

Prof. univ. dr.
VASILE GLĂVAN

Conf. univ. dr.
VIRGIL NICULA

Evaluator formator
MIHAI COPEȚCHI

AGENȚIA DE TURISM

ÎNFIINȚARE
ORGANIZARE
MANAGEMENT
ACTIVITATE
OPERAȚII



Copyright © 2011, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin
Editurii Pro Universitaria

Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al
Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

PREFAȚĂ

Agenția de turism organizează, oferă și vinde pachete de servicii turistice sau componente ale acestora.

Ea are un rol de mediator între consumatori (turiști) și prestatorii de servicii turistice și se implică în alcătuirea de produse, programe și aranjamente turistice și asigură un cadru organizator și operator de comercializare a acestora.

Activitatea unei agenții de turism, îndeosebi tour-operatoare, este destul de complexă: crearea, organizarea, informarea, promovarea și comercializarea produselor turistice și/sau pachetelor de servicii turistice.

Metodele și tehnicile sunt, de asemenea, variate și în concordanță permanentă cu practica internațională și cu mutațiile survenite în contextul globalizării turismului.

Cursul oferă date generale, conceptuale și practice privind înființarea, organizarea, managementul, funcționarea agențiilor de turism precum și activitățile și operațiile lor principale, actorii principali ai unei agenții de turism, experiența națională și internațională.

Fără a se constitui ca un manual de tehnică turistică, lucrarea prezintă și clarifică o serie de noțiuni economice și juridice utilizate în activitatea, comercializarea și contractarea produselor/pachetelor de servicii turistice, proprii activităților agenției de turism.

Având în vedere scopul formativ, de crearea unor aptitudini și abilități practice ale viitorilor lucrători dintr-o agenție de turism, cursul prezintă, ca aplicații practice, operațiunile tehnice specifice domeniului.

Lucrarea de față apare din necesitatea de a oferi o pregătire „turistică” absolvenților geografii, economiștii și de alte specialități, care își vor găsi locul în turism, ca întreprinzători, specialiști sau formatori sau care deja activează în acest domeniu.

Prin conținutul și alcătuirea sa, cursul se adresează învățământului universitar și liceal, geografic și economic, de servicii și turism, masteranzilor în domeniul turistic, managerilor și celor atrași de mirajul „turistic”.

Autorii

INTRODUCERE

La începutul mileniului trei, industria turismului și a călătoriilor reprezintă, pe plan mondial, unul dintre cele mai dinamice sectoare de activitate, constituind, în același timp, un important generator de locuri de muncă.

Potrivit studiilor întreprinse de Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor (WTTC), această industrie va genera, în mod direct și indirect, în următorii ani, aproximativ 11,6% din PIB și 230 milioane locuri de muncă în economie la nivel mondial.

Specialiștii din turism apreciază că în următorii 15-20 ani, numărul persoanelor care călătoresc se va dubla față de nivelul actual, Organizația Mondială a Turismului (OMT) previzionează că sosirile turistice internaționale vor ajunge de la 880 milioane de turiști internaționali și 852 mild. \$ USD cât s-au înregistrat în anul 2009* la 1.600 mil. în 2020.

În anul 2000 activitățile turistice dețineau o pondere de peste 8% din totalul exporturilor mondiale de bunuri și de 35% din totalul exporturilor de servicii.

Barometrul OMT pentru turismul mondial (august 2010) arată creșteri ale sosirilor turiștilor internaționali cu 7% în ultimele șase luni ale anului 2010, ceea ce permite o estimare a sporirii acestora cu 3-4% în acest an și continuarea trendului crescător în următorii ani (OMT, 2010).

Este unanim acceptată ideea că secolul actual va fi dominat de trei megaindustrii: telecomunicațiile, tehnologia informațiilor și turismul.

Fenomen complex, economic, cultural, social și cu vocație ecologică, turismul reprezintă șansa evadării din stresul vieții cotidiene, posibil uneori chiar și numai în imaginația noastră. Ce poate fi mai relaxant și incitant, decât ideea petrecerii timpului liber pe malul mării, escaladând munții sau pur și simplu ideea întoarcerii la natură, la viu și nepoluat, la ceea ce întruchipează ecoturismul. Toate acestea adunate formează imaginea unei vacanțe perfecte, a unei relaxări visate de omul secolului XXI.

Turismul, fenomen economico-social specific civilizației modeme, puternic ancorat în viața societății și ca atare, influențat de evoluția ei, reprezintă ansamblul de măsuri puse în aplicare pentru organizarea și desfășurarea unor călătorii de agrement sau în alte scopuri, realizate fie prin intermediul unor organizații, societăți sau agenți specializați, fie pe cont propriu, pe o durată limitată de timp, precum și industria care concură la satisfacerea nevoilor turistice.

Schimbările politice și socio-economice au determinat ca în foarte multe țări ale lumii să crească, de la an la an, numărul vacanțelor și călătoriilor turistice, în

* După datele OMT, în anul 2009, consecință a crizei financiare mondiale și a recesiunii economice care a urmat, sosirile de turiști internaționali și încasările s-au diminuat cu 9,2% și respectiv 5,7% față de 2008, când s-au înregistrat 919 mil. turiști cu 941 miliarde încasări din turismul internațional (Hight lights tourisme, 2010, Madrid).

interiorul și exteriorul granițelor. Varietatea activităților din domeniul turismului, legăturile existente între acestea și alte ramuri ale economiei naționale, au făcut ca turismul să devină o adevărată industrie, al cărei rol se găsește mereu în ascensiune. Privit ca un sector economic distinct, turismul include o paletă variată de servicii și anume: servicii de informare, de publicitate și promovare, comercializare, cazare, alimentație publică, tratament balnear, agrement și divertisment.

Turismul este o activitate care afectează societatea în diferite moduri și care are un impact profund asupra vieții sociale, culturale și economice. Mai mult fiind un set eterogen de activități economice, turismul a devenit un factor determinant în viețile a milioane de oameni; este cel mai bun mediu pentru descoperiri și contacte directe; el devine calea ideală de întâlnire a oamenilor, de promovare a păcii și înțelegerii între națiunile lumii.

Turismul afectează un spectru larg de domenii: ocuparea forței de muncă, dezvoltarea regională, educația, mediul, protecția consumatorului, sănătatea, siguranța, cultura, noile tehnologii, transporturile, finanțele și taxele, pentru a numi doar câteva.

Acest fapt poate fi argumentat dacă luăm în considerare ramurile economiei care beneficiază de pe urma turismului. Ramurile adiacente turismului care beneficiază direct de pe urma acestuia sunt următoarele: agențiile de transport, tour-operatorii, hotelurile sau alte spații de cazare, restaurantele și industria alimentară, companiile de transport, centrele de informare turistică, parcurile de distracții, centrele sportive, asociațiile din industria turistică, producătorii de suveniruri, producătorii de echipament de călătorie, industria de spectacole, aeroporturile, asigurările de călătorie, artizanii, organizațiile culturale, sistemele de distribuție globală și de rezervări, publiciștii și distribuitorii de literatură turistică și hărți, precum și casele de schimb.

Turismul este un complex de servicii și produse ce vine în întâmpinarea cererii consumatorilor sau a sectorului public pentru călătoria internă și în străinătate. Este foarte descentralizat și inclus în economie datorită mobilității și varietății trebuințelor turiștilor, precum și datorită serviciilor și produselor adiacente turismului care sunt achiziționate înainte și uneori după călătorie.

În plus față de cele de mai sus, există un număr de servicii complementare și auxiliare ce beneficiază indirect din turism: stațiile de cale ferată, industria de materiale sportive, firmele de transport (avioane, autovehicule, nave), medicii și alți furnizori de servicii medicale, jurnaliștii, scriitorii, artiștii, comercianții, agențiile de publicitate, industria hârtiei, tipografiile, agențiile de planificare, tehnologiile informatice, industria îmbrăcăminte, băncile, industria construcțiilor.

Iată de ce turismul se numără printre primele industrii în plină dezvoltare din Europa și din întreaga lume. El este considerat industria cea mai înfloritoare din lume, fără să dea semne de declin în secolul XXI, având o contribuție majoră la dezvoltarea sectorului terțiar.

Activitatea turistică depinde într-o mare măsură de autoritățile publice: de exemplu, un prestator de servicii turistice nu poate să-și atragă clienții numai prin calitatea produsului, ci trebuie să ia în considerare și calitatea infrastructurii, frumusețea și calitatea mediului natural și social, la fel ca și nivelul altor servicii distribuite în zonă. Nu stă numai în puterea industriei turismului să controleze toți acești factori.

Acest sector al economiei, uneori constituie șansa relansării după o perioadă de criză, alteori este cartea de vizită pentru multe țări, dar cel mai adesea se constituie și într-o sursă pentru degradarea mediului.

Conferința mondială având ca temă măsurarea impactului economic al turismului (Nice, 15-18 iunie 1999), a subliniat adevărata importanță economică a turismului, stabilind standardele globale și strategiile de afaceri pentru sectorul privat, fixând instrumentele de politică economică pentru toate guvernele și urmărind îmbunătățirea imaginii de ansamblu a sectorului turistic.

Turismul a suferit schimbări fundamentale în ultima perioadă și va continua să se dezvolte în viitor. Se estimează că pe termen lung următoarele aspecte vor deveni mai importante:

- turismul se va orienta mai mult spre interesele speciale, flexibilitatea și individualizarea fiind cheia succesului;
- intensitatea călătoriei va spori în următorii ani;
- turiștii au tendința de a efectua mai mult de o vacanță pe an;
- numărul turiștilor în vârstă și al celor tineri este în creștere;
- sunt vizate activitățile culturale și cele de protecție a mediului.

Nevoia unor rețele de transport se resimte puternic având în vedere dezvoltarea turismului fără frontiere. Dezvoltarea unor rețele de transport de tipul TRANS-EUROPEAN și TRACECA reprezintă un factor determinant care afectează turismul. Problema generală a infrastructurii este de o relevanță particulară pentru dezvoltarea turismului, mai ales în România.

O trăsătură dominantă a turismului actual o reprezintă nivelul considerabil al investițiilor care se fac pentru tehnologii moderne, în special în domeniul tehnicii de calcul. Procesul de globalizare va fi însoțit de concentrarea și integrarea pe verticală a sectorului privat, în special sub forma unui grup de companii având în esență interese comune. Companiile aeriene, lanțurile hoteliere sau tour-operatorii au deja filiale în întreaga lume și acoperă aspectele majore ale cererii turistice internaționale prin sistemele proprii de distribuție.

În aceste condiții, rolul marketingului devine determinant. Pe măsura intensificării competiției la toate nivelurile și în fața unei clientele turistice cu un bagaj superior de informare, bugetele alocate activităților de marketing și promovare vor crește proporțional cu creșterea turismului în această perioadă.

Principalele provocări pentru turismul secolului XXI sunt următoarele:

- dezvoltarea băncilor de date cuprinzând informații statistice complete asupra piețelor turistice prin utilizarea pe scară largă a sistemelor computerizate;
- stabilirea de parteneriate între autoritățile publice și sectorul privat în vederea coordonării dezvoltării sectorului turistic;
- colaborarea cu alte state pe baze regionale, în domenii precum marketingul, standardele formării profesionale și dezvoltării resurselor umane etc.
- dezvoltarea sistemelor adecvate de educare și formare profesională pentru asigurarea cu personal calificat în concordanță cu necesitățile și potențialul acestui sector;

- dezvoltarea și diversificarea serviciilor și produselor turistice în scopul satisfacerii necesităților și dorințelor tuturor segmentelor și nișelor de piață și realizarea unor activități de marketing concentrat pe grupuri țintă.

În România, turismul cunoaște noi evoluții pozitive, numărul de turiști a crescut cu peste 12% între anii 2000-2008, s-a diversificat oferta de programe turistice, s-au cristalizat noi forme de turism (agroturism, de afaceri și reuniuni, ecoturism etc.), au sporit plecările românilor în străinătate în scopuri turistice etc.

Ca urmare, activitatea de organizare, promovare și comercializare a călătoriilor turistice s-a multiplicat prin prezența celor peste 3.000 de agenții de turism existente în anul 2009 în România.

CAPITOLUL I

ORGANIZAREA ȘI DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII DE TURISM ÎN ROMÂNIA

În procesul complex de armonizare a legislației românești cu reglementările statelor membre UE, în turism, ca și în alte domenii economico-sociale, s-a elaborat o serie de acte normative ca să reorganizeze activitatea de turism.

Astfel, au apărut reglementări în organizarea și funcționarea instituțiilor publice în domeniul turismului, autorizarea activităților de turism (comercializarea, clasificarea structurilor de primire turistică de cazare și alimentație, și a autocarelor pentru turism, licențierea și brevetarea în turism, atestarea și utilizarea ghizilor și a agenților de turism etc.), educația și pregătirea profesională a lucrătorilor din turism, privatizarea societăților comerciale din turism, atestarea localităților și stațiunilor turistice, politica tarifară și fiscalitatea specifică, facilități pentru dezvoltarea turismului și îndeosebi a celui rural, protecția turiștilor ș.a.

Activitatea de turism din România, în toată complexitatea sa, este rezultatul unor acumulări treptate, experiențe pozitive și neajunsuri și al multor transformări survenite în cei aproape 40 de ani de existență organizată, modernă și mai ales, în ultimii 21 ani de trecere de la o economie centralizată la una de piață, cu mecanisme economico-financiare deschise.

După anul 1990, turismul românesc a cunoscut profunde transformări structurale, patrimoniale, comerciale, legislative.

Sub aspect *structural și organizatoric* s-a realizat descentralizarea activității de turism prin: *desființarea* Oficiilor Județene de Turism, a ONT – Carpați București, Brașov și Litoral –, a Întreprinderii de Turism și Restaurante București (ITHR) și a altor întreprinderi ale sindicatelor, cooperăției etc. și *crearea de societăți comerciale* și întreprinderi mici și mijlocii sau asociații familiale în turism prin privatizarea activității de turism și înființarea societăților de turism în baza Legii 31/1990. În acest fel, s-a realizat *retragerea Ministerului Turismului de la administrarea bazei materiale a turismului* (spații de cazare, de alimentație pentru turism, transport turistic, agrement), și *de la organismele de organizare, promovare și comercializare a produselor turistice*.

Prin *privatizarea* bazei tehnico-materiale a turismului (a structurilor de primire turistică) și formarea societăților comerciale s-a trecut la crearea *mecanismului de piață concurențială și la liberalizarea prețurilor și tarifelor*.

I.1. Cadrul general de organizare și coordonare

Reglementarea organizării, coordonării și desfășurării activității de turism în România se realizează prin Ordonanța Guvernului României nr. 58/1998 (M.O. 309/26.08.1998), aprobată prin Legea nr. 755/2001 (M.O. 7/2002), cu modificările ulterioare, care creează cadrul general activității de turism.

Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 învederează faptul că *turismul reprezintă un domeniu prioritar al economiei naționale, iar coordonarea dezvoltării turismului și*

controlul activității de turism se realizează de către organul central de specialitate al administrației publice centrale (minister sau autoritate națională).

Prin această ordonanță se mai precizează, pe lângă prioritatea turismului ca domeniu al economiei naționale, și: atestarea, evidențierea și monitorizarea patrimoniului turistic și instituirea certificatului de patrimoniu și Registrul patrimoniului din turism (vezi H.G. nr. 33/2000); atestarea stațiunilor turistice; principalii termeni utilizați în activitatea de turism; atribuțiile ce revin consiliilor județene în domeniul turismului (monitorizarea patrimoniului turistic, amenajarea și exploatarea pârtiilor de schi, protecția turiștilor (asigurare, salvamont, salvamar) etc.

În ceea ce privește organizarea activității de turism, Autoritatea Națională pentru Turism elaborează *Strategia de dezvoltare a turismului* pe termen mediu și lung, precum și *Programul anual de dezvoltare a turismului*, care vor fi aprobate de Guvern. Acțiunile cu caracter turistic, inițiate la nivel teritorial de către autoritățile administrației publice locale, trebuie să se înscrie în strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung și să respecte reglementările specifice pentru toate formele de turism practicate în România.

Printre alte *atribuții ale autorității centrale*, se regăsesc unele de mare importanță pentru reglementarea și organizarea activității de turism (H.G. nr. 24/2001, H.G. nr. 413/2004, H.G. nr. 1719/2008) privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului, și anume:

- autorizează agenții economici și personalul de specialitate din turism, respectiv: licențiază agențiile de turism; clasifică structurile de primire turistică; brevetează personalul de conducere;
- efectuează controlul calității serviciilor din turism;
- inițiază și promovează acte normative specifice, avizează reglementările ministerelor sau ale organelor de specialitate, ale administrației publice centrale, care au implicații și asupra turismului;
- organizează și realizează activitatea de promovare turistică a României atât pe piața internă, cât și pe piețele externe, prin activități specifice birourilor de promovare și de informare turistică din țară și din străinătate, prin organizarea și participarea de/la târguri și expoziții internaționale de turism;
- coordonează, împreună cu Ministerul Educației și Cercetării, procesul de instruire din instituții de învățământ din domeniul turismului;
- coordonează, împreună cu Ministerul Muncii și Solidarității Sociale, programe naționale și județene de reconversie profesională în meseriile activității turistice și promovează pe piața turistică Programe sociale de odihnă și recreere (în stațiuni de litoral, balneoclimatice, montane);
- avizează documentațiile de urbanism privind zonele și stațiunile turistice, precum și documentațiile privind construcțiile în domeniul turismului, conform legii;
- coordonează aplicarea prevederilor legale, inclusiv a convențiilor și acordurilor internaționale, în funcție de specificul activității, și întreprinde măsuri pentru prevenirea și înlăturarea oricăror încălcări ale acesteia;

- colaborează cu celelalte organe de specialitate aflate în subordinea Guvernului, cu ministere, cu autorități publice locale, cu asociații, fundații și cu alte organizații neguvernamentale, pentru aplicarea și armonizarea strategiei naționale cu reglementările și strategiile internaționale în turism;
- coordonează programele de asistență tehnică acordate de UE, OMT și de alte organisme internaționale, precum și programul de integrare europeană în domeniul turismului;
- prin Ministerul Turismului, statul sprijină activitatea de turism prin politici și mecanisme economico-financiare și acțiuni pentru amenajarea și dezvoltarea funcției turistice în teritoriu și ameliorarea și protecția mediului înconjurător etc.

Pentru a alinia activitatea agențiilor de turism din România la Directiva Consiliului Uniunii Europene nr. 90/314/E.C.C./1990, privind obligativitatea licențierii și brevetării agențiilor în vederea autorizării și acreditării acestora, s-a aprobat Hotărârea Guvernului nr. 238/2001 (M.O. nr. 88/2001) privind condițiile de acordare a licenței și brevetului de turism¹. Această hotărâre prevede obligativitatea funcționării agenției de turism în baza licenței de turism, iar pentru persoanele care asigură conducerea operativă a agențiilor de turism sau a structurilor de primire turistică obligativitatea de a deține brevet de turism.

Normele privind criteriile și metodologia pentru eliberarea licențelor și brevetelor de turism au fost aprobate prin Ordinul Ministrului Turismului nr. 170/2001 (M.O. nr. 225/2001)² cu completările ulterioare.

Normele legislative au fost modificate prin Ordonanța Guvernului nr. 25/2010 cu privire la brevetul de turism.

În vederea armonizării clasificării structurilor de primire turistică cu aceea a țărilor din UE, Guvernul a hotărât, prin H.G. nr. 1328/2001 (M.O. nr. 17/2002) cu completările ulterioare (H.G. nr. 1412/2002), clasificarea pe stele a structurilor de primire turistică. Astfel, Ministerul Turismului reglementează modul de clasificare a structurilor de primire turistică în baza unor criterii stabilite prin OMT nr. 510/2002 (M.O. nr. 582 bis/2002) cu modificările ulterioare (OMT nr. 911), pentru aprobarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistică, și eliberează certificatul de clasificare pe stele. Aceste norme au fost modificate prin OMT nr. 636/2008 (M.O. nr. 379 bis/2008) și prin Hotărârea de Guvern nr. 1267/2011.

Armonizarea legislației române cu cea a statelor membre ale UE privind vânzarea sau oferirea spre vânzare pe teritoriul României a pachetelor de servicii turistice, indiferent de locul de realizare al acestora, a impus promulgat O.G. nr. 107/1999 (M.O. nr. 754/2001) *privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice*, care a fost aprobată prin Legea nr. 631/2001 (M.O. nr. 754/2001).

În baza O.G. nr. 107/1999, Autoritatea Națională de Turism din Ministerul Transportului, Construcțiilor și Turismului a emis Ordinul M.T. nr. 69/2003 pentru aprobarea *contractului-cadru de comercializare* a pachetelor de servicii turistice,

¹ Modificată prin Hotărârea nr. 1267/2010.

² Abrogat prin OMT nr. 1051/2011