

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2024.v1.12>

CZU: 005.21:338.48

TRAVEL AGENCY MANAGEMENT

MANAGEMENTUL AGENȚIEI DE TURISM

BASISTO Irina, studentă, specialitatea: SHT

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Tel.: +373(022)40-27-34
E-mail : basisto.irina@gmail.com

Abstract: Management in a travel agency is crucial to ensuring success, operational efficiency and meeting customer needs. The tourism industry is one of the most complex and dynamic sectors in the world, characterized by diverse services, infrastructure and actors involved. The manager plays a central role in stabilizing the agency's strategic direction, ensuring that it meets customer requirements, while maintaining and developing market competitiveness. The manager must be an inspiring leader, able to motivate and guide the team in the common direction of success. The main functions of management include planning, organization, coordination, motivation, control and management of the agency.

Five Star Tour SRL, a travel agency specializing in providing personalized and exclusive travel experiences, is an example of a successful travel agency. Its services include travel planning, hotel reservations, airline tickets, transportation services and 24/7 personal assistance, which reflects the quality management of this agency.

Cuvinte cheie: management, travel agency, planning, organization, coordination, motivation, control.

INTRODUCERE

Industria turismului reprezintă unul dintre sectoarele-cheie ale economiei globale, cu o importanță semnificativă atât în ceea ce privește generarea de venituri, cât și în promovarea schimburilor culturale și sociale la nivel mondial. În cadrul acestei industrii dinamice și competitive, agențiile de turism joacă un rol complex, fiind interfața principală între clienți și diferitele destinații și servicii turistice.

Managementul în cadrul unei agenții de turism este vital pentru asigurarea succesului și eficienței operaționale. Acesta implică planificarea strategică, organizarea resurselor, conducerea echipei, controlul performanței și coordonarea activităților, cu scopul de a atinge obiectivele stabilite și de a răspunde nevoilor clienților și ale pieței.

În prezenta lucrare, vom analiza rolul și importanța managementului în cadrul agenției de turism, explorând diverse aspecte legate de funcțiile manageriale, gestionarea resurselor umane și adaptarea la tendințele și provocările industriei de turism. De asemenea, vom identifica câteva recomandări și bune practici pentru îmbunătățirea performanței și competitivității agențiilor de turism într-un mediu în continua schimbare.

Prin această lucrare, ne propunem să oferim o perspectivă cuprinzătoare asupra managementului în cadrul agențiilor de turism, evidențiind importanța acestuia în asigurarea succesului și sustenabilității în industria turismului.

1. Agenția de turism și servicii turistice

Agențiile de turism sunt unități comerciale care oferă și vând servicii turistice asigurate de prestatori direcți – hoteluri, restaurante, unități de transport, de tratament – în baza unor contracte sau convenții. Agențiile de turism comercializează de regulă pachete de servicii care grupează în cadrul aceluiași program serviciile prestate de mai mulți prestatori și se ocupă de publicitatea și promovarea acestora în scopul realizării unui profit. Serviciile turistice ce fac obiectul de activitate al agențiilor de turism sunt următoarele:

- organizarea, promovarea și vânzarea de programe și acțiuni turistice în țară și în străinătate: excursii, sejururi, vacanțe, manifestări cultural-artistice, sportive, științifice și religioase, alte acțiuni interne și internaționale;

- rezervarea și comercializarea serviciilor de cazare, masă, transport, agrement, tratament și cură balneară, asistență turistică (ghizi), închirieri de autoturisme cu sau fără șofer, obținerea de vize turistice;

- rezervarea și comercializarea de bilete la mijloacele de transport, spectacole și manifestări artistice, sportive sau la alte activități de divertisment și agrement în cadrul sejurului sau programului turistic.

Astfel, activitățile realizate de agenția de voiaj vizează, în principal:

a) Vânzarea de bilete pentru orice mijloc de transport, terestru, maritim sau aerian se face cu îndeplinirea următoarelor condiții: cunoașterea tarifelor și a breviarilor respective (furnizate gratuit de către transportator); cunoașterea biletelor și a condițiilor de emitere; cunoașterea orarelor de serviciu a diferitelor mijloace de transport; efectuarea periodică a inventarului biletelor vândute și vărsarea sumelor încasate (minus comisionul) transportorului.

b) Vânzarea de servicii turistice

Izolate – agenția se ocupă cu rezolvarea și vânzarea unor servicii izolate

Complexe – voiaje generice și voiaje forfetare. Acestea pot fi: individuale și colective (fiind în general însoțite de unul sau mai mulți funcționari ai agenției); cu itinerariu propus de client și cu itinerariu propus de agenție.[1]

2. Rolul managerului într-o agenție de turism

Rolul managerului într-o agenție de turism poate comasa planurile interpersonale, informaționale și cel decizional. Managerul este figura centrală care stabilește direcția strategică a agenției, asigurându-se că aceasta răspunde cerințelor și nevoilor clienților, în timp ce își menține și dezvoltă competitivitatea pe piață.

Managerul unei agenții de turism are responsabilitatea de a stabili și implementa politici și strategii care să optimizeze eficiența operațională și să maximizeze profitabilitatea. Aceasta implică luarea deciziilor cu privire la oferta de produse și servicii, gestionarea resurselor financiare și umane, precum și dezvoltarea și menținerea relațiilor cu partenerii și clienții.

În plus, managerul trebuie să fie un lider inspirat, capabil să motiveze și să ghideze echipa în direcția comună a succesului. El trebuie să ofere direcție și suport angajaților săi, să promoveze o cultură organizațională orientată către performanță și să faciliteze comunicarea eficientă în cadrul organizației.

3. Contextul industriei de turism

Industria turismului este una dintre cele mai dinamice și complexe domenii economice din lume, fiind caracterizată de o varietate de servicii, infrastructuri și actori implicați.

Evoluția industriei turismului reflectă schimbările sociale, economice, tehnologice și politice ale societății. În ultimele decenii, industria turismului a cunoscut o creștere semnificativă, alimentată de globalizare, dezvoltarea tehnologică și creșterea nivelului de trai în multe părți ale lumii. Odată cu avansul tehnologic, turismul a devenit mai accesibil și mai ușor de organizat, ceea ce a dus la o creștere a numărului de călătorii atât la nivel intern, cât și internațional. Totuși, această creștere vine și cu provocări noi, cum ar fi gestionarea impactului asupra mediului înconjurător, menținerea autenticității destinațiilor turistice și adaptarea la schimbările climatice. De asemenea, schimbările demografice și preferințele în evoluție ale consumatorilor au condus la apariția unor noi segmente de piață și cereri specifice.[3]

Gestionarea resurselor, dezvoltarea și implementarea strategiilor, îmbunătățirea calității serviciilor și satisfacerea nevoilor clienților necesită un efort mare și numai un manager iscusit știe cum să dirijeze aceste lucruri efectiv și rezonabil. Acesta implică o gamă largă de activități, inclusiv planificare, organizare, conducere, control și motivare.

4. Funcțiile managementului în agenția de turism

Managementul în cadrul unei agenții de turism implică o serie de funcții esențiale pentru gestionarea eficientă a operațiunilor și pentru atingerea obiectivelor stabilite. Printre principalele funcții ale managementului în acest context se numără:

1. Planificarea - reprezintă procesul de stabilire a obiectivelor, identificarea resurselor necesare și elaborarea strategiilor pentru a atinge acele obiective. În cadrul unei agenții de turism, planificarea poate include:

- Dezvoltarea de produse și pachete turistice pentru diverse segmente de piață.
- Stabilirea strategiilor de marketing și promovare pentru a atrage clienți noi și a fideliza clienții existenți.
- Estimarea bugetelor și a resurselor necesare pentru operațiuni.
- Planificarea itinerariilor și a detaliilor călătoriilor pentru clienți.

2. Organizarea - implică structurarea resurselor și a personalului în cadrul agenției de turism pentru a asigura realizarea eficientă a obiectivelor stabilite. Aceasta poate include:

- Definirea rolurilor și responsabilităților angajaților în cadrul organizației.
- Crearea unor fluxuri de lucru eficiente pentru procesarea rezervărilor și gestionarea călătoriilor clienților.
- Implementarea unui sistem de gestionare a informațiilor pentru a monitoriza și raporta performanța operațională.

3. Coordonarea - implică armonizarea activităților și eforturilor diferitelor departamente sau echipe pentru a asigura realizarea obiectivelor comune ale agenției de turism. Acest lucru poate include:

- Comunicarea eficientă între departamente pentru a asigura o experiență integrată pentru clienți.
- Coordonarea eforturilor de marketing, vânzări și operațiuni pentru a maximiza eficiența și eficacitatea activităților.
- Gestionarea colaborării cu furnizorii de servicii turistice pentru a asigura livrarea de înaltă calitate a produselor și serviciilor către clienți.

4. Motivarea - este esențială pentru menținerea moralului și a performanței angajaților în cadrul agenției de turism. Managerii pot utiliza diverse tehnici și strategii pentru a motiva și inspira echipa, cum ar fi:

- Recunoașterea și recompensarea performanței remarcabile a angajaților.
- Oferirea de oportunități de dezvoltare și avansare profesională.
- Promovarea unei culturi organizaționale pozitive și a unui mediu de lucru stimulat.

5. Controlul - reprezintă procesul de monitorizare a performanței și de luare a măsurilor corective în cazul abaterilor de la planuri sau obiective. În cadrul unei agenții de turism, controlul poate implica:

- Monitorizarea vânzărilor și a încasărilor pentru a asigura atingerea obiectivelor financiare.
- Evaluarea satisfacției clienților și gestionarea feedback-ului pentru îmbunătățirea serviciilor.
- Verificarea conformității cu reglementările legale și cu standardele de calitate.[2]

Aceste funcții ale managementului sunt esențiale pentru asigurarea unei operațiuni eficiente și de succes în cadrul unei agenții de turism. Prin aplicarea acestora în mod corespunzător, managerii pot contribui la creșterea performanței și la realizarea obiectivelor organizaționale.

5. Managementul agenției de turism “Cinci Stele Tur” SRL

“Cinci Stele Tur” SRL este o agenție de turism specializată în oferirea de călătorii personalizate și exclusive pentru clienții săi. Această agenție se concentrează pe oferirea de experiențe de neuitat în destinații exotice și de top din întreaga lume. Printre serviciile sale se numără planificarea personalizată a călătoriilor, rezervări la hoteluri de lux și bilete de avion, servicii de transport pasageri, transport privat, excursii exclusive, asigurări și asistență personală 24/7 pentru clienți.

Managementul agenției “Cinci Stele Tur” SRL este esențial pentru oferirea de servicii de înaltă calitate și pentru menținerea succesului pe termen lung într-o piață competitivă. Aceasta implică planificare strategică pentru atragerea și menținerea clienților, aceasta include analiza pieței țintă din Republica Moldova, formularea unui mesaj distinctiv și utilizarea canalelor de marketing precum Facebook, Instagram; recrutarea și motivarea unei echipe bine pregătite; dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing și promovare; menținerea relațiilor solide cu clienții și gestionarea eficientă a resurselor financiare. Prin integrarea armonioasă a acestor aspecte, agenția oferă experiențe de călătorie de lux, ca exemplu:

1. Festivalul lalelelor din Istanbul, plecare 04/14/2024 pentru 3 nopți = 245-345 Euro(pers)
Bazar Oras Vechi 3 * = 245 Euro, Albatros Hagia Sophia 4 * = 295 Euro, Hotel Mondial 4 * = 315 Euro, Hotel Antea Palace 4 * = 339 euro, Mevlana Boutique Hotel 4 * = 344 Euro.
2. Hurgada 5* (27.02.2024-05.03.2024) pentru 7 nopți = 540-585 Euro(pers)
Gravity Hotel & Aqua Park Sahl Hasheesh (ex. Gravity Sahl Hasheesh) 5* = 540 euro, Pyramisa Sahl Hasheesh 5* = 570 euro, Amarina Abu Soma Resort & Aqua Park 5* = 585 euro.
3. Costa Brava 4*, (28.05.2024-04.06.2024) pentru 7 nopți = de la 625 Euro(pers)
Htop Amaika (Adults Only 16+) 4*+ = 625 euro, Htop Pineda Palace 4*+ = 625 euro.

CONCLUZII

Managementul eficient în cadrul agenției de turism "Cinci Stele Tur" SRL este esențial pentru furnizarea de servicii de înaltă calitate și menținerea competitivității pe piață. Printr-o structură organizatorică bine stabilită (postul, funcția, compartimentul, relațiile organizatorice, ponderea ierarhică, nivelul ierarhic), aplicarea funcțiilor de management, adaptarea constantă la schimbările din industrie, prin delegarea corectă a resurselor umane și financiare, orice agenție poate atrage și menține clienți, oferindu-le experiențe de călătorie de lux și consolidându-și poziția pe piață în mod sustenabil și de succes.

RECOMANDĂRI

Agențiile de turism ar trebui să se concentreze pe inovație, parteneriate strategice și utilizarea tehnologiei pentru a îmbunătăți serviciile și a atinge același succes. De asemenea, trebuie să-și asume un angajament față de responsabilitatea socială și ecologică și să investească în promovare și marketing eficiente, menținând în același timp un focus constant pe calitatea și satisfacția clienților.

BIBLIOGRAFIE

1. Chașovschi C., Bordeianu O. Managementul Firmelor de Turism Comerț și Servicii
2. Ursachi I. Management, București: Editura ASE, 2001-302p.
3. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Turism>

Coordonator științific: TURCOV Elena
Academia de Studii Economice din Moldova,
Str. Mitropolit Gavril Bănulescu Bodoni
Tel.: +373(022)40-27-34
E-mail : turcov.elena@ase.md