



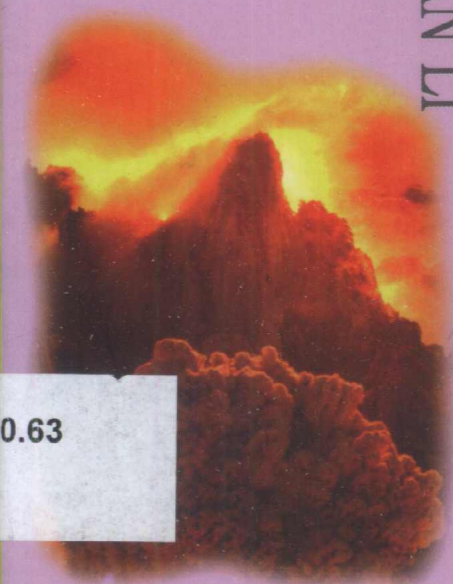
旅行社经营与管理

LU XING SHE JING YING YU GUAN LI

● 主 编 刘 琨

● 副主编 余绍华

● 副主编 林 劼



0.63

云南大学出版社

1-650-12
172

旅行社经营与管理

主 编 刘 琿
副主编 余绍华 林 劼

云南大学出版社

责任编辑：熊晓霞
封面设计：张继荣
责任校对：段建堂 李自强 黄云珍

旅行社经营与管理

刘 琿 主编

*

云南大学出版社出版发行
(云南大学校内)
云南教育印刷厂印装

*

开本：850×1168 1/32 印张：7.875 字数：198千
1999年1月第1版 2000年8月第2次印刷
印数：3001—4500

ISBN 7-81068-001-3/F·172

定价：14.20元

总 序

当前,我国改革开放和现代化建设事业进入了一个新阶段,正面临着全面推进经济体制改革,加快现代化建设步伐,迎接 21 世纪挑战的历史性任务。这对中国旅游业既是难得的发展机遇,又面临新的任务和要求。

经过“八五”期间的大发展,我国旅游业已经实现从“事业型”到“产业型”的转变,旅游业已经成为我国国民经济中发展最快、产出水平较高的重要新兴产业。在“九五”期间和下个世纪头十年,我国社会生产力和人民生活水平将再上一个新台阶,中国将进一步成为全世界游客的旅游胜地,国际国内旅游市场需求将不断持续增长,我国旅游业必将继续保持高于国民经济总体发展速度的势头,逐步发展成为国民经济中的新兴支柱产业。

现代旅游业是经济与文化高度结合的产业。旅游业激烈竞争的成败已经演变为在旅游目的地的资源条件下,旅游从业人员素质优劣的竞争。旅游经济发展的后劲,越来越取决于旅游专门人才的数量、质量和旅游从业人员的素质。实现中国旅游业发展“九五”计划和 2010 年远景目标,使我国的旅游事业再上一个新台阶,从根本上讲,必须依靠科技和教育。中国旅游业面对 21 世纪的发展机会和挑战,加快旅游专门人才的培养,提高旅游从业人员的素质是一项十分紧迫的任务。

我国旅游业已处于蓬勃发展的时期,而旅游服务人员及管理人員严重短缺,《旅游企业运作与管理丛书》即是应此形势而编的。

本系列丛书以昆明大学旅游系十一年的教学实践经验及云南省烟草国际旅游总公司多年来经营管理经验为基础,并结合国际

国内学术界的先进理论,对旅游业的支柱——饭店、旅行社、风景区等业务及管理进行全面系统的阐述,并引入相关的新兴学科,对旅游实践起到指导作用。

本系列丛书具有理论性、实用性和操作性相结合的特点,语言通俗易懂,既可使有实践经验的旅游工作者在理论上得到提高,更好地完成服务及管理工作;同时,也能使无工作经验者通过学习,具备一定的运作能力。因此,本系列丛书可作为旅游大专院校的专业教材,也可成为旅游中专、职高的专业指导丛书,同时还可供在职旅游人员以及广大有志于从事旅游工作的自学者进行系统的学习和阅读。

本系列丛书分为第一辑和第二辑。

第一辑(1997年出版)

《饭店管理学概论》、《饭店客房业务与管理》、《饭店餐饮业务与管理》、《饭店营销学》、《实用旅游统计学》

第二辑(1998年出版)

《旅行社经营与管理》、《风景旅游区经营与管理》、《旅游服务心理学》、《康乐经营与管理》、《饭店工程管理》

本丛书注意体现研究工作的连续性,广泛参考国内外有关著作和论文,尽力吸收前人成果,在此一并表示谢意。

由于我国发展现代旅游业的时间较短,具有中国特色的旅游经济体系正在构建之中,许多旅游经济理论和实践问题还有待于探究,同时,也限于作者的水平,书中若有不当之处,恳请读者指正。

《旅游企业运作与管理丛书》编辑委员会

1996年10月

前 言

旅行社是旅游活动的组织者,是现代旅游业的三大支柱产业之一,在我国旅游产业中居于“龙头”地位。随着我国旅游业的迅猛发展,旅行社业蓬勃兴起,规模不断扩大,市场竞争日趋激烈,掌握并运用正确的经营理念,实施有效的管理,是旅行社生存与发展的关键。《旅行社经营与管理》是建立在旅游经济学、旅游市场学、旅游管理学等理论上,专门研究现代旅行社经营业务活动规律的一门综合性应用学科。

本书在大量参考国内外有关著作、教材的基础上,结合我国旅行社业的实践,吸收了国内外旅行社经营管理的研究成果,理论联系实际,系统地对旅行社经营管理的理论和操作方法进行了总结和研究。本书力求简明扼要、深入浅出、通俗易懂,突出应用性及实践性,适合高等院校旅游专业的教学需要,也可满足于不同层次旅行社经营管理人员的实际需要。

本书是由一批旅行社专业教学人员及旅行社经营管理人员编写。刘琿任主编,余绍华、林劼任副主编。在刘琿的指导下,由余绍华、林劼设计大纲、组织撰写、修改及统稿。各章具体分工如下:第一章:余绍华,第二章:窦志萍,第三章:李云霞,第四章:余绍华,第五章:陈应和,第六章:余绍华、张诚,第七章:窦志萍,第八章:屠强,第九章:王丽萍、幸岭,第十章:陈应和。

本书得以问世,是全体编写人员共同努力的结果,也和众多朋友的关心帮助分不开。借此机会,我们首先要向旅游学界及经济管理学界的众多前辈专家和同行表示感谢,没有他们的研究成果,

本书是难以完成的。同时在编写过程中,昆明大学旅游系骆静珊教授在百忙中给予了许多指导和关心;本书责任编辑熊晓霞女士倾注了大量心血;云南烟草公司及云南烟草国际旅行社提供了很大的支持与帮助,在此一并表示衷心的感谢。

由于作者水平和经验有限,时间仓促,书中难免有不足和疏漏之处,恳请旅游界前辈、专家、同行及广大读者批评指正,不吝赐教。

编 者

1998年11月

《旅游企业运作与管理丛书》

编辑委员会

- | | | | | |
|--------|-----|-----|-----|-----|
| 编委会主任 | 管自和 | 岳怀仁 | | |
| 编委会副主任 | 田瑞云 | 普汉福 | 施惟达 | |
| 执行主编 | 骆静珊 | 戴抗 | | |
| 执行副主编 | 吴云鹰 | 周锡敏 | 王锐利 | 张明清 |
| | 黄继元 | 吕增新 | 姜若愚 | 张丽华 |
| 编委 | 王锐利 | 文瑾 | 龙宝珍 | 田瑞云 |
| | 伍奇 | 吕增新 | 李云霞 | 杨滨 |
| | 唐嘉平 | 张立新 | 张丽华 | 张明清 |
| | 吴云鹰 | 周锡敏 | 姜若愚 | 施晓红 |
| | 骆静珊 | 黄继元 | 窦志萍 | 褚明德 |
| | 赖宇红 | 蔡红华 | 熊晓霞 | 戴抗 |

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 旅行社的产生与发展	(1)
第二节 旅行社的性质与职能	(5)
第三节 旅行社的业务及分类	(7)
第四节 旅行社在现代旅游业中的作用	(10)
第五节 旅行社管理及其必要性	(12)
思考题	(18)
第二章 旅行社的设立	(19)
第一节 旅行社的行业特点及设立影响因素	(19)
第二节 旅行社的设立条件及基本程序	(28)
第三节 旅行社变更及分支机构设立	(33)
思考题	(35)
第三章 旅行社的产品开发	(36)
第一节 旅行社产品的形式	(36)
第二节 旅行社产品开发的原则	(46)
第三节 旅行社产品开发的程序	(53)
思考题	(61)
第四章 旅行社的销售管理	(62)
第一节 旅行社的目标市场管理	(62)
第二节 旅行社销售渠道的管理	(70)
第三节 旅行社产品销售价格的管理	(77)

思考题	(88)
第五章 旅行社的促销管理	(90)
第一节 促销与促销组合	(90)
第二节 旅行社促销目标的确定与促销预算	(93)
第三节 旅行社促销要素组合策略	(98)
第四节 旅行社促销效果的测定	(112)
思考题	(114)
第六章 旅行社的接待管理	(115)
第一节 旅行社接待工作的性质及特点	(115)
第二节 旅行社接待过程管理	(117)
第三节 旅行社接待人员管理	(124)
思考题	(132)
第七章 旅行社人力资源管理	(133)
第一节 旅行社人力资源管理	(133)
第二节 旅行社人力资源开发	(141)
第三节 旅行社人力资源培训	(149)
思考题	(154)
第八章 旅行社财务管理	(155)
第一节 旅行社财务管理的意义及内容	(155)
第二节 旅行社筹资管理和资金管理	(158)
第三节 旅行社成本、费用管理	(165)
第四节 旅行社营业收入与利润分配管理	(167)
思考题	(172)

第九章 旅行社综合管理 ·····	(173)
第一节 旅行社的质量管理·····	(173)
第二节 旅行社的采购管理·····	(186)
第三节 旅行社的信息管理·····	(193)
思考题·····	(199)
第十章 我国旅行社业的发展趋势 ·····	(200)
第一节 旅行社业务的充实和拓展·····	(200)
第二节 旅行社的多元化经营·····	(202)
第三节 旅行社的国际化经营·····	(204)
第四节 我国旅游业对外开放的前景分析·····	(206)
第五节 对旅游业扩大对外开放的一些思考·····	(209)
思考题·····	(213)
附录 1 旅行社管理条例 ·····	(214)
附录 2 旅行社质量保证金暂行规定 ·····	(222)
附录 3 旅行社质量保证金暂行规定实施细则 ·····	(224)
附录 4 中外旅行社组团合同范本 ·····	(232)
主要参考书目 ·····	(239)

第一章 绪 论

旅行社是指以营利为目的,从事招徕、接待旅游者,组织旅游活动等经营业务的专门机构。它与旅游饭店、旅游交通一起构成了旅游业的三大支柱,并且旅行社在现代旅游业中处于极为重要的“龙头”地位。为了更好地为旅游者服务,不断扩大业务和赢得更多的利润,旅行社一方面要加强与相关部门的协调配合,另一方面也要不断改善其经营管理,努力提高服务水平及质量。

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社产生于19世纪40年代,它是在社会经济发展到一定阶段,旅游活动日渐商品化的基础上产生的。旅行社的产生是商品经济、科学技术及社会分工发展的直接结果,同时也是旅行活动长期发展的必然产物,它的产生标志着旅游活动商品化的完成,标志着旅游活动发展到了一个崭新的阶段。

进入19世纪中叶,产业革命使整个世界经济和社会结构发生了巨大的变化,同时也改变了世界范围内旅行和旅游的发展方向。首先,随着社会生产力的迅速发展,出现了一批以工业资本家和商业资本家为代表的新兴资产阶级,他们依靠所占有的生产资料积聚了大量财富,成为既拥有金钱又拥有时间的富裕阶层,具备了旅行的经济条件。其次,产业革命加速了城市化进程,促使大量农业人口向城市或工业区流动,人们的工作性质有了变化,开始从事单一枯燥的机器操作。城市生活节奏紧张,环境拥挤嘈杂,从而使人们产生逃避永无休止的常规操作和使人压抑的城市生活,回归自

然,到另一个环境放松休息的愿望,这样就使旅行成为一部分人经常性的活动。另外,科技的进步,特别是蒸汽机的使用为旅游提供了先进的交通工具。蒸汽轮船、火车等交通工具的快速、低价及大批量的运载能力,使大规模的人员流动成为可能,使旅游活动的范围及参加旅游活动的阶层都较以前扩大了许多。交通运输的大力发展,提高了运输能力,缩短了运输时间,极大地方便了人们的旅行。再次,随着交通运输业的发展,在一些主要城镇、交通枢纽、港口码头、铁路、公路沿线建起了许多旅馆、咖啡馆和餐馆,供日益增多的过往行人和旅游者膳宿之用。旅馆业、餐饮业的发展为人们旅行提供了方便的条件。

旅行社正是在这样的背景下产生和发展起来的。在这个时期,最具有代表性的旅行社是英国人托马斯·库克(Thomas Cook)在1845年成立的旅行社。托马斯·库克是世界上第一位专职的旅行代理商,他于1808年11月22日出生于英国英格兰,自幼家境贫寒,10岁便辍学从业,先后做过帮工、颂经人和木匠等。库克笃信宗教、热衷于禁欲。1841年7月5日,他创造性地包租了一列火车,载运了540人从莱斯特到拉夫巴勒参加禁酒大会,全程11英里,每人收费1先令,事前还贴出海报招徕游客,这是世界上公认的第一次商业性旅游活动。此后,他多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中潜力巨大的商业机会。1845年,托马斯·库克在英格兰的莱斯特创立了世界上第一家商业性旅行社,开始专门从事旅行代理业务,他也因此成为世界上第一位专职的旅行代理商。

后来,托马斯·库克的业务经营范围和影响不断扩大。1845年,为组织到利物浦的观光旅游,库克整理出版了《利物浦之行指南》,并为此设立专门的旅游向导;1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行;1856年,库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)联合在原有公司的基础上创办了托马斯·库克父子

公司,并将营业地点迁往伦敦。他们以后又相继在美洲、非洲和亚洲设立分公司,并于1872年成功地组织了9人环球旅游,从而使托马斯·库克父子公司成为世界上名声显赫的旅行社。

托马斯·库克开创了近代旅游业的先河,而且在旅游组织工作上有许多创造,如编印旅游手册、印制旅游凭证、派遣导游人员、发行流通票据等,为世界旅游业的发展提供了众多成功的模式,欧洲及后来的北美诸国纷纷仿效,组建旅行社、招募向导,组团到国外参观游览。另外,库克面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的快速发展。

随着人们不断增长的旅行需求,旅行社在世界各地得到了迅速普及,尤其是第二次世界大战以后,世界局势的相对稳定和经济的快速增长,世界旅游业取得了前所未有的发展。与世界旅游业的发展相伴而生的世界旅行社业也发展迅猛,到目前为止,全球已形成了近70000家旅行社的规模。

在我国,旅行社最早产生于20世纪20年代。1923年8月,上海商业银行总经理陈光甫先生在同仁的支持下首先设立了旅行部,为旅客代售车船票、预订舱位、铺位和旅馆,承担接待任务,派遣导游,代管行李和发行旅行支票。经过几年的努力,旅行部的业务逐渐拓开,先后在铁路沿线和长江各主要港口城市设立了11个办事处。1927年该旅行部独立,并更名为中国旅行社(现为香港中国旅行社股份有限公司),它的出现标志着我国现代旅行社业的开始。

中华人民共和国成立以后,由于当时美国和国民党军队的封锁,厦门的海空交通陷入停顿,在香港候轮返回内地和滞留厦门难以出境的华侨、侨眷达上千人,一些应运而生的私人旅行社则对盘缠告罄的华侨、侨眷进行盘剥。为了保护华侨、侨眷的正当权益,便利他们出入境,厦门有关部门接管了旧华侨服务社,经整顿后,新中国第一家旅行社——华侨旅行服务社于1949年12月在厦门

成立,这便是中国旅行社的前身。1957年4月22日,华侨旅行服务总社正式成立。1969年,根据林彪的“第一号命令”,总社机构被撤销,到1972年8月中央批准恢复总社。鉴于华侨中许多人已加入所在国国籍,成为外籍华人,他们到中国探亲旅游以及港澳台同胞回内地探亲旅游,都不宜用华侨旅行社名义接待,1974年经国务院批准,成立了中国旅行社,与华侨旅行社合署办公。

随着我国经济制度的改变,我国的国际地位日益提高,国际影响不断扩大,同我国建交的国家不断增加,国际交往越来越多,除政府间代表团互访外,应邀访华的外国各人民团体、社会贤达人士以及申请自费来华旅游的人也在逐渐增多。在这种情况下,经当时政务院批准,1954年4月15日正式成立了中国国际旅行社总社和上海、杭州、南京、广州等十四个分社。它们是社会主义的国营企业,是统一招待外宾食、住、行事务的管理机构,负责承办政府各单位及群众团体有关外宾招待事务等事项;并发售国际联运火车、飞机客票。中国国际旅行社成立后不久,对内对外业务活动不断扩大,先后同苏联、波兰、蒙古、捷克、阿尔巴尼亚签订了相互接待自费旅游者合同。经过多年来的发展,中国国际旅行社不断壮大,特别是改革开放以后,先后与世界许多国家发生业务联系,成为我国国际旅游接待业中最重要的力量。

1980年6月中国青年旅行社在北京正式成立。至此,我国形成了国、中、青三大旅行社系统,我国旅行社才真正发展成为一个具有一定规模的经济行业。随着对外改革开放的进一步深入,国内、国际旅行社的蓬勃发展,我国旅行社业也日益兴旺,尤其是进入90年代以来,我国旅行社业伴随着世界旅游业的快速发展,以惊人的速度迅猛增长,现已形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象和不同所有制形式的多层次、多功能、适应性较强的由近5000家旅行社组成的全国性服务接待体系。

第二节 旅行社的性质与职能

一、旅行社的性质

在我国,国务院于1996年颁布的《旅行社管理条例》,对旅行社的性质做出如下明确规定:“旅行社是指以赢利为目的,从事旅游业务的企业。”

《旅行社管理条例》对旅游业务的涵义也做了明确的规定:“旅游业务是指为旅游者代办出、入境和签证手续,招徕、接待旅游者旅游,为旅行者安排食宿等有偿服务的经营活动。”

从《旅行社管理条例》的有关规定中,我们可以概括出我国旅行社的两个基本特征:

- (1)以赢利为目的决定了旅行社的企业性质;
- (2)提供与旅行有关的服务是旅行社的主要职能。

二、旅行社的职能

旅行社是为旅游者提供旅行服务,并根据旅游者的要求,设计、组合和销售旅游产品的专门机构。不考虑不同类型旅行社的个体差异,综合起来看,旅行社的基本职能一般都具有以下几种:

1. 生产职能。在我国,旅行社大多以低于市场价的价格向饭店、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,然后进行加工组装,并融入旅行社自身的服务内容,进而形成具有自己特点的旅游产品。就团体旅游而言,旅行社最终出售的是一件完整的旅游产品,而非组成旅游产品的零散部件。其他相关部门的服务在这一过程中只是旅行社产品的“生产原料”,而非产品本身。因此在这种意义上,旅行社具有生产职能。

2. 销售职能。旅游产品的无形性和生产与消费的同时性,使

得旅游产品的销售较物质产品更为复杂,同时也使得旅游产品的销售对销售渠道的依赖性变得更强。如果没有畅通的销售渠道,旅游者就要在对旅游目的地知之不多甚至一无所知的情况下,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不仅是本国或本地区个别的旅游服务项目,而是一种跨国度、综合性的旅游产品时,这种状况无疑会在一定程度上扼制旅游者外出旅游的需求。生产的社会化分工,决定了需要有这样一种组织,它将专门从事旅游产品的组装与加工,并广泛存储各种有效旅游信息,满足旅游者对旅游产品信息的广泛需求,方便旅游者购买旅游产品。旅行社恰好适应了这种社会需求,承担起沟通买卖双方任务,使旅游产品更顺利地进入消费领域。旅行社亦因此成为旅游产品重要的销售渠道,并具有了销售职能。

3. 组织协调职能。旅游活动涉及行、住、食、游、购、娱等众多方面,旅行社要保障旅游活动的顺利进行,就离不开旅游业各部门和其他相关行业的合作与支持,而旅游业各部门之间以及旅游业与其他行业之间存在的是一种相互依存、互利互惠的合作关系,旅行社作为其中的一个组成部分,并不具备对其他部门的管辖指挥权。因此,旅行社要想确保旅行者旅游活动的顺利进行,就必须进行大量的组织与协调工作,在确保合作各方实现各自利益的前提下,协同旅游业各有关部门和其他相关行业,保证旅游者旅游活动过程中各个环节的衔接与落实。

4. 分配职能。旅游者旅游活动过程中的消费是多种多样的,特别是在包价旅游的情况下,旅游者通常为其各种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,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,根据接待过程中各相关部门提供的服务的数量和质量合理分配旅游收入。

5. 提供信息的职能。旅行社提供信息的职能主要体现在两