Ивачёв И.В.

Лекции «Введение в специальность

«Социально-культурный сервис и туризм»

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |
| --- |
| Содержание |
| Тема № 1. Предмет и задачи курса |
| Тема № 2. История развития туризма |
| Тема № 3. Рекламная деятельность в туризме |
| Тема № 4. Законодательная база по лицензированию туристской деятельности |
| Тема № 5. Туристский рынок |
| Тема № 6. Виды туристских организаций |
| Тема № 7. Принципы районирования в международном туризме |
| Тема № 8. Гостиничный сервис |
| Приложения |

# Тема № 2. История развития туризма

Первые путешественники.

Жители Океании.

Среди самых первых были путешествия по Океании. Маленькие челночные каноэ использовались для путешествий из Юго-Восточной Азии через Микронезию и Тихий океан к островам Маркизы, архипелагу Таумоту и Объединенным островам. В 500 г. до н.э. полинезийцы с Объединенных островов путешествовали на Гаваи на расстояние более 2 тыс. миль. Навигация осуществлялась путем наблюдения за расположением солнца и звезд, волнениями океана, облаками и полетами птиц. Неразгаданной остается проблема пополнения запасов пресной воды и еды.

Жители Средиземноморья.

В этом регионе путешествия с целями торговли, коммерции, религиозной, лечения или обучения совершались с давних пор. С целью изучения новых территорий отправлялись в далекие путешествия древнегреческие ученые (Геродот, V в. до н. э) и исследователи других стран (Пифей, IV в. до н. э).

Начиная с 776 г. до н. э ежегодно на Олимпийские игры стекались тысячи любителей спорта и почитателей искусств не только из Эллады, но и других государств Средиземноморья. К этому периоду относится и сооружение специальных больших домов, в которых могли разместиться и отдохнуть атлеты и зрители (первые гостиницы!).

Древний Рим внес свой вклад в историю туризма: богатство, изобилие и огромные территории империи были первостепенными составляющими, необходимыми для туризма. Римляне построили великолепную сеть дорог, по которым они могли путешествовать на лошадях на расстояние более 100 миль в день, чтобы посмотреть знаменитые храмы в регионе Средиземноморья, особенно пирамиды и памятники Египта.

В период расцвета Римской империи для римлян из богатых семей поездка в Грецию зачастую была связана с необходимостью дополнить свое образование. Позднее путешествия в Грецию стали приобретать развлекательный характер: страна привлекала туристов фестивалями, атлетическими соревнованиями и другими видами увеселений и развлечений. Перемещение богатых путешественников требовало соответствующей организации их отдыха. Особенно охотно посещались места с теплыми минеральными источниками.

Еще в I в. до н.э. в Римской империи возникли государственные постоялые дворы, находившиеся друг от друга на расстоянии одного дня езды на лошади. Они располагались в городах и на главных дорогах, по которым проезжали курьеры и государственные служащие.

В правление Александра Великого (с 334 г. до н. э) город Эфес в Турции стал важным торговым центром и одним из главных городов в античном мире, куда стекались туристы, чтобы полюбоваться на акробатов, жонглеров, которые переполняли его улицы.

Однако упадок Римской империи (I в н. э) сопровождался и упадком туризма. Поток богатых путешественников сократился, дороги пришли в негодность, страна стала наполняться бандитами, ворами, сделавшими путешествия небезопасными. В течение последующих веков и до середины XV века главным видом путешествий было паломничество европейцев, которые путешествовали по святым местам континента.

Европейцы.

Наиболее массовое передвижение людей в средневековой Европе происходило во времена крестовых походов, которые предпринимались европейскими рыцарями и следовавшими за ними купцами в целях захвата чужих богатств и территорий. Вслед за ними двигались на Восток священники и паломники в сопровождении бесчисленных толп бродяг.

Представители привилегированных классов совершали в средние века путешествия к целебным источникам. Несмотря на различные цели походов и путешествий, все они объективно расширяли географические познания человека. Подробные описания увиденных ими рек, морей, материков и стран оставили Афанасий Никитин, Марко Поло, Васко де Гама, Христофор Колумб и др.

Американцы.

В XVI веке огромный континент Северной Америки исследовался испанцами, которые для своих путешествий использовали лошадей.

Первые путешествия американцев по стране осуществлялись пешком или на лошадях, в дальнейшем стали использоваться маленькие лодки и каноэ. По мере того как строились дороги, стали распространяться поездки на почтовых каретах. Строительство железных дорог по всей стране привело к ещё большей популярности путешествий. В 1850 г. была основана компания «Америкэн Экспресс», которая стала пионером в использовании дорожных чеков (1891 г) и различных туристских услуг.

Первые достопримечательности.

С древнейших времен достопримечательности были главной целью туристов. Многие слышали о семи чудесах света, к которым относятся:

Древнеегипетские пирамиды, включая Сфинкса (единственное чудо, сохранившееся до наших дней);

Висячие сады Семирамиды в Вавилоне (сейчас Ирак);

Мавзолей в Галикарнасе (Турция);

Статуя Зевса в Олимпии (Греция);

Статуя Гимоса, так называемый Колосс Родосский (остров Родос, примыкающий к Греции);

Маяк в Александрии (Египет);

Храм Артемиды, или Храм Дианы, в Эфесе (Турция);

К знаменитым мировым достопримечательностям относятся также;

Тадж Махал (Индия);

Великая китайская стена;

Город Петра (Иордания);

Гигантские пиктограммы (Перу);

Руины Машу-Пиешу (Перу);

Комплекс буддийских храмов Боробудур (остров Ява).

Как в античные времена путешествовали для того, чтобы посмотреть чудеса света, так современные туристы путешествуют, чтобы увидеть чудеса природы: Великий Каньон, Ниагарский водопад, национальные парки, океаны, озера, а также чудеса, построенные человеком: великие города, музеи, памятники.

Первые турагентства.

В 1822 г. Роберт Смарт из Бристоля (Великобритания) сообщил о себе как о первом пароходном агенте. Он начал регистрировать пассажиров на пароходы, курсирующие по Бристольскому каналу, а также в Дублин (Ирландия).

В 1841 г. Томас Кук организовал массовую прогулку (570 человек) от Ланкастера до Лонгоборуга железнодорожным составом, по цене 1 шиллинг с каждого пассажира. Это был первый публично рекламируемый экскурсионный поезд, а Кук – первый агент экскурсионных поездов. С 1847 г. компания Кука стала распространять специальные билеты на путешествия и экскурсии не только в пределах Англии, но и за рубежом. В 1863 г. Кук организовал большое туристское путешествие в Швейцарию, в 1868 г. – в Северную Америку.

Первым специалистом в организации индивидуальных эксклюзивных поездок был Томас Беннет, англичанин, который служил секретарем у британского консула в Осло (Норвегия). Находясь на этой должности, Беннет организовывал индивидуальные театральные туры в Норвегию. С 1850 г. он стал называть себя «организатором поездок» и предоставлял индивидуальным туристам маршруты, транспорт, питание и туристское снаряжение, заранее договаривался о лошадях и гостиничных номерах для клиентов.

Первые организованные экскурсии.

В конце XVII и первой половине XVIII в. под влиянием идей великих просветителей в некоторых учебных заведениях Европы начинают практиковаться краткие экскурсии и пешеходные прогулки для учащихся. Они проводились с целью обеспечения наглядности и предметности в системе обучения и воспитания по методу известного польского педагога Яна Амоса Коменского.

Начало экскурсионной деятельности в нашей стране было положено во второй половине XIX в. В этот период активно работает Общество любителей естествознания, имевшее свои организации в Петербурге, Москве, Казани, Екатеринбурге, Тифлисе и других городах России. В 1902 – 1909 гг. действовало Кавказское горное общество (Пятигорск). В 1905 г. создается одно из первых отечественных экскурсионных учреждений – Ялтинское экскурсионное бюро Крымско-Кавказского горного клуба. С 1899 г. при Педагогическом обществе в Москве работала комиссия по организации общеобразовательных экскурсий для учащихся гимназий, коммерческих и реальных училищ и школ, которая также координировала деятельность Центральной экскурсионной комиссии при Московском учебном округе.

Развитие экскурсионной деятельности сопровождалось открытием исторических, культурных и природоведческих памятников, музеев, выставок.

Во второй половине XIX в. в России получают распространение горные путешествия. В 1877 г. организуется первый в стране альпийский клуб при Кавказском обществе естествознания в Тифлисе. Созданный в 1890 г. в Одессе Крымский горный клуб открывает свои филиалы в Ялте и Севастополе. В конце XIX – начале XX в. развитию туризма стали уделять внимание многие научные и любительские общества, в частности Русское географическое общество, Общество любителей естествознания, Петербургское общество народных университетов и др.

Распространение экскурсий, горных восхождений, пеших походов и велосипедных прогулок, внимание к туризму и экскурсиям многих учебных заведений, организаций, научных и профессиональных обществ создали предпосылки для объединения любителей туризма и экскурсий в специализированные организации. Так, в 1895 г. создается Российское общество туристов (Российский туринг-клуб), а в 1901 г. – Русское горное общество. Оба общества были ведущими туристскими организациями до 1917 г.

Первые предприятия размещения.

Возникновение первых предприятий гостиничной индустрии связано с Древним Римом (примерно 50-й г. до н. э) В Римской империи было множество чиновников и купцов, которым приходилось часто выезжать по делам. Для их размещения стали строиться постоялые дворы, располагавшиеся вдоль главных дорог в городах и деревнях.

С упадком Римской империи (I в. н. э) постоялые дворы и таверны, потерявшие клиентуру, разорялись. Только спустя четыре века, в эпоху средневековья, с развитием торговли и путешествий стали возрождаться предприятия размещения.

Бурное развитие европейской экономики в эпоху Возрождения, появление новых ремесел, расширение торговли между странами – всё это также способствовало росту потребности в постоялых дворах.

Англичане, путешествующие по Европе или переселявшиеся в Америку, приносили с собой опыт строительства и управления тавернами и постоялыми дворами, который и положил начало современной гостиничной индустрии.

История развития транспорта.

Транспортные компании и организации – одна из главных движущих сил современного международного туристского рынка. Самими ранними видами транспорта были упряжки, лодки и колёсные повозки. В настоящее время это авиация, автомобили, теплоходы морские и речные, железнодорожные поезда.

Автобусный транспорт.

Почтовые кареты, изобретенные в Венгрии в XV в., стали предшественниками автобусов. Первые автобусы были изобретены в Англии в 1830 г. Они предназначались для перевозки небольших групп пассажиров, приводились в движение паровым двигателем и назывались омнибусами.

В 1885 г. в Германии был сооружен восьмиместный автобус с одноцилиндровым двигателем мощностью 6 лошадиных сил. К 1915 г. автобус стал доступным общественным городским транспортом во многих городах мира. В США первый автобус классической конструкции был построен в 1922 г. В послевоенные годы автобусостроение стало активно развиваться и превратилось в мощную самостоятельную индустрию. Для автобусов стали использоваться дизельные и бензиновые двигатели мощностью от 200 лошадиных сил и более. Автобусы изготавливались большой вместимости – до 50 человек. В Англии была изобретена конструкция двухэтажного автобуса.

Водный транспорт.

Начало морского туризма можно отнести к середине XIX в. Первые сообщения о специально организованных рейсах морских пассажирских судов с целью отдыха относятся к 1835 г., когда в Англии были объявлены регулярные прогулочные рейсы между северными островами Британии и Исландии. В 1837 г. была основана судовладельческая компания «P&O».

Наряду с морскими путешествиями активно развивались и речные маршруты. В 1843 г. Томас Кук организовал лодочные экскурсии по Темзе; одновременно на другом континенте «Америкэн Экспресс» выполняла экскурсии по Миссисипи.

Обострившаяся в начале XX в. конкуренция вынуждала судовладельцев постоянно улучшать условия проживания на судне, отделку кают и всю систему обслуживания пассажиров в рейсе, что быстро превратило суда в высококомфортабельные плавучие гостиницы.

В 1907 г. на воду были спущены трансатлантические лайнеры «Сириус», «Лузитания», «Мавритания», в 1912 г. – «Титаник», в 1914 г. – «Император» и «Фатерланд», которые пересекали океан практически за неделю.

История советского морского туризма начинается с 1957 г., когда всесоюзное акционерное общество «Интурист» начало осуществлять на арендуемых пассажирских судах «Победа» и «Грузия» морские путешествия из Одессы в Ленинград, вокруг Европы, а на «Петре Великом» - по Черному морю для туристов из соцстран.

В 1960 г. был организован первый круиз с советскими туристами на «адмирале Нахимове» вдоль Крымско-Кавказского побережья; в 1962 г. – на теплоходе «Григорий Орджоникидзе» вдоль Дальневосточного побережья продолжительностью 20 суток. В этот же период морской туризм начал развиваться на Балтике.

Железнодорожный транспорт.

Появление железных дорог произвело настоящую революцию в путешествиях. Обширные сети железных дорог Северной Америки и Европы сделали железнодорожные станции центрами близлежащих районов.

Пионером и крупнейшей фирмой в мире, имеющей более чем вековую историю и профессионально занимающейся железнодорожным туризмом до настоящего времени, является компания «International Company of Wagons-Lit», основанная братьями Пульман в 1872 г. в США.

В 1884 г. была основана компания «International Company of Wagon Lit and Grand Express of Europe» для сообщения между столицами европейских стран. С конца XIX и в начале XX в. эта компания построила и ввела в эксплуатацию большое количество маршрутов, значительная часть которых существует до сих пор. Маршруты поездов соединили Париж со Стамбулом, Москву с Владивостоком и т.д. В 1918 г. Россией было национализировано более 160 вагонов, принадлежащих компании.

После второй мировой войны компания реорганизовалась и стала называться «International Company of Wagon Lit & Tourism». Она вновь восстановила свои маршруты и стала создавать свою туристскую индустрию, связанную с туристскими железнодорожными маршрутами, занялась строительством отелей, ресторанов, созданием туристских агентств.

Автомобильный транспорт.

Начало XX в. связано с возникновением и развитием принципиально нового вида транспорта – автомобильного. В 1920 –е гг. возникает сеть автомобильных дорог, что приводит к доминированию автомобилей в туристской индустрии. Сегодня автомобиль используется в 84% всех международных поездок. Автотуристы стали причиной появления первых туристских площадок (1920-е годы), которые впоследствии превратились в мотели.

Авиационный транспорт.

Первый полет на воздушном шаре выполнен в Москве в 1805 г.

В 1852 г. состоялся первый полет на аэростате с паровым двигателем, построенном французом А. Жиффаром.

Модели первых самолетов с неподвижным крылом сконструировал русский изобретатель Д.Ф. Можайский. В 1882 г. первый в мире самолет поднялся в воздух.

В 1910 г. совершил полет самолет конструкции инженера А.С. Кудашева. Вскоре поднялись в воздух самолеты конструкции Я.М. Гаккеля, И.И. Сикорского и др.

Регулярные воздушные перевозки впервые появились в Германии. Это был маршрут «Берлин – Лейпциг – Веймар», а перевозчик позднее стал известен как «Lufthansa».

Скорость, комфорт и относительная безопасность сделали авиапутешествия лидирующим видом транспорта в туристских перевозках.

Тема № 4. Законодательная база по лицензированию туристской

деятельности

Основой законодательной базы по лицензированию туристской деятельности является Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 08.08. 2001 г.

Деятельность, на осуществление которой лицензия предоставляется федеральным органом исполнительной власти или органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, может осуществляться на всей территории Российской Федерации.

В соответствии с законом, представлен перечень видов деятельности, связанных с предоставлением туристских и гостиничных услуг, на осуществление которых требуются лицензии:

перевозки пассажиров морским транспортом;

перевозки грузов морским транспортом;

перевозки пассажиров внутренним водным транспортом;

перевозки грузов внутренним водным транспортом;

перевозки пассажиров воздушным транспортом;

перевозки грузов воздушным транспортом;

перевозки пассажиров автомобильным транспортом, оборудованным для перевозок более 8 человек;

перевозки пассажиров на коммерческой основе легковым автомобильным транспортом;

перевозки грузов автомобильным транспортом;

перевозки грузов железнодорожным транспортом;

туроператорская деятельность;

турагентская деятельность;

деятельность по продаже прав на клубный отдых.

Непосредственно для осуществления услуг по организации туризма существуют Положение о лицензировании туроператорской деятельности и Положение о лицензировании турагентской деятельности.

Положение о лицензировании туроператорской деятельности.

1. Данное положение определяет порядок лицензирования туроператорской деятельности, осуществляемой на территории Российской Федерации юридичекими лицами и индивидуальными предпринимателями.

2. Лицензирование туроператорской деятельности осуществляется соответствующим лицензирующим органом (Департаментом, министерством).

3. Срок действия лицензии на осуществление туроператорской деятельности - 5 лет.

4. Лицензионными требованиями и условиями при осуществлении туроператорской деятельности являются:

- наличие в штате туроператора – юридического лица не менее 7 сотрудников, осуществляющих туроператорскую деятельность;

- наличие у туроператора – юридического лица не менее 30% (по штатному расписанию) работников, имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма, либо стаж работы в туризме не менее 5 лет, а также наличие у руководителя туроператора высшего или среднего специального образования, а также стажа работы в туризме не менее 5 лет;

- наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопсности;

- повышение не реже одного раза в 3 года квалификации работников юридического лица, осуществляющего туроператорскую деятельность, а также туроператора – индивидуального предпринимателя;

- доведение в установленном полядке до каждого туриста исчерпывающей информации об особенностях выезда и пребывания в иностранном государстве, о специфике поведения во время туристской поездки, в том числе о необходимости уважения местных традиций и обычаев, бережном отношении к культурному наследию и окружающей среде и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;

- оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора соответствующего требованиям законодательства РФ;

- предоставление клиенту исчерпывающей информации о режиме работы туроператора, его месте нахождения, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, ФИО должностных лиц, ответственных за ведение конкретных направлений туристской деятельности.

5. Для получения лицензии её соискатель представляет в соответствующий лицензирующий орган следующие документы:

заявление о предоставлении лицензии;

копии учредительных документов и свидетельства о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица;

копия свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговом органе;

документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора за рассмотрение лицензирующим органом заявления о предоставлении лицензии;

сведения о квалификации работников соискателя лицензии.

6. Контроль за соблюдением лицензиатом лицензионных требований и условий осуществляется на основании предписания руководителя лицензирующего органа, в котором определяется лицензиат, сроки проведения проверки и состав комиссии, осуществляющей проверку. По результатам проверки составляется акт с указанием конкретных нарушений, который подписывается всеми членами комиссии. Лицензиат должен быть ознакомлен с результатами проверки, и в акте должна быть сделана соответствующая запись о факте ознакомления. Срок проведения проверки устранения лицензиатом нарушений, повлекших за собой приостановление действия лицензии, не должен превышать 15 дней со дня получения от лицензиата уведомления об устранении нарушений.

7. Лицензиат обязан письменно информировать лицензирующий орган в 15-ти дневный срок об изменении почтового адреса и адресов собственных или используемых им для осуществления туроператорской деятельности объектов, а также обеспечить условия для проведения проверок, в том числе предоставлять необходимую информацию и документы.

8. Лицензирующий орган ведет реестр, в котором указывается:

- наименование лицензирующего органа;

- лицензируемая деятельность;

- сведения о лицензиатах с указанием кода по Общероссийскому классификатору предприятий и организаций и идентификационного номера налогоплательщика;

- адреса зданий, помещений, используемых для осуществления лицензируемой деятельности;

- дата принятия решения о выдаче лицензии;

- номер лицензии;

- сведения о регистрации лицензии в реестре лицензий;

- срок действия лицензии;

- сведения о продлении срока действия лицензии;

- сведения о переоформлении лицензии;

- основания и даты приостановления и возобновления действия лицензии;

- основания и даты аннулирования лицензии.

9. Лицензирующий орган при принятии решения о предоставлении лицензии руководствуется Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 08.08. 2001 г.

Положение о лицензировании турагентской деятельности

1. Настоящее Положение устанавливает порядок лицензирования турагентской деятельности, осуществляемой на территории РФ юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

2. Федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным на осуществление лицензирования турагентской деятельности, является Министерство экономического развития РФ.

3. Срок действия лицензии – 5 лет.

4. Лицензионными требованиями и условиями являются:

- наличие у турагента – юридического лица не менее 20% (по штатному расписанию) работников, имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма, либо стаж работы в туризме не менее 3 лет;

- наличие у руководителя турагента – юридического лица высшего или среднего специального образования, а также стажа работы в туризме не менее 3 лет;

- наличие у турагента – индивидуального предпринимателя высшего, среднего специального или дополнительного образования в области туризма, а также стажа работы в туризме не менее 3 лет;

- наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопасности;

- повышение квалификации сотрудников турагента – юридического лица, а также турагента – индивидуального предпринимателя не реже одного раза в 3 года;

- доведение в установленном полядке до каждого туриста исчерпывающей информации об особенностях выезда и пребывания в иностранном государстве, о специфике поведения во время туристской поездки, в том числе о необходимости уважения местных традиций и обычаев, бережном отношении к культурному наследию и окружающей среде и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;

- оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора соответствующего требованиям законодательства РФ;

- предоставление клиенту исчерпывающей информации о режиме работы туроператора, его месте нахождения, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, ФИО должностных лиц, ответственных за ведение конкретных направлений туристской деятельности.

5. Для получения лицензии её соискатель представляет в соответствующий лицензирующий орган следующие документы:

заявление о предоставлении лицензии;

копии учредительных документов и свидетельства о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица;

копия свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговом органе;

документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора за рассмотрение лицензирующим органом заявления о предоставлении лицензии;

сведения о квалификации работников соискателя лицензии.

6. Контроль за соблюдением лицензиатом лицензионных требований и условий осуществляется на основании предписания руководителя лицензирующего органа.

7. Лицензирующий орган ведет реестр, в котором указывается:

- наименование лицензирующего органа;

- лицензируемая деятельность;

- сведения о лицензиатах с указанием кода по Общероссийскому классификатору предприятий и организаций и идентификационного номера налогоплательщика;

- адреса зданий, помещений, используемых для осуществления лицензируемой деятельности;

- дата принятия решения о выдаче лицензии;

- номер лицензии;

- сведения о регистрации лицензии в реестре лицензий;

- срок действия лицензии;

- сведения о продлении срока действия лицензии;

- сведения о переоформлении лицензии;

- основания и даты приостановления и возобновления действия лицензии;

- основания и даты аннулирования лицензии.

За предоставление лицензии взимается лицензионный сбор в размере (2004 г) 1300 рублей.

Правила предоставления туристских услуг.

1. Общие положения.

1.1. Настоящие Правила разработаны на основе Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Закона РФ «О защите прав потребителей», государственных стандартов РФ по туристско-экскурсионному обслуживанию и других нормативных документов.

1.2. Правила устанавливают порядок предоставления потребителям (клиентам) туристских услуг независимо от того, является ли турфирма туроператором или турагентом, и реализует туристский продукт, разработанный другой фирмой. Под клиентом понимается юридическое или физическое лицо, заключившее с предприятием договор на предоставление туристских услуг и оплатившее их.

1.3. Турфирма заявляет, что основной её задачей является предоставление клиентам услуг и гарантия их прав в соответствии с требованиями ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» и Закона РФ «О защите прав потребителей» и международными и российскими стандартами и нормами.

1.4. В целях обеспечения высокого качества обслуживания турфирма проводит сертификацию предоставляемых ею услуг и осуществляет внутренний контроль качества путем периодического опроса клиентов.

2. Гарантии туристской фирмы.

2.1. Турфирма гарантирует своим клиентам:

- безопасность своих услуг для жизни, здоровья клиентов, а также сохранность их имущества при соблюдении рекомендаций турфирмы;

- получение ими услуг, обусловленных в договоре, путевке и ваучере.

2.2. Турфирма обязуется:

- не допускать в рекламных материалах появления ложных или недоставерных сведений о фирме и её услугах;

- предоставлять своим клиентам полную и достоверную информацию о фирме, объеме и качестве предоставляемых услуг, их стоимости, соответствии международным и российским стандартам, их сертификации;

- при реализации услуг по описанию, приведенному в информационном листке, договоре, путевке и ваучере предоставить клиенту услуги, соответствующие описанию;

- проводить замену недоброкачественной услуги на аналогичную доброкачественную (или более высокого качества) без доплаты со стороны клиента, а в случае, если это не предоставляется возможным, снижать цену на услугу и выплатить клиенту компенсацию;

- возместить в полном объеме ущерб, причиненный клиенту, его здоровью и имуществу вследствие недостатков услуг фирмы.

3. Правила заключения договора:

3.1. Отношения между клиентом и туристской фирмой возникают с момента заключения между ними договора на предоставление туристских услуг или подачи заявки (листа бронирования) и регулируются ГК РФ, ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», Законом РФ «О защите прав потребителей», иными законодательными актами РФ и настоящими Правилами. Договор заключается в письменном виде в двух экземплярах.

3.2. Туристская путевка, свидетельствующая о наличии договора между турфирмой и клиентом и отражающая перечень услуг и их особые условия, которые клиент должен получить по ее предъявлению в надлежащем месте и в надлежащее время, выдается клиенту после полной оплаты клиентом стоимости тура.

3.3. Договор между клиентом и турфирмой составляется на условиях, не ущемляющих права потребителей услуг по сравнению с правилами, установленными законодательством. Условия договора, ущемляющие права потребителей, признаются недействительными.

3.4. Перед заключением договора турфирма обязана предоставить клиенту необходимую и достоверную информацию о туристской услуге, включающей:

- описание туристского путешествия, пунктов пребывания, продолжительности пребывания, условий размещения, программы обслуживания в каждом пункте путешествия;

- стоимость тура. Если в договоре не указано иное, в стоимость тура входит перевозка от аэропорта до гостиницы и обратно, питание в соответствии с программой, указанное в договоре, экскурсии и услуги гида – переводчика и страховой полис;

- информацию относительно правил перевозки. Перевозка клиента осуществляется по правилам перевозчика. Именной билет клиента является договором с перевозчиком, в соответствии с которым всю ответственность за предоставляемые услуги несет перевозчик. Турист самостоятельно несет транспортные и иные расходы, связанные с прибытием к указанному месту сбора тургруппы и начала тура, а также аналогичные расходы по возвращении домой по завершении поездки.

- сумму задатка (или процент от цены тура) и срок внесения полной стоимости тура.

- информацию относительно оформления паспортов, виз и особенностях въезда в отдельные страны;

- краткое описание каждого пункта туристского путешествия;

- описание достопримечательностей, особенностей местности и климата, погодных условий на период поездки, особенностей пребывания и информацию о правилах и специфике поведения во время турпоездки, в том числе об уважении местных обычаев и святынь, наличии инфекционных и паразитарных заболеваний и выдаче клиенту памяток по их профилактике, разъяснении необходимости прививок перед посещением ряда стран;

- перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату;

- информацию о приеме родителей с детьми и возможных возрастных ограничениях и ограничениях по медицинским показаниям;

- рекомендации при оформлении медицинской страховки (информация о правилах поведения туриста при наступлении страхового случая;

- указания о том, что для предоставления туруслуги требуется минимальное количество участников и предельный срок информирования клиента в случае, если поездка будет аннулирована по причине недобора группы.

3.5. Описание туристского путешествия конкретизируется в программе обслуживания, которая включает:

- маршрут путешествия;

- перечень турфирм – исполнителей услуг;

- перечень экскурсий;

- комплекс досуговых мероприятий;

- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;

- виды и категория транспорта для внутримаршрутных перевозок;

- информацию о порядке поселения в гостинице.

3.6. Информация по пп.3.4. – 3.5. приводится в информационных листках и рекламных материалах и может уточняться в договоре.

4. Обеспечение безопасности клиентов.

4.1. Обеспечение безопасности жизни и здоровья клиентов достигается следующими мерами и мероприятиями:

- надлежащим оформлением документации на маршрут;

- информацией клиентов о сертификации по обязательным требованиям безопасности;

- соответствием договорной документации требованиям российских законов;

- проведением инструктажей по безопасности с учетом специфики маршрута и предоставляемых услуг с выдачей соответствующих памяток по правилам поведения в районах с неблагополучной эпидемиологической обстановкой;

- рациональным построением программы тура с обеспечением достаточного времени для отдыха и учетом возрастных и психофизиологических особенностей и интересов клиентов при формировании туристской группы;

- медицинским страхованием клиентов;

- гарантиями турфирмы возместить клиенту понесенный им ущерб вследствие недостатков услуг фирмы.

5. Обеспечение качества обслуживания.

5.1. Обеспечение качества обслуживания достигается следующими мерами:

- назначением ответственного лица, персонально отвечающего за организацию и ведение работ по качеству услуг;

- организацией внутреннего контроля за качеством услуг;

- постоянным повышением профессионального мастерства персонала и культуры обслуживания;

- сертификацией услуг турфирмы по требованиям российских нормативных документов;

- постоянным опросом клиентов о качестве оказываемых турфирмой услуг и выработкой корректирующих мероприятий по устранению недостатков.

6. Основные права и обязанности клиентов.

6.1. Клиенты имеют право:

- получить необходимую информацию о поездке (программе, маршруте, дате, условиях обслуживания, стоимости), а также своевременное уведомление об изменениях;

- получить туристские услуги, предусмотренные договором с фирмой;

- аннулировать свой заказ;

- получить возмещение стоимости непредоставленных услуг или компенсацию в случае обслуживания, не соответствующего условиям договора.

6.2. Клиент обязан:

- ознакомиться с условиями поездки, приведенными в договоре;

- заключить с фирмой договор на предоставление услуг и внести сумму аванса;

- своевременно предоставить фирме необходимые документы для оформления выездных документов;

- своевременно прибыть на пункт сбора группы, имея при себе паспорт, путевку, ваучер, доверенность на детей, справку из банка на провоз валюты сверх установленного количества и другие необходимые документы;

- соблюдать правовые нормы РФ и страны посещения и нести персональную ответственность за их соблюдение;

- возместить причиненный иностранной фирме, организациям – посредникам турфирмы и гражданам ущерб непосредственно на месте причинения вреда в соответствии с правилами, действующими на территории пострадавшей стороны;

- оплатить все заказанные дополнительные услуги.

7. Обязанности права турфирмы.

7.1. Турфирма обязана;

- организовать туристское обслуживание в соответствии с заключенным с клиентом договором и настоящими Правилами;

- оформить для клиентов необходимые туристские и проездные документы;

- своевременно подать в посольство страны назначения документы на получение иностранных виз. При этом фирма не несет ответственности за отказ клиенту в визе, а также всевозможные задержки в выдаче документов по вине иностранных представительств;

- своевременно (в течение 3 дней после получения сведений от контрагентов) информировать клиента о прошедших изменениях в условиях поездки (изменение сроков, условий обслуживания) и получить подтверждение (или отказ) клиента. В случае, если по истечении 3 дней после извещения клиент не отказывается от поездки, фирма считает, что клиент согласен с предложенными изменениями;

- выплатить клиенту расходы, возникшие у него по вине фирмы;

- оказать клиенту содействие в получении клиентом страховой суммы в соответствии с правилами страхования.

7.2. Турфирма имеет право:

- вносить по согласованию с клиентом до начала поездки изменения в программу и условия тура, вызванные форс-мажорными обстоятельствами;

- вносить изменения в ходе самой поездки, если таковые возникли в связи с форс-мажорными обстоятельствами. При этом фирма будет принимать все меры к тому, чтобы по возможности сохранить характер и классность оплаченных клиентом услуг;

- расторгнуть договор с клиентом, если клиент в установленный в договоре срок не оплатил полностью стоимость поездки. При этом фирма никакой ответственности перед клиентом не несет;

- взыскать с клиента штраф в случаях и размерах, оговоренных в договоре.

8. Изменение условий договора.

8.1. Изменения согласованной сторонами цены тура возможно лишь в случае изменения цены на транспорт, сборов в аэропортах и валютных курсов.

8.2. В случае, если повышение цены превышает указанное в п.7.2, клиент имеет право отказаться от поездки с возвращением ему всех уплаченных ранее сумм.

8.3. Если после отъезда клиента окажется по каким-либо причинам (исключая форс-мажорные) невозможным предоставление в договоре услуг, турфирма предоставляет клиенту услугу аналогичную или более высокого качества без каких-либо расходов со стороны клиента либо возмещает ему разницу между запланированными и реально предоставленными услугами.

9. Условия страхования.

9.1. Клиент, как правило, должен иметь страховку, обеспечивающую возмещение как минимум медицинских и других расходов при несчастном случае или внезапном заболевании. Турфирма обязана удостовериться в том, чтобы страховой полис был действителен в стране пребывания клиента и по нему в случае необходимости было бы предоставлено соответствующее обслуживание и информация о наступлении страхового случая была сообщена страховой компании в установленные сроки.

10. Претензии.

10.1. Клиенты имеют право предъявлять претензии в следующих случаях:

- турфирме – в случае непредоставления согласованного обслуживания или некачественного выполнения договорных условий;

- контрагентам фирмы (перевозчикам, гостиницам) через представителя фирмы – в случае отмены или задержки рейса, порчи или утраты багажа клиента, за исключением претензий по случаю пропажи денег и ценностей, которые рекомендуется сдавать на хранение в сейфе гостиницы и не оставлять в багаже при перевозке по маршруту;

- страховым компаниям – в случае наступления страхового случая для возмещения оплаты медицинского обслуживания.

10.2. Претензии во время поездки предъявляются через представителя турфирмы виновному юридическому или физическому лицу с тем, чтобы претензия была удовлетворена сразу на месте причинения вреда. Если подача претензии непосредственно в ходе поездки по объективным причинам оказалась невозможной, клиент имеет право подать её непосредственно турфирме в срок не позднее двадцати дней с момента возвращения из поездки.

10.3. претензии подаются в письменном виде с приложением документов, подтверждающих факт случившегося (протоколы, медицинские справки, акты, квитанции и пр).

10.4. Не подлежат рассмотрению претензии и возмещение ущерба в случаях:

- если ущерб понесен по вине или небрежности клиента;

- если ущерб полностью возмещен по страховке в соответствии с правилами страхования.

11. Условия аннуляции туров и форс-мажорные обстоятельства.

11.1. Конкретные условия аннуляции туров со стороны турфирмы и клиента и возникающая в связи с этим ответственность, а также форс-мажорные обстоятельства приводятся в Договоре.

Должностные инструкции персонала.

1. Должностные инструкции директора

Директор обязан:

- разрабатывать новые программы в странах, с которыми компания еще не работала;

- вести официальную переписку с иностранными партнерами с целью получения конфиденциальных тарифов и контрактов;

- проанализировать полученные тарифы, сравнить их, провести маркетинговые исследования на туристском рынке для получения конкурентоспособных цен;

- подготовить контракт для сотрудничества с иностранными партнерами;

- работать с агентской сетью, участвовать в конференциях, семинарах, презентациях, на выставках;

- при необходимости выезжать к региональным агентствам с целью привлечения их к работе со своим агентством;

- принимать участие в разработке рекламы фирмы;

- с уважением относиться к клиентам и посетителям;

- контролировать работу менеджерского состава, нести ответственность за работу всего туристского отдела в целом;

- давать точные инструкции курьерам, менеджерам при оформлении документов клиентов, отправляющихся в туристические поездки;

- своевременно информировать бухгалтерию о необходимости выставления счетов для оплат по безналичному расчету при работе с организациями;

- аккуратно вести делопроизводство, хранить документацию в специальных файловых папках в хронологическом порядке. Указывать в факсовых сообщениях куда, кому и от кого направляется документ, ставить число, прикреплять к каждому отправленному сообщению подтверждение об отправке;

- хранить коммерческую тайну фирмы, которая включает названия, адреса, номера телефонов и факсов юридических и физических лиц – партнеров фирмы, имена и фамилии партнеров фирмы, себестоимость авиабилетов, страхования туристов, обслуживания в отелях, размеры должностных окладов, а также, сведения о родственниках сотрудников, домашние телефоны и адреса, специальные электронные коды и пароли, используемые на работе;

- при возникновении конфликтных ситуаций с клиентами постараться разрешить спорные вопросы.

Директор несёт ответственность:

- за бездействие или ненадлежащее исполнение своих обязанностей;

- за корректное обращение с клиентами фирмы;

- за исполнение приказов и распоряжений руководства фирмы;

- за сохранность вверенной ему документации фирмы;

- за сохранность вверенного ему имущества;

- за разглашение коммерческой тайны фирмы;

- за разглашение информации о клиентах третьим лицам, если это не связано с выполнением им своих служебных обязанностей, кроме случаев, предусмотренных действующим законодательством.

2. Должностные инструкции менеджера:

Менеджер туристского отдела обязан:

- отвечать на рекламные телефонные звонки подробно, четким и уверенным голосом, разъяснять подробности низовой поддержки, особенности поведения туристов в стране пребывания, давать полное описание места размещения туриста;

- разрабатывать программы пребывания в стране (странах), которые он ведёт, то есть быть создателем группового или индивидуального тура;

- с уважением относиться к клиентам и посетителям фирмы;

- проверить паспорт(а) клиента(ов), уделив особое внимание сроку окончания действия паспорта, наличия предыдущих виз и отказов консульских служб посольства той или иной страны в выдаче въездной визы;

- обговорить все детали предстоящей поездки с клиентом и правильно оформить заказ – заявку на поездку;

- оформлять туристскую путевку, договор с клиентом, заявку на тур и проездные документы туриста своевременно, внося четкую и правильную информацию;

- правильно и своевременно вносить паспортные данные туристов в журнал регистрации (ФИО по-русски, имя и фамилия в латинской транскрипции, серия и номер паспорта, когда и кем выдан, дата рождения, домашний адрес, телефон, место работы, для женщин – указать девичью фамилию, другие сведения, если они необходимы для оформления тура), помогать туристу в заполнении анкет для получения виз;

- дать точные инструкции курьеру по оформлению и получению виз в различных посольствах и консульствах;

- выдавать туристам памятку для каждого направления под расписку;

- все изменения в заказанный тур вносить только на основании письменного заявления клиента;

- выдавать клиентам сопроводительную записку для оплаты в кассу, где указывать ФИО туриста, куда и на какой срок вылетает, сумму подлежащую оплате, и курс, по которому проводится оплата. После чего выдавать на основании предъявленного туристом корешка приходно-кассового ордера, копию которого прикреплять к экземпляру Договора, остающегося у фирмы, путевку и Договор с клиентом;

- своевременно информировать дирекцию и бухгалтерию фирмы о необходимости проведения оплат. В случае получения в кассе денег под отчет предоставлять документ, подтверждающий произведенные расходы (корешок приходно-кассового ордера поставщика с круглой печатью, авансовый отчет);

- своевременно информировать бухгалтерию о необходимости выставления счетов для оплаты по безналичному расчету при работе с организациями;

- вести переписку с зарубежными туроператорами и партнерами фирмы, контролировать бронирование отелей, получение подтверждения, приглашений на визы, оформление проездных документов;

- посетить страну, которой он занимается, с целью ознакомления с культурой, традициями, экскурсионной программой, отелями;

- отправлять официальные факсы на бланках фирмы только за подписью генерального директора и заместителя генерального директора;

- аккуратно вести делопроизводство, хранить документацию в специальных файловых папках в хронологическом порядке;

- указывать в факсимильных сообщениях куда, кому и от кого направляется документ, ставить число, прикреплять к каждому отправленному сообщению подтверждение об отправке;

- своевременно составлять и отправлять в страховую компанию списки туристов на страхование, содержащие всю необходимую информацию;

- отмечать в журнале регистрации туристов, из какого источника была получена информация туристами о фирме;

- информировать дирекцию фирмы о предложениях, поступающих от туристов фирмы, туроператоров и агентов, запросах на дополнительные услуги;

- хранить коммерческую тайну фирмы, которая включает названия, адреса, номера телефонов и факсов юридических и физических лиц – партнеров фирмы, имена и фамилии партнеров фирмы, себестоимость авиабилетов, страхования туристов, обслуживания в отелях, размеры должностных окладов, а также сведения о родственниках сотрудников, домашние телефоны и адреса, специальные электронные коды и пароли, используемые при работе;

- привлекать к работе помощников менеджера;

- при возникновении конфликтных ситуаций с клиентом фирмы незамедлительно информировать генерального директора или заместителя генерального директора: обращаться в дирекцию с докладной запиской.

Менеджер туристского отдела несет ответственность:

- за соответствие паспортных данных и достоверность занесенной в журналы информации, своевременность отправки факсов на визовую поддержку и бронирование;

- за правильность подписываемых счетов и представлений об оплатах в бухгалтерию, достоверность данных в списках на визовую поддержку и страхование туристов;

- за бездействие или ненадлежащее исполнение своих обязанностей;

- за информацию, предоставляемую клиентам по телефону и при оформлении туристской путевки, обеспечение всех туристов договорами с клиентом, памятками туристу;

- за корректное обращение с клиентами фирмы;

- за исполнение приказов и распоряжений руководства фирмы;

- за сохранность вверенной ему документации фирмы;

- за сохранность вверенного ему имущества;

- за разглашение тайны фирмы;

- за разглашение информации о клиентах третьим лицам, если это не связано с выполнением им (менеджером) своих служебных обязанностей, кроме случаев, предусмотренных действующим законодательством.

3. Должностные инструкции помощника менеджера:

Помощник менеждера туристского отдела обязан:

- помогать менеджеру, к которому он прикреплен, в подготовке необходимых документов при организации тура, заказанного клиентом;

- отвечать на рекламные телефонные звонки подробно, четким и уверенным голосом, разъяснять подробности визовой поддержки, особенности поведения туристов в стране пребывания, давать полное описание места размещения туриста;

- с уважением относиться к клиентам и посетителям фирмы;

- проверять паспорт(а) клиента(ов), уделив особое внимание сроку окончания действия паспорта, наличия предыдущих виз и отказов консульских служб посольства той или иной страны в выдаче въездной визы;

- при необходимости исполнить курьерские функции для оформления и получения виз в различных посольствах и консульствах;

- выдавать туристам полный пакет документов под расписку (авиабилеты, паспорт с визой, если страна посещения имеет визовый режим, страховку, ваучер на проживание, памятку для каждого направления);

- принимать участие в составлении программы вместе с менеджером с целью освоения данного направления;

- отправлять официальные факсы на бланках фирмы только за подписью генерального директора и заместителя генерального директора;

- помогать менеджеру вести внутреннюю переписку при составлении тура;

- учиться и далее помогать составлять и отправлять в страховую компанию списки туристов на страхование, содержащие всю необходимую информацию;

- отмечать в журнале регистрации туристов, из какого источника была получена информация туристами;

- хранить коммерческую тайну фирмы, которая включает в себя названия, адреса, номера телефонов и факсов юридических и физических лиц – партнеров фирмы, себестоимость авиабилетов, страхования туристов, обслуживания сотрудников, домашние телефоны и адреса, специальные электронные коды и пароли, используемые при работе. Перенимать методы работы менеджера;

- изучать специальную литературу, касающуюся сферы туризма в целом и относящуюся непосредственно к своему направлению. Использовать различного рода советы и рекомендации.

Помощник менеджера туристского отдела несет ответственность:

- за бездействие или ненадлежащее исполнение своих обязанностей;

- за информацию, предоставляемую клиентам по телефону и при оформлении туристской путевки, обеспечение всех туристов договорами с клиентом, памятками туристу;

- за корректное обращение с клиентом фирмы;

- за исполнение приказов и распоряжений руководства фирмы;

- за сохранность вверенной ему документации фирмы;

- за сохранность вверенного ему имущества;

- за разглашение информации о клиентах третьим лицам, если это не связано с выполнением им своих служебных обязанностей, кроме случаев, предусмотренных действующим законодательством.

Тема № 5. Туристский рынок

1. Сущность, содержание и функции туристского рынка.

Туристский рынок можно рассматривать в качестве:

- совокупности покупателей и продавцов туристского продукта;

- инструмента согласования интересов покупателей и продавцов туристского продукта;

- сферы реализации туристского продукта;

- сферы проявления экономических отношений между покупателями и продавцами туристского продукта.

В широком плане туристский рынок означает место, где происходят сделки купли – продажи туристского продукта (туров, отдельных услуг туризма или товаров для туристов).

При этом следует иметь в виду, что указанные сделки не всегда осуществляются в одном и том же месте, например в месте приема туристов в гостинице или у туроператоров. Она может состояться и без прямого вовлечения продавца и покупателя туристского продукта, например посредством телеграммы, факса, телефонного звонка или по чеку. Это вызвано тем, что туристский рынок не ограничен специфическим местом или географической зоной.

Сущность туристского рынка выражается в его функциях. Туристский рынок выполняет следующие функции:

- реализацию стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;

- организацию процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);

- экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Туристский рынок характеризуется емкостью, уровнем сбалансированности спроса и предложения, условиями реализации туристского продукта.

Емкость туристского рынка – его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, то есть возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско – сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Вышеуказанная величина зависит от объема платежеспособного спроса населения и размеров туристского предложения. Емкость туристского рынка нельзя рассматривать в отрыве от уровня цен, которые являются существенным элементом рынка. В зависимости от уровня цен на туристский продукт при той же емкости рынка (общего объема спроса) потребность в туристском продукте может быть различной: при повышении цен она сокращается, при снижении – увеличивается.

На туристском рынке сталкиваются спрос на туристский продукт, который предъявляет турист, и предложение туристского продукта, которое предлагает туристская фирма.

Спрос на туристский продукт представляет собой форму проявления потребности населения в туристском продукте, обеспеченную денежными средствами. Такой спрос называется платежеспособным.

Предложение на туристском рынке – это вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско – сувенирного назначения.

Предложение туристского продукта обусловлено определенными предпосылками, среди которых наиболее важными являются: наличие производителей туристского продукта, уровень развития туристской индустрии, объем туристских ресурсов.

Обмен спроса на предложение на туристском рынке означает обмен денег туриста на туристский продукт. При таком обмене, с одной стороны, происходит удовлетворение интересов конкретного производителя (продавца) и конкретного потребителя (покупателя), с другой – создаются условия для расширенного воспроизводства. Данный процесс зависит от цены на туристский продукт. Существует правило: на рынке ценой всегда командует спрос: если спрос превышает предложение – цены поднимаются; если же предложение превышает спрос – цены снижаются.

2. Сегментация туристского рынка.

Сегментация рынка – это деление «рынка вообще» на однородные удельные рынки, то есть на отдельные звенья (сегменты) рынка.

Разделение туристского рынка на отдельные сегменты должно производиться по определенным критериям. В настоящее время нет единых системы критериев и метода сегментации туристского рынка.

Сегментацию спроса целесообразно проводить по трем группам критериев:

1. Географические;

- страна прибытия туризма;

- географическая цель туристской поездки

2. Социальные;

- возраст;

- пол;

- профессия;

- тип семьи;

- национальность;

- религиозные убеждения;

- доход и др.

3. Психологические;

- мотив поездки;

- сезонность;

- организация поездки;

- длительность поездки и др.

Основные группы критериев сегментации спроса на туристский продукт приведены в таблице.

Сегментация спроса на туристский продукт.

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии | Сегменты спроса |
| Географические критерии |
| Страна прибытия туриста | Въездной |
| Выездной |
| Внутренний |
| Географическая цель туристской поездки | Туризм по странам мира |
| Туризм по отдельным регионам мира |
| Туризм по отдельным регионам страны |
| Социальные критерии |
| Возраст | Молодежный туризм (до 30 лет)  |
| Туризм «сениоров» (от 30 до 45 лет и от 45 до 55 лет)  |
| Детский туризм |
| Туризм по возрастным группам |
| Пол | Женский туризм |
| Мужской туризм |
| Смешанный туризм |
| Профессия туриста | Множество сегментов по профессиональному признаку |
| Специальные туры для сотрудников различных отраслей экономики, политики, общественной жизни |
| Профессия главы семьи | Сегменты по принадлежности к различным социальным слоям общества (высший менеджмент, служащие, рабочий и т.п.)  |
| Величина населенного пункта постоянного проживания | Туристы из больших, средних, малых городов |
| Туристы из сельской местности |

|  |  |
| --- | --- |
| Семейный туризм | Туризм одиноких |
| Туризм семей без детей |
| Туризм семей с детьми |
| Многосемейный туризм |
| Национальность | Этнический туризм |
| Религиозные убеждения | Религиозный туризм |
| Доход семьи | Социальный туризм |
| Люкс – туризм |
| Недорогие туры |
| Эксклюзивные туры |
| Психологические критерии |
| Мотив поездки | Туризм рекреационный |
| Туризм деловой |
| Туризм спортивный |
| Туризм познавательный |
| Туризм коммуникационный (по обмену информацией)  |

|  |  |
| --- | --- |
| Тип туриста (психологический портрет)  | Различные классификации (например, S-, F-, W-, A-, B-типы туристов и т.п.)  |
| Сезонность | Основной сезон |
| Межсезонье |
| По месяцам года |
| Организация поездки | Самостоятельно |
| Через туристскую фирму |
| Форма поездки | Групповая |
| Индивидуальная |
| Используемые транспортные средства | Автотуризм |
| Авиатуризм |
| Велотуризм |
| Автобусный туризм |
| Морской круизный туризм |
| Речной круизный туризм |
| Другие виды транспортных средств |
| Используемые средства размещения | Гостиницы |
| Мотели |
| Кемпинги |
| Частные дома и квартиры |
| Другие виды размещения |
| Длительность поездки | Длительные (более 21 дня)  |
| Краткосрочные (2 – 4 дня)  |
| Средней продолжительности (7 – 14 дней)  |
| Удаленность туристской цели | Различные критерии сегментирования |
| Источники финансирования | Социальный туризм (поездки малообеспеченных слоев населения субсидируются системой социального страхования)  |
| Инсентивные туры (поощрительные поездки для сотрудников фирмы, их семей, финансируемые фирмой)  |
| Семейный бюджет |
| Консультанты и посредники в принятии решения и совершении туристской поездки | Туроператоры |
| Турагенты |
| Средства массовой информации |

3. Субъекты туристского рынка

Субъекты туристского рынка – юридические и физические лица, являющиеся производителями и потребителями туристского продукта.

Потребители туристского продукта – граждане, желающие путешествовать, то есть туристы.

Производители туристского продукта – туристские фирмы (туроператоры и турагенты), которые работают с целью получить прибыль и удовлетворить потребности туристов.

Таким образом, на туристском рынке действуют три субъекта:

- турист;

- туроператор;

- турагент.

Под туроператорской деятельностью понимается деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Туроператор – хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который занимается разработкой туристских маршрутов, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, устанавливает цены на туры турагентам для выпуска по ним путевок и их реализации.

Туроператорам отводится отдельная роль в туристской индустрии. Они приобретают туристские продукты (места в самолетах, номера в гостиницах и другие услуги), формируют пакеты услуг туризма и продают их (прямо или косвенно) различным пользователям – туристам с целью получения прибыли. Туроператор может продавать услуги туризма раздельно. Это делается либо из соображений прибыли, либо по другой необходимости.

В первом случае, когда туроператор формирует туристский пакет, он выступает в роли производителя туристского продукта. Это верно, даже если купленные услуги собираются использовать конкретно по назначению, без всяких условий. Туристские пакеты, известные как инклюзив – туры, отличаются друг от друга составляющими элементами.

Во втором случае, когда туроператор продает услуги туризма по отдельности, он выступает как оптовый дилер туристских услуг. Это возможно в том случае, когда туроператор покупает у производителя больше туристского продукта, чем это необходимо для формирования туристского пакета. Бывают также случаи, когда туроператоры продают отдельные услуги туризма по оптовы ценам людям, желающим формировать свой индивидуальный пакет.

Ценность туроператора состоит в его способности страховаться от снижения расценок покупкой в больших количествах услуг туризма, необходимых для формирования туристских пакетов, экономически доступных для туриста.

За рубежом обычно выделяют четыре типа туроператоров:

Массового рынка.

Специализированные.

Местные.

Въездные.

Туроператоры массового рынка – наиболее распространенный тип. Они продают туристские пакеты на популярные курорты. Перевозка туристов осуществляется чартерными или регулярными рейсами.

Специализированные – туроператоры, которые специализируются в определенном направлении:

- предлагающие туристские пакеты для определения клиентуры (молодежные, семейные туры и др.)

- организующие туристские пакеты на определенные направления, например туры в Англию, Францию, Финляндию и др.

- устраивающих проживание в определенных местах (домах отдыха, кемпингах, туристских базах и др.)

- перевозящих туристов на определенном виде транспорта (корабль, поезд и др.)

- предлагающих специфические туры (горный туризм, пещерный туризм, охотничий туризм и т.п.)

Местные туроператоры – туроператоры внутреннего рынка. Они продают турпакеты внутри страны проживания, то есть организуют туры по стране проживания туристов.

Въездные туроператоры – туроператоры внешнего рынка. Они продают турпакеты в разные страны. Одни туроператоры организуют для зарубежных туроператоров различные услуги и выступают в роли менеджеров, другие специализируются исключительно на встрече и доставке туристов в гостиницы. Туроператоры предлагают целый ряд услуг, которые включают переговоры с компаниями, имеющими автобусы и гостиницы, для минимизации цен, заключенных в контрактах, переговоры и организацию образовательных туров, питания и развлечений. Некоторые туроператоры специализируются на обслуживании определенных этнических групп.

Турагент – это хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который приобретает туры по туристским маршрутам, разработанным туроператором, выпускает по ним путевки и реализует эти путевки туристам.

Турагенты, как правило, не владеют средствами обслуживания и выступают в роли посредников между предприятием туристского обслуживания и покупателем туристской путевки.

В разных странах действуют различные виды турагентов. Например, в Японии их три.

1. Генеральные агенты. Они имеют специальную лицензию министерства транспорта, дающую право на организацию поездок внутри страны и за границу японских и иностранных граждан. В зависимости от своей специализации одни генеральные агенты предлагают туры, рассчитанные на массового туриста и включающие посещение различных стран мира, другие предлагают только определенные маршруты или туры для определенной группы туристов.

2. Туристские агенты, организующие туры только в Японии.

3. Субагенты, которые занимаются реализацией услуг, созданных генеральными и туристскими агентами.

Сезонность функционирования туристского рынка.

Функционирование туристского рынка и связанных с ним предприятий туристской индустрии подвержено резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт.

Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет.

Производственно – обслуживающий процесс туризма имеет ярко выраженную зависимость от сезонных колебаний.

Изучение сезонности в туризме позволяет:

- определить степень влияния природно – климатических условий на формирование туристского потока;

- установить продолжительность туристского сезона;

- раскрыть факторы, обусловливающие сезонность в туризме;

- определить экономические последствия сезонности на уровне региона и туристской фирмы;

- разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов.

Сезонность в туризме характеризуется следующими признаками:

- период максимальной интенсивности туристского потока называется главным туристским сезоном;

- туристский регион, туристская фирма в зависимости от развития вида туризма могут иметь один или несколько туристских сезонов;

- развитые в туристском отношении страны, регионы, центры, фирмы имеют более продолжительный главный туристский сезон, а интенсивность туристского потока не имеет ярко выраженной сезонной неравномерности, то есть значительные сезонные колебания характерны для невысокого уровня развития туристского предложения;

- сезонные колебания в туризме различны для отдельных видов туризма по времени.

Сезонность в туризме определяется целым рядом факторов:

- природно – климатических – количество и качество специфических благ для развития спортивного, оздоровительного, познавательного и других видов туризма;

- экономических – структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения;

- социальных – наличие свободного времени;

- демографических – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам;

- психологических – традиции, мода, подражание;

- материально – технических – развитие сети размещения, питания, траснпорта, культурно – оздоровительного обслуживания;

- технологических – комплексный подход в предоставлении качественных услуг.

Все перечисленные выше факторы сезонных колебаний можно подразделить на первичные и вторичные. К первичным относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий; ко вторичным – все остальные.

Следовательно, существует реальная возможность влияния на сезонную неравномерность спроса в туризме. Сезонность туризма ведет к сезонному характеру занятости работников туристской индустрии. Это имеет свои положительные и отрицательные стороны.

С одной стороны, туризм порождает неравномерное распределение рабочего времени (сверхурочные в туристский сезон и недостаточная загруженность рабочих в межсезонье) и, как следствие, значительный удельный вес не полностью занятых работников и текучесть кадров.

С другой стороны, сезонность туризма стимулирует многопрофильный характер рабочих мест, когда один и тот же работник выполняет разные функции в зависимости от сезонных особенностей.

Кроме того, сезонная работа выгодна для многих категорий населения как источник дополнительного дохода.

Сезонность туризма влияет на структуру занятости работников в туристской индустрии, особенностями которой являются:

- значительный удельный вес неполной занятости;

- сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки;

- низкий удельный вес квалифицированного персонала;

- ограниченные возможности профессионального роста;

- значительный удельный вес женского труда.

Удлинение главного туристского сезона оказывает сильное влияние на эффективность работы туристской фирмы, так как, во-первых, «консервация» или снижение загрузки материально-технической базы ведет к прямым убыткам в основной деятельности туристской фирмы; во-вторых, обеспечивается более полная занятость населения и ликвидируется безработица; в-третьих, повышается уровень использования основных фондов других отраслей – транспорта, питания, коммунально – бытового хозяйства и др.; в-четвертых, сглаживание сезонных колебаний ведет к более рациональному использованию природных ресурсов.

Объем реализованных услуг туризма имеет явно выраженный сезонный характер, который обусловлен многими факторами (временем года, периодом отпуска, каникулами и т.п.)

Тема 6. Виды туристских организаций.

1. Международные организации.

Туристские организации можно классифицировать по следующим признакам:

- национально-территориальному:

а) международные;

б) региональные;

в) национальные.

- общественно-государственному:

а) правительственные;

б) общественные;

в) частные.

- по виду деятельности:

а) регулирующие;

б) поставщики;

в) рыночные агенты;

г) разработчики;

д) консультанты;

е) проектные организации;

ж) обучающие организации;

з) издатели;

и) профессиональные ассоциации;

к) торговые организации;

л) потребительские организации.

- по сфере деятельности:

а) транспортные;

б) туристские агенты;

в) туроператоры;

г) локальные профсоюзы.

Международные туристские организации.

Всемирная туристская организация – ВТО.

На сегодняшний день самая известная и признанная в туристском мире. ВТО была основана 2 января 1975 г. путем преобразования неправительственного Международного союза официальных туристских организаций в межправительственную организацию, действующую под патронажем ООН. Сейчас её действительными членами являются более 105 государств, несколько ассоциированных и свыше 150 присоединившихся членов (туристские фирмы, авиакомпании, международные организации и пр)

Устав ВТО был принят 27 сентября 1975 г. Начиная с 1980 г. эта дата отмечается как Всемирный день туризма. Каждые четыре года ВТО созывает сессии Генеральной ассамблеи, между которыми работает исполком Генеральной ассамблеи ВТО. Штаб-квартира ВТО находится в Мадриде (Испания).

ВТО преследует следующие цели:

- ускорять и расширять содействие туризма (международного и внутреннего) миру, взаимопониманию, здоровью и процветанию людей повсюду в мире;

- помогать людям иметь доступ к образованию и культуре во время путешествий;

- улучшать стандарты проживания и пребывания в менее развитых районах мира посредством помощи в обеспечении необходимой материально-технической базы для иностранного туризма и развития транспортных путей, соединяющих с данными регионами;

- расширять возможности стран, принимающих туристов, и тем самым вносить вклад в экономику;

- выступать в роли международного агентства по координации и сотрудничеству между странами;

- предоставлять услуги членам наиболее значимых для совета национальных организаций в области туризма;

- определять темы пленумов и заседаний, а также координировать туристские интересы стран – участниц, включая как национальные туристские организации, так и профессиональные секторы и организации, представляющие интересы путешествующих;

устанавливать постоянную взаимосвязь между различными объединениями турооператоров;

- реализовывать все вышеуказанное наиболее действенным путем.

Международная ассоциация воздушного транспорта.

Всемирная организация для всех международных авиаперевозчиков, основанная в 1919 г. и реорганизованная по окончании Второй мировой войны в 1945 г. Она представляет собой профессиональную ассоциацию авиационных компаний, осуществляющих международные рейсы. Главная её функция – упорядочение международного коммерческого авиационного сообщения, введение единых для всех членов правил и процедур и установление согласованных тарифов на пассажирские авиаперевозки на международных маршрутах.

Высший орган организации – ежегодная Генеральная ассамблея, на которой выбирается президент и исполнительный комитет. Цель организации – реализация политики международной организации гражданской авиации.

Членами организации являются 259 компаний, совершающие международные полеты.

В ходе своей деятельности она условно делит всю территорию земного шара на три больших региона и пытается добиться установления согласованных тарифов перевозки и единых стандартов сервиса как в рамках каждой конференции, так и между ними:

1. Северная и Южная Америка и часть Тихоокеанского региона к востоку от международной линии раздела дат;

2. Европа, Африка и Ближний Восток;

3. Азия, Австралия и часть Тихоокеанского региона к западу от международной линии раздела дат.

Организация следит за соблюдением правил и стандартов деятельности, единых требований к финансовому положению турагентств, продающих авиабилеты на международные авиарейсы и выполняет функции связующего звена между туристскими агентствами и авиакомпаниями.

Международная организация гражданской авиации.

Учреждена Чикагской конвенцией в 1944 г., работает под эгидой ООН. Главной задачей является развитие и обеспечение безопасного, специализированного и экономически эффективного международного рынка авиаперевозок согласно международным стандартам и нормам.

Организация ставит перед собой следующие цели:

- обеспечивать безопасность и контролировать рост и развитие международной гражданской авиации во всем мире;

- поддерживать и поощрять процессы создания и использования воздушных средств с учетом охраны окружающей среды;

- поддерживать и поощрять создание воздушных коридоров, аэропортов и различных удобств, условий для нужд международной гражданской авиации;

- как можно лучше выполнять основные требования людей к авиатранспорту: безопасность, качество обслуживания, регулярность полетов, экономичность;

- поощрять экономические меры по предотвращению необоснованных соперничеств между авиакомпаниями разных стран;

- убедиться в том, что права стран – участниц организации полностью соблюдаются и что каждая страна имеет реальную возможность владеть и управлять международной авиакомпанией;

- избегать дискриминаций между странами – членами организации;

- пропагандировать безопасность полетов;

- способствовать развитию международной гражданской авиации;

Членами организации являются 183 государства (в том числе Россия).

Региональные организации.

Организация экономического сотрудничества и развития.

ОЭСР была образована согласно постановлению от 14 декабря 1960 г., утвержденному в Париже. В соответствии с постановлением эта организация создана для реализации целей, направленных:

- на достижение высоких темпов непрерывного экономического развития и роста, а также занятости населения, поднятия уровня жизни стран – членов ОСЭР путем контроля над финансовой стабильностью и как следствие всей этой деятельности – вклад в развитие мировой экономики;

- благоприятное влияние на целостность экономического развития как в странах – членах ОЭСР, так и в странах, не состоящих в этой организации, а также на сам процесс экономического развития;

- развитие мировой торговли на многосторонней, недискриминационной основе в соответствии с международными обязательствами.

Членами ОЭСР являются: Австралия, Австрия, Бельгия, Канада, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Исландия, Ирландия, Италия, Япония, Люксембург, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия, Испания, Швеция, Швейцария, Турция, Соединенное королевство Великобритании, США.

Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация.

Ассоциация была основана в 1951 г. для развития, продвижения и содействия Азиатско-Тихоокеанским направлениям. Эта Ассоциация представляет 34 страны Азиатско-Тихоокеанского региона, которые объединились для достижения единой цели: добиться успехов в развитии туризма и путешествий в этом регионе. Работа, проводимая этой организацией, направлена на продвижение туризма посредством программ по исследованиям, развитию, образованию и маркетингу. Членов в Ассоциации около 2 тыс. Секретариат организации расположен в Сан-Франциско (Калифорния). Основные офисы для обслуживания Азиатского региона – в Сингапуре; Тихоокеанского региона – в Сиднее; Американско-Европейской части – в Сан-Франциско.

Национальные организации.

Российская ассоциация туристских агентств.

РАТА была создана в Москве 25 июля 1993 г. для преодоления негативных тенденций в сфере туризма и поддержки туристского бизнеса в России.

РАТА является добровольным некоммерческим объединением юридических лиц, занимающихся туристским бизнесом и создана в целях координации их деятельности, обеспечения защиты их прав и представления общих интересов в государственных и иных органах, а также в международных организациях.

С 1997г. РАТА – полноправный член Всемирной туристской организации. РАТА имеет несколько региональных отделений: Северо-Западное (Санкт-Петербург), Ярославское, Тверское, Южно-Российское (Краснодар), Хабаровское, Приморское (Владивосток), а также представительства в Крыму (Симферополь) и Великобритании (Лондон).

РАТА насчитывает около 500 членов. В последнее время в структуре членов Ассоциации заметно возросла доля гостиниц, рекламных агентств и туристской прессы. Появились компании, занимающиеся авиа - и автоперевозками.

В Ассоциацию входят 242 компании и 58 российских городов 26 субъектов Федерации. При РАТА действуют Комитет по внутреннему туризму, комиссия по детскому и молодежному туризму, комиссия по вопросам страхования в туризме, а также комиссия по информационным технологиям в туризме.

Цели Ассоциации:

- защита коллективных интересов членов Ассоциации;

- влияние на выработку представительными и исполнительными органами власти РФ правовой, экономической и социальной политики, отвечающей профессиональным интересам членов Ассоциации, а также содействие её эффективной реализации;

- противодействие монополизму в туристской деятельности;

- содействие развитию туристских предприятий, рынка туруслуг и цивилизованных рыночных отношений в России;

- защита интересов национальных производителей туристских услуг;

- содействие созданию благоприятных финансово-экономических условий для членов Ассоциации;

- представление интересов членов Ассоциации в туристских международных неправительственных организациях.

Ассоциация туристских организаций «ЕвроАзия».

В 1992 г. крупнейшие туристские организации и гостиничные предприятия России и стран СНГ объединились в Ассоциацию туристских организаций «ЕвроАзия». В настоящее время Ассоциация насчитывает 106 постоянных членов из 11 стран СНГ.

Основной задачей Ассоциации стало восстановление общего туристского пространства СНГ. Важным направлением деятельности является оптимальное использование имеющегося потенциала в рамках общего туристского пространства и восстановление внутреннего туризма на основе повышения качества услуг, модернизации гостиничной базы и других объектов.

Одними из основных функций Ассоциации являются изучение туристских рынков и интересов всех членов, определение основных направлений ценовой политики.

Всероссийское народное туристское общество (ВНТО).

ВНТО – добровольное, самоуправляемое некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан и юридических лиц, объединившихся на основе общности интересов для реализации совместных целей, указанных в уставе.

Одна из первоочередных задач ВНТО – восстановление и развитие туристского пространства России.

Цели общества:

- расширение народно-патриотических инициатив средствами туризма;

- содействие воспитанию граждан страны средствами туризма и приобщению их к истории Родины, ее культуре и т.д.;

- реализация программы развития туризма в России;

- расширение сферы социального туризма, в основе которого – доступный отдых, свободное передвижение, рациональный досуг, познавательная деятельность трудящихся, слабо защищенных слоев населения;

- продвижение законодательной базы народного туризма – подготовка и внесение в установленном порядке на рассмотрение Госдумы проектов законов, регулирующих туристскую деятельность в стране;

- формирование единой методологии народного туризма, реализуемого посредством программ краеведения и обучения, практических проектов по освоению туристского пространства России, возрождению туристских маршрутов, созданию новых рабочих мест;

- учреждение и развитие героико-патриотической и историко-культурной экспедиции «Россия – Родина моя»;

- участие в совершенствовании планирования, региональной политики, технологии индустрии туризма, а также в формировании телекоммуникационных сетей, возрождении туристских маршрутов, создании новых рабочих мест;

- формирование сети учреждений профессиональной подготовки и трудоустройства специалистов туризма на многоуровневой основе и передача функций образования и обучения специалистов и персонала туризма специализированным учебным заведениям туризма;

- использование средств государственного и внебюджетного страхования для организации отдыха и туризма школьников, трудящихся, ветеранов труда, слабо защищенных слоев населения;

- проведение исследований и разработок новых туристских и образовательных технологий;

- осуществление рекламной, издательской и иной информационной деятельности в России и за ее пределами;

- создание целевых фондов поддержки небольших альтернативных программ;

- проведение благотворительных мероприятий.

Структуру Общества образуют его региональные (местные) отделения, а также научные, образовательные, творческие, производственные и иные организации и фонды, входящие в его состав.

Руководство Обществом осуществляют: совет, ревизионные комиссии, исполнительная дирекция, секретариат, дирекция региональных программ, дирекция социальных программ и другие структурные образования.

В рамках ВНТО действует система профессиональных ассоциаций (гильдии экскурсоводов, краеведов, ассоциации музеев, туристских клубов), которые заключают коллективные договоры с ассоциацией туроператоров на формирование туристского продукта и условия его распространения на рынке, а также договоры с ассоциациями потребителей (детскими фондами, клубами молодежи, ветеранов, студенческими ассоциациями) на абонементное обслуживание в режиме социального партнерства.

Российская гостиничная ассоциация.

РГА – общественная некоммерческая организация, объединяющая предприятия, занимающиеся гостиничным бизнесом. Учредителями РГА являются ГАО «Москва», РАТА, АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга» и др.

РГА является членом ВТО и Международной ассоциации гостиничного и ресторанного бизнеса».

Основные цели РГА:

- содействие развитию отечественной гостиничной индустрии, гостиничных предприятий, рынка гостиничных услуг, активному продвижению их на внутреннем и международном рынках;

- установление и поддержание корпоративных отношений, способствующих расширению деловых и профессиональных контактов;

- участие в разработке и реализации национальных и международных программ и проектов в гостиничной сфере.

В РГА входят около 50 гостиниц из Москвы, Санкт-Петербурга, Калининграда, Ярославля, Сочи, Рязани и др.

Ассоциация гостиниц и туристских организаций «Мостуротель».

Ассоциация создана в апреле 1993 г. в Москве, в число учредителей вошли гостиницы «Россия», «Украина», «Москва», «Белград», «Ленинградская», «Националь», АО «Отель Советский», АО «Мосинтур», АО «Транс-Спутник», ВАО «Интурист» и Высшая коммерческая школа.

Целями Ассоциации являются: содействие развитию делового сотрудничества с гостиницами, туристскими организациями и предприятиями на территории Москвы, государств, входящих в СНГ, и других зарубежных государств, установление и расширение контактов, укрепление дружественных и культурных связей между народами.

Создание международных, региональных и национальных организаций вносит огромный вклад в развитие туризма.

Тема № 7. Принципы районирования в международном туризме.

Туристское районирование территории является важной задачей, так как решение ее позволяет с наибольшей эффективностью, не в ущерб другм экономическим отраслям, а также при минимальном воздействии на природу использовать определенные территории для отдыха людей и развития их культуры. Разработка научных принципов туристского районирования и дальнейшее их развитие позволяют выявлять новые рекреационные ресурсы и другие предпосылки для развития туризма в еще не освоенных местах; правильно определять их туристскую специализацию, переносить опыт развития туризма из одних районов в другие с аналогичными условиями: дифференцированно относиться к многообразным по условиям туристским районам.

Туристское районирование – задача сложная. Сложность ее заключается в двух аспектах:

1. Рассматривается территория всего мира, то есть очень разные, несхожие друг с другом области.

2. Районирование должно охватить такие места, где туризма практически нет или он развит слабо, но для него есть определенные предпосылки.

К числу районообразующих факторов в международном туризме относятся следующие:

1. Основные особенности географического положения с точки зрения туризма:

- положение по отношению к туристским рынкам и принимающим регионам;

- положение по отношению к нестабильным в политическом плане районам и «горячим точкам планеты»;

- взаимоотношения с сопредельными странами, а также теми государствами, по территории которых проходят используемые основной массой туристов коммуникации и т.д.

2. Характер природы:

- уровень комфортности климатических условий;

- богатство и разнообразие рекреационных ресурсов;

- возможность и удобство их использования.

3. Насыщенность территории природными и культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма;

4. Степень привлекательности природных и культурно-исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры;

5. Уровень доступности района с точки зрения существующих коммуникаций;

6. Уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой;

7. Общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия;

8. Уровень развития туристской инфраструктуры:

- оснащенность территории средствами размещения;

- транспортом;

- средствами связи;

- предприятиями питания;

- торговли и т.д.

9. Уровень сервиса и квалификации обслуживающего туристов персонала;

10. Емкость территории для приема туристов;

11. Стабильность внутриполитической ситуации;

12. Уровень безопасности для туристов с точки зрения криминогенной ситуации;

13. Уровень безопасности для туристов с точки зрения экологической ситуации;

14. Уровень общеэкономического развития:

- обеспеченность трудовыми ресурсами;

- материальными средствами;

- финансовыми возможностями для создания и развития индустрии туризма и гостеприимства.

15. Территория с точки зрения ее места на туристском рынке, то есть объем туристских потоков, посещающих данный район, и предпосылки для формирования таких потоков в будущем;

16. Структура зарубежной туристской клиентуры, приезжающей в район;

17. Основные особенности туризма в данном районе:

- ритмы сезонности;

- продолжительность;

- преобладающие виды туризма;

- основные цели посещения и т.д.

18. Отношение властей и местных туристских органов к проблемам туризма;

19. Экономическая роль туризма для данного района:

- размер поступлений в бюджет от туризма;

- расходы на развитие туристской инфраструктуры;

- место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязь с этими отраслями,

- влияние туризма на занятость местного населения;

- общий экономический эффект от туризма;

20. Перспективы развития туризма в данном районе.

Значение всех этих факторов в формировании туристских районов неодинаково. Действие этих факторов проявляется в самых разнообразных комбинациях.

Следует обратить внимание на то, что районирование многих стран с точки зрения внутреннего туризма обычно не совпадает с таковым в плане международного туризма, так как интересный и доступный для своих граждан какой-то район (объекты, достопримечательности) может быть малоинтересен или труднодоступен для зарубежных гостей. Или, наоборот, привлекательные для туристов места далеко не всегда вызывают интерес местного населения по причине своей повседневности. Зачастую местные туристские ресурсы местными жителями не используются по причине низкого материального или культурного уровня жизни. Нередко бывает, что район, сформировавшийся для внутреннего туризма и имеющий множество предпосылок для приема иностранных гостей (многообразие природных ландшафтов, культурно-исторические памятники и т.д.) не превращается в развитый район международного туризма по причине недостаточного уровня сервиса или из-за конкуренции с другими районами (странами), либо из-за недостаточной рекламы своего туристского продукта и т.д.

Таким образом, всегда следует конкретизировать понятие: о каком туризме идет речь – внутреннем или международном.

Поскольку вся заселенная людьми территория планеты может в перспективе и направлять и принимать туристов, то туристскому районированию подлежит весь заселенный мир.

Туристское районирование зарубежного мира опирается на следующий системно – структурный подход – за самую крупную территориальную единицу берется регион, то есть следующие географические зоны развития:

- Западная Европа;

- Восточная Европа;

- Северная Америка;

- Латинская Америка;

- Юго-Западная Азия (Ближний Восток);

- Южная Азия;

- Юго-Восточная Азия;

- Центральная и Восточная Азия;

- Африка;

- Австралия и Океания.

Следующей единицей туристского районирования является страна. Рассмотрение каждой страны в отдельности необходимо, так как рассматривается вопрос международного туризма, то есть обмена туристами между отдельными странами. Кроме того, весь статистический учет в международном туризме проводится именно по странам. Следует отметить и то, что влияние туризма на экономику рассматривается также по странам. В силу этих факторов страна выступает как важнейшая таксонометрическая единица при районировании в международном туризме.

Довольно часто в развитых в туристском отношении и богатых рекреационными ресурсами странах выделяют туристские зоны. Данный термин используется для тех районов, где хорошо развит туризм, то есть большая часть территории интенсивно посещается туристами.

Широко распространенное понятие «туристский центр» включает в себя определенные географические пункты (города, курорты), которые не только популярны среди туристов, но и имеют развитую туристскую инфраструктуру.

Тема № 8. Гостиничный сервис

В настоящее время в мире насчитывается более 300 тыс. Гостиниц. Все они предоставляют клиенту услуги размещения, однако качество этих услуг сильно различается.

Подход к сертификации услуг гостиниц в разных странах различный. Во многих странах сертификация носит обязательный характер, и для получения лицензии на право осуществлять деятельность в сфере гостиничных услуг необходимо предварительно пройти процедуру сертификации в соответствии с национальным стандартом. В других странах процедура сертификации является добровольной. В случае, если сертификация носит добровольный характер, гостиницы обычно сами стремятся пройти эту процедуру с целью позиционирования своих услуг на рынке. Некоторые страны вообще не имеют своих национальных стандартов в области сертификации гостиничных услуг, однако в большинстве стран с развитым туристским рынком такие стандарты существуют.

Сертификация услуг гостиниц может быть:

- платной или бесплатной;

- проведена государственным органом или профессиональным объединением;

- на основе национального или регионального стандарта или стандарта, разработанного какой-либо гостиничной цепью (как правило, устанавливает более высокие требования к различным категориям гостиниц, чем национальные стандарты);

- по результатам проведения сертификации гостинице могут присваиваться «звезды», «разряды», «короны», «ключи», «цветки» и т.д.;

- услуги гостиниц могут оцениваться в баллах или по определенным требованиям, предъявляемым к конкретной категории (применяются также системы классификации, основанные на комбинировании этих двух способов оценки гостиничных услуг);

Наиболее распространенными в мире являются следующие системы классификации услуг гостиниц:

- система «звезд» (Франция, Россия, Австрия, Египет, Китай, Бельгия, Голландия, Венгрия и др.);

- система «корон» (характерна для Великобритании);

- система букв (Греция);

- система трех категорий (Италия, Израиль);

- система разрядов (США).

Это многообразие свидетельствует о том, что системы гостиничной классификации, применяемые в различных странах, значительно отличаются друг от друга. Поэтому сравнить по качеству предоставляемых услуг гостиницы даже одинаковой категории в разных странах достаточно сложно, ведь при любой классификации делается некоторая ограниченная выборка из огромного многообразия параметров, которые могут быть подвергнуты оценке.

С тех пор как туризм стал носить массовый характер, и проблема сертификации гостиниц встала довольно остро, различные организации неоднократно предпринимали попытки принять единый мировой стандарт для их классификации, однако до сегодняшнего дня эти попытки так и не увенчались успехом. Таким образом, единых международных стандартов в настоящее время не существует.

Гостиницей в России называется предприятие, предназначенное для временного проживания, а мотелем – гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги. Основной характеристикой услуг гостиницы (мотеля) является её категория (звездность) – классификационная группировка, характеризуемая определенным комплексом требований.

Классификация гостиниц по категориям основана на комплексе требований к:

- материально-техническому обеспечению;

- номенклатуре и качеству предоставляемых услуг;

- уровню обслуживания.

Категории обозначают символом – «1 звезда». Количество звезд увеличивается в соответствии с повышением уровня качества обслуживания. Гостиницы классифицируют по пяти категориям: мотели – по четырем. Высшую категорию гостиницы обозначают – «5 звезд», низшую – «1 звезда», высшую категорию мотеля – «4 звезды», низшую – «1 звезда».

Сертификация на «звездность» является добровольной, согласно Правилам по проведению сертификации в РФ.

Классификация гостиниц (мотелей) содержит минимальные требования для отнесения к определенной категории. При этом, гостиница любой категории должна иметь удобные подъездные пути с необходимыми дорожными знаками, благоустроенную и освещенную прилегающую территорию, площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки и маневрирования автотранспорта (в том числе автобусов), вывеску с названием предприятия и указанием его категории, при наличии отдельного входа в ресторан – вывеску с его названием. Гостиница, занимающая часть здания, должна иметь отдельный вход.

Гостиница должна располагаться в благоприятных экологических условиях. При проживании в гостинице должны быть обеспечены безопасность жизни, здоровья гостей и сохранность их имущества.

В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию гостей как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации.

Гостиница должна быть оборудована системами противопожарной защиты, оповещения и средствами защиты от пожара, предусмотренными Правилами пожарной безопасности для жилых домов, гостиниц.

В гостинице должны соблюдаться санитарно-гигиенические нормы и правила, установленные органами санитарно-эпидемиологического надзора в части чистоты помещений, состояния сантехнического оборудования, удаления отходов и эффективной защиты от насекомых и грызунов.

Всё электрическое, газовое, водопроводное и канализационное оборудование должно быть установлено и эксплуатироваться в соответствии с Правилами технической эксплуатации гостиниц и их оборудования.

Гостиница должна быть оснащена инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими:

- горячее и холодное водоснабжение (круглосуточно); в районах с перебоями в водоснабжении необходимо иметь емкость для минимального запаса воды не менее чем на сутки;

- канализацию;

- отопление, поддерживающее температуру не ниже 18,50 С в жилых и общественных помещениях;

- вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую нормальную циркуляцию воздуха и исключающую проникновение посторонних запахов в номера и общественные помещение;

- радиовещание и телевидение (подводка во все номера);

- телефонную связь;

- освещение в номерах: естественное (не менее одного окна), искусственное; в коридорах – круглосуточное естественное или искусственное освещение.

Требования к гостиницам различных категорий.

|  |  |
| --- | --- |
| Требование |  |
| \* | \*\* | \*\*\* | \*\*\*\* | \*\*\*\*\* |
| 1. Здание и прилегающая к нему территория |
| Вывескаосвещаемая или светящаясясветящаяся с эмблемой | + | + | + | + | + |
| Вход для гостейотдельный от служебного входас козырьком для защиты от атмосферных осадковвоздушно-тепловая завесав ресторан из гостиницы | ++ | ++ | ++ | ++++ | ++++ |
| Автостоянка охраняемая, в гостиницахохраняемая, в мотеляхили гаражколичество мест от количества номеров, не менеедля гостиниц10%20%30%для мотелей80% | +++ | +++ | +++++ | +++++ | ++++ |
| 2. Техническое оборудование  |
| Аварийное освещение и энергоснабжение аварийное освещение (аккумуляторы, фонари) стационарный генератор для основ. оборудованиястационарный генератор для всего оборудования | + | + | + | + | + |
| Водоснабжение горячеедля дополнительной фильтрациикондиционер во всех помещениях, круглогодично |  |  | + | +++ | +++ |
| Внутреннее радиовещание во всех помещениях |  |  |  | + | + |
| Лифты в зданииболее одного этажаболее двух этажейболее трех этажейгрузовой и пассажирский отдельновремя ожидания не более30 с45 скруглосуточный подъем и спускслужебный, отдельный от лифта для гостей | ++ | + | +++ | +++++ | +++++ |
| Телефонная связь из номеракнопка вызова персонала в 100% номероввнутренняя в 100% номеров…прямая с городской сетью в 100% номеровпрямая с гор., междугор. и междунар в 100% ном.  | + | + | + | + | + |
| Телефоны коллективного пользования городской, междугородный, международныйгородской, не менее одного на этаж при отсутствии телефона в номере | ++ | ++ | + | + | + |
| 3. Номерной фонд.  |
| Мест в одно-двухместных номерах, не менее60%80%100%Многокомнатные номера, соединенныеМногокомнатные номера (апартаменты) Санузел в номереумывальник, унитаз, ванна, душне менее 25% номеровне менее 50% номеров100% номеров…номер без санузла с умывальником | +++ | ++++ | ++++ | +++ | ++ |
| 4. Техническое оснащение |
| Двери и замкис внутренним предохранителемзамок повышенной секретностиглазок в двери | + | + | + | ++ | +++ |
| Охранная сигнализация номера |  |  |  |  | + |
| Звукоизоляцияна уровне 35 дБповышенная | + | + | + | + | + |
| Освещениеот потолочного, напольного светильникаприкроватный светильникнастольная лампасветильник над умывальникомдистанционный выключатель всех источников света | +++ | +++ | ++++ | +++++ | +++++ |
| Электророзетки | + | + | + | + | + |
| Отоплениетермостат для индивид. регулировкиподогрев пола в ванной комнате |  |  |  | + | ++ |
| Регулятор кондиционирования воздуха |  |  |  | + | + |
| Радиоприемник | + | + | + | + | + |
| Телевизорв многокомнатных номерахпо просьбе гостяцветной в каждом номерекабельное TV с дистанционным управлением | ++ | ++ | ++ | ++ | ++ |
| Холодильник в многокомнатных номерах | + | + | + |  |  |
| Мини-бар |  |  |  | + | + |
| Мини-сейф |  |  |  | + | + |
| 5. Оснащение мебелью и инвентарем |
| Кроватьодноспальная 80х190 смодноспальная 90х200 смдвуспальная 160=190 смдвуспальная 160х200 смдвуспальная 200х200 смдетские кровати (по просьбе)  | ++ | ++ | ++ | +++ | ++++ |
| Комплект постельных принадлежностей | + | + | + | + | + |
| Прикроватный коврик | + | + | + |  |  |
| Ковры |  |  |  | + | + |
| Прикроватная тумбочка (столик)  | + | + | + | + | + |
| Шкаф с полками, вешалкой и плечиками…допускается встроенный | ++ | ++ | ++ | + | + |
| Вешалка для верхней одежды и головных уборов | + | + | + | + | + |
| Стул (не менее одного) на гостяна комнату | + | + | + | + | + |
| Кресло для отдыхана гостяна номер |  | + | + | + | + |
| Стол письменный | + | + |  |  |  |
| Письменный стол с рабочим креслом |  |  | + | + | + |
| Журнальный столик |  |  |  | + | + |
| Полка для багажа | + | + | + | + | + |
| Подставка под телевизор |  |  | + | + | + |
| Плотные занавеси или жалюзи | + | + | + | + | + |
| Зеркалов полный рост в каждой комнатев комнате  | + | + | + | + | + |
| Щетки: одежная, сапожная | + | + | + | + | + |
| Ключ комбинированный для открывания бутылок | + | + | + | + | + |
| Графин, стаканы | + | + | + |  |  |
| Набор посуды для мини-бара |  |  |  | + | + |
| Пепельницы | + | + | + | + | + |
| Информационные материалы в номерен иностранных языкахтелефонный справочникпредоставляемые гостиницей услугирекламные материалы | + | +++ | ++++ | ++++ | ++++ |
| Набор письменных принадлежностей |  |  | + | + | + |
| Инструкция о безопасности | + | + | + | + | + |
| 6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера |
| Зеркалонад умывальникомзеркальная стенкакосметическое | + | + | + | ++ | ++ |
| Полка для туалетных принадлежностей | + | + | + | + | + |
| Занавес для ванной |  |  | + | + | + |
| Коврик | + | + | + | + | + |
| Фен для сушки волос |  |  |  |  | + |
| Полотенцедержатель | + | + | + | + | + |
| Полотенца (на каждого гостя) не менее двухне менее трехне менее пяти | + | + | + | + | + |
| Махровая простыня: в апартаментах |  |  | + |  |  |
| Халат банный (на каждого гостя)  |  |  |  |  | + |
| Шапочка банная (на каждого гостя)  |  |  | + | + | + |
| Тапочки банные (на каждого гостя)  |  |  |  |  | + |
| Туалетные принадлежности на каждого гостя…туалетное мылов фирменной упаковкешампунь, гель, лосьон | + | + | ++ | +++ | +++ |
| Салфеткибумажныемахровые |  |  | + | ++ | ++ |
| Туалетная бумага (с резервным рулоном)  | + | + | + | + | + |
| Держатель для туалетной бумаги | + | + | + | + | + |
| Крышка для унитаза | + | + | + | + | + |
| Щетка для унитаза (в футляре)  | + | + | + | + | + |
| Корзина для мусора | + | + | + | + | + |
| Пакеты для предметов гигиены |  | + | + | + | + |
| Пакеты прачечной, химчистки |  |  | + | + | + |
| 7. Санитарные объекты общего пользования |
| Туалеты…вблизи общественных помещенийна этажах для номеров без санузлов  | ++ | ++ | + | + | + |
| Ванные комнаты на этаже для номеров без санузлов | + | + |  |  |  |
| 8. Общественные помещения |
| Служба приема | + | + | + | + | + |
| Специальное напольное покрытие | + | + | + | + | + |
| Ковровое покрытие |  |  | + | + | + |
| Декоративное оформление |  |  | + | + | + |
| Газеты, журналы |  |  |  | + | + |
| Сейф для хранения ценностей гостей | + | + | + | + | + |
| Гардероб в вестибюле | + | + | + | + | + |
| Гостиные (салоны)  |  |  | + | + | + |
| Помещение для просмотра передач | + | + |  |  |  |
| Зал, оборудованный для деловых мероприятий |  |  | + | + | + |
| Бизнес-центрэл. средства связи, копировальная техникакомпьютеры, телефаксы |  |  | + | + | ++ |
| Спортивно-оздоровительный центр |  |  |  | + | + |
| Плавательный бассейнс саунойили сауна |  |  |  | + | + |
| Медицинский кабинет |  |  |  |  | + |
| Парикмахерская |  |  | + |  |  |
| Косметический салон |  |  |  | + | + |
| Комната бытового обслуживания | + | + | + |  |  |
| Магазины и торговые киоски |  |  |  | + | + |
| Ковровые покрытия в коридорах |  |  | + | + | + |
| 9. Помещения для предоставления услуг питания |
| Ресторан или кафе |  | + | + |  |  |
| Кафе |  |  |  | + | + |
| Рестораннесколько заловотдельные кабинетыбанкетный залночной клуб |  |  |  | +++ | ++++ |
| Бар |  |  | + | + | + |
| 10. Услуги |
| Служба приема (круглосуточный прием)  | + | + | + | + | + |
| Швейцар |  |  |  | + | + |
| Подноска багажаобязательнаяпо просьбе | + | + | + | + | + |
| Утренняя побудка (по просьбе)  | + | + | + |  |  |
| Уборка номера горничнойежедневнаяс контролем за его состоянием в течение дня | + | + | + | ++ | ++ |
| Уборка кроватей горничной | + | + | + | + | + |
| Вечерняя подготовка номера |  |  |  |  | + |
| Смена постельного бельяодин раз в пять днейодин раз в три дняежедневно | + | + | + | + | + |
| Смена полотенецодин раз в три дняежедневно | + | + | + | + | + |
| Стирка и глажениеисполнение в течение сутокисполнение в течение 12 часов | + | + | + | ++ | ++ |
| Глажение исполнение в течение 1 часапредоставление утюга | + | + | + | + | + |
| Химчисткаисполнение в течение сутокисполнение в течение 12 часов |  | + | + | ++ | ++ |
| Мелкий ремонт одежды | + | + | + | + | + |
| Чистка обуви…персоналом гостиницыавтоматом |  | + | + | ++ | ++ |
| Почтовые и телеграфные услугиотправление и доставка заказной корреспонденциителефаксы | + | + | + | ++ | +++ |
| Вручение корреспонденции гостям | + | + | + | + | + |
| Услуги секретаря, переводчика и т.п.  |  |  |  | + | + |
| Предоставление компьютеров, оборудования |  |  |  | + | + |
| Хранение ценностей в сейфе администрации | + | + | + | + | + |
| Хранение багажа | + | + | + | + | + |
| Обмен валютыкруглосуточный |  |  | + | + | + |
| Организация встреч и проводов |  |  |  | + | + |
| Вызов такси | + | + | + | + | + |
| Прокат автомашины |  |  |  | + | + |
| Парковка автомобиля персоналом гостиницы |  |  |  |  | + |
| Бронирование билетов |  |  | + | + | + |
| Бронирование и продажа билетов на мероприятия | + | + | + | + | + |
| Туристскиетуристская информацияэкскурсии, гиды-переводчики и т.п.  | + | + | ++ | ++ | ++ |
| Медицинские (вызов скорой помощи, аптечка)  | + | + | + | + | + |
| 11. Услуги питания |
| Обслуживаниевыбор режима питания (напр., двухразовое) работа хотя бы одного кафе круглосуточно |  | + | + | ++ | ++ |
| Завтракпредоставлениеначало – не позднее 7.00окончание – не ранее 10.00не ранее 11.00 |  | ++ | +++ | +++ | +++ |
| Бронирование мест в ресторане |  | + | + | + | + |
| Обслуживание в номерев часы завтракас 7.00 до 24.00круглосуточноменю завтрака в номере |  | + | ++ | ++ | ++ |
| 12. Требования к персоналу и его подготовке |
| Наличие инструкций для персонала | + | + | + | + | + |
| Соответствующая профессиональная подготовка | + | + | + | + | + |
| Знание иностранных языков достаточноеодного персоналом занятым в зоне обслуживанияодним весь персонал, 2-3 языка – в службе приема | + | + | + | + | + |
| Периодическое мед. освидетельствование персонала | + | + | + | + | + |
| Внешний вид персоналаФорменная одеждаДифференцированная по службам, значки |  |  | ++ | ++ | ++ |
| Доброжелательное поведение персонала | + | + | + | + | + |

Основные службы современного отеля.

1. Высшее звено управления:

- генеральный директор

2. Служба приема и размещения:

- консьержи;

- швейцары;

- подносчики багажа,

- пажи;

- телефонные операторы;

- менеджеры по работе с гостями;

- служба бронирования.

3. Хозяйственная служба:

- руководитель;

- старшие горничные;

- горничные;

- уборщики;

- прачечная;

- бюро забытых вещей;

- гувернантки.

4. Инженерная служба:

- главный инженер;

- инженеры.

5. Служба безопасности:

- руководитель службы безопасности;

- сотрудники службы безопасности.

6. Отдел закупок:

- руководитель отдела;

- менеджеры.

7. Служба питания:

- директор службы питания;

- шеф-повар;

- контроллер службы питания;

- метрдотель;

- банкетный менеджер;

- главный бармен;

- стюард;

- повара;

- официанты;

- главный бармен;

- бармены.

8. Отдел персонала:

- руководитель;

- менеджеры.

9. Отдел маркетинга и продаж:

- начальник отдела;

- маркетологи;

- менеджеры по продажам.

9. Компьютерная служба:

- руководитель;

- инженеры.

Типовые должностные инструкции в гостиничном предприятии.

Дирекция:

- генеральный директор;

- контроллер

Служба портье:

- портье по приему предварительных заказов;

- регистратор;

Номерной фонд:

- заведующий номерным фондом;

- горничная дневной смены

Услуги:

- главный консьерж;

- швейцар;

Кухня:

- шеф-повар;

- повар участка кухни;

- стюард кухни

Ресторан:

- директор ресторана (метрдотель);

- официант

Напитки:

- бармен.

Должностные инструкции в гостиничном хозяйстве.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Основная функция | Масштаб деятельности | Выполняемая работа | Осуществляет контроль | Под контролем со стороны | Ответственность и полномочия |
| Генеральный директор |
| Руководство гостиничным предприятием | Осуществление и совершенствование финансовой деятельности, подготовка кадров, повышение эффективности работы в соответствии с запросами рынка | Назначение нижестоящих руководителей, утверждение бюджета, руководство гостиницей, получение прибыли, ответственность за выполнение планов, проведение единой политики, проверка и оценка технического состояния, подготовка и повышение квалификации кадров, выступать представителем гостиницы, контактировать с владельцами гостиницы, контактировать с другими гостиницами | Над исполнительными директорами, руководителями отделов | Вице-президента, управляющего гостиничной цепи | Ответственность за результаты по расходам и прибыли, сохранение и повышение стандартов качества, подготовку и контроль кадров гостиничного предприятия |
| Контроллер |
| Планирует, организует, руководит и контролирует деятельность бухгалтерско-финансовой службы  | Весь необходимый учет и контроль, требуемый для ежегодного объема продаж | Руководит подготовкой финансовых отчетов, анализирует и прогнозирует деятельности гостиницы, составляет годовой план, осуществляет контроль за уровнем издержек, разрабатывает и внедряет системы производственного учета, обеспечивает выдачу счетов заказчику за продукт и обслуживание, руководит регистрацией данных по финансированию закупок и учетом расходов, ведет регистрацию бухгалтерской документации, совершенствует политику компании, контролирует кассовые расчеты и банковские счета, рассматривает предлагаемые планы экономической деятельности, поддерживает связи с руководителями других отделов, комплектует штат отдела.  | Над лицами, находящимися в непосредственном подчинении, над лицами, находящимися в косвенном подчинении | Генеральной дирекции | Отношения с сотрудниками и другими отделами, совершенствование системы бухгалтерского учета с управлением всем гостиничным предприятием |
| Портье |
| Осуществляет прием и обработку предварительных заказов мест в гостинице | Несет ответственность за обработку информации о текущем и перспективном бронировании мест в гостинице | Изучает тарифные расценки оплаты, осуществляет прием и обработку заказов на бронирование, отвечает на вопросы, работает в связи с начальником кредитной службы, контролирует состояние номерного фонда, отвечает на телефонные звонки, принимает меры пожарной безопасности, ведет учет корреспонденции | Контроль не осуществляется | Заведующего службой приема предварительных заказов | Ответственность за эффективный корректный прием и обработку предварительных заказов мест в гостинице |

|  |
| --- |
| Регистратор |
| Принимать, размещать и регистрировать заезжающих гостей | Нести ответственность за удовлетворение всех нужд гостей, проживающих и ожидаемых. Поддерживать тесные связи с кассирами службы приема, службой приема предварительных заказов в гостинице и хозяйственными службами | Принимает, размещает и регистрирует гостей, распределяет и закрепляет номер, информирует хозяйственные службы об освободившихся номерах, проверяет отчеты хозяйственных служб о готовности номеров, занимается проблемами гостей, осведомлен о средствах обслуживания в гостинице, обеспечивает высокий уровень обслуживания гостей | Должностного контроля не осуществляет | Старшего по смене, управляющего службой приема, старшего дежурного администратора | Несет ответственность за корректное отношение к гостям, тесные деловые контакты с другими службами гостиницы, точное исполнение административных функций, обеспечение высокого уровня личного обслуживания гостей |
| Заведующий номерным фондом |
| Организация, планирование, контроль и руководство работой, связанной с номерным фондом гостиницы, техникой безопасности | Ответственность за всю деятельность, связанную с наличием, товарным состоянием, чистотой и внешним видом номеров в гостинице | Организация, контроль и руководство службой номерного фонда, организует, контролирует и руководит хозяйственно-административной деятельностью, контролирует и руководит эффективной работой гостиничной прачечной, контролирует и руководит работой технических служб гостиницы, организует, контролирует и руководит работами по системе безопасности в гостинице, системам связи, выполняет специальные задания по указанию генерального директора | Должности, находящиеся под непосредственным контролем, администратор - распорядитель административно-хозяйственного отдела, начальник службы безопасности, главный инженер, заведующий прачечной, главный оператор телефонной станции | Генерального директора | Взаимоотношения между членами коллектива, ответственность за материальные ценности, косвенно отвечает за все материалы и оборудование в гостинице, осуществляет внутренние и внешние контакты |
| Горничная дневной смены |
| Убирать порученное число номеров, проявлять бдительность в обеспечении безопасности гостей и сохранности их имущества | Отвечает за чистоту в порученных номерах | Уборка постелей, протирка мебели, дверей, окон, чистка ковровых покрытий, мыть пепельницы и вытряхивать корзины для бумаг, пополнять необходимые запасы для гостей, убирать ванную и туалет, менять полотенца, действовать согласно правилам гостиницы относительно контроля за ключами, приносить все забытые вещи в административно-хозяйственный отдел; проявлять бдительность в вопросах безопасности, соблюдать меры противопожарной безопасности и технику безопасности | Контроль не осуществляет | Непосредственно – старшей горничной, косвенно - директора по эксплуатации | Отвечает за чистоту определенных номеров, за надлежащее использование средств и материалов для уборки, постельного белья и полотенец |

|  |
| --- |
| Консьерж |
| Обеспечение для гостей эффективного, быстрого и вежливого предоставления различных услуг | Отвечает за контроль за персоналом | Организует смены персонала, нанимает и увольняет персонал, применяет дисциплинарные меры, дает рекомендации по обучению в процессе работы, осуществляет контроль за работой швейцара, носильщиков и рассыльных, принимает меры по жалобам гостей, следит за доступностью информации, принимает от гостей заказы на услуги, обеспечивает ведение записей для контроля за багажом, изучает меры по безопасности, поддерживает связь с работником службы безопасности | Непосредственно над дежурными носильщиками, швейцарами, ночными носильщиками, рассыльными | Непосредственно заведующего службой приема, постоянного директора | Отвечает за обеспечение эффективного и вежливого обслуживания носильщиками и за надлежащее использование их инвентаря, проявляет бдительность в вопросах безопасности гостей, их имущества, а также самой гостиницы |
| Швейцар |
| Приветствовать гостей при их прибытии, помогать им с багажом, контролировать подъезд, парковку и отъезд автомобилей  | Приветствует гостей при их прибытии и убытии, контролирует движение автомобилей, оказывает помощь гостям у входа в гостиницу и обеспечивает высокий уровень удовлетворения спроса гостей | Встречает и приветствует гостей, оказывает помощь гостям при выходе из автомобилей и подносит их багаж, контролирует и организует подъезд, парковку и отъезд автомобилей, направляет такси по заказу, осуществляет связь с носильщиками и направляет их для обслуживания багажа гостей, поддерживает подъезд гостиницы в чистоте, прощается с отбывающими гостями, изучает меры противопожарной безопасности и техники безопасности | Контроль не осуществляет | Непосредственно главного консьержа и дежурного службы приема | Отвечает за вежливое и квалифицированное выполнение услуг швейцара, контроль за автомобилями и высокий уровень удовлетворения спроса гостей и положительное впечатление о гостинице |
| Шеф-повар |
| Обеспечивает пригото-вление пищи и оформление блюд на кухне  | Отвечает за руководство и координацию операций, связанных с приготовлением пищи и оформлением блюд | Руководит процессом приготовления пищи и оформления блюд, консультируется с директором службы питания и напитков по ежедневному меню ресторана, следит за состоянием кухонного оборудования, обеспечивает приготовление пищи, вводит новые технологии приготовления пищи, руководит обучением работников кухни, консультируется с директором службы питания и напитков по вопросам замены кухонного оборудования, работает в контакте с заведующим отделом по организации банкетов, контролирует затраты на приготовление пищи, занимается кадровыми вопросами, готовит список скоропортящихся продуктов ежедневно | Непосредственно – над помощником шеф-повара, косвенно – над всеми работниками кухни | Непосредственно директора службы питания и напитков | Отвечает за организацию кухонного производства, приготовление пищи, подачу блюд во все пищевые точки |

|  |
| --- |
| Повар участка кухни |
| Подготовка, приготовление и оформление блюд для участка кухни в соответствии с установленными методами и стандартами | Отвечает за определенный участок кухни, за работу персонала на своем участке и согласованность работы с другими участками | Готовит и оформляет блюда, контролирует и обучает персонал в своей бригаде, следит за свежестью продуктов, следит за чистотой и гигиеной, работает в сотрудничестве с другими участками, изучает правила противопожарной безопасности и технику безопасности гостиницы, а также обращение с противопожарным оборудованием кухни | Непосредственно над членами бригады - участка | Непосредственно помощника шеф – повара и шеф - повара | Отвечает за эффективную работу участка, включая подготовку продуктов питания, приготовление пищи, её оформление, контроль, обучение и контакт с другими участками, надлежащее обращение с кухонными приспособлениями и оборудованием |
| Стюард кухни |
| Чистить, мыть, сушить и протирать посуду, бокалы, столовые приборы и другую утварь кухни/ресторана | Отвечать за чистоту всех предметов для кухни, чистоту кухни, оборудования, за удаление мусора и возврат вычищенных предметов на соответствующие участки | Моет все предметы, убирает кухню, чистит холодильники, шкафы, плиты, печки, полки для хранения оборудования, сортирует мусор, выносит мусор, чистит мусорные бачки, обеспечивает чистоту всех моющих и чистящих механизмов, изучает меры противопожарной безопасности и технику безопасности, обеспечивает достижение высоких стандартов чистоты и гигиены | Контроль не осуществляет | Непосредственно старшего стюарда, а также шеф – повара или его помощника | Отвечает за надлежащее обращение с моющим оборудованием и материалами, со всеми предметами, обрабатываемыми на мойке, за уборку мусора и чистоту отведенных зон |
| Метрдотель |
| Обеспечивает работу ресторана, осуществляя руководство, общее наблюдение и контроль | Отвечает за бюджетные доходы, общее руководство персоналом в ресторане. Исполняет административные обязанности, поддерживает связь с кухней относительно качества и оформления пищи | Организует смены, ведет платежные ведомости, проводит инструктаж персонала, нанимает и увольняет сотрудников, следит за чистотой форменной одежды, обеспечивает контроль за подачей блюд, определяет качество пищи, помогает в составлении меню, принимает меры по жалобам гостей, встречает приходящих гостей, принимает заказы на места в ресторане, следит за материальными ценностями, заказывает продукты, рассчитывает издержки и доходы, поддерживает отношения с кассирами ресторана | Над старшими официантами, официантами, помощниками официантов, сомелье | Непосредственно директора службы питания и напитков | Отвечает за персонал, обслуживание гостей, материальные ценности, управление производством, деловые контакты |

|  |
| --- |
| Официант |
| Обеспечить обслуживание подачей блюд и напитков гостям ресторана | Отвечает за сервировку столов, содержит сервировочные столики в рабочем порядке | Следит за укомплектованностью столика, изучает меню, принимает заказы гостей, накрывает столы, подает блюда и напитки, принимает меры по жалобам и просьбам гостей, обучает и контролирует помощника официанта, следит за оформлением и оплатой счетов | Непосредствен-но над помощником официанта | Непосредственно старшего официанта данной секции, директора ресторана и метрдотеля | Отвечает за предоставление обслуживания гостей и за правильное обращение с материалами и оборудованием ресторана |
| Бармен |
| Обеспечивает четкое и вежливое обслуживание в баре гостей и персонала | Отвечает за приготовление напитков, точность и отчетность по расчетам с гостями, за внешний вид бара и за повышение уровня обслуживания гостей | Получает напитки, убирает бар, оформляет бар, приготавливает и подает напитки, готовит счета гостей, соблюдает все правила и законы о торговле спиртными напитками, обеспечивает сохранность запаса напитков в баре, изучает правила пожарной безопасности | Контроль не осуществляет | Непосредственно – главного бармена, косвенно – директора службы питания и напитков | Отвечает за быстрое и вежливое обслуживание в баре гостей и за обслуживающий персонал бара |
| Кассир службы приема |
| Содержать счета гостиницы в надлежащем состоянии, производить наличный расчет  | Несет ответственность за выполнение всех функций кассира службы приема, поддерживает контакты с регистраторами службы приема, службы оформления кредитных операций и дежурным администратором | Содержит счета гостей в порядке, оформляет выезд и взимает плату по счетам, несет ответственность за точность денежных сумм в сейфах, ведет учет, поддерживает деловые контакты со службой приема, регистраторами, обеспечивает высокий уровень обслуживания гостей, соблюдает меры предосторожности в отношении сохранности кассовой наличности | Контроль не осуществляет | Непосредственно – главного кассира, назначенного ревизора | Ответственность за эффективное, корректное обслуживание гостей, обеспечивая высокий уровень обслуживания, деловые отношения с другими службами, оптимальное использование технических средств |
| Посыльный |
| Обеспечивает гостей услугами посыльного | Отвечает за выполнение мелких услуг, доставку сообщений, почтовых отправлений, минимальную уборку вестибюля, выполнение разнообразных обязанностей посыльного | Оказывает мелкие услуги гостям, доставляет почтовые отправления, выполняет поручения гостей, доставляет письма в другие отделы гостиницы, информирует гостей по общим вопросам, удовлетворяет жалобы гостей, изучает меры противопожарной безопасности, технику безопасности | Контроль не осуществляет | Главного консьержа или дежурного службы приема | Ответственность за эффективное, корректное и вежливое обслуживание гостей |

# Приложения

Основные документы, регулирующие сферу туризма и сервиса.

Нормативно-законодательные акты.

Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11. 1996.

Указ Президента РФ от 22.12. 1995 № 1248 «О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации».

Указ Президента РФ от 25.04. 1994 № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма».

Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации». Утверждена постановлением Правительства РФ от 26.02. 1996 № 177.

Постановление Правительства РФ от 27.02. 1995 № 426 «Об упорядочении использования федеральной собственности в сфере туризма»

Постановление Правительства РФ от 24.01. 1998 № 83 «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов».

Концепция реорганизации и развития туризма в Российской Федерации. Одобрена Указом Президента РФ от 22.12. 1995.

Положение о лицензировании международной туристической деятельности. Утверждено постановлением Правительства РФ от 12.12. 1995.

Положение о порядке предоставления в аренду земельных участков, природных объектов, зданий и сооружений на территориях национальных парков для осуществления деятельности по обеспечению регулируемого туризма и отдыха. Утверждено постановлением Правительства РФ от 03.08. 1996.

Положение о порядке предоставления и аннулирования лицензий на осуществление деятельности по обеспечению регулируемого туризма и отдыха на территориях национальных парков. Утверждено постановлением Правительства РФ от 03.08. 1996.

Правила бытового обслуживания в Российской Федерации. Утверждены постановлением Правительства РФ от 15.08. 1997.

Правила оказания услуг общественного питания. Утверждены постановлением Правительства РФ от 15.08. 1997.

Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены постановлением Правительства РФ от 15.08. 1997.

ГОСТ-28681-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания (основные положения)".

ГОСТ Р50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

ГОСТ Р50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

ГОСТ Р50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

ГОСТ Р50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования».

Хартия туризма.

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 передвигаться без ограничений, 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:

1. содействовать упорядоченному и гармоничному росту как внутреннего, так и международного туризма;

2. 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;

3. уделять должное внимание принципам Манильской декларации по мировому туризму и Документу Акапулько «при разработке и осуществлении, где это уместно, своей политики, планов и программ в области туризма в соответствии со своими национальными приоритетами и в рамках программы работы Всемирной Туристской Организации»;

4. 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 уделения особого внимания молодежному туризму, туризму людей преклонного возраста и лиц с физическими недостатками;

5. 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:

1. 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;

2. способствовать росту туристского сознания и содействовать контактам посетителей с местным населением с целью улучшения взаимопонимания и взаимного обогащения;

3. обеспечивать безопасность посетителей и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты;

4. предоставлять возможно лучшие условия гигиены и доступа к службам здравоохранения, а также предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев;

5. предотвращать любую возможность использования туризма для эксплуатации других в целях проституции;

6. усиливать в целях защиты туристов и местного населения меры по предупреждению нелегального использования наркотиков.

Статья V.

Государствам следует:

1. 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;

2. не допускать каких-либо дискриминационных мер в отношении туристов;

3. 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;

4. 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 на свободный доступ к своим собственным туристским ресурсам, обеспечивая своим отношением и поведением бережное отношение к окружающей природной и культурной среде;

2. Оно также вправе ожидать от туристов понимания и уважения их обычаев, религий и прочих сторон их культуры, которые являются частью наследия человечества;

3. В целях содействия такому пониманию и бережному отношению необходимо способствовать распространению соответствующе информации:

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

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

- 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 гармоничных 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 утверждению гуманистического характера 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:

- заниматься своей деятельностью при благоприятных условиях, без каких-либо помех или дискриминаций;

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

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

Кодекс туриста.

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 должны:

- проявлять самое большое понимание в отношении обычаев, верований и поступков местного населения и самое большое уважение в отношении природного и культурного достояния последнего;

- воздерживаться от подчеркивания экономических, социальных и культурных различий, существующих между ними и местным населением;

- быть восприимчивыми к культуре местного населения, принимающего туристов, являющейся неотъемлемой частью общего достояния человечества;

- препятствовать эксплуатации других в целях проституции;

- 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:

- смягчением административного и финансового контроля;

- возможно лучшими условиями на транспорте и 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 соответствующие правила и ограничения.

2. По прибытии к местам и отдельным районам туристского интереса, а также на протяжении всего их транзита и временного пребывания туристы для своего блага должны располагать:

- объективной, точной и исчерпывающей информацией об условиях и возможностях, предоставляемых в течение их путешествия и временного пребывания официальными туристскими организациями и поставщиками туристских услуг;

- личной безопасностью, безопасностью своего имущества, а также защитой своих прав как потребителей;

- 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 доступам к службам здравоохранения;

-доступом к быстрой и эффективной общественной связи внутри страны, а также с внешним миром;

- административными и юридическими процедурами и гарантиями, необходимыми для защиты их прав;

- 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, а там, где это уместно, и в соответствии с законом, объединяться с другими для этой цели.

В соответствии с Уставом ООН выполняет задачи, касающиеся разрешения международных проблем экономического, социального, культурного и гуманитарного характера, и в поощрении и развитии уважения к правам человека и основным свободам для всех, без различия расы, пола, языка и религии.