

旅行社经营管理概论

The background of the cover features a complex, abstract design. A series of thin, purple lines radiate from the right side, creating a fan-like or wing-like shape that spreads across the middle of the cover. Scattered around this central design are several solid-colored circles in various sizes and colors, including blue, pink, green, yellow, orange, and grey. The overall aesthetic is modern and artistic.

李薇辉 著

LI WEIHUI ZHU

LUXINGSHE JINGYING
GUANLI GAILUN

SHANGHAI JIAOYU CHUBANSHE

上海教育出版社

旅行社经营管理概论

李薇辉 著

LUXINGSHE JINGYING
GUANLI GAILUN

上海教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理概论 / 李薇辉主编. — 上海: 上海教育出版社, 1998. 12 (2003. 4重印)
ISBN 7-5320-6039-X

I. 旅... II. 李... III. 旅行社—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 (2003) 第020537号

旅行社经营管理概论

李薇辉 著

上海世纪出版集团 出版发行
上海教育出版社

(上海永福路123号 邮政编码:200031)

各地新华书店经销 上海曙光印刷厂印刷

开本 890×1156 1/32 印张 12.5 插页 4 字数 304,000

1998年11月第1版 2003年3月第2次印刷

印数 3,151—6,300本

ISBN 7-5320-6039-X/G·6194 定价:15.70元



作者简介

李薇辉,女,1951年1月出生于上海,“老三届”,在黑龙江军垦农场接受过7年“再教育”,经济学硕士,现任上海师范大学法商学院经济学教授、硕士点学科带头人。著有《销售策略与技巧》、《商业礼仪》、《现代企业制度与经营管理》及30多篇经济学论文。



LI WEIHUI ZHU

SHANGHAI JIAOYU CHUBANSHE

责任编辑 耿 坚
封面设计 范峤青

ISBN 7-5320-6039-X



9 787532 060399 >

序

上海市人大常委会副主任 厉无畏
上海社会科学院部门经济研究所所长

本世纪 90 年代以后,旅游业已超过石油工业、汽车工业,一跃成为世界第一大产业。我国旅游业也已成为国民经济中新的支柱产业和新的经济增长点,而旅行社正是旅游业的龙头行业。《旅行社经营管理概论》就是在当前旅行社发展方兴未艾之时出版的。

《旅行社经营管理概论》约有 30 万字,作者花费了 3 年多时间,对旅行社企业进行调查研究,搜集了大量资料,吸收了前人的研究成果,对旅行社经营管理的历史和现状进行分析、研究,在此基础上写成本书。

由于我国旅行社起步较晚、发展不平衡,旅游产业的研究还不深入,尤其是旅行社经营管理方面的科研成果更是少见,《旅行社经营管理概论》正是在这方面作了有益的探索。

《旅行社经营管理概论》具有这样几个特点:

第一,全方位、多侧面地阐述了旅行社及其经营管理的基本理论。首先对旅行社的产生与发展、历史与现状进行了较完整的论述。旅行社既是旅游活动商品化的结果,又是旅游活动市场化发展的要求。世界上第一家旅行社于 19 世纪中叶在英国首创,二战后在世界范围内大大发展起来。我国旅行社的发展比较缓慢,直到改革开放后才得以长足发展,截止 1997 年底,我国已有 4986 家旅行社企业。在论述旅行社产生与发展的基础上,作者进而对旅行社的管理制度、旅行社的经营策划、旅行社的市场营销等问题进

行详尽的分析。特别是1996年国务院颁布了《旅行社管理条例》后,旅行社在经营管理方面发生了重大变化,作者对此都作了详细分析。此外,对旅行社服务质量管理、财务管理、人力管理、信息管理等作者都以崭新的视角,力图在理论与实践的结合上进行科学概括与提炼。

第二,把一般管理原理的阐述与旅行社经营管理特点的分析有机结合起来。任何现代化企业都需要管理,需要进行经营决策,需要制订经营战略、经营计划,需要进行市场营销、产品开发和促销等,但旅行社经营的产品不是一般的商品,而是特殊的旅游产品——有形的物质产品和无形的服务。由于旅行社经营的产品具有综合性、不可转移性、不可贮藏性、生产、交换、消费的同一性等特点,因此旅行社的经营管理就有其特殊性。对此,作者认为,塑造旅行社企业文化,提高旅行社整体素质,加强旅行社行业管理,规范旅行社职业道德极其重要。作者还提出了对旅游产品要加强服务商标注册制度,以避免旅行社之间的不正当竞争等观点,言之有理,颇具新意。

第三,针对旅游业的特点,对旅行社的经营体制改革和建立现代企业制度方面提出了一套创新模式,即实现大型旅行社集团化、中型旅行社专业化和小型旅行社通过代理制形成网络化的目标模式,并详细讨论了组建旅行社集团的原则、方式、利弊以及经营战略和旅行社许可证转让的问题,对我国旅游体制改革和旅行社的进一步发展具有一定参考价值。

第四,对旅行社经营管理提出了若干建设性的意见。如,对旅游产品的开发和结构优化问题,加强质量管理问题,塑造企业形象问题等都提出了一些可操作性的建议,具有较好的现实意义。

《旅行社经营管理概论》的出版,既是对我国旅行社经营管理,特别是改革、开放后的实践活动的概括与总结,反过来也对今后的旅行社企业经营管理具有一定的指导作用。然而,由于旅游业在

我国尚处初级阶段,许多方面还不很成熟,本书也必然存在不足之处,还需进一步探索和研究,这正需要作者和广大旅游工作者坚持不懈地努力。

1998年10月

目 录

第一章 旅行社概述	1
第一节 旅行社和旅游业	1
一、旅游业——跨世纪大产业	1
二、旅行社——旅游业之龙头	5
第二节 旅行社的特性和经营	16
一、旅行社的性质	16
二、旅行社的特点	21
三、旅行社的经营	24
四、旅行社的业务	26
第三节 旅行社企业文化	28
一、塑造旅行社企业文化	28
二、提高旅行社整体素质	30
三、强化旅行社行风建设	32
四、规范旅行社职业道德	34
第二章 旅行社管理制度	36
第一节 旅行社管理体制	36
一、旅行社审批制度	36
二、旅行社管理机构	43
三、旅行社体制改革	46
四、旅行社目标模式	52
第二节 旅行社市场机制	66
一、确立市场经济意识	66

二、发挥市场机制作用	68
三、建立市场调控环境	71
四、配置市场经营人才	74
第三节 旅行社管理职能与作用	76
一、旅行社管理的职能	76
二、旅行社管理的原则	78
三、旅行社管理的作用	79
第三章 旅行社经营策划	82
第一节 旅行社经营战略	82
一、旅行社经营战略的作用	82
二、旅行社经营战略的导向	83
三、旅行社经营战略的实施	84
第二节 旅行社经营决策	86
一、旅行社经营决策的类型	86
二、旅行社经营决策的原则	88
三、旅行社经营决策的程序	89
第三节 旅行社经营计划	90
一、旅行社计划管理的意义	90
二、旅行社经营计划的内容	92
三、旅行社经营计划的编制	94
四、旅行社经营计划的执行	97
五、旅行社经营计划的控制	98
六、旅行社经营计划的调整	102
第四章 旅行社市场销售	103
第一节 旅游市场概述	103
一、旅游市场作用	103
二、旅游市场分类	106
三、世界旅游市场	109

第二节 旅游市场调查研究	116
一、旅游市场调查	116
二、旅游市场预测	118
三、旅游市场分析	123
第三节 旅行社市场策略	126
一、旅行社面临机遇	126
二、旅行社目标市场	135
三、旅行社销售渠道	137
第五章 旅行社产品开发	142
第一节 旅游产品及其作用	142
一、旅游产品的涵义	142
二、旅游产品的特色	144
三、旅游产品的作用	147
第二节 旅游产品的属性	149
一、旅游产品的二重性	149
二、旅游产品的竞争性	151
第三节 旅行产品的开发	153
一、特种旅游	153
二、旅游品种	160
三、产品策略	169
第六章 旅行社促销策略	173
第一节 旅行社经营对象研究	173
一、旅游动机与旅游心理	173
二、旅游行为与旅游选择	178
第二节 旅行社宣传策略	181
一、旅游宣传的意义和作用	182
二、旅游宣传的原则和内容	184
三、旅游宣传的方式和形式	189

四、旅游宣传的公关和技巧	192
第三节 旅行社促销工作	193
一、旅行社促销策略选择	193
二、旅行社促销工作努力	195
三、旅行社促销人员职责	196
第七章 旅行社服务质量管理	200
第一节 旅行社接待工作	200
一、旅行社接待工作的基础	200
二、旅行社接待工作的特点	202
三、旅行社接待工作的过程	205
四、旅行社接待工作的方式	211
第二节 旅行社导游翻译工作	217
一、导游翻译及其作用	217
二、导游翻译工作的特点和条件	219
三、导游翻译工作的麻烦及处理	229
第三节 旅行社服务质量	232
一、旅行社产品质量	232
二、旅行社服务质量	238
三、旅行社质量制度	242
第八章 旅行社服务价格管理	252
第一节 旅行社销售价格	252
一、旅行社价格体系	252
二、旅行社价格特点	255
第二节 旅行社价格制定	257
一、旅行社价格的制约性	257
二、旅行社价格的弹性	260
三、旅行社制定价格的原则	263
四、旅行社制定价格的方法	266

第三节 旅行社价格类型与结算	267
一、旅行社价格类型	267
二、旅行社价格结算	271
第九章 旅行社财产管理	277
第一节 旅行社资产类型及管理	277
一、旅行社资产种类及资金来源	277
二、旅行社对外投资和企业清算	286
三、旅行社产权变更与许可证转让	288
四、旅行社资产资金管理的任务	290
第二节 旅行社收入、利润、财产报告及评介	292
一、旅行社收入与利润	292
二、旅行社财务报告	293
三、旅行社财务评介	298
第三节 旅行社外汇及管理	299
一、外汇及外汇来源	299
二、国家对外汇管理	301
三、旅行社外汇管理	302
第十章 旅行社人力管理	306
第一节 旅行社劳动制度	306
一、劳动组织	306
二、劳动定员	311
三、劳动定额	313
四、劳动纪律	314
五、劳动合同	314
第二节 旅行社工资制度与人事制度	315
一、旅行社工资制度	315
二、旅行社人事制度	319
第三节 旅行社导游管理制度	322

一、导游翻译的考核与培养	322
二、导游等级评定制度	323
三、国外导游管理体制	326
第十一章 旅行社信息管理	332
第一节 旅行社信息管理的作用	332
一、信息管理重要性	332
二、信息与旅游决策	335
第二节 旅行社信息来源与反馈	337
一、旅行社信息特征	337
二、旅行社信息来源	339
三、旅行社信息反馈	341
第三节 旅行社电脑管理与网络系统	342
一、旅行社电脑管理	342
二、旅行社网络系统	348
附 录	
旅行社管理条例	354
旅行社管理条例实施细则	361
中国国际旅行社全程陪同工作细则	374
中国国际旅行社地方陪同工作细则	382
主要参考书目	389

第一章 旅行社概述

旅游业的构成,一般认为有三个组成部分,即旅行社、旅游交通、旅游饭店。旅行社是旅游业的重要组成部分。

第一节 旅行社和旅游业

一、旅游业——跨世纪大产业

有旅游,才有旅游业和旅行社。我们研究旅行社,首先要了解旅游。

旅游可以从狭义和广义两个角度去理解和把握。狭义的理解是指那些暂时离开自己的住地,为了满足生活和文化需求或个人各种各样的愿望而作的经济、文化商品的消费者逗留在异地的一种交往活动。广义的理解是指现代社会中居民的一种短期性、特殊性的生活方式,它是在一定社会经济条件下产生的一种社会经济现象,是人们以游览为主要目的地的非定居者的旅行和暂时居留引起的一切现象和关系的总和。

旅游者的动机大体是,休息、娱乐、消遣、度假、观光、求知、探险、探亲访友、了解异国文化、社会制度和风土人情、工商业务活动、购物等。旅游活动大体有,观光旅游、度假旅游、康乐旅游、探亲访友旅游、宗教旅游、修学旅游、体育旅游、会议旅游及商务旅游等。旅游具有异地性、娱乐性、文化性、经济性、广泛性和政治性这样六种属性,而其中娱乐性是本质属性。旅游无论是一种活动还是一种生活方式,它的主要动机和内容都是娱乐。

旅游业则是指在旅游者和交通、住宿及其他有关单位中间,通

过办理旅游签证、中间联络、代购代销,通过为旅游者导游、交涉、代办手续,利用交通工具、住宿设备提供服务,从而取得报酬的事业。旅游业是文化性很强的经济事业,它具有如下几种性质:经济性、文化性、娱乐性、普遍性、政治性、综合性。在旅游业的这六种属性中,经济性是本质属性。

旅游业首创于 19 世纪中叶的英国,距今不到 200 年。大规模的发展却是在二战以后。由于世界交通环境的日臻完善,世界经济的迅速发展,半个世纪以来,旅游业在全世界范围内迅速扩展,已发展成为世界最大的产业之一,也是某些国家中待遇最好的部门。现在旅游业已在 170 个左右的国家和地区基本形成了独立产业。1950 年,全世界旅游者为 2500 万人次;国际旅游总收入 21 亿美元。1990 年国际旅游收入达 2.9 万亿美元,1995 年达到 3.4 万亿美元。1990 年,全世界新就业人员中 1/15 的人从事旅游业。到 1995 年,这个数字已接近 1/10。现在从事旅游业的人就更多了。

在过去的半个世纪里,还没有哪个产业像旅游业那样持续高速增长。国际旅游人数和旅游收入的年平均增长率分别为 7.5% 和 12%,远远超过世界经济的总体发展速度,也超出其他单项产业的发展速度。外汇收入增长速度比旅游人数的增长速度几乎高出 1 倍,而且收入的最高增幅和持续增长时间均高于旅游人数的增长。

1995 年,世界旅游业雇佣人数达 2.12 亿人。10 年后,预计将雇佣 3.38 亿人,年收入达 7.2 万亿美元。据马德里世界旅游组织总部统计,1994 年世界国际旅游人数为 5.28 亿,2000 年全球国际旅游者为 6.89 亿。1992 年,旅游业已超过了石油、汽车工业,成为世界上第一大产业,而且其发展势头之猛,后劲之足,潜力之大,目前还没有任何一个产业可与之相匹敌。因此,在今后的几十年内,旅游业雄居世界各产业之首,已成必然之势。正因为如此,旅游业才被人们喻为“朝阳产业”。