



Разработка единых стандартов
и
методических рекомендаций
для туристских информационных центров
в субъектах Российской Федерации

ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ АНАЛИЗА МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ

1. В мире отсутствует единая система стандартизации ТИЦ. Тем не менее, на рынках с развитой туристско-рекреационной индустрией созданы национальные программы стандартизации и сертификации ТИЦ. Примечателен опыт Японии, где ТИЦ присваивается категория (всего классификация включает три категории).

Вывод: в РФ целесообразно разработать систему стандартизации и сертификации ТИЦ, исходя из опыта таких стран, как Германия, Япония, Великобритания, Австралия, Новая Зеландия.



2. В ряде стран, ориентированных на развитие туризма, ТИЦ действуют не индивидуально, а в рамках сети. Примечателен пример Англии, где действует партнерская программа «Enjoy England». Советом по туризму Великобритании разработаны требования к ТИЦ, желающим стать партнером программы. Также особый интерес представляет опыт Новой Зеландии, где действует сеть ТИЦ под брендом I-SITE.

Вывод: для туристско-рекреационного сектора РФ целесообразно найти инструменты, способствующие консолидации, объединению ТИЦ.

3. В мире отсутствует единая система идентификационных знаков для ТИЦ. Тем не менее, на рынках с развитой туристско-рекреационной индустрией создана национальная символика для ТИЦ. Примечателен опыт Австралии и Новой Зеландии, где для ТИЦ разработано руководство по фирменному стилю и политике размещения знака «туристский информационный центр».

Вывод: Туристско-рекреационной отрасли РФ рекомендуется выработка единой национальной системы идентификационных знаков для ТИЦ, исходя из опыта Австралии, Новой Зеландии.



ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ АНАЛИЗА РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКИ



1. На сегодняшний день в РФ накоплен некоторый опыт организации работы ТИЦ. Свыше 10 лет во многих регионах функционируют ТИЦ. Однако во многом деятельность региональных ТИЦ остается недостаточно эффективной. Эксперты отмечают потребность в модернизации, совершенствовании методической и нормативной базы, а также в регулярной финансовой поддержке.

2. Хотя функционал ТИЦ различных регионов на сегодняшний день существенно отличается, наметилась тенденция, характеризующаяся расширением направлений работы ТИЦ, а также включением данных служб в комплексную систему развития туризма в регионе. Большинство ТИЦ функционируют как бюджетные учреждения (государственные или муниципальные), а также как подразделения государственных организаций, то есть, так или иначе, опираются на бюджетное финансирование. Коммерческие ТИЦ - скорее исключение. В данной связи интересен опыт Республики Бурятия, где ТИЦ создан индивидуальным предпринимателем.

3. В ряде регионов развиваются сети ТИЦ. Как правило, в городах, имеющих значимые туристские потоки, действуют несколько ТИЦ (например, в Санкт-Петербурге 3 офиса и 5 павильонов ТИЦ), но лишь в отдельных субъектах РФ делается акцент на организацию сетевой структуры функционирования ТИЦ в рамках всего региона. Примеры регионов, ориентированных на систематизацию и координацию деятельности ТИЦ различных муниципальных образований, можно привести Ленинградскую область и Республику Карелия.

4. Для большинства регионов РФ характерны существенные сезонные колебания величины туристского потока, что оказывает прямое влияние на нагрузку сотрудников ТИЦ. Расширение функционала ТИЦ способно отчасти компенсировать сезонность, однако в ряде регионов РФ применяют и другие проекты, смягчающие колебания величины туристских потоков. В ряде регионов РФ практикуется найм «сезонных сотрудников» и волонтерские проекты. В Москве с 2012 года действует Волонтерский туристский центр.

5. Основная услуга ТИЦ – информационно-консультационное обслуживание. ТИЦ в РФ существенно отличаются по ассортименту предоставляемых услуг. Распространенной является услуга предоставления туристам раздаточных материалов, разрабатываемых и изготавливаемых самостоятельно или по заказу ТИЦ. Примечательны такие услуги ТИЦ, как разработка программ развития туризма, формирование туристского продукта, организация рекламных кампаний по продвижению туризма в регионе. Наиболее распространенными платными услугами ТИЦ являются реализация путеводителей, буклетов, карт города или региона, книг, фотоальбомов, сувениров, организация и проведение экскурсий. В ряде ТИЦ платными услугами являются бронирование мест проживания, билетов, транспортных услуг.

6. Для ТИЦ РФ характерно отсутствие какого-либо единообразия в оформлении и в выборе фирменного стиля. Хотя и в различных стилистических формах, но наиболее частотным оказывается знак - белая буква «i» на зеленом фоне.

ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ АНАЛИЗА ТЕНДЕНЦИЙ В ТУРИЗМЕ

1. В 2013 году Россия, согласно оценкам экспертов Всемирного экономического форума, заняла 63-е место (из 140) в рейтинге конкурентоспособности стран на рынке туризма, потеряв четыре позиции по сравнению с 2011 годом. Один из факторов, сдерживающих рост конкурентоспособности России как туристской дестинации, - низкий уровень гостеприимства в России, который выражается в недостаточно дружелюбном отношении россиян к иностранным туристам, низком качестве обслуживания.

Вывод: Эффективная работа ТИЦ должна быть направлена, в первую очередь, на повышение конкурентоспособности России на международном рынке туризма. Именно туристско-информационная организация, которая зачастую является одним из первых объектов туристской инфраструктуры, встречающим туриста в дестинации, должна быть образцом дружелюбия и высочайшего качества сервиса

2. Анализ мировых тенденций показывает, что Интернет как источник информации (в том числе туристской) становится прямым конкурентом для ТИЦ, работающих только в режиме «оффлайн». Таким образом, развитие информационных технологий – это вызов, требующий от ТИЦ усилий по повышению их эффективности, особенно в сфере Интернет.

В настоящее время можно выделить два направления оптимизации деятельности ТИЦ:

- Переход от концепции информационно-консультационного обслуживания к концепции расширения сферы деятельности (продажам сопутствующих товаров и услуг, развитию регионального туристского продукта, продвижению бренда туристской дестинации и т.д.). Международные исследования показывают, что наличие ТИЦ напрямую коррелирует с ростом расходов туристов, увеличением продолжительности их пребывания в дестинации и более активном посещении объектов туристского интереса. Расширение сферы деятельности ТИЦ должно стать залогом роста вклада туризма в экономику региона.

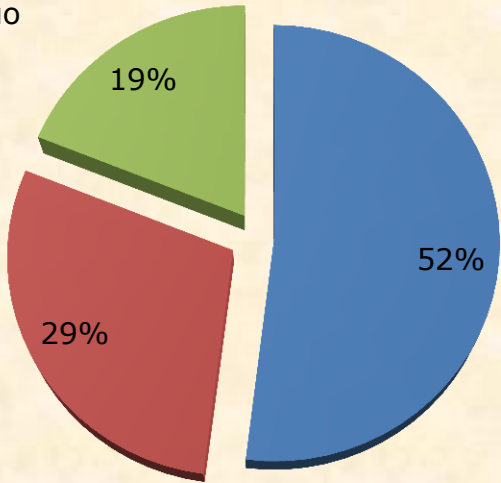
- Объединение усилий ТИЦ, действующих на территории РФ:

- ✓ Создание Ассоциации ТИЦ на федеральном уровне с целью развития саморегулирования отрасли.
- ✓ Формирование единого информационного пространства для ТИЦ, действующих в РФ. Информационное взаимодействие ТИЦ, каждый из которых является носителем уникальных знаний о своей дестинации, будет способствовать росту поступлений от туризма (в том числе за счет развития межрегиональных туристских продуктов).
- ✓ Осуществление единой маркетинговой политики. Маркетинговые инициативы, реализуемые ТИЦ, при объединении усилий приведут к синергетическому эффекту, способствующему повышению конкурентоспособности России на мировом рынке туризма.

ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ ОПРОСА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ТИЦ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ

1. Участники опроса в целом скорее негативно оценили актуальную эффективность системы ТИЦ в регионах. Свыше 50% оценили действующую систему как недостаточно эффективную.

- Система ТИЦ работает недостаточно эффективно
- Система ТИЦ работает эффективно
- ТИЦ на этапе создания



2. Участники опроса отметили, что в настоящее время ведется активная работа в направлении повышения эффективности системы ТИЦ

В опросе приняли участие представители следующих субъектов РФ: Архангельская область, Республика Дагестан, Республика Татарстан, Калининградская область, Республика Карелия, Курганская область, Нижегородская область, Ярославская область, Республика Бурятия, Рязанская область, Самарская область, Смоленская область, Санкт-Петербург, Ставропольский край, Ростовская область, Республика Удмуртия, Республика Хакасия, Новгородская область, Ханты-Мансийский АО.

ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ ОПРОСА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ТИЦ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ

Участники опроса выделили следующие проблемы действующих и создаваемых ТИЦ:

- ✓ Отсутствие единых стандартов функционирования ТИЦ, в том числе перечня функций и услуг, единой организационно-правовой формы, системы организации сотрудничества органов государственной власти и самоуправления с общественными организациями и частным бизнесом.
- ✓ Отсутствие нормативно-правовой базы: четко не определены полномочия и функции органов местного самоуправления в сфере развития туризма (право или обязанность); не определен статус ТИЦ на государственном уровне; не определены нормы финансирования ТИЦ.
- ✓ Отсутствие единого информационного пространства, информационная разобщенность организаций в сфере культуры и туризма.
- ✓ Отсутствие единого координирующего органа в сфере туристско-информационной деятельности.
- ✓ Низкая осведомленность туристов о существовании ТИЦ, отсутствие системы продвижения услуг ТИЦ.
- ✓ Недостаточное финансирование деятельности ТИЦ.

Участники опроса считают необходимым осуществление государством дополнительной информационной и методической поддержки деятельности ТИЦ, в том числе:

- ✓ Разработка нормативно-правовой базы;
- ✓ Определение единообразной организационно-правовой формы;
- ✓ Разработка единых стандартов и методических рекомендаций (при сотрудничестве с ТИЦ), включая перечень обязательных функций ТИЦ в России; рекомендованный список платных и бесплатных услуг, отраслевые документы (типовое положение по оплате труда сотрудников, список должностей сотрудников, должностные инструкции), методические рекомендации по работе с клиентами, методические рекомендации органам местного самоуправления по созданию ТИЦ на своих территориях (выбор формы, определение места расположения, рекомендации по финансированию, выбор для ТИЦ государственных (муниципальных) услуг, работ);
- ✓ Подготовка кадров;
- ✓ Создание целостной взаимосвязанной системы ТИЦ, которая будет функционировать при поддержке всех уровней администраций, в том числе единого информационного пространства для функционирования ТИЦ;
- ✓ Создание на базе ТИЦ общей площадки по продвижению регионов РФ (на всероссийском уровне может быть проведена масштабная рекламная кампания, направленная на продвижение услуг ТИЦ).
- ✓ Увеличение финансирования деятельности ТИЦ.

ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЯ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ

1. Рассмотренные законодательные акты субъектов РФ не вводят обязательность создания в своих регионах сети ТИЦ для повышения качества обслуживания туристов и улучшения информационного сопровождения туризма как региональной отрасли, хотя эта проблематика региональным законодателем ставится.

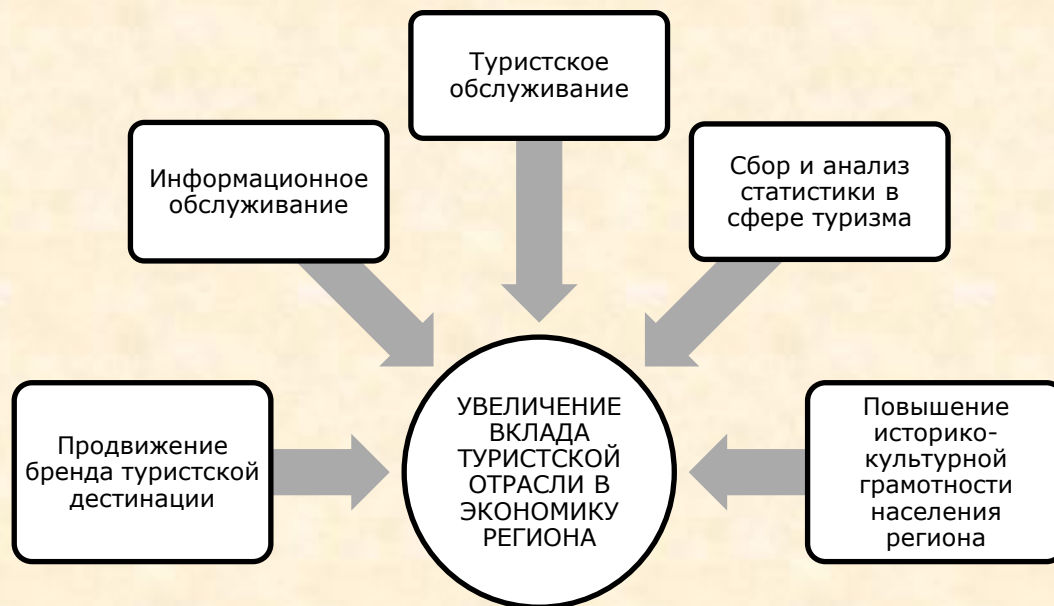
2. На управленческом уровне задачи и функционал ТИЦ в субъектах РФ понимаются абсолютно по-разному. Между тем, международные туристы привыкли к определенным стандартам туристской инфраструктуры, в рамках которых ТИЦ - обязательный и весомый элемент.

Вывод: Определение стандартов ТИЦ на федеральном уровне для унификации сети ТИЦ в регионах РФ является задачей, актуальной для туристско-рекреационного сектора РФ

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

Приоритетная долгосрочная цель работы ТИЦ вне зависимости от масштаба деятельности и места расположения
– *увеличение вклада туристской отрасли в экономику региона.*

Основные направления деятельности ТИЦ



Деятельность ТИЦ не должна ограничиваться информационно-консультационным обслуживанием. ТИЦ должен функционировать как элемент туристской инфраструктуры, который непосредственно влияет на удовлетворение потребностей туристов и туристскую привлекательность дестинации.

ПРЕДЛАГАЕМАЯ ТИПОЛОГИЯ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ В СУБЪЕКТАХ РФ

- I - Флагманский ТИЦ
- II – Классический ТИЦ
- III – Туристский информационный пункт

Признаки ТИЦ	Значение признака	I	II	III
Функционирование ¹	постоянное (регулярное)	✓	✓	✓
	временное (нерегулярное)			✓
Формат работы ²	стационарный	✓	✓	✓
	мобильный			✓
Площадь	не менее 150 м ²	✓		
	не менее 60 м ²		✓	
	не регламентируется			✓
Количество функциональных зон	расширенное	✓		
	стандартное		✓	
	минимальное			✓
Географический охват информационно-консультационного обслуживания	предоставление информации и консультирование по своей дестинации, соседним регионам и стране в целом	✓		
	предоставление информации и консультирование только по своей дестинации		✓	✓
Язык информационно-консультационного обслуживания	английский, немецкий, французский	✓		
	английский		✓	✓
Ассортимент дополнительных услуг	расширенный	✓		
	стандартный		✓	
	минимальный			✓

¹ Временное (нерегулярное) функционирование ТИЦ возможно, если главной задачей ТИЦ является информационно-консультационное обслуживание туристов в период проведения масштабных мероприятий.

² Формат работы ТИЦ типа «Туристский информационный пункт» определяется выбранной формой реализации (павильон, информационная стойка, уличный пост сотрудников туристской информационной службы и т.п.)

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В РФ

Организационно-правовые формы	автономное учреждение	бюджетное учреждение	казенное учреждение	некоммерческое партнерство (НП)
Примеры туристских информационных центров в РФ	ГАУ Калужской области по туризму «Туристско-информационный центр «Калужский край»	МБУ «Центр развития туризма «Красная изба», ГБУ «ИТЦ Республики Карелия», ГБУ Калининградской области «Региональный информационный центр туризма»	ГКУ Волгоградской области «Агентство развития туризма», СПб ГКУ «Городское Туристско-Информационное Бюро»	НП «Туристический информационный центр города Тольятти», НП «Нижегородский Центр Гостеприимства», НП «Гатчинский районный информационно-туристский центр»
Формирование бюджета	Финансовое обеспечение деятельности осуществляется в виде субсидий из соответствующего бюджета бюджетной системы РФ и иных не запрещенных федеральными законами источников	Финансовое обеспечение деятельности осуществляется в виде субсидий из соответствующего бюджета бюджетной системы РФ и иных не запрещенных федеральными законами источников	Финансовое обеспечение деятельности казенного учреждения осуществляется за счет средств соответствующего бюджета бюджетной системы РФ и на основании бюджетной сметы	Финансирование осуществляется за счет взносов учредителей и членов, получения доходов от коммерческой деятельности, если она не противоречит уставным целям. Бюджет расходуется на цели, для которых создано некоммерческое партнёрство, доходы партнёрства нельзя распределять между его членами
Способы получения бюджетных средств	Субсидии на возмещение нормативных затрат, связанных с оказанием ими в соответствии с государственным (муниципальным) заданием государственных (муниципальных) услуг (выполнением работ)	Субсидии на возмещение нормативных затрат, связанных с оказанием ими в соответствии с государственным (муниципальным) заданием государственных (муниципальных) услуг (выполнением работ)	Бюджетная смета	Государственный заказ; возможны целевые поступления на содержание НП и ведение уставной деятельности из федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, бюджетов государственных внебюджетных фондов
Предпринимательская деятельность	Разрешена. Доходы автономного учреждения поступают в его самостоятельное распоряжение и используются им для достижения целей, ради которых оно создано; виды предпринимательской деятельности должны быть прописаны в уставе учреждения	Разрешена. Бюджетное учреждение вправе выполнять работы, оказывать услуги, относящиеся к его основным видам деятельности; виды предпринимательской деятельности должны быть прописаны в уставе учреждения	Разрешена, если это предусмотрено в уставе учреждения; доходы, полученные от предпринимательской деятельности, поступают в соответствующий бюджет бюджетной системы РФ	Разрешена. НП вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, если это служит достижению целей, ради которых оно создано; виды предпринимательской деятельности должны быть прописаны в учредительном документе партнерства

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫМ ФОРМАМ И СХЕМЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ТИЦ

Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма мог бы взять на себя координирующие и методические функции, регулирующие и направляющие деятельность ТИЦ в конкретных регионах. Предлагается две возможные альтернативные формы:

- через учреждение ассоциации ТИЦ;
- через создание совета по взаимодействию с региональными ТИЦ.

Государственное бюджетное учреждение является оптимальной организационно-правовой формой ТИЦ, если исходить из сочетания максимума возможностей финансирования его деятельности:

- государственное финансирование в виде субсидий регионального или муниципального бюджета, формируемое, в том числе и за счет местных налогов, поступающих от организаций, занимающихся туристской деятельностью;
- государственное целевое финансирование в виде целевых субсидий по линии региональных целевых программ и государственно-частного партнерства;
- государственное финансирование по линии государственного заказа;
- грантовое финансирование;
- коммерческая деятельность, в том числе совместная с туристскими организациями, доходы от которой используются для реализации уставных целей и задач организации.

Бюджетные учреждения в РФ могут быть 3 видов подчинения и финансирования: федерального, субъекта РФ и местного (муниципального).

Для консолидации частных предприятий - участников регионального туристского рынка и объединения финансовых ресурсов под конкретные задачи рекомендуется создание государственно-частного партнерства в виде некоммерческого партнерства (для регионов и муниципальных образований, где туристский кластер достиг соответствующей стадии развития).

Одним из учредителей некоммерческого партнерства может выступать ТИЦ. Взаимодействие ТИЦ и некоммерческого партнерства может способствовать усилению конкурентоспособности туристско-рекреационной отрасли региона, а также стимулом для развития и консолидации регионального туристского кластера. Объединяющую и направляющую роль здесь бы мог сыграть региональный ТИЦ в лице бюджетного учреждения.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В РФ

Типовая организационная структура ТИЦ



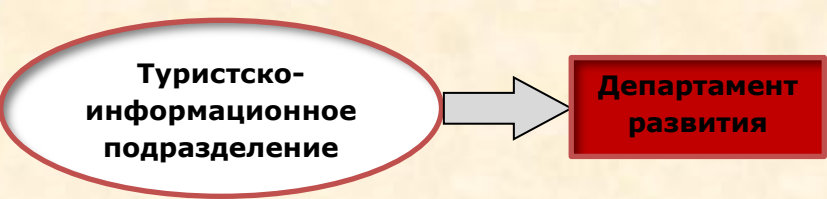
Минимальное количество постоянных сотрудников, выполняющих функции туристско-информационного подразделения, варьируется в зависимости от типа ТИЦ:

- ✓ 5 сотрудников – для ТИЦ типа «флагманский»,
- ✓ 3 сотрудника – для ТИЦ типа «классический»,
- ✓ 2 сотрудника – для ТИЦ типа «туристский информационный пункт».

Количество сотрудников может варьироваться в зависимости от сезонности и динамики туристских потоков в дестинации.

Для субъектов РФ, характеризующихся значительными сезонными колебаниями в туристских потоках, не рекомендуется поддерживать постоянный штат сотрудников ТИЦ сохранением неизменного функционала. Для сохранения качественного сервиса и высококвалифицированных сотрудников, обладающих знаниями и опытом, рекомендуется сезонное изменение функционала сотрудников.

Смещение функционала организационной структуры ТИЦ в «низкий» сезон



Смещение функционала организационной структуры ТИЦ в «высокий» сезон



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫБОРУ МЕСТРОПОЛОЖЕНИЯ И ТИПА ТУРИСТСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА

- I - Флагманский ТИЦ
- II – Классический ТИЦ
- III – Туристский информационный пункт

Расположение ТИЦ	Рекомендации по выбору местоположения	I	II	III
Вокзал, аэропорт, пассажирский терминал в порту	В зоне прибытия (или рядом с ней), рядом с билетными кассами			✓
Автомобильная трасса	На въезде в населенный пункт, представляющий интерес для туристов			✓
Центральная площадь, главная улица	На центральной площади (главной улице) или в непосредственной близости от нее	✓	✓	✓
Объект туристского интереса (музей, национальный парк и т.п.)	На входе или в непосредственной близости от объекта туристского интереса	✓	✓	✓
Туристский маршрут	На входе в зону туристского маршрута или в пунктах остановки (зонах отдыха, оказания медицинской помощи и т.п.)		✓	✓
Место проведения масштабного мероприятия (фестиваль, спортивное мероприятие и т.п.)	В непосредственной близости от места проведения мероприятия			✓

$$EКС = \frac{ТП \times К_{тиц}}{В} ВО,$$

где
EКС - количество сотрудников, которые одновременно независимо занимаются информационно-консультационным обслуживанием;
ТП – средний туристский поток за период;
К_{тиц} – коэффициент склонности к обращению в ТИЦ;
В – суммарное время работы ТИЦ за период (количество часов);
ВО – среднее время обслуживания одного клиента, измеренное в часах.

Если **EКС < 1**, рекомендуется открытие ТИЦ типа **«туристский информационный пункт»**;
Если **EКС > 1**, рекомендуется открытие ТИЦ типа **«флагманский»** или **«классический»**.

Фактическое количество сотрудников, которые одновременно независимо занимаются информационно-консультационным обслуживанием, может быть меньше величины EКС в случаях, если в ТИЦ созданы достаточные условия для самостоятельного получения туристами необходимой информации.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГ И ОБСЛУЖИВАНИЮ В ТИЦ

1. В основе деятельности ТИЦ лежит предоставление беспристрастной и компетентной туристской информации на безвозмездной основе. Информационно-консультационное обслуживание - основная функция ТИЦ любого типа вне зависимости от его местоположения.

2. Обязательные формы информационно-консультационного обслуживания для ТИЦ:

- обслуживание на информационной стойке (личный запрос, преимущественно в устной форме);
- телефонное обслуживание (консультации по телефону сотрудниками ТИЦ или специалистами колл-центра);
- обслуживание по электронной почте;
- подготовка ответов на письменные запросы.

Дополнительно могут быть реализованы такие формы информационно-консультативного обслуживания, как консультирование в рамках возможностей электронного взаимодействия в социальных сетях, с помощью встроенного инструмента «онлайн-консультант» на сайте ТИЦ, с помощью электронных коммуникационных программных продуктов (например, Skype).

3. В стандартах информационно-консультационного обслуживания рекомендуется указать допустимое время предоставления услуги.

Рекомендуемые показатели:

- при устном обращении - 10 минут,
- при поступлении заявки по электронной почте – 48 часов,
- при письменном обращении – 15 дней с момента поступления письменного обращения.

4. Для ТИЦ должны быть разработаны внутренние стандарты информационно-консультационного обслуживания как нормативный документ, устанавливающий базовые требования по взаимодействию с посетителями при осуществлении информационно-консультационного обслуживания.

5. Политика в отношении обслуживания лиц с ограниченными возможностями должна быть четко сформулирована во внутренних документах и в презентационных материалах ТИЦ.

ТРЕБОВАНИЯ ПО АССОРТИМЕНТУ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ТИЦ РАЗЛИЧНОГО ТИПА

I – Флагманский ТИЦ II – Классический ТИЦ III – Туристский информационный пункт

Услуги	I	II	III
Информационно-консультационное обслуживание			
Доступны туристские информационные материалы для самостоятельного ознакомления	✓	✓	
Доступен каталог средств размещения для самостоятельного ознакомления	✓	✓	
Возможность ознакомиться с картой (в том числе дорожной)	✓	✓	✓
Круглосуточный доступ к карте и базовой туристской информации	✓	✓	
Раздаточные информационные материалы о туристских объектах	○	○	○
Бесплатная туристская карта местности	○	○	○
Бесплатная памятка туристу	○	○	○
Коммуникационные услуги			
Доступ в Интернет, Wi-Fi	✓	○	
Компьютер с доступом в интернет (для посетителей)	✓	○	
Местный стационарный телефон для посетителей	○	○	
Оказание услуг по организации пребывания гостей			
Бронирование мест в гостиницах и других средствах размещения	✓	○	○
Заказ и бронирование билетов на транспорт, культурные, развлекательные и иные мероприятия	✓	○	○
Агентская деятельность по реализации билетов на культурно-массовые мероприятия	○	○	
Заказ экскурсий, услуг гидов и переводчиков	✓	○	○
Заказ такси	✓	✓	✓
Заказ трансфера, услуги аренды автомобиля	○	○	○
Заказ банкетного обслуживания, бронирование мест в ресторане	○	○	
Содействие в организации медицинской помощи	✓	✓	✓
Экскурсионное обслуживание	○	○	
Услуги проката	○	○	
Розничная торговля товарами туристского назначения			
Местная сувенирная продукция ¹	✓	○	○
Продукция народных художественных промыслов и ремесел	○	○	○
Сопутствующие товары туристского назначения	○		
Путеводители, буклеты, открытки, фотографии и иная печатная и аудиовизуальная продукция	✓	✓	○
Картографическая продукция	✓	✓	○
Круглосуточная продажа товаров туристского назначения	○	○	
Кафе	✓		
Продажа напитков, снеков	✓	○	○
Туалет для посетителей	✓	✓	
Пеленальный столик	✓	✓	
Место для отдыха туристов	✓	○	
Зона для планирования путешествий	✓	○	
Детский уголок	✓	○	
Сувениры для детей	○	○	○

✓ – предоставление услуги является необходимым требованием для данного типа ТИЦ

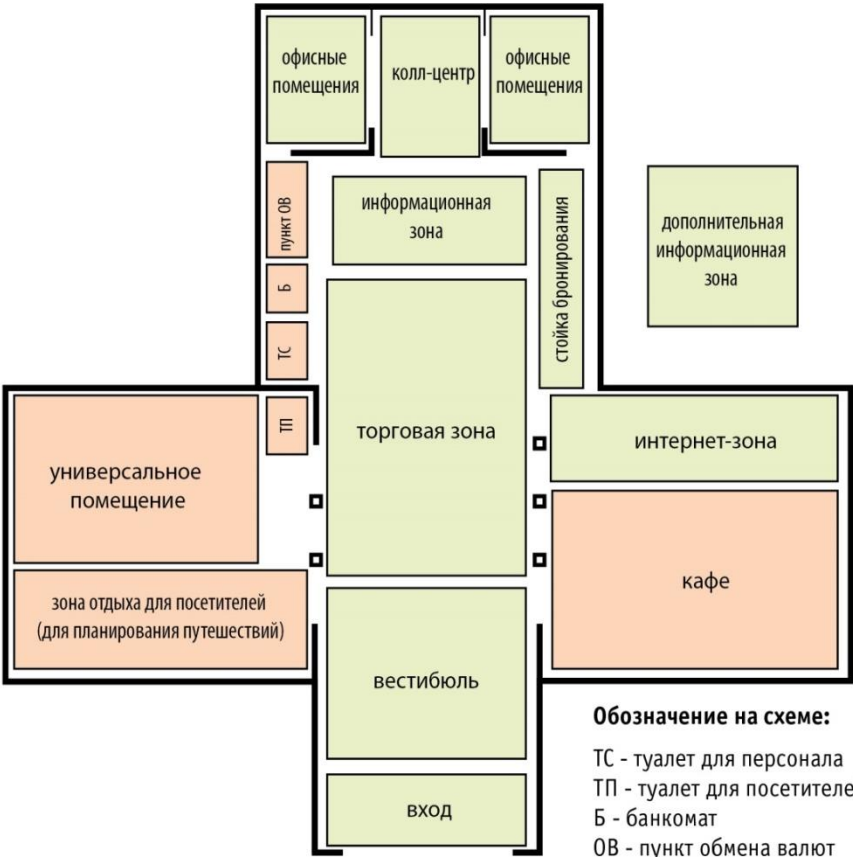
○ - предоставление услуги рекомендовано для данного типа ТИЦ

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПЛАНИРОВОЧНОЕ ЗОНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА

Функционально-планировочное зонирование ТИЦ должно обеспечивать:

- оптимальное распределение потока клиентов при обслуживании;
- зонирование по уровням ограничения доступа посетителей;
- удобное расположение сотрудников по рабочим зонам для оперативного взаимодействия друг с другом в рамках бизнес-процессов по обслуживанию посетителей.

Рекомендуемая планировка помещений ТИЦ типа «флагманский»



Обозначение на схеме:
ТС - туалет для персонала
ТП - туалет для посетителей
Б - банкомат
ОВ - пункт обмена валют

Вспомогательная функциональная группа помещений туристского информационного центра

Основная функциональная группа помещений туристского информационного центра

Функциональное зонирование ТИЦ по типам

- I - Флагманский ТИЦ
- II – Классический ТИЦ
- III – Туристский информационный пункт

	I	II	III
Информационная стойка	+	+	+
Универсальное помещение	+	-	-
Интернет-зона	+	-	-
Зона бронирования	+	+	-
Торговая зона	+	+	+
Колл-центр	+	+	-
Дополнительная информационная зона за пределами помещений ТИЦ	+	+	-
Пункт обмена валют	+	-	-
Банкомат	+	-	-
Комната отдыха для посетителей (для планирования путешествий)	+	-	-
Офисное помещение	+	-	-
Кафе	+	-	-
Плазменный дисплей	+	-	-
Интерактивный экран	-	-	+
Санитарно-бытовое помещение	+	+	-

СТАНДАРТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В СУБЪЕКТАХ РФ

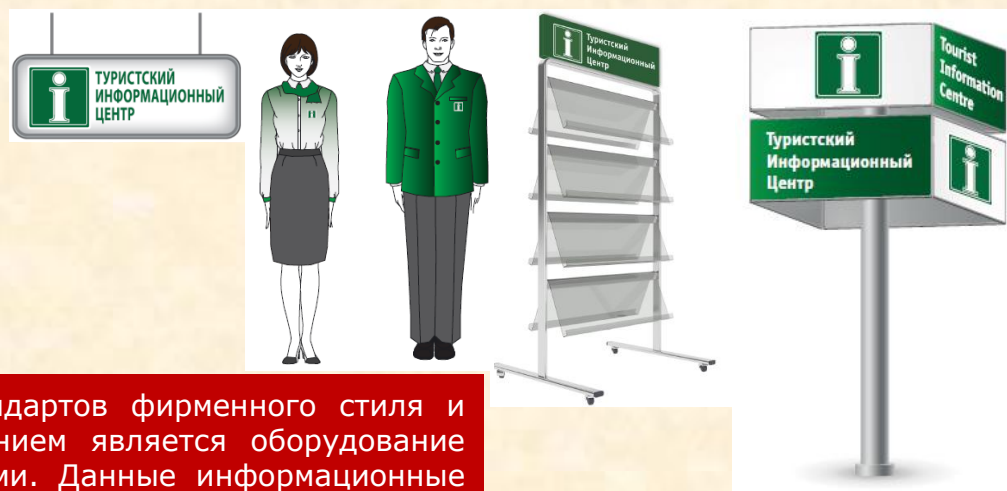
1. ТИЦ, действующие в субъектах РФ, в целях идентификации должны использовать знак следующего вида:



2. Стандарты фирменного стиля для ТИЦ прописаны в «Руководстве по фирменному стилю для туристских информационных центров».

ТИЦ обязан иметь электронные версии фирменного стиля и строго придерживаться стандартов, описанных в «Руководстве по фирменному стилю».

Если есть необходимость в создании материалов, не описанных на страницах Руководства, рекомендуется следовать общим принципам, выработанным в рамках фирменного стиля.



3. Рекомендуется повсеместно придерживаться стандартов фирменного стиля и сохранять его целостность. Единственным исключением является оборудование дороги (пути) до ТИЦ информационными указателями. Данные информационные указатели должны быть выполнены в соответствии с Системой общероссийской системы навигации и ориентирующей информации для туристов:

