

Profil de afacere Agentie de turism

Piata

Turismul este unul dintre cele mai importante sectoare economice fiind si sectorul care inregistreaza cel mai mare ritm de crestere in cadrul economiei europene. Chiar daca in ultimii ani turismul a inregistrat o evolutie descendenta, semnalandu-se scaderi la majoritatea indicatorilor specifici, acesta este in continuare un domeniu atractiv.

Unul dintre motive il reprezinta dezvoltarea unei clase de mijloc, care are tendinta de a cheltui sume ceva mai mari de bani pentru satisfacerea nevoilor de ordin superior (printre care si cele legate de loisir – petrecerea timpului liber). In plus, s-a dezvoltat destul de mult o piata a serviciilor turistice exclusiviste, inregistrandu-se o crestere semnificativa pentru turismul extern spre destinatii exotice.

In ceea ce priveste agentile de turism, acestea indeplinesc rolul de intermediar intre agentii economici care presteaza servicii turistice, pe de o parte si turisti, pe de alta parte.

Activitatile acestor firme constau in producerea, comercializarea si promovarea unor pachete turistice diverse, precum si vanzarea de servicii turistice izolate.

In functie de natura activitatilor pe care le desfasoara, agentile de turism se impart in doua categorii: agentii touroperatoare (care au dreptul sa creeze propriile programe turistice) si agentii detailiste, cunoscute si ca “agentii de voiaj” (revanzatoare, care nu realizeaza programe turistice).

Din oferta unei agentii de turism fac parte de obicei mai multe sau toate serviciile enumerate mai jos: bilete de odihna si tratament in statiunile din tara, tabere si programe educationale (lingvistice, de creatie, cultural-educative) pentru elevi si studenti, sejururi internationale in sistem hotelier sau “homestay” (gazduire la familii), circuite interne si mai ales internationale, transport turistic cu mijloace de transport proprii – in tara si strainatate – ca si rezervari de bilete pentru avion / tren, asigurari medicale, carte verde, asigurare auto (RCA).

Exista de asemenea si agentii de turism care se implica, la cerere, in organizarea de conferinte, congrese, seminarii si diverse alte evenimente.

Cu cat o agentie de turism presteaza mai multe dintre aceste servicii si chiar altele nementionate aici, cu atat ii cresc sansele de a atrage cat mai multe segmente de clienti. In acelasi timp este mai profitabila deschiderea unei agentii de turism de nisa, care este specializate doar pe anumite servicii.

In acest moment, un segment mai putin aglomerat este cel al agentilor specializate pe oferte turistice interne, ponderea agentilor fiind de *o treime pe intern si doua treimi pe outgoing*.

Un trend important inregistrat este acela al achizitiilor de pachete online. Potrivit unei recente estimari a principalilor actori de pe piata americana de turism, in cel mult 5 ani companiile on-line vor fi majoritare, turismul devenind, practic, cea mai mare industrie de pe Internet, prognoza fiind justificata de amploarea pe care Internetul a capatat-o in ultimii ani in industria turismului din intreaga lume.

Cientii

In functie de modul de organizare a sejurului, turistii se impart in doua mari categorii: cei care calatoresc pe cont propriu si cei care apeleaza la serviciile unei agentii specializate.

Din punct de vedere psiho-comportamental exista diferente intre cele doua categorii. Cei care calatoresc pe cont propriu sunt cel mai adesea turisti cu experienta, pretuiesc libertatea de miscare, isi fac singuri programul calatoriei si isi asuma riscul intampinarii unor situatii neprevazute. Acestia se incadreaza de regula in categoria celor cu venituri medii sau superioare.

Turistii care contacteaza agentile de turism prefera siguranta conferita de acestea necunoscutului pe care il presupune calatoria pe cont propriu. Sunt cel mai adesea persoane mai comode, se implica in organizarea calatoriei doar daca este absolut necesar, se bazeaza pe programul conceput de agentie, pe care o considera in intregime raspunzatoare de buna desfasurare a evenimentelor. De asemenea, exista turisti care aleg sa contracteze prin agentie o parte din servicii, iar o alta parte sa o achizitioneze online sau la fata locului.

Un instrument util in intelegerea si segmentarea pietei este template-ul **Criterii de segmentare clienti**.

Fiind vorba de un serviciu relativ dificil de tangibilizat, este extrem de importanta increderea pe care agentul de turism o inspira clientului si experientele pe care acesta din urma le-a avut cu alte agentii.

Concurenta

Concurenta este foarte bine reprezentata, incepand de la agentii de mari dimensiuni, care concep si comercializeaza programe turistice variate, pana la cele mici si foarte mici, care se limiteaza la operatiuni foarte simple. In momentul in care face analiza concurentei, o agentie de turism trebuie sa se raporteze in primul rand la firmele comparabile ca profil si ca servicii oferite, care tintesc acelasi segment de clienti, si abia dupa aceea la competitorii de alta factura.

Este extrem de importanta cunoasterea concurentei pentru a putea gasi elemente de diferentiere care sa convina clientii sa aleaga serviciile oferite de dumneavoastra.

Pentru a face o mai buna analiza a concurentei utilizati template-urile **Matricea de analiza comparativa a concurentilor** si **Analiza competitivitatii**.

Promovarea

Principala modalitate de promovare pentru o agentie de turism este promovarea online, avand in vedere ca si clientii se documenteaza mai intai de pe Internet si de-abia dupa aceea iau decizia de achizitie. De aceea site-ul agentiei trebuie sa fie actualizat la zi cu ofertele turistice si trebuie sa contina date de contact si un formular de contact pentru a fi cat mai usor de gasit pentru clienti.

In cazul serviciilor in general si in cazul celor turistice in particular, promovarea verbala are un rol extrem de important, mai ales in cazul unei firme mici, care nu este pregatita sa faca un efort financiar deosebit pentru a-si face publicitate. In acest sens, este necesar ca in

agentie clientul sa aiba acces la cat mai multe materiale vizuale cu ofertele existente pentru a oferi suport agentului care face vanzarea.

De asemenea, se practica pe scara larga tiparirea si distribuirea de leaflet-uri, fluturasi, pliante cuprinzand diverse informatii legate de oferta firmei, preturi practicate, date de contact etc. Acestea sunt produse in special in perioadele de sezon (in perioada estivala, dar si in preajma sarbatorilor de iarna). Tot in situatia in care agentia are la vanzare pachete promotionale se poate opta pentru anunturi in presa scrisa.

O alta modalitate de promovare este participarea la targurile nationale si internationale de turism.

Alegerea modalitatii de promovare este direct corelata cu grupul tinta vizat, marimea agentiei, respectiv a bugetului de promovare si tipul de serviciu sau pachet turistic care se doreste a fi promovat.

Costurile de inceput

Costurile pentru deschiderea unei agentii de turism sunt relativ mici, in raport cu alte activitati, acesta fiind si unul dintre motivele pentru care s-au infiintat atat de multe firme pe acest profil.

Costurile includ: infiintarea societatii (maximum 300 €), achizitionarea echipamentelor de birou (computere, soft, imprimanta, copiator, scanner: 1500–5000 €, in functie de numarul de computere care se achizitioneaza), cheltuieli legate de cumpararea sau inchirierea sediului, alte cheltuieli initiale (stabilire contacte cu partenerii, angajare personal, consumabile, cheltuieli cu promovarea etc). Un instrument util in calcularea tuturor costurilor implicate de infiintarea afacerii este template-ul **Costuri Start-up**.

Rata profitului net nu este una spectaculoasa, de regula ea atingand in jur de 3-5% din cifra de afaceri, insa este vorba despre o piata care inregistreaza crestere semnificative la nivel global. Pentru asigurarea succesului functionarii afacerii este extrem de importanta pastrarea unei evidente stricte a intrarilor si iesirilor de bani. Pentru a avea o evidenta cat mai buna a incasarilor si platilor, utilizati template-ul **Fluxul de numerar**.

Pregatire si calificare

Conducerea operativa a agentiei de turism poate fi asigurata numai de catre manageri care poseda brevete de turism. Conditii obligatorii pentru obtinerea brevetului sunt: cetatenia, pregatirea profesionala (posesor al unui atestat de cunoastere a unei limbi de circulatie internationala, absolvent cu licenta a unei facultati cu profil de turism, activitate de minimum 3 ani in turism, iar pentru unele pozitii, de minimum 5 ani).

Pentru obtinerea brevetului de turism sunt necesare urmatoarele acte in copii legalizate:

1. cerere de eliberare a brevetului de turism;
2. dovada privind detinerea permisului de sedere in Romania, in cazul cetatenilor straini;
3. curriculum vitae cu precizarea expresa a pregatirii profesionale si a experientei profesionale;
4. copie de pe actul de identitate;
5. copii de pe actele care atesta pregatirea profesionala;

6. copii de pe documentele de atestare a perioadei lucrate in turism;
7. atestat de limba straina de circulatie internationala;
8. certificat de cazier judiciar.

Managerul va coordona ansamblul activitatilor care se desfasoara in cadrul agentiei de turism.

Pentru restul personalului angajat, nu este obligatorie o pregatire de specialitate, dar este preferabil ca majoritatea sa aiba o calificare in domeniu.

De asemenea pentru a asigura prestarea unor servicii de calitate se recomanda ca angajatilor sa li se ofere un minim de instruire pe zona de vanzari si customer care.

Cadrul legal

Codurile CAEN aferente agentilor de turism sunt: 7911 - Activitati ale agentilor turistice si 7990 - Alte servicii de rezervare si asistenta turistica.

Pentru obtinerea **licentei de turism**, agentul economic trebuie sa prezinte urmatoarele documente:

1. cerere de eliberare a licentei de turism;
2. certificat constatator de la Oficiul Registrului Comertului din care sa rezulte urmatoarele informatii: obiectul de activitate al societatii, structura actionariatului, datele de identificare a societatii, care se inscriu in certificatul de inmatriculare si sediul punctului de lucru unde se infiinteaza agentia de turism;
3. copie dupa brevetul de turism al persoanei care conduce agentia;
4. copie dupa contractul de munca al persoanei care detine brevetul de turism.

Licentele se emit in maximum 30 de zile de la data depunerii actelor.

Acte necesare **dosar agentie turism**:

1. Dosar;
2. Cerere de eliberare a licentei de turism;
3. Licenta in original - numai la reinoirea / schimbarea licentei;
3. Copie de pe certificatul de inmatriculare in Registrul Comertului;
4. Copie dupa cartificatul constatator, declarare punct de lucru - numai daca sediul agentiei nu corespunde cu sediul social.
5. Polita de asigurare de 50.000 USD,).
6. Copie de pe contractul de munca al persoanei care detine brevetul de turism, inregistrat la Directia de munca si protectie sociala - Camera de munca.
7. Copie de pe actul de detinere a spatiului pentru agentia de turism (proprietar sau contract de inchiriere de spatiu).
8. Formularul biletului de turism pentru asigurarea serviciilor(voucher/model).

Legislatia in vigoare privind organizarea si desfasurarea activitatii de turism

- ORDONANTA nr. 58 din 21 august 1998 privind organizarea si desfasurarea activitatii de turism in Romania
- ORDONANTA DE URGENTA Nr. 25 din 24 martie 2010 pentru modificarea Ordonantei Guvernului nr. 58 din 1998

Legislatie aplicabila in vigoare pentru brevetele de turism

- Hotararea de Guvern nr. 1267 din 8 decembrie 2010 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licentelor si brevetelor de turism, publicata in Monitorul Oficial nr. 866 din 22 ianuarie 2011;
- Ordinul MDRT nr. 1051/2011 privind aprobarea Normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licentelor si brevetelor de turism, publicata in Monitorul Oficial nr. 182/15.03.2011.

Exista si o reglementare in ceea ce priveste sediul, si anume aceea ca agentile touroperatoare pot avea sediul numai la parter si la etajul 1 sau la casa. Agentiile detailiste pot avea sediul si la etajele superioare ale blocurilor.

Trebuie avute in vedere faptele si activitatile pentru care se acorda amenzi si sanctiuni. Dintre acestea pot fi amintite urmatoarele:

- comercializarea serviciilor turistice fara detinerea licentei de turism sau avand licenta expirata ca timp;
- schimbarea destinatiei spatiunui care a fost licentiat;
- folosirea de ghizi turistici neatestati;
- neafisarea la loc vizibil a brevetului de turism, a licentei agentiei, a comisionului practicat, a numerelor de telefon pentru reclamatii;
- prestarea de servicii inferioare fata de cele contractate de catre turisti.

Informatii suplimentare

Ministerul Dezvoltarii Regionale si Turismului

<http://www.mdr.ro/>

Asociatia Nationala a Agentiilor de Turism din Romania (ANAT)

<http://www.anat.ro/>

Federatia Patronala din Turism

<http://www.fptr.ro/>

Organizatia Patronala a Turismului Balnear din Romania(OPTBR)

<http://www.spas.ro/>

Autoritatea Rutiera Romana (ARR)

www.arr.ro

www.plandeaafacere.ro – informatii cu privire la realizarea unui plan de afacere

www.finantare.ro – informatii cu privire la surse de finantare

www.intreprinzatori.ro – idei de afaceri si modele de reusita

www.managementulproiectelor.ro – informatii si instrumente cu privire la managementul proiectelor