лаком. Чтобы она служила дольше, необходимо подавать в ней те блюда, которые едят без ножа.

Деревянная и керамическая посуда хорошо сочетаются между собой. Например, холодные закуски, десерт и фрукты подают в деревянной посуде, а горячие блюда и напитки - в керамической,

Горячие закуски готовят и подают в керамических горшочках, первые блюда также желательно готовить в горшочках. Однако подавать их можно и в керамической, и в деревянной посуде. Ложки должны быть из дерева. Вторые горячие блюда тоже лучше готовить и подавать на стол в горшочках. Гость сам перекладывает блюдо на тарелку индивидуального пользования. Не будет нарушением правил хорошего тона, если гости будут есть непосредственно из горшочков.

Горячие напитки подают в керамических чашках, хлеб в деревянных или плетеных хлебницах. Для прохладительных и спиртных напитков используют керамическую и деревянную посуду соответствующей вместимости. Пиво и напитки, приготовленные по старинным рецептам, подают в кувшинах.

8.2.4. Хрустальная и стеклянная посуда

Хрустальную посуду изготавливают из белого стекла, в которое добавляют серебро или свинец. Она отличается высокой прозрачностью, игрой света и звоном. Качество хрусталя определяется алмазными гранями: чем мельче сетка граней, тем выше качество изделия. Впервые хрусталь появился в Англии, затем его стали изготавливать во Франции.

Из стеклянной и хрустальной посуды чаще всего используются всевозможные стаканы, бокалы, фужеры. При сервировке стола необходимо придерживаться правила: количество посуды должно соответствовать количеству предлагаемых напитков,

По назначению стеклянную и хрустальную посуду можно разграничить следующим образом:

- рейнвейная рюмка емкостью 100 мл для белого столового вина;
- лафитная рюмка емкостью 125 мл для красного столового вина;
- мадерная рюмка емкостью 75 мл для мадеры, хереса, портвейна и десертных вин;
- рюмка емкостью 25-30 мл для ликера;
- рюмка емкостью 50 мл для водки и горьких настоек;
- рюмка емкостью 75-250 мл для коньяка;
- бокалы высокие узкие и бокалы тюльпанообразные, суживающиеся кверху, емкостью 125-150 мл для шампанского;
- фужеры - для минеральной и фруктовой воды, для пива;
- кружки пивные, расширенные книзу;

- стаканы цилиндрические и конические для коктейлей;
- стаканы чайные;
- стаканы с утолщенным дном для кофе-гляссе;
- стопки конусные для натуральных соков;
- кувшины с крышками - для воды, кваса, различных соков;
- креманки на ножке, креманки в виде блюдца - для компоте», груш в сиропе, других сладких блюд:
- комлотницы в виде блюдца с ручками для сладких блюд;
- розетки -для варенья, сахара, лимона;
- салатницы для салатов с заправкой из уксуса, растительного масла, соли, горчицы;
- вазы на высокой или низкой ножке для фруктов;
- вазы без ножки для варенья;
- вазы на ножке для печенья и конфет;
- вазы-подставки на средней ножке для тортов и пирожных;
- вазы-ладьи овальной формы - для фруктов и свежих овощей;
- вазы для цветов;
- флаконы с притертой пробкой - для уксуса, оливкового или подсолнечного масла.

8.3. Приборы для приема и раскладывания блюд

При сервировке стола используются приборы мельхиоровые и из нержавеющей стали. Они делятся на *индивидуальные* (основные) и *общие* (вспомогательные). Индивидуальные приборы предназначены для приема блюд, а общие - для их раскладывания.

К индивидуальным относятся закусочный, **рыбный**, столовый, десертный и фруктовый приборы,

Закусочный прибор - вилка и нож. Они немного меньше размером, чем обычные столовые. Прибор подается к холодным блюдам и закускам всех видов и к некоторым горячим закускам - ветчине жареной, блинам и др.

Рыбный прибор - вилка с четырьмя короткими зубцами и углублением для отделения костей и нож с коротким и широким лезвием в виде лопаточки. Полагается к горячим рыбным блюдам. Если нет рыбного ножа, то к горячему

блюда из рыбы можно подавать две рыбные или обычные столовые вилки.

Столовый прибор - вилка, нож и ложка. Используется при сервировке стола для приема первых и вторых блюд. Ложку и вилку используют также для раскладки блюд при отсутствии специального прибора.

Десертный прибор - ложка, вилка и нож. По размеру вилка и нож несколько меньше закусочных, вилка с тремя зубцами. Как правило, приборы для десерта отличаются изяществом и оригинальностью. Десертные нож и вилку используют, когда на стол подают шарлотку, сладкие пироги и др. Десертную ложку подают к сладким блюдам, таким как пудинг, мусс, ягоды с молоком, сливками, фруктами в сиропе.

Фруктовый прибор - вилка и нож. Нож меньше десертного, с заостренным концом, перочиннообразный, вилка с двумя зубцами. Фруктовые приборы используют для сервировки, если к столу подают яблоки, груши, ананасы, апельсины, арбузы, дыни. К консервированным ананасам и фруктовым салатам достаточно только вилки.

Посуду и приборы перед использованием необходимо протереть полотенцем. При этом тарелку держат через полотенце, в левой руке, а правой протирают другим концом полотенца, поворачивая тарелку. Бокалы, фужеры также держат за ножки через полотенце, а правой протирают внутри и снаружи. При протирании узких бокалов полотенце проталкивают внутрь.

Приборы (ложки, вилки и ножи) протирают поочередно, держа их через полотенце в левой руке. При этом ножи необходимо держать лезвием от себя, вилки - зубцами вниз.

Ключевые слова: стиль, соответствие национального облика международным стандартам, виды раскладки блюд, стюард – дизайнер в блоке питания.

Контрольные вопросы:

1. Виды столового белья и столовой посуды.
2. Технология подготовки и организации банкетов.
3. Столовые приборы.

Литература.

Основная литература.

1. В.В. Бородина. Ресторанно-гостиничный бизнес. М. «Книжный мир». 2001.
 2. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
 3. В.Г. Федцов. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.
- Дополнительная литература.
1. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
 2. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
 3. Г.А. Аванесова, Сервисная деятельность М. Аспект пресс 2004

4. Кенжаева Д. Безопасность в индустрии сервиса: механизм осуществления и пути совершенствование. Битирув малакавий иши. Тошкент 2002.

5. Интернет сайты:

1. www.tourism.ru 2. www.travel.ru 3. www.palomnik.ru

Тема 9. Общие вопросы безопасности туристов во время путешествий.

План:

9.1 Обеспечение медицинской помощи.

9.2 Страхование в туризме.

9.3 Прочие вопросы безопасности в туризме.

9.1 Обеспечение медицинской помощи.

Безопасность - понятие важное и древнее, такое же необходимое для каждого туриста, как питание и сон. Поэтому обеспечение безопасности туристов во время путешествия - главная забота туристской фирмы. На обеспечение безопасности туристов направлен целый комплекс мер, осуществляемых туристскими организациями. При этом первостепенное значение имеют стабильная политическая обстановка в местах отдыха или путешествия и экологическое состояние этих мест. При несоответствии этих факторов норме - туризм затруднителен и небезопасен.

Очень важна в данном случае правдивая и полная информация для туристов об экологическом и политическом состоянии в стране (регионе) путешествия. Если туристская фирма не может гарантировать безопасность в нестабильных политических или неблагоприятных экологически районах, то путешествия в эти регионы сокращаются. Примеров тому множество. Например, во время войны в Персидском заливе путешествия в страны этого региона в тот период сократились на 90%. Аналогичная ситуация имеется в наше время в Югославии и на Кавказе. Не производятся путешествия в экологически неблагоприятные районы (отдельные районы Украины, Белоруссия и др.). Турист едет в незнакомое ему место, часто в другую страну. Он не всегда знает, какой там климат, какие вещи, защитные средства, лекарства могут понадобиться в путешествии. Ему трудно бывает сориентироваться на месте из-за языковых различий. Предусмотреть, что может

понадобиться туристу в путешествии, и дать ему наилучший совет - задача туристской фирмы.

Для примера можно взять опыт американской медицинской компании, работающей в тесном контакте с турбизнесом "Пепто-Бисмол". Ее буклет под названием "Советник путешественника" (Travelers Advisory) вручается бесплатно каждому туристу при приобретении им тура. В этом буклете содержатся элементарные, но очень необходимые советы по сохранению здоровья путешествующим в разных странах. Советы этого буклета помогут туристу сделать путешествие более безопасным с точки зрения здоровья.

Прежде всего, советуют авторы буклета, еще до выезда в путешествие необходимо узнать о климатических условиях выбранного места. Возможно, они не подойдут Вам по медицинским показаниям (аллергия, повышенное артериальное давление и др.). Может быть, Вам лучше поехать туда в другой, более благоприятный период (сезон). Для посещения некоторых экваториальных стран необходимо обязательно делать прививки от желтой лихорадки, которая действует примерно 10 лет, но должна быть сделана не позднее 10-15 дней до въезда в страну и др. Возможны и другие медицинские требования.

Желательно запастись необходимыми таблетками и медикаментами, так как Вы можете не найти нужного лекарства в стране пребывания, а аналог не гарантирует того же действия и отсутствия побочных реакций.

Необходимо в путешествие брать с собой небольшую аптечку, в состав которой включаются антигистаминные, противовоспалительные, противоожоговые, перевязочные и дезинфицирующие материалы.

"Советчик путешественника" обращает внимание туристов на необходимость соблюдения осторожности и сдержанности при приеме незнакомой пищи в других странах, а также о нежелательности употребления сырой воды. Солнце и плавание в меру - здоровье в путешествии! Необходимо помнить о важности использования в тропических странах солнцезащитных кремов и очков.

Плавать лучше всего в специально обозначенных местах водоемов и в бассейнах. В незнакомых местах можно наткнуться на "подводные сюрпризы", а также сама вода может привести к инфекционным или кожным заболеваниям.

При путешествии в другую страну необходимо объяснить туристам, как найти квалифицированного врача, куда обращаться в крайних случаях. Полезно иметь в своих дорожных документах на случай непредвиденных обстоятельств бланк, где указываются основные данные по состоянию здоровья (группа крови, возможные аллергические реакции, медицинские проблемы и рекомендации).

9.2. Страхование в туризме.

Страхование туристских поездок играет большую роль в обеспечении безопасности туристов. При классическом страховании от несчастных случаев клиенту обычно компенсируется моральная сторона события - он получает материальную выплату за то, что его организму был нанесен ущерб. Это помимо оплаты по больничному листу. В ряде случаев суммы выплат превышают фактические издержки.

Однако все зависит от страхового договора, заключенного между страховой компанией и туристом.

Ингосстрах, например, занимающийся страхованием российских туристов, выезжающих за рубеж, возмещает только фактические расходы, связанные с оказанием экстренной медицинской помощи в странах, где она платная, однако, в пределах 50 тыс. долл. (в Европе).

Существуют следующие виды страхования в сфере туризма: страхование туриста и его имущества страхование риска турфирм страхование туристов в зарубежных поездках страхование иностранных туристов. Сумма страхового взноса зависит от нескольких причин.

Первое - от величины страхового взноса (чем выше страховой взнос, тем больше суммы страховых выплат).

Второе - люди старше 60 лет платят двойной тариф.

Третье - повышенные тарифы обычно устанавливаются для людей, связанных с риском: летчиков, моряков, спортсменов, детективов, водителей грузовиков.

На детей скидки, как правило, не предусмотрены, а некоторые компании вообще не страхуют детей младше 2-3 лет.

Некоторые фирмы страхуют ценное имущество. Для больших тургрупп страховка обойдется дешевле, чем для туристов-одиночек. Необходимо знать, что посольства стран, где практикуется очень дорогое лечение, Вам просто не выдадут визу, если Вы застрахованы менее чем на 30 тыс. долларов. Такую страховку необходимо иметь при въезде в США, Канаду, Японию, Израиль, Германию, Австрию.

Если с туристом произошел во время путешествия в другой стране "страховой случай", влекущий за собой либо обращение к врачу, либо утеря багажа, то туристу необходимо позвонить по телефону, указанному в страховом полисе, назвать его номер и номер телефона, по которому с ним можно будет связаться, и обрисовать создавшуюся ситуацию. Туристов следует предупредить, что оплачиваются лишь лекарства" выписанные врачом. Выезд за рубеж на собственном автомобиле оформляется особым видом страховки, который называют "зеленая карта" ("синяя карта" - в странах Восточной Европы). Действует эта страховка на территории государств, подписавших договор о "зеленой карте". Это практически вся Европа и ряд государств Востока. Без "зеленой карты" туриста не пустят в эти страны.

"Зеленая карта" - это страхование ущерба, причиненного жизни к имуществу третьих лиц, если турист является виновником ДТП. Дополнительно к медицинскому полису турист может оформить страхование помощи автомобилистам - "автомобильную аттестацию", которая действует при неисправности, ДТП, болезни и невозможности управлять машиной (предоставляется водитель от страховой компании), ремонте, буксировке и т. д. Основные виды страхования путешественников рассмотрим на примере

американской страховой компании "Travel guard gold ® Int", которая имеет три варианта расценок страхового взноса, дающих туристам разные возможности.

1-й вариант идеален, по мнению страховщиков, для туров стоимостью до 200 долл. и продолжительностью до 8 дней. Имеет самые минимальные расценки страхового взноса: 1 чел. - 19 долл.; 2 чел.-38 долл.; 3 чел. 57 долл. Эти расценки распространяются на туры продолжительностью 8 дней. Свыше 8 дней - еще плюс по 3 долл. за каждый дополнительный день путешествия. Этот вариант дает гарантии страхового возмещения в случаях: отказа от путешествия, ремонта арендованной машины, членовредительства и смертельного случая. Задержки путешествия не по вине туриста и задержки багажа - по самым низким расценкам. 2-й вариант подходит для туров стоимостью до 400 долл., продолжительностью до 13 дней. Расценки страхового взноса: 1 чел. 39 долл., 2 чел. - 78 долл.; 3 чел. - 117 долл. Если путешествие свыше 15 дней - плюс еще по 3 долл. за каждый дополнительный день. Этот вариант дает гарантии более высоких страховых выплат. 3-й вариант - туристские круизы и путешествия, стоимостью свыше 400 долл. Сумма взноса рассчитывается как 8% от общей цены путешествия. По этому варианту предусмотрены самые высокие тарифы страховочных выплат по всем указанным в 1 и 2 вариантах случаям плюс: в случае банкротства туристской компании и авиалиний (по невыполненным поездкам); мед помощь и госпитализация в путешествии; пропажа багажа, документов; критическая авиационная медицинская помощь.

Кредитные карточки, расширяя сферу своей финансовой деятельности, включают и страховку путешествий. Такую страховку предоставляют карточки "Америкен экспресс", "Виза", "Дайнерс" и "Еврокард/Мастеркард".

"Америкен экспресс" предлагает две карточки: зеленую и золотую.

Зеленая карточка выплачивает страховку в сумме 1 млн. франц. фр. в случае смерти или инвалидности, если проездной билет был выкуплен по карточке.

Дополнительно можно застраховаться на оказание медицинской помощи, стоимость данной страховки 450 франц. фр.

Золотая карточка оценивает страховку в сумме 2 млн. франц. фр. и включает гражданскую ответственность, издержки путешествия (задержки самолетов, аннуляция рейсов, отсутствие стыковки. В данном случае выплачивается компенсация за моральный ущерб), багаж (выплачивается компенсация в форме покупок, которые производятся по карточке), медицинскую и техническую помощь (предлагается транспортировка на родину, возмещение всех медицинских расходов за границей в сумме 25 тыс. фр.), юридическую помощь, уголовный залог. (Данные из бюллетеня Мосинтур "Гостиницы Рестораны. Туризм". № 1(9) 1994 г. (По обзору французской туристской прессы).) "Дайнерс" так же, как и золотая карточка "Америкен экспресс", страхует путешествие в сумме 2 млн. фр. и предлагает те же виды услуг, оценивая, однако, медицинскую помощь за границей в 50 тыс. фр. Багаж также застрахован, но при условии, что за него несет ответственность авиакомпания. Отсутствует страховка по аннуляции и в случае прерывания путешествия. Чтобы быть застрахованным во время путешествия, транспортный билет должен быть приобретен по карточке.

Компания "Еврокард/Мастеркард" предлагает две карточки. еврокард/мастеркард и голд/мастеркард. По карточке еврокард/мастеркард медицинские расходы оцениваются в сумме 70 тыс. фр., вся страховка в путешествии предусмотрена в сумме 600 тыс. фр., отсутствует страховка по аннуляции и прерыванию поездок. Карточка голд/мастеркард страхует клиентов на случай госпитализации за границей в размере 1 млн. фр., а за задержку выдачи багажа предусматривается выплата в сумме 1500-3500 фр., если проездной будет приобретен по карточке.

"Виза" предлагает 2 карточки: "Виза премьер" и "голубую карточку Виза". "Виза премьер" страхует своих клиентов на сумму 12 млн. фр., по медицинским

расходам за границей выплачивает 20 тыс. фр., предусматривает страховку по аннуляции и прерыванию пребывания в размере 30 тыс. фр. в год на человека.

"Голубая карточка Виза" оценивает весь капитал страховки на сумму 300 тыс. фр., а на медицинские расходы за границей выплачивает 15-30 тыс. фр. Для получения страховки необходимо приобрести транспортные билеты по карточке "Виза", а по карточке "Виза премьер" и размещение должно быть также оплачено карточкой. Продавая туры, тур агент активно информирует туристов о возможностях страховых гарантий путешествия. Это внушает туристу уверенность в безопасности путешествия, снимает сомнения в приобретении им тура.

9.3.Прочие вопросы безопасности в туризме.

К вопросам безопасности в туризме относятся также следующие аспекты:

соответствие подготовки туристов категории маршрута, тура (если речь идет о спортивных, походных, приключенческих турах и т. п.). На ряд маршрутов туристы допускаются только при наличии медицинской справки об отсутствии противопоказаний к путешествию (например, тур на Камчатке "Восхождение на вулкан Дзензур");

наличие высокой квалификации у гидов, инструкторов по туризму, сопровождающих туристов на маршруте (не допускаются к работе с туристами люди случайные, неподготовленные);

надлежащее оборудование безопасных трасс передвижения туристов, а также пунктов их остановок.

Все это - серьезные проблемы, которые решаются туристскими фирмами в целях успешной работы своих предприятий. Компании, занимающиеся страхованием в сфере туризма, вкладывают средства в предупредительные мероприятия. Например, в целях предупреждения пропажи туристов на маршрутах путешествий обеспечивают туристов радиостанциями.

Однако это не отменяет необходимости в работе специальных спасательных и контролирующих безопасность туристов служб.

В Узбекистане такие контрольно-спасательные службы действуют во всех регионах активного туризма.

Ключевые слова: Экономический рост, доход от туризма, мировой экспорт, доля занятых в туризме, динамика развития туризма, экономика туризма, рентабельность туризма, средства для развития туризма, динамика развития, «Узбектуризм», рентабельность, международные наблюдатели, международное сотрудничество, национальная стратегия, политика туристского планирования, профессиональная подготовка.

Контрольные вопросы:

1. Требования к безопасности.
2. Нормативы пассажирского транспорта.
3. Назовите категории средств транспорта по Стандартной международной классификации транспортных средств.

Литература.

Основная литература.

1. А.Ю. Александрова. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
 2. М.Б.Биржаков. Введение в туризм, М.- Санкт-Петербург. 2000.
 1. Г.А. Папирян. Менеджмент в индустрии гостеприимства, М. Экономика»2000.
- Дополнительная литература.
1. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
 2. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
 3. Г.А. Аванесова, Сервисная деятельность М. Аспект пресс 2004 С. 62-46
 4. Г.А. Яковлев, Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004 С. 42-62.
 5. Гостиничный и туристический бизнес М. ЭКМОС, 2004 С. 58-79.

4. Кенжаева Д. Безопасность в индустрии сервиса: механизм осуществления и пути совершенствование. Битирув малакавий иши. Тошкент 2002.

5. Интернет сайты:

1. www.tourism.ru 2. www.travel.ru 3. www.palomnik.ru

Тема - 10. Межгосударственные соглашения по туризму.

План:

10. 1. Гаагская декларация

10.2. Основные принципы взаимного развития по туризму.

10.3. Международная конвенция по путешествиям.

10.1. Гаагская декларация по туризму

Межпарламентская конференция, по туризму была проведена в Гааге (Нидерланды) с 10 по 14 апреля 1989 года совместно с Межпарламентским союзом (МПС) и Всемирной туристской организацией (ВТО) по приглашению Межпарламентской группы Нидерландов. Участники конференции единодушно констатировали тот факт, что интересам всех стран отвечает управление как индивидуальных, так и коллективных туристских путешествий, которые, внося вклад в экономическое, социальное и культурное развитие, способствуют созданию атмосферы доверия и взаимопонимания между государствами - членами международного сообщества, а значит и упрочению мира во всем мире. Особо было отмечено, что при осуществлении этой деятельности следует также учитывать особые проблемы развивающихся стран в области туризма, памятуя о Всеобщей декларации прав человека, принятой Генеральной ассамблеей Организации Объединенных Наций 10 декабря 1948 года, и, в частности, о ее статье 24, которая гласит: «Каждый человек имеет право на отдых и свободное время, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска», а также о статье 7 Международного пакта об экономических, социальных и культурных правах, принятого Генеральной ассамблеей ООН от 16 декабря 1966 года, согласно которому государства обязуются обеспечить для каждого человека право на отдых, свободное время, разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска, а также оплату за праздничные дни», и о статье 12 Международного пакта о гражданских и политических правах, принятого

также 10 декабря 1966 года Генеральной ассамблеей Организации Объединенных Наций, которая гласит: «Каждый человек свободен покидать любую страну, включая свою собственную». Международные отношения по туризму строятся на основе рекомендации, принятых Конференцией ООН по международному туризму и путешествиям (Рим, сентябрь 1963 г.), в частности, тех из них, которые касаются содействия туристскому развитию в различных странах мира и упрощению правительственных формальностей в отношении международного туризма. Сотрудничество различных стран по туризму строится на принципах, изложенных в Манильской декларации по мировому туризму, Кодексе туриста и Хартии туризма, которые выделяют прежде всего гуманный аспект туризма. Кроме того, развитие международного туризма невозможно без участия таких авторитетных сил как Международная организация труда (МОТ), Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международная морская организация (ИМО), Международная организация гражданской авиации (ИКАО), Программа ООН по окружающей среде (ГОНЕП), Международная организация уголовной полиции (ИНТЕРПОЛ) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Все эти организации тесно сотрудничают с ВТО, помогая ей осуществлять как естественное следствие права на труд, основное право каждого человека, уже зафиксированное во Всеобщей декларации прав человека в документах о правах человека Организации Объединенных Наций и в других международных и региональных юридических документах, на отдых, свободное время и периодический оплачиваемый отпуск, а также право использовать это время с целью проведения отпусков, свободных поездок с образовательными или развлекательными целями и использования благ, получаемых от туризма, как внутреннего, так и международного. Интересен тот факт, что именно в Гааге, в 1925 году первый международный конгресс официальных ассоциаций, занимающихся перевозкой туристов, основал Международный союз официальных туристских

организаций, который в 1975 году был преобразован во Всемирную туристскую организацию Гаагскую декларацию по туризму объявлена инструментом международного сотрудничества, сближения между народами и фактором индивидуального и коллективного развития. Декларация призвала парламенты, правительства, государственные и частные организации, ассоциации и учреждения, отвечающие за туристскую деятельность, профессионалов в области туризма, а также самих туристов тщательно учитывать ее принципы в том виде, как они изложены ниже, и постоянно основываться на них в своей деятельности.

10.2. Основные принципы взаимного развития туризма.

Принцип I

Туризм стал явлением, которое вошло в наши дни в повседневную жизнь сотен миллионов людей и:

а) включает в себя все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а также сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений;

б) представляет собой вид деятельности, имеющей важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившись в важную форму использования свободного времени отдельных лиц.

Принцип II

1. Туризм может быть эффективным средством содействия социально-экономическому росту для всех стран, если одновременно принимаются необходимые меры в отношении того, чтобы решить наиболее срочные национальные задачи и позволить национальной экономике достигнуть приемлемого уровня самообеспечения, при котором страна не должна тратить больше того, что она надеется получить от туризма.

2. Соответственно следует принимать следующие меры, если требуется, то с помощью различных форм двухстороннего и многостороннего технического сотрудничества, для обеспечения того, чтобы:

- а) была создана надежная инфраструктура и имелись основные объекты;
- б) были созданы учебные заведения для удовлетворения потребностей туристской индустрии в персонале на различных уровнях;
- в) туризм составлял часть комплексного плана развития страны наряду с другими приоритетными секторами, сельским хозяйством, промышленностью, здравоохранением, социальным обеспечением, образованием и т.д.;
- г) развитие внутреннего туризма стимулировалось бы так же, как и развитие международного туризма. Прочная база внутреннего туризма была бы большим преимуществом при развитии международного туризма в стране;
- д) при планировании внутреннего туризма разрабатывался бы подход на территориальной основе с учетом общего плана развития для формирования сбалансированного и комплексного роста на благо общества;
- е) тщательно учитывалась бы общая способность естественной, физической и культурной окружающей среды мест назначения к приему туристов (пропускная способность).

Принцип III

1. Неиспорченная естественная, культурная и человеческая окружающая среда является основным условием развития туризма. Более того, рациональное управление туризмом может внести значительный вклад в защиту и развитие физической окружающей среды и культурного наследия, а также в повышение уровня жизни.

2. С учетом глубокой взаимосвязи, существующей между туризмом и окружающей средой, следует принимать эффективные меры для того, чтобы:

а) информировать и просвещать туристов, путешествующих как внутри страны, так и за рубежом, в плане сохранения и уважения естественной, культурной и человеческой окружающей среды в местах, которые они посещают;

б) содействовать комплексному планированию туристского развития на основе концепции «поддерживаемого развития»;

в) особо учитывали вопросы, касающиеся защиты окружающей среды и необходимости содействовать информированности туристов, туристской индустрии и общественности в целом о важности защиты естественной и культурной окружающей среды;

г) стимулировать развитие альтернативных форм туризма, которые способствуют более тесному контакту и взаимопониманию между туристами и принимающим населением, сохраняют культурную самобытность и предлагают разнообразные и оригинальные туристские продукты и объекты;

д) обеспечивать необходимое сотрудничество государственного и частного секторов в достижении этих целей, как на национальном, так и на международном уровне.

Принцип IV

1. Учитывая ярко выраженный гуманный характер туризма, следует всегда уделять внимание специфическим проблемам самих туристов, будь то иностранные туристы или туристы, путешествующие по своей стране. Иностранцем туристом является любой человек:

а) который намерен совершить путешествие или совершает путешествие в любую другую страну помимо той, которая является его или ее постоянным местом проживания,

б) основной целью путешествия которого является поездка или пребывание, не превышающее трех месяцев, за исключением тех случаев, когда разрешено пребывание сроком более трех месяцев или возобновлено трехмесячное разрешение,

в) который не будет осуществлять какой-либо оплачиваемой деятельности в посещаемой стране вне зависимости от того, было ли ему это предложено или нет,

г) который в конце указанной поездки или пребывания в обязательном порядке покинет посещаемую страну или для возвращения в страну его или ее постоянного проживания, или для поездки в другую страну.

2. Конкретное лицо нельзя рассматривать в качестве иностранного туриста, если он или она не удовлетворяет всем перечисленным условиям, в частности, лицо, которое после въезда в страну в качестве туриста с целью туристской поездки или пребывания стремится продлить его или ее срок поездки или пребывания для поселения и/или осуществления в этой стране оплачиваемой деятельности.

Принцип V.

1. Право каждого человека на отдых и свободное время, включая право на разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска, а также право свободно путешествовать, подлежащее разумным ограничениям, которые ясно предусмотрены законом и которые не ставят под сомнение сам принцип свободы передвижения, должно получить всеобщее признание.

Принцип VI.

Развитие туризма требует упрощения путешествий. Поэтому государственному и частному секторам следует принять эффективные меры по:

а) упрощению туристских путешествий, поездок и пребывания, как в индивидуальном порядке, так и на коллективной основе, независимо от используемого вида транспорта;

б) внесению эффективного вклада в расширение туристских путешествий, поездок и пребывания путем принятия соответствующих мер по управлению туристскими формальностями относительно паспортов, виз, медицинского и валютного контроля и статуса туристских представительств за границей;

в) содействию с этой целью принятию и выполнению Будапештской конвенции по упрощению туристских путешествий, поездок и пребывания, что

способствовало бы либерализации юридических положений, применимых к туристам, и согласованию технических норм, касающихся деятельности туристских предприятий, туристских агентств и других организаций, обслуживающих туристов.

Принцип VII

Безопасность и защита туристов и уважение их достоинства являются неизменным условием развития туризма. Поэтому необходимо следующее:

а) чтобы меры по упрощению туристских путешествий, поездок и пребывания сопровождались мерами по обеспечению безопасности и защиты туристов и туристских объектов и достоинства туристов;

б) чтобы в этих целях была сформирована эффективная политика, направленная на обеспечение безопасности и защиты туристов и туристских объектов, а также уважение достоинства туристов;

в) точно определить туристские товары, объекты и оборудование, которые из-за того, что они используются туристами, требуют особого внимания;

г) готовить соответствующую документацию и информацию и обеспечивать к ней доступ в случае угрозы туристским объектам и/или туристским достопримечательностям;

д) выполнять в соответствии с процедурами, специфичными для систем законодательства в каждой отдельной стране, юридические положения в области защиты туристов, включая, в частности, правоспособность туристов добиваться эффективной судебной защиты в национальных судах в случае действий, наносящих вред им лично или их имуществу, и особенно при таких наиболее опасных актах, как терроризм;

е) чтобы государства сотрудничали в рамках ВТО при подготовке программы рекомендуемых мер, регулирующих вопросы безопасности и защиты туристов.

Принцип VIII

Подготовка новых лиц, осваивающих профессию в области туризма, являются крайне важными для туристской индустрии и развития туризма. В этой связи должны быть приняты эффективные меры по:

а) подготовке отдельных лиц для путешествий и туризма, в частности путем включения туризма в учебные планы школ и высших учебных заведений;

б) повышению престижа туристских профессий и поощрению в первую очередь молодежи к выбору карьеры в области туризма;

в) созданию сети учебных заведений, способных предоставлять не только обучение, но и образование в области туризма на основе стандартизованного на международном уровне учебного плана, который также облегчил бы взаимное признание дипломов и обмен туристским персоналом;

г) содействию, в соответствии с рекомендациями ЮНЕСКО в этой области, обучению преподавателей, постоянному процессу образования и проведения курсов повышения квалификации для всего туристского персонала или преподавателей, вне зависимости от их уровня;

д) признанию важнейшей роли средств массовой информации в развитии туризма.

Принцип IX

1. Туризм должен планироваться государственными властями, а также местными властями и туристской индустрией на комплексной и последовательной основе с учетом всех аспектов феномена.

2. Ввиду того, что туризм имеет в национальной жизни, по меньшей мере, такое же промышленное значение, как и другие виды экономической и социальной деятельности, и поскольку роль туризма будет возрастать по мере научного и технического прогресса и увеличения свободного времени, представляется необходимым расширять во всех странах права и обязанности национальных туристских администраций, приравнивая их к тому же уровню, который имеют администрации, отвечающие за другие крупнейшие экономические секторы.

10.3. Международная конвенция по путешествиям.

Государства, заключившие настоящую Конвенцию, констатируя факт развития туризма, его экономическую и социальную роль, а также признавая необходимость существования единого положения о туристском контракте,

договорились о нижеследующем:

1. Основные термины, используемые в Конвенции:

1.1. Контракт путешествия—либо контракт на организацию путешествия, либо посреднический контракт на продажу путешествия.

1.2. Контракт на организацию путешествия—любой контракт, в котором организатор путешествия выступает от своего имени и обязуется предоставить путешественнику совокупность комбинированных услуг, которые относятся к обеспечению путешественника на маршруте или в месте пребывания.

1.3. Посреднический контракт на продажу путешествия—любой контракт, в котором организатор путешествия поручает своему посреднику реализовать контракт на организацию либо одного, либо нескольких путешествий.

1.4. Организатор путешествия—любое лицо, которое принимает на себя обязательства, закрепленные в посредническом контракте на организацию путешествия.

Посредник—любое лицо, которое принимает на себя обязательства, закрепленные в посредническом контракте на продажу путешествия.

Путешественник - любое лицо, которое принимает на себя обязательства, закрепленные в контрактах на путешествия.

2. Настоящая Конвенция регулирует любой из перечисленных в пункте 1.1 контрактов путешествия, заключенный организатором путешествия или его посредником, если постоянная резиденция организатора путешествия или учреждение посредника находятся в государстве, присоединившемся к Конвенции.

3. Организатор путешествия обязан выдавать документ на путешествие, заверенный его подписью и печатью.

4. Документ на путешествие должен содержать следующие положения:

4.1. Месту и дате его выдачи.

4.2. Имя и адрес организатора путешествия.

4.3. Имя- имена путешественников и, если контракт заключен с другим лицом, имя такового.

4.4. Место и дату начала и окончания путешествия, а также общую его продолжительность.

Всю необходимую информацию о транспорте и прочих услугах.

4.9. Другие статьи договора арбитражной компетенции, оговоренные специально.

4.10. Ссылку на соответствие настоящей Конвенции.

4.11. В случае необходимости—любые дополнения, принятые сторонами по обоюдному согласию.

В том случае, если часть информации отражена во врученной путешественнику программе, документ путешествия может содержать простую ссылку на эту программу. Любые изменения в программе также должны быть упомянуты в документе путешествия.

5. Документ путешествия действителен до полного выполнения условий контракта. Нарушение организатором путешествия возложенных на него обязательств не лишает контракт, регулируемый настоящей Конвенцией, законной силы. Организатор путешествия несет ответственность за любой заменить себя другим лицом без согласования этого с противоположной стороной при условии, что это лицо удовлетворяет требованиям, относящимся к путешествию.

7. Путешественник может полностью или частично расторгнуть контракт при условии возмещения убытков организатору путешествия в соответствии с национальным законодательством или согласно положениям контракта.

8. Организатор путешествия может полностью или частично расторгнуть контракт в том случае, если до истечения срока действия контракта проявляются обстоятельства исключительного характера, о которых организатор путешествия не мог знать в момент заключения контракта и которые, будь они известны на тот момент, давали бы ему законные основания не заключать данный контракт. Организатор путешествия имеет право расторгнуть контракт без возмещения убытков путешественнику, если за 15 дней до начала путешествия не было обеспечено оговоренное туристским документом минимальное число путешественников.

В случае расторжения контракта в ходе его выполнения организатор путешествия должен принять все необходимые меры в интересах путешественника, в противном случае стороны должны взаимно возместить убытки.

9. Организатор путешествия не может увеличить общую сумму контракта на путешествие, если это не является следствием изменения валютных курсов или транспортных тарифов, и то только в том случае, если это оговорено в туристском документе.

Если увеличение общей суммы контракта на путешествие превысит 10 %, путешественник может расторгнуть контракт без возмещения убытков организатору путешествия. При этом он имеет право на получение всех сумм, выплаченных организатору путешествия.

10. Организатор путешествия несет ответственность, как за свои собственные действия, так и за действия своих представителей, выполняющих его поручения.

Любое государство может иметь свою собственную шкалу сумм, выплачиваемых в качестве компенсации за причиненный ущерб, но не ниже уровня, зафиксированного в данной Конвенции.

12. Организатор путешествия, самостоятельно или через третьих лиц предоставляющий транспорт, обеспечивающий размещение и другие виды услуг,

несет ответственность за любой ущерб, причиненный путешественнику, в соответствии с положениями, регулирующими предоставление вышеуказанных услуг. Организатор путешествия возмещает путешественнику все убытки, понесенные последним из-за действия третьих лиц.

Путешественник со своей стороны обязан оказать содействие организатору путешествия в компенсации своих убытков. При этом путешественник должен предоставить организатору путешествия документы и сведения о действиях третьих лиц, одновременно уступив ему свои юридические права.

13. Путешественник несет ответственность за убытки, понесенные организатором путешествия или лицами, несущими ответственность за него, при условии нарушения им положений контракта или настоящей Конвенции.

Действия Путешественника оцениваются с учетом экстремальности ситуации.

14. Посреднический контракт на продажу путешествия помимо информации, проводимой в контракте организатора путешествия, должен содержать имя и адрес посредника, с указанием того, что он действует в качестве посредника организатора путешествия.

15. В случае нарушения обязательств контракта посредник рассматривается как организатор путешествия и несет ответственность за ущерб, вытекающий из этого нарушения.

16. Путешественник может полностью или частично аннулировать контракт при условии выплаты посреднику • организатора путешествия компенсации согласно положению контракта или в соответствии с национальным законодательством.

17. Посредник организатора путешествия несет ответственность как за свои собственные действия и упущения, так и за действия и упущения своих исполнителей, действующих при выполнении возложенных на них функций.

18. Посредник организатора путешествия несет ответственность за любую ошибку, совершенную им при выполнении своих обязанностей.

Возмещение убытков путешественнику ограничено суммой 10000 франков. Любое государство может фиксировать свою собственную верхнюю границу суммы возмещаемых убытков для контрактов, заключаемых при посредничестве учреждения, находящегося на его территории.

Ключевые слова: Гаагская декларация, проведения декларации, участники. принятие декларации, взаимное развитие, меры, основные принципы, реальная угроза, устранение, эффективные меры, кодекс туриста, статьи кодекса.

Контрольные вопросы:

1. С какой целью была принята Гаагская декларация.
2. Время и место проведения декларации.
3. Участники, принимавшие декларацию.
4. Организации принявшие декларацию.

Литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // На родное слово. 15.04.1999
2. А.Ю. Александрова. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
3. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004

Дополнительная литература.

1. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
2. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
3. The Community Tourism Guide. Marc Mann, For Tourism Concern, London. 2000.
4. Палвонов Т.В. Узбекистон туризмини ривожлантиришда халқаро тажрибанинг кулланилиши. Битирув малакавий иши. Тошкент 2004.
5. Интернет сайтлар:

1. www.tourism.ru
2. www.travel.ru
3. www.palomnik.ru
4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
5. <http://www.world-tourism.org>

Тема 11. Международная хартия туризма

План:

11.1. Значение международной хартии туризма.

11.2. Кодекс туриста.

Хартия туризма была одобрена в 1985 году на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации.

Хартия туризма это всемирные правила и права туриста, которые заканадательно имеют определенные статьи:

Статья I

1. Право каждого человека на отдых и досуг, включая право на разумное ограничение рабочего дня и на оплачиваемый периодический отпуск, а также право свободно, без ограничений передвигаться, кроме тех, которые предусмотрены законом, признается во всем мире.

2. Использование этого права составляет фактор социального равновесия и повышения национального и всеобщего сознания.

Статья II

Как следствие этого права, государства должны разрабатывать и проводить политику, направленную на обеспечение гармоничного развития внутреннего и международного туризма, а также заниматься организацией отдыха на благо всех тех, кто ими пользуется.

Статья III

С этой целью государствам следует:

а) содействовать упорядоченному и гармоничному росту как внутреннего, так и международного туризма;

б) приводить туристскую политику в соответствие с политикой общего развития, проводимой на различных уровнях—местном, региональном, национальном и международном, и расширять сотрудничество в области туризма, как на двухсторонней, так и на многосторонней основе, включая для этой цели также возможности Всемирной туристской организации;

в) уделять должное внимание принципам Манильской декларации по мировому туризму и документу Акапулько «при разработке и осуществлении, где это уместно, своей политики, планов и программы в области туризма в соответствии со своими национальными приоритетами и в рамках программы работы Всемирной туристской организации»;

г) содействовать принятию мер, позволяющих каждому участвовать во внутреннем и международном туризме, особенно посредством регулирования рабочего времени и досуга, установления или улучшения системы ежегодных оплачиваемых отпусков и равномерного распределения дней таких отпусков в течение года, а также посредством деления особого внимания молодежному туризму, туризму людей преклонного возраста и лиц с физическими недостатками, и д) защищать в интересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая, включая в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества.

Статья IV

Государствам следует также: а) содействовать доступу туристов— граждан своих стран и иностранных туристов к общественному достоянию посещаемых мест, применяя положения существующих документов по упрощению формальностей, выпущенных Организацией Объединенных Наций, Международной организацией гражданской авиации. Международной морской организацией. Советом таможенного сотрудничества или любой другой

организацией, в частности Всемирной туристской организацией, с учетом постоянного сокращения ограничений на путешествия; б) способствовать росту туристского сознания и содействовать контактам посетителей с местным населением с целью улучшения взаимопонимания и взаимного обогащения; в) обеспечивать безопасность посетителей и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты; г) предоставлять возможно, лучшие условия гигиены и доступа к службам здравоохранения, а также предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев; д) предотвращать любую возможность использования туризма для эксплуатации других в целях проституции, и е) усиливать в целях защиты туристов и местного населения меры по предупреждению нелегального использования наркотиков.

Статья V

Наконец, государствам следует: а) позволять туристам—гражданам своей страны и иностранным туристам передвигаться свободно по стране, без ущерба для каких-либо ограничительных мер, принятых в национальных интересах в отношении определенных районов территории; б) не допускать каких-либо дискриминационных мер в отношении туристов; в) давать туристам возможность быстрого доступа к административным и юридическим службам, а также представителям консульств и предоставлять в их распоряжение внутренние и внешние общественные средства связи; г) содействовать информированию туристов с целью создания условий для понимания обычаев местного населения в местах транзита и временного пребывания.

Статья VI

1. Местное население в местах транзита и временного пребывания имеет право:

а) об обычаях местного населения, его традиционной, и религиозной деятельности, местных запретах и священных местах и святынях, которые должны уважаться;

б) об их художественных, археологических и культурных ценностях, которые должны, быть сохранены;

в) о фауне, флоре и других природных ресурсах, которые должны быть защищены,

Статья VII

Местному населению в местах транзита и временного пребывания предлагается принимать туристов с возможно лучшим гостеприимством, вежливым обращением и уважением, необходимыми для развития гармонических человеческих и общественных отношений.

Статья VIII

1. Работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий могут внести положительный вклад в развитие туризма и в претворение в жизнь положений настоящей Хартии.

2. Они должны придерживаться принципов настоящей Хартии и соблюдать любые обязательства, взятые на себя в рамках их профессиональной деятельности, обеспечивая высокое качество предоставляемого туристского продукта в целях содействия утвержденному гуманистическому характеру туризма.

3. Они должны, в частности, препятствовать поощрению использования туризма для всех видов эксплуатации других людей. Статья IX Необходимо оказывать содействие работникам в области туризма и поставщикам услуг для туризма и путешествий путем предоставления им через соответствующие национальные и международные законодательства необходимых условий, позволяющих им: а) заниматься своей деятельностью при благоприятных условиях, без каких-либо помех или дискриминации; б) использовать общую и техническую профессиональную подготовку как внутри страны, так и за границей в целях обеспечения квалифицированными людскими ресурсами; в) сотрудничать между собой, а также с публичными властями через национальные и международные

организации в целях улучшения координации их деятельности и улучшения качества предоставляемых ими услуг.

Статья IX

Необходимо оказывать содействие работникам в области туризма и поставщикам услуг для туризма и путешествий путем предоставления им через соответствующие национальные и международные законодательства необходимых условий, позволяющих им:

а) заниматься своей деятельностью при благоприятных условиях, без каких-либо помех или дискриминации;

б) использовать общую и профессиональную техническую подготовку как внутри страны, так и за границей в целях обеспечения квалифицированными людскими ресурсами;

в) сотрудничать между собой, а также с публичными властями через национальные и международные организации в целях улучшения координации их деятельности и улучшения качества предоставляемых ими услуг.

Необходимость глобального подхода к проблемам, возникающим в связи с туризмом, требует создания подлинной национальной туристской политики, при выработке которой парламенты, получив соответствующие возможности, могли бы играть особую роль с тем, чтобы иметь возможность принять отдельное законодательство по туризму и, если потребуются, имеющий законную силу Кодекс туриста.

Кодекс туриста был одобрен в 1985 году на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации.

Статья X.

Туристы должны своим поведением способствовать взаимопониманию и дружеским отношениям между народами как на национальном, так и на международном уровне и таким образом содействовать сохранению мира.

Статья XI.

1. В местах транзита и временного пребывания туристы должны уважать установившийся политический, социальный, моральный и религиозный уклад и подчиняться действующим законам и правилам.

2. В этих же местах туристы также должны:

а) проявлять самое большое понимание в отношении обычаев, верований и поступков местного населения и самое большое уважение в отношении природного и культурного достояния последнего; б) воздерживаться от подчеркивания экономических, социальных и культурных различий, существующих между ними. и местным населением; в) быть восприимчивыми к культуре местного населения, принимающего туристов, являющейся неотъемлемой частью общего достояния человечества; г) препятствовать эксплуатации других в целях проституции и, д) воздерживаться от торговли, провоза и употребления наркотиков или других запрещенных препаратов.

Статья XII

Во время путешествия из одной страны в другую и в пределах принимающей страны туристы должны через соответствующие правительственные меры иметь возможность для своего блага пользоваться: а) смягчением административного и финансового контроля; б) возможно лучшими условиями на транспорте в течение, временного пребывания, которые могут быть предоставлены поставщиками туристских услуг.

Статья XIII

1. Туристам следует предоставлять свободный доступ как внутри, так и за пределами своих стран к местам и отдельным районам туристского интереса и свободу передвижения, учитывая при этом существующие правила и ограничения.

2. По прибытии к местам и отдельным районам туристского интереса, а также на протяжении всего, транзита и временного пребывания туристы для своего блага должны располагать: а) объективной, точной и исчерпывающей информацией об условиях и возможностях, предоставляемых в течение их путешествия и

временного пребывания официальными туристскими организациями и поставщиками туристских услуг;

б) личной безопасностью безопасностью своего имущества, а также защитой своих прав как потребителей; в) соответствующей общественной гигиеной, особенно в средствах размещения, общественного питания и на транспорте, информацией об эффективных мерах по предупреждению инфекционных заболеваний и несчастных случаев, а также беспрепятственным доступом к службам здравоохранения; г) доступом к быстрой и эффективной общественной связи внутри страны, а также с внешним миром; д) административными и юридическими процедурами и гарантиями, необходимыми для защиты: их прав, и е) возможностью исповедания своей собственной религии и соответствующими условиями для этой цели.

Статья XIV

Каждый человек имеет право ставить в известность представителей законодательных органов и общественных организаций о своих потребностях, чтобы в полной мере осуществлять свое право на отдых и проведение досуга с тем, чтобы пользоваться преимуществами туризма в наиболее выгодных условиях, и там, где это уместно и в соответствии с законом, объединяться с другими для этой цели.

Ключевые слова: меры по достижению равновесия, содействие, работникам туризма, международная хартия, права, фактор соцравновесия, международная хартия, права, фактор соцравновесия, документ по путешествиям, ответственность, ущерб.

Контрольные вопросы:

1. Каково значение международной хартии туризма.
2. Права составляющие фактор соц - равновесия.

3. Меры по достижению равновесия.

4. Содействие работникам туризма.

Литература.

Основная литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // На родное слово. 15.04.1999.
2. А.Ю. Александрова. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
3. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004

Дополнительная литература.

1. М.Б.Биржаков. Введение в туризм, М.- Санкт-Петербург. 2000.
2. The Community Tourism Guide. Marc Mann, For Tourism Concern, London. 2000.
4. Палвонов Ш.В. Узбекистон минтакаларида туризмнинг ривожланиши. Битирув малакавий иши, Тошкент 2004.
5. Интернет сайты:
 1. www.tourism.ru
 2. www.travel.ru
 3. www.palomnik.ru
 4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
 5. <http://www.world-tourism.org>

Тема 12. Международная декларация по мировому туризму.

План:

12.1 Манильская конференция по развитию международного туризма

12.2 Людские ресурсы развития международного туризма.

12.3 Свобода передвижения международных туристов.

12.1. Международная конференция по развитию мирового туризма.

Международная декларация принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года при участии 107 делегаций государств и 91 делегации наблюдателей. Конференция была созвана Всемирной туристской организацией в целях выяснения реальной сущности туризма во всех его аспектах и той роли, которую туризм призван играть в динамичном и значительно изменяющемся мире, а также для рассмотрения ответственности государств за развитие туризма в современных обществах в качестве деятельности, выходящей за пределы чисто экономической области в жизни стран и народов. Конференция констатировала тот факт, что международный туризм может развиваться в условиях мира и безопасности, которые могут быть достигнуты в результате совместных усилий всех государств, направленных на смягчение международной напряженности и на развитие международного сотрудничества в духе дружбы, уважения прав человека и взаимопонимания между всеми государствами, что мировой туризм может стать существенным фактором обеспечения мира во всем мире и явиться моральной и интеллектуальной основой для международного взаимопонимания и сотрудничества.

Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международных отношений. Развитие туризма связано с социально-экономическим развитием наций и зависит от доступа человека к активному отдыху и отпуску и его свободы

путешествий в рамках свободного времени и досуга, глубокий гуманитарный характер которых он подчеркивает. Само существование туризма и его развитие полностью зависят от обеспечения прочного мира, в укрепление которого он призван внести свой вклад.

Предвидя проблемы, которые могут возникнуть перед человечеством на рубеже тысячелетий, участники конвенции сочли своевременным и необходимым проанализировать туризм как явление с учетом тех масштабов, которые он приобрел с тех пор, как предоставление трудящимся права на ежегодный оплачиваемый отпуск вывело его из вида деятельности, доступной ограниченному кругу избранных, в более широкий вид деятельности, являющейся составной частью социально-экономической жизни.

В результате стремления людей к туризму, тех инициатив, которые были проявлены государствами в вопросах законодательства и государственных институтов, постоянных усилий общественных организаций, представляющих различные слои населения, и технического вклада специализированных органов, современный туризм стал играть важную роль в области человеческой деятельности. Государства признали этот факт и подавляющее большинство из них поручили Всемирной туристской организации задачу обеспечения гармоничного и постоянного развития туризма в сотрудничестве в определенных случаях со специализированными учреждениями Организации Объединенных Наций и другими заинтересованными организациями.

Право на отдых и, в частности, право на отпуск и свободу путешествий и туризма, являющиеся естественным следствием права на труд, признаются Всеобщей декларацией прав человека, а также в законодательстве многих стран в качестве элементов развития человеческой личности. Это влечет за собой обязанность общества предоставлять своим гражданам реальные, эффективные и недискриминационные возможности доступа к туризму. Такие условия должны

соответствовать приоритетам, законодательству и традициям каждой соответствующей страны.

В развитии туризма имеется много сдерживающих факторов. Странам и группам стран следует определять и изучать такие сдерживающие факторы и принимать меры по устранению их негативного влияния.

Доля туризма в национальной экономике и международной торговле превратила его в важный показатель мирового развития. Его постоянная роль в национальной экономической деятельности и в международном обмене и его влияние на выравнивание баланса внешней торговли чрезвычайно велики.

Право на отпуск, возможность для гражданина ознакомиться с тем, что его окружает, укрепление его национального сознания и та солидарность, которая связывает его с соотечественниками, чувство принадлежности к какой-либо культуре и к народу являются крайне важными причинами поощрения его участия в национальном и международном туризме через посредство доступа к отпускам и путешествиям.

Значение, которое миллионы людей придают туризму при использовании их свободного времени и при их понимании качества жизни, обязывает правительства учитывать эту потребность и поддерживать ее.

Социальный туризм- это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан при использовании их права на отдых.

Туризм в силу своего влияния на физическое и психологическое здоровье людей, которые практикуют его, является фактором, воздействующим на социальное равновесие, повышение трудовой активности коллективов, личного и общественного благосостояния.

Посредством широкого разнообразия услуг, необходимых туризму для удовлетворения его потребностей, он создает новые, имеющие большое значение виды деятельности, являющиеся источником новых рабочих мест. В этой связи

туризм является важным положительным элементом социального развития во всех странах, где он практикуется, вне зависимости от уровня их развития.

В рамках международных связей и в стремлении к миру, основанному на справедливости и уважении чаяний отдельных личностей и общества в целом, туризм выступает в качестве положительного и постоянного фактора, содействующего взаимному познанию и пониманию, а также в качестве основы для достижения более высокого уровня уважения и доверия между всеми народами мира.

Современный туризм возник в связи с проведением социальной политики, приведшей к предоставлению трудящимся ежегодных оплачиваемых отпусков, что одновременно является признанием основного права человека на отдых и досуг. Он стал фактором социального равновесия, взаимопонимания между людьми и народами и развития личности. Кроме его хорошо известных экономических аспектов он приобрел культурный и духовный аспекты, которые должны быть поддержаны и защищены от негативных последствий, обусловленных экономическими факторами. В этой связи государственные власти и оперативный туристический сектор должны участвовать в развитии туризма, определяя основные направления, связанных с поощрением соответствующих капиталовложений.

Туристские ресурсы различных стран состоят как из природных богатств, так и из материальных ценностей. Речь идет о ресурсах, бесконтрольное использование которых может привести к их истощению или даже к их полному исчезновению. Удовлетворение туристских потребностей не должно наносить ущерб социальным и экономическим интересам населения туристских районов, окружающей среде и в особенности природным ресурсам, являющимся основным фактором, привлекающим туристов, а также историческим и культурным местам. Все туристские ресурсы являются достоянием человечества. Национальные общества и международное сообщество в целом должны принимать необходимые меры по их защите. Защита исторических, культурных и религиозных мест при любых

обстоятельствах, особенно во время конфликтов, должна представлять собой одну из основных обязанностей государства.

Международное сотрудничество в области туризма представляет собой такое сотрудничество, при котором должны уважаться индивидуальные особенности народа и основные интересы государств. В данной области ведущая и решающая роль Всемирной туристской организации приобретает направляющий и координирующий характер. Двухстороннее и многостороннее техническое и финансовое сотрудничество не может рассматриваться как акт помощи, так как в действительности оно представляет собой объединение всех необходимых средств для использования имеющихся ресурсов в интересах всех стран. При практике туризма духовные ценности должны преобладать над элементами материального и технического характера.

Таковыми основными духовными ценностями являются следующие: а) полное и гармоничное развитие человеческой личности; б) постоянно возрастающий познавательный и воспитательный вклад; в) равные права в определении своей судьбы; г) освобождение человека, понимая это как право на уважение его достоинства и индивидуальности; д) признание самобытности культур и уважение моральных ценностей народов.

Подготовка к туризму должна совмещаться с подготовкой гражданина к выполнению его гражданского долга. В данном случае желательно, чтобы правительства сами использовали все образовательные и информационные средства, имеющиеся в их распоряжении, и содействовали деятельности отдельных лиц и организаций в этой области. Подготовка к туристской практике, к использованию отпуска и совершению поездок могла бы успешно стать частью процесса обучения молодежи. В этой связи введение туризма в программы обучения молодежи предоставляет собой важный элемент образования и воспитания, благоприятствующий постоянному укреплению мира. Государствам и другим участникам Конференции, а также Всемирной туристской организации

настоятельно рекомендуется учитывать направления, мнения и рекомендации, выявленные в ходе работы Конференции, с тем, чтобы на базе своего опыта они содействовали в рамках их повседневных обязанностей фактическому осуществлению задач с целью дальнейшего углубления процесса развития мирового туризма и придания ему нового импульса.

Конференция рекомендует Всемирной туристской организации при использовании внутренних средств в соответствующих случаях при сотрудничестве с международными, межправительственными и неправительственными инстанциями, принять все необходимые меры с целью глобального введения в действие принципов, концепций и основных направлений, содержащихся в настоящем заключительном документе.

Внутри страны туристское предложение не представляет собой отдельную сферу, а связано со всеми другими секторами национальной жизни. Национальная стратегия туристского предложения должна учитывать интересы местных общин и регионов.

Улучшение качества предложения, которое должно учитывать интересы потребителей, является целью, к которой необходимо постоянно стремиться. Под этим понимается не только предоставление высококачественного обслуживания, но и тщательная подготовка возможностей приема и обслуживания, с постоянным учетом спроса, с тем, чтобы обеспечить доступ как к внутреннему так и к международному туризму более широким слоям населения.

Политика туристского планирования должна развиваться на местном, региональном и национальном уровне в рамках национального планирования; такой политике следует периодически давать оценку как с количественной, так и с качественной точки зрения. Точный анализ тенденций в туризме и определение потребностей в области туристского предложения зависят от применения общепринятых норм при подготовке статистических данных по национальному и международному туризму.

Развитие предложения требует усилий по достижению более полного понимания, сотрудничества и координации между государственным, частным и общественным секторами, а также между различными странами. Развитие туризма как на национальном, так и на международном уровне может внести позитивный вклад в жизнь наций посредством хорошо подготовленного и качественного предложения, защищающего и сохраняющего культурное наследие, ценности туризма и окружающую природную, социальную и человеческую среду. Учитывая вышеизложенное желательное проведение консультаций и обмена мнениями между развивающимися и индустриально развитыми странами с целью установления благоприятных взаимосвязей и сокращения слишком большой зависимости развития туризма от транснациональных компаний. Большая стандартизация характеристик туристского предложения позволит привести издержки строительства и содержания оборудования в соответствие с реальными потребностями.

Правительствам настоятельно рекомендуется принять и применять общепринятые стандарты и методологии сбора международных и внутренних статистических данных. Всемирной туристской организации как центральному агентству в этой области следует активизировать усилия по обеспечению стандартизации и сопоставимости туристской статистики путем расширения программ выездов на места применять международно - признанные статистические стандарты и методологии.

Правительствам настоятельно рекомендовано предоставлять мелким и средним предприятиям лучшие условия, с тем чтобы они играли соответствующую роль в развитии и диверсификации туристского предложения. Рекомендовано также изучение новых форм туристского предложения, соответствующих требованиям будущего национального и международного спроса и позволяющих использовать менее дорогостоящие местные ресурсы и технику строительства, приспособленные к гармоничному слиянию с местной окружающей средой.

Техническое сотрудничество в области туризма направлено на сокращение издержек производства туристских услуг, на повышение их качества, на укрепление инфраструктуры и на развитие технического самообеспечения. Вследствие этого оно увеличивает вклад туристской деятельности в процесс общего развития.

Развитое и взаимовыгодное техническое сотрудничество поможет избежать повторяющегося производства несовершенных механизмов, и несбалансированности доходов.

Передача технологий должна осуществляться постепенно и на планируемой основе со всей необходимой предосторожностью, с тем чтобы позволить странам - получателям освоить их без резкого разрыва между традицией и нововведением. Передача технологии может иметь отрицательные последствия или может не достичь намеченных целей, если она не будет осуществляться в соответствующих условиях и в людской среде, способной и подготовленной к получению и освоению ее. Государства в том, что касается передачи технологии, должны в качестве основной цели, стремиться к созданию предварительных условий для людской среды в ее освоении. В связи с этим государствам рекомендовано при осуществлении выбора технологий в области туризма учитывать необходимость их приспособления к местным условиям, важность гармоничной увязки различных местных и иностранных технологий, необходимость того, чтобы такие технологии основывались на хорошо проверенных прикладных методах и динамичное и быстрое развитие технологии.

На конференции была подчеркнута целесообразность для развивающихся стран полагаться на собственные людские и другие ресурсы для того, чтобы облегчить передачу и освоение технологии в рамках общей стратегии развития. Участники конференции единодушно отметили первостепенную роль, которую играет профессиональная подготовка как в повышении качества, так и в увеличении количества экспертов в области технологического сотрудничества по туризму.

В документах конференции государствам рекомендовано придерживаться «Международного кодекса по передаче технологий» в рамках их технологического сотрудничества в области туризма. Всемирной туристской организации было возложено продолжать ее усилия по содействию обмену туристской технической информацией, в частности рассматривая возможность введения в действие общемировой системы туристской информации, в целях расширения технологических знаний и методов управления развивающихся стран, а также укрепления их технологической автономности в соответствующих случаях через посредство передовой технологии.

12.2. Людские ресурсы развития международного туризма.

Актуальность данного вопроса заключается в следующих тезисах:

1. Профессиональная подготовка и постоянно совершенствующаяся техническая компетентность в области туризма необходимы не только для лиц, получающих их, но также и для всего общества в целом.

2. Профессиональная компетентность в значительной степени зависит от качества как общей, так и технической подготовки как внутри страны, так и за рубежом, а также от предложения об обмене опытом между странами.

3. При планировании развития туризма подготовка квалифицированных людских ресурсов должна быть увязана с подготовкой туристского продукта.

4. Туризм является одним из таких видов деятельности, в котором человек действительно находится в центре процесса развития.

5. Качество туристского продукта является определяющим фактором туристского представления о стране.

6. Проблемы профессиональной подготовки, как в развитых, так и в развивающихся странах, представляют первостепенную важность для туристского развития этих стран.

б. Политика развития людских ресурсов не только должна проводиться на основе экономических критериев и отвечать потребностям в профессиональной подготовке, но также должна учитывать развитие человека в целом с точки зрения социальной зрелости и его развития как личности в духовном, моральном, а также в материальном аспектах.

Учитывая вышеизложенное необходимо интегрированное планирование и подготовка людских ресурсов; необходимо принять все возможные меры для повышения значения туристских профессий и подъема статуса лиц, работающих в этой области; развитым и развивающимся странам следует провести совместное изучение в рамках Всемирной туристской организации, на региональной основе и в тех случаях, когда это целесообразно, в сотрудничестве с другими заинтересованными международными организациями, проблем недостатка преподавательского персонала, нахождения достаточного количества местных кадров.

Возрастающая значимость туризма в экономике, повышение сложности коммерческой работы в этой сфере, усиление конкуренции на рынке туризма вызывают потребность в хорошо подготовленных специалистах, которые должны свободно ориентироваться в хозяйственной деятельности туристических фирм, организации экскурсий, гостиничного и ресторанного сервиса, транспортном обслуживании туристов.

С 1999 года в Ташкентском Государственном экономическом университете функционирует факультет международного туризма, открытый согласно Постановлению Кабинета Министров РУ от 2.07.1999г. и осуществляющий подготовку специалистов для развивающейся сферы туристских услуг. В то же время, известно, что подготовка кадров в туризме представляется эффективной лишь при наличии соответствующей базы проведения практических занятий. Проблема отчужденности от сектора гостиничных, ресторанных хозяйств, экскурсионных, бюро и других объектов сервиса относится к

числу наиболее существенных проблем в учебном процессе на факультете. На необходимость совершенствования учебного процесса путем углубления его интеграции с производством указано в Постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в Республике Узбекистан в 2006-2010 годах» от 17 апреля 2006 года.¹

В свете данного Постановления 30 мая 2006 года в Ташкентском Государственном Экономическом Университете был проведён Work shop по возможностям развития культурного туризма в Узбекистане, в котором были рассмотрены проблемы и перспективы туристского образования в Узбекистане. Презентация по теме «Организация практического обучения туризму: зарубежный опыт и возможности Узбекистана» перешла в бурную дискуссию по вопросам:

- Качество подготовки кадров для индустрии туризма;
- Сотрудничество в сфере туризма;
- Приоритетные направления и проекты по обучению в туризме.

В дебатах участвовали представители НК «Узбектуризм», республиканского научно-учебного консалтингового центра НК «Узбектуризм», руководители отделов и ведущие специалисты туристических компаний «Узинтур», «Ориент Вояж», «Планета-тур», «Семург Травел» и отелей «Гранд Мир Ташкент» и «Марказий», а также преподаватели и студенты факультета «Международный туризм». Особую группу участников составили выпускники факультета, работающие ныне на предприятиях туристского сервиса.

Понимая, что развитие любого процесса в общественной жизни настоятельно требует постоянной дополнительной информационной и научной подпитки, участники Work shop подчеркнули, что для туристского образования это тем более важно, так как данная сфера более всего подвержена воздействию внешней среды бизнеса, новейших технологий в производстве и межличностных коммуникациях. В

¹ О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в Республике Узбекистан в 2006-2010 годах. Постановлении Президента Республики Узбекистан // Народное слово, 18 апреля 2006 года

связи с этим, в заключении Work shop рекомендуется запланировать создание органа, являющегося своеобразным координатором действий туристских фирм, предприятий сопутствующей инфраструктуры и образовательных учреждений. Задачей предлагаемого Центра развития туризма и сохранения культурного наследия Узбекистана является сбор и систематизация существующих материалов и выдача предложений по оживлению традиционной культуры и экономической деятельности.

Это обеспечит наращивание потенциала Узбекистана в сфере сохранения и представления объектов национального культурного достояния и усиление национально-культурной самобытности и её составляющей в плане международного туризма.

Выполнение данной задачи будет обеспечено через

- проведение различных форумов, таких как конференции, семинары, симпозиумы, коллоквиумы и др;
- проведение научных исследований по туризму, гостиничному хозяйству и культурному туризму, представляющих взаимный интерес, а также осуществление руководства над диссертациями молодых учёных;
- посредством взаимного обмена информацией, публикациями и другими материалами, помогающими исследователям.

В целом участники Work shop сошлись в том, что необходимо устанавливать более тесные мостки взаимопонимания между всеми участниками процесса формирования продукта и продвижения его на рынке туристских услуг Узбекистана. Осуществление предложенных Work shop мероприятий обеспечивает

- конкурентоспособный выбор, развитие и представление пакетов обучающих материалов и методик (учебники, обучение, материалы);
- экспериментальные подходы к управлению обучением, логическую взаимоувязанность и последовательность во всех уровнях образования,

разработку и апробирование в аудитории методологические аспекты подготовки кадров для туризма, что повысит конкурентоспособность отрасли.

- внедрение на практике прикладных аспектов развития туризма с ориентацией на существующий и потенциальный спрос и психологические ожидания целевой аудитории.
- выработку рекомендаций по подготовке и переподготовке кадров и включение их в маркетинговые планы предприятий туризма и оказано содействие их интеграции в стратегию развития регионов Узбекистана.

Этот факт приведет к количественному и качественному росту специалистов в сфере туризма и, как следствие этого - росту туристов в Узбекистан, увеличению притока валюты в республику, увеличению занятости населения.

12.3. Свобода передвижения международных туристов

Свобода передвижения международных туристов означает следующее:

1. Свобода передвижения, нашедшая свое выражение во Всеобщей декларации прав человека, в Международной конвенции по гражданским и политическим правам и в Заключительном акте Конференции по безопасности и сотрудничеству в Европе, необходима для участия в путешествиях, для гармоничного развития туризма и индивидуального совершенствования.

2. В связи с этим рекомендации в отношении упрощения формальностей, принятых Конференцией Организации Объединенных Наций по международным путешествиям и туризму (Рим, 1963), представили собой важную ступень в упрощении формальностей и продолжают служить надежным ориентиром для будущей работы.

3. В области международных туристских связей необходимо учитывать социально-экономическое положение каждой страны и важность соблюдения ее национального суверенитета, законодательства и традиций в области туризма, а

также прав и обязанностей ее граждан. Следует учесть, что Всемирная туристская организация систематически изучает состояние туристских формальностей в мире, формулирование рекомендуемых норм и практики в данной области.

Международные туристские организации предлагают государствам рассмотреть возможность отказа от визовых требований для туристов на взаимной или односторонней основе;

Развитие туризма между развивающимися странами требует применения более гибких и менее жестких правил контроля по обмену валюты; примечательно при этом, что налоги, которые возлагаются исключительно на туристов, могут быть рассмотрены как наносящие вред туризму, если полученные таким образом доходы не вкладываются непосредственно в туристский сектор или в развитие туризма.

Правительствам следует воздерживаться от введения ограничений, формальностей или других положений, еще более затрудняющих въезд или выезд путешественников, как создания препятствий материального или психологического характера в передвижении туристов из одной страны в другую. Государствам следует соблюдать и уважать право индивидуума, независимо от его религии, расы, убеждений или местожительства, отправляться в страну своего происхождения, а также принимать все необходимые меры, с тем чтобы гарантировать его свободу передвижения и его безопасность. Государствам, которые в результате односторонних инициатив других стран получили выгоды в области визовых и других формальностей, связанных с поездками, следует рассмотреть возможность введения подобных мер. Государствам в целях содействия передвижению туристов следует применять положения в отношении упрощения формальностей, принятые Организацией Объединенных Наций, Международной организацией гражданской миграции, Межправительственной морской консультативной организацией и Советом таможенного сотрудничества. Всемирной туристской организации следует принять с помощью имеющихся механизмов все необходимые меры содействия развитию международного туризма.

Ключевые слова: Международная конференция, проведение конференции, духовные ценности, познавательный туризм, людские ресурсы, учет людских ресурсов, профессиональная подготовка кадров, определяющие факторы, туристическое представление, свобода передвижения, документы по передвижению, социальный показатель.

Контрольные вопросы:

- 1.Межгосударственные соглашения по туризму.
- 2.Обмен людскими ресурсами в туризме.
- 3.Вопросы безопасности в туризме.

Литература.

Основная литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» // Народное слово. 15.04.1999.
2. А.Ю. Александрова. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
3. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004

Дополнительная литература.

- 1.Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
- 2.Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
- 3.А.П. Дурович. Реклама в туризме. Минск. БГЭУ. 2000. С. 74-96.
- 4.И.В. Зорин. Образование и карьера в туризме, М. «Советский спорт». 2000.С.44-65
- 5.Н . Тухтаев, А. Таксанов. Экономомика бол ьшого туризма. Ташкент. Узбек миллий энцклопедияси. 2001г. С. 56-65
6. Г.А. Яковлев, Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004 С. 89-96

7. Палвонов Т.В. Узбекистон туризмини ривожлантиришда халқаро тажрибанинг қулланилиши. Битирув малакавий иши. Тошкент 2004.

8. Интернет сайы:

1. www.tourism.ru
2. www.travel.ru
3. www.palomnik.ru
4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
5. <http://www.world-tourism.org>

Тема 13 . Международное сотрудничество по туризму и охране окружающей среды.

План:

13.1. Нормативы пассажирского транспорта.

13.2. Развитие международного и внутреннего туризма

13.3. Международные документы по окружающей среде.

13.1. Нормативы по пассажирскому транспорту.

Пассажирский транспорт, в силу его тесной связи с туризмом, является определяющим фактором его развития. Учитывая, что в ходе работ ассамблей, заседаний и конференций, проводимых по инициативе Всемирной туристской организации, постоянно делается ссылка на путешествия и транспорт, являющиеся определенными условиями, без которых не может существовать туризм. Учитывая необходимость координирования критериев туристской деятельности и деятельности в области коммерческого транспорта, государствам рекомендуется изучить возможность назначения в состав их делегаций на Генеральную ассамблею ВТО представителей властей, занимающихся вопросами коммерческого пассажирского транспорта, в частности представителей властей гражданской авиации и авиатранспорта, с тем чтобы решения, относящиеся к проблемам общего интереса, содействовали гармоничному развитию соответствующих видов деятельности.

Транспортное обслуживание туристов – одна из составных частей индустрии туризма. Наличие крупных аэропортов международного класса в пяти городах Узбекистана, железной дороги Ташкент – Самарканд – Бухара - Ургенч, строительство автотрассы Ангрэн -Андижан, сети автодорог местного значения позволяют совершенствовать транспортную систему республики. В настоящее время Узбекистан напрямую связан более чем с двадцатью странами дальнего

зарубежья. Авиакомпании республики совершают свыше 53 рейсов в неделю в города дальнего зарубежья и 69 – в города СНГ.

В рамках единой транспортной системы туризма 92 % всех экскурсий по стране осуществляется на автомобилях, из них 78% приходится на долю автобусов¹. На туристическом рынке используются автобусы высокого класса. Среди них: «Мерседес», «Сетра», «Ванхуул», «ДАФ». Число новых, отвечающих международным стандартам автобусов растёт. Автомобильные дороги Узбекистана обеспечивают круглосуточное, комфортабельное и безопасное движение пассажирского и грузового автотранспорта. Однако, в целом, состояние автодорог не соответствует стандартам развитых стран по ширине и качеству покрытия. Основная задача, стоящая перед дорожной службой, заключается в дальнейшем улучшении сети автодорог республики.

Практика показывает, что одним из негативных факторов на данном этапе является неурегулированность взаимоотношений туроператоров с транспортными компаниями.

Динамика развития гражданской авиации за последний период показывает, что объем пассажирских перевозок за последние годы сохранился неизменным. В 2003 году, также как и в 2002 г. перевезено воздушным транспортом 800 000 пассажиров². Однако опрос, проведённый автором среди ведущих туроператоров показал, что росту туристских прибытий препятствует чрезмерное завышение цен НАК «Узбекистон Хаво Йуллари», которая монополизировала авиаперевозки. Введение таможенных пошлин (30% от стоимости) и акцизного налога (70% от таможенной стоимости) отрицательно сказывается на обновлении любого вида транспорта.

Рыночные отношения и антимонопольное законодательство в республике способствовали децентрализации транспортной системы. Это привело к тому, что цены на туристические услуги устанавливаются самими представителями

¹ Р.Мирзаев. Автобус для туриста// Правда Востока, 5 августа 2004 года

² см. Узбекистан в цифрах. 2004 г. Транспорт.С.154

транспортных систем. Следствием этого является уменьшение числа транспортных услуг, и как следствие, снижение туристического потока.

Исследования показывают, что на рынке транспортных услуг наблюдается высокая конкуренция, способствующая координации деятельности турфирм и туристической индустрии, обеспечение юридической защиты прав и интересов туристов.

13.2. Развитие международного и внутреннего туризма

Государства- участники мирового рынка туризма, признавая вклад, вносимый международным туризмом в развитие взаимопонимания между народами и ознакомление с достижениями других стран в различных областях, а также в экономический, социальный и культурный прогресс, признавая взаимосвязь между развитием туризма и мерами, принимаемыми в других областях экономической деятельности, выражают намерение поощрять развитие туризма, как на индивидуальной, так и на коллективной основе, в частности путем:

- содействия улучшению материальной базы туризма и сотрудничества в этой области;
- поощрения осуществления совместных проектов по туризму, включая техническое сотрудничество, особенно когда это связано с территориальной близостью и совпадением интересов в области туризма;
- содействия обмену информацией, включая соответствующие законы и правила, исследования, данные и документацию по вопросу о туризме, и улучшения статистики с целью облегчения ее сопоставимости;
- рассмотрения в позитивном духе вопросов, связанных с финансовым обеспечением туристских поездок за границу с учетом своих экономических возможностей, а также вопросов, связанных с формальностями;
- содействия деятельности иностранных туристских агентств и транспортных компаний, связанной с развитием международного туризма;
- поощрения туризма во внесезонный период;

- изучения возможности обмена студентами и специалистами в области туризма с целью повышения их квалификации;

- содействия проведению конференций и симпозиумов по вопросам планирования и развития туризма, считают желательным проведение в соответствующих международных рамках в сотрудничестве с компетентными национальными организациями детальных исследований в области туризма, в частности сравнительного исследования статуса и деятельности туристских агентств, а также путей и средств развития сотрудничества между ними, исследования проблем, связанных с сезонной концентрацией отпусков.

Ресурсная база внутреннего туризма Республики Узбекистан задействована на 10- 15%¹. В итоге в сфере внутреннего туризма отсутствует полноценный товарно-денежный обмен - основа экономического развития любой отрасли. Денежные же средства населения, которые, собственно, и должны стать основой самоинвестирования отрасли, вывозятся за рубеж.

Исследования показывают, что потенциал внутреннего туризма в республике огромный. Безусловно, внутренний туризм приносит поступления в национальной и иностранной валюте. Между тем, в структуре внутреннего туризма особое и порой самое главное значение имеет местный туризм – путешествия граждан по территории своей страны. Единственный фактор, имеющий значение для местного туризма, - это уровень доходов населения и особенно та его часть, которая предназначена на отдых и путешествие: чем меньше средств, тем меньше спроса на услуги.

С учётом участившихся негативных эксцессов (как-то: террористические акты, эпидемии) международный туризм сегодня подвержен резким спадам туристских прибытий. В этих условиях следует уделять пристальное внимание приоритетному развитию внутреннего туризма. В ряде стран накоплен в этом отношении ценный опыт. К примеру, в США более 70% всех туристов составляют

местные жители, которые предпочитают отдыхать внутри страны. Учитывая какая необходимая инфраструктура для этого создана и какие стандарты обслуживания выдерживаются, нетрудно понять, почему американцы проявляют патриотизм. Из этого объема более 20% - это бизнес и конференцтуры, не менее 1/2 - путешествия с целью отдыха, релаксации, остальная часть – познавательные, оздоровительные туры и покупки¹. В то же время местный туризм обладает значительным потенциалом. Эта форма может стать притягательной силой для многих отечественных и зарубежных путешественников, если, конечно, для этого создать необходимые условия и провести соответствующую работу.

По нашему мнению, чтобы добиться роста внутреннего туризма, необходимо осуществить следующие мероприятия:

- вести подготовку квалифицированных кадров для всех секторов туристической экономики – гостиничного, ресторанного бизнеса, досуга и рекреации, экскурсий и прочих. Это уже начато в ТГЭУ на факультете «Международного туризма», в Самаркандском институте экономики и сервиса, колледжах туризма и сферы услуг г.г.Ташкента, Самарканда, Бухары, Хивы и Шахрисабза, в учебных центрах, созданных при туристических фирмах;

- вводить мировые стандарты обслуживания на всех уровнях – от турфирмы до гостиницы, от посольства или просто до пограничной службы;

- сервис должен соответствовать заявляемому уровню, независимо от степени коммерциализации или ведомственной принадлежности.

На основании данных социологического исследования на тему «О состоянии рынка туристских услуг и некоторых перспективах развития туризма», проводимого с целью определения характера мотивов поведения местного населения в сфере туризма и имеющегося у них спроса на те или иные виды туризма, было выявлено:

- из общего числа опрошенных (1000 человек) лишь 8% респондентов

¹ М.Ирматов. Местный туризм. Потенциал Узбекистана огромен// Деловой партнёр Узбекистана, 5 июня 2003 года
1 <http://www.wto-marketing.ru> – сайт ВТО

периодически пользуются услугами туристских организаций;

- больше половины — не обращаются к их услугам;
- 17% обращаются «очень редко» или «иногда».

Очевидно, что 8% более или менее постоянных клиентов туристских организаций — это очень мало для республики, располагающей уникальными туристскими возможностями.

Разумеется, что есть целый ряд причин, сдерживающих развитие туризма, но есть и огромные резервы. Как показало исследование, более 70% опрошенных в течении года все же бывают «на природе». Эти 70% и есть резерв местного туризма в Узбекистане.

Большинство респондентов считают, что туристские услуги дорогие, и это не позволяет им пользоваться организованным отдыхом. Между тем данные республиканского Госкомстата о реальных доходах населения свидетельствуют, что посвятить 2-3 и более дней в году организованному туризму (туризму выходного дня) под силу подавляющему количеству жителей республики. Многие из них также могут позволить себе и приобретение путевок на 10 и более дней. Следовательно, проблема не столько в бедности населения, сколько в особенностях менталитета и новых ценностных установках.

Имеющийся резерв местного внутреннего туризма необходимо подвести к тому, чтобы население республики воспринимало туризм как наиболее естественную, полезную и простую форму проведения досуга.

На должный уровень необходимо поднять степень информированности туристов, изменить качество рекламы, следует также больше внимания уделять проблеме «комфорта». Время тех турбаз, когда люди ночевали в палатках, прошло. Туристическая индустрия входит в новый этап. Необходимы крупные вложения средств в инфраструктуру. Большую роль в оживлении внутреннего туризма, в информировании населения о туристских приоритетах Республики Узбекистан могли бы сыграть сами туристские предприятия.

Сегодня необходимо изменить тактику продвижения своего туристского продукта к конкретным потребителям, больше «работать» непосредственно на рынке и изучать качественные характеристики спроса населения, проводя систематические маркетинговые исследования для выявления целевого рыночного сегмента.

С развитием рынка формируется новая экономическая среда, которая диктует необходимость принятия новых схем управления туристским комплексом, основанным на приемлемом для всех заинтересованных сторон механизме взаимоотношений между ведомствами, территориально - административными органами и туристскими учреждениями. Создание благоприятной среды в Республике Узбекистан позволило значительно увеличить приток иностранных туристов в Узбекистан. Так, за 1996-2004 годы потоки иностранных туристов увеличились с 368 тыс. до 517 тыс. человек и прибыль в расчете на одного туриста за эти годы увеличилось с 301 до 406 долларов США.

13.3. Международные документы по окружающей среде.

Вопросы гармоничного развития туризма и окружающей среды требуют

- исследования проблем, возникающих в тех местностях, где развитие туризма нанесло ущерб окружающей среде,
- прохождения туристских маршрутов через инстанции по надзору и охране окружающей среды.

Страны будут следить, насколько это возможно, чтобы развитие туризма не нанесло ущерба окружающей среде и художественному, историческому и культурному наследию в этих странах, будут продолжать сотрудничество в области туризма на двухсторонней и многосторонней основе для достижения упомянутых выше целей.

Усиление негативных процессов в результате развития массового туризма потребовало поиск нового направления развития индустрии туризма, которое

оформилось в виде концепции «устойчивого развития туризма». Концепция «устойчивого развития туризма» базируется на планировании экономических показателей развития туризма с учетом экономического, экологического, социального и культурного аспектов.

Под устойчивостью в данном случае подразумевается положительный общий баланс экологических, социально-культурных и экономических последствий туризма, а также положительное воздействие посетителей друг на друга. Количество посетителей не должно превышать емкость территории, определяемой с учетом экологических возможностей и социально-культурных особенностей территории. Концепция «устойчивого развития туризма» содержит базовые принципы, позволяющие организовать экономически выгодную туристскую деятельность в долгосрочной перспективе.

Модель массового развития туризма дает высокие доходы только в краткосрочном периоде времени. После этого туристские ресурсы территории исчерпаны, в лучшем случае требуется время для их восстановления, - и деятельность приходит в упадок. Модель устойчивого развития туризма приносит меньший доход в краткосрочный период, но в долгосрочном периоде величина суммарного дохода превышает суммарные доходы, полученные в результате развития массового туризма. Кроме того, экологический и социальный эффекты, получаемые в результате развития модели устойчивого туризма, доказывают ее общественную значимость.

Концепция «устойчивого развития туризма» утверждает, что организация экономически выгодной туристской деятельности в долгосрочной перспективе возможна только при сохранении благоприятной экологической и социальной обстановки на территории. Принципы концепции «устойчивого развития туризма» сформулированы следующим образом:

-туристская деятельность должна способствовать улучшению защиты окружающей природной среды с помощью просветительской работы, изменению

отношения местных жителей, правительственных и неправительственных организаций, в целом общества к экологическим проблемам;

-туристская деятельность должна способствовать распространению ответственного поведения по отношению к природным объектам и объектам культурного наследия со стороны всех участников туристской деятельности;

-туристская деятельность должна быть выгодной для местного населения, в этом случае она будет поддерживаться местным населением.

Ключевые слова: нормативы, пассажирский транспорт, свобода передвижения, международные организации по воздушному транспорту, внутренний туризм.

Контрольные вопросы:

- 1.Международное сотрудничество в сфере туризма.
- 2.Людские ресурсы в туризме.
- 3.Развитие карьеры в туристской сфере.

Литература.

Основная литература.

- 1.А.Ю. Александрова. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
1. И.Т. Балабанова, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004
2. Г.М. Дехтярь. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.

Дополнительная литература.

- 1.Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.

2. Управление индустрией туризма: Учебное пособие. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
3. А.П. Дурович. Реклама в туризме. Минск. БГЭУ. 2000. С. 74-96.
4. И.В. Зорин. Образование и карьера в туризме, М. «Советский спорт». 2000. С.44-65
5. Н. Тухтаев, А. Таксанов. Экономика большого туризма. Ташкент. Узбек миллий энциклопедияси. 2001г. С. 56-65
6. Г.А. Яковлев, Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004 С. 89-96
7. Кенжаева Д. Безопасность в индустрии сервиса: механизм осуществления и пути совершенствование. Битирув малакавий иши. Тошкент 2002
8. Интернет сайты:
 1. www.tourism.ru
 2. www.travel.ru
 3. www.palomnik.ru
 4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
 5. <http://www.world-tourism.org>

Краткий глоссарий основных профессиональных терминов, понятий и определений, используемых в туристской деятельности.

I. Деятельность в туризме

Туризм - а) поездка (посещение), путешествие физического лица в какое-либо место, находящееся за пределами обычной среды обитания с определенными целями, т.е. деятельность, которую осуществляют посетители за пределами своего постоянного места жительства с момента отъезда до возвращения;

б) предпринимательская деятельность по оказанию посетителю услуг, связанных с планированием и организацией поездки и реализацией пакета услуг, обеспечивающих путешествие.

Типы туризма - внутренний, въездной и выездной:

- туризм внутренний - путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в ней;

- туризм въездной - путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в других странах;

- туризм выездной - путешествия лиц, постоянно проживающих в одной стране, в другую страну.

Категории туризма - международный, национальный и туризм в пределах страны:

- международный туризм включает въездной и выездной туризм;

- национальный туризм состоит из внутреннего и выездного туризма;

- туризм в пределах страны подразделяется на въездной и внутренний туризм.

Турист - гражданин, посещающий страну (или место) временного пребывания с определенными целями, без занятия оплачиваемой деятельностью в стране пребывания и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку в этой стране.

По международным нормам период пребывания не может превышать 12 месяцев подряд, по национальным - 6 месяцев. Турист, как потребитель, является клиентом туроператора или турагента.

Экскурсант - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в целях ознакомления с ее туристскими ресурсами без предоставления услуг размещения, на период не более 24 ч. Экскурсант, как потребитель, является клиентом экскурсионного бюро.

Цели поездки (посещения) по международным нормам включают:

- проведение досуга, рекреацию и отдых;
- посещение родственников и знакомых;
- деловые и профессиональные цели, а также поощрительные поездки, образование и исследовательскую деятельность;
- лечение;
- участие в религиозных мероприятиях, паломничество;
- прочие цели, включая и покупки, совершаемые в ходе поездки.

Главная цель - цель поездки (посещения), без достижения которой путешествие состояться не может.

В национальной практике применяются следующие *виды целей*: служебные, туризм, частные, транзит, обслуживающий персонал (водители автотранспортных средств и экипажи морских, речных и воздушных судов, бригады железнодорожного транспорта); оздоровительные, познавательные, профессионально-деловые спортивные, религиозные (для классификации туров).

Туризм социальный - разновидность туризма, субсидируемого из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условий для путешествий, отдыха и лечения детям, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации оказывают социальную помощь; перечень и категории социальных туристов определяются соответствующими законами и правовыми актами.

Туризм самодетельный - разновидность туризма, большую часть которого составляют спортивно-оздоровительные мероприятия, путешествия, организуемые

туристами самостоятельно с использованием активных способов передвижения в соответствии с действующими нормативными документами. Как правило, участники подобных путешествий ставят перед собой цель получения спортивных разрядов и званий в туризме.

Туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные и иные объекты в стране (месте) временного пребывания, способные удовлетворить духовные потребности туристов и экскурсантов, содействовать восстановлению и развитию их духовных и физических сил. К туристским ресурсам относятся и асо-боохраняемые природные территории (ООПТ), а также лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, развлечения и торговли, объектов общественного питания, познавательного, делового и иного назначения, организаций, осуществляющих тур-операторскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков, другие услуги, необходимые при организации и совершения путешествий (поездки).

Туристская инфраструктура - совокупность путей сообщения (дороги, подъездные пути, вокзалы, аэропорты, пристани и т.п.), коммуникаций (водопроводная, электрическая и газовая сети, отопление, канализация, средства связи и т.п.), туристских ресурсов, объектов туристского показа, средств размещения и питания, объектов торговли, бытового и лечебно-профилактического обслуживания, спортивных сооружений, а также других объектов, необходимых для обеспечения и развития индустрии туризма.

туристский продукт (пакет туристских услуг) - предварительно организованная туроператором комплексная туристская услуга, включающая, по крайней мере, две услуги: перевозка туриста в страну (место) временного пребывания и размещение; продаваемая или предлагаемая к продаже по единой паушальной цене. При этом период оказания услуг превышает 24 ч или включает ночевку. В пакет

могут входить и другие туристские услуги, связанные с планированием, организацией и проведением путешествия (поездки). Наиболее распространены следующие виды туров (пакетов услуг):

- инклюзив-тур (пэкидж-тур) [*inclusive tour, packede tour* (США); *Paushalreise* (Германия); *voyage a'forfart* (Франция)] - стандартное путешествие с выбором по каталогам туроператоров;

- индивидуальный тур (путешествие) [*FIT -foreign independent tour*] - путешествие, специально разработанное туроператором по заказу клиента;

- инсентив-тур - поощрительная поездка за счет фирмы, организованная для своих работников с целью повышения их квалификации на родственное предприятие;

- ознакомительный тур (*fam-trip*) - поездка сотрудников туроператора, его агентов по продаже и журналистов для ознакомления с деятельностью принимающей стороны и продвижения туруслуг.

Виды продукции, услуг туризма и гостиничного хозяйства представлены в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП), а также в Общероссийском классификаторе услуг населению (ОКУН).

Продвижение туристского продукта - совокупность мер, включая прямую рекламу, участие в туристских выставках, ярмарках, издание специализированных каталогов, буклетов, организацию информационных поездок и других мероприятий, направленных на реализацию турпродукта.

Туроператор (турорганизатор) - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующее на основании лицензии на туроператорскую деятельность, осуществляющее планирование и организацию путешествия (поездки), продвижение пакета туристских услуг, необходимых для поездки, его оптовую и розничную покупку и продажу, а также оказание других туристских услуг, связанных с проведением путешествия (поездки).

Турагент - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующие на основании лицензии натурагентскую деятельность и осуществляющее продвижение пакета туристских услуг, необходимых для совершения путешествия (поездки), предложенные на договорных началах туроператором, а также розничную продажу пакета услуг потребителю (туристу), включающую согласно ОКДП, также бронирование услуг, оформление выездных документов на путешествие по зарубежным странам, а также бронирование билетов международных перевозчиков.

Экскурсионное бюро - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий в установленном порядке экскурсионную деятельность, в том числе по планированию, организации, продвижению и реализации комплексной экскурсионной услуги, включая проведение экскурсии, а также оказание других услуг, связанных с проведением экскурсии.

Экскурсия - посещение с целью ознакомления музеев, выставок, других мест туристского интереса, кратковременные поездки (прогулки) с образовательными, спортивными или иными целями на коллективной или индивидуальной основе.

Экскурсовод (гид, гид-переводчик) - физическое лицо, имеющее соответствующее профессиональное образование и подготовку, сопровождающий туристов при посещении ими мест туристского интереса и дающий необходимые туристам сведения на их родном языке.

Гостиница (коллективное средство размещения, гостиничное предприятие) - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания. По нормативным документам Российской Федерации, гостиницы, включая туристские, входят в состав гостиничных предприятий, к которым также относятся мотели, кемпинги, общежития для приезжих и другие средства размещения.

Специализированные средства размещения - санаторно-курортные (лечебно-профилактические) организации, организации отдыха и туризма. В их числе - санатории и пансионаты с лечением, санатории-профилактории, дома отдыха, пансионаты, базы и другие организации отдыха, туристские базы.

Перевозчик - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющее регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перевозчик воздушный (авиаперевозчик) - эксплуатант, имеющий лицензию на осуществление воздушной перевозки пассажиров, багажа, грузов, почты и осуществляющий регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Туристские формальности - процедуры, связанные с соблюдением туристами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны выезда и пребывания. Формальности подразделяются на группы: паспорта и визы; валютный контроль и контроль за обменом валюты; таможенные правила и медицинские формальности.

Туристская деятельность - деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, деятельность по планированию и организации отдыха в клубах с проживанием (клубах отдыха), включая продажу прав на клубный отдых, а также иная деятельность по планированию, организации, продвижению и продаже поездок и путешествий.

Гостиничная деятельность - деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непос-

редственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

Экскурсионная деятельность - деятельность юридических и физических лиц, обладающих в установленном порядке правами на организацию посещений гражданами туристских ресурсов в стране (месте) временного пребывания и их реализации, а также иная деятельность, которая не включает ночевки экскурсанта в месте пребывания и охватывает период пребывания не более 24 ч.

Лицензия - специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю. Лицензия может быть аннулирована решением суда на основании заявления лицензирующего органа. Одновременно с подачей заявления в суд лицензирующий орган в праве приостановить действие выданной лицензии на период до вступления в силу решения суда.

Лицензируемый вид деятельности - вид деятельности, на осуществление которой на территории Российской Федерации требуется получение лицензии. В туризме к лицензируемым видам деятельности относятся: туроператорская и турагентская деятельность, деятельность по продаже прав на клубный отдых.

Лицензионные требования и условия - совокупность установленных положениями о лицензировании конкретных видов деятельности требований и условий, выполнение которых лицензиатом обязательно.

Лицензиат - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее лицензию на осуществление конкретного вида деятельности.

II. Туристские услуги и обслуживание

Туристская услуга - результат непосредственного взаимодействия исполнителя услуги и ее потребителя (туриста), а также собственная деятельность исполнителя услуги по удовлетворению потребности потребителя в организации поездки

(путешествия) и ее осуществлении и других, связанных с этим потребностей. По функциональному назначению туристская услуга может быть материальной (размещение, питание, транспорт) и социально-культурной (экскурсии и другие подобные мероприятия).

Услуги материальные - услуги, обеспечивающие восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказу граждан (туристов), а также перевозку грузов и людей, создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые, по ремонту или изготовлению, жилищно-коммунальные, услуги общественного питания, транспорта и т.д.

Услуги социально-культурные - услуги, обеспечивающие поддержание и восстановление физического здоровья, духовное развитие личности, повышение профессионального мастерства. В частности, к данному виду услуг могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и т.д.

Заказ на туристскую услугу - предварительный договор между потребителем и исполнителем услуги, определяющим юридические, экономические и технические отношения сторон.

Описание туристской услуги - информация об основных характеристиках туристской услуги, условиях и стоимости обслуживания.

Потребитель туристской услуги - гражданин (турист, экскурсант), имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий туристские товары, работы, услуги исключительно для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Исполнитель туристской услуги - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающее услуги потребителю.

Обслуживание-деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

Качество туристского обслуживания - совокупность свойств туристских услуг и процессов обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов, характеризующее качество услуг и культурой обслуживания.

Качество туристской услуги - совокупность характеристик туристской услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям туриста.

Сертификация услуги - деятельность по подтверждению соответствия услуг установленным в стандарте требованиям. Сертификация туристских услуг подразделяется на обязательную и добровольную.

Обязательная сертификация услуг - сертификация, подтверждающая безопасность оказываемых юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями услуг.

Добровольная сертификация - сертификация качества оказываемых услуг проводится по инициативе юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на основе договора между заявителем и органом по сертификации.

Недостаток услуги - отдельное несоответствие услуги обязательным требованиям стандартов, условиям договора, а также информации, предоставленной исполнителем или продавцом услуги.

Существенный недостаток - недостаток, который делает невозможным или недопустимым использование товара (работы, услуги) в соответствии с его целевым назначением.

Франкфуртская таблица по снижению цен на поездки - документ, определяющий норму (в процентах) уменьшения стоимости услуги в зависимости от отмеченных туристом недостатков ее предоставления.

Претензии к качеству туристского продукта - официальное заявление туриста о недостатках и нарушениях в предоставлении услуг (нарушениях договора о туристском обслуживании), направляемое в письменной форме туроператору или

турагенту в течение 20 дней с момента окончания действия договора. Претензии к договору в соответствии с законодательством подлежат рассмотрению (удовлетворению) в течение 10 дней.

III. Договорные отношения в туризме.

Реализуемые услуги. Маркетинг.

Каталоги. Тарифы. Оплата

Договор о туристском обслуживании - соглашение, которое связывает потребителя туристской услуги (туриста) с туроператором или турагентом, реализующими пакет услуг.

Договор о туристском обслуживании заключается в письменной форме и содержит существенные условия договора, в том числе достоверную информацию о реализуемом пакете услуг, розничной цене и порядке оплаты, определяет взаимные права и обязанности сторон при организации и проведении поездки (путешествия).

Договор поручения - вид договорных отношений в предпринимательской деятельности между производителем услуги и продавцом (туроператором и турагентом). По договору поручения одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия. Права и обязанности по сделке, совершенной поверенным, возникают непосредственно у доверителя, при этом доверитель обязан уплатить поверенному вознаграждение, а поверенный - исполнить данное ему поручение в соответствии с указаниями.

Договор комиссии - вид договорных отношений, по которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента. По сделке, совершенной комиссионером с третьим лицом, приобретает права и становится обязанным комиссионера.

Агентский договор - вид договорных отношений в предпринимательской деятельности, по которому одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совер-

шить по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени и за счет принципала, либо от имени и за счет принципала:

а) по сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала приобретает права и становится обязанным агент, хотя принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки;

б) по сделке, совершенной агентом с третьим лицом от имени и за счет принципала, права и обязанности возникают непосредственно у принципала. В туристской деятельности в качестве принципала выступает туроператор, в качестве агента - турагент.

И туроператорская и турагентская деятельность лицензируется.

Туристская путевка - письменный акцент оферты туроператора или турагента на продажу пакета услуг, являющийся неотъемлемой частью договора на туристское обслуживание, а также документом первичного учета деятельности туроператора или турагента. Путевка-бланк строгой отчетности туроператора, служит подтверждением факта заключения договора на туристское обслуживание и его оплату.

Ваучер [voucher] - *туристский ваучер* - документ, распоряжение туроператора своему контрагенту (принимающей стороне) о предоставлении туристу в соответствии с заключенным договором необходимого туристского обслуживания с гарантией его оплаты в установленном порядке. Ваучер содержит полный и конкретный перечень

оплаченных туристом услуг, которые должны быть ему предоставлены. На основании ваучера проводится урегулирование взаиморасчетов между принимающей и направляющей сторонами. Форма ваучера определяется этими же сторонами. Ваучер устанавливает право туриста на услуги, входящие в турпакет и подтверждает факт их оказания.

Направляющая сторона - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, организующее поездку (путешествие) в страну (место) временного пребывания и направляющее туда своих клиентов (туристов) по договору с контрагентом.

Принимающая сторона - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, контрагент, принимающий туристов, прибывших в страну (место) временного пребывания. Содержание обслуживания, предоставляемого принимающей стороной определяется ваучером, выданным направляющей стороной.

Информация продавца, предоставляемая им туристу, - достоверные сведения об организаторе путешествия (поездки) и продавце, наличии соответствующих лицензий и сертификатов соответствия, туристских формальностях, необходимых для совершения поездки (путешествия) и сроках их оформления, о принимающей стороне; сведения о полном и конкретном содержании предлагаемого пакета услуг, его стоимости и порядке оплаты, штрафных санкциях и порядке подачи рекламаций на содержание и качество обслуживания, а также о маршруте путешествия, программе пребывания, информацию по безопасности, а также другую информацию, входящую в существенные условия договора о туристском обслуживании. Предоставляемая информация должна соответствовать действующим нормативным документам.

Аннуляция поездки - отказ в письменном виде туриста, туроператора или турагента от исполнения обязательств по договору о туристском обслуживании.

Маршрут туристского путешествия - путь следования туриста в процессе путешествия, обозначенный перечнем наименований всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов внутримаршрутного транспорта, используемого туристом при передвижениях между пунктами остановок или пребываний. Исходной и конечной точками маршрута являются пункты начала и окончания путешествия.

Начало маршрута - место оказания туристу первой туристской услуги на маршруте, указанной в договоре туристского обслуживания.

Конец маршрута - место оказания туристу последней туристской услуги на маршруте, указанной в договоре туристского обслуживания.

Программа туристского путешествия (программа обслуживания, пребывания) - план последовательных мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на маршруте, в гостинице, посещения мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсий), питания, также перемещения на маршруте с помощью указанных в программе внутримаршрутных транспортных средств.

Правила предоставления гостиничных услуг - нормативный документ, устанавливающий объем информации, доводимой до туриста, о гостиничных услугах, порядке оформления проживания в гостинице (заключение договорных отношений на бронирование и предоставление услуг, включая их оплату); порядок предоставления услуг (включая услуги без дополнительной оплаты), а также ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.

Международные гостиничные правила - нормативный документ, разработанный Международной гостиничной ассоциацией (МГА), в котором определены принципы взаимоотношений потребителя гостиничной услуги (туриста) и гостиницы, их взаимные права и обязанности, вытекающие из договора на размещение.

Кодекс отношений между гостиницами и туроператорами - международный нормативный документ, представляющий собой гостиничную конвенцию об основополагающих принципах взаимоотношений между туроператорами и гостиницами, выступающими в качестве контрагентов, при заключении международных гостиничных договоров на размещение туристов.

Группа туристов - группа лиц, путешествующих вместе, прибывающих и убывающих в одно и то же время, на одинаковых условиях (стандартный пакет услуг), являющихся для турагента и гостиницы отдельной единицей. Группе туристов гостиничные услуги (размещение и питание) предоставляются на льготных условиях по специальным ценам, а счет на всю сумму выписывается один на группу. По

международным нормам группа - 15 человек, однако группой может считаться и 7-10 чел.

Индивидуальные туристы - туристы, путешествующие по индивидуально организованной программе пребывания, и, как правило, не пользующиеся групповыми скидками и льготами.

Основные гостиничные услуги - перечень и объем услуг, обычно (стандартно) предоставляемые туристу коллективным средством размещения и оплачиваемые туристом при заключении договора (размещение, питание и др.). Услуги, предоставляемые гостиницей, обычно приводятся в каталогах данного средства размещения.

Дополнительные услуги - перечень и объем услуг, превышающих приобретенные основные услуги и оплачиваемые туристами дополнительно, как правило, в месте их потребления.

Заявление о миссии гостиницы - декларативный документ о главной цели деятельности гостиницы.

Категория гостиницы - классификационная группировка, характеризуемая определенным комплексом требований; классификация гостиниц по категориям, основанная на комплексе требований к зданиям, материально-техническому оборудованию гостиниц, номенклатуре и качеству предоставляемых услуг, уровню обслуживания. Категории обозначаются символами * («звезда»). Количество звезд увеличивается в соответствии с повышением уровня качества обслуживания, комфортностью помещений и самого здания.

В России гостиницы классифицируют по пяти категориям, мотели по четырем. В международной практике применяются и другие (кроме звезд) символы категорий - короны, ромбы, розетки, щиты и т.д., используемые национальными ассоциациями и гостиничными ценами (например, Best Western, AA Star Rating, AA Country Houses, AA Rosette (в Англии); Mobil Travel Guide, FFF Tour Book (в США, Канаде и Нейтральной Америке)).

Классификация гостиницы может быть разработана в увязке с категориями посетителей (туристов). В ряде случаев гостиница может иметь и собственную классификацию, разработанную крупным туристским оператором или туристской ассоциацией. Так, Ассоциация Британских Турагенств в своих каталогах предлагает собственную классификацию:

«1 звезда» - бюджетные гостиницы, расположенные в центральной части города, имеющие минимум удобств достаточно хорошего качества;

«2 звезды» - гостиницы туристского класса с рестораном и баром;

«3 звезды» - гостиницы среднего класса с достаточно высоким уровнем обслуживания;

«4 звезды» - гостиницы первого класса с очень высоким качеством проживания и отличным уровнем обслуживания;

«5 звезд» - гостиницы высшей категории с уровнем обслуживания экстра-класса.

В туристском каталоге «Mobil Travel Guide» гостиницы подразделяются следующим образом:

«1 звезда» - выше среднего уровня;

«2 звезды» - очень хорошая;

«3 звезды» - превосходная;

«4 звезды» - рекомендуется для особенного путешествия;

«5 звезд» - одна из лучших в стране.

Причин отсутствия «единой мировой классификации гостиниц» много, в том числе несопоставимость гостиниц по типам (курортная, приморская, мотель и т.д.), местонахождению (центр города, окраина, сельская местность и т.д.) и ряд других климатических, географических, социальных и других факторов. В силу этого большинство разработанных региональных систем гостиничной классификации носят рекомендательный, индикативный характер. Международные гостиничные цепи устанавливают свои требования, более высокие, чем в национальных стандартах.

Виды размещения в гостинице — определяются местом или помещением, состоящим из одного или нескольких мест, пригодных для проживания в гостинице, в том числе:

- место (койко-место) - площадь с кроватью, предназначенная для одного человека (*B*);

- номер - помещение (комната, несколько комнат), состоящее из одного или нескольких мест (*R*). Номер является единичным элементом бронирования;

- одноместный номер - помещение для размещения одного человека (*SGL*);

- двухместный номер - помещение для размещения двух человек (*DBL*);

- трехместный номер - помещение для размещения трех человек (*TRL*);

- четырехместный номер - помещение для размещения четырех человек (*QD*).

В двухместном номере с двумя взрослыми за дополнительную плату может быть размещен ребенок в возрасте до 12 лет (*CHG*).

Размещение без питания - размещение в гостинице, в стоимость которого не входит питание (*RO*).

Размещение и завтрак - размещение в гостинице, в стоимость которого входит только завтрак (*RB, BB*).

Размещение с полупансионом - размещение в гостинице, в стоимость которого входит двухразовое питание (по выбору): завтрак и обед или завтрак и ужин (*DO*).

Размещение с полным пансионом - размещение в гостинице, в стоимость которого входит трехразовое питание или питание в любое время по желанию туриста (*AL, ALL Incl*).

Туроператорский каталог (каталог маршрутов) - официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание стандартного турпродукта, предлагаемого туроператором к розничной продаже, в том числе описание направления (региона) посещения и маршрута, его экскурсионные возможности, характеристика средств размещения и предлагаемые услуги, правила розничной продажи турпродукта. Туроператорский каталог, в том случае, если в нем

приведены существенные условия договора на туристское обслуживание, имеет характер публичной оферты. Туроператор несет ответственность за достоверность сведений, содержащихся в его каталоге. В зависимости от полноты информации каталог может быть официальным (фирменным), рекламным, генеральным или специальным.

Существенные условия договора на туристское обслуживание включают:

- информацию о туроператоре, турагенте (розничном продавце), включая сведения о лицензии, юридический и фактический адреса, банковские реквизиты;
- сведения о туристе (покупателе); полное описание туристских услуг (турпродукта), предлагаемых к реализации, включая название и категорию гостиницы, вид* размещения, условия питания и экскурсионного обслуживания, программу пребывания, маршрут путешествия, информационный листок, условия безопасности, а также детальное описание предлагаемых сопутствующих путешествию услуг;
- дату и время начала и окончания путешествия, количество ночевок;
- порядок встречи, проводов и сопровождения туристов в стране (месте) пребывания;
- розничную цену туристского продукта (услуг) и порядок его оплаты;
- минимальное количество туристов в группе, срок информирования туристов о том, что путешествие не состоится по причине недобора группы, условия и сроки возврата денежных средств, уплаченных туристом за турпродукт;
- права, обязанности и ответственность сторон при организации и совершении путешествия;
- условия изменения и расторжения договора, порядок урегулирования претензий и возмещения убытков;
- порядок и сроки предъявления претензий туристом к продавцу на невыполнение условий договора.

Конфиденциальный туроператорский каталог - официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание турпродукта,

предлагаемого туроператором к мелкооптовой продаже турагентам, входящим в его агентскую сеть, и содержащий сведения о различного рода скидках, условиях бронирования поездок и т.д.

Гостиничный каталог - официальное информационно-справочное издание, как правило, туроператора, содержащее перечень и виды гостиниц-контрагентов, а также их формализованное описание, включая адрес, телефоны и системы бронирования, перечень услуг, предоставляемых гостиницей и др. В гостиничных каталогах могут как указываться действующие тарифы («Worldwide Guide to the Hotels and Travel Services», подготовленный туроператором UTS), так и не указываться («Best Hotels of Russia, CIS Countries and Baltic States», подготовленный корпорацией «Академсервис» и известный как каталог маркетинговой цепи «Best Eastern Hotels», который имеет ценовое приложение, содержащее различного рода тарифы). Гостиничные каталоги могут выпускаться и гостиничными цепями. Как правило, в подобных каталогах приводятся действующие тарифы и периоды их действия (например, «Best Western», объединяющий 4000 отелей в 82 странах мира). Наконец, каталоги могут выпускаться и объединениями гостиниц (клубов) по другим принципам (например, «Italy Hotel Club», состоящий из 25 отелей (трех и четырехзвездочных) для целей бизнеса, отдыха и релаксации, а также известный каталог таймшер-клубов, аффилированной международной компанией по обмену RCI - «Мир отдыха RCI», в котором содержатся сведения о более чем 3500 клубах отдыха в Европе, Америке и Африке).

Каталог **специализированных средств размещения** - официальное информационно-справочное издание, содержащее мало формализованное описание санаториев, санаториев-профилакториев, пансионатов с лечением и других специализированных средств размещения в России и за рубежом, а также услуг, предоставляемых ими (в том числе лечение заболеваний, оздоровительные услуги и т.д.). Как правило, в подобных каталогах не указываются категории средств размещения и цены на оказываемые услуги (например, каталоги: НТК Туркурортсервис, РАТА - «Время отды-

хоть в России», санаторно-курортного объединения «Профтургаз», «Детский, молодежный и семейный отдых в России, Крыму и за рубежом» и ряд других).

Паспорт средства размещения - декларативный документ, содержащий точное описание местоположения, материально-технической базы и перечня услуг, предоставляемых клиенту в средстве размещения.

Сервис-характеристика средства размещения - стандартизированный перечень услуг и материально-технических средств для их оказания, который содержится в паспорте средства размещения и используется при его продвижении. Сервис-характеристика средства размещения публикуется в официальном туроператорском каталоге (каталоге маршрутов).

Скидка - уменьшение первоначальной продажной цены от опубликованной, справочной. Скидки бывают сезонные, групповые, выходного дня, для постоянных клиентов, детей и т.д.

Опубликованные тарифы (rack-rate) - официально опубликованные для клиентов «справочные» цены, цены розничной продажи гостиничных услуг, цены «у⁴ стойки», как правило, - это максимально высокие цены.

Агентские (конфиденциальные) тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые для реализации турагенту и выражающиеся в виде процентных скидок от опубликованных тарифов.

Корпоративные тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые коллективным заказчикам, не осуществляющим туроператорскую и турагентскую деятельность и выражающиеся численно в виде процентных скидок от опубликованных тарифов.

Туроператорские тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые для реализации туроператору и выражающиеся численно в цене, установленной гостиницей, которая не включает торговую надбавку туроператора.

Групповые тарифы - цены-нетто (*net-rates*) для размещения групп туристов с одинаковой программой пребывания. Цены-нетто формируются из официально опубликованной цены с групповой скидкой, как правило, без комиссии.

Апгрейд — предоставление услуги размещения (номера), с повышением категории без взимания с туриста дополнительной платы.

Ценовой период - период времени, в течение которого все тарифы остаются неизменными. Обычно ценовой период совпадает с сезонами туристской активности.

Сезонно-ценовой план - совокупность всех ценовых периодов, образующих год или сезоны, когда работает средство размещения.

Высокий сезон - период наибольшей деятельной активности в туризме, самое популярное время года для поездок (путешествий); период наиболее высоких тарифов на туристские услуги. Высокий сезон может не совпадать с временами года. В ряде стран он не может быть менее 3 месяцев.

Низкий сезон - наименее популярное время для поездок (путешествий), как правило, период действия максимальных скидок.

Номерной фонд - общее количество номеров в гостиничном предприятии.

Единовременная вместимость - общее количество мест (койко-мест, постоянных кроватей) в гостиничном предприятии или специализированном средстве размещения.

Предоставление ночевок (койко-суток) гостиничными предприятиями - использованное число постоянных и временных мест, включая бронирование. Определяется по книге учета проживающих.

Коэффициент использования гостиничного фонда - число предоставленных ночевок, деленное на произведение единовременной вместимости и числа дней в году.

Мощность номерного фонда - общее количество номеро-дней в году в гостиничном предприятии.

Показатели эффективности номерного фонда - в соответствии с общемировым стандартом ведения учета на гостиничном предприятии USAI (Uniform Sistem of Accounts for the Lodging Industry), включают:

- количество номеро-дней в эксплуатации - мощность номерного фонда за вычетом номеров, постоянно используемых для собственных нужд гостиницы в течение года, а также номеров, находящихся в вынужденном простое более одной недели;

- количество занятых номеро-дней (*rooms occupied ra*) - уточненный показатель количества номеро-дней в эксплуатации, за вычетом номеров, временно используемых для собственных нужд гостиницы и номеров, предоставленных для бесплатного проживания гостей;

- коэффициент загрузки - отношение занятых номеро-дней к количеству номеро-дней в эксплуатации;

- средний срок проживания - отношение количества использованных человеко-дней к фактическому количеству гостей, проживающих в гостинице за плату в соответствующем периоде.

Квота (*Room Block*) - количество номеров, выделяемых в определенный период туроператору (турагенту) средством размещения на основании договора.

Фиксированная квота - квота с закреплением определенных номеров гостиничного фонда за конкретным туроператором (турагентом).

Безвозвратное квотирование - совокупность обязательств туроператора и средства размещения, при которых средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на весь период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных турагентов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг, без права остановки продажи.

Возвратное квотирование (*on allotment*) - передача средством размещения туроператору права на реализацию в течение определенного периода времени (периода квотирования) квоты для размещения туристов - клиентов туроператора.

Продажа услуг средства размещения по запросу (*on request*) - означает, что после каждой заявки клиента в средство размещения направляется запрос туроператора. Подтверждение или отказа от заявки должны быть направлены туроператору в течение 24 ч.

Свободная продажа услуг средств размещения (*free sale*) - предоставление средством размещения своим партнерам (туроператорам, турагентам и др.) права самостоятельно подтверждать их клиентам бронирование мест в средстве размещения, с одновременным уведомлением последнего о произведенном бронировании.

Релиз-дата - день возврата туроператором (турагентом) средству размещения непроданных (незарезервированных) номеров, отстоящий от фактической даты на продолжительность релиз-периода.

Релиз-период (период высвобождения) - период времени, в течение которого происходит высвобождение номеров из квоты.

Период остановки продажи - период времени, за который нереализованный остаток квоты туроператора (турагента) изымается средством размещения.

Остаток квоты - номера квоты, нереализованные туроператором (турагентом) к моменту объявления остановки продажи. При этом туроператор обязан забронировать в течение 24 ч с момента объявления остановки продажи все реализованные и незабронированные номера, а средство размещения обязано в безусловном порядке подтвердить бронирование.

Прямое бронирование - бронирование без посредников.

Негарантированное бронирование - вид «прямого» бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до 18.00 ч дня заезда, после чего бронь аннулируется без применения штрафных санкций.

Гарантированное бронирование - вид «прямого» бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до расчетного часа дня следующего за днем запланированного заезда. При этом применение штрафных санкций зависит от формы оплаты заказа. В случае поздней аннуляции поездки или незаезда

штрафные санкции, как правило, равны стоимости одного дня пребывания (ночевки).

Бронирование гостиничных услуг на договорных условиях - вид долгосрочного сотрудничества и партнерских отношений средства размещения с туроператорами, турагентами, корпоративными клиентами на основе заключения взаимовыгодных договоров, связанные с такими понятиями, как «продажа по запросу» и «свободная продажа».

Заказ (резервация) - одноразовый акт бронирования определенных услуг на определенные сроки для определенных туристов.

Список с условиями заказа - список, содержащий фамилии, имена и пол лиц, входящих в группу; информацию о распределении номеров и услуг, которые должны быть оказаны группе; информацию, официально требуемую министерством внутренних дел страны прибывания.

Подтверждение заказа - официальный ответ средства размещения о согласии принять и исполнить заказ.

Аннуляция заказа - отказ туроператора (турагента) от всего или части заказа. Аннуляция подразделяется на незаезд или позднюю аннуляцию.

Незаезд - фактическое неприбытие туриста в средство размещения в запланированный день заезда или аннуляция заказа, сделанная менее, чем за 24 ч до даты заезда, указанной в заказе.

Аннуляционные сроки - количество календарных дней до даты заезда, при соблюдении которых аннуляции считаются своевременными. При уменьшении установленных сроков аннуляции считаются поздними.

Аннуляционный штраф - сумма, выплачиваемая туроператором средству размещения в случае нарушения аннуляционных сроков (незаезда или поздней аннуляции).

День заезда - дата прибытия туриста в средство размещения.

Время предоставления номера (*chick in time*) - время заселения туриста в номер (местное) в день заезда.

День отъезда - дата выезда туриста из средства размещения.

Время освобождения номера (*chick out time*) - время (местное), не позднее которого турист должен освободить номер в день отъезда.

Порядок оплаты за заказ - порядок расчетов, производимых туроператором со средством размещения, который включает полный или частичный авансовый платеж (предоплату); при этом окончательный расчет за предоставленные услуги производится по факту оказания данных услуг.

Полный (или частичный) аванс - порядок оплаты, при котором туроператор перечисляет на счет средства размещения авансовый платеж за услуги, которые будут оказаны клиентам туроператором после получения аванса; аванс может составлять полную (полный аванс) или неполную (частичный аванс) стоимость услуг, подлежащих оказанию. Частичный аванс может принимать форму залога (задатка) или гарантийного депозита. В международной практике задаток - договорная компенсация, которая не подлежит возврату в случае расторжения договора по вине стороны, внесшей задаток, но которая подлежит возврату в определенном размере в случае расторжения договора по вине стороны, получившей задаток.

Оплата по факту оказания услуг - порядок оплаты, при котором туроператор в течение определенного срока после подтверждения средством размещения факта оказания услуг в полном объеме оплачивает оказанные услуги. При этом факт оказания услуг подтверждается предъявленным средством размещения туроператору счета, туристского ваучера и других документов, определенных договором.

Практический минимум

1. Вопросы для самообразования студентов

Для самообразования студентам необходимо изучить достаточно серьёзные документы, рассматривающие стандарты качества в сфере туризма на региональном, национальном и международном уровнях.

Для самообразования рекомендуется следующая тематика работ:

Понятие стандартизации и стандарта.

Стандарты качественного обслуживания клиентов.

Управление качеством в сфере услуг.

Концепция по разработке и внедрению межгосударственных стандартов в области туризма в государствах-участниках Содружества независимых государств.

Мировой рынок туризма.

Национальные традиции в обслуживании и международные стандарты.

Оценка качества. Единый подход к стандартизации.

Процедура стандартизации.

Общность функционального назначения туристских услуг.

Общность технических и технологических принципов исполнения туристских услуг, методов их контроля и оценки.

Модель обеспечения качества услуг.

Модели обслуживания, управление качеством.

Гостиничные контракты. Виды гостиничных контрактов.

Контракты по продаже гостиничных услуг индивидуальным клиентам.

Контракты по продаже гостиничных услуг группе клиентов.

Документы на бронирование.

Безопасность жизнедеятельности турфирм.

Страхование ценного имущества.

Международная конвенция по путешествиям.

Посреднический контракт на продажу путешествия. Аннулирование контракта.

Международная хартия права. Фактор социального равновесия.

Туризм, как фактор экономического роста.

Социальные аспекты туризма.

Психологические воздействия туризма.

Манильская декларация по туризму.

Сотрудничество стран и интеграция в мировой рынок туризма.

Занятость в туризме. Национальный и мировой рынок труда в туризме.

Туристское образование. Карьера в туризме.

Содействие улучшению материальной базы туризма и сотрудничества в этой области.

Поощрение осуществления совместных проектов по туризму, включая техническое сотрудничество.

Поощрение туризма во внесезонный период.

Миграция людских ресурсов в туризме.

2. Вопросы для промежуточного контроля знаний студентов.

1. Дайте определение понятию «гостиничная услуга».

2. Что подразумевает понятие «туристическая услуга».

3. Что понимают под стандартизацией и каково ее назначение?

4. Какие свойства стандартов обуславливают их применение в практической деятельности?

5. Что понимается под качеством услуг?

6. Что такое система качества услуг?

7. Что понимается под сертификацией и каково ее назначение?

8. Какие схемы сертификации являются наиболее подходящими для сертификации туристских услуг?

9. В чем заключается стратегия управления обслуживанием?

10. Существует ли связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими, технологическими и социальными достижениями в развитии страны?
11. Чем определяется спрос на путешествия и туризм?
12. Каковы перспективы развития индустрии туризма?
13. В чем специфика туристского продукта?
14. Почему необходимо развивать внутренний туризм?
15. В чем проявляется влияние технологических нововведений на эффективность ?
16. В чем заключается SWOT анализ туристической фирмы?
17. Какие виды транспортных услуг можно оказать туристу?
18. Как Вы оцениваете роль дизайна в оформлении гостиниц?
19. Как Вы оцениваете роль дизайна в оформлении ресторанов?
20. Какая роль отводится рекламе в сервисе туризма?

3. Тесты для промежуточного контроля знаний студентов.

1. Туристская услуга – это:

- а) деятельность предприятий, организаций, учреждений или граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей посетителей в путешествиях, отдыхе или экскурсиях;
- б) действия, операции связанные с повышением конкурентоспособности товара, услуг;
- в) действие определенной потребительской стоимости, выражающееся в полезном эффекте, который удовлетворяет человеческие потребности;
- г) объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворения.

2. Как осуществляется контроль качества услуг и обслуживания предприятия питания?

- а) путём визуального контроля (путем осмотра объекта - его интерьеров, оборудования, инвентаря, посуды, столового белья, и пр.);
- б) путём аналитического анализа документации - бракеражных журналов, санитарных книжек персонала и пр.;
- в) путём медицинского контроля (медосмотров персонала, санитарно-эпидемиологических анализов), (измерения качества воды, воздуха и т.п., проверки технического состояния и режимов работы оборудования и т.д., опроса туристов и обслуживающего персонала);
- г) все вышеперечисленное.

3. Туристско-экскурсионные услуги - это:

- а) вид деятельности работников туристических предприятий, связанный непосредственно или косвенно с удовлетворением разного рода потребностей туристов;
- б) вид деятельности работников туристических предприятий, направленный непосредственно на производство каких - либо предметов для туристов;
- в) вид деятельности работников туристических предприятий, направленный на производство разного рода товаров;
- г) деятельность по размещению и организации досуга туристов.

4. Туристско-экскурсионные услуги классифицируются на:

- а) основные и неосновные;
- б) прямые и косвенные;
- в) основные и дополнительные;
- г) прямые и дополнительные.

5. Сервис в туризме – это:

- а) оказание производственных услуг;
- б) система, при которой потребитель имеет возможность выбора нужного ему товара, или услуги;
- в) оказание информационных услуг потребителю;

г) техническое обслуживание потребителей.

6. Как оценивается качество работы сервисной службы:

а) путем качественной работы оборудования;

б) путем сравнения требований стандарта обслуживания и фактического положения дел;

в) путем проверки работоспособности систем;

г) путем интервьюирования очевидцев.

7. Виды туризма в зависимости от цели путешествия:

культурно-развлекательный;

лыжный;

3. познавательно-лечебный;

4. деловой.

а) 1,2,3;

б) 2,3,4;

в) 1,2,4;

г) 1,3,4.

8. На какие классы делится туризм?

а) внутренний и национальный;

б) внутренний и международный;

в) внешний и иностранный;

г) внешний и международный.

9. Формы туризма по характеру организации:

а) плановый и организованный;

б) групповой и индивидуальный;

в) плановый и групповой;

г) плановый самодеятельный.

10. Формы туризма по срокам пребывания в путешествии:

а) дальний и кратковременный;

- б) продолжительный и дальний;
- в) кратковременный и продолжительный;
- г) дальний и ближний.

11. Формы туризма по интенсивности туристских потоков.

- а) сезонный и постоянный;
- б) летний и зимний;
- в) постоянный летний;
- г) постоянный и зимний.

12. Туристские ресурсы – это:

- а) совокупность природно-климатических и культурно-исторических ресурсов данной территории;
- б) исторические и культурные ценности;
- в) рекреационные и культурные ценности;
- г) исторические памятники.

13. Под туристским продуктом понимается:

- а) совокупность вещественных (товары) и невещественных (услуги) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристического путешествия (поездки) и вызванных именно этим путешествием;
- б) комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов;
- в) экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков;
- г) все вместе взятое.

14. Под туристским товаром понимается:

- а) продукт труда производственных сфер деятельности, созданный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами или экскурсантами;
- б) программа путешествия;
- в) пакет услуг, предлагаемых туристу;

г) маршрут экскурсии.

15. Пакеты услуг состоят из:

а) услуг размещения, питания;

б) услуг транспорта, трансферт;

в) организации и оказания экскурсионных, рекреационных, культурных и спортивных услуг;

г) услуг по организации посещения магазинов, прочих услуг.

16. Под субъектом туризма понимается:

а) участник туристского мероприятия;

б) турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путём получения специфических туристских услуг;

в) ответы неправильны;

г) все вместе взятое.

17. Под объектом туризма понимается:

а) всё то, что может стать для субъекта туризма (туриста) целью путешествия;

б) туристский регион широкой специализации со всеми его туристскими структурами;

в) всё вместе взятое;

г) нет правильного варианта ответа.

18. Стратегия управления обслуживанием подразумевает

а) совершенствование управления;

б) создание стратегического плана;

в) повышение рентабельности на основе отдельных признаков;

г) развитие бизнеса в сфере индустрии гостеприимства.

19. Формы обслуживания, предлагаемые ресторанами – это:

а) обслуживание за столом;

б) банкетное обслуживание;

в) семейное обслуживание;

г) выездное обслуживание ресторанов.

20. Что входит в перечень дополнительных и сопутствующих услуг?

а) варьете, оркестр, танцевальная площадка;

б) музыкальное сопровождение без оркестра, телевизор (по желанию клиентов);

в) возможность вызова такси или автомобиля напрокат, покупки сувениров;

г) все вышеперечисленные.

21. Основные показатели, определяющие разряд гостиниц:

а) технические показатели;

б) количество номеров;

в) качество;

г) ассортимент предоставляемых услуг,

22. Что необходимо сделать для того, чтобы сервис стал ключом к успеху предприятия?

а) предоставить предприятию-потребителю сервисные гарантии, осуществлять систематическое обучение работников службы сервиса, качественно изготавливать документацию;

б) осуществлять качественное консультирование потребителей;

в) предоставить предприятиям-потребителям качественную документацию;

г) предоставить потребителю дополнительные гарантии.

23. Какие условия влияют на качество обслуживания туристов?

а) расширение ассортимента услуг;

б) повышение качества обслуживания;

в) улучшение дизайна гостиницы;

г) увеличение количества номеров.

24. Сколько раз проводится переаттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала с целью подтверждения или повышения

квалификационного разряда?

- а) не реже чем раз в 5 лет;
- б) не реже чем раз в 4 лет;
- в) не реже чем раз в 3 лет;
- г) не реже чем раз в 2 года.

25. Какими должны быть работники обслуживающего персонала?

- а) работники обслуживающего персонала должны быть вежливы, внимательны и предупредительны (но не навязчивы) в отношениях с посетителями;
- б) работники обслуживающего персонала должны быть сильными и уверенными в себе;
- в) работники обслуживающего персонала должны быть свободны в своих действиях и независимы;
- г) работники обслуживающего персонала должны быть корректны и амбициозны.

26. Сколько языков должны знать метрдотель, официанты и бармены?

- а) не менее одного из европейских языков
- б) не менее двух из европейских языков;
- в) не менее трех из европейских языков;
- г) не менее пяти из европейских языков

27. Во что должны быть одеты работники туристского предприятия питания?

- а) в военную форму, находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений;
- б) в форменную, специальную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца, находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений;
- в) в солидную форму, находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений;
- г) в спортивную форму, находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений.

28. Как должна осуществляться сервировка стола?

- а) сервировка стола должна осуществляться в соответствии с принятыми в мировой практике правилами обслуживания посетителей в театрах соответствующей категории;
- б) сервировка стола должна осуществляться в соответствии с принятыми в мировой практике правилами обслуживания посетителей в университетах соответствующей категории;
- в) сервировка стола должна осуществляться в соответствии с принятыми в мировой практике правилами обслуживания посетителей в ресторанах соответствующей категории;
- г) сервировка стола должна осуществляться в соответствии с принятыми в мировой практике правилами обслуживания посетителей в гостиницах соответствующей категории.

29. Где должно быть напечатано меню предприятий и вывешено?

- а) меню предприятий, работающих по методу самообслуживания, должно быть напечатано на машинке и вывешено в вестибюле предприятия у входа в обеденный зал и на линии раздачи около узла расчета;
- б) меню предприятий, работающих по методу самообслуживания, должно быть написано от руки и вывешено на воротах предприятия;
- в) меню предприятий, работающих по методу самообслуживания, должно быть напечатано на машинке и вывешено у входа в предприятие;
- г) все ответы верны.

30. Как часто санитарная, специальная и форменная одежда должна подвергаться стирке, а в случае необходимости – ремонту.

- а) санитарная, специальная и форменная одежда должна регулярно подвергаться стирке, чистке, а в случае необходимости – ремонту;
- б) санитарная, специальная и форменная одежда должна в месяц один раз подвергаться стирке, чистке, а в случае необходимости – ремонту;

в) санитарная, специальная и форменная одежда должна подвергаться стирке в три месяца один раз, чистке, а в случае необходимости – ремонту;

г) санитарная, специальная и форменная одежда должна один раз в неделю подвергаться стирке, чистке, а в случае необходимости – ремонту;

31. В каком порядке принимаются на работу повара, официанты и метрдотели туристских предприятий питания?

а) повара, официанты и метрдотели туристских предприятий питания принимаются на работу на конкурсной основе по результатам квалификационных испытаний и социологического тестирования;

б) повара, официанты и метрдотели туристских предприятий питания принимаются на работу на опросной основе по результатам квалификационных испытаний и социологического тестирования;

в) повара, официанты и метрдотели туристских предприятий питания принимаются на работу без конкурса;

г) повара, официанты и метрдотели туристских предприятий питания принимаются на работу по объявлению.

32. Что должны соблюдать работники обслуживающего персонала?

а) работники обслуживающего персонала должны соблюдать правила личной гигиены;

б) работники обслуживающего персонала должны соблюдать правила дорожного движения;

в) работники обслуживающего персонала должны неукоснительно соблюдать правила противопожарной охраны;

г) работники обслуживающего персонала должны неукоснительно соблюдать правила этикета.

33. Что должен сделать работник сферы обслуживания в случае возникновения конфликтной ситуации?

- а) в случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного администратора, метрдотеля или директора предприятия;
- б) в случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить участкового милиционера и администратора;
- в) в случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного врача;
- г) в случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно эту проблему решить сам.

34. Что такое категория в организации ресторанного сервиса?

- а) отличительный признак предприятия питания, характеризующий качество обслуживания;
- б) уровень общения персонала с клиентами, посещающими ресторан;
- в) внешний вид персонала и их манеры общения;
- г) нет ни одного правильного ответа.

35. Каким символом обозначается категория?

- а) квадратом;
- б) треугольником;
- в) кругом;
- г) звездочкой.

4. Упражнения, ролевые игры, кейс-стади

Упражнение № 1. “Ваши предпочтения”

Слушатели должны составить список своих предпочтений по использованию различных туристских услуг. Каждый из слушателей обосновывает свой выбор, после чего составляется общий список атрибутов, по которым потребитель выбирает ту или иную услугу.

Цель упражнения: освоить причины превращения посетителя в покупателя, в клиента и приверженца.

Упражнение № 2. “В поисках инновации”

Не так давно мы зашли в новый шикарный отель «RADISSAN» с целью ознакомления с дополнительными услугами, оказываемыми в столичных

гостиницах. Остановив первую попавшуюся сотрудницу в форме с табличкой, на которой “большими буквами было написано ее имя, мы спросили: «Простите, Джанет, не скажете, какие дополнительные услуги оказываются в Вашем отеле?» Ответ: «Добрый день, я здесь работаю всего на полставки и понятия не имею, где здесь что”. Подойдя к женщине, стоявшей за сувенирным лотком, мы задали тот же вопрос. Ответ: "Я знаю только то, что есть у меня в отделе".

Затем мы обратились к мужчине, стоящему в центре холла. Он вежливо, но внушительно ответил нам, что если мы заранее не забронировали места в гостинице, у него нет для нас лишнего времени. Подумать только!

Полные самых неприятных впечатлений, мы вышли из отеля в полной решимости никогда сюда больше не возвращаться...

Вопросы:

1. Почему было принято такое решение?
Каков выход из этой ситуации?

Упражнение № 3. “Заказчик из ада”

Каждая туристская услуга является товаром, а персонал предприятия сервиса должен содержать в себе и черты искусного торговца. Каждый из нас имел в своей практике клиента, который ассоциируется с ночными кошмарами. Слушателям предстоит определить, какие черты характера оказались столь ужасными при работе с ним и постараться создать портрет "заказчика из ночного кошмара" с помощью рисунка, аппликации, клея, ножниц и цветной бумаги.

Портрет создается в группах слушателей, в которых каждый привносит свое видение этого портрета. Результат размещается на флип-чарте.

Вопросы для обсуждения:

1. Обсудите, что сделало вашего заказчика столь неприятным в контакте с ним.
2. Что могло бы сгладить/ уменьшить его недостатки?
3. Что помогает вам избегать подобных неприятностей в вашей текущей работе?

Упражнение № 4. "Лебедь, Рак и Щука"

Прочитайте басню и ответьте на вопросы, следующие за текстом.

Однажды Лебедь, Рак да Щука

Везти с поклажей воз взялись,

И вместе трое все в него впряглись;

Из кожи лезут вон, а возу все нет ходу!

Поклажа бы для них казалась и легка:

Да Лебедь тянет в облака,

Рак пятится назад, а Щука тянет в воду.

Кто виноват из них, кто прав, - судить не нам;

Да только воз и ныне там.

Задание:

Сделайте подробный разбор поведения членов команды, найдите и объясните все "плюсы" и "минусы" в работе данной команды.

Приведите примеры из собственной практики, соответствующие морали басни;

"Когда в товарищах согласья нет,
На лад их дело не пойдет, И выйдет из него не дело, только мука".

Упражнение № 5. “Я знаю, что тебе надо”

Из группы слушателей выбирается пара, обладающая некоторыми навыками рисования.

Один в этой паре получает описание животного, но не знает имя этого животного.

Второй должен по этому описанию нарисовать животное целиком.

Потом сравниваем оригинал задуманное животное с изображением.

Затем выясняем, какой информации не хватило для правильного изображения животного.

После этого игроки меняются ролями и теперь рисующий может уточнить некоторые детали, задав не более одного вопроса. Сравним задуманное животное с нарисованным.

Вопросы:

1. Почему рисунки не совпали с задуманными? Почему второй рисунок оказался более точным?

2. Что вы можете сказать о вашей способности выслушивать клиентов? Какие курьезные случаи вы можете привести из собственной практики?

Ролевая игра № 1. «Я смотрю ей вслед - ничего в ней нет...»

Группа слушателей условно разбивается на 2 части, одна из которых будет представлять руководство предприятия, ищущее претендентов на должность маркетолога, а вторая группа - претендентов на эту вакансию.

Время работы в группах 10 мин

Постановка задачи.

1. Руководство составляет объявление для публикации в средствах массовой информации о наличии вакантной должности.

Объявление должно формировать имидж организации, не содержать дискриминационных моментов, должно быть броским, интересным, кратким, определенным, правдивым, законным, хорошо написанным. Оно должно стимулировать подходящих людей к подаче заявления и препятствовать их подаче нежелательным персоналиям.

В объявлении о приеме на работу необходимо отражать следующие сведения:

Особенности организации (наименование, местонахождение, деятельность)

характеристику должности (круг задач, место в структуре, перспективы роста)

требования к соискателю (знания, опыт, квалификация, навыки, работоспособность)

систему оплаты, льгот, стимулов

особенности процесса отбора (необходимые документы, сроки их подачи)

адрес и контактные телефоны.

2. Претенденты на имеющуюся вакансию должны составить свое резюме, которое должно быть броским, интересным, кратким, определенным, правдивым, законным, хорошо написанным.

3. Претенденты и руководство организация по окончании работы по подготовке своих документов сравнивают требования организации и возможности кандидатов. После сравнения выясняется количество совпадений и расхождений ожиданий претендентов и организации. Выясняется вопрос трудоустройства кандидатов.

Конкретная ситуация №1

«Дружеский ресторан»

Тема занятия: ПЛАНИРОВАНИЕ. НАЕМ. ОТБОР ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Ресторан «Шахризада» - весьма успешное частное предприятие, пользующееся хорошей репутацией и неоднократно побеждавшее в последние годы в различных специальных городских конкурсах. Работники ресторана прекрасно осознают свою ответственность, связанную с этим, однако с недавнего времени в атмосфере коллектива почувствовалось усиление напряженности. Основная причина заключалась в том, что за последнее время ресторан удвоил свои возможности и значительно обновил интерьеры помещения, однако, при этом не расширил достаточно штат своих сотрудников. Вследствие этого большинство служащих стало работать больше 10 часов каждый день (практически по две смены). Несмотря на то, что работники ресторана являются высоко квалифицированными, хорошо оплачиваемыми и уверенными в своей работе (в смысле гарантии занятости), на их моральное состояние начали оказывать воздействие стрессы. Многим служащим кажется, что руководство ресторана и не собирается снижать тяжесть нагрузок, связанных с переработкой.

Наем новых сотрудников «Шахризада» осуществлялся практически полностью методами внутреннего набора. Благодаря дружеским связям работников ресторана было заполнено более 50% нынешнего штата заведения. Руководству ресторана нравится, когда его работники рекомендуют на вакантные места людей, с которыми они работали прежде. Кроме того, в штате ресторана работали сотрудники, ранее уволившиеся из этого заведения, а ныне принятые назад по различным обстоятельствам.

Работники считают, что отборочные собеседования с кандидатами сегодня носят неформальный характер (они проводятся в часы работы ресторана

заместителем директора) и, по их мнению, сфокусированы больше на личности претендента, чем на квалификации, необходимой для выполнения работы. Они также обеспокоены нежеланием руководства нанять в ближайшее время дополнительный штат и использовать средства внешнего набора, чтобы справиться с проблемами, связанными со слишком малой численностью персонала ресторана.

Вопросы:

1. Как планирование персонала могло бы помочь ресторану справиться с некоторыми из проблем, описанных выше?

2. Что является преимуществами и недостатками системы, ориентированной исключительно на внутренние источники поиска кандидатов?

Конкретная ситуация № 2

" Без хороших людей в менеджменте, у компании нет шанса на выживание".

Главный офис крупной гостиничной цепи, состоящей из 12 отелей находится во Франции и в настоящее время озабочен большими финансовыми проблемами.

Акционеры этой компании решили закрыть два нерентабельных отеля и внедрить культуру одной компании во все Французские филиалы и в компании за границей.

В компании было три исполнительных директора, которые пытались провести изменения в компании за короткий промежуток времени, но безуспешно. Акционеры компании искали такого менеджера, который смог бы внести изменения во все компании и закрыть два филиала в этот критический период.

Они нашли нового Исполнительного Директора, который сразу же начал проводить эти изменения. Это был высокий человек, который производил на всех впечатление. Когда ему нужно было что-то, то это должно было быть сделано сразу же. Иногда, когда он не мог получить то, что ему нужно немедленно, то он мог накричать на мужчину или женщину, ответственного за это, прямо в коридоре (даже на людей из совета директоров) и все слышали это. Под его началом работало пять директоров. Его офис был расположен на том же этаже, где и офис его директоров. Не так давно, после того как его пригласили на работу, он решил приобрести новый офис для себя и для своего секретаря этажом выше. Эта был просторный и красиво обставленный офис.

Однако Исполнительный Директор не нравился своим директорам, некоторые даже ненавидели его. Однажды мой коллега, который производил впечатление умного и прекрасного человека, в разговоре с ним сказал: " Без хороших людей в менеджменте, у компании нет шанса на выживание". При этом у него были прекрасные идеи по менеджменту. Он улыбался, сказав это и выглядел достаточно уверенным.

Совет Директоров предложил много сценариев по поводу закрытия двух филиалов. Однако исполнительный директор смеялся над этим и не принял ни одного предложения. Он стал работать по собственному сценарию. Между тем, профсоюзу стало известно о закрытии двух филиалов и они начали акцию протеста

против компании (забастовку.) Для того чтобы не сконцентрировать внимание на закрытии двух филиалов, Исполнительный Директор стал очень ясно излагать свой план. Так как акционеры просили его, что он должен был ввести культуру главного офиса во все филиалы во Франции и за границей. И было не совсем ясно, являлось ли частью "Общей культуры" и закрытие двух филиалов. Исполнительный Директор оставил людей в неясности.

Таким образом, исполнительному директору понадобилась помощь консультантов, для того чтобы осуществить свои идеи относительно программы "Общей культуры". Все члены Совета Директоров воспротивились этой идее, так как работа с консультантами стоит огромных денег. Тем не менее, Исполнительный Директор продолжал работать и предложил свои идеи акционерам компании:

Он запланировал три этапа исполнения:

1. Представить новое лого, новую униформу для персонала, новые бланки, новый дизайн оборудования. Поводом возражений для людей было то, что это стоило больших денег. Люди начали говорить об этом.

2. Провести беседу с 1200 работниками в один и тот же день в одно и то же время в каждом филиале об изменениях, которые он хотел провести, и разъяснить людям о необходимости этого процесса.

Провести "обучающую" программу для 250 средних менеджеров во всех филиалах. Они должны стать агентами критических изменений во всей компании. Они должны будут помогать внедрить новый стиль активности, решения проблем и творческого подхода.

ВАША ЗАДАЧА

1. Вас взяли на работу в качестве консультанта. Исполнительный директор попросил вас лично помочь ему донести его сообщения до всех и быть убедительным.

2. Он попросил вас прокомментировать его идею о физических изменениях, и как разъяснить это своим работникам.

3. Он попросил вас подготовить предложение для его сообщения 1200 работникам компании. Каковы преимущества и опасности этого шага?

4. Он хотел бы получить предложение о программе "обучения" 250 человек

Пожалуйста, помогите исполнительному директору принять во внимание все, что вы знаете об обучающейся организации, мотивации, коммуникации лидерстве. Также проинформируйте его о его возможных последствиях для его компаний.

Ролевая игра №2. «Прием на работу офис-менеджера»

Описание ситуации.

ООО «Планета - Тур» требуется офис-менеджер т.к. прежний менеджер ушла в отпуск по уходу за ребенком. Руководство фирмы решило объявить конкурс на

замещение вакантной должности. После долгого обсуждения, были определены основные требования к кандидату и в газете появилось объявление следующего содержания:

ООО «Планета-Тур» требуется офис-менеджер службы приема и регистрации гостей.

Основные требования

- высшее образование (желательно экономическое),
- опыт практической работы не менее 2 года,
- умение работать на компьютере,
- рабочее владение английским языком,
- умение работать с клиентами,
- хорошее знание делопроизводства,
- возможность работы в гибком графике.

В ходе проведения конкурса на это место определились 3 финалиста. Начальнику отдела кадров необходимо принять решение, кого из трех претендентов нужно принять на работу.

Кандидатуры финалистов:

Иванова Светлана, 30 лет, имеет среднее специальное образование и в настоящее время заканчивает последний курс экономического факультета заочного отделения; замужем, имеет дочь (10 лет); 7 лет проработала в банке в отделе работы с клиентами, но в связи с банкротством банка, уже полгода не работает; знание английского - на уровне средней школы, умеет работать на компьютере.

Айтбаева Салтанат - 23 года, имеет высшее экономическое образование, причем один год проходила стажировку в США; свободно владеет английским; не замужем; прекрасно работает на компьютере; амбициозна, знает себе цену; имеет разносторонние интересы; не имеет опыта работы на предприятии, но претендует на высокий уровень заработной платы (на 30% выше, чем другие претенденты).

Кадырова Замира, 29 лет, с высшим юридическим образованием, замужем, имеет двоих детей (7 лет и 3 года); муж занимается работой, которая связана с частыми командировками; не умеет работать на компьютере; имеет 5 лет стажа секретаря-референта в нотариальной конторе; инициативная, хороший организатор, владеет рабочим английским.

Задание для группы:

Поставьте себя на место начальника отдела кадров и выберите кандидатуру на должность.

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ № 3.

«АДАПТАЦИЯ»

Малика Абдуллаева закончила психологический факультет Педагогического университета, затем аспирантуру и защитила кандидатскую диссертацию по теме "Нетрадиционные методы разрешения, межличностных конфликтов в трудовом

коллективе". После 10 лет работы преподавателем в одном из ташкентских ВУЗов, она перешла на должность консультанта в центр психологической помощи. В течение 3 лет Малика занималась оказанием практической помощи детям из неблагополучных семей, разрешением конфликтов в школах и учреждениях, консультированием представителей районной администрации. Работа доставляла Малике большое удовлетворение, позволяла оказывать реальную помощь конкретным людям, использовать на практике теоретические знания, встречаться с интересными людьми. В то же время получаемой зарплаты едва хватало, чтобы свести концы с концами.

Поэтому когда один из знакомых предложил ей должность начальника отдела кадров отеля «Le-Meridian» с окладом в 10 раз большим, чем в центре, Малика очень заинтересовалась его предложением. Успешно пройдя собеседование с руководством отеля, она приняла предложение, считая, что знания психологии, английского языка, навыки коммуникации, опыт работы преподавателем и консультантом позволят ей добиться успеха в работе, привлекавшей не только высоким заработком, но и возможностями профессионального развития, работой с иностранными специалистами, поездками по стране и за рубеж.

В начале своего первого рабочего дня Малика провела около одного часа с Генеральным директором отеля, объяснившим, что он ожидает от начальника отдела кадров - организации профессионального обучения, осуществления контроля за приемом на работу и численностью сотрудников, ведения необходимой документации. Через неделю представитель западного партнера провел с Маликой однодневное обучение основам управления персоналом, и она начала осваивать новую должность. Работа оказалась гораздо более сложной, чем предполагала Малика: 10-ти часовой рабочий день, продолжительные совещания по техническим вопросам, в которых Малика не разбиралась, многочисленные вопросы и жалобы рядовых сотрудников, необходимость готовить ежемесячные отчеты для западных партнеров. Не хватало времени, чтобы перевести дух - не то, чтобы обобщить впечатления или подумать о том, чтобы что-то изменить, как ее учил специалист из европейского отделения. На предприятии возникла первая кризисная ситуация, выполняя рекомендации партнера, Малика подняла вопрос о сокращении непроизводственных работников, чем вызвала бурную реакцию директора по производству, обвинившего ее в некомпетентности и неопытности. Малика разрыдалась и больше к этой теме не возвращалась. Через месяц Генеральный директор вызвал к себе начальника отдела кадров и попросил объяснить, почему западный партнер не получил ежемесячного отчета по персоналу. Оказалось, что Малика просто забыла о нем. Еще через неделю возникло новое недоразумение Малика ушла с работы раньше обычной и не оказалась на месте, чтобы ответить на срочный вопрос Генеральной директором, высказавшего на следующее утро свое недовольство работой начальника отдела кадров. Неделю спустя Малика принесла заявление об уходе.

вопросы

1. Как можно охарактеризовать ситуацию, в которой находится Малика Абдуллаева? Почему она хочет покинуть отель?

2. Насколько будни начальника отдела кадров соответствовали ожиданиям Малики? Обладала ли она необходимыми профессиональными качествами и мотивацией для работы в этой должности?

3. Как вы оцениваете решение руководства отеля назначить Малику Абдуллаеву на должность начальника отдела кадров? Что (в биографии Малики) говорило в пользу этого решения? Что должно было насторожить руководителей отеля?

4. Отвечало ли организованное для Малики обучение ее потребностям? Что бы вы предложили взамен или в дополнение к сделанному?

5. Что бы вы сделали на месте Генерального директора с заявлением об уходе?

Конкретная ситуация № 4.

«Непредвиденные обстоятельства»

Тема занятия: ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Совместное предприятие - отель «Малика», начало свои операции в Узбекистане с создания трех одноименных гостиниц в гг. Ташкенте, Самарканде и Хиве. На одном из первых совещаний по определению стратегии управления этими предприятиями, возглавляемым региональным директором, было принято решение о необходимости обучения руководителей отелей основам управления финансами. Разработка программы и организация проведения обучения была поручена директору по человеческим ресурсам (см. рис.)

После трех месяцев напряженной совместной работы финансистов из штаб-квартиры компании и преподавателей местной школы управления была создана 5-ти дневная программа, раскрывающая основы управления финансами в современной корпорации, объясняющая специфику частного мини-отеля, а также сравнивающая американскую систему бухгалтерского учета с отечественной. Директор по человеческим ресурсам остался очень доволен программой и направил письмо в каждое из совместных предприятий с предложением выделить по 5 руководителей на первую программу обучения. К своему большому удивлению на следующий день он увидел письмо от одного из директоров совместных предприятий, отказывающегося направлять своих сотрудников на “неизвестное ему обучение”. Директор по человеческим ресурсам обратился к нему с ответным письмом, потребовав выполнить решение регионального директора, а также описав стоящие перед учебной программой задачи и ее содержание. Через три дня был получен ответ, в котором директор СП сообщал, что его руководители “еще не созрели для этой программы”. В результате на первой программе обучались 10, а не 15 человек, и корпорация понесла финансовые убытки.

Вопросы.

1. В чем причины конфликтной ситуации?
2. Как Вы оцениваете действия директора по человеческим ресурсам? Как Вы оцениваете действия директора СП?
3. Как можно было избежать конфликта? Какие изменения нужно сделать в процессе подготовки программ обучения?

Ролевая игра 3. "Стиль руководства и способы общения"

Ситуация.

Начальник и подчиненный в кабинете начальника. Начальник располагает следующей информацией, которую необходимо передать подчиненному, и добиться выполнения задания. Начальник должен правильно преподнести информацию подчиненному и проверить правильность ее понимания и очередности исполнения.

Содержание информации:

Необходимо встретить в аэропорту иностранного эксперта, он в первый раз городе, его никто не знает в лицо. Он очень капризен. Языка он не знает, его надо устроить в гостинице, покормить в ресторане, продумать культурную программу.

Известно, что гостиничные цепи предпочитают использовать в своей практике так называемый «шпионский» контроллинг. От того как встретят в данном отеле эксперта, возможно, будет зависеть степень интереса, проявляемого к частному гостиничному сектору. Как видим, ситуация весьма значимая. Руководители реагируют в такой ситуации неадекватно. Слушателям предлагается сыграть роли начальника и подчиненного, демонстрируя при этом различные стили руководства.

Литература.

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 17 апреля 2006 г. «О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в республике Узбекистан в 2006 – 2010 годах» Народное слово, 18.04.2006 год
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дальнейшем совершенствовании деятельности Национальной Компании «Узбектуризм» от 28 июля 2004 года, № 360
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О лицензировании туристской деятельности» № 497 от 11.11.2003 г.
4. Александрова А.Ю. Международный туризм. М. Аспект-пресс. 2001.
5. Балабанова И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. М. Финансы и статистика. 2004
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм, М.- Санкт-Петербург. 2000.
7. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. М. «Книжный мир». 2001.
8. Джанелл Барлоу, Пол Стюарт, Сервис, ориентированный на бренд ЗАО «Олимп – Бизнес», Москва, 2006, 288с.
9. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. М «Финансы и статистика». 2003.
10. Дурович А.П. Реклама в туризме. Минск. БГЭУ. 2000.
11. Зорин И.В. Образование и карьера в туризме, М. «Советский спорт». 2000.
12. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. - М.: «Экономика», 2000.
13. Сенин Ф. Организация туристической деятельности. М. 2000.
14. Скараманга В.П. «Фирменный стиль в гостеприимстве», Москва. «Финансы и статистика», 2005, 192 с.
15. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе. М. «Юрист». 2001.
16. Туризм как вид деятельности. Под ред. Квартального В.А. М. Финансы и статистика. 2001.

17. Туризм и гостиничное хозяйство. под. ред. А.Д. Чудновского. М. Тандем. 2000.
18. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Ташкент. Узбек миллий энциклопедияси. 2005.
19. Тухлиев Н., Таксанов А. Экономика большого туризма. Ташкент. Узбек миллий энциклопедияси. 2001.
20. Федцов В.Г. Культура сервиса. М. «Финансы и статистика». 2001.
21. Аванесова Г.А., Сервисная деятельность М. Аспект пресс 2004
22. Яковлев Г.А., Экономика и статистика туризма М. РДЛ, 2004 Гостиничный и туристический бизнес М. ЭКМОС, 2004
23. Marketing for hospitality and tourism. Second edition, Philip Kotler. John Bowen. James Makens, Prentice Hall, 1999.
24. Successful Tourism Management. Pran Seta. 1997.
25. International Hospitality Management Corporate Strategy in Practice Richard Tear and Michael Olsen, New York, 1992.
26. The Community Tourism Guide. Marc Mann, For Tourism Concern, London. 2000.
27. Бухарова З. Международные стандарты качества обслуживания в туристских индустрии. Выпускная квалификационная работа. – Ташкент: 2002,
28. Кенжаева Д. Безопасность в индустрии сервиса: механизм осуществления и пути совершенствования. Выпускная квалификационная работа. – Т.: 2002
29. Интернет сайты:
 1. www.tourism.ru
 2. www.travel.ru
 3. www.palomnik.ru
 4. <http://www.yorku.ca/research/dkproj/string/rohr/articles.htm>
 5. <http://www.world-tourism.org>

Приложение 1.

Профессиональные стандарты гостеприимства

Квалификационные требования

К основным должностям работников гостиниц

Виды деятельности в соответствии и со схемой технологического процесса	Специальные требования	Умения	Знания
1	2	3	4
Профессиональные требования к администратору.			
Работа с узбекской и иностранной клиентурой (на языке основной клиентуры)	1. Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» 5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Умение контактировать с клиентами по тематике своей службы: встреча клиентов, регистрация • Предоставление устной и письменной информации о размещении и продаже номеров, ответы на вопросы клиентов • Культура межличностного общения 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы грамматики, лексики и фонетики • Словарный запас по тематике службы приема и размещения • Аббревиатуры, принятые в туристской индустрии • Коммерческая корреспонденция • Основы межличностного общения
Подготовка и организация работы	1. Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» 4. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования». СанПиН 42-123-5777-91. Закон РУз «О государственном санитарном надзоре» ГОСТ 28681.0 ГОСТ 12.2.003 Закон РУз «О защите прав потребителей» Закон РУз «О сертификации продукции и услуг». Правила бытового обслуживания населения РУз. ГОСТ 7400 ГОСТ 10280 ГОСТ 26678 ГОСТ 26963	<ul style="list-style-type: none"> • Организация рабочего места • Соблюдение протокола и этикета • Подбор справочных и рабочих материалов • Проверка офисного оборудования (компьютеры, принтеры факсимильные аппараты, копировальные машины, пишущие машинки, телефоны и др.) • Авторизация кредитных карт • Использование машин для пластиковых карт-ключей • Стандарты сбора пакетов информации для клиентов • Работа с информационными брошюрами, прейскурантами и др. • Работа с оборудованием для переноски багажа • Соблюдение делового стиля и опрятность • Содействие в организации микроклимата в холле и управлении оборудованием (освещение, вентиляция, температура, музыка рекламные ролики) • Стандарты и процедуры составления списка прибытия, списка отъезда, бронирования, 	<ul style="list-style-type: none"> • Введение в туризм и гостиничное хозяйство • Основы охраны здоровья, гигиены и санитарии • Протокол и этикет • Системы приема и регистрации • Организация и расположение службы приема и размещения • Стандарты и процедуры размещения клиентов • Правила пользования оргтехникой • Основы научной организации труда • Охрана труда и техника безопасности

		наличия свободных номеров	
Забота о клиентах	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2.ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4.ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». 1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан.	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Качество и стандарты обслуживания приветствие, предварительная регистрация, регистрация, ответы на вопросы, отъезд, работа с особыми пожеланиями, прощание • Быстрота и стиль обслуживания • Соблюдение протокола и этикета 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы межличностного общения • Характеристика потребителей гостиничных услуг • Региональные и местные традиции • Потребности и ожидания клиента • Протокол и этикет
Применение современных средств коммуникаций: телефон, факс, ксерокс, персональный компьютер	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2.ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3.ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4.ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Владение техникой телефонных переговоров (входящие и исходящие звонки, переадресация звонков, режим ожидания, прием и отправка телефонограмм) • Использование телефонных и иных справочников • Точность приема и передачи информации, проверка получения информации адресатом Базовые технологии ухода за оргтехникой • Определение типов факсимильных, телефонных аппаратов и телексов • Бронирование по телефону, телексу и факсу 	<ul style="list-style-type: none"> • Правила пользования оргтехникой • Правила ухода за офисной оргтехникой • Основы грамматики, лексики и фонетики родного языка • Терминология и аббревиатуры, принятые в тур индустрии • Текстовые редакторы и электронные таблицы для работы на персональном компьютере • Основы охраны здоровья и гигиены • Функционирование отечественной телефонной системы
Встреча и приветствие клиента в гостинице	1. Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3.ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4.ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Правила встречи клиентов: фраза приветствия, вежливость и этикет, карточки приветствия, обращение к клиенту по имени, предложение напитка клиенту, процедура встречи особо важных гостей, предоставление необходимой информации, получение отзыва клиента, заказ обеда и др. 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы межличностного общения • Протокол и этикет • Основы охраны здоровья и гигиены • Правила пользования оргтехникой • Виды гостиничного рынка • Характеристика потребителей гостиничных услуг
Работа с почтой и сообщениями	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»	<ul style="list-style-type: none"> • Процедуры обработки входящей и исходящей почты • Сортировка корреспонденции гостей; уведомление гостей, принятие и распределение корреспонденции • Процедуры обработки сообщений • Продажа сопутствующих 	<ul style="list-style-type: none"> • Региональная национальная и местная специфика • Нормативная правовая база в туризме • Потребности и ожидания клиентов • Забота о клиенте

		товаров	
Передача информации для клиента	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСТ-	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Организация передачи информации для клиентов • Использование микро фонов и доски объявлений 	
Организация хранения ценностей клиентов	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования	<ul style="list-style-type: none"> • Процедуры и стандарты использования депозитарных ячеек, общего сейфа, гостевых карт, систем ключей, ящиков конвертов • Работа с жалобами клиентов о потерянных вещах 	<ul style="list-style-type: none"> • Безопасность и система сейфового хранения • Типы депозитарных ячеек • Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 • ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». • ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» • ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности экскурсантов» РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».
Работа с жалобами клиентов	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2.ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» 5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Соблюдение протокола и этикета • Стандарты и методы работы с жалобами: как выслушать, зафиксировать жалобу, понять точку зрения клиента и его ' потребности • Принятие мер по жалобам клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> • Искусство обслуживания клиентов • Основы межличностного общения • Основы психологии • Протокол и этикет
Оказание первой помощи и действия в экстремальной ситуации	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2.ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание и и» 4.ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСГ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрые и четкие действия в экстремальной ситуации • Использование огнетушителя • Быстрота и четкость действий при оповещении о чрезвычайной ситуации, сообщении в необходимые инстанции, вызове врача, скорой помощи, милиции и др. • Принятие мер на месте происшествия • Эффективное предотвращения пожара, тушение пожара • Действия при несчастных случаях /травмах: падения, ожоги, укусы насекомых и др. • Процедуры и стандарты действий в чрезвычайных ситуациях сердечный приступ, инсульт шок большая потеря крови и ДР. 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы оказания первой помощи • Правила действий в чрезвычайной ситуации • Службы экстренной помощи • Основы охраны здоровья и гигиены • Основы физиологии, лекарства и их применение • Характеристики несчастных случаев травм и соответствующее лечение • Аптечка первой помощи

Расчет клиентов при выезде	1. Правил а предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2.ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4.ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» 5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц: Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Соблюдение протокола и этикета • Использование кассового оборудования • Стандарты при организации расчета: быстрота, процедура подготовки счета и принятия оплаты, процедуры оплаты • Порядок и процедуры регистрации выезда: стойка с ключами/компьютер, уведомление о выезде клиента — кассы, службы содержания гостиничных помещений, службы гостиничного фонда, носильщика, швейцара • Хранение сданных ключей • Работа с клиентами, не оплатившими свое пребывание. 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы межличностного общения • Протокол и этикет • Системы приема, размещения и оплаты, процедуры расчета при выезде • Охрана труда и техника безопасности • Передача брони в другие гостиницы
Организация отъезда и проводы клиента	1.Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389 2. ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования». 3. ГОСТ-28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание» 4. ГОСТ-28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»5. РСТ-918-98 «Классификация гостиниц. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Соблюдение протокола и этикета • Работа с багажом • Стандарты и процедуры: организации транс порта, благодарности за выбор гостиницы, прощания • Работа с карточками отзывов клиента 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы межличностного общения • Протокол и этикет • Организация отъезда и проводов клиентов • Охрана труда и техника безопасности • Основные принципы маркетинга • Методы продвижения на рынок и продаж • Основы социологических знаний
Соблюдение техники безопасности на рабочем месте	ГОСТ-28681.0-95 «Туристские услуги. Общие требования».	<ul style="list-style-type: none"> • Соблюдение технологии и мер безопасности на рабочем месте • Техника безопасности и системы охраны 	<ul style="list-style-type: none"> • Функционально-планировочная организация и материальная база гостиниц • Системы и процедуры безопасности • Системы охранной сигнализации • Охрана труда и техника безопасности
Передача дел при окончании смены	Правила предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан. №389	<ul style="list-style-type: none"> • Регистрация незавершенной работы • Регистрация особых пожеланий • Регистрация ожидаемых поздних прибытий и выездов • Передача срочных/ важных сообщений • Регистрация происшествий или проблем • Передача смены и наведение порядка на рабочем месте (проверка оборудования и материалов), 	<ul style="list-style-type: none"> • Организация работы службы приема и размещения • Системы и процедуры безопасности • Системы охранной сигнализации • Охрана труда и техника безопасности • Процедуры приема и регистрации
Профессиональные требования к официанту			

1	2	3	4
Требования к официанту.	Без физических недостатков, Рост для мужчин не ниже 1,70 м, для женщин 1,60.	Держаться с Нормы достоинством в соответствии с нормами профессионального этикета	Нормы профессионального этикета и психологии.
Встреча и рассаживание гостей	ГОСТ 28681. Закон Руз «О защите прав потребителей»	Составление цветовой гаммы. Складывание не менее 30 видов салфеток. Сервировать к заданному меню.	Виды, формы и заполнение меню, правила санитарии и гигиены, различные способы сервировки столов.
Передача заказов на кухни и бары.	ГОСТ 28681. Закон Руз «О защите прав потребителей»	Своевременно реагировать на заказ клиента, подавать заказы по назначению.	Ассортимент изделий кухни и бара., правила подачи блюд и напитков. Нормы выхода готовых изделий.
Сервировка и оформление столов	ГОСТ 28681. Закон Руз «О защите прав потребителей»	Настилать скатерти, свертывать салфетки, убирать и заменить скатерти, подбирать посуду, аксессуары к тематическим столам. Траншировать и фламбировать блюда. Приготавливать блюда несложного приготовления на глазах у клиента.	Особенности подачи различных блюд, способы сервировки столов по международным требованиям, очередность подачи блюд, цены на продукцию. Характеристика продуктов и их сочетания.
Расчеты с клиентами	ГОСТ 28681. Закон Руз «О защите прав потребителей»	Пользование контрольно-кассовыми аппаратами, производить расчеты и перерасчеты в иностранной и национальной валюте. Выписывать чеки.	Правила работы с кассовыми аппаратами, с кредитными карточками за группы и индивидуальных

Приложение 2

Профессиональные требования для горничных

Должностные обязанности	Основные навыки, необходимые для выполнения должностных обязанностей	Основные знания, необходимые для выполнения должностных обязанностей
-------------------------	--	--

1 Работа с узбекской и иностранной клиентурой (на языке основной клиентуры)	<ul style="list-style-type: none"> • Умение контактировать с клиентами по тематике своей службы • Устное общение с клиентом, включая: <ul style="list-style-type: none"> • Телефонные переговоры • Владение техникой беседы с клиентом • Владение техникой приема и переговоров с клиентом 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы грамматики, лексики и фонетики • Словарный запас по тематике службы гостиничного фонда • Коммерческая корреспонденция • Терминология службы гостиничного фонда • Теория межличностного общения
2. Подготовка и организация работы по уборке помещений	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление информации, ответы на вопросы клиентов • Культура межличностного общения • Техника подбора и комплектация средств для уборки помещений • Техник;) подбора и комплектация белья, предметов личной гигиены, оборудования и других предметов, предоставляемых клиентам • Комплектация тележки горничной, приемы использования тележки, методы загрузки • Подбор и подготовка моющих средств • Подбор и подготовка инвентаря и оборудования • Техника пользования оперативной информацией о заполняемости гостиницы 	<ul style="list-style-type: none"> • Введение в гостиничное хозяйство • Организация работы гостиницы • Структура и организация работы службы гостиничного фонда • Оборудование и материалы, применяемые в работе службы гостиничного фонда • Виды белья и методы работы с ними • Основы охраны здоровья и гигиены • Охрана труда и техника безопасности
3 Забота о клиентах	<ul style="list-style-type: none"> • Культура межличностного общения • Качество и стандарты обслуживания клиентов: приветствие, ответы на вопросы, работа с особыми пожеланиями • Быстрота и стиль обслуживания • Соблюдение протокола и этикета • Владение технологией использования моющих средств, инвентаря и оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> • Теория межличностного общения • Основы психологии • Потребности и ожидания клиентов • Протокол и этикет
4 Приемка номера	<ul style="list-style-type: none"> • Владение технологий использования моющих средств инвентаря и оборудования • Техника инвентаризации белья • Владение технологией приемки номера • Соблюдение техники и мер безопасности • Техника проверки и активирования утерянной собственности клиентов • Техника проверки рабочего состояния и регулирование бытовых приборов и оборудования номера • Техника выноса мусора и подносов • Соблюдение стандартов заправки постелей, хранения чистого и грязного белья • Владение технологией повседневной уборки • Техника раскладки возобновляемых уттериалов для клиентов • Владение технологией использования специального оборудования для уборки • Соблюдение стандартов качества обслуживания, чистота и подготовленность номера • Техника уведомления об обслуживании шперов • Культура уличного общения 	<p>Методы и технологии уборки</p> <p>Основные охраны труда и техники безопасности</p> <p>Ассортимент и характеристики моющих и чистящих средств</p> <p>Характеристики оборудования для уборки</p>
5 Уборка ванных комнат	<ul style="list-style-type: none"> • Определение ассортимента и технология использования моющих средств, оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы и технологии уборки • Основы охраны труда и техники

	<ul style="list-style-type: none"> и материалов для гостей • Техника уборки помещений и обслуживания оборудования" • Техника повседневной уборки • Соблюдение стандартов качества уборки ванных Комнат чистота и подготовленность 	<ul style="list-style-type: none"> безопасности • Ассортимент и характеристики моющих средств • Характеристики оборудования для уборки • Ассортимент и характеристики возобновляемых материалов для клиентов • Оборудование ванной комнаты
6 Уборка заселенных номеров	<ul style="list-style-type: none"> • Техника проверки и активирования утерянной собственности клиентов • Техника подготовки возобновляемых материалов и белья для клиентов • Культура межличностного общения • Владение технологией уборки заселенных и освобожденных номеров • Техника приведения в порядок вещей клиентов. уборки постелей, повседневной уборки • Соблюдение стандартов качества обслуживания номеров: чистота и подготовленность номера • Действия в ситуации, когда гость возвращается в номер в процессе уборки • Культура межличностного общения 	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории межличностного общения • Методы и технологии уборки • Основы охраны труда и техники безопасности • Ассортимент и характеристики моющих и чистящих средств • Характеристики оборудования для уборки • Ассортимент и характеристики возобновляемых материалов для клиентов • Планировка здания гостиницы, расположение номеров, оборудования и мебели • Правила соблюдения пожарной безопасности • Основы теории межличностного общения • Основы психологии и конфликтологии
7 Уборка свободных номеров	<ul style="list-style-type: none"> • Владение технологией уборки свободных номеров • Техника приведения в порядок вещей клиентов, уборки постелей, повседневной уборки • Соблюдение стандартов качества обслуживания номеров чистота и подготовленность 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы и технологии уборки • Основы охраны труда и техники безопасности • Ассортимент и характеристики моющих и чистящих средств • Характеристики оборудования для уборки • Ассортимент и характеристики возобновляемых материалов для клиентов • Правила соблюдения пожарной безопасности • Планировка здания гостиницы, расположение Номеров, оборудования и мебели
8 Подготовка номера ко сну клиента	<ul style="list-style-type: none"> • Техника комплектования тележки горничной • Техника выбора моющих средств • Владение технологией подготовки номера ко сну • Техника оповещения о номерах, готовых к заселению и обслуживанию • Техника приведения в порядок вещей клиентов • Техника подготовки постели ко сну • Владение технологией уборки ванных комнат и раскладки возобновляемых материалов для клиентов • Техника реплировки и настройки приборов и оборудования номера • Культура межличностного общения 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы и технологии уборки • Основы охраны труда и техники безопасности • Ассортимент и характеристики моющих и чистящих средств • Характеристики оборудования для уборки • Ассортимент и характеристики возобновляемых материалов для клиентов • Планировка здания гостиницы, расположение номеров, оборудования и мебели • Основы теории меж личностного общения • Правила соблюдения пожарной безопасности
9. Подготовка ко сну клиента	<ul style="list-style-type: none"> • Владение технологией замены номеров • Техника уведомления о замене номера, оформление и ведение отчетности • Техника замены и организации перемещения личных 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы и технологии уборки • Основы охраны труда и техники безопасности • Подготовка к работе

	вещей клиента <ul style="list-style-type: none"> • Техника осмотра предыдущего номера • Взаимодействие с руководителем службы гостиничного фонда • Взаимодействие со службой приема и размещения • Культура межличностного общения 	<ul style="list-style-type: none"> • Оборудование и материалы • Знание расположения номеров, оборудования и мебелировки • Правила соблюдения пожарной безопасности • Основы теории межличностного общения
10 Стирка и чистка одежды клиентов	<ul style="list-style-type: none"> • Организация работы с возобновляемыми материалами для клиентов: списки вещей для стирки и СУХОЙ чистки, подготовка списков и мешков, оборудование и материалы для чистки обуви • Подготовка к стирке и сухой химчистке: сбор, отсылка, возвращение • Техника оказания других услуг по чистке и стирке • Культура межличностного общения 	Методы и технологии уборки <ul style="list-style-type: none"> • Основы охраны труда и техники безопасности • Ассортимент и характеристики моющих и чистящих средств • Характеристика видов одежды и способов ее обработки (чистки, стирки) • Основные виды химчисткой чистки изделий из различных видов ткани • Оборудование прачечных, сроки и виды стирки одежды • Теория межличностного общения. Основы психологии и конфликтологии.

Приложение 3

Стандартные правила внутреннего распорядка рабочего персонала отеля «Марказий» (Ташкент)

Работник отеля обязан:

- прибывать на место служебной деятельности не менее чем за 5 минут до начала рабочего времени и иметь при этом опрятный внешний вид;
- знать свои служебные обязанности и постоянно стремиться к их абсолютному выполнению;
- проявлять в работе инициативу и поиск, постоянно стремиться к реализации поставленных задач с наименьшими затратами и в кратчайшие сроки;

- проявлять уважение к старшим и начальникам, приветствовать их появление в офисе или на рабочем месте;
- при выполнении служебных обязанностей не отлучаться без разрешения администрации, находясь в зоне ее досягаемости;
- иметь возможность связаться по телефону с администрацией гостиницы в любое время суток, в том числе и в выходные дни;
- проявлять заботу и внимание к клиентам гостиницы, оказывать им при необходимости всестороннюю помощь и поддержку;
- знать и соблюдать правила противопожарной безопасности;
- заботиться о сохранности имущества гостиницы и ее клиентов;
- покидать рабочее место по окончании служебного времени с разрешения администрации.

Стандартные правила действия администратора

1. Ведение записи и регистрации клиентов в специально отведённом журнале.
2. Ведение учета телефонных звонков. Контроль пользования телефоном в регистратуре сотрудникам гостиницы (разрешать в случаи крайней необходимости).
3. Постоянно находиться на рабочем месте в зоне досягаемости администрации. Дежурный администратор имеет право покидать рабочее место в следующих случаях чрезвычайного пришествия (пожара).
 - по обоснованной просьбе клиента
 - по вызову руководства
 - для приёма пищи и т.п.
4. Не иметь контакта с клиентами гостиницы за исключением случаев, предусмотренных обязанностями.
5. Вести учёт принимаемой брони на номера и осуществлять подтверждение полученных заказов. Немедленно докладывать начальникам отделов о полученных заказах и иметь письменную информацию об их реализации.

6. Вести учёт и контроль за готовностью различных услуг отеля для клиентов индивидуалов или групп (прессконференц залов, сауны, Интернета и т.д)

7. Вести в специальном журнале контроль за кофе-брейками , числом людей пользующихся услугами отеля и временем их использования , оплатой.

НАЧАЛО И ОКОНЧАНИЕ ОТНОШЕНИЙ С ОТЕЛЕМ «Марказий»

Назначение

Любой начинающий сотрудник может заключить контракт на 3/6/12 месяцев после представления следующих документов:

- 4 личных листка
- Копия паспорта
- 4 фотографии
- Медицинская книжка
- Трудовая книжка

Отбор

После отбора подходящих кандидатур для отделов работник обязан ознакомиться с порядком и правилами отеля.

Идентификационная карточка

Отель имеет свои идентификационные карточки, где указаны должность и место работы. Данная карточка должна всегда быть при Вас, когда Вы приходите в гостиницу. Эта карта является собственностью Отеля, и в случае потери нужно известить об этом отдел кадров, иначе работник подвергается штрафу.

Шкафчики для одежды

Отдел кадров предоставляет каждому работнику, который пользуется униформой, персональную раздевалку. Каждый шкафчик имеет два ключа, один из которых находится у работника, другой в отделе кадров. Эта раздевалка предназначена для личного пользования до и после работы. Категорически запрещается держать в шкафу алкоголь, продукты питания или другие скоропортящиеся

продукты. Раздевалки должны содержаться в чистоте и порядке. Менеджеры имеют право периодически проверять раздевалки. В случае утери ключа работник оплачивает его стоимость.

Униформа

Работники, имеющие контакт с гостями, получают направление, адресованное в прачечную, для выдачи униформы. Униформа должна меняться по мере загрязнения и сдаваться в прачечную. Категорически запрещено носить униформу за пределами отеля или выносить из отеля по какой-либо причине. Униформа является собственностью отеля.

Именная карточка

Каждому работнику будет выдана именная карточка с именем и должностью. Работник должен прикрепить карточку на левый верхний карман пиджака униформы. Служащий несёт ответственность за потерю или повреждение именной карточки.

Окончание договора увольнение

Политика отеля основывается на удержании служащих и руководства хорошими взаимоотношениями, основанными на доверии, где каждая сторона предоставляет другой её права и обязанности. Если Вы решили уволиться:

1. Обсудите причину со своим непосредственным супервайзером, менеджером или Менеджером отдела кадров, которые помогут Вам принять лучшее решение. Если ваша проблема не разрешается, Вы должны предупредить об этом заранее (минимум две недели).

2. Перед увольнением должны быть улажены все финансовые вопросы, всё имущество Отеля, а именно: документы, инструменты, идентификационная карточка, ключ от шкафа в раздевалке и другие вещи, доверенные служащему, должны быть возвращены. Если сотрудник совершит какое-либо нарушение внутренней политики или трудового законодательства, он/она будет уволен в соответствии с законодательством о трудовых отношениях.

Рабочее время

Нормой рабочих часов по трудовому законодательству является семичасовой рабочий день для шести дней в неделю. Руководство установит график работы, недельные выходные и отпуск согласно трудового законодательства, опираясь на запросы работы.

Работа в сверхурочное время

Работа в сверхурочное время разрешается только в особых случаях и только после разрешения на запрос о сверхурочной работе, подписанного начальником отдела и утвержденного Генеральным Менеджером. Сверхурочное время будет оплачиваться согласно трудового законодательства. Работа в сверхурочное время может быть компенсирована предоставлением другого дня отдыха.

Заработная плата

При определении заработной платы руководство принимает во внимание стандартный уровень заработной платы других отелей и общепринятые стандарты страны. Вы получите заработную плату наличными у Генерального Кассира в Финансовом отделе в начале каждого месяца. Все вычеты из заработной платы, если таковые имеются, будут указаны в Вашей платежной ведомости.

Работник месяца

Чтобы наградить лучших работников, менеджмент гостиницы каждый месяц выбирает одного работника из "бэк-офиса" и одного работника из внешнего офиса как "работник месяца". Отбор производится на собрании начальников отделов в начале каждого месяца.

Питание

Гостиница обеспечивает одноразовое питание в служебной столовой в специально отведенное время для каждого отдела. Каждый работник должен знать свое время и находиться в столовой не более получаса. Работник столовой обслужит Вас, и Вы должны оставить после себя чистый стол для других работников.

Основные инструкции

* Категорически запрещается находиться в общественных местах, предназначенных для гостей (лифты, рестораны, Лобби).

* Категорически запрещается хранить любые найденные вещи. Они должны немедленно сдаваться в "Бюро находок" Начальнику хозяйственного отдела.

* Категорически запрещается курить в гостинице, кроме служебной столовой.

* Служащий должен немедленно сообщить о любых изменениях в адресе и социальном статусе.

* Нельзя парковать машину на площади, предназначенной для гостей.

* Категорически запрещается пользоваться гостевыми туалетами.

* Категорически запрещается употреблять спиртные напитки во время работы.

Правила личной гигиены

* Ежедневно принимать душ и пользоваться дезодорантом.

* Чистить зубы после каждого приёма пищи.

* Ежедневно менять нижнее бельё.

* Регулярно причёсываться (не на рабочем месте, а в раздевалке).

* Тщательно мыть руки после посещения туалета.

* Чистить ногти на руках щёткой (перед приходом на работу).

* Обувь содержать в чистоте и блеске.

Материальное вознаграждение

В первую очередь необходимо знать, что ни в коем случае нельзя требовать чаевых у клиентов, а также подавать знаков намека. Не разрешается также добавлять какие-либо суммы в счета, если клиент не даст Вам прямые указания об этом. Если всё же Вы получаете какое-либо вознаграждение в виде подарка или наличной суммы, Вы обязаны зафиксировать это у начальника своего отдела, который в свою очередь выпишет Вам "GATE PASS": разрешение выноса из гостиницы данной материальной ценности.

Конфиденциальность.

Принимая во внимание, что каждый сотрудник является обособленной ценностью для Отеля и вполне заслуживает как уважения так и полного доверия; Вам может быть предоставлена информация, связанная с коммерческой деятельностью Отеля, которая не должна распространяться за его пределами. В избежание этого мы полностью и для всех ограничиваем внос и вынос компьютерных дисков и оборудования, связанного с магнитным устройством, а также видео-и фотоаппараты (без специального на то разрешения).

Система охраны.

Сотрудники охраны имеют право произвести осмотр личных вещей каждого, кто входит и выходит через служебный вход. Цель этого мероприятия не является поиском, вора, а только предотвращение без ведомого выноса имущества Отеля.

Таким образом отказ о предоставлении личных вещей на осмотр может считаться нарушением правил внутреннего распорядка гостиницы.

Регистрация денежной суммы.

Любой входящий через служебный вход обязан зарегистрировать денежную сумму, если она превышает 3000 сум. Эта регистрация предотвратит Вас от лишних недоразумений с сотрудниками охраны при выходе.

Служебный вход и часы работы.

Пожалуйста, используйте только служебный вход для входа и выхода из отеля. Приходите на свою смену вовремя и уходите из отеля в пределах одного часа после окончания работы. Не разрешается оставаться в Отеле, не занимаясь выполнением своих должностных обязанностей, или приходить в отель в свое свободное время или выходные, за исключением занятий и тренингов.

Ключи.

Большинство персонала гостиницы работают с ключами разного рода и принадлежности. Ответственность за каждый вверенный работнику ключ несет каждый отдельно. За неверное, не предназначенное использование и обращение, а также утерю ключа работник несет ответственность согласно Законодательства РУз.

I. Что можно и нужно делать:

1. Используйте служебный вход, когда приходите и уходите.
 2. Отмечайте время прихода и ухода в специальном журнале.
 3. Пользуйтесь шкафчиком во время переодевания.
 4. Во время работы униформу одевайте полностью.
 5. Всегда носите Вашу именную карточку.
 6. Соблюдайте высокий уровень личной гигиены.
 7. Не развивайте по столовой.
 8. Нельзя есть и пить в не отведенных для этого помещениях гостиницы.
 9. Не пользуйтесь помещениями для гостей во время и после работы:.
 10. Не ждите, что Ваш коллега будет убирать за Вами.
 11. Не теряйте талон на питание.
 12. Не сдвигайте с мест гостиничное имущество.
 13. Не вносите никакие сумки в гостиницу.
 14. Не отсутствуйте, не предупредив начальника своего отдела.
 15. Не курите и не жуйте, жевательную резинку во время дежурства.
 16. Не пользуйтесь гостевыми душевыми и туалетами в публичных местах и комнатах.
 17. Не пререкайтесь с гостями.
 18. Не портите оборудование.
 19. Не кричите и не сквернословьте.
 20. Запрещаются визиты друзей и родственников во время работы.
 21. Не пользуйтесь гостевыми лифтами.
 22. Не теряйте свою идентификационную карточку.
- ПЕРЕЧЕНЬ грубых нарушений, за однократное совершение которых может последовать прекращение Трудового договора:

1. Прогул. Прогулом считается неявка работника на работу без уважительной причины или отсутствие на работе более 2-х часов в течение рабочего дня (смены) без разрешения руководства.

2. Появление на работе в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения, удостоверенное показаниями очевидцев или медицинским заключением, а равно употреблением алкогольных напитков при исполнении трудовых обязанностей, либо в пределах отеля, если на это не будет дано специальное разрешение. А также учинение ссор, скандалов и драк между работниками в стенах отеля.

3. Совершение по месту работы хищения имущества Отеля, вынос каких-либо продуктов (пищи, напитков, и др.) со складов и кухонь, а равно совершение по месту работы поступков, порочащих престиж отеля.

4. Использование отдельного оборудования, технических средств Отеля в личных целях.

5. Нарушение работником трудовых обязанностей, повлекшее нанесение материального вреда Отелю в размере свыше 1 минимального оклада, установленного в Республике Узбекистан.

6. Совершение виновных, противоправных действий работником, непосредственно обслуживающим денежные или товарные ценности, если эти действия дают основания для утраты доверия к нему со стороны работодателя.

7. Разглашение тайны работником, сохранение которой обусловлено с ним в Трудовом договоре, раскрытие конфиденциальной информации (любых фактов каких-либо данных и др.), полученной во время работы в Отеле без разрешения руководства, причиняющее вред интересам Отеля.

8. Работа (постоянная, временная) на какую-либо другую компанию без письменного разрешения Главного Управляющего Отеля.

9. Невыполнение вовремя, а равно отказ от выполнения какого-либо задания, указания Руководства, или начальника -если не противоречат законным требованиям и отвечают правилам Компании.

10. Грубое нарушение техники безопасности, технологии производства которое привело к возникновению угрозы жизни или здоровью работников Отеля, включая и самого нарушителя.

11. Вход в секретную систему без разрешения руководства Отеля.

12. Совершения действий, не входящих в круг должностных обязанностей работника и наносящих ущерб Отелю.

Приложение 4

Должностная инструкция администратора гостиницы "Малика Ташкент"

Администратор гостиницы "Малика Ташкент" должен быть образцом соблюдения правил хорошего тона и этических норм, строго соблюдать требования трудовой дисциплины и внутреннего распорядка.

Он отвечает за своевременное оповещение сотрудников предприятия и клиентов гостиницы, чрезвычайных происшествий, за поддержание внутреннего порядка в гостинице и выполнения возможных на дежурную смену задач, также за сохранность имущества комплекса.

Администратор подчиняется директору гостиницы. В обязанности состава дежурной смены входят выполнения администратора, отдающихся в целях поддержания дисциплины и внутреннего порядка.

Перед заступления на дежурство новый администратор в назначенное время прибывает к директору гостиницы на инструктаж. После этого он проверяет численный состав дежурной смены, установленную форму одежды, знание составом смены обязанностей, дает указания об устранении выявленных недостатка.

Правила: Как правильно вести деловой разговор по телефону

1. Телефон нужно поднять со второго звонка.

2. При ответе на звонок нужно поздороваться в дружественной форме.
3. Уточнить если у клиента время во время разговора по телефону.
4. Чем я могу помочь вам? Могу ли я быть вам полезен?
5. В телефонных разговорах нужно избегать следующих выражений: привет, говорите, все обедают, я не знаю, вы должны, подождите секундочку, я сейчас вернусь.
6. Деловая беседа по телефону. Не надо пить, или жевать жвачку.
7. Простите, что вас прерываю, я должен принять клиента.
8. Очень приятно с вами беседовать, но я обязан пойти на конференцию, я вам перезвоню по позже.

Выполнение общих обязанностей. Действия администратора.

1. При получении сигнала о чрезвычайном происшествии немедленно подать сигнал оповещения для сотрудников и клиентов гостиницы, доложить директору гостиницы, оповестить его заместителей и других должностных лиц СП; до их прибытия руководить выходом клиентов и сотрудников в специально отведённые места (на близлежащую территорию).
2. Следить за выполнением распорядка дня и руководить подачей установленных сигналов-начало рабочего времени и его окончание, знать местонахождение сотрудников предприятия, осуществлять контроль их прибытия и убытия, ввести в специальном журнале учёт поступивших звонков от клиентов и сотрудников предприятия, а также задач поставленных руководством своевременно доводить полученную информацию.
3. Лично проверять не реже двух раз в сутки (из них один раз ночью) выполнение обязанностей составом дежурной смены и соблюдения внутреннего порядка гостиницы.
4. Постоянно знать местонахождение директора гостиницы (других руководителей СП) немедленно докладывать ему о всех происшествиях в гостинице.

5. При пожаре стихийном бедствии с расположением гостиницы или вблизи, немедленно принимать меры к спасению людей, имущества гостиницы и других материальных средств.

6. Следить за чистотой и порядком в распоряжении гостиницы и на прилегающей к ней территории экономным и бережным расходованием электроэнергии горячей и холодной воды.

7. По прибытии директора гостиницы встречать его и докладывать ему о происшествиях во время его дежурства.

Выполнение специальных обязанностей. Действия администратора.

1. Введение записи и регистрации клиентов в специально отведённом журнале.

2. Введение учёта телефонных звонков, контроль пользования телефоном в регистратуре сотрудникам гостиницы (разрешать в случае крайней необходимости).

3. Введение финансового учёта и подготовка отчёта о движении денежных средств руководству.

4. Постоянно находиться на рабочем месте в зоне досягаемости администратор.

Дежурный администратор имеет право покидать рабочее место в следующих случаях:

- чрезвычайного происшествия.

- по обоснованной просьбе клиента.

- по вызову руководства.

- для приёма пищи и т.п.

- для проверки состояния отеля и несения службы дежурным персоналом.

5. Вести учёт принимаемой брони на номера и осуществлять подтверждение полученных заказов, немедленно докладывать начальникам отделов о полученных заказах и иметь письменную информацию о их реализации.

Должностная инструкция администратора. Отеля «Сиявуш» г.Бухара

Администратор отеля «Сиявуш» должен:

- знать как минимум один иностранный язык;
- приходить на работу в опрятном виде;
- не употреблять перед выходом на смену алкоголь, чеснок и другие, дурно пахнущие продукты;
- приходя на смену принимать отчет у другого администратора;
- правильно вести себя в разговоре с гостями;
- встречать и провожать гостей;
- следить за работой горничных;
- содержать в чистоте своё рабочее место;
- принимать заказы на бронирование;
- уметь подать завтрак и делать сервировку;
- уметь корректно ответить на телефонные звонки, при необходимости записать сообщения для гостей или персонала гостиницы;
- перед заездом гостей произвести общий обзор номера, в случае необходимости устранить замеченные недостатки;
- вести тетрадь, в которую записывать, замечания гостей по наличию неисправностей в номерах, устранить их, если это возможно, либо довести до сведения руководства;
- при отсутствии мест предложить гостям, захавшим без бронирования, услуги по поиску мест в других частных гостиницах;
- в летнее время быть внимательным к наличию воды, периодически производить внешний обзор работающих кондиционеров;
- следить за наличием освещения в холлах и на улице в ночное время;

- не принимать самовольных решений по оплате за проживание;
- не оставлять без внимания на длительное время входные двери;
- уметь вести регистрацию гостей;
- всегда иметь список свободных комнат;
- всегда знать, сколько гостей проживают в данный момент в гостинице, из каких стран и сколько комнат занимают;
- знать все сведения, необходимые для ОБВ и Ра и при необходимости дать эти сведения звонящему с ОБВ и Ра.
- уметь равномерно распределять работу горничных;
- следить за общими туалетами и общим видом гостиницы;
- при необходимости помогать горничным и другому работающему персоналу;
- сдавать финансовый отчёт директору или сменяющему администратору;
- уметь предоставлять всю необходимую для туриста информацию;
- по просьбе гостя забронировать место, в каком либо отеле в другом городе;
- уметь пользоваться факсом;
- иметь некоторые навыки работы на компьютере;
- просматривать сообщение в электронной почте;
- уметь пользоваться Интернетом;
- отметить в таблице всех вышедших на работу;
- уметь делать международные телефонные звонки;
- быть предусмотрительным по отношению к гостям; всегда улыбаться, никогда не говорить «не знаю».
- следить за наличием продуктов для завтраков, а также за наличием прохладительных и спиртных напитков, вести учёт.
- знать, где находятся спальни и туалетные принадлежности;
- разбираться в системе водоснабжения и отопления гостиницы
- держат в порядке регистрационную книгу.

Должностная инструкция портье

Портье должен уметь

- правильно оформлять клиентов на проживание в гостинице с учётом их запросов и требований;
- расположение номеров в гостинице и их категорию;
- выдавать и хранить ключи в соответствии с требованиями;
- принимать жалобы клиентов и разрешать возникающие конфликты;
- вести учет постояльцев в гостинице;
- делать правильный расчет за проживание в гостинице;
- объясняться с иностранными клиентами на иностранном языке в пределах своей компетенции;

Портье несет ответственность

- за качество обслуживания клиентов;
- за хранение ключей;
- за правильность регистрации клиентов и оформление документов;
- за соблюдение порядка в гостинице;

Портье должен знать

- правила оформления клиентов в гостинице;
 - условия оплаты за проживание в гостинице;
 - правила хранения и выдачи ключей от номеров;
 - правила выдачи пропусков в гостиницу в соответствии с установленным порядком;
- профессиональную этику;
- иностраный язык в пределах своей компетенции;

Должностная инструкция гида переводчика

Обязанности гида-переводчика

- иметь знания (глубокие) иностранного языка, если он работает с иностранными туристами, а также глубокие знания истории региона страны, географию;
 - давать информацию, соответствующую действительности, основанную на фактах;
 - иметь поставленную четкую, ясную, доходчивую речь, быть убедительным и логичным в построении экскурсии;
 - быть внимательным, тактичным, уметь владеть собой, проявлять выдержку и терпение к туристам, а также быть гостеприимным;
 - держаться прямо, отвечать на грубость выдержкой и вежливостью;
 - иметь приветливый взгляд, улыбку, уметь найти общий язык с туристом;
 - иметь при себе «портфель экскурсовода», включающий в себя фотографии достопримечательностей, карты, гербарии, схемы и т.д.;
 - желательно иметь при себе препараты для оказания первой медицинской помощи, а также уметь оказывать ее;
 - связывать показ с рассказом, где показ на первом месте;
 - желательно использовать мимику и жесты;
 - уметь пользоваться столовыми приборами и вести себя за столом согласно этикету;
 - быть информированным, в курсе важных событий, постоянно повышать свои знания;
 - быть ответственным и общительным, уверенным в себе;
- уметь принимать правильные решения в неординарных и проблемных ситуациях.

Должностная инструкция бармена

Бармен должен знать

- ассортимент алкогольных и слабо алкогольных напитков;
- виды используемых для изготовления вино-водочных изделий и других компонентов;
- рецептуру и способы приготовления коктейлей;
- требования к инвентарю и посуде;
- правила отпуска приготавливаемой продукции;
- порядок расчета с посетителем;
- сроки, правила и температурный режим хранения товара;
- правила ведения учета и составления товарного отчёта;
- способы и правила выкладки товара на барной стойке;
- правила санитарии и гигиены;
- правила охраны труда;

Бармен должен уметь

- приготавливать алкогольные и слабо алкогольные коктейли, пунши;
- составлять по установленным рецептурам смеси различных вино-водочных изделий с соками, сиропами, фруктами, минеральной водой и т.д.;
- изготавливать классические алкогольные коктейли, крюшоны, гроги, глинтвейны;
- смешивать, взбивать, варить и разливать готовую продукцию в специальную посуду;

Должностная инструкция официанта

Официант должен уметь

- обслуживать посетителей на предприятиях со сложной сервировкой столов, ресторанах, кафе, барах 2-ой и 1 -ой категории, на дому, по заказам организаций, отдыхающих лиц и групп, свадебных торжеств, юбилейных дат, товарищеских встреч, семейных обедов, вечеров отдыха, балов, дегустаций и т.д.

- встречать и рассаживать посетителей в ресторане, кафе, знакомить их с меню;
- принимать заказ от посетителей, оформлять его;
- оказывать посетителям помощь в выборе блюд и напитков;
- подавать заказанные блюда и напитки на столы или в номера;
- производить расчет с посетителями согласно счету;
- подготавливать зал и сервировать столы для обслуживания отдыхающих посетителей, официальных и не официальных приёмов и банкетов;
- соблюдать правила безопасных условий труда, санитарии и гигиены, выполнять противо- пожарные мероприятия;
- использовать в работе новые технологии;

Официант должен знать

виды обслуживания посетителей и сервировки столов в ресторанах, кафе и барах с включением в меню заказных и фирменных блюд, напитков, кондитерских изделий;

виды и правила столов и обслуживания различных торжественных мероприятий по заказам организаций, от отдельных лиц или групп;

- ассортимент, нормы, цены на реализуемое блюдо, изделия и напитки;
- подробную кулинарную характеристику блюд, изделий и напитков;
- правила и очередность подачи блюд, изделий и напитков;
- порядок оформления счетов и расчета по ним посетителей;
- правила эксплуатации контрольно-кассовых аппаратов;

- правила безопасных условий труда, санитарии и гигиены, противопожарные мероприятия;
- рациональную организацию труда на рабочем месте;
- формы организации труда официантов;

ГОССТАНДАРТЫ

ГОСТ 286081

Межгосударственный стандарт

Туристско-экскурсионное обслуживание

Проектирование туристических услуг

(Издание официальное)

Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации

Предисловие

1 Разработан техническим комитетом по стандартизации ТК 199 «туристско-экскурсионное обслуживание».

Внесён госстандартом россии.

2 Принят межгосударственным Советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 7)

За принятие проголосовали:

Наименование государства	Наименование государственного органа по стандартизации
Азербайджанская Республика	Азгосстандарт
Республика Армения	Армгосстандарт
Республика Беларусь	Госстандарт Республики Беларусь
Республика Казахстан	Госстандарт Республики Казахстан
Кыргызская Республика	Кыргызстандарт
Республика Молдова	Молдовастандарт
Республика Таджикистан	Таджикгосстандарт
Российская Федерация	Госстандарт России
Туркменистан	Главная гос инспекция Туркменистана
Республика Узбекистан	Узгосстандарт
Украина	Госстандарт Украины

3 Введён в действие Постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 10 июня 1998 г. № 8 непосредственно в качестве государственного стандарта Республики Беларусь с 1 января 1999 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Область применения	1
2 Нормативные ссылки	1
3 Определение	1
4 Общее положение	3
5 Проектирование туристских услуг	3
Приложение А Технологическая карта туристической путёвки	8
Приложение Б График загрузки туристского предприятия	11
Приложение В Информационный листок к туристской путёвке	12
Приложение Г структуру и основное содержание отчёта о проведении экспедиционного обслуживания туристского похода	13
Приложение Е технологическая карта экскурсии	14
Приложение Ж Схема маршрута транспортной экскурсии	17
	18

1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий стандарт устанавливает порядок разработки документации при проектировании туристских услуг и предназначен для предприятий, организаций различных организационно-правовых форм и граждан-предпринимателей, оказывающих туристические услуги.

2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие нормативные акты:

Закон « О защите прав потребителей»

Закон « Об охране окружающей среды»

ГОСТ 12.1.036-81 ССБТ. Шум. Допустимые уровни в жилых и общественных зданиях

ГОСТ 17.4.2.01-81 Охрана природы. Почвы. Номенклатура показателей санитарного состояния

ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения

СНиП 2.08.02-89 Общественные здания и сооружения

3. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем стандарте применяются следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 Туристская услуга – результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов (по ГОСТ 28681.0).

3.2 Исполнитель туристической услуги- предприятие, организация, учреждение или гражданин предприниматель, оказывающие туристические услуги.

Потребитель услуг – получатель услуг (турист , экскурсант, предприятие)

Заказчик – предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта туристской услуги.

Разработчик – предприятие или гражданин – предприниматель, осуществляющий разработку проекта туристской услуги.

Описание туристской услуги – информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания

Тур- набор туристских услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю. В проектировании туристского путешествия тур имеет значение проектировочного модуля.

Программа обслуживания клиентов – перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенной последовательности, применении, месте и условиях обслуживания

Туристский маршрут – предварительно намеченный путь туристического похода (экскурсии, путешествия), характеризующийся определенно порядком перемещения туристов по географическим точкам.

Туристская трасса – утвержденная и соответствующим образом оборудованный маршрут

Технологическая карта экскурсии – технологический документ, определяющий логическую последовательность осмотра достопримечательных объектов на маршрутах.

Примечание – технологическая карта включает пространственно примененные характеристики отдельных этапов экскурсии (продолжительность, протяженность, место нахождения обстановок, точка обзора и другие), основные творческие задачи экскурсоводов на каждом этапе.

Технологическая карта туристского путешествия – технологический документ, определяющий содержание программы и условия обслуживания туристов на конкретном маршруте.

Контрольный текст экскурсии – технологический документ, включающий научное актуализированное содержание информации, предоставляемой экскурсантом.

Примечание – на основе контрольного текста экскурсовод составляет индивидуальный лист, отображающий особенности и возможности экскурсовода и отвечающий интересам конкретно экскурсантом.

«Портфель экскурсовода» - комплект информационных материалов (фотографий, копии документов, географических карт, схем, репродукции с картин, и др.), используемых экскурсоводом в ходе экскурсии.

4. ОБЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ.

4.1. Проектная документация должна содержать требования безопасности, обеспечивающие соответствии с законом «О защите прав потребителей», безопасность жизни, здоровья, имущества туристов, охрана окружающей среды.

4.2. Проектированные услуги должны соответствовать обязательным требованиям действующих законодательных актов и нормативных документов (ГОСТ 12.1.036, ГОСТ 17.4.2.01, СНИП 20802, стандартом область охран природы).

4.3. Проектные материалы, разрабатываемые на туристские услуги, предприятия и объекта туристского обслуживания (гостиница, турбаза, кемпинги, маршруты, канатные дороги, горнолыжные подъемники), должны пройти государственную экологическую экспертизу, в соответствии с законом «Об охране окружающей среды».

4.4 Проектирования туристической услуги может осуществляться туристским предприятиям, предоставляющим услугу, или другой организации на договорной основе по инициативе заинтересованных предприятий и организации, включая общественные организации потребителей.

5. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.

5.1. Основной для проектирования услуги является краткое описание туристской услуги – набор требований, выявленных в результате исследования рынка, согласованных с заказчиком услуг и учитывающих возможности исполнителя услуг.

5.2. Руководство туристского предприятия утверждает порядок и процедуру в разработке конкретной услуги, в организации предоставления услуги и определяет ответственность каждого участника в процессе проектирования услуги.

5.3. Проектирования туристической услуги осуществляется в последовательности:

- установление нормируемых характеристик услуги;
- установление технологии процесса обслуживания туристов;
- разработка технологической документации;
- определение методов контроля качества;
- анализ проекта;
- предоставление проекта на утверждение;

5.3.1. Для каждой характеристики услуги должны быть указаны приемлемые для потребителя и исполнителя значения. Конкретные характеристики и услуги должны быть не ниже требований государственного стандарта на соответствующий вид услуги.

Проект должен содержать конкретное требование по обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды.

5.3.2. Проектирование требований к процессу обслуживания туристов. Документация, детализирующая требования к процессу обслуживания туристов должна содержать:

- Описание процессов, форм и методов обслуживания туристов;
- Значение характеристик процесса обслуживания туристов;
- Требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- Количество необходимого персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- Договорное обеспечение постановок изделия и услуг;
- Гарантии;
- Необходимое согласование (собственниками рекреационных ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического и пожарного надзора).

Конкретные требования к процессу обслуживания туристов должны быть не ниже требований действующих нормативных документов.

Проектирование процесса обслуживания туристов осуществляет по отдельным этапам предоставления услуг (на пример, предоставление информации об услуге, оказание услуг, расчеты за услугу) и составление для каждого из них технологических карт.

Содержание и последовательность этапов могут варьироваться в зависимости от видов услуг.

5.4. Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и другие).

5.5. Определение методов контроля качества.

В документации по контролю качества должны быть установлены формы, методы и организация контроля, за осуществлением процесса обслуживания туристов с целью обеспечения его соответствия за проектированным характеристикам.

Проектирование контроля качества включает:

- определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристику и услуги;
- определение методов корректировки характеристик услуги;
- определение методов оценки контролируемых характеристик.

5.6. Анализ проекта является завершающим этапом проектирования и имеет целью подтвердить, что:

- характеристики проектируемой услуг обеспечивают безопасность для жизни и здоровья туристов и охрана окружающей среды;
- требования к процессам обслуживания туристов соответствуют за проектированным характеристикам услуг,
- методы контроля, качества обеспечивают объективную оценку характеристик процессов обслуживания.

Анализ проекта осуществляют представители соответствующих функциональных подразделений туристского предприятия.

Анализ проекта направлен на выявление и своевременное устранение и соответствий в проекте.

Результатом анализа проекта является уточненное содержание технологической документации туристского предприятия.

5.7. утверждение проекта является завершающим этапом проектной разработки.

Документацию на спроектированные туристские услуги и процесса обслуживания туристов утверждает руководитель туристского предприятия по согласованию с заказчиком.

Изменение проекта допускается только в обоснованных случаях по согласованию с заказчиком и утверждается руководителем туристского предприятия.

5.8. Проектирование отдельных видов туристских услуг.

5.8.1. Проектированные услуги «туристического путешествия».

Порядок проектирования услуги «Туристическое путешествие» предусматривает два этапа;

1. Проектирование каждого тура, включаемого услугам «Туристического путешествия» в соответствии с программой обслуживания туристов;

2. Проектирование услуги «Туристического путешествия» в целом.

Проектирования тура, осуществляемого туристическим предприятием, предусматривает согласование возможности туристского предприятия запросом туристов.

Краткое описание услуги «Туристское путешествие» составляет на основе изучения потребности и платежеспособного спроса населения на виды и формы туристских путешествий и возможностей рекреационных ресурсов в конкретном районе.

Краткое описание услуги «Туристское путешествие» конкретизирует в проекте программы обслуживания туристов.

Разработка программы обслуживания исключает определение:

- маршрута путешествия;
- перечень туристских предприятий – исполнителей услуги;
- периода представления туров каждым предприятием – исполнителем услуги;
- состава экскурсий и достопримечательных объектов;

- перечень туристских походов, прогулок;
- комплекса досуговых мероприятий;
- продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута;
- количества туристов, участвующих в путешествии;
- видом транспорта для внутримаршрутных перевозок;
- потребности в инструкторах-методистах по туризму, экскурсоводах, гидах переводчиков, другом обслуживающем персонале необходимой дополнительной их подготовки.

Необходимого количества транспортных средств;

Форм и подготовку рекламных, информационных и картографических материалов, описания путешествия для информационных листков к туристским пунктам.

Результатом проектирования услуги «туристское путешествие» являются следующие технологические документы туристского предприятия;

Технологическая карта туристского путешествия (приложение А).

График нагрузки туристского предприятия (приложение Б);

Информационный листок к туристической путевке, который предоставляется потребителю (приложение Б).

5.8.2. Проектирование услуги «Туристский поход» предусматривает:

- проведение экспедиционного обследования района и маршрута туристского похода;
- подготовку проектов размещения и оборудования туристских приютов и стоянок на трассе туристского похода;
- расчет необходимого количества туристского инвентаря, снаряжения и транспортных средств;
- определение потребности в инструкторах-методистах по туризму, другом обслуживающем персонале и организацию их подготовки;

- подготовку рекламно-информационных материалов с описанием трассы похода;
- определение мер безопасности услуги «туристский поход».

Разработка трасс походов должна осуществляться по территориям с благоприятными природными условиями, отвечающими экологическим и санитарно-гигиеническим нормам и требованиям, установленным и действующей нормативной документации (ССБТ стандартам в области охраны природы), а также с учетом реальных возможностей конкретного вида туризма.

Документальной основой проектирования услуги «Туристский поход» является отчет о проведении экспедиционного обследования маршрута туристского похода (приложение Г), а также материалы социологического изучения пожеланий туристов по обслуживанию на данной трассе.

Результатом проектирования услуги «Туристский поход» является паспорт трассы туристского похода (приложение Д).

Паспорт трассы туристского похода должен быть согласован с:
 органами санитарно-эпидемиологической службы;
 другими организациями, контролирующими перемещение транспортных средств (автоинспекцией, водной инспекцией и т.п.);
 органами управления (собственниками) земельными угодьями, по которым проходит туристского похода.

5.8.3. Проектирование услуги «Экскурсии».

Проектирование услуги «Экскурсия» предусматривает определения:

- тематической направленности;
- объектов осмотра;
- продолжительности экскурсий;
- объема информации;
- формы перемещений по маршруту экскурсии;

- результатов социологического изучения предложений экскурсантов по условиям обслуживания.

Результатом проектирования услуги «Экскурсия» являются следующие технологические документы;

Технологическая карта экскурсии (приложение Е);

Контрольный текст экскурсии;

Материалы «Портфеля экскурсовода»;

Схема трассы маршрута транспортной экскурсии (приложение Ж).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

_____ наименование туристского предприятия
обслуживающего маршрут

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА МАРШРУТА

Туристского путешествия по маршруту _____ на 10 _____

Наименование маршрута

1 Основные показатели маршрута

Вид маршрута _____

Категория сложности _____

Протяжённость маршрута (км) _____

т. ч. пешком (на лыжах) _____

на лодках (плотах) _____

Продолжительность путешествия (сут.) _____

Число туристских групп _____

Число туристов в группе _____

Всего туристов по маршруту _____

Всего чело ___ дней обслуживания _____

Начало обслуживания на маршруте первой группы _____

Начало обслуживания на маршруте последней группы _____

Конец обслуживания последней группы _____

Стоимость путёвки _____

Месяц _____ число туристов _____ график заезда туристов по местам _____ число
групп в месяц _____ »месяц _____

01 _____

02 _____

12 _____

Адрес туристического предприятия с которого начинается путешествие _____

2 Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту _____

Населённые пункты. Расстояния между ними. Способы передвижения между ними. Прибытие в пункт и выезд из него.	Наименование туристских предприятий и условия размещения	Запланированные туристические услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа). Туристских прогулок и походов	Внутри маршрутные перевозки	Экскурсионные расходы на 1 ч.

Всего _____

___ т. ч. 1 _____ предприятие _____

___ т. ч. 2 _____ предприятие _____

___ т. ч. и т. д. _____ предприятие _____

внутри маршрутные перевозки осуществляются предприятиями :

Место для печатей

Подписи руководителей предприятий , обслуживающих маршрут

Подписи руководителей финансовых служб (главных бухгалтеров) предприятий

Передача групп производится в пункт :

Условные обозначения:

X- обслуживание в туристическом предприятии

СП- сухой поёк

ПУ- ночлег в полевых условиях (походные палатки)

« _____ » _____ 20__ г.

Краткое описание путешествия:

4. руководитель туристического предприятия, обслуживающий маршрут

Подпись

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

(обязательное)

ГРАФИК ЗАГРУЗКИ

Туристского предприятия группами туристов на _____ 20__ г.

Месяц

Номера групп	Номер маршрута туристского путешествия	Даты обслуживания			
		1	2 ... 30	31	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательно)
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК
К путевке туристского путешествия

Наименование путешествия

указание вида и типа туристического путешествия, основного содержания программы в путешествии, протяжённости и продолжительности всего маршрута и его походной части, категоричности походу.

Описание программ путешествия – пунктов пребывания, продолжительности пребывания и условия размещения в каждом пункте обслуживания (тип здания, число мест в номере, его санитарно гигиеническое оборудование).

Краткое описание района путешествия (достопримечательности, особенности рельефа местности и так далее), программа обслуживания в каждом пункте путешествия (в соответствии с технологической карта туристского путешествия).

Перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату.

Наличие и краткая характеристика спортивных сооружений и площадок, автостоянок, пассажирских канатных дорог, водосмой, пляжей, аттракционов, детски игровых площадок, библиотек, кинозалов и так далее.

Адрес туристического предприятия, в котором начинается туристское путешествие и проезд до него.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Информация о возрастных ограничениях, приеме родителей с детьми, семейных.

Специальная информация для туристических путешествий с походом.

Прочая информация и рекомендация.

Примечание – целесообразно отмечать, что лица, нуждающиеся в лечение и постоянном врачебном наблюдении, путешествовать по туристическим маршрутам не рекомендуется.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г.

(обязательное)

Структура и основное содержание отчета о проведении экспериментального обследования маршрута туристического похода.

Отчет о проведении экспедиционного обследования маршрута туристического похода является информационной основой проектирования нового туристического путешествия включающего поход.

Текстовая часть отчета может содержать ещё следующий раздел:

Справочные сведения о районе похода: как особенности района похода определяют тактические и технические решения при подготовке и проведении похода.

Сведения о походе: содержат подробные данные о маршруте похода, его протяженности и продолжительности, перечень его отдельных этапов с различными способами передвижения.

Организацию похода в том числе обоснования выбора именно данного маршрута.

График движения и техническое описание похода.

Особое внимание уделяют описанию мер по обеспечению безопасности, возможно экстремальным ситуациям, способам ориентирования в условиях ограниченной видимости.

Итоги похода, выводы и рекомендации.

Наиболее характерные особенности района похода, как облегчить прохождение маршрута похода, сделать его безопаснее и интереснее.

Список литературы, перечень использованных туристских отчетов и других источников информации, при подготовке похода и составление его отчета.

Приложение.

в списке личного и группового снаряжения, рекомендации по комплектованию снаряжению и инвентаря;

рацион питания в походе, информация о возможном пополнении продуктов в пути.

Масса продуктов и снаряжения на группу и на одного участника.

Смета о расходах на поход.

Расписания работы транспорта, узлов связи, расположения пунктов медицинской помощи;

Фотографии (зарисовки) к отчету – должны характеризовать сложные участки маршрута похода, природа и достопримечательности района. Фотографии следует занумеровать и подписать, обозначив объекты съемки;

Обзорная карта района похода нанесением на ней маршрутов его записными вариантами, обозначенными направлениями движения, местами ночлегов, ориентирами, местами съемок основных фотографий. Карту дополняют эскизами наиболее сложных участков похода с указанием путей и их преодоления.

Оформление отчета.

Отчет должен иметь машинописное исполнение (через 1,5 интервал), быть переплетенным и пронумерованным вместе с приложением. Общий объем отчета, как правило, до 100 страниц в т.ч. текста – до 50 страниц. Отчет должен иметь титульный лист, заглавие, содержание с перечислением всех разделов, фотографий, карт (схем). На внутренней стороне обложки приклеивают конверт для карт и документов.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

(обязательно)

ПАСПОРТ ТРАССЫ ПОХОДА

1. Наименование туристского предприятия _____

Вид туризма _____, трасса похода _____

Наименования основных географических пунктов

Протяжённость _____ км, продолжительность _____ сут.

Число туристов в одной группе _____ чел.

Период работы с _____ - по _____

Паспорт составлен в 20 ____ г. в _____ экз.

Изменения описаны в 20 ____ г. на стр. _____

В 20 ____ г. на стр. _____

Экземпляры паспорта направлены :

1 - _____

2.- _____

2. План прохождения трассы похода

День пути	Участки трассы	Км	Способ передвижения
-----------	----------------	----	---------------------

Итого с активными способами передвижения _____ км.

3. Схема трассы похода (допускается вклейка типографических изданий карт и схем с масштабом не менее 1:200000 с обозначением трассы похода).

Условные обозначения

	Трасса похода		Места укрытий
	Запасные варианты трасс		Пункты медицинской помощи
	Места ночлегов		Пункты связи (указать вид связи)
	Приюты		

Краткая характеристика трассы похода

Описание сложных участков трасы похода

4. сведения о климате в районе трассы похода (заполняют только на период работы данного маршрута)

Сведения	месяцы	06	07	08	09
Температура	Средняя				
	Минимальная				
	Максимальная				
Скорость ветра, м/с.	Средняя				
	Максимальная				
Среднее количество осадков					

5. Возможные стихийные бедствия и действия группы при их возникновении

6. Требования к пред походной подготовке туристов

Теоретическое и практические занятия на тур базе

№	Тема	Число часов занятий	Формы проведения

7. рекомендации для текста информационного листка к путёвке

В тексте путёвки вносят рекомендации, касающиеся туристского снаряжения, одежды, обуви и т.д. _____

8. туристское снаряжение для похождения трассы:

А) предоставляемое туристическим предприятием по путёвке, в т. ч.

---групповое (на _____ туристов и одного инструктора) _____ -

----личное (на _____ туристов) _____

б) предоставляемое за дополнительную плату _____

9. Благоустройство трассы похода

Маркировка _____

Приюты места укрытий, благоустройство трассы _____

Директор предприятия _____

Ст. инструктор _____

«СОГЛАСОВАНО»

(подписи согласующих организаций)

Указания по составлению паспорта

1 Паспорт составляют отдельно на трассу каждого основного или тренировочного похода продолжительностью более суток

Паспорт составляет то туристское предприятие, где начинается поход

Сведения о климате и возможных стихийных явлениях в районе путешествия заносят по данным наблюдений гидро-метеослужбы

Паспорт направляют каждому туристическому предприятию, участвующему в обслуживании туристов на трассе похода.

Изменения, возникающие в процессе эксплуатации трассы похода, должны быть в месячный срок внесены во все экземпляры паспорта. При необходимости заменяют отдельные листы или составляют новый паспорт.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

(обязательное)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристического

Предприятия _____

Ф. И. О. Дата, печать

Технологическая карта экскурсии

Тема экскурсии _____

Продолжительность (ч.) _____

Протяжённость (км.) _____

Автор-разработчик _____

Автор, коллектив авторов , предприятие

Содержание экскурсии _____

Маршрут экскурсии _____

В т.ч. варианты маршрута (летний, зимний) _____

Участки перемещения по маршруту от места сбора экскурсантов до последнего пункта на конкретном участке маршрута	Места остановки	Объект показа	Продолжительность осмотра	Основное содержание информации	Указания по организациям	Методические указания
1	2	3	4	5	6	7

указываются предпочтительные точки, ракурсы обзора объектов показа ;выходы экскурсантов из автобуса; конкретные моменты предоставления информации

** указания по созданию определенного эмоционально-психологического настроения экскурсантов, по использованию конкретных методологических приёмов ведения экскурсии

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

(обязательное)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристского предприятия

Ф. И. О. Дата печать

СОГЛАСОВАННО

Представитель Госавтоинспекции

Ф. И. О. Дата печать

СХЕМА МАРШРУТА ТРАНСПОРТНОЙ ЭКСКУРСИИ

Маршрут экскурсии _____

Перечень объектов показа

Продолжительность (ч.) _____

Протяжённость (км) _____

Схема маршрута

(графическое изображение участков перемещения, мест остановок с обозначением продолжительности (мин) и протяжённости (км))

Расшифровка схем маршрута

1 перечень географических точек следования транспорта по маршруту

2 перечень остановок

3 обозначение места начала экскурсии

УДК 379,85:006,1:006,354

МКС 03,080,30;03,200

Ключевые слова: услуги туристские, проектирование

ОКСТУ 0131

ПРИЛОЖЕНИЕ 11

ГОСТ Р 51185-98 ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ. СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ»

Введен в действие с 1 января 1999 г.

(Извлечение)

3. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:¹

3.1. Средства размещения туристов — любой объект, предназначенный для временного проживания туристов (гостиница, турбаза, площадка для кемпинга и др.).

3.2. Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания, в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях (без занятия оплачиваемой деятельностью) в период от 24 ч до 6 мес. подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

3.3. Исполнитель услуги средств размещения - организация, индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги средств размещения.

3.4. Услуги средств размещения - деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно-оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и других услуг).

3.5. Термины по управлению качеством в сфере услуг (условия обслуживания, качество обслуживания и др.) по ГОСТ Р 50646.

4. КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

4.1. Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

4.1.1. К коллективным средствам размещения относят приведенные в подпунктах 4.1.1.1—4.1.1.2.

4.1.1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения:

- гостиницы (в том числе квартирного типа);
- мотели;
- клубы с проживанием;
- пансионаты;
- меблированные комнаты; . общежития.

4.1.1.2. Специализированные средства размещения:

- санатории;
- профилактории;
- лагеря труда и отдыха;
- дома отдыха;
- туристские приюты, стоянки и другие;
- туристские, спортивные базы, базы отдыха;
- дома охотника (рыбака);
- конгресс центры;
- общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);
- наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега;
- кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

4.1.2. Индивидуальные средства размещения:

квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

5. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

5.1. Средства размещения туристов должны соответствовать требованиям настоящего стандарта, СНиП 2.08.02 и ВСН 62 (при проектировании) и СНиП 2.07.01 (при планировке и застройке).

5.2. Общие требования к гостиницам и мотелям (ГОСТ Р 50645) и Правилам предоставления гостиничных услуг в РУз.

5.3. Правила устройства, оборудования и содержания общежитий .

5.4. Общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты), наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, должны соответствовать требованиям, установленным соответствующими отраслевыми (ведомственными) нормами и правилами.

5.5. Средства размещения должны иметь удобные подъезды с необходимыми дорожными знаками, вымощенные пешеходные дорожки.

5.6. Прилегающая к средствам размещения территория должна быть благоустроена, хорошо освещена в вечернее время; должна иметь площадки с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта и необходимые справочно-информационные указатели.

Информация об исполнителе услуг средств размещения, режиме его работы и оказываемых услугах должна соответствовать требованиям статьи 8 и статьи 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей».

5.7. Средства размещения должны иметь:

освещение в жилых и общественных помещениях — естественное и искусственное, в коридорах — круглосуточно естественное или искусственное по СНиП 23-05;

393 холодное и горячее водоснабжение и канализацию по СНиП 2.04.01, СНиП 3.05.04 и СНиП 3.05.01. В районах с перебоями в водоснабжении необходимо обеспечить: минимальный запас воды не менее чем на сутки и подогрев воды;

отопление, поддерживающее температуру воздуха в жилых помещениях не ниже 18,5 °С; вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую циркуляцию воздуха и исключающую проникновение посторонних запахов в жилые помещения (СНиП 2.04.05);

телефонную связь;

при необходимости пассажирский лифт (СНиП 2.08.02).

5.8. Минимальная площадь жилой комнаты — не менее 9 м² (СНиП 2.08.02).

Минимальная площадь жилой комнаты на одного проживающего в зданиях:

- круглогодичного функционирования — не менее 6,0 м²;
- сезонного (летнего) функционирования — не менее 4,5 м².

5.9. В жилой комнате должны быть:

• мебель (кровать, тумбочка, стол, стул, шкаф), инвентарь (прикроватный коврик, зеркало и т.д.) и постельные принадлежности по количеству проживающих;

• плотные занавеси или жалюзи, обеспечивающие затемнение помещения;

• сеть радиовещания (подводку во все жилые комнаты);

• потолочные (настенные) и прикроватные светильники, электророзетки с указанием напряжения;

• замки в дверях с внутренним предохранителем.

5.10. Санузел в номере должен быть оборудован умывальником, унитазом, ванной или душем. При отсутствии санузла в номере средства размещения должны иметь санитарные объекты общего пользования (из расчета один унитаз, один умывальник и один душ не более чем на 10 человек, отдельные для мужчин и женщин).

5.11. В коллективных средствах размещения туристов должны быть предусмотрены:

• комната бытового самообслуживания, место для стирки и сушки одежды с необходимым оборудованием и инвентарем;

• помещение для предоставления услуг питания (ГОСТ Р 50762) и/или кухня для самостоятельного приготовления пищи;

• помещение или часть помещения для просмотра телепередач и других культурно-массовых мероприятий;

• камера хранения;

• устройство для инвалидов: наклонные пандусы входных дверей для проезда инвалидной коляски, лифты, специально оборудованные номера и туалеты и др. (СНиП 2.08.02 и ВСН 62 с учетом местных условий).

5.12. Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией, соответствующей выполняемой работе.

Персонал должен создавать атмосферу гостеприимства, комфорта, проявлять доброжелательность и вежливость.

6. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

6.1. Туристам, проживающим в коллективных средствах размещения, должен быть предоставлен минимальный ассортимент услуг:

- круглосуточный прием;
- услуги общественного питания (ГОСТ Р 50764) или условия для самостоятельного приготовления пищи (пункт 5.11);
- ежедневная уборка жилой комнаты (включая заправку постелей) и санузла (кроме общежития, лагерей труда и отдыха, туристских приютов, стоянок, кемпинга);
- смена постельного белья — не менее одного раза в неделю, смена полотенец — не менее одного раза в три дня;
- отправка, получение и доставка писем и телеграмм;
- хранение ценностей, багажа.
- медицинская помощь (вызов скорой помощи, пользование аптечкой);
- туристская информация.

6.2. Услуги гостиниц должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 50645.

6.3. Туристам, проживающим в индивидуальных средствах размещения, должны быть оказаны услуги:

- уборка жилой комнаты (включая заправку постели) к каждому заезду туристов;
- смена постельного белья — не менее одного раза в неделю, смена полотенец — не менее одного раза в три дня (или предоставление сменного комплекта постельного белья и полотенец);
- пользование электро (газовой) плитой и холодильником.

6.4. В зависимости от вида средств размещения ассортимент услуг может дополняться.

6.5. Специализированные средства размещения, помимо оказания услуг размещения, оказывают услуги оздоровительно-лечебного характера, санаторно-курортного обслуживания, туристские, спортивные и др. в соответствии со своей специализацией.

7. ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

7.1. В средствах размещения туристов любого вида должны быть обеспечены безопасность жизни и здоровья туристов, сохранность их имущества.

7.2. Требования безопасности туристских услуг должны соответствовать ГОСТ Р 50644.

7.3. Средства размещения должны располагаться в благоприятных экологических условиях.

7.4. Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности (ППБ 01) и иметь сертификат пожарной безопасности¹.

7.5. В здании должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели для обеспечения свободной ориентации как в обычной, так и в чрезвычайной ситуациях (СНиП 2.08.02).

7.6. В средствах размещения должны быть вывешены в доступном для обозрения месте планы действий персонала и туристов в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и др.), включающие взаимодействие с местными органами управления, участвующими в спасательных работах.

7.7. Средства размещения должны быть оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения и/или средствами защиты от пожара в соответствии с ППБ 01.

7.8. Все санитарно-техническое, технологическое и другое оборудование, приборы, мебель и инвентарь должны соответствовать требованиям нормативных документов и эксплуатироваться с соблюдением их требований.

7.9. В средствах размещения должны соблюдаться санитарно-гигиенические и противоэпидемиологические правила и нормы в части:

- содержания санитарно-технического оборудования и инвентаря, удаления отходов и защиты от насекомых и грызунов;
- состояния территории, мест общего пользования, помещений здания, пляжей и различных сооружений для туристов;

обработки (стирки, глажения, хранения и т.д.) белья.

7.10. При эксплуатации электрического, газового оборудования должны соблюдаться требования ППБ-01, ГОСТ 12.1.004 и правила эксплуатации, установленные заводом-изготовителем в нормативной документации на конкретное оборудование.

7.11. Допустимый уровень звукового давления и уровень звука в помещениях должны соответствовать требованиям ГОСТ 12.1.036.

7.12. Организации и индивидуальные предприниматели, оказывающие в средствах размещения услуги питания, химической чистки, парикмахерских и другие по Перечню работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации, должны иметь сертификаты соответствия Системы сертификации ГОСТ Р.

7.13. Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении, безвредна по химическому составу и соответствовать ГОСТ 2874. При отсутствии гарантии хорошего качества питьевой воды должны быть оборудованы специальные установки по обработке воды.

7.14. Используемые препараты для дезинфекции, дезинсекции, дезодорации, моющие средства, вошедшие в перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации, должны иметь сертификат соответствия и применяться в соответствии с нормативными требованиями.

7.15. Обслуживающий персонал средств размещения должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах. Ответственность за подготовленность персонала несет руководитель средств размещения.

7.16. Обслуживающий персонал должен проходить медицинское освидетельствование в соответствии с требованиями санитарно-эпидемиологических служб.

Приложение 12

КОДЕКС ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ГОСТИНИЦАМИ И ТУРАГЕНТСТВАМИ ВСЕМИРНОЙ ФЕДЕРАЦИИ АССОЦИАЦИЙ ТУРАГЕНТСТВ (УФТАА) И МЕЖДУНАРОДНОЙ ГОСТИНИЧНОЙ АССОЦИАЦИИ (МГА)¹

Настоящий Кодекс — документ об основополагающих принципах при взаимоотношениях между гостиницами и турагентствами.

Статья 1. Стороны

Международная гостиничная ассоциация (МГА) - 251, улица Фобур Сен-Мартен, 75010 Париж, Франция, и Всемирная Федерация ассоциаций турагентств (УФТАА) 163, улица Сен-Оноре, 75001 Париж, Франция, и 17, улица Гримальди, МС 98000 Монако.

Статья 2. Обязательства сторон

Стороны обязуются:

требовать выполнения соответствующими национальными ассоциациями положений Кодекса на международном уровне;

при заключении гостиничных контрактов рекомендовать членам и предприятиям отдавать предпочтение положениям, которых придерживаются по закону контрагенты из другой страны.

Статья 3. Исключительно международный характер Кодекса

Кодекс применяется при составлении гостиничных контрактов международного характера, т. е. когда гостиница и турагентство находятся в разных странах. *

Статья 4. Национальный характер Кодекса (внутри страны)

При составлении национальных конвенций между ассоциациями рекомендуем брать за основу положения настоящего Кодекса.

Статья 5. Вспомогательная роль Кодекса

а. Кодексом следует пользоваться в случае отсутствия контракта между гостиницей и турагентством.

б. То же самое в случае, если следует разрешить вопросы, не оговоренные в конкретном контракте.

в. Выражаем пожелание, чтобы Кодексом пользовались при разрешении спорных ситуаций между гостиницами и турагентствами как в частных разбирательствах, так и в официальных (в судах и у юристов).

'Отель.- 1997. -№1.

Статья 6. Область применения Кодекса

Кодекс принимался для того, чтобы им пользовались при составлении контрактов (известных под названием гостиничных контрактов) между турагентствами и владельцами отелей.

Если окажется, что какие-либо положения Кодекса противоречат национальным (в частности, антимонопольным) или международным законам, авторы соглашаются считать их недействительными.

Статья 7. Определение гостиничного контракта

В настоящем тексте под «гостиничным контрактом» понимается контракт, по условиям которого владелец гостиницы соглашается предоставить гостиничные услуги клиенту или группе клиентов, являющихся клиентами турагентства.

Статья 8. Бронирование

а. Все гостиничные контракты заключаются по инициативе турагентства, которое направляет владельцу гостиницы запрос о бронировании.

б. Устный запрос следует незамедлительно продублировать владельцу гостиницы письменно (письмом, телеграммой, телексом, факсом и т. п.).

в. Каждый запрос должен содержать перечень запрашиваемых услуг.

Статья 9. Составные части контракта

а. По получении запроса из турагентства владелец подтвердит бронирование письменно (письмом, телеграммой, телексом, факсом и т.п.) с указанием расценок по запрошенным услугам либо путем выдачи номера бронирования по компьютеру с явной ссылкой на запрос о бронировании.

б. Турагентство незамедлительно (либо в течение оговоренного владельцем времени) подтверждает в письменном виде согласие на условия владельца.

Статья 10. Документ, подтверждающий бронирование

а. Прием путевки. Владелец может попросить предоплату либо аванс на часть суммы. Если он этого не сделал, то должен принять путевку по оговоренной с турагентством форме. Турагентство признает, что предъявленная владельцу путевка клиента является гарантией оплаты, если только иное не было точно оговорено.

б. Среди прочих условий в путевке указываются; даты прибытия и убытия, вид транспорта и спецуслуги, оказываемые гостиницей.

в. При выдаче путевок, содержащих заказ на услуги сверх стандартного набора гостиничных услуг, турагентству и владельцу следует непременно заключить предварительную договоренность в письменном виде о предоставляемых услугах и максимальной сумме кредита.

Статья 11. Расценки

Владелец будет придерживаться оговоренных в контракте расценок, указанных в валюте страны владельца либо иной, если это указано в контракте. Тем не менее долгосрочные контракты могут содержать положения о корректировке расценок.

Статья 12. Предоплата

а. Владелец может потребовать плату за бронирование либо аванс (залог) в качестве условия за принятие заказа. Если владелец требует оплаты аванса в качестве залога, ему следует отдельно оговорить это. Плата за бронирование будет вычтена из окончательного счета, но в случае запоздалого отказа не будет возмещена.

б. Любой аванс может считаться залогом, кроме случаев, когда в соответствии с письменным уставом гостиницы либо общепринятыми в отрасли нормами заказ был аннулирован. Если владелец запросил аванс, гостиничный контракт будет считаться окончательно заключенным только после выплаты этой суммы или когда представлены доказательства проведения оплаты.

в. Владелец следует подтвердить получение авансового платежа в течение 72 часов.

Статья 13. Суммы, причитающиеся владельцу

а. Услуги, оплачиваемые турагентством, указываются в документе о бронировании, направляемом в гостиницу.

б. Турагентство, заключившее гостиничный контракт, несет ответственность за оплату всех оговоренных услуг, за исключением случаев, когда по договоренности счет будет оплачиваться непосредственно клиентом.

в. В случае длительного срока проживания турагентство в соответствии с условиями контракта будет в течение всего этого срока оплачивать гостинице стоимость оказанных услуг.

г. В тех случаях, когда услуги гостиницы оплачивает непосредственно клиент, владелец гарантирует турагентству оплату его комиссионных за оговоренные услуги.

д. При таких непосредственных расчетах владелец может по своему усмотрению принимать к оплате только кредитные карты.

Статья 14. Ясное представление о выплате комиссионных

Политика гостиницы в отношении того, следует ли владельцу платить комиссионные, и если да, то на каких условиях, должна быть ясно выражена и согласована с турагентством заранее либо одновременно с отправлением подтверждения.

Информация, имеющая непосредственное отношение к пониманию политики в вопросе о комиссионных, обычно включает следующее:

а. Платятся либо не платятся комиссионные; за какие услуги.

б. Суммы комиссионных.

в. Платятся ли комиссионные за продление проживания, согласованное с гостиницей, или за бронирование в будущем, произведенное клиентом во время проживания - при условии, что турагентство гарантирует оплату.

Статья 15. Аннулирование

а. Условия и сроки полного либо частичного аннулирования гостиничного контракта с оговоренной суммой компенсации в случае позднего аннулирования следует оговорить в момент отправки подтверждения. Владелец должен ясно разъяснить порядок аннулирования с указанием соответствующих сроков.

Клиент должен быть поставлен в известность об указанном порядке аннулирования контракта.

б. Все извещения об аннулировании должны быть датированы и отправлены в письменном виде (заказное письмо, телекс с номером, факс). Если аннулирование вступает в силу с момента устного извещения, четкую оговорку об этом следует занести в письменное подтверждение. Любой

полученный из гостиницы документ в письменном виде, в котором есть ссылка на устное сообщение, освобождает турагентство от необходимости в дальнейшем направлять письменное подтверждение.

В случае необходимости гостиница выдает исходящие номера по аннулированию, что освобождает турагентство от необходимости посылать уведомление об аннулировании в письменном виде.

в; Для специальных заездов, типа больших съездов, семинаров, выставок и т.п., могут потребоваться отдельные соглашения в письменном виде.

Группа - это минимум 15 человек, прибывающих и убывающих совместно и являющихся для турагентства и владельца отдельной единицей.

Групповое подтверждение от владельца подразумевает одинаковые условия для каждого, а счет на всю сумму будет один на всех.

Если после бронирования количество приезжих уменьшится и группа будет состоять менее чем из 15 человек, владельцу следует запросить турагентство о том, продолжает ли оно считать это количество группой.

г. При отсутствии специального соглашения на эту тему турагентство может отказаться от бронирования на группу и не платить компенсации в соответствии со следующими правилами:

1) Отказ на всю группу - не менее чем за 30 дней до заезда. При бронировании заезда группы, которая займет более 30% номеров гостиницы, владелец письменно известит турагентство в срок от 60 до 30 дней до заезда, что он сам распорядится теми номерами, заезд в которые не гарантировало турагентство; если турагентство гарантирует заезд во все забронированные номера, отказ (см. выше) отменяется.

2) Аннулирование не более 50% первоначального бронирования - не позднее чем за 21 сутки до заезда.

3) Аннулирование не более 25% первоначального бронирования - не позднее чем за 14 суток до заезда.

д. Отказы, пришедшие позднее указанных выше сроков, дают гостинице право требовать возмещения, если только владелец не возместит своих убытков, сдав номер (найдя постояльца). От владельца могут потребовать доказательств, что номер оставался незанятым.

1) В размере, оговоренном заранее.

2) В отсутствие такого соглашения - в размере 2/3 стоимости забронированных услуг (но не менее одной ночи проживания на аннулированного постояльца).

3) При отказе за 3 дня (72 часа) до заезда - 3/4 стоимости заказа.

е. В случае раннего отъезда либо неиспользования заказанных услуг турагентство возместит владельцу его фактические убытки, за исключением случаев, когда ранний отъезд/неиспользование случились из-за непредоставления заказанных услуг владельцем. Если аванс не покрывает всей суммы по счету, владелец имеет право добрать недостающее непосредственно с клиента.

Настоящие положения применяются в тех случаях, когда гостиница придерживается той же политики по отношению к постояльцам, прибывшим не через турагентство.

Статья 16. Оповещение гостиницы

Турагентство будет подробно извещать гостиницу о запрашиваемых услугах.

Статья 17. Оповещение турбюро и клиента

а) Владелец не станет принимать заказа на бронирование, если он не сможет его выполнить.

б) Владелец предоставит турагентству достаточно полную информацию о местоположении гостиницы, ее категории и предоставляемых в ней услугах.

Турагентство обязуется доверять (через присланного им клиента) этой информации. В отношениях с клиентом владелец и турагентство будут воздерживаться от утверждений, бросающих тень на качество услуг, предоставляемых контрагентом либо вредящих его профессиональной репутации.

Статья 18. Предоставляемые услуги турагентства

Если иное отдельно не оговорено, то услуги, предоставляемые владельцем клиентам в соответствии с гостиничным контрактом, будут того же уровня, что услуги постояльцам, прибывшим не через турбюро. В тех случаях, когда в соответствии с контрактом требуются какие-то особые услуги, применяются специальные правила.

Статья 19. Предоставление номера

а. Номер в гостинице должен быть предоставлен клиенту не позднее 3 часов пополудни в день заезда, и его приезда ждут до 6 часов вечера: в противном случае бронирование должно быть гарантировано либо о его позднем приезде сообщено.

б. В день отъезда номер в гостинице должен быть освобожден клиентом не позднее 12 часов пополудни.

Статья 20. Неявка

а. Негарантированное бронирование.

В любом случае, если владелец принял бронь, он обязан держать номер в день предполагаемого заезда до 6 часов вечера, а после 6 может уже распорядиться номером по своему усмотрению.

б. Гарантированное бронирование.

Гарантия клиента либо турагентства оплачивается наличными, чеком либо кредитной картой (или, если это турагентство, формальной гарантией, указываемой в документе о брони либо в путевке), как описано в ст. 12.

Идя навстречу специально оговоренному пожеланию клиента, владелец может в любой момент попросить гарантию по любой брони: в этом случае владелец обязан держать номер до полудня в день, следующий за предполагаемым днем заезда, а затем уже может распорядиться номером по своему усмотрению.

в. Неявка.

Неявка - это когда клиент не явился в гостиницу до 6 часов вечера; в этом случае применяются условия положения о позднем отказе (см. ст. 15).

Если сумма, выплачиваемая в виде компенсации за поздний отказ либо неявку, не оговорена, то считается, что она будет как минимум равной стоимости одной ночи проживания (но не более стоимости за три ночи).

Статья 21. Выполнение обязательств перед клиентом

а. Владелец выполнит свои обязательства при правильном оформлении и под. тверждении брони; если он этого не сделает, то должен возместить турагентству его фактические убытки.

б. Если владелец не предоставит клиенту номер при оформленной и подтвержденной брони, он должен за свой счет:

1) Обеспечить размещение клиента в ближайшей гостинице эквивалентной категории и оплатить разницу в цене.

2) Заранее известить клиента либо турагентство о прибытии клиента, в противном же случае оплатить клиенту, его телефонные расходы в связи с извещениями домой или на работу о перемене места проживания и расходы по перебронированию в другую гостиницу.

3) Если клиент изъявил желание переехать в первоначально забронированную гостиницу, как только там освободится номер, оплатить переезд.

Статья 22. Принцип освобождения от ответственности при наступлении обстоятельств непреодолимой силы

Как только одна из сторон по гостиничному контракту оказывается неспособна выполнять свои обязательства в силу наступления обстоятельств непреодолимой силы (непредвиденных, непреодолимых и неуправляемых), она освобождается от своих обязательств и не обязана выплачивать компенсацию.

Статья 23. Извещение об обстоятельствах непреодолимой силы

Когда одна из сторон по гостиничному контракту оказывается неспособна выполнять свои обязательства в силу обстоятельств непреодолимой силы, ей следует незамедлительно известить контрагента с использованием всех имеющихся в ее распоряжении средств с целью свести к минимуму потенциальные убытки.

Статья 24. Воздержание от двойного бронирования

Если турагентство обратилось сразу в несколько гостиниц с просьбой о бронировании, ему следует воздерживаться от заключения нескольких контрактов на постой одного и того же клиента (группы) с тем, чтобы позже (но в срок) отказаться от тех, которые оно посчитало ненужными. В таких случаях владелец имеет право аннулировать бронь и не возвращать авансы.

В случае с многочисленными групповыми заявками можно аннулировать все такие заявки.

Статья 25. Дружелюбное разрешение споров

В случае разногласий, включая обстоятельства непреодолимой силы, следует искать взаимоприемлемые пути решения. Если это не получается, любая из сторон может апеллировать к Комитету при МГА/УФТАА.

Статья 26. Урегулирование споров

а. Любой спор международного характера по контракту между турагентством и гостиницей можно передать на рассмотрение в Комитет при МГА/УФТАА.

б. В случае, если стороны согласились передать свой спор в арбитраж при МГАУ УФТАА, наиболее заинтересованная сторона подает просьбу о рассмотрении и предоставляет все необходимые документы.

в. Стороны подписывают по одному экземпляру просьбы и отсылают их выше.

Статья 27. Толкование Кодекса отношений

Комитет при МГА/УФТАА в составе делегатов, назначенных обеими сторонами, считается компетентным органом для толкования настоящего Кодекса отношений.

Статья 28. Датировка Кодекса отношений

Настоящий Кодекс отношений вступил в действие с 3 июля 1991 г. после подписания обеими составившими его сторонами.

Приложение 13

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ГАРМОНИЗАЦИЯ КРИТЕРИЕВ ГОСТИНИЧНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ НА ОСНОВЕ КЛАССИФИКАЦИОННЫХ СТАНДАРТОВ

Одобрена региональными комиссиями ВТО,

Мадрид, ноябрь 1989 г.

(Извлечение)

1. Здание гостиницы

1.1. Автономия Все категории

1.2. Вход Все категории

3-5 звезд

1.3. Основная и служебная лестничные клетки 3-5 звезд

1.4. Минимальное количество номеров Все категории

2. Качественные требования

Все категории

Здание гостиницы должно быть физически автономно от других зданий или от других частей того же здания.

Отдельный вход, если гостиница занимает часть здания.

Вход в ресторан (кафетерий и т. д.) гостиницы из гостиницы и с улицы.

Отдельный служебный вход.

Основная лестничная клетка отделена от служебной лестничной клетки (исключение может быть сделано для малоэтажных зданий).

10 номеров.

Все установки, оборудование и мебель в номерах, санузлах и общественных помещениях должны быть рассчитаны на усиленную эксплуатацию, функциональны, безопасны, гармоничны и пропорциональны по отношению к помещениям, в которых они находятся. Требования к качеству здания и всего в нем установленного возрастают с каждой категорией и должны соответствовать стоимости. Стоимость отражает качество материалов и труда, используемых при строительстве и производстве установок, оборудования и мебели.

1 звезда	Дешевые строительные материалы; простые, массового производства установки, оборудование и мебель.
2 звезды	То же.
3 звезды	Средняя стоимость строительных материалов, установок, оборудования. Мебель по заказу.
4 звезды	Высокая стоимость строительных материалов и установок. Оборудование и мебель по заказу.
5 звезд	Строительные материалы, установки, оборудование, мебель (по заказу) высшего качества. Интерьеры должны быть оформлены авторскими предметами искусства.

3. Водоснабжение

Все категории Горячее и холодное водоснабжение круглосуточно (обеспечение питьевой водой, см. в п. 15.2 настоящих стандартов).

4. Энергоснабжение

Все категории

4.1. Аварийные энергоустановки

1 звезда	Аварийное освещение (аккумуляторы, газ, свечи).
2 звезды	То же.
3 звезды	Стационарный генератор, обеспечивающий основное освещение и работу оборудования в минимальный период времени (не менее 24 часов).
4 звезды	Стационарный генератор, обеспечивающий электропитание, отопление, водоснабжение, основное освещение и работу такого оборудования, как лифты, холодильники, кухонное оборудование.
5 звезд	То же.

5. Отопление

1 звезда	Отопление по необходимости (в зависимости от местных условий и сезона).
2 звезды	То же, но на базе центрального отопления ¹ :
3 звезды	То же, что для гостиниц «2 звезды», но с дополни-

4 звезды	<p>тельным индивидуальным регулированием в номерах. Охлаждение (кондиционирование) в районах с жарким климатом. Тепловой комфорт (температура от 18 до 25°C).</p>
5 звезд	<p>То же, что для гостиниц «3 звезды», но с кондиционированием в разных климатических зонах в течение года или сезона в зависимости от погоды. Индивидуальное кондиционирование как в номерах, так и в общественных помещениях.</p>
5.1. Вентиляция Все категории	<p>То же.</p> <p>Естественная (через окна) и/или принудительная во всех комнатах и зонах. Вентиляция через окна должна быть в номерах, залах ресторана, кухнях, помещениях для персонала.</p>
6. Санитарные требования (все категории)	<p>Строгая санитария, чистота, гигиеничность повсеместно в здании. Уборка всех секции гостиницы на непрерывной основе. Сантехническое оборудование в рабочем состоянии в любое время суток.</p>
6.1. Общие	
6.2. Отходы	<p>Сбор в специальных контейнерах с ежедневным вывозом из здания. Зона сбора отходов и контейнеры должны постоянно находиться в хорошем санитарном состоянии.</p>
6.3. Защита от насекомых и грызунов	<p>Эффективная защита от насекомых и грызунов по всему зданию.</p>
7. Безопасность и охрана Все категории	<p>Гостиницы должны соответствовать архитектурным и техническим условиям и иметь противопожарное обеспечение и систему пожарного оповещения, аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные инструкции и т. п., требуемые для общественных зданий и увязанные с особенностями гостиницы. Все электрическое, газовое, водо- и канализационное оборудование должно быть установлено и эксплуатироваться в строгом соответствии с требованиями безопасности и соответствующими инструкциями. Безопасность проживающих и их вещей должна быть обеспечена круглосуточно.</p>
8. Условия для использования инвалидных колясок	

Все категории У входов в гостиницу и у некоторых номеров, ванных комнат, туалетов должны быть полозья для приема инвалидов на колясках.

9. Техническое оборудование

9.1. Лифты для проживающих

1 звезда Для гостиниц, имеющих более 3 этажей.

2 звезды Для гостиниц, имеющих более 2 этажей.

3 звезды Тоже.

л*>»

4 звезды Для гостиниц, имеющих более чем 1 этаж.

5 звезд Тоже.

Мощность лифтов: в пропорции к вместимости гостиницы.

9.1.1. Служебные лифты

4 и 5 звезд Служебные лифты отдельно от лифтов для проживающих.

9.2. Телефон

Все категории Должен быть телефон для местных и междугородных переговоров.

9.2.1. Телефоны в номерах

1 звезда Звонок для внутренней связи.

2 звезды Внутренний телефон (без выхода за пределы гостиницы). Включение городского телефона по отдельной просьбе.

3 звезды Телефон для внутренней и внешней связи через коммутатор гостиницы.

4 звезды Телефон для прямой связи с другими помещениями гостиницы и с городом.

5 звезд Телефон для прямой связи с другими помещениями гостиницы, с городом, страной, для междугородных переговоров (если есть автоматический набор). Телефон в ванной комнате.

9.2.2. Телефоны на этаже

Все категории Не менее одного телефона на этаж в гостиницах, где в номерах нет телефонов с выходом за пределы гостиницы (в основном для гостиниц «1 и 2 звезды»).

9.2.3. Телефоны около общественных помещений

3-5 звезд Телефон около всех общественных помещений.

9.2.4. Телефонная кабина

в вестибюле (платный телефон)

- 1 звезда
- 2 звезды
- 3 звезды
- 4 звезды

Наличие телефона в службе приема.

Телефонная кабина в вестибюле.

Тоже.

Звуконепроницаемая телефонная кабина в вестибюле с международной и междугородной связью.

5 звезд

Тоже.

10. Номера

10.1. Размер

Все категории

Размер номера должен позволять передвигаться и использовать все оборудование и мебель свободно, удобно и безопасно.

чей

Рекомендуемые стандарты оборудования и мебели в номерах

Оборудование и мебель	Категория гостиницы				
	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
2 кровати (одноместный номер/двухместный номер)	X	X	X	X	X
простыни, одеяла, покрывала	X	X	X	X	X
минимальный размер 190 см x 80 см (односпальная кровать)	X	X	X		
минимальный размер 200 см x 80 см (односпальная кровать)				X	X
шкаф (гардероб) с вешалками и полками или комод с ящиками	X	X	X	X	X
стулья (минимум 1 на проживающего)	X	X	X	X	X
кресло(а)			X	X	X
прикроватная тумбочка (одна на проживающего)	X	X	X	X	X
стол *		X	X		
письменный стол или туалет * (с выдвижными ящиками)			X	X	X
люстра на потолке или бра	X	X	X	X	X
прикроватная лампа(ы)	X	X	X	X	X

лампа(ы) для чтения у кресла или на письменном столе			X	X	X
светоизоляция (плотные шторы)	X	X	X	X	X

Площадь номера (м²) по категориям:

	одноместный	двухместный
I звезда	8	10
2 звезды	8	10
3 звезды	10	12
4 звезды	12	14
5 звезд	13	16

Примечание. Номера, предназначенные для приема большого числа проживающих, должны иметь площадь, увеличенную по меньшей мере на разницу между размерами одноместного и двухместного номеров.

10.2. Рекомендации по наличию необходимого оборудования и мебели в номерах даны в таблице ниже и в примечаниях к ней.

Оборудование и мебель	Категория гостиницы				
	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
зеркало (помимо ванной комнаты)		X	X	X	X
переключатели освещения у входа и у кровати	X	X	X	X	X
прикроватные коврики	X	X	X		
ковры **			X	X	X
коврал **	X	X			
радио (центральное музыкальное вещание, включаемое проживающим)			X	X	X
ТВ за дополнительную плату***			X		
черно-белый ТВ			X		
цветной ТВ***				X	X
видео***				X	X
корзина для мусора	X	X	X	X	X
письменная информация о гостинице (тарифы, аварийные выходы и т.п.)	X	X	X	X	X
пепельница(ы)	X	X	X	X	X
табличка «Не беспокоить»	X	X	X	X	X
подставка для багажа		X	X	X	X
вентилятор* * *	X	X	X	X	X
графин с питьевой водой					

и стаканы	X	X	X	X	X
мини-холодильник или мини-бар				X	X
письменные принадлежности			X	X	X

Примечания:

* Стол или письменный стол (туалет) в гостиницах «3 звезды».

** Ковры или коврал в гостиницах «4-5 звезд».

*** Если имеется телевидение (особенно цветное). В районах, в которых нет телевидения, должно быть установлено видеоборудование во всех номерах. Видеоборудование должно быть также в гостиницах «5 звезд» как самостоятельная услуга, независимо от наличия телевидения.

**** Вентилятор обязателен в жарких и влажных районах. В гостиницах более высокой категории вентиляторы могут дополнять систему кондиционирования.

12. Общее

сантехническое

оборудование

12.1. Ванные комнаты

общего пользования

на этажах

12.1.1. Количество

Все категории (для номеров

без ванных комнат)

1 ванная комната на 5 номеров без санузла или 2 ванные комнаты на каждом этаже (одна для мужчин, другая для женщин).

12.1.2. Установки и

оборудование Все категории

Холодная и горячая вода через комбинированный смеситель в умывальнике, душе, ванной и биде, вентиляция, умывальник с зеркалом, лампой, полкой для личных вещей и электрический штепсель с указанием напряжения, унитаз, туалетная бумага*, биде*, душ (душевая кабина)** , ванная (с душем и шторой)** , полотенце***, мыло, корзина для мусора.

Примечания:

* Эти предметы могут не включаться, если имеется отдельный туалет помимо ванной комнаты.

** Одно или другое.

*** Если имеется унитаз. Полотняное полотенце может быть заменено бумажным полотенцем или проживающий использует полотенце из своей комнаты.

электросушилкой, так как

12.2. Туалеты общего

пользо-

вания на этажах

12.2.1. Количество

Все категории (для номеров

без туалетов)

1 туалет на 5 номеров или 2 туалета на каждом

этаже (один для мужчин, один для женщин).

12.2.2. Установки
и оборудование
Все категории

Унитаз, туалетная бумага, умывальник с холодной и горячей водой через смеситель, зеркало, мыло, полотенце (бумажные полотенца или электросушилка), биде с горячей и холодной водой, корзина для мусора.

12.3. Общественные
туалеты
Все категории

В общественных зонах или около них должны быть общественные туалеты для проживающих и посетителей. Обязательное оборудование: унитаз, туалетная бумага, умывальник с горячей и холодной водой через смеситель, зеркало, мыло, полотенце (бумажные полотенца или электросушилка), корзина для мусора, вентиляция.

13. Общественные зоны

Все категории

Во всех коридорах и зонах у номеров должно быть круглосуточно хорошее естественное или искусственное освещение.

3-5 звезд

В коридорах и зонах у номеров должно быть ковровое покрытие или коврал, или специальное покрытие (мозаика, паркет и т.п.).

13.2. Вестибюль

Все категории

В вестибюле (зоне приема) должны быть стулья, кресла или диваны в количестве, увязанном с вместимостью гостиницы.

3-5 звезд

В зоне приема должны быть также: кофейные и/или письменные столы, специальное покрытие пола или ковры (коврал), растения, музыкальное вещание, которое может быть использовано для объявлений.

**14. Дополнительные
помещения и зоны,
связан-
ные с проживанием,
пита-
нием, отдыхом и
здравоох-
ранением**

1 звезда

Общественная зона (отдельная комната, часть комнаты или холл) с вешалкой, музыкальным и/или телевизионным устройством, предназначенная для подачи завтраков и встреч проживающих с посетителями.

- 2 звезды Должны быть: комната отдыха с музыкальным вещанием, телевизором, газетами, журналами, в которой может разместиться по крайней мере одна треть проживающих; общественная зона с ^ч-вешалками, где могут подаваться завтраки (это может быть комната для завтраков, обеденный зал, кафетерий, кафе и т.д.); ресторан (обеденный зал) или кафетерий, в котором могут быстро подаваться по крайней мере легкие закуски во время обеда и ужина (если этого нет, то гостиница должна находиться в непосредственной близости от подобного независимого заведения).
- 3 звезды Должны быть: комната отдыха с музыкальным вещанием и ТВ, газетами и журналами (площадь вместе с залом приема должна обеспечивать одновременное размещение по крайней мере одной трети проживающих); гардероб рядом с общественными помещениями; отдельный зал для завтраков (или кафетерий, где могут подаваться завтраки); отдельный бар; ресторан (обеденный зал) или кафетерий, где могут подаваться по крайней мере легкие закуски и где можно одновременно разместить не менее половины проживающих.
- 4 звезды Должны быть: несколько отдельных апартаментов (спальня, гостиная, ванная комната, отдельный туалет) или несколько номеров, которые могут быть соединены для образования временных апартаментов, или и то, и другое; гардероб около общественных помещений и зон; комна-та(ы) отдыха или отдельные залы с музыкальным вещанием, ТВ, газетами, журналами и подачей напитков; кафетерий (для завтраков и легких закусок); отдельный бар, ресторан (по крайней мере два зала); банкетный зал, который может быть трансформирован в конференц-зал с соответствующим оборудованием для проведения конференций; танцевальный зал или дискотека, или ночной клуб (могут быть заменены на танцевальную площадку в одном из залов ресторана); парикмахерская или салон красоты; сауна или плавательный бассейн, или оздоровительный центр (возможны их комбинации); комната первой медицинской помощи.

Примечание. Общее число посадочных мест в кафетерии и ресторане должно соответствовать количеству мест в гостинице.

5 звезд

Должны быть: несколько независимых апартаментов различных типов и ряд номеров, которые могут быть соединены для образования временных апартаментов; гардеробы около общественных помещений и зон, комната(ы) отдыха и отдельные гостиные с музыкальным вещанием, ТВ, газетами, журналами и подачей напитков, кафетерий (для завтраков и легких закусок), отдельный бар; рестораны, в одном из которых предусмотрены выступления музыкантов; отдельные кабинеты в ресторане; банкетные залы; конференц-залы с полным оборудованием для проведения конференций; ночной клуб; танцевальный зал или дискотека; парикмахерская или салон красоты; сауна; спортзал или оздоровительный центр; плавательный бассейн; комната первой медицинской помощи.

Примечание. Общее количество посадочных мест в кафетерии и залах ресторана должно превышать количество мест в гостинице.

15. Кухня

Все категории

Кухня, ее оборудование, кухонные принадлежности, посуда, стекло должны быть чистыми, гигиеничными, практичными и содержаться таким образом, чтобы гарантировать здоровье, обеспечить эффективное, бесперебойное обслуживание. Техническое и технологическое оборудование должно содержаться в исправном состоянии. Мощность кухни должна соответствовать числу посадочных мест в торговых залах.

15.1. Хранение пищевых продуктов

Все категории

Порядок хранения пищевых продуктов должен соответствовать общим требованиям по хранению пищевых продуктов на предприятиях общественного питания, в том числе в отношении вентиляции, охлаждения, защиты от пыли, насекомых и грызунов. Для этой цели должны быть установлены и использованы соответствующие оборудование и механизмы, такие, как холодильники, морозильники, плотно закрываемые контейнеры.

15.2. Питьевая вода

Все категории

Если нет твердой гарантии качества водопроводной воды, гостиница должна иметь специальные установки по обработке воды с целью обеспечения ее пригодности для питья. Лед для напитков должен производиться только из питьевой воды. Минимальный запас питьевой воды должен быть обеспечен круглосуточно в тех зонах гостиниц, где срочная потребность в питьевой воде не может быть обеспечена извне. *

16. Зоны вне здания гостиницы

•

16.1. Автостоянка/гараж

- 1 звезда Свободный подъезд к гостинице. Резервирование части автостоянки для проживающих в гостинице.
- 2 звезды То же.
- 3 звезды Автостоянка, соответствующая среднему числу проживающих.
- 4 звезды Крытая автостоянка и/или гараж, способные принять автомобили всех проживающих и части посетителей. Круглосуточная охрана.
- 5 звезд То же, но с общим обслуживанием автомобилей.

Служба приема (круглосуточный прием); смена белья перед заездом нового проживающего (полотенца меняются для каждого проживающего и каждый день); неотложная медицинская помощь; хранение ценностей; стирка; почтовое обслуживание, включая доставку и отправку почты, продажу почтовых марок и почтовых принадлежностей. Подноска багажа проживающих по их просьбе; смена постельного белья два раза в неделю; подача завтрака в номер (если нет зала для завтраков). Подноска багажа; смена постельного белья два раза в неделю; подача завтрака в номер; химчистка. Подноска багажа; смена постельного белья ежедневно; подача завтрака в номер; подача завтраков в зале для завтраков с 7.00 до 10.00; подача питания и напитков в номер с 7.00 до 24.00; работа гостиной-кафе и кафе-бара до 24.00; химчистка; почтовое обслуживание, включая отправку телеграмм; прием к оплате кредитных карточек; служба поиска проживающего в гостинице или система оповещения: туристская информация в службе приема; бронирование билетов на развлекательные программы в гостинице и культурные мероприятия; обмен валюты; вызов такси; продажа газет, книг, открыток, табачных изделий и фотопринадлежностей. Швейцары; подноска багажа; смена постельного белья ежедневно; дополнительная уборка номеров по просьбе проживающих до 24.00; подача завтрака в номер с утренней газетой; подача завтраков в зале для завтраков с 7.00 до 10.00; подача в номер обеда, ужина, позднего ужина до 24.00; круглосуточная подача в номер напитков и легких закусок; круглосуточная работа гостиной-кафе и кафе-бара; срочные услуги прачечной (стирка, глажение); химчистка; почтовое обслуживание, включая отправку телеграмм, заказной корреспонденции и телексов; прием при расчетах кредитных карточек; круглосуточный обмен валюты; служба поиска проживающего в гостинице или радиооповещение; продажа и бронирование билетов на различные виды транспорта; развлекательные программы в гостинице и культурные мероприятия; туристское обслуживание (туристская информация, экскурсии, гиды-переводчики, страхование и т. д.); вызов такси; продажа газет, книг, открыток, табачных изделий и фотопринадлежностей; продажа сувениров и косметики.

5 звезд

Швейцары; подноска багажа; смена постельного белья ежедневно; дополнительная уборка номеров по просьбе проживающих круглосуточно; подача завтрака в номер с утренней газетой; подача завтраков в зале для завтраков с 7.00 до 11.00; подача другого питания и напитков в номер круглосуточно; круглосуточная работа гостинио-кафе, кафе-бара и кафетерия; срочные услуги прачечной (стирка, глажение); химчистка; почтовое обслуживание, включая отправление телеграмм и заказной корреспонденции, а также телетайп и телефакс; индивидуальные сейфы для хранения ценностей; прием к оплате кредитных карточек; круглосуточный обмен валюты; служба поиска проживающего в гостинице; радиооповещение; продажа и бронирование билетов на различные виды транспорта; развлекательные программы в гостинице и культурные мероприятия; туристское обслуживание (туристская информация, экскурсии, гиды-переводчики, страхование и т.д.); вызов такси и аренда автомашины: автобус или мини-автобус (бесплатно для проживающих), если гостиница расположена не в центре города и не имеет связи с общественным транспортом; продажа газет, книг, открыток, табачных изделий, фотопринадлежностей; продажа сувениров и косметики; продажа цветов.

18. Обслуживающий

персонал

18.1. Квалификация

Все категории

Весь обслуживающий персонал должен пройти профессиональную подготовку. Степень подготовки и специализация должны соответствовать предоставляемым ими услугам. По меньшей мере один сотрудник должен пройти подготовку по вопросам обеспечения безопасности проживающих в гостинице и один - по вопросам безопасности в сфере общественного питания.

18.1.1. Знание иностранных языков

1 звезда

Достаточное знание работниками службы приема одного иностранного языка международного общения или языка, наиболее употребимого иностранными клиентами в этом районе.

2 звезды

То же.

3 звезды

Знание в необходимом объеме по меньшей мере двух языков международного общения или других языков, наиболее употребимых иностранными клиентами в этом районе, всем персоналом, имеющим контакты с проживающими.

4 звезды

То же, но знание языков должно быть хорошим.

5 звезд	Знание всеми работниками основных служб языков международного общения или других языков, наиболее употребимых иностранными клиентами в этом районе. Свободное владение по меньшей мере тремя такими языками всем персоналом, имеющим контакт с проживающими.
18.2. Медицинские требования Все категории	Весь персонал должен быть здоров. Для этого <i>все</i> сотрудники должны проходить периодическое медицинское освидетельствование, имея на руках соответствующий сертификат.
18.3. Поведение Все категории	Персонал должен быть способным создать на предприятии атмосферу гостеприимства, в отношении проживающих проявлять сердечность, терпение, сдержанность и быть готовым доброжелательно выполнить просьбу проживающего.
18.4. Униформа Все категории	Персонал, вступающий в контакт с проживающими, должен носить униформу, включающую личный значок с указанием имени и фамилии. Форма должна быть всегда чистой и в хорошем состоянии.
18.5. Условия для персонала Все категории	Должны быть созданы отдельные условия для санитарии, отдыха и питания персонала. Объем таких условий должен соответствовать численности персонала.
18.6. Численность персонала Все категории	Численность персонала должна быть такой, чтобы обеспечить эффективное и непрерывное обслуживание клиентов.

Рекомендации по числу работников на 10 номеров в гостинице (минимум):

1 звезда	4 и более
2 звезды	6 «
3 звезды	8 «
4 звезды	12 «
5 звезд	20 «

Приложение 14

СОГЛАШЕНИЕ И СТАНДАРТНЫЙ КОНТРАКТ МЕЖДУ ОТЕЛЕМ И ПЕРЕВОЗЧИКОМ

Приняты Международной гостиничной ассоциацией (МГА) и Международным союзом участников дорожного транспорта (МСДТ) в 1994 г. (Извлечение)

Статья 1

1. МГА и МСДТ предоставят своим членам стандартные контракты вместе со стандартными правилами размещения (в дальнейшем называемые «стандартные контракты») с целью:

- способствовать усовершенствованию контрактных отношений между гостиницами и предприятиями-перевозчиками как на внутреннем, так и на международном уровне;
- способствовать распространению автобусных туров с размещением в гостиницах;
- предоставить лицам, приобретающим автобусный тур, одинаковый уровень гостиничных услуг по сравнению с предоставляемыми владельцами гостиниц непосредственным клиентам.

2. Применение стандартных контрактов предприятиями-перевозчиками и отелями останется добровольным. Условия контрактов должны быть использованы с момента подписания сторонами контракта форм(ы) стандартного контракта.

Статья 2

1. МГА и МСДТ создадут объединенную Комиссию МГА/МСДХ состоящую в равном количестве из представителей МГА и МСДГ, в чьи обязанности будут входить отслеживание правильности применения настоящего Соглашения и стандартных контрактов и предоставление информации в компетентные органы соответствующих двух организаций. Данная Комиссия может предлагать на рассмотрение данных органов различные поправки и изменения в стандартных контрактах в соответствии с нуждами сторон. Также Комиссии предоставляется право интерпретировать (толковать) положения стандартных контрактов и выполнять соответствующие функции, о которых говорится в Стандартных правилах размещения (см. с. 299).

2. Объединенная Комиссия будет собираться по требованию одной из сторон контракта в месте, которое будет выбрано совместным решением. Председателем Комиссии будут поочередно являться представители МГА и МСДТ.

3. Все решения Комиссии должны быть единогласными.

Статья 3

1. Настоящее Соглашение заключается на период в 2 года. Оно будет автоматически возобновляться на следующие 2 года, если только одна из сторон не заявит о своем желании расторгнуть его в связи с истечением срока действия Соглашения: уведомление о подобном желании должно пройти в письменном виде но крайней мере за 6 месяцев до истечения срока действия Соглашения.

2. В случае расторжения Соглашения положения статьи 2 сохраняют силу для разрешения возникшего конфликта между предприятиями-перевозчиками и отелями в соответствии со стандартными контрактами.

Статья 4

1. Данное Соглашение и стандартные контракты были представлены на английском и французском языках в двух экземплярах, каждая сторона получила один экземпляр.

2. Для того чтобы избежать различных недоразумений, которые могут возникнуть из-за неточности в переводе, стороны приняли решение считать французский вариант оригиналом.

Президент МГА

Президент МСДТ

Приложение 15

СТАНДАРТНЫЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ *(Извлечение)*

I. Общие положения

1. Контракт (статьи 1 и 2) заключен и будет осуществляться в соответствии ЛО Стандартными правилами размещения (статьи 3 и 4), приведенными ниже.

2. Во избежание недоразумений следующие термины Контракта требуют точного определения:

- «организация» - гостиница и/или ресторан;
- «группа» - по крайней мере 15 платежеспособных лиц, прибывающих в гостиницу и покидающих оную одновременно и, которым предъявляется один счет;
- «список с условиями заказа» - список, содержащий:

а) фамилии, имена и пол (муж./жен.) лиц, входящих в группу;

б) информацию, касающуюся распределения комнат и услуг, которые должны быть оказаны группе;

в) информацию, требуемую полицией страны, в которой находится организация;

- «обслуживание во внеурочные часы» - услуга, оказываемая во время, не предусмотренное Контрактом (дополнительная услуга);
- «предоплата предварительного заказа» - административные выплаты, производимые до исполнения условий Контракта, вычитаемые из окончательного счета и не подлежащие возвращению в случае невыполнения перевозчиком взятых обязательств;
- «гарантийный депозит» - сумма, выплачиваемая до исполнения условий контракта, которая вычитается из окончательного счета и которая должна быть возвращена в случае расторжения контракта в соответствии с его условиями или в соответствии с юридическими положениями, применяемыми условиями или в соответствии с юридическими положениями, применяемыми к контракту;
- «залог» - если примененный национальный закон разрешает данную форму -штраф (полное возмещение) в пользу любой из сторон Контракта. Залог выплачивается: перевозчиком, если он не выполняет взятых на себя обязательств по причинам, обозначенным ниже; в двойном размере владельцем гостиницы, если он не выполняет свои обязательства;
- «в письменном виде и зарегистрированном» - термин, подразумевающий официальное письмо, телекс, телефакс, телеграмму или компьютерное послание.

II. Подготовка Контракта и соблюдение его условий

3. Контракт должен быть подготовлен и подписан в двух экземплярах; каждая сторона получает один экземпляр.

4. Любое изменение, дополнение или приложение к Контракту, или любая отмена заказа считаются действительными, если представлены в письменном виде и подписаны сторонами.

III. Отмена заказа или «неявка» группы

5. В случае полной отмены заказа после истечения срока, указанного в параграфе 5 Контракта, и невозможности для организации покрыть свои потери за счет других заказов последняя должна иметь право:

- удержать оплату предварительного заказа или залог, если они предусматривались Контрактом;
 - предъявить иск/рекламацию, если не были предусмотрены оплата предварительного заказа или залог, на 2/3 стоимости неиспользованных услуг или 3/4 стоимости неиспользованных услуг в случае, если отмена или сокращение заказа были сделаны за 72 часа или меньше до планируемого прибытия группы. С этой целью организация может удержать из гарантийного депозита или предварительной оплаты (если таковые предусмотрены Контрактом) сумму компенсации в соответствии с положением предыдущего параграфа.
6. Этот механизм действует и в случае частичной отмены. Однако в этом случае удерживается оплата предварительного заказа или залог только тех лиц, кто отменил свой заказ.

7. В случае раннего отъезда группы организация имеет право выставить счет за неиспользованные услуги как за использованные.

Однако это положение не имеет силы, если ранний отъезд был вызван организацией или если неиспользованные услуги могут быть перепроданы.

8. «Неявка» группы будет рассматриваться как полная отмена заказа. Организация получает право перепродать свои услуги на следующий день после планируемой даты прибытия или потребовать компенсации в соответствии с параграфом 5 данного документа.

IV. Права владельца гостиницы

9. Организация имеет право рассматривать неотмененный заказ в качестве гарантии.

10. Организация имеет право использовать к членам группы тарифные ставки, применяемые к индивидуальным клиентам, если численность группы меньше 15 человек.

11. Если Контракт предусматривает оплату перевозчиком заказа в соответствии с положением данного Контракта, организация может отказаться принять группу, если выплаты не были произведены к крайнему сроку до прибытия данной группы.

Организация обязуется информировать перевозчика о получении оплаты в течение 72 часов после получения предусмотренной суммы.

12. В случае неоплаты счетов в установленный срок организация имеет право затребовать пени на сумму долга в размере, предусмотренном данным Контрактом, и, более того, требовать полной предварительной оплаты для следующих групп или разорвать Контракт.

V. Обязанности организации

13. Организация обязуется зарезервировать и предоставить гостиничные услуги в соответствии с положениями Контракта.

14. Пассажиры и экипаж должны получить услуги того же качества, какое предоставляется организацией на тех же условиях ее клиентам, производящим оплату непосредственно. Если в соответствии с Контрактом предусматриваются особые услуги, соответствующие меры должны быть приняты.

15. В каждой группе из 15 человек одному водителю и одному неоплачиваемому гиду должны быть бесплатно оказаны те же услуги по питанию и размещению, такого же качества, как и пассажирам, если в Контракте не содержится точных указаний, эти лица должны быть размещены в 2-местном номере с подселением или, по решению гостиницы, в одноместном номере.

16. Тарифные ставки, применяемые организацией, должны быть в валюте, предусмотренной Контрактом.

17. Если организация не в состоянии предоставить услуги, предусмотренные⁴ Контрактом в гостинице и/или ресторане, обозначенные в Контракте, она должна предоставить эти услуги за свой счет в ближайшей эквивалентной гостинице или ресторане, при этом возможная разница в ценах на услуги должна быть также возмещена (покрыта) организацией. Более того, организация оплачивает расходы по доставке клиентов в указанные гостиницу/ресторан, а также стоимость телефонных переговоров, услуг телефакса, предоставляемых пассажирам и экипажу, желающим информировать свою семью и/или учреждение о произошедших изменениях.

18. Если перевозчик заявляет о неожиданной задержке прибытия группы, организация, если она принимает это заявление, должна ожидать группу, готова предоставить заказанные комнаты и услуги.

VI. Права перевозчика

19. Перевозчик имеет право получить все оговоренные услуги.

20. Если организация использует свои права, предусмотренные в параграфах 5-8, перевозчик имеет право потребовать от нее доказательств, что организация не имела возможности перепродать заказанные услуги по договоренной цене.

21. Если в силу законодательства, применимого к контрактным отношениям между перевозчиком и пассажиром, в особенности если речь идет о защите прав потребителя или правил перевозок с размещением, перевозчик будет вынужден компенсировать пассажирам недостатки в работе, вызванные действиями организации в таком случае перевозчик получает право на полную компенсацию своих вышеуказанных затрат со стороны организации.

VII. Обязанности перевозчика

22. Перевозчик обязан соблюдать условия и взятые на себя в соответствии с Контрактом обязательства. В случае нарушения он обязан произвести компенсационные выплаты организации в соответствии с положениями Контракта и настоящими Правилами.

23. Перевозчик платит только за то, что предусмотрено Контрактом. Он обязан соблюдать платежное расписание и сроки, указанные в счетах, выставленных организацией.

24. Помимо компенсационных выплат, предусмотренных Контрактом, перевозчик несет ответственность (является компенсационным гарантом) за возможный материальный ущерб, нанесенный организации, пассажирам или экипажем автобуса.

25. Пассажиры и экипаж должны покинуть номера гостиницы не позднее полдня до отбытия, если только не будет другой договоренности.

VIII. Взаимодействие между сторонами

26. По вопросу организации перевозчик обязан предоставить информацию о месте последнего ночлега группы перед ее прибытием в организацию.

27. Если одна из сторон узнает о каких бы то ни было препятствиях к осуществлению условий соглашения, она должна немедленно сообщить об этом партнеру. Стороны должны совместно попытаться найти выход, обеспечивающий наименьшие финансовые и материальные убытки, в том числе те, которые могут нанести пассажиры.

28. Если обстоятельства не позволяют стороне, узнавшей о вышеуказанных препятствиях, сообщить о них партнеру, первая обязана самостоятельно принять все меры, необходимые для уменьшения возможных убытков партнера.

29. Стороны должны воздерживаться от любых заявлений своим клиентам, которые могли бы поставить под сомнение качество услуг, предоставляемых партнером, или могут повредить профессиональной репутации партнера.

IX. Применимый закон

30. Контракт, его форма, его действительность, обязательство, предусматриваемые им, и невозможность осуществления контрактных условий подлежат согласованию с законом страны, на территории которой расположена организация, принимающая заказ.

X. Отправление правосудия

31. Все разногласия сторон, заключивших контракт, которые не могут быть разрешены ими самими, подлежат:

- рассмотрению и разрешению в арбитражном суде МГА/ МСДТ в случае, если стороны размещаются в разных государствах и если между ними существует письменное Соглашение (Арбитражное соглашение) о передаче дела на рассмотрение именно такого суда и никакого другого;
- обычному суду.

32. Истец имеет один месяц с момента заключения Арбитражной конвенции для того, чтобы отослать официальное зарегистрированное письмо;

- МГА, если она представляет организацию, или МСДТ, если он представляет перевозчика, или любой другой организации, являющейся стороной Контракта, в котором бы содержались имя, адрес и положение адвоката, которого истец назначает, вместе с изложением сути своих претензий. Арбитражная конвенция также должна быть представлена в МГА/МСДТ.

33. Ответчик обязан в течение месяца после получения письменного уведомления от истца назначить своего арбитра/адвоката и отослать официально зарегистрированное письмо другой стороне и соответственно МГА и МСДТ, в котором бы содержались имя, положение и адрес адвоката ответчика, а также ответ последнего на исковое заявление.

34. В случае, если какая-либо из сторон затрудняется с выбором адвоката/арбитра, назначение должно быть произведено объединенной Комиссией МГА/МСДТ.

35. В тот месяц, когда объединенная Комиссия МГА/МСДТ получит информацию о назначенных адвокатах, она должна выбрать главного третейского судью из числа юристов гостиничного бизнеса, если ответчиком является организация, и из числа юристов дорожного транспорта, если ответчик - перевозчик.

36. Арбитражный трибунал будет использовать в своей работе закон, оговоренный в Контракте. Если примененный закон позволяет, арбитражный трибунал получит право действовать по справедливости.

37. Организация и перевозчик обязуются безоговорочно исполнять решения суда.

© **Составитель:** доц Ли Д.М.

Эштаев Алишер Абдуганиевич
Ли Дарья Михайловна

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТУРИСТКИЕ СТАНДАРТЫ

(Учебник)

Редактор: Алёхина З.Ф.
Технический редактор: Сайфутдинов Ш.С.
Компьютерная вёрстка и дизайн: Хайдаров Н.

Отпечатано в типографии ТГЭУ
100049, г. Ташкент, ул. Узбекистанская, 49
Объём 21,6
Тираж 1000 экз.