**СОДЕРЖАНИЕ:**

СТР

|  |  |
| --- | --- |
| Введение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_   1. КАК ВЫБИРАТЬ ПАКЕТНЫЙ ТУР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2. КАК ПРОДАВАТЬ ТУР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 3. КАК БРОНИРОВАТЬ ТУР И ИНСТРУКТИРОВАТЬ КЛИЕНТА \_\_\_ 4. СТАНДАРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТУРОВ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 5. ФИНАНСОВЫЕ И НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ ДЛЯ ТУРИСТОВ \_\_\_\_ 6. ДОРОЖНОЕ СТРАХОВАНИЕ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 7. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ГОСТИНИЦАМИ И БРОНИРОВАНИЕ МЕСТ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 8. ПИТАНИЕ В ГОСТИНИЦАХ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_   ЛИТЕРАТУРА\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | **2** 5  8  10  11  15  16  18  22  23 |

#### **Введение**

Тур представляет собой заранее спланированную и оплаченную туристическую поездку водно или несколько мест. Туры как правило существуют в виде Inclusive Tours (IТ), - "включенных туров", подразумевающих предварительный заказ и оплату всего комплекса необходимых услуг: перелетов, переездов, переноски багажа, проживания, питания и др. Туры осуществляются практически в любую точку мира, по морю, по суше и по воздуху, на любой вкус и карман. Соответственно, туры могут осуществляться на территории страны проживания клиента (Domestic Inclusive Тош - DIT) или с выездом за границу (Foreign Inclusive Tour - FIT). Для агента пропажа тура как специфической формы обслуживания представляет хорошую возможность предложить клиенту, отправляющемуся на отдых, широкий выбор включенных и дополнительных услуг.

"Готовые" пакетные туры как правило предлагаются и проводятся специальными компаниями, называемыми тур-операторами (tour operators или wholesalers). Такие компании организуют техническую сторону тура - бронируют гостиницы, перелеты, организуют питание и экскурсионное обслуживание в метах отдыха и т.д. - а также занимаются самостоятельной рекламой и маркетингом предлагаемых туров. При организации перевозки туристов крупные тур-операторы могут пользоваться как регулярными авиарейсами, осуществляя предварительное блоковое бронирование мест, так и при необходимости заказывать специальные чартерные авиарейсы для больших групп туристов. В США достаточна распространена практика, при которой большие многопрофильные тур агентства частично выступают и в роли тур-операторов. Так, например, агентства, специализирующиеся на одном географическом регионе, например, Восточной Европе или Ближнем Востоке, могут самостоятельно организовывать и предлагать групповые туры - особенно специальные (например, для любителей отдельных видов спорта, национальной кухни или напитков - чего угодно) - в страны этих регионов. Одновременно с этим, они могут выполнять чисто агентские функции, продавая готовые туры других тур-операторов в другие страны, на курорты и т.д.

Имеет место и обратная ситуация. Так, например, American Express **(http://www.americanexpress.com)** имеет большое подразделение - тур-оператора, занимающееся разработкой и проведением новых туров практически по всему миру. Одновременно с этим материнской компании принадлежит и розничное туристическое агентство, продающее эти туры потребителю.

Предлагая свой тур или, что чаще, целую серию туров, тур-оператор обычно публикует красочную рекламную брошюру с описанием предлагаемой поездки, стоимости и условий участия. Для того, чтобы иметь возможность использовать в ходе включенных туров специальные тарифы, тур-операторы, предлагающие их, должны удовлетворять определенным требованиям и быть зарегистрированными в IATA **(http://www.iata.org).** Среди прочих требований, выдвигаемых IATA к таким турам, - следующие:

Перелет должен осуществляться на рейсе одной из авиакомпаний-членов IATA;

В стоимость тура должно быть включено размещение в гостиницах на всем протяжении тура;

В стоимость тура также должна быть включена хотя бы одна из перечисленных ниже услуг: трансферы, экскурсии или аренда автомобиля.

IATA также должна одобрить маркетинговую брошюру тура. Все зарегистрированные туры получают от IATA специальный номер (IT NUmber), обычно публикуемый в брошюре или сообщаемый впоследствии тур агенту оператором. В большинстве случаев наличие у тура этого номера дает возможность туристическим агентам получить большую сумму комиссионных при бронировании и продаже билетов, связанных с участием пассажира в таком туре.

Различают две основные формы туров: с сопровождением (escorted tours) и без сопровождения (unsecorted tours).

Тур без сопровождения (его иногда также называют независимым туром -independent tour) предполагает самостоятельную поездку туриста по спланированному маршруту и как правило включает заказ и предварительную оплату следующих услуг:

1. Перелет в оба конца из города проживания туриста и обратно
2. Трансферы из аэропорта в гостинцу и обратно
3. Проживание в гостинице
4. Экскурсии или специальные поездки в месте отдыха - по желанию

Соответствующие налоги и чаевые могут быть включены или не включены.

Независимый тур предоставляет клиенту максимальную гибкость в выборе сроков и продолжительности поездки и набора желаемых услуг, в то же время позволяя снизить стоимость поездки за счет приобретения услуг в комплексе.

Для агента организация независимого тура представляет весьма трудоемкое дело, поскольку поиск и бронирование всех билетов, мест и т.п. должен производится напрямую в авиакомпаниях, гостиницах, компаниях по аренде автомобилей и экскурсионному обслуживанию. Тур агент также должен оформить и выдать на руки клиенту все авиабилеты, ваучеры, и прочие путевые документы для предъявления на месте в качестве подтверждения платежа. Для сравнения - при заказе группового тура с сопровождением у тур-оператора агенту необходимо лишь позвонить последнему и сделать заказ.

Тур с сопровождением предусматривает предварительное жесткое планирование, заказ и оплату авиабилетов, гостиниц, переноски багажа, наземного транспорта и питания и осуществляется в сопровождении профессионального гида, находящегося с группой 24 часа в сутки и решающего все возникающие проблемы на месте. Как правило такие туры организуются для групп туристов и широко рекламируются тур-оператором - компанией, осуществляющей организацию и проведение поездки. Туры с сопровождением в особенности рекомендованы для следующих категорий туристов:

* Люди преклонного возраста
* Нервные и не уверенные в себе туристы, опасающиеся неожиданностей
* Туристы-одиночки
* Люди, которые хотят увидеть максимум достопримечательностей в минимум времени
* Туристы, отправляющиеся в "экзотические" или небезопасные места: Восточная Европа, некоторые страны Юго-Восточной Азии и др.

При заказе рекламируемого пакетного тура с сопровождением у тур-оператора агенту необходимо выяснить следующие вопросы:

Является ли отправка тура в указанный день гарантированной, т.е. независимо от числа записавшихся. Если нет, то каков минимальный размер группы и сколько человек уже записалось.

Имеет ли клиент право на получение денег обратно в случает отказа от поездки, а если да, то до какого времени можно отказаться.

Разновидностью тура с сопровождением является hosted tour - тур, в котором принимает участие "хозяин" в месте отдыха. Обычно в этом случае туристов встречает в аэропорту представитель тур-оператора, помогающий поселиться в гостинице и провожающий туристов обратно на пути назад. К этому представителю также можно обратиться по всем возникающим вопросам в определенные часы каждый день. В случае поездки группы по нескольким городам или странам, представитель тур-оператора обычно встречает группу только в тех городах, где она останавливается на одну или более ночей.

Преимущества тура с сопровождением очевидны - полная организация всехбытовых вопросов, сопровождение опытного гида, минимум неожиданностей и оперативное решение всех проблем. В то же время, в рамках такого тура свобода действий туриста достаточно скованна жесткой программой, расписанием и т.д. В случае, если он добровольно пропустит какие-либо экскурсии, поездки или мероприятия, деньги за них не возвращаются.

1. **КАК ВЫБИРАТЬ ПАКЕТНЫЙ ТУР**

Большинство тур-операторов в Европе и США не работают напрямую с потребителями, а продают свои поездки только через туристические агентства. Именно поэтому тур-операторы в массовом порядке рассылают свои брошюры в тур агентства для ознакомления и раздачи заинтересованным клиентам. С этой же целью не менее активно осуществляется и целевая рассылка рекламных листовок с описанием туров по почте или факсу. Так, типичный американский тур агент, приходя утром на рабочее место как правило обнаруживает не менее десятка таких рекламных листовок, пришедших за ночь по факсу. Не меньшего количества можно ожидать и в ежедневной порции деловой корреспонденции, обычно представляющей собой весьма увесистую пачку.

Анализируя рекламную брошюру или листовку тур-оператора, следует обратить внимание на следующие важные детали, зачастую искусно замаскированные рекламным велеречием:

Включен ли перелет, т.е. является ли тур тем, что называют IT - Inclusive Tour; какая авиакомпания осуществляет перелет;

Количество ночей в гостинице. Помните, что счет продолжительности проживания в гостиницах обычно ведут по ночам, которых всегда на одну меньше, чем дней. Если брошюра написана по-английски, обратите внимание на сочетания типа 2 nights, 3 days/2 nights и т.д.;

Категория и месторасположение гостиниц;

Включены ли трансферы, т.е. переезды из аэропорта в гостиницу и обратно;

Какова экскурсионная программа тура, как и кем проводятся экскурсии, предоставляется ли транспорт. Проявите здоровую подозрительность к фразам типа "знакомство с достопримечательностями", "вечерняя прогулка" и т.д. Во время телефонного разговора с агентом тур-оператора получите от него подтверждение того, что под "знакомством с достопримечательностями" действительно подразумевается автобусная экскурсия с гидом, а не самостоятельное брожение брошенных на произвол судьбы туристов по незнакомому городу. Не стесняйтесь задать столько вопросов, сколько Вы считаете нужным. Помните, что от Вашей тщательности зависит, останется ли клиент довольным, а значит - обратится ли он к Вам в следующий раз.

Если в пакетный тур включено питание, обратите особое внимание на все, что связано с кухней, качеством пищи и включенным количеством приемов пищи. В частности, много недоразумений зачастую вызывает завтрак, для которого в разных странах могут использоваться различные обозначения, зачастую вводящие в заблуждение того, кто не знает их истинного значения . В США, например, существуют два типичных меню на завтрак: continental breakfast - легкий "континентальный" завтрак, состоящий из различных булочек, пирожных, сухих хлопьев (cereal), кофе и соков, иногда фруктов. Full American Breakfast в дополнение к этому включает яичницу, бекон, сосиски, жареный картофель - т.е. более разнообразное и "основательное" меню.

Включены ли в стоимость пакета чаевые, стоимость переноски багажа, налоги, портовые и другие сборы, которыми облагаются туристы в аэропортах многих стран. Если все или некоторые из указанных сборов не включены в стоимость тура, то, соответственно, его реальная стоимость для клиента будет отличаться от рекламируемой - зачастую, на достаточно значительные суммы. Руководствуйтесь здоровой подозрительностью, общепринятой в США: если что-то стоит невероятно дешево - ищите подвох. Заплатив 50 долларов, Вы вряд ли получите товара на сто.

Обратите особое внимание на disclaimer - раздел брошюры или контракта, в котором должно быть недвусмысленно перечислено все то, что НЕ ВКЛЮЧЕНО в стоимость поездки. Законодательство многих стран, регулирующее рекламную деятельность, предъявляет рекламодателю обязательное требование публиковать disclaimer в том или ином виде. Как правило, этот раздел публикуют в самом конце, в нижней части страницы, да к тому же и мелким шрифтом. В радио- и телевизионной рекламе соответствующую информацию обычно проговаривают неразборчивой скороговоркой в конце объявления. Однако, перефразируя известный анекдот, именно это и есть самое интересное.

Самое главное: не забудьте узнать у агента тур-оператора процент Ваших комиссионных. Помните, что размер комиссионных может часто зависеть от валового объема проданных Вами туров компании. Многие американские тур-операторы применяют специальные, более высокие поощрительные тарифы или специальные премии для наиболее результативных агентов.

С особой тщательностью следует подходить к турам, предлагаемым тур-операторами, использующим специальные чартерные авиарейсы (charter tour operators). С одной стороны, цены на предлагаемые ими поездки как правило ниже, чем при использовании обычных регулярных авиарейсов, и обычно включают:

* Перелет в оба конца из объявленного города
* Все трансферы
* Переноску багажа
* Гостиницу
* Экскурсионное обслуживание
* Все чаевые и налоги.

С другой стороны, такие туры могут иметь и ряд существенных недостатков:

В случае отказа клиента от поездки, тур-оператор может взимать т.н. consolation fee - "утешительный взнос", своего рода штраф за отказ от поездки. Именно чартерные тур-операторы чаще других прибегают к подобной практике, причем размеры таких штрафов могут быть весьма значительными, вплоть до полной стоимости оплаченной поездки. Поэтому, прежде чем заказывать такой тур для клиента, подробно расспросите представителя компании об условиях возврата денег в случае внезапного отказа от поездки.

Рейсы чартерных компаний часто могут быть связаны со значительными задержками. Нередки также случаи отмены вылета или изменения заранее объявленного маршрута.

В случае с чартерным вылетом клиент жестко связан датой и временем вылетов. В противоположность этому - при использовании регулярных авиарейсов в рамках индивидуальных туров без сопровождения турист зачастую имеет возможность сам определить и день и время вылета - как в одну, так и в другую сторону.

При выборе пакетного тура для клиента турагенту следует принять во внимание следующие факторы:

1. Кем организован тур, какова репутация и надежность данного тур-оператора

2. Тип тура: индивидуальный или групповой, с сопровождением или без.

3. Предпринимал ли клиент аналогичные поездки в прошлом. Это особенно важно, если клиент собирается в индивидуальную поездку, в другую страну, без знания языка и т.д.

4. Что представляет собой конкретный тур, какой набор услуг он включает, осмотр каких достопримечательностей и где он предполагает, все ли из предлагаемых услуг желательны для клиента. Само собой разумеется, что если клиент хочет ехать в Европу, а анализируемый Вами тур предлагает поездку в Африку на сафари, пусть даже и на очень выгодных условиях, то такая поездка не подойдет.

5. Комфортность и месторасположение го, используемых в туре, насколько они отвечают ожиданиям конкретного клиента.

6. Предполагаемое количество туристов в группе если поездка групповая. Многие люди не любят путешествовать большими группами и наоборот - кто-то предпочитает большие, шумные компании. Важен также и предполагаемый контингент туристов - если такую информацию можно получить. Вполне вероятно, что целевая молодежная поездка, скажем, по сети "Hard Rock Caffes" в различных европейских странах может не отвечать пожеланиям пожилой супружеской пары, также желающей совершить поездку в Европу.

7. Возраст клиентов. Людям преклонного возраста, как указывалось выше, во многих случаях лучше порекомендовать тур с сопровождением, с минимальной вероятностью возникновения неожиданностей.

8. Продолжительность тура. Например, тот, у кого в запасе только одна неделя, не сможет поехать в двухнедельную поездку.

9. Стоимость поездки.

**2. КАК ПРОДАВАТЬ ТУР**

Как и любой другой товар, тур, даже самый хороший, нужно уметь продать. Это особенно важно в условиях страны с развитой экономикой, где всего в избытке. Помните, что собравшийся на отдых клиент - в отличие, скажем, от бизнесмена, заказывающего авиабилеты для деловой поездки по телефону - скорее всего лично придет в агентство чтобы посоветоваться со знающим человеком. Обратите этот обстоятельство себе на пользу и попробуйте придерживаться следующих основных рекомендаций.

1. Помните, что Вы тур агент, а не государственный чиновник. Не заставляйте клиента ждать. Улыбнитесь, предложите ему стул, чашку кофе, сигарету - словом, дайте ему понять, что ему рады, что он Вам нужен. В конце концов, это правда от того, придет ли клиент к Вам или в агентство напротив зависит Ваш заработок.

2. Прежде всего выясните чего хочет клиент и сколько денег он готов потратить на предстоящую поездку. Бесполезно расписывать путешественнику прелести гостиницы "Риц" на Французской Ривьере, если у него нет лишних денег. Точно так же, спортсмен-горнолыжник скорее всего останется безучастным к достоинствам рыбной ловли во Флориде.

3. Обсуждая поездку с клиентом, выберите и прелложите вниманию клиента брошюры и другую имеюшуюся у Вас рекламную литературу, соответствующую его интересам. Одновременно с этим не следует ударяться в другую крайность разумно ограничьте количество рекламной литературы чтобы не запутаться самому и не сбить клиента с толку чрезмерным разнообразием.

4. В разговоре с клиентом постарайтесь произвести впечатление знающего человека, который сам побывал в том месте, которое он предлагает клиенту. Похвалите вид, открывающийся из окна третьего этажа дома номер 12 по бульвару Капуцинов в Париже, посетуйте на излишнюю остроту пищи в Мексике и крепость водки - в России. Помните, что продавец, не знающий своего товара, не внушает доверия.

5. В ходе беседы сравнивайте достоинства и недостатки аналогичных пакетов, гостиниц и т.д. в разных местах.

6. **НИКОГДА НЕ ОБМАНЫВАЙТЕ КЛИЕНТА:** во избежание будущих неприятностей убедитесь, что у клиента нет каких-либо необоснованных ожиданий, что он четко знает, чего ему ожидать от приобретаемой поездки. Иными словами, не пытайтесь выдать 3-звездочную гостиницу за пятизвездочную, а Черное море - за Средиземное.

7. Советуя клиенту, что выбрать, никогда не "зацикливайтесь" только на одном курорте, одном конкретном пакете или гостинице. Всегда есть вероятность того, что тот или иной тур полностью распродан, особенно в разгар сезона. В этом случае, не имея устраивающего клиента запасного варианта, Вы рискуете потерять данную конкретную продажу, а в худшем случае - и клиента, который больше не придет к агенту-растяпе.

8. При необходимости не бойтесь деликатно "подтолкнуть" сомневающегося клиента, однако при этом не перегните палку. Помните, что продажа модельной обуви безногому - высшее и наиболее сложное из искусств. Тех, кто в достаточной степени овладел этим искусством, ждут успех, плодотворная карьера и обеспеченная старость во Флориде.

9. Продав клиенту тур, обязательно проинформируйте его о погоде в выбранном им месте отдыха, посоветуйте, что взять с собой, скажите несколько слов о местных нравах, обычаях, достопримечательностях и ночных развлечениях. В конце концов, ведь это же Вы смотрели на Бульвар Капуцинов из окна третьего этажа и гарцевали по волнам на доске на Гавайях.

10. Будьте всегда в курсе рисков и возможных неудобств в популярных местах отдыха, связанных с их климатом, санитарным состоянием, политической ситуацией, уровнем экономического развития, преступностью и т.д. При необходимости, обязательно предупредите клиента о рисках, связанных с предпринимаемой им поездкой. В случае поездки в "экзотические" места или для занятий рискованными видами спорта - альпинизмом, серфингом, охотой на слонов и т.д. - посоветуйте клиенту приобрести специальную медицинскую страховку или полис страхования жизни. Имейте ввиду, что в 90-e годы в США значительно участились случаи судебных исков клиентов к туристическим агентствам, перед поездкой не поставивших их в известность о существующих неудобствах и опасностях.

11. И последнее. Никто не работает бесплатно, поэтому Ваша основная задача получить свои комиссионные за продажу тура. Тем не менее, не жертвуйте ряди этого своей репутацией профессионала и просто порядочного человека. В свое время в Америке люди, сделавшие это, вызвали к жизни весьма характерное сравнение: honest as а used саг dealer, т.е честен, как торговец подержанными автомобилями. Постарайтесь вести себя по отношению к клиенту так, чтобы Ваши действия не способствовали появлению в Вашей стране аналогичного высказывания в применении к людям избранной Вами профессии.

**3. КАК БРОНИРОВАТЬ ТУР  И ИНСТРУКТИРОВАТЬ КЛИЕНТА**

1. Подготовьте всю необходимую информацию:

Место назначения

IT-номер тура (если указан в брошюре)

Фамилию(и) туриста(ов)

Желаемые даты отправления и возвращения

2. Свяжитесь с представителем тур-оператора по номеру, указанному в брошюре или листовке. Если у Bac есть вопросы по условиям тура - обязательно задайте их. Если агент тур-оператора не может или не хочет дать Вам ответа - найдите другой тур и другую компанию. Их много.

3. Сообщите агенту тур-оператора всю указанную выше информацию, указав также, желаемую гостиницу (если есть выбор), количество человек в номере, необходимый тип кровати - двуспальную, две односпальных и т.д.

4. Если тур не включает переезд - сообщите агенту номер и дату рейса забронированного Вами для клиента**.**

5. Получите от агента и запишите номер сделанного заказа (confirmation number).

6. Не забудьте уточнить размер и порядок получения Вами комиссионных.

7. Обменяйтесь любезностями и повесьте трубку.

8. Получив от агента тур-оператора подтверждение заказа, возьмите с клиента деньги (или оформите счет на кредитую карточку - UCC) и без задержки перечислите тур-агенту причитающуюся сумму. В зависимости от принятого в Вашем агентстве порядка расчетов и условий платежа, выдвигаемых тур-оператором, Вы можете сразу вычесть свои комиссионные из общей суммы причитающегося тур-оператору платежа или получить из позднее.

9. Сообщите клиенту о сделанном заказе и проинструктируйте его. В случае, если тур предусматривает выезд за границу, проинформируйте клиента о паспортном, визовом и таможенном режиме, порядке обмена валюты и ограничениях на ее ввоз и вывоз из конкретной страны, работе пунктов обмена валюты или банков и т.д.

10. В случае, если для поездки требуется виза, оформите ее сами или объясните клиенту, как и где ее получить. Если Вы сами оформляете визу, спланируйте свои действия так, чтобы у Вас было достаточно времени для отправки паспорта клиента и необходимых сопроводительных документов в консульское учреждение и своевременного получения их обратно. Имейте ввиду, что для въезда в некоторые страны Центральной и Южной Америки - например, Бразилию, Мексику, Гватемалу - туристу необходимо помимо визы оформить специальную туристическую карточку. В случае, если это необходимо, бланки для этого можно получить у тур-оператора или авиакомпании, услугами которой он пользуется. При оформлении заказа тур-оператор всегда проинформирует Вас об этих деталях и может оказать помощь в оформлении соответствующих документов. Необходимую информацию по всем этим вопросам можно также получить в многочисленных профессиональных публикациях типа Travel Planner.

11. Для въезда в некоторые страны - Индию, Бразилию, страны Африки - и возвращения из них от обратно туристу необходимо сделать прививки - от чумы, ветрянки и др. Предварительно выясните соответствующие требования и проинформируйте клиента о них. В некоторых случаях, прививки можно сделать прямо в аэропорту отправления и там же получить соответствующие справки.

12. Не забудьте напоследок пожелать клиенту хорошего отдыха.

**4. СТАНДАРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТУРОВ**

В качестве примера общепринятых условий, на которых осуществляется приобретение туров, ниже приведены выдержи (в переводе) из помещенной в популярном американском журнале рекламной листовки с описанием туров по Европе, предлагаемых одним из американских тур-операторов.

**Как сделать заказ**

Обратитесь к своему тур агенту, который бесплатно закажет для Вас желаемый тур и окажет другую необходимую помощь.

Обратите внимание - тур-операторы практически никогда не имеют дела с туристами напрямую, только через тур агентства - Составитель

**Депозит и окончательная оплата**

При бронировании тура, для того чтобы зарезервировать за Вами место, необходимо внести депозит в размере *$100,* не подлежащий возврату в случае отказа от поездки. Депозит является составной частью полной стоимости поездки, которая должна быть внесена не позднее, чем за *45* дней до выезда-'. Допуск туристов к участию в поездке осуществляется по предъявлении специального ваучера *(Тоиг Membership Certificare)*, подтверждающего 100-процентную оплату.

Оплата должна быть произведена непосредственно тур агенту - наличными, чеком или кредитными карточками *Visa* **(http://www.visa.com)***, Mastercard* **(http://www.mastercard.com)** или *American Express.* Оплата считается окончательной только по получении ее тур-оператором.

**Отказ от участия**

В случае, если отказ от поездки производится за *45* дней до отправления, то предварительный депозит (максимум 20% от общей стоимости) не возвращается. Если отказ производится менее, чем за *45* дней, то из внесенной стоимости тура удерживаются следующие штрафы *(cancellation fees):*

*За 45-16 дней 20% от стоимости*

*За 15-1 дней 35% стоимости*

*Менее 1 дня 100% стоимости*

В случае, если турист потребовал изменения даты и времени вылета, в зависимости от остающегося до вылета времени, авиакомпания, осуществляющая рейс, может налагать дополнительные штрафы. В случае отмены запланированного тура оператором после оформления авиабилетов, возврат денег за поездку производится по возвращении авиабилетов тур-оператору.

**Плата за изменение брони**

В каждом случае изменения условий бронирования по требованию туриста взимается разовый операционный взнос в размере $20. Изменения даты и времени менее, чем за *45* дней до вылета, считаются отказом от участия в туре с последующим произведением нового заказа. При этом применяются указанные выше штрафы.

(Поскольку мало кто заказывает свой тур более, чем за 45 дней, на практике редко приходится иметь дело с депозитом. Как правило, туристы заказывают поездку за 1-3 недели, внося при этом полную стоимость сразу. Данное условие выдвигается тур-оператором в качестве "страховки" на случай, если клиент, заказавший тур слишком заблаговременно, впоследствии откажется от поездки - Составитель.)

**Отправка дополнительных групп**

Иногда, в случае наличия значительного количества желающих принять участие в том или ином туре, могут быть заказаны дополнительные автобусы для поездки. Для того, чтобы избежать накладок с размещением и переполнения гостиниц, оператор оставляет за собой право в этом случае изменить порядок следования дополнительных групп на обратный тому, что указан в брошюре *(* т.е. начать маршрут "с конца").

**Участие в туре**

В целях соблюдения интересов всех участников поездки тур-оператор оставляет за собой право не допустить к поездке или исключить из состава группы в процессе поездки лиц, чье поведение несовместимо с интересами остальных участников группы.

Тур-оператор должен быть заранее предупрежден об участии в поездке туристов-инвалидов, требующих специальных дополнительных услуг. Тур-оператор попытается сделать все возможное для обеспечения участия таких туристов в поездке, однако не несет ответственности за возможный отказ в обслуживании инвалидов со стороны автобусных компаний, гостиниц, ресторанов и др. Водители автобусов и другие сотрудники транспортных компаний не обязаны поднимать пассажиров или оказывать физическую помощь в посадке в автобус или передвижении. Если пассажир нуждается в подобного рода услугах, его должен сопровождать компаньон, способный оказывать соответствующую помощь.

**Участие в туре несовершеннолетних**

Участники тура, не достигшие *18* лет на день вылета, допускаются к участию в поездке только в сопровождении взрослого. Несовершеннолетним предоставляется скидка в размере *10%* от стоимости обслуживания на земле или 5% от стоимости тура, включающего авиа перелет, билеты на который также оформлены тур-оператором. Дети младше 8 лет не допускаются к участию в туре.

**Курение**

Курить в автобусах по ходу маршрута не разрешается.

**Стоимость тура**

Все цены указаны с учетом обменных курсов, существующих на момент публикации брошюры. В случае изменения курсов на момент отправления цены могут изменяться без предупреждения.

**Паспорта**

Все участники поездки должны иметь действительные паспорта.

**Визы**

На момент публикации брошюры для посещения большинства стран Восточной Европы все участники тура должны иметь соответствующие въездные визы. Гражданам США не нужны визы для въезда в другие страны Европы. Граждане других стран должны проконсультироваться по поводу необходимости виз в соответствующих консульских учреждениях.

Мы отправим Вашему тур агенту подробную информацию по поводу необходимых виз одновременно со счетом и подтверждением брони.

**Иностранная валюта**

Мы настоятельно рекомендуем участникам тура иметь с собой небольшое количество наличных денег в валюте каждой страны на момент въезда в страну. Исключение составляют страны Восточной Европы, в которых местная валюта должна приобретаться на месте. Мы также рекомендуем Вам на время поездки поместить основную сумму денег в *Travelers Checks* и иметь некоторую их часть в небольшой деноминации - *$10, $20.*

**Гостиницы**

В рамках всех предлагаемых туров размещение участников производится в гостиницах улучшенного туристического класса *(superior tourist class)* и туристического класса, в номерах с двумя односпальными кроватями и ванными. Хотя мы предпринимаем все усилия для того, чтобы во всех номерах были раздельные кровати, в некоторых случаях гостиница может выделить нам номера с одной двуспальной кроватью. Такие номера будут предоставлены супружеским парам. Пожалуйста имейте ввиду, что регистрация вновь прибывших во всех Европейских гостиницах производится не ранее, чем с часа дня.

**Отсутствие одиночного номера или ванны в номере**

В исключительных случаях, если *в* гостинице не оказалось ранее заказанного одиночного номера, или в номере нет ванны, Ваш гид возвратит Вам разницу стоимости проживания на месте. Пожалуйста, сразу обратитесь к Вашему гиду - претензии по этому поводу по окончании тура на принимаются. Возврат разницы стоимости не производится, если ванны нет в одиночном номере.

**Норма провоза багажа**

Норма бесплатного провоза багажа на одного человека при авиа перелете составляет 2 сумки или чемодана, общая сумма линейных измерений которых (длина плюс высота плюс ширина) не должна превышать 10б дюймов. Длина багажа не должна превышать 62 дюйма.

Несмотря на эти нормы, вследствие ограниченной вместимости багажных отсеков автобусов, мы настоятельно рекомендуем Вам взять с собой только одну сумку или чемодан, с размерами, не превышающими 30х18х10.

В стоимость тура входит переноска одного указанного места багажа. В случае, если вы все же возьмете с собой вторую сумку, Вам придется доплатить за носильщика из расчета *$1* в день (максимум $20 для долгих поездок).

Тур-оператор не несет ответственности за утрату или повреждение багажа или и вещей пассажиров. На случай возможного ущерба мы рекомендуем Вам приобрести багажную страховку.

**Пересылка путевых документов**

Необходимые путевые документы, включая авиабилеты, будут отправлены туристам за три недели до вылета. За доставку документов курьерской почтой *Federal Express* дополнительно взимается *$15.* В случае, если тур забронирован за пять недель до вылета или ранее, документы будут отправлены почтой *UPS* **(http://www.ups.com/)** бесплатно. Вы можете проинформировать своего тур агента о предпочтительном для Вас способе доставки документов при внесении депозита.

**В стоимость тура не включены:**

Стоимость проверки иммиграционной и таможенной службами США *($10);* международный налог за пользование воздушным транспортом *(International Air Transportation Тах - 5б);* сельскохозяйственный налог *(Agriculsural tax - $2);* сбор служб безопасности *(Securiry Fee* - *$10);* налоги в аэропортах; сборы за оформление паспортов и виз; чаевые, стоимость стирки, напитков и блюд, не включенных в меню, все личные расходы.

**Дополнительные экскурсии**

В стоимость тура не включены экскурсии, входные билеты, услуги местных гидов и т.д. - за исключением тех, что указаны на каждой соответствующей странице путевых документов. Тем не менее, помимо включенных экскурсий в местах Вашего отдыха будет значительное количество и других достопримечательностей. За отдельную плату Вы сможете заказать дополнительные экскурсии, билеты и др. у Вашего гида прямо в автобусе. Вместе с Вашими путевыми документами Вы получите красочную брошюру с указанием дополнительных экскурсий и их стоимости в каждом месте своего пребывания, которые можно будет заказать на месте. Это поможет Вам заранее спланировать свои дополнительные расходы.

**Ответственность тур-оператора**

Тур-оператор несет ответственность за организацию и оказание всех услуг, перечисленных в настоящей брошюре, включая транспорт, проживание и экскурсионное обслуживание.

Транспортные компании, гостиницы, рестораны и другие организации,

оказывающие конкретные услуги на местах, являются независимыми подрядчиками. Они не являются агентами, служащими или партнерами тур-оператора по совместным предприятиям. Оказание всех услуг, предусмотренных в рамках приобретаемого тура, происходит в соответствии с правилами и требованиями, выдвигаемыми соответствующими организациями и законодательством стран, в которых они расположены.

В случае, если предусмотренные программой тура услуги не могут быть оказаны или произошло изменение маршрута следования в силу действия обстоятельств, не зависящих от тур-оператора, последний обязан предоставить взамен другие услуги аналогичного качества и стоимости. В случае, если стоимость замещенных услуг превышает оплаченную, пассажиры обязаны доплатить разницу, в противоположном случае, если стоимость замены ниже, тур-оператор вернет разницу пассажирам.

Тур-оператор оставляет за собой право без объяснения причин отказать пассажиру во включении в состав группы, исключить пассажира из состава группы на маршруте или внести изменения в расписание в том случае, если тур-оператор считает, что подобные действия соответствуют интересам всех участников туристической группы.

В случае отмены тура оператором максимальная ответственность последнего ограничена оплаченной полной стоимостью тура, которая будет возвращена туристу.

Тур-оператор и его филиалы не несут ответственности за возможный ущерб, материальный или физический, включая нанесение ущерба здоровью или смерть пассажира, причинение которого явилось следствием участия последнего в поездке, или действий независимых подрядчиков, обслуживающих тур, или любых других лиц.

1. **ФИНАНСОВЫЕ И НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ ДЛЯ ТУРИСТОВ**

То, что любая страна заинтересована в привлечении максимального количества туристов - это аксиома. С этой цели многие страны практикуют предоставление иностранным туристам целого ряда льгот и налоговых послаблений на время пребывания в стране. В частности, типичным примером таких мер являются описанные выше программы проездных железнодорожных билетов для туристов, действующие на территории европейских стран. Еще один пример - освобождение туристов в Израиле от уплаты налога на добавочную стоимость (НДС) на проживание в гостиницах, аренду автомобилей и ряд других Услуг-

Особого упоминания заслуживают программы возврата иностранным туристам сумм НДС на совершенные ими покупки при выезде из страны. Программы эти действуют в странах ЕС (Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Финляндия, Франция, Швеция), а также в Норвегии, Венгрии и Словении. Учитывая, что ставки НДС в этих странах составляют 12-18%, экономия, достигнутая за счет таких возвратов, может быть весьма существенной.Для того, чтобы при выезде из страны иметь право на возврат налоговых сумм следует совершать покупки в многочисленных магазинах, где на видном месте вывешена табличка **ТАХ FREE FOR TOURISTS** (Для туристов - без налога). При оформлении покупки попросите продавца оформить Вам покупку tax free. При этом, Вам упакуют покупку и, по предъявлении паспорта, выпишут специальный чек (tax free shopping cheque). В чеке обычно имеются следующие разделы: наименование товара (description of goods), общая стоимость (total), сумма возврата (refund value), имя (name) и домашний адрес покупателя (home address). Для получения налогового возврата сумма покупки должна быть не менее местного эквивалента 25 долларов. Возврату не подлежат налоги, уплаченные на, продукты питания, табак и алкоголь, а также услуги.

Возврат денег производится в специальных пунктах, обычно расположенных в аэропортах и на вокзалах и обозначенных вывесками **CASH REFUND**. Для получения возврата необходимо предъявить паспорт и выписанный в магазине чек. Вас также могут попросить предъявить покупку в нетронутой магазинной упаковке - именно поэтому упакованную покупку нельзя открывать до получения возврата. Чеки магазина действительны в течение 3-х месяцев, следующих за месяцем, в котором была совершена покупка. Иными словами, конкретная дата, в которую была произведена покупка, не имеет значения. Купили Вы вещь 5 ноября или 20-го - чек будет действителен течение остатка текущего месяца плюс еще три месяца.

Помимо национальных существуют и международные пункты возврата, где принимают чеки, выписанные в любом из европейских магазинов Тах-Free. Та~е международные пункты возврата есть в аэропортах Вены, Брюсселя, Лондона ( LHR, Heathrow) (**http://www.airwise.com/airports/europe/LHR/LHR\_01.html** ), Будапешта, Дюссельдорфа, Франкфурта, Гамбурга, Мюнхена, Киля, Рима, Милана, Амстерпама (Schiphol)**(http://www.schiphol.nl/)**, Осло (Fornebu), Лиссабона, Ниццы, Марселя, Лиона, Женевы (Cointrin), Гетеборга (Landvetter), Малыше (Sturup) и Стокгольма (Arlanda).

Еще более выгодная для туристов-покупателей ситуация в отношении покупок сложилась в Андорре, карликовом княжестве (официально - принципате), расположенном высоко в Пиренеях на границе между Францией и Испанией. Цены на большинство продуктов и товаров в Андорре, представляющей собой типичное порто-франко, в среднем в два раза ниже, чем в соседних европейских государствах. Однако жители этих государств, при возвращении домой обязаны уплатить на границе таможенные пошлины на купленные в Андорре товары, причем размеры пошлин приблизительно и равны разнице в средних ценах. Это таможенное правило, однако, не распространяется на транзитных туристов, не являющихся гражданами Испании и Франции и находившихся в Андорре не более 72 часов.

1. **ДОРОЖНОЕ СТРАХОВАНИЕ**

В США и многих других странах широко распространена практика приобретения туристами комплексных страховых покрытий на случай разнообразных неожиданностей в ходе поездки или перед ней. Ниже приведены краткие выдержки из брошюры, описывающей перечень страховых случаев, размеры страховых сумм и основные условия в рамках полиса, предлагаемого одной из американских специализированных страховых компаний.

**Страхование на случай неожиданной отмены поездки**

В случае, если страхователь вынужден отказаться от участия в поездке по причине болезни, травмы или смерти - самого страхователя, компаньона' или близкого члена семьи - ему (а в случае смерти страхователя - его наследникам) будут возмещены суммы штрафов за отказ от поездки, налагаемых тур-оператором или авиакомпаниями, обеспечивающими перелет, вплоть до максимальной суммы в $10 000.

( В рамках настоящего полиса "компаньон" определен как лицо, участвующее в туре вместе со страхователем и проживающее с ним в одном номере на протяжении всей поездки.)

**Досрочное прекращение тура**

В случае досрочного прекращения участия в туре в связи с болезнью, травмой или смертью страхователя, компаньона или близкого члена семьи, страхователю или его наследникам будет возмещена стоимость неиспользованной части тура, а также дополнительные расходы на перелет, переезд, перевозку тела на родину, вплоть до максимальной суммы в $10 000.

**Задержка рейса и опоздание на последующий рейс**

В случае опоздания страхователя к началу тура в связи с нарушением работы авиационного или другого транспорта, вызванным погодными условиями, поломками или забастовками, страхователю будут возмещены дополнительные расходы на транспорт для присоединения к туру, вплоть до максимальной суммы $1000. В случае опоздания на последующий рейс, запланированное время стыковки между рейсами должно быть не менее 90 минут. Разница между временем прилета в первый город тура и началом тура на земле должна быть не менее 4 часов.

**Непредвиденные расходы**

В случае досрочного прекращения страхователем участия в туре в связи с болезнью или травмой страхователя или его компаньона, первому возмещаются дополнительные расходы на питание и проживание в месте вынужденной остановки -вплоть до $1000, но не более $100 в лень. Действие полиса начинается спустя 12 часов с момента отъезда туристической группы из точки, в которой вынужден задержаться страхователь.

**Страхование на случай смерти и увечья**

Страховая сумма уплачивается, если смерть страхователя наступила в результате несчастного случая во время поездки или в течение 365 дней с момента получения увечья. В случаи гибели страхователя в авиационной катастрофе максимальный размер страховой суммы составляет 3100 000, во всех остальных случаях - $25 000.

**Экстренные медицинские расходы**

Предусмотрена выплата сумм вплоть до $10 000 для возмещения затрат на лечение травм или увечий, полученных в ходе тура, в течение 365 дней с момента получения травмы. Дополнительное покрытие с такой же максимальной страховой суммой можно приобрести для оплаты экстренных расходов на стоматологическую помощь и лечение в случае болезни, начавшейся в ходе тура.

**Экстренные расходы на медицинский транспорт**

В случае болезни или травмирования страхователя в ходе поездки, если возникает необходимость доставки его в больницу и/или на родину специальным медицинским транспортом, возмещаются расходы на такой транспорт - вплоть

до $15 000.

Страхование всех описанных выше медицинских и стоматологических рисков в рамках данного полиса производится по "зонтичному" принципу (umbrella policy), т.е. выплата страховых сумм начинается только в том случае, когда понесенные расходы не покрываются другими имеющимисяу страхователя полисами медицинского страхования.

**Повреждение или пропажа багаж**

Максимальная сумма возмещения в случае повреждения или потери багажа и личных вещей страхователя составляет $2500. При этом, в случае пропажи и повреждения драгоценностей часов , фото- и видеокамер и принадлежностей к ним сумма возмещения за каждый из этих предметов не может превышать $500. В случае прочих предметов - $250

**Задержка багажа**

В случае задержки с доставкой багажа в ходе тура на срок, превышающий 24 часа, страхователю возмещаются расходы за неудобство в размере $50 за каждые сутки задержки, но не более $250.

Страховой взнос в рамках описанного полиса, включавшего все перечисленные выше виды страховых случаев, составлял $49 для туров стоимостью до $1000, и $59 для туров стоимостью свыше тысячи долларов.

**7. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ГОСТИНИЦАМИ И БРОНИРОВАНИЕ МЕСТ**

Бронирование мест в гостиницах может производиться напрямую через отдел бронирования (sales office) конкретной гостиницы, а также через уполномоченных представителей отелей (обычно, в других городах или странах). В случае, если интересующая Вас гостиница принадлежит к гостиничной сети (chain), например, Sheraton, Hilton, Ramada Inn, Holiday Inn и др. то возможно осуществить бронирование и через централизованный sales office, имеющий информацию о вакансиях во всех гостиницах сети.

Само собой разумеется, что прежде, чем осуществлять бронирование или предлагать тот или иной отель клиенту, тур агент должен иметь достаточное представление о том, что представляет собой отель, какова его классность, уровень комфортности и т.д. Данную информацию можно, в частности, почерпнуть из справочных изданий типа OHRG, HOTEL INDEX, S.T.A.R. и др.

Не существует стандартной и универсальной системы классификации гостиниц, общепринятой во всех странах мира. В некоторых странах существуют внутренние классификации, устанавливаемые и контролируемые государством - например, гостиницы 1-го, 2-го и 3-го класса. В других странах, преимущественно в Европе, существует классификация гостиниц количеством звездочек (обычно, 1-5), в рамках которой самому высокому классу гостиниц присваивается наибольшее количество звездочек. В CIIIA "звездная" классификация практически на применяется. Вместо нее в различных вариациях могут использоваться обозначения, сходные с классификацией справочника OHRG, описанной ниже.

|  |  |
| --- | --- |
| Superior Deluxe | роскошная и очень дорогая гостиница, зачастую напоминающая дворец. Характеризуется престижным месторасположением, наивысшим качеством обслуживания, номеров и помещений общего пользования. Гостиницы этого класса - лучшие в мире. |
| Moderate Deluxe | Во многих таких гостиницах, наряду с наличием отдельных номеров, удовлетворяющих стандарту Deluxe, помещения общего пользования - вестибюли, рестораны, и т.д. - выглядят более скромно. Возможно также чуть более низкое качество сервиса и отсутствие атмосферы роскоши, присущей предыдущим двум классам. Многие из старых гостиниц этого типа до сих пор пожинают плоды былой славы, многие вновь построенные усиленно рекламируются в расчете на зажиточных путешественников-бизнесменов. Иногда расценки в таких гостиницах явно завышены. |
| Deluxe | Во многом сходна с предыдущим классом, однако в некоторых гостиницах этого типа - преимущественно, в Европе - наряду с роскошными номерами-люкс есть и ряд более дешевых номеров более низкого качества. Такие гостиницы зачастую менее помпезны, однако более привлекательны по цене. Такие гостиницы можно смело рекомендовать даже самым взыскательным клиентам. |
| Superior  First Class | Гостиница классом выше среднего. Это может быть старый отель, поддерживаемый в очень хорошем состоянии или чаще - вновь построенный в расчете на соответствующую категорию путешественников. Такой отель можно смело рекомендовать клиентам среднего достатка. |
| First Class | Комфортабельный "смешанный" отель среднего класса, в котором большинство номеров достаточно хорошего качества. Тем не менее, некоторые номера в таких отелях могут быть явно хуже основной массы, а ряд других - удовлетворять стандартам класса Deluxe. Помещения общего пользования обычно стандартные. Такие гостиницы можно смело рекомендовать клиентам. не ожидающим особой роскоши и специальных услуг. |
| Moderate  First Class | Практически то же, что и "полный" First Class, однако в некоторых аспектах может быть чуть хуже. Так, вестибюли и залы могут быть чуть меньших размеров, коридоры - уже и т.д. Может отсутствовать ресторан. Тем не менее, такие гостиницы можно смело рекомендовать клиентам, для которых стоимость является существенным фактором. Не следует рекомендовать эти гостиницы особо требовательным и скандальным клиентам. |
| Superior  Tourist Class | Обычно - "спальная" гостиница хорошего туристического класса, удобная, в хорошем состоянии, но без претензии на роскошь. Помещения общего пользования могут быть весьма скромными или вовсе отсутствовать. Рассчитана на путешественников среднего достатка, для которых стоимость является решающим фактором. Вполне подходит для размещения групп или студентов. |
| Tourist Class | Скромная гостиница, рассчитанная на очень экономных путешественников. К незнакомым гостиницам этого класса следует подходить с большой осторожностью. |
| Moderate  Tourist Class | Гостиница, в которой экономят на всем, зачастую старая и в неважном состоянии. К услугам таких гостиниц можно прибегать только в безвыходных ситуациях. При этом клиентов всегда необходимо предупреждать, чего следует ожидать. |

Различают также и несколько функциональных типов гостиниц, среди которых, помимо собственно гостиниц и мотелей, - курорты (resorts) и спа(spa). Под курортом обычно подразумевают специализированный гостиничный комплекс для туристов, оборудованный всем необходимым для отдыха: спортивными сооружениями, площадками для гольфа и тенниса пляжами (если курорт морской), собственными живописными парками и т.д. Курорты как правило расположены в популярных местах отдыха, таких как Французская Ривьера, острова Карибского моря, Багамы, Бермуды, побережье Мексиканского залива и т.д. Одна из старейших и наиболее известных сетей курортов - ClubMed, гостиничные "деревни" которого имеются во многих странах мира. В США также популярным местом расположения курортов являются увеселительные парки типа "Диснейленд" в Орландо, штат Флорида и в Калифорнии.

Под "спа" в Европе подразумевают специальные гостиничные комплексы санаторного типа, расположенные как правило в местах, где имеются минеральные источники. В США "спа" представляют собой специальные курортные комплексы, рассчитанные на туристов, приверженных здоровому образу жизни. Соответственно, американские "cпa" обычно предлагают широкий выбор спортивных мероприятий под руководством опытных - и зачастую хорошо известных - тренеров, специальную диету, водные процедуры, массаж, программы избавления от лишнего веса и т.д.

Работая со справочной литературой, следует иметь ввиду, что размеры гостиницы (обычно публикуемое количество номеров) не обязательно свидетельствуют о качестве обслуживания. Также, особенно в случае с мотелями или малоизвестными гостиницами на периферии часто бывает достаточно трудно найти достаточную информацию о качестве гостиницы и объеме оказываемых ею услуг. В этом случае можно приблизительно оценить последнее из заявленного уровня цен на номера, а также по аналогии с другими гостиницами сети (если это сеть).

Для примера представьте следующую ситуацию. К Вам обратился клиент, собирающийся в командировку на одно из угледобывающих предприятий в штате Западная Вирджиния, США. В конечном пункте его назначения, маленьком шахтерском поселке с населением чуть более 5000 человек, гостиниц нет вообще. Согласно имеющемуся у Вас справочному изданию, в соседнем городке, находящемся на расстоянии 20 миль от шахтерского поселка есть гостиница сети Best Western, и это, похоже, единственный выбор, который у Вас есть. В данной ограниченной ситуации Вам придется использовать свое знание гостиниц этой сети в других местах, а также похожих на них для того, чтобы проинформировать клиента о качестве и услугах гостиницы, в которой ему придется остановиться.

Очень хорошим источником информации о вакансиях в гостиницах являются wholesalers - компании, производящие блоковое резервирование мест для последующей перепродажи. Как правило, они с готовностью предоставят вам список тур-операторов или отдельных гостиниц в различных странах или в нужной вам стране и городе, в которых у них есть блоковая бронь. Зачастую именно через оптовиков можно получить номер по достаточно приемлемой цене, поскольку они покупают номера со значительной скидкой с так называемой rack rate - официально опубликованного сезонного тарифа гостиницы.

Очень часто помощь в бронировании гостиницы могут оказать соответствующие авиакомпании, рейсом которых летит Ваш клиент. В США широко распространено предложение авиакомпаниями специальных пакетов "перелет + гостиница" (как правило, в места, наиболее популярные у туристов, например Флорида, Лас Вегас, Лос Анджелес и т.д) со значительными скидками как со стоимости билетов, так и с цены гостиничных номеров.

Для того, чтобы выбрать гостиницу, наиболее подходящую клиенту, необходимо знать следующее:

Время прибытия и отъезда

Желаемую классность гостиницы

Предпочтительный для клиента район (в городе) или населенный пункт

Требуемый тип гостиницы и приблизительную цену, устраивающую клиента

Характеристики и уровень сервиса возможных гостиниц.

При бронировании гостиницы следует придерживаться следующего порядка действий.

Позвоните в выбранную Вами гостиницу, ее представительство или гостиничную сеть.

Представьтесь: назовите свое имя и название своего агентства.

Узнайте, имеются ли в гостинице вакансии на нужные Вам даты, количество людей и тип номера (одно/двухместный, люкс и т.д.). Во избежание недоразумений специально узнайте, какие кровати в двухместном номере: одна двуспальная или две односпальных.

При наличии нужной Вам вакансии, убедитесь, что Вас устраивает предлагаемая цена.

Узнайте, каким образом будет осуществляться оплата, необходим ли предварительный депозит.

Осуществляя заказ, обязательно узнайте имя человека, принявшего его, а также потребуйте confirmation number - контрольный номер заказа. Узнайте, пришлют ли Вам письменное подтверждение заказа по факсу или почтой.

Запишите для себя всю необходимую информацию, включая телефон гостинцы и источник информации, откуда он получен.

При необходимости, заполните официальную форму заказа и направьте ее в гостиницу вместе с оплатой. В случае опла~~ кредитной карточкой достаточно назвать ее номер и срок окончания действия. Зачастую вас могут попросить прислать по факсу копию кредитной карточки с написанным от руки и подписанным разрешением на выставление счета на соответствующую сумму.

В зависимости от принятых в гостинице правил, для Вас могут держать номер и без депозита или предоставления номера кредитной карточки - в том случае, если ваш клиент обязуется въехать в гостиницу до заранее оговоренного времени. В США это называется 4 pm (6pm, 7 pm и т.д., в зависимости от времени вселения) ho1d. При подобной организации, клиент сам расплачивается с гостиницей на месте по прибытии. Однако, если он не успеет приехать до указанного срока, то гостиница не обязана держать для него номер сверх оговоренного времени.

В случае, если вы забронировали номер с помощью кредитной карточки, а клиент по каким-то причинам в гостиницу не прибыл, на указанный номер карточки будет начислен штраф, обычно равный стоимости одного дня проживания.

Следует иметь ввиду, что в США поселение в гостиницу без кредитной карточки достаточно проблематично. При отсутствии карточки от клиента, не оплатившего номер заранее, могут потребовать внесения значительного депозита наличными вперед - вплоть до полной стоимости проживания.

Централизованное бронирование агентством номеров для проживания групп людей обычно осуществляется заблаговременно и подразумевает заключение типового контракта на предоставление номеров (rooming contract) между гостиницей и агентством. В этом случае оплата производится чеком (простым или подтвержденным банком (certified check)) агентства. В зависимости от требований, выдвигаемых гостиницей, чек заранее отправляется по почте или передается сопровождающим при заезде группы в гостиницу.

Возможен также комбинированный способ оплаты за проживание групп или индивидуалов: гостинице предоставляется номер кредитной карточки в качестве гарантии, а фактическая оплата затем производится чеком.

1. **ПИТАНИЕ В ГОСТИНИЦАХ**

В зависимости от типа гостиницы, ее назначения и класса заявленная стоимость прозвания может включать или не включать питание. В туристической практике поэтому выделяют следующие специальные "планы", касающихся питания туристов в горницах.

**Европейский план (European Plan, EP)**

Питание туристов не включено в стоимость проживания. Этот план особенно широко распространен в США и большинстве крупных городов мира.

**Континентальный план (Continental Рlan, СР)**

Стоимость проживания включает легкий "континентальный" завтрак, состоящий из кофе, булочек, масла, джема и т.д.

**Бермудский план (Bermuda Рlan, ВР)**

Стоимость проживания включает полный "американский" завтрак в гостинице. Все остальные трапезы не включены.

**Модифицированный американский план (Modified American Рlan, МАР)**

Стоимость проживания включает завтрак - "континентальный" (в Европе) или полный и еще одну трапезу, как правило ужин (dinner). Этот план широко распространен на курортах Багамских и Бермудских островов, Карибского моря и Мексики. В Европе этот план обычно называют полупансионом.

**Американский план (American Рlan, АР)**

Стоимость проживания включает завтрак, обед и ужин. В Европе этот план также называют полным пансионом. Полный пансион распространен на круизных судах, в "деревнях" ClubMed'a и аналогичных курортах.

Как правило, ВР и МАР предлагаются на популярных курортах. Европейский план чаше используется в гостиницах, рассчитанных в основном на транзитных пассажиров и деловых людей. В некоторых гостиницах на проживающих по плану МАР распространяются определенные ограничения в выборе блюд из меню. При этом за экзотические или дорогостоящие блюда, например омаров, приходится доплачивать.

**ЛИТЕРАТУРА:**

1. Квартальной В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. - Москва: "Советский спорт", 1998 г.

2. Гостиничный и туристический бизнес: учебник/ под ред. проф. Чудновского А.Д. - Москва: ЭКМОС, 1998г.

3. Костюкова О.И. Основы туризма. - Владивосток: ДВГАЭУ, 1998 г.

4. А.П.Дурович, АСКомпанев. Маркетинг в туризме: учебное пособие.Минск: "Экономпресс, 1998 г.

5. Джон Р.Уокер . Введение в гостеприимство: учебник. Москва: издательское объединение "Юнити". 1999.

6. Энциклопедический справочник "Весь мир".-Минск: Харвест. 1999.