



宁夏大学优秀学术著作丛书

旅行社服务质量评价与 集成化发展研究

► 许丽君 / 著 ◀

LÜXINGSHE FUWUZHILIANG PINGJIA YU
JICHENGHUA FAZHAN YANJIU

中国社会科学出版社



宁夏大学优秀学术著作丛书

旅行社服务质量评价与 集成化发展研究

▶ 许丽君 / 著 ◀

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社服务质量评价与集成化发展研究/许丽君著. —北京:中国社会科学出版社, 2011. 12

ISBN 978-7-5161-0216-9

I. ①旅… II. ①许… III. ①旅行社-服务质量-质量管理-研究-中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 213820 号

责任编辑 郭晓鸿(guoxiaohong149@163.com)

特约编辑 王冬梅

责任校对 张玉霞

封面设计 李尘工作室

技术编辑 戴 宽

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029453

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京君升印刷有限公司 装 订 广增装订厂

版 次 2011 年 12 月第 1 版 印 次 2011 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 17.25

字 数 263 千字

定 价 38.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

前 言

我生性喜静不好动，却似乎与旅游有不解之缘。有过旅游经历、学过旅游专业、当过兼职导游、教授旅游课程、从事旅游研究。虽没有什么喜人的收获，却在实践与教学的探索中逐渐养成了思考的习惯。这本书的研究就起源于对旅游产业中服务质量问题的思考，而在旅游产业服务质量问题中又不难发现，作为联结旅游活动中旅游各个要素和旅游者中枢组织的旅行社业的服务质量问题尤为凸显。

服务质量是以提供服务产品为主的旅行社业的核心要素，因为其具有无形性的特征，所以它不仅不易控制，也难以进行有效评价。普遍认为，提高服务质量是提升旅行社业核心竞争力的关键因素，而作为旅行社赖以生存与发展重要人力资源的导游的服务质量直接影响到旅行社的服务质量。因此，要达到提高旅行社业服务质量的目的，首先必须提高导游的服务质量。围绕旅行社业服务质量问题，国外大多数的理论研究都倾向于以顾客为导向来研究，而国内大部分研究则关注对导游违规行为的治理、旅行社的激励机制和管理机制等。

可是，在理论研究日臻完善和旅游实践不断成熟的同时，国内旅行社业的服务质量问题，包括导游服务质量问题依旧没有得到明显的改善。在旅游学科的教学与研究中，旅行社业的服务质量问题逐渐引起我强烈的兴趣：仅仅依靠提高导游的服务质量就能提升旅行社业的服务质量吗？导游服务质量的评价一

定要以旅游者感知的质量为评价标准吗？影响旅行社业服务质量的因素有很多，那么哪些因素是无法回避而哪些因素是可以有效控制的？国内旅行社业服务质量的提升路径又是什么呢？带着对这些问题的疑虑，我的思路在研究中逐渐清晰。

导游服务质量是旅行社业服务质量的构成要素之一，但是仅仅通过提高导游服务质量并不能有效提升旅行社业的整体服务质量。旅行社服务质量提升的根本在于其集成化能力的高低，其服务质量管理的核心在于对旅行社集成化发展能力的管理。旅行社集成化发展是指旅行社发挥在旅游供应链中核心企业的作用，通过对旅游供应链中包括供应商、制造商、分销商和终端用户在内的各个环节中资源的系统调配与整合，来实现旅行社业的综合性发展。旅行社业的集成化发展不仅能够有效提升产业的整体服务质量，也是提升产业核心竞争力的关键。

因此，关于国内旅行社业实现集成化发展的构想，我们在本书中首先分析了国内旅行社业的经营过程和经营特征；然后，构建了导游服务质量模糊综合评价模型和旅行社产品质量的模糊综合评价模型。其中对于导游服务质量的评价，建立了合同履行服务质量评价要素和顾客感知服务质量评价要素，期望通过建立这种双维度的、模块式的集成评价方法，客观真实地对导游服务质量进行评价。接着，从系统性、信息性和管理性三个方面对旅行社服务质量的影响因素进行了系统分析，最终将影响旅行社服务质量的因素划分为不可控因素、半可控因素和可控因素，只有通过加强对可控因素的控制、关注半可控因素而基本忽略不可控因素，才有利于我们有的放矢地研究旅行社的服务质量问题。最后，本书从导游服务管理、导游违规行为的激励机制、旅行社供应商管理、旅游产品价格形成机制、旅行社线路产品开发和旅行社集成化发展模式等方面出发，系统地研究了国内旅行社业的集成化发展问题。

当然，中国旅行社业在发展过程中出现的和尚需解决的问题还有很多，希望通过本课题的研究，能够为中国旅游学科的研究尽一份微薄之力。

目 录

前言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 选题背景	(1)
第二节 研究目的	(2)
一 研究旅行社服务质量的综合评价问题	(2)
二 研究旅行社集成化发展问题	(3)
第三节 研究意义	(4)
一 理论意义	(4)
二 现实意义	(4)
三 学术补充	(6)
第四节 国内外研究现状及评价	(7)
一 服务质量管理研究	(7)
二 旅游业服务质量管理研究	(9)
三 旅行社服务质量管理研究	(10)
四 对国内外研究现状的评价	(11)
第五节 理论与方法的运用	(12)
一 SERVQUAL 方法的提出与发展	(12)
二 SERVPERF 方法	(15)

三	其他服务质量评价方法	(16)
四	供应链理论	(18)
五	委托—代理理论	(22)
六	分享理论	(23)
七	模糊综合评价方法	(24)
第六节	研究技术路线	(26)
第二章	旅行社及其发展现状分析	(27)
第一节	旅行社的概念	(27)
第二节	旅行社的职能	(29)
一	生产职能	(29)
二	销售职能	(30)
三	协调职能	(30)
四	分配职能	(31)
五	信息提供职能	(32)
第三节	旅行社业的发展历程	(33)
一	旅行社业的发展历程	(33)
二	发展历程中的转型	(35)
第四节	旅行社业的发展现状	(36)
一	提供就业空间	(37)
二	促进经济增长	(38)
三	产品类型丰富	(39)
四	注重品牌建设	(42)
第五节	旅行社发展制约因素	(43)
一	分工体系滞后	(43)
二	专业化程度低	(44)
三	人力资源危机	(45)

四 法律建设相对滞后	(46)
五 旅行社业诚信缺失	(48)
第三章 旅行社经营过程与经营特征	(50)
第一节 旅行社产品及其质量	(50)
一 旅行社产品	(50)
二 旅行社线路产品	(52)
三 旅行社服务产品	(52)
第二节 旅行社经营活动过程	(52)
第三节 旅行社经营活动的主要特征	(53)
一 产业集群特征	(54)
二 服务质量难以控制特征	(54)
三 复杂的委托—代理关系	(56)
四 经营过程中的供应链特征	(57)
第四章 旅行社服务质量及其评价	(59)
第一节 国内旅行社服务质量的现状分析	(60)
第二节 旅行社导游服务质量评价	(62)
一 旅行社导游服务质量现状	(62)
二 旅行社导游服务质量评价	(64)
三 旅行社导游服务质量评价要素的确定	(65)
四 旅行社导游服务质量模糊综合评价模型	(66)
五 旅行社导游服务质量模糊评价方法实施中需要注意的问题	(70)
第三节 旅行社产品质量评价	(71)
一 旅行社产品的类型与质量现状	(72)
二 旅行社产品质量评价要素的确定	(72)
三 旅行社产品质量模糊综合评价模型	(74)

第五章 旅行社服务质量影响因素的系统分析	(77)
第一节 不可控因素分析	(77)
一 旅游系统的集成性和子系统的目标多元性	(78)
二 旅游产品的“公共产品”经济特性	(78)
三 旅游契约的不易完善性	(79)
第二节 半可控因素分析	(79)
一 旅行社产品信息获取的不完全性	(79)
二 导游服务的信息优势	(80)
三 服务过程中的信息不对称	(80)
第三节 可控因素分析	(81)
一 旅行社供应商的管理	(81)
二 导游服务质量和违规行为的激励	(82)
三 旅行社线路产品的开发	(83)
四 旅行社发展模式	(84)
五 其他因素	(85)
第四节 旅行社服务质量再分析	(88)
一 旅行社服务质量集成化发展的概念	(88)
二 旅行社服务质量集成化发展的路径	(88)
第六章 集成化发展中旅行社的导游服务管理	(90)
第一节 基于导游情绪曲线的旅游者满意度研究	(90)
一 导游情绪曲线图	(92)
二 影响导游情绪波动的因素分析	(94)
三 基于导游情绪曲线的旅游者满意度提升策略	(96)
第二节 项目管理在导游带团活动中的应用研究	(98)
一 导游带团活动中应用项目管理思想的可行性分析	(99)
二 导游带团活动的项目周期模型	(100)

三	应用时需注意的问题	(102)
第三节	导游薪酬指标体系研究	(103)
一	导游薪酬收入的构成要素分析	(104)
二	导游薪酬收入改革的基本原则	(106)
三	导游薪酬指标体系及其应用	(108)
第四节	基于分享理论的导游薪酬机制研究	(112)
一	旅行社业导入基于分享理论的薪酬体系的原因	(112)
二	导游薪酬体系中引入分享计划的意义	(114)
三	旅行社业实施收益分享的特点	(115)
四	基于分享理论的导游薪酬机制设计问题	(116)
第七章	集成化发展中旅行社导游违规行为的激励机制研究	(121)
第一节	旅游产业“公对公”模式的可实施机制及激励机制研究	(121)
一	“公对公”模式及其实施机制分析	(122)
二	基于收益分享的“公对公”分配模式中旅行社激励机制设计	(124)
第二节	导游违规因素的系统分类及激励机制研究	(128)
一	导游违规的因素分析	(129)
二	抑制导游违规行为的指导思想	(133)
三	导游违规的激励机制设计	(133)
四	旅行社抑制导游违规行为的制度建设	(136)
第八章	集成化发展中旅行社供应商管理	(138)
第一节	旅行社供应商	(138)
一	旅行社供应商的资质	(139)
二	旅游产品的质量	(139)
第二节	旅行社与旅游产品供应商	(144)
一	旅行社对供应商的不可选择性	(145)

二 旅行社供应商产品的多头供给·····	(145)
三 旅行社对供应商的依赖性·····	(147)
四 旅行社供应商的道德风险·····	(148)
第三节 集成化发展中对旅行社供应商的评价与选择研究·····	(149)
一 旅行社供应商的评价·····	(150)
二 旅行社供应商的选择·····	(153)
 第九章 旅行社集成化发展研究·····	(155)
第一节 旅游产品价格形成机制的集成化发展研究·····	(155)
一 模型与价格形成机制·····	(157)
二 不同渠道控制模式下价格形成机制的比较分析·····	(160)
三 价格形成机制的稳定性·····	(161)
第二节 旅行社线路产品开发的集成化发展研究·····	(163)
一 单旅游线路产品开发的博弈分析·····	(165)
二 多旅游线路产品开发的博弈分析·····	(169)
第三节 基于委托—代理的旅行社集成化发展模式研究·····	(171)
一 旅行社的发展趋势、发展要求及系统集成·····	(174)
二 旅游系统集成中的委托—代理关系·····	(175)
三 基于委托—代理的旅行社集成化发展模式·····	(178)
 第十章 结论与展望·····	(181)
第一节 论文总结·····	(181)
第二节 研究展望·····	(183)
 附录·····	(185)
附录 1:一元三次方程 $\rho\delta^2\beta^3 + \frac{a}{r}\beta - \frac{a}{r} = 0$ 的求解过程·····	(185)

附录 2:旅游局发布旅游服务质量提升纲要(2009—2015)	(187)
附录 3:旅行社条例	(198)
附录 4:旅行社条例实施细则	(210)
附录 5:导游人员管理条例	(223)
附录 6:导游人员管理实施办法	(227)
附录 7:旅游投诉处理办法	(232)
附录 8:旅行社国内旅游服务质量要求(LB/T 004—1997)	(237)
附录 9:旅行社出境旅游服务质量(LB/T 005—2002)	(242)
附录 10:导游服务质量(GB/T 15971—1995)	(249)
后记	(260)

图清单

图 1.1	比特纳归因模式流程图	(18)
图 1.2	研究路线图	(26)
图 3.1	旅行社经营活动流程图	(53)
图 3.2	旅行社系统中的委托—代理关系	(56)
图 3.3	旅行社供应链示意图	(58)
图 4.1	导游服务质量评价要素递阶结构图	(66)
图 4.2	旅行社产品质量评价要素递阶结构图	(73)
图 5.1	导游的信息不对称	(81)
图 5.2	旅行社内部的委托—代理关系	(82)
图 5.3	导游薪酬体系对违规行为的影响	(83)
图 6.1	导游情绪曲线图	(93)
图 6.2	导游带团活动项目周期模型	(100)
图 6.3	导游薪酬收入图	(106)
图 6.4	旅行社系统三要素	(107)
图 6.5	旅行社内部的委托—代理关系和投入要素	(113)
图 6.6	旅游系统的三边委托—代理关系(1)	(116)
图 7.1	旅游系统的三边委托—代理关系(2)	(122)
图 7.2	“公对公”分配模式下旅游系统中的三边委托—代理关系和	

利益关系	(123)
图 7.3 旅游系统的集成和组合服务	(130)
图 7.4 导游的委托—代理关系、监督关系和监督信息传递机制	(134)
图 7.5 研究导游违规行为的新路线和新变量	(137)
图 8.1 旅行社供应商产品多头供给示意图	(146)
图 8.2 旅行社供应商评价要素递阶结构图	(152)
图 8.3 旅行社供应商选择矩阵	(153)
图 9.1 基于委托—代理理论的旅行社集成化模式	(175)
图 9.2 旅行社之间基于委托—代理理论的集成化模式	(176)
图 9.3 旅行社之间基于委托—代理理论的集成模式发展时序	(177)

表清单

表 1.1	SERVQUAL 量表	(13)
表 4.1	旅游投诉对象情况通报	(60)
表 4.2	2004—2006 年中国旅游投诉情况通报	(61)
表 4.3	2004—2006 年中国旅行社导游投诉情况通报	(64)
表 4.4	U_1 和 U_2 的判断矩阵(1)	(67)
表 4.5	U_1 和 U_2 的判断矩阵(2)	(67)
表 4.6	U_1 到 V_1 和 U_2 到 V_2 的单因素评价结果(1)	(68)
表 4.7	U_1 到 V_1 和 U_2 到 V_2 的隶属度矩阵 $r_{1,1}$ 和 $r_{2,2}$ (1)	(69)
表 4.8	U_1 和 U_2 的判断矩阵(1)	(74)
表 4.9	U_1 和 U_2 的判断矩阵(2)	(74)
表 4.10	U_1 到 V_1 和 U_2 到 V_2 的单因素评价结果(2)	(75)
表 4.11	U_1 到 V_1 和 U_2 到 V_2 的隶属度矩阵 $r_{1,1}$ 和 $r_{2,2}$ (2)	(76)
表 6.1	短线旅行团中导游服务质量数据表	(92)
表 6.2	中线旅行团中导游服务质量数据表	(92)
表 6.3	长线旅行团中导游服务质量数据表	(93)
表 6.4	项目实施与导游带团活动特性对比分析	(99)
表 6.5	导游薪酬指标体系表	(109)
表 7.1	导游违规行为的因素分析及抑制策略	(133)

表 7.2	导游行为的支付函数	(134)
表 8.1	U_1 和 U_2 的判断矩阵(3)	(152)
表 9.1	四种渠道控制模式下价格和收益的形成机制汇总表	(159)
表 9.2	开发企业和跟进企业的收益矩阵	(166)
表 9.3	开发企业的行为、收益和分类(含概率)	(168)
表 9.4	跟进企业的行为、收益和分类(含概率)	(168)

第一章 绪论

第一节 选题背景

中国旅行社业是在改革开放以后全面发展起来的。由于受当时的社会文化背景、产业环境和传统经济体制的制约，中国旅行社在发展之初不是按照市场经济内在规律发展起来的企业，而大多是负责外事接待的事业单位。随着改革开放的深入，中国旅行社才逐渐转变为自负盈亏的企业。因此，旅行社业的企业制度没有实行根本性变革，旅行社经营实行水平分工模式，没有按照旅行社职能进行行业内分工。

开放旅行社业是中国加入 WTO 的条件之一。加入 WTO 以后，大型外资旅行社进入中国旅游市场。在这样一个开放、平等的国际市场竞争环境中，国内旅行社总体处于竞争劣势。面对新的竞争形式，旅行社要想保持良好的发展态势，增强参与国际竞争的能力，就必须加强对服务质量的管理。

近年来，国内外学术界对服务质量的研究表现出极大的关注和热情。由于国外旅行社业的分工体系和运作模式与国内旅行社存在很大差异，因此，国外的理论研究难以直接对国内旅行社业的发展起到指导作用。而国内学术界针对