

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО:

Как туристическите агенции се справиха с пандемията?

Наименование на организацията:

„РИВАС ТУР“ ЕООД

Държава и сектор на организацията:

БЪЛГАРИЯ, туризъм

Тип организация:

- Бизнес компания
- Публична организация
- **Частна фирма**
- НПО
- Друго:

Размер на организацията:

- **малка**
- средна
- голяма

Кратко описание на организацията:

„РИВАС ТУР“ е малка туристическа агенция със седалище в София, България. Създадена е през 2004 г. Фирмата организира екскурзии за групи и индивидуални клиенти, посещения в чужбина с цел обмяна на опит и програми за межкултурен обмен. „РИВАС ТУР“ има повече от 15 години опит в организирането на пътувания и туристически посещения. Сферите в които работи са: бизнес пътувания, културен туризъм, селски туризъм, организиране на семинарии конференции и други.

Кратко описание на изследването:

Проучване на Световния съвет за пътуване и туризъм (ССПТ) показва, че секторът за пътувания и туризъм представлява над 10% от световния БВП или иначе казано едно от десет работни места на планетата и едно на всеки четири нови работни места, създадени в световен мащаб през последните пет години са в този сектор. COVID-19 драматично промени живота ни и секторът на пътуванията и туризма беше пряко засегнат.

На 13 март 2020г. Българското правителство обявява извънредно положение заради COVID-19. Много ограничения бяха приети не само в България, но и по целия свят. Докато хората бяха съветвани да останат у дома, туристическият сектор преживяваше сериозен катарзис в тази ситуация. Този казус ще разгледа как малка туристическа агенция е управлявала своя бизнес и персонал по време на тежката пандемия.

Туристическите агенции бяха едни от най-засегнатите от ограниченията, тъй като пътуванията, особено тези с цел туризъм и забавления бяха напълно преустановени. Беше повече от необходимо да се запази мотивацията на служителите и да се намерят нови начини и техники за прилагане, за да оцелеят в кризата.

Ключови думи:

Туристическа агенция, криза, нови техники, здраве, ограничителни мерки, международни пътувания

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

В началото предизвикателствата бяха много, тъй като туристическата агенция трябваше да направи анулиране на резервации, възстановяване на суми към клиенти или повторно резервиране, като в много случаи получаваше минимални или никакви компенсации. Някои служители се страхуваха, че могат да загубят работата си, но всъщност туристическият бранш е преживявал много кризи и хората винаги ще пътуват, така че мениджърът на „РИВАС ТУР“ знаеше, че е въпрос на време ситуацията да се нормализира. И завръщането ще бъде още по-силно, тъй като след многобройни локдауни хората няма да имат търпение да пътуват отново и да излезнат от дома/града/държавата си.

Основната стратегия на „РИВАС ТУР“ беше да поддържа връзка със своите клиенти и да популяризира нови начини за туризъм. Разбира се, необходимите мерки като: работа от вкъщи, избягване на срещи „лице в лице“, осигуряване на достатъчно хигиенни продукти като маски, ръкавици и дезинфектанти бяха взети незабавно.

Компанията се фокусира върху предоставянето на съществена информация на своите клиенти като:

- какви мерки за безопасност са най-важни за пътуващите, давайки им достатъчно увереност, за да резервират

- мерките, които доставчиците на пътувания (самолетни компании, хотели и др.) предприемат, за да направят пътуването безопасно
- какви са първите възможности за пътуване, които се появяват, тъй като границите се отварят отново и страните започват постепенно да приемат чужденци

Много клиенти бяха по-отворени към идеята да резервират полет, ако знаят, че има дезинфектант за ръце в пунктовете за багаж, правила за социално дистанциране в самолета, проверки на температурата както на входа на летището, така и преди качване и билети с напълно възстановяема сума в случай на положителен PCR тест. Същото е и с хотелските резервации. Безконтактното настаняване и напускане беше една от мерките с доказан успех в сектора на хотелиерството и настаняването.

Като цяло пътниците искат да има възможно най-много мерки за безопасност, като повечето от предложените мерки за почистване и хигиена се разглеждат като важни фактори за възстановяване на доверието.

Фирма „РИВАС ТУР“ взе предвид тези мотиви и се опита да бъде максимално полезна на своите клиенти.

ОБОСНОВКА

Основните мотиви зад тези мерки бяха с цел възстановяване на доверието на пътниците и осигуряване на увереност у тях. Чрез комуникация за мерките за здраве и безопасност хората бяха по-малко стресирани от пътуването си. „РИВАС ТУР“ предостави пълна услуга чрез организиране на пътувания след COVID-19. Те започнаха по-активно да популяризират местните туристически атракции и откриха нови възможности за национален и регионален туризъм.

ЦЕЛИ

- Поддържане на връзка с клиентите
- Дигитализиране на услугите и начините за резервации
- Осигуряване на пакет с PCR тестове, ако е необходимо, маски за лице и друга важна информация/документи, необходими за пътуването
- Здравно осигуряване
- Редовно информиране на своите клиенти за промени и нови възможности за пътуване
- Ангажиране на клиентите, за да не забравят за предлаганите услуги
- Популяризиране на местните пейзажи и българската природа
- Предлагање на гъвкави условия на пътуване

РЕЗУЛТАТИ

Кризата с COVID-19 има не само отрицателно въздействие. В туризма например една нова ниша за България сега увеличава своето развитие: селският туризъм. Тъй като хората бяха затворени у дома толкова дълго, без разрешение да отидат на почивка или просто да се разходят в парка, в момента те са повече от всякога привлечени от природата и новите начини за туризъм. Училищата и детските градини бяха затворени и децата веднага усетиха липсата на социален контакт с други деца. Това е много сложен момент както за децата, така и за родителите. Сега семействата търсят алтернативи да отидат на почивка. Някои хора се страхуват да не се заразят с вируса, затова предпочитат селския туризъм, тъй като селските къщи са по-безопасни от големите хотели в туристически градове.

Друг положителен ефект от пандемията беше чувството за отговорност, което персоналът разви. Това не означава, че не са го имали преди пандемията, но туристическите агенции сега са по-внимателни към здравословното състояние на своите клиенти.

Известен факт е, че потребителите се притесняват да пътуват отново и сега търсят професионални съвети при пътуване. Това е положителен ефект за „РИВАС ТУР“, тъй като те могат да предоставят информация какво е безопасно, какво е отворено, кои хотели са въвели засилени хигиенни мерки, така че клиентите да бъдат по-малко стресирани и притеснени какво може да се случи по време на или след пътуването им.

Генералният мениджър на „РИВАС ТУР“ казва : „Почувствахме, че има нужда от информация и надеждни насоки. Клиентите предпочитат пътуването им да бъде планирано от туристически агент, тъй като това ще сведе до минимум рисковете от непланирани обстоятелства. Вече сме не само туристически агенции, но и се превръщаме в консултанти. Хората ни се доверяват, а това е голяма отговорност!”

Друго положително влияние от пандемията COVID-19: екологичният аспект на местния туризъм. Има няколко елемента, движещи този възглед. Първо, тъй като хората са имали повече време да оценят своите ценности, ние виждаме промяна в начина, по който инвестират времето и парите си. Мнозина използваха времето си в изолация като възможност да преоткрият стари (и по-далечни) хобита като селски туризъм, колоездене и т.н. Мнозина искат да продължат това като част от плановете си за почивка/пътуване. Така че „РИВАС ТУР“ вече предлага пакети с различни спортни и друг вид дейности в селски райони.

ПОУКА

От началото на кризата туристическите агенции играят ключова роля в това да действат като доверени съветници в бързо променяща се ситуация. Те развиха комуникационни и консултантски умения, като предоставят актуализирана информация за ситуацията и улесняват клиентите при планиране на пътувания. Днес, когато хората желаят да пътуват отново, приоритетът на агенциите е да уверят пътниците, че е безопасно да пътуват. Търсенето и предоставянето на квалифицирана и качествена информация от страна на туристическия агент към клиентите е основен приоритет в работата на фирмата. Клиентите се допитват за всяка подробност касаеща бъдещото им пътуване – както в чисто географски и туристически аспект, така

и от гледна точка на здравни изисквания, пропускателни режими, граничен контрол, ограничения на местата, свързани с крайната дестинация на пътуването. В тази несигурна за пътувания ситуация, туристическият агент се превърна в най-търсеният помощник и доверен източник на всякакъв вид информация за туриста! Туристическите фирми предоставят информация за безопасността и хигиенните мерки на превозвачите, за мерките и изискванията на ниво правителство във всяка една от дестинациите, за които пътниците планират посещение. Клиентите потвърждават, че новите моменти в дейността на туристическите агенции са от ключово значение за възобновяване на резервациите и планирането на нови пътувания. „РИВАС ТУР“ научи, че е много важно да се инвестира в личностното израстване на персонала и осъзна необходимостта от продължително обучение, с което да се повишават квалификацията и професионалните умения на служителите. Фирмата вярва, че това ще улесни възстановяването на бизнеса и ще подобри оперативната ефективност на основната ѝ дейност. Търсят се и начини за автоматизиране на процесите през целия работен цикъл, за да се поддържат транзакции, изискващи редуциране на персоналното взаимодействие: безконтактни процеси, онлайн връзки с клиента и т.н.

МАТЕРИАЛИ





БИБЛИОГРАФИЯ

Интервю с мениджъра на „РИВАС ТУР“

<https://www.rivastour.com/>

<https://worldtraveltourismcouncil.medium.com/the-future-of-the-travel-agency-business-after-covid-19-e1565a6c2d6b>