

## ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

Зиявитдинов Х.Х.<sup>1</sup>, Файзиева С.К.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Зиявитдинов Хабибулло Хамидович – преподаватель,  
кафедра экономики сферы сервиса;

<sup>2</sup>Файзиева Сайёра Кудратовна – преподаватель,  
кафедра туризма и гостиничного хозяйства,  
Бухарский государственный университет,  
г. Бухара, Республика Узбекистан

**Аннотация:** в данной статье дается краткая характеристика организации питания иностранных туристов. Эти сложившиеся особенности, обычаи, вкусы, привычки следует по возможности учитывать при организации обслуживания иностранных туристов предприятиями общественного питания. Если учитывать вышеуказанное, не всегда даётся предпочтение подаваемым блюдам, закускам и напиткам и правильной организации и обслуживанию иностранных туристов.

**Ключевые слова:** туризм, организации питания, обычаи, вкусы, блюда, закуски, напитки, обслуживание иностранных туристов.

У каждого народа существуют свои, исторически сложившиеся особенности питания. Они связаны с географическим положением, историей страны, ее экономикой, с народными традициями и вероисповеданием.

При приезде туристов в страну в зависимости от класса обслуживания иностранным туристам предоставляется различный объем услуг. Одним из видов услуг, предоставляемых иностранным туристам, является питание. От организации и качества их обслуживания в ресторанах, кафе и столовых во многом зависят их впечатления от поездки. Каждый турист — это реклама для посещения других туристов и необходимо что бы впечатления остались хорошие.

Каждая страна старается побольше подать блюда национальной кухни не учитывая индивидуальность туристов. Необходимо чтобы организация питания туристов было на должном уровне т.е. правильно подобранные рестораны, кафе, столовые отвечали необходимыми требованиями для приема иностранных туристов и кроме национальной кухни были приготовлены также блюда и закуски в зависимости от национальных традиций туристов.

У людей разных национальностей являются присущие им вкусы в выборе продуктов питания, приготовлении блюд, применении различных способов и технологических приемов тепловой обработки продуктов, использовании специй и приправ. Есть также и определенные пищевые ограничения. Так, например, американцы пьют кофе перед завтраком, а

перед обедом пьют чистую воду со льдом. В европейской традиции завтракать, обедать и ужинать с минеральной или фруктовой водой, а в восточной — не употреблять минеральной воды совсем. Датчане, норвежцы, чехи и румыны не любят баранину. Англичанам не стоит предлагать вареные колбасы, мучные соусы, заливную рыбу, блины и пельмени. Европейцы и американцы не любят острых приправ, а выходцы из Азии, Центральной и Южной Америки — наоборот. Итальянцы, чехи, болгары, румыны, арабы не едят черного хлеба. Немцам, австрийцам, швейцарцам, французам, итальянцам, грекам, арабам, туркам лучше предлагать кофе, а китайцам, японцам, индейцам, корейцам — чай. Японцы и корейцы не пьют молока. Румыны не употребляют соусы, а корейцы не признают бульонов.

Особого внимания требует организация питания верующих людей. Так, в определенные дни и периоды не употребляют пищи животного происхождения (кроме меда) православные и католики. Индуисты не пьют молока и не едят говядины. Не употребляют свинины и алкогольных напитков мусульмане. Верующие иудеи в приготовлении и употреблении пищи придерживаются законов кашрута — правил, которые нужно соблюдать при приготовлении не только праздничной, но и ежедневной пищи. Например, запрещено смешивать молочную и мясную пищу, употреблять мясо животных, которые не жуют жвачку и не имеют раздвоенного копыта, а также мясо хищных животных и птиц, пресмыкающихся и рыб, у которых нет плавников и чешуи (в частности моллюсков), а также все продукты, полученных из этих животных. Еда для верующих иудеев в ресторанах должна готовиться в присутствии раввина.

Необходимо также учитывать особенности в режиме питания выходцев из разных стран, которые характеризуются временем приема пищи, ее калорийностью в разное время суток. Англичане, французы, американцы второй прием пищи называют ланчем. По времени он совпадает с нашим обедом. В меню ланча нет первых блюд, есть закуски, вторые блюда, сладкие блюда и кофе или чай. Обед — по времени равен нашему ужину — состоит из закуски, первого и второго блюда, десерта, чая или кофе. Признаком повышенного внимания к английским гостям будет организация для них пятичасового чая (five o'clock).

Учет национальных традиций питания должно отображаться в меню. Оно должно быть разнообразным по дням недели. В меню нужно включать не менее пяти-шести фирменных блюд и блюд на заказ. Оптимальный вариант — составление меню, в которое бы входили блюда национальной кухни принимающей страны, блюда европейских кухонь и блюда национальных кухонь гостей. По просьбе туристов предприятия питания обязаны заменять блюда с учетом наличия на предприятии сырья, в том числе, обеспечивать диетическими и вегетарианскими блюдами. Детям от двух до двенадцати лет, путешествующих в составе групп иностранных

туристов или с семьями, питание предоставляется по специальному меню в пределах 50% стоимости питания соответствующего класса обслуживания.

Туристические фирмы должны заключить договора заблаговременно о приезде иностранных туристов руководителям предприятий общественного питания. В договорах указывается период, с которого начинается обслуживание и обеспечивается постоянный заезд иностранных туристов в соответствии с лимитом мест, выделенных в ресторане для обслуживания, интервалы питания, условия обеспечения туристов питанием, стоимость дневного рациона их питания, условия и порядок расчетов, вопросы, связанные с дополнительными расходами, возникающими при обслуживании иностранных туристов.

В штате ресторанов и кафе, выделяемых для обслуживания иностранных туристов, должны быть работники (метрдотели, официанты, бармены), владеющие одним-двумя иностранными языками (английским, немецким, французским) объеме, необходимым для выполнения своих обязанностей. Меню в этих ресторанах и кафе должны быть напечатаны на русском и иностранных языках и вложены в фирменные обложки.

Про организацию питания туристов можно говорить много, но основные аспекты мы сегодня рассмотрели и надеюсь для туристических организаций это пойдет на пользу. Выводы по данной статье можно сделать такие что правила по предоставлению организации питания иностранным туристам в настоящее время не все выполняются и не учитываются национальные традиции. Туристам предоставляется всем завтрак по типу Шведский стол – это очень удобный и выгодный тип сервировки и подачи завтрака остальные выше перечисленные виды завтраков не всегда используются. Что сказать о служебном персонале, то работники, обслуживающие туристов в ресторане не все, владеют иностранными языками. Культура обслуживания и внешний вид официантов также не соответствует в кафе, столовых. Есть много видов сервировки стола по разным стилям незнание работников ПОП приводит к однообразию. А также блюда и закуски в меню месяцами могут быть одинаковыми. Все эти недочеты приводит к спаду качества и недовольства туристов. Хотелось бы ожидать лучшего от предприятий общественного питания, так как предоставляемые услуги по питанию влияют на впечатления туристов.

### *Список литературы*

1. *Станкович Г.П.* Особенности питания иностранных туристов. Учебное пособие. М.: Интурист, 2007.
2. *Усов В.В.* Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. М.: ИЦ Академия, 2005.

3. Усов В.В. Организация обслуживания в ресторане. М.: Высшая школа, 2006.
4. Джаббаров И.Г. Проблемы и решения подбора официантов на предприятиях общественного питания // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 207-210.
5. Navruz-Zoda B. et al. Perspectives on the improvement of Uzbekistan as a destination for multi-confessional self-organised pilgrims // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 2019. Т. 7. № 4. С. 87-96.
6. Djuraeva Z.T., Mahmudova N.U., Khurramov O.K. Definitions, principles and main features of ecotourism // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования, 2016. С. 783-789.
7. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 374-377.
8. Kayumovich K.O., Annamuradovna F.S. The main convenience of internet marketing from traditional marketing // Academy, 2020. № 1 (52).
9. Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Alimovich F.E. Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas // Достижения науки и образования, 2020. № 1 (55).
10. Таурова М.М., Рахматуллаева Ф.М. Условия формирования инновационной экономики // Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы, 2015. № 1. С. 115-118.
11. Khurramov O.K., Fayzieva S.A., Saidova F.K. The aspect and influence of use the global internet in tourism // Достижения науки и образования, 2019. № 13 (54).
12. Таджиева С.У., Ходжаева Д.Х. Основные направления развития промышленного производства региона // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 377-380.
13. Khurramov O.K., Fayziyeva S.A., Saidova F.K. Osobennosti elektronnoy onlayn-rynka v turizme // Vestnik nauki i obrazovaniya, 2019. № 24-3. С. 78.
14. Ходжаева Д.Х. Особенности развития агропромышленного комплекса Республики Узбекистан // Современные тенденции развития аграрного комплекса, 2016. С. 1409-1413.
15. Kayumovich K.O., Annamuradovna F.S., Kamalovna S.F. Features of electronic online market in tourism // Вестник науки и образования, 2019. № 24-3 (78).
16. Таджиева С.У. Развитие сельского туризма в Бухарском регионе // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 339-344.
17. Махмудова Н.У., Шомуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе // Современные тенденции и

актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России,  
2017. С. 279-284.