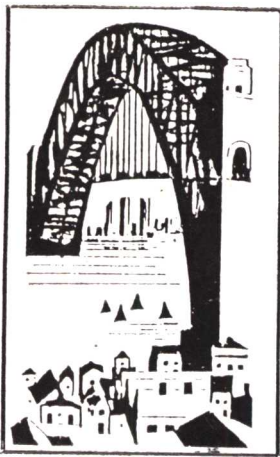
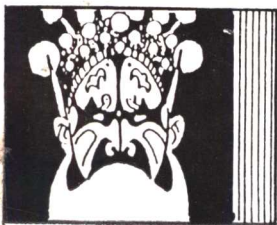


旅行社管理人员岗位培训系列教材(试用)

旅行社综合业务部的业务与管理

国家旅游局人教司编



中国旅游出版社

旅行社综合业务部的 业务与管理

国家旅游局人教司编

中国旅游出版社

(京)新登字031号

责任编辑: 唐志辉

封面设计: 顾晨曦

技术编辑: 吴子文

旅行社综合业务部的业务与管理

国家旅游局人教司 编

*

中国旅游出版社出版

(北京建内大街甲九号)

北京海军大都印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

开本: 787×1092毫米 1/32 印张: 5.75 字数: 120千

1992年2月第一版 1992年2月第一次印刷

印数: 15500册 定价: 3.50元

ISBN 7-5032-0532-6/F·25

序

我国旅游事业的发展，已经有了相当的规模。党和国家要求大力发展国际旅游和引导提倡国内旅游。为了适应形势发展的需要，急需培养人才，以促进旅游管理的加强，服务质量的提高。为此，国家旅游局已制定了培训计划。但是计划的实现，除了加强领导等一系列措施外，还必须有一套好的教材。正在这时，人教司组织一些同志，共同努力编写了这套旅游企业管理人员岗位培训系列教材。我除了祝贺它的出版发行外，更希望在岗位培训中充分发挥它的作用，并不断丰富它！

刘 毅

1991年6月

旅行社中层管理人员岗位培训系列

教材编辑委员会

主 任 钱 炜

副主任 郭 毅

编 委 (以姓氏笔划为序)

仇向明 孔长耿 朱 杭

朱新春 陈 纲 周宗馥

周秀春 郁伯钧 倪连生

钱 钧 曹云兵 蒋丁新

韩益民 傅菊华 彭海跃

前 言

为贯彻落实《国家旅游局关于1990—1995年旅游行业开展岗位培训工作的实施意见》提出的“按照各类管理人员岗位职务标准，于1993年底以前完成旅游企业总经理和主要部门管理人员的岗位资格培训”的要求，使培训工作规范化。保证培训质量，我司组织并委托有关省、市旅游局和旅游院校统一编写了旅游行业管理人员岗位培训系列教材，目前已经编写或正在编写的有《旅游饭店管理人员岗位培训系列教材》共17本：《旅行社中层管理人员岗位培训系列教材》7本；《旅游汽车企业中层管理人员岗位培训系列教材》6本。

为保证教材质量，编写中认真贯彻了科学性、实用性和先进性，以实用性为主的原则，并严格按照教材编写的程序，从全国旅游院校、旅游饭店、旅行社和旅游车船公司聘请专家，对教材编写大纲和书稿进行了审定。这套系列教材是指定的旅游行业管理人员的岗位培训用书，也可作为旅游院校教学的参考用书。

《旅行社中层管理人员岗位培训系列教材》（试用），由浙江省旅游局负责组织编写。这七本教材是：

1. 《旅行社销售部的业务与管理》
2. 《旅行社财务部的业务与管理》
3. 《旅行社接待部的业务与管理》

4. 《旅行社综合业务部的业务与管理》
5. 《旅行社人事培训部的业务与管理》
6. 《旅行社计调部的业务与管理》
7. 《怎样当好旅行社部门经理》

浙江省旅游局对教材编写工作十分重视，专门成立了教材编委会，统筹安排教材的编写工作。

《旅行社综合业务部的业务与管理》的编写者为杭州海外旅游公司副总经理倪连生、杭州旅行社计联部经理钱钧。参加大纲审定的有上海青旅综合部经理童继平、国旅南京分社综合业务部经理赵家彬、国旅上海分社综合业务部朱一民，青旅浙江分社总经理孙建德。参加书稿审定的有童继平，浙江供销旅游公司副总经理冯壮荣、国旅广州分社综合业务部经理王连森，国旅总社综合部副部长、副译审梁佑全。最后经梁佑全同志终审。

教材编写过程中，先后得到一些单位和有关同志的支持、帮助，国家旅游局刘毅局长还特为本套系列教材作序，在此一并表示感谢。由于时间短，编写岗位培训教材尚属首次，不足之处在所难免，恳请各级旅游管理部门和广大读者批评指正，以便今后修订。

国家旅游局人教司

1991年6月

目 录

第一章 概 论

第一节 综合业务部在旅行社中的地位 and 作用·····	(1)
一、工作性质和业务范围·····	(1)
二、地位和作用·····	(2)
第二节 综合业务部的工作特点·····	(12)
一、综合性·····	(12)
二、多变性·····	(14)
三、复杂性·····	(16)
第三节 综合业务部的组织机构·····	(17)
一、组织机构·····	(17)
二、各业务科(组)的工作职责·····	(18)
第四节 部门经理的职权及业务素质要求·····	(19)
一、部门经理的职权·····	(19)
二、业务素质要求·····	(22)
三、能力要求·····	(23)

第二章 散客旅游业务和管理

第一节 散客包价业务与管理·····	(25)
一、散客包价业务范围和特点·····	(25)
二、作业规程及管理方法·····	(26)

第二节 小包价业务与管理	(32)
一、小包价业务的形式和内容.....	(32)
二、小包价的灵活作业法.....	(33)
三、作业规程及管理方法.....	(35)
第三节 零星委托业务与管理	(42)
一、委托代办的基本内容.....	(42)
二、作业规程及管理方法.....	(42)
第四节 国际会议和展览会服务	(48)
一、形式和内容.....	(48)
二、推销和招徕.....	(52)
三、组织实施.....	(56)
四、有关注意事项.....	(58)
第五节 门市柜台业务与管理	(59)
一、提供旅游咨询服务.....	(60)
二、组织安排市内、近郊以及邻近城市的选择 性旅游.....	(61)
三、组织散客成团旅游.....	(63)

第三章 票务和行李业务及管理

第一节 飞机票业务	(68)
一、业务种类和范围.....	(68)
二、作业程序.....	(68)
三、航空公司代理业务.....	(71)
四、旅游包机的组织工作.....	(80)
第二节 火车票业务	(81)
一、业务种类和范围.....	(81)

二、作业程序.....	(82)
三、国际列车联运业务.....	(84)
第三节 船票业务.....	(98)
一、业务种类和范围.....	(98)
二、作业程序.....	(98)
三、长江豪华游轮业务	(101)
四、长江普通客轮客运业务	(105)
五、国际航海客运业务	(107)
第四节 票务工作的管理	(116)
一、岗位制度管理	(116)
二、工作人员管理	(117)
第五节 行李业务与管理	(118)
一、行李工作的业务范围	(118)
二、接行李和送行李的程序	(118)
三、行李差错的处理	(120)

第四章 内部管理及纵横向关系的协调

第一节 内部管理	(124)
一、散客旅游价格的管理	(124)
二、服务质量的管理	(129)
三、业务档案的管理	(133)
四、部门员工的管理	(136)
第二节 协调纵横向工作关系	(140)
一、上下关系	(140)
二、左右关系	(141)
三、内外关系	(141)

第一章 概 论

第一节 综合业务部在旅行社中的地位和作用

一、工作性质和业务范围

综合业务部，在我国有些涉外旅行社使用了Multi-service Department一词，有的旅行社称为FIT Department。实质上，就我国旅行社的业务传统分工，与专门经营团体旅游销售、接待的部门相对而言，综合业务部是一个多功能的，介于业务和职能部门之间的，带有拓展业务性质的业务综合部门。

综合业务部主要承担散客旅游业务和票务、行包业务两大方面的工作任务。散客，顾名思义，是指零零散散、三三两两的，根据自己的兴趣、爱好，进行独自旅行的游客。根据散客旅游者的要求，其业务主要包括：散客包价业务，小包价业务，零星委托代办业务，国际会议、展览会服务，门市柜台业务等五个方面。票务，指的是旅行社为旅游者提供交通票据的业务。包括飞机票业务，火车票业务，和船票业务等。行包业务，是指参加团体包价旅游的旅游者行李和包裹的托运业务。根据我国旅行社的传统分工，大多数旅行社的行包业务由综合业务部负责。

由于综合业务部包含着上述工作内容，因而就它的工作

性质来看，既具有经营的性质，即散客旅游以及国际会议、展览服务业务的招徕，起着销售主渠道的作用；又兼有接待的性质，即为散客旅游者、国际会议参与者提供各项综合服务和导游服务等。在旅行社所有的业务部门中，它的业务范围最广，经营项目最多，工作内容最杂，提供服务最细，从某种意义上讲，它是一个融经营和接待、后勤为一体，集外联和导游于一身的业务综合机构，被人们普遍认为是旅行社中的“小旅行社”。可以说，综合业务部的经营规模和管理水平如何，能够反映出一个旅行社的实力和服务水准。

二、地位和作用

(一)综合业务部的地位

1. 散客旅游市场的发展趋势

近年来，从国际旅游形式来看，随着人们旅行次数的增多，经验日渐丰富，旅游的档次也随之提高，出国旅游的类型已从简单的观光旅游逐步变化为有目的的参与型旅游。散客、组合式旅游、家庭式旅游正以较快的速度发展，占来华总量的比重随之加大。团体旅行的比例相应减少。从欧美旅游者来看，由于民族的旅游习性，许多人均倾向于以较自由的方式来进行旅游。以前往欧洲旅游的美国旅游者为例，散客占了整个市场的45%—50%，并且具有愈来愈增长的趋势。以往，欧美的旅行团多为20人以上，1990年许多美国团降至10人以下。在欧美一些国家中，即使是团体旅游，也改变了过去那种单一集体统一行动的形式，部分人要求集体出发，就地分散活动，以适应个人需求。在日本，随着经济贸易的发展，个人收入和自由支配时间的增加，休假相应延长，散客旅行同样得到了很快的发展，人数增长显著。据

《日本人海外旅行情况调查》的统计资料表明，在前往海外进行旅行观光、新婚旅游者中，散客比重已从1987年的14.9%上升到1989年的19%，达116万人，平均每年增加20万人以上。赴中国旅行的日本散客旅游者近几年来增长幅度也较为明显，从1987年至1989年，比重已从8.1%上升到20.4%。从日本交通公社获悉，近两年，越来越多的人放弃传统的一揽子包价旅游的形式，而采用只含机票和饭店预订的包价，该公司已于1988年推出这种包价形式，效果很好。目前只有三分之一的人使用全包价。散客旅行作为一种旅行方式，个人可以自由支配时间，不受任何约束，在旅行中吃、住、行、游、购、娱等各个方面行动也比较方便，深受游客欢迎。日本出版和发行了大量的《地球漫步旅行》等指南，为散客提供了世界最佳旅游线路和办理海关等有关手续的详细资料，内容包括世界各地旅游风光、旅馆食宿、交通工具、旅游购物及文化体育娱乐等各项旅游活动的介绍，大大方便了个人外出旅行。目前，散客市场正在日益扩大，欧美、日本的小团正在明显增多，前景看好。

国际旅游业的发展趋势在中国的旅游市场也直接得到了体现。亚运会以后，欧美、日本旅游市场正逐渐恢复。据统计，1990年到北京的外国旅游者100万余人，其中散客约占50%。另外，在京的合资、外资企业的外籍员工，也为北京旅游行业提供了固定的潜在散客客源约1.5万多人。面对这样一个广泛的散客市场，国旅北京分社在经营指导思想上认识较深，反映较快，积极开展散客服务工作。从1991年4月1日起开通了首都机场至市区7家涉外饭店的旅游班车，定时定点接待外来散客；在北京长富宫饭店设立“选择旅游服务中心”，提供“熊猫号”旅游班车，为去长城、定陵、故宫

~天坛两线的散客提供优惠服务。此外，还在英国设立“北京旅游饭店伦敦预订中心”，同时准备在日本创办“北京旅游饭店东京预订中心”。

散客增多，这种趋势促使旅游产品的进一步细分化、多样化。只靠接待团体旅游者的做法已不能适应当前形势的需要，特别是在客源竞争十分激烈的情况下，开展形式多样的散客旅游势在必行。散客旅游业务开展得成功与否对旅行社业务的发展和经济效益的好坏将起到非常重要的作用。

散客旅游者由于有各种不同的需求，从某种程度上来说，在接待过程中较之团体旅游要困难得多、复杂得多，工作也琐碎得多。然而只要组织得当，不仅能收到较好的社会效益，其经济效益也是相当可观的，并且还能为我国以团体旅游形式为主的组织形式增添新的内容。

组织散客旅游的优势主要体现在以下三个方面：

首先，能够适应市场竞争的需要。随着我国国际旅游市场由卖方市场向买方市场的转变，出现旅行的方式及选择趋于多样化，旅游产品也要求多样化，以适应各类旅游者的需求，散客旅游正是随着这一需求的增长应运而生的。散客旅游业务经营项目齐全，有包价、小包价、委托代办、组合式旅游等服务；作业方法灵活，旅游者既可对旅游项目进行灵活的选择，旅行社又可为旅游者提供各种各样的安排，如目前正在向欧美市场推出的“点菜式”旅游；接待等级各异，根据不同人员、不同消费结构，有1人级、2至5人级、6至9人级，及豪华等、标准等、经济等。这些全方位、多元化的服务形式和内容，能最大限度地为国际旅游者所接受，从而适应市场竞争的需要。

其次，能够获得更多的经济效益。散客和团体在同样取

得经济效益的前提下，有两大区别：一是散客比团体的收费标准要高。团体旅游以包价旅游为主，享受团体优惠，16人以上还免1人的综合服务费。甚至在交通上，有些地区的航空公司还规定超过10人以上团体购票可以享受机票折扣。而散客则不能享受这些优惠，就连宾馆的房价，散客房价也较团体房价高，所以散客旅游者所支付的费用要大大高于团体旅游者。二是散客比团体的客源涉及面要广。团体旅游局限于10人以上成团，而散客旅游1人也能成行。从散客对象来分析，主要有两类：一类是具有相当经济承受能力的散客旅游者，他们会提出各种特殊的要求，希望提供特殊的服务，从而收取特殊的服务费。其客源结构多是更国际化、更大胆的年轻人及多次出国者，有的乃至是各界要人。如法国政界领导人包括总统出访的交通、住宿、膳食往往委托“法国通济隆”旅游企业公司办理，其消费额平均比中低档高于二至七倍。另一类是只具有一般消费水平的“背包旅游者”，他们不愿受到团体旅游集体活动的限制，喜欢独自旅游，其它别无任何特殊要求。在经营策略上，对前者大力促销，对后者薄利多销，都能给旅游企业带来可观的收入。

再次，能够带动更多的“回头客源”，从而能扩大客源。由于散客旅游人数少，因而在参观游览过程中，他们的思想较集中，看得较细致，听讲解也较全面，观光印象也就更深刻。参加全程活动的散客接触陪同时间最长，在旅途和游览过程中，彼此逐渐加深了解，成了朋友，陪同也会给他们留下较完整的印象。陪同服务周到，待客亲切，加上旅途顺利，使客人觉得整个旅行很满意，当他们回国后给自己的亲友介绍观感时，会是十分生动和具体，对想来又尚未成行的游客吸引力很大。这些散客的现身说法，无形之中起到了

我们“市场推销员”的作用，效果要比我们直接宣传好得多。我国一些旅行社的实际经验说明，有些团队，往往就是由来过中国的散客介绍或组织起来的。

散客工作的经营虽然烦杂辛苦，但它是发展我国旅游事业不可忽视的一个组成部分。尤其是根据当今旅游市场发展的需要，组合式旅游、家庭式旅游等散客旅游形式显得越来越重要。随着我国进一步对外开放，商务旅游者逐渐增多，散客旅游的比例将明显提高，不容忽视。

2. 交通顺畅是旅行计划实现的必要保证

吃住行游购娱，旅游业“六要素”中，在我国现有的情况下，行是举足轻重的。交通顺畅既是旅行计划实现的必要保证，又是确保旅游者旅行成功的关键。旅游者进得来、出得去、散得开，并且做到“旅速游缓”，交通的准确、及时至关重要。人们的旅游活动开始于旅程之初，结束于旅程之终，整个旅行必定是借助于交通工具得以完成的。

交通是旅游业中的“中枢神经”。旅游服务主要包括饭店服务、交通服务、导游服务和旅行社服务。在实施旅游服务过程中，根据我国目前的状况，交通服务与其他几项服务比较，难度最大。一是由于交通运力紧张，二是因为我国目前旅游交通的发展速度不能适应旅游人数的增长速度。虽说近几年来我国交通落后的状况有所改善，中国民航按区域成立了六大航空公司，重要口岸城市还成立了一些地方性的航空公司，除进行正常航班飞行外，还根据客源流量，开展定期和不定期的旅游包机业务。铁路部门也在旅游热点城市增开了旅游专列等。然而这只是缓解了交通的局部困难，距离旅游发展的需求，尚远远不能满足，较之发达国家，则相距更远。因此，从当前客户的要求来讲：谁能保证交通，谁就

抓住了客源。

由于交通运力的紧张，给我国旅游业的发展带来了一定的局限性。要缓解这一矛盾，一方面需要靠国家采取改善交通条件，更新交通设备等措施，创造一些必要的外部条件；另一方面还要靠内部挖掘潜力，特别是在旺季游客集中，运力饱和的情况下，可采用两种疏散客源的方法：一是就地疏散，根据旅行社团队抵离的实际情况，加强与本地民航、铁路、航运部门的密切联系，根据作业规程，提前预报计划并争取及早确认。倘若团队人数实在太多、不能保证正常航班离开、应考虑安排加班机或采用包机的办法。列车可考虑加挂或用巴士送下站城市。有的旅游热点城市，专门设有票务中心，以协调解决旅游者的运送。二是邻近疏散，特别是在旅游旺季，铁路、航空、航运都出现一片繁忙紧张的状态时，可采用热点城市向温冷线城市疏散，交通网薄弱的城市向密集的城市疏散的办法，建立邻近省、市辖区内的客源交流协作网，如华东旅游热点五城市（南京、无锡、苏州、上海、杭州）中，上海的交通最为发达，因而邻近城市的旅行社在安排旅游线路时，根据交通紧缓程度，在线路不重复的前提下，首先将出入境点的选择定在上海，再次考虑南京或杭州，这样就有利于疏散“观光热点”的旅游者，保证他们在有限的旅程中不因交通困难而被滞留，从而达到最高的旅游效益。

（二）综合业务部的作用

1. 接待散客的对外窗口作用

把综合服务部视为“旅行社的对外窗口”具有两个方面的含义。一方面，门市柜台人员的工作作风、业务素质直接反映了旅行社的精神面貌，是旅行社工作的一面镜子。另一