

УДК 338.48

**ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН КАК  
ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА**

*Павленко И. Г.<sup>1</sup>, Кендзерская Н. В.<sup>2</sup>*

*<sup>1,2</sup>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», Симферополь,  
Российская Федерация  
E-mail: <sup>1</sup>Iirin@rambler.ru, <sup>2</sup>natusja23348@mail.ru*

Инновационной доминантой успешного функционирования современных гостиничных комплексов является внедрение программ обслуживания иностранных граждан, формирующих перспективный вектор развития международной туристской индустрии. В данном исследовании рассмотрены преимущества, а также особенности реализации программ лояльности иностранных туристов с обоснованием актуальности их масштабного внедрения на территории Российской Федерации. Результатом анализа данных программ стало определение их значимости как неотъемлемой компоненты стратегического планирования современных гостиничных комплексов, формирующей основу повышения экономической эффективности предприятий.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, программы обслуживания, иностранные граждане, сертификация, критерии соответствия.

**ВВЕДЕНИЕ**

Современное развитие международного туризма обуславливает усиленное влияние культурно-религиозной интеграции на индустрию гостеприимства, что стимулирует гостиничные предприятия к улучшению качества обслуживания иностранных граждан путём создания комфортной среды для данной категории туристов, максимально удовлетворив при этом их потребности. Одним из основных инструментов создания привлекательного имиджа гостиничных комплексов для гостей различных культур, религий и взглядов стала сертификация по программам обслуживания иностранных граждан, получивших широкое распространение на международной туристской арене. Целью исследования является рассмотрение особенностей существующих программ обслуживания иностранных туристов в контексте их значимости для формирования инновационного бренда отечественной индустрии гостеприимства.

**1. ПРАВОВОЙ АСПЕКТ СЕРТИФИКАЦИИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

Комплекс широкомасштабных программ обслуживания иностранных туристов, получивших распространение на международной арене гостеприимства, начинает в последние годы активно внедряться на отечественном рынке гостиничной индустрии и представлен следующими направлениями:

- 1) «India Friendly»;
- 2) «China Friendly»;
- 3) «Japan Friendly»;
- 4) «Halal Friendly» [1].

## ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

---

Реализация программ обслуживания иностранных граждан предусматривает добровольную сертификацию по соответствию условиям данных проектов. В Российской Федерации правовые аспекты сертификации туристских услуг, а также гостиничных услуг, в частности, регулируются различными нормативными документами, среди которых необходимо выделить Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», основные теоретические аспекты которого представлены следующими терминами в контексте проблематики данного исследования:

1) Сертификация — форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров;

2) Сертификат соответствия — документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров;

3) Знак соответствия — обозначение, служащее для информирования приобретателей, в том числе потребителей, о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации [2].

### 2. ПРОГРАММА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ «CHINA FRIENDLY»

В контексте рассмотрения программ обслуживания иностранных гостей необходимо отметить тот факт, что как на международном туристском рынке, так и на территории РФ наблюдается рост уровня азиатских туристских потоков, среди которых лидирующую позицию занимает Китай. Согласно данным Росстата, объём въездных туристских поездок из КНР за 9 месяцев 2019 года составил 1 594 000 человек, благодаря чему Китай занял третье место по численности иностранных туристов на территории РФ после Украины и Казахстана. Таким образом, в условиях ежегодного наплыва китайских туристов на территории России с 2014 года реализуется программа «China Friendly» при поддержке Туристической ассоциации «Мир без границ». Также с 2015 года Россия стала участником крупного международного проекта «Chinese Friendly International», имеющего партнеров в таких странах как: Испания, Италия, Португалия, Индия, Колумбия, Мексика, США и др.

Программа «China Friendly» реализуется на территории РФ с целью создания комфортных условий пребывания для китайских туристов и, как следствие, популяризации отечественного туристского продукта на международном рынке [3]. Участниками проекта могут стать гостиницы и отели, апартаменты, дома отдыха, мини-отели, хостелы, музейные комплексы, галереи, цирки, выставки, туристические компании, предприятия питания и торговые центры. На сегодняшний день одними из многочисленных участников программы являются такие отечественные гостиничные предприятия: «Park Inn by Radisson Sheremetyevo Airport Moscow» (г. Москва), «Radisson Sonya Hotel» (г. Санкт-Петербург), «Rosa Ski Inn Hotel» (г. Сочи) и др.

Знак качества проекта «China Friendly» является официальным гарантом услуг высокого качества, предоставляемых объектами туристской индустрии, и соответствующих запросам китайских туристов. Условиями для получения гостиничным предприятием сертификата соответствия является предоставление

заявки на участие в программе, прохождение подробной консультации по взаимодействию с китайскими гостями и турбизнесом КНР, реализация предприятием реформаций с целью достижения соответствия критериям данной программы и прохождение аттестации на соответствие требуемым критериям, перечень которых представлен в таблице 1.

Таблица 1.  
Критерии соответствия средства размещения нормативам программы «China Friendly»

Информация о средстве размещения	Услуги в отеле, в том числе в номере	Оплата	Обслуживающий персонал
– оформленный на китайском языке веб-сайт гостиничного комплекса; – навигационные указатели на китайском языке; – информационные материалы на стойке администратора на китайском языке; – визитная карта гостиничного предприятия на китайском языке; – пресса на китайском языке.	– бесплатный Wi-Fi; – информация в номере об услугах отеля, предоставленная на китайском языке; – наличие горячей кипячёной воды; – телевизионные каналы на китайском языке; – тапочки в номере; – электрические розетки принятого в КНР стандарта либо адаптеры; – адаптированный завтрак; – меню ресторана отеля на китайском языке.	– POS-терминал с возможностью оплаты картами China UnionPay; – банкомат, принимающий карты China UnionPay.	– сотрудник отеля, владеющий китайским языком; – возможность оперативного перевода китайской речи.

Составлено авторами по [3].

Базовый набор услуг, необходимых китайскому туристу, отражает достаточную неприхотливость китайцев. Для них главное — ощущение комфорта, который заключается в возможности самостоятельного изучения нужного материала и понимании происходящего вокруг [4].

### 3. ПРОГРАММА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ «INDIA FRIENDLY»

Достаточно перспективной для отечественной гостиничной индустрии является программа «India Friendly», реализуемая с 2016 года по инициативе Русского Информационного Центра в Индии при поддержке Российского Союза Туриндустрии, Санкт-Петербургского государственного экономического университета и Национального маркетингового центра по туризму «Visit Russia» [5].

Актуальность реализации программы на территории РФ обусловлена следующими факторами:

1) Индия — страна с населением свыше 1,25 млрд человек, среди которых более 50% — моложе 25 лет, а также с самой крупной прослойкой среднего класса, который любит путешествовать;

## ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

---

2) количество индийских туристов, посетивших РФ, сохраняет тенденцию к ежегодному увеличению на 18–20%, занимая по темпу прироста пятое место в мире;

3) к 2026 году Индия планирует войти в десятку стран по объёму выездного туризма, занимая на сегодняшний день 12 место;

4) к 2030 году прогнозируется увеличение числа туристов из Индии до 50 млн;

5) проект «India Friendly» может стать мощным инструментом в адаптации гостиничного предприятия под запросы индийских туристов, а также способствовать организации рекламы и привлечению новых клиентов.

Увеличение числа индийских туристов на территории РФ зависит от того, насколько гостиничная индустрия будет готова принять этот контингент гостей, исходя из специфики их религии, культуры и многовековых обычаев, в разрезе рассмотрения которых необходимо выделить следующие особенности:

1) индийцы активно посещают новые места, уважают искусство, культуру, историю и считают необходимым стремление к саморазвитию;

2) индийцы — очень открытые, улыбчивые и общительные люди, задающие множество вопросов, в том числе личных. Они любят знакомиться и заводить новые отношения;

3) индийцы очень чувствительные к своей культуре, традициям, вероисповеданию и могут принимать замечания, вопросы и безобидный юмор слишком близко к сердцу;

4) индийцы очень трепетно относятся к вопросу питания. Они почти категорически не приемлют никакую другую пищу, кроме национальной, и при отсутствии возможности питаться именно ей чувствуют себя крайне некомфортно [6].

Индийские туристы имеют также стойкие предпочтения в еде, среди которых необходимо выделить следующие:

1) больше половины индийцев — вегетарианцы, обязательной частью диеты которых являются молоко и продукты молочного происхождения;

2) для большинства индийцев «не вегетарианцев», не употребляющих в пищу говядину, возможной альтернативой является курица, рыба, баранина или свинина;

3) рис является основным продуктом питания для индийцев, поэтому данный продукт станет актуальным в любых вариантах с различными дополнениями в виде жареных овощей и специй;

4) индийская кухня насыщена специями, обладающими ярко выраженным вкусом и ароматом, в частности, перец чили присутствует во всех национальных блюдах. Помимо специй, индийцы добавляют в пищу гораздо больше соли, чем принято в России или Европе;

5) индийцы любят сладкое во всех видах, но некоторые из них могут употреблять исключительно вегетарианские сладости (не содержащие яиц и животных жиров) [7].

В программе «India Friendly» могут участвовать гостиницы, мини-отели, апартаменты, хостелы, а также предприятия питания и досуговые центры, включая музеи и торгово-развлекательные комплексы. Обязательным условием получения гостиничным комплексом сертификата соответствия программы является организация учебного курса по теории и практике для персонала, необходимым элементом которого является также обучение поваров ресторана отеля приготовлению блюд с учётом особенностей индийской кухни. Основные требования

к адаптации гостиничного предприятия под запросы индийских туристов отражены в таблице 2.

Таблица 2.  
Критерии соответствия требованиям программы «India Friendly» для  
гостиничных комплексов

Питание	Коммуникация	Оборудование	Услуги
– адаптированный завтрак в отеле, включающий не менее 5 горячих вегетарианских блюд; – указание на табличках вегетарианских/невегетарианских блюд, а также присутствия в них говядины; – возможность организации кейтеринга из	персонал, свободно владеющий английским языком.	– веб-сайт, информационные материалы гостиничного комплекса, навигация на английском языке; – наличие в доступе англоязычной прессы; – возможность осуществлять платежи по банковским картам (Visa, Master Card); – переходники для	– возможность размещения групп от 10 человек; – чай, кофе, горячая вода круглосуточно (кулер в коридоре или электрочайник в номере); – наличие бесплатной питьевой воды в свободном доступе (в бутылках или кулерах); – телевизионные каналы на
индийских ресторанов города или наличие в ресторане средства размещения собственного шеф-повара, являющегося специалистом по индийской кухне; – меню на английском языке.		электроприборов азиатского стандарта, обязательные к выдаче гостям вместе с ключом от номера.	английском языке; – бесплатный Wi-Fi.

Составлено авторами по [7].

Предприятия-участники программы «India Friendly» получают возможность продвижения на туристическом рынке Индии через индийских туроператоров, турагентов, СМИ, включения в каталог «India Friendly» на официальном сайте программы, а также информационную поддержку со стороны Русского информационного центра в Индии [8]. Некоторыми представителями отечественных участников программы являются следующие: «Prince Park Hotel» (г. Москва), «The Radisson Royal Hotel» (г. Санкт-Петербург), «Imperial 2011 Hotel» (г. Ялта) и др.

#### 4. ПРОГРАММА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ «JAPAN FRIENDLY»

С июня 2018 года в России начала функционировать система добровольной сертификации услуг «Japan Friendly», зарегистрированная в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт). Инициатором, разработчиком и оператором программы является компания «Tumlare», входящая в японский холдинг JTB. Данная компания работает в России с 1992 года и считается одним из крупнейших операторов въездного туристического потока из Японии [9].

По данным Росстата, в последние годы туристский въездной поток из Японии проявляет устойчивую тенденцию к увеличению (рис. 1), что обуславливает необходимость повышения качества гостиничных услуг, предоставляемых данной категории потребителей с учётом их национально-культурных особенностей [10].

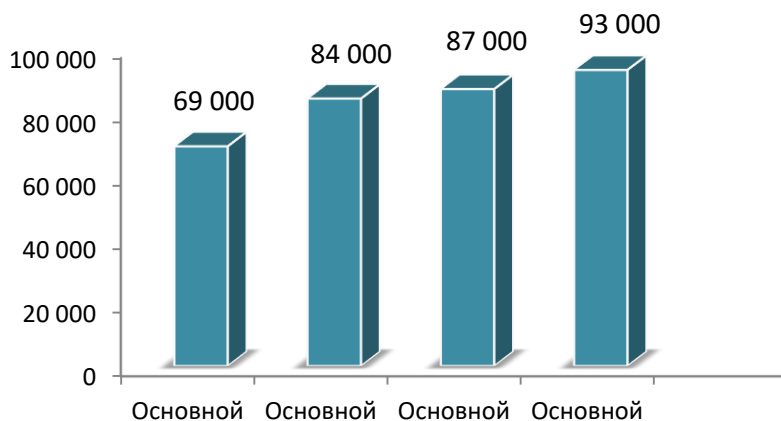


Рис. 1. Динамика въездного туристского потока из Японии за 2016–2019 гг.  
Составлено по [10].

Система добровольной сертификации «Japan Friendly» может быть внедрена на базе средств размещения, предприятий питания, туристических, транспортных и торговых компаний, реализующих основную цель программы — предоставление услуг японским туристам на том уровне, к которому они привыкли в родной стране, так как качество клиентского обслуживания в Японии является одним из высочайших в мире [11].

В основу программы «Japan Friendly» положен многолетний опыт работы «Tumlare», глубокое знание японской культуры и менталитета, рекомендации японского турбизнеса и пожелания самих туристов [12]. В рамках реализации проекта представители гостиничной индустрии имеют возможность повысить уровень собственной информированности о предпочтениях японцев, которые необходимо учитывать при организации процесса обслуживания данной категории потребителей, включая следующие особенности:

- семейные пары из Японии чаще предпочитают номера не с одной кроватью, а с двумя;
- у японцев есть традиция отдыхать в ванной в конце дня, поэтому душ в номере для них менее предпочтителен;
- приезжая в Россию, японцы с интересом пробуют блюда отечественной кухни, отказываясь от японских блюд;
- английским владеют немногие японцы, поэтому меню ресторана должно быть с картинками или на японском языке;
- одним из нюансов делового этикета является необходимость подавать свою визитку японцу не одной, а двумя руками [13].

Условием получения знака качества программы «Japan Friendly» является соответствие строгим критериям. При сертификации гостиницы, помимо классических требований к номерному фонду, учитывается ряд следующих факторов:

- возможность оплаты гостиничных услуг с использованием банковской карты японской платежной системы JCB;
- блюда японской кухни как обязательный элемент меню ресторана гостиничного комплекса;
- персонал, владеющий английским языком и знаниями о менталитете и обычаях японцев;
- веб-сайт и система навигации отеля на английском языке с использованием в навигации изображений международных пиктограмм.
- наличие газет на японском языке (дополнительное требование для гостиниц категории «5 звезд») [14].

Российскими гостиничными предприятиями-участниками программы являются следующие: «Hotel National» (г. Москва), «Hotel Astoria» (г. Санкт-Петербург), «Angleterre Hotel» (г. Санкт-Петербург) и др.

Гостиничные комплексы, являющиеся обладателями сертификата соответствия программы, получают возможность продвижения на японском туристическом рынке, участвуя в профильных мероприятиях Японии на льготных основаниях. Информация о предприятиях, получивших знак качества программы «Japan Friendly», размещается на её официальном сайте, а обладатели сертификата приобретают право использования знака соответствия программы в своей рекламной продукции.

## **5. ПРОГРАММА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ «HALAL FRIENDLY»**

Программой обслуживания иностранных гостей, которую также следует рассмотреть подробно в контексте её значимости для въездного туризма Российской Федерации, является «Halal Friendly». Основной целью данного проекта, реализуемого с сентября 2015 года компанией ООО «Спутник — спорт энд бизнес тревел», является привлечение туристов-мусульман из других стран, а также регионов России, в которой проживает, по некоторым оценкам, более 20 млн мусульман из более чем 2 млрд мусульман, проживающих в мире [15].

## ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

---

«Халяль» в широком смысле этого слова означает соответствие нормам ислама, дозволенность для потребителей и может относиться к различным сферам деятельности человека, соответственно объектами сертификации могут быть гостиничные услуги, предприятия общественного питания, салоны красоты и фитнес-центры, а также персонал.

Согласно условиям программы «Halal Friendly», оценка возможности получения сертификата соответствия гостиничным комплексом осуществляется на основании следующих критериев:

- место в номере для осуществления ежедневной молитвы (намаза) или наличие молельной комнаты в отеле, оборудованных необходимыми принадлежностями (коврики, чётки);

- наличие в номере указателя направления на Мекку (Кибла) и расписание времени молитв;

- наличие у гостя возможности взять молитвенный коврик в аренду;

- санузел для комфортного осуществления ритуального омовения, оборудованный согласно мусульманским стандартам;

- наличие в отеле услуг общественного питания (рестораны, бары), соответствующих стандарту «Халяль», а также аналогичного сервиса доставки еды;

- организация ифтара и сухура (приёмы пищи после захода солнца и перед рассветом) для гостей в период Рамадана (мусульманского поста);

- места общего пользования (тренажерные залы, пляжи, бассейны, сауны, массажные салоны и SPA-кабинеты) должны быть отдельными для мужчин и женщин или иметь отдельный график посещений;

- запрещено наличие в номерах картин с изображением людей и животных, а также с любым содержанием, несовместимым с исламскими нормами;

- запрещено наличие в номере минибара, содержащего алкогольную продукцию;

- персонал должен носить униформу, соответствующую нормам ислама, а также быть одного пола с обслуживаемыми гостями;

- персонал гостиницы обязан иметь достаточный уровень знаний основ ислама и обслуживать гостей с учётом исламской этики.

Условием соответствия ресторана или кафе стандартам «Халяль» является выделение специальных маркированных мест хранения продукции, используемой для оказания услуг общественного питания, и контроль отсутствия её контакта с иной продукцией при хранении. Оборудование и инвентарь, используемые при обработке пищевой продукции и приготовлении блюд (разделочные доски, ножи, посуда, технологическая тара и т. д.), должны использоваться исключительно для блюд,готавливаемых в рамках оказания услуг общественного питания «Халяль» [16].

Согласно условиям программы «Halal Friendly», заявитель при желании имеет возможность сертифицировать не весь гостиничный комплекс, а лишь номерной фонд (отдельные номера) или только услуги общественного питания.

Сертификация «Халяль» в соответствии с Законом РФ «О сертификации продукции и услуг» проводится на основании договора между заявителем и Международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России. Процедура получения сертификата соответствия включает в себя



прохождение нескольких этапов. Структурные компоненты проведения сертификации по данной программе отражает рисунок 2.

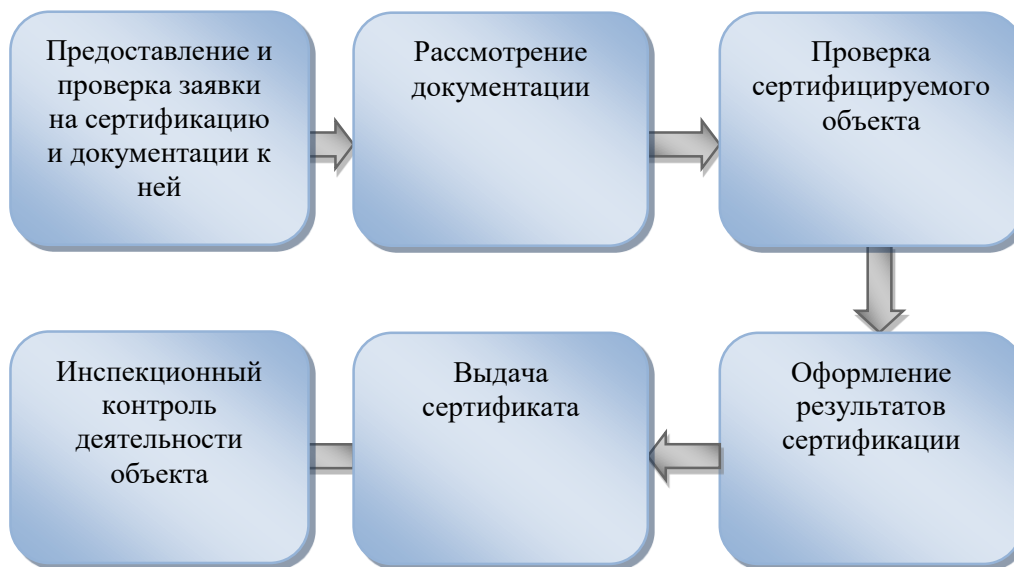


Рис. 2. Этапы проведения сертификации по программе «Halal Friendly».

Источник: составлено авторами.

По данному виду сертификации разработана система оценки — от одной до пяти лун:

– одна луна: номера отеля оборудованы по стандартам ислама; в наличии расписание намазов, а также информация о близлежащих предприятиях общественного питания «Халяль»;

– две луны: комплекс гостиничных услуг предусматривает завтрак по стандарту «Халяль», а также наличие молельной комнаты;

– три луны: служба питания гостиничного предприятия полностью соответствует мусульманским стандартам;

– четыре луны: отель располагает специальными отдельными бассейнами, саунами, парикмахерскими и SPA-салонами с персоналом одного пола с обслуживаемыми гостями;

– пять лун: отель оказывает исключительно услуги «Халяль» и полностью соответствует нормам ислама, что предусматривает наличие отдельной кухни, бассейнов, саун, салонов красоты для мужчин и для женщин, а также персонала одного пола с гостями [17].

На сегодняшний день на мировой арене туристской индустрии отдых по стандартам «Халяль» уже на активной стадии развития в то время, как на территории РФ он только набирает обороты. Отечественными представителями гостиничной индустрии, получившими знак качества «Halal Friendly», являются следующие:

## ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

---

«AZIMUT Moscow Olympic Hotel» (г. Москва), «Aerostar Hotel» (г. Москва), «Korston Club Hotel» (г. Казань), «Relita-Kazan Hotel» (г. Казань) и др.

Особенно актуальным является распространение сертификации по стандарту «Халяль» на территории Республики Крым, как перспективного туристского региона РФ, где доля мусульман составляет 12% от общей численности населения, а ислам является одним из факторов социокультурного развития полуострова. Это проявляется в строительстве мечетей, внедрении религиозного образования и проведении различных религиозных мероприятий. При Духовном управлении мусульман Республики Крым и г. Севастополя с 2008 года функционирует Центр сертификации и стандартизации халяльной продукции «Элял». В 2019 г. сертификацию успешно прошла туристическая компания «Ариадна-Крым» — первая турфирма в Республике Крым, работающая в данном направлении [18]. Среди известных крымских гостиниц, обладающих сертификатом соответствия «Халяль», на сегодняшний день можно выделить отель «Ribera Resort & SPA» (г. Евпатория).

Согласно данным Международного сертификационного центра «Халяль», в среднем на продукцию или услуги данной категории производители увеличивают добавленную стоимость от 10 до 20%, в зависимости от специфики самой продукции. В то же время, себестоимость товаров или услуг увеличивается на сумму не более 1%, что указывает на возможность расширения экономического потенциала предприятия, предоставляющего продукцию «Халяль». Также несомненными преимуществами продукции, имеющей сертификат соответствия программы, являются следующие компоненты:

- дозволенность (отсутствие в продукции запрещенных исламом элементов, а именно свинины, алкоголя и крови);
- польза для здоровья;
- безопасность (дополнительная проверка и контроль сертифицирующей организацией).

Исходя из анализа преимуществ программы «Halal Friendly», можно определить её знак качества, как важный инструмент в привлечении потребителей любого вероисповедания. Туристы, желающие посетить предприятие, сертифицированное по данной программе, могут быть уверены в высоком уровне предоставляемых услуг и их безопасности.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Формирование качественной системы обслуживания иностранных граждан является неотъемлемой частью успешного развития современной индустрии гостеприимства, предприятия которой функционируют в динамично видоизменяющихся условиях рынка. Рассмотрение особенностей программ обслуживания иностранных туристов позволяет выявить эффективность данных проектов как стратегического ориентира гостиничных комплексов, целью которых является получение внешнего конкурентного преимущества и, как следствие, повышение экономической эффективности.

Список литературы

1. Benur A. M., Bramwell B. Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*. 2015. Vol. 50. pp. 213–224.
2. О техническом регулировании: федер. закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901836556> (дата обращения: 07.04.2021).
3. Официальный сайт программы «China Friendly» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://chinafriendly.ru/> (дата обращения: 07.04.2021).
4. Павленко И. Г. Система управления качеством гостиничных услуг // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. № 13 (5). С. 36–42
5. Гузикова М. О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации // *М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург* : Изд-во Урал. ун-та, 2015. 124 с.
6. Zhang H. M., Xu F. F., Leung H. N., Cai L. P. The influence of destination country image on prospective tourists' visit intention: Testing three competing models. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2016. Vol. 21, Ussue. 7. pp. 811–835.
7. Скобельцына А. С., Белякова Е. С., Навани П. India Friendly: новый этап в развитии российско-индийских отношений в области туризма и гостеприимства // *ПСЭ*. 2016. № 3 (59). С. 271–272.
8. Официальный сайт программы «India Friendly» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.india-friendly.ru/> (дата обращения: 09.04.2021).
9. Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ratanews.ru/news/news\\_5062018\\_4.stm](https://ratanews.ru/news/news_5062018_4.stm) (дата обращения: 08.04.2021).
10. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 09.04.2021).
11. Павленко И. Г. Российский рынок гостиничных услуг: состояние и перспективы развития международных и национальных гостиничных цепей // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. №13 (2). С. 44-53.
12. Официальный сайт программы «Japan Friendly» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://japan-friendly.ru/> (дата обращения: 09.04.2021).
13. Reisinger Y. *International Tourism: Cultures and Behaviour*. Oxford — Burlington: Elsevir, 2009. 420 p.
14. Портал Индустрии гостеприимства и питания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.horeca-magazine.ru/article/6746/> (дата обращения: 05.04.2021).
15. Вапнярская О. И. Развитие межкультурных коммуникаций в туризме // *Сервис +*. 2017. № 11 (4). С. 37–48.
16. Духовная Л.Л. Сертификация объектов туристской индустрии по программе «Halal Friendly»: современный аспект // *Сервис в России и за рубежом*. 2017. № 6 (76). С. 41–53.
17. Официальный сайт Центра по стандартизации и сертификации «ЦентрХаляльНадзор» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://goshalalnadzor.ru/> (дата обращения: 10.04.2021).
18. Информационная платформа КрымPRESS [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://crimeapress.info/v-duhovnom-upravlenii-musulman-kryma-podveli-itogi-2019-goda/> (дата обращения: 10.04.2021).

**SERVICE PROGRAMS FOR FOREIGN CITIZENS AS A FACTOR IN THE  
DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC HOSPITALITY INDUSTRY**

*Pavlenko I. G.<sup>1</sup>, Kendzerskaya N. V.<sup>2</sup>*

*<sup>1,2</sup>V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation*

*E-mail: <sup>1</sup>11irin@rambler.ru, <sup>2</sup>natusja23348@mail.ru*

One of the most relevant manifestations of globalization is the formation of intercultural relations and communication, which is carried out within the framework of the development of international tourism and the hospitality industry as its component. The innovative dominant feature of the successful functioning of modern hotel complexes is the implementation of programs for servicing foreign citizens, aimed at increasing profits and increasing the competitiveness of enterprises.

This study examines the advantages of these programs, the specifics of the conditions for their implementation with the justification of the relevance of widespread implementation in the Russian Federation, as well as domestic hotels-participants of the considered programs.

The methodological basis of the research is the analysis of the literature and the generalization of theoretical data in combination with such general logical methods of cognition as analysis and synthesis, deduction and modeling, taking into account the principles of a systematic approach, as well as the use of elements of content analysis.

The theoretical basis of the research is the statistical data of Rosstat, materials of Federal Laws of the Russian Federation, data of information and educational portals of such programs as “India Friendly”, “China Friendly”, “Japan Friendly”, “Halal Friendly”, as well as the works of domestic and foreign researchers devoted to the peculiarities of serving foreign citizens and the development of intercultural communication in the tourism industry.

The result of the analysis of current loyalty programs for foreign guests was the determination of their importance as an integral component of the strategic planning of modern hotel complexes, forming the basis for improving the economic efficiency of enterprises. As a result, this factor determines the need for a larger-scale implementation of such innovative projects on the territory of the Russian Federation and certain promising multicultural regions of the country in order to form a stable position of the state in the global market of international tourist services.

**Keywords:** hospitality industry, service programs, foreign citizens, certification, compliance criteria.

**References**

1. Benur A. M., Bramwell B. Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 2015, Vol. 50, pp. 213–224.
2. О техническом регулировании: федер. закон от 27.12.2002 no. 184-FZ. [Electronic resource]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901836556> (reference date: 07.04.2021).
3. Официальный сайт программы `“China Friendly”`. [Electronic resource]. URL: <https://chinafriendly.ru/> (reference date: 07.04. 2021).

4. Pavlenko I. G. Sistema upravleniya kachestvom gostinichnykh uslug (The quality management system of hotel services). *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2010, no 13 (5), pp. 36–42. (in Russian).
5. Guzikova M. O., Fofanova P. Yu. Osnovy` teorii mezhkul`turnoj kommunikacii (Fundamentals of the theory of intercultural communication). *M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federacii, Ural. feder. un-t. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta*, 2015. 124 p. (in Russian).
6. Zhang H. M., Xu F. F., Leung H. H., Cai L. P. The influence of destination country image on prospective tourists' visit intention: Testing three competing models. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2016, Vol. 21, Issue. 7, pp. 811–835.
7. Skobel`cyna A. S., Belyakova E. S., Navani P. India Friendly: novy`j e`tap v razvitii rossijsko-indijskix odnoshenij v oblasti turizma i gostepriimstva (India Friendly: a new stage in the development of Russian-Indian relations in the field of tourism and hospitality). *PSE`*. 2016, no 3 (59). pp. 271–272. (in Russian).
8. Oficial`ny`j sajt programmy` "India Friendly". [Electronic resource]. URL: <http://www.india-friendly.ru/> (reference date: 09.04.2021).
9. *Ezhednevnyaya e`lektronnaya gazeta Rossijskogo soyuza turindustrii*. [Electronic resource]. URL: [https://ratanews.ru/news/news\\_5062018\\_4.stm](https://ratanews.ru/news/news_5062018_4.stm) (reference date: 08.04.2021).
10. *Federal`naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki*. [Electronic resource]. URL: <https://www.gks.ru/> (reference date: 09.04.2021).
11. Pavlenko I. G. Rossijskoj ry`nok gostinichny`x uslug: sostoyanie i perspektivy` razvitiya mezhdunarodny`x i nacional`ny`x gostinichny`x cepej (Russian market of hotel services: condition and development prospects international and national hotel chains). *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2019, no 13 (2), pp. 44–53. (in Russian).
12. Oficial`ny`j sajt programmy` "Japan Friendly". [Electronic resource]. URL: <https://japan-friendly.ru/> (reference date: 09.04.2021).
13. Reisinger Y. *International Tourism: Cultures and Behaviour*. Oxford — Burlington: Elsevir, 2009. 420 p. (in English).
14. *Portal Industrii gostepriimstva i pitaniya*. [Electronic resource]. URL: <https://www.horeca-magazine.ru/article/6746/> (reference date: 05.04.2021).
15. Vapnyarskaya O. I. Razvitie mezhkul`turny`x kommunikacij v turizme (Development of cross-cultural communications in tourism). *Servis +*. 2017, no 11 (4), pp. 37-48. (in Russian).
16. Duxovnyaya L. L. Sertifikaciya ob`ektov turistskoj industrii po programme "Halal Friendly": sovremenny`j aspekt (Tourist industry objects certification under the "Halal Friendly" program: the modern aspect). *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2017, no 6 (76). pp. 41-53. (in Russian).
17. Oficial`ny`j sajt Centra po standartizacii i sertifikacii "CentrXalyal`Nadzor". [Electronic resource]. URL: <http://roshalalnadzor.ru/> (reference date: 10.04.2021).
18. *Informacionnaya platforma Kry`mPRESS*. [Electronic resource]. URL: <https://crimeapress.info/v-duhovnom-upravlenii-musulman-kryma-podveli-itogi-2019-goda/> (reference date: 10.04.2021).

*Поступила в редакцию 11.05.2021 г.*