ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 56197— 2014 (ИСО 14785:2014)

ТУРИСТСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ

Туристская информация и услуги приема Требования

ISO 14785:2014
Tourist information offices — Tourist information and reception services — Requirements
(MOD)

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2015

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС») на основе собственного аутентичного перевода на русский язык 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 30 октября 2014 г. № 1457-ст

4 Настоящий стандарт является модифицированным по отношению к международному стандарту ИСО 14785:2014 «Туристские информационные офисы. Туристская информация и услуги приема. Требования» (ISO 14785:2014 «Tourist information offices — Tourist information and reception services — Requirements») путем изменения содержания отдельных структурных элементов, которые выделены вертикальной линией, расположенной на полях этого текста. Оригинальный текст этих структурных элементов примененного международного стандарта и объяснения причин внесения технических отклонений приведены в дополнительном приложении ДА.

Наименование настоящего стандарта изменено относительно наименования указанного международного стандарта для приведения в соответствии с ГОСТ Р 1.5—2012 (подраздел 3.5)

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Правила применения настоящего стандарта установлены в ГОСТ Р 1.0—2012 (раздел 8). Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (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 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.ru)

© Стандартинформ, 2015

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

Поправка к ГОСТ Р 56197—2014 (ИСО 14785:2014) Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования

В каком месте	Напечатано	Должно быть
Первая страница стандарта	**Туристский информационный центр** **Туристская информация и услуги приема** **Требования**	**Туристские информационные центры** **Туристская информация и услуги приема** **Требования**

(ИУС № 8 2015 г.)

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ТУРИСТСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР

Туристская информация и услуги приема
Требования

Tourist information offices. Tourist information and reception services. Requirements

Дата введения — 2015—09—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает минимальные требования к качеству услуг, предоставляемых государственными и частными туристскими информационными центрами любого типа и размера для того, чтобы они соответствовали ожиданиям потребителей.

2 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 **туристский информационный центр (ТИЦ):** Организация, ответственная за прием и консультации посетителей (потребителей), а также за рекламу услуг, связанных с туризмом.

Примечания:

1 Туристский информационный центр также может называться Туристским Информационным Бюро (ТБ).

2 Настоящее определение также применимо к туристским бюро за рубежом или в различных частях одной страны.

3 Реклама может осуществляться с помощью брошюр, буклетов, листовок и электронных средств.

4 См. ДА.1 (приложение ДА).

2.2 **посетитель:** Потребитель (клиент, турист), который обращается (лично или другими способами) в туристский информационный центр.

Примечание – См. ДА.2 (приложение ДА).

3 Предоставление услуг

3.1 Прием посетителей

3.1.1 Местоположение и доступ

Наиболее удобное место расположения объектов данных типов должно устанавливаться в соответствии с характеристиками пункта назначения, а также требованиями посетителей.

ТИЦ должен быть расположен в местах с наибольшим потоком туристов.

Примечание – В список удобных (подходящих) мест входят центральные районы города, туристские достопримечательности, места прибытия транспорта, а также основные дороги или магистрали, ведущие к месту назначения.

ТИЦ необходимо размещать таким образом, чтобы его было легко найти вне зависимости от используемого транспортного средства.

Необходимо организовать доступ в ТИЦ посетителям с ограниченными физическими возможностями.

Доступ в ТИЦ должен быть бесплатным.

ТИЦ должен быть обозначен указательным (информационным, графическим) знаком. Указательный знак должен быть стилистически выдержанным, а также соответствовать требованиям стандарта ИСО 7001.

Издание официальное

ТИЦ должен быть обозначен знаком (символом) – «i», размещенным на здании или перед ним, в соответствии с местным законодательством (например, знак или баннер). Необходимо также устанавливать указательный знак для мотоциклистов, велосипедистов и пешеходов.

Карты и брошюры, изданные ТИЦ, должны четко указывать место расположения ТИЦ.

Зоны для парковки или близлежащие площадки для стоянки около ТИЦ (при наличии) должны быть обозначены.

3.1.2 Время работы

ТИЦ должен определить и документально установить график работы в соответствии с количеством туристских мероприятий и сезоном.

График работы должен быть указан на входе в ТИЦ, а также на досках объявлений, схемах проезда, автоответчиках, веб-сайте места назначения (если это возможно) и/или любым другим способом.

В нерабочее время ТИЦ должен предоставлять информацию на веб-сайте места назначения.

Контактные номера телефонов при чрезвычайных ситуациях должны быть указаны таким образом, чтобы их четко было видно туристам извне.

Карта местности также должна быть видна снаружи помещения.

Список мест для ночлега с телефонными номерами должен быть виден снаружи (с улицы), так же как и указания, где можно получить такой список, если это возможно.

Сообщение автоответчика должно быть как минимум на двух языках и должно предоставлять информацию о графике работы и об адресе веб-сайта (см. 3.1.3).

3.1.3 Контактная информация

ТИЦ обязан установить, документально утвердить и сообщить персоналу нормы в отношении профессионального поведения, этикета и управления посетителями.

Персонал должен выглядеть профессионально и предоставлять квалифицированные услуги, а также демонстрировать свое гостеприимство и готовность к работе следующими способами:

a) начинать разговор с посетителями с приветствия;

b) проявлять терпеливость;

c) проявлять вежливость и дружелюбие;

d) уделять первоочередное внимание работе с посетителем, а не административной работе или решению любых других задач;

e) уточнять вопрос посетителя, чтобы предоставить ему исчерпывающий ответ;

f) вежливо прощаться.

Персонал должен быть легко узнаваем за счет специальной одежды или значков (бейджиков).

ТИЦ необходимо выбрать и подтвердить языки, которые понимают и на которых разговаривают сотрудники службы приема, на которые переведен веб-сайт и на которых отвечают автоответчики. Выбор языков должен соответствовать ожидаемому профилю иностранных туристов и должен включать в себя не менее одного международного языка.

Примечание – Персонал должен по возможности общаться с посетителями на языке, который выбирает турист.

ТИЦ должен создать инструмент, который позволил бы посетителям определить языки, на которых говорит каждый сотрудник центра.

3.1.4 Обработка звонков и корреспонденции

Всем посетителям должны быть предоставлены услуги одинакового уровня обслуживания вне зависимости от того, как они обращаются в ТИЦ, лично или дистанционно.

Необходимо рекламировать контактную информацию ТИЦ при помощи доступных средств связи.

ТИЦ необходимо установить процедуру обработки телефонных звонков. Такая процедура должна определять временные интервалы от первого звонка и до передачи линии сотруднику из числа персонала. Если определенный период времени превышается, то на линии должно прозвучать сообщение, в котором будет сообщено о том, как еще можно обратиться в ТИЦ: через веб-сайт или через электронную почту, а также необходимо предоставить туристам возможность оставить свой контактный телефонный номер.

Примечания:

1 Если это возможно, на телефонные звонки необходимо отвечать не позднее четвертого гудка, а звонки должны передаваться сотруднику из числа персонала в течение 40 с.

2 Не рекомендуется ставить вызывающего абонента на удержание с музыкальным сопровождением на длительный период времени. При необходимости, приоритетными будут считаться посетители, обратившиеся лично, особенно в случаях, когда в бюро работает один сотрудник.

Если вызывающий абонент оставляет свой контактный телефонный номер на автоответчике, сотрудник ТИЦ должен перезвонить ему в течение 30 мин в рабочее время. Если вызывающий абонент поставлен на удержание, необходимо периодически обращаться к нему лично для того, чтобы попросить его подождать, перезвонить или предложить позвонить позже.

На записанные сообщения необходимо отвечать, а сами сообщения необходимо обрабатывать каждый рабочий день. На все письма необходимо отвечать, а сами письма необходимо обрабатывать в течение трех рабочих дней. На электронную корреспонденцию необходимо отвечать, а электронные письма обрабатывать в течение двух рабочих дней.

3.2 Предоставление информации

3.2.1 Информация для посетителей

Информация должна быть точной и регулярно обновляться. ТИЦ должен рассматривать только таких поставщиков услуг для туристов, которые отвечают законодательным актам и нормативным требованиям.

Необходимо предоставлять информацию по вопросам и тематике широкого спектра.

Примечание – Темы могут включать в себя информацию о жилье и размещении, туристских агентствах, путешествиях, объектах питания, транспорта, дорогах для велосипедистов, походах по магазинам, местных продуктах и поделках, пешеходных маршрутах, культурных мероприятиях, праздниках, местах культурного наследия, а также о спортивных мероприятиях и гонках, банках, пунктах обмена валют, условиях освобождения от уплаты налогов, торговых палатах, местных обычаях, религии и местах поклонения, медицинских учреждениях, полицейских участках, почтовых отделениях, агентствах по торговле недвижимостью, местных и региональных достопримечательностях, о прогнозе погоды и т. п.

ТИЦ должен обладать общей и конкретной информацией о месте назначения, а также о туристских достопримечательностях, включая всю информацию, необходимую для посещения: местоположение, описание, особенности, условия и график работы.

ТИЦ должен обладать информацией о дне, времени, месте проведения и содержании мероприятий и событий, которые будут проводиться в месте назначения, включая места отдыха, культуры, спорта или досуга.

Необходимо учитывать в такой информации интересы детей, а также потребности туристов с ограниченными физическими возможностями.

ТИЦ должен предоставлять посетителям информацию о здравоохранении, безопасности и полезные советы, которые помогут в путешествии.

В целях безопасности, а также для того, чтобы уберечь посетителей от опасностей, ТИЦ должен предоставлять соответствующую информацию о питьевой воде, приливах и отливах, наличии ядовитых растений, а также о других опасностях, связанных с данной местностью, с которыми могут столкнуться туристы.

ТИЦ должен предоставлять веб-сайт и/или другие виды электронной поддержки для распространения такой информации.

ТИЦ должен предоставлять информацию, которая облегчит выбор посетителя (см. приложение А).

ТИЦ должен также предоставлять туристскую информацию на национальном уровне (в соответствии с законодательством) или указывать, как такую информацию можно получить.

Если рекламные листовки и брошюры выставлены на всеобщее обозрение, то их необходимо отделить от другой информации ТИЦ.

Если ТИЦ располагает пунктами предоставления информации, не обслуживаемыми сотрудниками, то эти пункты должны обладать такой же информацией и печатными материалами.

Необходимо специально отмечать платные материалы, а также указывать цену таких материалов.

ТИЦ должен предоставлять письменную информацию, либо распечатав ее по требованию, либо разрешая посетителям переписывать ее. ТИЦ должен предлагать информацию в нескольких видах, стараясь избегать бесполезной печати (см. приложение В).

ТИЦ должен разработать положение о правах и обязанностях посетителей, а также должен рекомендовать посетителям избегать неуважительного поведения по отношению к местным традициям и верованиям (см. приложение С).

ТИЦ должен установить процедуру снабжения брошюрами, буклетами, листовками и другими письменными материалами в объеме, соответствующем нуждам ТИЦ.

ТИЦ должен разработать и предоставить систему оценки отслеживания и записи посетителей и их удовлетворенности обслуживанием.

Информация ТИЦ должна быть доступна и пригодна для использования, а также должна быть в

достаточной степени защищена.

3.2.2 Информация для персонала ТИЦ

Персонал ТИЦ должен иметь доступ к следующей информации:

a) телефонные справочники местных служб, услуг по организации досуга, а также контактные телефоны при чрезвычайных ситуациях;

b) транспортные маршруты, даты прибытия и отправления, а также расписание транспорта по месту нахождения ТИЦ;

c) карты города места назначения;

d) контактная информация туристских гидов, работающих в месте назначения и в близлежащих районах;

e) таблица расстояний и времени, необходимого для совершения поездки;

f) справочники по размещению;

g) местные газеты и журналы;

h) последние версии путеводителей с туристской информацией, а также веб-сайты;

i) словари наиболее распространенных языков, на которых разговаривают посетители.

3.2.3 Источники информации

ТИЦ должен установить регулярную связь со всеми поставщиками туристских услуг места назначения. ТИЦ должен хранить систематизированные записи о государственных и частных поставщиках туристских услуг, а также должен установить процедуру сбора и актуализации данной информации не реже одного раза в год, а если ТИЦ работает круглогодично, то два раза в год.

ТИЦ должен иметь в наличии календарь мероприятий, которые будут проходить в месте назначения и близлежащих территориях.

Такие базы данных должны обслуживаться доступными информационными технологиями.

3.3 Коммерческая деятельность

ТИЦ, занимающееся коммерческой деятельностью, должен разработать и установить документированную процедуру, соответствующую требованиям законодательства и нормативных актов в коммерческой сфере.

Коммерческая деятельность осуществляется при наличии:

a) услуг по бронированию и продаже;

b) продажи услуг развлекательного характера;

c) продажи местной продукции, поделок и сувениров, продуктов питания и напитков, печатных изданий или других продуктов;

d) покупки и потребления таких основных услуг, как Интернет - связь, обмен валют, билеты на общественный транспорт, общественная телефония, почта, продажа сим-карт, помощь с услугами, касающимися, например, юридических вопросов и вопросов здравоохранения, или любые другие часто запрашиваемые услуги;

e) экскурсионных услуг и аренды велосипедов.

До момента предоставления какой-либо услуги ТИЦ должен разъяснить, за какие из услуг необходимо заплатить и когда это необходимо сделать, включая сумму налогов (см. приложение А).

3.4 Статистика и анализ

ТИЦ должен установить систему, которая будет накапливать детальную информацию о посетителях и их запросах.

Такая система должна включать в себя минимально следующую информацию:

a) число посетителей;

b) национальность посетителей и причину их визита;

c) тип информации или запрашиваемых услуг;

d) степень удовлетворенности посетителей оказанными услугами, советы и жалобы.

Примечание – Руководства, указанные в ИСО 10002, могут быть полезны.

ТИЦ должен доводить до персонала информацию о выводах, которые основываются на опросах потребителей, чтобы такие результаты могли учитываться при предоставлении услуг.

На основе собранной информации ТИЦ должен составлять годовой отчет, впоследствии подлежащий опубликованию.

3.5 Связь и реклама

ТИЦ должен поддерживать регулярную связь со всеми поставщиками туристских услуг из места назначения и другими заинтересованными сторонами для установления программ по стратегии и связи, которые должны быть разработаны ТИЦ.

Для улучшения связей и действий, связанных с рекламой места назначения, следует проводить изучение особенностей посетителей.

Примечание – ТИЦ может организовать платные или бесплатные мероприятия (например, культурные, спортивные, досуговые, бизнес-мероприятия) в регионе, для рекламы места назначения.

4 Ресурсы

4.1 Кадровые ресурсы

ТИЦ должен:

a) определять и гарантировать необходимый уровень компетенции персонала, основываясь на образовании, подготовке, навыках и опыте;

b) в применимых случаях оказывать дополнительную подготовку или принимать другие действия для достижения необходимого уровня компетенции;

c) изложить основные инструкции, которые необходимы для осуществления стандартных и надлежащих методов работы, включая способы обращения и непосредственной работы с посетителями или с помощью соответствующих коммуникационных и информационных технологий.

Не менее чем один сотрудник, предоставляющий информацию, должен разговаривать на двух языках, в зависимости от потребностей посетителей.

Примечания:

1 Подготовка включает в себя поддержание соответствующего уровня предоставления услуг среди постоянных работников и внештатного/сезонного персонала.

Подготовка должна включать в себя следующие аспекты:

- удовлетворительную работу с клиентами;
- процессы, связанные с туристской информацией: обращение и хранение информации, баз данных, информационных ресурсов, электронных публикаций;
- знание места назначения и его продукции, истории, искусства и географии;
- обработка телефонных запросов;
- техника корректного исполнения своих функций: планирование, туристский маркетинг, приемы коммуникации, информационные технологии, административные приемы;
- улаживание чрезвычайных ситуаций;
- Кодекс этики Всемирной туристской организации Объединенных наций (ООНВТО), принципы доступности, осведомленность в области окружающей среды (см. приложение С) и передовой опыт, первая помощь, меры безопасности, и т. д.;
- освоение иностранных языков.

ТИЦ должен определить периоды проведения программы подготовки и ее минимальное содержание. ТИЦ должен вести запись мероприятий, связанных с подготовкой, а также оценивать эффективность подготовки или предпринимаемых действий.

2 Ознакомительные туры для сотрудников ТИЦ с посещением туристских и мест для поездок поставщиков услуг, посещение других ТИЦ, а также репетиторство являются эффективными способами подготовки.

4.2 Инфраструктура, помещения и оборудование

ТИЦ должен соответствовать соответствующим законодательным и нормативным требованиям доступности и безопасности.

ТИЦ должен быть осведомлен об ограничениях по доступу в свои собственные помещения, а также должен информировать посетителей о таких ограничениях (см. приложение D).

Примечание – Использование информационных символов, указанных в ИСО 7001, может быть полезным.

Помещения ТИЦ должны соответствовать всем требованиям, указанным в законодательстве об аварийных системах и мерам пожарной безопасности.

ТИЦ должен хранить записи проверок аварийных систем и противопожарной защиты. ТИЦ должен сохранять свидетельства о проверке в виде записей.

Оборудование и помещения должны быть адаптированы для нужд посетителей и персонала.

Помещения ТИЦ, оборудование и смежные с ТИЦ объекты должны поддерживаться в чистоте и обслуживаться в соответствии с определенным графиком (см. приложение В).

ТИЦ должен быть оснащен кондиционером и иметь отопление.

ТИЦ должен хранить записи об обслуживании для возможности регистрации и отслеживания сбоев техники и времени, затраченного на ремонт.

ТИЦ должен располагать планом периодического обслуживания в отношении оборудования, связанного с информационными технологиями и программами, включая замену и обновление программного обеспечения.

4.3 Коммуникационные технологии

ТИЦ должен иметь в пользовании информационно-техническое оборудование, которое обеспечивает телефонную связь и по возможности доступ в Интернет и к электронной почте.

ТИЦ должен иметь доступ к технологиям, которые обеспечивают такие услуги, как ожидание телефонных звонков, немедленное получение письменных документов, составление и перемещение документов, автономные информационные системы и работу с содержанием, сравнимым с мобильными приложениями.

Примечание – Вышеупомянутые технологии включают в себя: факс, DVD-диски, CD-диски, USB носители, сенсорные экраны, QR и BIDI- коды.

Приложение А
(справочное)

Права потребителя

В отношении положения об информации (см. 3.2) и коммерческой деятельности (см. 3.3), ТИЦ должен предоставлять по запросу следующую информацию о правах потребителя:

a) контактную информацию для подачи жалобы, включая номер телефона и адрес электронной почты или почтовый адрес органов исполнительной власти в части защиты прав потребителей в пределах своей компетенции;

b) информацию о том, как получить совет по проблемам потребителей или их жалобам;

c) общие положения и условия.

ТИЦ не должен заниматься жалобами посетителей от их имени.

Кроме того, в отношении коммерческой деятельности (см. 3.3), ТИЦ должен обеспечить посетителей информацией:

- о коммерческом названии, юридическом статусе, адресе и любых адресах электронной почты или номерах телефонов;
- основной характеристике услуг и их цене (стоимости);
- согласованной дате предоставления услуги или о разумных временных рамках оказания услуги, если договоренность о конкретной дате не была достигнута;
- предварительно согласованной или возможной стоимости турпродукта, если она не была согласована заранее;
- наличии послепродажной гарантии.

Приложение В
(справочное)

Информация в области окружающей среды

ТИЦ должен управляться в соответствии с критериями (принципами) информирования в области окружающей среды.

ТИЦ должен определить меры по охране окружающей среды (приоритеты/требования), которые включают в себя элементы, относящиеся к контролю ресурсов (энергии, воды, расходных материалов и т. д.), к вывозу отходов, управлению средствами/вспомогательными элементами распространения информации (переработанная бумага, контроль тиражирования).

ТИЦ должен способствовать повышению информирования и/или задействовать всех заинтересованных участников (персонал, администраторов, посетителей, партнеров и поставщиков).

ТИЦ должен быть примером передового опыта и должен способствовать минимальному воздействию на окружающую среду со стороны посетителей.

Действия, направленные на защиту окружающей среды, должны тщательно планироваться и исполняться.

Пример — Низкое потребление электроэнергии и воды, утилизация отходов, использование переработанной бумаги, защита местной естественной среды.

ТИЦ должен предоставлять информацию о поставщиках услуг, которые соблюдают нормы здравоохранения и безопасности и которые являются доступными и бережно относятся к окружающей среде.

ТИЦ должен:

- принимать меры для увеличения уровня информированности о защите окружающей среды, включая проведение консультаций с посетителями о методах минимального воздействия на окружающую среду, таких как экономия электроэнергии и воды, переработка отходов, уменьшение загрязнения земли, моря, выбросов в воздух, контроль над уровнем шума, а также содействие распространению альтернативных источников энергии;
- помогать в распространении информации в сфере защиты окружающей среды и «природоохранных» методах для туристов;
- оформить решение в сфере охраны окружающей среды в отношении:
- очистки продуктов, которые являются менее вредными для окружающей среды, а также разлагаемыми микроорганизмами, и которые не загрязняют землю и воду;
- замены агрессивных продуктов натуральными, с аналогичными эффектами;
- уменьшения количества печатных материалов и выбор переработанной или экологической бумаги и других материалов;
- уважать окружающую среду, минимизировав воздействие нового оборудования на ландшафт.

Приложение С
(справочное)

Ответственный турист и путешественник

ТИЦ должен опубликовать статью «Ответственный турист и путешественник», являющуюся практическим руководством, которое поможет туристам сделать свое путешествие насыщенным и интересным.

Советы (практическое руководство) основываются на Глобальном этическом Кодексе туризма ООНВТО.

Текст статьи «Ответственный турист и путешественник» приведен ниже.

«Туризм и путешествия обладают огромным потенциалом для индивидуального и коллективного совершенствования. Когда люди отправляются в путь с открытым и непредвзятым отношением к миру, путешествие может дать уникальную возможность для самообразования, понимания и принятия естественных различий между народами и культурами во всем их разнообразии.

Ответственное отношение к туризму и путешествиям – результат совместных усилий многих участников этого процесса. Каждый вносит вклад по мере своих возможностей: правительства, бизнес, местные сообщества, но и вы в качестве гостя и посетителя можете сделать необычайно много.

Для этого:

- смотрите на иные культуры и традиции без страха и предубеждения как на новый, обогащающий опыт и в ответ вы встретите уважение и проявление гостеприимства со стороны местного населения,
- будьте терпимы и восприимчивы к разнообразию: не нарушайте социальных и культурных традиций и обычаев,
- соблюдайте права человека, любая форма эксплуатации противоречит основополагающим целям и задачам туризма, сексуальная эксплуатация детей является преступлением, преследуемым по закону в стране пребывания или на родине нарушителя,
- вносите свой вклад в защиту окружающей среды, оберегайте живую природу и естественную среду обитания, не приобретайте товары, в изготовлении которых использовались растения или животные, находящиеся под угрозой исчезновения,
- берегите памятники культуры, с уважением относитесь ко всему, что составляет художественное, археологическое и культурное наследие человечества,
- помните, что ваше путешествие может помочь экономическому и социальному развитию тех мест, которые вы посещаете, приобретая изделия и товары местных мастеров, вы поддерживаете местную промышленность в соответствии с принципами справедливой торговли, торг при покупке товаров должен основываться на представлении о справедливом вознаграждении,
- до выезда ознакомьтесь с санитарной ситуацией в месте назначения, узнайте про средства связи с консульскими службами, а также со службами спасения и экстренной помощи, убедитесь в том, что вашему здоровью и личной безопасности ничто не угрожает; при наличии специфических требований с вашей стороны (диета, специальное оборудование для доступа и перемещения, медицинский уход), проверьте в какой степени эти требования могут быть удовлетворены в месте назначения, прежде чем принять решение о поездке.
- постарайтесь узнать как можно больше о месте вашего назначения, вникните в обычаи, нормы и традиции, избегайте поступков, которые могут оскорбить местное население,
- познакомьтесь с законодательством страны посещения с тем, чтобы даже случайно не нарушить его, не принимайте участия в обороте наркотиков, оружия, антиквариата, охраняемых видов флоры и фауны, а также предметов и веществ, представляющих опасность или запрещенных национальным законодательством.

Приложение D
(справочное)

Доступность

Необходимо отдавать приоритет группам туристов со специальными потребностями, как например беременным женщинам, родителям с маленькими детьми, пожилым людям и туристам с ограниченными физическими возможностями. Информация о приверженности этому принципу должна быть легко заметна.

ТИЦ должен быть легко доступным для инвалидов и для туристов со специальными потребностями. Если центр находится в здании, которое невозможно сделать доступным для таких групп людей, то необходимо установить процедуру приветствия и помощи.

ТИЦ также должен учитывать аспекты, относящиеся к мобильному доступу (вход, парковка и помещения без резких переходов по уровню), помощи туристам с проблемами со слухом, зрением (плакаты с крупной печатью или Брайлевская печать).

ТИЦ должны располагать доступной документацией для самообслуживания с легковоспринимаемыми знаками.

Доступные входы не должны иметь архитектурных или естественных ограничений, а также не должны быть заблокированы препятствиями. Рамы или двери должны контрастировать с окружающими стенами и должны быть достаточно широкими, чтобы через них могло с легкостью проехать инвалидное кресло.

ТИЦ необходимо обратить особое внимание на достаточность освещения, дизайн, контраст и доступность обозначений.

ТИЦ должны обеспечить размещение знаков на территории около основного входа, а также убедиться, что эти знаки четкие, хорошо видимые, выразительные и не преграждают путь.

Приложение ДА
(справочное)

Положения ИСО 14785, которые применены в настоящем стандарте с модификацией их содержания для учета особенностей туристской деятельности в Российской Федерации

ДА.1 **туристское бюро (ТБ):** Организация, ответственная за прием и консультации посетителей (потребителей), а также за рекламу услуг, связанных с туризмом.

Примечания:

1 Туристские бюро также могут называться Туристскими Информационными Центрами (ТИЦ).

2 Настоящее определение также применимо к туристским бюро за рубежом или в различных частях одной страны.

3 Реклама может осуществляться с помощью брошюр, буклетов, листовок и электронных средств.

4 Согласно ИСО 14785.

ДА.2 **посетитель:** Потребитель (клиент, турист), который обращается (лично или другими способами) в туристское бюро.

Примечание – Согласно ИСО 14785.

Библиография

[1] ISO 7001, Графические символы. Информационные символы

[2] ISO 10002, Управление качеством. Качество обслуживания клиентов. Руководство для рассмотрения жалоб организациями

[3] Глобальный этический Кодекс туризма, «Ответственный турист и путешественник», доступно по адресу: gost.e-ecolog.ru

УДК 641.5:006.354 ОКС 03.080.99

Ключевые слова: туристский информационный центр, посетитель, турист, туристская информация, прием, предоставление услуг

Подписано в печать 02.03.2015. Формат 60х841/8.

Усл. печ. л. 1,40. Тираж 31 экз. Зак. 488.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»

123995 Москва, Гранатный пер., 4.

gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru