

· 管理案头必备手册 ·

梁振启◎主编

旅行社管理

工具箱

TRAVEL AGENCY

KIT

MANAGEMENT

超级实用的旅行社管理工具
旅行社管理人员必备的案头实务手册



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

· 管理案头必备手册 ·

梁振启◎主编

旅行社管理

工具箱

TRAVEL AGENCY

KIT

MANAGEMENT

超级实用的旅行社管理工具
旅行社管理人员必备的案头实务手册



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书针对旅行社的工作特点,依据旅行社的机构设置,介绍了旅行社各主要部门的管理工具;同时,还根据旅行社及旅游市场的需要,介绍了票务的管理工具、旅程责任的有效管理工具及旅游投诉的处理,同时也阐述了旅行社人力资源和财务管理的工具。

本书既是旅行社经理、总经理的实用工具书,也是旅行社一般员工的培训手册。另外,由于本书具有大量的实证案例,也为旅游院校师生的案例教学提供了丰富的资料。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社管理工具箱 / 梁振启主编. —北京:机械工业出版社, 2012. 7

(管理案头必备手册)

ISBN 978-7-111-39026-8

I. ①旅… II. ①梁… III. ①旅行社-企业管理-手册 IV. ①F590.63-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第145558号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:贾秋萍 责任编辑:贾秋萍 孙晶晶

责任印制:乔宇 版式设计:张文贵

三河市宏达印刷有限公司印刷

2012年8月第1版·第1次印刷

170mm×242mm·29.5印张·2插页·605千字

标准书号:ISBN 978-7-111-39026-8

ISBN 978-7-89433-586-9(光盘)

定价:78.00元(含1CD)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

| 前 言 |

旅游业是当今世界规模较大的产业，是许多国家和地区实现经济腾飞和持续发展的有效切入点和重要突破口。近年来，中国旅游业一直保持快速发展的态势，旅游业已经成为许多地区经济发展战略的核心，也是中国国民经济发展的重要增长点。在 21 世纪的前 20 年，中国旅游业的发展目标是实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性转变。据世界旅游组织预测，到 2015 年，中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源国。

为了顺利实现这一宏伟的战略目标，中国旅游业迫切需要培养一支拥有先进旅游管理知识的专业人才队伍。然而，当前中国旅游人才的数量和质量依然无法满足旅游业飞速发展的需要。鉴于当今世界旅游业在产品开发、服务能力、经营管理等方面日新月异的发展，以及中国旅游业的快速发展，急需一批拥有先进旅游管理知识和国际视野的优秀人才将中国旅游业带入一个更高的发展水平。

那么，如何提升旅行社管理人员的管理水平呢？这是旅游业界和管理界都在思考的问题。与发达国家的企业相比，中国的旅行社起步较晚、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。不过，国外那些成熟的管理经验可以为中国所借鉴，但需要注意的是，中国旅行社企业要消化这些理论存在一定的难度，首先是文化和国情的差异。其次是中国管理者自身的问题，比如，他们没有足够的管理学基础以便去学习并且消化吸收艰深的理论。面对这种情况，本书借鉴“工具管理”的思维方式，越过艰深的理论，把现代企业管理理论转化为各种实用的管理工具，使旅行社管理能迅速上台阶、上水平。

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、不可储藏性以及生产、交换、消费的同—性等特点，所以旅行社的经营管理就有其特殊性。本书结合这些特殊性，全面、系统地对旅行社管理过程所涉及的各种问题进行筛选和提炼，总结出了大量简单、实用的管理工具。这些工具的内容包含了旅行社战略管

理、旅行社设立和行政许可管理、旅行社产品开发设计管理、旅行社的市场销售管理、旅行社的协作网络管理、旅行社的接待业务流程及管理、旅行社的服务质量管理、旅行社的计调与外联管理、旅行社的人力资源管理、旅行社的财务管理、旅行社的酒店管理、会展旅游企业管理、旅游景区管理、生态旅游与可持续发展管理、旅游业公共关系管理、出入境旅游管理、旅行社企业文化和品牌管理、旅行社投诉处理流程及管理、旅行社风险防范与危机管理，旅行社常见疑难法律问题的解释等。

在编写的过程中，这些工具全部以表格的形式表现，其优点有四个：一是简单化，将复杂的理论用简单的方式陈述。二是系统化，将多元的知识用系统的方法梳理。三是图表化，将枯燥的文字用图表的方式表达。四是模板化，将烦琐的方案用模板的方式展现。这样就便于读者能够很快地对旅行社管理系统有一个清晰的了解，并且能够及时、有效地解决问题。而且，这些具体而规范的制度文本和表格使读者可以更方便地查用，在最短时间内规范地完成在旅行社管理过程中相关工作的制订和决策。总之，这是一部让旅行社管理者拿来即用的全方位的工具书，具有很强的实用性和可操作性。在阅读过程中，读者可以通过书中的建议并结合自己旅行社管理过程中的现实情况，更快地解决工作过程中遇到的问题，从而更有效地开展旅行社管理工作，提高工作效率。

本书由梁振启主编，参加编写的人员有：赵文明、张淑红、王欢、沈超、王春梅、林贺、王金芝、孙飞、李志远、李丽丽、王佳、傅桂荣、陈久霞、陈幸枝、王桂芳、程锦先、杜士云、王金花、郭静、郝兴东、侯小勇、胡俊、宁敏、刘敏、张海涛和李军。它适用于旅行社人力资源经理、人事主管、人力资源总监以及一切从事旅行社管理工作并且希望提升自己管理水平的人员阅读，不失为旅行社管理工作者的好帮手。相信本书对您一定有所帮助！

编者

2012年5月

| 目 录 |

前言

第一章 旅行社战略管理工具	1
旅行社战略的基本构成要素	1
旅行社战略的管理流程	2
旅行社战略管理的基本原则	3
旅行社竞争环境分析工具	4
旅行社市场定位策略	5
旅行社的品牌战略培育	6
旅行社的品牌战略实施	7
旅行社集团化的发展模式	8
旅行社集团化战略选择	9
旅行社国际化战略实施策略.....	10
旅行社发展战略实施金融策略的方法.....	11
 第二章 旅行社设立和行政许可管理工具	12
设立旅行社的基本程序.....	12
旅行社组织设计原则.....	16
国家旅游局行政许可实施办法.....	17
旅行社门市管理办法.....	25
旅行社管理行政执法依据、职责及程序.....	27
旅行社的变更与歇业管理.....	32
旅行社的组织结构形式.....	33
旅行社行业科学管理的途径.....	35
旅行社行业组织的结构形式.....	37
设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定.....	38
旅行社条例.....	39
旅行社条例实施细则.....	48

第三章 旅行社产品开发设计管理工具	58
市场调研管理工作流程	58
市场调研管理工作标准	59
信息收集管理工作流程	60
信息收集管理工作标准	61
旅行社产品策划管理工作流程	62
旅行社产品策划管理工作标准	63
旅行社产品设计工作流程	64
旅行社产品设计工作标准	65
旅行社产品设计原则	66
旅行社产品定价管理工作流程	67
旅行社产品定价管理策略	68
旅行社产品制订促销计划工作流程	69
旅行社产品制订促销计划工作标准	70
旅行社产品推广管理工作流程	71
旅行社产品推广管理工作标准	72
旅行社产品的物质质量要求管理	73
旅行社产品的总体服务要求管理	74
旅行社产品的个性服务要求管理	75
旅行社产品的售后服务要求管理	76
旅行社产品的人员素质要求管理	77
红色旅游产品及其特点	77
红色旅游产品的设计原则	79
深度游的发展	80
自驾游的安全防范	81
自驾游的注意事项	82
自驾游群体的出行特征	84
自驾游的特点	85
第四章 旅行社的市场销售管理工具	86
旅行社产品销售工作流程	86
旅行社产品销售工作标准	87
旅行社产品的直接销售方式	88

旅行社产品的间接销售方式·····	89
旅行社产品媒体广告销售方式·····	89
旅行社产品销售推广方式·····	90
旅行社产品营销公关策略·····	91
旅行社产品品牌策略·····	92
旅行社销售业务的基本流程·····	92
旅行社产品销售中的权利和义务·····	94
侵害旅游消费者权益的保护制度·····	96
第五章 旅行社的协作网络管理工具·····	97
旅行社网站的建设类型·····	97
旅行社网站发展的策略·····	98
旅行社协作网络的建立·····	99
旅行社信息管理系统对旅行社的作用·····	100
旅行社信息管理系统的主要内容·····	102
旅行社信息管理系统的开发步骤·····	102
旅行社信息管理系统开发的注意事项·····	103
旅行社信息管理系统的功能设计·····	105
旅行社电子商务的发展战略·····	108
旅行社电子商务的发展模式·····	110
旅行社电子商务模式的选择方式·····	112
第六章 旅行社的接待业务流程及管理工具·····	114
旅行社接待业务的标准化·管理·····	114
接待服务管理工作流程·····	115
接待服务管理工作标准·····	116
旅行社团队接待管理工作流程·····	117
旅行社团队接待工作标准·····	118
团队接待行李处理工作流程·····	119
团队接待行李处理工作标准·····	120
地接团服务管理工作流程·····	121
地接团服务管理工作标准·····	122
自组团服务管理工作流程·····	123

自组团服务管理工作标准	124
旅行社散客接待管理工作流程	125
旅行社散客接待管理工作标准	126
旅游接待中漏接、空接、错接的处理方式	127
旅游接待中旅游活动计划和日程变更的处理	128
旅游接待中误机（车、船）事故的处理	129
旅游接待中旅游者行李遗失的处理	130
旅游交通事故的处理和预防	131
旅游治安事故的处理和预防	132
旅游过程中食物中毒事故的处理和预防	133
旅游过程中火灾事故的处理和预防	134
其他旅游安全事故的处理	135
对旅游安全事故处理的一般程序	136
旅行社责任保险合同及其要素	136
第七章 旅行社的服务质量管理工具	139
旅行社的服务质量标准	139
客户服务管理工作流程	141
客户服务管理工作标准	142
票务预订管理工作流程	144
票务预订管理工作标准	145
酒店预订管理工作流程	146
酒店预订管理工作标准	147
旅行社服务质量体系的建立方法	148
旅行社服务质量管理体系的构成	151
旅行社服务质量体系建立的步骤	152
旅行社质量管理的程序	153
旅行社售后服务管理	154
第八章 旅行社计调与外联管理工具	156
外联业务的特点	156
外联人员的职责	157
计调部门的机构和设置	158

计调业务工作流程	158
计调人员的素质要求	161
中间商选择工作流程	162
中间商选择工作标准	163
中间商的管理工作流程	165
中间商的管理工作标准	166
对外报价管理工作流程	168
对外报价管理工作标准	169
客户档案管理工作流程	170
客户档案管理工作标准	171
旅游服务采购管理	172
旅行社接待服务的标准化与程序化	173
旅行社接待业务的构成要件	174
旅行社接待业务人员管理	175
散客旅游接待业务的特点和服务要求	176
旅行社的门市部业务管理	177
航空客运销售代理人的设立	179
旅行社航空售票操作程序	181
旅行社航空票务管理	182
行程制订管理工作流程	183
行程制订管理工作标准	184
发团业务管理工作流程	185
发团业务管理工作标准	186
接团业务管理工作流程	187
接团业务管理工作标准	188
计调业务管理工作流程	189
计调业务管理工作标准	190
第九章 旅行社的人力资源管理工具	191
旅行社人力资源管理的原则与内容	191
制订人力资源管理计划的步骤	193
旅行社工作分析的方法	194
旅行社工作设计的方法	196

旅行社员工的配置	198
旅行社员工的招聘方式	199
旅行社岗位培训的内容	201
旅行社员工培训的种类和方法	202
旅行社绩效考评的原则	204
旅行社绩效考评方法与程序	205
改善绩效考评的方法	209
旅行社绩效考评的类型	210
旅行社员工收入分配原则	211
旅行社员工薪酬构成	212
旅行社设计工资制度的原则	213
设计工资制度的类型	214
旅行社员工的福利内容	215
旅行社企业劳动关系的主要内容	216
旅行社处理劳动关系的原则	218
旅行社企业劳动合同订立的基本程序	219
旅行社企业劳动合同的变更和终止	220
新劳动合同法的调整要点	222
加强劳动保护的方法与措施	224
劳动争议的处理原则	225
劳动争议的处理程序	226
员工合理雇用原则	229
旅行社员工管理方法	231
旅行社多元文化团队的管理对策	233
旅行社员工培训原则	234
员工培训的技巧	236
旅行社员工职业生涯管理	238
旅行社员工个人激励方法与技巧	240

第十章 旅行社的财务管理工具	244
旅行社流动资产管理	244
旅行社固定资产管理	246
旅行社无形资产管理	247

旅行社其他长期资产的管理	249
旅行社财务预算的编制方法	250
旅行社成本费用的控制	251
旅行社营业收入管理	252
旅行社利润分析与管理	254
旅行社正常情况的结算业务	256
旅行社特殊情况的结算业务	258
旅行社资产负债表	260
旅行社损益表	262
旅行社现金流量表	263
旅行社财务分析方法	265
跨国旅游公司筹资渠道	266
跨国旅游公司筹资方式	267
跨国旅游公司投资环境评估方法	268
跨国旅游公司外汇风险管理的方法	270
跨国旅游公司转移价格的作用	272
跨国旅游公司转移价格的制定	273
 第十一章 旅行社酒店管理工具	 274
酒店年度工作计划编制流程	274
预算编制工作流程	275
酒店产品价格制订工作流程	275
宾客意见管理工作流程	276
前厅管理工作流程	276
客房预订流程	277
特殊预订处理流程	278
住店客人换房管理工作流程	279
住店客人行李服务流程	279
商务中心服务流程	280
客房清洁工作流程	280
接待 VIP 客人的服务流程	281
检查客房的工作流程	281
洗涤服务流程	282

餐饮预订工作流程	282
厨房原料采购、入库保管和申领工作流程	283
厨房生产、出品工作流程	284
餐厅零点服务流程	285
宴会服务流程	285
房间送餐服务流程	286
工程设备日常维护保养工作流程	286
报修维修流程	287
设备发生故障的处理方法	287
设备检修、局部区域装修改造工作流程	288
设备技术资料档案管理工作流程	289
资金管理工作流程	289
票据管理工作流程	291
夜审及日审工作流程	292
账务管理工作流程	294
成本管理工作流程	295
固定资产管理工作流程	296

第十二章 会展旅游企业管理工具	297
会议旅游项目设计的原则	297
会议旅游的会前准备	298
会议旅游实施阶段流程	299
会议过程中的旅游活动安排	300
会议旅游善后阶段管理	300
会议旅游项目设计的流程	301
会议旅游的宣传与销售方法	302
展览旅游的运营模式	303
展览旅游的运营流程	304
旅行社参与展览旅游的管理	304
奖励旅游服务的流程	306
奖励旅游产品设计应注意的细节	307

第十三章 旅游景区管理工具	308
旅游景区管理的原则	308
旅游景区管理的基本内容	309
旅游景区管理的未来趋势	311
旅游景区内部文件管理流程	312
旅游景区外部文件管理流程	313
旅游景区法规性文件管理流程	314
旅游景区评审管理流程	315
旅游景区信息处理流程	316
旅游景区资源与资产管理控制流程	317
旅游景区基础设施管理和控制流程	319
旅游景区采购管理	320
旅游景区服务合同签订流程	322
旅游景区服务提供过程的控制	323
旅游景区内主要的服务提供过程	324
旅游景区服务安全管理控制程序	325
旅游景区突发事件处理程序	326
旅游景区游客满意度测量控制程序	327
旅游景区环境卫生控制程序	327
旅游景区环境和职业健康安全运行控制程序	329
旅游景区废弃物管理控制程序	331
旅游景区危险化学品控制程序	332
 第十四章 生态旅游与可持续发展管理工具	334
生态旅游环境容量确定与测定的基本方法	334
生态旅游环境容量的具体应用	336
编制生态旅游环境保护规划应注意的问题	339
生态旅游环境审计流程	340
“三区合一”的管理体制	341
生态旅游规划的目标管理	341

生态旅游规划的开发模式	342
生态旅游区结构布局	343
生态旅游交通设施管理	344
生态旅游服务管理	345
生态旅游基础设施管理	346
生态旅游者和社区居民的生态教育管理	347
生态旅游规划编制程序	349

第十五章 旅游业公共关系管理工具 350

旅游业公共关系传播过程模式	350
旅游业公共关系调查的内容和方法	351
旅游业公共关系策划的运作程序	352
旅游业公共关系计划实施的原则	354
旅游业公共关系评估的程序	355
旅游业公共关系评估中应注意的问题	356
旅游业公共关系目标的设定与要求	357
旅游业公共关系的基本战略	358
旅游业公共关系现代礼仪的一般性原则	358
旅游业公共关系的交际礼仪	361
旅游业公共关系的场所礼节	363
旅游业公共关系的文书礼节	364
旅游业公共关系危机处理的主要步骤	365
旅游业公共关系危机处理的艺术与策略	367
旅游业公共关系危机处理的技巧	369

第十六章 出入境游管理工具..... 372

旅游签证管理工作流程	372
旅游签证管理工作标准	373
商务签证管理工作流程	374
商务签证管理工作标准	375
出境旅游服务工作流程	376

出境旅游服务工作标准	377
出境手续办理工作流程	378
内地居民赴台湾地区旅游管理办法	379
办理台湾游的相关资料	380
出境手续办理工作标准	381
入境手续办理工作流程	382
入境手续办理工作标准	383
第十七章 旅行社企业文化和品牌管理工具	384
旅行社企业文化的构成要素	384
旅行社企业文化的表现形式	386
旅行社企业文化建设的目的	387
旅行社企业文化建设的流程	388
旅行社品牌的特征	389
旅行社品牌定位原则	390
旅行社品牌个性定位	390
旅行社品牌定位方法	391
旅行社品牌策略定位	393
旅行社品牌宣传的关键要素	393
旅行社品牌标识设计	395
确定旅行社品牌内涵的基本思路	396
提升旅行社品牌价值的途径	397
第十八章 旅行社的投诉处理流程及管理工具	398
投诉的基本类型	398
投诉产生原因分析	399
旅行社投诉处理流程	399
投诉者的心理需求	401
相关要素对游客投诉行为的影响	402
投诉管理者的职责	403
投诉处理人员应具备的素质	404

投诉处理人员应具备的能力	406
投诉管理六大原则	406

第十九章 旅行社风险防范与危机管理工具 409

旅行社风险管理过程	409
旅行社风险管理的原则	410
旅行社风险防范与规避的管理步骤	411
旅行社风险防范与规避的主要措施	413
完善旅行社风险管理的具体措施	414
旅行社风险识别的界定	416
旅行社风险识别的方法	417
旅行社危机管理的表现形式	418
旅行社处理危机的原则	419
重大危机发生时的紧急应对管理	420
重大危机处理时的沟通管理	421
危机的善后管理	422
在各种事故中保障人身安全的办法	423
旅行中应对自然灾害的办法	424

第二十章 旅行社常见疑难法律问题 426

团队旅游中组团旅行社的法律地位及责任的法律依据	426
组团旅行社与游客签订旅游合同时的法律问题	427
组团旅行社履行旅游合同中的法律问题	430
旅行社在单项委托合同中的法律地位和义务	433
旅行社在签订单项委托合同时须注意的法律问题	436
接待旅行社的法律责任	444
接待旅行社签订及履行委托接待合同的法律问题	446
旅行社质量保证金制度	448