

इकाई – 2

ट्रैवल एजेंसी का संचालन

इकाई सिंहावलोकन और विवरण

इस इकाई का उद्देश्य ट्रैवल एजेंसी में आवश्यक ऑपरेशन के लिए व्यापक ज्ञान प्रदान करना है। इस इकाई से निम्नलिखित ज्ञान और कौशल प्रदान किए जाएंगे;

- ट्रैवल एजेंसी और टूर ऑपरेशन की भूमिका, कार्य और जिम्मेदारियां
- टिकटिंग— किराया गणना
- प्रलेखन—पैकेजिंग टूर
- विदेशी मुद्रा
- होटल, क्रूज़, बस और रेल आरक्षण – कार किराए पर लेना
- यात्रा संबंधी दस्तावेज
- विपणन और प्रचार
- बाजार अनुसंधान

संसाधन सामग्री :

प्रत्येक प्रतिभागी के लिए अध्ययन सामग्री की एक प्रति और पर्यवेक्षक शीट की प्रतियां – प्रत्येक समूह और अध्यापक के लिए, पेन, मार्कर, पैकेज टूर ब्रोशर का एक सेट और कम्प्यूटर।

1. चांद एम, ट्रैवल एजेंसी मैनेजमेंट : एन इंट्रोडक्टरी टेक्स्ट, अनमोल पब्लिकेशन प्रा. लि., नई दिल्ली
2. हॉलोवे, जे. सी., द बिजनेस ऑफ टूरिज्म, प्रेंटिस हॉल, लंदन

परिचय

टूर ऑपरेशन आसान प्रक्रिया नहीं है क्योंकि इनकी भूमिका, गतिविधियां और रूप उन शुरुआती दिनों की तुलना में बहुत अधिक बदल गए हैं जब थॉमस कुक ने 1840 में रेल के रास्ते एक पैकेज ट्रिप का आयोजन किया था। इसका एक उपयोगी तरीका यह पता लगाना है कि एक टूर ऑपरेटर अपनी विशेषता और रूप को सिद्ध करने के लिए कौन सा रास्ता अपनाता है। सरल शब्दों में एक टूर ऑपरेटर पर्यटन के अलग अलग हिस्सों को आपस में जोड़कर पैकेज तैयार करता है और ब्रोशर, लीफलेट या विज्ञापन या आईसीटी के माध्यम से जनता के बीच इन्हें बिक्री के लिए पेश करता है। यदि एक टूर ऑपरेटर को एक पैकेज पेश करना है तो इसे एक समावेशी टूर भी कहा जाता है, इसमें आमतौर पर कम से कम दो तत्व शामिल होंगे, जिन्हें समावेशी बिक्री मूल्य पर बिक्री के लिए प्रस्तावित किया जाएगा और इसमें कम से कम

24 घण्टे तक, रात भर रुकना शामिल होगा। इन तत्वों में सामान्य रूप से परिवहन, ठहरना और पर्यटन की अन्य सेवाएं शामिल होती हैं।

2.1 एजेंट

एक एजेंट एक ऐसा व्यक्ति है जो प्रधान कार्मिक द्वारा इसके लिए तैनात किया जाता है। यदि एक कंपनी किसी अन्य व्यक्ति को इसके लिए नियुक्त करती है तो वह व्यक्ति व्यापार का एजेंट बन जाता है, चाहे इसकी नियुक्ति पूर्णकालिक हो या अंशकालिक और चाहे एजेंट को एक नियत वेतन मिलता हो या कंपनी द्वारा फीस का भुगतान किया जाए। एक ट्रेवल एजेंसी में, कोई निदेशक या कर्मचारी या स्वतः नियुक्त व्यक्ति ट्रेवल एजेंसी के लिए कार्य करता है तो उसे कंपनी का एजेंट कहते हैं।

एक ट्रेवल एजेंसी एक निजी रिटेलर या जनसेवा है जो पर्यटन संबंधी सेवाएं जनता को प्रदान करती है और यह आपूर्तिकारों की ओर से कार्य करती है जैसे एयरलाइन्स, कार रेंटल, क्रूज लाइन्स, होटल, रेलवे और पैकेट टूर। साधारण पर्यटकों से डील करने के अलावा अधिकांश ट्रेवल एजेंसियों में व्यापार संबंधी यात्रियों की यात्रा की व्यवस्था के लिए एक अलग विभाग होता है तथा कुछ ट्रेवल एजेंसियों को केवल वाणिज्यिक और व्यापार संबंधी यात्रा में विशेषज्ञता हासिल होती है। ऐसी भी कुछ ट्रेवल एजेंसियां होती हैं जो विदेशी ट्रेवल कंपनियों के सामान्य सेल्स एजेंट के रूप में काम करती हैं और उन देशों से अलग अन्य स्थानों में अपने कार्यालय बनाती हैं जहां उनके हैडक्वार्टर स्थित होते हैं।

2.2 ट्रेवल एजेंसी की उत्पत्ति (Origins)

ब्रिटिश कंपनी कॉक्स एण्ड किंग्स को दुनिया की सबसे पुरानी ट्रेवल एजेंसी कहा जाता है, किन्तु यह उन सेवाओं पर आधारित है जो मूलतः बैंक द्वारा दी जाती थीं, इसकी स्थापना 1758 में की गई और यह धनवान ग्राहकों को सेवा प्रदान करती थी। आधुनिक ट्रेवल एजेंसी सबसे पहले 19वीं शताब्दी के द्वितीय अर्ध में सामने आई। थॉमस कुक पैकेज टूर के विकास के अलावा 19वीं शताब्दी की अंतिम तिमाही में एजेंसियों की श्रृंखला के लिए भी जानी जाती है, जो मिडलैंड रेलवे के सहयोग से स्थापित की गई। वे न केवल अपने टूर के लिए जनता को सुविधा प्रदान करती थी, बल्कि इसके अलावा उन्होंने अन्य टूर कंपनियों का प्रतिनिधित्व भी किया। अन्य ब्रिटिश अग्रणी ट्रेवल एजेंसियां थीं डीन एण्ड डेवसन, द पॉलीटेक्निक ट्यूरिंग एसोसिएशन और द को-ऑपरेटिव होलसेल सोसाइटी। उत्तरी अमेरिका की सबसे पुरानी ट्रेवल एजेंसी थी ब्राउनेल ट्रेवल, जो 4 जुलाई 1887 को स्थापित की गई, वॉल्टर टी ब्राउनेल ने एसएस डेवोनिया पर न्यू यॉक से समुद्री यात्रा के जरिए एक यूरोपियन टूर पर 10 यात्रियों को भेजा।

ट्रेवल एजेंसियां 1920 में शुरू होने वाली वाणिज्यिक उड़ानों के विकास के साथ और अधिक आम हो गईं। मूल रूप से ट्रेवल एजेंसियां अधिकांशतः मध्यम और उच्च वर्ग के ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करती थी, किन्तु युद्ध के बाद बड़े पैमाने पर पैकेज हॉलीडे की शुरुआत से ट्रेवल एजेंसियों की संख्या अधिकांश

ब्रिटिश शहरों की मुख्य सड़कों पर बढ़ती गई, जो कामकाजी वर्ग के ग्राहकों को सुविधा प्रदान करती थीं, जो विदेशी समुद्री तट पर अवकाश की बुकिंग के सुविधाजनक तरीके पाना चाहते थे।

समीक्षा प्रश्न :

1. ट्रैवल एजेंट की विशेषताएं कौन सी हैं?
2. ट्रैवल एजेंसी के विकास के कारणों पर चर्चा करें।
3. ट्रैवल एजेंसी / टूर ऑपरेशन से आप किस प्रकार की सहायता की उम्मीद करते हैं।
4. गतिविधि : यदि आप अपनी छुट्टी के दौरान एक टूर पर जाने की योजना बना रहे हैं तो आपको यात्रा संबंधी समाधान कौन प्रदान करेगा।

2.3 ट्रैवल एजेंसी का प्रचालन (Operations of Travel Agency)

एक ट्रैवल एजेंसी का मुख्य कार्य एक एजेंट के रूप में कार्य करना, एक सप्लायर की ओर से ट्रैवल प्रोडक्ट और सर्विसेज की बिक्री करना है। रिटेल के अन्य व्यापारों से अलग, उनके पास स्टॉक मौजूद नहीं होता है। अवकाश का एक पैकेज या एक टिकट सप्लायर से तब तक नहीं खरीदा जाता जब तक ग्राहक इसे खरीदने का अनुरोध नहीं करता है। उन्हें एक रियायती कीमत पर अवकाश का टिकट दिया जाता है। इसलिए ग्राहक को बताई गई कीमत से इसमें अंतर होता है और वह रियायती कीमत का भुगतान करता है जिस पर यह टिकट एजेंट को सप्लाई की जाती है। इसे कमिशन कहते हैं। कई देशों में सभी लोग या कंपनियां जो टिकट की बिक्री करती हैं, उन्हें लाइसेंस रखना होता है और वे मान्यता प्राप्त ट्रैवल एजेंट होते हैं। कुछ देशों में एयरलाइन्स में ट्रैवल एजेंसियों को कमिशन देना बंद कर दिया है। इसलिए ट्रैवल एजेंसियां अब प्रतिशत प्रीमियम या मानक फ्लैट फीस, प्रति बिक्री लेते हैं। जबकि कुछ कंपनियां अब तक उनके प्रोडक्ट की बिक्री के लिए कुछ प्रतिशत देती हैं। प्रमुख टूर कंपनियां इसे समायोजित कर सकती हैं, क्योंकि उनके पास सस्ती कीमत पर बेचने के लिए हजारों ट्रिप के मामले होते हैं जबकि वे कुछ सौ ट्रिप अधिक कीमत पर बेच सकती हैं। इस प्रक्रिया से दोनों पक्षों को फायदा होता है। यह एजेंट का उपयोग किए बिना विज्ञापन और वितरण अभियान में शामिल हुए बिना ट्रैवल एजेंट को कमिशन प्रस्तावित करने से कहीं सस्ता होता है।

अन्य वाणिज्यिक प्रचालन किए जाते हैं, खास तौर पर बड़ी श्रृंखला में। इनमें आंतरिक बीमा, ट्रैवल गाइड बुक और टाइम टेबल, कार रेंटल, और एक ऑनसाइट ब्यूरो की सर्विस में बदलाव, सर्वाधिक लोकप्रिय अवकाश मुद्रा (holiday currencies) के लेन देन शामिल हो सकते हैं।

अधिकांश ट्रैवल एजेंट अपनी सुरक्षा के साथ अपने ग्राहकों को भी वाणिज्यिक विफलता की संभावनाओं से बचाने की जरूरत महसूस करते हैं, जिसे या तो वे स्वयं करते हैं या सप्लायर द्वारा कराते हैं। वे इस तथ्य का विज्ञापन देते हैं कि उनके पास प्रतिभूति बॉन्ड है, जिसका अर्थ है कि विफलता के मामले में ग्राहकों को या तो उसके बराबर अवकाश प्रस्तावित किया जाता है या वे यदि इसे खो देते हैं तो इसका रिफंड प्राप्त कर सकते हैं। कई ब्रिटिश और अमेरिकन एजेंसियां और टूर ऑपरेटर्स इंटरनेशनल एयर ट्रांसपोर्ट

एसोसिएशन (आईएटीए) के साथ सहयोग करती हैं जो उन्हें एयरटिकट प्रदान करते हैं, एयर ट्रेवल ऑर्गनाइजर्स लाइसेंसिंग (एटीओएल) जिनके लिए वे एसोसिएशन ऑफ ब्रिटिश ट्रेवल एजेंट्स (एबीटीए) या अमेरिकन सोसाइटी ऑफ ट्रेवल एजेंट (एएसटीए) के सहयोग से टिकट ऑर्डर करते हैं, उनके लिए जो एक टूर कंपनी की ओर से अवकाश पैकेज की बिक्री करते हैं।

एक ट्रेवल एजेंट ग्राहक को गैर पक्षपाती यात्रा सलाह पेश कर सकता है। जबकि, यह कार्य बड़े पैमाने के बाजार में पैकेज अवकाश के साथ लगभग खत्म हो गया है और कुछ एजेंसी की श्रृंखलाएं 'हॉलीडे सुपर मार्केट' की संकल्पना का विकास करते हैं, जिसमें ग्राहक रैंक पर रखे ब्रोशर से अपने अवकाश चुनते हैं और काउंटर पर इसे बुक करते हैं। पुनः, कई प्रकार के सामाजिक और आर्थिक बदलावों से अब यह पक्ष और अधिक सामने आया है, खास तौर पर कई तरह की कई लागत वाली एयरलाइन्स की शुरुआत से, जिसमें कोई परेशानियां नहीं है।

2.4 ट्रेवल एजेंसी का संगठन (Organization of Travel Agency)

इस क्षेत्र के व्यापारों को स्वतंत्र ट्रेवल एजेंसी और अनेक एजेंसियों के बीच बांटा जा सकता है जिनके स्वामित्व और प्रचालन का कार्य टूर ऑपरेटर और अन्य पर्यटन संगठन करते हैं, दो बुनियादी सिद्धांत प्रत्येक की सफलता सुनिश्चित करते हैं : अच्छी गुणवत्ता की ग्राहक सेवा और प्रबंधन।

प्रबंधन के संदर्भ में नियंत्रण लागू करने, अच्छी तरह काम करने वाले कर्मचारियों की तैनाती और वादे के जरिए एक अच्छे ग्राहक आधार का निर्माण ये सभी महत्वपूर्ण होते हैं। स्वतंत्र एजेंसियां, जो प्रबंधक के स्वामित्व में होती हैं और जिनमें प्रारूपिक तौर पर पांच से कम कर्मचारी होते हैं, ये बड़ी श्रृंखला वाली एजेंसियों के विपरीत बड़ी हाइ स्ट्रीट में या शॉपिंग मॉल में होती हैं, जहां से आने जाने वाले लोगों की संख्या अधिक होती है। ट्रेवल एजेंट प्रारूपिक तौर पर कई तरह के काम करते हैं जिनमें शामिल हैं :

- आरक्षण करना
- यात्रा के मदों की योजना बनाना (जिसमें पूरी दुनिया की जटिल यात्रा शामिल है)
- किरायों और प्रभारों (charge) की गणना
- टिकट प्रस्तुत करना, ग्राहक को गंतव्यों, रिजॉर्ट, एयरलाइन कंपनी और कई तरह के ट्रेवल प्रोडक्ट के बारे में सलाह देना
- ग्राहक से मौखिक और लिखित रूप में संचार करना
- आरक्षण पर सही रिकॉर्ड का रखरखाव करना
- सुनिश्चित करना कि रैंक पर सही तरीके से स्टॉक या आंतरिक रूप से सप्लाई का रखरखाव किया गया है
- जहां ग्राहक शिकायत करता है वहां माध्यमिक व्यक्ति के रूप में कार्य करना।

ट्रैवल एजेंसी स्टाफ को न केवल टाइम टेबल पढ़ने के तकनीकी कौशल, किराए की गणना और टिकट लिखने की क्षमता में सक्षम होना चाहिए, उनके पास बिक्री करने और प्रौद्योगिकी (उदाहरण सीआरएस) के उपयोग की क्षमता के लिए अच्छे आपसी कौशल भी होने चाहिए। एजेंट को हवाई किराए और इनके साथ जुड़ी शर्तों को सरल, सादी अंग्रेजी या हिंदी भाषा में समझाने में सक्षम होना चाहिए। एक एजेंसी मैनेजर को कर्मचारियों का समूह संभालने में सक्षम होना चाहिए और उसे ग्राहक को बिल देने, खाते के वित्तीय रखरखाव और नकद आदि के प्रबंधन का कार्य भी करना होता है तथा व्यापार चलाने के लिए व्यय का नियंत्रण करना होता है। इन सब के अलावा यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि सभी कर्मचारी ग्राहक सेवा का उच्च स्तर प्रदान करते हैं ताकि वे बिक्री कर सकें और ग्राहकों की संख्या बढ़ा सकें। इसके लिए उन्हें यह करना होगा :

- ग्राहकों का स्वागत गर्मजोशी और मुस्कुराहट से करना,
- कर्मचारियों को सुनिश्चित करना चाहिए कि उनकी वेशभूषा, दिखावट और व्यक्तिगत तैयारी अच्छी होनी चाहिए,
- ग्राहकों पर पहला प्रभाव गहरा होता है; उनकी व्यक्तिगत मुद्रा, हाव भाव तथा बात करने का तरीका महत्वपूर्ण होता है, उन्हें सजग, सचेत और कार्य करने का इच्छुक दिखाई देना चाहिए और उपलब्ध प्रोडक्ट ग्राहक की जरूरतों के अनुरूप होना महत्वपूर्ण है,
- सभी कर्मचारी विनम्र होने चाहिए और उन्हें लगातार आंखों का संपर्क बनाए रखते हुए अपनी बात स्पष्ट रूप से समझाने में सक्षम होना चाहिए।
- टेलीफोन का उत्तर तत्काल और विनम्रतापूर्वक देना चाहिए।

परिस्थितियां : • स्वास्थ्य • खर्च करने योग्य उपलब्ध आय • समय का आश्वासन • कार्य प्रतिबद्धता • परिवार प्रतिबद्धता • कार के मालिक	अलग अलग पर्यटक	ज्ञान : • गंतव्य • विभिन्न टूरिज्म प्रोडक्ट की उपलब्धता • प्रतिस्पर्द्धी संगठनों के बीच कीमतों का अंतर
सोच और अवधारणा : • गंतव्य और पर्यटन संगठनों के बारे में अवधारणा • किसी खास देश और संस्कृति के बारे में प्राथमिकता • यात्रा के कुछ निश्चित तरीकों से डर • वे कितनी जल्दी यात्रा की योजना बना सकते हैं और एक ट्रिप बुक कर सकते हैं	चित्र 3	अनुभव : • हॉलीडे के प्रकार • विभिन्न गंतव्य • विभिन्न पर्यटन संगठनों द्वारा प्रस्तावित किए गए प्रोडक्ट्स • विशेष व्यक्तियों या समूहों के साथ एक ट्रिप पर जाना • रियायती कीमत पाने की कोशिश करना

• वे विचार जिनके लिए वे पैसे को महत्व देते हैं • एक पर्यटक के रूप में व्यवहार के स्तर के बारे में इनके विचार		
---	--	--

एक प्रोडक्ट की बिक्री में एक सेट क्रम का पालन किया जाता है जैसा चित्र 8.6 में बताया गया है। इसमें बताया गया है कि एक हॉली डे लेने के लिए ग्राहक की सोच कैसी होती है, जहां एक एजेंट को धीरे धीरे यह समझना होता है कि ग्राहक क्या चाहता है, उसकी मांग को कैसे पूरा किया जाए और वह किस प्रकार की बातचीत करना चाहता है। खास तौर पर, खोज, मूल्यांकन और पुनः मूल्यांकन की प्रक्रिया जो एजेंसी में अपनाई जाती है या दोबारा आना, यदि ग्राहक प्रोडक्ट की पेशकश का आकलन करने के लिए ब्रोशर ले जाता है। इसमें एजेंट की भूमिका निर्णायक होती है, जरूरी नहीं है कि वह कोई निश्चित जवाब दे सके, बल्कि वह ग्राहक को मार्गदर्शन दे सकता है, विकल्प पेश कर सकता है (और उनके मना करने पर इसे संभालने), जब तक एक उचित प्रोडक्ट का पता नहीं लगा लिया जाता। यह स्पष्ट है कि इसमें बहुत अधिक समय लगता है और इसलिए ऐसा लगता है कि अनेक ग्राहक तकनीक जैसे कि वर्ल्ड वाइड वेब अथवा एक ट्रैवल एजेंसी के जरिए इस प्रक्रिया को अपनाते हैं।

समीक्षा प्रश्न :

1. ऑपरेटिंग ट्रैवल एजेंसी के काम करने का तरीका बताएं?
2. ट्रैवल एजेंसी की संगठन प्रणाली पर चर्चा करें।
3. चुनी गई जॉब के कार्यों पर एक छोटी सी टिप्पणी लिखें।
4. गतिविधि : टूर ऑपरेशनों में शामिल जॉब की पहचान करें।

2.3 कमिशन

ट्रैवल एजेंसी के कई क्षेत्रों का फोकस एजेंसी को कमिशन का भुगतान करने पर होता है, जो इसकी मुख्य आय होती है। ये हैं मुख्य रूप से कार रेंटल, क्रूज लाइन्स, होटल, रेलवे, साइटसीइंग टूर, टूर ऑपरेटर्स आदि। कीमत का एक मुख्य हिस्सा वह होता है जिसका एक निश्चित प्रतिशत एजेंट को कमिशन के रूप में दिया जाता है। कमिशन का भुगतान कीमत के कर वाले हिस्से पर नहीं किया जाता है।

जबकि हवाई यात्रा के बारे में कमिशन पिछले समय की बात बन गया है। यूनाइटेड स्टेट में अधिकांश एयरलाइन्स किसी ट्रैवल एजेंसी को कमिशन का भुगतान नहीं करती हैं। इस मामले में एक एजेंसी आम तौर पर निवल मूल्य में सेवा शुल्क जोड़ देती है। कमिशन में कमी का दौर 1995 में शुरू हुआ, जब उत्तरी अमेरिका में सबसे पहले कमिशन में कमी की गई : रिटर्न ट्रिप पर 50 डॉलर और एक तरफ के लिए 25 डॉलर की कैप। वर्ष 1999 में यूरोपियन एयरलाइन्स द्वारा कमिशन समाप्त करने या इसमें कमी लाने की शुरुआत की गई, जबकि सिंगापुर एयरलाइन्स ने एशिया के कुछ हिस्सों में ऐसा किया। वर्ष 2002 में डेल्टा एयरलाइन्स द्वारा यूएसए और कनाडा के लिए शून्य कमिशन की घोषणा की गई; इसके कुछ माह बाद

यूनाइटेड एयरलाइन्स, अमेरिकन एयरलाइन्स, कॉन्टीनेंटल एयरलाइन्स, नॉर्थवेस्ट एयरलाइन्स, यूएस एयरवेज और अमेरिकन ट्रांस एयर को डेल्टा में मिला दिया गया।

एजेंसियों के प्रकार

यूके में तीन अलग अलग तरह की एजेंसियां हैं : मल्टीपल्स, मिनीपल्स और स्वतंत्र एजेंसियां। पहली श्रेणी में राष्ट्रीय श्रृंखलाओं को शामिल किया गया है, जिनका स्वामित्व अंतरराष्ट्रीय एजेंसियों के पास है, जैसे थॉमस हॉलीडेज, जो टीयूआई एजी नामक जर्मन मल्टीनेशनल की सहायक कंपनी है। अब यह बहुत सामान्य बात है कि बड़े बाजार वाली टूर कंपनियां ट्रैवल एजेंसियों की श्रृंखला का नियंत्रण हासिल करने के लिए इन्हें खरीद लेती हैं ताकि इनके प्रोडक्ट के वितरण पर नियंत्रण रख सकें (यह खड़े एकीकरण का उदाहरण है)। छोटी श्रृंखलाएं आम तौर पर कुछ हिस्सों या जिलों में स्थित होती हैं।

यूनाइटेड स्टेट में चार प्रकार की एजेंसियां हैं : मेगा, रीजनल, कंसोशियम और स्वतंत्र एजेंसियां। अमेरिकन एक्सप्रेस और अमेरिकन ऑटोमोबाइल एसोसिएशन (एएए) मेगा ट्रैवल एजेंसियों के उदाहरण हैं।

स्वतंत्र एजेंसियां आम तौर पर विशेष या अहम बाजार की पूर्ति करती हैं, जैसे एक अप मार्केट कम्प्यूटर टाउन या सबअर्ब या एक खास समूह के लोगों की जरूरतें जो एक ही तरह की गतिविधि करते हैं, जैसे खेल आयोजन, जैसे फुटबॉल, गोल्फ या टेनिस।

ट्रैवल एजेंसियों के दो तरीके होते हैं। पहला है पारंपरिक, बहुत गंतव्य वाला, जो आउटबाउंड ट्रैवल एजेंसी है, यह यात्री के मूल स्थान पर स्थित होता है और दूसरा गंतव्य पर फोकस होता है, इन बाउंड ट्रैवल एजेंसी, जो गंतव्य में स्थित होती है और उसे उस स्थान की विशेषज्ञता हासिल होती है। वर्तमान में, पहली श्रेणी आम तौर पर बड़े ऑपरेटर की है जैसे थॉमस कुक, जबकि दूसरा आम तौर पर छोटा, स्वतंत्र ऑपरेटर होता है।

2.6 21वीं शताब्दी में ट्रैवल एजेंसी

इंटरनेट पर आम जनता की पहुंच के साथ कई एयरलाइन्स और अन्य ट्रैवल कंपनियों में अपनी बिक्री सीधे यात्रियों को करना शुरू किया है। इसका परिणाम यह हुआ कि अब एयरलाइन्स को प्रत्येक बेची गई टिकट पर ट्रैवल एजेंट को कमिशन देने की जरूरत नहीं रही। वर्ष 1997 से ट्रैवल एजेंसियां धीरे धीरे पैकेज हॉलीडे वितरण नेटवर्क की पतों को हटाकर लागत में कमी लाते हुए बीच से हटा दी गई। जबकि ट्रैवल एजेंट कुछ क्षेत्रों में प्रभावी बने रहे, जैसे क्रूज़ वैकेशन, जहां वे 77 प्रतिशत बुकिंग करते हैं और पैकेज ट्रैवल में 73 प्रतिशत हिस्सेदारी रखते हैं। वर्ष 2009 में ट्रैवल एजेंसियों के बाजार का आकार बहुत तेजी से कम हो गया, जो पिछले वर्ष में 17 बिलियन डॉलर से घटकर 14.5 बिलियन डॉलर हो गया। इसकी प्रतिक्रिया के तौर पर ट्रैवल एजेंसियों ने अपनी ट्रैवल वेबसाइट बनाकर इंटरनेट पर अपनी उपस्थिति बढ़ाई, जिसमें विस्तृत जानकारी और ऑनलाइन बुकिंग क्षमताएं उपलब्ध थीं। प्रमुख ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों में शामिल हैं : एक्स्पीडिया, वोयेजेस, ट्रेवेलोसिटी, ओरबिटज, चीप टिकट्स, प्राइसलाइन,

चीप ओएयर, वेबजेट और हॉटवायर। ट्रैवल एजेंसियां बड़ी कम्प्यूटर आरक्षण प्रणाली कंपनियों की सेवाएं भी उपयोग करती हैं जैसे ग्लोबल डिस्ट्रीब्यूशन सिस्टम्स (जीडीएस), सहित एसएबीआरई, एमेडस सीआरएस, गैलिलियो सीआरएस और वर्ल्डस्पैन, जो ट्रैवल पोर्ट की सहायक कंपनी है, जहां एयरलाइन टिकट, होटल, कार रेंटल और यात्रा संबंधी अन्य सेवाओं की बुकिंग और बिक्री की जाती है। कुछ ऑनलाइन ट्रैवल वेबसाइट लोगों को कई कंपनियों के होटल तथा फ्लाइट की दरों की तुलना मुफ्त में करने की सुविधा प्रदान करती हैं। वे सुविधाओं, कीमत और शहर की नजदीकी या किसी ऐतिहासिक स्थान के अनुसार ट्रैवल पैकेज चुनने की सुविधा भी देती हैं। ट्रैवल एजेंट के पास पूरी तरह बॉन्डिड (पूरी वित्तीय सुरक्षा) यात्रा के लिए सुविधाजनक पैकेजिंग टूल होते हैं, जिससे वे लोगों को ऑनलाइन बुक करने के लिए बराबर या इससे कम कीमत पेश करते हैं। अपने आप में एजेंसी की वित्तीय परिसंपत्ति पेशेवर ट्रैवल एजेंसी की सलाह के अलावा सुरक्षित होती हैं।

सभी ट्रैवल साइट जिनमें होटल ऑनलाइन बिक्री की जाती है, जीडीएस, सप्लायर और होटल के साथ मिलकर कमरे की खोज में सीधे सहायता देती हैं। जब ट्रैवल साइट पर एक होटल के कमरे की बिक्री की जाती है तो साइट को इस होटल के लिए पुष्टि पाने की कोशिश करनी होगी। जब इसकी पुष्टि होती है कि यह उपलब्ध है अथवा नहीं तो ग्राहक से संपर्क द्वारा उसे परिणाम बताया जाता है। इसका अर्थ है कि एक ट्रैवल वेबसाइट पर होटल की बुकिंग से तुरंत उत्तर मिलना जरूरी नहीं है केवल कुछ होटल तत्काल पुष्टि करते हैं (जिन्हें सामान्य तौर पर प्रत्येक साइट पर मार्क किया जाता है)। क्योंकि अलग अलग ट्रैवल वेबसाइट अलग अलग सप्लायरों के साथ मिलकर काम करती हैं, प्रत्येक साइट में अलग अलग होटल होते हैं जिनकी पुष्टि तुरंत की जाती है। कुछ ऑनलाइन ट्रैवल वेबसाइट के उदाहरण जहां होटल के कमरों की बुकिंग की जाती है, ये हैं एक्सपीडिया, ओरबिटज और वर्ल्ड होटल लिंक।

समीक्षा प्रश्न :

1. पर्यटन व्यापार में होने वाले परिवर्तनों का पता लगाएं।
2. गतिविधि : ट्रैवल एजेंसी / टूर ऑपरेशनों के लिए आय के स्रोत का पता लगाएं।

अभ्यास :

1. ट्रैवल एजेंट की क्या विशेषताएं हैं?
2. ऑपरेटिंग ट्रैवल एजेंसी के काम करने के तरीकों की व्याख्या करें।
3. संचालन में कमिशन की क्या भूमिका है।
4. ट्रैवल एजेंटों के भविष्य के बारे में बताएं।

1. प्रायोगिक कार्य के लिए दिशानिर्देश :

ट्रैवल एजेंसी में एक दिन की विजिट और निम्नलिखित गतिविधियों में हिस्सा लेना :

1. ट्रैवल एजेंसी के कार्यालय में शामिल कार्यालय सामग्री / मशीनों की पहचान करना।

2. कार्यालय के उपकरणों की व्यवस्था देखना और उनकी व्यवस्था युक्ति संगत रूप से करना।
3. विभिन्न भूमिकाओं में काम करने वाले लोगों की पहचान करना।
4. ग्राहकों को देखना और उनकी जरूरतें समझना।
5. ट्रैवल एजेंसी में लोगों द्वारा किए जाने वाले विभिन्न कार्यों का पता लगाना। रिपोर्ट तैयार करना।