

Н. Ю. Весселова, Н. В. Иванова, Н. А. Мальшина

ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТОВ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Рекомендовано Учебно-методическим отделом СПО в качестве электронного учебного пособия для использования в учебном процессе образовательными учреждениями среднего профессионального образования по специальности «Туризм»

Т38 **Технология и организация сопровождения туристов** [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / [Н. Ю. Веселова и др.]. — Электрон. дан. и прогр. (7 Мб). — Саратов: Профобразование, 2018. — 61 с. — (Среднее профессиональное образование).

ISBN 978-5-4488-0191-4

В учебном пособии рассмотрены основы организации туристской деятельности, определено влияние туризма на экологию, описаны правила организации туристических поездок и экскурсий. Приведена специфика спортивно-туристических походов различной категории сложности. Изложены правила безопасности туристов в путешествии и рассмотрена отчетная документация.

Пособие подготовлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к изучению дисциплины «Технология и организация сопровождения туристов» и предназначено для студентов, обучающихся по специальности 43.02.10 «Туризм»

Учебное электронное издание

Издано в авторской редакции

Технический редактор *А.А. Агешкин*
Компьютерная верстка, обложка *С.С. Сизумовой*

Для создания электронного издания использовано:
Приложение pdf2swf из ПО Swftools, ПО IPRbooks Reader,
разработанное на основе Adobe Air

Подписано к использованию 15.02.2018. Объем данных 7 Мб.

Издание представлено в электронно-библиотечных системах

IPRbooks (www.iprbookshop.ru),

Библиокомплектатор (www.bibliocomplectator.ru)

Бесплатный звонок по России: **8-800-555-22-35**

Тел.: 8 (8452) 24-77-97, 8 (8452) 24-77-96

Отдел продаж и внедрения ЭБС:
доб. 206, 213, 144, 145
E-mail: sale@iprmedia.ru

Отдел комплектования ЭБС:
доб. 224, 227, 208
E-mail: mail@iprbookshop.ru

По вопросам приобретения издания обращаться:

доб. 208, 201, 222, 224

E-mail: izdat@iprmedia.ru, author@iprmedia.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Основы организации туристской деятельности	5
1.1. Понятие туристической деятельности	5
1.2. Организационные формы и виды туризма	7
1.3. Классификация туров и маршрутов	10
1.4. Влияние туризма на экологию	11
Глава 2. Правила организации туристических поездок и экскурсий	14
2.1. Проект программы обслуживания туристов	14
2.2. Предоставления туристу информации о маршруте	15
2.3. Формирование маршрута	16
2.4. Проектирование экскурсионной программы	19
2.5. Разработка анимационных программ	26
Глава 3. Специфика спортивно-туристических походов различной категории сложности	30
3.1. Современное состояние и организация спортивно-оздоровительного туризма	30
3.2. Классификация туристских маршрутов	36
3.3. Разработка спортивно-туристского маршрута	37
Глава 4. Правила организации обслуживания туристов в гостиницах	43
4.1. Гостиничный бизнес как составляющая туристического процесса (организация гостиничного дела)	43
4.2. Регистрация и поселение в гостиницу	46
4.3. Обслуживание во время проживания в отеле	48
Глава 5. Безопасность туристов в путешествии	51
5.1. Безопасность туристов в путешествии	51
5.2. Безопасность в спортивно-оздоровительных походах	53
5.3. Инструктаж туристов перед поездкой	54
Глава 6. Отчетная документация	57
Библиографический список	60

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Понятие туристической деятельности

Качественный и востребованный турипродукт обеспечивает успех и конкурентоспособность фирмы на рынке, поэтому работникам туристской сферы необходимо научиться предлагать своим клиентам нужный им товар или услугу. Умение услужить клиенту — один из факторов успешной предпринимательской деятельности в сфере туризма.

Туристская деятельность — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий: специфическая разновидность сервисной и, в частности, социокультурной деятельности, нацеленной, с одной стороны, на реализацию людьми своих потребностей в активном отдыхе и туристических путешествиях, с другой — на организацию этих путешествий и предоставление потребителям в связи с этим множества предметов, продуктов и услуг разнообразного типа, вида и качества. Субъектом туристской деятельности могут выступать также органы государственной и муниципальной власти, осуществляющие определенную политику в области туризма¹.

Туристская деятельность не стоит на месте, а динамично развивается, каждый год количество предпринимателей в туризме растет, и те, кто занимается изучением потребностей туристов, их вкусов и предпочтений, способны выдержать эту нелегкую гонку за клиента. Фирмы, которые выигрывают конкурентную борьбу и становятся лидерами на своем рынке, расширяют долю рынка, увеличивают количество потребителей их турипродукта. Узнаваемость фирмы обеспечивается отзывами туристов о предоставлении качественного продукта.

Цель туристской деятельности — производство, формирование и реализация конкурентоспособного турипродукта, необходимого для удовлетворения потребностей туриста, формирование социальной миссии и позитивного имиджа туристической фирмы, направленные на повышение благосостояния населения региона и получение прибыли.

Туристская деятельность, как любая предпринимательская деятельность, направлена на то, чтобы все ее участники могли получить выгоду, которая обеспечивает предпринимателю переход на новый уровень благосостояния в результате ряда предпринимаемых действий. Получение материальной выгоды является одной из значимых целей туристской предпринимательской деятельности, характеризующей успешность бизнеса на отраслевом рынке, а, следовательно, востребованность его туристских услуг.

Прибыль является индикатором эффективности использования туристского капитала и служит важным показателем успешности любой туристической компании. Турфирма, которая приносит государству прибыль, отчисляет налоги, способствует привлекательности региона, развивает межрегиональные и международные отношения, формирует мировоззрение общества, повышает интеллект молодежи, создает новые рабочие места, тем самым приносит пользу не только своему региону, но и обществу в целом. Чем больше в стране успешных предпринимателей и компаний, занимающихся туризмом, приносящих прибыль и развивающих ТРЗ, тем богаче страна и образованнее ее население.

¹ См.: Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов; Под ред. Л.П. Воронковой. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 78. В дальнейшем ссылки на это издание обозначаются: Туризм, гостеприимство, сервис / Под ред. Л.П. Воронковой.

Туристический бизнес — одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства — входит в число 3 крупных отраслей народного хозяйства помимо нефтедобывающей промышленности и автомобилестроения и во многих странах мира занимает лидирующее положение, например, в странах Европы, Азии, Америки.

Туристический бизнес привлекателен для предпринимателей по разным причинам:

- не требует больших затрат на начальном этапе деятельности;
- постоянно растущий спрос на туристические путешествия; высокий уровень капиталотдачи; время на окупаемость затрат минимальное.

Значение туристской деятельности в экономике страны складывается из следующих составляющих:

- способствует притоку валюты;
- создает дополнительные рабочие места, растет уровень занятости населения;
- способствует росту доходов населения и благосостоянию общества;
- сфера постоянных инвестиций;
- способствует интеграции экономики и развитию других отраслей народного хозяйства;
- влияет на развитие внешнеэкономических связей, формирование позитивного имиджа страны на международном рынке и др.;
- туризм как социальная составляющая общества способствует повышению образовательного уровня людей.

Наибольшая туристская подвижность населения ожидается в Нидерландах, Германии, Великобритании, Канаде и Японии, где на одного жителя страны будет приходиться по 1,5–2 поездки за границу в год. В большинстве других стран, входящих в десятку, туристская подвижность заметно ниже единицы².

В России туризм — развивающаяся отрасль, и влияние туристской индустрии на экономику страны пока незначительно. Для того чтобы заинтересовать иностранных туристов туристско-рекреационными зонами России, необходимо уделить внимание качеству предоставляемых услуг, качеству обслуживания и себестоимости отечественного туристского продукта.

Исходя из практики туристской деятельности, следует отметить, что качество и цена продукта на отечественном туристском рынке зачастую неравноценны. Цены на отечественный продукт неоправданно завышены, а качество обслуживания находится на очень низком уровне. Приведение в соответствие этих 2 показателей требует, прежде всего, реконструкции материально-технической базы, модернизации технологических процессов в туризме, совершенствования системы обслуживания, повышения профессионализма сотрудников в контактных зонах и, как следствие, капиталовложений, инвестиций.

Таким образом, российский туристический бизнес на сегодняшний день не в состоянии полностью самофинансировать собственную модернизацию, реконструкцию, расширение и развитие. Эти проблемы приводят к тому, что частный туристический бизнес вынужден обращаться за помощью и финансовой поддержкой к местным органам власти и Правительству РФ.

Сотрудничество туристического бизнеса и государственного сектора экономики способствует выработке совместных действий для эффективного развития туристско-рекреационного комплекса страны.

² См.: Деятельность в регионах ВТООН // Путешествуй по миру=Travel the World. URL: <http://www.alltravelworld.ru/travels-553-4.html>.

В результате использования механизмов государственно-частного партнерства в туризме создаются **программы и проекты социальной значимости**, а именно:

- взаимодействие государства и туристического бизнеса, способствующее достижению социально значимых целей и задач по развитию туристской деятельности на взаимовыгодных условиях в средне- и долгосрочной перспективе;

- реализуются общественно значимые туристские проекты и программы по социально-экономическому развитию туристических территорий, направленные на улучшение качества жизни местного населения, путем создания рабочих мест и повышения благосостояния;

- на региональном уровне создаются местные законы, способствующие согласованию интересов и обеспечению взаимодействия государства, муниципалитетов и частного бизнеса в области туристской деятельности;

- привлекаются инвесторы из других отраслей национальной экономики.

Таким образом, государственно-частное партнерство в сфере бизнеса способствует, прежде всего, развитию предпринимательской туристской деятельности в регионе, узнаваемости региона на международном уровне, притоку валюты и повышению доходов региона.

1.2. Организационные формы и виды туризма

Туризм в своем нынешнем виде возник и сформировался в конце XIX века, а истинное интенсивное развитие получил во второй половине XX века.

Туризм выступает в 2 ипостасях: как особый массовый род путешествий с четко определенными целями, совершаемых туристами (т. е. деятельность самого туриста), и деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий (т. е. деятельность предприятий сферы туризма)³.

В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» представлена новая редакция организационных форм и типов туризма.

В соответствии с законом к **типам туризма** относятся:

- внутренний — туризм в пределах территории РФ лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

- выездной — туризм лиц, постоянно проживающих Российской Федерации, в другую страну;

- въездной — туризм в пределах территории РФ лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

Формы туризма:

- международный — туризм выездной или въездной; социальный — туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

- самостоятельный — туризм, организуемый туристами самостоятельно.

Для того чтобы дать как можно более полную классификацию видов современного туризма, используются наиболее существенные признаки, характеризующие тот или иной вид туризма, в частности:

- основная потребность туристического путешествия;

- основное средство передвижения в путешествии;

³ Зорин И. В. Энциклопедия туризма. С. 289.

- средство размещения;
- продолжительность путешествия;
- состав группы;
- основные принципы формирования цены туристического путешествия и т. д.

Вид туризма — понятие, применяемое в науке о туризме для выделения специализированной деятельности, реализуемой в различных туристических целях, используемое в целях статистики⁴ (табл. 1).

Таблица 1

Классификация видов туризма

Критерии классификации	Виды туризма
По цели туризма	<ul style="list-style-type: none"> – рекреационный туризм — включает в себя оздоровительный (пляжный, отпускной); познавательный (экскурсионный); и др.; – деловой туризм — бизнес- туризм, конгресс-туризм; шопинг-туризм; археологический; военный и др.; – спортивный туризм — по видам передвижения: автотуризм; мототуризм; велосипедный; водный; парусный; конный; лыжный; пешеходный; горный; альпинизм; спелеотуризм; комбинированный и др.; – экстремальный туризм — горный; альпинизм; дайвинг; индустриальный; диггерство; спелеотуризм; водный; каякинг; рафтинг; парусный; пешеходный; авто-стоп; легководство; – другие — религиозный; паломничество; приключенческий; агротуризм; экотуризм; фототуризм; сафари; благотворительный; медицинский; гастрономический; ностальгический; культурный; книжный; музыкальный и др.
По типу	<ul style="list-style-type: none"> – внутренний; – въездной; – выездной
По количеству участников	<ul style="list-style-type: none"> – групповой; – самостоятельный
По социально-возрастному признаку группы	<ul style="list-style-type: none"> – детский (для детей от 3–12 лет); – школьный (от 14 до 18 лет); – молодежный и студенческий (от 18 до 25 лет); – для взрослых и пожилых людей (от 26 и старше); – семейный; – для людей с ограниченными возможностями и др.
В зависимости от продолжительности путешествия	<ul style="list-style-type: none"> – продолжительный (на срок свыше 7 суток); – кратковременный (на срок до 5–7 суток); – отдых выходного дня (week-end 1–2 дня)⁵

⁴ См.: Туризм, гостеприимство, сервис / Под ред. Л. П. Воронковой. С. 49.

Критерии классификации	Виды туризма
В зависимости от принадлежности транспортных средств, используемых на туристическом маршруте	<ul style="list-style-type: none"> – туризм на транспорте туристической фирмы, в основном автотранспорте; – туризм на арендованном турфирмой транспорте, принадлежащем транспортным организациям; – туризм на личном транспорте туристов
По способу передвижения	<ul style="list-style-type: none"> – пешеходный; – водный; – сплав по рекам; – рафтинг; – морской каякинг; – парусный; – велотуризм; – автомобильный; – конный; – лыжный; – мотоциклетный; – пешеходный; – космический
По способу экипировки	<ul style="list-style-type: none"> – легкоходство — путешествие, которое зависит от продолжительности и стиля туристского похода, с максимальным снижением веса снаряжения (экипировки, рюкзака), без угрозы безопасности для туриста (также может быть сокращен объем провизии); – бэкпэкинг — путешествия, совершаемые туристом (бэкпэкером) за небольшие деньги, чаще всего принципиально отказываясь от услуг туроператоров

Как известно, при формировании турпродукта очень важно принимать во внимание возраст клиента. Учитывая этот фактор в развитии туризма, Всемирная туристическая организация предложила следующую **градацию туристов по возрастному признаку**:

- дети, путешествующие с родителями (до 15 лет);
- молодежь (15–24 года);
- экономически активные молодые туристы (25–44 года);
- экономически активные туристы среднего возраста (45–64 года);
- туристы третьего возраста (от 65 лет)⁶.

Концепция **социального туризма** базируется на 3 основных принципах:

- 1) обеспечение отдыхом каждого члена общества путем вовлечения в среду туризма людей с низким уровнем дохода;
- 2) субсидирование туристических поездок малоимущих граждан;

⁵ Основы туристской деятельности / Сост. Е.Н. Ильина С. 98.

⁶ См.: Бабкин, А.В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д: Феникс, 2008. URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin01.htm.

3) участие государственных, муниципальных и общественных структур в развитии туризма⁷.

К **специальным видам туризма** можно отнести туры, которые полностью или частично характеризуются следующими признаками:

- 1) не носят массовый характер и пользуются спросом редко;
- 2) высокий уровень затрат на формирование продукта;
- 3) продукты, включающие в себя одновременно несколько подвидов туризма (например, познавательный + спортивный + развлекательный + экстремальный и т. д.);
- 4) дорогостоящие туры, пользующиеся спросом в основном обеспеченных слоев населения, и др.;
- 5) не несут в себе социальную составляющую для общества в целом.

К специальным видам туризма относится и **таймшер** — форма владения собственностью в виде апартаментов в рамках комплекса апартаментов или право на бессрочное эксклюзивное пользование апартаментами на основе разделения времени на срок, кратный неделе в каждом календарном году.

На основании представленной классификации можно сказать, что она не является постоянной и окончательной. Совершенствование и развитие туристического бизнеса оказывает на нее существенное влияние. Виды и подвиды изменяются в зависимости от потребностей туриста, моды, материального благосостояния и развития общества в целом.

1.3. Классификация туров и маршрутов

В учебной литературе В. А. Квартальным, Г. И. Зориним, Н. Ильиним и др. представлено несколько видов классификаций туров, но для всех присущи определенные критерии, например, вид туризма, тип, сезонность и др. Опираясь на основные критерии, представляем некоторые из них.

1. По виду туризма выделяют туры:

- познавательные;
- экскурсионные;
- спортивные;
- лечебные;
- рекреационные и др.

2. По категории туризма выделяются туры:

- в пределах страны;
- международные — поездки путешествующих лиц;
- с туристскими целями за пределы страны постоянного места жительства⁸;
- национальные — в поездках происходит обслуживание туристов из числа жителей своей страны⁹.

В зависимости от **содержания программ обслуживания** туры подразделяются:

- тематические;
- курортно-оздоровительные;
- спортивные;
- комбинированные.

⁷ Там же.

⁸ Туризм, гостеприимство, сервис / Под ред. Л.П. Воронковой. С. 175.

⁹ См. там же. С. 190

3. **По формированию и содержанию пакета услуг тура** при продаже различают:

- инклюзив-туры;
- заказные туры.

5. **По организации туристской деятельности** туры подразделяют:

- на плановые — включают в себя групповые и индивидуальные туры;
- самостоятельные;
- социальные¹⁰.

6. **По сезонности** туры подразделяются:

– на круглогодичные — к ним относятся все виды туров при наличии круглогодичного графика действия;

– сезонные — такие туры, которые функционируют не круглый год, а в течение какого-либо сезона или сезонов. Например, теплоходные речные туры могут действовать у нас только во время навигации (примерно с мая по октябрь). Сезонными турами являются летние туры на курорт. Зимой туда нет графика заезда. Горнолыжные туры — также сезонные, функционируют в зимне-весенний период и т. д.¹¹

В зависимости от средства размещения туристов:

- размещением в отелях;
- размещением в мотелях;
- размещением в туристических пансионатах;
- размещением в кемпингах, турбазах, турдеревнях т. д.¹²

8. **В зависимости от услуг питания:**

– туры с одноразовым питанием (европейский, континентальный, английский завтрак);

– туры с двухразовым питанием (полупансион — обычно включает «завтрак — обед» или «завтрак — ужин»);

– туры с трехразовым питанием (полный пансион — включает завтрак, обед и ужин).

Кроме того, выделяют также виды маршрутов, например, **по построению трассы:**

- линейные — с посещением одного или нескольких пунктов (кроме начального), находящихся на трассе;
- радиальные — с посещением одного пункта на трассе;
- кольцевые — с совпадением точек начала и конца маршрута и посещением нескольких пунктов на маршруте¹³.

Следует отметить, что представленная классификация может быть использована для изучения конкретного признака или явления, необходимых для упорядочивания туристских процессов по одному из критериев, которые используются на всех этапах разработки и формирования туристских продуктов.

1.4. Влияние туризма на экологию

Развитие техногенных факторов загрязнения окружающей среды приводит не только к экологическому кризису, но и воздействует в первую очередь на ухудшение состояния туристских ресурсов. Экологическая ситуация — проблема не только отдельных стран и регио-

¹⁰ См. там же. С. 190

¹¹ См.: Основы туристской деятельности / Сост. Е.Н. Ильина. С. 98.

¹² См. там же. С. 97.

¹³ См.: Туризм, гостеприимство, сервис / Под ред. Л.П. Ворожковой. С. 97.

нов, это проблема мирового характера. Поэтому принять меры для защиты экологии — значит, сохранить туристские ресурсы и культурное наследие для будущих поколений.

Развитие индустрии и инфраструктуры туризма в туристско-рекреационных зонах воздействует на экологию различными способами, помимо вещественного характера: в виде шума, электромагнитного и радиоактивного воздействия и т. д., на атмосферу, водные ресурсы, почву, флору и фауну. Чтобы определить экологичность или неэкологичность туризма, необходимо выявить степень и характер воздействия.

В туристской деятельности часто используется показатель, который определяется как пропускной потенциал туристического объекта.

В основе концепции устойчивого развития туризма лежит понятие пропускного потенциала. **Пропускной потенциал** — та максимальная нагрузка, которую может выдержать тот или иной туристический объект без серьезного ущерба для местных ресурсов, негативно-го воздействия на впечатления от поездки и без возникновения социально-экономических проблем у населения¹⁴.

В учебнике М.Б. Биржакова *пропускной потенциал подразделяется на 3 основных вида:*

- 1) **экологический пропускной потенциал** — уровень посещаемости объекта или местности, превышение которого приводит к неприемлемым экологическим последствиям либо в результате действий (или естественных процессов жизнедеятельности) самих туристов, либо вследствие функционирования обслуживающей туризм инфраструктуры;
- 2) **туристский социальный пропускной потенциал** — уровень посещаемости туристического объекта или местности, превышение которого влечет за собой ухудшение впечатлений от поездки;
- 3) **местный социальный пропускной потенциал** — уровень посещаемости, превышение которого приводит к негативным последствиям для местной культуры и ухудшению взаимоотношений местного населения с туристами.

В результате туристский пропускной потенциал регулирует уровень ресурсного потенциала территории с точки зрения разумного и допустимого его использования, сохранения, поддержания и восстановления естественных свойств туристического объекта или местности¹⁵.

Сохранение для туризма туристско-рекреационных ресурсов — алгоритм успешного процесса развития туристического бизнеса. **Туристско-рекреационные ресурсы** — природные и искусственно созданные человеком объекты, которые используются туроператором для формирования туристского продукта.

Туристские ресурсы влияют на дифференциацию туристического бизнеса, способствуют его устойчивому развитию, являются базой для проектирования, планирования, разработки туристского продукта, формируют инвестиционную политику, способствуют экономическому росту, социальному развитию территории.

Важным моментом в туристской деятельности является внедрение методов определения пропускного потенциала туристического объекта с целью определения того количества туристов, которое может принять туристический регион, чтобы обеспечить туриста высоким качеством сервиса и предоставляемых туристских услуг.

Новым в определении пропускного потенциала по данному методу является не только использование вышеперечисленных потенциалов (экологического пропускного потенциала,

¹⁴ Биржаков, М.Б. Указ. соч. С. 35–47.

¹⁵ Биржаков, М.Б. Указ. соч. С. 35–47.

социального и местного социального потенциалов), но и применение нового показателя, который используется для оценки экономической устойчивости территории, — инфраструктурного пропускного потенциала, который может быть исследован турагентами.

Представим поэтапную характеристику оценки пропускного потенциала на устойчивость развития туризма.

Первый этап — **характеристика показателей устойчивости развития туризма.**

Экологическая устойчивость развития туризма представляет собой исследование:

– критической туристической нагрузки; нормативов критических нагрузок на окружающую среду;

– уровень уже имеющихся туристических нагрузок;

– уровень допустимых инноваций.

Социальная и культурная устойчивость развития туризма представляет собой анализ:

– пропускной способности территории;

– максимального количества туристов, одновременно посещающих туристский ресурс;

– максимального количества туристов на маршруте;

– норм критических нагрузок на объекты туристского интереса.

Говоря об анализе местного социального пропускного потенциала, следует иметь в виду, что измерить его трудно, так как сложно определить методы оценок, по которым будет производиться расчет. Мнение местных жителей при оценке этого вида всегда будет носить субъективный характер.

Экономическая устойчивость развития туризма, или инфраструктурный пропускной потенциал, будет измеряться путем анализа следующих показателей:

– количество гостиниц, отелей и их номеров разной категории;

– виды транспорта, используемые по данному маршруту, их количество, вместимость, протяженность маршрута и т. д.;

– пропускная способность транспортно-технических сооружений;

– количественные показатели обеспечения средствами связи;

– количество мест на предприятиях общественного питания, способных удовлетворять запросы туристов;

– количество банков, их филиалов, пунктов обмена валюты и банкоматов;

– уровень теплоснабжения, водоснабжения, электроснабжения, канализации и т. д.¹⁶

Второй этап — **определение удельного веса каждого показателя и оценки.** Для этого рекомендуется использовать метод экспертных оценок.

Третий этап — **количественный.** Он базируется на определении количественных показателей пропускного потенциала с учетом значимости каждого показателя. Для этого подбирается группа независимых экспертов и проводится анкетирование или опрос.

Таким образом, экономический метод определения пропускного инфраструктурного потенциала позволит формулировать управленческие решения об организации туристской деятельности в регионе, разрабатывать популярные туристические маршруты. Появляется возможность рассмотреть другие сегменты рынка, создать новое предложение на туристском рынке и получить конкурентоспособные преимущества, повлиять на позитивное и благоприятное развитие имиджа фирмы.

¹⁶ Бирюжиков, М.Б. Указ. соч. С. 35–47.

ГЛАВА 2

ПРАВИЛА ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК И ЭКСКУРСИЙ

2.1. Проект программы обслуживания туристов

С каждым годом повышается благосостояние населения, желание использовать отпуск для посещения других мест стран, расширяется география путешествий, а, следовательно, увеличивается объем туристского товарооборота.

Турпродукт — главный объект на туристском рынке. Он имеет стоимость и потребительскую ценность, наделен определенным качеством, техническим уровнем и надежностью, полезностью, показателями эффективности. Любая туристская услуга или товар фактически проходит на рынке проверку на степень удовлетворения общественных потребностей: пакет услуг или товар, которые покупает клиент, «должны максимально удовлетворять его личные нужды», а совокупность покупателей должен удовлетворять тот товар, который наиболее полно соответствует общественным потребностям. Конкурентоспособность товара можно определить, только сравнивая товары конкурентов между собой¹⁷.

Конкурентоспособность и успех туристской деятельности фирмы определяются конкурентоспособным туристским продуктом, поэтому основной задачей деятельности туристического предприятия, в частности туроператора, является создание привлекательного туристского продукта. Привлекательность турпродукта зависит от работы всех предприятий, контрагентов, которые принимают участие в его создании.

Насыщенность рынка турфирмами ведет к ужесточению конкуренции. Многие фирмы не имеют достаточных ресурсов, позволяющих им выдерживать конкуренцию, поэтому они не могут распылять свои усилия на все сегменты туристского рынка. И чтобы достичь эффективной и прибыльной туристской деятельности, берут на вооружение концепцию целевого маркетинга, в основе которой лежит стратегия сегментации, выбора целевых сегментов туристского рынка и стратегия качества туристского продукта.

Для этого разрабатываются стандарты обслуживания (корпоративный кодекс, система менеджмента качества и др.), способствующие повышению имиджа и престижу туристской деятельности фирмы на туристском рынке, которые, в свою очередь, влияют на качество турпродукта.

Качество турпродукта подтверждается непрерывным совершенствованием качества услуги и культурой обслуживания. Чтобы турпродукт был качественным, необходимо учитывать то, что все услуги, независимо от того, основные они или дополнительные, должны предоставляться одинаково качественно. При повторном их предоставлении персонал должен стремиться только к совершенствованию качества обслуживания и ни в коем случае не ссылаться на отсутствие каких-либо причин или условий, влияющих на снижение качества услуги, например отсутствие новых технологий, мотивации труда, плохое качество средств труда и др. И наконец, персонал должен понимать, что брака в туристской деятельности предприятия не может быть в принципе, так как это ведет к потере клиентов (уход к конку-

¹⁷ См.: Чористова, Н.В. Организация туристической индустрии: Учебный пособие. К.: Атика, 2006. 264 с. Автоматический перевод на русский язык представлен на сайте «Туризм для студента». URL: <http://tourism-book.com/rbooks/book-39/ru/chapter-1918>.

ренту) и информация негативного характера распространяется гораздо быстрее, чем позитивные отзывы.

Не менее важными требованиями к созданию турпродукта являются:

обеспечение безопасности жизни и здоровья туриста сохранение его имущества во время путешествия; сохранение окружающей среды каждым из участников туристской деятельности; выполнение всеми контрагентами гарантий по предоставлению туристских услуг согласно приобретенному туру или постоянное совершенствование культуры сервиса.

Культура сервиса в туристской деятельности — это то, что позволяет туристической фирме формировать ее образ в глазах клиента, стремление выделиться на рынке. Для любой организации важно выполнить обещания по турпродукту, которые зависят главным образом от персонала.

Таким образом, создание конкурентоспособного туристского продукта напрямую зависит от политики руководства компании, направленной на совершенствование профессионального мастерства персонала при создании турпродукта, а именно: повышение его квалификационного уровня, развития мотивации труда, карьерного роста, приверженности к компании. Привлекательность офиса обеспечивает привлечение внимания клиентов и ознакомление его с ассортиментом туристских услуг. Борьба за потребителя способствует развитию бизнеса и конкуренции. Применение автоматизации и компьютерной техники при создании турпродукта влияет на быстроту подбора услуг, качество обслуживания и культуру сервиса.

Разработка туристического маршрута включает в себя технологические операции по изучению спроса и предложения на туристические объекты, услуги, виды обслуживания, анализ экономической эффективности маршрута, а также по разработке и формированию паспорта маршрута. Процедура разработки паспорта маршрута может занимать несколько месяцев. Завершается она согласованием и утверждением паспорта маршрута директором и используется в профессиональной деятельности сотрудников фирмы при формировании туров.

2.2. Предоставления туристу информации о маршруте

На основании ст. 10 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» реализация туристского продукта осуществляется в соответствии с договором, заключаемым письменной форме между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, а в случаях, предусмотренных указанным Федеральным законом, — между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком (условия договора представлены в главе 1 учебного пособия). Указанный договор должен соответствовать законодательству РФ, в том числе законодательству о защите прав потребителей.

При заключении договора о реализации продукта в сфере выездного туризма турист и (или) иной заказчик должны быть проинформированы в письменной форме о возможности туриста обратиться за оказанием экстренной помощи. При этом должны быть указаны сведения об объединении туроператоров сфере выездного туризма и о способах связи с ними (номера телефонов, факсов, адреса электронной почты и другие сведения). Следует отметить, что вся указанная информация о связи выдается туристу турагентом на инструктаже.

В ст. 10.1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» говорится о том, что *договор о реализации туристского продукта, заключаемый между туристом и (или) иным заказчиком и турагентом*, наряду с условиями, предусмотренными ст. 10 названного Федерального закона, должен также включать:

– полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения) и почтовый адрес турагента;

– информацию о том, что лицом (исполнителем), оказывающим туристу и (или) ино-му заказчику услуги по договору о реализации туристского продукта, является туроператор;

– информацию о возможности туриста в случае возникновения обстоятельств, указанных в ст. 17.4 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», обратиться с письменным требованием о выплате страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора или об уплате денежной суммы по банковской гарантии непосредственно к организации, предоставившей туроператору финансовое обеспечение.

При реализации турагентом туристского продукта от своего имени в договоре с туристом и (или) заказчиком должно содержаться указание на туроператора, сформировавшего туристский продукт, в том числе на способы связи с туроператором (номера телефонов, факсов, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, адрес электронной почты и другие сведения).

2.3. Формирование маршрута

Основной составляющей тура как туристского продукта является маршрут, который играет большую роль в привлекательности всего продукта. Для большого успеха необходимо грамотно и профессионально подходить к составлению тура. Для привлечения туристов их необходимо увлечь, построить маршрут, таким образом, чтоб клиенты хотели бы его посетить и принять участие во всех мероприятиях, которые были запланированы в турпакете. Чтобы маршруты были привлекательными для клиентов, при их организации необходимо придерживаться ряда принципов (табл. 2):

Таблица 2

Принципы организации туристских маршрутов (по материалам С.В. Емелина¹⁸)

№	Принцип	Способы
1	Привлекательность	Привлечь туристов можно: историческими местами, живописной местностью, культурными мероприятиями и выставками, охотой, рыбной ловлей, фестивалями: и, редкими животными, птицами и многим другим.
2	Доступность	Доступность предполагает использование на туристском маршруте различных видов транспорта: автомобиля, автобуса, поезда, самолёта, а для пеших маршрутов - обустроенной туристской трассы. Переезд должен быть дешёвым и комфортным, с малой затратой по времени.
3	Содержательность	Содержательность туристского маршрута означает наличие познавательных элементов, способствующих знакомству с природой естественными богатствами и памятниками культуры, истории, архитектуры и так далее. Принцип содержательности позво-

¹⁸ Емелин, С.В. Курс лекций по дисциплине: Технология туристической деятельности для специальности Гостиничное хозяйство. Севастополь: Севастопольский колледжский техникум, 2006. <http://www.turbooks.ru/shporgalklecii/1012-kurs-lekciy-po-discipline-texnologiya.html>.

№	Принцип	Способы
		ляет туристам в относительно короткий промежуток времени больше узнать, обогатить себя знанием многих культур, интересных достопримечательностей, побудить желание к дальнейшим увлекательным путешествиям
4	Функциональность	Функциональность предполагает круглогодичное использование одного и того же туристского маршрута, но с различным набором сезонных услуг
5	Многоаспектность	Многоаспектность туристского маршрута требует наличия в программе туристского обслуживания заранее подготовленных вариантов. Необходимость в многовариантности определяется изменчивостью погоды-климатических условий, непостоянством состава туристов, пребывающих на маршруте (различиями в их физической подготовленности, возможностях и запросах)
6	Комфортность	Для туристов предпочтительны те маршруты, на которых созданы условия для жилья и питания. Минимум требований - это немного пищи и палатка, оптимальные - трёхразовое питание, ночлег в закрытом помещении на кровати, отопление помещения или кондиционирование, горячее водоснабжение
7	Информированность	Туристский маршрут может отвечать всем перечисленным выше требованиям, но туристов на нем может не оказаться, так как они не информированы об нём и об услугах. Информированность туристского маршрута достигается различными средствами рекламы - в брошюрах, журналах, газетах, на радио и телевидении, через агентов, турбюро и опытных туристов

Разработка маршрута — это кропотливая и трудоёмкая работа. При построении маршрута необходимо учитывать, что маршруты бывают различных типов. Основные типы маршрутов представлены в таблице 3.

Таблица 3

Классификация маршрутов

№	Признак	Тип	Краткое описание
1	По типам	тематические	с преобладанием экскурсионного обслуживания и познавательной направленности
		походные	маршруты с активными способами передвижения
		физкультурно-оздоровительные	с преобладанием в программе спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятий
		комбинированные	маршруты, сочетающие элементы всех перечисленных маршрутов

№	Признак	Тип	Краткое описание
2	По сезонности действия	круглогодичные сезонные	внесезонные функционирующие в определённый сезон
3	По построению трассы	линейные	с посещением одного или нескольких пунктов (кроме начального), находящихся на трассе
		радиальные	с посещением одного пункта на маршруте
		кольцевые	с совпадением точек начала и конца маршрута и посещением нескольких пунктов на маршруте
4	По продолжительности	многодневными	14–30 дней
		несколько дней (маршруты выходного дня)	1–3 дня
		несколько часов	экскурсии
5	По виду транспорта на маршруте	собственный транспорт туристской фирмы	
		арендованный (зафрахтованный) транспорт у других организаций	
6	По способам передвижения на маршруте	личный транспорт туристов	
		автобусные	
		теплоходные (морские, речные)	
		авиационные	
		железнодорожные	
7	По содержанию маршрута	комбинированные	
		отдых на природе	
		отдых на морском побережье	
		отдых в горах и др.	

Разработка маршрутов — длительный процесс, занимающий по времени несколько месяцев. Этапы его разработки представлены на рис. 1:



Рис. 1. Этапы разработки маршрута

Исследование туристских ресурсов ведётся как теоретически (с помощью картографического материала, справочного материала, научной литературы по истории, культуре, географии района исследования) так и практическим путём (изучение ресурсов на местности). Также предварительно необходимо провести маркетинговые исследования, изучить туристский рынок региона, собрать материал об опыте организации аналогичных маршрутов в данной местности. Затем необходимо определиться какой маршрут будете разрабатывать (по типу). С этого момента можно начинать строить маршрут — именно выкладываете нитку маршрута. При этом должно быть описание и графическое изображение на карте. При разработке маршрута необходимо учитывать такой важнейший фактор как безопасность путешественников. В ходе разработки маршрута составляется паспорт маршрута, согласно ГОСТ Р 50681-2010. Разработка маршрута завершается согласованием и утверждением паспорта маршрута.

Документальной основой туристского путешествия являются:

- технологическая карта туристского путешествия;
- информационный листок к туристской путёвке с описанием путешествия, отчёт экспедиционного обследования маршрута.

Принцип разработки маршрутов в спортивном туризме несколько отличается от аналогичной работы при создании маршрута тура. К документальному обеспечению добавляется «Паспорт трассы похода». План разработки маршрута спортивного похода состоит из восьми этапов.

2.4. Проектирование экскурсионной программы

Экскурсионная программа — это неотъемлемая часть тура. Но также в экскурсионной деятельности экскурсия может выступать как самостоятельный турпродукт. Экскурсия — это форма познания действительности и расширения кругозора путём посещения достопримечательных объектов. Экскурсия обладает рядом признаков:

- наличием доступных экскурсионных аттрактивных ресурсов;
- наличием экскурсантов и экскурсовода;
- передвижением во время экскурсии по выбранному маршруту;
- целенаправленностью;
- тематикой.

Требования, предъявляемые к экскурсии:

- достоверность информации;
- культурно-познавательная значимость;
- полнота изложения;
- точность построения и законченность исполнения;
- удовлетворение интересов экскурсантов.

Экскурсии классифицируют по ряду признаков:

- содержанию;
- тематике;
- составу участников;
- месту проведения;
- способу передвижения;
- продолжительности;

– форме проведения.

Каждому признаку отвечают присущие ему компоненты, специфика и особенности.

По содержанию экскурсии бывают многоплановыми (обзорными) и тематическими. Тематические экскурсии, как правило, посвящены одной теме (или событию) или группе событий, объединённых одной темой. Такие экскурсии подразделяются на несколько групп:

- природоведческие;
- экологические;
- исторические;
- искусствоведческие;
- литературные;
- производственные и др.

Каждая из этих групп классифицируется на подгруппы. Так, исторические экскурсии могут быть:

- краеведческими;
- военно-историческими;
- этнографическими;
- археологическими.

В свою очередь, данные подгруппы можно подразделить на классы. Например, подгруппа археологических экскурсий может быть подразделена:

- на наземно-археологические;
- подводно-археологические.

Экологические экскурсии также классифицируются по подгруппам и классам, таким как:

- экология города;
- экология и человек;
- экология, животный и растительный мир;
- экология водного и воздушного бассейна и т.д.

Искусствоведческие экскурсии подразделяются на несколько подгрупп:

- картинные галереи и выставочные залы;
- народные художественные промыслы;
- театральные;
- историко-музыкальные и др.

Производственные экскурсии можно подразделить на следующие подгруппы:

- производственно-экологические;
- производственно-исторические;
- производственно-технические.

Производственно-экономические экскурсии могут быть узконаправленными, такими как: банковская деятельность, биржевая деятельность; рынок недвижимости и др.

Следует отметить, что такая классификация экскурсий является условной, ибо в одной выбранной тематике, как правило, переплетаются несколько близких.

По составу участников экскурсии подразделяются:

- на индивидуальные;
- групповые;
- экскурсии для местного населения;
- экскурсии для приезжих туристов;
- экскурсии для школьников, студентов;
- экскурсии для инвалидов и др.

По месту проведения экскурсии можно классифицировать на такие, как:

- на городские;
- загородные;
- путевая информация на междугородных маршрутах.

Экскурсия — это форма познания действительности и расширения кругозора путем посещения достопримечательных объектов.

Экскурсия обладает рядом признаков:

- наличием доступных экскурсионных аттрактивных ресурсов;
- наличием экскурсантов и экскурсовода;
- передвижением во время экскурсии по выбранному маршруту;
- целенаправленностью; тематикой.

Требования, предъявляемые к экскурсии:

- достоверность информации;
- культурно-познавательная значимость;
- полнота изложения;
- точность построения и законченность исполнения; удовлетворение интересов экскурсантов.

экскурсантов.

Экскурсии классифицируют по ряду признаков:

- содержанию;
- тематике;
- составу участников;
- месту проведения;
- способу передвижения; продолжительности; форме проведения.

Каждому признаку отвечают присущие ему компоненты, специфика и особенности.

По содержанию экскурсии бывают многоплановыми (обзорными) и тематическими. Тематические экскурсии, как правило, посвящены одной теме (или событию) или группе событий, объединенных одной темой. Такие экскурсии подразделяются на несколько групп:

- природоведческие;
- экологические;
- исторические;
- искусствоведческие;
- литературные;
- производственные и др.

Каждая из этих групп классифицируется на подгруппы.

Так, исторические экскурсии могут быть:

- краеведческими;
- военно-историческими; этнографическими; археологическими.

В свою очередь, данные подгруппы можно подразделить на классы. Например, подгруппа археологических экскурсий может быть подразделена:

- на наземно-археологические;
- подводно-археологические.

Экологические экскурсии также классифицируются по подгруппам и классам, таким как:

- экология города;
- экология и человек;

- экология, животный и растительный мир; экология водного и воздушного бассейна и т.д.

Искусствоведческие экскурсии подразделяются на несколько подгрупп:

- картинные галереи и выставочные залы;
- народные художественные промыслы;
- театральные;
- историко-музыкальные и др.

Производственные экскурсии можно подразделить на следующие подгруппы:

- производственно-экологические;
- производственно-исторические;
- производственно-технические.

Производственно-экономические экскурсии могут быть узконаправленными, такими как:

- банковская деятельность;
- биржевая деятельность, рынок недвижимости и др.

Следует отметить, что такая классификация экскурсий является условной, ибо в одной выбранной тематике, как правило, переплетаются несколько близких.

По составу участников экскурсии подразделяются:

- на индивидуальные;
- групповые;
- экскурсии для местного населения;
- экскурсии для приезжих туристов;
- экскурсии для школьников, студентов;
- экскурсии для инвалидов и др.

По месту проведения экскурсии можно классифицировать на такие, как:

- на городские;
- загородные;
- путевая информация на междугородных маршрутах.

Продолжительность экскурсий составляет от нескольких часов до суток.

В маршрутах выходного дня может быть предусмотрено несколько экскурсий разной продолжительности.

По способу передвижения экскурсии бывают пешеходными, с использованием транспортных средств и комбинированными. В ряде городов России и мира функционируют специальные экскурсионные пешеходные зоны (кварталы), где запрещено движение всех видов транспорта.

По форме проведения экскурсии классифицируются на обычные, учебные, рекламные, экскурсионно-массовку, экскурсионно-прогулку, экскурсионно-лекцию, экскурсионно-концерт и др. Вышеприведенная классификация экскурсий облегчает работу туроператора при формировании тура и туристского похода, а также работу экскурсовода при разработке методики её проведения.

Технология подготовки и проведения экскурсий.

Подготовка экскурсий реализуется в несколько этапов (выбор темы, создание новой экскурсии и подготовка экскурсовода для проведения новой экскурсии).

Выбор темы экскурсии зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного создания «банка» (портфеля) экскурсий. Тема экскурсии должна объединить все объекты посещения в единое целое.

Подготовка экскурсии ведётся творческой группой, состав которой зависит от темы экскурсии. Здесь могут быть привлечены работники музеев, галерей, научных учреждений, специализированных туристско-экскурсионных организаций и т.д.

Подготовка экскурсий реализуется в несколько этапов:

- выбор темы экскурсии;
- создание новой экскурсии под выбранную тему;
- подготовка экскурсовода для проведения данной экскурсии.

Работа начинается с подбора материала по теме и его изучения, отбора объектов, используемых в данной экскурсии, а также накопления знаний по всем разделам темы.

При сборе материалов по данной теме целесообразно составить библиографию литературных и иных источников, а также использовать различные архивные материалы, воспоминания участников событий и очевидцев, кино- и видеохронику.

Значительную помощь в облегчении поиска и систематизации материала экскурсий могут оказать компьютерные энциклопедии, в том числе мультимедийные базы данных на лазерных дисках (CD-ROM).

Одним из важных этапов создания экскурсии является правильный подбор объектов показа. В России на государственном учете находится более 100 тыс. памятников архитектуры, истории, археологии, культуры, а в музеях страны хранится около 40 млн экспонатов.

В качестве объектов экскурсий могут быть:

- места, связанные с историческими событиями;
- природные объекты и заповедники;
- здания и сооружения;
- мемориальные памятники и комплексы;
- произведения архитектуры и градостроительства;
- оригинальные инженерные сооружения;
- объекты, связанные с жизнью выдающихся личностей;
- технические экспонаты;
- памятники искусства;
- экспозиции музеев, картинных галерей, выставок;
- археологические памятники.

При отборе объектов, связанных с темой, следует уделить особое внимание их правительственному отбору с учетом их привлекательности, познавательной ценности, содержания, функционального назначения, степени сохранности, доступности и безопасности.

Если по данной теме таких объектов мало или они вообще отсутствуют, следует восполнить это дополнительными возможностями, используя иллюстративный материал, макеты, воспоминания очевидцев, кино- и видеоматериалы и др.

Целесообразно, чтобы у каждой экскурсии были свои объекты, присущие выбранной теме, в ряде случаев и экзотические.

Экскурсия не должна быть перегружена большим числом посещаемых объектов, так как это увеличивает ее длительность. Длительные экскурсии утомительны, внимание и интерес туристов при этом ослабевают.

Оптимальная продолжительность городской экскурсии составляет 2–3 часа, при этом экскурсанты с интересом воспринимают не более 15–20 экскурсионных объектов.

При подготовке экскурсии целесообразно составить *паспорта (карточки) объектов*, включающие в себя следующие данные:

- наименование объекта;
- события, связанные с этим объектом;
- даты совершения данных событий;
- местонахождение объекта;
- об авторах объекта (если таковые имеются);
- источники сведений о данном объекте;
- сохранность объекта;
- безопасность при его посещении;
- фотографии или видеосъемка объекта;
- другие сведения.

Данные карточки используются как для конкретно разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий.

Процесс создания экскурсий также включает в себя:

- разработку экскурсионного маршрута;
- разработку текста экскурсии;
- создание методики проведения экскурсии;
- разработку и изготовление наглядного демонстрационного материала (фото-, видеоматериалы, плакаты);
- определение перечня привлеченных средств на проведение экскурсии (транспорта, технических средств);

- калькуляцию затрат на проведение экскурсии;
- определение нормы прибыли и расчет цены на данную экскурсионную услугу;
- контрольную обкатку экскурсионного маршрута путем его объезда или обхода;
- утверждение экскурсии в установленном порядке; рекламу экскурсионного маршрута.

Создание городских экскурсионных маршрутов, в том числе пешеходных, имеет свои особенности.

Создание городских экскурсионных маршрутов, в том числе пешеходных, имеет свои особенности. Такой маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов. При этом следует учитывать:

- доступность объекта;
- наличие площадки для его осмотра;
- наличие парковки транспортного средства;
- безопасность осмотра объекта;
- ограничения посещения объекта по времени суток, дням, месяцам, сезонам;
- наличие по пути следования пунктов продажи туристских сувениров, связанных с данным объектом, пунктов питания, водоснабжения, туалетов и пр.

Для городских экскурсий наиболее важным является показ объектов в логической последовательности за сравнительно короткое время. Такие экскурсии строятся по тематическому, хронологическому или тематико-хронологическому принципу.

Многоплановые (обзорные) экскурсии базируются как на современном, так и на историческом материале. В данных экскурсиях материал подается в виде обзора крупным планом. Если это обзорная экскурсия по городу, материал излагается последовательно в хронологических рамках времени от первого упоминания о городе до сегодняшнего дня, включая

перспективы его развития. Аналогично проводятся обзорные экскурсии по предприятиям, музеям, заповедникам.

Построение обзорных экскурсий при передвижении между городами (по стране) строится по принципу аттрактивности и значимости объектов, к которым привлекается внимание туристов. Нужно в краткой фрагментарной форме рассказать об объекте за минимальное время и успеть ответить на вопросы, ибо впереди по ходу движения появляется также новый объект. Здесь важную роль играют глубокое знание маршрута, общая подготовка темы, элементы импровизации.

Интервал показа объектов при экскурсиях не должен быть менее 15 мин. Целесообразно осматривать один объект за один переход или переезд, не возвращаясь к нему еще раз. Следует выбрать время посещения объекта таким образом, чтобы по возможности не ожидать доступа к нему, а если это неизбежно — данное время используется как введение в тематику, связанную с объектом.

У экскурсовода должно быть несколько запасных вариантов маршрута, если основной перекрыт по причине дорожно-транспортного происшествия, ремонтных работ, загруженности трассы и т. д. При пробном обходе или объезде маршрута экскурсовод обязан: ознакомиться с планировкой трассы и расположением улиц и площадей; выяснить места разрешенных стоянок транспортных средств; определить местонахождение объекта и различные способы пешеходной и транспортной доступности к нему; выбрать площадки для лучшего показа объекта; провести хронометраж маршрута; выявить потенциально опасные места для передвижения по маршруту и обеспечить безопасность туристов; выбрать оптимальную методику ознакомления с объектом.

После пробного обхода (объезда) создается контрольный текст. Контрольный текст экскурсии желательно смоделировать в лингафонном кабинете в режиме реального времени. Текст должен содержать вступление, основную часть, заключение и логические переходы. На основании контрольного текста экскурсовод готовит индивидуальный текст, а также различные варианты данной экскурсии. По содержанию контрольный и индивидуальный тексты должны быть одинаковы. При проведении экскурсии любые факты следует сопровождать датами и ссылками на источники информации. Наряду с индивидуальным текстом экскурсий экскурсовод должен иметь свой «портфель» с комплектом наглядных пособий: фотографий, макетов, муляжей, проектов, эскизов, копий подлинных документов, записей голоса и др.

Методические приемы экскурсовода зависят от его квалификации, темы экскурсии, состава экскурсантов, содержания «портфеля».

На основании контрольного текста, «портфеля» экскурсовода, контрольного обхода (объезда), хронометража маршрута составляется паспорт (карточка) экскурсионного маршрута. Методическая комиссия принимает данную экскурсию, которая утверждается в установленном порядке. На основании приказа (или договора) проведение данной экскурсии поручается экскурсоводу, который, как правило, принимал участие в ее разработке и «зачитал» ее на методическом совете.

Во время туристского похода можно провести экскурсии на различные темы, касающиеся вопросов краеведения, охраны природы и т. п. Как правило, их проводит руководитель похода либо человек, знающий данную местность и содержание темы экскурсии.

При проектировании экскурсионной программы необходимо руководствоваться ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»; ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»; ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»; ГОСТ Р 53522-2009 «Турист-

ские и экскурсионные услуги. Основные положения»; ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования», а также ГОСТ Р 54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования». По результатам проектирования экскурсии создается «Технологическая карта экскурсии».

2.5. Разработка анимационных программ

Туры, экскурсии, празднества для большей привлекательности могут быть насыщены анимационной программой. «Туристская анимация — это удовлетворение специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном времяпровождении, развлечениях»¹⁹. В соответствии со спросом потребителей (путешествие, чтение книг, прогулка по лесу, рыбалка и пр.) и существуют предложения по туристскому обслуживанию и соответственно можно выделить различные виды анимации (рис. 2).



Рис. 2. Виды анимации (по материалам М.М. Журавлёвой²⁰)

Сочетание игр спортивной направленности и развлекательных программ делает анимационные программы более насыщенными, интересными и полезными для здоровья. Технология анимационной программы — это сложный процесс, он занимает немало времени и решает следующие задачи:

- создание анимационных программ,
- экономический расчёт стоимости программы,
- рекламу программ,

¹⁹ Журавлёва, М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО «Мегапринт», 2011. С. 33.

²⁰ Указ, соч. С. 33.

- реализацию,
- творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом.

Технология создания и реализации анимационных программ — это система, которая состоит из взаимосвязанных подсистем: технической (подготовка площадки, реквизита, освещение и пр. аппаратуры), организационной (организация и координация деятельности аниматоров, работников экономической, технической, рекламной деятельности), режиссёрской (постановка, распределение ролей, проведение репетиций), инструкторско-методической (разработка, создание и переработка сценариев мероприятий).

Процесс создания анимационных программ состоит из элементов, которые, находясь в единстве и взаимодействии, образуют единую систему. К ним относятся объект деятельности, субъект деятельности и сама анимационная деятельность.

Главный элемент этой системы — это объект деятельности, то есть люди (туристы, гости, отдыхающие). Поэтому аниматорам необходимо знать потребности объекта деятельности. Они должны постоянно изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы различных групп населения. Проектирование анимационной программы происходит в несколько этапов (рис. 3).

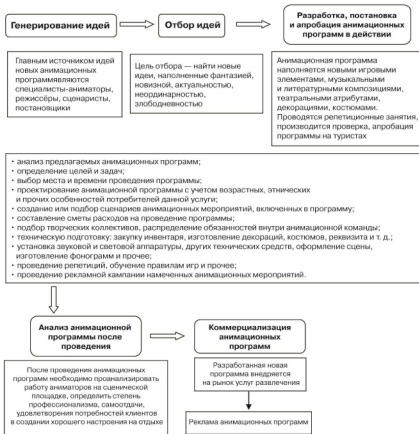


Рис. 3. Этапы проектирования анимационной программы (по материалам М.М. Журавлёвой²¹)

Анимационные программы должны быть наделены определёнными характеристиками²², среди которых можно назвать: доступность, атмосфера восприятия; взаимодействие отдыхающих между собой и аниматорами, активное участие в отдыхающих в анимационной программе (табл. 4).

²¹ Журавлёва, М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО «Мегапринт», 2011. С. 84–86.

²² Указ, соч. С. 85.

Таблица 4

Основные характеристики анимационной программы

№	Характерный признак	Краткое описание
1	Доступность восприятия	Данный признак показывает, насколько анимационная программа доступна с точки зрения восприятия различными возрастными категориями туристов, их социального положения, времени года, места проведения
2	Атмосфера восприятия	Анимационная программа воспринимается через чувственные ощущения туриста, его настроение и эмоциональный фон
3	Взаимодействие рекреантов со специалистами-аниматорами	Специалисты-аниматоры являются главным звеном в системе обслуживания, они должны тщательно продумать сюжет анимационной программы и участие туристов в каждой фазе её проведения, от начальной стадии до завершения
4	Взаимодействие туристов между собой в процессе участия в анимационной программе	Туристы не только воспринимают программу визуально, они становятся частью представления, проявляя активность в участии, инициативу в действии
5	Непосредственное участие туристов в программе и влияние на них эмоции	Включение туристов в систему действия повышает уровень удовлетворённости увиденным и услышанным, создаёт хорошее настроение и эмоциональный подъем, снижает возможную придирчивость к другим видам услуг. Очень важно выработать свой фирменный стиль, который воспринимается как гарантия качества предлагаемых анимационных программ. При выработке своего фирменного стиля необходимо учитывать: основные направления деятельности; сегменты рынка, для которых предназначены разрабатываемые программы; основные рекламные средства, преимущества или особенности разрабатываемых программ

Для успешной деятельности предприятия сферы услуг специалисты-аниматоры должны регулярно обновлять предоставляемые услуги, внедрять новые игровые элементы, постоянно разрабатывать идеи новых программ.

**СПЕЦИФИКА СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОХОДОВ
РАЗЛИЧНОЙ КАТЕГОРИИ СЛОЖНОСТИ**

3.1. Современное состояние и организация спортивно-оздоровительного туризма

Понятие «спортивно-оздоровительный туризм» впервые было введено в Концепции развития спортивно-оздоровительного туризма в Российской Федерации на период до 2005 г., утвержденной Туристско-спортивным союзом России (ТССР) в декабре 2000 г. В данном документе говорится о том, что спортивно-оздоровительный туризм — это самостоятельная и социально ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества; эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями; форма «народной дипломатии», основанной на реальном знакомстве с жизнью, историей, культурой, обычаями народов; наиболее демократичный вид отдыха, характеризующийся специфической формой народного творчества, свободным выбором формы собственной активности всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста и заканчивая пенсионерами. Классификация спортивно-оздоровительного (спортивного) туризма в настоящее время представляется следующим образом (рис. 4):



Рис. 4. Классификация спортивно-оздоровительного (спортивного) туризма

В структуре спортивно-оздоровительного (спортивного) туризма ведущим органом управления является общественная организация «Туристско-спортивный союз России» (ТССР). Данная организация тесно сотрудничает с государственными спортструктурами, в том числе Минспортом России.

Устав ТССР включает в себя два принципа — территориальный и видовой (по видам туризма).

Сегодня ТССР внедряет новую систему вовлечения актива из территорий в управление федерацией. Регионы России имеют две трети мест во всех комиссиях и судейских бригадах. ТССР должен отражать мнение всей России²³.

²³ См.: Востокон, И. Каким должен быть туристско-спортивный союз России? // Томский клуб туристов. URL: http://turism.tomsk.ru/db/ web_page?pid=9942.

В последние годы в ТССР получили свое квалификационное оформление следующие туристские направления: туристское многоборье, путешествия, парусный туризм, конный туризм, комбинированный туризм, экстрим (приключенческий туризм), туризм для людей с ограниченными возможностями, туристское многоборье в закрытых помещениях на искусственном рельефе, короткие маршруты в классе спортивных походов.

Спортивно-оздоровительный туризм представляет собой общественное движение граждан. Поэтому данный вид туризма, как правило, не направлен на получение прибыли. На современном этапе спортивно-оздоровительный (спортивный) туризм проявляется в двух формах — как организованный и неорганизованный (самодельный) спортивный туризм.

Спортивно-оздоровительный туризм — это вид спорта, но его теоретические и практические моменты являются основой для организации экологического, приключенческого, экстрим-туризма и других видов путешествий с активными способами передвижения.

Организация походов и путешествий проводится специально подготовленными, в ряде случаев — имеющими лицензию, квалифицированными специалистами, к числу которых относятся туристский организатор, руководитель туристского похода, инструктор по туризму, гид-проводник, судья по туризму, методисты, работники контрольно-спасательных служб (КОС). Данные специалисты являются как штатными работниками туристских учреждений, так и внештатными (общественным активом).

Туристский поход — это групповое прохождение маршрута не менее чем двумя участниками под руководством опытного руководителя, командира, инструктора, тренера, гида-проводника. Походы могут быть:

1. для выполнения норм на значки «Юный турист» или «Турист России»;
2. для получения спортивных разрядов в соответствии с «Единой Всероссийской спортивной классификацией туристских маршрутов»;
3. тренировочными;
4. прогулочными (с целью рекреации, ознакомления с достопримечательностями) и т.д.

Туристский поход — это прохождение маршрута с активными способами передвижения как с использованием транспорта и средств передвижения, так и без таковых. Маршрут может пролегать в природных условиях и населенной местности. Основные цели могут быть познавательными, учебными, тренировочными, оздоровительными, развлекательными и апробацией маршрута. Поход бывает как *категорийным*, так и *некатегорийным*, последним может быть и поход выходного дня. Все походы рекомендуется делать групповыми и исключить индивидуальное прохождение (первое условие безопасности в походе). Это связано прежде всего с выполнением главного условия походов — безопасностью. Минимальное количество в группе — 4–6 человек, максимальное — 15. Конечно, можно провести поход и с большим количеством участников, но с точки зрения организации похода 10–15 человек — это оптимальное количество туристов в тургруппе. При более умелой организации походов можно выходить на маршрут не одной, а несколькими группами, в которых будет по одному руководителю.

Погодные условия во время похода — это второе условие безопасности. Для каждого вида туризма благоприятны определенные сезоны года, например, для лыжного — зима, пешего, велосипедного — весна-осень, водного и парусного — весна-лето.

Продолжительность похода и протяженность маршрута зависят от целей и категорийности маршрута.

Результат прохождения категорийных походов зависит от качественной подготовки. Подготовительный период может длиться от месяца до года. Сюда входят физическая и так-

тическая подготовка туриста, разработка маршрута, подборка и приобретение снаряжения, продуктов и пр. Несложные походы, продолжительность которых не превышает трех дней, не требуют столь продолжительной подготовки, достаточно одной недели. Тем не менее в подготовительный период также необходимо предусмотреть все нюансы похода.

К подготовке к походу желательно привлечь всех участников предстоящего мероприятия. Это нужно, прежде всего, для того, чтобы группа сплотилась задолго до похода, что в дальнейшем будет способствовать удачному прохождению маршрута. Все члены тургруппы должны изучить маршрут и его особенности, представлять график движения и знать, какой распорядок будет во время похода. Туристы должны владеть навыками жизни в полевых условиях — уметь ставить палатку при любой погоде, готовить пищу на костре (горелке), оказывать доврачебную помощь, правильно использовать туристское бивачное и страховочное снаряжение. Целесообразно, чтобы вся организационная работа не легла на плечи одного-двух человек, необходимо подключить к участию в предварительной подготовке всех членов группы, распределив при этом обязанности. Таким образом, кто-то будет составлять меню и список необходимых продуктов, другие готовят аптечку, снаряжение и т. д. Свои обязанности туристы будут выполнять до и во время похода.

Подготовка к походу завершается согласованием с маршрутно-квалификационной комиссией и поисково-спасательной службой.

При подготовке к походу нужно учитывать тот факт, что часть продуктов можно закупить на маршруте. В данном случае также необходимо иметь в виду, что по некоторым причинам (не работает магазин, нет в наличии товара, изменился график маршрута) возможен срыв закупок. В связи с этим надо располагать каким-то неприкосновенным запасом. Кроме того, можно сделать предварительную заброску продуктов, что облегчит прохождение маршрута.

В походе необходимо правильно распределять нагрузку среди участников, при этом стоит учитывать физическое состояние туриста, уровень его подготовки к походу, сложность маршрута. Во время похода общий вес снаряжения и продуктов питания по мере их расхода к концу путешествия падает. В связи с этим стоит во время проведения данного мероприятия перераспределять груз среди туристов.

Во время похода работоспособность туристов изменяется. В начале похода она невысокая, к середине достигает максимума и к концу опять снижается. В связи с этим при прокладке маршрута необходимо учитывать, когда будут наиболее сложные, интересные участки, а когда необходимо назначить день отдыха. Самые красивые ландшафты и интересные достопримечательности должны стать кульминационным моментом похода. Этот факт, скорее всего, будет воодушевлять, и стимулировать туристов, станет целью всего похода. А значит, туристы будут проходить маршрут более терпеливо и с интересом.

Поход выходного дня.

Поход выходного дня, или ПВД, — это наиболее распространенный и доступный вид рекреации. В нем могут участвовать туристы любого возраста, пола и физической подготовки. Известны ПВД, в которых участвуют люди с различными заболеваниями и различной группы инвалидности, даже колясочники. В материально-финансовом значении ПВД — малозатратный вид отдыха и оздоровления. Такой поход длится 1–3 дня, его протяженность — 5–60 км, число участников — от 2 до 100 человек. Чаще всего ПВД организуется туристской секцией (клубом), какой-либо организацией или же по личной инициативе туристов. В связи с тем, что этот поход проходит в выходные дни, он не может быть продолжительным, а его

маршрут не может пролегать далеко от населенного пункта. Такой поход тесно связан с транспортной развязкой (наличием массового общественного транспорта).

Поход может быть различных видов в зависимости от цели — познавательным, прогулочным, соревновательным, учебным, тренировочным, оздоровительным.

К ПВД, как и к любому другому походу, группа должна быть готова, а именно: туристы должны знать физико-географические условия района путешествия, уметь работать с картой, быть физически и морально подготовленными, знать природоохранные и противопожарные правила, инструкцию по технике безопасности, владеть знаниями по оказанию доврачебной помощи пострадавшему, уметь готовить пищу в полевых условиях, пользоваться туристским снаряжением, ориентироваться на местности, иметь навыки правильной укладки рюкзака и постановки палатки.

Согласно положениям Правил проведения соревнований туристских спортивных походов, путешествий и организации спортивных туров, Кодексу путешественника²⁴ и Разрядным требованиям по спортивному туризму²⁵ *категория сложности похода* определяется в соответствии с таблицей нормативов. Для организации юношеских походов руководствуются требованиями к степенным (по степени сложности) походам. Нормативы для выполнения соответствующих юношеских разрядов по туризму имеют показатели на 50 % ниже как по протяженности, так и по длительности. Основные требования к проведению степенных походов согласно Единой Всероссийской спортивной классификации туристских маршрутов²⁶ и Инструкции по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий (путешествий)²⁷ приведены в табл. 5.

Таблица 5

Нормативы походов по степени сложности

Критерий	Виды маршрутов	Степень сложности		
		1-я	2-я	3-я
Протяженность, км	Пешеходные	30–50	50–75	75–100
	Льжжные	30–50	50–75	75–100
	Горные (пешеходные в горах)	25–40	40–60	60–100
	Водные	25–40	40–60	60–150
	Велосипедные	50–80	80–120	120–300
Минимальная продолжительность, дней		3–4	4–6	6–8

²⁴ Ссылка: Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. Выпуск 7 / Сост. И.Е. Востоков, С.Н. Панов. М., 2001. С. 41–73.

²⁵ Ссылка: там же. — С. 29–30.

²⁶ Единая Всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов (ЕВСКТМ), утв. Федерацией спортивного туризма Туристско-спортивного союза России 1 февраля 1995 г. // Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. Выпуск 7. М., 2001. С. 74.

²⁷ Инструкции по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий (путешествий) с учащимися общеобразовательных школ и профессиональных училищ, воспитанниками детских домов и школ-интернатов, студентами педагогических училищ Российской Федерации, утв. приказом Минобразования РСФСР от 13 июля 1992 г. № 293.

Требования к категорийным (по категории сложности) походам²⁸ (в некоторых видах туризма) выглядят следующим образом (табл. 6).

В соответствии с опытом многих туристских групп, требованиями Правил проведения соревнований туристских спортивных походов, путешествий и организации спортивных туров, Кодекса путешественника, Инструкции по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий (путешествий) с учащимися, воспитанниками и студентами РФ и другими рекомендациями Туристско-спортивного союза России минимальный состав группы в походах низшей категории сложности для взрослых — четыре человека (иногда может быть снижен до двух человек), для туристов-школьников — восемь (кроме лыжных и горных). Максимальное число участников похода зависит от его сложности: прогулки, одно-, двухдневные походы, экспедиции, экскурсии — до 30 человек; походы 1-й, 2-й, 3-й степеней сложности (нонешеские нормативы) — до 20 человек; походы 1-й категории сложности — до 15 человек; походы 2-й, 3-й категорий сложности — до 12 человек. Если в категориальном и степенном походах участвуют более трех групп с количеством участников не менее 35 человек, а их графики и маршруты совпадают, для общего руководства дополнительно назначается старший инструктор. Требования к участникам и руководителям спортивных походов²⁹ отображены в табл. 6.

Таблица 6

Требования к участникам и руководителям спортивных походов

Категория сложности СП	Необходимый опыт участия и руководства в походах по данному виду туризма ¹ (к. с.)		Минимальный возраст, лет		Минимальный состав группы (кроме автомобилей и велосипедов)	Минимальное количество средств передвижения			
	Участник	Руководитель	Участник (определяется по году рождения)	Руководитель (определяется по дате рождения, полных лет)		в автомобиле-СП (на технических средствах передвижения)		в водных СП (в группах каякеров)	
						мотоциклов (в вело-СП)	автомобилей		
Н/К и степенные СП	-	-	Трех-дневный поход	7*	18	4	1 (2)	1	1
1-я	-	I ²	Н/к	11*	18	4 ¹	1 (2)	1	1
2-я	I ¹	II	I	14*	18	4 ¹	1 (2)	1	1
3-я	II	III	II	15*	18	4	1 (2)	1	1 (3 эк)
4-я	III	IV	III	16*	19	4	2 (3 ²)	2	2 ¹ (3 ²)
5-я	IV	V	IV	17	19	6 ⁴	3 (4)	2	2 ¹ (4)
6-я	V	VI ³	V	18	20	6 ⁴	6 ⁴	-	2

Примечание. В таблице использованы сокращения:
СП — спортивный поход.

²⁸ Ссылка: Единая Всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов.

²⁹ Ссылка: Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. Выпуск 7. С. 41–73.

к.с. — категория сложности.

и/к — некатегорийный.

^а — допускается снижение возраста участников (но не более чем на 1 год), имеющих подготовку в учебных туристских и спортивных школах и клубах (включая клубы и кружки по месту жительства), специализирующихся на спортивном туризме.

¹ — допускаются другие требования, оговоренные в Правилах проведения соревнований туристских спортивных походов, например, минимальный количественный состав группы в походах 1-й (2-й) категорий сложности (кроме лыжных и горных, водных спортивных походов на байдарках-двойках) может быть уменьшен до двух человек в зависимости от конкретного маршрута и района похода.

² — по решению Маршрутно-квалификационной комиссии допускается к руководству ТСМ турист, не имеющий опыта участия в спортивном походе 1-й категории сложности, но обладающий достаточными туристскими навыками, полученными в и/к походах и других туристских дисциплинах.

³ — допускается замена участия в спортивном походе 6-й категории сложности руководством вторым спортивным походом 5-й категории сложности.

⁴ — по решению Маршрутно-квалификационной комиссии в спортивных походах 5-й (6-й) категорий сложности допускается сокращение количества туристов до четырех человек (в водном спортивном походе — не менее 2 судов), если все участники и руководитель имеют опыт соответственно участия и руководства походом 5-й (6-й) категории сложности. При сокращении количественного состава группы до пяти человек не более одного участника может иметь опыт участия в походах на одну категорию ниже заявленной.

⁵ — в качестве исключения по решению Маршрутно-квалификационной комиссии допускается сплав на одном многоместном судне с количеством членов экипажа не менее четырех человек, если это допустимо с точки зрения безопасности прохождения маршрута.

⁶ — в вело- и водных спортивных походах 4-й категории сложности, совершаемых на каяках, допускается в особых случаях на усмотрение Маршрутно-квалификационной комиссии сокращение количества до трех человек, при этом все участники спортивного похода 4-й категории сложности должны иметь опыт участия не ниже, чем на одну категорию сложности ниже заявляемой.

⁷ — участники школ туристской подготовки начального уровня, прошедшие весь цикл обучения, по согласованию с Маршрутно-квалификационной комиссией могут совершать учебно-тренировочные походы 2-й категории сложности.

⁸ — семилетнего возраста только для пеших походов.

Аналогичная структура спортивно-оздоровительного туризма действует и в странах ближнего зарубежья.

3.2. Классификация туристских маршрутов

Туристские маршруты, как и сам туризм, имеют множество классификаций (табл. 7).

Таблица 7

Классификация маршрутов

Признак	Виды маршрутов	Примечание
По типам	Тематические	С преобладанием экскурсионного обслуживания и познавательной направленности
	Походные	Маршруты с активными способами передвижения
	Физкультурно-оздоровительные	С преобладанием в программе спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятий
По типам	Комбинированные	Маршруты, сочетающие в себе элементы всех перечисленных маршрутов
По сезонности	Круглогодичные (всесезонные)	
	Сезонные	Функционирующие в определенный сезон (лыжные, водные, горные и т.д.)
По построению нитки маршрута (последовательность ориентиров: начальный пункт, опорные ориентиры дневных переходов, места туристских бивуаков и конечный пункт)	Линейные	Начальный и конечный пункты не совмещены
	Кольцевые	Начальный и конечный пункты совмещены
	Радиальные	В каком-то месте разбивается базовый лагерь, а из него делаются радиальные выходы
По продолжительности	Многодневные	4–30 дней
	Несколько дневных, походы выходного дня	1–3 дня
	Однодневные	От нескольких часов до суток
	Несколько часов	Экскурсии
По собственности используемого транспорта	Собственный транспорт турфирмы	
	Арендный (зафрахтованный) транспорт	
	Личный транспорт туристов	
По способам передвижения (виду транспорта)	Пешеходные, автобусные	
	Теплоходные (морские, речные)	
По способам передвижения (виду транспорта)	Авиационные	
	Железнодорожные	
	С использованием мускульной силы животных	Например, конный
	Водные	На байдарках, катамаранах и прочих туристских спортивных судах
	Велосипедные	
	Автомобильные	
Мотоциклетные		

Прежде чем пойти в поход, необходимо разработать маршрут или адаптировать под группу уже готовый маршрут, который можно найти в каталогах маршрутов или в отчетах о походах.

Стоит отметить, что в СССР в системе профсоюзного туризма существовало около 24 тыс. маршрутов, в том числе около 400 всесоюзных.

3.3. Разработка спортивно-туристского маршрута

Разработка маршрутов — это один из элементов технологии туристического обслуживания, требующий высокой квалификации специалистов-разработчиков.

При разработке маршрута и подготовке похода следует руководствоваться ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. № 580-ст), ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 773-ст), ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» (принят постановлением Госстандарта РФ от 16 ноября 2000 г. № 295-ст), Единой Всероссийской спортивной классификацией туристских маршрутов (ЕВСКТМ) (Категорирование маршрута и его определяющих препятствий), Правилами проведения соревнований туристских спортивных походов, путешествий и организации спортивных туров, Кодексом путешественника, Правилами дорожного движения (утв. постановлением Совета министров — Правительства РФ от 23 октября 1993 г. № 1090), правилами перевозки пассажиров (например, Правилами перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом», утв. постановлением Правительства РФ от 14 февраля 2009 г. № 112, Федеральными авиационными правилами «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузооправителей, грузополучателей», утв. приказом Минтранса РФ от 28 июня 2007 г. № 82, Правилами перевозок пассажиров, багажа и грузобагажа на федеральном железнодорожном транспорте, утв. приказом МПС РФ от 26 июля 2002 г. № 30, Правилами перевозок пассажиров и их багажа на внутреннем водном транспорте, утв. приказом Минтранса РФ от 5 мая 2012 г. № 140) и другими нормативными документами.

Туристский маршрут — заранее спланированный путь следования туристов — разрабатывается по определенному плану (табл. 8).

План разработки маршрута

Основные этапы и задачи	Краткая характеристика и рекомендации	Примечание
Определение целевой группы и количества участников	При создании группы необходимо учитывать: <ul style="list-style-type: none"> • возраст; • социальные различия; • физическое развитие; • возможности 	
Определение цели	Основные (преобладающие) цели похода: краеведческие	При составлении маршрута следует обратить особое внимание на наличие в районе путешествия объектов истории, культуры и природы
	спортивные	На маршруте должны быть (преобладать) перевалы, вершины и прочие объекты, удовлетворяющие категории сложности маршрута
	комбинированные	Маршрут вбирает в себя спортивные и краеведческие объекты
Определение продолжительности и протяженности маршрута	На данном этапе необходимо решить, сколько дней займет планируемый поход и какова протяженность маршрута	Данное решение исходит из пожелания туристов, выбора категории сложности маршрута
Выбор района путешествия	При составлении маршрута выбирается: <ol style="list-style-type: none"> 1. регион (физико-географический или административный/субъект Федерации); 2. подрайон (муниципальный район, физико-географический район); 3. населенные пункты или урочища 	

Основные этапы и задачи	Краткая характеристика и рекомендации	Примечание
Подбор картографического материала (на электронном и бумажном носителях)	Наиболее удобны карты крупномасштабные (в 1 см 500 м, в 1 см 1 км и в 1 см 2 км)	Следует сделать копии обзорной и наиболее подробной карты (в перспективе на них будут наноситься все туристские объекты)
Изучение района путешествия	<ul style="list-style-type: none"> • по отчетам; • по литературным, интернетисточникам (географическим, историкокультурным, туристским и нормативно-правовым); • по видео-, фотоматериалам и пр. 	Можно предварительно нанести на копии какие-либо недостающие на картах объекты
Определение и поиск на карте препятствий, присутствующих в данном районе и удовлетворяющих категории сложности маршрута	Данные объекты следует нанести на копию карты	
Определение возможных путей подъезда к району путешествия, а также отъезда из него, пунктов медицинской помощи, возможных точек старта и финиша	Данные объекты следует нанести на копию карты	Точки начала/конца маршрута должны быть привязаны к транспортному обеспечению тур группы
Определение места источников питьевой воды и дров, пунктов приобретения продуктов, мест забросок	Данные объекты следует нанести на копию карты	
Определение стратегической схемы маршрута и нанесение предварительной нитки маршрута на копию карты	Типы маршрута: <ul style="list-style-type: none"> • линейный; • кольцевой; • радиальный; • радиально-кольцевой 	При нанесении нитки следует учитывать: <ul style="list-style-type: none"> • срок адаптации (3 дня на маршруте) без серьезных нагрузок; • постепенное нарастание нагрузок (сначала технически несложные перевалы, затем определяющие, на заключительном этапе — снова несложные)

Основные этапы и задачи	Краткая характеристика и рекомендации	Примечание
Определение приблизительного места дневок	Каждые 4–6 дней в зависимости от подготовленности группы следует планировать дневки (20–25 % от всего времени)	Места дневок лучше привязать к местам выхода на дальний экскурсионный маршрут. Дневку можно планировать непосредственно перед сложным (в техническом и физическом отношении) участком или после него. Данное место должно быть хорошо обеспечено питьевой водой и дровами
Определение места ночевки, дневных стоянок	Нанести эти объекты на копию карты	Данные места должны быть безопасными и привязаны к источникам жизнеобеспечения
Разработка запасного варианта для каждого из определяющих препятствий	Нанести нитку маршрута на копию карты	Прохождение в техническом отношении через более простую местность без снижения категории сложности маршрута
Определение «изюминки» маршрута	Это может быть интересный (с точки зрения спортивного туризма) и визуально красивый ландшафт (или объект истории, культуры и природы)	
Разработка аварийных вариантов маршрута из основных (ключевых) участков	Это экстренный выход к людям при несчастном случае	Данные участки должны быть безопасными, короткими и легкими
Изучение нитки маршрута по самой подробной карте		В данном случае мысленно воссоединить все имеющиеся данные о маршруте и сопоставить данный материал со сведениями из крупномасштабной карты
Составление детального тактического плана для каждого локального препятствия по нитке основного, запасного и аварийного маршрутов ³⁰	Обозначить примерный хронометраж прохождения и список нужного снаряжения	

³⁰ См.: Сартухова, М.Э. Организация похода выходного дня: Лекция // Школа туристской подготовки Секции спортивного туризма Сибирского федерального университета. URL: <http://school-tp.sfu-kras.ru/ntp/orgPVD.pdf>.

Основные этапы и задачи	Краткая характеристика и рекомендации	Примечание
Нанесение окончательной нитки маршрута на крупномасштабную карту (копию)	В параллели с нанесением нитки маршрута на копии карты следует указать местонахождение всех важных туристских объектов	
Составление высотной диаграммы похода	Составить гипсометрический профиль по отдельным участкам маршрута	По оси x — расстояние в метрах, по оси y — относительную высоту в метрах. Данный график составляется на основе топокарты и нитки маршрута, нанесенной на него
Вычисление окончательной категории сложности, протяженности маршрута и продолжительности похода	Категория сложности определяется по методике И.Е. Востокова ³¹ . Расстояние — по карте с учетом рельефа, продолжительность — исходя из того, что оптимальный суточный переход — 30–40 км в день плюс дневки и запасный день	
Составление плана-графика движения	<p>План-график выглядит как таблица, где имеются такие графы, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> • номер этапа; • ориентиры; • направление; • характер пути; • норма скорости; • расстояние; • время прохождения; • замечания 	<p>Когда составляется план-график, необходимо учесть норму скорости по высотной диаграмме:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ровная дорога — 12 мин/км (5 км/ч); • лесная дорога, горная тропа — 15 мин/км (4 км/ч); • в лесу без тропы, камни в горах — 20 мин/км (3 км/ч); • при подъеме в горах (уклон 10–15°) — 30 мин/км (2 км/ч); • при подъеме на 500 м, при спуске — 20 мин/км — 1,5 ч; • при подъеме в горах (уклон 20–30°) — 60 мин/км (1 км/ч) • при подъеме на 300 м, при спуске на 500 м — 1,5 ч; • при переправе через реку — 1–2 ч

³¹ См.: Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму. Выпуск 7. С. 74–114.

Основные этапы и задачи	Краткая характеристика и рекомендации	Примечание
Определение более точно места дневков и предполагаемых ночлегов	Произвести корректировку в зависимости от уточненного маршрута	
Сверка и сопоставление всех собранных сведений	Контрольная проверка маршрута по карте и записям	
Проведение апробации маршрута	Перед тем как вести группу (особенно если она коммерческая) в поход по новому маршруту, следует снарядить экспедицию, которая апробирует данный маршрут (или отдельные участки)	Не следует вести группу, если руководитель не знаком с районом путешествия

Заключительным этапом разработки маршрута являются согласование и утверждение паспорта маршрута, который используется при формировании туров и расследовании происшествий. В спортивном туризме маршрут утверждается маршрутно-квалификационной комиссией (МКК). До начала похода сведения о нитке и плане-графике маршрута должны быть переданы в региональные подразделения поисково-спасательной службы.

Во время такого важного этапа подготовки к турпоходу, как разработка маршрута (вне зависимости от продолжительности, протяженности и категории сложности), необходимо учитывать, что маршрут должен быть реальным, хорошо продуманным, выверенным и апробированным, интересным и безопасным для путешествующих, соответствовать физическому и тактическому уровню подготовки туристов. На маршруте должны быть источники питьевой воды, дрова (если планируется разведение костров), пункты жизнеобеспечения. Маршрут должен в обязательном порядке иметь запасной вариант и аварийные выходы. Старт и финиш привязаны к подъездным транспортным путям.

Разработчикам маршрута следует помнить, что грамотно составленный маршрут — это гарантия его прохождения и безопасности участников туристского похода.

ГЛАВА 4

ПРАВИЛА ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ В ГОСТИНИЦАХ

4.1. Гостиничный бизнес как составляющая туристического процесса (организация гостиничного дела)

С 90-х гг. XX столетия в отечественной индустрии туризма происходит ряд преобразований, которые привели к изменению системы хозяйствования гостиничного дела. В результате процессов демонополизации стали создаваться акционерные общества, совместные предприятия, частные гостиницы и пансионаты. Гостиничным предприятиям достаточно сложно было выжить в новых условиях рыночной экономики. Это было обусловлено рядом причин. Во-первых, резко сократились туристские потоки, что привело к сокращению гостиниц и их загрузки. В 1993–94 гг. с туристскими целями за границу выехало 11 млн россиян, а въездной поток иностранных граждан составил чуть более 2 млн, а это 1 % международного туристского потока. Во-вторых, состояние материально-технической базы, которая была построена в период СССР, не отвечало требованиям международного туризма, так как не позволяло предоставить услуги соответствующего качества и обеспечить комфортную среду проживания. До 80 % фонда гостиничных предприятий нуждалось в реконструкции и замене³². В-третьих, сфера гостеприимства испытывала недостаток профессиональных кадров, в частности специалистов в сфере гостиничного менеджмента и линейного персонала.

По мере развития туризма в постперестроечный период растут и изменяются требования потребителей к предоставляемым услугам. В 1994 г. был принят ГОСТ Р 50645–94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», устанавливающий единые требования к нормативно-технической базе, качеству услуг и уровню обслуживания средств размещения, а также подразделяющий гостиничные предприятия на 5 категорий (1–5 звезд). Введение стандарта до некоторой степени координировало развитие гостиничного дела. Как отмечает Ю. Ф. Волков, на рынке гостиничных услуг преобладали некатегорийные объекты размещения (более 61 %). По «звездности» доминировали гостиницы 1–3 звезды, а по Москве — 2–3 звезды. Отелей уровня 4–5 звезд было 109³³.

Приход на российский рынок международных гостиничных сетей качественно изменил ситуацию развития гостиничного дела. Российским гостиницам для привлечения иностранных туристов необходимо было узнаваемое имя, которое выступало бы гарантом стандартов обслуживания. Зарубежные партнеры оказывали содействие в рекламной и маркетинговой деятельности, в подготовке кадров, предоставляли возможность включения гостиницы в глобальные сети бронирования.

Международные гостиничные сети в основном размещались в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи и предоставляли свои услуги в сегменте гостиниц высшей категории 4–5 звезд, что в дальнейшем повлияло на развитие гостиничной инфраструктуры в России. В настоящее время структура гостиничного рынка представлена сегментом дорогих отелей,

³² Путьки Ю. С. Становление и развитие государственной политики Российской Федерации в области туризма: 1991–2007 г. М.: Изд-во Московского ун-та, 2007. С. 86.

³³ Волков Ю. Ф. Указ соч. С. 85.

которые большей частью сосредоточены в центральных городах (46 % гостиниц в Москве, 28 % — в Санкт-Петербурге).

Одним из первых зарубежных брендов, представленных на отечественном рынке, является «Radisson SAS», в состав которого вошла московская гостиница «Славянская». В дальнейшем открывается гостиничный комплекс в Сочи «Radisson SAS Lazurnaya». К 1993 г. расширяется представительство зарубежных сетей — «InterContinental», «Accor», «Kempinski», «Marco Polo». В эти годы сформировалась и продолжает функционировать форма управления гостиничными сетями на основе заключения франчайзинговых соглашений.

Национальные гостиничные объединения имели ряд особенностей, которые отличали их от западных сетевых компаний и что, по мнению ряда экспертов, не позволяло их считать на тот момент полноценными гостиничными сетями. Гостиничные компании не были включены в глобальные системы резервирования (GDS), не имели единого стандартизированного гостиничного продукта, узнаваемого гостиничного бренда³⁴. К особенностям национальных гостиничных объединений можно отнести и развитие на основе старого гостиничного фонда, в то время как западные гостиничные операторы предпочитают открывать свои отели в новых или реконструированных зданиях.

В этот же период намечается тенденция развития сети малых предприятий, которые активно строились в Москве и Санкт-Петербурге. В настоящее время отмечается ежегодный 50 %-ный прирост номерного фонда малых отелей. Популярность мини-отелей среди потребителей обусловлена возможностью проживания в непосредственной близости к культурно-историческим объектам и ценовой доступностью. Для частного предпринимателя открытие мини-отелей не требует крупных инвестиций и окупается достаточно быстро. Однако российские мини-отели зачастую страдают недостаточным уровнем сервиса, не соответствующего стандартам, существующим в российской государственной системе классификации³⁴.

По результатам исследования консалтинговой компании Discovery Research Group, проведенного в мае 2013 г., гостиничный рынок России в настоящее время представлен более чем 13 тыс. различных средств размещения³⁵. Данных за 12 месяцев 2013 г. на момент выхода учебного пособия нет, однако тенденция к увеличению числа гостиниц и иных средств размещения явно просматривается.

Характерной чертой гостиничной сферы является диспропорция между столичными и региональными городами по обеспеченности гостиничными номерами. 70 % рынка гостиничных услуг приходится на Москву и Санкт-Петербург³⁶.

Обеспеченность номерным фондом является одним из критериев развитости рынка гостиничных услуг. В России этот показатель значительно меньше (в среднем в 5 раз), чем в Европе. По данным обзора INFOLINE, показатель обеспеченности гостиничными номерами в России составляет около 4,5 места на 1 тыс. жителей, а в Европе — 13–35 мест³⁷.

Таким образом, несмотря на позитивные тенденции последних лет в России повсеместно ощущается острая нехватка гостиничных мест и, как следствие, высокая стоимость размещения.

Рынок средств размещения в столичных городах представлен сегментом высококлассных отелей. В региональных городах расположены в основном гостиницы 3 звезды.

³⁴ Гостиничный бизнес в России — краткий обзор // ProHotels. Портал про гостиничный бизнес URL: <http://prohotel.ru/news-1521990>.

³⁵ DRG: Исследование рынка гостиниц в России. URL: <http://b2blogger.com/pressroom/164325.html>.

³⁶ DRG: Исследование рынка гостиниц в России. URL: <http://b2blogger.com/pressroom/164325.html>.

³⁷ Гостиниц в России не хватает // Деловая газета. Юг. URL: <http://www.dg-yug.ru/a/2013/08/16/article2>.

Надо отметить, что, несмотря на принятую в 2011 г. Министерством спорта, туризма и молодежной политики Классификацию средств размещения³⁸, официальную сертификацию прошел лишь незначительный процент учреждений гостеприимства, и поэтому объективно оценить качественное состояние номерного фонда не представляется возможным (существует тенденция завышения классности гостиниц).

Отечественный рынок гостиничных услуг развивается в русле общемировых тенденций. Международные гостиничные сети расширяют свое присутствие в гостиничной индустрии России. В процентном соотношении присутствие иностранных гостиничных компаний выглядит следующим образом:

- 28 % — Carlson Rezidor Hotel Group,
- 17 % — InterContinental Hotel Group,
- 15 % — Marriott International,
- 14 % — Accor Hotels,
- 4 % — Sokos Hotels,
- 4 % — Kempinski Hotels,
- 3 % — Hilton Worldwide,
- 2 % — Starwood Hotels & Resorts,
- 2 % — Hyatt Corporation,
- 11 % — другие операторы³⁹.

Помимо столичного рынка стали открываться отели и в таких крупных городах, как Ростов-на-Дону, Пермь, Самара, Екатеринбург. В планах крупных зарубежных операторов (Hilton Worldwide, Marriot International, Rezidor Hotel Group) освоение рынка крупнейших региональных центров — Уфы, Краснодара, Иркутска, Красноярска, Казани, где планируется представить демократичные бренды (2–3 звезды, 3–4 звезды).

Перспективным с точки зрения развития туризма и, в частности, гостиничной сферы, является создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Такие зоны появились в Калининградской области — «Куршская коса», в Краснодарском крае, в Ставропольском крае — «Кавказские минеральные воды», в Алтайском крае — «Бирюзовая Катунь», в Республике Алтай — «Алтайская долина», Иркутской области, в Республике Бурятия, в Приморском крае — на о. Русском.

Разработка и реализация целевых программ способствует созданию благоприятных условий для инвестиций в гостиничный сектор. Например, ожидается, что к 2017 г. номерной фонд Приморья достигнет 25 тыс. комнат за счет реализации государственной программы «Развитие туризма в Приморском крае на 2013–2017 гг.». Инвестиции, вкладываемые в развитие гостиничного сектора края, возрастут в три раза и составят более 7 млрд руб. Таким образом, можно отметить, что за последние годы на отечественном рынке гостиничных услуг произошли значительные изменения и стабилизация гостиничного дела. Активное развитие получили национальные гостиничные сети, которые заявили о своем присутствии и на зарубежном рынке. Однако большинство российских городов до сих пор испытывают недостаток средств размещения с доступными и комфортными условиями проживания.

³⁸ 47 Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

³⁹ Итоги туристского и гостиничного бизнеса 2012 г. по версии портала ProHotel.ru // Вестник РГА. 2013. № 5 (42). URL: <http://rba.ru/vestnik/vestnik-ega-5-42>.

4.2. Регистрация и поселение в гостиницу

Служба приема и размещения объединяет швейцаров, подносчиков багажа, консьержей, телефонных операторов, парковщиков автотранспорта, менеджеров по работе с клиентами, сотрудников служб бронирования (при отсутствии самостоятельной службы).

Этап цикла обслуживания «Въезд гостя» включает несколько процедур:

1) **встреча, приветствие гостя.** Парковщик автомобилей должен припарковать транспортное средство, на котором прибыл гость, как можно ближе к входу в отель, при необходимости поставить автомобиль на стоянку. Подносчик багажа обеспечивает доставку багажа клиента в зону службы приема и размещения. Швейцар приветствует гостя и осуществляет контроль за сохранностью багажа гостя, пока происходит регистрация. Служащие стойки размещения должны давать гостю понять, что заметили его, даже если они заняты.

Формальности по размещению не должны превышать:

- 8 минут (для индивидуальных клиентов);
- 15 минут (группа до 30 человек);
- 40 минут (группы от 30 до 100 человек);

2) **регистрация гостя.** Договор на оказание услуг заключается при предъявлении потребителем гражданского паспорта, военного билета, удостоверения личности, выданного паспортными службами. Возможно поселение по загранпаспорту, если гражданин направляется за рубеж и находится в городе проездом. Регистрация лиц, не достигших 14-летнего возраста, осуществляется на основании свидетельства о рождении документов, удостоверяющих личность находящихся вместе с ними родителей.

На каждого регистрируемого человека заполняются 2 экземпляра анкеты определенной формы. Анкеты должны быть заполнены разборчивым почерком без помарок и исправлений. Типичными ошибками являются: отсутствие полной даты рождения, наименования органа, выдавшего документ, или указание неполного адреса места жительства. Анкета может быть заполнена как гостем, так и служащим отеля. Подписать анкету должен гость. Один экземпляр анкеты помещается в действующую информационную карту гостя прибывающих лиц. После отъезда гостя на анкету проставляется дата фактического выезда, и она помещается в архивную папку, где хранится не менее года. Вторые экземпляры анкет в течение 24 часов после их заполнения направляются гостиницей в паспортный стол (центральное адресное бюро);

3) **выяснение платежеспособности клиентов.** Форму оплаты, периодичность оплаты устанавливает гостиница. Гостиница высокого класса должна позволять производить оплату своих услуг всеми возможными методами. При заезде регистратор уточняет форму оплаты, которую предпочитает гость. Расчеты клиентами могут производиться: за наличные деньги; по кредитным картам; по безналичному расчету; ваучерами.

Если гостиница принимает к оплате кредитные карты, то наклейки с видом логотипов платежных систем должны быть размещены на видных местах. Работать с кредитной картой необходимо в присутствии клиента. Кредитная карта должна быть проверена на достоверность и сделана копия, на которой указан номер кредитной карты, имя и фамилия владельца.

Для проверки кредитной карты клиента используется POS-терминал (от англ. Point Of Sale — точка продажи) — электронный прибор, снабженный устройством, позволяющим распечатывать чеки, что позволяет сократить время оплаты гостиничных услуг по кредитным картам на 40 секунд. Терминал соединен посредством интернет-связи с центром определенного крупного банка, который занимается обработкой кредитных карт и имеет с гостини-

ний договор на обслуживание. Банк при этом берет определенный процент за услуги. POS-терминал осуществляет следующие операции:

- продажа в режиме онлайн; возврат денег на счет клиента;
- отмена производимой транзакции; повторная печать чека;
- предварительная авторизация — представляет собой операцию проверки действительности кредитной карты и блокировки запрашиваемой суммы у клиента без проведения финансовой операции на 1 месяц;

4) **назначение номера.** При назначении номера администратор должен учесть множество особенностей клиента:

- национальные особенности;
- суеверия и предрассудки; отношение к курению; возраст; стиль жизни;
- цель прибытия.

Если гостиница предоставляет размещение туристической группе, то в данном случае всей информацией по бронированию мест владеет туристическая фирма. Как правило, это двухместные номера, но возможны и другие варианты. Регистрацию клиентов осуществляет руководитель группы по списку и документу, который подтверждает право на проживание.

Администратор заполняет групповое размещение на поселение, а каждому клиенту выписывается карта гостя.

Порядок регистрации иностранных граждан регулируют следующие документы:

- Федеральный закон от 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 18 июля 2006 г. № 109-ФЗ «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства Российской Федерации»;
- Правила осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства, утвержденные постановлением Правительства РФ от 15 января 2007 г. № 9 **иностранцем** считается физическое лицо, не имеющее гражданства РФ, но имеющее подданство другого государства.

Согласно вышеупомянутому закону от 18 июля 2006 г. № 109-ФЗ, иностранное лицо, временно проживающее и временно пребывающее на территории РФ, обязано зарегистрироваться (встать на учет) в течение 7 рабочих дней со дня прибытия.

Регистрация (учет) проводится по месту пребывания иностранного гражданина (гостиница, санаторий, дом отдыха, любое другое место, указанное в законе), либо по месту жительства. В случае регистрации по месту пребывания обязанность уведомления территориального отдела Федеральной миграционной службы о прибытии иностранного гражданина берет на себя принимающая сторона. Иностранцы предъявляют принимающей стороне документ, удостоверяющий его личность и признаваемый в этом качестве на территории РФ, и миграционную карту.

Нарушение правил миграционного учета грозит принимающей стороне штрафом от 2 до 500 тыс. рублей. Иностранцы могут быть наказаны ограничением на въезд на территорию РФ сроком до 5 лет.

Этап цикла обслуживания «Въезд гостя» заканчивается назначением номера и сопровождением в него гостя.

4.3. Обслуживание во время проживания в отеле

В этапе цикла обслуживания гостя «Проживание» выделяют технологии обслуживания, направленные на удовлетворение бытовых потребностей гостя; потребности в питании; потребности в безопасности.

Бытовые услуги оказывает, как правило, персонал **службы хозяйственного обеспечения**. Важнейшей функцией службы, в которой работает 50 % всего персонала гостиницы, является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, общественных помещений гостиницы, оказание услуг клинтингу в чистке, стирке, ремонте его вещей. Руководителю этой службы подчинены горничные, су-сервайзеры, стюарды, работники прачечной, химчистки, флористы, швеи, уборщицы и некоторые другие категории работников.

Уборкой номеров занимаются горничные. Номера убирают независимо от того, заняты они или свободны. Уборку производит в отсутствие гостя; если гость находится в номере, необходимо получить у него разрешение на уборку.

В гостиницах высоких категорий обслуживания работают стюарды. Они начинают работу во второй половине дня. В обязанности стюардов входит обеспечение каждого номера деталями, которые придают ему праздничный вид.

Предприятия питания в гостиницах.

В настоящее время наличие предприятий питания в гостинице является обязательным условием. Чем выше категория средства размещения, тем больше требований к предприятиям питания. Как правило, в гостиницах предприятия питания представлены барами, ресторанами, кафе.

Бары отеля классифицируются следующим образом:

- бар в вестибюле;
- бар при ресторане;
- вспомогательные бары на этажах отеля; банкетный бар; мини-бары в номерах.

Класс предприятия питания (совокупность отличительных признаков, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень обслуживания) зависит от категории отеля.

Рестораны и бары подразделяются на 3 класса (табл. 8).

Таблица 8

Классы баров и ресторанов

Класс	Краткая характеристика
Люкс	Изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных и фирменных блюд, напитков, коктейлей
Высший класс	Оригинальность интерьера, комфортность, разнообразный ассортимент заказных и фирменных блюд, напитков, коктейлей
Первый класс	Гармоничность, комфортность, ассортимент фирменных блюд, изделий и напитков сложного приготовления

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов могут быть следующие **условия питания**:

- полный пансион (П, FB): завтрак, обед, ужин;
- полупансион (ПП, NB): двухразовое питание;

- только размещение и завтрак (З, ВВ);
- all inclusive (все включено): трехразовое питание, бесплатные закуски, алкогольные и другие напитки в течение всего дня.

Способы предоставления услуг питания в отелях могут быть следующие:

- питание, включенное в стоимость гостиничного номера;
- питание, не включенное в стоимость размещения предоставляемое за дополнительную плату;
- самообслуживание — клиенты сами готовят пищу;
- снабжение гостей продуктами питания и напитками через мини-бары в номере в любое время суток.

Обслуживание гостя может происходить: в ресторане, баре, гостиничном номере, любом другом месте в пределах отеля.

Различают следующие **виды меню**:

– a la carte (меню со свободным выбором) — гости заказывают блюда из меню. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, и официант активно помогает гостю в выборе блюд из напитков;

– happy hour («счастливые часы») — меню a la carte со скидкой до 50 % (с 17.00 до 19.00);

– женское — меню a la carte, в котором не проставлены цены;

– a part — гости могут сделать предварительный заказ будут обслуживаться в установленный промежуток времени. Этот метод характерен для домов отдыха и курортных гостиниц;

– заказные блюда — блюда, приготовленные по заказу клиентов;

– table d'hote — все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается, когда все гости соберутся за столом;

– шведский стол — предлагается широкий выбор блюд со свободным доступом;

– меню зала экспресс — несколько вариантов комплексов супом и вторым блюдом, меню шведского стола, которые подает официант;

– меню комплексного обеда — определенный набор блюд в соответствии со временем дня;

– de jour — меню дежурных дневных блюд;

– меню бизнес-ланча — используется для быстрого обслуживания посетителей (с 12.00 до 16.00). Предоставляется несколько курсов из нескольких блюд;

– тематическое — например, «Пасхальное меню», «Постное меню», «Меню для влюбленных»;

– меню воскресного бранча — используется для обслуживания семейных пар;

– меню банкетное — составляется для конкретного случая с учетом события, вида банкета и пожелания клиента;

– меню дневного рациона — составляется для участников деловых мероприятий (совещания, конференции, симпозиумы и т. д.);

– меню кофе-брейка — организуется для быстрого обслуживания участников совещаний, конференций, симпозиумов и т. д.;

– меню завтраков — специальные карты меню завтрака содержат ассортимент континентального, американского, русского, диетического, вегетарианского завтраков. Составляются с учетом национальных особенностей. Гость на карте отмечает выбранные блюда и напитки, которые утром к указанному времени доставят в номер.

Обслуживание в гостиничных номерах.

Организация питания в номере осуществляется непосредственно из гостиничного ресторана или из поэтажных буфетов. В гостинице должна быть разработана технология приема заказа, это может быть: вызов официанта в номер; заказ по карте-меню, которая находится в номере; через диспетчерский пункт.

Заказ должен быть доставлен в номер в течение 15–25 минут.

Комплектация мини-баров в номерах. В гостевых комнатах могут быть небольшие бары с холодильником. Стоимость продукции мини-бара не входит в стоимость номера. Мини-бар может быть закрыт на ключ, и ключ вручается гостю при поселении, если он намерен пользоваться мини-баром. Однако чаще мини-бар не закрывается. В номере должна находиться информация о порядке пользования мини-баром.

Безопасность в отеле.

С целью предотвращения краж в гостевых номерах отелей широко используют электронные карточные замки. Как правило, карточные ключи хранятся у клиента, тем самым, исключая возможность кражи и подделки ключей со стойки администратора.

Для хранения ценных бумаг, вещей, денег каждый гостиничный номер оборудуется мини-сейфом, который управляется персональным кодом клиента. Сейфы жестко прикреплены к полу или к мебели. При пятикратном введении неправильного кода включается режим «сна», что исключает подбор кода.

Депозитные ячейки используются для хранения особо важных и ценных вещей. Как правило, депозитарий располагается вблизи стойки регистрации. Каждая ячейка открывается 2 ключами — мастер-ключом, хранящимся у администратора, и ключом, передаваемым клиенту.

Камеры хранения в отеле предназначены для хранения крупногабаритных вещей, чтобы не загромождать ими пространство номера.

Расчетные чек.

В день отъезда гость получает счет, в котором отражены задолженности за проживание, пользование дополнительными услугами, телефонные переговоры. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ, плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с расчетным часом — 12 часов текущих суток по местному времени. При размещении до расчетного часа (с 00.00 до 12.00) плата за проживание не взимается, если клиент проживает более суток. При выезде клиент обязан освободить номер гостиницы в 12.00 в день отъезда. Если клиент задерживается, то плата за проживание взимается в **зависимости от времени задержки**:

Существует **2 основных вида расчета**: наличный и безналичный.

Проверка номера гостя происходит в момент оформления окончательного счета. Проверку осуществляет горничная и сообщает в службу приема и размещения о состоянии номера. Существует технология проверки номера горничной в присутствии клиента, тогда делается отметка в карте гостя. При необходимости осуществляется помощь в доставке и погрузке багажа в транспорт.

БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИСТОВ В ПУТЕШЕСТВИИ

5.1. Безопасность туристов в путешествии

В ст. 14 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под **безопасностью туризма** понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

Следует отметить, что безопасность туриста в путешествии напрямую зависит от мер, принимаемых туристическими фирмами, от поведения самого туриста и, конечно же, от политики государства.

Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти информирует туроператоров, турагентов и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности туристов (экскурсантов) в стране (месте) временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации. Указанное опубликование осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством РФ о средствах массовой информации для опубликования обязательных сообщений.

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране (месте) временного пребывания туристов (экскурсантов) угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист (экскурсант) и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения.

Наличие указанных обстоятельств подтверждается соответствующими решениями федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, принимаемыми в соответствии с федеральными законами.

При расторжении до начала путешествия договора о реализации туристского продукта в связи с наступлением обстоятельств, указанных в ст. 14, туристу и (или) иному заказчику возвращается денежная сумма, равная общей цене туристского продукта, а после начала путешествия — ее часть в размере, пропорциональном стоимости не оказанных туристу услуг.

В законе отмечено, что при заключении договора о реализации туристского продукта туроператор, турагент обязаны **представить туристу и (или) иному заказчику достоверную информацию:**

- о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;
- включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;
- об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;
- об опасностях, с которыми турист (экскурсант) может встретиться при совершении путешествия;
- о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах (в объеме, необходимом для совершения путешествия);
- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти РФ, дипломатических представительств и консульских учреждений РФ,

находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые турист (экскурсант) может отправиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу туриста (экскурсанта);

– об адресе (месте пребывания) и номере контактного телефона в стране (месте) временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних туристов (экскурсантов) в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних туристов (экскурсантов) без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;

– о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;

– о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма в случае получения экстренной помощи;

– об иных особенностях путешествия.

Закон обязывает туристов (экскурсантов), предлагающих совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой они могут подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний, проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны по закону пользоваться услугами инструкторов-проводников, если организуемые ими путешествия связаны с прохождением туристами (экскурсантами) маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (экскурсантов) (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты и др.).

В законе прописана обязанность туроператора и турагента, организаций, осуществляющих экскурсионное обслуживание, незамедлительно информировать уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, специализированные службы по обеспечению безопасности туризма и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях, произошедших с туристами (экскурсантами) во время прохождения маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (экскурсантов), по территории РФ.

Перед поездкой турист должен захватить с собой аптечку первой помощи, которая поможет ему при легких недомоганиях, сэкономит время на поиски лекарственных средств и избавит от проблем общения на иностранном языке.

В аптечку первой помощи должны входить:

- болеутоляющие средства;
- сердечно-сосудистые препараты;
- средства от несварения желудка, желчегонные;
- препараты против укачивания в транспорте;
- средства от укусов насекомых;
- перевязочный материал (бинты, ватные шарики);
- водонепроницаемый лейкопластырь;
- одноразовые шприцы;
- барьерные контрацептивы;
- раствор для контактных линз, если турист их носит;
- глазные капли;
- солнцезащитные кремы и кремы для ухода за кожей после пребывания на солнце.

5.2. Безопасность в спортивно-оздоровительных походах

Одно из важнейших условий успешного прохождения маршрута — обеспечение безопасности в походе (соревнованиях). Это комплекс мероприятий, выполнение которых начинается еще на первой стадии подготовки к походу и заканчивается моментом возвращения участников домой. К таким мероприятиям относятся:

- физическая, тактическая и психологическая подготовка участников;
- комплектование группы;
- грамотная разработка маршрута и похода (соревнований) в целом, график движения;
- должный опыт руководителя и участников похода (соревнований);
- соблюдение мер безопасности во время похода (соревнований);
- правильная организация страховки и самостраховки во время преодоления препятствий;
- соблюдение санитарно-гигиенических требований;
- выбор качественного снаряжения.

Все нормативно-правовые акты по спортивному (спортивно-оздоровительному) туризму направлены в первую очередь на безопасность участников походов соревнований.

Основная *задача обеспечения безопасности* — это минимизировать количество и степень аварийных ситуаций на маршруте. К аварийным ситуациям можно отнести все последствия невыполнения комплекса мероприятий по обеспечению безопасности в походе, которые могут привести к заболеванию, травматизму и смерти участников.

Решение задачи обеспечения безопасности участников похода состоит в реализации таких типов мероприятий, как спортивно-технические, материально-технические и учебно-воспитательные.

Для обеспечения безопасности во время путешествия необходимо выполнение всего комплекса мероприятий на всех стадиях подготовки к походу, на маршруте и при возвращении группы домой. В случае возникновения чрезвычайных (аварийных) ситуаций следует обратиться в поисково-спасательные службы, которые подчинены Министерству по чрезвычайным ситуациям; в случае заболевания — в медицинские учреждения.

С 1990 г. функции контрольно-спасательной службы выполняют поисково-спасательные службы (ПСС) Министерства по чрезвычайным ситуациям России. ПСС утратили функции органов, контролирующих прохождение группами маршрутов и соблюдение ими контрольных сроков прохождения контрольных точек. Однако в каждой ПСС существует «Журнал регистрации групп туристов», где фиксируются группы перед выходом на маршрут. Данный документ способствует своевременной организации спасательных работ при необходимости (например, если группа не вернулась в оговоренный срок). Маршрутно-квалификационная комиссия, как говорилось ранее, проверяет готовность группы к совершенно заявленному походу. Но ответственность за техническую и тактическую подготовку участников похода лежит на руководителе группы.

Каждый вид туризма имеет свои особенности в зависимости от специфики регионов страны. В связи с этим существует районирование туристских маршрутов в зависимости от вида туризма и природных условий.

Различные виды туризма отличаются районом проведения походов, набором снаряжения, тактикой и техникой организации, подготовки и проведения походов.

Важной частью любого туристического снаряжения и туристического похода является медицинская аптечка.

Медицинские аптечки — это комплекты, в состав которых входят лекарственные препараты, средства для остановки кровотечения, перевязочные средства и прочие предметы. Они бывают различных типов в зависимости от назначения, например автомобильные, матери и ребенка и др. Аптечка для туристов (для группы из 10–12 человек), как правило, имеет в своем составе следующие средства: стерильные широкие бинты (5–10 шт.), гипрокопическую вату (100–200 г), английские булавки (10 шт.), нагойку йода (30 г), резиновый жгут (1 шт.), термометр (1 шт.), ножницы (1 шт.), марганцовокислый калий (5 г), желудочные капли (15 г), валериановые капли (15 г), бриллиантовый зеленый раствор (25 г), нашатырный спирт (25 г), стрептоцид белый (3 пачки), этиловый спирт (100 г), стрептоцидовую мазь (25 г), лейкопластырь (1–2 рулончика), пирамидон (2 пачки), анальгин (2 пачки), кофеин (2 пачки).

Состав аптечки можно изменять препаратами аналогичного действия или увеличивать за счет дополнительных препаратов и медикаментов. Формировать аптечку следует с учетом возрастных особенностей участников, а также сложности и видов туристских походов, квалификации медработника.

В составе аптечки обязательно должны быть медикаменты основных групп лекарственных средств:

- противовоспалительные;
- успокаивающие;
- отхаркивающие и противокашлевые;
- желудочно-кишечные;
- средства, используемые в кардиологии;
- обезболивающие; противошоковые;
- антисептические средства.

Кроме лекарственных препаратов в комплект аптечки входят перевязочные средства — перевязочный пакет, стерильные бинты, стерильная вата, бактерицидный пластырь, резиновый жгут, служащий для временной остановки кровотечения; шина для наложения на конечности при переломах и вывихах; термометр для изменения температуры тела; стаканчик для приема лекарств; ванночка для промывания глаз.

При формировании аптечки лучше использовать лекарственные средства, обладающие высокой эффективностью, малыми побочными действиями и незначительными противопоказаниями, а также медикаменты, которые можно приобрести свободно в аптеке без рецепта врача. Транспортальная форма выпуска лекарственного средства в походе наиболее предпочтительна (следует исключить стеклянные, тяжелые по весу упаковки и т. п.). Желательно, чтобы лекарственные препараты, входящие в состав аптечки, имели инструкции по применению, т. е. рекомендуется сохранять оригинальную упаковку. Туристы, которые страдают хроническими заболеваниями, должны иметь с собой индивидуальные аптечки, состав которых зависит от возможных приступов или симптомов болезней туристов

5.3. Инструктаж туристов перед поездкой

Инструктаж перед поездкой является очень ответственным моментом и завершающим этапом работы с туристом перед началом путешествия. Поэтому менеджер должен предоставить полную информацию о предстоящем туре и ответить на все вопросы. Инструктаж проводится в устной форме на собрании группы. Основные положения устного инструктажа из-

ложены в приложении к договору и подписываются клиентами после собрания. На собрании группы каждому клиенту (семье) выдается **конверт с пакетом документов, который необходимо взять в путешествие**. На конверте должен быть логотип фирмы, координаты фирмы указаны в приложении к договору.

К пакету документов прилагаются:

- 1) карта города (по возможности);
- 2) информационный листок, памятка, а также сведения: адрес и телефон принимающей фирмы;
- 3) адреса и телефоны российских посольств и консульств на территории страны пребывания;
- 4) информация российского консульства о правах и обязанностях иностранцев в данной стране;
- 5) телефоны скорой помощи, полиции, пожарной службы, такси;
- 6) телефоны диспетчеров русскоговорящей службы;
- 7) факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.

Если это групповой тур, менеджер представляет руководителя группы и проводит подробный инструктаж группы.

Особое внимание на инструктаже уделяется **туристам, отправляющимся в путешествие на самолете**, а именно которым должна быть предоставлена информация:

- о прохождении таможенного досмотра на границе РФ;
- регистрации авиаперелета;
- прохождении паспортного контроля.

Подробно рассказывается о том, что относится к ручной клади, что запрещено для перевозки (например, взрывоопасные вещества, антиквариат, дикие звери, занесенные в Красную книгу, растения, оружие и т. д.), а также сообщает информацию:

- о перелете (транспортная компания, наличие трансфера, вид транспорта и трансфера, время в пути, питание и т. д.);
- паспортном контроле и этапах передвижения по аэропорту страны пребывания;
- правилах прохождения границы страны временного пребывания;
- об обмене валюты в аэропорту;
- получении багажа;
- встрече туристической группы представителем принимающей стороны;
- проезде до места проживания в случае, если встреча, сопровождение и трансфер не заказаны;
- размещении и особенностях отеля;
- погодных условиях на момент путешествия;
- правилах безопасности, факторах риска и др.

Требуется повышенное внимание к **клиенту, который выбирает нестандартную программу (индивидуальный тур)**. Турист в этом случае должен получить более подробную информацию о маршруте, его особенностях, а именно:

- о цели путешествия (отдых, лечение, деловая поездка пр.);
- названии пункта пребывания (город, курорт);
- виде, классе транспортного средства, осуществляющего перемещение до пункта назначения;
- названии, категории отеля;
- категории номера;

– виде питания (завтрак, полупансион, полный пансион) и др.

Более подробно обсуждаются следующие вопросы:

– заказ гида (русскоговорящего, англоговорящего и др.) для встречи (проводов), сопровождения на маршруте;

– заказ трансфера для встречи (проводов);

– заказ транспортного средства для перемещения на маршруте с указанием даты, времени подачи и сроков использования;

– бюджет путешествия; срок ответа фирмы на индивидуальную заявку и др.;

– встреча у трапа самолета представителем службы аэропорта с табличкой, на которой написана фамилия туриста;

– сопровождение клиента на машине до здания аэропорта;

– помощь в прохождении паспортного контроля и сопровождение клиента до указанного им места;

– сопровождение по всему маршруту (гид, индивидуальный транспорт).

ОТЧЕТНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Для подготовки и проведения, а также отчета о походе необходим достаточно большой пакет документов. Их можно классифицировать следующим образом.

1. Организационные:

- план подготовки;
- приказ;

2. Финансовые:

- смета расходов;
- командировочные удостоверения;
- авансовый отчет;

3. Маршрутные:

- маршрутный лист;
- маршрутная книжка;
- картографический материал;
- описание маршрута;
- пропуска в особо охраняемые природные территории;
- дневник похода.

4. Отчетные:

- отчет о походе;
- справка о зачете похода;
- протокол о зачете пройденного маршрута.

Одними из главных документов тургруппы, находящейся на маршруте, являются маршрутный лист или маршрутная книжка. Они предъявляются по требованию работникам полиции, лесного хозяйства, охотничьего и рыбного надзора, контрольно(поисково)-спасательных служб. Следует бережно хранить эти документы, желательно в непромокаемой упаковке. Они предназначены для использования на территории одной страны — России, поэтому оформлять их следует только на русском языке. Основное назначение — обеспечение безопасности тургруппы в походе. Наличие этих документов позволяет группе своевременно подготовиться к походу, они обязывают придерживаться заявленного маршрута и графика движения, устанавливают необходимость оповещения контрольно(поисково)-спасательной службы.

Маршрутная документация, а именно заявочная книжка, является отражением процесса подготовки к походу. В ней отмечаются сведения о готовности группы и запланированном маршруте. Заявочная книжка подается руководителем группы в МКК заранее, где она заменяется маршрутной книжкой. Во время похода группа делает в маршрутной книжке отметки о прохождении контрольных пунктов. Эти отметки представляют собой оттиск печати (штампа) организаций (лучше государственных, муниципальных) или контрольно(поисково)-спасательной службы с указанием даты прохождения; запись заверяется подписью ответственного лица организации. В маршрутной книжке есть и пометки, связанные с информированием о местонахождении группы. Это могут быть переданная группой телеграмма по Почте России из ближайшего населенного пункта или телефонный звонок.

При прохождении перевалов или вершин туристы оставляют записку в турах (каменных пирамидах), которая содержит сведения о том, что за группа, откуда и по какому марш-

руту идет, о дате и времени прохождения этого объекта. Взамен туристы забирают записку предыдущей группы. Следующая группа, которая будет проходить этот объект, также возьмет контрольную записку. Этим действием подтверждается факт, что группа прошла тот или иной перевал, вершину. Перевальные записки также имеют значение в поисково-спасательных работах: с их помощью можно найти группу, которая не вернулась в контрольные сроки.

После окончания похода маршрутная книжка с отчетом должна сдаваться в маршрутно-квалификационную комиссию, где на основании данных документов МКК утверждает пройденный маршрут и оформляет документацию по присвоению спортивных разрядов.

Как отмечалось ранее, после завершения похода необходимо составить отчет о походе, так как отчет и маршрутная книжка — основные документы, по которым составляются справка о зачете похода, а затем документы по присвоению спортивных разрядов. Отчет необходим и самой группе, чтобы подвести итоги путешествия, пополнить библиотеку отчетов. Обязательно следует составлять отчет о походе 4-й категории сложности и выше. Но это не означает, что составлять отчеты для менее сложных походов не нужно.

Отчет о походе предъявляется в маршрутно-квалификационную комиссию (МКК), которая сравнивает заявленную книжку с маршрутной и отчетом. Затем МКК принимает решение о зачете похода. На основании этих документов комиссия готовит и выдает справку о зачете похода, после чего туристы могут оформить очередной спортивный разряд по туризму.

Типовая форма содержания отчета о туристском походе, путешествии и спортивном туре⁴⁰:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Справочные сведения (паспорт спортивного похода/путешествия):
 - 3.1. Проводящая организация (наименование, адрес, телефон, факс, e-mail, сайт).
 - 3.2. Страна, республика, край, область, район, подрайон, массив (место проведения).
 - 3.3. Общие справочные сведения о маршруте.
 - 3.4. Подробная нитка маршрута. Обзорная карта региона с указанием маршрута и подъездов.
 - 3.5. Определяющие препятствия маршрута (перевалы, трассеры, вершины, каньоны, переправы, пороги, растительный покров, болота, осыпи, пески, снег, лед, водные участки и т. д.).
 - 3.6. ФИО, адрес, телефон, факс, e-mail руководителя и участников, их опыт и обязанности в группе.
 - 3.7. Адрес хранения отчета, наличие видео- и киноматериалов, в том числе адрес интернет-сайта нахождения отчета (если таковой имеется).
4. Содержание отчета.
 - 4.1. Общая идея похода (путешествия), стратегия и тактика ее достижения, особенности, новизна и т. п.
 - 4.2. Варианты подъезда и отъезда, расположение пограничных зон, заповедников и других зон ограниченного доступа, порядок получения пропусков, дислокация поисково-спасательного отряда, меучреждений и другие полезные сведения.
 - 4.3. Аварийные выходы с маршрута и его запасные варианты.
 - 4.4. Изменения маршрута и их причины.

⁴⁰ Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. Выпуск 7. С. 58.

4.5. График движения. Оформлять в виде таблицы, кратко приводя основные сведения, раскрываемые в разделе «Техническое описание прохождения группой маршрута». Рекомендуемые графы: «дни пути», «дата», «участок пути (от и до)», «протяженность в км», «число ходовое время», «определяющие препятствия на участке», «метеоусловия».

4.6. Техническое описание прохождения группой маршрута. Сложные участки: перевалы, пороги, переправы, места со сложным ориентированием и прочее — описываются более подробно с указанием повременных интервалов их прохождения и действия группы на них. Особое внимание следует уделять описанию мер по обеспечению безопасности на маршруте, экстремальным ситуациям. Текст «Технического описания прохождения группой маршрута» необходимо «привязать» к тексту «График движения» через даты и дни пути.

Описания препятствий рекомендуется вести по схемам, имеющимся в заглавиях паспортов естественных препятствий, с обязательным добавлением сведений о действиях конкретной группы в конкретных условиях.

Для облегчения работы при подготовке отчета рекомендуется пользоваться схемами из «Пособия по составлению отчетов о туристских походах, путешествиях и спортивных турах».

4.7. Потенциально опасные участки (препятствия, явления) на маршруте.

4.8. Перечень наиболее интересных природных, исторических и других объектов (заятий) на маршруте.

4.9. Дополнительные сведения о походе: географическая и климатическая характеристика района похода и связанные с ними особенности действия туристов (при наличии у группы малоизвестных данных, в случае первопрохождения или по требованию МКК), перечень специального и особенности общественного и личного снаряжения, характеристика средств передвижения и другая характерная для данного вида туризма полезная информация.

4.10. Стоимость проживания, питания, снаряжения, средств передвижения.

4.11. Итоги, выводы и рекомендации по прохождению маршрута.

4.12. К отчету прилагаются обзорная и подробная карты маршрута с указанием запасных вариантов и аварийных выходов, фотографии определяющих препятствий, подтверждающие их прохождение группой, паспорта локальных препятствий, пройденных впервые. Для создания банка данных маршрутов и упрощения обмена информацией рекомендуется, кроме письменного отчета в МКК, предоставлять отчет, выполненный (желательно с картами, фото и т. п.) в электронном варианте (в одном из форматов: PDF, HTML, RTF, DOC, текстовом формате).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Аванесова, А., Воронкова, Л.П., Маслов, В.И.*; Под ред. Л.П. Воронковой. — М.: Аспект Пресс, 2002.
2. *Бабкин, А.В.* Специальные виды туризма. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin01.htm.
3. *Биржаков, М.Б.* Введение в туризм. — СПб.: Герда, 2007. — С. 22–37. П. 4.
4. *Востоков, И.* Каким должен быть туристско-спортивный союз России? // Томский клуб туристов. — URL: http://turism.tomsk.ru/db/web_page?pid=9942.
5. Единая Всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов (ЕВСКТМ), утв. Федерацией спортивного туризма Туристско-спортивного союза России 1 февраля 1995 г. // Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. — Выпуск 7. — М., 2001. — С. 74.
6. Гостиничный бизнес в России — краткий обзор // ProHotels. Портал про гостиничный бизнес — URL: <http://prohotel.ru/news-152199/0/>
7. Гостиниц в России не хватает // Деловая газета. Юг. — URL: <http://www.dg-yug.ru/a/2013/08/16/article2/>
8. DRG: Исследование рынка гостиниц в России. — URL: <http://b2blogger.com/pressroom/164325.html>
9. Деятельность в регионах ВТООН // Путешествуй по миру –Travel the World. — URL: <http://www.alltravelworld.ru/travels-553-4.html>.
10. *Дурович, А.П.* Организация туризма: [учебное пособие] / А.П. Дурович. — Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 318 с.
11. *Емелин, С.В.* Курс лекций по дисциплине: Технология туристической деятельности для специальности Гостиничное хозяйство. — Севастополь: Севастопольский коммерческий техникум, 2006. <http://www.turbooks.ru/shporgalklekcii/1012-kurs-lekciy-po-discipline-technologiya.html>
12. *Журавлева, М.М.* Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО «Мегапринт», 2011. — С. 33.
13. *Зорин, И.В.* Энциклопедия туризма. — С. 289.
14. Инструкция по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий (путешествий) с учащимися общеобразовательных школ и профессиональных училищ, воспитанниками детских домов и школ-интернатов, студентами педагогических училищ Российской Федерации, утв. приказом Минобразования РСФСР от 13 июля 1992 г. № 293.
15. Итоги туристского и гостиничного бизнеса 2012 г. по версии портала ProHotel.ru // Вестник РГА. — 2013. — № 5 (42). — URL: <http://rha.ru/vestnik/vestnik-rga-5-42>.
16. Курило Л.В., Смирнова Е.В. Основы экскурсионной деятельности: учебное пособие: — «Советский спорт», 2012. — 208 с.
17. Основы туристской деятельности / Сост. Е. Н. Ильина — С. 98.
18. Писаревский Е.Л. Качество и безопасность услуг в сфере туризма: вопросы стандартизации и классификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.14. — 2011. — № 2
19. Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

20. *Путрик, Ю.С.* Становление и развитие государственной политики Российской Федерации в области туризма: 1991–2007 г. — М.: Изд-во Московского ун-та, 2007. — С. 86.
21. Русский турист. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России. Выпуск 7 / Сост. И.Е. Востоков, С.Н. Панов. — М., 2001.
22. *Саруханова, М.З.* Организация похода выходного дня: Лекция // Школа туристской подготовки Секции спортивного туризма Сибирского федерального университета. — URL: <http://school-tr.sfu-kras.ru/ntp/orgPVD.pdf>.
23. *Сафронов Н.А.* Экономика организации (предприятия): Учебник для ср. спец. учеб. заведений. — М.: Магистр, 2009
24. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г.А. Аванесова, Туризм, гостеприимство, сервис / Под ред. Л.П. Воронковой (номер страницы).
25. *Чоренька, Н.В.* Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. — К.: Атіка, 2006. — 264 с. Автоматический перевод на русский язык представлен на сайте «Туризм для студента». — URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-39/ru/chapter-1918/>