



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Т.Г. Неретина

ОСНОВЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Утверждено Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия*



Магнитогорск
2015

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я73

Рецензенты:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики физической культуры,
ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Н. В. Третьякова

Кандидат философских наук, доцент,
заведующий кафедрой сервиса и туризма,
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

В.А. Чернобровкин

Неретина Т.Г.

Основы туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Татьяна Геннадьевна Неретина ; ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова». – Электрон. текстовые дан. (1,6 Мб). – Магнитогорск : ФГБОУ ВПО «МГТУ», 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования : IBM PC, любой, более 1 GHz ; 512 Мб RAM ; 10 Мб HDD ; MS Windows XP и выше ; Adobe Reader 8.0 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; мышь. – Загл. с титул. экрана.

В учебном пособии изложены основы теории туризма, приведено толкование основных терминов и понятий. Представленное пособие позволяет изучить курс «Организация туристской деятельности» и применять на практике полученные знания при подготовке к лекционным, практическим занятиям, а также при выполнении курсовых работ по дисциплинам: «Организация туристской деятельности», «Сервисная деятельность».

Материал адаптирован и предназначен для студентов специальности 100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм» специализация «Культурно-валеологические услуги», направления подготовки 100100.62 «Сервис» профиль «Социально-культурный сервис» и направления подготовки 100400.62 «Туризм» профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» всех форм обучения.

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я73

© Неретина Т.Г., 2015
© ФГБОУ ВПО «Магнитогорский
государственный технический
университет им. Г.И. Носова», 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ.....	6
1.1. Исторический аспект развития туризма	6
1.1.1. Современное туристское движение	6
1.1.2. Происхождение и распространение экотуризма	7
1.1.3. Двигательная активность человека и мотивы путешествий	8
1.1.4. Анализ понятий «туризм» и «экотуризм».....	8
1.2. Сервисная деятельность в туризме	9
1.2.1. Сервисная деятельность как вид деятельности	9
1.2.2. Предприятия, оказывающие услуги населению	10
1.2.3. Обслуживание.....	11
1.2.4. Профессиональная этика работника сервиса.....	12
1.3. Услуга как специфический продукт. Понятие туристской услуги.....	14
1.3.1. Услуга как специфический продукт	14
1.3.2. Туристская услуга	21
1.3.3. Турпакет	25
1.3.4. Туристические и экскурсионные услуги.....	27
1.4. Туристский продукт	30
1.5. Виды и функции туроператоров	34
1.5.1. Виды туроператоров.....	34
1.5.2. Функции туроператоров	38
1.6. Туристские формальности	40
1.6.1. Таможенные формальности.....	41
1.6.2. Паспортные и визовые формальности.....	42
1.6.3. Безопасность в туризме.....	47
1.7. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации туруслуг.....	49
1.8. Объекты туризма	57
1.9. Виды туризма.....	60
1.10. Категории сложности в туризме	70
1.10.1. Характеристика туристских походов и путешествий по степени сложности	70
1.10.2. Факторы, снижающие безопасность в походе.....	72
1.10.3. Факторы риска в природе	74
1.11. Компоненты профессиональной компетентности гида.....	75
1.11.1. Должностные обязанности гида.....	75
1.11.2. Походный быт.....	76
2. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	77
2.1. Вопросы для самостоятельной работы.....	77
2.2. Тематика курсовых работ по дисциплине «Основы туристской деятельности»	78
2.3. Методические рекомендации к выполнению курсовой работы	79
2.4. План отчета по практике.....	82
2.5. Контрольные вопросы.....	82
3. ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ.....	83
4. ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	94
4.1. Хартия туризма	94
4.2. Заповеди экотуристов	96
4.3. Перечень туристского снаряжения	97
4.4. Модельный закон о туристской деятельности.....	98
4.5. Рекомендации российским туристам от МИД РФ	156
4.6. Глобальный этический кодекс туризма.....	165
4.7. Типы клиентов	173
5. СПИСОК ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	175

5.1. Литература основная	175
5.2. Литература рекомендуемая (дополнительная)	176

ПРЕДИСЛОВИЕ

Электронный образовательный ресурс представлен в виде учебного пособия, разработанного для студентов вуза специальности 100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм» специализация «Культурно-валеологические услуги» направления подготовки 100100.62 «Сервис» профиль «Социально-культурный сервис» и направления подготовки 100400.62 «Туризм» профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» всех форм обучения.

Содержание данного учебного пособия соответствует рабочей программе дисциплины и требованиям квалификационной характеристики выпускника, согласно ФГОС ВПО по основной образовательной программе.

Тематика учебного пособия актуальна для студентов заочной и дневной форм обучения специальностей сферы сервиса и туризма, а также для специалистов-практиков.

Пособие включает теоретический раздел по организации туристской деятельности, контрольно-измерительные материалы, глоссарий терминов, информационно-справочные материалы, список основной и дополнительной литературы.

Теоретический раздел представлен блоком лекционных тем, изучение которых включено в рабочую программу курса «Организация туристской деятельности».

Контрольно-измерительные материалы включают: вопросы для самостоятельной работы, тематику курсовых работ по дисциплине «Основы туристской деятельности», методические рекомендации к выполнению курсовой работы, план отчета по практике, контрольные вопросы.

Глоссарий терминов содержит 193 понятия сферы сервиса и туризма, в которых необходимо ориентироваться студентам при изучении данного курса.

Информационно-справочные материалы содержат необходимый для изучения дополнительный материал, в частности: Хартия туризма, заповеди экотуристов, перечень туристского снаряжения, Модельный закон о туристской деятельности, рекомендации российским туристам от МИД РФ, Глобальный этический кодекс туризма, типы клиентов

Список основной и дополнительной литературы содержит программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Данное учебное пособие представляет собой синтез многочисленных литературных источников и личного туристского опыта составителя, посвященный вопросам туристической деятельности. Особенно полезно будет иметь данное пособие студентам – заочникам, т.к. это во многом облегчит изучение основных вопросов данной дисциплины и позволит успешно пройти аттестацию.

Изложенный теоретический материал с разной степенью полноты охватывает основные разделы курса - исторический аспект развития туризма; двигательная активность человека и мотивы путешествий; сравнительный анализ понятий «туризм» и «экотуризм»; организационно-управленческая система развития спортивно-оздоровительного туризма; объекты туризма; виды туризма; категории сложности в туризме; факторы риска в туризме; факторы риска в природе; компоненты профессиональной компетентности специалиста в сфере туризма; организационные вопросы работы туроператоров и турагентов и др.

Мы считаем, что во время изучения данного курса, целесообразно сначала внимательно и тщательно изучить теоретический материал, затем проработать темы для самостоятельного изучения (по мере необходимости, возможно на выбор). Проверить уровень усвоения теоретического материала можно, используя контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы.

При изучении данного курса составитель желает всем практической возможности соприкоснуться с миром туризма с целью познания себя, другого человека и окружающего мира природы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ

1.1. Исторический аспект развития туризма

1.1.1. Современное туристское движение

Во многих странах мира принято называть сейчас феноменом XX в. Да и в самом деле, туризм в том массовом и мировом масштабе, в котором мы видим его сегодня, — это дитя именно XX в., дитя, родившееся благодаря развитию техники, гуманитарных взаимоотношений между людьми, благодаря появившимся возможностям путешествовать во всем мире, соблюдая принципы безопасности.

Традиции массового туризма и путешествий начали зарождаться ещё XVIII в. поездки на воды частных лиц с осмотром местных достопримечательностей, на морских побережья, в знаменитые столицы мира - всё это и есть корни современного туризма. Однако в те давние времена туристы путешествовали самостоятельно, без помощи каких-либо организаций и фирм.

Основателем современного туристского движения принято считать *Томаса Кука*. В 1841 г. молодым английским священником (миссионером) была организована первая массовая прогулка по железной дороге от Ланкастера до Долнбурга, в которой приняло участие около 600 человек. Томас Кук уговорил хозяев фирмы «МР», владеющих железной дорогой, продать ему 580 билетов за половину стоимости как оптовую покупку, которые он отвез за 107 км и реализовал людям (своей пастве), желающим путешествовать. Это было началом его туристской деятельности, а также началом современного туризма, туристской индустрии.

С 1847 г. общество Кука стало распространять специальные билеты на путешествия и экскурсии и за рубеж. Довольны были и владельцы железной дороги. Освоив торговлю билетами, Кук покинул церковь и организовал собственное дело. Первой акцией для него стала организация круиза группы богатых англичан по Средиземному морю. В 1848 г. Агентство Кука стало государственной британской компанией.

В 1852 г. Кук переехал на жительство в Лондон и основал первое в истории *туристское бюро*. Он заключил договор с несколькими транспортными фирмами, которым отчислял комиссионные.

В 1863г. Кук организовал первую группу, которая поехала в Швейцарию, положив тем самым начало организованному международному туризму. На первую Всемирную выставку в Париже в 1889г. фирма Кука продала уже 400 тыс. «туристских путевок». К концу XIX века, после объединения с международным обществом спальных вагонов, фирма Кука стала мощным концерном с 324 филиалами в 53 странах, с 12 тыс. сотрудников.

Немаловажное значение в совершенствовании международных туристских связей имеет формирование нормативной базы обменов и путешествий. Эта работа была начата в 50-е гг. В 1963 г. на Римской конференции ООН по туризму и экскурсиям было принято и утверждено выдвинутое еще в 1954 г. определение международного понятия «турист», которое до этого в разных странах трактовалось по-разному. Единое понятие «турист» служит основой при проведении международного статистического учета, определении туристского таможенного права, а также при предоставлении транспортных скидок разлитым группам туристов и т. д. Вот это определение:

«Туристы — это лица, путешествующие с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства, при сроке пребывания вне своего места жительства не менее 24 часов (менее 24 часов — экскурсант)». Согласно данному определению туристами являются лица, совершающие поездки в целях: служебных командировок, посещения съездов, конгрессов, симпозиумов, отдыха, лечения, развлечений, учебы, по семейным и по религиозным причинам, а также лица, путешествующие по морю». Оно зафиксировало разнообразие целей путешествия и, следовательно, необходимую дифференциацию туристского обслуживания.

Самая влиятельная в настоящее время международная туристская организация всемирного характера была создана в 1975 г. на базе преобразованного неправительственного Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО). Она называется *Всемирная туристская организация (ВТО)* и действует под эгидой Организации Объединенных Наций (ООН). В состав ВТО входят 134 страны и территории (в том числе и Россия), представленные национальными министерствами по туризму, а также государственными и частными туристскими структурами. Генеральные ассамблеи ВТО — наиболее значительные ее мероприятия — проводятся раз в два года.

В 1980 г., 10 октября, на Всемирной конференции по туризму (г. Манила, Филиппины) была принята *Манильская декларация по мировому туризму*. Она провозгласила понимание туризма как деятельности, имеющей важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и на их международные отношения.

Вопросу совершенствования нормативной базы международного туризма была посвящена VI сессия Генеральной ассамблеи ВТО 17-26 сентября 1985 г. (г. София). Она торжественно провозгласила принципы международного туризма, зафиксированные в *Хартии туризма* и *Кодексе туриста*. При создании данных документов эксперты ВТО руководствовались Уставом ООН (ст. 3), Всеобщей декларацией прав человека, принятой Генеральной ассамблеей ООН в 1948 г. (ст. 24), и Международным пактом об экономических, социальных и культурных правах, принятым Генеральной ассамблеей ООН в 1966 г.

1.1.2. Происхождение и распространение экотуризма

Появление экотуризма и его развитие объясняется стремлением свести к минимуму изменения окружающей среды. Понятие "среда" приобретает определенный смысл в зависимости от центрального субъекта системы - организма, сообщества, человека, общества, цивилизации.

Среда, окружающая человека, - понятие антропоцентрическое, показывающее, что речь идет об условиях жизни человека или населения с учетом территориальных характеристик.

История природы неразрывно связана с историей людей, создавших, «вторую природу» - искусственную среду обитания, которая вместе с природной образует единую окружающую среду. Субъект - объектные отношения (мир человека - мир природы) породили проблему взаимодействия человека и общества с окружающей природной средой, от решения которой зависит сохранность жизни на Земле. Одним из достойных способов разрешения этой проблемы, на мой взгляд, является экотуризм.

От экотуризма неотделимо экологическое просвещение. Познавая природу, туристы проникаются необходимостью бережного к ней отношения. Вклад экотуризма в формирование экологической культуры поистине неоценим. Кроме того, из-за меньшего объема необходимой туристической инфраструктуры (отелей, ресторанов, увеселительных заведений) из расчета на одного туриста и на каждый доллар прибыли, данный туризм характеризуется меньшей ресурсоемкостью. Значит, это не только полезно, но и выгодно.

География экологического туризма своеобразна. Если основные международные потоки традиционных туристов направлены из развитых стран в развитые, а среди принимающих стран лидируют Франция, США, Испания, Италия, то экотуристы направляются главным образом из развитых стран в развивающиеся. Последние находятся преимущественно в тропиках, природа которых экзотична и притягательна для обитателей умеренных широт. Здесь среди лидеров - Кения, Танзания, Эквадор, Коста-Рика, Непал, а также Австралия, Новая Зеландия и ЮАР.

В развитых странах Европы и Америки экотуристы очень часто путешествуют и по своим странам. Экотуристами переполнены национальные парки США, а посещение некоторых парков даже приходится заказывать заранее. Хрупкое экологическое равновесие на "диких" территориях не выдерживает возрастающих нагрузок. Возникает необходимость в создании новых рекреационных территорий.

Экотуристы стремятся в места с нетронутой природой, но таковых на нашей планете остается все меньше, и многим приходится довольствоваться квазиприродой (как бы природой) вторичных, уже значительно измененных человеческой деятельностью ландшафтов. Выезжая на пикник в ближайший лес, вы, скорее всего, оказываетесь именно в таких ландшафтах.

1.1.3. Двигательная активность человека и мотивы путешествий

С целью правильного разделения туристских рынков на сегменты и определения целевых рынков, которые положены в основу разработки модели управления туристскими потоками и маршрутами.

Как правило, путешествующая группа, имеет одну основную цель, но у каждого члена путешествия может быть и своя, отличная от групповой мотивация путешествия.

Важно систематизировать причины (мотивы) путешествий.

Выделяют 5 мотивов путешествий: физическую (отдых для тела, лечение, спорт), психологическую (новые знакомства, общение, социальные контакты), межличностную (личностное развитие, признание), престижную (отдых для ума, новые впечатления) и культурную (знакомство с чужими странами, искусство, религия, спорт).

Туризм является одной из форм специально организованной, активной двигательной активности человека.

Двигательная активность включает в себя:

- 1) Привычная (гигиенические процедуры, перемещения по территории с целью самообслуживания)
- 2) Специально-организованна:
 - активный отдых (гимнастика, плавание, велопоголки, лыжи, рыбная ловля, садоводство, экскурсии, турслеты с конкурсной программой);
 - оздоровительная тренировка (тренажеры, ходьба, бег, спортивные игры, туристские походы и т.п.);
 - пассивный отдых (чтение, TV, пляж, пассивные игры).

1.1.4. Анализ понятий «туризм» и «экотуризм»

Туризм - (прогулка, поездка, путешествие, поход) - вид путешествий, совершаемых для отдыха и самообразования в свободное время, один из видов активного отдыха.

Предпосылками создания экотуризма являются негативные изменения в географической оболочке Земли (по В.В. Храбовченко), в частности:

- 1) климатические изменения
- 2) деградация почв и земель
- 3) разрушение экосистем
- 4) увеличение загрязнения воды, почвы и воздуха
- 5) природные бедствия, вызванные деятельностью человека
- 6) ограниченность запасов энергии и других видов природных ресурсов
- 7) продовольственная опасность и нарастание угроз здоровью населения
- 8) усиление неравенства в социально-экономическом развитии

Первое определение экотуризма, предложено мексиканским экономистом-экологом Гектором Цебаллосом Ласкурейном в 1980г. (Т.К. Сергеева)

Экотуризм (экологический) - сочетание путешествия с экологически чутким отношением к природе, позволяющим объединить радость знакомства и изучение образцов флоры и фауны с возможностью способствовать их защите.

Экотуризм – посещение уникальных природных территорий, мало затронутых хозяйственной деятельностью, сохранивших традиционный уклад жизни местного населения: повышение уровня экологической культуры всех участников турпроцесса и повышение жизненного уровня местного населения, соблюдение природоохранных норм и технологий при выполнении экотуров и программ.

Компоненты экотуризма: познание природы сохранение экосистем уважение интересов местных жителей.

1.2.Сервисная деятельность в туризме

1.2.1. Сервисная деятельность как вид деятельности

Сервисная деятельность – это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг.

Сервисной деятельностью занимаются индивидуальные предприниматели и сервисные организации. Результатом их труда является услуга. Услуга представляет собой продукт труда, назначением которого является удовлетворение конкретных потребностей людей.

Услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя по удовлетворению потребности человека. Услуга – это деятельность по удовлетворению нужд и потребностей людей.

Цель сервисной деятельности – удовлетворение потребностей населения в услугах.

Сущность сервисной деятельности – разновидность экономической активности, направленной на создание общественных благ, оказание услуг, производство сервисных продуктов в рамках рыночных отношений и на базе профессиональной подготовки работников.

Внутренними задачами развития сервисных предприятий являются:

- повышение качества услуг;
- повышение производительности и эффективности труда;
- дифференцирование деятельности.

Таблица 1.

Вариант классификации сервиса с шестью укрупненными единицами

(по Г.А. Аванесову)

	Сервис	Услуги
.	Производственный сервис	Услуги по ремонту техники, услуги на базе высоких технологий, включая предпродажные и постпродажные услуги
.	Сервис сферы общественного устройства	Услуги по обороне, охране общественного порядка, развитию национальной финансовой системы и др.
.	Социально-культурный сервис (общественно значимый и индивидуально необходимый)	Дошкольное воспитание, туристские, художественно-эстетические, досуговые и другие услуги
.	Интеллектуальный сервис	Образовательные, юридические, финансовые и информационные услуги
.	Сервис в сфере обращения товаров и услуг	Торговля, общественное питание, коммуникационные и транспортные услуги, услуги складского хозяйства
.	Хозяйственно-бытовой сервис	Городское хозяйство, бытовое обслуживание населения, включая удовлетворение индивидуальных потребностей граждан

1.2.2. Предприятия, оказывающие услуги населению

Сервисная деятельность генерируется (производится, реализуется) специализированными структурами обслуживания, которые выступают ее субъектами, которые предлагают всем желающим свои услуги.

В качестве субъектов сервисной деятельности выступают конкретные предприниматели, либо коллективы сервисных организации:

–фирмы, в том числе специализированные (туристские, лечебные, гостиничные);

– предприятия, в том числе специализированные – транспортные, авиационные, ремонтные, торговые;

– бюро, конторы – юридические, информационно-рекламные, жилищно-эксплуатационные;

–учреждения (правоохранительные, учреждения культуры и др.) – отделения милиции, кинотеатры, театры, музеи, библиотеки;

–организации – прокатные, банковские, складские, страховые, охранные, в сфере искусства.

Деятельность субъектов сервисной деятельности полностью или частично основывается на принципах рыночного обмена, а также строго подчинена регламентациям правового и административно-организационного характера.

Субъекты сервисной деятельности, взаимодействуя и дополняя активность друг друга, создают сервисные продукты.

Сервисный продукт складывается из действия таких важных компонентов, как:

- труд всех субъектов сервисной деятельности, причастных к генерации данной разновидности услуг (работников конкретного сервисного предприятия и смежных предприятий);

- функционирование вспомогательных механизмов, технического оборудования, задействованных в создании продукта;

- используемые в услуге материальные вещества, предметы, товары.

Важное качество сервисного продукта – взаимозависимость между всеми его частями и компонентами.

1.2.3. Обслуживание

Обслуживание – 1) деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем; 2) предоставление услуг, создание условий, которые облегчат людям трудовую деятельность, передвижение, отдых и другие жизненно-важные функции.

Обслуживание трактует отношения потребителя и исполнителя как поэтапный длительный процесс, состоящий из комплекса конкретных услуг.

Обслуживание обеспечивается средствами производства и персоналом сервисной организации.

Обслуживание включает:

- анализ заказа потребителя;

- разработку проектов оказания услуг;

- поиск компромиссных решений в условиях многовариативности способов оказания услуг;

- установление и обеспечение необходимого качества услуг;

- согласование, оформление и доведение услуги до потребителя.

Стандарты обслуживания – организационно-инструктивные и методические документы, разработанные совместно специалистами сервиса и экономистами, в которых отражены требования к целям, организации, технологии и обеспечению отдельных видов сервисных работ, выполнение которых гарантирует высокую степень удовлетворения потребностей покупателей.

Основная задача предприятий сервисной деятельности – обеспечение высокой культуры обслуживания.

Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуги потребителю.

Прогрессивность форм обслуживания характеризуется сокращением времени, затрачиваемого на получение услуг и созданием наибольших удобств для потребителя.

Общий конструктивный стиль обслуживания – гармоничное единство всех элементов обслуживания: профессионально-трудовых, психологических, этических, эстетических, которые свойственны всем сотрудникам фирмы.

Формы обслуживания населения:

- 1) прием заказов на дому, выполнение их в условиях предприятия, доставка выполненного заказа на дом;
- 2) обслуживание по месту работы (создание на территориях крупных предприятий комплексных подразделений сферы услуг с функциями приема и выдачи заказов на услуги);
- 3) обслуживание по телефону (принимаются заявки на выездное обслуживание);
- 4) обслуживание по почте (принимаются заявки и заказы на услуги. Например: покупки на дом, косметические фирмы и др.);
- 5) бесконтактный метод обслуживания (основан на взаимном доверии заказчика и исполнителя) – распространяется на следующие виды услуг: ремонт обуви, стирка белья, стирка сорочек, ремонт чулочно-носочных изделий, проявление фотопленок и др.;
- 6) самообслуживание – заказчик за установленную плату приобретает право пользования оборудованием предприятия, имеет квалифицированную консультацию со стороны работников сферы услуг, сам получает необходимую услугу (используются жетоны на выполнение определенного вида услуг и работ);
- 7) абонементное обслуживание – дает право потребителю на внеочередное получение услуги (очередь возникает только среди владельцев абонементов), абонементное обслуживание заключается со сроком на один год, а затем продлевается по желанию клиента;
- 8) прокат на период ремонта (создает заказчику дополнительные удобства при и пользовании услугами);
- 9) обслуживание по предварительной записи (когда спрос населения на услуги значительно превышает предложение);
- 10) обслуживание по образцам, чертежам и эскизам заказчика (при изготовлении нестандартных изделий);
- 11) комплексное обслуживание – возможность получения в одном месте нескольких видов услуг (гостиницы, турфирмы, автомастерские, санитарно-курортные предприятия).

Факторы, влияющие на уровень культуры обслуживания клиентов:

- 1) наличие комфортабельного офиса и средств качественного обслуживания;
- 2) метод продажи услуги;
- 3) квалификация персонала;
- 4) возможность формировать услугу по желанию;
- 5) соблюдение установленных правил оказания услуг;
- 6) степень использования средств внутрифирменной рекламы и информации;
- 7) внешний вид сотрудников и их доброжелательность.

1.2.4. Профессиональная этика работника сервиса

Профессионально-служебная этика сервисной деятельности - это совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм, которые в

обязательном порядке должны быть реализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей. Профессиональная этика позволяет конкретизировать те общие этические принципы, которые были указаны выше.

Основные нормы служебной этики работников сервисной деятельности:

- внимательность, вежливость;
- выдержка, терпение, умение владеть собой;
- хорошие манеры и культура речи, развитый вербальный аппарат;
- способность избегать конфликтных ситуаций, а если они возникают, успешно разрешить их, соблюдая интересы обеих сторон.

Работники контактной зоны в дополнение к этим этическим нормам должны также проявлять:

- обходительность, любезность;
- радушие, доброжелательность;
- тактичность, сдержанность, заботу о потребителе;
- самокритичность;
- готовность быстро реагировать, удерживая в зоне внимания сразу несколько человек или разные операции, которые осуществляются в процессе обслуживания;
- умение держаться спокойно и доброжелательно даже после обслуживания капризного клиента или напряжённого дня;
- умение избегать неудовольствий клиентов и конфликтов;
- устойчивость к стрессам.

Требования потребителей к предприятиям сферы сервиса:

- услуга должна быть оказана, т.е. не должно быть отказов в выполнении услуг;
- услуга должна оказываться быстро;
- при пользовании другой услугой потребителю должны быть созданы максимальные удобства;
- услуга должна быть высококачественной;
- услуга должна быть оказана по максимально низкой цене.

Повышение обслуживания достигается за счет проведения систематической работы в следующих направлениях:

- внедрение прогрессивных форм обслуживания;
- рациональное размещение подразделений предприятий, осуществляющих прием и выдачу заказов;
- установление наиболее удобного режима работы предприятий и их подразделений, непосредственно оказывающих услугу;
- соблюдение сроков исполнения заказов;
- повышение культуры обслуживания.

1.3. Услуга как специфический продукт. Понятие туристской услуги

1.3.1. Услуга как специфический продукт

Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

Функция услуги – непосредственное обслуживание населения, создание комфортных условий жизнедеятельности: в транспорте, в общественных местах, во время отдыха.

Полезный эффект от услуги – совокупность полезных свойств услуги, непосредственно направленных на удовлетворение той или иной потребности человека.

Потребитель услуги – гражданин, получающий, заказывающий либо имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд.

Исполнитель услуги – предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услугу потребителю.

Результат услуги – восстановление потребительских свойств товара, создание по заказу нового изделия, перемещение, создание условий потребления, обеспечение или поддержание здоровья, духовное или физическое развитие личности, профессионального мастерства.

Идеальная услуга – абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности (включает правило обслуживания, стандарты качества, технологию оказания услуги).

Реальная услуга – конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя.

Туристский рынок - это рынок услуг, так как услуги выступают основным предметом обмена и составляют 80% всего объема продаж на развитых туристских рынках.

Туристская услуга - совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка.

Предоставление услуги – это деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги. Этапы предоставления услуги: - обеспечение необходимыми ресурсами; - технологический процесс исполнения; - контроль и оценка; - процесс обслуживания.

Процесс оказания услуги на предприятиях сервиса включает процессы обслуживания клиента и процессы, связанные с выполнением самой услуги.

Рациональная организация оказания услуг должна обеспечивать:

- минимальные затраты клиента на пользование услугами;
- минимально возможные сроки оказания услуг;
- создание максимальных удобств клиентам при пользовании услугами;
- высокую культуру обслуживания клиентов;
- высокое качество оказываемых услуг;

–создание условий для выполнения услуг с минимальными затратами трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Структура сферы услуг весьма многообразна. Существенное место в ней занимают услуги, создающие удобства населению и экономящие их свободное время, т.е. услуги сферы сервиса.

Сервисные организации оказывают следующие виды услуг:

–материальные – связанные с созданием новых и восстановлением утраченных потребительских стоимостей изделий (услуги, удовлетворяющие материальные потребности людей);

–нематериальные (социально-культурные) – направленные непосредственно на человека или окружающие его условия (услуги, удовлетворяющие духовные, интеллектуальные потребности людей и поддержание их нормальную жизнедеятельность).

Услуги сервиса классифицируются по специфике содержания:

–создающие новые потребительские стоимости (новые изделия): пошив одежды, обуви, изготовление мебели по индивидуальным заказам населения;

–восстанавливающие потребительские свойства товаров (ремонтные работы: радиотелевизионной аппаратуры, автотранспортных средств, квартир, химическая чистка и крашение одежды, услуги прачечных);

–обслуживание человека (личного характера): услуги парикмахеров, косметологов, работников оздоровительных комплексов.

Классификация услуг по К. Лавлоку

В основу первой и наиболее важной матрицы К. Лавлоком положены два фундаментальных признака классификации услуг:

–состав объектов (на кого или на что направлены действия, являющиеся сутью услуги);

–характер этих действий - являются ли они осязаемыми или неосязаемыми.

В четырех квадрантах созданной автором матрицы отражены услуги, представляющие из себя:

1. Совершение осязаемых действий, направленных на людей (например, перевозка на самолете, стрижка волос, хирургическая операция и др.). В ходе данных процессов предоставления услуги необходимо физическое присутствие заказчика, для того, чтобы он мог получить желаемые блага.

2. Совершение осязаемых действий, направленных на физическое имущество заказчика. Например, фрахтовая перевозка, стрижка газона, охрана дачи и др. В этих случаях должен присутствовать физический объект заказчика, но не сам заказчик.

3. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека, такие, как радио и телевидение, образование (обработка ментального стимула - mental stimulus processing). В этом случае заказчики должны присутствовать ментально, но могут находиться либо в специальном помещении, где предоставляется услуга, либо в определенном месте, связь с которым осуществляется посредством передаваемых сигналов или с помощью телекоммуникаций.

4. Неосязаемые действия, направленные на неосязаемые активы (страхование, обработка информации, инвестиции, банковское дело и др.). Для предоставления этих услуг прямая вовлеченность заказчика может быть ненужной (по крайней мере, в теории), достаточно, чтобы был инициирован заказ на услугу.

Проводя более глубокий анализ данной матрицы, К. Лавлок создает платформу для дифференциации возможных стратегий сервисных организаций исходя из понятия вовлеченности клиента в процесс обслуживания.

Классификация отраслей сферы услуг на основе сочетания производственно-технического и функционального подходов:

- услуги торговли;
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, предприятия общественного питания и т.п.);
- услуги транспорта;
- услуги связи и информационное обслуживание;
- услуги по снабжению, заготовкам и хранению материально-технических ресурсов;
- услуги по обеспечению функционированию рынка (кредит, финансы, страхование, сделка с недвижимостью и др.);
- услуги образования, культуры и искусства;
- услуги здравоохранения, включая физкультуру и спорт;
- наука и научное обслуживание;
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (ремонт, бытовые и хозяйственные услуги);
- услуги личного характера (непроизводственные бытовые услуги, парикмахерские, фотоателье, ремонт обуви и т.п.);
- услуги государственного управления.

Классификации услуг по отраслевой направленности:

- ремонт бытовых машин и приборов, изготовление новой продукции;
- услуги сельскохозяйственного, гигиенического и ритуального характера;
- транспортные, торговые, информационные, прокатные услуги;
- строительство, ремонт жилья, художественные работы, производство изделий народного творчества;
- образовательные, медицинские и др.

Классификации услуг по целевому назначению:

- услуги по ремонту и уходу за вещами населения, имеющие целью восстановление потребительских свойств предметов бытового назначения, ремонт одежды, обуви, химчистка, крашение изделий;
- услуги по изготовлению новых изделий по заказам населения, т.е. создание новых потребительских стоимостей (пошив одежды, вязание трикотажных изделий, изготовление мебели, строительство жилья и т.д.);
- услуги по созданию удобств в быту, удовлетворению потребностей человека как физического лица, а также связанные с ведением домашнего хозяйства (парикмахерские, санитарно-гигиенические и медицинские услуги, прокат предметов культурно-бытового назначения);

- справочно-информационные и посреднические, туристические и др. услуги;
- услуги по удовлетворению потребностей человека как личности (образовательные, культурными).

Классификация услуг по способу оплаты:

- услуги, оплачиваемые в порядке предварительного полного или частичного авансирования при приеме заказов с последующем окончательным расчетом при выдаче заказов;
- услуги, оказываемые населению бесплатно (гарантийный ремонт машин, аппаратов бытового назначения);
- услуги, оплачиваемые в рассрочку, т.е. предоставляемые в кредит.

Классификация услуг по видам деятельности, на которые направлены услуги:

- производственные – лизинг (аренда транспортных средств, зданий, сооружений), инжиниринг (предоставление на коммерческой основе различных инженерно-консультационных услуг), техническое обслуживание производственного оборудования, ремонт технических коммуникаций;
- потребительские – так называемые массовые услуги (поддержание в нормальном состоянии жилья и предметов длительного пользования, находящихся в нем);
- профессиональные – страховые, финансовые, банковские, рекламные, консультационные;
- распределительные – транспортно-экспедиционные, услуги связи, торговли;
- услуги личного характера – непроизводственные (парикмахерские, фотоателье и т.д.).

Классификация услуг по принципу вещественности:

- осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты (химчистка, прачечные, ремонт и содержание оборудования, ветеринарные услуги, охрана);
- осязаемые действия, направленные на тело человека (фитнес -центры, рестораны, кафе, салоны красоты);
- неосязаемые действия, направленные на сознание человека (образование, радио- и телевидение, театры, музеи, информационные услуги, удовлетворение религиозных потребностей).

Классификация услуг по их комплексности:

- простые;
- сложные (комплексные) – услуги гостиниц, питания, предоставления жилья и др.

Классификация услуг, согласно Общероссийскому классификатору услуг населению (ОКУН):

- 01 – бытовые услуги;
- 02 – услуги пассажирского транспорта;
- 03 – услуги связи;
- 04 – жилищно-коммунальные услуги;

- 05 – услуги учреждений культуры;
- 06 – туристические и экскурсионные услуги;
- 07 – услуги физической культуры и спорта;
- 08 – медицинские, санаторно-курортные услуги;
- 09 – услуги правового характера;
- 10 – услуги банков;
- 11 – услуги в системе образования;
- 12 – услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;
- 80 – прочие услуги.

Необходимую основу воспроизводства человека как творческого существа представляет материальная деятельность человека, на которой основываются и из которой вытекают все другие виды деятельности.

Структура платных услуг населению:

- услуги транспорта и связи (35%)
- жилищно-коммунальные услуги (20%)
- бытовые услуги (20%)
- услуги системы образования и культуры (8%)
- рекреационные и медицинские услуги (7%)
- услуги правового характера (3%)
- услуги гостиниц и аналогичных мест проживания (3%)
- прочие услуги (4%)

Номенклатура показателей качества услуг состоит из нескольких групп показателей:

- показателей назначения;
- показателей безопасности;
- показателей надежности;
- показателей профессионального уровня персонала;
- показателей социального значения;
- эстетических показателей;
- показателей информативности.

1. Показатели назначения – характеризуют свойства услуги, определяющие качество выполнения функций, для которых она предназначена. Делятся на четыре подгруппы:

1) показатели применения – характеризуют свойства услуги, определяющие основные функции, для выполнения которых она предназначена, и обуславливают область ее распространения;

2) показатели совместимости – обуславливают область применения и совместимость услуги с другими услугами;

3) показатели предприятия сферы услуг – возможности предприятия для предоставления услуги: материально-техническая база, санитарно-гигиенические и эргономические условия обслуживания потребителей, этика общения и возможность получения дополнительных услуг, среднее время ожидания, среднее число обслуженных потребителей в единицу времени, наличие в правилах обслуживания приоритетных категорий потребителей (дети, инвалиды, престарелые);

4) специфические показатели, характерные для отдельных видов услуг.

2. Показатели безопасности

Безопасность услуги для потребителя – состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем (ИСО ГОСТ Р 8402-96)

Показатели безопасности подразделяются на три группы:

1) показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан (электробезопасность, пожарная безопасность, взрывобезопасность, радиационная безопасность, безопасность от воздействия химических и загрязняющих веществ, безопасность при обслуживании машин и оборудования, безопасность от воздействия акустических тепловых и световых излучений, безопасность от воздействия технологических сред и других факторов в процессе предоставления услуги, безопасность за счет защитных средств и мероприятий – устройство ограждений, блокировок, оснащения рабочих мест, аварийной сигнализации и др.);

2) показатели безопасности для окружающей среды включают –

– допустимые химические, механические, радиационные, электромагнитные, термические, биологические воздействия на окружающую среду;

– устойчивость загрязняющих, ядовитых, опасных веществ, попадающих в окружающую среду на этапах жизненного цикла результата услуги (включая утилизацию и захоронение отходов);

3) показатели сохранности имущества и сохранности информации – отражают степень соответствующей защиты в процессе оказания услуги (выражаются через гарантии, страхование как материального, так и морального ущерба потребителя).

3. Показатели надежности – характеризуют свойства надежности и стойкости к внешним воздействиям результата услуги, помехозащищенности результата и процесса оказания услуги, надежности и предоставления услуги потребителю.

Подразделяются на четыре подгруппы:

– надежность результат услуги;

– стойкость результата услуги к внешним воздействиям;

– помехозащищенность;

– надежность предоставления услуги.

4. Показатели профессионального уровня профессионала – включают три подгруппы:

– уровень профессиональной подготовки и квалификации (в том числе теоретические знания и умение применить их на практике);

– способность к руководству (для руководителей, менеджеров, метрдотелей);

– знание и соблюдение профессиональной этики поведения

- включают оценку следующих параметров:
- уровень (рейтинг) учебного заведения;
- общая и профилирующая подготовка персонала;
- общие навыки (категория, класс, стаж работы) и навыки выполнения сложных работ;
- знание и соблюдение требований руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности, в том числе по соблюдению требований санитарии, личной гигиены и гигиены рабочего места;
- пожарной и др. видов безопасности, правил охраны труда;
- нормативных документов на услуги.

Показатели способности к руководству включают оценку следующих параметров:

- знание и соблюдение трудового законодательства, отраслевых руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности;
- умение организовать работу персонала, обеспечить эффективный контроль за соблюдением им своих обязанностей и контроль за реализацией прав;
- знание и соблюдение законодательства и руководящих документов в экономической, финансовой и бухгалтерской сферах;
- умение обеспечить доброжелательную атмосферу на предприятии, своевременное и качественное обслуживание потребителей приоритетных категорий, правильное использование средств противопожарной и других видов защиты и сигнализации, четкую эвакуацию потребителей или оказание им необходимой помощи при экстремальных ситуациях.

Показатели социального значения – (соответствие услуг требованиям различных социальных групп потребителей, в том числе инвалидов) это:

- социальная адресность услуг;
- обеспеченность населения услугами данного вида;
- соответствие уровня качества услуги розничной цене.

Количественно данные показатели не измеряются.

Эстетические показатели услуг – включают гармоничность, соответствие требованиям моды и стилю, целостность композиции и художественную выразительность:

- архитектурно-планировочных решений помещений организации, интерьера зала обслуживания, фасада здания, вывесок и витрин, выкладки товаров на торговом оборудовании;
- рабочего места и внешнего вида обслуживающего персонала, исполнения рекламных материалов, фирменных знаков и указателей, сопроводительной документации и др.;
- сервировки столов в залах организаций общественного питания, оформление и подача кулинарной продукции;
- изделий, выполняемых по индивидуальным заказам потребителей;
- сценария обслуживания.

Эстетическое оформление сервисной организации должно соответствовать требованиям Правил бытового обслуживания населения в РФ и другими нормативными документами.

Показатели информативности услуг – характеризуются:

- наличием необходимой и достоверной информации об ассортименте услуг, исполнителе, правилах и условиях оказания услуг и правах покупателей;
- соответствием персонала своему профессиональному назначению, в том числе компетентности и способности предоставить покупателям нужную информацию.

Необходимая информация об услугах, которая должна своевременно предоставляться потребителям:

- перечень оказываемых услуг (выполняемых работ) и форм их предоставления;
- обозначение стандартов, обязательным требованиям которых должны соответствовать услуги (работы);
- сроки оказания услуг (выполнения работ);
- гарантийные сроки, если они установлены федеральными законами, иными правовыми актами РФ или договором, либо предусмотрены обычаем делового оборота;
- цены на оказываемые услуги (выполняемые работы), а также на используемые при этом материалы, запасные части и фурнитуру исполнителя (обозначенные на их образцах) и сведения о порядке и форме оплаты;
- сведения о подтверждении соответствия услуг (работ) установленным требованиям (номер сертификата соответствия, срок его действия, орган его выдавший, или регистрационный номер декларации о соответствии, срок ее действия, наименование исполнителя, принявшего декларацию, и орган ее зарегистрировавший).

Для ознакомления потребителю должны быть предоставлены:

- правила оказания услуг;
- адрес и телефон подразделения по защите прав потребителей;
- образцы договоров (квитанций) об оказании услуг;
- образцы (модели) изготавливаемых изделий, альбомы и журналы с моделями изделий и т.п.
- перечень категорий потребителей, имеющих право на получение льгот, предоставляемых при оказании услуг в соответствии с федеральными законами и иными правовыми актами РФ.

Информация доводится до потребителя на русском языке и дополнительно по усмотрению исполнителя, на государственных языках субъектов РФ, языках народов РФ.

Информативность услуг повышается использованием разнообразных видов рекламно-информационных материалов.

1.3.2. Туристская услуга

Туристская услуга - результат деятельности организации (туристского предприятия) или индивидуального предпринимателя по удовлетворению соответствующих потребностей туристов в организации и осуществлении тура и его отдельных составляющих (ГОСТ 50690-2000).

Туристские услуги представляют крупный сегмент сферы услуг, обеспечивающих удовлетворение потребностей людей и реализацию их деятельности в свободное время: отдых, развлечения, путешествия.

В этой связи туристские услуги **по цели путешествия** подразделяются:

- на целевые туристские услуги;
- инфраструктурные услуги.

Целевые туристские услуги - туристские услуги, характерные именно для этого места, потребление которых составляет цель путешествия.

Инфраструктурные услуги - услуги инфраструктурного комплекса, необходимые для жизнеобеспечения населения и повсеместно распространенные

По роли в структуре туристского потребления различают:

- основные туристские услуги;
- дополнительные туристские услуги;
- сопутствующие услуги.

Основные туристские услуги - целевые услуги, входящие в тур, т. е. услуги, которые приобретаются в пакете, гарантирующем их обязательное потребление в месте отдыха. Туристский пакет включает четыре обязательных элемента: **туристский центр, транспорт, услуги размещения, трансфер.**

Дополнительные туристские услуги - целевые и инфраструктурные услуги, которые можно получить за дополнительную плату, не входящие в стоимость тура, но специфические для данного туристского центра. Наиболее развитой комплекс дополнительных услуг вам предложат в Юго-Восточной Азии - от тайского массажа до подводной охоты; всего в туристских центрах Таиланда и Малайзии фигурируют более полутора тысяч дополнительных туристских услуг.

К составу туристских услуг согласно ГОСТ 56090-2000 **причисляются экскурсии, походы и путешествия, как разновидность услуги.**

Сопутствующие услуги - услуги местного инфраструктурного комплекса, которыми пользуются и туристы.

В состав туристических услуг входят:

- бронирование,
- оформление документов,
- все виды перевозок,
- размещение,
- питание,
- экскурсии и аттракции,
- медицинское сопровождение и страхование,
- услуги гидов-переводчиков и другое обеспечение.

Перечень услуг каждого тура различен и определяется программой пребывания.

Неосязаемость, или неувловимость, туристских услуг означает, что они не приобретают овеществленной формы. Их невозможно продемонстрировать, увидеть или попробовать до получения. В отличие от покупки товаров обслуживание не приводит к владению чем-либо.

Туристские продукты имеют разную степень осязаемости. Услуги, оказываемые при продаже комплексного обеда на предприятии быстрого обслуживания, привязаны к реальному объекту (обеду) и носят весьма осязаемый характер. В меньшей степени материальность выражена во время обслуживания в классическом ресторане, куда посетитель приходит не столько для удовлетворения потребности в еде, сколько ради самой атмосферы. Еще труднее уловить услуги, предлагаемые отелями и транспортными компаниями. Производя оплату, турист покупает не гостиницу и самолет, а размещение и перевозку.

Нематериальный характер услуг затрудняет процесс ценообразования и продвижение туристского продукта на рынке.

Неразрывность производства и потребления услуги, по мнению некоторых специалистов, - главная особенность, делающая услуги действительно услугами и отличающая их от товаров. Оказать услугу можно только тогда, когда поступает заказ или появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг неотделимы.

Изменчивость - важная отличительная черта туристских услуг. Качество туристской услуги зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет. В одной гостинице сервис организован по высшему разряду, в другой, расположенной рядом, обслуживание поставлено хуже. Внутри гостиницы один работник радушен и исполнительен, тогда как другой груб и только мешает. Даже один и тот же служащий в течение дня оказывает услуги по-разному.

Непостоянство качества туристских услуг обусловлено многими обстоятельствами. Чаще всего причина кроется в самом работнике, его низкой квалификации, слабости подготовки и обучения, неинформированности, отсутствии регулярной поддержки со стороны менеджеров. Иногда изменчивость качества обслуживания связана с профессиональной непригодностью работника, неподходящими чертами его характера, которые очень трудно распознать на стадии подбора кадров.

Разрыв между ожидаемой и полученной услугой является, по существу, итоговым, складывающимся из ряда провалов в обслуживании. Провал часто возникает из-за того, что администрация не поняла или не хотела понять желания клиентов. Будучи неудовлетворенными обслуживанием, посетители не всегда жалуются напрямую, но обязательно делают для себя соответствующие выводы, больше не прибегают к услугам и создают ей антирекламу среди знакомых. Даже если они довели свое отрицательное мнение до официанта, горничной или экскурсовода, эта негативная информация, как правило, остается на уровне конкретного исполнителя, который не заинтересован в ее передаче высшему управленческому звену. Поэтому администратор и менеджеры должны занять активную позицию и сосредоточиться на маркетинге. Им следует установить прямой контакт с посетителями, беседовать с ними, проводить опросы. Полученные таким образом сведения помогут лучше понять клиента, обнаружить вал и устранить его причины.

Знать желания клиентов - необходимое, но недостаточное условие стабильного качественного обслуживания. Менеджер может иметь четкое представление о том, что хочет получить клиент, но бывает не в силах воплотить его в услуге. Этот провал обычно происходит из-за нехватки финансовых средств, особенно долгосрочных вложений, а также плохого бизнес - планирования, отсутствия продуманных стандартов, недостаточно усердной работы персонала и невысокой его квалификации.

Неспособность к хранению - следующая отличительная черта туристских услуг. Их нельзя произвести впрок или складировать. Транспортные пассажироперевозки, ночевки в средствах размещения не могут быть накоплены для дальнейшей продажи подобно продукции промышленности и сельского хозяйства. Не использованные сегодня номера в отеле или посадочные места в самолете завтра обернутся невозполнимыми потерями для их владельцев, в этом смысле туристский продукт подвержен порче.

Неспособность услуг к хранению не является сложной проблемой в условиях постоянного спроса. Однако спрос на большинство видов услуг, в том числе туристских, колеблется. Его величина меняется в зависимости от времени года и дней недели. Если спрос превышает предложение, ситуацию нельзя исправить, взяв, как в промышленности, товар со склада. Аналогично, во время низкого спроса невозможно создать запасы услуг для их использования в пиковый период. Если существует избыточное предложение, производственные мощности простаивают и фирма несет убытки.

«Сиюминутность» услуг требует разработки стратегии, обеспечивающей выравнивание спроса и предложения на рынке услуг. Существуют разные пути достижения рыночного равновесия. На пример, установление дифференцированных цен, скидок, использование иных стимулов позволяют равномерно распределить спрос во времени. Другой распространенный способ управления спросом - введение системы предварительных заказов на услуги. В период пика спроса предприятия увеличивают скорость обслуживания, предлагают дополнительные услуги (кофе, свежие периодические издания и т.д.), чтобы облегчить клиентам ожидание основной услуги. Они обучают персонал совмещению профессий, нанимают временных работников.

Кроме перечисленных выше характеристик, туристский продукт имеет ряд других отличительных черт. Среди них - **размытость потребительских свойств; неопределенность и в какой-то мере анонимность источника услуг**, обусловленные многосубъектностью производителя и разобщенностью продавца и потребителя туристских услуг; нетранспортабельность туристского продукта, порождающая новую, весьма динамичную форму спроса, при которой покупатель продвигается к поставщику. Эти особенности туристских услуг делают управление операциями в туризме более трудным делом, чем в промышленности, с точки зрения экономической эффективности.

Туристическая услуга является составной туристического продукта. И если туристическая услуга может быть приобретена и употреблена только в месте ее производства, то туристский продукт может быть приобретен и по месту жительства, но потребленный только на месте производства туристических услуг.

Иногда туристический продукт ассоциируют с понятием «туристический пакет», т.е. **основным (обязательным) комплексом услуг**, предоставляемых во время путешествия по индивидуальному или групповому плану и имеют серийный характер и предлагаются в широкую продажу.

Но туристический продукт - это гораздо шире и весомее понятия. **Туристический пакет включает минимальный набор обязательных элементов, необходимых для осуществления туруслуги.**

Туристический центр - это место отдыха туриста, которое объединяет все его рекреационные возможности: природные, культурно-исторические, экологические, этнические, социально-демографические, инфраструктуры. Этот элемент туристического пакета относится к обязательным, поскольку без объекта интереса невозможно организовать путешествие. Но необходимо помнить, что даже в одном регионе может быть несколько туристических центров.

Транспорт - это средство передвижения, с помощью которого можно добраться до туристического центра. Это может быть самолет, теплоход, поезд, автобус, автомобиль и др.. Значительную часть расходов стоимости турпакета составляют расходы на перевозку. Чем более комфортабельный и скоростной вид транспорта используется, тем выше стоимость услуг.

Услуги размещения - это конкретный отель, который предлагается туристу в туристическом центре на время путешествия. Услуги питания не включаются отдельным

элементом в туристический пакет, поскольку в туризме они составляют часть услуг размещения. Существует несколько комбинаций размещения и питания:

- ВВ - размещение завтрак;
- НВ - полупансион: размещение завтрак ужин;
- FP - полный пансион: размещение завтрак обед ужин.

Имеет место также и различие в форме обслуживания. Система "А ля карт" предполагает свободный выбор клиентом блюд, предлагаемых в меню ресторана.

«Табло дот» - обслуживание по единому для всех клиентов меню без права выбору.

«Шведский стол» - свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживания.

Трансфер - доставка туриста от места прибытия (аэропорт, железнодорожная станция, морской вокзал) до места размещения (гостиница, мотель, кемпинг), где он будет проживать, а также обратная доставка к месту назначения.

Трансферы осуществляются с использованием автобусов, такси или даже лимузинов, если такого типа трансферы включены в ТУРП-кет или заказные туристом.

Таким образом, туристический пакет, который объединяет обязательные туристические услуги, отличается от туристического продукта тем, что это минимальный набор услуг, которые могут быть расширены за счет дополнительных туристско-экскурсионных услуг, товаров и других услуг и вместе составлять туристический продукт.

1.3.3. Турпакет

Пакет услуг (турпакет) - это произведённый туроператором туристский продукт, состоящий из определённого набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий и т.д. Пакет услуг на туре формируется в зависимости от цели путешествия и потребностей туристов по выбранному ими виду туристского отдыха.

При формировании тура и его пакета возможны два варианта работы с туристами: а) реализация заказных туров б) реализация инклюзив-туров.

Заказной тур. При продаже заказных туров формирование программы и комплектование состава услуг производятся по желанию и при непосредственном участии туриста. Ему предлагают на выбор разные варианты обслуживания по каждому из видов услуг в предлагаемом им месте отдыха:

- 1) размещение - разные по уровню, типу и месту расположения гостиницы;
- 2) питание - разные варианты (полный или полупансион, или совсем без питания), шведский стол или «а ля карт» с обслуживанием и т.д.
- 3) экскурсии, досугово-развлекательные услуги на выбор;
- 4) транспортные услуги - варианты авиаперелёта, железнодорожного проезда, аренды автомашины и т.д.
- 5) спортивные и курортные услуги - пользование такими программами на выбор, а также возможность трекинга или похода;
- 6) визовые услуги, а также услуги страхования (в необходимых случаях) и т.д.

Как уже было сказано, турист **сам участвует в составлении программы своего отдыха или путешествия**. Выбранные туристом услуги формируются в программу тура,

рассчитывается цена, которую турист оплачивает при приобретении пакета тура (турпутёвки).

Обычно такие заказы формируются в агентствах и поступают затем для реализации к туроператору. Для обеспечения качественного и оперативного исполнения заказов в настоящее время в международном туризме широко используются компьютерные коммуникационные системы, пользователями которых являются многие турагентства и операторские компании мира. В международном туризме широко используется компьютерная и телефаксная связь, позволяющая оперативно (в течение полутора часов) решить проблему комплектации пакета, расчёта цены и продажи тура.

Инклюзив-тур (ИТ). Этот тур с жёстким, заранее спланированным (до контракта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определённый вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст. Наиболее распространёнными инклюзив-турами можно назвать маршрутные туры, когда на автобусе группам туристов совершает путешествие по нескольким городам и странам. Особенности подготовки и проведения такого тура (единая для всех программа, строго увязанная со сроками и графиком путешествия) не позволяют сделать его заказным. Инклюзивами являются также круизные туры, хобби-туры.

Состав услуг на инклюзив-туре при реализации не меняется. Турист вправе купить его целиком или вообще отказаться от него.

Инклюзив-туры организуются и предлагаются на популярных маршрутах (например, «Классическая Италия» или «Автобусом по Европе» и др.), в известные места туризма и отдыха, пользующиеся устойчивым спросом.

Большую часть стоимости инклюзив-туров обычно составляет оплата транспорта и размещения, меньшую - оплата питания. Расходы на остальные услуги, в том числе экскурсионные, составляют небольшую долю в общей стоимости.

Инклюзив-туры дают возможность рассчитывать на специальные авиационные тарифы, предоставляемые авиакомпаниями турагентствам именно для этих туров. Инклюзив-тур для туристского тарифа в соответствии с требованиями Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА) должен включать не менее трёх услуг: авиаперелёт, размещение в гостинице по всему маршруту путешествия и ещё одну, любую, не связанную с первыми двумя (экскурсию, аренду автомобиля и т.д.).

Несмотря на колебание спроса на такие туры, они имеют определённые преимущества для дальнейшего их развития:

- 1) в целом комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно;
- 2) турагентству легче советовать клиенту, какой выбрать маршрут, поскольку программа и цены услуг известны заранее;
- 3) больше возможности показать привлекательность своего продукта.

Турпродукт включает в себя турпакет: обязательный комплекс услуг, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Туристский продукт - совокупность вещественных (предметы потребления), невещественных (услуги) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время путешествия. Туристский продукт состоит из трех элементов: тур (турпакет), дополнительные туристско – экскурсионные услуги, товары.

Тур - первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки. Различают две основные формы туров: с сопровождением и без.

Дополнительные туристско-экскурсионные услуги - услуги не предусмотренные в ваучером или путевкой, доводимые до потребителя в режиме его свободного времени. Дополнительные услуги не входят в стоимость путевки. К ним относятся: прокат, телефон, бытовое обслуживание, почта, обмен валюты, дополнительное питание, общественный транспорт, рен-кар, хранение вещей и т.п. Эти услуги приобретаются за дополнительную плату.

Товары - специфичная материальная часть туристского продукта, включающая туристские планы и карты городов, открытки, буклеты, сувениры, туристское снаряжения и т.п., и неспецифичная часть туристского продукта куда входит большое число товаров, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания туристов. Дополнительная программа - турпакет и комплекс услуг на маршруте, т.е. тур, туроператор оформит в виде туристской путевки или ваучера - документа, в котором гарантированы все обязательные для фирмы и клиента услуги.

Туристический пакет - это только часть туристского продукта, точнее обязательная часть тура, который может быть большим или равным турпакету.

Итак, туристский **продукт** - это совокупность вещественных (предметов потребления) и нематериальных (в форме услуг) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристической деятельности.

Особенности туристского продукта. При всей неоднозначности трактовки туристского продукта все авторы относят туризм к непроеизводственной сфере. Услуги выступают основным предметом обмена и составляют до 80% всего объема продаж на развитых туристских рынках. Туристскому продукту присущи четыре характеристики, которые отличают услугу от товара: неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению.

Жизненный цикл туристского продукта. Жизненный цикл продукта описывает эволюцию продукта с момента его первоначального появления на рынке до полного прекращения реализаций. Любой продукт, какими бы замечательными потребительскими свойствами он ни обладал, рано или поздно вытесняется с рынка другим, более совершенным. Среди продуктов есть долгожители и однодневки, но нет и не может быть вечного продукта, так как со временем спрос на него падает и получаемая от реализации прибыль настолько уменьшается, что дальнейшая торговля им становится экономически невыгодной.

1.3.4. Туристические и экскурсионные услуги

Сервисная деятельность по оказанию туристических и экскурсионных услуг обеспечивает потребителям возможность отдыха в регионах с наиболее привлекательными геоклиматическими условиями или в процессе путешествий.

Туризм – временные выезды (путешествия, поездки) граждан из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Туристом является гражданин, посещающий страну временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 ч. до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

Экскурсия – это временные выезды граждан из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 ч. и без ночевки в посещаемой стране временного пребывания.

Экскурсантом – является гражданин, посещающий страну временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 ч. и без ночевки.

Потребителям туруслуг предлагаются разнообразные туры:

– оздоровительные (туры оздоровительного характера с отдыхом или лечением на курорте);

– познавательные (туры с экскурсионной программой – посещение музеев, осмотр достопримечательностей, участие в культурных мероприятиях);

– профессионально-деловые (туры с участием в работе заседаний, конференций, конгрессов, торговых ярмарок и выставок, с выступлениями, лекциями, концертами, с участием в профессиональных мероприятиях, переговорах для заключения контрактов, семинарах, профессиональных специальных курсах, а также с целью продвижения товаров на рынке и увеличения их сбыта, обучения и исследовательской деятельности, за исключением случаев оплачиваемой работы в месте временного пребывания);

– спортивные (туры для занятий непрофессиональным спортом – пешеходным, конным, лыжным, водным, велосипедным, подводным плаванием, рыбалкой, охотой; а также с целью участия и присутствия на спортивных соревнованиях);

– религиозные (туры с паломническими целями, участие в религиозных мероприятиях, маршруты с посещением святых мест;

– туры с другими целями.

В зависимости от используемых транспортных средств выделяют формы туризма:

- 1) авиатуризм;
- 2) автобусный
- 3) железнодорожный;
- 4) автомобильный;
- 5) морской.

В зависимости от времени года различают туризм:

- 1) зимний;
- 2) летний.

Направляющая сторона – организация и индивидуальный предприниматель, направляющие туристов в страну их временного пребывания, и действующие при этом на основании договоров, заключенных с туристом и принимающей стороной.

Принимающая сторона – организация и индивидуальный предприниматель, принимающие туристов, прибывших в страну их временного пребывания, и действующая при этом на основании договоров, заключенных с туристом или направляющей стороной, предоставляющей услуги.

Внутренний туризм – путешествия в пределах государства лиц, постоянно проживающих в этом государстве.

Выездной туризм – путешествия лиц в другую страну.

Въездной туризм – путешествия в пределах государства лиц, не проживающих постоянно в этом государстве.

Самостоятельный туризм – путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно.

Туристический продукт – комплекс услуг, предлагаемых потребителям – туристический тур.

Туристическая услуга – результат деятельности организаций или индивидуальных предпринимателей по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществление тура или его отдельных составляющих.

Туристическо – экскурсионное обслуживание – удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристических и экскурсионных услугах.

Экскурсионная услуга – туристическая услуга по удовлетворению познавательных интересов туристов, включая разработку и внедрение программ экскурсионного обслуживания или отдельных экскурсий, организацию и проведение экскурсий.

Туроператор – организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по формированию, продвижению и реализации тура.

Турагент – организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по продвижению и реализации тура.

Трансфер – услуга по перевозке туриста до места его прибытия в страну временного пребывания до места размещения и обратно, а также любой другой перевозке в пределах страны временного пребывания, предусмотренной программой путешествия.

Сервисная деятельность включает оказание следующих видов услуг:

- услуги туроператора по организации внутреннего, выездного, въездного туризма;
- услуги турагента;
- услуги при самостоятельном туризме;
- экскурсионные услуги.

Отдельные услуги туроператора включают в себя:

- услуги по организации проживания туристов;
- услуги по организации питания туристов;
- услуги по организации перевозок туристов различными видами транспорта;
- услуги по организации спортивных, развлекательных, познавательных, оздоровительных, экскурсионных и других мероприятий;
- услуги гидов-переводчиков.

Услуги при самостоятельном туризме:

- предоставление информационных материалов, туристических схем, описаний маршрутов естественных препятствий, объектов;
- консалтинговые услуги, включающие вопросы организации туризма, обеспечения безопасности на туристических маршрутах и др.;
- посреднические услуги по обеспечению безопасности на туристических маршрутах;
- обучение основам туристических и альпинистских навыков.

Факторы туристской мотивации, от которых зависит выбор клиентов того или иного тура (по В.А. Квартальному):

- возраст;
- образование;
- социальная принадлежность;

- менталитет;
- конфессия (верующие отрицают некоторые услуги - варьете и т.п.);
- доход;
- семейное положение;
- работа;
- отпуск;
- здоровье;
- численность туристской группы;
- географическое направление;
- сезонность;
- активность.

1.4.Туристский продукт

Туристский продукт – это комплекс услуг, предоставляемых туристско–экскурсионными предприятиями гражданам (туристам)

Туристскому продукту присущи четыре характеристики, которые отличают услугу от товара: неосязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению.

Неосязаемость, или неуловимость, туристских услуг означает, что они не приобретают овеществленной формы. Их невозможно продемонстрировать, увидеть или попробовать до получения. В отличие от покупки товаров обслуживание не приводит к владению чем–либо (Б.С. Бирюков)

Для информирования потребителей обычно используются каталоги, проспекты, брошюры, информационные листы, в которых содержатся подробные сведения о содержании и качестве пакета услуг, ценах и т.д. Эти материалы должны быть предоставлены каждому клиенту, заявившему о своем желании приобрести тот или иной тур. Кроме того, потребитель должен получить дополнительную информацию и консультации о порядке бронирования, оплаты, изменения и аннуляции тура, а также, о всех других вопросах (паспортно–визовом, таможенном и валютном регулировании, природно–климатических достопримечательностях, медицинской помощи, страховании и т.д.), связанных с туристской поездкой (В. Николайчук)

Нематериальный характер услуг усложняет работу поставщиков. Туристские предприятия сталкиваются с двумя проблемами, как показать клиентам свое предложение и объяснить, за что они платят деньги. Продавец может лишь описать преимущества, которые получит турист при потреблении услуги. Саму же услугу клиент будет в состоянии оценить только после ее оказания. Этим объясняется то, что ключевым понятием маркетинга услуг является польза, или выгода, для клиента от обращения в данную фирму.

Предприятия, предоставляющие туристские услуги, для укрепления доверия клиентов предпринимают комплекс мер. Они повышают осязаемость своих услуг, подчеркивают их значимость, заостряют внимание на получаемых клиентом выгодах, привлекают к рекламе услуг «звезд» эстрады, спорта и т.д.

Придать большую осязаемость услуге можно в самой разной форме. Одни компании доводят до клиентов информацию о своих сотрудниках, их опыте и квалификации, другие

распространяют брошюры, буклеты и иные материальные носители, помогающие понять и оценить услуги фирмы.

В последнее время поставщики все чаще обращаются к новейшим информационным технологиям, чтобы повысить материальность услуг. Некоторые отели помещают на своих сайтах объемные картинки номеров. Простым нажатием клавиш потребитель может менять ракурс осмотра комнаты, увеличивать изображение отдельных деталей (например, при желании рассмотреть картину на стене, ознакомиться с видом из окна).

Нематериальный характер услуг затрудняет процесс ценообразования и продвижение туристского продукта на рынке.

Неразрывность производства и потребления услуги – главная особенность, делающая услуги действительно услугами и отличающая их от товаров. Оказать услугу можно только тогда, когда поступает заказ или появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг неотделимы (В.Г. Гуляев).

При неразрывности производства и потребления услуг степень контакта между продавцом и клиентом может быть разной. Некоторые услуги оказываются в отсутствии заказчика, например (ремонт автомобиля). Но многие виды услуг требуют тесного прямого контакта продавца с покупателем. Так, лечение на курорте невозможно без клиента и медицинского персонала, обслуживание в ресторане неразрывно связано с работниками предприятия общественного питания.

Неотделимость производства от потребления услуг обуславливает изменение роли покупателя и продавца в процессе воспроизводства. Клиент не просто потребляет услугу, но подключается к ее производству и доставке. Участие покупателя на всех фазах воспроизводственного процесса в сфере обслуживания означает, что поставщик должен заботиться о том, что и как производить. Поведение продавца в присутствии покупателя определяет вероятность повторения услуги.

Поэтому правильный подбор и обучение персонала, в первую очередь вступающего в непосредственный контакт с клиентом, приобретают особое значение в наши дни. От профессионализма работников зависят качество услуг, приверженность покупателей и, в конечном счете, конкурентоспособность фирмы.

Изменчивость – важная отличительная черта туристских услуг. Качество туристской услуги зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет. В одной гостинице сервис организован по высшему разряду, в другой, расположенной рядом, обслуживание поставлено хуже. Внутри гостиницы один работник радушен и исполнителен, тогда как другой груб. Даже один и тот же служащий в течение дня оказывает услуги по-разному (Б.С. Бирюков).

Непостоянство качества туристских услуг обусловлено многими обстоятельствами. Чаще всего причина кроется в самом работнике, его низкой квалификации, слабости подготовки и обучения, не информированность, отсутствии регулярной поддержки со стороны менеджеров. Иногда изменчивость качества обслуживания связана с профессиональной непригодностью работника.

Проблемы качества туристского продукта

Следует, однако, отметить, что, несмотря на всеобъемлющую правовую базу, призванную облегчить создание системы качества турпродукта, на практике существует масса самых разнообразных проблем, связанных с данным вопросом.

Специфика сферы туризма заключается в том, что производимый продукт полностью или частично неосязаем, а эффект сервиса оценивается потребителем в условиях определенного эмоционального состояния, зависящего от огромного количества факторов, в числе которых такие субъективные характеристики туриста, как:

- особенности воспитания;
- возраст;
- культурные традиции народа, представителем которого является гость;
- понятие о комфорте;
- привычки;
- самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги;
- физиологические особенности организма и другие.

Все это делает восприятие качества турпродукта во многом субъективным, зависящим от индивидуальных характеристик каждого туриста. Кроме того, есть еще некоторые специфичные для сферы туризма факторы, в значительной степени, влияющие на создание качественного туристского продукта.

Стандарт определяет следующие требования к гостиницам любой категории:

1. 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 т. ч. 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.

2. Архитектурно–планировочные и строительные элементы гостиницы и используемое техническое оборудование должны соответствовать СНиП 31-06-2009;

3. Гостиница должна располагаться в благоприятных экологических условиях.

4. При проживании в гостинице должны быть обеспечены безопасность жизни, здоровья гостей и сохранность их имущества.

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

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

7. 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.

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

9. Гостиница должна быть оснащена инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими:

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

– отопление, поддерживающее температуру не ниже 18,5°C в жилых и общественных помещениях;

– вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую нормальную циркуляцию воздуха и исключаящую проникновение посторонних запахов в номера и общественные помещения;

– радиовещание и телевидение (подводка во все номера);

– телефонную связь;

– освещение в номерах: естественное (не менее одного окна), искусственное, обеспечивающее освещенность при лампах накаливания – 100 лк, при люминесцентных лампах – 200 лк; в коридорах – круглосуточное естественное или искусственное освещение.

10. При проектировании новых и реконструировании старых гостиниц (мотелей) необходимо предусматривать условия для приема и обслуживания инвалидов, использующих кресла на колесах.

Базу стандартизации, существующую в сфере туризма и гостиничного хозяйства, в настоящее время составляют следующие законы и государственные стандарты:

1) ГОСТ 28681.0 90 «Стандартизация в сфере туристско экскурсионного обслуживания. Основные положения»;

2) ГОСТ Р 50690 2000 «Туристские услуги. Общие требования»;

3) ГОСТ Р 50681 94 «Туристско экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

4) ГОСТ Р 50644 94 «Туристско экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;

5) ГОСТ Р 50646 94 «Услуги населению. Термины и определения»;

6) ГОСТ Р 50691 94 «Модель обеспечения качества услуг»;

7) ГОСТ Р 51185 98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;

8) ГОСТ Р 50460 92 «Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования»;

9) Система классификации гостиниц и иных средств размещения;

10) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [3].

Руководство и координацию деятельности по организации стандартизации в сфере туризма осуществляет технический комитет ТК 199 при Ростехрегулировании. Непосредственно к сфере туризма и гостиничного бизнеса имеют отношение следующие нормативные документы, содержащие классификационные признаки:

1) Общероссийский классификатор видов экономической деятельности – ОКВЭД (ОК 029 2001);

2) Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг – ОКДП (ОК 004 93);

3) Общероссийский классификатор услуг населению – ОКУН (ОК 002 93);

4) Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК 016 94).

1.5. Виды и функции туроператоров

1.5.1. Виды туроператоров

Поскольку туроперейтинг является весьма разнообразным и разнонаправленным видом приложения человеческого труда, возникает необходимость классифицировать как туроперирование, так и самих туроператоров по различным признакам.

Прежде всего, основываясь на географии туроперейтинга можно выделить аутгоинговых (выездной туризм), инкаминговых (въездной туризм) и инсайд – туроператоров (внутренний туризм).

1. Аутгоинговый туроператор специализируется на разработке, продвижении и реализации **выездных международных туров**, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы. Это наиболее сложный, требующий приложения наибольших усилий и капиталовложений вид туроперейтинга.

Сложность выездного туризма состоит, прежде всего, в необходимости досконального изучения продаваемого направления. Оператор должен владеть исчерпывающей информацией не только о продаваемых им отелях, экскурсионных программах, организуемых трансферах, порядке оформления въезда в страну, но и знать политику местных властей, действующие в стране пребывания законы, обычаи, нормы поведения, меры безопасности туриста и его имущества, особенности местной кухни, работы досуговых и зрелищных заведений. Максимальное знание маршрута, необходимое для предоставления наиболее полной информации туристам, достигается чаще всего только в результате командировочных поездок работников туроператора в курортные и туристические центры, тщательного изучения вторичных источников информации и имеющегося у себя, либо у конкурентов опыта работы с данным направлением.

Второй причиной наивысшей сложности выездного туризма, по сравнению с другими видами туроперейтинга, является необходимость деловых контактов с зарубежными партнерами (meet-компании, отельеры, экскурсионные бюро, транспортные организации), требующая от персонала, кроме знания иностранных языков, умения учитывать целый ряд факторов:

– часовые пояса - в этом случае наиболее сложной выступает организация выездного туризма между полушариями Земли (Европа и США, Южная Америка и Азия...);

– особенности организации работы населения страны-реципиента (длительность перерывов, время начала и окончания рабочего дня, национальные выходные и праздники);

– уровень развития средств связи в стране;

– психические и социальные особенности работников зарубежных фирм - партнеров (уровень их ответственности, оперативности, профессионализма);

– географическая удаленность партнеров (дорогостоящие командировки, информационные и фам-туры вынуждают операторов доверять партнерам «на слово»);

– довольно пессимистические перспективы и высокая стоимость издержек возможных судебных разбирательств туроператора с зарубежными партнерами, в особенности, если по договору сотрудничества, все конфликтные ситуации рассматриваются судами страны-реципиента. Не всегда работникам даже крупнейших туроператоров удается эффективно планировать собственный рабочий день, учитывая вышеприведенные факторы организации выездного туризма. По мнению российских и европейских туроператоров, довольно сложно организовывать массовый туризм в южно-европейском (Италия, Испания, Португалия), турецком, египетском, тунисском направлениях.

Кроме того, сложность выездного туризма можно объяснить необходимостью международных расчетов и большей зависимостью от факторов косвенного влияния на

туристический рынок (экономическая, политическая, экологическая ситуация как страны-реципиента, так и страны-донора).

Однако, несмотря на перечисленные факторы, именно в сфере выездного туризма разворачивается самая жесткая конкурентная борьба между операторами.

2. Инкаминговый туроператор специализируется на разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан. Именно въездной туризм является для властей наиболее приоритетным направлением туроперейтинга, поскольку от его развития напрямую зависит объем валютных поступлений в экономику страны-реципиента, ситуация на рынке рабочей силы, уровень развития инфраструктуры. Экономическую зависимость от инкаминга испытывают на себе практически все известные мировые курорты либо государства с открытой туристической экономикой. Организация въездного туризма также требует от туроператора определенного уровня профессионализма и опыта работы с целью эффективного преодоления следующих проблем:

– проектирование и планирование туристического продукта должно подразумевать возможности своей модификации в зависимости от особенностей потребностей приезжающих туристов. К этим особенностям можно отнести как обычную стыковку тура под время прибытия и отправления туристов в страну-реципиент, количество дней, проводимых туристами, так и возможные модификации тура, необходимые для максимального удовлетворения потребностей туристов, определяемых их национальной принадлежностью, социальным статусом, самоцелями путешествия и т.д.;

– инкам-туры требуют приложения усилий туроператоров для продвижения турпродукции на зарубежных туристических рынках. Помимо традиционных каталогов предлагаемых отелей, программ туров и ценовых приложений, инкам-оператор должен донести до зарубежных потенциальных туристов информацию о своей стране, об особенностях и уникальности ее туристического потенциала, убедить их в необходимости собственными глазами увидеть памятники, достопримечательности, объекты природы своей родины, уверить в полной безопасности как туристов, так и их имущества. Для донесения столь большого объема информации специализирующийся на инкаминге туроператор обязан участвовать в проводимых международных выставках, особенно в зарубежных, организовывать инфо- и фам-туры для своих зарубежных коллег. Помимо участия в выставочной работе необходимы мероприятия рекламного и PR-плана, проводимые на интересующих оператора зарубежных рынках.

– Однако в отличие от аутгоингового оператора инкам-туроператор может рассчитывать на поддержку властей своей страны, которые не меньше него самого заинтересованы в увеличении объемов инкам-туризма. В настоящее время правительства отдельных государств (Испания, Португалия, Турция, Египет) полностью финансируют рекламные акции, направленные на увеличение собственного инкам-туризма в перспективных странах-донорах;

– инкам-туроперейтинг в значительной степени зависит от имиджа страны-реципиента в мире. Если принять во внимание факт увеличения активности международного терроризма, сепаратистских тенденций во многих государствах мира, а также рост конкуренции между странами-реципиентами, можно предположить, что сегодня для сворачивания инкам-туризма, какого бы уровня он ни достигал, достаточно только одного происшествия, подорвавшего положительный имидж страны-реципиента. Благодаря развитой системе средств массовой информации, такими происшествиями может стать что угодно: от террористических актов, повлекших смерть сотен туристов и военного переворота, до бандитского нападения на туриста уличных грабителей или поднятая СМИ шумиха вокруг отравившегося местной кухней путешественника. Причем роль СМИ в формировании имиджа принимающей страны трудно переоценить: став четвертой властью в любом государстве, они также получили возможность как непосредственного, так и косвенного влияния на развитие международного туризма, на направления туристических потоков в

мире. Именно по этой причине страницы газетных полос или эфиры телеканалов зачастую становились ареной битвы для сторонников отдыха в той или иной географической местности.

–Хотя нельзя и не упомянуть о преимуществах инкаминга перед аутгоингом. Прежде всего, это большие возможности в процессе планирования туров. Туроператор прекрасно владеет информацией о туристическом потенциале своей страны, о состоянии инфраструктуры и супраструктуры туристической индустрии, легче договорится с отелем или перевозчиком, более профессионально организует экскурсии или досуг. И все это с гораздо более низкими издержками, чем аутгоинговый туроператор.

3. Инсайдинг - вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт - то есть туры по территории своей страны для своих сограждан. Внутренний туризм базируется на туристическом потенциале своей страны, и ориентирован на удовлетворение туристических потребностей своих сограждан. Внутренний туризм, так же, как и въездной, является важным приоритетом развития национального туристического рынка, так как не только не способствует оттоку денежных средств из экономики страны, но и является стабилизирующим фактором на рынке рабочей силы, работодателем собственной туристической индустрии, увеличивает размеры капиталовложений в национальные предприятия сферы туризма. Отличительными чертами внутреннего туризма можно назвать максимально недорогую информированность оператора как о предпочтениях различных категорий своих граждан - потенциальных туристов, так и о возможностях отечественного туристического потенциала. Таким образом, инсайд-туроператору значительно проще и дешевле, чем двум остальным, разрабатывать турпродукт, максимально отвечающий требованиям потенциальных клиентов.

Все же есть нюансы, ставящие инсайдинг в менее выгодное положение, чем международный туроперейтинг. Прежде всего, это меньшая, чем в международном операйтинге, норма прибыли, которая исчисляется в национальной валюте. Меньшую доходность инсайдинга можно объяснить практическим отсутствием внутренних чартерных перевозок (как одного из ведущих способов заработка международных туроператоров); жесткой ценовой конкуренцией на рынке со стороны не только крупных, но и мелких туроператоров (поскольку отечественная индустрия туризма более доступна, чем зарубежная); необходимостью ориентированности внутреннего турпродукта на средний или малоимущий класс (поскольку более состоятельный сегмент предпочтет отдых за пределами родины); небольшой долей организованного туризма в общем количестве внутренних путешествий (путешественники, обладая информацией о средствах размещения, движении транспорта и т.д., не имеющие языковых барьеров, предпочитают неорганизованный, самостоятельный внутренний туризм, обращаясь к помощи инсайд-туроператоров только в пиковые сезоны, да и то, только с целью забронировать номер, а не приобрести турпакет).

Кроме того, необходимо отметить, что размеры отдельных государств делают бессмысленным само существование инсайд-туризма и, следовательно, инсайд-туроперейтинга. Чем меньше по территории страна, тем меньше вероятность того, что клиент обратится в туристическую фирму с целью купить внутренний тур, и больше вероятность неорганизованного самостоятельного отдыха и путешествий сограждан. И все-таки инсайд-туроперейтинг весьма развит в крупных (США, Канада) либо в экономически слабых государствах, большинству населения которых зарубежный отдых недоступен (Россия, Бразилия, Мексика).

Кроме того, в более общем смысле туроперейтинга принято разделить туроператоров на инициативных и рецептивных.

Инициативные туроператоры – это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями. Отличием их от туристских агентств,

занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего из не менее чем трех услуг: размещение, транспортировка туристов и любая другая услуга, не связанная с первыми двумя. Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта. К таким туроператорам относятся выездные туроператоры и внутренние туроператоры, занимающиеся отправкой внутренних туристов в другие регионы своей страны.

Рецептивные туроператоры – это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово - развлекательными учреждениями и т. д.). Это чистая форма туроперейтинга. К ней относятся туроператоры на приеме и внутренние туроператоры, обслуживающие своих граждан также на приеме.

Также выделяют 2 вида операторов, которые определяются их положением на туристском рынке.

1. Операторы массового рынка – они продают большое число турпакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения, главным образом в места назначения массового туризма.

2. Специализированные операторы – это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д.). В свою очередь, такие специализированные операторы подразделяются на туроператоров:

а) Туроператоры, предлагающие пакеты для определенной клиентуры (например, для молодежи, ученых, семейные туры, для бизнесменов и т. д.);

б) Туроператоры, предлагающие пакеты на определенные направления (например, в Англию, Францию, Венгрию, Швейцарию, Австрию, Египет, Турцию, Таиланд);

в) Туроператоры, предлагающие проживание в определенных туристских центрах (например, Мальорка, побережье Коста-дель-Соль, Анталия и др.);

г) Туроператоры, перевозящие свою клиентуру на определенном виде транспорта (например, корабле, поезде, самолете и т. д.);

д) Туроператоры, предлагающие специфические туры (например, сафари в Кении, горный туризм в Неаполе, горные лыжи в Альпах и т. д.).

Всех туроператоров, работающих на туристском рынке, можно классифицировать

1) по их размерам, 2) региону действия, 3) ширине и глубине программы и 4) экономическим целям.

1. По размерам различаются крупные, средние и мелкие туроператоры. К крупным туроператорам относятся предприятия, услугами которых пользуется более 100 тысяч человек в год, а их оборот составляет около 35 млн. долларов. В группу средних туроператоров входят предприятия с клиентурой от 30 до 100 тысяч человек в год. Чаще всего они имеют узкую специализацию деятельности: заполняют только одну из рыночных ниш (специализация на определенном туре - например, образовательные туры; специализация на определенном регионе - например, Карпаты). К категории мелких туроператоров относятся самые разнообразные типы предприятий: специализирующиеся на походном или молодежном туризме, занимающиеся организацией путешествий, автобусные предприятия, одно из направлений деятельности которых - перевозка туристских групп.

2. По региону деятельности различаются международные, межрегиональные, региональные и местные туроператоры. Международных туроператоров мало. Лишь немногие крупные туроператоры предлагают свои продукты в нескольких странах. Чаще всего они открывают за границей свои филиалы или сотрудничают с национальными предприятиями.

К группе межрегиональных туроператоров следует отнести предприятия, обслуживающие большую территорию (несколько регионов). Региональные туроператоры предлагают свои услуги только на определенной географической территории, но по обороту и количеству туристов их можно отнести к крупным туроператорам. Местные туроператоры работают в радиусе досягаемости местной рекламы.

3. Предложение туроператоров отличается по ширине и глубине их рабочей программы. Широкое предложение охватывает множество разнообразных видов путешествий — например, отдых на побережье моря, экскурсионные и образовательные поездки, знакомство с городами. Предложение туроператора считается **более глубоким**, если для каждого вида путешествий предлагается большой выбор разнообразных продуктов.

1.5.2. Функции туроператоров

1. **Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы.**

2. **Составление перспективных программ обслуживания**, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов.

3. **Взаимодействие с поставщиками услуг на туры на договорной основе с:**

- гостиницами – на предоставление туристам мест проживания;
- предприятиями питания – по предоставлению туристам питания;
- транспортными предприятиями, фирмами и компаниями – на предоставление транспортного обслуживания туристов;
- экскурсионными фирмами, музеями, выставочными залами, парками и прочими заведениями – по предоставлению туристам экскурсионного обслуживания;
- фирмами, оказывающими различные бытовые услуги, на соответствующее обслуживание туристов;
- администрацией спортивных сооружений – на возможность для туристов пользоваться спортивными сооружениями;
- менеджерами шоу, кино, видео, театральных предприятий – на посещение их туристами;
- дирекциями заповедников, заказников, садово-парковых, охотничьих и рыболовных хозяйств – с целью обеспечения туристам отдыха и обслуживания в таковой местности;
- местными муниципальными властями – на предмет паблик рилейшнз своего бизнеса, ориентированного на человека и окружающую среду.

4. Расчет стоимости тура, определение цены с учетом рыночной ситуации. Установление тарифов и цен на свои услуги по комплектации туров разного состава, классности и т.д.

5. Обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем.

6. Подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания (гидов-экскурсоводов, инструкторов, аниматоров, методистов и т.д.).

7. Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям.

8. Продвижение и реализация туров потребителям через систему агентств.

9. Контроль за надежностью и качеством обслуживания.

10. Постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

11. Туроператор на туристском рынке занимает позицию между производителями услуг и их потребителями (туристами). Его задачей является продвижение услуг отдельных производителей до потребителей в виде комплексного туристского продукта, причем как основных услуг (пакета тура), так и дополнительных (потребляемых на месте за наличный расчет).

12. Дополнительные услуги только на первый взгляд не являются заботой туроператора. Во-первых, многие дополнительные услуги являются основным мотивом привлечения туристов (тематические парки, возможности развлечений и дополнительных поездок и т.д.), во-вторых, практика показывает, что большую часть доходов туроператора составляют именно дополнительно предоставленные услуги, приобретаемые туристом сверх пакета тура уже на месте отдыха.

Не менее значимой является присущая только туроператорам **функция ценообразования** на туристическом рынке. Возможности каждого туроператора в сфере ценообразования различны и определяются целым рядом как субъективных, так и объективных факторов. Прежде всего это объемы работы оператора. Большое количество регулярно отправляемых оператором туристов позволяет последнему увеличивать размеры блоков на авиарейсах, либо даже организовывать собственную чартерную цепочку, организовывать собственные трансферы в местах отдыха туристов, в конечном счете, – открывать собственные представительства в курортных центрах, осуществлять инвестиции в их гостиничные предприятия, оказывать давление на местных отельеров либо на принимающие стороны и т.д. Приведенные факторы оказывают непосредственное влияние на цены составляющих туристический продукт услуг. По причине различий в степени выраженности этих факторов, можно судить о сильно отличающихся себестоимостях идентичных туров у различных оперирующих на туристическом рынке компаний. Следовательно, крупные туристические операторы, при любых условиях, являются законодателями цен на туристических рынках. В данном случае, исключением может стать оперирование в небольшом, но довольно емком в денежном выражении рыночном сегменте индивидуальных, VIP-туров, лишенном массовости и условий ценовой конкуренции как таковых. Помимо объемов перевозок к факторам, определяющим возможности оператора в ценообразовании на конкретном направлении, можно отнести обладание им определенными связями или уникальными правами на представительство, эксклюзивными договорами с отельерами или перевозчиками, использование оператором новейших технологий работы, пользование закрытыми источниками информации (в том числе и исходящими от органов власти), наличие у оператора крупной агентской сети, и т.д.

Функция продвижения туристического продукта является важнейшей формой маркетинговой активности туроператора. В целях достижения максимальной рентабельности туристического проекта (в особенности, нового) туроператор выступает наиболее заинтересованной в распространении всех видов информации о нем стороной, применяя в практике как можно большее число инструментов рекламы, стимулирования продаж, PR. Во многом именно благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристического рынка (туристам, агентам, конкурирующим операторам, а также поставщикам туристических услуг) становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристического рынка (цены, ассортимент туров, формы сотрудничества, внедрение новых технологий продаж, продвижения).

Информативная функция современных туристических операторов проявляется в том, что в ходе разработки, продвижения, реализации туров оператор распространяет на рынке все возможные данные о туре (например, отличительные черты туров, культура и традиции местного населения, памятные и достопримечательные места, процедура оформления въездных документов, возможные опасности и угрозы жизни, здоровью и имуществу туристов). Зачастую это малоизвестные, либо вообще ранее не известные данные,

полученные в результате кропотливой работы туроператора как со вторичными источниками информации, так и в ходе командировок и ознакомительных поездок. Добытая оператором информация активно распространяется как среди специалистов турбизнеса, так и среди не имеющих непосредственного отношения к туризму населения посредством оформленных каталогов, буклетов, инструментов рекламы и стимулирования сбыта.

Новаторская функция туроператоров выражает стремление любой коммерческой организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующее **постоянного мониторинга конъюнктуры** туристического рынка и своевременной модификации существующего или создание принципиально нового турпродукта, максимально отвечающего существующим потребностям туристов. Новый турпродукт должен иметь возможности для последующей своей модификации, поскольку именно это его качество позволит туроператору – автору тура – оставаться лидером по продажам данного направления в будущем в условиях конкурентной борьбы. В любом случае борьба операторов за клиентов, их (операторов) коммерческие интересы только способствуют увеличению ширины (количество предлагаемых туристических направлений) и глубины (количество видов туров в одном туристическом направлении) туристического ассортимента.

Являясь предприятиями с довольно крупным оборотом денежных средств, со значительным штатом работников, туристические операторы не могут не выполнять бюджетообразующей функции. Операторы, занимающие лидирующее положение на туристическом рынке региона, обеспечивают солидные денежные поступления в бюджеты этих регионов или государств за счет налоговых сборов, в том числе.

1.6. Туристские формальности

Под **туристскими формальностями** принято понимать процедуры, связанные с соблюдением туристами, лицами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны въезда и пребывания.

Гаагская декларация по туризму 1989 г. определила, что государствам и туристской индустрии следует принять эффективные меры по упрощению туристских формальностей и таможенных процедур относительно паспортов, виз, медицинского и валютного контроля при совершении путешествий, поездок и пребывания (принцип VI). Туристские формальности должны быть направлены на устранение препятствий при совершении путешествия, облегчение условий посещения туристами других стран и регионов.

Туристские формальности подразделяются на несколько больших разделов и включают:

- заграничные паспорта, визы,
- таможенные правила,
- валютный контроль и порядок обмена валюты,
- санитарные правила,
- режим въезда-выезда,
- особенности пребывания и передвижения иностранных туристов в стране,
- иммиграционные правила и некоторые другие процедуры.

В международном туризме принято различать полицейские и санитарные формальности.

При этом под **полицейскими формальностями** понимаются процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима. Осуществление этого вида контроля возложено на соответствующие службы в аэропортах, на железных и шоссейных дорогах, морских и

речных вокзалах (в России данный контроль осуществляется Федеральной пограничной службой).

Под **санитарными (медицинскими) формальностями** понимаются процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, и их животными (если таковые имеются) установленных требований о вакцинации (прививках). Контроль соблюдения формальностей осуществляется специальными санитарными службами в пограничных пунктах, используемых для выезда и въезда из страны, и состоит обычно в проверке у туристов и путешественников международного сертификата о вакцинации. В необходимых случаях санитарные формальности предусматривают вакцинацию туристов и путешественников на месте или их временную изоляцию в карантине, если есть вероятность переноса инфекционных заболеваний. Для перевозимых туристами и путешественниками животных требуются соответствующие ветеринарные сертификаты.

Таможня является государственным органом, осуществляющим в соответствии с национальным законодательством контроль за прохождением через государственную границу грузов, багажа, пассажиров, почтовых отправок, денежных средств и драгоценностей, взимание установленных пошлин и других сборов, а также задержание грузов, которые не отвечают установленным законодательством условиям.

1.6.1. Таможенные формальности

Таможенные формальности представляют процедуру, связанную с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств. Осуществление таможенных формальностей возлагается на таможенную службу в пограничных пунктах, используемых для въезда и выезда из страны (аэропорты, железнодорожные, морские и речные вокзалы, пункты пересечения границы на автодорогах). Таможенные формальности для туристов и путешественников обычно состоят из письменного или устного декларирования перечня и количества перевозимых вещей, товаров и денег (валюты), разрешенных к перевозке. Если турист проходит по так называемому красному коридору, то заполнение *таможенной декларации* является обязательным условием (Приложение 18). Если же турист не перевозит товаров и ценностей сверх установленных таможенными правилами норм, он может проследовать по «зеленому коридору», где заполнение таможенной декларации необязательно.

Государственный таможенный комитет Российской Федерации письмом от 9 июля 1997 г. № 02-07/12925 установил порядок применения и оформления таможенной декларации единой формы, утвержденной Советом руководителей таможенных служб государств-участников СНГ. Таможенная декларация единой формы действует с 1 января 1998 г. Таможенная декларация применяется при таможенном контроле за товарами и предметами, принадлежащими физическим лицам. Заполнение декларации предусмотрено для лиц, достигших 16-летнего возраста. При временном въезде заверенная сотрудником таможенная декларация остается на руках владельца и при утере не возобновляется. При необходимости багаж и валютные средства могут быть проверены таможенниками. Провоз вещей и товаров сверх установленной нормы облагается специальным налогом.

Таким образом, таможенные формальности связаны с выполнением установленных государством таможенных правил и уплатой туристом налогов, пошлин, сборов и других начислений. Как представляется, основной проблемой при этом является большой разброс в разрешениях различных стран на беспошлинный ввоз и вывоз вещей и товаров: то, что пропущено на законных основаниях в стране выезда, может быть запрещено таможней в стране пребывания.

Перечень товаров и порядок их провоза-ввоза определяется соответствующими постановлениями Правительства Российской Федерации.

Общие правила перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу Российской Федерации утверждаются Государственным таможенным комитетом Российской Федерации. Он же определяет и перечень товаров, которые могут быть ввезены и вывезены (перемещены) в ограниченном количестве, как облагаемых, так и освобождаемых от уплаты таможенных пошлин. Таможенные декларации и досмотры могут выступать в качестве факторов, сдерживающих туристские расходы.

В ряде регионов России местные власти устанавливают дополнительные туристские сборы, которые отрицательно сказываются на туристских посещениях. Причем в ряде случаев взимаются чуть ли не одновременно «зональный сбор», «курортный сбор», «районный сбор», «местный сбор» и иные сборы, не способствующие развитию туризма и увеличению потока посетителей в данный регион и страну в целом. Туристы, как правило, болезненно относятся к местным туристским сборам, поэтому турагентам рекомендуется заранее, зная размеры сборов, включать их в стоимость реализуемого тура. Наличная валюта и российские рубли также указываются туристом в таможенной декларации. Вывоз иностранной валюты регламентируется соответствующими инструкциями Центрального Банка России и » Государственного таможенного комитета Российской Федерации. Вывоз и ввоз в Россию валюты РФ разрешены резидентам и нерезидентам. Сумма валюты на одно физическое лицо установлена в пределах пятисот минимальных размеров оплаты труда в Российской Федерации.

Отечественному туристу в настоящее время разрешается вывоз валюты в определенном размере, превышение этой суммы должно быть подтверждено именным разрешением уполномоченного на обмен валюты банка или таможенной декларацией предыдущей поездки. Дорожные чеки и кредитные карточки не декларируются. В случае обнаружения у туриста валюты, не записанной в декларации, она изымается. Поскольку валютные формальности меняются достаточно часто, турфирмы обязаны информировать об этом туристов, отправляющихся в зарубежную поездку.

Рекомендации Всемирной туристской организации в области валютных операций сводятся к следующему:

- разрешить ввоз валюты при внесении ее суммы в таможенную декларацию;
 - предоставлять полную информацию потенциальным посетителям и туристам, чтобы свести к минимуму их неудобства и финансовые затруднения при пересечении границы;
 - предоставлять туристам возможности обратного обмена валюты при выезде;
- обмен ввозимой валюты на национальные деньги производится по желанию туриста;
- на КПП при въезде должны быть вывешены правила, регулирующие обмен валюты и текущий курс обмена;
- при выезде туристов из своей страны разрешить иметь им достаточные суммы денег для обратной поездки по стране.

1.6.2. Паспортные и визовые формальности

Паспорт является официальным документом, удостоверяющим личность гражданина. В нем содержатся сведения о поле, возрасте, месте рождения и жительства, гражданстве.

Заграничный паспорт выдается в ряде государств, в том числе и в России. Помимо заграничных паспортов в отдельных случаях могут использоваться: дипломатические, служебные, консульские паспорта; паспорт (удостоверение личности) иностранца или лица без гражданства, выдаваемый иностранному гражданину, постоянно проживающему в

государстве; семейные паспорта на мужа и жену (с детьми или без детей); паспорт (удостоверение личности) ребенка, паспорт моряка и ряд других.

По Федеральному закону «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» при утрате туристом за границей своего загранпаспорта ему выдается временный документ, удостоверяющий личность и дающий право туристу на возвращение на родину. Этот документ выдается российским консульством в стране пребывания.

Во многих странах при прохождении паспортного контроля требуется заполнение специальной карточки прибытия. Это делается в целях контроля за въездом-выездом граждан, а также сбора статистических данных.

Как правило, въезд в страну пребывания требует получения визы. Виза (лат. *visa*, мн. ч. от *visum* - просмотренное) - это специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию.

Разрешение может быть проставлено в паспорте или представлять собой отдельный документ, например, групповая туристская виза. Основанием для выдачи туристской визы является согласие принимающей туристской фирмы предоставить туристу обслуживание по согласованному маршруту и в подтвержденные сроки, а также вызовы-приглашения для посещения родственников и знакомых или поездок с деловыми целями.

Визы бывают:

- одноразовые и многократные,
- индивидуальные и групповые: студенческие, въездные; транзитные;
- выездные,
- шенгенские и др.

Для получения визы, как правило, заполняются визовые анкеты (с фотографией) и платятся консульские сборы. В некоторых случаях (например, при поездке в Англию, США) заявитель может быть приглашен в консульство на собеседование.

Минимальный срок обращения за визой зависит от межгосударственных соглашений, сложившейся практики, вида паспорта, целей поездки и ее продолжительности. Ряд туристских фирм имеет разрешение (референс) на консульское обслуживание туристов. Однако наличие визы не дает гарантии совершения поездки. Ряд государств (США, Швеции и др.) требует от иностранных туристов иметь при себе обратный билет и финансовые средства, достаточные для пребывания в стране в течение указанного срока. В соответствии с российским законодательством контроль за наличием виз на въезд в иностранное государство возлагается на транспортные компании (компании-перевозчики).

В семи европейских странах с 26 марта 1995 г. вступило в действие Шенгенское соглашение, упраздняющее пограничный контроль на внутренних границах Бельгии, Нидерландов, Люксембурга, Германии, Франции, Испании и Португалии. Впоследствии, к Шенгенскому соглашению присоединилась Греция и ряд других стран. Введены два типа виз:

- единая шенгенская виза, выдается на срок до трех месяцев и дает право беспрепятственно передвигаться по территории стран, заключивших Шенгенское соглашение;

- национальная въездная виза на срок свыше трех месяцев, выдача которой остается прерогативой государства, входящего в Шенгенское соглашение.

Групповых шенгенских виз нет. Для туристов из стран, не входящих в Европейский союз, в том числе и России, сохранен визовый порядок въезда. Льготный порядок въезда распространен на граждан Венгрии, Польши, Чехии, Словакии, Латвии, Литвы и Эстонии.

Требования консульских служб иностранных государств для получения выездных-въездных виз и перечень стран, въезд в которые осуществляется без виз, постоянно меняются.

Турфирмы при оформлении виз для своих клиентов сталкиваются с широким кругом проблем, которые условно можно разделить на три группы. Первая связана с организацией работы зарубежных консульств и их сотрудников, вторая - с требованиями к процедуре оформления виз, устанавливаемыми министерствами иностранных и внутренних дел соответствующих стран и являющимися нормативами для консульств. К ним в первую очередь относятся список необходимых документов, порядок их приема и рассмотрения, сроки оформления виз, порядок аккредитации турфирм, виды выдаваемых виз и т. д. Третья группа проблем - государственное регулирование вопросов, связанных с получением выездных виз с российской стороны.

Существуют тарифные сборы, связанные с оказанием визовых услуг при оформлении приглашений для въезда иностранных граждан и лиц без гражданства в Россию.

Ввоз и вывоз из России культурных ценностей определены Законом РФ «О вывозе и ввозе культурных ценностей» от 15 апреля 1993 г. № 4806-1. К категории предметов, подпадающих под его действие, отнесены исторические и художественные ценности, старинные книги, редкие рукописи, уникальные и редкие музыкальные инструменты, старинные монеты, ордена и медали, редкие коллекции и др. Культурные ценности, заявленные к вывозу из России, подлежат обязательной экспертизе.

Под действие Федерального закона «О вывозе и ввозе культурных ценностей» подпадают также редкие коллекции и образцы флоры и фауны. Многие из них защищены Конвенцией по международной торговле видами флоры и фауны, которым грозит исчезновение, подписанной практически всеми странами мира.

Ограничения, как правило, связаны с редкими растениями, например орхидеями, кактусами; животными - обезьянами, попугаями, тиграми, леопардами, бегемотами, крокодилами и т. п., а также изделиями из этих животных. Образцы флоры и фауны, защищенные к вывозу, могут быть конфискованы на таможне.

Определенные ограничения существуют для ввоза и вывоза мелких домашних животных, таких, как собаки, кошки. Особенно это относится к элитным домашним животным. Как правило, для ввоза-вывоза домашних животных требуется иметь документальное подтверждение о сделанных им прививках в виде ветеринарного сертификата и справок о прививке против бешенства. Следует иметь в виду, что указанные документы имеют установленный срок действия.

Медицинские формальности относятся к санитарным формальностям. Соблюдение установленных медицинских правил в туристских поездках напрямую связано с безопасностью жизни и здоровья туриста.

На десятой ассамблее Всемирной туристской организации в октябре 1995 г. было заявлено, что ВТО будет добиваться поддержки мер, касающихся охраны здоровья туристов, безопасности поездок, санитарного контроля за пищевыми продуктами.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) разработала Требования к свидетельству о прививках при поездке за границу, которые являются практическим руководством для туристских организаций и самих туристов. ВОЗ выпускает также «Эпидемиологический ежегодник» и рекомендации, призванные уменьшить возможность

распространения опасных инфекций, в том числе через туризм. ВОЗ имеет рабочие соглашения с ВТО, в соответствии с которыми текущая информация о формальностях, связанных с прохождением санитарного контроля, публикуется в ежегодном издании ВТО «Зарубежный туризм - пограничные формальности».

Международные медико-санитарные правила Всемирной организации здравоохранения действуют с 1951 г.

К числу карантинных заболеваний международной значимости относятся: чума, оспа, холера, желтая лихорадка. Публикуются списки стран, для поездки в которые необходимы прививки, подтверждаемые сертификатами установленного международного образца.

Существуют определенные медико-санитарные правила, позволяющие избежать опасных инфекционных заболеваний при путешествии. Эти правила должны в обязательном порядке доводиться турфирмами до сведения клиентов до начала поездки в виде информационного листка, как этого требует соответствующий российский стандарт по туристско-экскурсионному обслуживанию. В типовой форме туристской путевки содержится напоминание о том, что турист обязан ознакомиться с информацией о стране пребывания и особенностях поведения в ней до оплаты путешествия, что подтверждается его подписью.

Под страхованием понимается система экономических отношений по защите имущественных интересов физических или юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых рисков или случаев) за счет денежных фондов (страховых фондов), формируемых или уплачиваемых из страховых взносов путем выплаты страхового возмещения.

В России приняты и действуют следующие основные законодательные нормативные документы по страхованию:

-Указ Президента России «Об обязательном личном страховании пассажиров» от 7 июля 1992 г. № 750 (в редакции от 6 апреля 1994 г. № 667);

Указ Президента России «Об основных направлениях государственной политики в сфере обязательного страхования» от 6 апреля 1992 г. № 667»,

Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 (в редакции Закона от 31 декабря 1997 г. № 157-ФЗ);

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ и ряд других документов.

Государственным органом, осуществляющим надзор за страховой деятельностью является департамент страхового надзора Минфина России.

Страхование бывает

- обязательное или добровольное,
- групповое или индивидуальное

и осуществляется на основании соответствующих правил. В правилах страхования приводятся порядок заключения, изменения, прекращения и срок действия договора страхования, рассматриваются страховые риски и случаи, а также страховая сумма, страховой взнос и страховое обеспечение, права и обязанности сторон. При заключении договора страхования страхователь (застрахованный) получает соответствующий полис страхования.

Виды страхования в сфере туризма включают страхование туриста и его имущества, в том числе страхование жизни и здоровья (медицинское страхование), страхование риска турфирм и ряд других видов.

Специфическими видами страхования являются страхование на случай задержки транспорта, плохой погоды во время нахождения застрахованных лиц на отдыхе, а также непредоставление или ненадлежащее предоставление туристских услуг, указанных в путевке или ваучере.

Законодательства большинства стран мира предусматривают обязательное страхование гражданской ответственности водителей и владельцев автотранспорта (автотуристов), поэтому автотурист обязан оформить страховой полис при пересечении границы.

В Европейском союзе для автотуристов обязательно получение такой страховки в виде зеленой карты, при этом размер страховой выплаты зависит от класса автомобиля и продолжительности поездки.

Иностранные туристы, прибывающие в Россию из дальнего зарубежья, как правило, имеют обязательную по законодательству страны проживания медицинскую страховку или специально приобретенный по случаю туристской поездки страховой полис.

Существуют разновидности международного страхового полиса, позволяющего получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира. Так, обладателям международного страхового полиса французской страховой компании «Gesa Assistance» на весь период пребывания за границей без дополнительной оплаты могут быть предоставлены:

- необходимая экстренная медицинская помощь;
- экстренная стоматологическая помощь;
- услуги по медицинской транспортировке всеми видами транспорта;
- доставка родственников к месту происшествия и обратно;
- квалифицированная юридическая помощь и защита.

Указом Президента России «Об основных направлениях государственной политики в сфере обязательного страхования» установлено, что сумма страхового взноса включается в стоимость проездного документа или путевки и взимается с пассажира, туриста, экскурсанта при продаже проездного документа или путевки. Размер страховой суммы по обязательному личному страхованию пассажиров (туристов, экскурсантов) установлен в размере 120 минимальных размеров оплаты труда (п. 4 Указа).

По Федеральному закону «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» оплата медицинской помощи туристу за границей осуществляется в соответствии с полисом добровольного медицинского страхования за рубежом. В случае отсутствия страховых документов расходы на медицинское обслуживание несет сам турист, если страховка не включена в стоимость путевки.

Договоры добровольного медицинского страхования заключаются в соответствии с утвержденными правлением компании правилами. Компания выступает в качестве страховщика, а туристы или туристские фирмы - в качестве страхователя (застрахованного).

Факт заключения договора страхования удостоверяется передаваемым страховщиком страхователю полисом. Договор страхования может быть заключен на любой срок. Дети моложе 2 лет и лица старше 75 лет не страхуются. При этом под страховым полисом понимается предполагаемое событие, на случай наступления которого проводится страхование. Под страховым случаем понимается свершившееся событие, предусмотренное договором, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести выплату страхового обеспечения по одному или нескольким страховым случаям, произошедшим в период действия договора страхования. Выплата не может превышать установленной в договоре страховой суммы, исходя из которой устанавливается размер страхового взноса и страховой выплаты. Страховая сумма является максимальной суммой, которую страховщик выплатит в целом при наступлении всех страховых случаев, а

страховой взнос является платой за страхование, которую страхователь обязан внести страховщику. Сумма выплат страхового обеспечения по одному или нескольким страховым случаям не может превышать установленной в договоре страховой суммы.

Страховыми рисками являются следующие предполагаемые события: «внезапное заболевание», «несчастный случай», «экстренные услуги».

Таким образом, по договору добровольного медицинского страхования, как правило, предоставляются и оплачиваются следующие услуги:

- медицинские услуги, включающие госпитализацию, амбулаторное лечение, а также лечение и уход на дому, предписанные врачом;
- медицинская транспортировка в ближайшую больницу, а также транспортировка в страну постоянного проживания с медицинским сопровождением;
- репатриация останков в аэропорт, наиболее близкий к предполагаемому месту захоронения;
- экстренная стоматологическая помощь.

Следует иметь в виду, что при страховании туристов, приезжающих в США, Канаду, Австралию, Японию, Израиль, Новую Зеландию, страны Центральной и Южной Америки, на острова Тихого и Индийского океанов по индивидуальным турам, сумма страхового взноса увеличивается в 2 раза. При страховании туристов, выезжающих в страны Юго-Восточной и Южной Азии, Экваториальной и Южной Африки, сумма страхового взноса увеличивается в 1,5 раза. Дополнительно оплачиваются риски, связанные с возрастом туриста. Так, для лиц старше 65 лет страховой взнос увеличивается в 2 раза, старше 70 лет - в 3 раза. Дети моложе 2 лет и лица старше 75 лет не страхуются.

Следует иметь в виду, что занятия профессиональным и любительским спортом при совершении туристской поездки также сказываются на сумме страхового сбора: зимние виды спорта (кроме горнолыжного) - коэффициент 1,8; горные лыжи - 2,8; плавание - 1,2; прыжки в воду - 2,0; подводная охота - 1,8; велосипед - 2,0; альпинизм - 3,0.

Страховая компания, кроме полиса, выдает каждому туристу специальную памятку, в которой указано, что необходимо делать при несчастном случае или внезапном заболевании, а также адреса и телефоны врачей или центров по оказанию помощи в ряде стран мира.

При составлении туристского продукта, также необходимо учитывать страхование. Существует множество видов страхования туристов:

Страхование на случай неожиданное отмены поездки:

- досрочное прекращение тура;
- задержка рейса и опоздание на последующий рейс;
- непредвиденные расходы;
- страхование на случай смерти или увечья;
- экстренные медицинские расходы;
- повреждение или пропажа багажа;
- задержка багажа.

1.6.3. Безопасность в туризме

Под безопасностью путешествия понимаются личная безопасность туристов, сохранность их имущества и ненанесение ущерба окружающей природной среде при

совершении путешествий. Таким образом, страхование туриста является частью мер по обеспечению его безопасности.

Безопасность туриста напрямую зависит от политики государства, от мер, принимаемых фирмами - турагентами и туроператорами, а также от действий самого туриста.

Информация об угрозе безопасности туристов в стране пребывания должна исходить от национальной туристской администрации, турагентов и туроператоров.

Международная практика показывает, что ряд государств издает соответствующие рекомендации по посещению тех или иных стран и регионов мира. Так, Госдепартамент США регулярно публикует список стран, в которые поездки не рекомендуются, а в ряде случаев и запрещаются. МИД Германии в 1996 г. опубликовало список 80 стран мира, куда немецким туристам не рекомендуется ездить, и запретило поездки в Афганистан, Анголу, Бурунди, Заир, Ливию, Руанду, Сомали и Судан. По ряду других стран даны сведения о степени угрозы туристам и специфике их поведения.

России также принимаются соответствующие меры, издаются нормативные документы, которые направлены на обеспечение безопасности туристов. Принято постановление Правительства РФ «О комплексе мер по обеспечению эвакуации российских граждан из зарубежных государств в случае возникновения чрезвычайных ситуаций» от 30 декабря 1994 г. № 1451, приняты законодательные акты, которыми на федеральные органы исполнительной власти возлагается обязанность информировать турагентов, туроператоров и туристов об угрозе безопасности, в том числе через государственные средства массовой информации. С 1996 г. службой Главного санитарного врача Москвы принимаются меры по профилактике заболеваний карантинными и паразитарными инфекциями при турпоездках (приложение 19). Менеджеры турфирм обязаны проводить инструктаж с выдачей памятки каждому туристу, выезжающему в страны, не благополучные по особо опасным заболеваниям (чума, холера, желтая лихорадка, малярия и др.), а также обеспечивать туристов антималярийными препаратами

Безопасность туризма и уменьшение рисков при путешествиях касаются широкого круга проблем, в том числе создания специальной полицейской службы в целях защиты посетителей и местного населения, проверки безопасности туристских заведений и наличия у них лицензий и сертификатов, организации работы линий связи срочной помощи, приема жалоб туристов, охраны памятников, окружающей среды, борьбы с наркотиками и проституцией.

Международный опыт по разработке мер безопасности туризма исследуется и обобщается Всемирной туристской организацией.

Безопасность путешествий декларировалась в Хартии туризма и Кодексе туриста (VI сессия Генеральной ассамблеи ВТО, 1985 г.), Гаагской парламентской конференцией по туризму (1989 г.). При Исполнительном Совете ВТО в 1994 г. создан Комитет по качеству туристского обслуживания, который отвечает за вопросы безопасности путешествий. В том же году ВТО провела обследование 73 стран мира, включая Россию, на тему «Безопасность и защита путешественников, туристов, туристских объектов». По инициативе ВТО летом 1995 г. в Эстерунде (Швеция) проведена 1 международная конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях. Выводы обследования свидетельствуют: в 71% стран объекты и достопримечательности, посещаемые туристами, обеспечиваются охраной со стороны специальной туристской полиции или службы безопасности. В более чем половине стран такая служба является частью государственной или муниципальной полиции. В 21% стран имеется специальная туристская полицейская служба, в половине стран эта служба помогает туристам решать их проблемы, а в 40% стран полиция информирует соответствующие консульства и туристов. На туристскую полицию

возлагаются также охрана памятников культуры, окружающей среды, борьба с наркотиками, предоставление информации туристам и охрана местных этнических групп. Однако лишь в 9 странах имеются законы, на основании которых создана туристская полиция. Сотрудники туристской полиции в 41% стран обучаются иностранным языкам, а в 26% проходят подготовку по специальным туристским дисциплинам. В 37% стран они поддерживают регулярную связь с туристскими ведомствами, фирмами и обычной полицией.

1.7. Понятие «контактной зоны» как сферы реализации туруслуг

Контактная зона – это пространственная среда, в которой находятся специалист по сервису (исполнитель обслуживания) и потребитель.

Контактная зона сервисного предприятия должна соответствовать характеру и содержанию сервисной деятельности.

Время пребывания потребителей и число контактов с ними специалистов зависят от характера услуг, форм и методов обслуживания.

Способы организации контактной зоны:

Контактная зона в разных видах сервиса и на разных предприятиях неодинаково организована, имеет разные масштабы, действует в различной обстановке.

1. Во многих случаях работник контактной зоны и потребитель сидят в помещении офиса фирмы по разные стороны служебного стола. Существуют виды услуг, в рамках которых, контактная зона ограничена пространством служебного помещения. В этом случае работник стоит перед потребителями или двигается между ними, предлагая свои услуги. Во всех случаях расстояние между производителем и потребителем услуги в среднем должно варьироваться в диапазоне от 1 м до 70 см.

2. Контактная зона может быть сформирована в специальном приемном помещении. Линия контакта между работником фирмы и потребителем может быть разделена деревянной стойкой с прозрачным экраном, с вырезом для передачи денег (ж/д билеты и др.).

3. Значительная часть личных услуг оказывается в пространстве предельно сжатой контактной зоны, когда работник вплотную подходит к клиенту (парикмахерские, салоны красоты, банные услуги, рестораны, санаторно-курортные услуги, культурно-валеологическое обслуживание и др.) – потребитель услуги при этом может сидеть, лежать, стоять.

Поведение персонала, работающего с потребителями, основывается:

–на правилах и этикете обслуживания (не акцентировать внимание на тех характеристиках клиента, которые не относятся напрямую к процессу обслуживания);

–на корпоративной культуре (комплекс предположений бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации и задающих общие рамки поведения, принимаемых большей частью сотрудников);

–на личной культуре;

–на опыте работы.

Деятельность обслуживающего персонала сервисного предприятия регламентируется:

–нормативными и техническими документами;

–правилами оказания услуг;

–должностной инструкцией.

Персоналу сервисного предприятия необходимо уметь:

–анализировать психологические свойства потребителей;

–корректировать обслуживание с учетом особенностей каждого потребителя;

–контролировать свои слова и действия (речь должна быть содержательной, ясной, понятной, грамотной, доходчивой; разговор - неторопливым);

–соблюдать правила делового этикета;

–стиль общения должен соответствовать сценарию обслуживания сервисной организации и типу оказываемых услуг;

–обладать хорошей памятью;

–своевременно и правильно передать информацию, необходимую для обслуживания конкретного потребителя;

–обладать самоконтролем;

–вести оперативный анализ способов и результатов деятельности, недостатков в работе и причин снижения качества услуги;

–внимательно выслушать потребителя и предоставить информацию об ассортименте и свойствах услуг, предложить услуги, которые могут понравиться потребителю и предоставить ему информацию для самостоятельного выбора;

–не навязывать услугу, предлагать ее тактично, учитывая вкусы и предпочтения потребителя;

–уметь задавать вопросы, помогающие принять правильное решение;

–тактично выяснить причину сомнений и дать разъяснения потребителю;

–оформить необходимые документы и расчет с потребителем, одобрить выбор потребителя;

–поблагодарить потребителя за посещение и надежду, что он придет еще раз.

У сервисной организации должен быть свой стиль обслуживания, соответствующий ее имиджу.

Стиль обслуживания проявляется в контактной зоне и сочетает в себе практические приемы обслуживания, свойственные работникам данной сервисной организации.

Сценарий обслуживания – это сюжетная схема, по которой происходит обслуживание потребителей в процессе предоставления им тех или иных услуг (краткое изложение процесса обслуживания и указание различных видов его сопровождения – музыкального, звукового, светового, анимационного и т.д.).

Атмосфера пространственной среды контактной зоны формируется за счет:

–интерьера помещения, в котором проходит обслуживание (отделка помещения, флористическое оформление, меблировка, технологическое обслуживание, указатели);

–микроклиматических условий (освещение, цветовые характеристики, температура и влажность воздуха, уровень шума, гигиеничность и чистота);

–звуковое сопровождение;

–комфорта и безопасности среды в целом.

Эстетическое оформление формирует атмосферу контактной зоны.

1) цвет мебели и оборудования должен сочетаться с общим фоном помещения;

2) внешний вид специалиста по сервису является элементом, формирующим среду контактной зоны и впечатление потребителя, создает доверительное отношение к специалисту по сервису; внешний вид складывается из:

–одежды;

–обуви;

–прически;

–косметики;

- осанки;
- мимики;
- жестов;
- манеры поведения и т.д.

3) модель и цветное решение униформы зависят от вида организации и предоставляемых услуг.

Среда контактной зоны непосредственно влияет на поведение потребителей и принятие решений о покупке.

Психологическому восприятию, профилю организации, ее фирменному стилю должны служить:

- оформление интерьера;
- планировка салонов обслуживания посетителей;
- размещение мебели и оборудования;
- внешний вид персонала;
- этика общения с посетителями;
- время ожидания обслуживания и срок исполнения услуг (для большинства случаев, чем меньше продолжительность исполнения услуг, тем выше ее ценность для потребителя и конкурентоспособность, кроме случаев приема косметолога, массажиста и т.п.).

Вызывать позитивное настроение и НЕ раздражать потребителей должны:

- среда зала обслуживания;
- световое и звуковое оформление;
- цветовая гамма внешнего вида персонала.

Фазы выбора услуг и совершения покупок (по Ж.А. Романович):

Первая фаза – возникновение в организме потребителя субъективного ощущения неудобства и осознание потребности. Его цель – удовлетворить свою потребность.

Вторая фаза – осознание способа удовлетворения потребности, определяется вид необходимых услуг.

Третья фаза – действия по удовлетворению потребности. Выбор предприятия сервисного обслуживания. Человек собирает сведения об услуге из пяти основных источников:

- память (личный опыт);
- персональные источники (друзья, семья);
- независимые источники (группы потребителей);
- маркетинговые источники (коммерческий персонал и реклама);
- экспериментальные источники.

Четвертая фаза – завершение удовлетворения потребности в процессе обслуживания или потребления результата услуги.

Основные правила обслуживания потребителей

Услуга оказывается на основании договора об оказании услуги, который оформляется в письменной форме (квитанция, договор, др. документ).

В договоре указываются следующие сведения:

–фирменное наименование и местонахождение (юридический адрес) организации-исполнителя (для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество, сведения о государственной регистрации);

- вид услуги;
- цена услуги;
- точное наименование, описание и цена материалов (вещи), если услуга выполняется из материалов исполнителя или из материалов потребителя;
- отметка об оплате потребителем полной цены услуги либо о внесении аванса при оформлении договора;
- даты приема и исполнения заказа;
- гарантийные сроки на результаты работы, если они установлены федеральными законами или правовыми актами РФ или договором;
- другие необходимые данные, связанные со спецификой оказываемых услуг;
- должность лица, принявшего заказ, и его подпись, а также подпись потребителя, сдавшего заказ.

Договор заполняется в двух экземплярах (исполнителю услуги и потребителю), при необходимости сопровождается чеком, билетом, путевкой или др. документами.

Сервисная организация обязана предупредить потребителя и остановить оказание услуги до его указаний при обнаружении:

- непригодности или недоброкачества переданного потребителем исполнителю материала, оборудования, технической документации или вещи для переработки;
- возможных неблагоприятных для потребителя последствий выполнения его указаний о способе выполнения работы (оказания услуг);
- иных, не зависящих от исполнителя обстоятельствах, которые могут отрицательно повлиять на результаты выполняемой работы либо возможность ее завершения в срок.

Требования к речи работника контактной зоны:

- содержательность – речь должна свидетельствовать о том, что он всесторонне знает предоставляемые услуги;
- ясность, доходчивость, понятность – речь не должна быть пустословной, с повторениями, вычурными выражениями, нарочитой цветистостью, с шаблонными определениями, со словами-паразитами – «так сказать», «это самое», «ну» и т.п.;
- грамотность – необходимо знать правила произношения и правописания слов, не использовать глагол «подсказать» вместо «посоветовать», исполнитель услуги советует, а не подсказывает»;
- выразительность – речь надо сопровождать красивыми жестами, приятной мимикой, соответствующей интонацией, гармонично сопровождающиеся с содержанием речи. Голос – это отражение личностных особенностей человека – следует говорить внятно, громко, выразительно, образно.

Чистота речи

Чистота речи - это отсутствие в ней лишних слов, слов – сорняков, слов – паразитов (значит, вот, так сказать, так, да, понимаете и др.). Чрезмерное и неуместное употребление данных слов засоряет речь, мешает передачи основной информации.

Слова – сорняки и слова-паразиты не несут никакой смысловой нагрузки, не обладают информативностью. Они затрудняют восприятие языка, отвлекают внимание. Кроме того, такие слова психологически воздействуют на человека.

Яркость, образность и выразительность речи

Говорящий должен воздействовать не только на разум, но и на чувства, воображение слушателей. Образность и эмоциональность речи усиливают ее эффективность, способствуют лучшему пониманию, восприятию и запоминанию, доставляют эстетическое удовольствие.

Для придания речи яркости следует использовать различные выразительные средства: метафоры, эпитеты, сравнения, олицетворения, гиперболы, градацию и др. Однако необходимо умело пользоваться данными оборотами: в соответствии с ситуацией, формой общения и целями.

Ясность и понятность речи

Ясность и понятность речи в значительной степени зависят от правильного использования различных пластов лексического состава языка: терминов, иностранных слов, диалектизмов, профессионализмов, жаргонизмов, архаизмов, неологизмов, историзмов. Применение слов ограниченной сферы употребления должно быть обязательно мотивировано. Следует иметь в виду, что язык постоянно обогащается, пополняется новыми словами. Но, употребляя их, говорящий хорошо должен знать значение используемых слов, уметь разъяснять их смысл. Это позволит сделать речь доступной для понимания.

Точность речи

Точность как признак культуры речи определяется умением четко и ясно мыслить, знанием предмета речи и законов русского языка. Точность речи чаще всего связывается с точностью словоупотребления, правильным использованием многозначных слов, синонимов, антонимов, омонимов. При отборе лексических средств рекомендуется учитывать следующие факторы: значение слова, его многозначность, сочетаемость с другими словами, эмоционально-экспрессивную окраску, стилистическую характеристику, сферу употребления, грамматическую оформленность, особенность аффиксов.

Несоблюдение основных критериев отбора лексических средств приводит к ошибкам в словоупотреблении. Наиболее типичные из них: употребление слов в несвойственном для них значении, двусмысленность, тавтология, смешение паронимов, ошибки в стилистической оценке слов, ошибки, связанные с сочетаемостью слов, употребление слов-спутников, слов в универсальном значении и др.

Правильность речи

Это соблюдение действующих норм русского литературного языка, а именно в грамматике - орфографии и пунктуации (письменная речь), а также в орфоэпии - в устной речи.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика содержания «туризма» и «экотуризма»

Параметры сравнения	Туризм	Экотуризм
	1975г. основана Всемирная Туристская Организация (ВТО) - на 1992г. в ней было 120 стран	Официальный статус самостоятельной отрасли получил в 1980г.
1. Цель	Активный отдых, самообразование, познание окружающего мира	Экологическое просвещение среди широких масс населения, желающих углубить свои знания в области экологии (науки об отношениях организмов и окружающей среды)
2. Задачи	– Познание другой местности (города, страны,	–Познание природы –Сохранение экосистем

Параметры сравнения	Туризм	Экотуризм
	природной зоны) – Изучение культуры других народов – Отдых, «переключение»	– Уважение интересов местных жителей
3. Виды	1. Природный туризм: водный, горный, пеший (пешеходный), конный, спелео, лыжный, комбинированный, вело и др. 2. Самодеятельный 3. Приключенческий 4. Детско-юношеский 5. Экологический 6. Охотничье-рыболовный 7. Спортивный 8. Спортивно-оздоровительный 9. Внутренний 10. Внешний 11. Международный 12. Познавательный 13. Авто-мото 14. Космический и др.	Экотуризм – природный туризм, способствующий охране природы 1 классификация: 1. Пешеходный туризм 2. Путешествия с натуралистом 3. Путешествия на велосипеде 4. Путешествия верхом – конный 5. Туры по внутренним водам (сплавы, путешествия на пароходу) 6. Морские путешествия 7. Спелеотуризм 8. Спортивная охота на охраняемых природных территориях 2 классификация: 1. Научный туризм (исследование флоры и фауны, создание и охрана заповедников, научные экспедиции и полевая практика студентов) 2. Туры истории природы (познание природы и местной культуры) 3. Приключенческий туризм (путешествия, связанные с активным способом передвижения и отдыха на природе): альпинизм, скалолазание, ледолазание, спелеотуризм, горный, пеший, водный, лыжный, конный, парашютный 4. Путешествия в природный резерваты (пещеры, гейзеры)
4. Значение	1. Культурное 2. Социальное 3. Экономическое	1. Сохранение экосистемы 2. Охрана окружающей среды 3. Установление связей и

Параметры сравнения	Туризм	Экотуризм
	4.Формирование здорового образа жизни 5. Установление связей и взаимопонимание между народами	взаимопонимание между народами
5.Направления	1. Туризм с целью отдыха (физическое и психической восстановление организма) 2. Туризм с целью изучения культуры (познавательный и паломнический) 3. Общественный туризм (посещение родственников, друзей, клубный туризм) 4. Спортивный туризм (участие в спорт. соревнованиях) 5. Экономический туризм (профессиональный и коммерческий интерес) 6. Социальный туризм (школьники, пенсионеры, ветераны путешествия на субсидии соц. поддержки) 7. Политический туризм (дипломатический)	1. Природно-познавательный туризм (туристские программы на особо охраняемых природных территориях, туры со специалистами) 2. Реабилитационный туризм (не только сохранение, но и улучшение природных территорий, вовлеченных в рекреацию – посадка лесов, очистка рек и т.п.) 3. Сельский туризм (развитие национальных парков, избавление от чрезмерно высоких эмоциональных и экологических нагрузок жизни в крупных мегаполисах) 4. Эколого-этнографический туризм (увидеть ненарушенную природу и знакомство с бытом и традициями людей, живущих в гармонии с природой)
6.Принципы	1. Свободы и общедоступности туристической деятельности 2. Инициативы и самостоятельности в выборе содержания и формы туризма 3. Обновления и обогащения среды обитания и сферы общения, дополнение и углубление духовных ценностей, устраиваемых в референтных сферах жизнедеятельности 4. Эстетизации туристического отдыха, построение его по законам	1.Сохранение биологического разнообразия природных территорий 2.Повышение уровня экономической устойчивости регионов, вовлеченных в сферу экотуризма 3.Повышение экологической культуры участников экотуристической деятельности 4.Сохранение этнографического статуса территории

Параметры сравнения	Туризм	Экотуризм
	красоты	
7. Характерные признаки	Любое путешествие, поход, поездка по стране и за ее пределами, людей любого возраста, на любом виде транспорта или без него с целью познания нового, соприкосновения с прекрасным и активным отдыхом	1. Любое путешествие, в течение которого путешественник изучает окружающую среду. 2. Путешествие, в котором природа является главной ценностью. 3. Экотур – путешествие, в котором все действия являются «экологически мягкими». 4. Экотуристы лично участвуют в действиях, которые сохраняют или восстанавливают ресурсы дикой природы
8. Требования	<i>Обязательные:</i> – безопасность жизни, здоровья туристов – сохранность тур имущества – охрана окружающей среды <i>Рекомендуемые:</i> – соответствие назначению тура (отвечает ожиданиям и физическим возможностям группы) – точность и своевременность исполнения обязательств (сроки и объем услуг указан в договоре) – комплексность (услуги обеспечивают все условия для жизни) – этичность обслуживания (гид- образец для подражания) – комфортность (обязательный минимум – тепло, питание, сон) – эстетичность (привлекательность мест) – эргономичность (снаряжение и оборудование отвечает возможностям туристов)	
9. Предпосылки формирования тура	1. Природные туристские ресурсы (горы, реки, пещеры) 2. Целевая аудитория (возраст, интересы, возможности, мотивы) 3. Предприятия туриндустрии (транспорт, питание, гиды, спасатели)	
10. Проектирование тура	Для проектирование тура необходимо наличие: – технологической карты тур. путешествия	

Параметры сравнения	Туризм	Экотуризм
	– графика тур. услуг – информационного листка к тур. путевки – программы обслуживания туристов – методов контроля качества обслуживания и соответствия услуг ожиданиям туристов	

1.8. Объекты туризма

Основными объектами экологического туризма являются уникальные природные комплексы, в том числе особо охраняемые территории (ООПТ), а именно:

- национальные и природные парки, государственные природные заказники, памятники природы;
- дендрологические парки и ботанические сады;
- лечебно-оздоровительные местности и курорты;
- заповедники (с определенными ограничениями).

Национальные парки

Национальные парки представляют собой природоохранные, эколого-просветительные и научно-исследовательские учреждения, территории (акватории) которых включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и которые предназначены для использования в природоохранных, просветительных, научных и культурных целях и для регулируемого туризма.

Земля, вода, недра, растительный и животный мир, находящиеся на территориях национальных парков, предоставляются в пользование (владение) национальным паркам на правах, предусмотренных федеральными законами. Национальные парки относятся исключительно к объектам федеральной собственности. Здания, сооружения, историко-культурные и другие объекты недвижимости закрепляются за национальными парками на праве оперативного управления.

Вокруг национального парка создают охранную зону с ограниченным режимом природопользования.

Основными задачами национальных парков являются:

- сохранение природных комплексов, уникальных эталонных природных участков и объектов;
- сохранение историко-культурных объектов;
- экологическое просвещение населения;
- создание условий для регулируемого туризма и отдыха;
- разработка и внедрение научных методов охраны природы и экологического просвещения;
- осуществление экологического мониторинга;
- восстановление нарушенных природных и историко-культурных комплексов и объектов.

На территориях национальных парков запрещена любая деятельность, которая может нанести ущерб природным комплексам и объектам растительного и животного мира, культурно-историческим объектам и которая противоречит целям задачам национального парка.

Природные парки

Природные парки – это природоохранные рекреационные учреждения, территории (акватории) которые включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие значительную экологическую и эстетическую ценность, и предназначены для использования в природоохранных, просветительных и рекреационных целях. Территории природных парков располагаются на землях, предоставленных им в бессрочное пользование, в отдельных случаях – на землях иных пользователей, а также собственников.

На природные парки возлагаются следующие задачи:

- сохранение природной среды, природных ландшафтов;
- создание условий для отдыха (в том числе массового) и сохранение рекреационных ресурсов;
- разработка и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территорий природных парков.

Решение об образовании природных парков принимают органы государственной власти субъектов Российской Федерации по представлению специально уполномоченных государственных органов Российской Федерации в области охраны окружающей природной среды.

На территории природных парков устанавливаются различные режимы особой охраны и использования в зависимости от экологической и рекреационной ценности природных участков.

В границах природных парков могут быть запрещены или ограничены виды деятельности, влекущие за собой снижение экологической, эстетической, культурной и рекреационной ценности их территорий.

Государственные природные заказники

Государственные природные заказники – территории (акватории), имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса. Государственные природные заказники могут быть федерального или регионального значения.

Государственные природные заказники могут иметь различный профиль, в том числе могут быть:

- комплексными (ландшафтными), предназначенными для сохранения и восстановления природных комплексов (природных ландшафтов);
- биологическими (ботаническими и зоологическими), предназначенными для сохранения и восстановления редких и исчезающих видов растений и животных, в том числе ценных видов в хозяйственном, научном и культурном отношении;
- палеонтологическими, предназначенными для сохранения ископаемых объектов;
- гидрологическими (болотными, речными, озёрными, морскими), предназначенными для сохранения и восстановления ценных водных объектов и экологических систем;

- геологическими, предназначенными для сохранения ценных объектов и комплексов неживой природы.

На территориях государственных природных заказников действуют постоянный или временный запрет (ограничение) любой деятельности, противоречащей целям создания государственных природных заказников или причиняющей вред природным комплексам и их компонентам.

Задачи и особенности режима особой охраны конкретного государственного природного заказника регионального значения определяют органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, принявшие решение о создании этого государственного природного заказника.

Памятники природы

Памятники природы - уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения. Памятники природы могут быть федерального или регионального значения.

На территориях, где расположены памятники природы, и в границах их охранных зон запрещена всякая деятельность, влекущая за собой нарушения сохранности памятников природы.

Дендрологические парки и ботанические сады

Дендрологические парки и ботанические сады являются природоохранными учреждениями. В их задачи входит создание коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира, а также осуществление научной, учебной и просветительной деятельности. Территории дендрологических парков и ботанических садов предназначены только для выполнения их прямых задач.

Дендрологические парки и ботанические сады могут быть регионального или федерального значения. На их территориях запрещена всякая деятельность, не связанная с выполнением их задач и влекущих за собой нарушение сохранности флористических объектов.

Лечебно-оздоровительные местности и курорты

Лечебно-оздоровительные местности и курорты – территории (акватории), пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами (минеральные воды, лечебные грязи, рапа лиманов и озёр, лечебный климат и другие природные объекты). Могут иметь федеральное, региональное и местное значение.

В границах лечебно-оздоровительных местностей и курортов запрещена (ограничена) деятельность, которая может привести к ухудшению качества и истощению природных ресурсов и объектов, обладающих лечебными свойствами.

Заповедники

Заповедники не относятся к основным объектам экологического туризма, хотя в так называемых буферных зонах возможна организация, например Государственные природные заповедники, являются природоохранными, научно-исследовательскими и эколого-просветительными учреждениями. Их основная цель – сохранение и изучение естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного мира, отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем. Одной из задач заповедника является экологическое просвещение.

1.9. Виды туризма

Автомототуризм

Самодетельные туристские путешествия на автомобилях, мотоциклах, мопедах. 1902г. в С.-Петербурге – создан один из первых в России клубов автомотопутешественников; в 1966г. учрежден Центральный клуб автомототуристов. С конца 70гг. более популярным становится плановые авто и мотопутешествия на индивидуальных транспортных средствах по заранее разработанным маршрутам с обеспечением туристов ночлегом на турбазах и т.п.

Для автомототуризма характерно:

- путешествия по маршрутам большой протяженности в различных природно-климатических зонах;
- малая зависимость от погодных условий;
- возможность обеспечения высокой автономности группы;
- меньше (по сравнению с другими видами туризма) физические затраты;
- необходимо наличие дорог на большей части маршрута.

Безопасность автомотопоходов обеспечивается:

- подготовленностью транспортных средств к походу с учетом особенностей трассы и условий, в которых будет проходить поход;
- совершенствованием умениями водителей управлять транспортными средствами в условиях маршрута;
- наличием соответствующих индивидуальных и групповых спасательных средств (огнетушитель, аптечка, шлемы, ...), ремнабора;
- специальными приспособлениями для преодоления труднопроходимых участков трассы и средств сигнализации и связи в походе.

1. Велотуризм

Вид самодетельного туризма, путешествия, походы, совершаемые на велосипедах

Характерно:

- доступен людям любого возраста;
- нагрузки легко дозируются;
- можно проехать практически по любой дороге (тропинка, грунт, песок, горные тропы, осыпи, брод реки);
- весь груз крепится на велосипед;
- велосипед – наиболее чистый вид транспорта;
- оптимальный состав группы – 4-6 чел. (группа мобильна – легко оказать помощь!)

В 1895г. в Санк - Петербурге организовано общество велосипедистов-туристов.

После пешеходного, водного, горного и лыжного тризма - велотуризм самый массовый вид.

Путешествие на велосипеде. В некоторых странах велосипед до сих пор остается одним из основных видов транспорта, в основном, — это азиатские государства. В то же

время в Европе наблюдается тенденция массового использования велосипедов при том, что в семье может быть одна и больше автомашин. Возврат к велосипеду объясняется экологичностью этого вида транспорта и ежедневным физическим тренингом. В Финляндии, например, вдоль тротуаров проложены и активно используются велодорожки.

В настоящее время реализуются различные типы велопоездок: велопоездки «от двери до двери», сопровождаемые машинами, везущими багаж, снаряжение и уставших велосипедистов; длительные, полные риска, путешествия по пересеченной местности на горных велосипедах, где путешественники сами везут свой багаж и снаряжение.

Существует три основных типа велосипедов: дорожные, кроссовые и горные.

Дорожные велосипеды предназначены для дорог с покрытием; их колеса узкие, а шины тонкие. У горных велосипедов широкие рифленые шины и специальные рессоры для смягчения ударов. Кроссовый велосипед — гибрид двух, вышеупомянутых велосипедов.

Один из наиболее известных в мире велосипедных маршрутов проложен в Канадских Скалистых горах, в Национальных парках Банф и Джаспер. Сложная и интересная поездка на горном велосипеде вдоль побережья, затем по горам сквозь дождевые леса имеется в Коста-Рике. В Шотландских горах в качестве веломаршрутов используются безлюдные дороги, проложенные среди вересковых пустошей, мимо гор и озер. Велосипедные маршруты предлагает Национальный парк Хелз-Кейт в Кении. Это один из немногих африканских парков, где можно ездить на велосипеде. Разрешены велопоездки по дорогам национальных парков Острова Южный в Новой Зеландии.

2. Водный туризм

Походы по рекам, озерам, морям и водохранилищам на судах туристских, а также путешествия по водным маршрутам на теплоходах.

Характерно:

- сочетание элементов познания, активного отдыха, оздоровления и спорта;
- доступен практически каждому здоровому человеку независимо от возраста;
- доступные плав средства (лодки, надувные катамараны, разборные байдарки, плавучие «дачи», рафты, плоты и др.)

В 1960-70гг. широкое распространение получило плавание на лодках и плотам по горным рекам, усовершенствовалась техника плавания на гребных тур.средствах.

В регионах раз в год (весной) проводят соревнования по технике водного туризма (ТВТ)

3. Горный туризм

Путешествие в горах, связанное с прохождением относительно сложных участков горного рельефа (склонов, гребней, ледников, перевалов), форсированием горных потоков и т.п.

Характерно:

- большой объем физических нагрузок на организм при пониженном атмосферном давлении и высоком уровне солнечной радиации;
- необходимость преодоления препятствий с применением разнообразных средств и приемов передвижения и страховки;
- специальная тактика прохождения маршрута;

– главным препятствием в горных походах считаются перевалы, их число и категории трудности определяют спортивную сложность всего маршрута. Наибольшую опасность в горах представляют крутые склоны и гребни, снежные лавины, камнепады, сели, паводки, трещины, грозы, ветер, туман, белая мгла, повышенная солнечная радиация.

Особенности тактики горных походов

- обязательная адаптация к высоте (высотная акклиматизация);
- максимальное облегчение рюкзаков (линейно-радиальная и радиально-кольцевая схемы маршрута), минимум грузов на сложных участках;
- движение преимущественно в утренние часы, когда неблагоприятное влияние солнечной радиации минимально, меньше вероятность камнепадов и схода лавин, наименьший уровень воды в реках;
- максимальная осторожность в начале похода (возможно резкое обострение ранее не проявлявшихся заболеваний) и в конце похода на спусках.

К концу 80гг. туристами было открыто свыше 4000 высокогорных перевалов.

4. Конный туризм

Путешествия на лошадях верхом или в экипаже.

Конный туризм — один из самых распространенных видов туризма, использующих верховых животных. Популярность конного туризма стремительно растет во всем мире: строятся кемпинги для обслуживания всадников, прокладываются новые конно-туристские маршруты.

Езда верхом оказывает оздоровительное воздействие, обеспечивая активную нагрузку на всю скелетную мускулатуру. Во время похода все снаряжение перевозится в сумках, прикрепленных к седлу.

Первый плановый маршрут (Алтай) был организован в 1971г. Начиная с 1975г. — создан верховой конный маршрут в Башкирии (ТБ «Арский камень») и др. районах. Конные маршруты могут проходить по любым дорогам: лесным и горным тропам, без дорог — степи, луга, поляны, брод, овраги, берега рек и озер.

Конный маршрут рассчитан на полное самообслуживание туристов в походе.

Безопасность конного похода зависит от:

- умения управлять лошадью (этому обучают инструктора до похода);
- правильного обращения с лошадью, ухода за ней;
- соблюдения правил движения в природных условиях.

5. Лыжный туризм

Походы и путешествия по снегу на лыжах, один из наиболее массовых видов туризма.

Характерно:

- многодневные походы, как по равнинной, так и по пересеченной местности (тайге, тундре, льдам, высокогорным районам);
- температурные условия (иногда ниже 40 градусов с) в условиях низкой температуры;
- тяжелые рюкзаки;

- глубокий снег;
- день короткий, погода резко переменчива;
- суровые климатические условия;
- ночлег и отдых в поле, лесу, безлесье.

Особое внимание уделяется:

- составу группы;
- физической и технической подготовленности участников похода;
- психологической совместимости в команде;
- походному опыту;
- навыкам бивачной жизни;
- количеству и качеству снаряжения и продуктов питания.

Общезначимая подготовка включает в себя:

- навыки длительного передвижения на лыжах с тяжелым рюкзаком;
- хорошее владение техникой подъемов, спусков, поворотов;
- владение навыками самостраховки и страховки с помощью альпсредств.

Важно! Правильно выбрать маршрут и распределить по нему технически сложные участки, построить график похода и дневных переходов, правильные коллективные действия на лавиноопасных склонах в экстремальных условиях.

6. Спелеотуризм

Характерно:

- сложность подземных маршрутов, обусловленная большим разнообразием рельефа пещер (колодцы, завалы, узкие щели, подземные реки);
- высокая относительная влажность воздуха (до 100%) при пониженной температуре воздуха (+4);
- отсутствие естественного освещения.

Спелеотуризм требует:

- силы и выносливости;
- ловкости;
- умения пользоваться средствами жизнеобеспечения под землей и страховочными средствами и системами;
- хорошо плавать, нырять;
- опыта скалолазания.

Спелеомаршрут всегда наземный и подземный зависит:

- от степени удаленности пещеры;
- места расположения пещеры (гора, ущелье, равнина);

- времени года;
- сложности похода.

Особые требования предъявляются к этике спелеотуристов, к правилам поведения в пещере.

В 1962г. – состоялся первый Всесоюзный слет спелеологов-любителей. Основная задача – изучение карстовых районов страны для выявления и писания ранее неизвестных пещер (на территории СССР открыто и обследовано свыше 6.000 новых пещер).

Походы в пещеры подразделяются на тренировочные и походы с целью изучения природы.

Спелеотуризм как и дайвинг использует особо хрупкие и ранимые экосистемы. Именно в этих видах туризма рельефно вырисовываются основные направления безопасности — безопасность самого туриста и безопасность (сохранность) природного комплекса, вовлеченного в сферу туристской деятельности.

Прежде чем говорить о спелеотуризме, необходимо, хотя бы очень кратко, представить насколько многообразен и хрупок подземный мир.

Ресурсом для развития спелеотуризма являются пещеры и пещерные комплексы.

По происхождению пещеры подразделяются на: абразионные, антропогенные, вторичные, вулканические, выветривания, инфильтрационные, искусственные, карстовые, обвальные, термальные, техногенные, трещинные, термокарстовые и т.д.

По литологии и особенностям заложения выделяются пещеры: базальтовые, вулканические, гипсовые, доломитовые, известняковые, конгломератовые, лавовые, ледниковые, меловые, песчаниковые, пластовые, соляные, туфовые и др.

По геоморфологическим особенностям пещеры подразделяются на: атолловые, береговые, висячие, водопадные, кратерные, прибрежные, рифовые и т.д.

По особенностям строения пещеры делятся на: вертикальные, горизонтальные, древовидные, лабиринтовые, мешкообразные, многоярусные, открытые, простые, проходные, решетчатые, сквозные, слепые, тоннели, этажные и др.

По микроклимату выделяются пещеры: вентилирующиеся, ветровые, динамические, климастатические, ледники, термальные, умеренные, холодные и т.д.

По характеру использования пещеры подразделяются на: былинные, жертвенные, жилые, культовые, могильники, склады, убежища, укрытия, холодильники и т.д.

Карстовые пещеры — наиболее многочисленные из имеющихся на Земле — получили название от горного плато Карст в Словении, где воронки, провалы, обширные понижения в рельефе, внезапно исчезающие под землей ручьи и реки, мощные, бьющие из-под земли ключи встречаются особенно часто. Именно на этой территории впервые были изучены карстовые явления, связанные с процессом растворения и выщелачивания горных пород водой, обогащенной углекислым газом и имеющей слабокислую реакцию. Вода, содержащая углекислоту, активно взаимодействует с известняком: 10 л дождевой воды, обогащенной углекислым газом, могут растворить около 9 граммов известняка; в результате реакции образуется раствор углекислого кальция — субстрат, из которого формируются сталактиты и сталагмиты — образования, составляющие главное украшение карстовых пещер. Сталактиты образуются в том случае, когда вода, стекающая с потолка пещеры, теряет углекислый газ, и растворенный в ней углекислый кальций выделяется в виде известковых натеков, спускающихся с потолка пещеры. Встречный известковый конус — сталагмит — нарастает на полу пещеры в том месте, куда капает вода, стекающая со сталактита. Скорость

нарастания натеков невелика и, в большей мере, связана с климатом. Было установлено, что в одной из пещер в Бельгии натеки вырастают на 5 миллиметров в год, в то время как в Адельсбергском гроте в Словении для этого количества натека требуется 5 тыс. лет. Основная часть крупных сталактитов в пещерах Германии не моложе 120 тыс. лет, а возраст от- дельных экземпляров достигает нескольких сотен тысяч лет.

Вулканические или лавовые пещеры образуются в ходе извержения вулкана, когда расплавленная лава извергается из кратера и широким потоком устремляется вниз по его склону. Поверхностные слои лавы быстро остывают, образуя корку и, если извержение прекращается, часть раскаленной массы успевает вытечь из- под корки, оставляя пустоты и полости в виде трубчатых каналов с гладкими стенами. Вулканические пещеры называют первичными, так как они возникают одновременно с горными породами, а не в результате внешних воздействий на них. В Европе вулканические пещеры можно увидеть на одном из Канарских островов- Лансароте. В вулканических пещерах бывают и сталактиты, образованные расплавленными вулканическими породами.

Абразионные (волноприбойные) пещеры и гроты формируются в результате абразии — волнового разрушения берегов. При этом в вязких и прочных породах по трещинам образуются сравнительно большие полости, характеризующиеся сводчатой формой. В тыловых частях таких полостей высота, обычно, больше, чем в расположенных у входа. Это объясняется характером работы волн. К числу абразионных относится известная Посьетская пещера в Приморском Крае. Длина пещеры — 7,5 м, ширина центральной части — 5 м, высота у входа — 3 м, высота тыловой части — 5 м. Пещера образовалась в туфах; вход в пещеру находится на высоте 5 м над уровнем моря. Формировалась пещера в период более высокого стояния уровня моря 4 — 6 тыс. лет назад.

Ледяные пещеры, в большинстве своем, находятся высоко в горах, имеют форму круто уходящей вниз шахты. Вход в ледяную пещеру является ее верхней точкой. Средняя годовая температура в ледяных пещерах ниже нуля. Большую роль в образовании ледяных пещер играет разница в массе теплого и холодного воздуха: более тяжелый холодный воздух зимой стекает вглубь пещеры, а более легкий теплый — не проникает в нее даже летом. Вход в самую большую ледяную пещеру мира — Айзризенвельт в Альпах (Австрия) — расположен на высоте 1641 м над уровнем моря.

Общая длина подземных ходов, галерей и залов достигает 42 км, а толщина льда местами доходит до 20 м. Кунгурская ледяная пещера — один из популярных туристских объектов Пермской области (Россия) — является исключением и располагается на высоте всего 80 м над уровнем реки Сылва. Пещера знаменита ледяным убранством гротов «Бриллиантовый», «Полярный», «Руины Помпеи», «Эфирный», в котором постоянно звенит капель. Грот «Титанический» знаменит подземным озером, площадь которого — 750 м². Ежегодный туристский поток в пещере достигает нескольких десятков тысяч человек.

Искусственные пещеры создавались человеком в мягких горных породах, таких как туф, и использовались как в качестве жилищ, так и загонов для домашнего скота. В средние века строились целые пещерные города, часть из которых сохранилась до наших дней. В Крыму известны развалины городов Чуфут-Кале, Мангуп, Эски-Кермен, Инкерман. Наиболее крупный и лучше других сохранившийся пещерный город — крепость Чуфут-Кале— расположен в 4 км от Бахчисарая. Основанный в V — VI вв., в XII— XIII вв. стал центром небольшого княжества, в середине XIX в. пришел в упадок и был оставлен жителями. Крупные пещерные города Уплисцихе и Вардзия сохранились в Грузии. Развалины Уплисцихе расположены в 10 км от г. Гори на левом берегу р. Куры. Город был основан в первой половине 1-го тысячелетия до н.э., в IX в. стал одним из важнейших городов Грузии, некоторое время был столицей государства, в XIII в. был razoren монголами.

7. Дайвинг

Дайвинг — плавание с маской или погружение с аквалангом. Излюбленным местом для занятия дайвингом являются коралловые рифы, которые относятся к красивейшим и, в то же время, к чрезвычайно хрупким творениям природы. Коралловые рифы широко распространены в тропических и субтропических водах. Общая площадь коралловых рифов, по оценкам специалистов, достигает 600 тыс. км². *около 60%* ее приходится на Индийский океан и Красное море, 25% — на Тихий океан, 15% — на Карибское море. Большой Барьерный риф, тянущийся вдоль восточного берега Австралии более чем на 2000 км, относится к числу самых больших сооружений, созданных живыми существами за всю историю Земли.

Различают четыре типа коралловых рифов — береговые, барьерные, кольцевые и пятнистые. *Береговые* или *окаймляющие рифы* вплотную подходят к берегу, более или менее повторяя его очертания. Они образуются там, где исходная прибрежная отмель каменистая и может служить субстратом для прикрепления кораллов. *Барьерные рифы* — это вытянутые вдоль берега структуры, которые часто возникают из окаймляющих рифов, но отделены от суши своеобразным заливом — лагуной. *Кольцевой риф* обычно называют атоллом — это полоса кораллов, окружающая внутреннюю лагуну. Атоллы — один из любимейших объектов аквалангистов. *Пятнистые рифы* называют также коралловыми банками. Это не связанные с суши структуры, которые образуются на подводных выходах твердых горных пород или аналогичном субстрате в под-ходящем диапазоне глубин и температуры воды.

Виды подводного плавания включают следующие направления:

- Подводная «археология» и обследование затонувших кораблей. Одно из самых крупных кладбищ затонувших кораблей находится в районе Оркнейских островов у северного побережья Шотландии.
- Подводное плавание в пещерах.
- Участие в научных исследованиях.
- Подводная видео- и фотосъемка.
- Подводное плавание в холодной воде. Некоторые любители подводного плавания утверждают, что в холодных морских и океанических водах обитают самые интересные представители глубоководного царства.
- Подводное плавание под ледяным покровом — очень опасное, но интересное занятие. Обычно практикуется в водоемах с пресной водой или на широтах, где море замерзает.

8. Треккинг или пешеходный туризм — один из самых распространенных и массовых видов туризма.

К пешему туризму относят туристские походы, совершаемые пешком. Пешие походы проводятся практически по всей территории бывшего СССР, во всех климатических зонах и географических регионах — от арктической тундры — до пустынь и гор.

Характерно:

- Доступен и полезен любому практически здоровому человеку независимо от возраста и физического развития.
- Большой выбор маршрутов (в соответствии с эстетическими, познавательными и культурными потребностями участников).
- Простота подготовки и проведения похода.
- Относительная легкость в организации полноценного отдыха на биваке.

– По сложности летние походы могут быть самыми различными (от экскурсий до категорийных походов).

При наличии на пешем походе большого числа разнообразных естественных препятствий, пеший поход считается комбинированным.

Пешие походы не требуют специального оборудования и специальной подготовки; дают возможность получить необходимые физические нагрузки, испытать эмоциональную разрядку, удовольствие от общения с природой. Недаром пешеходные маршруты не только не утрачивают популярность, но и выходят в разряд предпочтительных видов отдыха у жителей промышленно развитых и урбанизированных стран. Это подтверждается ростом популярности пешего туризма в таких развитых странах, как **США** и Германия, где жители крупных городов «разбивают» отпускное время на несколько сроков, в течение которых совершают более или менее продолжительные пешие путешествия. Так, американцы отдыхают на Национальной пейзажной тропе, европейцы — на пеших маршрутах Норвегии, туристы из разных стран, посещающие Тропу Инков - в Андах и т.д.

Однако пешие туристы могут нанести природе как эстетический, так и экологический ущерб. Эстетический ущерб в большей мере связан с мусором, который оставляют после себя группы, сопровождаемые неграмотными или не требовательными инструкторами. Экологический ущерб природе наносится неорганизованными **стоянками**, когда туристы рубят на дрова расположенные неподалеку деревья, разжигают костры, устанавливают палатки, устраивают временные, часто одноразовые переправы, собирают лекарственные растения, рвут редкие цветы и т.д. **Все** эти «невинные», в масштабах одной группы, действия превращаются в серьезный негативный фактор в том случае, когда туристский поток увеличивается, а экологическая грамотность сохраняется на низком уровне.

К пешим маршрутам, имеющим мировую известность, относятся:

– маршрут протяженностью 4200 км, проходящий по Большому Водораздельному хребту США от канадской границы до Мексики через Каскадные горы и хребты Сьерры-Невады;

– Аппалачская пейзажная тропа в США общей протяженностью 3473 км; проходит через Аппалачи и 14 штатов Америки;

– тропа Инков в Перу — древняя дорога длиной 33 км, проложенная в Центральных Андах от г. Куско до г. Мачу-Пикчу;

– тропа "Магистраль" протяженностью 46 км от г. Подбанска в Западных Татрах до озера Зелене в восточной части Белых Татр;

– маршрут Аннапурна-Серкиит протяженностью 320 км, проходящий по территории заповедника Аннапурна в Непале. Маршрут начинается в г. Покхара и ведет в самое «сердце» Гималаев;

– маршрут в Японских Альпах протяженностью 38 км, начинается у г. Камикоти, проходит по горам Яри и Хотака;

– маршрут Оверленд-Трэк на острове Тасмания в Австралии протяженностью 80 км, проходит по альпийским лугам, лесным долинам, скалистым горам этой дикой, практически не обитаемой местности;

– маршрут Милфорд-Трэк в национальном парке Фьордленд в Новой Зеландии протяженностью 53 км, связывает озеро Те-Анау с Милфорд-Саунд. Тропа, рассчитанная на подготовленных туристов, проходит по пышным долинам, склонам каньона, преодолевает перевал Макиннон.

Виды экотуризма туризма

1. Туры по внутренним водам различаются как по способам передвижения, так и по сложности маршрутов. Байдарочные туры, каякинг, маршруты с использованием катамаранов и плотов, каркасно-надувных и парусных судов и т.д. — путешествия, которые сами по себе не представляют опасности для окружающей природы. Негативные последствия водного туризма связаны, главным образом, с загрязнением воды бытовыми отходами или бивачной рекреацией, не отличающейся от таковой в пеших походах.

К числу экзотических и имеющих мировую популярность речных поездок относятся такие, как сплав на лодках по рекам Татшеншини и Алекс (Аляска и Юкон, **США** и Канада): сложный поход по бурной реке с порогами 3-4 класса в предгорьях Сьерра-Невады. Маршрут протяженностью 360 км с 70 порогами по рекам Туолуме (Калифорния) и Колорадо (Аризона) в **США**, который знакомит с пейзажами Гранд-Каньона; маршрут как и байдарках по тропической реке Пакуаре (Коста-Ри из из Манауса по дождевому тропическому лесу (река А Бразилия); маршруты разной сложности за водопадом 1 (река Замбези в Зимбабве и Замбии); маршрут от отрог лаев к обширной Гангской равнине (река Сан-Коси, Не рожистый маршрут на территории национального парк Лесер (река Алас, о. Суматра, Индонезия); путешествия 1 ходе, пароходе или лодке (река Сепик, Папуа-Новая Гвине по бурной реке через дикую местность Тасмании.

2. Морские путешествия. В длительных морских путешествиях организованных как экологические туры, используются с современныхные теплоходы, размер которых значительно меньше, чем обычных океанских лайнеров; в составе команды имеются натуралисты и экскурсоводы, приглашенные лекторы; программа тура включает специальные мероприятия, направленные на экономию топлива, сбор и утилизацию бытовых отходов.

В краткосрочных морских экскурсиях, когда туристы проживают на берегу и совершают непродолжительные познавательных морские экскурсии, на смену моторным лодкам приходят такие экологичные средства передвижения, как морские байдарки и лодки со стеклянным дном. Морские байдарки отличаются от речных большими размерами и устойчивостью, они могут входить в такие места (под своды скал, на мелкие острова, в пещеры) куда не может попасть ни один корабль. Морские байдарки не производят шума и дают возможность наблюдать за дикими животными. Лодки со стеклянным дном позволяют наблюдать жизнью морских обитателей на мелководье.

Особое распространение среди видов морских путешествий приобрел дайвинг. На этом виде экологического туризма следует остановиться особо в связи с хрупкостью и ранимостью используемых им природных ресурсов, и с многочисленными опасностями, которые сопровождают этот вид путешествий.

3. Спортивная охота на охраняемых природных территориях — один из видов туризма, который требует особой деликатности и грамотной организации. Обычно, в национальных парках запрещено охотиться, чтобы не подвергать охраняемых животных беспокойству и не снизить численность их популяций до критического уровня. Однако в ряде парков мира охота разрешается как способ сокращения численности чуждых видов. Примером такого рода является охота на диких свиней в Национальном парке вулканов на Гавайских островах, на оленей и лосей в Национальном парке Новой Зеландии. В любом случае, спортивная охота на охраняемых природных территориях является исключением и должна быть грамотно организована. Согласно рекомендации ВТО/ ЮНЕП' в ОПТ, организующих спортивную охоту, должны быть выполнены следующие условия:

- определены способы охоты;
- нанесены границы зон, в которых разрешена охота;

- организован контроль за количеством охотников, имеющих лицензию на отстрел;
- ограничены сроки охотничьего сезона;
- установлены квоты и нормы отстрела на одного человека; • оптимизирован объем добычи;
- организован контроль за возрастно-половым составом отстреливаемых животных;
- установлено наблюдение за количеством, качеством добычи и охотничьей работой;
- введен контроль за видами используемого огнестрельного оружия и боеприпасов;
- предусмотрено наличие в штате работников, обученных добывать раненых животных;
- проведена разработка мер безопасности для предотвращения несчастных случаев с охотниками или работниками заказника;
- организована защита охраняемых животных в охотничьих угодьях;
- оборудованы специальные места для разделки трофеев, хранения и использования туш убитых животных;
- организован сбор отходов.

4 Природно-познавательный туризм — одно из наиболее **масштабных** направлений экологического туризма — базируется на потребности людей во время общения с природой получать информацию о ней. В это направление входят: туристские программы, предлагаемые туристам на особо охраняемых природных территориях; туры, объединенные общим названием «туры с натуралистом», и туры, предлагаемые в рамках международного или национального волонтерского движения, именуемые «каникулы помощников-добровольцев». Туры с натуралистом включают ботанические, зоологические, орнитологические, геологические, палеонтологические путешествия и т.д. В проведении туров с натуралистом непосредственное участие принимают специалисты ботаники, зоологи, орнитологи и др. Туры, проходящие в рамках волонтерского движения, включают участие туристов в научных экспедициях в качестве помощников, а также сервисные поездки, организуемые туристскими клубами и правительственными организациями, ведающими вопросами охраны природы. Наиболее известными акциями этого направления являются международные экспедиции на Эверест (Непал) и Тропу Инков. Цель экспедиций — уборка мусора, оставленного здесь туристами.

5. Реабилитационный туризм — направление, привлекающее в последние годы все большее внимание; относится к числу молодых и чрезвычайно перспективных направлений экологического туризма. Реабилитационный туризм согласуется с важнейшей установкой эколого-туристской деятельности: экологический туризм должен способствовать не только сохранению, но и улучшению природных территорий, вовлеченных в рекреацию. В качестве одного из примеров можно привести реабилитационную программу, осуществляемую центром Кунг Крабаен на Сиамском заливе (Таиланд). Посетителям центра предлагается посадить небольшое мангровое дерево в память о посещении. В результате за относительно короткий период времени экотуристами было восстановлено около 160 га мангрового леса.

6. Сельский туризм активно развивается в промышленно развитых европейских странах. Развитие этого направления стимулируется стремлением части городских жителей на время избавиться от чрезмерно высоких эмоциональных и экологических нагрузок, сопровождающих жизнь в крупных мегаполисах, вернуться к пасторальной прелесть и уюту сельской жизни. Странами, лидирующими в развитии сельского туризма в Европе, являются Германия, Франция, Италия. Сельский туризм начинает активно развиваться и в ряде

регионов России, большую роль в его развитии играют национальные парки, особенно такие, как Угра, Тункинский и др.

7. Эколого-этнографический туризм приобретает в последние годы все ббольшую популярность. В основе этого направления лежит стремление людей увидеть не только ненарушенную природу, но и познакомиться с бытом и традициями людей, которые тысячелетиями живут в гармонии с окружающей их природой. Считается, что движущей силой этого туристского направления является «генетическая память» человечества, осознание того, что этническое разнообразие планеты сокращается темпами, сопоставимыми с темпами сокращения биологического разнообразия.

8. Путешествие с натуралистом. Существует огромное разнообразие экологических туров, сопровождаемых учеными-натуралистами. Только, например, ботанические туры могут включать знакомство с растительностью тропиков, лесов, степей, тундр и т.д., не говоря о более специализированных путешествиях для знакомства с определенными видами растительности, эндемиками конкретного региона и т.д. Столь же разнообразными могут быть зоологические, орнитологические (знакомство с птицами), энтомологические (знакомство с насекомыми), ихтиологические (знакомство с рыбами), палеонтологические, геологические и другие туры. Отдельное направление туров с натуралистом — фотосафари. Большую роль в путешествии с натуралистом играет ученый, который знакомит экскурсантов с миром природы. Его знания, увлеченность, заинтересованное отношение к сохранению природы могут сыграть огромную роль в экологическом образовании и повышении экологического мировоззрения экотуристов.

9. Наблюдение за птицами. Растущий интерес в мире приобретает течение, именуемое как «bird watching» (наблюдение за птицами). За рубежом имеются и активно создаются клубы «бедвочеров», принадлежность к которым считается престижной, а международные связи, как показывает информация в Интернете, активно развиваются. Лучшими мировыми регионами для наблюдения за птицами считаются:

- субтропические болота Эверглейдс (США);
- тропические леса Коста-Рики;
- акватории Галапагосских островов (Эквадор);
- болотные экосистемы в местности Пантанал (Бразилия); • острова Западно-Эстонского архипелага (Эстония);
- средиземноморские леса и кустарники провинции Эстремадура (Испания);
- Большая Рифтовая долина (Кения);
- территории национального парка Какаду (Австралия); • Антарктический полуостров (Антарктика).

Перечисление конкретных регионов не означает, что они самые интересные, а лишь то, что они активно посещаются, так как обеспечивают хороший прием туристов.

1.10. Категории сложности в туризме

1.10.1. Характеристика туристских походов и путешествий по степени сложности

Категория сложности спортивного туристического похода определяется совокупностью тремя классификационными признаками:

- 1) Продолжительность (количество дней).
- 2) Протяженность (длина в км.).

3) Техническая сложность маршрута (характер, количество и разнообразие препятствий).

У пеших, горных, водных и лыжных походов – **6** категорий сложности.

У спелео, авто-мото, велосипедных – **5** категорий сложности.

Категория сложности устанавливается путем сравнения маршрута с эталонным, описание которых даны в периодически обновляемом «Перечне классифицированных туристических маршрутов».

На некатегорийных маршрутах (а также категорийных) могут встречаться участки, характерные для маршрутов любой категории сложности.

Расстояния, пройденные **в кольцевых** радиальных выходах, засчитываются полностью, в **линейных** радиальных выходах – лишь в одну сторону.

Таблица 2.

Характеристика некатегорийных туристских походов и путешествий по степени сложности

Степень сложности	Виды походов	Протяженность, км.	Продолжительность (колич. дней)
1	Пешеходные, лыжные	75	6-8
	Пешеходные в горах	60	-
	Велосипедные	120	-
	Водные	50	-
2	Пешеходные, лыжные	50	4-6
	Пешеходные в горах	40	-
	Велосипедные	80	-
	Водные	40	-
3	Пешеходные, лыжные	30	3-4
	Пешеходные в горах	25	-
	Велосипедные	50	-
	Водные	25	-

Уменьшение количество пещер означает увеличение технической сложности их прохождения

1.10.2. Факторы, снижающие безопасность в походе

Факторы, снижающие безопасность в походе

1. Природные особенности региона, где проходит маршрут, сложный рельеф с естественными препятствиями (крутые склоны, лед, обвалы, снежные лавины, бурная река, пороги, завалы); неблагоприятная гидрометеорологическая обстановка (резкие колебания температуры воздуха, пыльные бури, грозы, сильный дождь); плохая видимость, опасные хищные животные, растения, заросли колючего кустарники.

2. Недостатки материально-технического обеспечения туристов (качество турснаряжения, несоответствие снаряжения, питания, медикаментов, ремнабора конкретным условиям путешествия, намеченному маршруту, сложности препятствий, отсутствие спасательных и защитных средств, утеря снаряжения на маршруте).

3. Несовершенство организации планового и самодеятельного туризма, слабая подготовка инструкторов, недостаточная работа по профилактике несчастных случаев,

недостаточная обустроенность маршрута, дефицит карт, описание маршрутов, неудовлетворительный медицинский контроль за состоянием здоровья туристов, недостаточная требовательность МКК к нарушениям маршрута, низкий уровень культуры туристов.

4. Медицинская безграмотность недостаток опыта и тактико-технической подготовки, неорганизованностью, недисциплинированностью самих туристов.

Действия в походе при возникновении сложной (опасной), непредвиденной ситуации:

1. Оценить реальную обстановку с точки зрения плохого, что уже произошло.
2. Срочно покинуть место опасной зоны, собрав всех людей.
3. Оказать первую помощь пострадавшим.
4. Если возможно, осуществить ремонт одежды, оборудования.
5. Обеспечить место для безопасного нахождения людей на природе (соорудить «дом»).
6. Сформировать НЗ (пересмотреть и перераспределить продуктов и медикаментов).
7. Уделить особое внимание пострадавшим.
8. Определить следующую тактику маршрута.
9. Не путать общее и личное (10-15% вещей в рюкзаке – это личное, остальное общее).
10. Изживать чувство страха, основанное на панике и бездеятельности, используя различные методы и приемы.

Типы поведения человека при страхе:

1. Пассивный тип поведения (таким клиентам надо громко скомандовать о дальнейших действиях и уверенно ими управлять).

2. Активный тип поведения (остановиться и вместе решить, что делать, не отдавать инициативу в руки активных клиентов, они должны оставаться в зоне контроля).

3. Психоз (массовая паника) – руководитель должен задавить таких клиентов своим авторитетом и подчинить их себе, придав им уверенность и спокойствие.

4. Разумный страх

Для руководителя группы важно знать:

– Знать самого слабого участника группы и ориентироваться в трудные минуты похода на них. Программа должна быть всегда продумана на среднестатистического участника группы.

- Необходимо грамотно планировать маршрут.
- Во время маршрута не жалеть время на отдых.
- Строительство ночевки должно быть за 3-4 часа до наступления темноты.
- Важно идти в темпе, по которому спланирован маршрут.
- Психологически надо готовить клиента к продолжительности маршрута.
- Руководитель, как правило, идет последним и наблюдает за группой.

- Надо помнить, что безволие порождает бездействие, депрессию, панику (надо стимулировать силу воли).
- Запрет: никогда не думать о смерти!
- Нельзя действовать по первой эмоциональной оценки произошедшего ЧП.
- Нельзя убегать с места происшествия ЧП.
- Не убегать по одному – индивидуально никто не спасается.
- В туризме – естественный отбор – в туризм нет подлецов.
- Никогда не обсуждаются действия руководителя, который управляет группой, но группа может предложить свой вариант действий.
- Надо бояться раскола в команде, важна согласованность.

1.10.3. Факторы риска в природе

1. Катастрофические явления природы (стихийные бедствия)
2. Перегрев, тепловой и солнечные удары:

Симптомы: ухудшение самочувствия, сильный жар, покраснения кожи, потоотделение, усиленное сердцебиение, отдышка, головокружение, головная боль, иногда рвота, температура – 38-40, пульс – 100-120 ударов в минуту (увеличивается до потери сознания), возможны галлюцинации и бред.

Профилактика: не допускать перегревания, иметь головной убор, белый свет в одежде, увеличение воды и соли, не рекомендуется жирная пища.

Помощь: прохладное место, положить, снять одежду, холодные примочки на лоб, затылок, подмышечные области (где много кровеносных сосудов), холодный крепкий чай или подсоленную воду (0,5 ч.л. на 0,5 л. воды), следить за дыханием, рвотой, при необходимости – искусственное дыхание, массаж сердца.

3. Переохлаждение (действует на весь организм)

Помощь: согреть (у костра, горячее сладкое питье, массаж, алкоголь – категорически запрещен!), реанимация, врачебная помощь.

4. Обморожение (воздействует на отдельные части тела)

Причина (что затрудняет кровообращение): холодный воздух, тесная обувь, стягивающие конечности резина.

5. Горная болезнь

В зависимости от: возраста, пола, тренированности, высотного опыта, физического и психического состояния, горная болезнь проявляется в следующем: апатия, усталость, сонливость, недомогание, головокружение, расстройство пищеварения, тошнота, рвота, озноб, лихорадка.

Профилактика: меры по акклиматизации организма, значительная физическая активность даже на биваках, калорийность питания до 5 тыс. ккал. (с содержанием углеводов и глюкозы), 4-5 л. жидкости в сутки, повышенное потребление витаминов а, в, с, рр, фолиевой кислоты, применение адаптогенов – женьшень, элеутерококк, лимонник китайский и др.

Помощь: освободить от части груза, снизить темп движения, лекарственное лечение – анальгетики, фрукты кислые, соки, некрепкий чай, при развитии болезни – спуск (опасность воспаление легких) – в больницу.

6. Снежная слепота

Возникает в результате солнечного ожога слизистой глаз и сетчатки, вызванного ярким солнечным светом, отраженным снегом, льдом или поверхностью воды.

Проявляется: сильное слезотечение, светобоязнь, покраснение глаз, редко – потеря зрения.

Предупреждение:

Темные стекла (поглощение света 50-70% света)

Лечение: темная повязка на глаза, холодные компрессы, промывание глаз 2-4 % раствором борной кислоты, эвакуация к врачу

Попадание в лавину: тяжелое повреждение организма (до летального исхода), возможно удушье, переломы, переохлаждения, срочно необходима медицинская помощь.

7. Утопление

Спасение утопающего: не держать за волосы или голову, подхватить под мышки, повернуть к себе спиной, плыть к берегу (голова над водой).

Помощь:

–Синий тип утопления – 1) стоя на одном колене, уложить пострадавшего на свое согнутое колено, чтобы на него опиралась нижняя часть грудной клетки, а верхняя часть туловища и голова свешивалась вниз. Рукой открыть рот и хлопнуть по спине или давить на ребра со спины. 2) искусственное дыхание и закрытый массаж сердца.

–Бледный тип утопления – сразу искусственное дыхание и закрытый массаж сердца. Важно! Зафиксировать голову.

8. Хищные и ядовитые животные

Опасность:

–Змеи (ядовитые – кобра, эфа, гюрза). Помощь: 1) отсосать яд из ранки; 2) зафиксировать конечность в согнутом положении; 3) пить много жидкости; 4) ввести противоядную сыворотку.

–Скорпионы, пауки (на Урале - редко).

–Осы, пчелы (на укусы – соль, нашатырный спирт, марганцовка).

–Кровососущие насекомые и клещи – осматриваться, дождь и жара снижают опасность, вытащить клеща (в случае энцефалита – жаркая баня).

1.11. Компоненты профессиональной компетентности гида

1.11.1. Должностные обязанности гида

Обязательные квалификационные требования

- знание иностранных языков;
- знание флоры и фауны района;
- знание особенностей климата;

- владение навыками доврачебной помощи;
- владение первой медицинской помощью;
- владение техникой преодоления различных форм горного рельефа;
- знание основ педагоги и психологии.

Должностные обязанности

До встречи с группой гид должен проанализировать половозрастную структуру группы, национальность, семейное положение и на основе этих данных определиться с возможностями группы, их менталитетом, культурными и кулинарными предпочтениями. Необходимо узнать, совпадают ли сроки тура и дни рождения клиентов.

1. *В первый день* надо согласовать с группой программу тура, организовать знакомство, поздравить с началом тура, поблагодарить за выбранный тур, проверить всех по списку, напомнить (проинструктировать) о правилах безопасности основные правила поведения, ответить на вопросы группы.

2. Предложить свою помощь в выборе покупок, мест остановок, согласовать вопросы по времени (свободному и организованному) и режиму дня.

3. Гид должен знать, где и с кем живут туристы его группы, проинструктировать, как его найти, показать туристам, где находятся необходимые места (кафе, магазин, стоянка и т.п.).

4. Организовывать творческие вечера: знакомств, обмена опытом. Информировать о программе предстоящего дня.

5. Давать советы по подбору одежды, обуви, снаряжения, об организации утренних и вечерних часов.

6. Вести группу на маршруте, контролировать поведение каждого туриста.

7. Организовывать питание и отдых, обеспечивать доброжелательную атмосферу в группе, предвидеть конфликтные ситуации и помогать их предотвращению и решению.

8. Рассказывать о природе, истории, культуры района, расспрашивать местных жителей и встречные группы о маршруте.

9. Прогнозировать изменения погоды.

10. Гид обязан преодолевать внутренние страхи и барьеры, психологический дискомфорт.

1.11.2. Походный быт

1. Организация бивака

Техника бивачных работ – это сложный комплекс приемов и средств, результатом которого является организация бивака.

Бивак – лагерь, расположенный для ночлега или отдыха вне населенного пункта. Виды и формы бивака разнообразны. Они определяются рельефом местности. Удобными местами являются: лесные поляны, берега рек и озер. На горном рельефе биваки при необходимости устанавливаются в очень неудобных местах: на осыпях, скалах, ледниках.

Требования к выбору места бивака:

–Безопасность (НЕ вблизи с населенными пунктами, большими дорогами, высоковольтными линиями и т.д.).

- Вода (вблизи должен быть источник воды, идеально – родник)
- Дрова (доступное количество топлива).
- В районе бивака не должно быть муравейников, пасек, сырых низин со змеями и т.п.
- Выбирая место надо ответить на вопрос: «А что если...»:
 - 1) ночью будет гроза
 - 2) сильный ветер
 - 3) сильный ливень

Место бивака должно быть сухим, красивым и удобным.

Требования к устройству бивака:

- палатки, кухня, место для дров должны располагаться компактно.
- палатки располагаются близко друг к другу, выходами к костру, на безопасном от костра расстоянии (5 м.).
- уточняется место, откуда можно брать воду, умываться, стирать.
- обязательно выкапывается ровик для мусора и ненужных банок.
- организуется общий тент над местом общего сбора и кухни.

Организация костра:

- если есть старое кострище, то костер оборудуется на нем.
- если место костра на лугу, то надо срезать дерн, положить его корнями к земле в стороне и полить (затем дерн можно вернуть на место).
- можно оборудовать костер в яме, где он будет укрыт от ветра.
- место для складывания дров должно быть удалено от костра на 5-6 м. и укрыто тентом.
- удобным для приготовления пищи является костер колодец.
- необходимо установить место для хранения топоров, пил.

Свертывание бивака:

- разбивка и свертывание бивака проводится четко и слаженно (не более 2 часов).
- дежурные просыпаются на 1 час раньше группы.
- место привала должно быть тщательно убрано: мусор закопан, костер залит, остатки дров сложены.

2. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

2.1. Вопросы для самостоятельной работы

- 1) Туристские товары.
- 2) Беспрошленная торговля.
- 3) Шопинг-туры.
- 4) Конъюнктура рынка услуг гостеприимства и перспективы его дальнейшего развития.
- 5) Виды агентских сетей. Технологии развития агентской сети.
- 6) Типологии и классификации туристов.

- 7) Туристские потребности.
- 8) Поведенческие характеристики
- 9) Покупателей туристских услуг. Потребительское измерение
- 10) Качество туруслуг.
- 11) Значение современных технологий в обеспечении качества услуг.
- 12) Этапы внедрения информационных технологий в учреждениях сферы туризма.
- 13) Техника и технология банковских услуг.
- 14) Техника и технология перевозок туристов.
- 15) Технология организации питания туристов.
- 16) Основные факторы, влияющие на развитие туристской индустрии.
- 17) Оценка потенциала роста мирового рынка туризма.
- 18) Глобализация экономики и её влияние на рынок туристских услуг.

2.2. Тематика курсовых работ по дисциплине «Основы туристской деятельности»

1. Проблемы прибыльности сервисной деятельности предприятий сферы туризма.
2. Организация процесса продвижения услуг сферы туризма.
3. Проблема имиджа предприятия сферы туризма.
4. Использование информационных технологий при оказании туристских услуг.
5. Особенности организации сервисной деятельности в области туризма.
6. Особенности организации сервисной деятельности в области внутреннего туризма.
7. Особенности организации сервисной деятельности в области международного туризма.
8. Особенности организации сервисной деятельности в области экстремального туризма в России.
9. Особенности организации сервисной деятельности в области природного туризма.
10. Проблема становления санаторно-курортного дела в России.
11. Особенности обслуживания потребителей в сфере туристической деятельности.
12. Организации обслуживания потребителей в области экстремального туризма
13. Особенности организации сервисной деятельности в области религиозного туризма в России
14. Особенности обслуживания туристов при организации автобусных туров.
15. Использование информационных систем при реализации туристического продукта
16. Содержание и виды экологического туризма
17. Теоретические и практические аспекты развития водного туризма.
18. История становления экотуризма.
19. Теоретические и практические аспекты развития спелеотуризма
20. Теоретические и практические аспекты развития горного туризма
21. Теоретические и практические аспекты развития велотуризма
22. Теоретические и практические аспекты развития конного туризма
23. Теоретические и практические аспекты развития комбинированного туризма
24. Экологическая оценка туристических ресурсов
25. Анализ туристских ресурсов республики Башкортостан
26. Анализ туристских ресурсов Челябинской области
27. Проблема занятости в туризме
28. Проблема трудоустройства в туризме
29. Взаимосвязь туризма и здоровья человека
30. Правила и техника безопасного проживания в природных условиях
31. Профессиональная подготовка туроператоров, гидов и инструкторов туристских групп
32. История становления туризма в России
33. Анализ зарубежного опыта развития туризма

34. Теоретические и практические аспекты развития пешего туризма
35. Тактика и техника движения туристской группы в походе
36. Профессиональная модель инструктора туристских походов
37. Практические аспекты анимации в туризме
38. Конфликты в туристской группе и способы их разрешения
39. Подготовка и технико-тактические основы организации походов выходного дня
40. Развитие детского и юношеского туризма в России

2.3. Методические рекомендации к выполнению курсовой работы

Курсовая работа – это учебное исследование, направленное на развитие у студентов навыков научно-исследовательской разработки интересующей его темы.

В процессе подготовки курсовой работы студент учится:

- наблюдать процессы, анализировать их и интерпретировать полученные данные;
- обнаруживать и формулировать нерешенные проблемы;
- описывать современное состояние разработанности данной проблемы и свою собственную экспериментальную работу;
- осуществлять библиографический поиск, работать с научной литературой и анализировать ее с позиции темы курсовой/дипломной работы;
- стилистически однородно, грамотно, логично излагать материал;
- структурировать весь наработанный материал и систематизировать знания, полученные на практике, «проживая» их и превращая в инструменты собственной педагогической деятельности;
- делать библиографическое описание литературных источников в соответствии с принятыми в настоящее время государственными стандартами.

В результате добросовестной кропотливой разработки темы курсовой/дипломной работы студент овладевает способами самостоятельного добывания системного, то есть жизненного важного знания, что проявляется в умении отвечать на фундаментальные вопросы системного анализа:

Что это такое?; Откуда возникает и почему?; Из чего состоит и как это доказать?; Для чего это нужно и как этим пользоваться?

Приобретаемые таким образом знания имеют для студентов как личностный, деятельностный, профессиональный, так и общественный смысл, так как позволяют им в будущем успешно осуществлять профессиональную деятельность, эффективно выполняя тем самым социальный заказ. Кроме того, самостоятельно добытое знание, являясь источником жизни и деятельности человека, становится для студента, как будущего специалиста, своеобразным инструментом, с помощью которого он может осуществлять собственное развитие и самосовершенствование.

Структура курсовой работы

Курсовая работа, как правило, состоит из пяти основных разделов: *введения, двух глав, заключения, списка использованной и цитируемой литературы*. При необходимости может быть добавлен еще один раздел – *приложение*.

Разработка курсовой работы начинается с определения темы исследования. Эту задачу можно решать несколькими путями:

1) тему можно выбрать, воспользовавшись списком, в котором представлена тематика курсовых/дипломных работ своего научного руководителя;

2) можно самостоятельно определиться с направлением и окончательно сформулировать тему совместно с научным руководителем;

3) можно тему сформулировать самостоятельно, исходя из актуальности той или иной педагогической проблемы на современном этапе общественного развития и руководствуясь следующими нижеизложенными требованиями. Формулирование цели исследования. На основании проблемы определяется цель исследования, которая формулируется через имя существительное. Следует особо заметить, что исследование предполагает создание или изменение условий, которые могут обеспечить достижение цели исследования. При этом исследователь может «производить» с условиями три вида действий: 1) выявление, обнаружение, определение, разработку; 2) раскрытие, обоснование, описание; 3) экспериментальную проверку, апробацию, реализацию, внедрение (см. табл. 2). При формулировании цели исследования из каждой группы следует выбрать одно слово, обозначающее действие, которое наиболее всего подходит к теме данного исследования.

Объект исследования – это явление, в области которого лежат интересы исследователя, «...то, на что направлена познавательная или иная деятельность», в частности исследовательская

Предмет исследования характеризует определенные стороны, свойства и отношения объекта, представляющие интерес для исследователя в связи с проблемой его исследования. В качестве предмета исследования выступают те компоненты объекта, которые могут подвергаться исследователем изменению в ходе его экспериментальной работы.

После объекта и предмета формулируются задачи, которые планирует решить исследователь. Как правило, ограничиваются постановкой 3-5 задач.

Выделяют следующие этапы эксперимента:

– *теоретический* (постановка проблемы, определение цели, объекта и предмета исследования, его задач и гипотезы);

– *методический* (разработка методики исследования и его плана, программы, методов обработки полученных результатов);

– *собственно эксперимент* – проведение серии опытов (создание экспериментальных ситуаций, наблюдение, управление опытом и измерение реакций испытуемых);

– *аналитический* – количественный и качественный анализ, интерпретация полученных фактов, формулирование выводов и практических рекомендаций.

Техническое оформление параметров исследования

Название всех параметров исследования: проблемы исследования, цели исследования, объекта исследования, предмета исследования, гипотезы исследования, задач исследования, методологической базы исследования, методов исследования, экспериментальной базы исследования, теоретической значимости исследования, практической значимости исследования должно быть выделено. Если текст работы набирается на компьютере, то жирным шрифтом; если работа пишется от руки, то подчеркиванием. Слово ВВЕДЕНИЕ оформляется по стилю как заголовок 1 (для компьютера: шрифт Times New Roman, размер 14, ВСЕ ПРОПИСНЫЕ, полужирный, интервал полуторный, выравнивание по центру). При написании работы «от руки» название заголовков пишется по центру с заглавной буквы.

Описание каждого параметра начинается с нового абзаца, который обязательно выделяется красной строкой.

Название каждого параметра пишется строчными буквами, начиная с первой заглавной и выделяется жирным шрифтом. При написании работы от руки название каждого параметра выделяется подчеркиванием.

При написании параметров следования рекомендуется употреблять следующие знаки препинания: после слов «проблема исследования», «гипотеза исследования», «задачи исследования», «методы исследования» ставится двоеточие; после слов «цель исследования», «объект исследования», «предмет исследования» ставится тире; после слов «методологическая база (или основа) исследования», «экспериментальная база» ставится точка. Слова «теоретическая значимость исследования» и «практическая значимость исследования» соединятся с последующим текстом глаголом (заклучается, определяется, состоит и другими тому подобными глаголами).

Важным умением при работе с литературой является составление библиографического списка, то есть описания библиографических данных использованной литературы.

Таким списком заканчивается любая исследовательская работа. Все книги в списке располагаются в алфавитном порядке по фамилии автора или по названию работы, если автора нет без деления на какие-либо разделы. Исключение составляют исторические работы, если в них предполагается изучение архивных материалов. В процессе работы изучаемые литературные источники необходимо описывать сразу же с соблюдением всех требований ГОСТа к их библиографическому описанию. (Образцы описания литературных источников см. в приложении 1).

В опыте нашей работы сложилось несколько приемов рациональной работы с литературой. Опишем их.

Если работа пишется сразу на компьютере, то целесообразно сделать отдельный файл (назвав его «БИБЛИОГРАФИЯ»). В этот файл заносятся названия всех найденных литературных источников (статьи, книги, официальные документы и пр.) в порядке по мере их нахождения (то есть не по алфавиту). Порядковый номер найденного литературного источника ставится в конце его библиографического описания со звездочкой, 1*, 2*, 3*, ...23*, 24*, 25*, ...57* и т. д. Например,

Словарь иностранных слов. – 10-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 1983. – 608 с. 1*

Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – 5-е изд. – М. : Политиздат, 1987. – 590. 2*

Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник / Н. И. Кондаков. – М. : Наука, 1975. – 720 с. 4*

И так далее до тех пор, когда все изученные литературные источники будут внесены в список. Этот номер со звездочкой вносится в ссылку на литературный источник в тексте курсовой/дипломной работы в процессе написания ее чернового варианта. После того, как вся работа будет полностью написана, выверена и отформатирована, все литературные источники в списке следует выстроить по алфавиту (при помощи специальной опции в компьютере: Меню: Таблица/Сортировка/По возрастающей) и задать автоматически нумерацию (Меню: Формат/Список/Нумерованный. В окне «Список» при помощи опции «Изменить» установить формат списка: положение номера на 1,25 см или 1,27 см); положение текста после табуляции – на 2 см; отступ – 0 см); «ОК». Затем вывести отформатированный по алфавиту список на бумагу (чтобы легче было искать нужный источник) и заменить в ссылках в тексте номера со звездочкой на номер данного литературного источника в алфавитном списке. Затем номера со звездочкой в алфавитном списке использованной и цитируемой литературы (пока текст курсовой/дипломной работы находится еще в компьютере) убрать. После этого текст курсовой/дипломной работы можно выводить на бумагу.

2.4. План отчета по практике

1. Общие сведения:
 - район путешествия, маршрут (вид туризма);
 - сроки похода;
 - категория сложности маршрута;
 - количество человек группы;
 - в качестве кого работали (отдыхали);
 - руководитель группы;
 - какие обязанности в группы вы выполняли в период похода.
2. Общее и групповое снаряжение похода (перечислить).
3. План похода (дата, дни пути, участки маршрута, км, способы передвижения).
4. Достопримечательности Вашего маршрута, сложные участки маршрута.
5. Меню похода.
6. Техника безопасности на маршруте.
7. Максимальная нагрузка на одного мужчину, женщину.
8. Ваши пожелания и предложения по проведению походов подобного типа.
9. Эмоциональная оценка похода.

К отчету необходимо приложить **характеристику** – подтверждение, с печатью и подписью руководителя той организации, от которой вы совершали поход.

Характеристика и отчет сдаются в письменном виде (печатном) на руководящую практикой кафедру.

2.5. Контрольные вопросы

1. Туризм и здоровье человека.
2. Внешний туризм.
3. Организация контактной зоны турагентства.
4. Внутренний туризм.
5. Комбинированный туризм.
6. Конфликты и способы их разрешения.
7. Международный туризм.
8. История развития туризма.
9. Распределение обязанностей в туристской группе. Общественно полезная работа.
10. Характеристика видов туризма.
11. Правила работы гида.
12. Профессиональная модель специалиста сферы туризма.

13. Цели туризма.
14. Характеристика категорий сложности в туризме.
15. Экскурсионный туризм.
16. Характеристика природного туризма как самостоятельного вида.
17. Виды и функции туроператора.
18. Отличие деятельности туроператора и турагента.
19. Туристские формальности
20. Безопасность в туризме.
21. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Общая характеристика.
22. Требования ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» к офису туристской организации.
23. Требования ГОСТ Р 54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования».
24. Требования ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования».
25. Туристские и экскурсионные услуги по Общероссийскому классификатору услуг населению (ОКУН).
26. Страхование в туризме.
27. Международное сотрудничество в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
28. Государственное регулирование и правовые основы ведения турбизнеса.
29. Туристское предпринимательство как компонент рыночной экономики
30. Мотивация персонала как функция управления туристским агентством

3.ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ

1. **Абрис** – (очертание, контур) – схематический чертеж участка, сделанный от руки на местности.
2. **Агентство** – организация, которая является профессиональным посредником и выполняет определенные поручения учреждений или частных лиц.
3. **Агломерация** – высшая стадия соединения, слияния каких-либо биологических, социальных или культурных объектов.
4. **Администратор** – представитель администрации, должностное лицо.
5. **Администрация** – организационная деятельность в сфере управления; аппарата управления фирмой, руководящий персонал фирмы, предприятие, круг должностных лиц, уполномоченный осуществлять оперативное управление, выступать в качестве юридического лица, официально представлять организацию.
6. **Азимут** – горизонтальный угол, отсчитываемый по ходу часовой стрелки от северного направления меридиана до заданного направления в пределах от 0 до 360гр.

7. **Акватория** – участок водной поверхности, ограниченный берегами залива или портовыми сооружениями, с присущими ему природными и антропогенными свойствами и ресурсами.

8. **Акклиматизация** – приспособление организма к новым климатическим условиям (частный случай адаптации к природным факторам).

9. **Акт** – официальный документ, имеющий юридическую силу.

10. **Альплагерь** – спортивная база для обучения альпинистов и совершенствования их мастерства

11. **Анимационная программа** – комплекс мероприятий спортивного, развлекательного характера, которые входят в сферу рекреационных и духовных интересов туристов и разрабатываются для проведения ими свободного времени.

12. **Аннуляция** – отмена туристкой поездки или объявление какого-либо договора недействительным, а также письменный отказ от использования забронированных туристских, гостиничных и транспортных услуг.

13. **Ассортимент** – группа, набор, разновидность имеющихся товаров (услуг) единого назначения.

14. **Байдарка** – легкая узкая запалубленная лодка без уключин.

15. **Бальнеологическая больница** – учреждение для лечения и отдыха людей с использованием вод из минеральных источников.

16. **Бахилы** – матерчатые чехлы (брезентовые чулки), надеваемые во время лыжных горных походов на ботинки для защиты от снега и влаги, для утепления ног.

17. **Безопасность в сфере услуг** – разновидность социальной безопасности, связанная с эффективным функционированием сферы обслуживания, с отсутствием в ее рамках разного рода угроз или ущерба, как для клиентов, так и для работников отрасли.

18. **Бивак** – лагерь, расположенный для ночлега или отдыха вне населенного пункта

19. **Бизнес** – инициативная коммерческая деятельность, осуществляемая как за счет собственных, так и заемных средств на свой риск под свою ответственность, определяющая способ существования хозяйствующего субъекта, которая позволяет ему быть независимым в принятии решений и получать прибыль.

20. **Бюро** – учреждения или их отделы, которые занимаются главным образом обслуживанием населения.

21. **Гид** – 1) экскурсовод-переводчик, сопровождающий иностранных туристов в поездке по стране; 2) справочник-путеводитель по музеям, выставкам.

22. **Гид** – проводник, официальный представитель туристско-экскурсионного бюро, который показывает экскурсантам-туристам природные и культурные достопримечательности населенного пункта и региона.

23. **Гидрокостюм** – специальная водонепроницаемая одежда, предохраняющая от переохлаждения.

24. **Горные породы** – природные агрегаты минералов более или менее постоянного состава, образующие самостоятельные геологические тела, слагающие земную кору

25. **Горный гребень** – резко выраженная вершинная часть горного хребта или массива место схождения склонов.

26. **Гостеприимство** – собирательное название системы обслуживания людей, находящихся в путешествии, на отдыхе вдали от своего дома.

27. **Гостиничный объект (гостиница)** – здания различного типа и вида, приспособленные специально для временного проживания людей (имущественный комплекс, предназначенное для предоставления услуг).

28. **Грамотное общение** – уважительное отношение к личности посетителя, умение культурно взаимодействовать с ним.

29. **График движения** – последовательное распределение во времени этапов прохождения маршрута, выраженное в табличной форме или графике.

30. **Гребля** – способ перемещения судна или управления им при помощи весел.

31. **Грум-сервис** – служба посыльных в высококлассных отелях, которые оказывают клиентам мелкие услуги, выполняют их поручения.

32. **Декларация** – документ, содержащий официальное заявление физического или юридического лица, а также бланк такого документа.

33. **Демпинг** – продажа товаров на внешнем рынке по ценам более низким, чем на внутреннем рынке, с целью устранения конкурентов.

34. **Деньги** – особый товар, исполняющий роль всеобщего эквивалента.

35. **Джиммик** – подход или обращение для привлечения внимания, который используется в рекламе туристского продукта или услуги.

36. **Дневка** – день в походе, предназначенный для отдыха и подготовки к дальнейшему движению по маршруту.

37. **Дневник туристский** – последовательная (по дням) запись событий турпохода, выполняемая на маршруте.

38. **Документы маршрутные** – текстовые и графические материалы, необходимые для оформления и прохождения маршрута турпохода. Это: маршрутная книжка, карты, описание маршрута, пропуск для посещения заказников, дневник туристский, отчет о походе, протокол о зачете маршрута, справки о совершении похода установленной категории сложности.

39. **Дом отдыха** – оздоровительное учреждение с регламентированным режимом отдыха предназначенное для практически здоровых людей.

40. **Жизненный цикл товара** – период времени, в течение которого товар обладает жизнеспособностью, т.е. обращаясь на рынке, пользуется спросом и приносит доход производителям и продавцам.

41. **Жизненный цикл услуги** - это временной период (от нескольких месяцев до года и более), который включает в себя этап первоначального обоснования идеи о новшестве, затем ее разработку, внедрение и производство самого сервисного продукта или услуги вплоть до того момента, когда продукт перестает пользоваться спросом и исчезает.

42. **Жилет спасательный** – индивидуальное средство самостраховки туриста – водника, позволяет удерживаться на плаву при падении в воду.

43. **Жумар** – приспособление, предназначенное для крепления к веревке страховочной обвязки туриста (свободно скользящее вверх и фиксирующее свое положение на веревке).

44. **Заброска** – заблаговременная отправка на определенный участок маршрута части груза и туристов.

45. **Заказник** – участок территории, выделенный для сохранения и восстановления отдельных экосистем или их компонентов, где постоянно или временно запрещены хозяйственность, охота, рыбалка.

46. **Законодательство** – один из основных методов осуществления государством своих функций в области издания органами государственной власти законов.

47. **Здравница** – лечебно-профилактическое учреждение санаторного типа, располагающее рекреационными ресурсами.

48. **Зона отдыха** – специально организованная территория для краткосрочного или долгосрочного отдыха, природная территория, используемая населением в рекреационных целях.

49. **Имиджмейкерство** – профессиональная деятельность, направленная на создание позитивного имиджа конкретному общественному деятелю, бизнесмену, а также фирме, товару.

50. **Индустрия сферы услуг** - совокупность отраслей производства, видов деятельности, масштабных корпораций, конкретных учреждений и фирм, функциональное назначение которых направлено на оказание различных услуг населению, на удовлетворение многообразных социальных потребностей и духовных запросов населения.

51. **Инжиниринг** – сфера деятельности по проработке вопросов создания объектов промышленности, инфраструктуры и др. в форме предоставления на коммерческой основе различных инженерно- консультационных услуг.

52. **Инновационные технологии** – стремительные изменения, совершенствования в средствах коммуникации, в технологических процессах в виде автоматизации и использования более прогрессивных приемов.

53. **Интенсивность труда** – степень напряженности труда, существенно различается на сдельных и повременно оплачиваемых работах.

54. **Инфраструктура** – комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих и создающих условия для размещения и деятельности основного производства, а также жизнедеятельности населения.

55. **Кан** – котелок.

56. **Каное** – лодка, оборудованная для коленной посадки, приводится в движение веслом с одной лопастью.

57. **Карабин** – разъемное соединительное металлическое звено овальной, треугольной, трапециевидальной формы, элемент крепления для быстрого соединения веревок

58. **Карты туристские** – географические карты для целей туризма, характеризуются выразительностью, наглядностью оформления, сопровождаются иллюстрациями текстом, справочными сведениями.

59. **Катамаран** – средство сплава, представляющее собой два надувных баллона, соединенные прямоугольным каркасом.

60. **Катамаран** – судно с 2мя параллельно расположенными корпусами, соединенными в верхней части.

61. **Кафе** – небольшой ресторан, в котором изготавливается и реализуется разнообразный ассортимент блюд, изделий и напитков в ограниченном, по сравнению с рестораном, ассортименте и с учетом специализации.

62. **Качество обслуживания** - совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

63. **Качество труда** – способность должным образом выполнять работу определенной сложности.
64. **Качество услуги** – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.
65. **Каяк** - одноместная лодка, приводимая в движение веслом с двумя лопастями (одноместная байдарка).
66. **Кейтеринг** – доставка услуг общественного питания вне помещения кафе, ресторана.
67. **Кемпинг** – сезонное гостиничное предприятие для автотуристов.
68. **Класс обслуживания** – обозначение качества предоставляемых услуг.
69. **Клиент** – 1) лицо, являющееся для данного сервисного предприятия потребителем производимых им для продажи услуг; 2) лицо, пользующееся услугами: покупатель, заказчик, потребитель, абонент.
70. **Клиентура** – совокупность лиц, которые являются для данного предприятия постоянными потребителями производимых им для продажи услуг.
71. **Клуб** – сообщество людей или организация, созданные для совместного общения, отдыха, развлечения, проведения деловых встреч
72. **Клуб туристов** – добровольная любительская организация туристов на крупном предприятии, объединяющая тур секции.
73. **Количество труда (мера труда)** – продолжительность рабочего времени и объем выполненных работ.
74. **Комбинированный маршрут** – маршрут тур путешествия, экскурсии, спортивного похода, при прохождении которого используются способы передвижения, относящиеся к различным видам.
75. **Компас** – магнитный прибор для ориентирования на местности, в котором используют свойство намагниченной стрелки располагаться вдоль магнитного меридиана в направлении С - Ю.
76. **Консалтинг** – консультационные услуги по исследованию и прогнозированию рынка товаров и услуг, по оценке торгово - политических условий экспортно-импортных операций; по разработке и проведению маркетинговых программ.
77. **Контактная зона** – это пространственная среда, в которой находятся специалист по сервису (исполнитель обслуживания) и потребитель.
78. **Контроль качества услуг (обслуживания)** – совокупность операций, включающую проведение измерений, испытаний, оценку одной или нескольких характеристик услуги и сравнение полученных результатов с установленными требованиями.
79. **Контрольно-спасательная служба (КСС)** – служба создается с целью проведения профилактических мероприятий, направленных на предупреждение несчастных случаев среди туристов и экскурсантов и оказания первой помощи лицам, терпящим бедствие.
80. **Контрольный срок** – заранее устанавливаемое предельное время прохождения пункта тур маршрута или этапа соревнования.
81. **Конъюнктура** - совокупность условий в их взаимосвязи, сложившаяся обстановка в какой-либо области.

82. **«Кошки»** - металлические приспособления, надеваемые на обувь для облегчения и удобства движения по склонам, покрытым льдом, мокрой травой и т.п.

83. **Краеведение** – изучение определенной части страны, города, деревни, для которого эта территория считается родным краем. Изучение природы, хозяйственной деятельности, культуры, быта.

84. **Культура досуга** – проведение человеком свободного времени, которое сбалансировано по разным видам рекреационной и развивающей активности, наполнено социально-значимым смыслом и расценивающееся в данном обществе как отвечающее современным требованиям, отечественным традициям.

85. **Культура обслуживания** – совокупность условий, в которых происходит процесс общения работников сферы услуг с потребителем.

86. **Культура общения** - проявляется в умении сформулировать свои мысли и выслушать посетителя, в отзывчивости и сопереживании клиенту.

87. **Культура речи** – важный компонент культуры общения – нормативность речи, ее правильность, соответствие требованиям современного языка; умение творчески использовать языковые средства в зависимости от цели и содержания беседы, условий общения.

88. **Культура сервиса** – система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными традициями страны, так и с современными требованиями мировых сервисных стандартов и отражают качественное или массовое обслуживание.

89. **Курорт** – освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая природная территория, располагающая природными лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры.

90. **Лавина** – снежный обвал, масса снега, падающая или соскальзывающая с крутых склонов.

91. **Ледник** – скопление льда атмосферного происхождения, движущееся по земной поверхности.

92. **Ледопад** – участок ледника с множеством трещин, расчленяющих его на отдельные глыбы (протяженность может быть несколько сотен метров).

93. **Лизинг** – предоставление в аренду различных транспортных средств, зданий и сооружений при сохранении права собственности на них за арендодателем.

94. **Лоция** – руководство по судовождению, содержащее подробное описание водного бассейна (берегов, рельефа дна, способов их прохождения).

95. **Маркетинг** – совокупность принципов, методов и средств управления предприятием по разработке новой продукции, сбыту товара, предоставления услуг, рекламе и ценообразованию на основе комплексного учета процессов, происходящих на рынке.

96. **Маркетинг в туризме** – система мероприятий по организации производства, распределения, реализации и потребления тур. услуг (способствует удовлетворению спроса населения и его контингентов и формирование спроса на новые виды тур. услуг).

97. **Маркировка маршрутов** – разметка маршрутов туристских походов и путешествий с помощью системы условных обозначений.

98. **Маршрут туристский** – заранее спланированный путь следования туристов, предусматривающий посещение памятников природы и культуры.

99. Масштаб – степень уменьшения длин линий на планах, картах по сравнению с их разметками на местности.

100. Национальный парк – охраняемый государством участок территории с уникальными природными объектами, живописным ландшафтом, высокой культурной, научной и рекреационной значимости.

101. Нормирование труда – установление меры затрат труда на выполнение услуги (изготовление единицы продукции) или выработку услуг (продукции) в единицу времени, выполнение заданного объема работ или обслуживание средств производства в единицу времени.

102. Обязка страховочная – индивидуальное снаряжение горного туриста, служит для быстрого и надежного подсоединения спортсмена к основной страховочной веревке.

103. Обслуживание – 1) деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем; 2) предоставление услуг, создание условий, которые облегчат людям трудовую деятельность, передвижение, отдых и другие жизненно-важные функции.

104. Общение – процесс взаимодействия конкретных людей, основанный на обмене мыслями и чувствами посредством слов и выразительных движений.

105. Общий конструктивный стиль обслуживания – гармоничное единство всех элементов обслуживания: профессионально-трудовых, психологических, этических, эстетических, которые свойственны всем сотрудникам фирмы.

106. Оверкиль – переворот судна вверх килем (днищем).

107. Ориентирование – определение своего положения относительно сторон горизонта и окружающих объектов.

108. Осыпь - скопление обломков горных пород у основания и в нижней части крутых склонов или в кулуарах, образовавшееся в результате выветривания горных пород и скатывания обломков со склонов гор.

109. Охрана природы – система мероприятий по сохранению рациональному использованию и восстановлению природных ресурсов для создания оптимальных условий существования человека и его гармоничного взаимоотношения с окружающей средой.

110. Пансионат - учреждение, предназначенное для проживания и отдыха людей.

111. Пенка – пенополиуритан, теплоизолирующий материал, применяется для спальных ковров и прокладок в ляжки рюкзаков.

112. Перевал – понижение в гребне горного хребта обычно между соседними речными долинами наиболее доступное и безопасное место для перехода через горный хребет.

113. Перекат – мелководный участок русла реки, часто имеющий вид вала, расположенного поперек реки по всей ее ширине.

114. Переправа – преодоление водных преград при отсутствии моста, паромы (вброд, по камням, по кладям, по навешенной веревке).

115. Показатель качества услуги (обслуживания) – количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, составляющих ее качество.

116. Потребитель – 1) гражданин, имеющий намерение заказать либо заказывающий и использующий услуги исключительно для личных (бытовых) нужд; 2) физическое или юридическое лицо, потребляющее продукты чьего-либо производства; конечный пользователь приобретенного товара, продукта, услуги.

117.Потребности – осмысленное состояние индивида, которое создается испытываемой им нуждой, необходимостью в том, без чего трудно обойтись.

118.Потребности человека – совокупность осознанных человеком нужд, в чем-либо важном для его жизнедеятельности и индивидуального развития.

119.Правовая база социокультурного сервиса и туризма – это комплекс нормативных правовых актов Российской Федерации, а в ряде случаев субъектов РФ.

120.Привал – кратковременная остановка тур. группы в походе для отдыха и обеда.

121.Причаливание – маневрирование судна при подходе к берегу, остановка и закрепление на берегу.

122.Профессионализм – приобретенное качество способностей личности, соответствующее профессиональным требованиям или превосходящее их.

123.Профессиональная деятельность – 1) нормативно предписываемый законодательно и институционально закрепленный способ выполнения чего-либо, который отличается от деятельности, развиваемой на основе традиций или индивидуальной привычки; 2) субъективный способ выполнения чего-либо, качественная форма деятельности субъекта труда.

124.Психологический климат – состояние группового сознания, проявляющегося в групповых настроениях, мнениях и суждениях.

125.Психология сервиса – отрасль психологии трудовой деятельности, которая изучает особенности и роль психических явлений в обслуживающей деятельности работников контактной зоны и потребительской деятельности клиентов.

126.Путешественник – человек, находящийся вне мест своего постоянного проживания, в отличие от путешествующего во время отпуска, путешествие может быть его работой.

127.Рафт – надувной многоместный плот, используемый для сплава по порожистым рекам.

128.Реальное качество труда – качество выполнения исполнителем конкретной работы. Зависит не только от профессиональных характеристик персонала, но и определяется отношением работника к труду, нацеленностью его на достижение общей цели, степенью вовлеченности в дела фирмы, приверженностью данному предприятию и т.п.

129.Рейтинг – уровень известности и популярности, оценка качества, категории какого-либо товара, услуги, самой фирмы и т.д.

130.Реклама в сфере сервиса – это система доведения до потребителя информации о работе предприятия. Ее цель – убедительное и доходчивое информирование потребителя о том какие услуги, где и в какое время можно получить.

131.Рекламация – требование возмещения ущерба, заявление одной стороны о невыполнении своих договорных обязательств другой стороной.

132.Рекреация – восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, в том числе занятием туризмом. Развитие рекреации зависит от жизненного уровня населения, степени урбанизации, наличия рекреационных ресурсов (климат, рельеф, воды, растения, фауна и др.)

133.Рентабельность – один из комплексных стоимостных показателей экономической эффективности производства, который характеризует уровень отдачи и степень использования средств в процессе производства и реализации продукции и выполнения услуг.

134.Репутация деловая – оценка предприятия, фирмы или конкретного предпринимателя со стороны его партнеров и потребителей, способствующая

благоприятному воздействию на деятельность фирмы и учитываемая партнерами по бизнесу и покупателями.

135.Ресторан – тип предприятия общественного питания, где осуществляется изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного приготовления всех основных групп из различных продуктов и вино - водочных изделий.

136.Ресурсы – необходимые сведения, существующие возможности, условия и объекты, которые позволяют их использовать в каких-либо процессах, для развития какой-либо отрасли.

137.Ротель – передвижная гостиница с ограниченным набором услуг, располагающаяся обычно в вагоне.

138.Рынок услуг – разновидность общеэкономического обменного рынка, действующая в сфере услуг, сервисной деятельности, организованной по законам товарного производства, спроса и обращения.

139.Самоконтроль – оценка своего физического состояния на тренировках и в походе.

140.Самостраховка – страховка, осуществляемая самостоятельно с использованием индивидуальных страховочных средств, без помощи других членов группы.

141.Санаторий – учреждение для лечения и отдыха людей с использованием благоприятных природных условий.

142.Свойство услуги (обслуживания) – объективная особенность услуги (обслуживания), которая проявляется при ее оказании и потреблении.

143.Сервис – предоставление различного вида услуг, обслуживание.

144.Сервисная деятельность – это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг.

145.Сервисная технология – совокупность взаимосвязанных между собой целесообразных действий работника, выполнение им стандартных приемов труда, а также нахождение творческих решений, осуществляемых с помощью технических средств и вспомогательных материалов для производства услуги или сервисного продукта.

146.Сервисология – теоретико-прикладное направление научных исследований, связанное с изучением сферы обслуживания, предоставления разного вида услуг и создания комфортных условий проживания человека.

147.Система контроля качества услуг – совокупность процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством услуг.

148.Сложность труда – требования к знаниям и умениям, которыми должен обладать работник.

149.Служба сервиса – организационная структура в сфере обслуживания, назначение которой связано с оказанием разного рода услуг.

150.Служебный этикет – совокупность фиксированных норм, безальтернативных правил поведения, обусловленных служебным положением сотрудника фирмы, которым работник обязан следовать привычно, почти автоматически.

151.Современный гостиничный комплекс – здание, оснащенное современным оборудованием и инвентарем.

152.Содержание труда – структура умственных и физических нагрузок и соотношение между ними, многообразие принимаемых решений и степень влияния на результат труда.

153.Социально-культурные услуги - это разновидность услуг, в отличие от материальных услуг, связанных с удовлетворением духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанием нормальной жизнедеятельности потребителя.

154.**Стандарт на услугу** – стандарт, устанавливающий требование, которым должна удовлетворять услуга, с тем, чтобы обеспечить соответствие ее назначению.

155.**Стандарты обслуживания** – организационно-инструктивные и методические документы, разработанные совместно специалистами сервиса и экономистами, в которых отражены требования к целям, организации, технологии и обеспечению отдельных видов сервисных работ, выполнение которых гарантирует высокую степень удовлетворения потребностей покупателей.

156.**Стиль общения** – особенность речевых приемов работника контактной зоны в ситуации обслуживания.

157.**Стиль фирменный** – набор словесных, графических, цветовых, типографских, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

158.**Стоянка** – временное местонахождение туристов.

159.**Страхование** – система юридических и экономических взаимоотношений, которая направлена на защиту имущества, здоровья и иных интересов физических или юридических лиц при наступлении страхового случая за счет специализированных страховых фондов.

160.**Сфера быта** – область повседневной жизни людей, общий жизненный уклад граждан той или иной страны.

161.**Табанить** – пассивное торможение посредством фиксирования весла в воде.

162.**Таганок** – жесткая металлическая конструкция для установки котелков на костре.

163.**Технология** – наука о мастерстве, совокупность методов, осуществляемых в процессе производства продукции.

164.**Технология гостиничного обслуживания** - совокупность операций и процессов по предоставлению услуг размещения посетителям и система рациональных приемов использования зданий, сооружений, оборудования гостиниц.

165.**Траверс** – пересечение струи или потока против течения (речн.), движение поперек склона, не к вершине, а в обход ее (горн.).

166.**Трансфер** – услуга по перевозке туриста до места его прибытия в страну временного пребывания до места размещения и обратно, а также любой другой перевозке в пределах страны временного пребывания, предусмотренной программой путешествия.

167.**Треккинг** – пеший туризм, пешеходные прогулки и походы в горах, не требующие специальной спортивной подготовки.

168.**Тренинг** – вид социально-психологического упражнения, направленный на развитие установок, необходимых в процессе деятельности.

169.**Тур** - комплексная туристская услуга (по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги и т.п.).

170.**Турагент** – организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по продвижению и реализации тура.

171.**Турбаза** – туристический комплекс, в составе которого входят помещения для приема и размещения туристов, столовая, помещения и службы для обеспечения активного отдыха туристов.

172.**Туризм** – временные выезды (путешествия, поездки) граждан из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и

иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

173.Туристическая услуга – результат деятельности организаций или индивидуальных предпринимателей по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществление тура или его отдельных составляющих.

174.Туристический продукт – комплекс услуг, предлагаемых потребителям – туристический тур.

175.Туристическо – экскурсионное обслуживание – удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристических и экскурсионных услугах.

176.Туристом является гражданин, посещающий страну временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 ч. до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

177.Туроператор – организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по формированию, продвижению и реализации тура.

178.Условия труда – совокупность факторов производственной среды, оказывающих влияние на здоровье и работоспособность персонала в процессе труда (нормальные, вредные и опасные).

179.Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

180.Устав – официальный документ, который входит в состав уставных документов, подтверждающих законность создания компании, характер и правила ее деятельности, основы взаимоотношений между членами.

181.Ущерб – составляющая убытков, понесенных одним из участников сделки, в частности партнером по контракту или третьим лицом.

182.Флотель – плавающая гостиница, в которую превращено комфортабельное пассажирское судно.

183.Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуги потребителю; определенный способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных технологий и благ для потребителя.

184.Хостель – студенческая гостиница, предоставляющая недорогой ночлег, дешевая молодежная гостиница типа общежития.

185.Чрезвычайная ситуация – стихийное бедствие, различные экстремальные ситуации, которые ставят под угрозу жизнь туристов и делают невозможным продолжение маршрута.

186.Шивера (перекат) – мелкий некатегорийных порог, прохождение которого осложняет наличие большого числа торчащих камней.

187.Экскурсантом – является гражданин, посещающий страну временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 ч. и без ночевки.

188.Экскурсионная услуга – туристическая услуга по удовлетворению познавательных интересов туристов, включая разработку и внедрение программ экскурсионного обслуживания или отдельных экскурсий, организацию и проведение экскурсий.

189.Экскурсия – методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории, культуры, природы, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, умелый рассказ экскурсовода о событиях, связанных с ними.

190.Экскурсовод – специалист, под руководством которого осуществляется знакомство экскурсионной группы с объектами экскурсионного маршрута.

191.Экспедиция – поездка, поход группы лиц для достижения определенных целей.

192.Эстетика обслуживания – благоприятная обстановка и комфорт, создаваемые заказчику при получении услуги, способствующие улучшения настроения человека и оставляющие хорошее впечатление от посещения предприятия.

193.Этика обслуживания – вежливое, внимательное и доброжелательное отношение работников сферы услуг к заказчикам. В связи с этим всем работникам, непосредственно контактирующим с заказчиками, кроме профессиональной подготовки необходимо иметь навыки обслуживания и общения

4. ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4.1. Хартия туризма

Одобрена в 1985 г. на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (Борисов К.Г. Международный туризм и право М.: Издательство "НИМП", 1999).

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.

Статья III

С этой целью государствам следует:

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

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

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

(Резолюция N 38/146 принята Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций на XXXVIII сессии 19 декабря 1983 г.);

г) содействовать принятию мер, позволяющих каждому участвовать во внутреннем и международном туризме, особенно посредством регулирования рабочего времени и досуга, установления или улучшения системы ежегодных оплачиваемых отпусков и равномерного распределения дней таких отпусков в течение года, а также уделения особого внимания молодежному туризму, туризму людей преклонного возраста и лиц с физическими недостатками;

д) защищать в интересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая, включая в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества.

Статья IV

Государствам следует также:

а) содействовать доступу туристов - граждан своих стран и иностранных туристов к общественному достоянию посещаемых мест, применяя положения существующих документов по упрощению формальностей, выпущенных Организацией Объединенных Наций, Международной организацией гражданской авиации, Международной морской организацией, Советом таможенного сотрудничества или любой другой организацией, в частности Всемирной туристской организацией, с учетом постоянного сокращения ограничений на путешествия;

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

в) обеспечивать безопасность посетителей и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты;

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

д) предотвращать любую возможность использования туризма для эксплуатации других в целях проституции;

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

Статья V

Наконец, государствам следует:

а) позволять туристам - гражданам своей страны и иностранным туристам передвигаться свободно по стране, без ущерба для каких-либо ограничительных мер, принятых в национальных интересах в отношении определенных районов территории;

б) не допускать каких-либо дискриминационных мер в отношении туристов;

в) давать туристам возможность быстрого доступа к административным и юридическим службам, а также представителям консульств и предоставлять в их распоряжение внутренние и внешние общественные средства связи;

г) содействовать информированию туристов с целью создания условий для понимания обычаев местного населения в местах транзита и временного пребывания.

Статья VI

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

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

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

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

Статья VII

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

Статья VIII

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

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

3. Они должны, в частности, препятствовать поощрению использования туризма для всех видов эксплуатации других людей.

Статья IX

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

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

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

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

4.2. Заповеди экотуристов

1. Помнить об уязвимости Земли.

2. Оставлять только следы, уносить только фотографии.
3. Познавать мир, в который попал: культуру народов, географию.
4. Уважать местных жителей.
5. Не покупать изделия производителей, подвергающих опасности окружающую среду.
6. Всегда следовать только протоптанными тропами.
7. Поддерживать программы по защите окружающей среды.
8. Где возможно, использовать методы охраны окружающей среды.
9. Поддерживать организации, содействующие защите природы.
10. Путешествовать с фирмами, поддерживающими принципы экотуризма.

4.3. Перечень туристского снаряжения

Все самодельное снаряжение, применяемое командой на дистанции для организации страховки, натяжения перил и движения по перилам, независимо от качества исполнения, соответствия ГОСТам и технической документации, помещенной в методической литературе, а также независимо от наличия актов ОТК в обязательном порядке должно быть представлено в комиссию по снаряжению перед началом соревнований.

К туристскому снаряжению относят веревки, карабины, блоки и полиспасты, страховочные системы.

1. Вережки

Рабочие веревки, применяемые для организации страховки, перил и сопровождения должны быть диаметром не менее 10 мм. Вережки не должны иметь повреждений оплетки и прядей. Использование вместо веревок строп и тесьмы не разрешается даже при условии равнопрочности указанного сортамента веревки диаметром 10 мм. Двойной веревкой является: а) вдвоенная (т.е. сложенная вдвое), но имеющая во всех нагружаемых сечениях две ветви; б) две отдельные веревки. В случаях, если в ходе выступления в соревнованиях веревке нанесено повреждение (перебита, сорвана оплетка и т.п.), ее эксплуатация должна быть немедленно прекращена. Команда может заблокировать поврежденный участок с помощью узла, или, вырезав поврежденный участок, использовать получившиеся части или их соединения.

2. Карабины

Карабины используются для выполнения технических задач:

- организация перил и транспортных веревок на спуске (подъеме) участников;
- организация пункта страховки;
- замыкание личной страховочной системы;
- подключение страховочной веревки к участнику;
- организация натяжения веревок с помощью блоков и полиспастов;
- подключение носилок с "пострадавшим" к перилам навесной переправы и транспортным веревкам на подъеме (спуске);
- соединение рабочих веревок могут применяться только стандартные карабины с муфтами, не имеющие каких-либо доработок, могущих снизить их прочность.

Карабины используются также для выполнения технических задач:

- организация самостраховки;
- организация промежуточных точек страховки;
- подключение сопровождающих веревок к участнику и опоре;

- подключение беседок (личной страховочной системы) к перилам могут применяться карабины, имеющие конструктивные доработки, не снижающие их прочность, и самодельные карабины из стальных и титановых сплавов, допущенные комиссией по снаряжению. Все указанные карабины - должны иметь предохранительные муфты.

Карабины без муфт могут применяться только для транспортировки груза и для закрепления свободных концов веревок, не работающих на страховке или сопровождении.

3. Блоки и полиспасты

Блоки должны иметь ось из стальных или титановых сплавов диаметром не менее 8 мм и толщину щечек не менее 2 мм. Работавшее сечение щечек в месте включения карабина и запрессовки оси должно быть не менее 60 кв. мм (суммарно). Материал щечек - стальные и титановые сплавы.

Ось блока должна быть расклепана или зашплинтована.

Суммарное количество шкивов на полиспасте не должно превышать 4 штук.

Нагружаемые элементы полиспаста не должны иметь детали, присоединенные методом сварки (шов сварки не должен нести нагрузку), а также не должны иметь деталей в виде открытых скоб, гаков и т.п.

Натяжение полиспастов должно производиться веревкой диаметром не менее 10 мм.

Блоки и тележки, используемые для движения людей по навесной переправе должны иметь конструкцию, исключающую попадание рук под шкивы.

При использовании блоков и тележек для движения по перилам людей должно быть соблюдено условие: в случае развала конструкции (выпадение шкивов, разрушение щечек, осей и т.д.) движущийся участник должен остаться подключенным к перилам через стандартное снаряжение (карабин, веревка).

4. Страховочные системы

Кроме стандартных страховочных систем комиссией по снаряжению могут быть допущены самодельные системы.

Страховочный пояс и беседка должны быть заблокированы в единую систему.

Веревка, используемая для соединения концов страховочного пояса, беседки и для блокировки, должна быть основной диаметром не менее 10 мм.

Длина веревочной петли, соединяющей концы страховочного пояса, не должна превышать 300 мм.

В случаях, когда страховочная система замыкается карабином, должна быть исключена возможность действия нагрузки на карабин в направлении его поперечной оси.

4.4. Модельный закон о туристской деятельности

Принят на 27 сессии Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ

16 ноября 2006 г., Санкт-Петербург, Россия

Настоящий Закон призван обеспечивать развитие экономического сотрудничества и

культурное взаимообогащение народов, способствовать укреплению гражданского мира и согласия, взаимопонимания, утверждению общечеловеческих ценностей, всемерно содействовать сближению нормативных правовых основ государств — участников СНГ в соответствующей области регулирования правоотношений, формированию и развитию в рамках Содружества Независимых Государств цивилизованного туристского пространства.

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные понятия, термины и определения

В настоящем Законе используются следующие понятия, термины и определения:

дестинация — место назначения туристского путешествия (туристской поездки, тура, экскурсии), место посещения (территория, местность, город, населенный пункт, туристский центр) гражданами, не проживающими постоянно в данной местности и не относящимися к категории местного населения;

договор на туристское обслуживание — соглашение между туроператором или турагентом и туристом по возмездному оказанию туристских услуг;

индустрия туризма (туристская индустрия, туристская отрасль) — отрасль экономики государства, включающая туризм как элемент социально-экономической сферы, в которую входят неотъемлемой совокупной частью предназначенные для организации досуга и в целях туризма индустрия всех видов перевозки туристов и их багажа, индустрия гостеприимства — размещение и питание туристов, индустрия услуг аттракций и иных услуг (санаторно-курортных, образовательных и других), индустрия туристско-экскурсионных и музейных услуг, посреднических и отдельных услуг туроператоров и турагентов, а также индустрия туристских услуг и работ, способствующих их потреблению, продажа товаров туристского ассортимента и сувениров;

коллективное средство размещения — имущественный комплекс (гостиница, мотель, отель, пансион, пансионат, гостевой дом, кемпинг, дом отдыха, санаторно-курортное учреждение, туристская база, клуб с проживанием и т. д.), отвечающий требованиям стандарта и сертификата, а в случаях, установленных законодательством, также классифицированный по категории (классу) в зависимости от уровня и ассортимента оказываемых услуг, в том числе питания, удобств, связи, других услуг, и имеющегося оборудования в соответствии с требованиями стандарта, находящийся под единым управлением и состоящий, как минимум, из 10 номеров;

комплексная (пакетированная) туристская услуга — упорядоченный программой и взаимоувязанный технологией оказания комплекс туристских типичных и нетипичных услуг (а также работ и товаров), в общем случае — тур, который оказывается или предлагается для оказания потребителю (туристу) за общую цену и включает в себя, как минимум, услуги по перевозке и услуги по размещению, а также иные туристские и отдельные услуги, включая трансфер, не связанные с перевозкой и размещением;

курорт — территория, обладающая природными лечебно-оздоровительными ресурсами, где расположены лечебные и оздоровительные учреждения, сооружения и иные объекты туристской индустрии курортов и инфраструктуры;

курортная деятельность — разновидность туристской деятельности, связанная с организацией использования природных лечебно-оздоровительных ресурсов, необходимых для пользования ими сооружений и оборудования (буровые скважины, бюветы, галереи, ванны, грязелечебницы, пляжи, климатические павильоны, аэросолярии и т. д.) и объектов туристской индустрии курортов (санатории, гостиницы, дома отдыха, пансионаты, спортивные и культурные объекты и т. д.) в целях профилактики заболеваний, лечения, реабилитации и оздоровления граждан;

объекты туристской индустрии — средства транспорта и транспортные предприятия (перевозчики), индивидуальные и коллективные средства размещения и предприятия питания, культуры, развлечения (аттракций) и спорта, медицинских и оздоровительных услуг курортной сферы, торговли, информационные ресурсы и информационные системы,

средства обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий, а также иные материальные и нематериальные блага, имущество, имущественные комплексы (предприятия), результаты и продукты интеллектуальной деятельности и т. д., принадлежащие субъектам туристской индустрии на праве собственности, ином законном основании (по договору и т.д.) и используемые ими для производства и оказания комплексных и (или) отдельных туристских услуг, нетипичных туристских услуг, сопутствующих услуг, работ и производства и продажи товаров туристского ассортимента и потребления;

оказание (предоставление, поставка) туристских услуг — упорядоченный процесс формирования, производства, продвижения и маркетинга, распределения (бронирования, резервирования), продажи, доставки и исполнения отдельных, комплексных туристских услуг и туристского продукта туристам и (или) экскурсантам (в общем случае — потребителям), который регулируется мерами в форме законов, постановлений, правил, процедур, решений, административного действия или в любой другой форме. Регулирование применяется в отношении: а) резервирования, покупки, оплаты или использования услуги; б) доступа к услугам и использования услуг в связи с предоставлением услуги гражданам на правах широкого предложения; в) делового присутствия, включая коммерческое присутствие, субъектов туристской индустрии с целью поставки услуги на территории своего или другого государства;

организаторы туризма (заказчики услуг субъектов туристской индустрии) — юридические и физические лица, использующие услуги субъектов туристской индустрии, а также иные лица, заказывающие отдельные или комплексные услуги субъектов туристской индустрии с целью последующей передачи прав на их использование потребителям (посредники — туроператоры, турагенты, туристско-экскурсионные бюро, бюро путешествий и иные, например корпоративные клиенты);

особая туристско-рекреационная экономическая зона — определяемая правительством государства часть его территории, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма, туристской индустрии и туристской деятельности, охраны окружающей среды;

постоянное место жительства — обычное место (местность) жительства гражданина в течение срока, превышающего шесть месяцев подряд, а также все иные места и объекты данной местности, территории, города, туристские центры, систематически посещаемые данным лицом (место работы, учебы, отдыха и т. д.) и позволяющие отнести данного индивидуума к местному населению;

потребители туристских услуг (а также сопутствующих услуг, работ и товаров) субъектов туристской индустрии — туристы, экскурсанты, гости средств размещения, иные посетители дестинации, в том числе корпоративные заказчики, имеющие намерение заказать, заказывающие или использующие отдельные или комплексные услуги субъектов туристской индустрии исключительно для личных и общественных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности или извлечением дохода;

природные лечебные (курортные) ресурсы — минеральные воды, лечебные грязи, пригодные для лечения карстовые пещеры, море, леса, иные природные ресурсы, в целом лечебный климат, используемые в лечебных, профилактических, оздоровительных и реабилитационных целях;

продвижение услуг субъектов туристской индустрии — упорядоченный и целенаправленный комплекс мер и действий, осуществляемый субъектами туристской индустрии или по их заказу в целях активизации спроса на туристские услуги (работы, товары) субъектов туристской индустрии посредством локального или глобального информационного воздействия на общество и сегменты потенциального и (или) реального потребительского рынка туристского продукта в форме пропаганды образа жизни, способствующего потреблению услуг и туристского продукта, методами рекламы и (или) имиджевых акций, путем создания и функционирования информационных (туристско-

информационных) центров, участия в специализированных выставках, ярмарках, создания телепрограмм, сериалов, публикации книг, каталогов, буклетов, создания интернет-порталов, распространения информации на электронных носителях, а также иное информационное воздействие на реального или потенциального заказчика или потребителя услуг, туристского продукта, прямо или опосредованно способствующее достижению поставленных целей;

реестр туризма — интегрированная база знаний, основанная на средствах и методах высоких информационных технологий, содержащая информацию о туристских ресурсах дестинации (региона, страны), природном и культурном наследии, банк данных о хозяйствующих субъектах туристской индустрии, статистические и аналитические данные мониторинга туристских ресурсов, индустрии туризма и туристской деятельности в дестинации (регионе, стране), управляемая уполномоченным органом по туризму;

субъекты туристской индустрии — физические или юридические лица, предоставляющие в установленном законодательством порядке прямые и косвенные (посреднические) туристские услуги, и исполнители этих услуг, осуществляющие деятельность по организации и оказанию комплексных и отдельных туристских услуг, выполнению сопутствующих услуг и работ, способствующих потреблению туристских услуг и продаже товаров туристского назначения на основе туристских ресурсов, с использованием способов, методов, объектов и средств, свойственных туристской индустрии;

таймшер — право владения на основе очередности в целях отдыха в течение определенного времени (более года) на определенный срок объектом недвижимости (квартиры, коттеджи, виллы, особняки и т.д.), которым можно пользоваться по своему усмотрению в рамках правил кондоминиума; клубный отдых в режиме разделенного времени в течение определенного периода каждого года, принимаемый за единицу измерения на рынке прав владения клубным отдыхом, обычно кратный неделе; клубный отдых в режиме реального времени в течение любого периода года, зависящий от стоимости приобретенного членства в клубе, оцениваемого в баллах или кредитных очках;

территория развития — любая территория, имеющая целевую привлекательность, обеспеченная (обладающая) необходимой и достаточной ресурсоемкостью (биосферного характера), отвечающая нормам и правилам жизнедеятельности человека и не содержащая каких-либо форм угрозы здоровью и жизни человека;

тур — организованная туристская поездка (туристское путешествие), совершаемая в целях туризма, в течение определенного срока, по определенному маршруту и целеопределенной программе, по единой цене, осуществляемая на плановой основе гражданином (гражданами) при содействии организатора (-ов) туризма (туроператора или турагента). Тур включает, как минимум, две туристские услуги: перевозку, размещение, а также другие туристско-экскурсионные услуги;

турагентская деятельность — посредническая деятельность по продвижению туристского продукта, оказанию информационно-консультационных услуг, а также посредническая деятельность по продаже туристского продукта конечному потребителю — туристу (туристам, корпоративным субъектам, представляющим их групповые интересы), осуществляемая организатором туризма — турагентом, туристским агентством, агентом, экскурсионным бюро, туристско-экскурсионным бюро, туристско-информационным центром в интересах, по поручению туроператора или по договору агентирования и за счет субъектов туристской индустрии в целях удовлетворения запросов потребителей. Турагент имеет право оказания (продажи) отдельных (не комплексных) туристских и спутных услуг туристам и иным потребителям. Если таковое установлено законом, турагент действует на основании лицензии и под финансовую гарантию;

туризм — составная часть социально-экономической сферы государства, включающая свободные передвижения (туристские путешествия, туристские поездки, временные выезды) граждан и (или) их пребывание за пределами постоянного места жительства в течение периода, не превышающего установленного национальным законодательством срока, в — лечебно-оздоровительных (санаторно-курортных), познавательных, религиозных (кроме

религиозного обрядового паломничества), спортивных, профессионально-деловых и иных целях, отвечающих общественной морали и добропорядочности, но за исключением занятия в месте пребывания деятельностью, оплачиваемой из местного финансового источника;

турист — гражданин, потребитель отдельных или комплексных туристских услуг и (или) туристского продукта, совершающий приготовления к туру (имеющий намерение его осуществить) или его осуществление и (или) пребывающее за пределами своего постоянного места жительства в течение периода, не превышающего шести месяцев подряд, в целях туризма, и осуществляющий в дестинации, по крайней мере, одну ночевку (ночующий посетитель) в коллективном, специализированном или индивидуальном средстве размещения, за исключением ночевки в любых транспортных средствах;

туристская деятельность — прямая или косвенная, посредническая деятельность в сфере туризма субъектов туристской индустрии по организации (формированию), продвижению, продаже и исполнению отдельных или комплексных туристских услуг и (или) туристского продукта;

туристский ваучер — документ, подтверждающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и факт их оплаты;

туристская экспертиза — всесторонний анализ привлекательности существующих и потенциальных туристско-рекреационных зон для выявления и определения направления рационального использования туристских ресурсов, туристских объектов, объектов природного и культурного наследия в целях обеспечения устойчивого развития туризма, популяризации и организации туристских потоков с оптимальной антропогенной нагрузкой, а также привлечения инвестиций в конкретный регион или особую туристско-рекреационную зону;

туристские ресурсы — совокупность природно-климатических, исторических, рекреационных, познавательных, социально-бытовых ресурсов, объектов природного и культурно-исторического наследия, иных объектов туристского интереса и показа, потенциально или реально способных удовлетворить духовные и интеллектуальные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, поддержанию нормальной жизнедеятельности. К туристским ресурсам также относятся особо охраняемые природные территории, объекты культурного и природного наследия, а также лечебно-оздоровительные местности и курорты;

туристские услуги — услуги субъектов туристской индустрии, продукт туристской деятельности — любые действия (прямые или косвенные, посреднические операции), осуществляемые субъектами туристской индустрии по своему усмотрению или по конкретному заказу туристов и (или) экскурсантов, гостей средств размещения, посетителей дестинации (в целом потребителей) в целях туризма, включая санаторно-курортные действия, в том числе формирование и продвижение туристского продукта всех уровней, направленные на обеспечение и восстановление физических сил потребителей, поддержание их нормальной жизни и деятельности, установление деловых контактов, а также в целях удовлетворения духовных и интеллектуальных потребностей туристов;

туристский продукт — упорядоченный и взаимоувязанный комплекс туристских типичных и нетипичных услуг, работ, товаров, способствующих потреблению туристских услуг и основанных на туристских ресурсах. Туристский продукт может быть национальным, региональным и местным. Юридическая природа и смысл туристского продукта заключается в праве туриста и (или) иного потребителя на получение в будущем отдельных или комплексных туристских услуг;

туристское предложение — ответственное предложение на внутреннем и мировом туристских рынках упорядоченной совокупности туристского продукта и (или) туристских услуг дестинации (региона, страны), посредством которых осваиваются туристские ресурсы, которыми она располагает;

турлидер, сопровождающий, руководитель туристской (экскурсионной) группы — физическое лицо, имеющее профессиональную подготовку, опыт, знания и навыки,

оказывающее своевременные и качественные информационно-экскурсионные, организационные услуги, включенные в тур, квалифицированную помощь туристам, экскурсантам, участникам путешествия в пределах, предусмотренных договором о предоставлении туристских услуг;

туроператорская деятельность — посредническая деятельность, связанная с формированием (организацией) и продвижением туристского продукта, его оптовой продажей, по организации сопровождения возмездного оказания (исполнения) комплексных туристских услуг (отдельных туристских услуг, туристских поездок, пакетированных туристских услуг в составе туристского продукта), осуществляемая юридическим или физическим лицом, предпринимателем без образования юридического лица (в общем — организатором туризма) — туроператором — от своего имени, за свой счет и на свой риск, а также, если таковое установлено законом, на основании лицензии и под финансовую гарантию. Туроператор имеет право предоставления (продажи) прямых отдельных (не комплексных) туристских услуг туристам и иным потребителям;

услуги гида-переводчика — действия (операции) по сопровождению и ознакомлению экскурсантов с туристскими ресурсами, осуществляемые посредством последовательного и (или) синхронного перевода речи экскурсовода (доклада, лекции, сообщения, иной информации) творческим работником, обладающим соответствующей квалификацией и аккредитованным в установленном порядке;

услуги размещения — услуги индустрии гостеприимства, деятельность по содержанию и обеспечению надлежащего уровня функционирования средства размещения согласно стандарту и сертификату присвоенной классификации, продвижению услуг размещения, действия (операции) по бронированию, размещению и временному проживанию гостей и туристов в коллективных и специализированных, и индивидуальных средствах размещения, а также иные действия (операции), связанные с размещением и временным проживанием граждан и оказанием им сопутствующих услуг, в том числе питания и продажи товаров, коммунальных и бытовых услуг;

услуги экскурсовода (гида) — действия (операции) по подготовке, сопровождению и ознакомлению экскурсантов с объектами экскурсионного показа, осуществляемые в информационных, учебных, познавательных, культурно-просветительных и других целях творческим работником, обладающим соответствующей квалификацией (экскурсовода, гида, гида-переводчика) и аккредитованным в установленном порядке;

устойчивое развитие туризма — концепция развития туризма, предусматривающая долгосрочную, на протяжении поколений, допустимую антропогенную нагрузку на туристские ресурсы, их жизнеспособность, развитие и экономическую рентабельность;

экскурсант — участник экскурсионного маршрута или тура (туристской поездки, путешествия), посетитель дестинации с целями туризма, осуществляющий деятельность по ознакомлению с туристскими ресурсами и объектами дестинации в месте пребывания в течение периода, не превышающего 24 часов, если такая поездка (тур) не включает в себя услуги дестинации по размещению (ночевку). К категории экскурсантов относятся также местные жители, участвующие в экскурсии;

экскурсионная деятельность — деятельность субъектов туристской индустрии (туроператоров, турагентств, туристско-экскурсионных, экскурсионных бюро, бюро гидов-переводчиков), а также имеющих необходимую квалификацию аккредитованных физических лиц по подготовке, организации и проведению экскурсий, а также оказанию услуг экскурсовода, гида, гида-переводчика;

экскурсовод (гид) — физическое лицо, имеющее профессиональную подготовку, опыт и знания по предмету экскурсии и объекту показа, опыт экскурсоводческой деятельности, владеющее необходимой и достаточной профессиональной информацией о стране (местности), по которой осуществляется туристское путешествие, живописных местах, местах исторического и культурного значения, природном и культурном наследии, традициях и обычаях, демонстрируемых объектах показа, а также владеющее языком этой

страны или, при обслуживании иностранных туристов, экскурсантов, посетителей, языком иностранных туристов, либо языком, которым они владеют, и имеющее надлежащую аккредитацию в дестинации или на объекте показа (экскурсии) по принадлежности.

Статья 2. Виды и разновидности туризма

1. Виды туризма различаются по направлению туристских потоков — международный и внутренний туризм, способу финансирования расходов на туризм и способу организации туризма.

2. Международный туризм включает в себя:

— въездной туризм — туризм в пределах территории государства граждан, не проживающих постоянно на территории этого государства;

— выездной туризм — туризм граждан, постоянно проживающих на территории государства, на территорию иностранных (других) государств.

3. Внутренний туризм — туризм в пределах территории государства граждан, постоянно проживающих в данном государстве.

4. Сельский (деревенский) туризм — деятельность по организации отдыха туристов в сельской местности или в малых городах (при отсутствии промышленных зон и застройки) с предоставлением услуг гостеприимства в частном секторе с возможностью трудового участия (агротуризм), ориентированная на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для данной местности.

5. Социальный туризм — в социальном или социальноориентированном государстве — любой из видов, подвидов (разновидностей) туризма, осуществление которого оплачивается полностью или частично за счет бюджетных и внебюджетных средств государства, субъектов государства, муниципальных образований, выделяемых на социальные нужды, а также средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, направляемых на социальные нужды — оплату санаторно-курортного и туристского обслуживания работников и членов их семей в рамках и по положениям законов, регулирующих социальную деятельность, а также в счет социальных льгот и социальной поддержки граждан установленных категорий.

6. Самостоятельный туризм — любые виды туризма, осуществляемые гражданами самостоятельно, без привлечения или на основе частичного (ограниченного) привлечения к участию в организации туристского путешествия организаторов туризма.

7. Экологический туризм — природоориентированная туристская деятельность, имеющая целью организацию отдыха или получение естественнонаучных или практических знаний и опыта, не наносящая вред природной среде;

8. Определение и регулирование разновидностей (подвидов) туризма осуществляется подзаконными и ведомственными актами и стандартами.

Статья 3. Участники отношений в сфере туризма и туристской индустрии

1. Участниками отношений в сфере туризма, туристской деятельности и туристской индустрии являются:

— туристы, экскурсанты, иные потребители туристского продукта, отдельных, комплексных туристских услуг;

— юридические лица и индивидуальные предприниматели, физические лица, вместе и каждый в отдельности, прямо или опосредовано участвующие в создании туристского продукта, оказании комплексных или отдельных туристских услуг, туристском обслуживании;

— органы государственной власти государства и органы местного самоуправления;

— общественные объединения организаторов туризма и исполнителей туристских и иных услуг, а также общественные объединения туристов и иных потребителей.

2. Иностранные государства, юридические лица и индивидуальные предприниматели, иностранные граждане, общественные объединения, как национальные, так и международные (нерезиденты), являются участниками отношений в сфере туризма и

туристской индустрии в соответствии с международными договорами, настоящим Законом, а также иным действующим законодательством, регулирующим внешнеэкономические, гражданские, политические и культурные отношения.

3. Коммерческое присутствие на территории государства для целей настоящего Закона понимается как любая форма делового или профессионального учреждения субъекта туристской индустрии, в том числе посредством: а) учреждения, приобретения или использования юридического лица (резидента), б) создания или использования филиала или представительства на территории государства с целью поставки туристской услуги.

4. Туристская услуга субъекта туристской индустрии другого государства означает туристскую услугу, которая оказывается (поставляется) с территории или на территории другого государства средствами транспорта (морским, речным, воздушным судном, наземным видом транспорта), зарегистрированными по законам данного государства, или юридическим или физическим лицом другого государства, которое поставляет туристскую услугу посредством полной или частичной эксплуатации транспорта и (или) его использования, или в случае поставки туристской услуги посредством коммерческого присутствия или посредством присутствия юридических или физических лиц, поставщиков туристских услуг такого другого государства.

5. Местом продажи туристского продукта или отдельных туристских услуг является государство, в котором зарегистрирован соответствующий субъект хозяйствования, осуществляющий коммерческое присутствие продаж туристского продукта или права на отдельные туристские услуги.

6. Местом оказания туристских услуг является государство, на территории которого потребителям непосредственно оказываются комплексные или отдельные туристские услуги.

7. Туристская деятельность по выездному туризму относится к категории импорта туристских услуг.

8. Туристская деятельность по въездному туризму относится к категории экспорта туристских услуг.

Глава 2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья 4. Государственная политика в сфере туризма

1. Государственная политика в сфере туризма и туристской деятельности является приоритетной частью социально-экономической политики государства.

Главной целью государственной политики является обеспечение прав и свобод граждан в сфере туризма путем создания высокоэффективного туристского комплекса, способного удовлетворить потребности граждан в туристских услугах, а также формирования туристского продукта, доходообразующего для бюджета государства, повышения жизненного уровня и доходов граждан.

2. Государства — участники СНГ:

— вырабатывают и осуществляют на практике целенаправленную политику в сфере туризма, содействующую устойчивому и гармоничному развитию туризма и туристской деятельности, развитию туристской индустрии как эффективной отрасли экономики государств и действенного средства сближения и взаимопонимания народов;

— гарантируют режим наибольшего благоприятствования в туристской деятельности, рациональное использование туристских ресурсов и охрану окружающей среды;

— создают эффективную упорядоченную и целеориентированную правовую и нормативную базу в сфере туризма, обеспечивают соблюдение прав граждан на свободу передвижения, отдых и досуг, иные права, связанные с туризмом;

— создают равные условия для осуществления туристской деятельности юридическими и физическими лицами, формируют правовые основы хозяйственных отношений, способствующие превращению туристского комплекса государства и сферы туризма в доходообразующую отрасль, генерирующую рабочие места и занятость местного

населения,

- содействуют формированию цивилизованных отношений в сфере туризма, стандартизации, классификации, унификации документации и правил обслуживания, формированию лучших традиций гостеприимства;

- содействуют развитию международного сотрудничества и профессионального туристского образования.

Статья 5. Государственное правовое регулирование отношений в сфере туризма

1. Правовое регулирование отношений в сфере туризма осуществляется на принципах настоящего Закона, принимаемых в соответствии с ним подзаконных актов и иных нормативных правовых актов. Имущественные отношения в сфере туризма регулируются на принципах настоящего Закона в соответствии с Гражданским кодексом государства по принадлежности.

2. К гражданско-правовым отношениям, возникающим в сфере туризма с участием граждан, применяются нормы настоящего Закона, Гражданского кодекса государства по принадлежности, а также законов о защите прав потребителей и иных нормативных правовых актов, принятых в соответствии с ними.

3. Органы государственной власти и уполномоченные органы издают нормативные правовые акты государственного регулирования в сфере туризма лишь в той мере, в какой это не противоречит установленным конституцией, конституционными законами государства по принадлежности и настоящим Законом принципам разграничения полномочий между органами государственной власти и органами административно-территориальных образований и уполномоченным государственным органом по туризму.

Статья 6. Принципы государственного регулирования деятельности в сфере туризма

1. Государственное управление туризмом реализуется посредством систем и методов государственного регулирования.

Основными принципами системы государственного регулирования в сфере туризма признаются:

- законность;
- приоритет прав и охраняемых законом интересов граждан;
- обеспечение безопасности в сфере туризма и туристской деятельности;
- единство систем и методов правового регулирования отношений в сфере туризма;
- разграничение полномочий в сфере туризма и туристской деятельности между органами государственной власти, органами государственной власти административно-территориальных образований и органами местного самоуправления;
- гласность и открытость в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования;
- обоснованность и объективность, а также экономическая целесообразность применения мер государственного регулирования;
- справедливость;
- добросовестность участников отношений в сфере туризма и туристской деятельности.

Государство — участник СНГ признавая туризм одной из приоритетных отраслей экономики:

- всемерно содействует и создает благоприятные условия для устойчивого развития туризма, создания туристского комплекса государства на принципах и основе его устойчивого развития, повышения конкурентоспособности;

- определяет и поддерживает развитие приоритетных направлений туристской деятельности и видов туризма, создает законодательную и нормативно-правовую базу, регламентирующую эту деятельность;

- формирует представление о Содружестве Независимых Государств как туристском

регионе, безопасном и благоприятном для туризма;

- осуществляет действенную поддержку и защиту граждан, участвующих в туристской деятельности, а также организаторов туризма и исполнителей туристских услуг и их общественных объединений; обеспечивает разумный баланс интересов местного населения дестинаций и посещающих их туристов, экскурсантов и иных посетителей, а также участников туристской деятельности, их направляющих и принимающих в дестинации;

- осуществляет действенную поддержку малого и среднего бизнеса в сфере туризма, инициирует развитие нормальной конкуренции на туристском рынке, не допускает монополистическую деятельность, а также недобросовестную конкуренцию;

- определяет основные направления политики в развитии туризма и осуществляет практические меры по планированию, реализации и контролю исполнения соответствующих программ;

- определяет порядок классификации, оценки, мониторинга и управления туристскими ресурсами государства, источники и объемы финансирования этой деятельности, организует эту деятельность;

- направляет бюджетные средства на разработку и осуществление программ развития туризма;

- определяет основы безопасности туризма, меры и способы защиты граждан, организаторов туризма, исполнителей туристских услуг в чрезвычайных обстоятельствах — в условиях природных и техногенных катастроф и стихийных бедствий, а также при наличии террористической угрозы;

- определяет и закрепляет правовые основы регулирования отношений в сфере туризма, их совершенствование и адаптацию с общепризнанными нормами международного права;

- разрабатывает программы развития туризма, развития туристских ресурсов и определяет в государственном бюджете источники и объемы финансового обеспечения туристской отрасли и государственных программ развития туризма.

Статья 7. Цели, задачи, приоритетные направления и способы государственного регулирования деятельности в сфере туризма

1. Основными целями государственного регулирования деятельности в сфере туризма являются:

- обеспечение конституционных и общепризнанных мировым сообществом прав и охраняемых законом интересов граждан на оплачиваемый отпуск, отдых, свободу передвижения, досуг и иных прав при совершении туристских поездок, путешествий и в связи с ними;

- охрана окружающей природной среды, сохранение, восстановление и развитие, приумножение, рациональное использование туристских ресурсов, природного и культурного наследия как национального достояния;

- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и духовное и физическое оздоровление граждан на принципах общественной морали и добропорядочности, фундаментальных принципах гостеприимства и взаимопонимания между народами и цивилизациями;

- создание инфраструктуры туризма, обеспечивающей разумный доступ к туристским ресурсам и привлекательным объектам, а также иные потребности граждан при совершении туристских путешествий, поездок, экскурсий в организации отдыха и досуга, а также рациональное использование туристских ресурсов;

- обеспечение безопасности всех видов движимого и недвижимого имущества с учетом безаварийности и долговечности работы, инфраструктурно-инженерно-технического обеспечения вне зависимости от форм собственности объектов и сооружений туризма;

- формирование устойчивых принципов гостеприимства и поддержка имиджа страны как дестинации, благоприятной для туризма;

- создание новых рабочих мест в дестинации, прежде всего для местного населения;
- повышение профессионального мастерства лиц, занятых в сфере туризма, увеличение занятости местного населения в сфере туризма, туристских и смежных услуг, повышение жизненного уровня местного населения уровня бедности;

- увеличение реальных доходов государства и граждан от туристской деятельности, доли доходов от туризма в ВВП государства, развитие международных контактов и связей;

- введение льготных условий для организации туристской и экскурсионной работы среди детей, подростков, молодежи, инвалидов и малообеспеченных слоев населения.

2. Указанные в пункте 1 настоящей статьи цели государственного регулирования деятельности в сфере туризма достигаются путем:

- создания в государстве современного высокоэффективного туристского комплекса;
- создания благоприятных условий для рационального использования гражданами свободного времени и досуга, обеспечения доступности туризма для всех категорий граждан;

- увеличения доходов государства и граждан, создания рабочих мест и повышения жизненного уровня населения принимающих дестинаций, проживающего в местах временного пребывания туристов;

- рационального использования туристских ресурсов, в том числе направления финансовых средств, получаемых от использования туристских ресурсов, на их поддержание, восстановление, охрану и развитие;

- либерализации обмена услугами и товарами в сфере туризма в соответствии с международными соглашениями и договорами с учетом интересов участников туристской деятельности;

- создания условий для туризма соотечественников, проживающих за рубежом.

3. Приоритетными направлениями государственного регулирования деятельности в сфере туризма являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодельного туризма.

4. Государственное регулирование деятельности в сфере туризма на всех уровнях осуществляется путем:

- формирования упорядоченной и жизнеспособной системы законодательных и иных нормативных правовых актов, направленных на создание цивилизованного правового пространства регулирования отношений в сфере туризма, туристской индустрии и туристской деятельности;

- установления порядка создания и деятельности органов государственной власти, уполномоченных осуществлять государственное регулирование в сфере туризма и туристской индустрии;

- установления особенностей и правил создания, реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов в сфере туризма и туристской индустрии;

- установления общих (единых) правил осуществления различных видов предпринимательской и иной хозяйственной деятельности в сфере туризма и туристской индустрии, порядка и правил осуществления контроля в данной области; разработки и нормативного введения технического регулирования в сфере туристской индустрии, в том числе генеральных (единых) правил предоставления туристских услуг населению и договоров присоединения;

- содействия в активном и результативном продвижении национального и регионального современного высокотехнологичного всесезонного туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках для генерации устойчивых мультисезонных въездных туристских потоков;

- защиты прав и интересов туристов, организаторов туризма, исполнителей туристских услуг и туристского продукта, обеспечения их безопасности, а также сохранности их имущества;

- применения прогрессивных методов регулирования туристской деятельности, в том числе индикативного планирования, единого порядка лицензирования видов туристской

деятельности, стандартизации и классификации услуг и объектов в туристской индустрии, создания и внедрения современных систем управления качеством туристского продукта и туристскими ресурсами, сертификации видов туристского продукта, комплексных и отдельных услуг;

- формирования основ деятельности саморегулируемых общественных организаций и широкого привлечения их к регулированию отношений в сфере туризма на местном уровне;

- установления правил въезда в государство, выезда из государства и пребывания на его территории граждан с учетом интересов развития приоритетных направлений туризма;

- создания благоприятных условий для инвестиций в сферу туризма, прежде всего средств отечественных предпринимателей;

- налогового и таможенного регулирования туристской деятельности и установления преференций для туристов; гармонизации и установления облегченных валютных (фискальных), миграционных, таможенных, санитарно-эпидемиологических формальностей (туристские формальности) в целях обеспечения свободы путешествий и доступа максимального числа людей к международному туризму;

- формирования и практической реализации унифицированных методов государственной статистики в сфере туризма;

- формирования единой международной и национальной (региональной) сети туристско-информационных центров (ТИЦ), создания и ведения интегрированных баз знаний о туризме и баз данных соответствующих реестров и кадастров;

- содействия кадровому обеспечению туристской деятельности, поддержке, развитию и совершенствованию профессионального туристского образования всех уровней; установления общих квалификационных требований к подготовке кадров в сфере туризма;

- развития научных исследований в сфере туризма;

- содействия участию туристов, организаторов туризма, исполнителей туристских услуг и их объединений в национальных и международных туристских программах и проектах;

- обеспечения картографической продукцией и путеводителями;

- иными способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством.

5. Координацию деятельности в сфере туризма в государстве осуществляет уполномоченный государственный орган по туризму.

6. Координацию международной деятельности в сфере туризма осуществляет Международный координационный совет (или иной орган) при Межпарламентской Ассамблее государств — участников СНГ.

Статья 8. Полномочия центральных органов государственной власти в сфере туризма

К полномочиям правительства и центральных органов государственной власти в сфере туризма относятся:

- формирование государственной (национальной) политики в сфере туризма;

- регулирование и защита прав и свобод человека и гражданина в сфере туризма, в том числе обеспечение конституционных прав граждан на отдых и досуг, свободу передвижения, информацию, охрану здоровья, благоприятную окружающую среду, а также на участие в культурной жизни и разумное пользование туристскими ресурсами, учреждениями культуры;

- установление правовых основ туристского рынка в рамках территории государства, гражданско-правовое регулирование отношений в сфере туризма, туристской деятельности и туристской индустрии на основе и с учетом положений настоящего Закона и национального законодательства;

- разработка и реализация стратегии развития туризма, генеральных планов, целевых программ развития туризма и туристского комплекса государства, формирование принципов и методов, а также практическое и эффективное осуществление государственного регулирования, межотраслевой, межрегиональной и международной координации

деятельности в сфере туризма;

- формирование и утверждение единых правил туристского обслуживания, в том числе в сфере туристской деятельности, индустрии гостеприимства и аттракций, санаторно-курортного дела;

- установление единой общегосударственной (межгосударственной) системы статистического учета и отчетности в сфере туризма; осуществление и сбор данных государственной статистики туризма, комплексного анализа и прогнозирования стратегических направлений развития туризма и туристской индустрии;

- определение уполномоченного государственного органа по туризму (национальной туристской администрации), который призван осуществлять государственное регулирование деятельности в сфере туризма, утверждение положения о его деятельности, численности работников, их прав и обязанностей, а также финансирование деятельности этого органа;

- создание, образование и контроль деятельности особых туристско-рекреационных экономических зон, назначение управляющих компаний в этих зонах;

- определение порядка осуществления эффективного государственного контроля и надзора за деятельностью участников туристской деятельности, а также установление мер ответственности за нарушение законодательства, норм и установленных правил;

- определение доли расходов государственного бюджета на развитие туризма, формирование целевых бюджетных и внебюджетных фондов, предназначенных для развития внутреннего, въездного и социального туризма, развитие объектов туристской индустрии, охрана, поддержание и восстановление объектов туристских ресурсов;

- установление правил въезда и выезда из государства и пребывания на его территории иностранных граждан и лиц без гражданства, определение объектов и территорий, ограниченных или запрещенных для посещения туристами, экскурсантами или иными посетителями;

- установление основ безопасности туризма, в том числе в случаях чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, наличия террористической угрозы; определение ведомств, участвующих в разработке и осуществлении мероприятий по оказанию помощи отечественным туристам, оказавшимся в чрезвычайных ситуациях за рубежом, а также порядка финансирования такой деятельности;

- формирование основ привлекательной инвестиционной политики в сфере туризма и надежных гарантий для инвесторов;

- установление статуса, порядка охраны, мониторинга, классификации, оценки и приоритетов использования национальных туристских ресурсов, а также источников и порядка финансирования этой деятельности;

- установление порядка формирования и ведения государственных реестров субъектов хозяйствования туристской индустрии, реестров субъектов хозяйствования в особых туристско-рекреационных экономических зонах, государственных кадастров туристских территорий и туристских ресурсов национального значения;

- координация научных исследований, программ и планов развития туризма в территориально-административных образованиях, профессиональной подготовки кадров всех уровней в сфере туризма;

- установление тарифно-квалификационных характеристик по профессиям и должностям в сфере туризма, определение номенклатуры специальностей и профессий в этой сфере;

- установление нормативов и государственных (национальных) стандартов в сфере туризма, а также контроль за их соблюдением;

- разработка картографической продукции, общей (единой) системы туристских обозначений, классификаций и знаков;

- разработка и утверждение положений о почетных званиях и наградах в сфере туризма и их присвоение, представление работников туризма к государственным наградам;

- содействие в консолидированном продвижении национального туристского продукта

и единых международных туристских маршрутов на внутреннем и мировом туристских рынках и определение порядка финансирования этой деятельности;

- осуществление организационной и методической помощи в сфере туризма и развития туристской индустрии органам регулирования туризма в территориально-административных образованиях (дестинациях), поощрение и поддержка деятельности по формированию всесезонного туристского продукта;

- сотрудничество и координация взаимодействия с национальными общественными организациями туристов, организаторов туризма и исполнителей туристских услуг;

- участие в разработке и реализации международных программ и соглашений в сфере туризма и развития туристской индустрии;

- установление порядка деятельности, финансирования и контроля деятельности зарубежных представительств по туризму;

- установление порядка аккредитации представительств и филиалов иностранных юридических лиц, осуществляющих деятельность в сфере туризма на территории государства;

- установление форм и методов социальной поддержки работников предприятий сферы туризма, в том числе награждения знаками отличия, государственными наградами, установление отраслевых праздников и мероприятий.

Статья 9. Полномочия органов государственной власти административно-территориальных образований в сфере туризма

К полномочиям органов государственной власти административно-территориальных образований в сфере туризма относятся:

- реализация государственной политики и осуществление государственного регулирования и координации деятельности в сфере туризма на выделенной территории;

- разработка проектов местных программ развития и планов туризма в рамках генеральной стратегии и планов развития туризма государства; определение источников финансирования этих программ; реализация мероприятий, направленных на выполнение местных программ развития туризма;

- регулирование отношений в сфере выявления, учета, охраны, развития и использования туристских ресурсов регионального и местного значения на территории дестинаций;

- формирование и ведение реестров субъектов туристской индустрии и кадастров туристских ресурсов, находящихся на территории дестинации;

- защита исконной среды обитания и традиционного образа жизни малочисленных этнических общностей от неблагоприятных последствий, обусловленных развитием туризма на территории дестинации;

- реализация мероприятий, направленных на обеспечение безопасности туристов на территории дестинации;

- содействие гармоничному развитию туристского комплекса территориально-административного образования, укреплению существующей и созданию новой материально-технической базы туризма, обеспечению реализации принципов участия местного населения на равноправной основе в получении образующихся от туристской деятельности экономических, социальных и культурных выгод, прежде всего в форме прямого и опосредованного создания рабочих мест, обеспечения занятости местного населения; питание и необходимая и достаточная профессиональная подготовка и обучение местного населения для участия в туристской деятельности и формирование традиций гостеприимства;

- создание условий для свободного развития видов самостоятельного туризма, туристско-экскурсионного дела, обеспечения доступа к туристским ресурсам и объектам туристских ресурсов местных жителей;

- сотрудничество и взаимодействие с общественными организациями сферы туризма;

- осуществление в пределах установленной компетенции государственного надзора

(контроля) за осуществлением деятельности субъектов туристской индустрии в пределах территориально-административного образования.

Статья 10. Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма

Органы местного самоуправления могут наделяться отдельными государственными полномочиями в сфере туризма в порядке, установленном законодательством.

Исполнительные органы местного самоуправления в пределах своих полномочий:

- разрабатывают проекты местных программ развития туризма, представляют их для утверждения соответствующим местным советам; определяют источники финансирования этих программ, принимают меры по выполнению местных программ развития туризма;
- привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на их территории, к решению проблем развития местного туризма и поддержке туристских ресурсов и программ;
- привлекают местное население к деятельности в сфере туризма, создавая новые рабочие места, проводя мероприятия по пропаганде туризма, профессиональной подготовке, обучению и переподготовке персонала; содействуют развитию на соответствующей территории характерных (особенных) видов туризма.

Статья 11. Государственная поддержка деятельности в сфере туризма

1. Государственная политика в сфере туризма должна проводиться таким образом, чтобы способствовать повышению жизненного уровня населения посещаемых районов и отвечать их потребностям; при градостроительном и архитектурном планировании и эксплуатации туристских центров и средств размещения необходимо предусматривать их максимальную интеграцию в местную социально-экономическую среду; при равных условиях занятия рабочих мест в сфере туристской деятельности в первую очередь следует изыскивать возможность найма местной рабочей силы.

2. Правительства и центральные органы государственной власти, органы государственной власти административно-территориальных образований, а также туристские центры в пределах компетенции осуществляют поддержку развития деятельности в сфере туризма посредством бюджетных инвестиций, установления налоговых, визовых, таможенных, инвестиционных льгот, а также иных льгот, стимулирующих развитие туризма.

3. Правительство, центральные органы государственной власти, органы государственной власти административно-территориальных образований, органы местного самоуправления осуществляют государственную поддержку развития приоритетных видов туризма на территориях дестинаций в пределах своей компетенции, в том числе содействуют в продвижении национального, регионального и местного туристского продукта внутреннего и въездного туризма на международном туристском рынке.

Статья 12. Лицензирование видов туристской деятельности, стандартизация, классификация в туристской индустрии, сертификация туристского продукта

1. Для государств — участников СНГ и иных государств, в которых принят настоящий Закон, устанавливается единый порядок лицензирования деятельности в сфере туризма и туристской индустрии, стандартизации, классификации объектов в туристской индустрии, сертификации туристского продукта и отдельных и комплексных услуг, аккредитации экскурсоводов, а также система единых туристских формуляров (туристских путевок и (или) ваучеров).

2. Единый порядок лицензирования предусматривает:

- лицензионные требования, правила выдачи, приостановки действия и аннулирования лицензии;
- необходимую документацию для оформления лицензии;
- единый формуляр свидетельства лицензии;
- единую базу (реестр) данных о выдаче, приостановлении действия или аннулировании лицензии на туристскую деятельность;
- размер пошлин, сборов, стоимости экспертизы документации;

– ежеквартальную публикацию единого каталога фирм и предприятий, получивших лицензии.

3. Уполномоченный государственный орган по туризму ежегодно и не реже одного раза в квартал публикует в специализированных СМИ и через туристско-информационные центры сведения государственного реестра, касающиеся лицензируемых видов деятельности и услуг в сфере туризма и туристской индустрии (действующих, приостановленных и аннулированных лицензий), а также аккредитации экскурсоводов (гидов, гидов-переводчиков).

4. Государства — участники СНГ взаимно признают институт лицензирования и аккредитации экскурсоводов, установленный в государстве дестинации приема (отправки) туристов. Если в дестинации институт лицензирования данного вида деятельности в сфере туризма и туристской индустрии установлен, то любой договор на предоставление услуг в сфере лицензируемых видов деятельности должен содержать сведения о такой лицензии (аккредитации) и копию свидетельства (лицензии, аккредитации).

5. Нарушение лицензионных условий деятельности в сфере туризма и туристской индустрии влечет за собой привлечение виновных лиц (исполнителей и потребителей таких услуг) к гражданско-правовой, административно-правовой и уголовно-правовой ответственности в установленном национальным законодательством порядке.

Статья 13. Уполномоченный государственный орган по туризму

1. Туристская деятельность в государстве регулируется уполномоченным государственным органом по туризму, являющимся отраслевым органом государственного регулирования со статусом юридического лица, или другими исполнительными органами государства, определяемыми национальным законодательством.

2. Уполномоченный государственный орган по туризму создается постановлением правительства государства с определением его функций, задач и компетенции, штатной численности, источников финансирования и действует на основании положения, утверждаемого правительством, согласно которому осуществляет следующие основные функции:

- реализует государственную политику, национальную стратегию в сфере туризма;
- разрабатывает и представляет на утверждение правительства концепцию государственной политики в сфере туризма, стратегию и национальные программы развития туризма и туристской индустрии на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды, а также общегосударственные программы их развития; формирует ежегодный отчет правительству о выполнении программ развития туризма и достижении поставленных целей и показателей;
- организует учет и ведение реестров туристских ресурсов и кадастров туристских территорий национального значения, в том числе объектов природного и культурного наследия, включенных в список Всемирного природного и культурного наследия человечества ЮНЕСКО, а также реестр хозяйствующих субъектов туристской индустрии и организаторов туризма;
- организует контроль за качеством туристского продукта и предоставляемых туристских услуг;
- осуществляет лицензирование видов деятельности в сфере туризма и присвоение категорий классификации средствам размещения, если такой порядок установлен законом (функции лицензирования могут быть делегированы соответствующим органам регулирования туристской деятельности в территориально-административных образованиях);
- создает и реализует условия для привлечения внутренних и внешних инвестиций в целях развития туризма;
- ведет деятельность по подготовке и созданию особых туристско-рекреационных экономических зон, а также по обеспечению управления ими;
- организует издательскую и рекламную деятельность в сфере продвижения

национального туристского продукта и осуществляет надзор за ней;

- представляет интересы государства в сфере туризма в международных отношениях, внешнеэкономической деятельности, участвует в работе международных органов и организаций в соответствии с заключенными соглашениями и достигнутыми договоренностями в пределах установленной компетенции;

- обеспечивает исполнение настоящего Закона и других нормативных актов в сфере туризма;

- регулирует вопросы профессиональной подготовки и совершенствования кадров в сфере туризма;

- определяет приоритетные направления научных исследований в сфере туризма;

- разрабатывает образцы типового туристского договора и ваучера, а также правил оказания туристских услуг населению и договора присоединения и другие единые правила и нормативы, стандарты;

- организует и осуществляет деятельность по поддержке имиджа государства, как благоприятной зоны для внутреннего и для международного туризма;

- сотрудничает с органами центрального, отраслевого и местного управления, а также общественными организациями в сфере туризма, ассоциациями и другими неправительственными и некоммерческими организациями в сфере туризма;

- согласовывает программы иностранной многосторонней и двусторонней технической помощи, в том числе Европейского Союза, Всемирной туристской организации, других международных организаций, а также программу европейской интеграции в сфере туризма;

- осуществляет другие функции в соответствии с нормативными актами, региональными целевыми программами в сфере туризма.

3. Уполномоченный государственный орган по туризму не вправе устанавливать не предусмотренные конституционными и иными законами государства, актами президента и правительства функции и полномочия органов административно-территориального управления, органов местного самоуправления. Уполномоченный государственный орган по туризму не вправе устанавливать ограничения на осуществление прав и свобод граждан, прав негосударственных коммерческих и некоммерческих организаций, за исключением случаев, когда возможность введения таких ограничений актами уполномоченных (компетентных) государственных органов исполнительной власти прямо предусмотрена конституцией, иными государственными законами, издаваемыми на основании и во исполнение конституции, государственных законов, актов президента и правительства государства по принадлежности.

4. Финансово-экономическая деятельность уполномоченного государственного органа по туризму осуществляется на основе его годового бюджета, утвержденного правительством.

5. При уполномоченном государственном органе по туризму действует общественный совет по туризму — консультативный орган по вопросам поддержки и развития туризма и туристской индустрии. Положение об общественном совете по туризму и его персональный состав утверждаются уполномоченным государственным органом по туризму.

Глава 3. ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ И ПРОГРАММЫ ТУРИЗМА

Статья 14. Туристские ресурсы

1. Туристские ресурсы являются всеобщим достоянием человечества; сообщества, на территории которых они расположены, обладают по отношению к ним особыми правами и обязанностями. Туристская политика и туристская деятельность осуществляются на основе уважения художественного, археологического и культурного наследия в целях его защиты и сохранения для будущих поколений; особое внимание при этом уделяется охране и заботе о памятниках, святынях и музеях, которые должны быть широко открыты для посещения туристами; следует поощрять доступ публики к культурным ценностям и памятникам, находящимся в частном владении, при уважении прав их владельцев, а также в зданиях религиозного характера, без ущерба для культовых потребностей.

2. Выявление, учет, классификация, оценка и мониторинг туристских ресурсов, режим их охраны, восстановления и развития, а также порядок рационального использования в целях туризма с учетом предельно допустимых нагрузок на окружающую природную среду определяются законодательством. Направления освоения и развития туристских ресурсов определяются и регулируются органами государственной власти, органами местного самоуправления в соответствии с государственными, региональными и местными программами развития туризма и туристской индустрии.

3. Признание природных, природно-климатических (и иных, в том числе лечебных), исторических, социокультурных и иных объектов туристскими ресурсами общегосударственного значения осуществляется правительством государства по принадлежности.

4. Признание природных, природно-климатических (и иных, в том числе лечебных), исторических, социокультурных и иных объектов, расположенных на территории административно-территориального образования государства, туристскими ресурсами областного значения осуществляется правительством административно-территориального образования по принадлежности.

5. Признание природных, природно-климатических (и иных, в том числе лечебных), исторических, социокультурных и иных объектов, расположенных на территории муниципального образования, туристскими ресурсами местного значения осуществляется в соответствии с законодательством муниципального образования и актов местного самоуправления.

6. Признание природных, природно-климатических (и иных, в том числе лечебных), исторических, социокультурных и иных объектов, расположенных трансгранично на территории двух или более граничных государств, туристскими трансграничными ресурсами межгосударственного значения осуществляется правительствами государств по принадлежности смежных (граничных) территорий.

7. Использование туристских ресурсов осуществляется всеми участниками туризма и туристской индустрии на основе равного доступа к ресурсам и принципов концепции устойчивого развития туризма. Устойчивое развитие туризма является контролируемым и регулируемым процессом, предусматривающим глобальное управление туристскими ресурсами с целью обеспечения их жизнеспособности и развития, с обеспечением, таким образом, возможности сохранения природного и культурного наследия и самих ресурсов для будущих поколений.

8. Все участники туристского процесса обязаны охранять природную среду и ресурсы в целях обеспечения поступательного и устойчивого экономического роста на благо равноправного удовлетворения потребностей и устремлений сегодняшних и завтрашних поколений.

9. Направления освоения и развития туристских ресурсов определяются органами государственной власти, органами местного самоуправления в соответствии с программами развития туризма. Центральные, региональные и местные власти оказывают первоочередное внимание и стимулируют в финансовом плане все те формы развития туризма, которые позволяют экономить редкие и ценные природные ресурсы, особенно воду и энергию, а также в максимально возможной степени избегать образования отходов.

10. Уполномоченный орган по туризму определяет порядок учета, реестров туристских ресурсов и кадастров территорий, на которых расположены туристские ресурсы и объекты этих ресурсов, определяет направления и порядок использования туристских ресурсов на территории дестинации. В результате мониторинга использования туристских ресурсов должна быть получена и включена в туристские информационные реестры (кадастры) информация:

- о местоположении, доступности туристского ресурса и характерных объектов;
- характеризующая туристские ресурсы, необходимая и достаточная для его идентификации и объективной оценки и составления кадастра;

- о потенциальной и реальной нагрузке туристского ресурса;
- об антропогенной нагрузке на туристский ресурс в определенный период времени, в том числе в туристический сезон;
- о реальных и потенциально достижимых доходах от использования туристского ресурса, выраженных в денежных единицах;
- о состоянии туристского ресурса и его объектов, необходимых и возможных мерах по его охране, регулировании использования;
- о необходимом объеме и источниках финансирования работ и деятельности по охране, восстановлению, реконструкции и развитию туристского ресурса и его объектов.

11. При градостроительном и дорожном планировании, сооружении объектов промышленного и иного назначения, а также объектов туристской индустрии, планировании использования туристских ресурсов на территориях рекреационных зон должна проводиться туристская и экологическая экспертиза, собственники объектов недвижимости должны предусматривать максимальную интеграцию строящихся объектов в местную социально-экономическую, природную и историко-культурную среду.

12. Туристская экспертиза должна включать оценку удобства, комфортности, эстетики, безопасности, в том числе экологической безопасности, экономической эффективности проектных решений. Туристская экспертиза должна проводиться на стадии предпроектных предложений и проектных решений как на вновь создаваемых (проектируемых), так и существующих туристских территориях развития и объектах. В состав экспертных групп должны входить специалисты — экологи, экономисты, инженеры, строители, работники сферы организации туризма. К числу объектов туристской экспертизы могут быть отнесены проекты комплексных и целевых федеральных социально-экономических, научно-технических и иных федеральных программ, проекты генеральных планов развития территорий; проекты схем развития отраслей, в том числе промышленности; проекты генеральных схем расселения, природопользования и территориальной организации производительных сил; проекты межгосударственных и общегосударственных инвестиционных программ; проекты комплексных схем охраны природы и другое.

13. С целью уменьшения давления туристской деятельности на окружающую среду и для повышения ее полезного воздействия на туристскую индустрию и на местную экономику следует содействовать более равномерному распределению потоков туристов и посетителей по времени и пространству, особенно связанных с оплачиваемыми отпусками и школьными каникулами, а также способствовать сглаживанию сезонности.

14. Уникальные туристские ресурсы и объекты природного и культурного наследия, прежде всего включенные в список Всемирного природного и культурного наследия человечества ЮНЕСКО, могут находиться на особом режиме охраны, ограничивающем доступ к ним. Ограничение доступа к туристским ресурсам определяется их реальной пропускной способностью, а также уровнем допустимой для данных объектов антропогенной нагрузки, не оказывающей негативного воздействия на конкретный объект. Степень ограничения доступа к данным объектам может изменяться в зависимости от сезонных условий.

15. Туристская деятельность на объектах туристских ресурсов планируется таким образом, чтобы обеспечивать защиту природного наследия, которое составляют экосистемы и биологическое разнообразие, а также охранять виды дикой фауны и флоры, которым грозит исчезновение; участники туристского процесса, и особенно профессионалы сферы туризма, должны соглашаться с установлением определенных ограничений и пределов на деятельность, которую они осуществляют в особо уязвимых местах — зонах пустынь, полярных и высокогорных районах, прибрежных зонах, тропических лесах и влажных зонах, особо охраняемых природных территориях, которые подходят для создания природных парков или охраняемых заповедников — объектов экологического туризма.

16. Природный туризм и экотуризм признаются как особо обогащающие и ценные формы туризма в силу того, что они следуют принципам сохранения природного наследия и

проявления уважения к местному населению и соблюдают потенциал приема туристских объектов.

17. Лица, осуществляющие любую хозяйственную деятельность на территории, где имеются туристские ресурсы, обязаны выполнять требования и правила экологической безопасности и охраны памятников истории и культуры, культурного и природного наследия при проектировании, размещении, строительстве и реконструкции, а также использовании (загрузке) туристских объектов, а также осуществлять меры, обеспечивающие сокращение или прекращение вредного воздействия туристских объектов на окружающую природную и социально-культурную среду и компенсировать нанесенный ей ущерб.

18. Собственники туристских ресурсов вправе устанавливать плату за использование принадлежащих им туристских ресурсов, включающую в себя необходимые расходы за компенсацию ущерба этим ресурсам, в том числе их биологическому, ландшафтному, культурному и иному разнообразию. Предельные размеры платы за пользование туристскими ресурсами определяются соответственно в порядке, установленном законодательством, нормативными правовыми актами административно-территориальных образований, а также актами органов местного самоуправления. Плата за доступ к туристским ресурсам не должна ограничивать граждан в реализации конституционных прав и свобод, а также прав, предусмотренных настоящим Законом.

Статья 15. Концепции и программы развития туризма

1. Для обеспечения охраны туристских ресурсов, их сохранения и восстановления, рационального использования их на благо общества и его членов, обеспечения безопасности туризма и граждан, обеспечения соблюдения конституционных прав граждан на свободу передвижения, на отдых и организацию досуга и других прав, патриотического воспитания молодежи правительством, органами центральной и региональной государственной власти, органами местного самоуправления в пределах их полномочий формируются концепции развития туризма и на их основе разрабатываются, утверждаются и реализуются государственные целевые (адресные), региональные, местные и иные программы развития туризма, туристской индустрии и туристской деятельности. Программы развития туризма могут носить краткосрочный (до 3 лет), среднесрочный (3–5 лет) и долгосрочный характер (10–15 лет).

При составлении программы должны быть указаны: основание и экономическое обоснование ее разработки, четкое целеполагание, задачи, пути и система программных мероприятий по их достижению, сроки реализации, ресурсное обеспечение, механизм реализации и ожидаемые социально-экономические результаты, методы и порядок контроля достижения этих результатов.

При утверждении программ развития туризма определяются источники бюджетного и внебюджетного финансирования, порядок и методы контроля за использованием бюджетных средств и достижением результатов (индикативное планирование).

2. Программы развития туризма утверждаются с целью реализации и достижения долгосрочных приоритетов страны и регионов в отрасли туризма и туристской индустрии и составляют комплекс взаимосвязанных и целеориентированных правовых, экономических и организационных заданий и мероприятий по их выполнению и контролю за достижением поставленных целей и задач. Государственные целевые, региональные и иные программы развития туризма должны предусматривать меры по обеспечению безопасности в отрасли туризма, в том числе в условиях чрезвычайных природных и техногенных катастроф и наличия террористической угрозы, решения вопросов научного геоинформационного и информационно-коммуникационного обеспечения.

3. Программы развития туризма должны быть направлены на поддержку общегосударственных национальных и межрегиональных (международных, трансграничных) туристских маршрутов, охватывающих наиболее привлекательные туристские центры и туристские ресурсы, способствующие активной генерации внутренних и въездных туристских потоков. Должны быть предусмотрены решения вопросов научного и

информационного обеспечения.

4. Порядок формирования общегосударственных, региональных и местных программ развития туризма, порядок их бюджетного и внебюджетного финансирования, контроля за исполнением и достижением поставленных целей определяется национальным законодательством.

Статья 16. Расходы на программы социального туризма

1. Государство, административно-территориальные образования, органы самоуправления предусматривают в программах развития туризма соответствующего уровня задания и мероприятия по социальному туризму и выделение в бюджетах соответствующих уровней бюджетных ассигнований (субсидий, субвенций) для компенсации расходов субъектов туристской индустрии (туроператоров и турагентов, перевозчиков, средств размещения и других), устанавливающих льготы и преимущества социальным туристам по оплате стоимости своих услуг. Порядок и условия выделения бюджетных ассигнований на социальный туризм и категории граждан, участвующих в социальных программах, определяются в соответствии с законодательством государства.

2. Государственное и муниципальное имущество для использования его исключительно в целях туризма может передаваться в аренду или безвозмездное пользование некоммерческим организациям, а также субъектам малого предпринимательства для целей развития и поддержки самостоятельного и социального туризма на территориях муниципальных образований, в том числе для поддержания в надлежащем состоянии инфраструктуры туристских и экскурсионных маршрутов, средств размещения туристов (туристских приютов, гостиниц, кемпингов и других), а также объектов туристского показа и т. д.

3. Государство осуществляет необходимые меры и реализует программы по поддержке и развитию въездного туризма для соотечественников и их потомков, проживающих в иностранных государствах, в том числе:

- ностальгического туризма и учебно-образовательных туров на места исторического проживания, организации учебных программ по изучению национального языка и культуры;
- организации оздоровительного отдыха и лечения детей-соотечественников в дестинациях государства, организации медицинской реабилитации ветеранов Великой Отечественной войны и труда в медицинских учреждениях лечебного и санаторного типа, на базе оздоровительных и лечебных учреждений дестинации, организации и проведения мониторинга положения соотечественников за рубежом;

а также определяет порядок и источники финансирования таких программ.

4. Перечень и категории лиц, нуждающихся в социальной защите и поддержке при осуществлении туризма, (социальные туристы), а также направления и виды туризма, расходы и источники финансирования социального туризма определяются нормативно-правовыми актами государства, административно-территориальных образований, органов местного (муниципального) самоуправления.

5. Предприниматели имеют право отнесения на себестоимость продукции средств, затрачиваемых на покрытие расходов своих работников и членов их семей в части оплаты санаторно-курортного лечения, в размерах и порядке, определенных действующим законодательством.

Глава 4. ОСОБЫЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ

Статья 17. Общие положения организации особых туристско-рекреационных экономических зон

1. Особые туристско-рекреационные экономические зоны (ОТРЭЗ) создаются в целях развития туризма, туристской деятельности, туристской индустрии и инфраструктуры туризма как приоритетной высокотехнологичной и доходообразующей отрасли экономики.

2. ОТРЭЗ не может находиться на территориях нескольких муниципальных образований. Территория особой экономической зоны не должна включать в себя полностью

территорию какого-либо территориально-административного образования.

3. ОТРЭЗ как центры общегосударственного значения определяются правительством государства в порядке, установленном законами и иными нормативными правовыми актами. ОТРЭЗ создаются на срок не менее 50 лет. Срок существования ОТРЭЗ продлению не подлежит.

4. Порядок недропользования, водопользования, лесопользования, использования земель ОТРЭЗ, особо охраняемых природных территорий, земель историко-культурного назначения, а также осуществления градостроительной деятельности на территориях туристских центров определяется с учетом научного обоснования, ограничений, установленных настоящим Законом, национальным законодательством, нормативными правовыми актами, актами органов местного самоуправления.

5. Особенности организации и осуществления деятельности организаторами туризма и субъектами туристской индустрии на территориях туристских центров, а также ограничения промышленной и иной хозяйственной деятельности, кроме деятельности в сфере туризма и туристской индустрии, определяются правительством государства по принадлежности.

6. ОТРЭЗ может быть территориально трансграничной, если таковое определяется природно-географическими характеристиками объектов туризма (национальные парки, горные массивы, исторические центры, курорты и т.д.) и международным договором.

7. Решение о создании ОТРЭЗ, условиях, сроках ее существования и досрочного прекращения, порядок оформления заявок и организации тендера на территориях субъекта государства и муниципального образования утверждаются правительством и оформляются его постановлением.

8. Правительство государства, высший исполнительный орган государственной власти административно-территориального образования государства, исполнительно-распорядительный орган муниципального образования, на территориях которых создается ОТРЭЗ, в течение тридцати дней с даты принятия правительством государства решения о создании ОТРЭЗ заключают соглашение о создании данной особой туристско-рекреационной экономической зоны, в котором устанавливаются:

1) объем и сроки финансирования создания инженерной, транспортной и социальной инфраструктур ОТРЭЗ за счет средств государственного бюджета, бюджета административно-территориального образования государства или местного бюджета;

2) план обустройства и соответствующего материально-технического оснащения ОТРЭЗ и прилегающей к ней территории;

3) комплекс мероприятий по разработке перспективного плана развития ОТРЭЗ и порядок их финансирования;

4) размеры принадлежащих государству, субъекту государства или муниципальному образованию долей в праве общей долевой собственности на объекты инженерной, транспортной и социальной инфраструктур ОТРЭЗ;

5) порядок эксплуатации и содержания, в том числе осуществления капитального ремонта, объектов инфраструктуры особой экономической зоны, находящихся в общей долевой собственности;

6) порядок владения, пользования и распоряжения объектами инфраструктуры, находящимися в общей долевой собственности, после прекращения существования ОТРЭЗ;

7) обязательства органов государственной власти субъекта государства по предоставлению налоговых льгот резидентам ОТРЭЗ;

8) порядок формирования наблюдательного совета ОТРЭЗ;

9) обязательства исполнительного органа государственной власти по делегированию государственному органу исполнительной власти, уполномоченному осуществлять функции по управлению ОТРЭЗ, полномочий по управлению и распоряжению земельными участками и другими объектами недвижимости в пределах территории ОТРЭЗ на срок ее существования;

10) обязательства исполнительно-распорядительного органа муниципального

образования по передаче федеральному органу исполнительной власти, уполномоченному осуществлять функции по управлению особыми экономическими зонами, права на управление и распоряжение земельными участками и другими объектами недвижимости, находящимися в муниципальной собственности, в пределах территории особой туристско-рекреационной экономической зоны на срок ее существования;

11) иные условия, предусмотренные постановлением о создании ОТРЭЗ.

9. Объекты инфраструктуры ОТРЭЗ могут создаваться за счет других источников.

Статья 18. Органы управления особыми туристско-рекреационными экономическими зонами

1. Разработка и реализация единой государственной политики в сфере создания и функционирования ОТРЭЗ возлагаются на орган исполнительной власти в сфере туризма, уполномоченный осуществлять функции по нормативно-правовому регулированию деятельности в сфере создания и функционирования ОТРЭЗ.

2. Управление ОТРЭЗ возлагается на государственный орган исполнительной власти, уполномоченный осуществлять функции по управлению ОТРЭЗ, и его территориальные органы (представительства).

Статья 19. Полномочия органов управления особыми туристско-рекреационными экономическими зонами

1. Органы управления ОТРЭЗ:

1) осуществляют регистрацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в качестве резидентов ОТРЭЗ и ведение реестра резидентов ОТРЭЗ;

2) выдают по требованию резидента ОТРЭЗ или по запросам заинтересованных лиц выписки из реестра резидентов ОТРЭЗ;

3) представляют в государственный орган исполнительной власти, уполномоченный осуществлять функции по нормативно-правовому регулированию в сфере создания и функционирования ОТРЭЗ, отчет о результатах функционирования особых туристско-рекреационных экономических зон ежегодно не позднее 1 июля года, следующего за отчетным;

4) осуществляют контроль за исполнением резидентом ОТРЭЗ соглашения о ведении туристской деятельности;

5) выполняют функции заказчика по подготовке документации по планировке территории ОТРЭЗ и созданию инженерной, социальной и иной инфраструктур за счет средств государственного бюджета, бюджета субъекта и местного бюджета;

6) управляют и распоряжаются объектами недвижимости, расположенными на территории ОТРЭЗ и находящимися в государственной и (или) муниципальной собственности, в порядке, установленном соглашением о создании ОТРЭЗ;

7) обеспечивают проведение экспертизы, в том числе экологической и туристской, проектной документации;

8) выдают разрешения на строительство, а также вырабатывают технические условия присоединения к сетям инженерно-технического обеспечения и доводят их до сведения граждан и юридических лиц, осуществляющих строительство или реконструкцию на территории ОТРЭЗ;

9) исполняют иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом или законом об особых туристско-рекреационных зонах.

2. Органы управления ОТРЭЗ для выполнения своих функций по управлению объектами недвижимости, расположенными на территории особой туристско-рекреационной экономической зоны и находящимися в государственной и (или) муниципальной собственности, вправе привлекать управляющую компанию в порядке, устанавливаемом государственным органом исполнительной власти, уполномоченным осуществлять функции по нормативно-правовому регулированию в сфере создания и функционирования ОТРЭЗ.

Статья 20. Правовое положение резидентов особой туристско-рекреационной экономической зоны

1. Резидентом промышленно-производственной особой туристско-рекреационной экономической зоны признается коммерческая организация сферы туризма и туристской индустрии, зарегистрированная в соответствии с законодательством государства на территории муниципального образования, в границах которого расположена ОТРЭЗ, и заключившая с органами управления ОТРЭЗ соглашение о ведении туристской деятельности. Индивидуальный предприниматель или коммерческая организация признаются резидентами ОТРЭЗ с даты внесения соответствующей записи в реестр резидентов ОТРЭЗ.

2. Органы управления особыми экономическими зонами вносят в реестр резидентов особой экономической зоны запись о регистрации указанного лица в течение трех дней с даты подписания с ним соглашения о ведении промышленно-производственной или технико-внедренческой деятельности.

3. Органы управления ОТРЭЗ выдают резиденту ОТРЭЗ свидетельство, удостоверяющее регистрацию лица в качестве резидента особой туристско-рекреационной экономической зоны и сообщают сведения о регистрации лица в качестве резидента ОТРЭЗ в налоговый и таможенный органы по принадлежности в течение дня, следующего за днем регистрации, а также представляют им копию соглашения о ведении туристской деятельности.

4. Лишение лица статуса резидента особой туристско-рекреационной экономической зоны допускается только в судебном порядке.

5. Резидент ОТРЭЗ вправе вести на территории туристскую деятельность только в пределах, предусмотренных соглашением.

Статья 21. Соглашение об осуществлении различных видов туристской деятельности и деятельности туристской индустрии в ОТРЭЗ

1. По соглашению о ведении туристской деятельности резидент ОТРЭЗ обязуется в течение срока действия соглашения вести на территории ОТРЭЗ плановую и упорядоченную деятельность в сфере туризма, туристской индустрии, предусмотренную соглашением, и осуществить инвестиции в объеме и сроки, предусмотренные соглашением, а органы управления особыми туристско-рекреационными экономическими зонами обязуются в срок, указанный в соглашении, заключить с резидентом ОТРЭЗ договор аренды земельного участка, расположенного в пределах территории ОТРЭЗ и прошедшего кадастровый учет за счет резидента, для ведения туристской деятельности на срок действия соглашения.

2. Соглашение о ведении туристской деятельности может предусматривать обязанность органов управления особыми туристско-рекреационными экономическими зонами заключать с резидентом ОТРЭЗ договор аренды государственного и (или) муниципального недвижимого имущества, находящегося на земельных участках в пределах территории особой туристско-рекреационной экономической зоны.

3. Арендная плата и иные платежи за государственное и (или) муниципальное недвижимое имущество, расположенное на земельных участках в пределах территории особой туристско-рекреационной экономической зоны, поступают в бюджет соответствующего уровня бюджетной системы государства в соответствии с законодательством по принадлежности.

4. Соглашение о ведении туристской деятельности должно предусматривать срок представления резидентом в органы управления ОТРЭЗ проектной документации, необходимой для осуществления мероприятий, предусмотренных бизнес-планом, для проведения ее экспертизы.

5. По соглашению о ведении туристской деятельности резидент ОТРЭЗ в пятилетний срок обязан осуществить капитальные вложения в рублях в сумме, эквивалентной не менее чем ста миллионам евро (за исключением нематериальных активов). При этом резидент особой туристско-рекреационной экономической зоны обязан осуществить капитальные

вложения в национальной валюте в сумме, эквивалентной не менее чем одному миллиону евро (за исключением нематериальных активов) на день представления заявки на заключение соглашения о ведении туристской деятельности в органы управления ОТРЭЗ, в течение года с даты заключения указанного соглашения.

6. Резидент ОТРЭЗ не вправе передавать свои права и обязанности по соглашению о ведении туристской деятельности другому лицу.

7. Резидент ОТРЭЗ несет ответственность в рамках национального законодательства за экологический ущерб, нанесенный ОТРЭЗ по его (резидента) вине.

Статья 22. Налогообложение резидентов особых туристско-рекреационных экономических зон

Налогообложение резидентов ОТРЭЗ осуществляется в соответствии с национальными законодательными актами о налогах и сборах, в том числе на условиях освобождения от части налогов, устанавливаемых национальными законодательными актами.

Статья 23. Гарантия от неблагоприятного изменения законодательства государства о налогах и сборах

Акты законодательства государства о налогах и сборах, законы территориально-административных образований о налогах и сборах, нормативные правовые акты органов местного самоуправления о налогах и сборах, ухудшающие положение налогоплательщиков-резидентов ОТРЭЗ, не применяются в отношении резидентов ОТРЭЗ в течение срока действия соглашения о ведении туристской деятельности на территории ОТРЭЗ.

Глава 5. СТАТИСТИЧЕСКИЙ УЧЕТ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ

Статья 24. Статистика в сфере туризма

1. Статистическое наблюдение в сфере туризма осуществляется органами государственной статистики и иными государственными органами на основе официальной единой межгосударственной статистической методологии и рекомендаций.

2. Статистическое наблюдение осуществляется в целях получения объективной и достоверной информации о состоянии и развитии туризма и туристской индустрии в государстве и дестинациях, оценки вклада туризма в общую величину валового внутреннего продукта государства, оценки показателей мощности и динамики изменения внутренних, въездных и выездных туристских потоков, нагрузки на туристские ресурсы и объекты туристской индустрии, расходов на туризм, расходов туристов и экскурсантов, уровня налогооблагаемой базы, доходов от туристской деятельности государства и граждан, уровня удовлетворения туристского спроса на туристском рынке, информации о количестве рабочих мест и занятости местного населения в сфере туризма.

3. Основными задачами государственной статистики в сфере туризма и туристской индустрии являются:

- разработка научнообоснованной статистической методологии и рекомендаций по статистическому учету применительно к проблемам туризма и туристской индустрии, включая методологию вспомогательных счетов в туризме;

- сбор, разработка и обобщение, анализ статистической информации и данных, характеризующих развитие (динамику развития) туризма и туристской индустрии.

4. Основными принципами государственной статистики в сфере туризма и туристской индустрии являются:

- объективность, достоверность и независимость статистической информации;
- своевременность, системность сбора и обобщения, стабильность и целостность статистической информации;

- сопоставимость статистической информации в рамках Содружества Независимых Государств с международной статистикой, в том числе с рекомендациями по статистике туризма Всемирной туристской организации;

- доступность и открытость статистической информации в пределах, устанавливаемых

законодательством.

5. Объектом статистического наблюдения является предпринимательская и иная хозяйственная деятельность субъектов туристской индустрии и ее участников в сферах внутреннего, выездного и въездного туризма, которые предоставляют в установленном порядке государственную статистическую отчетность.

6. Органы государственного управления туризмом, пограничной службы, Центральный банк, иные заинтересованные государственные органы и органы местного самоуправления передают в установленном порядке в органы государственной статистики отчетную документацию и сведения в сфере туризма.

7. В целях получения оперативной информации уполномоченный государственный орган по туризму, органы государственной статистики имеют право проводить на выборочной основе статистические обследования (опросы на добровольной основе) туристов, экскурсантов и посетителей объектов туристского интереса и туристской индустрии, в том числе о произведенных ими в связи с туристской поездкой расходах.

8. Общий учет туристского оборота осуществляется путем централизованной регистрации и учета экземпляра формуляра туристского ваучера на туристские и экскурсионные услуги. Учет прибытия (выбытия) в государство иностранных граждан осуществляется путем оформления миграционной карточки, регистрации в местах размещения в соответствии с установленным порядком.

9. Статистические органы во взаимодействии с уполномоченным государственным органом по туризму осуществляют координацию статистической деятельности в стране.

10. Статистические работы и исследования, выполняемые органами государственной статистики в соответствии с государственными программами и заданиями, финансируются из государственного бюджета.

11. Предоставление статистической информации юридическими лицами и иными хозяйствующими субъектами в сфере туризма при всех видах государственных статистических наблюдений осуществляется на безвозмездной основе, в надлежащем объеме и качестве, в установленные сроки и адреса.

12. Сведения, составляющие коммерческую тайну, не подлежат оглашению и охраняются в установленном законодательством порядке.

Статья 25. Инвестиционная политика государства в сфере туризма

1. Инвестиционная политика государства в сфере туризма направлена на обеспечение устойчивого развития туризма, формирование благоприятного инвестиционного климата и надежности условий размещения инвестиций, также предусматривает привлечение инвестиций во все сферы туристской индустрии и усиление государственного контроля за эффективностью инвестиций в туристскую индустрию.

2. Основой инвестиционной политики являются формирование благоприятного инвестиционного климата, создание стабильных условий для осуществления предпринимательской деятельности, обеспечение неприкосновенности частной собственности, свободы перемещения услуг и товаров туристского назначения, обеспечение защиты и поддержки развития российских производителей, использование инновационных инструментов привлечения инвестиций, обеспечение экономического стимулирования внедрения новых высокоэффективных технологий в сфере туризма.

Статья 26. Информационное обеспечение туризма и центры туристской информации

1. В туристском пространстве государств — участников СНГ создается и функционирует Единая информационная система, предназначенная:

- для формирования и развития информационного туристского пространства и сотрудничества в этой сфере государств — участников СНГ;
- формирования и развития национальных туристских информационных систем и туристско-информационных центров;

- обеспечения информационного взаимодействия между национальными информационными системами разных уровней;

- формирования единой коммуникационной среды, включая государственные и частные (коммерческие) каналы связи на принципах использования международных стандартов и протоколов в сфере информационно-вычислительных сетей и связи, единства программно-технических, архитектурных, технологических, организационных и лингвистических средств построения систем информационного обмена; организации систем защиты информации;

- формирования и ведения информационных баз знаний и геоинформационных систем (ГИС) в сфере туризма и туристской индустрии, прежде всего туристских ресурсов;

- обеспечения достоверной, объективной и своевременной туристской информацией (далее — туристская информационная система) высших органов государственной власти, органов государственной власти административно-территориальных образований, органов местного самоуправления, а также всех заинтересованных участников отношений в сфере туризма, прежде всего потребителей туристского продукта и услуг — туристов и экскурсантов.

2. Под туристской информацией понимаются надлежаще и системно упорядоченные достоверные сведения о туристских ресурсах, состоянии, порядке их использования и классификации, трансграничных, общегосударственных, региональных, местных туристских маршрутах, туристских потоках, юридических лицах и индивидуальных предпринимателях, внесенных в реестр субъектов туристской индустрии, сведения о классифицированных средствах размещения, картографическая информация, сведения о размещении объектов туристской индустрии и туристских ресурсах, движении регулярных видов транспорта и транспортной логистики в дестинации, информация о нормативно-правовых актах по туризму и туристской индустрии, дорожном движении, сведения о достопримечательностях, священных местах и объектах светского и религиозного паломничества, лечебных ресурсах, курортах, традициях местного населения, об ограничениях для туристов и посетителей, сведения о деятельности органов государственной власти, осуществляющих государственное регулирование туризма, сведения, обязательные для размещения в системах общего пользования, а также иная информация, определяемая правительством и уполномоченным государственным органом по туризму в государстве по принадлежности.

3. Гражданам и иным заинтересованным лицам обеспечивается свободный доступ к создаваемым информационным ресурсам, за исключением случаев, если в интересах сохранения государственной, служебной или коммерческой тайны такой доступ должен быть ограничен.

4. Туристско-информационные и гостевые центры (далее ТИЦ) — некоммерческие и частно-государственные организации, целями деятельности которых являются:

- содействие органам государственной власти, в том числе уполномоченному государственному органу по туризму, в формировании и использования информационных ресурсов о туризме, туристской индустрии, туристских ресурсах и доступных достопримечательностях, национальном и региональном туристском продукте, отдельных туристских услугах, туристских маршрутах на основе создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, анализа, маркетинга, целенаправленного распространения этой информации, способствующей потреблению туристского продукта;

- предоставление на безвозмездной основе (гражданам и иным заинтересованным лицам) беспристрастной и компетентной документированной туристской информации, способствующей удовлетворению потребностей граждан при осуществлении туризма, экскурсий, ознакомлении с достопримечательностями и деятельности в других целях туризма.

5. ТИЦ создаются в туристских центрах и образуют единую государственную и межгосударственную информационную сеть с базами и информационными ресурсами на основе широкого обмена информацией и свободного доступа, в том числе в ресурсах

Интернет. Государственные уполномоченные органы формируют программы развития ТИЦ и определяют порядок и источники финансирования их деятельности.

6. Пункт туристской информации (местный филиал, отделение, представительство ТИЦ) осуществляет сбор и упорядочение беспристрастной и компетентной информации о туристских достопримечательностях, туристском продукте и туристских услугах, их оказании на административной территории местного самоуправления по месту своего нахождения.

7. Головной по дестинации ТИЦ содержит и ведет Интернет-портал, содержащий доступные информационные ресурсы, в необходимой и достаточной степени освещающие туристские ресурсы, туристский продукт, правила оказания туристских услуг населению и договора присоединения и туристские формальности, рекомендации по безопасности и другую информацию.

8. Уполномоченный государственный орган по туризму публикует на страницах туристского Интернет-портала государства или дестинации, который ведет головной ТИЦ государства или дестинации, официальные данные реестров о субъектах хозяйствования (туроператорах, турагентах, перевозчиках, средствах размещения, питания и аттракциях, иных объектах туристской индустрии) с указанием лицензии, уровня классификации, прохождении процедуры сертификации, сведения о туристских маршрутах, о гидах и гидах-переводчиках, а также иную туристскую информацию, переданную другими центрами туристской информации.

9. Центральный ТИЦ при Межпарламентской Ассамблее государств — участников СНГ формируется и содержится на принципах консолидированного финансового участия государств, принявших настоящий Закон, и служит целям информационного обеспечения государственных органов, формирования и ведения единой методики информационного обеспечения ТИЦ дестинаций, а также ведения единых баз знаний и данных о туристском продукте, трансграничных маршрутах, туристских формальностях и иной консолидированной информации о туризме.

10. ТИЦ и туристско-информационные пункты создаются на путях следования туристских потоков и обозначаются хорошо видимым информационным знаком, в котором на зеленом фоне расположена буква «i» белого цвета.

11. ТИЦ могут оказывать гражданам следующие платные услуги:

- оперативное бронирование мест для временного проживания туристов на текущие или следующие сутки;
- бронирование туристско-экскурсионных услуг;
- сдача в прокат средств (туристского инвентаря), необходимого для туристско-экскурсионных услуг;
- бронирование билетов на все виды транспорта для перевозки;
- продажа сувениров и фотопринадлежностей, товаров туристского ассортимента;
- продажа печатных и электронных изданий, знакомящих с услугами субъектов туристской индустрии и туристскими ресурсами;
- бронирование конгрессных услуг.

12. Порядок формирования и функционирования, а также источники финансирования и кадрового обеспечения туристской информационной системы и ТИЦ, единые обязательные требования (стандарты информационной деятельности ТИЦ), предъявляемые к центрам туристской информации, и порядок оценки соответствия им устанавливаются уполномоченным государственным органом по туризму государства по принадлежности.

Статья 27. Аттестация центров туристской информации

1. Соответствие ТИЦ обязательным требованиям подтверждается свидетельством ТИЦ, которое выдает уполномоченный государственный орган по туризму сроком на пять лет по результатам аттестации и признает недействительным, если центр туристской информации перестает соответствовать обязательным требованиям.

2. В свидетельство ТИЦ единой установленной формы включаются следующие

реквизиты:

- наименование и адрес места нахождения центра;
 - ведомственная принадлежность;
 - имя, должность и подпись лица, выдавшего свидетельство, а также оттиск печати уполномоченного государственного органа по туризму;
 - дата выдачи и срок действия свидетельства;
 - номер свидетельства.
3. Свидетельства ТИЦ выдаются без взимания пошлины.

Глава 6. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И ИНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья 28. Виды предпринимательской и иной деятельности субъектов хозяйствования в сфере туризма

1. Государственная политика в отношении туризма должна проводиться таким образом, чтобы она способствовала повышению жизненного уровня населения посещаемых районов и отвечала их потребностям; при градостроительном и архитектурном планировании и эксплуатации туристских центров и средств размещения необходимо предусматривать их максимальную интеграцию в местную социально-экономическую среду; при равных условиях занятия рабочих мест в сфере туризма в первую очередь следует изыскивать возможность найма местной рабочей силы.

2. Местное население должно привлекаться к туристской деятельности и участвовать на равноправной основе в получении образующихся экономических, социальных и культурных выгод, особенно в форме прямого и опосредованного создания в результате этой деятельности рабочих мест.

3. К хозяйственной деятельности в сфере туризма относятся следующие виды деятельности:

а) деятельность организаторов туризма (посреднические туристские услуги и предоставление комплексных и (или) отдельных туристских услуг):

- туроператорская деятельность (услуги туроператоров);
- турагентская деятельность (услуги туристских агентств, туристских агентов, транспортных бюро, агентств по продаже услуг перевозки);
- экскурсионная (туристско-экскурсионная) деятельность (туристско-экскурсионные услуги, услуги экскурсоводов, гидов, гидов-переводчиков, специалистов по адаптации);
- услуги инструкторов по туризму;

б) гостиничная деятельность (гостиничные услуги):

- услуги коллективных средств размещения;
- услуги специализированных средств размещения;
- услуги индивидуальных средств размещения;
- коммунальные услуги в средствах размещения;

в) услуги по продвижению туризма:

- услуги туристских информационных центров (ТИЦ);
- информационные, консалтинговые, издательские и рекламные услуги;
- услуги организаторов специализированных выставок, ярмарок и т.д.;

г) транспортная деятельность (услуги перевозчиков):

- услуги по дальнемагистральной перевозке (исключая регулярные перевозки);
- услуги по организации трансферов;
- услуги по перевозке на туристских, экскурсионных и экскурсионно-прогулочных маршрутах;

- речные и морские круизы;
- транспортные бюро и агентства;

д) услуги питания (туристов и экскурсантов, а также кейтеринг);

е) иные услуги в сфере туристской индустрии:

- санаторно-курортные услуги;
- услуги профессионально-делового и конгрессного туризма, образовательные услуги;
- услуги индустрии развлечения и спорта (услуги аттракций, в том числе услуги аниматоров, тренеров, инструкторов);
- страховые услуги;
- услуги культуры (в том числе референтов по культуре, музейных работников и содержания объектов экскурсионного показа);
- услуги паломнических служб;
- услуги по охране туристов и экскурсантов;
- услуги по продаже товаров туристского ассортимента, включая продажу сувениров;
- иные услуги субъектов хозяйствования в сфере туризма.

4. Под иной деятельностью субъектов хозяйствования в сфере туризма понимается предпринимательская и иная деятельность физических и юридических лиц, направленная на реализацию прав граждан, возникающих в связи с подготовкой и совершением туристских путешествий и поездок.

Статья 29. Деятельность нерезидентов в сфере туризма

1. Нерезиденты (транснациональные и международные организации, иностранные государства, иностранные организации, не являющиеся юридическими лицами по иностранному праву, юридические и физические лица иностранных государств) вправе осуществлять деятельность в сфере туризма на территории данного государства в соответствии с международными договорами, настоящим Законом, а также иным законодательством государства по принадлежности.

Под иностранными физическими лицами для целей настоящего Закона понимаются иностранные граждане, которые вправе в соответствии с законодательством государства их гражданства осуществлять деятельность в сфере туризма на территории данного государства.

2. Нерезиденты не вправе осуществлять туристскую деятельность и деятельность в сфере туристской индустрии, а также оказывать услуги экскурсоводов (гидов, гидов-переводчиков) на территории данного государства без государственной регистрации в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя в соответствии с действующим законодательством данного государства.

3. Создание и деятельность на территории государства юридического лица, осуществляющего деятельность в сфере туристской индустрии с участием иностранного гражданина и организации, допускается при наличии одновременно следующих условий:

- доля (вклад) нерезидента в уставном (складочном) капитале юридического лица не превышает сорока девяти процентов, а руководителем такого юридического лица является гражданин государства по принадлежности;

- количество нерезидентов в совете директоров (наблюдательном совете) не превышает одной трети от общей численности членов данного органа;

- нерезидент занимается туристской деятельностью: иностранный гражданин — в государстве своего гражданства, лицо без гражданства — в государстве своего места жительства, а иностранная организация — в государстве по месту учреждения — не менее пяти лет.

4. Услуги экскурсовода (специалиста по адаптации, гида, гида-переводчика) на территории дестинации вправе оказывать только граждане-резиденты дестинации государства по принадлежности, имеющие надлежащую аккредитацию экскурсовода в этой дестинации.

5. Нарушение ограничений, установленных настоящей статьей, влечет за собой привлечение виновных лиц к гражданско-правовой, административно-правовой и уголовно-правовой ответственности в установленном законодательством порядке.

6. Ограничения, установленные настоящей статьей, не распространяются на иностранных граждан, имеющих гражданство (двойное гражданство) государства дестинации по принадлежности.

Статья 30. Реестры хозяйствующих субъектов в сфере туризма

1. В целях защиты прав и законных интересов потребителей, обеспечения безопасности туризма, охраны природных и культурных ценностей и наследия уполномоченным государственным органом по туризму по принадлежности осуществляется ведение реестра хозяйствующих субъектов в сфере туризма.

2. В реестр субъектов туристской индустрии включаются юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в сфере туризма, сертифицированные средства размещения, а также лица, прошедшие аттестацию (аккредитацию) на право оказания услуг экскурсовода (гида, гида-переводчика), инструктора по туризму и предоставляющие такие услуги.

3. Органы государственной власти административно-территориальных образований ежегодно, не позднее 1 февраля года, следующего за отчетным, направляют копию регионального реестра хозяйствующих субъектов в сфере туризма в адрес уполномоченного государственного органа по туризму.

4. Порядок ведения реестра хозяйствующих субъектов в сфере туризма, в том числе условия и порядок профессиональной аттестации экскурсоводов, гидов (гидов-переводчиков), инструкторов по туризму, утверждается правительством государства по принадлежности.

Статья 31. Сертификация и классификация средств размещения

1. Сертификация услуг юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере туризма, а также стандартизация их деятельности осуществляются в порядке, предусмотренном законодательством о техническом регулировании, настоящим Законом, а также нормативными правовыми актами, принятыми в соответствии с ними.

2. Классификация (сертификация) средств размещения по категориям (классам) осуществляется уполномоченным государственным органом по туризму на основании заявления субъекта туристской индустрии, владеющего средством размещения на праве собственности или ином законном основании, по результатам аттестации по единым методикам и правилам. Присвоение категории (класса) средствам размещения удостоверяется классификационными свидетельствами установленной формы с занесением в единый банк данных.

Глава 7. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАТОРОВ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Статья 32. Договор возмездного оказания услуг туристского обслуживания

1. По договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания организатор туризма — туроператор — обязуется предоставить заказчику комплексную туристскую услугу, организованную им заранее (туристский продукт), либо комплексную или отдельную туристскую услугу, также организованную им заранее по индивидуальному заданию заказчика, а заказчик обязуется указанную услугу (туристский продукт) оплатить.

2. Исполнителем туристских и иных указанных в договоре услуг является организатор туризма — туроператор, который заключил договор оказания таких указанных услуг туристского и (или) иного обслуживания. Турагент на основании агентского договора или договора поручения с туроператором заключает договор возмездного оказания услуг туристского обслуживания с туристом от имени и за счет туроператора.

3. Договором оказания услуг туристского обслуживания (туристского продукта) может быть предусмотрена возможность возложения исполнения организатором туризма — туроператором — части или всех своих обязательств по договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания на третьих лиц — субъектов туристской индустрии. В этом случае фактическими исполнителями собственно туристских услуг по договору, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, являются контрагенты туроператора, действующие на основании договоров с туроператором за его счет и в пользу определенных

лиц, указанных туроператором в туристской путевке (ваучере). Возложение (передача) туроператором исполнения обязательств на третьих лиц не освобождает туроператора от ответственности перед туристом за оказание всех услуг, предусмотренных договором и входящих в комплексную туристскую услугу (туристский продукт), если договором не предусмотрено иное.

4. Заказчиком по договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания является юридическое лицо или физическое лицо, предприниматель без образования юридического лица, а также гражданин (турист, экскурсант, а также иное лицо), заказывающее и (или) использующее отдельные или комплексные услуги туристского обслуживания (туристский продукт). Заказчик несет ответственность перед туроператором и его контрагентами за любые действия лиц — потребителей услуг (туристов, экскурсантов, иных лиц, указанных в договоре).

5. Договор возмездного оказания отдельных или комплексных услуг туристского обслуживания является публичным договором, если из характера деятельности организатора туризма (туроператора) не вытекает иное.

6. Правила настоящей главы применяются к договорам круиза и железнодорожных туров.

По договору круиза одна сторона (организатор круиза) обязуется по заданию другой стороны (участника круиза) организовать индивидуальный или групповой тур на круизном судне по определенной программе и маршруту и предоставить участнику круиза (круизному пассажиру) все связанные с этим услуги туристского обслуживания (перевозку, размещение на круизном судне, питание, экскурсионное обслуживание и т.д.), а участник круиза обязуется уплатить установленную стоимость услуг.

Под круизным судном понимается судно, закрепленное на определенном туристском маршруте (морском, речном, озерно-речном) и предназначенное для оказания услуг туристского обслуживания и размещения на его борту участников круиза (круизных пассажиров), совершающее поездку по водному маршруту с целью посещения одного или нескольких портов.

Под железнодорожным туром понимается туристское путешествие, в котором пассажиры совершают тур по определенному упорядоченному маршруту в специальных спальных вагонах железнодорожного состава, предназначенных для оказания услуг туристского обслуживания и размещения, с целью посещения нескольких туристских центров или дестинаций (трансграничное путешествие).

Участники круизов (круизные пассажиры), а также железнодорожных туров (пассажиры), не ночующие на судне или в спальном вагоне, для целей туристской статистики не считаются туристами.

7. К отношениям по договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания исполнителя, его контрагентов, заказчика и потребителя, не урегулированных гражданским законодательством, настоящим Законом применяется закон о защите прав потребителей и иные правовые акты, принятые в соответствии с ним.

Статья 33. Форма договора оказания услуг туристского обслуживания и порядок его заключения

1. Договор возмездного оказания услуг туристского обслуживания (далее — договор), независимо от суммы и характера предмета и объекта договора, априори заключается в письменной форме, доступной для понимания всеми участниками договора, путем составления и подписания сторонами документа (договора) на твердой копии либо в форме формуляров или иных стандартизованных документов, в том числе электронных.

Отношения между участниками в сфере туристского обслуживания могут быть оформлены путем совершения договора присоединения, условия которого должны соответствовать правилам оказания туристских услуг населению и договора присоединения.

2. Основанием для заключения договора возмездных услуг туристского обслуживания является акцепт оферты туристского продукта или комплексной услуги туроператора.

3. Основанием для заключения договора возмездного оказания услуг туристского обслуживания по индивидуальному заказу является формализованная заявка установленной формы (лист бронирования) на оказание комплексной или отдельной услуги по индивидуальному заказу туриста (экскурсанта). Заявка является предварительным договором в случае, если это определено сторонами или если условия договора предусматривают депозиты, авансовые и иные предварительные платежи заказчика.

Заявка туриста (лист бронирования, предварительный договор) является неотъемлемой частью договора, если иное не указано особо.

4. Организатор туризма — туроператор или турагент — обязан передать туристу один экземпляр договора, оформленного в соответствии с действующим гражданским законодательством, и туристскую путевку (ваучер), а также копию заявки (листа бронирования), если иное не указано в договоре.

5. Предложение услуг туристского обслуживания в рекламе, каталогах и описаниях услуг, обращенных к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно содержит все существенные условия договора оказания услуг туристского обслуживания.

6. Неотъемлемой частью договора по возмездному оказанию туристских услуг являются калькуляция стоимости туристских услуг, туристская путевка (ваучер) установленной формы, подписанная туроператором, а при заключении договора через турагента — также и турагентом — документация по маршруту и программа поездки, заявка (лист бронирования), если в заявке (договоре) не указано иного. Все документы должны быть подписаны сторонами договора.

Статья 34. Туристская путевка (ваучер)

1. Туристская путевка (ваучер) подтверждает факт заключения договора возмездного оказания услуг туристского обслуживания и является неотъемлемой его частью.

2. Туристская путевка (ваучер) содержит информацию о предоставляемых в соответствии с договором посреднических и прямых комплексных или отдельных услугах и подтверждает их оплату, включая указание размера вознаграждения агентам (турагентам). Допускается кодирование информации в соответствии с условиями договора.

3. Помимо перечисленных в пункте 2 настоящей статьи туристская путевка должна содержать следующие сведения:

- место выдачи, наименование, юридический и фактический адреса, сведения о лицензии, сертификате, другие реквизиты турагента и туроператора;
- фамилия, имя, отчество туриста (соответствующие данные о каждом члене группы туристов), номер его паспорта или иного документа, удостоверяющего личность туриста;
- характеристика и стандарты оказываемых услуг туристского обслуживания, включая услуги транспорта, размещения, питания, и прочих услуг, включенных в стоимость договора;
- название маршрута (номер по генеральному каталогу), направление и дестинация туристской поездки, описание программы комплексного обслуживания и характеристика мероприятий по дням и времени их проведения, или описания отдельных услуг;
- общая стоимость тура и условия ее оплаты туристом;
- информация о финансовом обеспечении (финансовых гарантиях) ответственности туроператора и других контрагентов, если гарантия предоставляется субсидиарно или солидарно;
- место, дата и время начала и окончания путешествия; порядок встреч и проводов;
- другие условия, предусмотренные законодательством.

4. Туристская путевка (а при необходимости и туристский ваучер) выдается туроператором туристу, а в случае группового тура (более пяти человек) — также и руководителю группы (групповая путевка или групповой ваучер).

5. Туристская путевка (ваучер) является документом строгой отчетности бухгалтерского и статистического учета туристского оборота. Все туристские путевки (ваучеры) имеют единую сквозную нумерацию, которую ведет и учитывает уполномоченный государственный орган по туризму, а также не менее трех степеней защиты от подделки.

6. Единый формуляр туристской путевки (ваучера), порядок его заполнения и оформления, рассылки копий для целей учета утверждаются в установленном порядке уполномоченным государственным органом по туризму. Формуляр содержит четыре копии документа на самокопирующейся бумаге, из которых первая выдается туристу, вторая и третья направляются в бухгалтерию туроператора и турагента, четвертая копия направляется в орган централизованного государственного статистического учета туристского оборота.

7. Туристский ваучер для целей выездного туризма вне пределов территории государств — участников СНГ является дополнительным документом, форма которого устанавливается по условиям договора с иностранным партнером, предоставляющим туристское обслуживание.

Статья 35. Существенные условия договора оказания услуг туристского обслуживания

Для заключения договора между туроператором и туристом должно быть достигнуто соглашение по существенным условиям, обязательно указанным в договоре:

- об услугах, отдельных или входящих в комплексную туристскую услугу (предмете договора);
- о стоимости услуг туристского обслуживания;
- о сроках и порядке оплаты услуг;
- о третьих лицах — субъектах туристской индустрии, предоставляющих отдельные услуги, входящие в комплексную туристскую услугу (при условии привлечения туроператором для исполнения договора третьих лиц);
- о месте, сроках начала и окончания оказания услуг.

Статья 36. Последствия существенного изменения обстоятельств

Каждая из сторон договора на оказание возмездных услуг туристского обслуживания может требовать внесения изменений или расторжения договора в связи с существенными изменениями обстоятельств, из которых они исходили при заключении договора.

К существенным изменениям обстоятельств относятся:

- ухудшение условий туристского обслуживания, изменение сроков путешествия, места назначения (дестинации), категории (класса) и места размещения, плана питания, изменения маршрута и главных объектов экскурсионного показа;
- непредвиденное увеличение транспортных тарифов;
- введение новых или повышение действующих ставок налогов и сборов и других обязательных платежей;
- резкое изменение курса национальных валют;
- другие основания по договоренности сторон, не противоречащие закону.

Статья 37. Цена и оплата услуг туристского обслуживания

1. За оказание услуг туристского обслуживания взимается плата, установленная соглашением сторон в условиях договора, если иное не установлено законом, иными правовыми актами.

2. Турист обязан оплатить услуги по договору в сроки и в порядке, которые указаны в договоре.

Если иное не установлено договором, турист обязан оплатить услуги, предусмотренные договором и входящие в туристское обслуживание (отдельная услуга, комплекс или пакет туристского обслуживания, туристский продукт), туроператору.

3. В случае, когда договором с туроператором предусмотрена оплата туристом отдельных услуг непосредственно третьим лицам, такая оплата не является составной частью общей оплаты по договору.

4. В случае, когда договором предусмотрена предварительная оплата услуг туроператора, неоплата туристом таких услуг в установленный договором срок признается отказом туриста от исполнения договора, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

5. За исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, любое условие

договора о том, что предусмотренная в нем цена может быть пересмотрена сторонами договора в одностороннем порядке, считается ничтожным.

Статья 38. Сроки и место оказания услуг по договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания

1. Сроки и место начала и окончания и место оказания услуг туристского обслуживания определяются договором.

2. Срок начала оказания услуг определяется датой (периодом), когда туроператор приступил к оказанию одной из услуг, входящих в комплексную туристскую услугу.

3. Сроком окончания оказания услуг считается завершение предоставления последней услуги по программе поездки, входящей в туристское обслуживание.

Статья 39. Претензии по составу и качеству услуг туристского обслуживания

1. Право предъявления претензии по составу и качеству услуг туристского обслуживания имеет заказчик или лицо, непосредственно их получающее (турист, экскурсанта, иное лицо, указанное в туристской путевке или договоре, далее — турист).

2. При обнаружении несоответствия услуг туристского обслуживания условиям договора о качестве услуг, турист (лицо, непосредственно получающее обслуживание) обязан немедленно заявить претензию об этом туроператору или лицам, им уполномоченным. В случае неудовлетворения на месте претензии турист обязан составить документальное письменное подтверждение случившегося.

3. Если после начала тура окажется, что какие-либо из указанных в договоре услуг не исполнены или исполнены ненадлежащим образом не по вине туриста, туроператор обязан заменить эти услуги услугами аналогичного или более высокого качества, однако права требования у туроператора дополнительной оплаты не возникает.

4. При согласии туриста возможна замена услуг, предусмотренных договором, услугами более низкого качества с последующей выплатой туристу денежной компенсации в виде разницы между стоимостью услуг по договору и стоимостью фактически оказанных услуг или иной компенсации по соглашению.

5. В случае если действия, указанные в пунктах 3 и 4 настоящей статьи, не могут быть совершены туроператором или если турист отказывается принимать предложения туроператора по замене соответствующих услуг, то турист вправе расторгнуть договор и потребовать возмещения понесенных убытков. В этом случае туроператор обязан организовать возвращение туриста в место начала (окончания) тура или иное согласованное с ним место. Перевозка должна быть осуществлена перевозчиком, качество услуг которого не ниже предусмотренного договором оказания услуг туристского обслуживания.

6. Мотивированные претензии к услугам туристского обслуживания по составу и качеству, месту и срокам их предоставления в случае их неудовлетворения на месте предъявляются туроператору или турагенту, если таковое указано в договоре туристского обслуживания, в течение 30 дней с момента окончания туристского обслуживания и подлежат рассмотрению и удовлетворению или мотивированному отказу в таковом в течение 10 дней.

7. В случае недостижения мирового соглашения по претензии споры сторон разрешаются в порядке, установленном статьей 64 настоящего Закона.

8. В случае добровольного отказа заказчика от услуг, включенных в комплексную услугу, туристский продукт, или отдельных услуг, указанных в туристской путевке (ваучере), денежные или иные компенсации за неиспользованные туристские услуги и туристское обслуживание не производятся.

9. Организатор туризма не несет ответственности перед заказчиком в случаях объективной невозможности связи с ним для сообщения об изменениях в программе туристского обслуживания, изменении или переносе сроков и места начала путешествия по причинам предоставления заказчиком неверных сведений о контактном телефоне или отсутствии у него контактного телефона (другого вида оперативной связи).

Статья 40. Отказ туриста от договора оказания услуг туристского обслуживания

1. Турист вправе в любое время отказаться от договора оказания услуг туристского обслуживания.

2. Если в период до срока (даты) начала туристского обслуживания (начала комплексной услуги, тура), но не позднее допустимого срока, указанного в договоре, заказчик отказался от договора, то заказчику возвращаются уплаченные им денежные средства за услуги туристского обслуживания за вычетом фактически понесенных туроператором расходов, связанных с оформлением визы, перевозки, бронирования размещения и (или) уплатой иных обязательных платежей, предусмотренных программой, калькуляцией комплексной услуги, иными условиями договора, законодательством государства или законодательством государства временного пребывания туриста (экскурсанта).

3. При отказе заказчика от услуг туристского обслуживания позднее допустимого срока, указанного в договоре, туроператор вправе, кроме расходов, понесенных на подготовку путешествия, и стоимости оказанных услуг, взыскать с заказчика неустойку в размере и порядке, предусмотренных условиями договора.

4. Договор на продажу таймшера (клубного отдыха) должен содержать условие, согласно которому заказчик (клиент, покупатель) имеет права отказаться от договора без объяснения причин в течение 14 дней (период охлаждения) с момента (даты) подписания без штрафных или иных санкций, а исполнитель (продавец) обязан ему вернуть полученные деньги немедленно по подаче письменного заявления.

5. В случае отказа туриста от договора по зависящим от туроператора причинам туристу возвращаются все уплаченные им по договору денежные средства с учетом понесенных заказчиком убытков, но не более чем двукратного размера цены договора.

6. Неявка заказчика (туриста, экскурсанта, иных лиц, указанных в договоре) к месту начала туристского обслуживания, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 2 настоящей статьи, рассматривается как отказ заказчика от договора, если иное не предусмотрено договором оказания услуг туристского обслуживания. В этом случае услуги туристского обслуживания подлежат оплате заказчиком (туристом, экскурсантом или иным лицом, указанным в договоре) пропорционально части оказанных туроператором услуг, понесенных расходов и убытков по подготовке и организации туристского обслуживания и в связи с ним, но не более цены договора.

Статья 41. Отказ туроператора от исполнения договора оказания услуг туристского обслуживания

1. При возникновении (действии) обстоятельств непреодолимой силы, которые стали причиной невозможности исполнения обязательств по договору и (или) существенного ухудшения качества услуг туристского обслуживания, или необходимости изменения направления и (или) цели туристского обслуживания, туроператор вправе отказаться от исполнения договора оказания услуг туристского обслуживания. В этом случае стороны несут убытки самостоятельно, и финансовых требований не возникает.

2. В указанных в пункте 1 случаях туроператор оперативно, насколько это возможно по обстоятельствам, должен известить заказчика о невозможности исполнения обязательств по договору. Туроператор может предложить заказчику в замену аналогичное туристское обслуживание в указанные в договоре или иные возможные сроки.

3. Туроператор, отказавшийся от исполнения договора при наступлении обстоятельств непреодолимой силы, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, после начала туристского обслуживания, обязан оказать возможное содействие в доставке туриста (экскурсанта) в пункт начала (планового окончания) оказания туристского обслуживания.

4. Туроператор вправе отказаться от исполнения договора оказания услуг туристского обслуживания или предложить заказчику в качестве замены аналогичное туристское обслуживание при наступлении следующих, не зависящих от туроператора, обстоятельств:

– возникновение (действие) непредвиденных обстоятельств, предусмотренных законом,

временно ограничивающих выезд туриста за пределы территории государства;

– отказ компетентных органов государства временного пребывания в выдаче разрешения на въезд либо отказ во въезде туриста на территорию данного государства, за исключением случаев, если данный отказ явился следствием виновных действий туроператора или его агентов, действовавших в пределах своих обязанностей (полномочий).

Туроператор не несет имущественной ответственности перед заказчиком за его убытки, возникшие в связи с вышеуказанными обстоятельствами, и компенсирует заказчику стоимость неполученного туристского обслуживания, за исключением расходов, понесенных туроператором на подготовку и бронирование услуг туристского обслуживания в соответствии с условиями договора.

5. При отказе туроператора от исполнения договора оказания услуг туристского обслуживания по причинам, зависящим от туроператора, до начала срока предоставления туристского обслуживания заказчику возвращается полная стоимость услуг по договору, а в случае отказа после начала туристского обслуживания — ее часть в размере стоимости не оказанных услуг и убытков, понесенных заказчиком, но не более двойного размера цены договора.

6. Туроператор вправе отказаться от исполнения договора оказания услуг туристского обслуживания в случае недобора указанного в договоре минимального количества туристов (экскурсантов) в группе, необходимого для того, чтобы такое туристское обслуживание состоялось. Такой отказ возможен, если заказчик будет поставлен об этом в известность в течение сроков, указанных в договоре, но в любом случае не позднее чем:

– за 10 дней до начала тура в случае, если его продолжительность составляет более 10 дней;

– за 5 дней до начала тура в случае, если его продолжительность составляет от 2 до 10 дней;

– за 48 часов до начала тура в случае, если его продолжительность составляет один день.

При отказе от договора туроператор обязан возратить туристу уплаченные за услуги денежные средства, а в случае если недобор минимального количества туристов в группе произошел в результате грубой неосторожности или умысла работников туроператора, а также его турагентов, действовавших в пределах своих обязанностей (полномочий), возместить заказчику понесенный ущерб.

7. Туроператор вправе отказаться от исполнения обязательств туристского обслуживания по договору без возмещения заказчику его убытков после начала туристского обслуживания в следующих случаях:

– если турист (экскурсант) в рамках группового тура (поездки, экскурсии и т.д.) своими действиями создает угрозу безопасности иным членам группы (туристов, экскурсантов, сопровождающих лиц), участвующим в туристском обслуживании, а также иным лицам, имуществу третьих лиц, что подтверждается актами компетентных органов места (государства) временного пребывания или иными надлежащими документами, позволяющими достоверно установить наличие данных обстоятельств;

– если особенности состояния здоровья туриста (экскурсанта) проявились после начала тура, что подтверждается медицинскими документами, а дальнейшее участие туриста (экскурсанта) в туре (поездки, экскурсии и т.д.) угрожает жизни и здоровью самого туриста либо жизни и здоровью других лиц.

Статья 42. Изменение договора оказания услуг туристского обслуживания

1. Туроператор вправе внести изменения в программу тура в одностороннем порядке, а также изменить условия его осуществления, если такие действия необходимы вследствие обстоятельств непреодолимой силы, неблагоприятных санитарно-эпидемиологических условий и других чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств, угрожающих жизни, здоровью и безопасности туриста в пункте начала тура или месте временного пребывания, забастовок, проведения национальных праздников, выходных (траурных) дней, а

информация об этом поступила из определенных законом источников и была непредвидимой.

В указанных случаях туроператор при несогласии туриста продолжить туристское обслуживание (туристскую поездку, путешествие, экскурсию) обязан за свой счет доставить туриста по его требованию в пункт начала тура или возместить туристу реально понесенные им расходы, связанные с самостоятельным проездом до места начала тура.

Положения настоящего пункта не затрагивают также право туриста отказаться от договора оказания услуг туристского обслуживания.

2. Туроператор вправе потребовать увеличения установленной цены договора, комплексной или отдельной услуги, а при отказе туриста выполнить это требование — расторжения договора в судебном порядке, при наличии одновременно следующих условий:

а) условия договора предусматривают порядок изменения и перерасчета цены договора;

б) увеличение цены вызвано существенным возрастанием стоимости услуг, входящих в комплексную туристскую услугу, или отдельной услуги, повышением курса обмена национальной валюты, а также ставок налогов и сборов;

в) увеличение цены не превышает десяти процентов общей стоимости услуги туристского обслуживания;

г) обстоятельства, вызвавшие принципиальную необходимость пересмотра цены, наступили не позднее семи дней до начала туристского обслуживания, и их нельзя было предвидеть при заключении договора.

Статья 43. Ответственность сторон, освобождение и ограничение ответственности туроператора

1. Туроператор отвечает перед заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение его обязательств по договору возмездного оказания услуг туристского обслуживания третьими лицами, на которых договором было возложено оказание отдельных услуг туристского обслуживания, если законом или договором не установлено, что ответственность перед заказчиком (туристом, экскурсантом, иным потребителем) несет третье лицо.

2. Туроператор отвечает перед заказчиком также за нарушение обязательств турагентов, участвующих в договоре оказания услуг туристского обслуживания, в пределах своих обязанностей (полномочий).

3. Туроператор не несет ответственности за все и любые услуги третьих лиц, не включенные в состав договора и заказанные на месте туристом (экскурсантом или иным потребителем) самостоятельно.

4. Турист (экскурсант, иной потребитель туристского обслуживания) обязан оказывать содействие туроператору в принятии разумных и доступных в сложившихся обстоятельствах мер по уменьшению возможных убытков. При этом турист должен предоставить туроператору документы и сведения о действиях (бездействии) третьих лиц, подтверждающих ненадлежащее исполнение (неисполнение) условий договора.

Статья 44. Ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу туриста

1. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу туриста вследствие непредоставления полной или достоверной информации об услугах туристского обслуживания, их недостатках, подлежит возмещению туроператором, если международными договорами государства, его законами не установлено, что такой вред подлежит возмещению лицами, на которых возложено исполнение отдельных услуг, входящих в туристское обслуживание.

2. Туроператор освобождается от ответственности, если докажет, что вред жизни, здоровью или имуществу туриста был причинен вследствие непреодолимой силы или нарушения туристом правил использования услуг туристского обслуживания,

установленных правил пребывания в дестинации, объекте туристской индустрии, объекте показа туристских ресурсов.

3. В случае если туроператор докажет, что в период оказания услуги (путешествия, поездки) умысел или грубая неосторожность туриста явились причиной смерти туриста (экскурсанта, иного потребителя) или причинения вреда его здоровью либо способствовали смерти туриста (экскурсанта, иного потребителя) или причинению вреда его здоровью опосредовано, туроператор может быть освобожден от ответственности полностью или частично, в частности в случае причинения вреда туристу (экскурсantu, иному потребителю), который не сообщил о наличии у него противопоказаний (ограничений) в отношении заказанной услуги.

Статья 45. Договорные отношения в турагентской деятельности

1. Правовое регулирование договорных отношений между туроператорами и турагентами в части продвижения и продажи комплексных и отдельных туристских услуг определяются гражданским законодательством, с учетом особенностей настоящего Закона.

2. К отношениям между турагентом и заказчиком (туристом) применяются общие положения о договоре оказания услуг туристского обслуживания, а также правила оказания туристских услуг населению и договора присоединения, если это не противоречит настоящей статье.

3. В договоре турагента и заказчика (туриста) могут быть предусмотрены следующие условия:

1) обязанности турагента по заключению в интересах заказчика договоров, связанных с оказанием услуг туристского обслуживания, гостиничных и экскурсионных услуг, услуг по перевозке, страхованию, организации сопровождения туриста, организацией встреч и проводов в местах прибытия и отправления транспортных средств (трансфер) и т.д.;

2) обязанности турагента по оказанию информационно-консультационных услуг, посреднические обязанности по содействию в оформлении туристских формальностей (виз, заграничного паспорта и иных разрешительных документов), в уплате пошлин, сборов и других расходов, возлагаемых на туриста, в приобретении билетов на перевозку, трансферы для посещения объектов туристского показа и развлекательных мероприятий, обязанности по выполнению иных операций и услуг, предусмотренных договором;

3) ограничение правоспособности и ответственности туроператора по прямой продаже заказчикам услуг туристского обслуживания или туристского продукта, являющихся предметом договора агентирования между туроператором и турагентом по корпоративной цене (без учета агентского процента).

4. В договоре заказчика и турагента должны быть указаны виды услуг, оказываемых агентом, цена договора, включая агентский процент (вознаграждение, маржу) турагента, полное наименование турагента и туроператора, их место нахождения и почтовые реквизиты, а также иные сведения, предусмотренные законодательством о защите прав потребителей.

5. В случае если предметом договора между заказчиком и турагентом является заключение последним в интересах первого договора оказания услуг туристского обслуживания, то турагент также обязан сообщить (указать документарно) в договоре туристского обслуживания информацию о туроператоре, его полном наименовании, месте нахождения, актуальных почтовых реквизитах, юридическом и фактическом адресах, а также информацию о страховщике или иной организации, осуществляющей страхование в связи с туристским обслуживанием.

Глава 8. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ТУРИСТОВ (ЭКСКУРСАНТОВ)

Статья 46. Права и обязанности туристов

1. При подготовке к туру (туристскому путешествию, поездке), во время его совершения, включая транзит, туристы, экскурсанты и посетители имеют право:

– на необходимую и достаточную, а также достоверную, информацию о правилах

въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания, выезда из нее, о национальных традициях, укладе жизни и обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, объектах культурного и природного наследия и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды;

- свободу передвижения по территории своих стран, а также из одного государства в другое; доступ в зоны транзита и пребывания, а также на туристские и культурные объекты, не будучи подвергнутыми чрезмерным формальностям или дискриминации;

- обращения в консульские, дипломатические и иные государственные, а также туристские представительства в случае посягательства на личную безопасность и имущество;

- обеспечение личной безопасности, своих потребительских прав и сохранность своего имущества, беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи;

- возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения или некачественного выполнения условий договора оказания услуг туристского обслуживания;

- содействие органов государственной власти (органов местного самоуправления) места временного пребывания в получении правовой и различных видов неотложной помощи;

- пользование сантехническими сооружениями, соответствующими средствами гигиены, на получение информации об эффективных мерах предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев.

2. Туристы, экскурсанты и посетители должны иметь доступ ко всем имеющимся формам внутренних и внешних коммуникаций; они должны иметь оперативный и беспрепятственный доступ к местному административному, юридическому и медицинскому обслуживанию; в соответствии с действующими дипломатическими конвенциями они должны иметь возможность свободно обращаться к консульским властям стран своего происхождения.

3. Туристы, экскурсанты и посетители должны пользоваться теми же правами, что и граждане посещаемой страны, в плане конфиденциальности относящихся к ним личных данных и сведений, особенно что касается данных, хранящихся электронным способом.

4. Туристы, экскурсанты и посетители должны еще до выезда стараться ознакомиться с характеристиками стран, которые они намерены посетить; они должны осознавать риски для здоровья и безопасности, которые неизбежно связаны с выездами за пределы своей обычной среды, и вести себя таким образом, чтобы свести эти риски к минимуму.

5. Во время совершения тура, включая транзит, туристы, экскурсанты и иные посетители обязаны:

- соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее политическое и социальное государственное устройство, традиции, обычаи, религиозные верования и уклад жизни местного населения;

- бережно относиться к окружающей природной среде, объектам культурного наследия, иным святыням и объектам, находящимся под особой охраной;

- соблюдать правила въезда и выезда страны (места) временного пребывания (транзита);

- соблюдать правила личной безопасности;

- соблюдать условия договоров оказания услуг туристского обслуживания, а также правила оказания туристских услуг населению и договора присоединения;

- освободить номер (место) в средстве размещения в день отъезда до расчетного часа в соответствии с правилами гостиничного обслуживания дестинации по принадлежности.

6. Во время посещения дестинаций туристы, экскурсанты и посетители не должны допускать никаких преступных деяний или действий, которые могут рассматриваться как преступные по законам посещаемой страны, а также поведение, которое может представляться вызывающим или даже оскорбительным для местного населения и которое

может нанести ущерб местной среде; туристы и посетители не должны участвовать в обороте наркотиков, оружия, древностей, охраняемых видов фауны и флоры, а также предметов и веществ, которые опасны или запрещены национальным законодательством.

7. Туристы (экскурсанты и иные посетители) обязаны своевременно информировать туроператора о наличии обстоятельств, возможно препятствующих потреблению услуги (например, медицинских противопоказаниях, наличии временного ограничения дееспособности).

8. По требованию организатора туризма — туроператора — турист обязан предоставить туроператору сведения об ограничениях (противопоказаниях) участия туриста в туре, связанные с особенностями состояния здоровья и (или) возраста туриста, об известных ему ограничениях, препятствующих выезду за пределы государства и въезду, а также транзиту, в иностранное государство временного пребывания (дестинацию), а также иную информацию, предусмотренную законодательством, в том числе государством назначения поездки (дестинации).

9. В случае непредоставления туристом необходимой информации или ее недостаточности туроператор вправе не приступать к исполнению соответствующих обязанностей до получения такой информации. Турист несет ответственность за убытки, причиненные туроператору в связи с нарушением обязанности по предоставлению информации или предоставлению ущербной информации, предусмотренной настоящим пунктом.

Глава 9. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья 47. Права и обязанности субъектов туристской индустрии и туристской деятельности

1. Субъекты туристской индустрии и туристской деятельности имеют право:

- формировать, производить и реализовывать отдельные и комплексные услуги туристского обслуживания в соответствии с законодательством;
- вносить предложения по охране туристских ресурсов, их сохранению и восстановлению, порядку использования;
- вносить предложения по совершенствованию образовательных программ по профессиональному обучению в отрасли туризма, повышению уровня профессиональной подготовки работников и специалистов в отрасли туризма;
- на установление объектам туристской индустрии, собственниками которых они являются, соответствующей категории при прохождении установленных процедур классификации, сертификации;
- на получение в установленном порядке информации, необходимой для осуществления их деятельности, в органах государственной власти и органах местного самоуправления;
- принимать в установленном порядке участие в разработке программ развития туризма и курортно-рекреационной сферы;
- устанавливать минимальное количество туристов в группе;
- на возмещение убытков, причиненных в результате незаконных решений, действий или бездействия органов государственной власти, органов местного самоуправления, их должностных и служебных лиц либо причиненных субъектами туристской деятельности, а также организованного потребительского рэкета.

2. Принимающие сообщества, с одной стороны, и местные участники туристского процесса, с другой стороны, должны проявлять уважение к туристам, которые их посещают, получая представление об их образе жизни, вкусах и ожиданиях; образование и профессиональная подготовка работников сектора способствуют гостеприимному приему.

3. Во всех видах туристской деятельности необходимо соблюдать равенство мужчин и женщин; субъекты туристской индустрии и туристской деятельности должны

способствовать обеспечению прав человека и особенно специфических прав наименее защищенных групп населения, особенно детей, пожилых лиц и инвалидов, этнических меньшинств и коренных народов.

4. Эксплуатация человека во всех ее формах, особенно сексуальной и особенно по отношению к детям, противоречит основным целям туризма и является его отрицанием туризма, и в связи с этим, в соответствии с международным правом, должна энергично преследоваться при сотрудничестве всех заинтересованных государств без каких-либо уступок в соответствии с национальным законодательством как посещаемых стран, так и стран происхождения авторов этих деяний, даже когда они совершаются за границей.

5. Участники туристской деятельности, в той степени, в которой это от них зависит, должны содействовать культурному и духовному совершенствованию туристов и позволять им отправлять в ходе поездок свои религиозные потребности.

6. Работники сферы туризма и смежных отраслей имеют право и обязаны проходить надлежащее профессиональное обучение и должны иметь возможность постоянно повышать свою квалификацию; они должны иметь достойное социальное обеспечение и гарантии занятости; сезонные работники сектора должны обладать особым статусом, особенно в плане их социальной защиты.

7. Управляющими недвижимостью туристских объектов, территорий развития, ОТРЭЗ могут быть лица, прошедшие специальную подготовку и переподготовку по специальностям строительного профиля с углубленным изучением экономических дисциплин и геоэкологии.

8. Сведения о туристе, сроках и месте (местах) его временного пребывания не могут быть переданы туроператором, а также его турагентами, действующими в пределах своих обязанностей (полномочий), третьим лицам, если иное не установлено законом или если турист определенно не выразил своего согласия на распространение такой информации. Организатор туризма несет ответственность за несанкционированную передачу (утрату) сведений клиентских баз данных третьим лицам за исключением случаев, указанных в законе.

Статья 48. Предоставление информации об услугах туристского обслуживания

1. Организатор туризма — туроператор или турагент, действующий от его имени или по поручению — обязан своевременно предоставлять туристу необходимую и достоверную (правдивую) информацию о туроператоре, турагенте, субъектах туристской индустрии, предоставляющих отдельные услуги, входящие в комплексную туристскую услугу, информацию о свойствах самой услуги, обеспечивающую возможность ее правильного выбора (обязательная информация), а также информацию о безопасности туристского путешествия (поездки), о местах назначения и об условиях поездки, приема и пребывания; информация должна обеспечивать ясность положений договоров, предлагаемых клиентам, как в плане характера, цены и качества услуг, которые организаторы туризма обязуются предоставить, так и в плане финансовых обязательств в случае одностороннего нарушения договорных обязательств с их стороны.

При продаже услуг туристского обслуживания через турагентство такая обязанность вытекает из отношений туроператора и турагента по отношению к турагенту.

2. К необходимой и достаточной информации относятся следующие необходимые и достаточные сведения:

- о туроператоре, его местонахождении и почтовых реквизитах;
- о наличии у туроператора договора страхования или иного финансового обеспечения ответственности и размерах возмещения по страховым или критическим случаям;
- об основных требованиях, предъявляемых к оформлению выездных/въездных документов (виза на въезд (выезд) в государство пребывания), включая сведения о сроках их оформления и составе требуемой документации;
- о медицинских формальностях, соблюдение которых необходимо для осуществления тура, в том числе о противопоказаниях для участия туриста в туре при определенных заболеваниях, особенностях его физического состояния и возраста;

– общие сведения о государстве дестинации, политическом устройстве, основных религиях, национальных традициях, праздниках, климате, напряжении коммунальных электросетей и разъемах электроприборов, дорожном движении, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды, санитарной и эпидемиологической обстановке, источниках и формах риска, свойственных данной дестинации;

– о направлениях маршрута и программе тура (поездки);

– виды и категории, наименование перевозчиков, характеристика транспортных средств, осуществляющих перевозку туриста на всех этапах путешествия, в том числе места и сроки стыковок (совмещения) рейсов, а также иная обязательная информация, предусмотренная кодексами и правилами перевозок (если перевозка входит в состав услуг туристского обслуживания);

– характеристика дестинации, гостиниц, иных средств размещения, в том числе их местоположение, классификация по законодательству страны (места) временного пребывания, удаленность от ключевых туристских ресурсов, основные достопримечательности, сведения о правилах и нормах временного проживания, питания, коммунальных услугах, сроках и порядке оплаты основных дополнительных гостиничных услуг, а также иная обязательная информация, установленная настоящим Законом, иными нормативными правовыми актами, если гостиничные услуги входят в состав услуг туристского обслуживания;

– о правилах въезда (выезда) в государство временного пребывания и нахождения на его территории;

– о видах и способах обеспечения питанием туриста во время совершения тура на всех этапах, включая перевозку;

– о видах и тематике экскурсионных услуг, квалификации экскурсовода (гида, гида-переводчика), а также сведения о порядке встреч и проводов, трансферах, сопровождении туриста;

– о месте сбора (начала туристского путешествия), дате и времени начала и окончания тура, его продолжительности;

– о минимальном количестве туристов в группе, сроках информирования потребителя о том, что тур не состоится по причине недобора группы;

– указание на страховщика, осуществляющего страхование рисков, связанных с предоставлением услуг туристского обслуживания, совершения туристской поездки на всех ее этапах, а также непредвиденных расходов туриста, сведения о размере страховых сумм, порядке вызова аварийного комиссара или службы экстренной помощи, об оформлении страхового случая, порядке и условиях выплаты страхового возмещения;

– о порядке и сроках предъявления претензий туристом (претензионный порядок);

– о цене услуг туристского обслуживания (комплексной туристской услуги, туристского продукта), в том числе о величине и валюте уплаты налогов и сборов на пунктах отправления и прибытия (в аэропортах, портах и т.д.), а также других сборах за счет туриста;

– об условиях доставки багажа туриста в пункт назначения;

– о месте нахождения принимающей туриста организации (организаций) в дестинации, а также об адресах и телефонах российских дипломатических учреждений в государстве временного пребывания, либо местных служб, к которым можно обратиться в случае возникновения трудностей во время тура.

3. Средства массовой информации, особенно специализированная туристская пресса, включая современные средства электронной связи, должны обеспечивать правдивую и сбалансированную информацию о событиях и ситуациях, которые могут повлиять на посещаемость туристами; при этом пресса и другие средства массовой информации никоим образом не должны способствовать секс-туризму.

Глава 10. ИНЫЕ ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Статья 49. Экскурсионная деятельность. Договор оказания экскурсионных услуг

1. Для организации оказания экскурсионных услуг группе туристов или экскурсантов организаторы туризма обязаны пользоваться услугами квалифицированных специалистов-экскурсоводов (гидов, гидов-переводчиков), имеющих надлежащую лицензию или аккредитацию дестинации (музея, храма, монастыря, иного объекта туристского показа, национального парка).

2. Правила оказания услуг экскурсоводов определяются в договорах организаторов туризма или индивидуальных туристов (экскурсантов) — с лицами, оказывающими услуги экскурсовода (гида, гида-переводчика). Общие положения о договоре оказания возмездных услуг применяются к договору оказания экскурсионных услуг, если это не противоречит положениям настоящей статьи, а также особенностям предмета договора оказания экскурсионных услуг.

3. Заключение договора (присоединение к договору) оказания экскурсионных услуг удостоверяется экскурсионной путевкой. Форма экскурсионной путевки определяется в порядке, предусмотренном уполномоченным государственным органом по туризму.

4. Договор оказания экскурсионных услуг является публичным договором, если иное не вытекает из существа договора.

5. Лицо, оказывающее экскурсионные услуги, обязано до заключения договора предоставить организатору туризма или экскурсанту необходимую и достоверную информацию о туристско-экскурсионном предприятии, экскурсионном бюро, об услугах, их видах и особенностях, квалификации экскурсовода, о порядке и сроках оплаты услуг, а также сообщить экскурсанту по его просьбе другие относящиеся к договору и соответствующие экскурсионным услугам сведения.

6. В договоре на оказание экскурсионных услуг указываются следующие условия:

- наименование экскурсионного предприятия (туристско-экскурсионного, экскурсионного бюро), его реквизиты, в том числе банковские, юридический и фактический адреса, реквизиты связи, данные свидетельства о регистрации, лицензий;
- виды предоставляемых услуг (виды экскурсий);
- фамилия, имя, отчество экскурсовода; информация о наличии лицензии или аккредитации экскурсовода;
- тема экскурсии;
- количество экскурсантов в группе;
- порядок оплаты экскурсионных услуг;
- место встреч-проводов (сбора экскурсии) и сроки проведения экскурсии;
- наличие этапа и средства перевозки, условия страхования;
- требования и условия обеспечения безопасности экскурсантов на маршруте;
- язык, на котором проводится экскурсия;
- иные условия, предусмотренные национальным законодательством, а также определяемые соглашением сторон.

Статья 50. Средства размещения. Договор оказания услуг размещения (гостиничных услуг)

1. Под средством размещения понимается имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг размещения (ночевки), — это гостиницы (отели), мотели, дома для приезжих, (молодежные) хостелы, городки и лагеря отдыха, дома отдыха, санатории, пансионаты, гостевые дома, квартиры для приезжих, мини-отели, клубы с размещением (таймшер), предприятия по размещению на дому, туристские базы, приюты. Средства размещения разделяются на коллективные и индивидуальные.

2. Клубы с размещением (таймшер) относятся к коллективным средствам размещения,

правилами которого предусмотрены владение, пользование и распоряжение в рамках правил кондоминиума единицей (модулем, апартаментами) отдыха на основе предварительной оплаты на несколько лет вперед и с обязательной уплатой взносов на управление, периодичность отдыха не реже одного раза в год или два года, ограничение срока отдыха временным отрезком, обычно кратным неделе, с наличием комплекса туристского обслуживания, предоставляемого владельцу (члену клуба) бесплатно или на платной основе сообразно уставу клуба.

3. По договору оказания гостиничных услуг одна сторона — исполнитель (гостиница) обязуется по заданию другой стороны — потребителя (туриста, гостя, посетителя, постояльца, клиента) предоставить услуги размещения, а потребитель обязуется такие услуги оплатить.

4. Договор оказания гостиничных услуг является публичным договором. Гостиница обязана до заключения договора предоставить гостю необходимую и достоверную информацию о гостиничных услугах и об исполнителе, сведения о категории (классификации).

5. Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах гостиницы, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Информация размещается в помещении, предназначенном для оформления проживания, в удобном для обозрения месте и в обязательном порядке включает в себя:

- правила предоставления гостиничных услуг (услуг средств размещения), а также правила оказания услуг в индустрии гостеприимства и договорах присоединения;

- сведения об исполнителе и его реквизиты;

- свидетельство о присвоении гостинице соответствующей категории, если такая категория присваивалась;

- сведения о сертификации услуг, подлежащих обязательной сертификации (номер сертификата, срок его действия, сведения об органе, его выдавшем);

- сведения о номере лицензии, сроке ее действия, об органе, выдавшем лицензию, если данный вид деятельности подлежит лицензированию;

- извлечения из государственного стандарта, устанавливающего требования в области оказания услуг;

- стоимость номеров (места в номере);

- перечень услуг, входящих в стоимость номера (места в номере);

- перечень и прейскурант цен на дополнительные услуги, оказываемые за отдельную плату;

- сведения о форме и порядке оплаты услуг;

- предельный срок проживания в гостинице, если он установлен исполнителем;

- перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании услуг в соответствии с законами и иными нормативными правовыми актами;

- порядок проживания в гостинице;

- сведения о работе размещенных в гостинице предприятий общественного питания, торговли, связи, бытового обслуживания и других;

- сведения об органе по защите прав потребителей при местной администрации, если такой орган имеется.

6. Исполнитель обязан обеспечить наличие в каждом номере информации о порядке проживания в гостинице, правилах противопожарной безопасности и правил пользования электробытовыми приборами. Указанная информация должна доводиться до сведения потребителей на государственном языке и дополнительно, по усмотрению исполнителя, других языках гостей.

7. Существенным условием договора оказания гостиничных услуг являются сведения о стоимости, составе и качестве услуг (категории номера), расчетном часе и времени (периоде)

предоставления услуг и сроке договора.

8. Потребитель обязан оплатить предоставленные ему гостиничные услуги в сроки и в порядке, которые указаны в договоре, а также соблюдать установленный исполнителем порядок проживания и правила противопожарной безопасности.

9. Гостиница отвечает перед гостями за невозможность оказания гостиничных услуг, возникшую в результате продажи (бронирования) услуг в количестве, превышающем реальное число номеров (мест) в гостинице, необходимых для их оказания (овербукинг). В этом случае гостиница обязана за свой счет оказать услуги по размещению гостя в другой гостинице — аналогичной равной или более высокой категории (класса) и находящейся в этой же местности (районе), а также возместить гостю необходимые расходы по его переезду в новую гостиницу.

10. В случае отсутствия иных гостиниц в данной местности (районе) или отказа потребителя от договора на гостиничные услуги гостиница обязана возместить потребителю убытки, связанные с ненадлежащим исполнением договора, а также уплатить неустойку (штраф), определяемую по соглашению сторон, но не менее чем стоимость услуг по размещению за одни сутки.

11. Гостиница вправе отказаться от договора оказания гостиничных услуг в следующих случаях:

а) если состояние здоровья потребителя угрожает безопасности самого постояльца или других лиц, что подтверждается медицинскими документами, а равно создает беспорядок и неустраимые неудобства для других лиц;

б) если потребитель отказывается оплатить гостиничные услуги в порядке и сроки, установленные договором;

в) если гость нарушает правила проживания в гостинице, создает угрозу жизни или здоровью других лиц;

г) если в вещах (имуществе), находящихся при потребителе, наличествуют предметы или вещества, создающие (способные создать) угрозу жизни или здоровью других лиц.

12. В случае отказа гостиницы от договора потребителю возвращается сумма, уплаченная за размещение и временное проживание в гостинице, за вычетом стоимости реально предоставленных гостиницей услуг до момента отказа от договора.

13. Потребитель вправе расторгнуть договор оказания гостиничных услуг и потребовать полного возмещения убытков, если:

– обнаружены существенные недостатки в оказанной услуге или иные существенные отступления от условий договора,

– исполнитель в установленный срок не устранил эти недостатки.

13. Иные условия договора оказания гостиничных услуг определяются правилами оказания услуг в индустрии гостеприимства и договорах присоединения, утверждаемыми правительством в соответствии с гражданским законодательством, настоящим Законом и законодательством о защите прав потребителей.

Статья 51. Договор на организацию туристского обслуживания в средствах размещения

1. Туроператор и гостиница при осуществлении гостиничного обслуживания туристов могут заключать договоры краткосрочного (единичного или группового) размещения, долгосрочной организации гостиничного обслуживания.

2. По договору об организации гостиничного обслуживания гостиница на основании заявки (бронирования, резервирования) обязуется в установленные сроки и (или) в соответствии с заранее определенной программой пребывания осуществлять гостиничное обслуживание туристов, направляемых туроператором. Порядок бронирования (резервирования), цены, групповые и корпоративные скидки и наценки, порядок оплаты услуг указываются в договоре или заявке на бронирование.

3. В договоре на организацию туристского обслуживания в средствах размещения (об организации гостиничного обслуживания) определяются порядок бронирования, сроки, виды

и характеристики оперативной связи для бронирования, коды услуг, порядок подтверждения приема и предварительного размещения для групп, количество туристов и сопровождающих лиц, сроки и порядок их прибытия и убытия (извещения о прибытии), перечень и виды предоставляемых услуг, в том числе услуг подноски багажа, питания, количество, категории (классы) номеров, формы туристских путевок (ваучеров), как индивидуальных, так и групповых, листов отметок об оказанных услугах, сроки и порядок расчетов, виды и цены на дополнительные услуги, а также другие существенные условия организации гостиничного обслуживания, предусмотренные соглашением сторон.

4. В соответствии с договором на организацию гостиничного обслуживания гостиница обязана гарантировать туроператору, что ассортимент, качество и объем услуг, предоставляемых туристам, должны соответствовать ассортименту, качеству и объему услуг, предоставляемых гостиницей другим гостям. Гостиница самостоятельно несет ответственность за непредоставление или ненадлежащее предоставление туристам гостиничных услуг, указанных гостиницей в информационных и рекламных проспектах, буклетах, офертах и других печатных и электронных изданиях, но не включенных в туристскую путевку (ваучер).

Глава 11. ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Статья 52. Объединения субъектов туристской индустрии и некоммерческие организации в сфере туризма и туристской индустрии

1. Субъекты туристской индустрии — юридические лица и граждане, оказывающие туристские услуги — в целях консолидации и защиты своих прав и интересов, в целях саморегулирования их деятельности могут образовывать хозяйственные или общественные (некоммерческие) объединения предприятий, которые являются юридическими лицами, либо без создания юридических лиц, или вступать в такие объединения (холдинги, торгово-промышленные палаты, ассоциации, гильдии) в установленном законом порядке.

2. Саморегулируемые организации, указанные в пункте 1, могут выполнять следующие функции:

- защищать интересы субъектов туристской индустрии;
- разрабатывать собственные стандарты туристской, гостиничной, экскурсионной и других видов деятельности в сфере туристской индустрии;
- выступать гарантом консолидированной финансовой ответственности членов саморегулируемой организации;
- разрабатывать и поддерживать собственные системы контроля качества осуществления деятельности в сфере туристской индустрии;
- содействовать повышению уровня профессиональной подготовки работников и специалистов в сфере туризма;
- содействовать разработке образовательных программ по профессиональному обучению в сфере туризма;
- участвовать в работе общественных организаций, объединений, координационных и иных советов.

2. Местные сообщества (органы местного самоуправления) имеют право сотрудничать при осуществлении своих полномочий в рамках действующего законодательства с другими местными сообществами, а также образовывать и (или) вступать в общественные организации, ассоциации в целях выполнения задач развития туризма и туристской индустрии на местном уровне.

3. Граждане в целях реализации и защиты своих прав и законных интересов, формирования общественного мнения в субъектах туристской индустрии, а также обеспечения иных прав в сфере туризма и совершения путешествий могут объединяться в общественные объединения (туристские клубы, ассоциации, федерации, гильдии), создавать иные некоммерческие организации в соответствии с действующим законодательством.

4. Общественные и некоммерческие организации в сфере туризма и туристской индустрии могут направлять свою деятельность:

- на представление и защиту интересов и прав граждан — потребителей туристского продукта и услуг, а также участников туристской деятельности и их работников;
- представительство в советах по туризму, общественных палатах, иных организациях;
- формирование и распространение информации о туристских ресурсах;
- подготовку предложений в органы государственного регулирования туризма по развитию туризма, курортно-рекреационной сферы, охране туристских ресурсов, их сохранению и восстановлению, порядку использования;
- популяризацию туризма и содействие его развитию;
- разработку собственных стандартов туристского, гостиничного, экскурсионного и другого обслуживания, одобрение кодексов устоявшейся практики и правил профессиональной этики;
- разработку и внедрение собственных систем контроля качества туристских услуг и услуг предприятий туристской индустрии;
- совершенствование образовательных программ по профессиональному обучению в отрасли туризма, повышение уровня профессиональной подготовки работников и специалистов в отрасли туризма;
- проведение научных исследований в сфере туризма и туристской индустрии, маркетинговых и консалтинговых работ;
- ведение юридической защиты граждан и разрешение споров в сфере туризма (третейский суд);
- образование фондов поддержки и развития туризма, благотворительных фондов, консолидацию финансовых средств и направление их на решение задач развития и поддержки туризма, в том числе на поддержку социального туризма, а также защиту финансовой ответственности членов.

5. Общественные организации функционируют на принципах саморегулируемых организаций в отрасли туризма и взаимодействуют с государственными структурами и уполномоченным государственным органом по туризму.

Статья 53. Общественный совет по туризму, его статус и правовое положение

1. Общественный совет по туризму учреждается высшим органом законодательной власти государства и является независимой общественной организацией, главной целью которой является консультативное, методическое, научно-методическое обеспечение регулирования туристской деятельности и активное содействие органам государственного регулирования туризма и туристской отрасли, органам государственного регулирования туризма и туристской индустрии административно-территориальных образований дестинаций (туристской индустрии и смежных отраслей, участвующих в создании национального, регионального и местного туристского продукта):

- в достижении гармоничного развития туристского комплекса, действующего на цивилизованных основах;
- рациональном и эффективном использовании национального достояния — уникальных туристских ресурсов страны для удовлетворения потребностей и прав граждан на путешествия и отдых;
- повышении доходности туристского комплекса и туристской деятельности для бюджетов всех уровней и участников туристской деятельности;
- в защите прав и законных интересов граждан (туристов) в условиях чрезвычайных ситуаций, в условиях природных и техногенных катастроф за пределами территории государства;
- в борьбе с криминалом и коррупцией в сфере туризма, противоправном использовании туризма и его методов;
- в гармоничном продвижении национального и регионального туристского продукта на отечественный и мировые рынки, создании устойчивого имиджа государства как зоны,

благоприятной для туризма.

2. В своей деятельности Общественный Совет взаимодействует с профильными комитетами законодательного органа и посредством их с правительством и органами исполнительной власти, министерствами и ведомствами, другими органами исполнительной и законодательной власти в регионах и на местах, производственными, учебными, общественными организациями по принадлежности к предмету деятельности. Решения Общественного совета носят рекомендательный характер.

3. Правовую основу деятельности Общественного совета по туризму составляют конституция, действующее законодательство, указы и распоряжения президента, распоряжения и приказы уполномоченного государственного органа по туризму, региональное законодательство, а также международные акты, конвенции, соглашения, участником которых является государство, а также положение об Общественном совете по туризму.

4. Основными функциями Общественного совета являются:

1) функции общественного контроля:

а) деятельности органов исполнительной власти всех уровней, в том числе органов исполнительной власти административно-территориальных образований дестинаций;

б) соблюдения международного и федерального законодательства, федеральных и региональных программ в сфере туризма и туристской индустрии;

в) расходования государственных бюджетных и внебюджетных средств, выделяемых на развитие туризма и туристской индустрии;

2) функции координации деятельности законодательных, исполнительных, производственных и общественных организаций в сфере туризма и туристской индустрии;

3) развитие и совершенствование методологии выявления и оценки, прогнозирования угроз экономической безопасности личности, общества и государства, а также оценка проводимых мероприятий по обеспечению безопасности государства в сфере туризма и смежных, сопровождающих и истекающих из туристской деятельности;

4) аналитические и рекомендательные функции в сфере государственного регулирования деятельности в сфере туризма и смежных областях, создания правового пространства для установления эффективных отношений участников туристской деятельности, обеспечивающих гарантии соблюдения прав человека при совершении путешествий и ином проведении времени отдыха, предоставляемых конституцией;

5) защита прав потребителей и производителей туристского продукта, третейское разрешение возникающих споров;

6) выявление и предупреждение случаев коррупции и злоупотребления служебным положением государственных чиновников.

5. Основными методами достижения поставленных целей Общественного совета по туризму являются:

– разработка рекомендаций по формированию основ государственной и региональной политики в сфере национального и международного туризма;

– проведение сравнительного анализа теоретических положений и практических мероприятий по реализации государственной политики в развитии туризма и туристской индустрии в аспектах национальной безопасности высокоразвитых зарубежных стран;

– участие в рассмотрении и оценке информации о состоянии развития туризма и туристской индустрии в государстве в аспектах национальной экономической безопасности, использовании ресурсной базы (туристских ресурсов — национального достояния) и об угрожающих факторах;

– проведение комплексной научной экспертизы проектов концепций, аналитических документов, формирования туристского комплекса, государственной политики в сфере туризма и развития туристской индустрии, включая вопросы визового режима, приграничных отношений и туристской деятельности, экспертизы по научно-организационным, экономическим, экологическим, международным и правовым вопросам в

связи с туризмом и туристской деятельностью в аспектах экономической безопасности государства;

- научная проработка вопросов обеспечения национальной безопасности государства и экспертиза предложений по важнейшим направлениям государственной политики в отношении развития внутреннего и международного туризма, в сфере обеспечения прав и свобод граждан и личности, общества и государства, развития информационной инфраструктуры, разработки мер по обеспечению независимости и государственной целостности;

- разработка рекомендаций и предложений, проведение экспертизы и выдача заключений по проектам законодательных и нормативных актов всех уровней, как национальных, так и региональных,

- разработка рекомендаций и предложений, проведение экспертизы и выдача заключений по проектам адресных и целевых (и иных) национальных и региональных программ развития туризма и туристской индустрии;

- проведение научного анализа и экспертизы разрабатываемых мер и оперативных решений по предотвращению чрезвычайных ситуаций в связи с туристской деятельностью и туристами с существенными социально-политическими и экономическими, экономическими и иными последствиями;

- консультационная деятельность и выработка рекомендаций для органов исполнительной и законодательной власти всех уровней, общественных организаций, предприятий туристской отрасли и отраслей гостеприимства и аттракций, торговли и иных, прямо или опосредованно участвующих в создании национального, регионального и местного туристского продукта;

- содействие органам наркоконтроля, таможни и пограничных служб в предупреждении, выявлении и пресечении противоправных действий участников туристской деятельности;

- контроль за законностью осуществления туристскими фирмами и предприятиями сферы туризма своей деятельности,

- участие в подготовке аналитических и информационных материалов для руководителя уполномоченного государственного органа по туризму, а также информационных материалов о деятельности Общественного совета по туризму,

- подготовка ежегодного доклада о состоянии туризма и туристской индустрии.

6. Финансирование деятельности Общественного совета предусматривается из средств Специального фонда по туризму.

7. Численность состава Общественного совета по туризму и регламент его работы определяются учредителем. Состав Общественного совета формируется из представителей общественных организаций туризма и туристской индустрии — 50%, представителей туристской отрасли — 25% и представителей региональной туристской администрации.

Глава 12. ФОНДЫ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Статья 54. Фонды поддержки и развития туризма

В целях эффективного развития отрасли, освоения туристских ресурсов, развития туристских центров и формирования сети средств размещения могут создаваться бюджетные и внебюджетные межгосударственные, общегосударственные (а также региональные) и частные фонды поддержки туризма и туристской индустрии.

Статья 55. Специальный фонд развития туризма и туристской индустрии

1. В целях реализации государственных программ развития туризма и туристской индустрии правительством государства по принадлежности учреждается Специальный фонд поддержки и развития туризма. Управление Специальным фондом поддержки и развития туризма осуществляется уполномоченным государственным органом по туризму при участии Общественного совета.

2. Специальный фонд поддержки и развития туризма формируется:

- из бюджетных ассигнований в соответствии с программами развития туризма, утвержденными правительством;
- добровольных взносов хозяйствующих субъектов, осуществляющих туристскую деятельность;
- 25% средств от выдачи туристских лицензий и патентов, обязательной туристской экспертизы объектов;
- 10% средств от грантов на научные исследования и разработки в сфере туризма;
- пожертвований частных лиц и спонсорских поступлений;
- поступлений от туристских лотерей и облигационных займов;
- внебюджетных средств на поддержку и развитие туризма;
- других средств в соответствии с законодательством.

3. Из средств Специального фонда поддержки и развития туризма и туристской индустрии финансируются программы и мероприятия, включенные в программы развития туризма, в том числе в первоочередном порядке:

- программы и деятельность по созданию, развитию и продвижению национального туристского продукта;
- пропагандистская, представительская и рекламно-информационная деятельность в сфере туризма, в том числе за рубежом;
- научная деятельность в сфере туризма, в том числе мониторинг туристских ресурсов, изучение туристского рынка, информационно-справочная деятельность в сфере туризма;
- программы охраны и сохранения окружающей среды и историко-культурных объектов природного и культурного наследия;
- образовательная деятельность по подготовке и повышению квалификации кадров в сфере туризма (именные стипендии, образовательные гранты, а также гранты аспирантам и научным работникам на научные исследования и для написания диссертаций);
- проекты и деятельность в сфере социального туризма;
- кредитование инвестиционных проектов;
- деятельность Общественного совета по туризму.

4. Средства Специального фонда могут использоваться для оказания помощи туристам, находящимся в районах бедствия, чрезвычайных ситуаций, экстренного возвращения туриста на родину в форс-мажорных обстоятельствах, а также для оперативного финансирования покрытия (возмещения) рисков банкротства организаторов туризма, имеющих установленные финансовые гарантии обеспечения своей деятельности (банковскую гарантию или страховой полис).

5. Выбор подрядчиков и финансирование работ осуществляются на конкурсной основе в условиях гласности.

6. Уполномоченный государственный орган по туризму ежегодно представляет Правительству отчет об использовании средств Специального фонда поддержки и развития туризма. Отчет публикуется в средствах массовой информации.

Глава 13. БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИЗМА

Правительства имеют право и несут обязанность, особенно в кризисных ситуациях, информировать своих граждан о сложных условиях и даже опасностях, с которыми они могут столкнуться при поездках за границу; однако они должны сообщать такие сведения, не нанося неоправданного или преувеличенного ущерба туристской индустрии принимающих стран и интересам компаний в своих странах; содержание таких возможных предупреждений должно предварительно обсуждаться с властями принимающих стран и заинтересованными профессионалами; выработанные рекомендации должны строго соответствовать серьезности сложившихся ситуаций и ограничиваться теми географическими зонами, в которых подтверждены проблемы с безопасностью; эти предупреждения должны смягчаться или отменяться, как только восстанавливается нормальное положение.

Статья 56. Обеспечение безопасности туризма

1. Безопасность туризма включает в себя комплекс правовых, организационных, социально-экономических и других мер, направленных на обеспечение личной безопасности граждан в случае наличия вредных факторов (факторов риска, а именно — травмоопасности, пожароопасности, воздействия окружающей среды, биологического воздействия, психофизических нагрузок, опасности вредных излучений, повышенной запыленности и загазованности, других специфических факторов риска) при занятии туризмом, сохранности их имущества, чести и достоинства, ненанесение ущерба окружающей природной среде, а также систему мер противодействия использованию туризма в целях терроризма, незаконной миграции, контрабанды, перевозки наркотиков, сексуальной, трудовой и иной эксплуатации граждан.

2. Безопасность туризма на территории дестинации гарантируется государством. Государственные власти дестинации должны обеспечивать защиту туристов и посетителей и их имущества; они должны уделять особое внимание безопасности иностранных туристов, учитывая их особую потенциальную уязвимость; они содействуют принятию конкретных мер по информированию, защите, страхованию и помощи, отвечающих потребностям иностранных туристов; необходимо строго преследовать в соответствии с национальным законодательством покушения, нападения, ограбления и угрозы, касающиеся туристов и работников туристской индустрии, а также преднамеренное нанесение ущерба туристским объектам и объектам культурного и природного наследия.

3. Государство гарантирует своим гражданам, пребывающим за рубежом в целях туризма, в необходимых случаях достаточную и эффективную защиту и покровительство, а также эффективную помощь в случаях чрезвычайных ситуаций и бедствий.

4. При разработке туристских маршрутов должны отрабатываться эффективные правовые, организационные, технические и иные мероприятия по снижению до приемлемого уровня факторов риска и предусматриваться необходимые меры для обеспечения безопасности граждан и других участников туристской деятельности. В целях обеспечения безопасности туризма территории дестинации, по которым проходят туристские маршруты и туристские тропы, должны оборудоваться надлежащими информационными знаками, графическими символами и обозначениями единой системы.

5. До начала тура организаторы туризма и исполнители туристских услуг обязаны обеспечивать туристов напрямую или через туроператоров (турагентов) необходимой и достаточной информацией, инструкциями и правилами по обеспечению безопасности туристов на всех этапах тура, об особенностях и потенциальных опасностях данного региона, составленными на государственном языке и, в случае обслуживания иностранных граждан, на доступном (общепринятом) языке, а также информировать туристов о порядке расследования и оформления акта о непредвиденных ситуациях, несчастных случаях и т.д.

6. В договор на оказание туристских услуг, осуществление тура, реализацию туристского продукта, должно быть включено условие возможности мотивированного одностороннего отказа гражданина от исполнения такого договора в связи с наступлением после его заключения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении или возможности возникновения в планируемом месте пребывания (дестинации) туристов угрозы безопасности их жизни и здоровья, опасности причинения вреда их имуществу, при этом возникает обязанность возмещения гражданам оплаченных, но не оказанных услуг. Априори такими условиями является объявление (информирование) граждан и иных участников туристской деятельности уполномоченным государственным органом по туризму или иным компетентным органом государственной власти о нежелательности въезда в иностранное государство, в котором возникла чрезвычайная ситуация.

7. Уполномоченный государственный орган по туризму информирует участников туристской деятельности об угрозе безопасности туристов в месте пребывания (природных или техногенных катастрофах, террористической угрозе, неблагоприятной социальной или политической обстановке). Информация должна соответствовать серьезности ситуаций и

ограничиваться теми географическими зонами, в которых подтверждены проблемы с безопасностью. Данные сведения не должны наносить неоправданного или несоразмерного ущерба туристской индустрии места временного пребывания.

8. Средства массовой информации, учредителями (соучредителями) которых являются государственные органы, незамедлительно и безвозмездно предоставляют государственным органам исполнительной власти в сфере туризма возможность безвозмездно публиковать информацию об угрозе безопасности туристов и возникновении обстоятельств природных, техногенных катастроф и случаев терроризма.

9. Субъекты туристской индустрии самостоятельно разрабатывают конкретные мероприятия по обеспечению безопасности туристов, экскурсантов, в том числе по предотвращению травматизма и несчастных случаев в соответствии со стандартами безопасности туристских услуг и несут ответственность за их выполнение.

10. С целью обеспечения безопасности туристов субъекты туристской индустрии обязаны:

- осуществлять подготовку безопасных условий для пребывания туристов, обустройство трасс походов, прогулок, экскурсий, мест проведения соревнований, обеспечение туристов исправным снаряжением и инвентарем;

- проводить обучение туристов и экскурсантов средствам профилактики и защиты от травм и несчастных случаев, инструктаж по предоставлению первой медицинской помощи;

- предоставлять туристам исчерпывающие и достаточные сведения об особенностях тура, а также об опасностях, которым они могут подвергнуться при занятии туризмом, и осуществлять предупредительные меры, направленные на обеспечение их безопасности;

- осуществлять контроль за подготовкой и профилактикой мер безопасности туристов и экскурсантов.

11. Субъекты туристской индустрии, осуществляющие деятельность по организации активного передвижения туристов, а также организации массового отдыха туристов в горных и спелеологических районах, должны пользоваться услугами профессионально подготовленных инструкторов по туризму, имеющих соответствующую квалификацию, а также опыт прохождения туристских маршрутов и обеспечения безопасности туристов при их прохождении.

12. Субъекты туристской индустрии обязаны незамедлительно информировать органы исполнительной власти и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях с туристами во время поездки, а также о невозвратившихся туристах.

13. Туристы, предполагающие совершить тур (путешествие, туристскую поездку) в государство (место) пребывания, в котором они могут подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями Всемирной организации здравоохранения.

14. Органы местного самоуправления места временного пребывания обязаны обеспечивать туристам (экскурсантам) возможность беспрепятственного получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи, а в необходимых случаях — доступ к средствам связи.

15. Оказание необходимой помощи туристам, терпящим бедствие в пределах территории государства, осуществляется специализированными службами, определяемыми правительством. Перечень специализированных служб определяется постановлением правительства.

16. Власти государств, направляющих и принимающих туристов, в контакте с заинтересованными участниками туристской деятельности и их ассоциациями должны обеспечивать принятие и соблюдение туристскими компаниями правил и обязательств по репатриации туристов в случае несостоятельности компаний, организовавших их поездки. В случаях возникновения чрезвычайных ситуаций государство принимает меры по защите интересов туристов (экскурсантов и иных лиц) за пределами государства, в том числе меры по их эвакуации из страны временного пребывания.

17. Координацию деятельности и взаимодействия между органами государственной власти, органами государственной власти административно-территориальных образований, а также субъектами, осуществляющими туристскую деятельность, перевозчиками, дипломатическими представительствами иностранных государств, на территории которых произошли чрезвычайные ситуации, осуществляет орган, назначенный правительством, или уполномоченный государственный орган по туризму.

18. Президент государства, а также по его поручению правительство разрабатывают и организуют выполнение программ обеспечения защиты и безопасности туристов.

19. Туристы, предполагающие совершить путешествие в государство (место) временного пребывания, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.

20. Оказание необходимой помощи туристам, терпящим бедствие на территории государства, осуществляется специализированными службами, определяемыми правительством.

Статья 57. Страхование туристов

1. Организаторы туризма, одновременно с заключением договора продажи туристского продукта, тура, оказания услуг туристского обслуживания, обязаны застраховать риск возникновения непредвиденных расходов туриста в период его пребывания в туристской поездке, в том числе за рубежом. В общем случае — это обязательное медицинское страхование (от внезапного заболевания, несчастного случая с покрытием медицинских расходов, страхование жизни).

2. Организатор туризма должен предлагать заказчикам страхование депозитов, иных сумм по предварительным договорам и расходам на подготовку туристского обслуживания (путешествия, поездки) на случай отказа в выезде, отказа в выдаче визы или невыезда по определенным другим причинам, не зависящим от заказчика. Отказ заказчика от видов такого страхования обуславливает несение расходов по такому случаю на его риск и за его счет.

3. Минимальный размер страхового возмещения по договору страхования определяется в соответствии с требованиями законодательства государства (дестинации) временного пребывания, в том числе законодательства иностранного государства — места временного пребывания туристов, но в любом случае не может быть менее суммы, эквивалентной 25 тысячам американских долларов.

4. Страхование туристов выполняется страховыми организациями, имеющими лицензию на право осуществления данного вида страхования.

5. Обязательное страхование на этапах любой перевозки осуществляется по правилам страхования данного вида услуг (услуг перевозки). При осуществлении программ выездного туризма обязательным является страхование рисков, связанных с ситуациями природного и техногенного характера, а также терроризма.

6. Страховой полис должен быть оформлен на государственном языке и общепринятом языке туристского региона (страны) по принадлежности направления туристской поездки за рубеж.

7. Правительство вправе установить к туристам, въезжающим на территорию государства, требование о наличии свидетельства о страховании жизни и здоровья.

Статья 58. Финансовая ответственность организаторов туризма и исполнителей туристских услуг

1. Организаторы туризма (туроператоры), а также основные исполнители туристских услуг (перевозчики и предприятия средств размещения), обязаны предоставить субсидиарно (пропорционально стоимости услуг от общей стоимости оплачиваемого туристского продукта) финансовые гарантии (или страхование) своей деятельности и состоятельности, а также на случай банкротства или невыполнения обязательств, вытекающих из договора между ним и заказчиком или потребителем.

Таковыми событиями признаются нарушения обязательств в части:

- невыезда в туристскую поездку или возвращения потребителя в исходный пункт поездки, если договор предусматривает оказание услуг по перевозке пассажиров;
- оказания потребителю услуг по его размещению, в том числе при возвращении в исходный пункт поездки, если договор предусматривает оказание таких услуг,
- возврата потребителю суммы предоплаты (возвратного депозита), в случае если поездка не состоялась, либо выплаты компенсации за несостоявшуюся часть поездки.

2. Для целей настоящей статьи Закона туристская деятельность в дестинации в связи с приемом туристов (въездной и внутренний туризм) по договорам агентирования, а также поручения, приравнивается к туроператорской.

3. Наличие финансовых гарантий, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, при оказании туристских и (или) туристско-экскурсионных услуг в пределах государства подтверждается договором страхования ответственности либо гарантией кредитного или иного финансового учреждения. Для внутреннего туризма размер консолидированной финансовой гарантии (страхового возмещения) должен составлять 1% от объема планируемого оборота, но не менее 10 тысяч американских долларов.

4. Наличие финансовых гарантий, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, при оказании туристских и (или) туристско-экскурсионных услуг международного туризма (въездной или выездной туризм) подтверждается договором страхования ответственности или гарантией кредитного или иного финансового учреждения. При оказании услуг международного туризма размер консолидированной финансовой гарантии должен составлять 1% от объема планируемого оборота, но не менее 100 тысяч американских долларов.

5. При заключении договора страхования и выдаче гарантии кредитного или небанковского финансового учреждения учитываются имеющиеся договоры страхования или гарантии. Перечень страховых случаев и предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи событий (ряда событий) для обеспечения финансовой ответственности организаторов туризма, а также основных исполнителей туристских услуг согласовывается уполномоченным государственным органом по туризму.

6. Планируемый туристский оборот на текущий год и размер финансовой гарантии заявляются уведомлением (с подтверждающей документацией) туроператором в установленном порядке уполномоченному государственному органу по туризму не позднее ноября месяца года, предшествующего отчетному. При превышении заявленного туристского оборота туроператор платит штрафные санкции уполномоченному государственному органу по туризму в размере 1% от суммы превышения туристского оборота. Контроль и надзор за правильностью обеспечения финансовой ответственности возлагаются на уполномоченный государственный орган по туризму.

7. По гарантии кредитного или иного финансового учреждения или по договору страхования ответственности организатора туризма (туроператора или турагента) гарант или страховщик за обусловленную гарантией или договором плату при наступлении предусмотренного по пунктом 1 настоящей статьи события (ряда событий) обязан возместить физическому или юридическому лицу понесенные убытки, причиненные вследствие наступления этого события (ряда событий).

8. Гарантия финансовой ответственности туроператора (турагента) выдается или договор страхования заключается в пользу неопределенного круга лиц, за исключением уполномоченного государственного органа по туризму и его представительств.

9. Основанием для возмещения убытков и выплат, предусмотренных пунктом 7 настоящей статьи, является решение суда, вступившее в законную силу.

10. Саморегулируемые организации субъектов туристской индустрии могут предоставлять консолидированную гарантию финансовой ответственности своих членов из расчета 1/50 от общей суммы гарантии в размере не менее 1 тысячи американских долларов на каждые 50 членов этой организации.

Глава 14. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ И НАУЧНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИЗМА

Статья 59. Профессиональные требования и квалификация работников в сфере туризма

1. К деятельности в сфере туризма и туристской индустрии, в том числе формированию, продвижению, продаже и исполнению (оказанию) туристских услуг (бронирования, гостиничных, транспортных, экскурсоводческих и др.) допускаются только лица, имеющие надлежащее профессиональное образование, подготовку и переподготовку, имеющие соответствующие дипломы, аттестаты, сертификаты и т.д. (образовательный ценз).

2. Руководителем организации, а также индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность в сфере туризма и туристской индустрии, может быть только гражданин государства по принадлежности территории, имеющий высшее или послевузовское профессиональное образование и стаж работы в туризме не менее трех лет. Порядок исчисления стажа работы в туризме определяется законодательством государства по принадлежности.

3. Экскурсоводы (гиды, гиды-переводчики), инструкторы по туризму, индивидуальные предприниматели и руководители юридических лиц, осуществляющих туристскую, экскурсионную и гостиничную деятельность, обязаны проходить обучение по программам дополнительного профессионального образования в сфере туризма (переподготовку) не реже одного раза в три года. Порядок прохождения обучения по программам дополнительного профессионального образования в сфере туризма, а также сроки и виды программ определяются в порядке, установленном законодательством государства.

4. Физическое лицо, имеющее намерение оказывать услуги экскурсовода (гида, гида-переводчика), инструктора по туризму, обязано пройти проверку квалификации — аттестацию и аккредитацию в органе исполнительной власти дестинации. Аттестация осуществляется в форме квалификационного экзамена. Лицам, успешно сдавшим квалификационный экзамен, выдается квалификационный аттестат на занятие соответствующим видом деятельности. Квалификационный аттестат выдается без ограничения срока его действия. Владелец аттестата вносится в реестр субъектов туристской индустрии. Срок аккредитации не должен превышать пяти лет.

Статья 60. Профессиональная подготовка специалистов для туризма

1. Профессиональное образование в сфере туризма осуществляется образовательными организациями, имеющими лицензии на образовательную деятельность.

2. Профессиональная подготовка, переподготовка, постуниверситетское образование, а также повышение квалификации кадров в отрасли туризма и туристской индустрии осуществляются на основе единых образовательных стандартов государственными и негосударственными средними и высшими учебными заведениями, аттестованными и аккредитованными в порядке, определенном законодательством.

3. Подготовка отдельных категорий специалистов (гидов-переводчиков, экскурсоводов, спортивных инструкторов, проводников и т. п.), а также переподготовка профессиональных кадров по определенному образовательному и квалификационному уровню, могут осуществляться в порядке, установленном для специализированных образовательных учреждений.

4. Уполномоченный государственный орган по туризму принимает участие в подготовке учебных планов и программ обучения специалистов в отрасли туризма, их профессиональной подготовке, переподготовке и повышении квалификации, утверждает перечень должностей специалистов туристского сопровождения, квалификационные требования к ним, порядок аттестации экскурсоводов и гидов-переводчиков.

5. Направления и специальности программ профессионального образования, а также виды документов о профессиональном образовании в сфере туризма определяются законодательством государства об образовании.

Статья 61. Взаимное признание образовательных дипломов, аттестатов и сертификатов туристского образования и переподготовки

Государства — участники СНГ осуществляют подготовку кадров для сферы туризма по единым методикам, программам и образовательным стандартам. В связи с этим они взаимно признают для целей туризма, в том числе целей лицензионных условий при определении образовательного ценза, дипломы, аттестаты, сертификаты и свидетельства аккредитации работников сферы туризма, выданные на основании прохождения обучения в средних, высших учебных заведениях, а также иных образовательных учреждениях государств Содружества, имеющих государственную аттестацию и аккредитацию в соответствии с действующим национальным законодательством.

Статья 62. Научные исследования в сфере туризма

1. Научные исследования в сфере туризма проводятся государственными и негосударственными, в том числе общественными, научными учреждениями, академиями, институтами, лабораториями и иными научными организациями в целях:

- формирования унифицированных, системно упорядоченных баз знаний, понятий и терминологии, фундаментальных основ знаний наук о туризме;

- научного обеспечения государственной политики в отрасли туризма, формирования национальных и региональных концепций и программ развития туризма, прогнозирования и определения перспектив его развития, стратегического планирования деятельности по формированию национального, регионального и местного туристского продукта и его продвижению на внутренних и внешних рынках;

- формирования и совершенствования правового обеспечения государственной политики в сфере туризма, правового обеспечения деятельности в сфере туризма и туристской индустрии;

- разработки методик классификации, учета и оценки туристских ресурсов, методологии создания и ведения баз знаний о туризме и туристских ресурсах, создания и ведения реестров туристских ресурсов и объектов, субъектов хозяйствования в сфере туризма и туристской индустрии, и кадастров туристских территорий, формирования режима их охраны, сохранения и восстановления, порядка использования;

- разработки системы стандартов туристской деятельности и деятельности в индустрии туризма, систем сертификации, систем управления качеством и классификации объектов туристской индустрии;

- разработки единых (генеральных) правил предоставления населению комплексных и отдельных туристских услуг и услуг предприятий индустрии туризма;

- разработки систем и методов обеспечения безопасности в туризме;

- расчета и обоснования учета предельно допустимых нагрузок на объекты природного и культурного наследия и окружающей среды;

- разработки методологии и проведения туристской экспертизы градостроительных, дорожных и иных проектов, программ развития туризма;

- разработки предложений к проектам государственных целевых, региональных и местных программ развития туризма, а также по определению лицензионных условий и перечня должностей специалистов туристского сопровождения, квалификационных требований к ним, совершенствованию образовательных стандартов профессиональной подготовки специалистов в сфере туристской деятельности и т.п.

2. Определение приоритетных направлений, научное руководство и координация научных исследований в отрасли туризма относятся к компетенции Международной туристской академии и национальных академий туризма.

3. Финансирование научных исследований осуществляется из средств целевых государственных и региональных программ развития туризма бюджетов всех уровней и внебюджетных средств, привлеченных средств, источников финансирования и средств Специального фонда развития туризма.

4. Для проведения научных исследований в сфере туризма и туристской индустрии

привлекаются научные организации, научные отделы высших и средних учебных заведений, общественные научные центры, академии, отраслевые лаборатории и т.д., имеющие, необходимые опыт и знания в сфере туризма и туристской индустрии, а также научные квалифицированные кадры и опыт проведения таких работ, имеющие в своей структуре научный или ученый совет.

Глава 15. КОНТРОЛЬ СОБЛЮДЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ТУРИЗМЕ И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СПОРЫ МЕЖДУ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМИ ТУРИСТСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, И ТУРИСТАМИ

Статья 63. Контроль за соблюдением законодательства о туризме и туристской деятельности

1. Нарушение положений настоящего Закона влечет юридическую ответственность в соответствии с законодательством государства.

2. Нарушениями признаются:

- осуществление видов туристской деятельности без лицензии, аккредитации, если таковая установлена законом;
- продолжение осуществления различных видов туристской деятельности после приостановления действия или аннулирования лицензии субъекта туристской индустрии;
- осуществление различных видов туристской деятельности через филиалы и по юридическим адресам, не указанным в лицензии;
- руководство предприятием в сфере туризма лицом, не имеющим надлежащего профессионального образования, подтвержденного надлежащим дипломом, сертификатом, аттестатом;
- подделка лицензии или ваучера, а также пользование этими поддельными документами;
- торговля туристским продуктом и (или) услугами, получение оплаты за таковые на условиях (априори) их непредоставления потребителю в последующем;
- намеренное с умыслом введение в заблуждение потребителя о количестве, качестве, составе, времени и месте предоставления, программе тура и (или) услуг;
- осуществление деятельности на принципах недобросовестной конкуренции, смещения торговых марок и знаков, эмблем и знаков обслуживания, обозначений, фирменных наименований.

3. Уполномоченный государственный орган по туризму обладает правом контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов в сфере туризма.

4. Контроль деятельности в сфере туризма и туристской индустрии на местах осуществляется представителями уполномоченного государственного органа по туризму при содействии органов местного управления.

5. Контроль в сфере деятельности туризма и туристской деятельности вправе осуществлять специализированные общественные организации на местах.

Статья 64. Разрешение споров

1. Споры между хозяйствующими субъектами, осуществляющими туристскую деятельность, и туристами разрешаются по взаимному согласию в соответствии с условиями договора, а в случае невозможности прийти к мировому соглашению рассматриваются в компетентной судебной инстанции общей юрисдикции.

2. По соглашению сторон споры могут передаваться на рассмотрение в третейские суды некоммерческих общественных организаций и торгово-промышленных палат по месту расположения ответчика.

Глава 16. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Статья 65. Международные договоры в сфере туризма

Правовую основу международного сотрудничества в сфере туризма составляют

международные договоры, конвенции, соглашения.

Статья 66. Национальные представительства в сфере туризма за рубежом

1. В целях анализа ситуации и содействия продвижению национального туристского продукта на мировом туристском рынке государства и отдельные субъекты государств с федеративным устройством в рамках действующего законодательства вправе создавать представительства в сфере туризма за рубежом.

2. Порядок создания, организации деятельности, источники и порядок финансирования, имущественного, кадрового и информационного обеспечения, а также порядок ликвидации указанных представительств определяются правительством государства по принадлежности в соответствии с международными договорами в этой сфере.

Глава 17. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 67. Ответственность за нарушение законодательства о туристской деятельности

1. Нарушение законодательства о туризме и туристской деятельности влечет за собой ответственность в соответствии с действующим законодательством государства по принадлежности.

2. Субъекты хозяйствования в сфере туризма отвечают за безопасность обслуживаемых ими граждан в пределах компетенции и договорных обязательств, а также за причинение ущерба туристским ресурсам в результате их освоения и использования.

3. Государство, обеспечивая защиту и сохранность окружающей природной и историко-культурной среды, объектов культурного и природного наследия, через уполномоченные государственные органы по туризму приостанавливает, ограничивает и прекращает деятельность в сфере туристской индустрии, оказывающую вредное воздействие на окружающую среду, определяет иные меры по ее защите.

4. Граждане, занимающиеся туризмом на территории государства, несут ответственность за нанесение ущерба туристским ресурсам, а также окружающей природной среде.

5. Участники туристской деятельности в сфере туризма и туристской индустрии несут ответственность за непредоставление, нарушение сроков обязательной статистической отчетности или представление искаженных сведений о предпринимательской и иной экономической деятельности в сфере туристской индустрии.

4.5. Рекомендации российским туристам от МИД РФ

Туристам необходимо знать, как действовать в чрезвычайных ситуациях, чтобы обезопасить себя и своих близких, оказать им при необходимости помощь, сохраняя при этом выдержку и хладнокровие. /На заметку турагентств/

Общие рекомендации:

Перед отъездом за рубеж следует, прежде всего, проверить, все ли необходимые документы подготовлены надлежащим образом.

1. Паспорт. Тщательно сверьте правильность записи всех основных сведений (Ф.И.О., дата рождения, пол, срок действия паспорта), особенно, если паспорт новый. По законодательству целого ряда стран срок действия паспорта должен заканчиваться не ранее чем через шесть месяцев после въезда в страну. Если в общегражданский заграничный паспорт (ОЗП) вписаны дети, необходимо проверить верность указанных о них сведений и наличие фотографий для детей старше 6 лет. Паспорт не должен иметь повреждений, пятен и посторонних записей. Находясь за границей, паспорт держите при себе, не отдавайте его никому на хранение или в качестве залога.

2. Наличие виз в страны, с которыми установлен визовый порядок въезда. Следует иметь в виду, что по «шенгенской визе» Вам необходимо сначала въехать в страну, которая оформила визу, и только после этого можно передвигаться по «шенгенскому пространству».

В ряде государств (например, в Турции) визы для владельцев общегражданских загранпаспортов оформляются непосредственно в аэропортах.

3. Если поездка в страну назначения осуществляется транзитом через территорию других государств, Вам следует заранее проконсультироваться в турагентстве или консульских учреждениях государств, которые Вы намереваетесь посетить проездом, относительно необходимости оформления транзитных виз, а также сроков действия таких виз с учетом даты возвращения.

4. Проездные документы на все виды транспорта должны быть выписаны на ту же фамилию, которая указана в паспорте. Проверьте, чтобы Ваш маршрут следования и даты въезда-выезда полностью соответствовали тому, что записано в билетах.

5. Не забудьте взять с собой в поездку оригиналы туристических ваучеров, официальных приглашений.

6. Особое внимание уделите оформлению медицинской страховки. Выбирайте проверенные агентства, четко выяснив при получении страхового полиса, какие медуслуги Вам по страховке обязаны предоставить в стране пребывания, и как они оплачиваются. Небрежное отношение к оформлению медицинской страховки может обернуться крупными расходами в случае болезни, несчастного случая или транспортировки умерших.

Рекомендуется сделать ксерокопию билетов, страниц паспорта (как загранпаспорта, так и внутреннего) с биографическими данными, визами, штампом о регистрационном учете, водительского удостоверения (если имеется), кредитных карт, турваучера, приглашений. Обязательно возьмите с собой запасные паспортные фото, в том числе на детей. Они пригодятся в случае утери ОЗП, а также в иных ситуациях, которые могут возникнуть в стране пребывания. Хранить копии следует отдельно от оригиналов.

При заключении договора с турфирмой, рекомендуем выяснить у ее сотрудников все нюансы пребывания в иностранном государстве. Запишите телефоны и адрес представительства турагентства в стране назначения. Оно обязано оказывать Вам содействие во время отдыха, особенно в том, что касается вопросов размещения, условий пребывания, уровня услуг и питания. В функции консульской службы данные вопросы не входят.

Советуем, по возможности, изучить информацию о государстве пребывания: политическую обстановку, климатические условия, законы и обычаи, особенности поведения в общественных и иных местах. Все эти сведения можно почерпнуть в Интернете.

Если Вы собрались в страны Южной, Юго-Восточной Азии или Африки, от Вас потребуется строгое соблюдение дисциплины, норм адекватного общественного поведения и правил гигиены.

Следует иметь в виду, что во многих мусульманских странах нормы поведения определяются законами шариата, которые строго регламентируют взаимоотношения мужчин и женщин, запрещают употребление алкоголя и т.п. Если Вы оказались в мусульманской стране во время Рамазана (месяц поста), воздерживайтесь от приема пищи и курения в светлое время суток в общественных местах.

В целях недопущения возникновения нежелательных инцидентов российским гражданам рекомендуется:

- проявлять дружелюбие к местному населению, считаться с образом его жизни;
- быть терпеливым, не грубить, не повышать голоса, не унижать достоинства местного населения;
- уважать местные обычаи и традиции, не проявлять высокомерия и пренебрежения к местной культуре, а также не допускать оскорбительных высказываний по отношению к руководителям страны пребывания;
- не появляться в общественных местах или на улице в нетрезвом виде, равно как употреблять алкогольные напитки в местах, не отведенных для этих целей.

Российским гражданам, прибывающим за рубеж на срок более трех месяцев, в некоторых странах необходимо зарегистрироваться в бюро регистрации иностранцев (например, в Индии).

При планировании путешествия следует иметь в виду, что в ряде стран существуют районы, въезд в которые для иностранцев ограничен или запрещен. Поэтому не лишним будет детально обсудить с туристической фирмой предполагаемые места посещения.

Чтобы сохранить в памяти только приятные воспоминания после поездки в экзотические страны, следует самым серьезным образом позаботиться о своем здоровье. В условиях жаркого климата и наличия опасных инфекционных заболеваний (гепатит, холера, оспа, малярия, чума, брюшной тиф и др.) в ряде азиатских, африканских и латиноамериканских стран необходимо соблюдать санитарно-гигиенические меры предосторожности. Настоятельно рекомендуется мыть фрукты и овощи мылом-антисептиком, употреблять воду, молоко и сок из фабрично закупоренных бутылок.

В целях профилактики следует воздержаться от употребления в общественных местах:

- некипяченой воды и свежавыжатых соков;
- свежих овощных и фруктовых салатов (даже в пятизвездочных гостиницах);
- фруктов, неочищенных перед употреблением;
- мороженого;
- кондитерских изделий с фруктовой начинкой;
- пищевого льда.

Желательно чистить зубы также используя воду из фабрично закупоренных бутылок.

В зависимости от посещаемой страны подбирайте также соответствующую одежду для поездки. Если это мусульманская страна, придется взять с собой «строгий» гардероб. Скажем, в Иране, женщины должны появляться во всех общественных местах в платке. Во многих мусульманских странах женщинам в открытых одеждах появляться запрещается. Строгие туалеты в таких странах позволят Вам избежать повышенного внимания местного населения и конфликтов.

В рамках борьбы с курением в ряде европейских стран, а также США приняты законы, запрещающие курение в общественных местах, ресторанах и барах. Также стоит иметь в виду, что в некоторых странах, например, Сингапуре, взимается высокий штраф за выброс любого мусора в местах, не предназначенных для этого.

Если Вы принимаете лекарства, то заранее поинтересуйтесь, можно ли их приобрести в государстве, в которое вы направляетесь. В некоторых странах необходимые Вам лекарства могут продаваться только по рецепту, для получения которого (например, на снотворное или успокоительное) необходимо посетить врача. Рекомендуется посоветоваться с лечащим врачом о целесообразности такой поездки по состоянию здоровья.

Сообщите родственникам, друзьям о своей поездке, о месте пребывания, оставьте номера контактных телефонов. Необходимо иметь телефоны посольства и ближайшего консульского учреждения Российской Федерации в стране предстоящего пребывания.

В аэропорту:

Не забудьте заполнить таможенную декларацию (если это необходимо). Храните талоны на сданный багаж, которые обязательно потребуются в случае его утери. При возникновении проблем рекомендуем обращаться к представителю турфирмы или к сотруднику аэропорта. Авиабилет, паспорт, деньги и иные ценные вещи лучше всегда иметь при себе. Кроме того, следует иметь в виду, что в связи с ужесточением требований по безопасности на авиатранспорте в ручной клади не разрешается провозить никакие колющие или режущие предметы, а также детские игрушки или другие предметы, похожие по форме на оружие.

В гостинице:

По прибытии в гостиницу особое внимание следует уделить внутренним правилам проживания и правилам пожарной безопасности. Изучите расположения входов-выходов, лифтов, лестниц. Документы, деньги и ценные вещи в номере гостиницы оставлять не рекомендуется, надежнее хранить в сейфе. Целесообразно взять с собой визитную карточку гостиницы и выяснить, как можно связаться с компетентными органами в случае возникновения непредвиденных ситуаций.

Рекомендации для тех, кто планирует выехать за рубеж с целью трудоустройства, заключения брака или на учебу:

При поиске работы за рубежом не соглашайтесь на предложения нелегальной подработки. Внимательно изучите предложение работодателя и проверьте правильность оформления документов на работу.

Обращаясь в фирму по трудоустройству или брачное агентство, убедитесь, что организация имеет лицензию на такой вид деятельности. Лицензия должна находиться в офисе фирмы на видном месте. Не доверяйте ксерокопиям, рассказам о недавнем переезде или потере лицензии, это свидетельствует о неблагонадежности организации.

Перед тем, как подписать договор, убедитесь, что контракт написан на знакомом языке и все пункты его Вам понятны. В случае сомнений обратитесь к независимому юристу за консультацией.

В договоре должны быть указаны: название фирмы, в которой вы будете работать, ее адрес и телефон, имя работодателя. Обязательно оговариваются условия работы, трудовые обязанности и оплата труда, а также социальные гарантии, которые обеспечивает работодатель.

При выезде с целью трудоустройства убедитесь, что имеющийся у Вас тип визы содержит разрешение на работу. Туристическая виза не дает права работать, не верьте обещаниям изменить статус визы за рубежом. В случае если Вы будете работать нелегально, то не сможете получить достойную оплату труда или медицинскую помощь при необходимости и станете полностью зависимы от вашего работодателя.

Ни в коем случае не отдавайте паспорт на хранение работодателю либо лицу, с которым предполагается заключить брак. Преступники могут использовать ваши документы в целях шантажа и ограничения свободы передвижения.

Возьмите денежные средства на покрытие транспортных расходов по возвращению домой, или приобретите билет в оба конца. Обратите внимание на соответствие срока действия рабочей визы и заключенного Вами трудового договора. Нахождение в стране по истечении срока, указанного в визе, означает нарушение законов государства пребывания, что может сделать невозможным Ваш следующий въезд в эту страну.

Как себя вести в непредвиденных ситуациях:

В случае возникновения непредвиденных ситуаций, связанных с задержанием местными правоохранительными органами, угрозами со стороны других лиц, дорожно-транспортными происшествиями и т.п., следует незамедлительно сообщить об этом в посольство или консульское учреждение Российской Федерации.

Если Вы стали объектом провокационных действий со стороны местных полицейских или правоохранительных структур, Вам необходимо настоятельно требовать от них предоставления возможности связаться с ближайшим российским консульским учреждением, либо направления ему письменного уведомления о факте инцидента. При задержании или аресте не следует оказывать сопротивления, так как это может усугубить положение и спровоцировать сотрудников спецслужб/полиции на применение физической силы или даже оружия.

Не следует объясняться с представителями местных правоохранительных органов, а также подписывать какие-либо протоколы и иные документы на иностранном языке в отсутствие сотрудников консульского учреждения Российской Федерации в стране пребывания, так как такие показания по законодательству ряда стран могут быть положены в основу обвинения в совершении преступления.

При пеших прогулках рекомендуется выходить вдвоем или группой, выбирая при этом освещенные и достаточно людные места, иметь с собой карту города. Оказавшись на затемненном участке, следует держаться подальше от проходов, подъездов, закрытых кустарником мест. Не стоит долго задерживаться у магазинных витрин и вести беседы с явно нездоровыми людьми, бродягами, нищими. Ожидать автобус или такси следует на освещенных остановках.

В случае если кто-то поблизости начинает вести себя вызывающе либо совершает хулиганские действия, следует покинуть это место. Важно помнить, что предметы, напоминающие по форме оружие, сразу привлекут внимание не только террористов или хулиганов, но и полицейских или частных охранников. Чтобы не спровоцировать этих людей на решительные действия, не пользуйтесь такими предметами, особенно в общественных местах.

Следует воздержаться от приема алкогольных, прохладительных напитков и сигарет, предлагаемых незнакомыми людьми. Они часто используются злоумышленниками при организации грабежей и сексуального насилия.

Если вооруженный пистолетом или ножом грабитель требует ключи от автомобиля, бумажник или сумку, следует их отдать. Если сумку пытаются вырвать, благоразумней за нее не держаться. Если во время прогулки неожиданно подъезжает автомобиль и сидящие в нем незнакомые люди предлагают прокатиться, разумнее будет от этого отказаться, поскольку не исключено, что за таким предложением может последовать нападение.

Если считаете, что Вас преследуют, то лучше перейти на другую сторону улицы и идти в обратном направлении. Если же преследование не прекратилось, рекомендуется бежать к любому ближайшему освещенному месту: магазину, автозаправке или в людное место.

Поведение в общественных местах

В крупных туристических центрах принимайте меры предосторожности и следите за личными вещами. Денежные средства разложите по разным карманам.

В случае кражи документов, билета, кредитки – нужно сделать заявление в полицию, затем в посольство или консульское учреждение Российской Федерации. Сообщите сопровождающему группы (если таковой имеется) о необходимости восстановить билет, заблокировать банковскую карточку.

Во избежание инцидента или провокации в торговых центрах следует внимательно относиться к происходящему вокруг. Выбранный товар до оплаты следует держать в предназначенной для покупок корзине или тележке. Товарные чеки рекомендуется сохранять вплоть до прибытия к месту проживания (имеются факты проверки покупателей уже после их выхода из торговых комплексов). В случае предъявления обвинения в попытке вынести неоплаченный товар, необходимо связаться с посольством или консульством Российской Федерации и сообщить о случившемся. До прибытия официального российского представителя не следует подписывать какие-либо протоколы и пытаться самостоятельно урегулировать инцидент.

Поездки на автотранспорте

Большинство несчастных случаев и происшествий с гражданами, выезжающими за рубеж, связаны с использованием автотранспорта. Поэтому необходимо проявлять повышенное внимание как в случае управления автомобилем, так и при выборе транспорта, предоставляемого для перевозки туристов.

При поездке на автомобиле не забывайте брать карту местности. Запомните номер вашего автомобиля. Двери блокируйте, а окна, если это необходимо, открывайте лишь частично. Выходя из автомашины даже на короткое время, запирайте ее. На многорядных шоссе лучше держаться ближе к центру дороги – это затруднит попытки прижать машину к обочине. Не стоит слишком приближаться к другим машинам. Старайтесь не выезжать за город в одиночку - поездка в группе на порядок повышает Вашу безопасность. На большие расстояния лучше ездить в колонне. Не рекомендуется подвозить незнакомых людей, особенно в непосредственной близости от таможенных и контрольно-пропускных пунктов на границе.

Если Вы взяли автомобиль напрокат, тщательно проверьте оформление всех документов, особенно страховки, чтобы в случае аварии не понести крупных расходов по возмещению ущерба и не подвергаться судебному разбирательству.

При пересечении границы следует воздержаться от выполнения просьб случайных людей пронести через пункты досмотра чужие вещи под предлогом перевеса багажа т.п., а также не принимать, в том числе и за вознаграждение, для передачи от незнакомых лиц письма, посылки, багаж и другие предметы, которые могут быть использованы в качестве тайников для незаконного перемещения как наркотических средств, так и взрывных устройств, отравляющих веществ и бактерий опасных болезней.

Если Вас захватили в заложники или похитили

При похищении не следует оказывать сопротивление. Рекомендуется выполнять первоначальные приказы террористов. Они могут оказаться людьми с неустойчивой психикой и повести себя непредсказуемо. Если Вы больны или чувствуете, что Вам необходима помощь, стоит попробовать попросить вызвать врача или принести нужные лекарства. Постарайтесь установить хоть какой-то контакт с террористами. По возможности, отмечайте для себя, как они выглядят, каковы их привычки, как похитители разговаривают и с кем общаются.

Следует запоминать также все передвижения, включая время в движении, направление, пройденный путь, скорость, какие-либо ориентиры вдоль дороги, знаки и такие различные звуки, как звон колоколов, голоса, шум стройки, железной дороги, трамвая и т.д.

Стремление «угодить» зачастую неправильно воспринимается террористами и затрудняет вызволение жертв. Если террористы принуждают заложника сделать письменное или устное (в аудио- либо видеозаписи) обращение к властям с изложением их требований, делать это можно только в той форме и объеме, на которых настаивают похитители. При этом следует избегать собственных заявлений и оценок, поскольку это может усугубить положение захваченного.

При проведении специальной операции по освобождению заложника рекомендуется:

- лечь на пол, не двигаться, пока не будут получены соответствующие указания от сотрудников спецназа; ни при каких условиях не пытаться помогать спецназу в своем освобождении;
- постараться избавиться от предметов, которые могут быть приняты спецназом за оружие;
- исходить из того, что спецназ будет относиться к заложнику как к возможному террористу, пока не будет установлена его личность;
- оставаться законопослушным и терпимым к действиям спецназа, даже если в ходе операции к заложнику будут применены меры физического воздействия (например, надеты наручники или связаны руки).

Сразу после освобождения желательно не давать комментариев СМИ до тех пор, пока не будет проведена беседа с официальным российским представителем и от него не будут получены соответствующие рекомендации.

Поведение во время землетрясения и стихийных бедствий

Землетрясение является одним из самых разрушительных стихийных бедствий. Наиболее опасные места находятся вблизи т.н. мировых поясов землетрясений, которые расположены:

- на тихоокеанском побережье Северной и Южной Америки;
- на восточном побережье Японии;
- в центральной части Тихого океана;
- по южной кромке Гималаев;
- в странах Карибского региона;
- в Новой Зеландии;
- в Греции, Турции, Италии, Средиземноморье и Центральной Атлантике.

Большинство несчастных случаев – результат обрушения зданий и других объектов. Землетрясения могут вызвать оползни и гигантские океанские волны цунами (сейсмические морские волны), которые в состоянии причинить огромный ущерб.

Начальный момент землетрясения может ощущаться по-разному. Иногда перед землетрясением появляется свечение над возвышенностями, могут происходить нарушения в работе радио, телевидения, электронных приборов, самопроизвольное свечение люминесцентных ламп. Порой, за несколько секунд до землетрясения, под землей возникает сильный нарастающий гул, после которого происходит первый толчок. В других случаях, непосредственно перед толчком, могут возникнуть более слабые колебания, при которых начинает дребезжать посуда, раскачиваются подвешенные предметы. Затем возникает первый толчок, который может продолжаться от нескольких секунд до 1-1,5 минут.

Находясь рядом с детьми, необходимо сразу же поместить их в безопасное место. Это могут быть проемы внутренних дверей или внутренние углы комнат. Надо отойти подальше от окон и внешних стен, громоздкой и высокой мебели и спрятаться под обеденный или письменный стол и другую прочную мебель. Наибольшую опасность представляют падающие сверху предметы: камни, балки и т. д.

Во время землетрясения не следует выбегать из здания, так как падающие обломки и разрушающиеся стены становятся основной причиной многих жертв. Необходимо дождаться окончания землетрясения, после чего можно покинуть здание. Ни в коем случае не пытайтесь выбраться из здания с помощью лифта, который может застрять или упасть в шахту.

Если здание невысокое и не сейсмостойкое, например, кирпичный дом и имеется возможность немедленно покинуть его, то в этом случае необходимо осторожно и быстро выйти из здания и отбежать от него на безопасное расстояние.

Не следует приближаться к линиям электропередач.

Находясь в автомобиле, необходимо остановиться как можно дальше от высоких зданий и других сооружений и не начинать движения до прекращения землетрясения.

После землетрясения постарайтесь действовать следующим образом:

- Если землетрясение произошло ночью, не надо спешить зажигать спички или зажигалки. Лучше воспользоваться электрическим фонариком. Если других источников света нет, то прежде чем воспользоваться спичками или зажигалкой, убедитесь в отсутствии запаха газа, бензина и других воспламеняющихся и взрывоопасных веществ. В противном случае может произойти взрыв или возгорание, которые повлекут за собой новые жертвы.

- В первую очередь необходимо, по возможности, перекрыть газ, воду и выключить электричество. Если имеются незначительные очаги возгорания, попытайтесь их локализовать своими силами. Если потушить пожар самостоятельно невозможно, следует вывести детей, а также раненых людей из зоны пожара в безопасное место.

- Нельзя прикасаться к оголенным проводам и соприкасающимся с ними металлическим и мокрым предметам.

- При обнаружении просыпавшихся или пролитых взрывоопасных и ядовитых веществ следует предупредить о них окружающих.

- Обязательно включите радиоприемник для получения информации о масштабах катастрофы, предпринимаемых мерах по ликвидации ее последствий.

- По возможности, незамедлительно сообщите в посольство или консульство Российской Федерации о себе, своих близких, знакомых людях.

Настоящие общие рекомендации могут служить руководством к действию в непредвиденных ситуациях. Находясь за границей, необходимо проявлять элементарную бдительность, разумную осмотрительность и корректировать свое поведение в соответствии с окружающей обстановкой.

Памятка для выезжающих за границу

КД МИД Российской Федерации рекомендует гражданам России при оформлении документов для выезда за границу и во время нахождения за рубежом придерживаться следующих правил:

1. При получении паспорта убедитесь в правильности указания фамилии, имени, отчества, даты и места рождения, сведений о детях, срока действия паспорта (в том числе и в латинской транслитерации). В паспорт должны быть вклеены фотографии вписанных в него детей в возрасте от 6 до 14 лет.

2. Если для въезда на территорию иностранного государства требуется виза, рекомендуем обращаться за ее получением в дипломатическое представительство или консульское учреждение соответствующего государства в России лично или поручить это хорошо зарекомендовавшему себя турагентству.

3. Получив визу иностранного государства, проверьте правильность указанных в ней данных: номер Вашего паспорта, имя и фамилия, дата рождения, категория визы, статус пребывания в иностранном государстве, срок действия визы, период, в течение которого разрешено пребывание в иностранном государстве.

Допущенные в визе даже не по Вашей вине ошибки могут иметь нежелательные последствия – как при въезде, так и во время нахождения в иностранном государстве.

4. Рекомендуем иметь с собой во время поездки копию паспорта, визы и приглашения, если таковое послужило основанием для ее выдачи.

5. Законодательством некоторых государств (стран Шенгенского соглашения: Австрия, Бельгия, Греция, Дания, Исландия, Испания, Италия Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Португалия, Франция, ФРГ, Финляндия, Швеция, а также Израиля, Чехии и Эстонии) введено требование обязательного представления полиса медицинского страхования при въезде на их территорию или при получении визы.

Существует также группа государств, для въезда на территорию которых требуются сертификаты о сделанных прививках. Рекомендуем заранее поинтересоваться эпидемиологической обстановкой в государстве, которое Вы предполагаете посетить.

6. С момента пересечения границы иностранного государства на Вас распространяется действие его законов, которые Вы обязаны строго соблюдать. Кроме того, хотели бы обратить Ваше внимание на необходимость уважать местные обычаи и традиции, особенно в государствах Азии и Африки.

7. Помните, что в случае задержания или ареста независимо от причин, приведших к этому, Вы имеете право требовать встречи с сотрудником российского консульского учреждения в государстве пребывания.

8. Рекомендуем гражданам, прибывшим в иностранное государство с целью учебы, работы или для постоянного проживания, зарегистрироваться в ближайшем к месту Вашего жительства российском дипломатическом представительстве или консульском учреждении.

Не являясь обязательной, регистрация позволит Вам решать многие вопросы, не выезжая в Россию (участие в выборах и референдумах, оформление паспорта, регистрация актов гражданского состояния и т.п.), а также облегчит Вашу эвакуацию в случае возникновения в государстве пребывания военных действий, массовых беспорядков, стихийных бедствий.

9. Напоминаем, что паспорт, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации за пределами Российской Федерации, действителен в течение пяти лет со дня выдачи, и срок его действия продлению не подлежит. Срок оформления нового паспорта в дипломатическом представительстве или консульском учреждении Российской Федерации составляет, как правило, не менее трех месяцев.

10. Гражданам, выезжающим за границу на работу, рекомендуем проверить надежность приглашающей Вас иностранной компании и российской посреднической фирмы. Все российские компании, занимающиеся оформлением выезда российских граждан на работу за рубеж, должны иметь соответствующие государственные лицензии.

Консультации по данному вопросу можно получить в Информационно-экономической группе КД МИД России.

11. По данным международных экспертов, ежегодно тысячи граждан государств Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) и СНГ, выезжая за границу с различными целями, вовлекаются обманным путем, либо похищаются и насильно принуждаются к занятию проституцией, подвергаются другим формам эксплуатации.

Преступные группы обычно используют подставные компании для заманивания будущих жертв, чаще всего с помощью газетных объявлений о выгодной работе. Они часто скрываются под вывесками вполне законных организаций: агентств моды, бюро путешествий, центров по трудоустройству, танцевальных клубов, международных служб знакомств и т.п.

При заключении контракта будет не лишним обращать внимание на те формулировки, в которых говорится, что организация принимает от Вас деньги на хранение до окончания срока действия контракта, вычитает из суммы хранения все причитающиеся Вам наличные деньги и удерживает определенный процент заработанных Вами денег или средств, находящихся у нее на хранении.

Известите о дате отъезда Вашу семью и друзей и оставьте им свой адрес, по которому будете находиться за границей. Сообщите им адрес и телефон фирмы, оформлявшей Ваш выезд за рубеж, а также фамилии и паспортные данные ее руководителей.

Рекомендуется также придерживаться следующих общих правил и рекомендаций:

- Никому не отдавайте на хранение свой паспорт.
- Храните в безопасном месте копии Ваших документов.
- Встаньте на консульский учет в посольстве или консульстве Российской Федерации.
- По прибытии на место свяжитесь со своей семьей, знакомыми и т.п. в России и, по возможности продолжайте поддерживать с ними регулярные контакты по почте, телефону или с помощью Интернета.

12. Перед поездкой за границу на учебу, работу или для постоянного проживания следует заблаговременно легализовать свои документы. В первую очередь это относится к документам об образовании, свидетельствам, выданным органами ЗАГС, документам, касающимся имущественных отношений и вопросов социального обеспечения.

13. Тем, кто планирует заключить брак с иностранным гражданином за пределами Российской Федерации, рекомендуем заранее получить и легализовать документы,

необходимые для этого в соответствии с законодательством государства, в котором предполагается регистрация брака.

Обращаем Ваше внимание на то, что российские консульские загранучреждения в соответствии с двусторонними консульскими конвенциями, заключенными Российской Федерацией с иностранными государствами, могут отказать в регистрации браков, в которых лишь одна из сторон имеет российское гражданство. В таких случаях брак может быть заключен в уполномоченных органах государства пребывания. Для того, чтобы выданные ими свидетельства о браке признавались на территории России, их следует легализовать в дипломатическом представительстве или консульском учреждении Российской Федерации, если иное не предусмотрено международным договором, в котором она участвует.

14. Российским гражданам, выезжающим за границу для заключения брака и/или проживания с супругом-иностранцем, рекомендуем заранее ознакомиться с особенностями правового положения иностранцев в государстве пребывания. Следует иметь в виду, что в отдельных государствах права и обязанности супругов-иностранцев регламентируются законодательством отлично от российского права. Особое внимание необходимо уделить вопросам правового статуса детей, родившихся в браках с иностранцами, в том числе порядку приобретения ими российского гражданства, а также тому, как местное законодательство определяет права родителей и детей в случае развода.

15. Пенсионерам, выезжающим за границу для постоянного проживания, рекомендуем проконсультироваться перед отъездом в органах социального обеспечения относительно дальнейшего порядка получения пенсии. За рубежом эти вопросы Вам помогут решить в российском дипломатическом представительстве или консульском учреждении.

КД МИД России еще раз рекомендует всем гражданам России во время зарубежных поездок придерживаться вышеперечисленных правил. В случае возникновения непредвиденных обстоятельств обращайтесь за помощью в дипломатические представительства и консульские учреждения Российской Федерации.

4.6. Глобальный этический кодекс туризма

Мы, члены Всемирной туристской организации (ВТО), собравшись на Генеральной ассамблее в г. Сантьяго (Чили) в этот день 1 октября 1999 года,

Вновь подтверждая цели, изложенные в статье 3 Устава Всемирной туристской организации, и осознавая «решающую и ведущую» роль этой Организации, признанную Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций, в деле содействия развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии,

Будучи глубоко убежденными, что благодаря прямым, спонтанным и неназойливым контактам, которые осуществляются между мужчинами и женщинами, представляющими различные культуры и образы жизни, благодаря туризму это явление представляет собой мощный фактор на службе мира и фактор обеспечения дружбы и взаимопонимания между народами мира,

Согласуясь с тенденцией на примирение на устойчивой основе защиты окружающей среды, экономического развития и борьбы с бедностью, как это сформулировала в 1992 году Организация Объединенных Наций на Встрече на высшем уровне «Планета Земля» в Рио-де-Жанейро и выразила в Повестке дня-21, принятой по этому случаю,

Принимая во внимание быстрый и постоянный рост, как в прошлом, так и в прогнозируемом будущем, туристской деятельности с рекреационными, деловыми, культурными, религиозными или оздоровительными целями и ее мощные положительные и отрицательные воздействия на окружающую среду, экономику и общество как

направляющих, так и принимающих стран, на местные сообщества и коренные народы, а также на международные отношения и торговлю,

Ставя своей целью содействие развитию ответственного, устойчивого и всеобщего доступного туризма в рамках реализации прав, которыми обладают все люди в плане использования своего свободного времени для отдыха и путешествий, и уважая общественный выбор всех народов,

При этом будучи убежденными, что мировая туристская индустрия в целом много выиграет, действуя в среде, которая благоприятна для рыночной экономики, частного предпринимательства и свободной торговли, и которая позволяет оптимизировать ее положительные воздействия в плане наращивания благосостояния и увеличения занятости

Также будучи твердо убежденными, что при условии соблюдения определенного ряда принципов и правил, ответственный и устойчивый туризм вполне совместим с возрастающей либерализацией условий, которые регулируют торговлю услугами и на основе которых действуют предприятия туристского сектора, и что в этой области можно примирить экономику и экологию, окружающую среду и развитие, открытость для международных обменов и защиту социальной и культурной самобытности,

Учитывая, что при таком подходе все участники туристского процесса – национальные, региональные и местные администрации, предприятия, профессиональные ассоциации, неправительственные организации и любые организации туристской индустрии, работники туристской индустрии, а также принимающие сообщества, средства массовой информации и сами туристы играют разные, но при этом взаимозависимые роли в повышении индивидуальной и социальной ценности туризма; и что определение их индивидуальных прав и обязанностей будет способствовать достижению этой цели,

Стремясь содействовать формированию подлинного партнерства между всеми государственными и частными участниками туристского процесса в соответствии с целью, которую поставила Всемирная туристская организация, приняв в 1997 году на своей Генеральной ассамблее (г. Стамбул) резолюцию 364 (XII), и желая, чтобы партнерство и сотрудничество этого характера на открытой и сбалансированной основе распространились на отношения между направляющими и принимающими странами и их соответствующими туристскими индустриями,

В развитие Манильских деклараций 1980 года по мировому туризму и 1997 года по социальному воздействию туризма, Хартии туризма и Кодекса туриста, принятых в 1985 году в Софии под эгидой ВТО,

При этом полагая, что эти документы следует дополнить комплексом принципов, на основе которых основные участники туристского процесса будут регулировать свою деятельность на заре 21-го века,

Используя, в целях данного документа определения и классификации, относящиеся к путешествиям, и особенно, понятия “посетитель”, “турист” и “туризм”, которые были приняты на Оттавской международной конференции, проходившей 24-28 июня 1991 года, и которые были утверждены Статистической комиссией Организации Объединенных Наций на ее двадцать седьмой сессии в 1993 году,

Ссылаясь, в частности, на следующие документы:

- Всеобщая декларация прав человека от 10 декабря 1948 года;
- Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах от 16 декабря 1966 года;
- Международный пакт о гражданских и политических правах от 16 декабря 1966 года;

- Варшавская конвенция о воздушном транспорте от 12 октября 1929 года;
- Чикагская международная конвенция о гражданской авиации от 7 декабря 1944 года, а также принятые в связи с ней Токийская, Гаагская и Монреальская конвенции;
- Конвенция о таможенных льготах для туризма от 4 июля 1954 года и соответствующий Протокол к ней;
- Конвенция о защите мирового культурного и природного наследия от 23 ноября 1972 года;
- Манильская декларация по мировому туризму от 10 октября 1980 года;
- Резолюция шестой Генеральной ассамблеи ВТО (София), которой были приняты Хартия туризма и Кодекс туриста от 26 сентября 1985 года;
- Конвенция о правах ребенка от 26 января 1990 года;
- Резолюция девятой Генеральной ассамблеи ВТО (Буэнос-Айрес), касающаяся упрощения поездок, а также безопасности и защиты туристов от 4 октября 1991 года;
- Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию от 13 июня 1992 года;
- Генеральное соглашение по торговле и услугам от 15 апреля 1994 года;
- Конвенция по биологическому разнообразию от 6 января 1995 года;
- Резолюция одиннадцатой Генеральной ассамблеи ВТО (Каир) от 22 октября 1995 года о предотвращении организованного секс-туризма;
- Стокгольмская декларация от 28 августа 1996 года по борьбе с сексуальной эксплуатацией детей в коммерческих целях;
- Манильская декларация по социальному воздействию туризма от 22 мая 1997 года;
- Конвенции и рекомендации, принятые Международной организацией труда в области коллективных договоров, запрещения принудительного и детского труда, защиты прав коренных народов, равноправия и недопущения дискриминации на рабочих местах;

утверждаем право на туризм и на свободу туристских путешествий, выражаем наше желание содействовать установлению справедливого, ответственного и устойчивого мирового туристского порядка, который будет приносить выгоды всем секторам общества в условиях открытой и либерализованной мировой рыночной экономики, и торжественно принимаем с этими целями принципы Глобального этического кодекса туризма.

Принципы

Статья 1. Вклад туризма во взаимопонимание и уважение между народами и обществами

1. Понимание и распространение общечеловеческих этических ценностей в духе терпимости и уважения разнообразия религиозных, философских и нравственных убеждений являются одновременно основой и следствием ответственного туризма; участники туристского процесса и сами туристы должны принимать во внимание социально-культурные традиции и обычаи всех народов, включая национальные меньшинства и коренные народы, и признавать их достоинство;

2. Туристскую деятельность необходимо осуществлять в гармонии со специфическими особенностями и традициями принимающих регионов и стран, соблюдая при этом их законы, обычаи и традиции;

3. Принимающие сообщества, с одной стороны, и местные участники туристского процесса, с другой стороны, должны знакомиться и проявлять уважение к туристам, которые их посещают, получая представление об их образе жизни, вкусах и ожиданиях; образование и профессиональная подготовка работников сектора способствуют гостеприимному приему;

4. Государственные власти должны обеспечивать защиту туристов и посетителей и их имущества; они должны уделять особое внимание безопасности иностранных туристов, учитывая их потенциальную особую уязвимость; они содействуют принятию конкретных мер информации, профилактики, защиты, страхования и помощи, отвечающих их потребностям; необходимо строго осуждать и подавлять в соответствии со своим соответствующим национальным законодательством покушения, нападения, ограбления и угрозы, касающиеся туристов и работников туристской индустрии, а также преднамеренное нанесение ущерба туристским объектам и объектам культурного и природного наследия;

5. Во время путешествий туристы и посетители не должны допускать никаких преступных деяний или действий, которые могут рассматриваться как преступные по законам посещаемой страны, а также поведения, которое может представляться вызывающим или даже оскорбительным для местного населения и которое может нанести ущерб местной среде; туристы и посетители не должны участвовать в обороте наркотиков, оружия, древностей, охраняемых видов фауны и флоры, а также предметов и веществ, которые опасны или запрещены национальным законодательством;

6. Туристы и посетители должны еще до выезда стараться ознакомиться с характеристиками стран, которые они намерены посетить; они должны осознавать риски для здоровья и безопасности, которые неизбежно связаны с выездами за пределы их обычной среды, и вести себя таким образом, чтобы свести эти риски к минимуму.

Статья 2. Туризм - фактор индивидуального и коллективного совершенствования

1. Туризм – деятельность, чаще всего ассоциирующаяся с отдыхом, досугом, спортом и общением с культурой и природой, должен планироваться и практиковаться как привилегированное средство индивидуального и коллективного совершенствования; когда туризм практикуется с духовным раскрепощением, он становится незаменимым фактором самообразования, терпимости и познания законных различий между народами и культурами и их разнообразия;

2. Во всех видах туристской деятельности необходимо соблюдать равенство мужчин и женщин; они должны способствовать обеспечению прав человека и особенно специфических прав наименее защищенных групп населения, особенно, детей, пожилых лиц и инвалидов, этнических меньшинств и коренных народов;

3. Эксплуатация человека во всех ее формах, особенно, сексуальной, и особенно по отношению к детям, противоречит основным целям туризма и является отрицанием туризма и в этой связи, в соответствии с международным правом, должна категорически преследоваться в сотрудничестве всех заинтересованных государств без каких-либо уступок в соответствии с национальным законодательством как посещаемых стран, так и стран происхождения авторов этих деяний, даже когда они совершаются за границей;

4. Особо полезными формами туризма, которые следует поощрять, являются поездки с религиозными, оздоровительными, образовательными целями, а также для культурных и языковых обменов;

5. Следует поощрять введение в образовательные программы курса о ценности туристских обменов, их экономических, социальных и культурных выгод, а также о связанных с ними рисках;

Статья 3. Туризм – фактор устойчивого развития

1. Все участники туристского процесса обязаны охранять природную среду и ресурсы в целях обеспечения здорового, поступательного и устойчивого экономического роста на благо равноправного удовлетворения потребностей и устремлений сегодняшних и завтрашних поколений;

2. Центральные, региональные и местные власти должны оказывать первоочередное внимание и стимулировать в финансовом плане все те формы развития туризма, которые позволяют экономить редкие и ценные природные ресурсы, особенно, воду и энергию, а также в максимально возможной степени избегать образования отходов;

3. С целью уменьшения давления туристской деятельности на окружающую среду и для повышения ее полезного воздействия на туристскую индустрию и на местную экономику, следует содействовать более равномерному распределению потоков туристов и посетителей по времени и пространству, особенно, связанных с оплачиваемыми отпусками и школьными каникулами, а также способствовать сглаживанию сезонности;

4. Следует планировать объекты туристской инфраструктуры и виды туристской деятельности таким образом, чтобы обеспечивать защиту природного наследия, которое составляют экосистемы и биологическое разнообразие, а также охранять виды дикой фауны и флоры, которым грозит исчезновение; участники туристского процесса, и особенно, профессионалы сферы туризма должны соглашаться с наложением определенных ограничений и пределов на их деятельность, которую они осуществляют в особо уязвимых местах –зоны пустынь, полярные и высокогорные районы, прибрежные зоны, тропические леса и влажные зоны, которые подходят для создания природных парков или охраняемых заповедников;

5. Природный туризм и экотуризм признаются как особо обогащающие и ценные формы туризма в силу того, что они проявляют уважение к природному наследию и местному населению и соблюдают потенциал приема туристских объектов

Статья 4. Туризм – сфера, использующая культурное наследие человечества и вносящая свой вклад в его обогащение

1. Туристские ресурсы являются всеобщим достоянием человечества; сообщества, на территории которых они расположены, обладают по отношению к ним особыми правами и обязанностями;

2. Туристская политика и деятельность осуществляются на основе уважения художественного, археологического и культурного наследия в целях их защиты и сохранения для будущих поколений; особое внимание при этом уделяется охране и заботе о памятниках, святынях и музеях, которые должны быть широко открыты для посещения туристами; следует поощрять доступ публики к культурным ценностям и памятникам, находящимся в частном владении, при уважении прав их владельцев, а также в здания религиозного характера, без ущерба для культовых потребностей;

3. Финансовые средства, получаемые благодаря посещениям объектов и памятников культуры, следует хотя бы частично использовать для поддержания, охраны улучшения и реставрации этого наследия;

4. Туристскую деятельность следует планировать таким образом, чтобы обеспечить сохранение и процветание традиционных ремесел, культуры и фольклора, а не вести к их стандартизации и обеднению.

Статья 5. Туризм – деятельность, выгодная для принимающих стран и сообществ

1. Местное население должно привлекаться к туристской деятельности и участвовать на равноправной основе в получении образующихся экономических, социальных и культурных выгод, особенно, в форме прямого и опосредованного создания в результате этой деятельности рабочих мест;

2. Туристская политика должна проводиться таким образом, чтобы она способствовала повышению жизненного уровня населения посещаемых районов и отвечала их потребностям; при градостроительном и архитектурном планировании и эксплуатации туристских центров и средств размещения необходимо предусматривать их максимальную интеграцию в местную социально-экономическую среду; при равных условиях следует изыскивать в первую очередь возможность найма местной рабочей силы;

3. Необходимо уделять особое внимание специфическим проблемам прибрежных зон и островных территорий, а также уязвимым сельским и горным районам, для которых туризм зачастую является одной из редких возможностей развития в условиях упадка традиционных видов экономической деятельности;

4. Профессионалы сферы туризма, особенно инвесторы, должны, в рамках правил, установленных государственными властями, проводить исследования воздействия своих проектов развития на окружающую среду и природу; они также должны, с максимальной транспарентностью и объективностью, предоставлять информацию о своих будущих программах и их возможных последствиях, и содействовать диалогу с заинтересованным населением относительно их содержания;

Статья 6. Обязанности участников туристского процесса

1. Профессионалы сферы туризма обязаны предоставлять туристам объективные правдивые сведения о местах назначения и об условиях поездки, приема и пребывания; они должны обеспечивать полную ясность положений договоров, предлагаемых их клиентам, как в плане характера, цены и качества услуг, которые они обязуются предоставить, так и в плане финансовых обязательств в случае одностороннего нарушения договорных обязательств с их стороны;

2. Профессионалы сферы туризма, в той степени, в которых это от них зависит, совместно с государственными властями должны заботиться о безопасности, предотвращении несчастных случаев, охране здоровья и гигиене питания для лиц, обращающихся за их услугами; они должны обеспечивать наличие надлежащих систем страхования и помощи; принимать обязательство нести ответственность отчитываться в соответствии с условиями, предусмотренными в их национальном законодательстве, и предоставлять справедливую компенсацию при невыполнении своих договорных обязательств;

3. Профессионалы сферы туризма, в той степени, в которых это от них зависит, должны содействовать культурному и духовному совершенствованию туристов и позволять отправлять их религиозные потребности в ходе поездок;

4. Власти государств, направляющих и принимающих туристов, в контакте с заинтересованными профессионалами сферы туризма и их ассоциациями, должны обеспечивать принятие и соблюдение туристскими компаниями вышеуказанных правил и обязательств по репатриации туристов в случае несостоятельности компаний, организовавших их поездки;

5. Правительства имеют право – и несут обязанность – особенно в кризисных ситуациях, информировать своих граждан о сложных условиях и даже опасностях, с которыми они могут столкнуться при поездках за границу; однако они должны сообщать такие сведения, не

наноса неоправданного или преувеличенного ущерба туристской индустрии принимающих стран и интересам компаний в своих странах; содержание таких возможных предупреждений должно предварительно обсуждаться с властями принимающих стран и заинтересованными профессионалами; выработанные рекомендации должны строго соответствовать серьезности сложившихся ситуаций и ограничиваться теми географическими зонами, в которых подтверждены проблемы с безопасностью; эти предупреждения должны смягчаться или отменяться, как только восстанавливается нормальное положение;

6. Пресса, особенно, специализированная туристская пресса и другие средства массовой информации, включая современные средства электронной связи, должны обеспечивать правдивую и сбалансированную информацию о событиях и ситуациях, которые могут повлиять на посещаемость туристами; они также должны обеспечивать потребителей туристских услуг точными и надежными сведениями; с этой целью также разрабатываются и применяются новые информационные технологии; при этом пресса и другие средства массовой информации никоим образом не должны способствовать секс-туризму;

Статья 7. Право на туризм

1. Возможность напрямую и лично открывать для себя и наслаждаться достопримечательностями нашей планеты представляет собой право, которым в равной степени обладают все жители Земли; все более активное участие во внутреннем и международном туризме должно рассматриваться как одно из наилучших возможных проявлений увеличения свободного времени, и этому явлению нельзя чинить никаких препятствий;

2. Всеобщее право на занятие туризмом является следствием права на отдых и рекреацию, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска, что гарантируется в статье 24 Всеобщей декларации прав человека и в статье 7.d Международного пакта об экономических, социальных и культурных правах;

3. Необходимо стимулировать и развивать при поддержке государственных властей социальный туризм и особенно коллективный туризм, который способствует широкому доступу к отдыху, поездкам и отпускам;

4. Следует поощрять и содействовать развитию семейного, молодежного и студенческого туризма, а также туризма для пожилых лиц и инвалидов;

Статья 8. Свобода туристских путешествий

1. В соответствии со статьей 13 Всеобщей декларации прав человека туристы и посетители обладают, с учетом международного права и национальных законодательств, свободой передвижения по территории своих стран, а также из одного государства в другое; они должны иметь возможность доступа в зоны транзита и пребывания, а также на туристские и культурные объекты, не подвергаясь чрезмерным формальностям или дискриминации;

2. Туристы и посетители должны иметь доступ ко всем имеющимся формам внутренних и внешних коммуникаций; они должны иметь оперативный и беспрепятственный доступ к местным административному, юридическому и медицинскому обслуживанию; в соответствии с действующими дипломатическими конвенциями они должны иметь возможность свободно обращаться к консульским властям стран своего происхождения;

3. Туристы и посетители должны пользоваться теми же правами, что и граждане посещаемой страны в плане конфиденциальности относящихся к ним личных данных и сведений, особенно, что касается данных, хранящихся электронным способом;

4. Административные формальности пересечения границ, которые введены государствами или вытекают из международных соглашений, как например, визовые или

санитарные и таможенные формальности должны по мере возможности адаптироваться таким образом, чтобы способствовать свободе путешествий и доступу максимального числа людей к международному туризму; следует поощрять соглашения между группами стран, направленные на гармонизацию и упрощение этих формальностей; следует постепенно отменять или корректировать специальные налоги и сборы, обременяющие туристскую индустрию и наносящие ущерб ее конкурентоспособности;

5. Посетители должны иметь возможность приобретать, в соответствии с экономическим положением страны, из которой они выезжают, суммы в свободно конвертируемой валюте, необходимые для их поездок;

Статья 9. Права работников и предпринимателей туристской индустрии

1. Основные права наемных и самодельных работников туристской индустрии и смежных отраслей необходимо гарантировать под контролем администраций как государств их происхождения, так и принимающих стран, с особым учетом специфических ограничений, связанных особенно с сезонным характером их деятельности, глобального измерения их индустрии и гибкости, которая требуется от них в связи с их работой;

2. Наемные и самодельные работники сферы туризма и смежных отраслей имеют право и обязаны проходить надлежащие начальное обучение и постоянно повышать свою квалификацию; они должны иметь достойное социальное обеспечение; следует максимально повышать надежность их занятости; для сезонных работников сектора должен быть предложен особый статус, особенно в плане их социальной защиты;

3. Все физические и юридические лица, обладающие необходимыми способностями и квалификацией, должны иметь право заниматься профессиональной деятельностью в области туризма в рамках действующих национальных законодательств; предприниматели и инвесторы, особенно представляющие малые и средние предприятия, должны иметь свободный доступ к туристскому сектору с минимальным количеством юридических и административных ограничений;

4. Обмены опытом, предлагаемые управленческим кадрам и работникам из разных стран, как наемным, так и самодельным, способствуют совершенствованию мировой индустрии туризма; им следует максимально содействовать с учетом национальных законодательств и применимых международных конвенций;

5. Многонациональные компании туристской индустрии, которые являются незаменимым фактором солидарности в деле развития и динамичного роста международных обменов, не должны злоупотреблять доминирующим положением, которое они иногда занимают; они должны избегать превращения в средства искусственного навязывания принимающим сообществам социально-культурных моделей; в обмен на их свободу инвестировать и торговать, которую следует полностью признать, они должны принимать участие в местном развитии, избегая уменьшения вносимого ими вклада в экономики, в которых они действуют, вследствие чрезмерной репатриации своих прибылей или стимулирования импорта;

6. Партнерство и установление сбалансированных отношений между предприятиями направляющих и принимающих стран способствуют устойчивому развитию туризма и справедливому распределению выгод, образующихся в результате его роста;

Статья 10. Реализация принципов Глобального этического кодекса туризма

1. Государственные и частные участники туристского процесса должны сотрудничать в деле реализации настоящих принципов и должны контролировать их эффективное применение;

2. Участники туристского процесса должны признать роль, которую играют международные организации, в первую очередь Всемирная туристская организация, и неправительственные организации, которые занимаются вопросами продвижения и развития туризма, защиты прав человека и охраны окружающей среды и здоровья, с учетом соблюдения основных принципов международного права;

3. Те же участники туристского процесса должны проявить намерение передавать с целью примирения все спорные вопросы, связанные с применением или толкованием Глобального этического кодекса туризма, беспристрастному третьему органу, именуемому «Всемирный комитет по этике туризма»

4.7. Типы клиентов

Как говорится, люди делятся на тех, кто делит других на типы и тех, кто не делит. Большой Эл (Том Шрайтер) — точно делит. Не берусь рекомендовать его книги (он — гуру сетевого маркетинга), но что меня заинтересовало — так это его теория о типах людей. Том пишет о необходимом каждому менеджеру навыке нахождения «общего» языка.

Чтобы коммуникация вышла успешной, нужно определить, что за человек наш собеседник и затем обратиться к нему на «его» же языке. Зеленый, синий, красный и желтый — это вовсе не знакомые нам сангвиники, холерики, меланхолики и флегматики. Хотя бы потому, что желтые заточены на других людях, синие — на веселье и тусовках, красные — на деньгах, а зеленые — на своей работе или хобби.

Желтые — одним словом, интересующиеся. Добрые, заботливые, дружелюбные. Не оставят новичка скучать на вечеринке, поделятся сладостями, заведут друзей на всю жизнь в первую неделю на новой работе. Из недостатков — нерешительные, слишком «мягкие» (из-за того, что они всепонимающие и сердобольные). Их не интересуют технологии — они хотят знать, как ваш продукт/сервис способен помогать людям.

Синие — тусовщики. Общительные (иногда чересчур), веселые, оптимистичные люди, они любят быть в центре внимания и быстро собирают вокруг себя много интересных людей. К примеру, заинтересовав мероприятием одного «синего», можете быть уверенными, он приведет с собой еще пятерых друзей. Пожалуй, единственный недостаток — как правило, они не умеют слушать.

Красные всегда знают, как правильно и что делать дальше. Часто советуют или даже указывают, что делать другим. Отличные организаторы. Красные совершенно не способны выполнять рутинную работу и зачастую тоже не слушают собеседника, но уже по другой причине — они руководствуются своим мнением. Им нравится обилие сложных задач, обожают конкуренцию и соревнования, ценят признание. Красных лучше сразу назначать руководителями.

Зеленые — мягко скажем, «ботаники». На вечеринке они явно блистать не будут, зато в своей сфере являются экспертами. Не делают ничего «понарошку» и «просто так», любят изучать всё до мелочей и быть лучшими. При этом почти всегда замораживаются по пустякам и «тихони» (но это не значит, что они недружелюбны). Если в вашей команде есть зеленый — вы получили очень преданного человека на очень долгосрочной основе.

Мы посоветовались с дизайнером и придумали вот такие иллюстрации к посту:



Желтые, ко всему прочему, являются профессиональными обнимальщиками. Они просто обожают обнимать людей.



Я спросил красного насчет объятий. Он мне задал вопрос: «А что я с этого буду иметь?»



Зеленые — антиобнимальщики. Если вы пытаетесь обнять зеленого, он превращается в льдинку и пытается выскользнуть из ваших объятий.



Однажды я спросил синего: «Что ты чувствуешь по поводу объятий?» Он сказал: «Обнимать? Звучит весело!» Синие обожают получать удовольствие, веселье.

netpeak.ua

5. СПИСОК ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Литература основная

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М-СПб. : Невский фонд, 2012. – 320.
2. Горбылева З.М, Экономика туризма: учебно-практическое пособие. 2-е издание.- Минск: БГЭУ, 2011.- 154.
3. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник.- М.: Финансы и статистика, 2011.- 400.
4. Велединский В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис [Электронный ресурс] / В.Г. Велединский. – КноРус, 2014. – 216 с. – ISBN 978-5-406-02880-3. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53294.
5. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Издательско-торговое предприятие «Дашков и К», 2014. – 448 с. - ISBN 978-5-394-02351-4. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/50257/page1>.
6. Байковский Ю.В. Классификация и особенности формирования горных неолимпийских видов спорта / Ю.В. Байковский. – М.: Вертикаль, 2005. – 256 с.
7. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учеб, пособие / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2000 – 315 с.
8. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. - СПб.: Издательский торговый дом Герда, 2000 – 243 с.
9. Воронов Б.А., Сапаев В.М., Махинов А.М. Разработка и описание экотуристических маршрутов: метод. Рекомендации / Б.А. Воронов и др.. - Хабаровск: МАНТ ДВ, 2000. - 126 с.
10. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев.- М.: Нолидж, 2006. – 232 с.
11. Дроздов А.В. Основы экологического туризма: учеб. пособие / А.В. Дроздов. - М.: Гардарик, 2005. – 325 с.
12. Дурович А.П., Копаев А.С. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович, А.С. Копаев. - Минск, 2001. – 615 с.
13. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2010.-282с.
14. Егоренков Л.И. Экология туризма и сервиса: учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 208 с.
15. Зорин И.В. и др. Туризм и отраслевые системы. Менеджмент туризма / И.В. Зорин. - М.; Финансы и статистика, 2001. - 272 с.
16. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин и др.. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 364 с.
17. Ильина Е.Н. Туризм – Путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: учебник для туристских колледжей и вузов / Е.Н. Ильина.- М.: РАМТ, 2001.-254 с.
18. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. / Н.И. Кабушкин. - Мн.: Новое знание, 2004. - 409 с.
19. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма: учеб. пособие / А.Б.Косолапов. - М.: КНОРУС, 2005. - 240 с.

20. Организация практического обучения в Уральском институте туризма: Сб. статей / под общ. ред. О.В. Пироговой. – Екатеринбург, 2005. – 68 с.
21. Пирогова О.В. Использование обучающих учебных карт при изучении курса «Самодетельный спортивный туризм». – Екатеринбург, 2002. – 75 с.
22. Пирогова О.В. Специфика обучения рекреационным ресурсам в туристском вузе. – Екатеринбург, 2004. – 74с.
23. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: Ось -1989, 2000. – 69 с.
24. Сенин В.С. Введение в туризм / В.С. Сенин. - М.: РИПРИКТ, 1993. – 145 с.
25. Сергеева Т.К. Экологический туризм / Т.К. Сергеева. - М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с.
26. Третьякова Т.Н., Котлярова О.В. Туристско-рекреационные ресурсы стран ближнего зарубежья: уч. пособие Т.Н, Третьякова. – Челябинск, 2005.- 152с.
27. Храбовченко В.В. Экологический туризм: учеб. - метод. Пособие / В.В. Храбовченко. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 208 с.
28. Шаповал Г.Ф. История туризма / Г.Ф. Шаповал. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 1999. - 176 с.

5.2. Литература рекомендуемая (дополнительная)

1. Дежникова Н.С., Иванова Л.Ю. и др. Воспитание экологической культуры у детей и подростков / Н.С. Дежникова и др. – М., 2000. – 63с.
2. Игры – обучение – досуг / под ред. В.В. Петрусинского / в семи книгах. – М., 1995.
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник, 3-е издание / Н.И. Кабушкин.- Мн.: Новое знание, 2002.
4. Каверина Т.П, Сборник заданий и деловых игр по курсу «Введение в туризм»: методическое пособие / Т.П. Каверина.- М.: РМАТ, 2008.
5. Квартальнов В.А, Иностранный туризм / В.А. Квартальнов.- М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Квартальнов В.А, Колесник Н.В. Введение в специализацию: Менеджмент иностранного туризма: учеб. пособие/ В.А. Квартальнов и др.- М.: Советский спорт, 2008.
7. Куликов В.М., Ротштейн Л.М. Школа туристских вожakov / В.М. Куликов и др.. – М.: Владос, 1999. – 144 с.
8. Кунгурская ледяная пещера: Фотоальбом. – Пермь, 1990. – 304 с.
9. Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территорий // Вестник московского университета. Сер.5. География. - 1998. - № 6. – С. 56.
10. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства отели и рестораны / Г.А. Папирян.- М.: Экономика, 2010.
11. Симаков В.А. Семья идет в поход / В.А. Симаков. – М.: Сов. Россия, 1997. – 208 с.
12. Экология, охрана природы, экологическая безопасность. – М.: МНЭПУ, 2000. - 640 с.
13. Экотуризм на пути в Россию / сост. Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева. - Тула: Гриф, 2002. - 284 с.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Мультимедийные материалы (иллюстрации к лекциям, презентации и пр.).
2. Информационный ресурс ТУРТРЭВЕЛ: турбизнес для профессионалов.
<http://www.travelinform.ru/main/newtech>;
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации.-
www.russiatourism.ru;
4. Официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики.-
www.minstm.gov.ru
5. Сайт Российского Союза туриндустрии.- rostourunion.ru
6. Сайт ассоциации туроператоров России.- atorus.ru Общероссийский генеральный реестр туристических агентств. www.reestr-NF.ru

Учебное текстовое электронное издание

Неретина Татьяна Геннадьевна

ОСНОВЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебное пособие

Издается полностью в авторской редакции

1,6 Мб

1 электрон. опт. диск

г. Магнитогорск, 2015 год

ФГБОУ ВПО «МГТУ»

Адрес: 455000, Россия, Челябинская область, г. Магнитогорск,
пр. Ленина 38

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»

Кафедра начального образования

Центр электронных образовательных ресурсов и
дистанционных образовательных технологий

e-mail: ceor_dot@mail.ru