

**ŠKOLENÍ A VZDĚLÁVÁNÍ
PRACOVNÍKŮ V CESTOVNÍM RUCHU**

**PRŮVODCE V CESTOVNÍM RUCHU
– PROFESNÍ ZNALOSTI A DOVEDNOSTI**

**RUSKÝ JAZYK
PRO PRŮVODCE
V CESTOVNÍM RUCHU**

www.vzdelavanivcr.cz



Ruský jazyk pro průvodce v cestovním ruchu

Ing. Miloslav Reiterman

Vysoká škola polytechnická Jihlava



Praha 2007

Ruský jazyk pro průvodce v cestovním ruchu

Vydalo: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2007.

Staroměstské náměstí 6, 110 15 Praha 1, www.mmr.cz

Za jazykovou a věcnou správnost obsahu díla odpovídá autor, text neprošel jazykovou ani redakční úpravou.

Tato skripta byla vytvořena pro projekt „**Školení a vzdělávání pracovníků v ČR**“ CZ.04.1.03/4.2.00.1/0001 Operační program Rozvoj lidských zdrojů (OP RLZ), Opatření 4.2., Specifické vzdělávání.

<p>Tento vzdělávací program je spolufinancován Evropským sociálním fondem (ESF) a státním rozpočtem ČR.</p>

©: Miloslav Reiterman, duben 2007



ОГЛАВЛЕНИЕ

1	МЕСТО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ	4
2	ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	6
3	КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ ТУРИЗМА	8
4	ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА	14
5	ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	18
6	ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИЗМА.....	22
7	ГОСТИНИЦЫ И ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС.....	25
7.1	Классификация гостиниц в Российской Федерации	25
7.2	Особенности предоставления гостиничных услуг	29
7.3	Службы гостиниц и особенности их функционирования	33
8	ТУРОПЕРАТОРСКАЯ И ТУРАГЕНТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	38
9	ТУРИСТСКИЕ ФОРМАЛЬНОСТИ.....	40
10	ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИЗМА	44
11	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	48
12	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ (РОССИЯ)	51
13	ШЕНГЕНСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ.....	54
14	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ	56

ПРИЛОЖЕНИЯ



1 Место туризма в экономике страны

А

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые.

Значение туризма как источника валютных поступлений, расширения международных контактов, обеспечения занятости населения постоянно растет. По прогнозам экспертов Всемирной туристской организации (ВТО), число поездок в мире к 2010г. может достичь 1 млрд. туристских прибытий, из которых 546 млн. придется на Центральную и Восточную Европу, включая страны СНГ и Балтии, где туризм будет развиваться опережающими темпами по сравнению с Европейским регионом в целом.

В последние годы туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом факторов. Во-первых, для того чтобы начать заниматься туристским бизнесом, не требуется больших инвестиций. Во-вторых, на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы. При этом туристский бизнес позволяет быстро оборачивать капитал, а также (в сфере международного туризма) извлекать известные выгоды за счет валютных операций.

Для достижения положительного баланса между ввозимыми в страну деньгами (въездной туризм) и вывозимыми из страны деньгами (выездной туризм) необходимо всячески поддерживать и развивать внутренний туризм с тем, чтобы деньги тратились внутри страны, а не за ее пределами. Хорошо спланированная политика национального туризма приводит в конечном итоге к выгоде для страны. Для того чтобы преуспеть в туристском бизнесе, требуются основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации турпродукта, хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, конъюнктуры туристского рынка.

Однако рост международного туризма вызывает некоторые негативные последствия, например инфляцию, разрушение окружающей среды и нарушение традиций местного населения. Это особенно наглядно проявляется в развивающихся странах, где туристы из более богатых индустриальных стран своим присутствием навязывают присущий им



образ жизни и уровень потребления. Следовательно, своевременная и всесторонняя оценка последствий международного туризма является очень важным фактором для составления такой экономической и туристской политики, которая позволяла бы извлекать максимальную выгоду и предупреждать разрушительное воздействие туризма.

Туристический продукт – это комплекс услуг, предоставляемых туристско-экскурсионными предприятиями гражданам (туристам). Комплексная система организации производства такого продукта называется *индустрией туризма*.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

туристское пространство, документ, сотрудничество, безопасность, туристский рынок, государственная политика, законодательство, пограничный, туристский маршрут, партнерство, совместимость, таможенный

С начала 90-х годов Российская Федерация приступила к формированию национального (1), который в настоящий момент активно становится частью международного. В связи с этим одной из ключевых задач (2) в сфере туризма является разработка современного, всеобъемлющего (3), с учетом норм международного права и законодательств ближайших соседей - стран СНГ и Европы.

В соответствии с Соглашением о сотрудничестве в области туризма, заключенном в рамках Содружества независимых государств 23 декабря 1993 г., стороны обязались способствовать формированию общего (4), сближению нормативно-правовых(5) по туризму, а также принятию согласованных мер по восстановлению традиционных и открытию новых (6), расширению социального туризма, упрощению (7), (8) и иных формальностей, обеспечению социальной защищенности и личной безопасности туристов в стране пребывания. Статья 55 Соглашения о партнерстве и сотрудничестве, учреждающего (9) между Российской Федерацией и Европейскими Сообществами и их государствами - членами (Корфу, 24 июня 1994 года) устанавливает, что важным условием для укрепления экономических связей между Россией и ЕС является сближение законодательства. Россия стремится к постепенному достижению (10) своего законодательства с законодательством Сообщества. Статья 75 Соглашения устанавливает также, что Стороны расширяют и развивают (11) между ними, которое включает:

- упрощение торговли туристическими услугами;
- взаимодействие официальных туристических органов;
- увеличение взаимного (12) информацией;
- передачу "ноу-хау";
- изучение возможностей реализации совместных проектов.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



2 Основные составляющие индустрии туризма

А

Туристская индустрия – это совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов, и создание материально-технической базы туризма, которая включает в себя следующие компоненты:

- *организаторы туризма* – туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты). Туроператоры выполняют функции организаторов и создателей комплексного продукта для группового туризма, а турагент – это физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров;
- предприятия, предоставляющие *услуги по размещению* - гостиницы, мотели, пансионаты, дома отдыха и т.д.;
- предприятия, предоставляющие *услуги по удовлетворению потребностей туристов в пище*. Для туристской индустрии характерны такие типы предприятий питания, как ресторан, кафе, бар. При организации питания туристов используются различные методы обслуживания;
- *транспортное обеспечение* – важнейший элемент туристской инфраструктуры, который входит в основной комплекс услуг, включаемых в состав туристского продукта. Транспортные предприятия включают: авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия речного и морского транспорта и др. Применяемый для целей туризма транспорт классифицируется на три вида: сухопутный, водный и воздушный;
- *экскурсионная деятельность* – организует и оказывает услуги, удовлетворяющие потребности человека в приобщении к духовным и нравственным ценностям, в накоплении знаний, в том числе и профессиональных, в режиме свободного выбора объектов, методов и средств познания;
- *индустрия развлечений* – человек хочет удовлетворить свои духовные потребности, развлечься. Предприятия сферы досуга и развлечений включают тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.;
- *предприятия торговли* – магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров;
- *органы управления туризмом* – государственные учреждения, общественные туристские организации;
- *учебные, научные и проектные учреждения*;



- *банки и страховые компании;*
- *лечебные и медицинские учреждения;*
- *организации связи и многое другое.*

Исходя из этих предпосылок, федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет туристскую индустрию как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туристскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков».

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

качественный уровень, соответствовать, международное признание, сертификация, туризм, туринадустрия, право, заведение

Российский туристский вуз впервые аттестован ВТО

Международный институт гостиничного менеджмента и туризма (МИГМТ), учредителем которого является Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ), впервые в России прошел международный аудит по (1) качества учебных программ в области (2) «TedQual Certification System», разработанный экспертами Образовательного Совета Всемирной туристской организации (ВТО). Институт аттестован ВТО до мая 2006 года.

Сертификация TedQual подтверждает следующее:

- учебные планы института (3) стандартам ВТО, а сама система подготовки кадров для туринадустрии осуществляется на должном (4)
- учебное (5) соответствует требованиям, установленным Themis Foundation – специальным фондом, учрежденным ВТО, и получает (6)
- учебное заведение получает признание качества своих программ подготовки специалистов на международном рынке образовательных услуг;
- учебное заведение получает (7) войти в состав Образовательного Совета Всемирной туристской организации (ВТО), который образуют наиболее престижные учебные заведения в мире, готовящие кадры для (8)

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



3 Классификация видов туризма

А

Для того, чтобы дать наиболее полную классификацию видов современного туризма, необходимо использовать наиболее существенные признаки, характеризующие тот или иной вид туризма, в частности, национальная принадлежность туризма; основная потребность, удовлетворение которой обуславливает туристическое путешествие; основное средство передвижения, используемое в путешествии; средство размещения; продолжительность путешествия; состав группы; организационные формы; основные принципы формирования цены турпродукта и т.д.

К основным видам туризма формирующимся в зависимости от национальной принадлежности относят **национальный (внутренний)** и **международный (внешний)** туризм. Международный туризм, в свою очередь, подразделяется на **активный** и **пассивный**, или иначе **въездной** и **выездной** туризм.

В зависимости от **потребности**, обуславливающей туристское путешествие, различают следующие виды туризма:

- **Лечебный (медицинский) туризм.** В основе этого вида туризма лежит потребность в лечении различных заболеваний. Лечебный туризм имеет несколько разновидностей, характеризующихся природными средствами воздействия на человеческий организм, например: климатолечение, бальнеолечение, морелечение, грязелечение и т.д. Зачастую при лечении могут использоваться несколько видов воздействия, в таких случаях вид туризма определяет основное средство воздействия на организм отдыхающего.
- **Рекреационный туризм.** В основе этого вида туризма лежит потребность в восстановлении физических и душевных сил человека. Этот вид туризма отличается большим разнообразием. Так, например, рекреационный туризм может включать следующие программы:
 - зрелищно развлекательные (театр, кино, карнавалы, ярмарки, дни города, фестивали);
 - занятия по интересам (охота и рыбная ловля, художественное и музыкальное творчество, туры для коллекционеров и т.д.);
 - обучающие (туризм, разные виды спорта, искусство, ремесла и т.п.);
 - этнические и бытовые (связанные с изучением национальной культуры и нетрадиционного быта);
 - туристско-оздоровительные (включая маршруты с активными способами передвижения, купальные, горнолыжные и т.д.).
- **Спортивный туризм.** В основе этого вида туризма лежит потребность двух видов, в связи с чем различают два подвида спортивного туризма:
 - активный (основой является потребность в занятиях каким либо видом



спорта);

- пассивный (основой является интерес к какому либо виду спорта, т.е. путешествие с целью посещения соревнований или спортивных игр).
- *Познавательный туризм.* Основой данного вида туризма является потребность в расширении знаний по различным направлениям. К данному виду туризма можно отнести экологический туризм. Программы экотуров предполагают посещение охраняемых природных территорий.
- *Туризм с деловыми целями.* К данному виду туризма относятся поездки с целью установления или поддержания деловых контактов с различными партнерами.
- *Конгрессный туризм.* Туристические поездки с целью участия в различных мероприятиях, в том числе: конференциях, симпозиумах, съездах, конгрессах и т.д.
- *Инcentивный туризм.* К данному виду туризма относятся поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников.
- *Культовый (религиозный) туризм.* Этот вид туризма основан на религиозных потребностях людей различных конфессий. Культовый туризм подразделяется на два подвида:
 - посещение культовых сооружений в религиозные праздники;
 - посещение святых мест с целью отпущения грехов.
- *Ностальгический туризм.* Данный вид туризма основан на потребности людей в посещении мест в области исторического проживания.
- *Самодетельный туризм.* Этот вид туризма объединяет любителей активного отдыха, занимающихся лыжным, горным, водным туризмом и т.д. Отличительной особенностью данного туризма является потребность участвующих в нем в самоорганизации. Организацией туров занимаются не туристические фирмы, а сами туристы совместно с туристско-спортивными клубами и союзами.

Разумеется, на практике очень часто имеют место комбинированные туры, сочетающие в одном путешествии несколько видов туризма, обусловленных различными потребностями туристов, например, рекреационный с познавательным и т.д. Однако, при анализе туристической деятельности необходимо выделять основные потребности, послужившие побудительным мотивом к путешествию.

В зависимости от **транспортных средств**, используемых на туристическом маршруте, различают следующие виды туризма:

- *Туристы на собственном транспорте.* Туры на транспорте, принадлежащем транспортным хозяйствам туристической системы или непосредственно туристической организации.
- *Туры на арендованном туристском транспорте.* Туры на транспорте, принадлежащем транспортным организациям, используемом туристскими организациями на правах аренды (по договору) на срок, определенный сроком



действия тура. В качестве арендованного специализированного транспорта туристские организации используют морские и речные теплоходы, самолеты, специальные составы туристско-экскурсионных предприятий.

- *Туры на личном транспорте туристов.* Специально разработанные индивидуальные или групповые туры для владельцев личных автомобилей с предоставлением туристам всех видов услуг по маршруту (проживание в автокемпингах, питание, экскурсии, досуг, авторемонт и т.д.), кроме проезда.

В зависимости от **способа передвижения** виды туризма подразделяются:

- *Автомобильный туризм.* Этот вид туризма бурно развивается со второй половины двадцатого века. В настоящее время он получил наиболее широкое распространение.
- *Железнодорожный туризм.* Этот вид туризма развивается с сороковых годов 19 века. Относительная дешевизна железнодорожных билетов делает его доступным менее обеспеченным слоям населения.
- *Авиационный туризм.* Данный вид туризма является наиболее перспективным, так как обеспечивает экономию времени при доставке туристов к местам посещения. Авиационные туры подразделяются на групповые туры с использованием части мест в самолетах пассажирских авиалиний и спецавиарейсы с полной арендой самолета для специальных туристских перевозок.
- *Теплоходный (водный) туризм.* При данном виде туризма маршруты организовываются на речных и морских пароходах. Морские маршруты могут быть круизные (путешествия на арендованных судах продолжительностью более суток). Они могут быть как с посещением портов, так и без посещения. Речные маршруты (с использованием судов речных пароходств) имеют подвиды: туристско-экскурсионные рейсы (путешествия на арендованных речных судах продолжительностью более одних суток) и экскурсионно-прогулочные поездки экскурсантов (ознакомление с памятными и историческими местами и отдых, продолжительностью не более 24 часов). Для организации туристско-экскурсионных рейсов используются в основном комфортабельные теплоходы. Для организации экскурсионно-прогулочных и прогулочных рейсов могут использоваться как теплоходы, так и малый флот (речные трамвайчики, ракеты, катера, катамараны и др.). Преимущество водного туризма на комфортабельных теплоходах заключается в том, что туристы обеспечиваются средствами размещения, питания, спорта, развлечений и т.п. на корабле.
- *Автобусный туризм.* При данном виде туризма путешествия организовываются с использованием автобусов. Автобусные туры могут быть обычными туристско-экскурсионными (с предоставлением всех видов услуг, предлагаемых транспортным туром - проживание, питание, экскурсионное обслуживание) и так называемые «прогулочные автобусы здоровья/автобусы одного дня».



- *Велосипедный туризм.* Этот вид туризма доступен для использования достаточно ограниченному контингенту туристов.
- *Пеший туризм.* Данный вид туризма получил наибольшее распространение во внутреннем туризме. Следует отметить, что на практике очень часто при одном туристском путешествии используется несколько видов транспорта. Такие виды туров называются комбинированными.

В зависимости от **средств размещения** туристов различают следующие виды туризма:

- *Туризм в отеле.* Отели, как правило, расположены либо в центре города, либо недалеко от аэропорта или железнодорожного вокзала.
- *Туризм в мотеле.* Мотели располагаются либо вдоль автомобильной трассы, либо на окраине города. Проживание в мотеле должно обеспечивать туристам условия по уходу за автомобилем (автостоянки, бензозаправочные станции, автосервис и т.д.).
- *Туризм в пансионе.* Турпансионы гостиничного типа с единым управлением, предоставляют клиентам жилье в одном или нескольких номерах, сопутствующие услуги и автономную кухню.
- *Кемпинговый туризм.* Кемпинги, туристические деревни, турбазы – это помещения, расположенные, как правило, в загородной местности, предназначенные для размещения как обычных, так и автотуристов.
- *Туризм в туристической деревне.* Туристические деревни – это сервисные хозяйства с единым управлением, огороженные и оборудованные для отдыха и ночевки туристов, не имеющих автономного оборудования, необходимого для ночевки.

Помимо перечисленных видов предприятий гостиничного хозяйства, определяющих вид туризма, существуют и такие виды как: дома и меблированные квартиры, дома отдыха, дома молодежи. Все перечисленные выше средства относят к гостиничным предприятиям различных категорий, и они подлежат сертификации на предмет номенклатуры и качества услуг, оказываемых туристам. Средства размещения разделяются также на *постоянные*, в которых прием туристов осуществляется круглый год, и *сезонные* обслуживающие туристов только в определенное время года, в туристский сезон.

Туризм также в зависимости от **времени путешествия** подразделяется на *сезонный* и *несезонный*.

В зависимости от **продолжительности путешествия** различают два вида туризма: *продолжительный* и *кратковременный* (на срок до 5 – 7 дней).

В зависимости от **состава группы** различают:

- *Массовый туризм* (путешествия туристов в составе группы).
- *Индивидуальный туризм.* Данный вид туризма чаще всего реализуется в рамках



делового, научного и оздоровительного туризма. В последнее время индивидуальный туризм получает значительное развитие по каналам родственных семейных связей, творческих обменов, посещений по приглашению. Индивидуальные поездки практикуются также по программам социального и молодежного туризма. Индивидуальные туристы могут воспользоваться услугами гидов-переводчиков, экскурсоводов, организаторов путешествия, проводников и сопровождающих, арендовать легковой автотранспорт, использовать возможности других форм туристического сервиса.

- *Семейный туризм.* Данный вид туризма получил большое развитие в последние годы в значительной степени за счет скидок, которые предлагают турфирмы лицам, путешествующим с детьми. Зачастую, семейный туризм осуществляется по программам, разработанным туроператором для семейного отдыха.
- *Молодежный (студенческий) туризм.*
- *Детский (школьный) туризм.* Молодежный и детский туризм получил большое развитие в значительной степени за счет туристских обменов как внутри страны, так и между различными странами. Туристы, путешествующие в рамках молодежного и детского туризма имеют право на значительные скидки в ценах на обслуживание.

В зависимости от **организационных форм** существуют:

- *Организованный туризм*
- *Неорганизованный туризм*
- *Клубный туризм*

В зависимости от **определяющего принципа формирования цены** на продукт существует *коммерческий* и *социальный (дотационный) туризм*. Социальный туризм предполагает определенные дотации в различных формах как от государственных, так и от общественных организаций, а также от коммерческих структур, в целях обеспечения возможности получения отдыха и участия в туристических мероприятиях различных слоев населения, не имеющих для этого достаточного количества денежных средств (пенсионеры, студенты, категория низкооплачиваемых работников и т.д.).



Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

услуга, доклад, обеспечение, несезонный, расход, доход, традиционный, участник, конгрессный, труд

Интенсивное развитие конгрессного туризма привело к созданию ряда международных организаций полностью специализирующихся на проведении международных деловых и научных мероприятий, например, Международный союз организаторов конгрессов. Специализация турфирм на данном виде туризма обусловлена объективной закономерностью дальнейшего международного разделения (1) В США конгрессный туризм приносит ежегодно свыше 40 млрд. долларов (2) Большим преимуществом (3) туризма является то обстоятельство, что он может реализовываться в (4) период. Специфика турпродукта конгрессного туризма состоит в необходимости предоставления большого объема разнообразных (5), выходящих за рамки (6) Основные трудности при организации конгрессного обслуживания связаны с необходимостью выпуска значительного количества печатной продукции (тезисы (7), приглашения, информационные письма и т.д.), необходимостью предоставления такого рода услуг как: регистрация (8) конгресса, переговоры, техническое (9), спецмероприятия, деловые встречи и т.д., а также организации до и после конгрессных туров. (10) участника конгресса, как правило, значительно превышают расходы обычного туриста, следовательно, при увеличении свободного времени участников за счет оптимальной организации, а также оплате деловой части направляющим учреждением, возможно комбинирование поездки на конгресс с различными туристическими программами.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



4 Факторы влияющие на развитие туризма

А

Для анализа положения страны на мировом рынке туризма большое значение имеет характеристика туристских потоков, зарождающихся в том или ином регионе, и предпосылки для их возникновения в будущем:

- направление туристских потоков в регион и из него, структура зарубежной туристской клиентуры и собственных граждан, выезжающих с туристскими целями;
- особенности туризма в данном регионе (ритмы сезонности, преобладающие виды и формы туризма, основные цели посещения и т.д.);
- отношения властей и местных туристских органов к проблемам туризма, специфика их туристской политики;
- экономическая роль туризма в хозяйственной структуре данного региона;
- перспективы развития туризма на данной территории. Американский социолог Т. Бертон выделяет три группы факторов, которые воздействуют на характер проведения досуга и, в свою очередь, на модель туристского отдыха:
 - технологические (средства массовой коммуникации);
 - институциональные (законодательные);
 - социально-экономические (демографические, величина дохода, профессия).

В свою очередь характер проведения досуга является одним из основных факторов, влияющих на развитие туризма. Основные факторы, влияющие на развитие туризма делятся на *статичные* и *динамичные*.

К *статичным* относятся совокупность природно-географических факторов. Они имеют непреходящие, неизменные значения. Человек лишь приспособливает их к туристским потребностям, делает их более доступными для использования. Природно- климатические и географические факторы находят выражение в красивой, богатой природе, климате, рельефе местности, подземных богатствах (минеральные пещеры и т.д.). Культурно-исторические факторы (памятники архитектуры, истории и т.д.) тоже, в значительной мере можно отнести к статичным факторам.

К *динамичным* относятся демографические, социально-экономические, материально-технические и политические факторы. Они могут иметь различное значение, меняющееся во времени и в пространстве.

Кроме того, факторы, воздействующие на туризм делятся на *внешние (экзогенные)* и *внутренние (эндогенные)*.

Внешние (экзогенные) факторы воздействуют на туризм посредством демографических и социальных изменений. Данная группа включает в себя: возраст населения, увеличение числа работающих женщин и изменение дохода на каждую семью, рост пропорции одиноких людей, тенденции к более позднему вступлению



в брак и образованию семьи, рост числа бездетных пар в составе населения, уменьшение иммиграционных ограничений, увеличение оплаченных командировок и более гибких графиков рабочего времени, увеличение осознания туристских возможностей. Практически все перечисленные выше показатели в той или иной степени влияют на структуру свободного времени населения, которая создает объективные социально-демографические условия развития туризма. В настоящее время часто проявляются рассогласования между структурой свободного времени и экономическими возможностями населения. Складывается ситуация, при которой часть населения, имеющая свободное время, не может воспользоваться туристскими услугами. В свою очередь, представители коммерческих структур, имеющие материальные возможности для проведения отдыха с использованием возможностей туристских фирм, зачастую не могут позволить себе даже краткосрочного отсутствия.

К числу внешних факторов воздействующих на туризм, относятся также экономические и финансовые факторы:

- улучшение (ухудшение) экономической и финансовой ситуации;
- увеличение (снижение) персонального дохода;
- более высокая (низкая) туристская активность в зависимости от выделенной на отдых части доходов;
- возрастание (снижение) доли общественно-выделяемых средств на покрытие расходов на туризм и путешествия.

К социально-экономическим факторам, влияющим на рост туризма, относятся также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Как элемент эстетических потребностей можно рассматривать стремление людей познакомиться с бытом, историей, культурой, условиями жизни различных стран.

Кроме того, к внешним факторам относятся изменения политического и правового регулирования, технологические изменения, развитие транспортной инфраструктуры и торговли, а также изменение условий безопасности путешествий.

Внутренние (эндогенные) факторы - это факторы, воздействующие непосредственно в сфере туризма. К ним относятся прежде всего материально-технические факторы, имеющие важнейшее значение для развития туризма. Главный из них связан с развитием средств размещения, транспорта, предприятий общепита, рекреационной сферы, розничной торговли и т.д. К внутренним факторам относятся также факторы туристского рынка:

- процессы спроса, предложение и распространение (в качестве особенности современных рыночных факторов можно выделить, например, превращение спроса на турпродукты в постоянный запрос);
- возрастание роли сегментации рынка (появление новых туристских сегментов);
- возрастание роли координации деятельности в туризме и процессов монополизации (усиление горизонтальных интеграций, т.е. рост партнерских отношений крупных



фирм со средним и мелким бизнесом; вертикальные интеграции через создание стратегических туристских союзов; глобализация туристского бизнеса и т. д.);

- возрастание роли средств массовой информации и связи с общественностью (публик рилейшнз) в продвижении, рекламе и реализации разрабатываемых турпродуктов;
- возрастание роли кадров в туризме (увеличение численности работников, развитие профессионально-квалификационной структуры, повышение значения профессиональной подготовки, улучшение организации труда и т.д.);
- возрастание роли частного туристского бизнеса (создаются условия, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество родственных малых предприятий агентов, осуществляется эффективная реализация турпродукта на основе профессионального маркетинга, что в свою очередь поражает потребность в повышении квалификации персонала).

Перечисленные выше факторы, в свою очередь, подразделяются на *экстенсивные* и *интенсивные* и *сдерживающие (негативные)*. К *экстенсивным факторам* относятся:

- рост численности работников;
- увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов;
- строительство новых объектов туризма.

К *интенсивным факторам* относятся:

- повышение квалификации персонала;
- развитие профессионально-квалификационной структуры;
- техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов НТП, включая реализацию целевых программ улучшения культуры и качества обслуживания, индустриализации, технологизации и компьютеризации туризма;
- рациональное использование имеющихся материальных ресурсов.

К *сдерживающим факторам*, влияющим на развитие туризма негативно, относятся: кризисы, милитаризация экономики, рост внешней задолженности, политическая нестабильность, рост цен на предметы потребления, безработица, забастовки, криминогенная обстановка, финансовая нестабильность, сокращение объемов личного потребления, неблагополучие экологической ситуации, банкротство туристских фирм, ужесточение туристских формальностей, снижение квот обмена валют, невыполнение турфирмами своих обязательств и т.д. Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает *фактор сезонности*. В зависимости от сезона объем туристической деятельности может иметь очень серьезные колебания. Туристские организации и учреждения предпринимают ряд мер, направленных на уменьшение сезонных спадов, например, введение сезонной дифференциации цен



(разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50%), развитие тех видов туризма, которые не подвержены сезонным колебаниям (конгрессный, деловой и т.д.).

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

телевизионный канал, отзыв, продвижение, привлечение, орган управления, отдых, департамент, круиз

Имиджевая реклама российского туризма

(1) туризма активно проводит рекламно-информационную работу по (2) иностранных туристов в Россию и по пропаганде внутреннего туризма среди россиян. Создаются и распространяются на туристских выставках и через загранпредставительства Российской Федерации полиграфические, видео и CD материалы, рассказывающие о возможностях туризма и (3) в России.

В настоящее время завершена работа над фильмами об исторических городах Северо-Запада, Санкт-Петербурге и Кронштадте, (4) по Волге и Северо-Западу России, о Байкале и путешествиях по Сибири и в Антарктиду. Видеофильмы о Московской и Калининградской областях, Золотом кольце России, Камчатке, Кавказских Минеральных Водах, Краснодарском крае и малых городах России уже демонстрируются на общероссийских (5)

Закончена работа над фотоальбомами «Золотое кольцо России», «Байкал», «Северо-Запад России» и «Кавказские Минеральные Воды».

Вышли в свет CD-диск «Россия», туристский каталог «Россия», фотоальбом «Санкт-Петербург», краткие справочники туриста, фотоальбомы и буклеты «JUST RUSSIA», буклеты об экологическом, оздоровительном и культурно-познавательном туризме, а также о российских круизах, имиджевые плакаты с видами Санкт-Петербурга, Москвы, Костромы, Владимира, Кижей и др.

Напечатаны туристские листовые и складные карты-схемы России, карты-схемы «Золотое кольцо России», «Северо-Запад России» и «Кавказские Минеральные Воды».

Информационные материалы изданы на английском, немецком, французском, итальянском, испанском, шведском, норвежском, финском, китайском, японском и русском языках.

Рекламно-информационные материалы, изданные по заказу Департамента туризма, получили весьма лестные (6) как от специалистов работающих в туризме, так и иностранных туристов. Не раз приходилось слышать благодарность в адрес Департамента туризма от региональных руководителей (7) в сфере туризма, а также туристских компаний за работу по (8) туристского имиджа России за рубежом. [ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



5 Туристско-рекреационные ресурсы

А

Реализация туристского бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырех основных составляющих:

- капитала;
- технологии;
- кадров;
- туристских ресурсов.

Это означает, что недостаточно имея капитал, купить технологию, нанять кадровую команду и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются туристско-рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфических особенностей туристского бизнеса в условиях рынка. Если туризм связан с созданием туристского ресурса (а не потреблением имеющегося), то себестоимость туристского продукта резко возрастает. Под ресурсами в широком смысле этого слова понимают ресурсы экономические, природные, культурно-исторические, трудовые, финансовые, социальные, производственные. Под *туристскими ресурсами* понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта. Как правило, туристские ресурсы определяют формирование туристского бизнеса в том или ином регионе. *Туристские ресурсы* имеют следующие основные свойства:

- привлекательность;
- климатические условия;
- доступность;
- степень изученности;
- экскурсионная значимость;
- пейзажные характеристики;
- социально-демографические характеристики;
- потенциальный запас;
- способ использования и др.

Данные ресурсы используются в оздоровительных, туристских, спортивных и познавательных целях. *Туристские ресурсы* условно можно подразделить на две группы:

- природные;
- инфраструктурные.

Динамическое развитие туристского бизнеса требует наличия обеих групп. Даже при высоких аттрактивных свойствах природных ресурсов без наличия коммуникаций, средств связи, коммунальной инфраструктуры просветительных учреждений, памятников культуры, искусства и др. туристский бизнес для широкого круга



потребителей невозможен.

Не смотря на свою социально-гуманную роль туризм видоизменяет *экологию*. Снижение ущерба индустрии туризма на экологию регулируется на государственном и международном уровнях за счет:

- экологического просвещения;
- ограничения туристско-рекреационной нагрузки на природные ресурсы;
- налогового регулирования и т.д.

Интенсивное неконтролируемое посещение туристами уникальных термальных источников на Камчатке привело к изменению их температурного баланса, а в ряде случаев и к прекращению фонтанирования некоторых из них. К сожалению, в России благоприятные туристско-рекреационные ресурсы занимают приблизительно 10% ее территории. Туристское природопользование связано с понятием *рекреационной системы* состоящей из ряда подсистем (туристско-природный комплекс, инфраструктура, персонал, органы управления и др.). Для сохранения и воспроизводства туристских ресурсов в рамках рекреационной системы вся территория России распределена на *туристские* и *экономические районы*. С точки зрения материальной базы и, в частности, обеспеченности средствами размещения все эти регионы можно разделить на три категории: с относительно высоким, средним и низким уровнем развития туристской инфраструктуры по сравнению с общим уровнем ее развития в Российской Федерации. Данное районирование и прогнозирование емкости туристских ресурсов в России было положено в основу разработки целевой федеральной программы «Развитие туризма в Российской Федерации», ориентированной на средне и долгосрочную перспективу. Таким образом, туристские ресурсы рассматриваются как один из факторов развития туризма и исходный базис для планирования производства туристского продукта. Туристский потенциал России формируется из двух составляющих: рекреационно-познавательных и природно-рекреационных ресурсов. Он выражается в млн. чел. дней пребывания туристов в данном регионе в год. В соответствии с картой туристских ресурсов производится подробная паспортизация районов перспективного развития туризма. Цель – определение предельно допустимой туристской нагрузки на данную территорию с учетом ее полного воспроизводства и экономической защиты. На основании полученных данных готовятся предложения по временному ограничению, запрещению и использованию туристских ресурсов данного региона без ограничений. Такие рекомендации или законодательные акты федеральных или местных органов власти закладываются в основу при планировании туристской деятельности и разработке туристских маршрутов. В ряде регионов России для воспроизводства данных ресурсов введен местный налог. Ограничение или завершение по использованию туристско-рекреационных ресурсов действуют для уникальных природных заповедников, заказников, природно-ландшафтных комплексов и др. Аналогичная практика существует во всех развитых странах.



Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

рельеф, вулкан, ландшафт, сопка, гора, равнина, бассейн, река, океан, озеро, водохранилище, территория, резервуар, граница, соль, пресный

Географическое положение и ландшафты России

(1) России занимает часть Восточной Европы и Северную Азию. Если проследить ее границы с Дальнего Востока, она соседствует с КНДР, КНР, Монголией, Казахстаном, Азербайджаном, Грузией, Украиной, Белоруссией, Литвой, Польшей, Латвией, Эстонией, Финляндией и Норвегией. Часть государства - Калининградская область - отделена от остальной территории другим государством - Литвой. Сухопутная (2) России - самая протяженная в мире. Однако, начиная с северо-западной части России, омываемой Балтийским морем, вся северная и восточная границы ее территории - водные. На юге Россия также имеет водные границы - омывается Черным и Каспийским морями.

(3) России в силу ее масштабов весьма разнообразны - от болот до засушливых степей и арктической тундры. Значительная часть территории России покрыта тундрой и тайгой, а более 60% занимает вечная мерзлота. Три четверти территории России – (4) На западе - это Восточно-Европейская равнина, где невысокие возвышенности (Валдайская, Среднерусская, Приволжская и др.) чередуются с низменностями (Окско-Донской, Прикаспийской). С востока она ограничена Уральскими горами, за которыми начинается другая равнина - Западно-Сибирская, которая простирается до (5) Енисей. Восточнее - между Енисеем и рекой Леной - лежит Среднесибирское плоскогорье, некоторые участки которого возвышаются до 1701 м (плато Путорана). Далее на восток плоскогорье переходит в Центральную Якутскую равнину.

Горный (6) преобладает на востоке и юге страны. На юге Европейской части расположены Кавказские (7) Самая высокая точка Большого Кавказа, одновременно и высочайший пик Европы, - гора Эльбрус (5642 м). В южной части Сибири расположены Алтайские горы (г. Белуха, 4506 м), Западные и Восточные Саяны, Кузнецкий Алатау, горы Тувы, Прибайкалья, Забайкалья и др. На северо-востоке возвышаются Верхоянский хребет и хребет Черского, на Дальнем Востоке - Чукотское и Корьякское нагорья, горы Сихотэ-Алинь. Вдоль дальневосточного побережья Тихого океана тянется пояс молодых Камчатских гор с самым высоким действующим вулканом Евразии - Ключевской (8) (4750 м) и Курильскими островами, также с действующими (9)

В России около 120 тыс. рек длиной более 10 км. Общая протяженность - 2,3 млн. км. Реки России относятся к (10) трех (11) : Северного Ледовитого (Северная Двина, Печора, Обь, Иртыш, Енисей, Лена, Индигирка, Колыма и др.), Тихого (Амур, Анадырь, Пенжина и др.) и Атлантического (Дон, Кубань, Нева). Крупнейшая река Европы Волга (3531 км) впадает в Каспийское море-озеро и относится к бассейну внутреннего стока.



Россия - страна (12) Всего их - соленых и (13) - около 2 млн. В России находится самый крупный естественный (14) пресной воды и самое глубокое озеро мира - Байкал (1637 м), а также самые большие озера Европы - Ладожское и Онежское. Размерами выделяется и северное озеро Таймыр. Из соленых озер примечательны Каспийское озеро-море и озеро Баскунчак, центр добычи (15) В стране много искусственных "морей"- (16) К рукотворным относится и самое большое в мире водохранилище - Братское.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



6 Государственное регулирование туризма

А

Туризм, в силу вовлеченности в него огромного количества людей и ресурсов, не может оставаться без специальных правовых, организационных, экономических средств воздействия. Поэтому, государственное регулирование туризма связано с необходимыми и достаточными требованиями, отражающими интересы общества в целом. Регулирование туристского бизнеса на государственном уровне производится с целью:

- увеличение валового национального дохода туристской деятельности;
- защита потребителя туристских услуг;
- организация туристской деятельности в цивилизованных рамках;
- сохранение туристско-рекреационных ресурсов.

Способы (методы) государственного регулирования туризма

Можно выделить шесть групп методов (способов) государственного регулирования туризма как отрасли экономики.

В первую группу включаются *методы, способы общенормативного регулирования* в сфере туризма и туристской деятельности:

- введение общих правил осуществления различных видов туристской деятельности (туристическое, гостиничное, экскурсионное обслуживание и т.д.);
- установление порядка создания, реорганизации и упразднения субъектов туристской деятельности;
- установление порядка деятельности органов публичной власти, осуществляющих государственное регулирование туризма.

Во вторую группу входят *программно - установочные способы развития* туризма:

- целевые программы развития туризма, адресные инвестиционные программы и т.д;
- концепции развития туризма, стратегии государственной политики в сфере туризма и т.д.

К третьей группе относятся *легализующие средства* осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в сфере туризма:

- лицензирование;
- аккредитация;
- сертификация.

В четвертую группу включаются *способы нормативно - количественного измерения* в сфере туризма:

- стандарты туристического, гостиничного, экскурсионного обслуживания



- цены на туристские услуги (например, в сфере социального туризма);
- тарифы;
- нормативы;
- налоги (сборы);
- плата;
- ставки (таможенных пошлин и др.).

В пятую группу входят *способы поддержания уровня* деятельности организаций туристской индустрии и их стимулирования:

- кредиты;
- льготы;
- отсрочки;
- госзаказ (например в сфере социального туризма и т.д.);
- протекционизм;
- антимонопольное регулирование и поддержка конкуренции.

В шестую группу включаются *контрольно - учетные и "запретные" способы* в сфере туризма:

- учет;
- статистическая отчетность;
- проверки и иные формы контроля;
- запреты;
- ограничения;
- предписания;
- санкции (штрафы и др.);
- лишение легальности (приостановление, признание недействительными сделок, действий, актов).

Органы управления туризмом

Публичная организация туризма и туристской деятельности осуществляется различными государственными органами. В Российской Федерации государственное управление туризмом отнесено к функциям Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации (Департамент туризма) (до 2000 года - Государственный комитет по физической культуре, спорту и туризму), а регулирование санаторно-курортной сферы - Министерства здравоохранения России.

Постановлением Правительства Российской Федерации N 990 от 21.12.2000 "Об утверждении Положения о Министерстве экономического развития и торговли Российской Федерации" (далее "Минэкономразвитие") определена компетенция Минэкономразвития в области туризма. На Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации возложена координация деятельности федеральных органов исполнительной власти в сфере туризма. Основной задачей Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации в сфере туризма является



разработка в пределах своей компетенции основ государственной политики и осуществление государственного управления, межотраслевой и межрегиональной координации в этой сфере.

Государственная поддержка туризма

Традиционно, основными способами государственной поддержки туризма являются следующие:

- предоставление налоговых преференций и освобождений от уплаты налогов организаций и предпринимателей, развивающих внутренний и въездной туризм,
- выделение бюджетных средств на продвижение (маркетинг, рекламу, выставки и т.д.) внутреннего и въездного туризма,
- государственное финансирование наиболее значимых проектов в туристской индустрии, подготовки кадров для туризма;
- бюджетные субвенции и субсидии национальным перевозчикам, туроператорам и др., осуществляющим развитие внутреннего и въездного туризма.
- С сожалением приходится констатировать, что большинство из этих способов поддержки туризма пока еще не в полной мере применяются в РФ.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

постановление, сегмент, государственность, турагентский, туроператорский, клубный отдых, регулирование, правительство

Лицензирование турфирм

Лицензирование туристской деятельности широко применяется для (1) туризма в зарубежных странах. В большинстве республик бывшего Советского Союза, как и странах дальнего зарубежья, осуществляется лицензирование деятельности различных (2) туристской индустрии. Правовое регулирование в сфере лицензирования начало развиваться в России в период распада СССР и становления новой российской (3) Вершины правовая регламентация лицензирования достигла в период 1994 – 1998 годов, когда получила распространение практика регулирования лицензионных отношений (4) Правительства Российской Федерации.

В Российской Федерации лицензируется (5) и (6) деятельность, а также деятельность по продаже прав на (7) (Федеральный закон от 08.08.2001 № 128-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" и Постановление (8) Российской Федерации от 10.02.2002 № 95 "О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности", а также Постановление Правительства от 10.10. 2002 № 753 "О лицензировании деятельности по продаже прав на клубный отдых").

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



7 Гостиницы и гостиничный бизнес

Сфера гостеприимства является ведущим фактором и базой туризма.

Основные понятия и определения:

- **гостиница** – предприятие, предназначенное для временного проживания;
- **индустрия гостеприимства** – бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, питанием, а также на организацию их досуга;
- **категория гостиницы** – классификационная группировка, характеризующаяся определенным комплексом требований;
- **средства размещения** – любой объект, предназначенный для временного проживания людей.

7.1 Классификация гостиниц в Российской Федерации

А

По общепринятой в мире системе уровень обслуживания характеризуется количеством «звезд», которое присваивается гостинице: от вообще без «звезд» до пятизвездных отелей. Присваивают эти показатели комфорта специальные уполномоченные на то организации по просьбе администрации или владельцев гостиниц после тщательного их обследования на соответствие необходимого комплекса услуг. Но так уж получилось, что право присвоения «звезд» в России имели целых четыре аккредитованные при Госстандарте организации. И если одна из организаций не соглашалась с администрацией гостиницы, просившей присвоить ей, скажем, четыре «звезды», считая, что уровень услуг не соответствует этой категории, администрация обращалась в другую организацию и нередко добивалась своего. Поэтому и было принято решение образовать единую систему классификации гостиниц. Была создана рабочая группа, в которую вошли ряд директоров гостиниц, туроператоры по внутреннему и въездному туризму, представители научных кругов. Группа учитывала нюансы, существующие в других странах, - Франции, Германии, Испании. Больше всего почерпнуто было из французской системы. Она предусматривает строгое ранжирование услуг в зависимости от категории гостиницы. Разумеется, чем больше «звезд», тем больше и услуг. И так 21 июня 2003г. глава Минэкономразвития подписал Положение «О системе классификации гостиниц и других средств размещения».

В Российской Федерации все гостиницы подразделяются на пять категорий с присвоением от 1-ой до 5-ти звезд. *Минимальные требования* к гостиницам различных категорий: здание и прилегающая к нему территория, техническое оборудование, номерной фонд, техническое оснащение, оснащение мебелью и инвентарем, инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера, санитарные объекты общего пользования, общественные помещения, помещения для предоставления услуг питания, требования к персоналу и его подготовке



(см. приложение 1).

По формам собственности и организации управления гостиничные предприятия Российской Федерации подразделяют на следующие классификационные группы: муниципальные предприятия, являющиеся собственностью города; акционерные общества; совместные предприятия с участием иностранного капитала; ведомственные гостиницы; частные гостиницы; гостиницы, принадлежащие общественным организациям.

Обслуживание по звездам раскрывается следующим образом:

Однозвездный отель. Туристические фирмы почти не предлагают такие гостиницы для размещения, в основном, останавливаются в них самостоятельные путешественники. Расположены такие гостиницы обычно на окраине, или рядом с центром, но в неприглядном месте. Как правило, это очень маленький отель, на 6 – 10 номеров, который обслуживает одна семья. Питание здесь не предполагается, вход после часа ночи запрещен. В маленьком номере – две кровати, тумбочка и стул.

Двухзвездный отель. У таких гостиниц – удобств больше. Турфирмы предлагают размещение в таких отелях чаще всего на экскурсионных маршрутах, когда туристу нужны только постель и завтрак. Обстановка в номере – кровать, стол, стул, возможно, раковина. Иногда уровень двух звезд подразумевает наличие удобств в виде душа и телевизора. Ограничений на вход в ночное время нет. Завтрак обычно присутствует.

Трехзвездный отель. Отели, близкие по стандартам к трехзвездной категории – оптимальный выбор для большинства постоянно путешествующих. Это самая распространенная во всем мире разновидность отелей. В номере такой гостиницы должны быть все удобства: телефон, телевизор, возможно, мини-бар. Номера бывают одноместные и двухместные как с одной большой кроватью, так и с отдельными. Есть трехместные номера для родителей с ребенком: обычно это двухместный номер с дополнительной кроватью или с раскладывающимся диваном. Сервис гостиниц различных стран мира может значительно отличаться друг от друга.

Четырехзвездный отель. Это отели с высоким уровнем сервиса, рассчитанные на людей, чьи заработки по европейским стандартам средние и выше среднего. Четырехзвездную гостиницу отличает повышенный уровень комфортности и удачное месторасположение, она может располагаться в центре города или на первой линии пляжа. Обязательно должна быть охраняемая автостоянка. У больших отелей есть свои такси и микроавтобусы. Эта категория предполагает множество дополнительных бесплатных услуг - возможность пользоваться тренажерными залами, кортами и бассейнами и различными отдельными шоу, например дискотеками. В четырехзвездном отеле номер меблирован как обычная жилая комната, со стандартной бытовой техникой. Цветной телевизор с дистанционным управлением, холодильник, мини-бар, кондиционер, охранная система, мини-сейф, обязательно телефон с выходом на межгород. В некоторых отелях предоставляют термопресс для глажения, и есть система дистанционного управления светом. В таких отелях



можно заказать как стандартный одноместный или двухместный номер, так и номера с улучшенной планировкой, которая предполагает не только спальню, но и гостиную или кухню.

Пятизвездный отель. Это город со всей необходимой для жизни инфраструктурой. В отелях есть несколько ресторанов, баров, ночной клуб и магазины. А также парикмахерские и прачечные, фитнес и бизнес центры, бассейны и косметические кабинеты. Номера в них бывают самые разные: от одноместных с одной кроватью до многокомнатных апартаментов. Самый скромный номер в пятизвездной гостинице – одноместный с одной двуспальной кроватью. Далее следуют двухместные, они бывают двух разновидностей: с двумя кроватями или с одной большой. Выше по рангу стоит двухместный номер, который может быть и двухэтажный, обычно со спальней или спальнями наверху. Есть двухъярусные номера, включающие в себя 2 – 3 спальни, пару гостиных и кабинетов и комнаты для прислуги или охраны. Это уже королевские. Для деловых людей в некоторых пятизвездных отелях есть бизнес номера – с многоканальной телефонной связью, компьютером, факсом и комнатой для переговоров. В любом номере пятизвездного отеля должен быть полный набор необходимых косметических средств с ванной, тапочки перед кроватью, мини-бар, телефон, цветной телевизор, кондиционер и другие предметы роскоши, облегчающие быт.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

класс, обслуживание, категория, министерство, удобство, система, классификация, замок

Международная классификация гостиниц

Самыми распространенными классификациями являются:

- система звезд;
- система букв;
- система корон;
- система разрядов и др.

В настоящее время в мире наиболее распространенной системой (1) является Французская национальная (2) Она устанавливает для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1*, 2*, 3*, 4*L, 5*). Минимальные требования на присвоение одной из (3) : количество комнат, общие помещения, оборудование отеля, комфортность жилья, комфортность обслуживания, доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

По типу французской классификации в Европейских странах выделяется немецкая классификация, согласно которой, гостиничные предприятия делятся на 5 (4) (туристский класс – 1*, стандартный класс – 2*, комфортный класс – 3*, первый класс – 4*, люкс – 5*).



Кроме традиционных звезд существуют системы букв и корон. В Греции пользуется популярностью буквенная система классификации, хотя на фасадах гостиниц можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: А, В, С, D. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В – трехзвездочному, С – двухзвездочному. Гостиницам высшей категории в Греции нередко присуждается категория «de Luxe».

На фасаде английских гостиниц, как правило, изображены не звезды, а короны. Чтобы перевести категорию гостиницы с «языка корон» на «звездный», необходимо от общего числа корон отнять одну.

Наиболее правильной считается классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств: бюджетные гостиницы (1*) - расположены в центральной части города и имеют минимум (5); гостиницы туристского класса (2*) - располагают баром и рестораном; гостиницы среднего класса (3*) - имеют достаточно высокий уровень (6); гостиницы первого класса (4*) – предлагают очень высокое качество проживания и отличный уровень обслуживания; гостиницы высшей категории (5*) – имеют уровень обслуживания и проживания экстракласса.

В Италии официальной «звездной» шкалы нет. Согласно принятым в Италии нормам, гостиницы классифицируются на три категории: первую категорию условно можно отнести к четырехзвездной, вторую категорию – к трехзвездной, третью категорию – к двухзвездной.

В Испании также существует градация средств размещения по категориям: гостиницы – пяти категорий от 1 до 5 звезд; дома гостиничного типа, апартаменты и др. – от 1 до 4 звезд; постоянные дворы – от 1 до 3 звезд; пансионаты – трех категорий.

Кроме того, в Испании существуют государственные предприятия приема туристов, находящиеся в подчинении у Государственного (7) по туризму. К ним относятся старые крепости, (8), дворцы, которые оборудованы как отели «люкс».

Таким образом, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



7.2 Особенности предоставления гостиничных услуг

A

Гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга размещения и питания.

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой стороны, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д.

Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров, прежде всего, зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей.

В разных гостиницах имеются различные категории номеров, отличающиеся один от другого площадью, меблировкой, оборудованием, оснащением и т.д. Однако независимо от категории гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование: кровать, стул и кресло, ночной столик, шкаф для одежды, общее освещение, мусорную корзину. Помимо этого в каждом номере должна содержаться информация о гостинице и план эвакуации в случае пожара.

Прочие услуги дополняют предложение услуг размещения и питания. К ним относятся предложение бассейна, конференц-залов, залов для переговоров, спортивного оснащения, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других. В зависимости от того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный тип предприятия, такие, как отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, отель-курорт, мотель, частная гостиница типа «ночлег и завтрак», отель-гарни, пансион, гостиничный двор, ротель, ботель, флотель, флайтель.

Существует несколько общих классификационных признаков:

- **уровень комфорта** – это комплексный критерий, слагаемыми которого являются:
 - состояние номерного фонда (площадь номеров, доля одноместных, многокомнатных номеров, номеров-апартаментов, наличие коммунальных удобств в номерах);
 - состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения;
 - наличие и состояние предприятий питания;



- состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
 - информационное обеспечение и техническое оснащение;
 - обеспечение предоставления дополнительных услуг.
- **вместимость номерного фонда** – число мест, которое может быть предложено клиентам одновременно. Общепринято разделять гостиницы на:
 - малые – вместимость до 150 мест (в ряде стран не более 100 номеров);
 - средние – 150 – 400 мест (до 300 номеров);
 - большие – свыше 400 мест (свыше 300 номеров).
 - **функциональное назначение** – этот критерий является решающим при определении типологической структуры гостиницы. Всего выделяют две большие группы предприятий:
 - *транзитные гостиницы* – обслуживают туристов в условиях кратковременной остановки. Они располагаются на магистралях с большим движением, в них ограниченный уровень комфорта;
 - *целевые гостиницы* – в зависимости от цели путешествия подразделяются на гостиницы делового назначения (обслуживают лиц пребывающих в командировках) и на гостиницы для отдыха (предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и восстановлению здоровья – туристские и курортные).
 - **месторасположение** – гостиницы могут быть расположены в черте города, в горах, на побережье и т.п.
 - **продолжительность деятельности** – по этому критерию гостиницы классифицируются на гостиницы, работающие круглогодично, работающие 2 сезона или же гостиницы, функционирующие лишь один сезон
 - **обеспеченность питанием**
 - гостиницы, работающие по системе «*Все включено*» (размещение + четырехразовое питание с включением алкогольных напитков)
 - гостиницы, обеспечивающие *полный пансион* (размещение + трехразовое питание)
 - гостиницы, обеспечивающие *полупансион* (размещение + двухразовое питание с вариацией завтрак-обед или завтрак-ужин)
 - гостиницы, предлагающие *размещение и только завтрак*
 - **продолжительность пребывания гостей**
 - гостиницы для длительного пребывания гостей
 - гостиницы для кратковременного пребывания гостей
 - **по уровню цен** номера гостиницы классифицируются на:
 - бюджетные
 - экономичные
 - средние



- первоклассные
- апартаментные
- фешенебельные

Итак, существует множество принципов и критериев мировой классификации гостиниц, все зависит от национальных и географических особенностей страны, а также местных традиций.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

камера хранения, предложение, платный, администрация, устранение, одежда, посылный, номер, дополнительный, помощь, питание, аптечка, дежурная, билет, беспокоить, прокат

Основные и дополнительные услуги гостиниц

Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на основные и (1) Они могут быть бесплатными и (2) К основным услугам относятся услуги проживания и (3) согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг».

Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг: вызов скорой (4); пользование медицинской (5); доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; предоставление кипятка, иглол, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории. Наиболее распространенные: экскурсионное обслуживание; заказ услуг гидов-переводчиков; организация продажи (6) на все виды транспортов; организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.; заказ автотранспорта по заявке гостей; вызов такси; (7) автомобилей; заказ мест в ресторанах города; покупка и доставка цветов; продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции; ремонт обуви; ремонт и глажение (8); стирка и химчистка одежды; пользование сауной; услуги парикмахерской; услуги буфетов, баров и ресторанов; аренда конференц-зала, залов переговоров; услуги бизнес-центра.

При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты. Заполненные анкеты обычно сдаются вместе с ключами в службу приема и размещения, а затем их изучают в службе маркетинга и рекламы. (9) гостиницы анализирует недостатки, выявленные в работе отдельных служб, и принимает меры для их (10)

Бытовое обслуживание направлено на удовлетворение потребностей гостей, возникших во время их проживания в гостинице. Система мер, обеспечивающих высокий уровень



комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве сервисом. Сервис может быть очень разным – от быстрого и профессионального оформления службой приема до безупречной работы сантехнического оборудования. Каждое звено в цепи сервиса важно.

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу (11) (гостиница предлагает все новые и новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает, надо ему это или нет). Но нельзя навязывать услуги (может быть, гостю не потребуется то, что ему навязывают, и поэтому он не хочет платить больше).

Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Но всюду должны стремиться к тому чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей.

Вся работа по организации услуг должна быть хорошо продумана и организована. Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей.

В состав услуг по бытовому обслуживанию входит следующее: срочная стирка и химчистка, ремонт и глажение личных вещей (в номере в папке с рекламой есть бланки заказов на стирку и чистку одежды. Там же есть памятки о том, как сдать одежду в стирку. Если гость хочет сдать одежду в стирку или чистку, он должен положить ее в пакет и вывесить специальную табличку на ручку двери номера или сказать об этом (12) по экажу). Такую услугу могут оказать в гостинице, где есть прачечная. В гостиницах более низкой категории можно взять утюг напрокат. Гость сам гладит в номере или специальной комнате, где есть гладильная доска. Во многих гостиницах есть мастерские по ремонту обуви. В холлах высококлассных гостиниц стоят аппараты для чистки обуви. В номерах есть щетки для чистки обуви и одежды. Для хранения вещей и ценностей гостиницы предоставляют (13) и сейфы в номерах или у администратора. В гостинице организуется разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер (14), которые оплачиваются чаевыми. Также чаевыми оплачивается доставка питания в (15) За отдельную плату в прокат гостиница может предоставить гостю телевизор, посуду, спортивный инвентарь и др., сделать мелкий ремонт часов, электробритв, радио-, кино-, фотоаппаратуры.

Обычно в каждом номере в папке с рекламой есть бумага для писем, конверты, специальные таблички, которые можно вывесить на дверь, если гость просит постирать, убрать номер или просто не хочет, чтобы его (16)

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



7.3 Службы гостиниц и особенности их функционирования

А

Для осуществления процесса обслуживания туристов в гостинице должен быть предусмотрен минимальный набор следующих основных служб, обеспечивающих предоставление основных гостиничных услуг:

- служба управления номерным фондом;
- административная служба;
- служба общественного питания;
- коммерческая служба;
- технические службы;
- вспомогательные и дополнительные службы.

Служба управления номерным фондом

Эта служба занимается решением вопросов, связанных с бронированием номеров, приемом туристов, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, а также отправкой домой или к следующему пункту маршрута путешествия после окончания тура, обеспечивает обслуживание туристов в номерах, поддерживает необходимое санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта в жилых помещениях, занимается оказанием бытовых услуг гостям. В состав службы входят директор или менеджер по эксплуатации номеров, служба приема и размещения, служба горничных, объединенная сервисная служба (швейцары, коридорные, гардеробщики, служащие гаражного хозяйства), служба портье, служба консьержа, служба посыльных, инспектор по уборке номеров, служба безопасности.

От **службы приема и размещения** зависит первое впечатление, которое получает гость от гостиничного комплекса. Задача руководителя данной службы контролировать весь процесс приема и размещения гостей, умело разрешая конфликты, от которых может пострадать престиж гостиницы. Данная служба занимается решением вопросов, связанных с приемом гостей, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, оказанием различных услуг, отправкой их домой, и конечно же бронированием номеров. Перед руководством гостиницы всегда стоит проблема: пойти на риск двойного бронирования или остаться с недогруженным номерным фондом. Поэтому роль службы бронирования нельзя недооценивать.

Отдел бронирования должен постоянно следить за конъюнктурой, собирая заявки на бронирование и фиксируя любое повышение спроса, которое гостиница могла бы использовать, увеличивая стоимость размещения и давая предприятию больший доход. Номера, не забронированные заранее, передаются для непосредственной продажи в службу размещения, которая должна размещать гостей в данные номера по более



высокой цене.

Служба портье осуществляет контроль за номерным фондом гостиницы, ведя картотеку по занятости номеров и наличию свободных мест, и выполняет функции информационного центра. Информация через службу портье движется в двух направлениях: к гостям (если речь идет об информировании о видах обслуживания, предоставляемых гостиницей, о местных достопримечательностях, о работе городского транспорта и др.) и в различные подразделения гостиничного предприятия (о потребностях клиента).

Служба горничных в большинстве случаев является наиболее функционально значимым подразделением, если речь идет о получении услуг гостиничного размещения, так как это подразделение отвечает за уборку номеров, холлов, коридоров и т.п. внутренних помещений, в которых осуществляется прием и обслуживание клиентов. Лицо, возглавляющее службу горничных, несет ответственность за работу персонала по поддержанию чистоты и порядка в жилых и служебных помещениях гостиницы. Старшая же горничная получает задание и распределяет его выполнение среди подчиненных, одновременно выполняя административные функции, возложенные на нее исполнительным директором.

Служба безопасности выполняет функции поддержания порядка и безопасности в гостиничном комплексе, поскольку гостиница несет ответственность за обеспечение разумной безопасности своих клиентов. При этом предприятие может поручить выполнение этих обязанностей как собственной службе, так и привлечь стороннюю организацию.

Административная служба

Эта служба отвечает за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса, решает финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности. В состав службы входят секретариат, финансовая служба, кадровая служба, эколог, инспекторы по противопожарной безопасности и технике безопасности.

Финансовая служба решает вопросы финансового обеспечения предприятия, получает отчеты от кассиров каждой торговой точки предприятия, включая службу питания, службу портье, сувенирные киоски и спортивные комплексы, если таковые имеются. Финансовая служба ведет единый финансовый учет на предприятии (то есть доходы от торговых точек, учет расходов и доходов, ведение операций по учету оплачиваемого рабочего времени, выплачиваемые бонусы).

Кадровая служба решает вопросы подбора, расстановки и повышения квалификации кадров. В обязанности этого подразделения входит ведение личных дел всех сотрудников гостиницы.

Секретариат занимается вопросами документационного и информационного



обеспечения деятельности гостиничного комплекса.

Служба общественного питания

Эта служба обеспечивает обслуживание гостей предприятия в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д. Подразделения общественного питания, включающие в себя рестораны, бары, кафе, службу банкетинга, а также пищеблок (кухню), обеспечивают гостей услугами питания. Руководитель службы общественного питания составляет меню, обеспечивает доставку необходимых исходных продуктов, распределяет по участкам обслуживающий персонал, контролирует качество готовой продукции и обслуживания, соблюдая при этом разумный режим экономии. Каждый отдел в службе имеет своего руководителя, включая менеджера по обслуживанию в номерах. Ресторан как подразделение общественного питания обслуживает гостей согласно меню, которое является основой любой ресторанной концепции, независимо к какому типу данное предприятие питания относится. Большую роль при этом играет профессионализм метрдотелей и официантов, находящихся в непосредственном контакте с клиентами. Буфетное или барное обслуживание заключается в основном в обеспечении клиентов спиртными напитками. В барах могут также готовиться напитки для их употребления в ресторане. Такой бар носит название сервисного. Кухня является производственным центром. Заказы на производство конкретной продукции поступают из ресторана от официантов (на основе составленного и предлагаемого клиентам меню), а также из банкетного зала, работающего по предварительному заказу. Повара готовят необходимые блюда, а главной обязанностью руководства в этом секторе является лишь контроль за ценой и качеством конечного продукта.

Коммерческая служба

Эта служба занимается вопросами оперативного и стратегического планирования. Анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности. Она возглавляется коммерческим директором, который осуществляет контроль за работой этого подразделения. Представители коммерческого отдела (отдела маркетинга) занимаются во многом тем, что налаживают контакты с организаторами конгрессных мероприятий, ведут переговоры на перспективное использование номерного фонда гостиницы, обсуждают вопросы использования помещений под собрания, совещания, выясняют потребности определенных групп клиентов, поддерживая контакты с соответствующими подразделениями обслуживания.

Инженерные службы

Эти службы создают условия для функционирования систем кондиционирования, теплоснабжения, санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, служб ремонта и строительства, систем телевидения и связи. В состав службы входят главный инженер, служба текущего ремонта, служба благоустройства территории, служба связи. Служба текущего ремонта осуществляет профилактический и текущий ремонт не только номерного фонда и установленного в нем оборудования, но и всего гостиничного предприятия.



Вспомогательные и дополнительные службы

Эти службы обеспечивают процесс работы гостиничного комплекса, предлагая услуги прачечной, портновской, бельевой служб, службы уборки помещений, множительной службы, услуги склада и др. Дополнительные службы оказывают платные услуги. В их состав входят парикмахерская, бассейн, сауна, солярий, спортивные сооружения и другие подразделения. Каждая служба имеет свои особенности функционирования.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

второй, вино, морепродукты, блюдо, бутылка, суп, закуска, родниковый

Традиционный обед в России состоит из трех (1) Первое - обычно густой (2) из мяса с овощами и крупами, (3) - рыба или мясо с гарниром (рис, гречневая каша, картофель, макаронные изделия, тушеная капуста), третье - напиток: компот, морс, кисель или сок. В России едят много ржаного или пшеничного хлеба, поэтому подают его достаточно. Многие блюда - например, борщ, заправленный сметаной, или солянка - обладают богатым вкусом из-за разнообразия компонентов. Их действительно стоит попробовать хотя бы один раз. Майонез, производимый в России, хвалят даже французы, а классический салат "Оливье", называемый во всем мире "русским", состоит из гораздо большего числа ингредиентов, чем тот, что обычно подают в Европе. Хороши хрустящие соленые огурчики. Их наравне с икрой считают лучшей (4) под водку.

Если говорить о блюдах русской кухни, подаваемых в ресторанах, то наиболее популярны у гостей из разных стран борщ или солянка, шашлык из осетрины, форель или семга, блины с черной и красной икрой. В Москве расширить представления об исконно русских блюдах и традициях в питании можно в ресторанах русской кухни "Годунов" и "Красная площадь". Их специальные меню предлагают попробовать, например, скоблянку, кусочки рыбы, тушеные в сливках с грибами, или ароматное ушное из говядины, томленное в горшочке с черносливом в сметанном соусе с грибами. Вообще все, что запекается в горшочках, невероятно вкусно! Во всех приморских городах России (на севере - в Мурманске, на юге - в Сочи и на Дальнем Востоке - в Хабаровске или Владивостоке) замечательно готовят блюда из (5) Очень рекомендуем заказать гребешков, кальмаров, раков и креветок. Это недорого. Ценители французских, итальянских, чилийских (6) должны быть готовы к тому, чтобы отказаться от них в пользу неплохих кубанских, производимых на юге страны: в российском ресторане бокал недорого импортного вина может стоить столько же, сколько две (7) в Европе.

Главным спиртным напитком для русских всегда была водка, которая появилась в XV веке под названием "хлебное вино". Она обязательно производится из зерна и очищенной, непременно (8) воды. Отцом русской водки считается великий химик Дмитрий Менделеев, который доказал, что водка должна быть 40-градусной.



Такая крепость обеспечивает однородность напитка, не обжигает и выделяет при усвоении организмом наибольшее количество тепла. Первой запатентованной водкой была "Московская особая", которая в 1894 г. обошла по качеству на международных конкурсах все джины и виски. Снять усталость, согреться в зимнее время - нет лучшего средства. Водка может вылечить язву желудка, а употребление ежедневно 50 г водки способствуют укреплению сердечно-сосудистой системы. Традиционно водку охлаждают до -8-10 градусов и закусывают икрой, соленьями (мочеными огурчиками, квашеной капустой, солеными грибами), острыми или жирными блюдами.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



8 Туроператорская и турагентская деятельность

А

Составлением и продажей туров занимаются туристско-экскурсионные организации. С точки зрения вида предпринимательства их можно подразделить на *туристические агентства* и *туристических операторов*. Что означают эти термины, в чем их основные различия и особенности? Туристический продукт формируется из услуг предприятий, причастных к обслуживанию людей на отдыхе и в путешествиях: транспортных фирм и компаний, гостиниц, ресторанов, кафе, экскурсионных фирм, музеев и выставочных залов, парков аттракционов, азартных мероприятий и заведений, спортивных и курортных организаций.

Комплектацией туристического продукта в соответствии с требованиями и пожеланиями клиентов, то есть формированием набора услуг под названием «тур», занимаются туроператоры. **Туроператор (туристский оператор)** - организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов. Туроператор разрабатывает туристские маршруты, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания, рассчитывает цены на туры, передает туры турагентам для их последующей реализации туристам.

Турагент реализует туристический продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив-туров) или свободного набора услуг (заказных туров). **Турагент** - организация-посредник, занимающаяся продажей сформированных туроператором туров. Турагент приобретает туры у туроператора и реализует туристский продукт покупателю, либо выступает посредником между туристом и туроператором за комиссионное вознаграждение, предоставляемое туроператором. Крупнейшие турагенты объединены в международную ассоциацию IATAN. Турагенты не владеют средствами обслуживания и выступают посредниками между предприятием туристского обслуживания и покупателем туристской путевки, продвигая и реализуя туристский продукт. С законодательством, закрепляющим деятельность туристических агентств и туроператоров в Российской Федерации можно ознакомиться на сайте Федерального Агентства по Туризму РФ.

В России туристический бизнес стал активно развиваться в 1990-х годах. В 1993 была учреждена Российская ассоциация туристических агентств (РАТА), которая в 2002 была преобразована в Российский союз туриндустрии (РСТ).

Многие турфирмы часто совмещают функции туроператора и турагента выступая как туроператор (компания, полностью отвечающая за тур) по одному или нескольким направлениям и как турагент по многим другим направлениям, для ассортимента.



Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

выход, лидер, общение, стесняться, курс, культура, проблема, объект, размещение, отказаться

Профессия гида

Стать гидом - дано не каждому. Как говорят сами специалисты: - Гид может «сделать» тур, а может его и «убить» своим отношением к туристам, плохим знанием иностранного языка, не пунктуальностью. Ежедневно ему приходится иметь дело с людьми, приезжающими в страну, как на другую планету, и интересующимися буквально всем. Нужно уметь ответить на любой вопрос, интересно с воодушевлением в сотый раз рассказать об одних и тех же (1) Это возможно лишь в том случае, если сам с увлечением изучаешь историю страны и города, разбираешься в искусстве и архитектуре. Очень важное значение для гида имеют такие «мелочи», как, доброжелательность, чувство юмора и... умение найти (2) из любой ситуации. Турист потерял багаж, подвернул ногу, перепутал группу - случиться может что угодно. К гиду обращаются с самыми разными просьбами: провести урок аэробики на корабле во время круиза, потанцевать на дискотеке, выпить пива. Ответов «Нет, не могу, не знаю, не хочу» в лексиконе профессионала не существует. Вежливо (3) - другое дело, но это тоже нужно уметь. Для своей туристической группы гид - должен быть (4) Бывает, приходят девушки - знание языка отличное, но (5), боятся лишней раз проявить инициативу - такие не годятся. Коммуникабельность, подвешенный язык, умение заинтересовать - его кредо. Можно ли всему этому научиться?

Во многих странах организывают (6) по подготовке гидов. На этих курсах будущий гид изучает туристический менеджмент, основы гидоведческой деятельности и др. На занятиях рассказывают об организации круизов, автобусов, пешеходных маршрутов, учат работать с необходимой документацией, решать нестандартные (7), возникающие в пути. Слушатели узнают тонкости встреч и проводов в аэропортах и на вокзалах, (8) группы в гостинице, общения с обслуживаемым персоналом в ресторанах, на таможне, носильщиками на вокзалах, горничными в гостиницах. Кроме того гиды-переводчики должны овладеть искусством специального перевода, должны выработать быструю реакцию, обогатить синонимический ряд в иностранном языке, узнать специальные термины, освоить специфику (9) с представителями различных (10) Туристическая группа из Японии или из США требует совершенно разных моделей поведения. Гид-переводчик должен быть профессионалом в переводе на искусствоведческие и исторические темы.

В конце обучения - экзамен. После экзамена по иностранному языку слушателей ждут вопросы по туристическому менеджменту, методике и организации туристического бизнеса: что такое туродень, туристический ваучер, расчетный час в гостинице и т. д.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



9 Туристские формальности

А

Под туристскими формальностями принято понимать процедуры, связанные с соблюдением туристами, лицами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны въезда и пребывания. Гаагская декларация по туризму 1989 года определила, что государствам и туристской индустрии следует принять эффективные меры по упрощению туристских формальностей и таможенных процедур относительно паспортов, виз, медицинского и валютного контроля при совершении путешествий, поездок и прибываний.

Туристские формальности подразделяются на несколько больших разделов и включают: заграничные паспорта, визы, таможенные правила, валютный контроль и порядок обмена валюты, санитарные правила, режим въезда-выезда, особенности пребывания и передвижения иностранных туристов в стране, иммиграционные правила и некоторые другие процедуры.

Таможенные формальности представляют процедуру, связанную с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств. Таможенные формальности связаны с выполнением установленных государством таможенных правил и уплатой туристом налогов, пошлин, сборов и других начислений.

Паспортные и визовые формальности состоят в следующем. Паспорт является официальным документом, удостоверяющим личность гражданина. В нем содержатся сведения о поле, возрасте, месте рождения и жительства, гражданстве. Заграничный паспорт выдается в ряде государств, в том числе и в России. Помимо заграничных паспортов в отдельных случаях могут использоваться: дипломатические, служебные, консульские паспорта; паспорт (удостоверение личности) иностранца или лица без гражданства, выдаваемый иностранному гражданину, постоянно проживающему в государстве; семейные паспорта на мужа и жену (с детьми или без детей); паспорт (удостоверение личности) ребенка, паспорт моряка и ряд других.

Как правило, въезд в страну пребывания требует получения визы. **Виза** – это специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию. Разрешение может быть проставлено в паспорте или представлять собой отдельный документ (например, групповая туристская виза). Основанием для выдачи туристской визы является согласие принимающей туристской фирмы предоставить туристу обслуживание по согласованному маршруту и в подтвержденные сроки, а также вызовы-приглашения для посещения родственников и знакомых или поездок с деловыми целями. Визы бывают: одноразовые и многоразовые; индивидуальные и групповые; студенческие;



въездные, транзитные, выездные; шенгенские и др.

В семи Европейских странах с 26 марта 1995 года вступило в действие **Шенгенское соглашение**, упраздняющее пограничный контроль на внутренних границах Бельгии, Нидерландов, Люксембурга, Германии, Франции, Испании и Португалии. Впоследствии к Шенгенскому соглашению присоединились еще несколько стран (Италия, Австрия, Греция, Дания, Финляндия, Исландия, Норвегия, Швеция) и по состоянию на 2006 год соглашение действует в пятнадцати странах. Вместе эти страны образуют *Шенгенскую зону*. Введены два типа виз: *единая шенгенская виза*, выдается на срок до трех месяцев и дает право беспрепятственно передвигаться по территории стран, заключивших Шенгенское соглашение; *национальная въездная виза* на срок выше трех месяцев, выдача которой остается прерогативой государства, входящего в Шенгенское соглашение. Групповых шенгенских виз нет. Для туристов из стран, не входящих в Европейский союз, в том числе и России, сохранен визовой порядок въезда. Льготный порядок въезда распространен на граждан Венгрии, Польши, Чехии, Словакии, Латвии, Литвы и Эстонии.

Медицинские формальности относятся к санитарным формальностям. Соблюдение установленных медицинских правил в туристских поездках напрямую связано с безопасностью жизни и здоровья туриста. Существуют определенные медико-санитарные правила, позволяющие избежать опасных инфекционных заболеваний при путешествии. Эти правила должны в обязательном порядке доводиться турфирмами до сведения клиентов до начала поездки в виде информационного листка, как этого требует соответствующий российский стандарт по туристско-экскурсионному обслуживанию.

Под **страхованием** понимается система экономических отношений по защите имущественных интересов физических или юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых рисков или случаев) за счет денежных фондов (страховых фондов), формируемых или уплачиваемых из страховых взносов путем выплаты страхового возмещения. Страхование бывает обязательное или добровольное, групповое или индивидуальное и осуществляется на основании соответствующих правил. И правила страхования приводятся порядок заключения, изменения, прекращения и срок действия договора страхования, рассматриваются страховые риски и случаи, а также страховая сумма, страховой взнос и страховое обеспечение, права и обязанности сторон. При заключении договора страхования страхователь (застрахованный) получает соответствующий *полис страхования*. Виды страхования в сфере туризма включают страхование туриста и его имущества, в том числе страхование жизни и здоровья (медицинское страхование), страхование риска турфирм и ряд других видов.

Туризм, как вид путешествий, связанных с пересечением туристами государственной границы, предусматривает осуществление туристических формальностей. Эти правила вводятся государством в целях борьбы с незаконной миграцией, международным терроризмом, торговлей наркотиками, проституцией и обеспечивают установленный



порядок въезда в страну и выезда из нее. Специальные службы проверяют соблюдение туристами паспортно-визового режима, требований о вакцинации (прививках), правил и условий провоза через границу вещей, товаров, валютных средств и проведения операций по обмену валюты. Упрощение (ужесточение) формальностей оказывает прямое воздействие на международные туристические потоки, облегчая (или, наоборот, затрудняя) передвижение людей. Не способствуют росту туристических путешествий сложная и затянутая процедура оформления выездных документов, чрезмерно высокий сбор, введение жестких ограничений на обмен валюты, от которого зависит уровень потребления товаров и услуг туристами.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

ответственность, заболевание, страховой полис, обязательство, эвакуация, данные, мошенничество, сомнение, госпиталь, страховая компания, лицо, врач

Страхование путешественников

Страхование представляет собой отношения по защите имущественных интересов физических и юридических (1) при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий).

Рекомендации туристам и путешествующим

Вопрос о приобретении страхового полиса или отказ от него для большинства туристов, выезжающих за рубеж, давно не вызывает (2) Но до сих пор до конца не ясно, как обращаться с этим важным документом, какие он дает права отдыхающему и какие накладывает (3) Отсюда - нарекания к страховым компаниям со стороны клиентов и наоборот. Постараемся помочь не слишком опытным страхователям и перечислим основные ошибки, которые допускают обладатели страховых полисов, отправляясь на заграничные курорты.

Прежде всего запомните *правило № 1*: никому - ни гиду, ни старшему по туристической группе, ни тем более врачу в отеле - не отдавайте свой паспорт и (4) Дело в том, что в последнее время во многих курортных странах (особенно на Кипре и в Турции) распространилось страховое (5), которое основано на фабрикации иностранными медиками поддельных историй болезни ради получения необоснованных выплат от российских страховых компаний. Расставшись со страховым полисом, вы невольно можете оказаться соучастником уголовно наказуемого мошенничества и позднее быть привлеченным к (6)

Сообщать регистрационные (7) по вашей страховке необходимо только оператору ассистанс-службы или лечащему врачу. Кроме того, нелишним будет переписать необходимую информацию из полиса (его номер и телефон представителей страховщика на курорте), чтобы в случае потери или уничтожения этого важного



документа не остаться без медицинской защиты. Если с вашим страховым полисом что-либо произошло, следует немедленно поставить в известность страховую компанию.

Правило № 2 гласит: никогда не пренебрегайте услугами ассистанс-службы. В случае внезапного заболевания сначала обратитесь к ее операторам, а потом уже отправляйтесь в указанное ими медицинское учреждение. Не забывайте, что такие звонки для страхователей бесплатны (это, кстати, обязательно указывается в полисе). Однако очень часто российские путешественники, почувствовав недомогание, в панике кидаются к гостиничному (8) В результате пострадавшему приходится не только расплачиваться с врачом наличными (если гостиничный эскулап отказывается принимать полис российской страховой компании), но зачастую и переносить гораздо больше медицинских манипуляций, чем требует его (9) Нередко самые безобидные заболевания, вроде расстройства пищеварения из-за перегрева на солнышке, диагностируются иностранными медиками как инфекционные кишечные заболевания (что для госпиталя гораздо выгоднее), и туристу назначается соответствующее лечение.

Если вы направитесь в (10), с которым у страховой компании через ассистанс-службу заключен договор, то окажетесь под контролем и юридической защитой партнеров страховой компании, которые заинтересованы в том, чтобы медицинские услуги оказывались вам своевременно, качественно и в оптимальном для конкретного заболевания объеме. Кроме того, ассистанс-служба при необходимости предоставляет заболевшему переводчика, обеспечивает приезд родственников или его (11) на родину.

Правило № 3 звучит достаточно парадоксально: если вам была оказана экстренная медицинская помощь, не забудьте проинформировать об этом (12) Поясню на примере. Один из клиентов крупной российской компании попал в автокатастрофу на территории европейского государства. Гуманные порядки этой страны не позволяют бросать потерпевшего иностранца на улице, даже если он не в состоянии предъявить страховой полис. Юноша был доставлен в госпиталь и прооперирован, о чем он... просто забыл сообщить своему страховщику. Вернувшись в Москву, молодой человек получил из иностранного госпиталя счета устрашающего размера. Не оплатить их - значило навсегда лишиться шенгенской визы. И только после этого он заявил о случившемся в страховую компанию. Проблема состояла в том, что действие страховки заканчивалось при обратном пересечении границы и никаких прав на возмещение убытков страхователь уже не имел. Так что не забывайте своевременно связываться со страховой компанией, помните, что срок страховки в большинстве случаев ограничен временем вашего пребывания за границей.

(на основании статьи О.Карповой "Безопасность туриста" - Туризм и отдых № 5, с.173-174.)

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



10 Перспективы роста российского рынка туризма

А

Основные направления туризма

Россия располагает огромным потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое - огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в отдельных регионах - нетронутая, дикая природа. Основные тенденции спроса на рынке внутреннего туризма заключаются в сохранении приоритетов на традиционные виды отдыха - пляжный на Юге России, круизный в Поволжье, оздоровительный и горнолыжный. В то же время заметно, как постепенно возвращается интерес к культурно-познавательному туризму и разновидностям специализированного туризма

Страны дальнего зарубежья составляют 30% от общего количества приезжающих в Россию иностранцев. При этом по количеству прибытий в РФ лидируют десять стран (на них приходится 80% всего рынка), в числе первых - Германия, Финляндия, США, Великобритания, Италия, Франция и Япония. В последние годы к этому списку добавились страны Балтии, с которыми возрос деловой и туристский обмен, а также Республика Корея.

Согласно оценкам ВТО в настоящее время наиболее перспективными сегментами рынка являются: экологический туризм, культурно-познавательный туризм, тематический, или специализированный, туризм, круизы. Россия благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу, а также интересу зарубежных туристов как к новому направлению имеет все основания для развития всех перечисленных видов туризма.

Территория России простирается с запада на восток на 10 тыс км и почти на 3 тыс км от северных арктических широт до южных субтропических. Разнообразие ландшафтов позволяет развивать множество видов туризма. У России есть курорты на южном Черном и северном Балтийском морях, что делает ее пригодной для пляжного отдыха, лечения и оздоровления на море. Крайний Север предоставляет шанс наблюдать северное сияние и отправиться в этнические туры к северным народам, а также участвовать в сафари на оленях по тундре.

Наличие гор открывает возможности для всех видов горного туризма (альпинизма, спелеотуризма, пеших походов, рафтинга по "кипящим" горным рекам и горнолыжного туризма, маунтинбайка, полетов на дельтоплане), а также курортного лечения в местах, где есть источники минеральных вод.

Полноводные, широкие и протяженные реки Волга, Енисей, Лена буквально созданы для круизов, рыбной ловли, сплавов на плотках, катамаранах и лодках. Моря северо-запада страны - одно из направлений круизного туризма. Многочисленные озера, как



правило, живописны и чисты. Причем вода в них чиста не только внешне: в Карелии и на Байкале ее вполне можно пить.

Леса центральной России, предгорий Кавказа, тайга Сибири и Дальнего Востока полны зверей и птиц, что привлекает любителей охотничьих туров. В России достаточно мест с нетронутой, дикой природой, что создает идеальные условия для проведения экологических туров. В отличие от многих европейских стран, путешествуя по просторам России, турист может за долгое время не встретить людей.

В богатой истории России в разные времена оставили свои следы викинги, древние славяне, монголо-татары, половцы, скифы, шведы, тевтонцы, греки, гунны и другие народы. Предки современных россиян наследовали от них внешность, веру, разные культуры, языки и традиции. Это стимулирует развитие внутреннего туризма - делает современных россиян интересными друг другу. Великие князья, монархи и императоры присоединяли и теряли земли и народы, путешественники заходили все дальше в глубь Севера, Сибири и Дальнего Востока и открывали новые просторы, реки, моря и океаны. Демократичные и авторитарные государи, сменяя друг друга, строили дворцы и усадьбы, создавали музеи, разрушали церкви и буддистские храмы, оставляли после себя мавзолеи, грандиозные высотные здания, мощнейшие ГЭС и одновременно лагеря для репрессированных, кукурузные поля, открывали космическую эру, создавали уникальные образцы вооружения и восстанавливали храмы. Все эти события и поступки сделали Россию такой, какой ее может увидеть каждый в экскурсионном (культурно-познавательном) туре.

Кроме природных и историко-культурных предпосылок развитию въездного туризма способствуют некоторые социальные факторы. Это высокая покупательная способность иностранных валют, обеспечение свободы перемещения на большей части территории страны, включая такие перспективные в туристском отношении районы, как Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова, Урал, Север России, а также Нижний Новгород и Самару, города, закрытые ранее для иностранных туристов.

Регионы России

В Российской Федерации насчитывается 89 субъектов. Это - республики (21), края (6), области (49), города федерального значения (2), автономные области (1) и автономные округа (10). В зависимости от интереса, который проявляют туристы к природному и культурному потенциалу России, ее можно условно разделить на следующие основные туристские зоны со специализацией по видам туризма:

- **Север** (*Белое море, Баренцево море, Архангельск, Вологда, Мурманская область, Республика Карелия*). Здесь особенно популярен познавательный и экологический туризм, круизы, охота, рыбная ловля, горные лыжи, походы, паломничество к древним очагам православной культуры.
- **Северо-Запад** (*Санкт-Петербург, Псков, Новгородская область*). Сюда стремятся любители истории и культуры, а также те, кому необходимо использовать исторические места для проведения деловых встреч, конгрессов. Также в этих



местах возможны речные круизы и традиционный автотуризм.

- **Балтийское побережье** (*Калининградская область*) специализируется на деловом туризме, круизах и привычном отдыхе с лечением.
- **Москва и Московская область**. Здесь идеальное место для деловых и культурных мероприятий, а также для любителей путешествовать на автомобиле.
- **"Золотое кольцо"** (*Владимирская, Ярославская, Ивановская, Костромская и Тверская области*). Здесь будет интересно всем, кто интересуется древней славянской историей и хотел бы совместить экскурсии с лечением и пассивным отдыхом. Однако не менее популярны в этом регионе речные круизы и автотуризм.
- **Поволжье** (*побережье Волги*) (*Нижегородская, Астраханская, Волгоградская, Самарская, Ульяновская области, Чувашия, Татарстан*). В этом регионе существуют все условия для успешного познавательного и делового туризма, пассивного и активного отдыха (например, рыбалки), лечения. А круиз по Волге, самой великой русской реке, будет интересен каждому.
- **Северный Кавказ**
 - **Азово-Черноморское побережье** (*Краснодарский край, Адыгея, Ростовская область*). Здесь понравится поклонникам традиционного курортного лечения и отдыха на морском пляже, а также тем, кто предпочитает походы, экспедиции, прогулки.
 - **Кавказские Минеральные Воды**. Природные ресурсы этой местности располагают к пассивному отдыху и лечению с помощью природных минеральных источников целого ряда заболеваний.
 - **Кабардино-Балкарская республика**. Это один из лучших горнолыжных курортов России.
- **Сибирь**
 - **Горный Алтай**. Здесь можно просто отдохнуть и подлечиться, но не менее интересно сходить в походы, покататься на горных лыжах.
 - **Горная Шория** (*Кемеровская область*). Интересный регион для любителей как пассивного отдыха с лечением, так и для активных туристов. Есть отличные возможности для горных лыж.
 - **Байкал** (*Иркутск, Читинская область, Республика Бурятия*). Возможность уникальной таежной охоты и рыбалки. Также рекомендуется всем любителям просто ходить в походы, в том числе речные, и просто любителям первозданной природы.
 - **Якутия**. Уникальное место для экотуризма, познавательных и деловых путешествий.
- **Дальний Восток**



- **Приморье.** Подходящее место для делового туризма и для тех, кто хотел бы узнать что-то новое о России.
- **Сахалин, Курилы.** На этих островах можно хорошо отдохнуть, получить лечение, побывать на интересных экскурсиях, просто поохотиться и порыбачить.
- **Камчатка.** Полуостров располагает к экотуризму, пассивному отдыху и походам.

(www.russiatourism.ru)

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

контролируемый, жизнеспособность, рыночный, непременный, приемлемый, гражданский, правовой, жизнеспособный

Устойчивое развитие туризма

Важнейшим принципом современного туризма является его устойчивое развитие. В статье 1 Всемирной хартии "Об устойчивом туризме" под устойчивым туризмом понимается такое развитие туризма, которое должно быть экологически (1) в долгосрочной перспективе, экономически (2), этически и социально сбалансированным для местных общин. Устойчивое развитие является (3) процессом, предусматривающим глобальное управление ресурсами с целью обеспечения их (4), создавая, таким образом возможность сохранения нашего природного и культурного богатства, включая охраняемые зоны.

Во многих законодательствах о туризме принцип устойчивого развития уже нашел свое отражение. Так, согласно законам о туризме под устойчивым развитием туризма понимается концепция развития туризма, предусматривающая долгосрочную допустимую антропогенную нагрузку, его жизнеспособность, экономическую рентабельность и справедливость по отношению к местному населению в моральном и социальном аспектах.

Российское право не дает определение устойчивого развития туризма. Вместе с тем, согласно Указу Президента Российской Федерации от 1 апреля 1996 г. «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» основой устойчивого развития является необходимость обеспечения прав и свобод граждан Российской Федерации. Движение к этой цели предполагает формирование открытого общества, включающего в себя в качестве системных элементов (5) государство, (6) хозяйство и (7) общество. Разработка системы стимулирования хозяйственной деятельности и установление пределов ответственности за ее экологические результаты, при которых биосфера воспринимается уже не только как поставщик туристских ресурсов, а как фундамент жизни, сохранение которого должно быть (8) условием функционирования системы туризма и его отдельных элементов; будет играть в этом процессе одну из ключевых ролей.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



11 Чешская Республика

А

Чешская Республика – внутреннее государство в Центральной Европе. Это развитая страна с постоянно растущим уровнем жизни. Столица Прага - величайшая туристическая достопримечательность и самый большой из городов страны. Чехия образована слиянием двух исторических регионов Богемии и Моравии и части Силезии.

В Чехии живет около 10 млн человек. Основу населения Чехии (95%) составляют этнические чехи. Другие этнические группы включают немцев, цыган, венгров, украинцев, поляков и евреев. После разделения Чехословакии в 1993 году некоторые словаки остались в Чехии и составляют приблизительно 2% населения.

С 2004 года Чешская Республика является членом Европейского Союза. Кроме этого, она является членом широкого спектра иных международных организаций. Каждый год миллионы туристов приезжают в Чехию в поисках культурного и спортивного отдыха. Тысячи предпринимателей и студентов со всего мира здесь живут, работают и учатся.

Чешская Республика лежит в северном полушарии, приблизительно в центре европейской части света. Непосредственными соседями являются Германия (на западе), Польша (на севере), Словакия, а также Австрия (на юге). По площади территории в размере 79 000 км² Чехия принадлежит к небольшим европейским государствам. Ее можно сравнить с Австрией или Ирландией.

Чешский ландшафт весьма разнообразен. Преобладают возвышенности и средневысокие горы. Территорию Чехии и Западной Моравии занимает Чешский массив, по его окраинам поднимаются горные хребты (Чешский Лес и Шумава на юго-западе, Крушны горы на северо-западе, Крконоше на северо-востоке и другие). В юго-восточной части Чешского массива расположена Чешско-Моравская возвышенность, на востоке страны граница идет по Западным Карпатам. Чехия богата лесом, обладает густой сетью рек. Самые длинные из них – Влтава, Лабе, Морава. Многочисленные пруды, которые находятся главным образом в Южной Чехии, используются для разведения рыбы, водоснабжения и отдыха.

Чехия – это не только ее столица Прага. Богатая история оставила на территории Чешской Республики большое количество исторических памятников, интересных построек и прекрасных произведений культуры. Привлекательны для посещения также другие крупные и небольшие города, которые удивят вас сохранившимися историческими центрами, и живописные деревни. Некоторые из них были объявлены заповедниками или даже внесены в список ЮНЕСКО. Многочисленные культурные и архитектурные памятники, курортные места, благоприятный климат и разнообразие природы способствуют тому, что Чехия является одной из наиболее посещаемых стран мира.



Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

культурный, столица, еврейский, монастырь, крепость, ратуша, кладбище, достопримечательность

Прага

После начала рыночных реформ туризм оказался наиболее быстрорастущей отраслью Праги. Буквально за несколько лет Прага превратилась из малоизвестного в масштабах Европы города в настоящую Мекку туристов: по данным Всемирной туристской организации к 2005г. она вышла на шестое место в Европе по числу посещений после Лондона, Парижа, Рима, Мадрида и Берлина. Этому способствовало прежде всего быстрое развитие гостиничной сети города, увеличившейся в несколько раз. Общее число туристов, посетивших Прагу, превысило в 2006г. 3,8 млн.человек, при этом средний турист провел в гостиницах 3,7 ночи, что также несколько превышает среднеевропейский уровень. Вместе с тем отмечается, что Прага далеко не исчерпала потенциал своего развития, имея все возможности привлекать гораздо больше гостей в связи с проведением культурных, спортивных, общественно-политических, экономических, научных и других международных массовых мероприятий.

Архитектура барокко, романская и готическая, рококо и Эпохи Возрождения сочетается со стилем модерн начала века и уникальными кубическими зданиями. Удивительно то, что строения этих стилей гармонично сосуществуют на улицах древней чешской (1) столетиями, придавая этому городу неповторимый шарм и притягательность.

Наиболее известные пражские (2):

- Старый город (Старе-Место) с рыночной площадью, (3) с курантами, Тынским храмом и памятником Яну Гусу
- Карлов Мост
- Малый город (Мала-Страна) с многочисленными дворцами и садами
- Пражский замок (Град) с собором Святого Вита
- Злата улочка
- Иозефов (средневековый (4) квартал-гетто) со Старым еврейским (5), Староной и Пинкасовой синагогами
- Средневековая (6) Вышеград
- Средневековые (7) в Страгове и Бржевнове
- Загородный дворец, зоопарк и ботанический сад с тропической оранжереей в Трое
- Новый город (Нове-Место) с улицей На пршикопе, Вацлавской площадью и Национальным музеем
- Петршинская башня,
- Телебашня в районе Жижков с кафе, смотровой площадкой и оригинальным скульптурным украшением



- Метроном, гигантский механизм, словно парящий над городом
- Экстравагантный «Танцующий дом» и другие памятники архитектуры XX века

Прага также является традиционным европейским (8) центром, местом проведения многих известных мероприятий мирового значения. К наиболее известным центрам пражской культурной жизни относятся:

- Национальный театр
- Концертный зал и галерея «Рудольфинум» (резиденция Чешского симфонического оркестра)
- Чешская опера
- Театр «Латерна магика»
- Национальный музей
- Национальный технический музей
- Музей им. Напрстека (музей азиатского, африканского и американского искусства)
- Вилла «Бертрамка» (дом-музей В. А. Моцарта)
- Национальная галерея

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



12 Российская Федерация (Россия)

А

Российская Федерация (Россия) - государство, занимающее основную часть Восточной Европы и северную часть Азии. Россия является государством с самой большой в мире территорией (17,075 млн км², что почти вдвое больше, чем у занимающей второе место Канады).

Население России - 142,2 млн человек (на 1 января 2007), причем 4/5 жителей проживает в Европейской части России.

Население России многонационально: помимо русских, составляющих 79,83 %, в стране проживает свыше 180 других народов. Государственный язык России - русский.

Россия граничит с шестнадцатью странами, что позволяет ей играть значительную роль как в Европе, так и в Азии. Будучи политической и юридической наследницей Российской империи и СССР, Россия является одним из ключевых участников международных отношений. Столица России - город Москва.

Россия - государство с федеративным государственным устройством. В составе Российской Федерации 86 равноправных субъектов, в том числе 21 республика, 7 краёв, 48 областей, 2 города федерального значения, 1 автономная область, 7 автономных округов.

Россия также подразделяется на 7 федеральных округов, в каждом из них работает полномочный представитель президента.

Субъекты Федерации имеют свое административно-территориальное деление. Как правило, основными единицами в составе субъекта являются районы и города республиканского (областного, краевого) значения.

Россия расположена в Северном полушарии. Её территория омывается водами Тихого и Северного Ледовитого океанов, а также Балтийским, Чёрным, Азовским морями. Урал делит Россию на европейскую и азиатскую части, последняя включает в себя Сибирь и Дальний Восток.

Территория России характеризуется разнообразием рельефа. В России, в частности, находятся горные массивы (Кавказ, Урал, Алтай, Саяны), а также обширные равнины (Восточно-Европейская и Западно-Сибирская).

Наиболее крупные реки: Лена, Иртыш, Енисей, Обь, Волга, Амур; крупнейшие озёра - Каспийское море, Байкал, Ладожское, Онежское.

Леса занимают свыше 1/2 территории. На территории России находятся пятая часть всех лесов мира и половина мировых хвойных лесов.

В России расположены 25 национальных парков и 84 заповедника.



Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

конструкция, известный, искусство, деятель, скульптор, центр, древний, памятник, проект, резиденция

Достопримечательности Москвы

Московский Кремль - географический и исторический (1) Москвы, расположенный на левом берегу Москвы-реки, на Боровицком холме, наиболее (2) часть города, в настоящее время являющаяся (3)..... высших органов государственной власти России и одним из главных историко-художественных комплексов страны.

Красная площадь - наиболее (4) площадь Москвы, расположена в центре города. К западу от неё находится Московский Кремль, к востоку ГУМ, Китай-город, к северу Исторический музей и Собор Казанской Иконы Божией Матери, к югу Собор Василия Блаженного (Покровский собор). Длина площади 330 метров, ширина 70 метров. На площади расположены Лобное место, памятник Минину и Пожарскому, место захоронения Владимира Ленина (Мавзолей), рядом с которым Некрополь у Кремлёвской стены, где захоронены выдающиеся (5) (в основном политические и военные) Советского государства (кроме того, в 1920-30-е годы там хоронили также иностранных коммунистов). Доступ на площадь круглосуточный.

Собор Василия Блаженного - выдающийся (6) русской архитектуры, расположенный на Красной площади в Москве. Символ связи России с Европой и Азией. Собор был построен в 1555-60 годах по приказу Ивана Грозного в память о взятии Казани и победе над Казанским ханством.

Новодевичий женский монастырь расположен на юго-западе Москвы, в излучине Москвы-реки. Ансамбль Новодевичьего монастыря - выдающийся памятник архитектуры 16-17 веков. Монастырь был основан великим князем Василием III в 1524 году - в память о возвращении в состав русских земель города Смоленска. Отсюда и второе название монастыря - Богородице-смоленский.

Храм Христа Спасителя (официальное название: **Кафедральный Соборный храм Христа Спасителя Патриарха Московского**, обиходное сокращение: **ХХС**) - грандиозный православный храм в Москве, построенный по (7) архитектора Константина Тона как памятник мужеству русского народа в борьбе с наполеоновским нашествием 1812 года. Храм расположен в центре Москвы недалеко от Кремля на берегу Москвы-реки.

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова (МГУ), - ведущий вуз Москвы и России, старейший университет страны.

Шуховская башня, уникальная гиперболоидная (8), памятник архитектуры, расположена в Москве на улице Шаболовка. Автором проекта и руководителем



строительства радиобашни был великий русский инженер-конструктор, архитектор, изобретатель и учёный, почётный академик Владимир Григорьевич Шухов (1853-1939). Построена в 1919-1922 годах.

Останкинская телебашня - телевизионная и радиовещательная башня, расположенная в Москве. Высота - 540 м.

Коломенское - государственный художественный историко-архитектурный и природно-ландшафтный музей-заповедник. Расположен на юге г. Москвы, занимает территорию 390 га.

Памятник Минину и Пожарскому - бронзовая статуя (9) Ивана Мартоса, стоящая перед Собором Василия Блаженного на Красной площади .

Государственный академический Большой театр России (ГАБТ), Государственный академический театр оперы и балета России, или просто **Большой театр** - крупнейший в России и один самых значительных в мире театр оперы и балета. Расположен в центре Москвы.

Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина (ГМИИ им. А. С. Пушкина, бывший Музей изящных искусств имени Александра III) - один из самых крупных и значительных российских музеев европейского и мирового (10) Расположен в центре Москвы, по адресу Волхонка 12. Открыт в 1912 году.

Государственная Третьяковская галерея (известна также как **ГТГ, Третьяковка**) - художественный музей в Москве, основанный в 1856 купцом Павлом Третьяковым и содержащий сейчас одну из самых крупных и значительных в мире коллекций русского изобразительного искусства. Экспозиция в московском Лаврушинском переулке «Русская живопись XI - начала XX в» является частью Всероссийского музейного объединения «Государственная Третьяковская галерея», образованного в 1986 году.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



13 Шенгенское соглашение

А

14 июня 1985 года в городе Шенген было подписано соглашение между пятью европейскими государствами - Люксембургом, Бельгией, Францией, Нидерландами и ФРГ - о поэтапной отмене паспортного и таможенного контроля на общих границах для граждан этих стран. С 1995 года уже семь Европейских стран (к ним добавились Испания и Португалия), согласно подписанному между ними соглашению начали выдавать визы действительные для путешествия в каждой из этих стран, так называемые *Шенгенские визы*. В 1997 году к ним присоединились Италия и Австрия, затем Греция, а с 25 марта 2001 года еще пять стран: Дания, Исландия, Норвегия, Финляндия и Швеция. Вместе эти страны образуют *Шенгенскую зону*. Так в центре Европы появилось *единое пространство* (пятнадцать стран), по которому можно свободно перемещаться.

Ещё десять стран Евросоюза (Кипр, Чешская Республика, Эстония, Венгрия, Латвия, Литва, Мальта, Польша, Словакия и Словения) фактически являются членами Шенгенского соглашения, однако процедура их присоединения завершится не ранее 2007 г. Дата окончательного присоединения для каждой страны определяется независимо от других. Все Шенгенские страны, за исключением Норвегии и Исландии, являются членами Евросоюза. Два члена Евросоюза (Ирландия и Великобритания) остаются вне Шенгенской зоны. 15 марта 2006 был принят Шенгенский кодекс о границах, изменяющий Шенгенскую конвенцию.

На сегодня четко и однозначно определены внешние границы Шенгенского соглашения, введены единые консульские правила, нормы и порядок пересечения внешних границ стран Шенгенской группы. Детально разработан порядок въезда в страны Шенгенской группы лиц, являющихся и не являющихся субъектами права Европейского Союза. Члены семей граждан стран Шенгенского соглашения, являющиеся выходцами из третьих стран, а также граждане государств, заключивших соответствующие соглашения с Шенгенской группой, имеют те же права, что и граждане стран Шенгенского соглашения. Эти категории граждан получили право безвизового пересечения внешних границ Шенгенского пространства и свободного передвижения через внутренние границы в самих странах-членах группы.

Для туристов, не являющихся субъектами права Шенгенских стран, сохранен визовый порядок въезда. Таких стран определено 126, включая Российскую Федерацию и все страны СНГ. В то же время льготный безвизовый порядок въезда распространен на туристов из Венгрии, Польши, Словакии, Чехии, Латвии, Литвы и Эстонии.

В Страсбурге создан *единый компьютерный банк* данных по учету и контролю въезжающих в страны Шенгенской группы иностранцев. В этот постоянно обновляемый список "нежелательных лиц" закладываются полные данные



на иностранцев, нарушивших паспортный и визовый режим, либо правила пребывания в стране, а также совершивших какие-либо противоправные действия и т.д. Поступают сведения, что таким лицам въезд в страны, подписавшие Шенгенское соглашение, будет закрыт на срок до десяти лет - в зависимости от серьезности правонарушения.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

средство, многократный, угроза, приглашение, въезд, подозрение, договор, консульство, виза, преступный

Шенгенская виза и въезд в Шенгенскую зону

Шенгенская виза выдается (1) той страны, откуда Вам пришло (2) или той, в которой планируется наиболее длительное пребывание, но по ней Вы можете посетить и другие страны, подписавшие Шенгенский (3) Визы бывают однократные и (4)

При (5) в Шенгенскую зону граждане из стран, не присоединившихся к Шенгенскому соглашению, обязаны предъявить паспорт и (6) Кроме того, они должны быть готовы предъявить документ, дающий основание для поездки (приглашение), а также доказать, что располагают достаточными финансовыми (7) для обеспечения себя на время поездки. Во въезде может быть отказано в случае, если есть основания полагать, что въезжающий представляет (8) для безопасности, а также, если существуют (9), что данное лицо может заниматься (10) деятельностью или проституцией.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



14 Использование информационных технологий в туризме

А

Нет необходимости доказывать, что информация представляет собой ключевой фактор успешного бизнеса. Любая сколько-нибудь серьезная компания не может нормально работать, не обладая современной информационной инфраструктурой. В настоящее время сеть Интернет является наиболее мощной информационно-технологической системой в мире. Она используется для различных отраслей человеческой деятельности, включая потребности индивидуального пользователя. Благодаря огромной информационной емкости и высокой скорости обмена данными, глобальная компьютерная сеть Интернет имеет миллионы пользователей, получивших доступ к уникальной информации.

Ниже перечислены возможности глобальной компьютерной сети для пользователей:

- возможность доступа к гигантскому информационному пространству, содержащему практически все направления деятельности человечества;
- быстрый и удобный доступ к различным справочным материалам (каталогам, справочникам, энциклопедиям и др.);
- использование возможности дистанционного обучения, а также различных образовательных программ;
- возможность доступа к удобной и дешевой системе коммуникации (электронная почта, цифровая телефонная связь, видеотелефон и т.д.);
- новые возможности в формировании, продвижении и реализации товаров и услуг;
- новая эффективная стратегия маркетинга и рекламы;
- возможность электронной презентации;
- участие в электронных ярмарках, выставках, биржах, аукционах и др. ;
- система поиска оптимальных вариантов выбора и бронирования услуг;
- развлекательная функция (музыка, кино, видео, фото, мультипликация);
- трансферт капитала и возможность безналичных дистанционных взаиморасчетов;
- система виртуального офиса;
- работа в оперативном режиме 24 часа в сутки, 365 дней в году.

Большинство из вышеперечисленных возможностей Интернета в настоящее время используется в *туристской сфере*. Однако особый интерес у туристских организаций вызывают следующие формы использования глобальной сети:



- коммуникация и эффективная связь;
- реклама и продвижение туристского продукта;
- маркетинговые исследования;
- электронная презентация фирмы и ее туристского продукта; использование возможностей электронных международных и межрегиональных туристских выставок, ярмарок;
- использование системы бронирования и резервирования;
- самостоятельное формирование тура и приобретение туристской путевки;
- использование электронных каталогов туристского продукта по странам и направлениям;
- получение страноведческой информации, оперативного прогноза погоды в различных странах мира, расписания движения различных видов транспорта;
- получение оперативной информации по тарифам и ценам для отелей, ресторанов, различных перевозчиков и другим туристским услугам;
- использование сети Интернета для взаиморасчета.

Б

Вставьте подходящее по смыслу выражение в нужной форме.

оперативность, сеть, отдача, страноведческий, бронирование, услуга, сайт, расход

Создание эффективного сайта туристического агентства

Общеизвестен факт, что эффективность прямой рекламы туристических (1) в средствах массовой информации снижается. Поиск альтернативных форм рекламы приводит турфирмы к мысли о необходимости собственного присутствия во всемирной компьютерной (2) Интернет. Однако успешный выход в Интернет достигается далеко не всегда, и во многих случаях (3) могут не оправдаться. Есть немало фирм, которые потратили большие средства на создание замечательного по дизайну сайта, но не получили от этих средств никакой (4) В результате – полное разочарование в Интернете как технологии. Первым и одним из самых важных шагов является создание (5) Сейчас уже трудно представить эффективную работу туристической фирмы без собственного сайта. Для туроператора это исключительно удобный канал связи с агентствами, для турагента – быстрый выход на клиентов. Сайту туроператора не нужны особые художественные изыски. Турагенту, зашедшему на сайт оператора, важно максимально быстро получить доступ к нужной информации. Конечно, идеальный вариант – это система (6) on-line. Тогда прямо на сайте зарегистрированный агент может мгновенно посмотреть информацию о наличии



мест на определенные даты и быстро заказать тур. Это должна быть достаточно серьезная система, связанная с системой автоматизации офиса туроператора. Более простой вариант – своевременное размещение на сайте оператора спецпредложений в любом удобном для печати виде. Основным требованием к сайту туристического агентства бесспорно является (7) Обращаясь к Интернету в поисках путевки, клиент ждет нечто большего, чем просто строчки из «Туризма и отдыха», представленные в электронном виде. Такие строчки хороши на туристических порталах, которые являются отправной точкой в поиске тура. Переходя же с туристического портала на сайт турагентства, клиент вправе получить более подробную и актуальную информацию. Нет смысла заваливать клиента большим количеством (8) информации. Эти данные он может почерпнуть и на других сайтах. На сайте же турагентства нужна в первую очередь информация о конкретных предложениях.

[ОГЛАВЛЕНИЕ](#)



Таблица соответствия присваиваемых категорий уровню обслуживания в гостиницах

Услуги	*	**	***	****	*****
Телевизор	на этаже	на этаже	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Холодильник	на этаже	на этаже	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Кондиционер	-	-	+	+	+
Телефон в номере	-	-	-	+	+
Радиоприемник	+	+	+	+	+
Ежедневная уборка	+	+	+	+	+
Ванные	не менее 2 на этаж	не менее 2 на этаж	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Туалеты	не менее 1 на 5 номеров	не менее 1 на 5 номеров	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Умывальник без санузла	1	1	-	-	-
Смена белья	раз в 5 дней	раз в 3 дня	раз в 3 дня	ежедневно	ежедневно
Смена полотенец	раз в 3 дня	раз в 3 дня	ежедневно	ежедневно	ежедневно
Зеркало	1	1	минимум 1	более 2	более 2
Фен	-	-	-	+	+
Шампунь, гель, соль для ванны	-	-	-	+	+
Полотенца (на каждого гостя)	не менее 2	не менее 2	не менее 3	не менее 5	не менее 5
Охраняемая автостоянка	-	-	+	+	+
Набор письменных принадлежностей	-	-	+	+	+
Ковры или ковровые покрытия в зоне отдыха	-	-	+	+	+
Декоративное озеленение, художественные композиции, музыкальное вещание	-	-	+	+	+
Бизнес-центр	-	-	+	+	+
Спортивно-оздоровительный центр	-	-	-	+	+
Парикмахерская	-	-	+	+	+



Салон красоты	-	-	-	+	+
Комната бытового обслуживания	+	+	+	-	-
Ресторан или кафе (для гостиниц, имеющих более 50 номеров)	-	+	+	-	-
Кафе	-	-	-	+	+
				несколько залов,	несколько залов,
Ресторан	-	-	-	отдельные кабинеты, банкетный зал	отдельные кабинеты, банкетный зал
Швейцар	-	-	-	+	+
Стирка и глажение	+	+	+	+	+
Химчистка	-	+	+	+	+
Мелкий ремонт одежды	+	+	+	+	+
Чистка обуви	-	+	+	+	+
Обмен валюты	-	-	+	24 часа	24 часа
Прокат автомобиля	-	-	-	+	+
Бронирование билетов на различные виды транспорта	-	-	+	+	+
Возможность выбора любого из вариантов питания (НВ, ВВ, АИ)	-	Для гостиниц более 50 номеров	Для гостиниц более 50 номеров	+	+
Круглосуточный бар или кафе	-	-	-	+	+
Обслуживание в номере	-	в часы завтрака	с 7.00 до 24.00	с 7.00 до 24.00	24 часа
Меню завтрака в номере	-	-	-	+	+
Форменная одежда персонала, дифференцированная по службам, служебные значки	-	-	+	+	+
Утренняя побудка	+	+	+	+	+

(По материалам журнала "Туризм и отдых")



Список литературы

Rux, J.: Vybrané kapitoly z cestovního ruchu. VOŠ Jihlava, 2004

Harding, K.- Henderson, P.: High Season. OUP, 1997

Harding, K.: Going International. OUP, 1998

Vysloužilová, E.- Machalová, M.: Cvičebnice překladu pro rusisty II. Cestovní ruch. Turistika. UP Olomouc, 2003

Csiriková, M. – Vysloužilová, E. a kolektivy: Odborný slovník Č-R/R-Č z oblasti ekonomické, politické a právní. Praha, Linde, 1999

Sádlíková, M. a kol.: Velký česko-ruský slovník. Praha, LEDA, 2005

Vencovská, M. a kol.: Rusko-český slovník. Praha, LEDA, 2002



**Texty k vzdělávacímu programu „Průvodce v cestovním ruchu –
profesní znalosti a dovednosti“**

Řada: výukové texty

Ing. Miloslav Reiterman

RUSKÝ JAZYK PRO PRŮVODCE V CESTOVNÍM RUCHU

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Jihlava, Tolstého 16

Institut celoživotního vzdělávání

duben 2007

Grafická úprava: Mgr. Hana Vojáčková

Náklad: 120 výtisků

Počet stran: 61

Tisk: Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tato skripta jsou spolufinancována
Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky