ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р ИСО 13810— 2016

Туристские услуги

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

Предоставление услуг

(ISO 13810:2015, IDT)

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2016

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») на основе собственного перевода на русский язык англоязычной версии стандарта, указанного в пункте 4

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 199 «Туристские услуги и услуги средств размещения»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 ноября 2016 г. № 1799-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 13810:2015 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» (ISO 13810:2015 «Tourism services — Industrial tourism — Service provision», IDT)

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в годовом (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, 2016

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Термины и определения 1
3 Общие требования 2
3.1 Общие положения 2
3.2 Соответствие принципам охраны секретов производства, здоровья и безопасности, устойчивого развития и доступности 2
4 Качество услуг 3
4.1 Проектирование услуг 3
4.2 Реклама и коммуникации 3
4.3 Бронирование и контакты 4
4.4 Предоставление услуг 4
4.5 Дополнительные предложения 6
5 Сооружения и оборудование 7
5.1 Указатели и доступ к объекту 7
5.2 Автостоянка 7
5.3 Туалеты 7
5.4 Окружающая среда объекта 7
5.5 Вход на объект 8
5.6 Зоны посещений 8
5.7 Зона торговли 8
Приложение А (справочное) Рекомендации по устойчивому развитию 10
Приложение В (обязательное) Проектирование услуг: требования к характеристикам 11
Приложение С (справочное) Проектирование услуг: рекомендации для персонала 13

Введение

Посещения действующих предприятий и осмотр объектов промышленного наследия — это две различные и взаимодополняющие реалии промышленного туризма. Промышленный туризм в достаточной степени соответствует современным ожиданиям туристов, которые выбирают подлинные исследования, оригинальные открытия и индивидуальное совершенствование посредством познания. Потребитель, имеющий более активную позицию, желает участвовать в планировании собственного путешествия.

Примерами туризма этого вида являются понимание работы механизмов, тестирование особенностей или исследование этапов производства конкретного продукта, и касаются клиентов, которые хотят быть лучше информированы для возможности компетентного выбора. Промышленный туризм имеет потенциал для получения уникального опыта, комплекса знаний, чувств и эмоций.

В условиях значительного развития промышленного туризма, специалистам необходимо реализовывать качественный подход к своим услугам, что придаст им бóльшую наглядность и повысит доверие посетителей.

Целью данного международного стандарта является установление перечня требований к качеству услуг, общих для всех объектов промышленного туризма, независимо от типа поставщика услуг или технических характеристик соответствующего объекта.

Решение поставщика услуг о приеме посетителей может быть мотивировано различными причинами.

Для действующих предприятий такими причинами могут стать следующие преимущества:

- реклама нового направления будет способствовать созданию или укреплению имиджа бренда, увеличению лояльности клиентов и, соответственно, удовлетворительному результату в целом;
- диверсификация основного бизнеса предприятия за счет создания новых направлений бизнеса;
- образование добавленной стоимости, придающей большую значимость процессу или продукту;
- маркетинг для открытия новых каналов продаж для большего числа различных покупателей;
- исследование рынка путем прямого и непосредственного контакта с покупателями и получения от них непосредственной реакции на продукт;
- прозрачность процессов, обмен знаниями с другими предприятиями;
- мотивация персонала, формирование осознания персоналом своей значимости для предприятия путем вовлечения в общие проекты.

Для объектов промышленного наследия преимущества могут быть не столь осязаемыми, но более глобальными, такими как:

- продвижение самобытности и культуры нового направления бизнеса за счет новой туристской альтернативы;
- экономическое возрождение территорий, затронутых закрытием производств и потерей рабочих мест: восстановление объектов промышленного наследия может стать началом развития новой разновидности туризма, значительно отличающегося от традиционной деятельности, в которой туризм не является основной движущей силой;
- повторное использование объектов промышленного наследия может представлять опасность, поэтому сохранение и переориентирование его на туристскую деятельность также потребует получения будущих доходов от инвестирования средств в этот процесс;
- восстановление и улучшение промышленной архитектуры как из-за ее эстетической ценности, так и для сохранения свидетельств эпохи;
- развитие связей между людьми, изучение их наследия, истории и ландшафта посредством участия в общих проектах, порождая чувство принадлежности к данному региону.

Данный международный стандарт охватывает комплекс целей, область действия которых выходит за рамки последствий исключительно туристской деятельности. Настоящий международный стандарт предназначен для содействия внедрению туристской деятельности в промышленность, косвенно предлагая поставщику услуг руководство к действиям, в котором выделены важнейшие элементы для подобных проектов.

03 СОЦИОЛОГИЯ. УСЛУГИ. ОРГАНИЗАЦИЯ ФИРМ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИ. АДМИНИСТРАЦИЯ. ТРАНСПОРТ

ОКС 03.080.30

Поправка к ГОСТ Р ИСО 13810—2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг

В каком месте	Напечатано	Должно быть
С.1	**Дата введения — 2017—07—01**	**Дата введения — 2017—06—01**

(ИУС № 3 2017 г.)

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Туристские услуги

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

Предоставление услуг

Tourism services. Industrial tourism. Service provision

Дата введения — 2017—07—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает общие требования к услугам промышленного туризма, предоставляемым поставщиками услуг с целью передачи знаний в области производственной, научной и технической деятельности, как о настоящем, так и о прошлом, основанных на процессах, секретах производства, продуктах или услугах.

Требования настоящего стандарта распространяются на все услуги в сфере промышленного туризма (посещения и дополнительные предложения), предоставляемые действующими предприятиями, объектами промышленного наследия, включая сооружения и оборудование, связанные с такими услугами.

Настоящий стандарт не распространяется на технические спецификации, относящиеся к инструментам и оборудованию, используемым для предоставления этих услуг.

2 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 **посещение предприятия** (company visit): Посещение производственных объектов (см. 2.6), которые могут быть промышленными, коммерческими, сельскохозяйственными, ремесленными объектами или отдельными участками для обслуживания.

Примечание — Если доступ на производственный объект невозможен из соображений безопасности, то может быть организовано посещение открытых территорий, прилегающих к объекту.

2.2 **промышленное наследие** (industrial heritage): Материальные и нематериальные активы, используемые в прошлом для выполнения производственной деятельности или оказания услуг, свидетельства промышленной культуры с точки зрения исторической, архитектурной, социальной, технологической или научной ценности.

Примечания

1 Примерами материальных активов являются промышленные ландшафты и объекты (см. 2.6), здания и оборудование, мастерские, фабрики и заводы, шахты, склады, электростанции, транспорт и объекты для сопутствующих услуг социальной направленности (например, жилища, религиозные или образовательные центры), памятники, артефакты или документы.

2 Примерами нематериальных активов являются памятные документы о работе, процессы, секреты производства, образ жизни, условия труда или культурные ценности.

2.3 **промышленный туризм** (industrial tourism): Посещения и мероприятия на объекте (см. 2.6), позволяющие посетителям (см. 2.7) понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему.

2.4 **действующая промышленность** (living industry): Действующие предприятия, осуществляющие производственную, научную или техническую деятельность.

Издание официальное

Пример — Фабрики, промышленные предприятия, лаборатории, ремесленные предприятия, фермерские хозяйства, сфера услуг.

Примечание — Производственная деятельность включает как товары, так и услуги.

2.5 **поставщик услуг** (service provider): Юридические лицо, ответственное за предоставление услуг в сфере промышленного туризма (см. 2.3).

Пример — Компания, корпорация, фирма, предприятие, общественная или частная организация, ассоциация, благотворительная организация.

2.6 **объект** (site): Определенная территория, на которой предоставляются услуги в сфере промышленного туризма (см. 2.3).

2.7 **посетитель** (visitor): Лицо, которому предоставлен доступ на объект (см. 2.6) промышленного туризма для того, чтобы воспользоваться его услугами.

3 Общие требования

3.1 Общие положения

Поставщик услуг должен уделять особое внимание охране секретов производства, здоровью и безопасности, охране окружающей среды, устойчивому развитию и доступности в процессе предоставления услуг промышленного туризма.

Посещение предприятия должно быть главной частью предоставляемых услуг. Дополнительные предложения являются необязательным (например, посещение с образовательными целями, прочие мероприятия). Если непосредственное изучение производственного процесса представляется невозможным, поставщик услуг должен гарантировать посетителю возможность узнать о нем другими способами (например, визуальные или устные презентации, моделирование, демонстрация, проведение опытов).

3.2 Соответствие принципам охраны секретов производства, здоровья и безопасности, устойчивого развития и доступности

3.2.1 Охрана секретов производства, здоровье и безопасность

3.2.1.1 Защита интеллектуальной собственности и охрана секретов производства

Исследование по защите интеллектуальной собственности и охране секретов производства на объекте промышленного туризма должно быть проведено с целью выявления областей риска и опасных зон.

Поставщик услуг должен разработать мероприятия, предусматривающие выбор:

- территории/маршрута;
- предоставляемой информации;
- экскурсовода/гида;
- средств идентификации посетителей (при необходимости);
- оборудования, которое может иметь посетитель во время пребывания на объекте (например, фотоаппараты, мобильные телефоны).

3.2.1.2 Безопасность посетителей

На объекте поставщик услуги должен гарантировать:

- наличие на ресепшен аптечки для оказания первой доврачебной помощи;
- наличие письменных инструкций по действиям в чрезвычайных ситуациях;
- соблюдение и знание персоналом правил безопасности на объекте;
- демонстрацию инструкций по технике безопасности;
- наличие на ресепшен номеров телефонов экстренных служб для связи с ними в чрезвычайных ситуациях;
- наличие ответственного лица по технике безопасности (при необходимости).

Поставщик услуг также должен:

- принимать меры по обеспечению личной защиты (например, выделять запрещенные зоны для посещения, устанавливать соответствующие знаки и указатели, маркировать опасные зоны, снабжать посетителей специальным снаряжением, таким как маски, шлемы, защитная обувь или специальная одежда);
- подготовить необходимые формы документов для получения соответствующих гарантий для посетителей при их посещении объекта (например, оформление полиса страхования посетителей и др.);
- информировать посетителей заранее в устной или письменной форме о правилах безопасности;
- иметь набор средств для оказания первой доврачебной помощи в каждом месте, где проводятся опасные работы.

3.2.1.3 Охрана здоровья

Предлагаемые к дегустации продукты должны соответствовать стандартам безопасности.

Примечание — Агропродовольственные и фармацевтические компании обязаны соблюдать международные стандарты по безопасности пищевой продукции, основанные на принципах ХАССП (анализ опасностей и критические контрольные точки).

Поставщик услуг должен гарантировать посетителям возможность помыть руки до и после окончания дегустации.

3.2.2 Устойчивое развитие

Рекомендации по аспектам устойчивого развития приведены в приложении А.

3.2.3 Доступность

При предоставлении услуг промышленного туризма рекомендуется учитывать основные принципы доступности. Поставщик услуг должен предоставлять информацию о доступности по предварительным запросам посетителей. При проектировании услуг следует рассматривать потенциальных посетителей всех категорий, в т. ч. лиц с ограниченными физическими возможностями.

4 Качество услуг

4.1 Проектирование услуг

4.1.1 Требования к характеристикам услуг

Нижеперечисленные характеристики должны соответствовать приложению В:

- наименование услуги;
- реквизиты поставщика услуг;
- поставленные цели;
- целевые клиенты и пользователи;
- программа обслуживания и посещения;
- дополнительные предложения;
- продолжительность предоставления услуг;
- минимальное и максимальное число посетителей;
- график и периодичность предоставления услуг;
- информация для посетителей и образовательная поддержка;
- стоимость услуг, в т.ч. дополнительных услуг;
- языки, на которых предоставляются услуги;
- ограничения (связанные с безопасностью или по другим причинам) для посетителей, предусмотренные во время предоставления услуги;
- условия и порядок бронирования услуг;
- политика возврата (отмены);
- информация о способах оплаты;
- описание расположения и доступа (например, наличие общественного транспорта, подъездных путей, условия для парковки);
- условия доступа на объект, в ключая состояние технических средств для доступа (для пожилых туристов и лиц с ограниченными физическими возможностями).

4.1.2 Рекомендации для персонала

Дополнительно следует принимать во внимание следующие рекомендации для персонала, приведенные в приложении С:

- выявление потребностей, ожиданий и удовлетворенности посетителей;
- инструкции и правила предоставления услуг;
- коммуникационные инструменты и каналы;
- инструменты оценки;
- снаряжение и технические средства для посетителей;
- территории (зоны), связанные с предоставлением услуг;
- человеческие ресурсы и навыки;
- идентификация персонала.

4.2 Реклама и коммуникации

4.2.1 Общие положения

Поставщику услуг следует осуществлять рекламное и коммуникационное продвижение услуг (см. 4.1.1).

Независимо от способа предоставления, рекламная и коммерческая информация о предлагаемых услугах должна быть достоверной, полноценной и актуальной.

Примечание — Могут быть использованы различные средства коммуникации и визуальные средства массовой информации (например, пресса, радио, телевидение, сеть Интернет) на различных уровнях (например, местный, региональный, национальный, международный).

В информацию следует включать дополнительные сведения о местных или региональных туристских объектах и услугах.

4.2.2 Инструменты рекламы

Поставщик услуг должен гарантировать размещение информации о его услугах в сфере промышленного туризма в сети Интернет, например, на местных, региональных или национальных рекламных веб-сайтах, даже при наличии ссылок на собственный веб-сайт.

Веб-сайту следует быть:

- информативным для пользователей;
- легкодоступным для пользователей (например, с помощью системы оптимизации поиска).

4.3 Бронирование и контакты

4.3.1 Процесс бронирования

Процесс бронирования должен соответствовать характеристикам, приведенным в приложении В, а также при бронировании следует учитывать рекомендации для персонала, приведенные в приложении С.

Процесс бронирования должен учитывать следующее:

- ответ на запрос клиента в течение 48 ч в виде официального уведомления с указанием принятия запроса;
- ответ может содержать подтверждение или отклонение запроса, или предполагаемый срок ответа для предоставления клиенту информации о доступности получения услуг.

Письменное подтверждение бронирования должно:

- иметь документацию, относящуюся к объекту;
- включать дату, число человек, категорию (например индивидуальные туристы или группы туристов, компании, агентства, школьные группы), время прибытия, контактные данные лица, отвечающего за группу туристов, цены или любые другие необходимые данные.

4.3.2 Контакты

Ответы о часах работы, цене, условиях оплаты, информации по доступу и содержанию услуг должны быть четкими и точными.

Ответы должны быть полноценными и адаптированными (например, предоставлять альтернативные предложения). В случае бронирования ответ должен повторить данные (дата, число человек, время прибытия, цены, дополнительные предложения).

Поставщик услуг должен быстро отвечать на телефонные звонки (желательно не позднее четырех гудков). Следует также использовать систему ожидания с музыкальным сопровождением или голосовой сервер для ожидающих вызова. Если объект закрыт, автоответчик должен срабатывать после пяти гудков. О времени работы должно быть сообщено в виде телефонного сообщения, в котором может быть дана ссылка на веб-сайт (если это применимо).

Личность поставщика услуг и имя представителя должны быть сообщены в вводной фразе.

Поставщик услуг должен предоставить посетителям квитанцию, если это предусмотрено.

4.4 Предоставление услуг

4.4.1 Приветствие

Приветствие должно быть произнесено в зоне ресепшен (см. 5.5).

Для приветствия потребителей услуг должно быть предусмотрено специально отведенное место, расположенное недалеко от места начала посещения. В часы работы для посетителей в этой зоне всегда должен присутствовать представитель руководства. Посетителям должна быть предоставлена вводная информация, включающая:

- представление поставщика услуг;
- общую характеристику предоставляемых услуг (например, места, которые можно посетить, содержание экскурсии, продолжительность);
- основные положения о нанесении вреда здоровью и безопасности, защите интеллектуальной собственности и охране секретов производства, а также рекомендации по поведению посетителей;
- разъяснение о специальных условиях и ограничениях;
- предоставляемые предметы и информационные материалы, которые должны быть сохранены во время посещения и возвращены после окончания посещения (например, аудиогиды, отличительные метки и др.);

- время начала посещения, а также графики производственных периодов;
- указания лицам, ответственным за группу туристов при проведении экскурсии.

Посетителей следует:

- выделять каким-нибудь знаком (например, с помощью цветных отличительных меток);
- обеспечивать картой и/или путеводителем посещения (при наличии).

4.4.2 Условия посещения

На объекте должно быть обеспечено рациональное движение посетителей, в частности в группах, во избежание пересечения с производственными потоками. Должны быть выполнены требования 4.1.1.

Примечание — Примеры ситуаций, которых следует избегать, включают в себя узкие места с туристскими группами, пересекающимися при движении, заторы или слишком большое число посетителей в одном помещении.

При необходимости посетителей следует разделять на отдельные группы.

В случае посещения объекта юридическими лицами (компаниями, фирмами):

- посещения следует организовывать в течение производственных периодов, если это возможно;
- объект следует открывать как минимум на половину дня в течение недельного перерыва;
- следует разрешать посещения индивидуальным посетителям.

4.4.3 Программа посещения

Посещение должно предусматривать разъяснения (например, в форме непродолжительного вступительного ролика) о производственной деятельности объекта промышленного наследия (условиях посещения, сведениях об объекте, технологиях, секретах производства, продуктах или услугах) с учетом особенностей его расположения, а также наблюдение за производственным процессом. Следует также предлагать индивидуальные услуги, например, проведение дегустации, участие в экспериментах, опытах, практические занятия, семинары.

До начала посещения посетители должны быть повторно кратко проинформированы о содержании посещения и предупреждены о существующих ограничениях.

В ходе посещения экскурсоводу/гиду следует также:

- соблюдать логическую последовательность;
- раскрывать посетителям сущность предмета посещения и бизнес-процессов;
- предоставлять исторические материалы;
- активно привлекать и вовлекать чувства посетителей (зрение, обоняние, слух);
- разъяснять текущие задачи деятельности (экономические, социальные, экологические факторы);
- объяснять все этапы производственного процесса и технологических операций;
- предоставлять посетителям возможность задавать вопросы.

В случае посещения предприятия, следует организовать выступление представителя персонала под контролем гида группы.

4.4.4 Организованные посещения / экскурсии

4.4.4.1 Общие требования

Поставщик услуг может определять одного или нескольких экскурсоводов/гидов для сопровождения посетителей в течение времени предоставления услуг, если это применимо.

Поставщику услуг следует разработать порядок посещения объекта с экскурсоводом/гидом.

4.4.4.2 Требования к экскурсоводам/гидам

Лицо, выполняющее функции экскусовода/гида, должно:

- быть легко идентифицируемым (например, посредством использования бейджей, униформы);
- одетым надлежащим образом в соответствии со спецификой посещаемого обьекта;
- осведомленным о целях посещения и информации, передаваемой посетителям;
- обученным и опытным (особенно в коммуникативных навыках);
- дружелюбным;
- способным отвечать на вопросы: если вопрос был задан, и экскурсовод/гид не обладает необходимыми сведениями для немедленного ответа, он должен постараться предоставить эту информацию позже;
- обладать хорошими знаниями о посещаемом объекте и прилегающей территории и быть способным проконсультировать посетителей по другим объектам посещения.

Перед началом посещения экскурсовод/гид должен:

- проверить при необходимости работоспособность демонстрируемого производственного оборудования;
- гарантировать, что информационное оборудование находится в рабочем состоянии (например, аудиогиды и видеоаппаратура).

В период посещения экскурсовод/гид должен:

- представиться посетителям;
- приветствовать и прощаться с посетителями в доброжелательной манере;
- контролировать группу посетителей от начала до окончания посещения.

Примечание — Это особенно важно, если посетителями являются школьники или несовершеннолетние или когда группа включает в себя лиц с ограниченными физическими возможностями;

- соблюдать график посещений в отношении содержания, разъяснений и продолжительности;
- поддерживать атмосферу доверия в группе и стимулировать посетителей к постановке вопросов;
- гарантировать, что посетителям ясна вся предоставляемая информация;
- адаптировать предоставляемую информацию к различным группам посетителей (например, школьным группам, пенсионерам, профессионалам).

4.4.5 Самостоятельные посещения

Посетителям должны быть предложены информационные материалы, например, аудиогиды, видео, слайд-шоу, информационные табло, листовки, макеты, планы помещений, мобильные приложения в телефоне, если это применимо на объекте промышенного туризма.

Эти информационные материалы должны быть:

- полезными;
- чистыми и в хорошем состоянии;
- разборчивыми и четкими;
- актуальными.

Для посещения следует располагать вспомогательными материалами:

- доступными как минимум на одном иностранном языке;
- разнообразными;
- адаптированными для детей, молодежи (при необходимости);
- адаптированными для лиц с ограниченными физическими возможностями, если это возможно.

4.4.6 Окончание посещения

В конце посещения должно быть организовано прощание с посетителями, и организаторы должны напомнить о необходимости возврата предоставленных ранее предметов и информационных материалов, если это предусмотрено.

По окончании посещения желательно организовать, например, дегустацию продукции, изготавливаемой на объекте, или раздачу образцов (при наличии).

Поставщик услуг должен предоставить возможность посетителям высказать свое мнение об услугах, чтобы оценить их (например, посредством заполнения анкет удовлетворенности или книги отзывов и предложений).

4.5 Дополнительные предложения

4.5.1 Посещения с образовательными целями

Если к посещению допускаются школьные группы, поставщику услуг следует предложить:

- соответствующие интерактивные туры;
- образовательные инструменты, связанные с деятельностью объекта промышленного наследия;
- объяснения, адаптированные под возраст школьной группы;
- выделенное пространство для размещения школьной группы;
- учебные материалы, предоставляемые по запросам.

В случае посещения действующего предприятия следует предусматривать:

- возможность ведения дискуссии между школьниками и представителем администрации предприятия;
- предоставление информации о возможности обучения на курсах, тренингах или прохождении стажировки.

4.5.2 Образовательная деятельность

График образовательной деятельности следует составлять с учетом специфики ее теоретического и практического содержания.

Следует указывать конкретные учебные цели и средства их контроля (проверки, подтверждения), если это применимо.

Методологию обучения следует описывать для координатора образовательной программы с учетом планов, расписания, использования дополнительных материалов и др.

Методологию следует описывать в соответствии с потенциальными целями деятельности и применять для того, чтобы сделать обучение приятным, гарантирующим участие и практическое обучение.

Поставщику услуг следует разработать инструкции для поведения координаторов образовательных программ, для того чтобы иметь возможность убедиться в том, что образовательная деятельность осуществляется должным образом.

Поставщик услуг несет ответственность за контроль и мониторинг осуществляемой деятельности (как собственной, так и посредством аутсорсинга) для проверки соответствия.

Координатор образовательного тура должен обладать необходимыми знаниями, чтобы предоставить правильные ответы на все вопросы, задаваемые участниками. Координатору следует обладать навыками, позволяющими:

- мотивировать обучение и повышение осведомленности участников, в зависимости от целей, определенных для образовательной деятельности;
- вести себя деликатным образом, принимая во внимание специфические особенности людей и конкретные ситуации;
- объяснять образовательный материал четко и системно;
- сделать образовательную деятельность приятной и поощрять участие в прохождении практического обучения.

По окончании обучения руководителю следует выслушать мнения участников.

Если образовательная деятельность предназначена для школьников, расписание следует планировать в соответствии с учебным планом.

Используемые материалы должны быть в хорошем состоянии, простыми в применении и регулярно пересматриваться для обеспечения гарантии их соответствия вышеизложенным рекомендациям.

Если участников сопровождает ответственное лицо (например учитель), его следует заранее проинформировать о правилах поведения до начала, во время и после окончания образовательной деятельности.

5 Сооружения и оборудование

5.1 Указатели и доступ к объекту

Поставщик услуг должен согласовывать с компетентными органами установку в непосредственной близости от объекта промышленного наследия указателей — понятных, чистых и в хорошем состоянии.

Указатели (знаки) должны сочетаться с графической концепцией объекта.

Доступ к объекту должен соответствовать информации, направляемой посетителям. На объекте следует гарантировать включение в онлайн программы геолокации, например, устройства системы глобального позиционирования (GPS).

Объект может иметь внешний информационный указатель, предоставляющий основную информацию, например, часы работы, перечень услуг, расценки.

5.2 Автостоянка

Если имеется доступная автостоянка, то она должна быть в хорошем состоянии и чистой.

Примечание — Критерием чистоты может быть регулярное очищение урн для мусора.

Автостоянки должны быть расположены в зонах, предназначенных для посетителей, если это возможно.

Примечание — Автостоянками могут считаться общественные парковки (платные или бесплатные).

Рекомендуется:

- обозначить парковку транспортных средств;
- предусмотреть пункт быстрой высадки из автобусов около входа на объект (не далее чем 100 м);
- указать места парковки, зарезервированные для туристских междугородных автобусов и двухколесных транспортных средств;
- указать места стоянки транспортных средств для лиц с ограниченными физическими возможностями;
- предумотреть легкий доступ на автостоянку;
- обеспечить достаточное освещение.

5.3 Туалеты

На объекте должны быть расположены туалеты, доступные для посетителей. Туалеты должны соответствовать гигиеническим требованиям и поддерживаться в чистоте.

5.4 Окружающая среда объекта

Окружающая среда объекта должна быть чистой и благоустроенной.

Нижеприведенные элементы следует поддерживать в хорошем состоянии:
- бордюры;
- озелененные зоны;
- фасад здания;
- окна;
- двери;
- наружные конструкции (при наличии);
- внешние указатели и знаки (если имеются), например, стрелки или разметку.

Дополнительно в окружающей среде объекта следует:
- провести укрепление вышеперечисленных элементов;
- иметь достаточное освещение (если предусмотрен ночной доступ посетителей);
- ограничить, насколько это возможно, любой вид зрительных, слуховых и обонятельных неудобств;
- разместить видимое, разборчивое внешнее изображение с условиями посещения и расценками.

Вход и наименование объекта следует предусмотреть четко видимыми со стороны подъездных путей.

Должна соблюдаться общая графическая концепция объекта (если это применимо).

5.5 Вход на объект

На объекте должна быть предусмотрена крытая зона ресепшен и/или зона ожидания посетителей.

Кроме того, при посещении школьных групп на объекте следует выделить зону для прогулки.

Зона ресепшен должна:
- быть чистой и опрятной;
- иметь декоративные элементы и мебель, находящиеся в чистом и хорошем состоянии;
- предоставлять четкую информацию о продолжительности и об условиях посещения (например, расписание, цены, способы оплаты, какие-либо ограничения, такие как минимальный возраст, возможность посещения лицами с ограниченными физическими возможностями, обязательное наличие документа, удостоверяющего личность);
- иметь понятные знаки, указывающие на ресепшен (стойку регистрации), билетные кассы, информацию о различных услугах (например, информацию об экскурсии, наличии торгового объекта, туалетов);
- предоставлять информацию о территории, временно закрытой, и/или об ограничении доступа к некоторым подразделениям объекта и/или об отсутствии основных экспонатов.

В зоне ресепшен следует:
- предусмотреть места для сидения, гардероб, камеру хранения;
- иметь внутренние указатели, представленные не менее чем на одном иностранном языке (или пиктограммы);
- иметь оборудование для обеспечения посетителей бесплатной питьевой водой и витрину для демонстрации товаров, изготовленных на объекте (если это применимо);
- иметь зону ожидания для детей;
- размещать брошюры и региональные продукты для рекламы местного туристского и культурного предложений;
- размещать контейнеры (урны) для мусора.

Примечание — Для дегустации продуктов важно использовать обустроенную соответствующим образом зону с наличием чистой посуды и предоставлять посетителям возможность вымыть руки.

5.6 Зоны посещений

Зоны посещений должны быть чистыми.

На объекте следует предусмотреть:
- места для сидения, расположенные по маршруту посещения;
- маршруты посещения, отмеченные сигнальными лентами, полосами посещения (разметка на полу), барьерами безопасности и т. д.;
- видимые, функциональные и чистые знаки;
- информационные материалы для посетителей, связанные с ограничениями по состоянию здоровья и правилами безопасности в период посещения.

5.7 Зона торговли

Если имеется торговый объект (или торговая зона), он (зона) должен(на) отвечать следующим требованиям:
- время открытия должно соответствовать графику работы объекта промышленного наследия;

- торговый объект и оборудование в нем должны быть чистыми и в хорошем состоянии;
- торговый объект должен быть хорошо спланирован и функционировать надлежащим образом;
- в торговом объекте должно быть предусмотрено подсобное помещение для хранения товаров (продуктов);
- товары (продукты) для продажи должны быть представлены в соответствующем ассортименте;
- цены должны быть указаны на каждом представленном товаре (продукте);
- должна представляться информация о возможных способах оплаты.

При наличии торгового объекта (или торговой зоны) следует выполнять нижеперечисленные рекомендации, если это применимо:

- следует сделать доступной подарочную упаковку по просьбе покупателей;
- товары (продукты) для продажи следует подбирать в соответствии с тематикой объекта;
- следует предусмотреть оплату по кредитным картам.

Торговый персонал должен:

- приветствовать клиентов в доброжелательной и вежливой форме;
- уметь консультировать клиентов по реализуемым товарам (продуктам).

Персоналу рекомендуется уметь объясняться хотя бы на одном иностранном языке.

Примечание — Поставщик услуг может выбрать наиболее подходящий язык в зависимости от специфики посетителей.

Приложение А
(справочное)

Рекомендации по устойчивому развитию

А.1 Основные положения

При предоставлении услуг в сфере промышленного туризма следует учитывать три аспекта устойчивого развития, такие как экологический, социальный и экономический.

В А.2–А.4 приведены критерии и рекомендации по этим аспектам.

Перечень рекомендаций является инструментом для помощи поставщикам услуг в реализации мер по обеспечению устойчивого развития в рамках деятельности.

А.2 Экологические аспекты

А.2.1 Энергетический менеджмент

Для энергетического менеджмента следует предусматривать:

- соответствующую термическую изоляцию;
- системы для использования возобновляемых источников энергии (например, ветровой, солнечной энергии, утилизированного тепла);
- таймеры или системы датчиков;
- замену вышедших из строя ламп на энергосберегающие лампы.

А.2.2 Управление водными ресурсами

Для управления водными ресурсами следует предусматривать:

- установку системы двойного смыва и ограничительных клапанов на кранах;
- сбор и использование дождевой воды.

А.2.3 Управление отходами

Для управления отходов следует предусматривать:

- выборочную сортировку отходов;
- приоритетность использования переработанных или возобновляемых источников и материалов.

А.2.4 Менеджмент антропогенной среды

Для менеджмента антропогенной среды архитектуру объекта следует интегрировать в местную среду (только при строительстве новых зданий).

А.3 Социальные аспекты

А.3.1 Социальная и экономическая доступность

В целях социальной и экономической доступности следует предусматривать:

- специальные ценовые предложения для доступа на объект с целью привлечения конкретной аудитории (молодежь, пенсионеры, безработные);
- вовлечение объекта в местный туризм;
- вовлечение местного населения в деятельность объекта.

А.3.2 Образование и коммуникации

Для образования и коммуникаций следует предусматривать:

- мероприятия по повышению сознательности посетителей в области менеджмента потребления энергии;
- мероприятия по повышению осведомленности посетителей в области сортировки и разделения отходов;
- демонстрацию клиентам экологических обязательств объекта;
- мероприятия с участием местной администрации на объектах промышленного наследия.

А.4 Экономические аспекты

Для вовлечения местных (дополнительных) человеческих ресурсов следует предусматривать:

- услуги рекламных агентов, которые действуют на территориях, прилегающих к объекту промышленного наследия;
- распространение товаров от местных изготовителей (например, продуктов питания, чистящих средств и др.).

Приложение В
(обязательное)

Проектирование услуг: требования к характеристикам

В таблице В.1 представлены характеристики, которые следует учитывать при проектировании услуг в сфере промышленного туризма (ITS)

Таблица В.1 — Требования к характеристикам

Элемент ITS		Характеристики для рассмотрения при проектировании услуг ITS
a)	Наименование услуги	
b)	Реквизиты поставщика услуг	Наименование юридического лица, адрес (почтовый и web), e-mail, телефон, факс и др.
c)	Поставленные цели	Степень удовлетворенности посетителей, знания, полученные от знакомства с секретами производства, технологическими процессами, историей продуктов и другие
d)	Целевые клиенты и пользователи	Целевая аудитория: - широкая общественность (индивидуальные туристы), группы туристов; - школьники и студенты; - профессионалы; - VIP-клиенты, представители прессы; - компании и организации (поощрительные поездки); - семьи с детьми; - лица с ограниченными физическими возможностями
e)	Программа обслуживания и посещения	Разделы программы обслуживания: - посещения объекта с гидами или самостоятельные; - дегустация продуктов; - посещения торгового объекта и другие дополнительные возможности (например, рисование, фото на память); - посещения с образовательными целями; - образовательная деятельность; - посещения по заказу посетителей: услуги, определенные в соответствии с пожеланиями заказчика
f)	Дополнительные предложения	Парковка, услуги няни, услуги торговли, проведение мероприятий, гардероб и др.
g)	Продолжительность предоставления услуг	Продолжительность посещения и дополнительных услуг. Посещение не должно превышать 90 мин.
h)	Минимальное и максимальное число посетителей	Установление минимального и максимального числа посетителей для одновременного посещения объекта
i)	График и периодичность предоставления услуг	Определение времени посещения (круглосуточно или в определенные часы). Определение возможности посещения объектов в выходные или праздничные дни. Адаптация времени функционирования объекта к местной туристской деятельности
j)	Информация для посетителей и образовательная поддержка	Информационные устройства и материалы, путеводители, учебные карты и другое
k)	Стоимость услуг, в том числе дополнительных услуг	Тарифы на одно лицо за все предлагаемые услуги, в т. ч. специальные скидки для определенных возрастных групп, многодетных семей, студентов, пенсионеров, постоянных посетителей, лиц с ограниченными физическими возможностями. Предоставление наглядной информации о стоимости услуг и тарифах

Окончание таблицы В.1

Элемент ITS		Характеристики для рассмотрения при проектировании услуг ITS
l)	Языки, на которых предоставляются услуги	Определение языков, которые являются наиболее актуальными для посетителей. Использование по крайней мере одного из иностранных языков при предоставлении услуг. Данная рекомендация относится в основном: - к телефонным разговорам; - рекламной информации; - приветствию; - экскурсии с гидом; - информационным материалам
m)	Ограничения для посетителей	Определение условий обеспечения безопасности посетителей, а также охрана интеллектуальной собственности предприятия (если применимо), поставщика услуг и др., включая: - обязанность соблюдать инструкции; - установление минимального возраста посетителя; - необходимость сопровождения детей взрослым посетителем; - запрет на проведение фото- или видеосъемки; - ограниченный доступ на отдельные территории и зоны; - ограничение на вход с домашними животными (разрешено или нет)
n)	Условия и порядок бронирования услуг	Определение условий и порядка бронирования, таких как: - временные ограничения для бронирования; - формы, используемые для бронирования; - сведения и документы, запрашиваемые у посетителя (включая контактную информацию); - другие сведения, необходимые для определения категории посетителя; - каналы подтверждения бронирования, такие как: телефон, почта, факс, e-mail или онлайн-сервис; - финансовые условия для подтверждения бронирования (например, кредитная карта в качестве гарантии)
o)	Политика возврата (отмены)	Определение таких параметров, как: - временные ограничения для отмены бронирования; - условия возврата авансового платежа; - замена услуг
p)	Информация о способах оплаты	Предложение безопасной платежной системы в случае онлайн оплаты. Информация о возможных способах оплаты
q)	Описание расположения и доступа	Информация об общественном транспорте, подъездных путях, наличии парковок для автомобиля, ближайшей общественной парковочной зоне (при отсутствии парковки) и др.
r)	Условия доступа на объект	Определение доступности услуг для всех (предварительная договоренность, парковка, прибытие, вывески, указатели, главный вход и зона регистрации, туалеты, конференц-залы, рестораны и др.)

Приложение С
(справочное)

Проектирование услуг: рекомендации для персонала

В таблице С.1 представлены рекомендации для персонала, которые следует учитывать при проектировании услуг в сфере промышленого туризма (ITS).

Таблица С.1 — Рекомендации для персонала

Элемент ITS		Перечень рекомендаций для персонала, которые следует учитывать при проектировании услуг ITS
a)	Выявление потребностей, ожиданий и удовлетворенности посетителей	Определение инструментов по выявлению потребностей, ожиданий и удовлетворенности посетителей, в т.ч.: - прямых показателей удовлетворенности посетителей, например, данных опросов посетителей об удовлетворенности после посещения объекта, книги отзывов и предложений, внешние отзывы, система «тайный клиент»; - косвенных показателей удовлетворенности посетителей, например, данных исследований, проведенных на объектах промышленного туризма, или совместных исследований с другими организациями, или с поставщиками услуг
b)	Инструкции и правила предоставления услуг	Определение: - стандартных фраз, которые необходимо включить в приветствие и прощание с посетителями; - специальных процедур и правил для определенных посетителей; - маршрутов, этапов, времени и разъяснений в зависимости от вида экскурсии или туристского путешествия; - зон и участков, где посетители будут останавливаться и слушать разъяснения во время экскурсии; - взаимосвязи услуг промышленного туризма с деятельностью поставщика услуг, на объекте которого организуется посещение; - внутренних документов и отчетов (в т. ч. баз данных), учебных материалов, доступных для посетителей, и др.
c)	Коммуникационные инструменты и каналы	Определение целесообразности использования: - листовок, табличек, рекламных или пояснительных видео, плакатов и др.; - сети Интернет, социальных сетей, участия в выставках, раздачи листовок и брошюр с туристской информацией в офисах; - проведения маркетинга через турагентства, отделы продаж и др.
d)	Инструменты оценки	Определение возможности организации пробных посещений, контрольных посещений, тренингов, применения системы «тайный клиент» и др.
e)	Снаряжение и технические средства для посетителей	Определение необходимости применения специальной одежды или обуви, технических средств для передвижения по территории объекта и др.
f)	Территории (зоны), связанные с предоставлением услуг	Определение особого внимания следующим элементам: - входным зонам на объект; - туристским маршрутам; - переходам, остановкам и др.
g)	Человеческие ресурсы и навыки	Определение основных функций гидов и экскурсоводов, торгового персонала, персонала ресепшен, супервайзеров по образовательной деятельности, персонала по присмотру за детьми и т. п., и роли персонала в предлагаемом обслуживании.
h)	Идентификация персонала	Определение способов и форм идентификации персонала: форма, удостоверения, дресс-код, корпоративные цвета, спецодежда, спецобувь и др.

УДК 658.356:006.354 ОКС 03.080.30

Ключевые слова: туристские услуги, промышленный туризм, предоставление услуг, поставщик услуг

Редактор *Е. И. Белогина*
Технический редактор *В. Н. Прусакова*
Корректор *М. И. Першина*
Компьютерная верстка *А. С. Тыртышного*

Сдано в набор 05.12.2016. Подписано в печать 13.12.2016. Формат 60 × 84 1/8. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 2,10. Тираж 24 экз. Зак. 3158.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Издано и отпечатано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru