



**ЕВРАЗИЙСКАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**  
СИСТЕМА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ

WWW.EURASIATOURISM.ORG

---

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТАНДАРТ  
ЕВРАЗИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ  
С ЦЕЛЮ ПОДГОТОВКИ, ПРИСВОЕНИЯ, ПОДТВЕРЖДЕНИЯ, ПЕРЕСМОТРА И ОТЗЫВА  
РЕЙТИНГОВ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ) ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**



**ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИЯМ (ПРЕДПРИЯТИЯМ)  
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЯ**

**СТО-ЕТО-7.11/15-001-2015**

---

ДАТА ВВЕДЕНИЯ - 7 НОЯБРЯ 2015 ГОДА

**- АСТАНА - БИШКЕК - ЕРЕВАН - МИНСК - МОСКВА -**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
Генеральным Советом  
Евразийской туристской организации  
№ СТО-ЕТО-7.11/15-001-2015  
07 ноября 2015 г.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТАНДАРТ ЕВРАЗИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**требования к качеству индустрии питания  
с целью подготовки, присвоения, подтверждения,  
пересмотра и отзыва рейтингов туристской привлекательности  
организаций (предприятий) общественного питания**

**Общие требования к организациям (предприятиям)  
общественного питания и обслуживания**

---

### **Стандарт разработан**

Евразийским союзом туристского сотрудничества и развития субъектов туристской индустрии «Евразийская туристская организация» (далее - Евразийская туристская организация).

### **Стандарт внесен**

Техническим комитетом Евразийской туристской организацией по стандартизации.

### **Стандарт утвержден и введен в действие**

Решением Генерального Совета Евразийской туристской организации 07 ноября 2015 года № СТО-ЕТО-7.11/15-001-2015

### **Стандарт введен впервые**

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) на официальном сайте Евразийской туристской организации в информационном разделе «Стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта

соответствующее уведомление будет опубликовано на официальном сайте Евразийской туристской организации в информационном разделе «Стандарты».

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Евразийской туристской организации.

## **I. Введение.**

Сфера индустрии питания как один из элементов экономики, способствует развитию туризма в качестве движущей силы экономического роста и всестороннего развития путешествий во всем мире.

Настоящий стандарт устанавливает критерии рейтинга организаций (предприятий) индустрии питания, общие требования к организациям (предприятиям) общественного питания различных типов и классов в целях проведения независимой оценки качества общественного питания и подготовки, присвоения, подтверждения, пересмотра и отзыва соответствующего рейтинга туристской привлекательности организаций (предприятий) общественного питания.

Стандарт распространяется на все организации (предприятия), оказывающие услуги в сфере общественного питания независимо от юридической формы собственности.

Стандарт определяет основные требования к независимой оценке качества общественного питания (далее – стандарт) и механизм подготовки, присвоения, подтверждения, пересмотра и отзыва рейтингов туристской привлекательности, по отношению к организациям (предприятиям) предоставляющим услуги в сфере общественного питания.

Цель рейтинга:

- содействие повышению конкурентоспособности национального туризма путем общественного признания, распространения новых подходов качества общественного питания и обслуживания, создание стимулов к обучению, признанию успехов в сфере общественного питания в целях поступательного развития туризма и инфраструктуры туризма;

- обеспечение качества туристских услуг, соответствующих требованиям системы рейтинга, разработанных на основе международных и национальных стандартов и существующей международной практики;

- предоставление потребителям (туристам) необходимой и достоверной информации, способствующей компетентному выбору, соответствия объекта общественного питания соответствующему классу, предусмотренному в системе рейтингования;

- повышение конкурентоспособности туристских услуг и привлекательности объектов общественного питания, направленных на увеличение туристского потока и роста доходов от въездного и внутреннего туризма;

- укрепление доверия потребителей к объективности оценки класса и качества услуг объектов туристской индустрии, предоставляемых организациями (предприятиями) общественного питания.

Цель стандарта - определение, разъяснение и установление единого подхода к процедуре независимой оценки качества общественного питания и установление уровня туристской привлекательности с помощью рейтингового измерения в соответствии с принципами независимой оценки.

Методология присвоения рейтингов организациям (предприятиям) общественного питания включает субъективные суждения по ряду неформализуемых оценок и алгоритмы, работающие с формализуемыми данными, получаемыми во время инспекционного посещения организаций (предприятий) общественного питания.

Первоначальный уровень рейтинга устанавливается с помощью скорринговой модели, позволяющей оценивать качественные показатели обслуживания посетителей (туристов) и учитывать экспертные оценки по результатам независимого инспекционного посещения субъекта рейтинга. Окончательный рейтинг устанавливается Рейтинговым комитетом по итогам голосования на основе суммирования баллов, полученных в ходе инспекционного посещения организаций (предприятий) общественного питания.

Стандарт не является статичным документом, а развивается по мере изменения условий и рисков среды работы организаций (предприятий) общественного питания.

Изменения в настоящий стандарт вносятся по мере возрастания значимости изменений для оценки туристской привлекательности субъекта рейтингования и утверждаются Аналитическим комитетом.

На основании стандарта, потребители и поставщики услуг общественного питания могут получить представление об особенностях рейтингов и шкалы рейтингования.

## **II. Принципы профессиональной этики.**

Рейтинговая организация (агентство) при осуществлении своей деятельности и определении рейтинговых оценок руководствуется следующими принципами профессиональной этики:

1. Рейтинговые оценки должны быть объективными, честными, независимыми;
2. Рейтинговые оценки и рейтинговый процесс должны быть прозрачными;
3. Стандарт рейтинговой оценки должен быть верифицируем;
4. Процесс рейтинговых оценок должен быть непрерывен во времени;
5. Рейтинговая организация (агентство) должна обладать необходимыми кадровыми ресурсами для проведения рейтинговых оценок;

6. Рейтинговая организация (агентство) должна соблюдать условия конфиденциальности информации полученной в ходе инспекционного посещения субъекта рейтинга и предпринимать меры по ее защите;

7. Рейтинговая организация (агентство) должна использовать стандартизированные определения, характеризующие рейтинговый процесс;

8. Инспекционное посещение субъекта рейтинга должно проводиться независимо, методом «тайный посетитель».

### **III. Термины и определения.**

В настоящем стандарта применены следующие термины и определения:

**Организация (предприятие) общественного питания:** хозяйствующий субъект, предоставляющий услуги по производству, реализации и (или) организации потребления продукции общественного питания, включая блюда, напитки, кулинарную продукцию, мучные кондитерские и булочные изделия.

**Тип организации (предприятия) общественного питания:** предприятие с характерными условиями обслуживания, ассортиментом реализуемой продукции общественного питания и технической оснащённостью.

**Класс организации (предприятия) общественного питания:** совокупность отличительных признаков организации (предприятия) конкретного типа, характеризующий качество предоставляемых услуг, соответствующий уровень и условия обслуживания.

**Объект рейтингования** – юридическое лицо или группа юридических лиц, организация (предприятие), созданное для производства, реализации и (или) организации потребления продукции общественного питания, включая напитки, блюда, кулинарную продукцию, мучные кондитерские и булочные изделия.

**Рейтинг** – значение рейтингового измерения, которое, по мнению рейтинговой организации (агентства), соответствует рейтинговому объекту в определенный момент или период времени. Рейтинг может быть присвоен объекту рейтингования по результатам независимой оценки исходя из базовых критериев (показателей) качества общественного питания и обслуживания. Для целей настоящего стандарта, рейтинг оценивает качество общественного питания, инфраструктуру и систему обслуживания потребителей (туристов).

**Рейтинговое измерение** – совокупность комплексных показателей рейтингового объекта, отвечающих интересам пользователей рейтинга, рассчитанных путем базовых критериев, полученных во время инспекционного (экспертного) анализа с учетом качественных составляющих характеризующих качество и успешность субъекта рейтинга.

**Рейтинговая шкала** – заранее заданная рейтинговой организацией (агентством) шкала, состоящая из последовательной серии символов, отвечающих значению рейтингового измерения.

**Пользователи рейтинга** – туристы и путешественники, организации туристской индустрии, турагентства, гиды, экскурсоводы, туроператоры, турагенты, потенциальные инвесторы, государственные органы, финансовые институты и т.д., которые заинтересованы в получении информации о деятельности рейтингуемого объекта или групп объектов.

**Стандарт рейтингования** – документ рейтинговой организации (агентства), содержащий совокупность факторов и методы оценки качественных факторов, позволяющий исследовать интересующие качества объекта рейтингования и присвоить рейтинг. Стандарт рейтингования включает в себя показатели исследуемых объектов рейтингования, систему весов, отражающую значимость этих показателей, учитывает инспекционную (экспертную) оценку и рейтинговую шкалу, позволяющую классифицировать полученный результат.

**Присвоение рейтинга** – использование стандарта рейтингования аналитиками рейтинговой организации (агентства) для определения значения рейтингового измерения, которое соответствует рейтингуемому объекту, обосновывающего экспертные оценки на основании инспекторского посещения, присутствующие в данном значении рейтингового измерения.

**Скорринговая модель** – смоделированный процесс анализа, систематизирующий всю необходимую для анализа информацию, полученную в ходе инспекторского посещения субъекта рейтинга. Включает набор критериев (показателей), сгруппированных по категориям, составляющим совокупность характеристик, качественных показателей. Каждому показателю присваиваются баллы. Баллы взвешиваются и суммируются, как внутри категорий, так и по категориям. Таким образом, появляется количественная мера для сопоставления полученных результатов по различным показателям рейтингования. Сопоставляя полученную оценку с условно «идеальным объектом предприятия общественного питания» определяется первоначальное значение рейтинга для анализируемого объекта рейтингования. Скорринговая модель основывается на независимом экспертном мнении инспектора-оценщика в оценках и весах отдельных параметров.

#### **IV. Этапы рейтингования.**

Рейтинг является независимым мнением, он, как и любое мнение, претендующее на существование и право быть признанным, должен быть обоснованным.

Рейтинг туристской привлекательности качества общественного питания – это набор качественных показателей, характеризующих субъект рейтинга и позволяющих при сопоставлении с другими такими же субъектами, оценить его превосходство в конкурентной среде.

Присвоение и обоснование рейтинга туристской привлекательности субъектом общественного питания является рейтинговым процессом, который условно можно разделить на следующие этапы:

1. Запрос на проведение рейтинга от заинтересованного эмитента.
2. Проведение предварительного инспекционного посещения и исследования в целях принятия решения о целесообразности начала проведения процедуры рейтингования и перспективности проведения рейтинга.
3. Подготовка встречи с руководством эмитента. Определение перечня тем для обсуждения.
4. Подписание договора на проведение рейтингового исследования между эмитентом (субъектом рейтинга) и исполнителем в лице рейтинговой организации (агентства).
5. Независимое (без предупреждения) инспекционное посещение организации (предприятия) общественного питания (методом «тайный посетитель»), аналитическая обработка полученной информации.
6. Обоснование полученных показателей в ходе независимого инспекционного посещения.
7. Расчет итоговых показателей рейтинговой оценки.
8. Медиа-исследование печатных и электронных средств массовой информации в отношении субъекта рейтингования.
9. Рассмотрение результатов на рейтинговом комитете и рассмотрение рейтинга.
10. В случае отрицательного решения принятого рейтинговым комитетом, проводится повторное (в случае необходимости) независимое, инспекционное посещение другим инспектором-оценщиком и дополнительная аналитическая обработка полученной информации.
11. Рассмотрение результатов на рейтинговом комитете и рассмотрение рейтинга. Классификация - ранжирование по рейтингу.
12. Уведомление субъекта рейтинга о присвоенном рейтинге.
13. Опубликование рейтинга качества общественного питания и обслуживания в целях формирования туристской привлекательности субъекта рейтинга.
14. Наблюдение за рейтингом. Независимые (без предупреждения) инспекционные посещения субъекта рейтинга в целях контроля.
15. Организации и проведение ежегодной встречи с субъектом рейтинга.
16. Согласование и определение дальнейшего статуса рейтинга.

## **V. Виды организаций (предприятий) общественного питания.**

Под организацией (предприятием) общественного питания понимается – организация с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая заказные, фирменные блюда и изделия, алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные

изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Организации (предприятия) общественного питания различают: по ассортименту реализуемой продукции, по местонахождению, по интересам потребителей, по методам и формам обслуживания, по составу и назначению помещений.

## **VI. Шкала оценки.**

Шкала оценки показателей в баллах в целях формирования итогового результата туристской привлекательности субъекта рейтинга:

0 - плохой или нейтральный результат;

1 - хороший результат;

2 - отличный результат;

3 - выдающийся результат.

## **VII. Рейтинговые символы.**

При публикации итогового рейтинга субъекта рейтингования, используются комбинации специальных символов. В целях удовлетворения потребителей (туристов) необходимой визуальной информацией о качестве общественного питания, популяризации уровня туристской привлекательности субъектов рейтингования, устанавливаются рейтинговые символы в форме - звезды.

В случае если субъекту рейтинга, организации (предприятию) общественного питания устанавливается отрицательный рейтинг, в таком случае рейтинговый символ не присваивается.

Рейтинговая шкала качества общественного питания состоит из четырех рейтинговых классов, которые характеризуют различные степени качества предоставляемых услуг и туристской привлекательности организации (предприятия) общественного питания:

- **класс рейтинга « 0 »** - «рейтинг туристской привлекательности отсутствует»;

- **класс рейтинга « одна звезда »** - «рейтинг туристской привлекательности присвоен»;

- **класс рейтинга « две звезды »** - «рейтинг туристской привлекательности присвоен»;

- **класс рейтинга « три звезды »** - «рейтинг туристской привлекательности присвоен».

Рейтинговые символы (кроме « 0 ») в некоторых случаях могут разделяться на несколько подклассов и дополняться символами « + », « + + ».

Объекты туристской индустрии общественного питания, которым присвоен рейтинговый класс, предусмотренный настоящим стандартом, имеют



право применять рейтинговый символ, установленный в данной системе рейтингования.

Знак класса рейтингового символа графически представляет собой совокупность от одной до трех пятиконечных звезд правильной формы произвольного размера.

Основанием для применения субъектом рейтинга рейтингового символа (знака) класса соответствующего уровня, является свидетельство о присвоении соответствующего класса.

Графическое изображение, геометрические характеристики знака класса рейтингового символа должны соответствовать следующим требованиям:

- знак класса рейтингового символа имеет прямоугольную форму с изображением пятиконечных звезд в количестве, соответствующему присвоенному классу рейтинга;

- изображение звезд размещается в один ряд;

- на знаке наносится надпись: «Евразийская туристская организация»;

- знак, размещаемый у главного входа, изготавливается из любого прочного материала, обеспечивающего длительное использование при соответствующих климатических условиях;

- цветовая гамма знака должна обеспечивать четкое восприятие нанесенной на него информации;

- один знак размещается у главного входа, второй знак во входной зоне организации (предприятия) общественного питания.

### **VIII. Рейтинговые классы.**

В целях присвоения рейтинга организации (предприятию) общественного питания по классу уровня качества обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг, присваиваются три рейтинговых класса, обозначенные символами в форме звезды:

«ОДНА ЗВЕЗДА» - высокий уровень качества общественного питания и обслуживания;

«ДВЕ ЗВЕЗДЫ» - очень высокий уровень качества общественного питания и обслуживания;

«ТРИ ЗВЕЗДЫ» - выдающийся уровень качества общественного питания и обслуживания.

### **IX. Требования к организациям (предприятиям) общественного питания.**

**IX/I Рейтинговый символ «ТРИ ЗВЕЗДЫ»** - широкий выбор услуг, предоставляемых потребителям, высокий уровень комфортности и удобство размещения гостей (потребителей) в зале, широкий ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий, характерных для

организаций (предприятий) общественного питания, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей для баров, изысканная сервировка столов, фирменный стиль, специфика подачи блюд, эксклюзивность и роскошь интерьера.

Организация (предприятие) общественного питания класса «три звезды» широко известна и неизменно обеспечивает соответствующий уровень обслуживания. Это «высокая кухня» в лучшем виде. Меню «на самом высшем уровне», используются самые лучшие ингредиенты. Блюда готовятся на манер неординарности и уникальности. Уникальное сочетание техники и ингредиентов, отражающее безупречный артистизм и узнаваемый стиль широко известного повара.

Метрдотель профессионально управляет службой персонала, превышая ожидания гостя, обращая внимание на каждую деталь в легкой и ненавязчивой манере.

Класс рейтинга «ТРИ ЗВЕЗДЫ» обозначает, что организация (предприятие) общественного питания обладает выдающимся уровнем качества общественного питания и обслуживания, характеризуется наивысшим уровнем туристской привлекательности. Риск ухудшения качества предоставляемых услуг, в случае изменения рыночных условий, минимален.

**Презентация:** (закуски, супы, салаты, основные блюда, десерты и другие предложения, основываются на выборе минимум трёх блюд). В еде присутствуют изысканные улучшения и особые элементы обслуживания, которые отражают творческую и эксклюзивную концепцию заведения. Все ингредиенты уникальны для каждого блюда, тщательно сочетается с дизайном тарелки и столовых приборов.

**Ингредиенты:** Отражают некоторые аспекты свежести и доступность потребительского рынка. Преобладает комбинированное использование специальных, экзотических или органических элементов. Некоторые блюда в меню меняются ежедневно или еженедельно.

**Подготовка меню:** Организация (предприятие) общественного питания, имеющая разделение по кухне на завтрак, обед и \ или ужин, должна показывать демонстрировать аналогичные уровни сложности блюд в каждом периоде.

Еда приготовлена на изысканный манер, оригинальна и уникальна. Неординарное сочетание техники и ингредиентов. Дополнительно доступно меню от шефа, обычно в дополнение к выбору основного меню. Меню, объединяющие вино и еду в наличии. Как минимум 3 дополнительные характеристики, такие как комплимент шеф повара, кондитерское изделие или дополнительный сюрприз. Техника приготовления блюд наглядно демонстрирует мастерство кулинарного искусства и соответствует уровню навыка профессионального шеф повара.

**Бронирование и помощь по телефону:** Менеджер демонстрирует искреннюю, непринужденную манеру, удовлетворяя потребности гостя и вежливо, уважительно обращается к гостю по имени, предоставляя

дополнительную информацию о заведении. Обеспечивает выполнение инструкций, связанных с подтверждением брони.

**Начальное приветствие гостей:** Имя гостя используется соответствующим образом. Время бронирования в течение пяти минут. Если происходит задержка, сотрудник заведения обеспечивает место для ожидания и готов удовлетворить некоторые потребности гостя. Личная помощь гостю предоставляется дополнительно (убрать зонт, сумку, пальто, пакеты).

**Посадка (размещение) в зале:** Имя гостя используется соответствующим образом. Исполнение ожиданий и потребностей гостя. Стол готовится заранее для каждой брони.

**Обслуживание по еде и напиткам:** Обеспечивается повышенная степень личного внимания и осведомленности. Нужды гостей исполняются с безусловным желанием показать изысканность сервиса. Последовательное исполнение нужд гостей в спокойной манере и с высокой эффективностью, ненавязчиво и без нареканий. Весь персонал, обслуживающий столы, показывает грамотное знание меню, блюда описываются, начиная со способа готовки. Когда в наличии вино, специально обученный эксперт (сомелье) демонстрирует отменные знания вин и винной карты.

**Оплата, конец трапезы, уход гостей:** В дополнение для гостя перед отъездом предоставляются домашние подарки, например: персональное меню, специальные предметы, фрукты, шоколад в коробках, сувениры и т.д. Официант и встречающий знают, когда отбывает гость поименно. Персонал предвосхищает потребности клиента каким-то образом, например: проверка парковки, организация транспорта, предложением принести пальто и т.д.

**Вход, фойе:** Удобная зона регистрации.

**Зона ожидания (гостиная):** Роскошные и уникальные характеристики зоны ожидания.

**Элементы дизайна:** Наивысшее внимание ко всем элементам декора, помогают достичь эффект однозначной роскоши.

**Печатные материалы (меню\винная карта и т.д.):** Эксклюзивное качество усовершенствования всех элементов печати, покрытий и описания, обеспечивающие уникальный эффект роскоши.

**Покрывание столов, чехлы и салфетки:** Столы оббиты или имеют двойную скатерть для глушения звука. Скатерти и салфетки сделаны из натуральных тканей с ощущением роскоши (хлопок\лен) со свежеевыглаженным видом (минимум складок). Учитывается концепция заведения.

**Посуда:** Преимущественное использование разнообразных и уникальных деталей для преобразования общей презентации еды.

**Столовые приборы:** Все приборы составляют скоординированный набор.

**Стеклянная посуда (посуда для употребления напитков):** Составленный набор посуды лучшего качества во всех аспектах сервиса напитков (дизайн и качество барной посуды сопоставим со столовыми наборами).

**Стулья\табуретки\скамейки:** Роскошные стулья с мягкими подлокотниками, обеспечивающие наивысший комфорт и/или другие предметы для обеспечения комфорта гостей. Учитывается концепция заведения.

**Дополнения сервировки стола:** Первокласная общая картина стола. Отличные осветительные приборы, такие как: свечи современного\классического дизайна, настольные лампы, подсвечники. Наличие зарядки для мобильного телефона.

**Примечание:** требования учитывают концепцию заведения и применяются всегда индивидуально.

**IX/II Рейтинговый символ «ДВЕ ЗВЕЗДЫ»** - большой выбор услуг, предоставляемых потребителям (гостям), комфортность и удобство размещения потребителей (гостей) в зале, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных, фирменных блюд и изделий для организаций (предприятий) общественного питания, широкий выбор фирменных, заказных напитков и коктейлей - для баров, фирменный стиль, изысканность и оригинальность интерьера.

Организация (предприятие) общественного питания класса «две звезды» ориентирована на лиц (потребителей), находящихся в поиске опыта посещения элитных мест. На кухне работает исполнительный шеф повар и опытный персонал в его команде, меню отражает высокий уровень креативности и сложности, используя оригинальные презентации для улучшения высокого качества используются свежие продукты.

Обученный обслуживающий персонал демонстрирует сильное желание оправдать и удовлетворить потребности гостей. У ресторана есть сомелье, что бы дать гостю специфическую информацию, уникальные знания и разъяснения о предоставляемых винах и напитках. Обстановка уникальна, нестандартная и весьма изыскана, удобна и хорошо организована, включая качество материалов и разнообразие эксклюзивных дизайнерских улучшений для обеспечения первокласного уровня комфорта посетителей.

Класс рейтинга обозначает, что организация (предприятие) общественного питания обладает отличным уровнем качества общественного питания и обслуживания, характеризуется очень высоким уровнем туристской привлекательности. Риск ухудшения качества предоставляемых услуг, в случае изменения рыночных условий, минимален.

**Презентация:** (закуски, супы, салаты, основные блюда, десерты и другие предложения основываются на выборе минимум трёх блюд). Особое внимание к расположению еды на столе и дизайну. Креатив, артистичность и тонкое использование дополнительных элементов для усиления особых аспектов блюд. Каждое блюдо в меню обеспечивает разнообразие, текстуру, цвет, состав, тему и правильную температуру. Размен порции последователен и подходит для одного гостя. Большие и очень большие размеры блюд не типичны, поскольку они

тормозят способность гостя насладиться едой и всеми подаваемыми блюдами. Соусы и специальные дополнения уникальны для каждого блюда.

**Ингредиенты:** Отражает разнообразие местных и\или свежих региональных продуктов с рынка. Частое использование особых деталей. Нет признаков использования полуфабрикатов. Некоторые стандартные позиции в меню меняются сезонно.

**Подготовка меню:** Организации (предприятия) общественного питания, имеющие разделение по кухне на завтрак, обед и ужин, должны показывать демонстрировать аналогичные уровни сложности блюд в каждом периоде.

Меню представляет повышенное разнообразие передовой техники приготовления. Подготовка и время доставки высокоэффективна и соответствует потребностям гостя. Минимум две дополнительные характеристики, такие как: комплимент от шеф-повара, кондитерские изделия, фрукты в конце ужина или дополнительные сюрпризы для гостя.

**Бронирование и помощь по телефону:**

Менеджер отвечает на телефон оперативно, в течение трёх гудков, показывая высокий уровень телефонного этикета. Отзывчив в предоставлении информации, благодарит гостя за звонок.

**Начальное приветствие гостей:** Приветствие выполняется в оперативной и изысканной манере. Если посадка гостей за стол задерживается, гостю предлагают место в зоне ожидания.

**Посадка (размещение) в зале:** Изысканная манера обслуживания. Знакомство с клиентом после посадки. Предоставляется персональная помощь, (например, подвинуть стол или стул).

**Обслуживание по еде и напиткам:** Нет самообслуживания. Уровень навыков персонала высокий, обслуживание размеренное, адаптированное к запросам гостя. Общий уровень персонала формализованный, изысканный, персонал готов и показывает желание быть полезным для гостя. Командный подход к гостеприимству, который обычно предвидит и соответственно реагирует на просьбы гостей, показывая повышенную бдительность и внимание. Подготовка стола и другие специальные услуги выполняются с уверенностью и знанием. Когда в наличии вино, персонал ведет себя уверенно и профессионально в подаче напитков. На лицо углубленные знания винной карты.

**Оплата, конец трапезы, уход гостей:** Презентация чека проводится в соответствии с темой обстановки заведения. Официант ожидает, пока гость попросит счет. Внимание к чеку не броское и ненавязчивое. Встречающий знает, когда гость уходит.

**Вход, фойе:** Высококласная, удобная зона регистрации гостей.

**Зона ожидания (гостиная):** Высококласные характеристики зоны ожидания.

**Элементы дизайна:** Очевидно высокий уровень улучшенного качества. Все материалы высшего калибра. Свежие цветы и растения интегрированы в общую тему. Станция обслуживающего персонала не видна клиентам.

**Печатные материалы (меню\винная карта и т.д):** Высочайшее качество материалов и разнообразие стилей дизайнерских улучшений. Общий вид - первоклассный.

**Покрытие столов, чехлы и салфетки:** Покрытие стола выполнено из дизайнерских высококлассных материалов, таких как: сильно полированное дерево, гранит, мрамор и т.д. Скатерти состоят из натуральных материалов, таких как: хлопково-синтетические смеси, кожа, ротанг, бамбук и т.д. Хлопково-синтетические салфетки.

**Посуда:** Лучшее качество материалов и дизайна. Некоторое использование различных и уникальных деталей для преобразования общей картины презентации еды.

**Столовые приборы:** Нержавеющая сталь лучшего качества(18\10 или 18\8) утяжеленного веса с высококлассными дизайнерскими улучшениями.

**Стеклопосуда (посуда для употребления напитков):** Хорошо составленные наборы столовых приборов лучшего качества.

**Стулья\табуретки\скамейки:** Высококачественная конструкция с широкими набивками на сиденье и спинке для повышенного комфорта.

**Дополнения сервировки стола:** Первоклассная общая картина стола. Отличные осветительные приборы, такие как: свечи современного\классического дизайна, настольные лампы, подсвечники и прочие настольные декоративные осветительные приборы.

**Примечание:** требования учитывают концепцию заведения и применяются всегда индивидуально.

**IX/III Рейтинговый символ «ОДНА ЗВЕЗДА»** - определенный выбор услуг, предоставляемых потребителям, разнообразный ассортимент фирменных блюд, изделий и напитков сложного изготовления, характерный для организаций (предприятий) общественного питания, широкий или специализированный ассортимент напитков и коктейлей, в том числе заказных и фирменных (для баров), гармоничность и комфортность интерьера.

Организация (предприятие) общественного питания класса «одна звезда» должна показывать заметно улучшенный уровень презентации блюд (например, использование распространенных гарниров в сочетании с правильной посудой). Как правило, меню предлагает широкий выбор знакомых и популярных блюд, или домашней еды, еду готовят по заказу и по разумным ценам. Обслуживание в основном должно быть приятным и спокойным. Окружение и обстановка, как правило, ограничена в масштабах, но имеет приятный и часто семейно-ориентированный дизайн.

Организация (предприятие) общественного питания класса «одна звезда» имеет профессионального повара и вспомогательный персонал хорошо обученных поваров. Меню профессионально подготовлено и обычно отражает последние тенденции кухни или традиционную кухню. Как правило, есть расширенный выбор напитков в дополнение к меню, международные, региональные сорта вин, особые сорта пива, коктейли и безалкогольные напитки.

Профессиональный управляющий обеденным залом руководит действиями персонала и обеспечивает эффективную работу. Обслуживание показывает определенный уровень изысканности, предусмотрено бронирование, персональная помощь или умение адаптироваться к определённым потребностям гостя. Предприятия этого класса начинают позиционироваться как изысканные и часто относятся к ориентированным на состоятельных гостей (посетителей).

Класс рейтинга обозначает, что организация (предприятие) общественного питания, обладает хорошим уровнем качества общественного питания и обслуживания, характеризуется высоким уровнем туристской привлекательности. Риск ухудшения качества предоставляемых услуг, в случае изменения рыночных условий, минимален.

**Презентация:** Закуски, супы, салаты, основные блюда, десерты и другие предложения основываются на выборе минимум трёх блюд. Очевидные на вид улучшения в расположении, разнообразии и цвете. Все хорошо скомбинировано и производит впечатление. Гарнир и дополнения к блюдам гармонируют с ингредиентами. Продвинутый уровень гарнира и украшения блюд, включая метод нарезки (нарезка с рисунком, соломка, длинные палочки или другие стили, нарезные овощи и фрукты, особая зелень, цветы или травы).

**Ингредиенты:** Преимущественно свежие, повышенное использование особых элементов. Минимальные признаки использования полуфабрикатов.

**Подготовка меню:** Организации (предприятия) общественного питания, имеющие разделение по кухне на завтрак, обед и ужин, должны показывать демонстрировать аналогичные уровни сложности блюд в каждом периоде.

Меню включает наличие продвинутых техник приготовления, например таких как: готовка в кипящей жидкости, обжарка в масле, оригинальные решения для соусов, суфле, муссы, уровни прожарки мяса и другое. Еда хорошо приготовлена, большинство блюд готовятся по заказу.

#### **Бронирование и помощь по телефону:**

Бронирование принимается по общим правилам, но не является обязательным требованием. Телефон обслуживается профессиональным сотрудником в манере приятной для клиента, помогая в решении его вопросов. Сотрудник должен быть в состоянии отвечать на второстепенные вопросы, такие как: часы работы, статус курения (если курение в общественных местах не запрещено национальными правилами, законодательством) или отвечать на общие вопросы по меню и т.д.

**Начальное приветствие гостей:** В зоне регистрации присутствует персонал, отвечающий за встречу гостей, либо любой сотрудник, которому разрешено приветствовать гостей. Место для встречи клиентов постоянно укомплектовано персоналом. Соответствующий сотрудник следит за прибытием гостей. Гостю предоставляется информация о примерном времени ожидания.

**Посадка (размещение) в зале:** Помощь при посадке гостей предоставляется сотрудником заведения. Дополнительные сидячие места убираются, если необходимо. Меню и винная карта (если доступна) преподносятся своевременно и предлагается каждому гостю.

**Обслуживание по еде и напиткам:** Самообслуживание отсутствует. Обслуживающий персонал обладает хорошими навыками, адаптируется к запросам гостя. Общий уровень поведения персонала последовательный, ненавязчивый и обеспечивает хорошую производительность, с акцентом на внимании к посетителям. Заметна изысканность в обслуживании. Существует уточнение, когда и какое вино есть в наличии.

**Оплата, конец трапезы, уход гостей:** Презентация чека улучшена каким-то образом. Чек приносится в определенное время удобное для посетителей. Официант приносит и следит за счетом.

**Вход, фойе:** Четкое разделение на зону регистрации и другие (обедающие не отвлекаются на ожидающих гостей).

**Зона ожидания - гостиная:** Расширенная зона ожидания или гостиная (со столами, стульями) отчетливо отделенная от зоны приема пищи.

**Элементы дизайна:** Хорошо организованный дизайн и тема (концепция) заведения для комфорта и размещения гостей, включает разнообразие дизайна, например: цвета, ткани, текстура, освещение и т.д. для достижения общего заметного отличительного эффекта.

**Печатные материалы (меню\винная карта и т.д):** Качество материалов отличается дополнениями (бумага, чернила, привязки, папка\чехол и т.д) разнообразие печатных техник и заметные улучшения в дизайне. Общий вид редкого дизайна.

**Покрытие столов, чехлы и салфетки:** Покрытие стола выполнено в декоративном стиле с полированной (лакированной или акриловой, стеклянной) поверхностью. Улучшенные синтетические скатерти, например: полиэстер, спандекс, кожзаменитель и т.д. Синтетические бумажные салфетки.

**Посуда:** Вся посуда заметно хорошего качества и дизайна. Предусмотрена специальная посуда для хлеба и масла, тарелки, горшочки, кувшины и т.д.

**Столовые приборы:** Среднего веса, нержавеющая сталь с очевидными дизайнерскими улучшениями. Соответственный вид для соответствующих позиций в меню.

**Стеклянная посуда (посуда для употребления напитков):** Среднего веса, посуда хорошего, высококлассного стиля. Подходящая посуда для соответствующих напитков.

**Стулья\табуретки\скамейки:** Стулья хорошей сборки и подходящих материалов, тканевых или кожаных, обеспечивающих устойчивость и комфорт.

**Дополнения сервировки стола:** Декоративные держатели салфеток, живые цветы, заранее поданные сетки приборов и бокалов (стеклянной посуды). Декоративные свечи, специальное освещение или светильники, масляные лампы.

**Примечание:** требования учитывают концепцию заведения и применяются всегда индивидуально.

**IX/IV Класс рейтинга « 0 »** - обозначает, что организация (предприятие) общественного питания обладает пока недостаточным уровнем качества



общественного питания и обслуживания, характеризуется низким уровнем туристской привлекательности. Риск ухудшения качества предоставляемых услуг, в случае изменения рыночных условий, значительный.

## **Х. Укрупненные (общие) показатели качества общественного питания и обслуживания.**

При проведении независимой оценки качества общественного питания, инспектор-оценщик осуществляет независимую оценку по следующим укрупненным показателям:

ассортимент реализуемой продукции, блюд, напитков, мучных кондитерских и булочных изделий, их разнообразие и сложность изготовления;

техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочные решения и т.д.);

методы и формы обслуживания;

методы резервирования и заказа;

время обслуживания потребителей (время ожидания, предоставления и потребления услуги);

профессиональную подготовку и уровень квалификации персонала;

условия обслуживания (комфортность зала, мебели, этику персонала, эстетику оформления, интерьер и т.д.);

обеспечение безопасности жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества, соблюдение действующих национальных правил оказания услуг общественного питания и обслуживания;

удобство подъездных путей и пешеходных доступов к входу организации (предприятия) общественного питания, наличие необходимых справочно-информационных указателей;

благоустройство территории, прилегающей к организации (предприятию) общественного питания и освещенности в темное время суток;

архитектурно-планировочные решения и конструктивные элементы зданий и/или помещений организаций (предприятий) общественного питания;

наличие аварийных выходов, лестниц, инструкций о действиях в аварийной (чрезвычайной) ситуации;

действия персонала в чрезвычайной ситуации;

наличие хорошо заметных информационных указателей, обеспечивающих свободную ориентацию потребителей, как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации;

наличие (при необходимости) приспособлений для обслуживания инвалидов (наклонные пандусы у входных дверей для проезда инвалидов колясок, лифты, площадки для разворота инвалидной коляски в залах, специально оборудованные туалетные комнаты согласно действующим национальным строительным нормам и правилам и т.д.);

стилевое единство интерьера зала, мебели и сервировки столов (тематическая или национальная направленность);

цитируемость (присутствие) организации (предприятия) общественного питания в средствах массовой информации, специальных туристских изданиях (интернет-изданиях), социальных сетях, в туристских справочниках.

Что бы получить соответствующий класс рейтинга, организация (предприятие) общественного питания должна отвечать следующим требованиям:

1. Все удобства, которые непосредственно связаны с организацией (предприятием) общественного питания, всегда должны быть чистыми и поддерживаемыми в хорошем состоянии.

2. Вся еда и напитки должны быть хорошего качества.

3. Организация (предприятие) общественного питания должна быть удобна расположена для бизнеса или отдыха и путешествий.

4. Весь персонал организации (предприятия) общественного питания должен профессионально соблюдать свои обязанности, соблюдая этику и обеспечивая внимательный, добросовестный сервис для гостей (посетителей).

5. Управление организацией (предприятием) общественного питания, или его представители, должны быть в лёгкой доступности для жалоб или просьб посетителей.

6. На первом месте для заведения должны стоять процедуры приготовления пищи и обслуживания.

7. Управление организации (предприятия) общественного питания должно быть готово, предоставлять информацию по запросу рейтинговой организации (агентства) на длительной основе для поддержания наиболее точной информации для путешествий и публикаций о туристской привлекательности организации (предприятия) общественного питания.

8. Организация (предприятие) общественного питания должна соответствовать всем местным административным правилам и национальным законам.

9. Организация (предприятие) общественного питания должна иметь достоверные, читаемые вывески во всех соответствующих областях.

10. Все «родственные» предприятия, напрямую связанные с организацией (предприятием) общественного питания (такие как: комнаты для проведения банкетов, пекарни, магазины сувениров и другие), должны соответствовать всем утвержденным требованиям.

11. Хорошее освещение должно присутствовать во всех общественных местах, включая освещение в коридорах, тротуарах, лестницах, парковке автотранспорта и т.д.

## **XI. Важные элементы.**

Важные элементы отражают более субъективное, личное впечатление инспектора-оценщика от посещения организации (предприятия) общественного питания и приема пищи:

### **Еда**

**Хлеб** – если хлеб не предлагается, должны учитываться особенности блюд, вместе с которыми должен быть подан хлеб. Если хлеб предлагается, его качество зависит от уровня рейтинга, от простого хлеба до креативных и интересных изделий;

**Приправы** - с увеличением класса рейтинга, качество приправ улучшается, в отношении к приготовлению, презентации и ингредиентов. Типичные приправы: горчица, кетчуп, майонез, уксус, соль, перец, сахар, искусственные подсластители, масло и крем. При высоком классе рейтинга многие приправы являются свежеприготовленными с различными дополнительными атрибутами;

**Комплименты** - такие как: вступление от шефа (закуска), интермеццо (очищающие вкус блюда), суп, кондитерские изделия, выпечка или печенье, бесплатный напиток, прощальный подарок и т.д. Обычно соответствует классу рейтинга «две звезды», «три звезды»;

**Вкус** - при оценке вкуса, инспектором-оценщиком рассматриваются следующие аспекты: все ли ингредиенты соответствуют меню? Ингредиенты дополняют друг друга или конфликтуют? Правильно ли приправлено блюдо, посолено, кислое или горькое? Подходят ли соусы к еде или конфликтуют со вкусом? Соответствует ли аромат ожиданиям?;

**Температура** - правильная ли температура у блюда (та, что должна быть горячей-горячая, а холодной-холодная)?;

**Разнообразие** - степень оценки разнообразия носит исключительно субъективный характер и зависит от таких факторов, как ожидание от трапезы, качество представленных блюд и концепции организации (предприятия) общественного питания;

**Напитки** – с увеличением класса рейтинга, как правило, растет качество и разнообразие напитков. У посетителей обычно уточняется, автоматически наливать воду или по дополнительной просьбе. Организации (предприятия) высокого класса рейтинга предлагают, как правило, газированную и негазированную воду. Если не представлены алкогольные напитки, обращается внимание на действующие законы (национальные обычаи), концепцию организации (предприятия) и региональную конкуренцию. При классе рейтинга «две звезды» и выше, винная карта должна предлагать вина с различными уровнями составной сложности, цены, доступности и вида;

**Цена** - рассматривается расположение, декор, обслуживание и еда. Соответствует ли общее впечатление потраченной сумме?;

**Компетентность/квалификация** – была ли пища приготовлена как заказывалось? Мясо пережаренное или недожаренное? Естественны ли текстура и цвет овощей? Все ли супы, соусы правильной консистенции? Выполнение всех пунктов является абсолютным на уровне «три звезды»;

**Другое** - наблюдения за различными аспектами посещения заведения, не описанные выше, которые произвели своеобразное впечатление.

### **Обслуживание - сервис**

**Отношение к посетителям** – радушие приема во всех областях. Уровень увеличивается с классом рейтинга;

**Своевременность** - все ли проходило правильно? Во всех зонах и во всех классах рейтинга;

**Внимательность** – были ли официанты учтивы, внимательны и сконцентрированы на обслуживании гостя? Все зоны: чем выше рейтинг, тем сильнее внимание к деталям;

**Уровень знаний** – умело ли персонал предоставляет информацию о предложениях еды и напитков? Насколько эффективна и полезна эта информация?;

**Способность/желания обслуживать особые запросы** – внесет ли шеф-повар изменения в пункты меню из-за вкусовых предпочтений или здоровья, или сможет ли персонал уладить какие-то другие специальные запросы гостей;

**Внешний вид** – показывает ли внешний вид персонала соответствие классу рейтинга организации (предприятия) общественного питания?;

**Парковка** – предлагается отведенное место для парковки. Есть ли специальный персонал, помогающий с парковкой;

**Опции оплаты** – различные виды оплаты соответствующие виду деятельности организации (предприятия) общественного питания;

**Компетентность** – достаточно ли персонал обучен и квалифицирован, демонстрирует способность угодить гостю?;

**Другое** – наблюдения за различными аспектами посещения заведения, не описанные выше, которые произвели своеобразное впечатление.

### **Декор – окружение - атмосфера**

**Экстерьер** – производит ли на гостя впечатление расположения, благоустройство или зона парковки ?;

**Движение людей** – оказывает ли какое-то воздействие на трапезу гостя движение других клиентов и персонала?;

**Расположение столов** – позволяет ли расположение столов легко выйти\сесть за стол, доступность для официанта и есть ли зона личного комфорта?;

**Температура и вентиляция** – комфортна ли температура в помещении и хорошо ли оно проветривается? Переизбыток или недостаток системы кондиционирования (вентиляции)?;

**Освещение** – достаточно и правильно ли рассеивается освещение?;

**Уровень шума и музыки** – соответствует ли уровень шума тематике заведения? Могут ли гости вести разговор как они и рассчитывали?;

**Вместимость** – оценивается способность заведения обслуживать клиентов относительно того, насколько заполнено помещение. Влияет ли пустота или наполненность организации (предприятия) общественного питания на общее впечатление?;

**Туалетные комнаты** – насколько хорошие условия? Соответствуют ли удобства теме заведения, легкодоступны, хорошо ухоженные и обеспеченные?;

**Обслуживание инвалидов** – позволяет ли расположение интерьера, беспрепятственный доступ гостей с ограниченными возможностями?;

**Другое** – наблюдения за различными аспектами посещения заведения, не описанные выше, которые произвели своеобразное впечатление.

## **XII. На контроле (Watchlist)**

Рейтинговая организация (агентство) применяет термин Watchlist (“на контроле”), чтобы показать, что рейтинг находится в процессе пересмотра на предмет его возможного изменения в краткосрочной перспективе. Рейтинг может быть поставлен на контроль в связи с возможностью повышения или понижения, а в более редких случаях и без определенной направленности.

Обязательство исключается из списка находящихся на контроле, когда его рейтинг повышается, понижается, подтверждается или отзывается.

## **XIII. Базовые показатели – элементы оценки (касается всех классов).**

Инспектор – оценщик, во время инспекционного посещения обращает внимание на следующие факторы и присваивает баллы по следующим базовым показателям, касающихся всех классов организаций (предприятий) общественного питания:

### **Уборка помещений.**

Уборка и поддержание чистоты в течение рабочего дня. Обращается внимание на гостевые помещения, туалетные комнаты, наличие или отсутствие санитарной обработки, наличие или отсутствие пыли на мебели, на напольных покрытиях (коврах), обращается внимание на использование систем дезинфекции и дезодорации, учитывается состояние растений в гостевых помещениях. Состояние туалетных комнат и санузлов. Комплектность туалетных комнат расходными материалами. Соблюдение требований санитарии и гигиены при уборке туалетных комнат и санузлов. Безопасность (доступность) хранения моющих и дезинфицирующих средств.

### **Чистота посуды и столового белья.**

Наличие или отсутствие на столовой посуде остатков пищи, чистота столовых приборов. Качество столового белья (салфетки, полотенца, ручки, скатерти и т.д.) сухое и хорошо проглажено, используются ли отбеливающие и крахмаливающие средства.

### **Гардероб, система обслуживания.**

Общение с посетителями производится с соблюдением правил этикета. Манера приветствия гостей. Оказание помощи гостям, при обслуживании в гардеробе. Чистота и порядок в помещении гардероба. Сотрудники гардероба (гардеробщик) имеют ли опрятный вид, соблюдают ли правила личной гигиены. Наличие жетонов с указанием номера места хранения вещи. Наличие системы хранения забытых гостями вещей, наличие плечиков для верхней одежды, вешалок с кронштейнами, шкафов-ячеек для обуви и ручной клади. Соблюдение этикета при приеме-выдаче вещей гостям, оказание помощи при снятии и одевании гостями верхней одежды.

### **Входная группа (услуги швейцара).**

Общение с посетителями производится с соблюдением правил этикета. Вежливое приветствие гостей. Оказание помощи посетителям при парковке машин. Вызов такси по просьбе посетителей (гостей). В некоторых случаях оказания содействия услуг гардеробщика. Швейцар имеет опрятный вид, соблюдает правила личной гигиены.

### **Холл организации общественного питания (услуги администратора холла, хостеса).**

Общение с посетителями производится с соблюдением правил этикета. Вежливое приветствие гостей. Первоначальное консультирование гостей об услугах организации (предприятия) общественного питания, разъяснение относительно особенности кухни, вариантов системы оплаты, разъяснение меню и винной карты. Оказание содействия посетителям по размещению гостей за столом. Способность создавать атмосферу доброжелательности и взаимодействия с гостями. В некоторых случаях оказание содействия гостям при приеме заказов на бронирование столиков. Соблюдение правил этикета. Опрятный вид персонала, соблюдение правил личной гигиены.

### **Обслуживание гостей в зале (услуги официанта).**

Прием заказов у посетителей на блюда, напитки. Консультирование гостей по вопросам приготовления и подачи пищи и напитков. Разъяснения и рекомендации по напиткам и их сочетаемости с блюдами. Механизм, форма, осуществление, подачи гостям блюд и напитков. Сервировка стола. Презентация блюд и напитков. Механизмы и формы расчета с гостями. Общение с посетителями (гостями) производится с соблюдением правил этикета. Вежливое приветствие гостей. Соблюдение правил этикета. Опрятный вид, соблюдение правил личной гигиены.

### **Обслуживание гостей в баре (услуги бармена).**

Общение с посетителями (соблюдением правил этикета). Вежливое приветствие гостей. Механизм, форма, обслуживания гостей за барной стойкой. Консультирование гостей по напиткам и продукции реализуемой в баре. Наличие выбора алкогольных и безалкогольных коктейлей, чайного и кофейного меню оформление коктейлей. Чистота и исправность оборудования и инвентаря бара. Вежливое и добродушное приветствие гостей. Соблюдение правил этикета. Опрятный вид, соблюдение правил личной гигиены.

### **Оказание услуг по обслуживанию гостей вином и другими напитками (сомелье, работник винной комнаты (погреба).**

Общение с посетителями производится с соблюдением правил этикета. Вежливое приветствие гостей, разъяснения и рекомендации по выбору вин, крепких напитков, минеральной воды, пива, чая, кофе и других напитков. Наличие винного меню (карта вин), наличие чайного и кофейного меню. Вежливое и добродушное приветствие гостей. Соблюдение правил этикета. Опрятный вид, соблюдение правил личной гигиены.

### **Оказание услуг по обслуживанию гостей сигарами (услуги фумелье).**

Оценивается только при условии отсутствия запрета в национальном законодательстве на курение в общественных местах.

Общение фумелье с посетителями производится с соблюдением правил этикета. Наличие сигарной карты. Вежливое приветствие гостей, разъяснения и рекомендации по сигарам и спиртным напиткам. Знание особенности вкуса, аромата, цвета и других характеристик различных сортов сигар и основные правила сочетания спиртного и сигар.

Консультирование по выбору сочетания сигар и спиртного. Услуги для гостей (посетителей) по подготовке сигары (обрезание сигары) и подача сигары), консультирования о свойствах сигары, особенностях. Консультирование по сочетанию сигар и напитка для каждого посетителя индивидуально.

## **XIV. Комплекс принципов.**

Комплекс принципов и идеалов, на которых базируется стандарт:

### **1. Создание добавленной ценности для потребителей.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания последовательно повышают ценности для своих клиентов (потребителей), понимая, предвидя и удовлетворяя их потребности, ожидания и возможности.

### **2. Создание устойчивого будущего.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания, оказывают положительное влияние на туристскую привлекательность региона, посредством достижения выдающихся результатов в своей деятельности при одновременном улучшении экономических, экологических и социальных условий в сообществах, которые затрагивает их деятельность.

### **3. Развитие организационных возможностей.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания повышают свои возможности, эффективно управляя переменами, как внутри организации, так и за ее пределами.

### **4. Использование творчества и инноваций.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания создают рост ценности и уровня производительности через непрерывные улучшения и системные инновации, используя творческий потенциал своих заинтересованных сторон.

### **5. Лидерство с видением, воодушевлением и честностью.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания имеют отраслевых лидеров, которые определяют видение будущего и делают его возможным, выступая примером в отношении ценностей и этики общественного обслуживания.

### **6. Гибкое управление.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания получают соответствующий рейтинг туристской привлекательности за способность выявлять возможности и угрозы и реагировать на них результативно и эффективно.

### **7. Достижение успеха благодаря таланту людей.**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания ценят своих людей и создают культуру делегирования полномочий для достижения как организационных, так и личных целей.

### **8. Устойчивые выдающиеся результаты**

Совершенные организации (предприятия) общественного питания достигают и поддерживают выдающиеся результаты, которые соответствуют краткосрочным и долгосрочным потребностям всех своих заинтересованных сторон в контексте деятельности организации.