

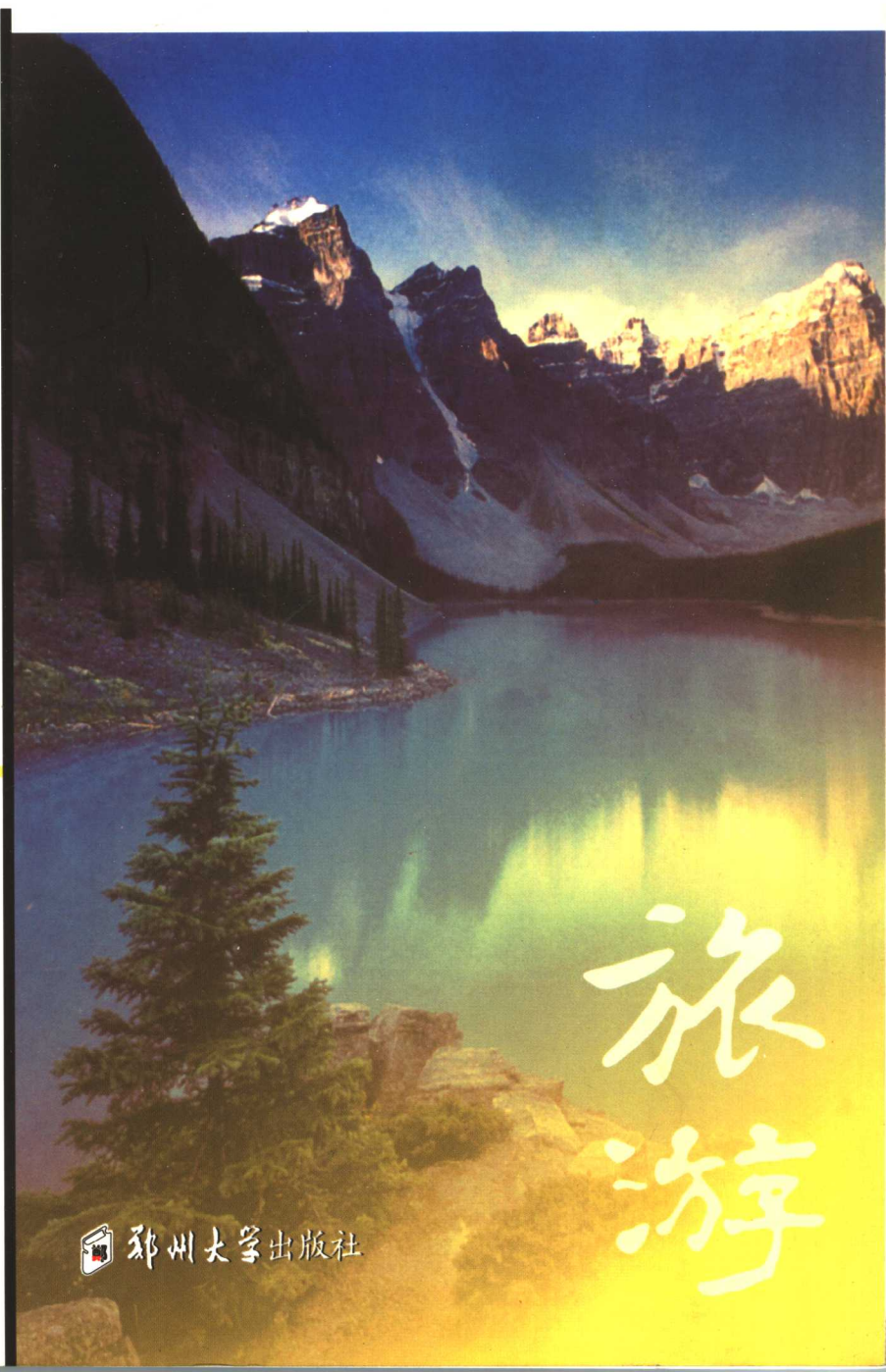
高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材



旅行社经营管理

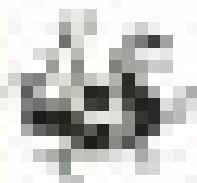
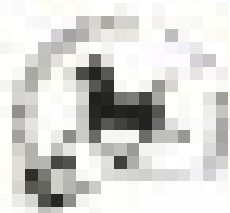
LUXINGSHE JINGYING GUANLI

主编 刘荣

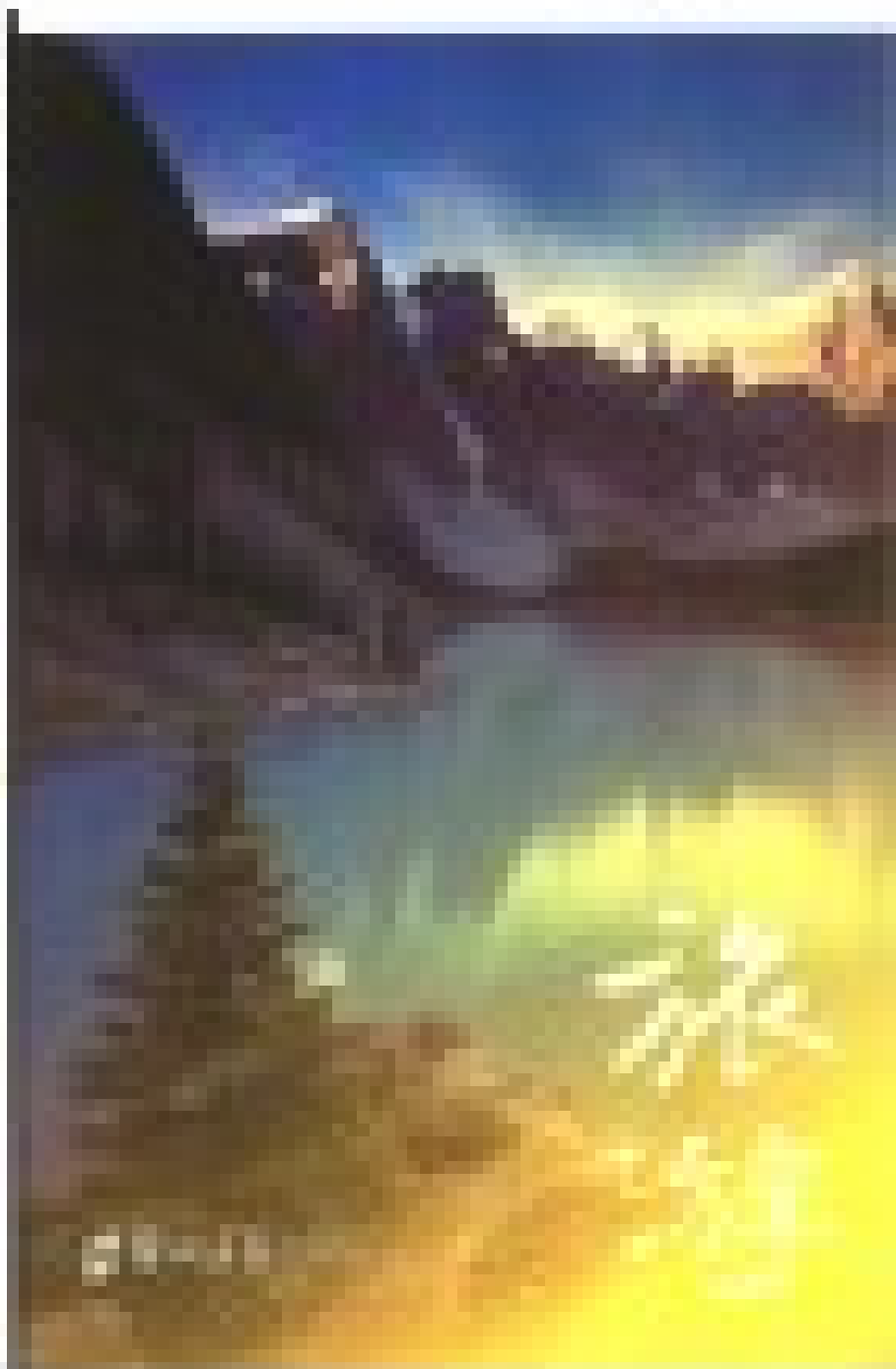


 郑州大学出版社

中国旅行社管理“十一五”规划教材



旅行社经营管理



中国旅行社管理“十一五”规划教材



高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材

旅行社经营管理

主 编 刘 荣

 郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/刘荣主编. —郑州:郑州大学出版社,
2006.8

(高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材)

ISBN 7-81106-286-0

I. 旅… II. 刘… III. 旅游社-企业管理-高等
学校-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第096042号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路40号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南新丰印刷有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:15.5

字数:329千字

版次:2006年8月第1版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印数:1~3 100

印次:2006年8月第1次印刷

书号:ISBN 7-81106-286-0/F·94

定价:23.50元

本书如有印装质量问题,请向本社调换



编委会名单

主 任

杨盛道 河南省旅游局局长
贾修国 河南省教育厅高教处处长

副主任单位

郑州大学旅游管理学院
河南大学历史文化学院旅游系
河南财经学院旅游系
中州大学旅游与经贸学院
洛阳师范学院历史文化学院旅游系
安阳师范学院地理学系
信阳师范学院经济管理学院
河南商业高等专科学校旅游管理系

委员单位

中央民族大学历史系
华东师范大学历史系
山东科技大学文法学院
桂林旅游学院
郑州航空工业管理学院工商管理系
河南工业大学管理学院
河南农业大学林学院园艺学院
河南师范大学外国语学院旅游系
南阳师范学院旅游与环境科学系
郑州大学升达经贸管理学院企业管理系
郑州大学西亚斯国际学院工商管理系
郑州大学体育学院体育系
许昌学院历史文化与旅游学院
洛阳工业高等专科学校经济管理系
平顶山工学院管理系
河南机电高等专科学校管理系
中原工学院
河南科技大学经济与管理学院

《旅行社经营管理》作者名单

主 编 刘 荣

副主编 赵维新

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 丽 王中雨 刘 荣

江富建 李 顶 周春林

罗 颖 赵丽萍 赵维新



内容提要

《旅行社经营管理》是高等教育旅游管理专业“十一·五”规划教材之一,共由三部分构成。第一部分基本理论与概念,主要介绍中外旅行社的产生与发展、设立旅行社的条件与程序、综合分析影响旅行社设立的外部因素和内部因素,并详细介绍了旅行社经营管理的基本理论;第二部分详细介绍了旅行社各项业务的经营策略与方法;第三部分介绍了旅行社人力资源管理的理论与方法以及如何建立具有旅行社特色的企业文化。此书立足于中国旅行社业现状,参阅和借鉴了国内外旅行社业经营管理的著作,吸收了旅游业最新研究成果,并通过旅行社业经营管理典型案例,帮助读者理解和掌握旅行社经营管理的理论与方法。

本教材为高等院校旅游管理专业本科学生用书,也可作为高等职业教育、旅游行业培训、自学考试、函授教育以及旅游企业管理人员的参考用书。



编写说明

“高等教育旅游管理专业统编教材”自 2002 年出版以来,得到了旅游管理专业广大师生的热情支持,使用该系列教材的高校旅游专业院系已遍布全国各地。这一方面说明了全国高校旅游管理专业的广大师生对编者工作的一种认可,同时,也反映了各地高校旅游管理专业的广大师生对高质量教材的一种期盼。我们在心存感激的同时,也深深地感到了自己的责任。

随着我国旅游业的迅速发展,旅游高等教育又面临着一些新的情况和变化,为了满足旅游教育事业的发展需要,在郑州大学出版社的大力支持下,“高等教育旅游管理专业‘十一·五’规划教材”编写委员会组织全国近 30 所高校的旅游院系及部分实业界人士,对原出版教材进行了审订和重新编写。本次教材修订工作主要体现在以下几个方面:

首先,为了保证教材的高质量和高水平,严格遴选主编、副主编及参编人员。在确定每部教材的主编、副主编及参编人员时,采取先由参编院校推荐,编委会根据推荐人员的教学经验、科研水平及其在本学科的学术地位来初步选定两名以上主编人选,最后由编委会对申报主编者进行考核、答辩,确定主编人选,并在此基础上确定其他参编人员,从而保证参编人员,尤其是主编具有真正的实力和学术水平。

其次,根据国家教育部高教司最新颁布的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍》对系列教材种类重新进行研究确定。近年来,旅游业不断发展,高等教育旅游专业学科发展更加完善,师资队伍更加整齐,课程体系也需不断调整和充实。因此,我们对原有的教材进行了研究论证,个别学科的教材由于教学计划的调整,

就不再进行修订,另外增加了《旅游景区经营与管理》、《餐饮管理》、《中国旅游地理》、《中国旅游史》、《旅游美学》、《公共关系与商务礼仪》等新编教材,完善了教材体系,使之更加完整、科学。

再次,为了使教材更能适合当前高校旅游管理专业教学需要,体现出精练、简明的风格,并减轻学生的经济负担,在保证教材质量不断提高的前提下,对每一部教材的总体字数进行了控制,体现出质量第一、锻造精品的要求。

其四,保持原有教材的特色和风格,严格遵守编写程序和要求,对于每一部教材的编写大纲,在参编人员集体讨论研究的基础上,向编委会汇报,由编委会及有关专家进一步审议把关,不断修改完善,以求尽量完美。

其五,克服目前高校旅游教材内容陈旧、体系结构不合理、理论脱离实际等弊病,吸收了旅游教学研究最新成果,从旅游行业自身性质出发,充分利用各种数据、表格、图形及典型案例分析方法,增强其实用性、可读性和新颖性。

本次修订和新编系列教材包括《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游法教程》、《旅游市场营销学》、《旅游规划开发》、《旅行社经营管理》、《导游业务》、《旅游心理学》、《旅游会计学》、《饭店管理》、《中国旅游文化》、《旅游企业财务管理》、《中外民俗》、《旅游服务礼仪》、《旅游美学》、《旅游景区经营与管理》、《中国旅游史》、《中国旅游地理》、《餐饮管理》、《公共关系与商务礼仪》、《旅游饭店前厅客房服务与管理》。涵盖了旅游管理学科7门核心课程以及学科全部主干课程,内容全面,覆盖面广,更加适合高校旅游管理专业各专业的教学需要,同时也适合作为相关管理专业的选修课教材使用。

本系列教材的修订及新编工作得到了河南省旅游局规划处和河南省教育厅高教处有关领导的支持和指导,同时也得到省外兄弟院校,如中央民族大学、华东师范大学、山东科技大学、桂林旅游学院等的积极响应,在此表示深深的谢意。

郑州大学出版社的领导及郑州大学出版社社科图书策划部为本系列教材的修订和新编工作倾注了大量的心血,在此表示不尽的谢意。

对于本系列教材编写中所出现的不尽如人意之处,敬请各位专家和读者继续给予批评指正。

高等教育旅游管理专业
“十一五”规划教材编写委员会

2006年2月10日



前言

旅行社作为旅游业的重要产业部门,是旅游业的销售系统,担负着招徕旅游者和接待旅游者的重要职能。因此,其经营管理水平直接关系到一个国家和地区旅游业的发展。我国加入 WTO 后,旅行社行业面临着前所未有的机遇和挑战。世界经济一体化的到来,使“国内”与“国际”之间的区别日趋淡化。国内竞争国际化,国际竞争国内化,使旅游市场环境更加复杂,竞争也日益激烈,这就迫使我们必须用新知识、新思想、新技术和新方法经营旅行社,以提高我国旅游业在国际旅游市场上的竞争力,促进我国旅游业持续健康发展。伴随中国旅游业的快速发展,我国旅行社行业发生了巨大变化,旅行社行业的企业、资产、从业人员队伍的规模快速扩张。截止 2004 年底,我国共有 14 927 家旅行社,其中国际旅行社 1 460 家、国内旅行社 13 467 家,旅行社总资产达到了 424.38 亿人民币,直接从业人员 24.12 万人。

旅行社行业的快速发展,对旅游人才的需求更加迫切,同时,旅游人才的培养也是我国旅行社健康发展的重要前提。作为旅游教育工作者理应担负起培养旅游人才的重要任务,我们编写此书旨在为我国旅游业贡献一份力量。

全书共有九章:第一章旅行社概述,介绍了中外旅行社的发展历程及旅行社的基本理论和概念;第二章介绍了设立旅行社的条件和程序;第三章主要论述了旅行社经营管理的理论与方法;后续各章以旅行社业务为主线,分别就旅行社的产品开发与设计、旅游服务采购、营销管理及营销策略的运用、旅游接待管理、人力资源管理、企业文化建设、财务管理等内容进行了深入的阐述。

作者在编写过程中,参阅和借鉴了国内外许多专家、学者的著作和论文,并尽可能将旅游业最新研究成果反映到本教材中。为便于读者学习和讨论,在每一章的后面附有案例分析和思考题,以帮助读者更好地领悟和掌握旅行社经营管理的理论与方法,提高其理论联系实际的能力。

由于编者水平有限,加之时间仓促,书中难免出现错误和缺点,恳请专家及读者批评指正。

编 者

2005 年 12 月



目 录

1	旅行社概述	/1
1.1	旅行社发展简史	/1
1.1.1	旅行社产生的历史背景	/1
1.1.2	世界旅行社的发展	/2
1.1.3	我国旅行社的产生与发展	/4
1.2	旅行社的性质、职能与业务	/5
1.2.1	旅行社的性质	/5
1.2.2	旅行社的职能	/6
1.2.3	旅行社的基本业务	/7
1.3	旅行社的分类	/8
1.3.1	西方国家旅行社的分类	/9
1.3.2	日本旅行社分类	/9
1.3.3	我国旅行社分类	/10
1.3.4	我国台湾省旅行社的分类	/10
1.4	旅行社在现代旅游业中的地位和作用	/11
1.4.1	旅行社在旅游业中的地位	/12
1.4.2	旅行社在现代旅游业中的作用	/12
2	旅行社的创立	/15
2.1	影响旅行社设立的因素	/15
2.1.1	影响旅行社设立的外部因素	/15
2.1.2	影响旅行社设立的内部因素	/16
2.2	旅行社设立的条件和程序	/17

2.2.1	设立旅行社的基本条件	/17
2.2.2	设立旅行社的基本程序	/19
2.3	旅行社组织结构设计	/22
2.3.1	旅行社基本业务部门	/22
2.3.2	旅行社组织结构设计的原则	/23
2.3.3	旅行社组织结构形式	/23
3	旅行社经营管理基本理论	/28
3.1	旅行社经营管理概述	/28
3.1.1	经营管理的概念和特征	/29
3.1.2	经营和管理的区别	/30
3.1.3	旅行社经营管理的内容	/31
3.1.4	旅行社经营管理的特点	/32
3.1.5	旅行社经营管理的方法	/33
3.1.6	旅行社经营管理的思想	/34
3.1.7	旅行社经营目标	/36
3.1.8	旅行社经营管理现代化	/38
3.2	旅行社经营管理决策与计划	/39
3.2.1	市场调查	/39
3.2.2	市场预测	/42
3.2.3	经营管理决策	/45
3.2.4	经营管理计划	/47
3.3	旅行社经营管理战略	/49
3.3.1	经营管理战略的概念和特征	/49
3.3.2	旅行社经营环境分析	/50
3.3.3	经营战略选择	/53
4	旅行社产品开发	/60
4.1	旅行社产品概述	/60
4.1.1	旅行社产品的涵义	/60

4.1.2	旅行社产品的特点	/61
4.1.3	旅行社产品的构成	/62
4.1.4	旅行社产品的类型	/63
4.2	旅行社产品开发策略与程序	/66
4.2.1	影响旅行社产品开发的因素	/66
4.2.2	旅行社产品开发的原则	/67
4.2.3	旅行社产品开发的策略	/69
4.2.4	旅行社产品的开发程序	/70
4.3	旅行社产品的评价与筛选	/72
4.3.1	四象限评价法	/73
4.3.2	产品生命周期评价法	/75
5	旅行社采购管理	/82
5.1	旅行社旅游服务采购概述	/82
5.1.1	旅游服务采购的概念与内涵	/82
5.1.2	旅游服务采购的类型	/83
5.2	旅游服务采购的原则和策略	/86
5.2.1	旅游服务采购的原则	/86
5.2.2	旅游服务采购服务的策略	/88
5.3	旅游服务采购管理	/89
5.3.1	建立广泛的协作网络	/89
5.3.2	正确处理保障供给与降低成本的关系	/89
5.3.3	正确处理集中采购和分散采购的关系	/89
5.3.4	正确处理预订和退订	/90
5.3.5	加强对采购合同的管理	/90
5.3.6	建立统一的采购机构	/90
5.4	旅行社票务管理	/91
5.4.1	旅行社票务管理的含义及其作用	/91
5.4.2	旅行社票务中心的类型及设立的条件	/92

5.4.3	开账与结算计划	/93
5.4.4	旅行社票务中心的业务运作与管理	/94
6	旅行社营销管理	/98
6.1	旅行社目标市场营销	/98
6.1.1	市场细分	/99
6.1.2	目标市场选择	/103
6.1.3	市场定位	/104
6.2	旅行社价格策略	/105
6.2.1	旅行社产品价格的概念及构成	/106
6.2.2	影响旅行社产品价格的主要因素	/106
6.2.3	旅行社产品的定价方法	/107
6.2.4	旅行社定价策略	/108
6.3	旅行社销售渠道策略	/110
6.3.1	旅行社销售渠道概念	/110
6.3.2	旅行社的销售渠道策略	/111
6.3.3	旅游中间商的选择	/112
6.4	旅行社促销策略	/114
6.4.1	旅行社促销的概念	/114
6.4.2	旅行社促销的类型	/115
6.4.3	旅行社促销组合	/115
6.4.4	旅行社促销效果的评价	/117
6.5	旅行社营销管理新趋势	/118
6.5.1	网络营销	/118
6.5.2	以人为本策略	/120
6.5.3	合作策略	/121
7	旅行社接待管理	/127
7.1	旅行社接待管理概述	/127

7.1.1	旅行社接待管理的含义	/128
7.1.2	旅行社接待业务的分类	/128
7.1.3	旅行社旅游团队的分类	/128
7.1.4	旅行社接待业务的特点与要求	/130
7.1.5	旅行社接待服务规范	/133
7.1.6	旅行社接待服务流程	/134
7.1.7	旅行社接待业务的计划管理	/135
7.1.8	旅行社接待业务的质量管理	/136
7.1.9	旅行社接待业务的安全管理	/137
7.1.10	散客旅游的接待管理	/138
7.1.11	大型和特种旅游团的接待管理	/139
7.2	导游员工作管理	/140
7.2.1	导游员的基本素质	/140
7.2.2	导游员的岗位培训	/141
7.2.3	导游员工作的年度考核与奖惩处理	/142
7.2.4	兼职导游员的管理	/143
7.2.5	导游员的佣金与小费管理	/145
7.3	旅行社行李业务的管理	/146
7.3.1	行李员工作的范围、特点及意义	/146
7.3.2	行李员工作管理	/147
7.3.3	行李的交接管理	/149
7.3.4	行李差错的处理	/150
7.4	旅行社售后服务管理	/151
7.4.1	旅行社售后服务的内涵与作用	/151
7.4.2	旅行社售后服务的机构与形式	/152
7.5	旅游投诉的处理与预防	/154
7.5.1	旅游投诉的定义和特征	/155
7.5.2	旅游投诉的种类、形式及范围	/155
7.5.3	旅游投诉产生的原因	/156
7.5.4	旅游投诉的处理	/159

7.5.5	旅游投诉的预防	/161
8	旅行社人力资源管理	/168
8.1	旅行社人力资源管理概述	/168
8.1.1	旅行社人力资源管理的涵义	/168
8.1.2	旅行社人力资源管理的特点	/169
8.1.3	旅行社人力资源管理的发展趋向	/170
8.2	旅行社人力资源管理过程	/172
8.2.1	制订计划	/172
8.2.2	旅行社员工的招聘	/172
8.2.3	旅行社员工的培训	/173
8.2.4	旅行社员工的绩效评估	/175
8.2.5	旅行社员工的合理激励	/176
8.3	旅行社企业文化建设	/176
8.3.1	旅行社企业文化概述	/176
8.3.2	旅行社企业文化的内容	/177
8.3.3	如何建立和塑造优秀的旅行社企业文化	/179
9	旅行社财务管理	/189
9.1	旅行社财务管理概述	/189
9.1.1	旅行社财务管理的内容	/189
9.1.2	旅行社财务管理的目标	/190
9.1.3	旅行社财务管理的原则	/191
9.2	旅行社筹资与投资管理	/192
9.2.1	旅行社筹资管理	/192
9.2.2	旅行社投资管理	/193
9.3	旅行社资产管理	/194
9.3.1	旅行社流动资产资产管理	/195
9.3.2	旅行社固定资产管理	/197