



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

旅行社经营管理



LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

陈锡畴 胡 华 主编



郑州大学出版社



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

旅行社经营管理



LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

陈锡畴 胡 华 主编



郑州大学出版社

郑州

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/陈锡畴,胡华主编.—2版.—郑州:
郑州大学出版社,2015.5

“十二五”职业教育国家规划教材

ISBN 978-7-5645-2281-0

I. ①旅… II. ①陈…②胡… III. ①旅行社-企业经营
管理-高等教育-教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第093075号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路40号

出版人:张功员

全国新华书店经销

郑州文华印务有限公司印制

开本:787 mm×1 092 mm 1/16

印张:14.5

字数:343千字

版次:2015年5月第2版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

印次:2015年5月第2次印刷

书号:ISBN 978-7-5645-2281-0

定价:29.00元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换



作者名单



主 编 陈锡畴 胡 华

副主编 贾晓雅

编 委 (以姓氏笔画为序)

邓 茜 李 娟

郭军礼 郭盼盼

内容提要

本教材以旅行社的工作流程为主线,主要介绍了旅行社经营管理的基本概念、旅行社的设立、旅行社的基本业务及旅行社的人力资源管理、财务管理、质量管理、风险管理等。在教材编写上,突出理论和实践相结合,注重对学生技能的培养,包含了最新案例和课外知识链接,最大限度地开阔学生的知识面和视野,提高学生灵活运用知识的能力,具有较强的针对性、实用性和时效性。

本教材可作为高等职业教育旅游管理专业的学习用书,也可作为旅游行业的培训教材。

前言

旅游业目前已经成为我国主要经济增长点，它不仅给当代经济发展和社会生活带来了新的活力，也为旅游高等职业教育带来了新的发展契机。随着社会的发展，旅游业和旅行社业都在不断地发生变化，特别是我国加入 WTO 之后，西方发达国家的旅行社正在逐步向我国扩展。面对着旅行社行业的变化，高等职业教育旅游管理专业必须根据行业的发展趋势做相应的调整，并重新进行教学设计，才能培养出行业所需的人才。

《旅行社经营管理》是高职旅游管理专业的一门必修课程。本教材是以旅游业快速发展对高素质人才的大量需求为契机，以高等职业教育中的旅游管理专业为主要对象，以旅行社经营管理的实际工作为主要内容而编写的旅游管理方面的教材。它是与目前高等职业教育改革紧密结合的产物，既充分立足于高等职业教育在培养人才上的特点，又遵循了旅行社经营管理的发展规律，把最新理念和实用方法及时补充进课程体系，完善了课程体系。同时大量的信息与丰富的案例，有助于学生把握旅行社经营管理的动态。本书还试图借鉴发达国家旅行社经营管理的先进经验，结合我国的实际情况，探索我国旅行社的发展方向。

本书由郑州旅游职业学院陈锡畴和胡华任主编，他们为全书构建了基本脉络，确定了书中的主要观点和基本内容。参编人员及编写章节为：胡华（第二章），贾晓雅（第一章，第三章第一、二节），邓茜（第三章第三节，第八章），郭军礼（第四章、第九章），郭盼盼（第六章、第七章），李娟（第五章、第十章），最后由贾晓雅进行通稿。

本书在编写过程中，参考了国内外的一些著作和研究成果，

并且引用了一些专家的观点和理念，在此予以说明，并向有关专家和人员表示感谢。

由于编者水平所限，书中不当之处，敬请读者和专家指正，在此表示由衷的谢意。

编者

2014 年 3 月

目 录

第一章 旅行社概述

第一节 旅行社的分类与业务	2
一、旅行社的定义	2
二、旅行社的职能	3
三、旅行社的分类	4
四、旅行社的基本业务	6
第二节 旅行社的产生与发展	7
一、旅行社产生的社会经济基础	7
二、国外旅行社的产生与发展	8
三、我国旅行社的产生与发展	10
第三节 旅行社的地位和作用	13
一、旅行社在旅游产业链中的地位	13
二、旅行社在旅游产业发展中的作用	14
第四节 旅行社的行业组织	14
一、世界旅行社协会联合会(UFTAA)	14
二、世界旅游组织	15
三、中国旅行社协会	15

第二章 旅行社的设立

第一节 旅行社设立的条件	19
一、经营场所	19

二、营业设施	19
三、注册资本和质量保证金	20
四、经营管理人员和导游	20
五、法律、法规规定的其他条件	20
第二节 旅行社设立的基本程序	21
一、申办营业许可	21
二、办理注册登记	22
三、办理税务登记	22
四、设立分支机构	22
第三节 旅行社的组织形式和组织结构	23
一、旅行社的企业组织形式	23
二、旅行社的组织结构	26
三、旅行社的组织管理	30

第三章 旅行社外联实务

第一节 外联业务概述	34
一、外联业务的概念	34
二、外联部的工作特点	35
三、外联人员的岗位职责	36
四、外联人员的素质要求	38
第二节 旅行社产品开发设计	40
一、旅行社产品的内涵	40
二、旅行社产品的构成与分类	41
三、旅行社产品设计的原则及过程	43
第三节 旅行社销售策略	50
一、旅行社产品价格的制定	50
二、旅行社产品的销售渠道	57
三、旅行社产品的促销	61

四、业务洽谈与合同签订	66
五、旅行社品牌策略	71

第四章 旅行社计调实务

第一节 计调工作概述	77
一、计调业务的含义、发展及分类	77
二、计调业务的特点	79
三、计调业务的范围	80
四、计调人员的职责和素质要求	81
第二节 旅游服务的采购	82
一、旅游服务采购的概念与作用	82
二、旅游服务采购项目	84
三、旅游服务采购的管理	87
第三节 计调业务流程	90
一、接受计划和预报,编制预报表	90
二、制订接待计划	91
三、落实接待计划	91
四、接待计划的控制	92
五、做好统计工作,建立业务档案	93
六、提升计调服务质量	95

第五章 旅行社接待实务

第一节 接待工作概述	100
一、旅行社接待工作的内涵	100
二、旅行社接待的工作人员	100
第二节 旅行社接待管理	103
一、旅行社接团服务的要求	104
二、旅行社接团服务程序	104

三、散客的接待	111
---------------	-----

第三节 旅行社门市业务 114

一、旅行社门市概述	114
二、旅行社门市选址与设计	118
三、旅行社门市对客服务	120

第六章 旅行社人力资源管理

第一节 旅行社人力资源管理概述 125

一、旅行社人力资源的内涵与特点	125
二、旅行社人力资源的开发与管理	129

第二节 旅行社人力资源的选聘与培训 131

一、旅行社员工的选聘	131
二、旅行社员工收入分配的管理	134
三、旅行社员工的培训	136

第三节 旅行社企业文化建设 140

一、旅行社企业文化的内涵	140
二、旅行社企业文化的结构	141
三、旅行社企业文化的特点	143
四、旅行社企业文化的建设	144

第七章 旅行社财务管理

第一节 旅行社的资产管理 151

一、流动资产的管理	151
二、固定资产的管理	153

第二节 旅行社成本费用的管理 155

一、成本费用的构成	155
-----------------	-----

二、成本费用分析	156
三、成本费用核算	156
四、成本费用的控制	157
第三节 旅行社的经营核算	158
一、旅行社业务核算	158
二、旅行社结算业务	160
第四节 旅行社财务分析	162
一、营业收入分析与管理	162
二、利润分析与管理	163

第八章 旅行社质量管理

第一节 旅行社质量管理概述	168
一、旅行社质量管理的内涵	168
二、旅行社质量管理的评价标准	170
三、旅行社质量管理的内容	170
四、旅行社质量管理的方法	171
第二节 旅行社游前质量管理	172
一、游前选择安全管理	172
二、游前安全强调	173
三、责任保险	176
第三节 旅游突发事件处理	177
一、旅游突发事件的种类	177
二、旅游常见事故的处理方法	177
第四节 游后服务质量管理	182
一、旅行社投诉产生的原因和条件	182
二、旅游投诉的处理	183

第九章 旅行社风险管理

第一节 旅行社风险的基本含义	188
一、旅行社经营风险的含义	188
二、旅行社风险产生的原因	189
三、旅行社经营风险的类型	189
四、旅行社经营风险的识别	190
第二节 旅行社风险管理的目标	191
一、确定风险管理目标的基本原则	191
二、风险管理的目标	192
三、风险管理的组织与控制	195
第三节 旅行社经营风险的评价及管理策略	197
一、旅行社经营风险的负面性评价	197
二、旅行社风险管理的基本策略	198

第十章 旅行社信息化管理

第一节 我国旅行社行业现状分析	203
一、我国旅行社行业现状分析	203
二、我国旅行社行业分工体系的调整	205
第二节 信息技术在旅行社中的运用	208
一、信息技术在旅行社中的应用和普及	209
二、信息技术的应用对旅行社行业发展的影响	211
参考文献	217

第一章

旅行社概述

教学目标

知识目标:

1. 明确旅行社在现代旅游业发展中的地位和作用
2. 了解旅行社的概况
3. 掌握旅行社的职能、基本业务、分工体系等基本问题

能力目标:

1. 能区别国内外旅行社的不同
2. 能了解本地区旅行社发展的基本情况



导入案例

中国第一银行家缘何筹建旅行社

1923年春天的一个中午,陈光甫到香港一个外国人经营的旅行机构去买船票,但陈光甫在柜台前伫立十几分钟之久,一直闲聊的外国职员一直对他视而不见,根本不加理睬。

陈光甫受到这样的冷遇,心中愤然难平。他想这些洋人眼中根本就瞧不起中国人,而中国自己偏偏连一个自己办的旅行机关都没有,不能为国人的旅行提供方便,因而只好求助于洋人在华开办的旅行机构,同时也只好不时地遭受洋人的白眼。建立国人自己的旅行机构为国民服务的想法在陈光甫的脑海里已经形成,只是在等待一个机遇。

有一天陈光甫看到报纸上刊载的一条消息:全国教育会联合会第九次会议已定于本年10月22日在云南昆明举行。各省代表都需要先集中到上海,然后转香港、经越南,再乘滇越铁路到达目的地。陈光甫想到,这些教育代表们的所行路线,



正巧与自己的这次旅行路线相吻合,自己所遇到的困难和不便,不应该再让别人照样遇到。于是他在旅途之中便向上海银行总行拍发了电报,嘱咐相关人员与全国教育联合会取得联系,争取教育部与各省代表齐集上海后,从上海至昆明旅途间的一切舟车食宿事项,全部由上海银行派出人员陪同料理。

陈光甫此举,颇令上海银行的有关人员感到新鲜,一时不甚理解,但却受到教育界代表们的欢迎。这是陈光甫意料中的事。在他的周密安排下,上海银行的周到服务,受到教育界人士的交口称赞。

陈光甫在中国旅行事业上,获得了首次成功!受到成功的鼓舞,创办中国旅行机构的意念更加坚定了。返回上海后,他进一步加紧筹划这件事。后来越干越红火,随着业务的逐步扩展,到旅行部来办理购票、接洽事宜的人越来越多,旅行部遂于1924年1月迁至四川路,独立门户,以利发展。1927年6月1日起,改称中国旅行社。自此,旅行部与银行分立。

思考:陈光甫先生创办旅行社仅仅是赌气行为吗?

第一节

旅行社的分类与业务

伴随着全球经济一体化进程的推进和世界旅游业的发展,各国旅行社的经营范围越来越广阔,世界各地旅行社的数量不断增加,旅行社的行业规模不断扩大。由于世界各国和地区的历史文化、传统习惯和社会经济发展水平不同,使旅游业的发展水平状况也不相同,世界各国、各地区的旅行社在企业规模、经营范围、产品种类等方面都存在较大差异,因而各国对旅行社的划分也有所不同。

一、旅行社的定义

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构。在不同国家和地区,旅行社有着不同的含义,并有不同的法律规定。

1. 旅游组织对旅行社的定义

世界旅游组织对旅行社的定义是:“零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务,包括服务酬金和条件的信息。旅行组织者或制作商或批发商在旅游需求提出前,以组织交通运输、预订不同方式的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备。”

2. 我国关于旅行社的定义

2009年2月20日,国务院总理温家宝签署第550号国务院令,公布了经国务院第47



次常务会议通过的《旅行社条例》，该条例于2009年5月1日起施行。在《旅行社条例》中旅行社的定义是：“旅行社，是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。”

二、旅行社的职能

旅行社最基本的职能是满足旅游者在旅行和游览方面的各种需要，同时协调和帮助交通、饭店、餐馆、景点、娱乐场所和旅游商店等旅游服务供应企业将其旅游服务产品销售给旅游者。具体地讲，旅行社的职能可分为以下五个方面。

1. 生产职能

生产职能也称为组装职能，是指旅行社设计和组装各种包价旅游产品的功能。

旅行社以低于市场的价格向饭店、旅游交通和其他相关部门批量购买旅游者所需的各种服务项目，然后进行设计、组装和加工，并融入旅行社自身的理念和特色，形成旅游产品，出售给旅游消费者。可见，旅行社最终出售的是经过精心设计和加工、装配的综合产品，而不是简单的旅游原料，所以旅行社具有生产职能。

2. 销售职能

由于受时间、价格等多种因素的影响，旅游者对销售渠道的依赖性很强。如果没有通畅的销售渠道，旅游者就要在对旅游目的地一无所知或知之不多的情况下，广泛搜集有关旅游信息，办理各种烦琐的旅游手续。特别是当旅游者所需要的是一种跨国度、综合性的旅游产品时，这种状况无疑会在一定程度上遏制旅游者外出旅游的需要。旅行社正是迎合了旅游消费者的需要，承担起沟通买卖双方的任务，使得旅游产品更加顺利地进入消费领域。因此，旅行社在旅游产品销售过程中起着十分重要的作用，具有销售职能。

旅行社还承担着旅游者和各旅游服务部门的媒介和桥梁作用，在销售自身包价旅游产品的同时，代旅游服务供应部门和企业向消费者销售单项旅游服务项目，如旅行社代旅游者购买车船票、机票，预订饭店等。

3. 组织协调职能

旅游活动涉及食、宿、行、游、购、娱等众多方面，旅行社要保障旅游活动的顺利进行，就离不开旅游业各个部门和其他相关行业的合作与支持，需要做大量的协调工作。协调工作是多方面的。首先，旅行社必须组织协调好满足旅游者吃、住、行、游、购、娱等多方面需要的各旅游服务部门的关系。其次，旅行社还需要协调行业外的各种关系，如为保证旅游者顺利出行，旅行社可能要协调边防检查、海关、卫生检疫、外事、侨务、公安、交通管理等多方面的业务关系，从而保障旅游者旅游活动过程中各个环节的衔接和落实。由此可见，组织协调是旅行社的一个基本职能。



4. 分配职能

旅游者旅游活动过程中的消费是多种多样的,要接触到众多的经济部门。特别是在包价旅游的情况下,旅游者通常为其旅游活动一次性预付全部或部分费用。这不仅意味着旅行社要根据旅游者的要求,在不同的旅游服务项目之间合理分配旅游者的支出,以最大限度地满足旅游者的需要,而且还要在旅游活动结束后,根据接待过程中的各相关部门提供的服务的数量和质量,按照事先与各相关部门订立的经济合同合理分配旅游收入。这就是旅行社的分配职能。

5. 提供信息职能

旅行社中间组织者的角色和直接服务于旅游消费者的特点,决定了旅行社始终处于旅游市场的最前沿,因此可以随时把握市场动态,预测发展趋势。旅行社提供信息的职能主要表现在两个方面:一方面,旅行社要将旅游者的需求及时提供给各相关部门,促进相关部门改善经营,提高服务质量;另一方面,旅行社作为旅游业重要的销售渠道,又及时、准确、全面地将旅游目的地的各个相关部门最新的发展和变化信息传递到旅游市场上去,以促使旅游者购买。

三、旅行社的分类

1. 旅行社类别划分的依据

旅行社划分从经济意义上来说是旅行社专业化分工的问题,它在一定程度上反映了该国旅行社的分类制度,而这是一种至关重要的制度,它在某种程度上制约着整个旅行社行业的发展。目前,世界各国旅行社类别划分的依据主要有三个方面。

一是依据市场因素,即依据旅行社在市场经济体制中的自然分工来划分旅行社的类别,这种类别划分的实质是在市场经济机制的作用下,旅行社根据自己的规模、实力、内部结构及市场需求与竞争状况,自动形成了专业化分工。

二是依据政府因素,即在旅游行政管理部门的指导思想下划分旅行社的类别,这种类别划分的实质是人为限定旅行社的业务范围,以有利于政府行政管理。

三是依据综合因素,既考虑旅游市场垂直分工体系的影响,又人为地规定了各类旅行社的经营范围,是垂直分工与水平分工的混合体系。

2. 国内外旅行社的分类制度

所谓旅行社的分类制度,亦即经济学意义上的专业化分工问题。目前,世界各国旅行社的分类制度大致有以下几种。

(1)以欧美国家为代表的“垂直分工体系”。所谓“垂直分工体系”是指内生于市场经济体制中的自然分工体系,它是市场机制的产物。它主要有“二分法”和“三分法”。前者指人们按照旅行社业务范围将旅行社划分为旅游批发经营者(Wholesale Tour