

■ 王泽光 编著

中国旅游饭店的 机遇与发展

中国旅游出版社

Opportunities and Future Prospects for China's Tourist Hotels

中国旅游饭店的机遇与发展

——论加入 WTO 后旅游饭店的走向

王泽光 编著

中国旅游出版社

责任编辑：李 峰

责任印制：李崇宝

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游饭店的机遇与发展：论加入 WTO 后旅游饭店的走向 / 王泽光等编著. —北京：中国旅游出版社，2002. 5

ISBN 7-5032-1987-4

I. 中... II. 王... III. 旅游饭店-经济发展-研究-中国
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 031571 号

书 名：中国旅游饭店的机遇与发展
——论加入 WTO 后旅游饭店的走向

作 者：王泽光

出版发行：中国旅游出版社

(北京建内大街甲九号 邮编：100005)

经 销：新华书店北京发行所

印 刷：北京 1201 工厂

版 次：2002 年 6 月第 1 版

2002 年 6 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：28

印 数：2000 册

字 数：680 千字

定 价：45.00 元

版权所有 翻印必究

本书编委会

主 编：王泽光

编 委：(按姓氏笔画排序)

卜 婕	于 莉	王东宁	王立社	车栋华
叶 丁	白炎生	刘 兵	孙 隆	孙颖洲
齐楚敏	齐嘉宁	李山成	宋平山	张 训
张红梅	吴根良	李 博	狄 斌	杨晓宇
陈淑婷	陆 襄	邵 军	林小星	金伟国
孟 萍	易维维	祝伟伟	南劲节	钟浙晓
胡跃峰	徐希义	唐洪广	顾绵清	贾翠萍
梁晓京	蒋 虹	满长征		

MS E40 / 07

序

《中国旅游饭店的机遇与发展》是旅游经济研究生班学员撰写的第三本旅游饭店业专业论著,为我国旅游学术的繁荣做出了贡献。作为经济研究工作者,我为其不断有专业成果问世而高兴,并欣然受命作序。学术论著的序,不是应景之作,捧场之说,而应抽象、归纳。

该书以“论加入 WTO 后旅游饭店的走向”为副题,分行业发展篇、经营管理篇、人力资源篇、餐饮服务篇、文化建设篇和持续拓展篇等六大部分,涉及行业结构调整、现代企业制度建设、经营管理创新、产品有序竞争、服务质量提高、企业文化建设和人力资源开发等内容,均围绕我国加入 WTO 对旅游业的冲击和机遇展开论述,整体上具有专业性强、观点新颖大胆、论述严谨和行文朴实等特点。通读全书,以下是值得评议的重点。

一、加入 WTO 的冲击

对旅游饭店而言,机遇大于冲击。主要的影响是客源、效益和外来资金。具体来说有四个方面:

1. 结构冲击。预计入世后的五年内,目前所限制的外商独资饭店将全面放开,投资规模、范围、形式不受限制,将导致内资饭店的两极分化。

2. 客源冲击。境外旅行社集团公司和跨国公司 will 利用已有的客源组织、品牌、网络优势形成接待服务一条龙体系,对我国的旅游饭店业形成巨大的冲击。

3. 人才冲击。按旅游业的一般惯例,外资企业一进入我国,就会凭借其实力和用人机制,以优厚待遇从内资企业“挖人”。尤其是营销人员,与客户的直接联系,使从业人员既掌握了商业秘密,又拥有客源。

4. 效益冲击。从 1997 年起,外资饭店的利润总额超过内资饭店。内资旅游饭店的营业额、利润将随着外企的大幅度进入而有所影响。

二、饭店业的可持续发展

我国旅游业是随着改革开放一起成长起来的新兴产业,党和国家领导对旅游业十分关心,为旅游业的健康发展作出了一系列的指示,并将旅游业作为支柱产业和新的经济增长点来培植和扶持。朱镕基总理在云南视察时,即明确指示,旅游业要重视资源开发和利用,要开发出有吸引力的产品,要培养人才。2001 年,国务院发出加快旅游业改革和发展的九号文件,进一步推动了行业的内引外联步伐和企业制度的改革创新,鼓励企业借助加入 WTO 的良机,提高国际化、外向化、一体化程度,大胆融入世界经济贸易大家庭之中,利用

更有利的外部环境,推动行业深化改革,规范企业行为,建立市场秩序,有利于全行业的可持续发展。

1. 加快信息和高新技术的引进和交流,提高现代化、智能化和网络化水准。

2. 来华境外游客将大幅度增加,进一步推动国际经济贸易交往和文化交流,有益于“做大蛋糕”。据世界旅游组织的预测,2020年,我国将成为全球最大的旅游目的地和第四大客源输出国,届时,我国将由旅游大国发展为旅游强国。

3. 促进内资饭店的结构调整和重组,形成规模经营、集团公司、品牌扩张和内联外引,最终解决饭店单体经营和散、差、弱问题。

4. 开放搞活、深化改革相结合,引进技术、资金和管理经验,调整产品结构,提高经营效益,再度振兴内资旅游饭店业。

5. 资金、人才的双向交流,跨出国门办企业,形成“走出去”、“引进来”的竞争环境。

6. 为顺应潮流,必须确立全球观念、国际准则意识、人才意识和品牌理念,清理不符合WTO规则的政策、法律法规,建立与国际准则相吻合的旅游法规体系和行业规范。

7. 构筑新型行业管理体制。发挥行业协会的职能,发挥旅游中介组织的作用,引导旅游饭店走专业化管理、合作式拓展、集约型经营之路。

8. 推行ISO(国际标准化组织)质量标准认证制度,促使饭店练好内功。全面提高旅游产品质量和服务质量。

三、多元化改制与资源社会化配置

作为经营管理专著,著者着重探讨了包含混合经济在内的饭店多元化改制和社会化运作的资源合理配置等前沿问题,对理论研究和企业管理者颇有参考借鉴价值。

1. 多元化改制

从该书介绍的实例看,主要有以下方式:

(1) 国营化。萧山宾馆也是成立于20世纪50年代的政府招待所,80年代扩建为星级宾馆,后又扩大为开元旅业集团。1999年,地方政府按照第三产业“国退民进”的策略,整体出让国有资产,由集团的经营者和其他私人企业购入,成为完全的民营宾馆。在浙江,地方政府没有自己的宾馆是正常的事,政府公务活动和接待,按市场化原则向宾馆购买食宿产品,当然价格要优惠一些,但不可能不付钱和赖账。

(2) 出售转让。具体方式有一次整体转让,先转让经营权,再转让产权,承担债务式的零转让。途径有:在产权交易所公开转让、拍卖出售、非公开的协议转让和嫁接外资等。经过多次改制的桐庐宾馆、效益较佳的杭州华侨饭店、上海天马大酒店、北京国际饭店等均已折价转手。

(3) 资产划拨。泰州宾馆始建于1987年,原是隶属于市政府办公厅的事业单位,1992年底为适应改革开放、经济发展的需要,市政府决定将宾馆划交春兰集团管理,实行公司化改制,彻底变成企业化。

(4) 混合经济实体和一馆两制,即一部分事业制,一部分企业制。是难以全面改制情况下的权宜之计。莱阳宾馆是事业型的老饭店,老店老设备,无竞争力,缺乏资金改造;地方产权市场发育不良,整体出售、招商引资、合资经营难以实现;地方缺乏有实力的大公司,无人

接手“零转让”。在不改变主体所有制属性的前提下,莱阳宾馆按先易后难、先点后面、先小后大、先合作后股份制的原则推行渐进式改制,取得了积极的收效,为政府宾馆混合所有制改造提供了值得仿效的经验。

(5)股份制和股份合作制。由职工群体融资、投资,利用原饭店的部分或全部资产,组建董事会、监事会和股东大会,聘用专业经营管理者,投资者自主经营、自负盈亏。改制可解决自主权、投融资和民主决策等问题,所吸纳的资金有利于改造扩建,解决资金来源问题,又为提高营业收入、增加利润创造了较大的空间。文峰饭店第一次做商贸生意的资金是员工集资而来的,萧山、南汇、莱阳的实践也是如此。在事业单位制度下,资金的动用和投资都必须经过上级的批准,在当时是很难的,饭店领导又不能以饭店资产作抵押,故只有职工自筹和股份制一条路。

(6)渐进改制,嫁接外资。安徽饭店原是事业单位,后经数度改制,逐步加强企业制度建设,提高经营质量,成长为优质资产,后与美国投资者合资,成为安徽省饭店行业的龙头企业。

2. 资源配置的社会化

我国饭店业的市场化,推动了产业结构调整,促使饭店企业在流程再造、经营定位和精细化管理等方面,严格按照市场经济规律办事,对经营项目、范围重新取舍,有进有退,为经营管理的外部化和社会化创造了条件。目前,针对昔日“大而全”、“小而全”的企业经营管理社会化在我国方兴未艾,略具雏形,但发展潜力很大。经营管理社会化的含义指,企业委托他人承担部分经营项目和管理职能的行为和具体实施过程。这是社会分工高度细化、比较成本优势扩张和社会服务实体高度发达的结果,也是一个双向抉择的过程,即A酒店将清洁、信息处理等业务委托给B企业,B企业承揽了A酒店的业务。此外,酒店的人事工资、财务核算、公关销售、信息处理等可委托专业化的企业经手,可借助此法解决自身管理水准低、专业人才匮乏、设施设备不足的困难。因此,这也是行业专业服务化、智能化、知识化发展的方向。在欧美,财务管理公司、信息处理公司、公共关系公司、市场调研公司、网络销售公司和人力管理公司数量激增,并出现了大型化、跨国化和网点布局区域化的趋势,但90%以上的依然是大企业分化、分立、独立出来的中小型企业。

这方面,美国硅谷的发展具有典型意义。1998年,硅谷共有生产企业4064家,主要产业是生物化学、自动化机械、电子设备、电脑软件和硬件等,雇员总数25.8万人,每个企业平均64人。而为它们提供社会化配套服务的企业有12364家,雇员21.2万人,每家平均17人。其中,资料查询、专利申请、技术转让等业务的科技服务业1135家;会计(含税务)服务业1339家;市场调研推广(含销售)670家;管理咨询、人力资源管理业1603家;清洁、管家、办公室事务、送餐服务等2500余家。

旧金山周边有10家假日饭店,主要营销工作委托一家专业公司负责,客房整理清洁、工程维修保养、信息网络维护、餐饮分别委托行业内外专业公司经营管理。其原因是,酒店以专业化经营为主,不必从事无优势的一些具体事务工作,故将大量非核心业务和日常事务委托给社会化服务型企业经手,既有利于合作双方的发展,又推动了社会分工的细化和专门化,进一步提高了行业整体的竞争力和竞争实力。

在我国东南沿海地区,管理的社会化、日常事务的外包已是企业社会化经营所面临的现实商机。目前,仅从饭店业看,可分为外部活动内部化(酒店将业务委托他人)和内部活动外部化(对外业务扩展)两种。

以上所述足以说明,全球经济贸易区域化、一体化和信息化潮流对饭店的经营机制、管理模式和产品供给影响巨大。作者正是在虚拟化、互联网、多媒体、生物基因、知识经济和全球经贸一体化的前提下,在信息、人才、网络高度发达的基础上,审视人类的交往方式、思维方式、生产方式的变化,分析行业间、饭店间的经济关系,探索资源配置的新方式,提出了企业内部及企业之间业务交往的网络渠道,为饭店业营造了一种跨越时间、地域及产权制度束缚的交流方式。这种交流方式与信息技术的高速发展加剧了饭店外部环境的变化速度,在客观上要求饭店具有更大的柔性和应变能力,从而把饭店间的联合——饭店网络带入了一个新的、更高的层次——网络化生存和虚拟企业时代。我相信,这不但是旅游饭店的走向,也是所有企业和行业的必然发展趋势。最后,衷心希望王泽光及其同事不断出新书、出好书,共同为我国旅游饭店经济理论研究的繁荣而努力。

杨建文 副所长

上海社会科学院部门经济研究所

二〇〇二年五月

目 录

序

行业发展篇

- 中国加入“世贸组织”后旅游行业面临的冲击、挑战 and 对策金伟国(3)
- 论中国旅游行业协会的发展思路唐洪广(14)
- 21 世纪中国饭店业发展论钟浙晓(27)
- 国内酒店经营与管理社会化初探林小星(37)
- 论非集团饭店网络化经营的必要性与可行性
——以中国信苑涉外饭店协作网为例齐嘉宁(55)
- 论饭店 ISO9000 和 ISO14000 国际标准化叶 丁(64)
- 论政府宾馆渐进改制与创新发展车栋华(74)
- 职业企业家成长机制探析祝伟伟(86)
- 饭店网络营销初探蒋 虹(96)
- 论晋城市饭店市场的可持续发展与竞争规制王立社(108)

经营管理篇

- 质量是现代饭店生存之本
——宜昌国际大酒店案例解析刘 兵(121)
- 论饭店总经理的创新精神及运用杨晓宇(134)
- 论中型旅游酒店的组织协调与评价孙颖洲(144)
- 论酒店基层管理吴根良(160)
- 论饭店组织结构的变革和创新宋平山(171)
- 国有酒店筹建改革探索李 博(180)
- 对价格竞争架构下饭店业成长关键因素的思考孙 隆(191)
- 从水资源的短缺,看饭店节水的必要性孟 萍(198)

人力资源篇

- 现代酒店人力资源管理与创新贾翠萍(209)
- 酒店人力资源的开发与管理梁晓京(227)
- 论现代饭店经营管理中的“人本”策略胡跃峰(243)
- 民营饭店用人机制浅析.....卜 婕(250)
- 酒店录用制度改革概论.....王东宁(263)
- 温州银雁饭店人力资源管理浅析南劲节(273)

餐饮服务篇

- 中外酒店餐饮管理的比较及启示邵 军(285)
- 论宾馆餐饮的市场竞争白炎生(294)
- 试论现代餐饮管理模式.....张红梅(306)
- 论旅游饭店餐饮的内部控制陆 襄(312)
- 个性化服务——饭店行业竞争取胜之道于 莉(325)

文化建设篇

- 论饭店的企业文化建设陈淑婷(337)
- 试论饭店文化及其建设李山成(348)
- 文化管理是提高企业竞争力的重要环节董 军(358)
- 营造文化品牌:21 世纪酒店的战略选择狄 斌(368)

持续拓展篇

- 新疆、云南两省区旅游市场的比较及启迪易维维(383)
- 鲁西南旅游供给与营销发展策略研究满长征(394)
- 生态旅游与中国生态旅游业的可持续发展张 训(408)
- 绿色生态宾馆的构筑方略齐楚敏(420)
- 论现代饭店的绿色管理徐希义(430)
- 香港旅行社经营业务会计实务顾绵清(440)

- 参考文献**(446)

- 后记**(448)

行业
发展
展
篇

中国加入“世贸组织”后旅游行业 面临的冲击、挑战和对策

金伟国

改革开放以来,我国旅游业从无到有、从小到大、从弱到强,创造了发展中国家依靠中央、地方、企业、个人、引进外资一起发展旅游的模式,为我国进入世界旅游强国奠定了基础。

据世界旅游组织预测,2020年,中国将成为全球第一的国际旅游强国。对此,我们应从理论、政策、体制、产业结构和发展策略等方面尽早运筹,包括正确认识我国加入“世贸组织”对旅游业发展的正面效应和负面影响,探索我国旅游业在国际经贸一体化环境中的快速发展途径。

一、我国旅游业与国际接轨的进程

1986年7月,关贸总协定(GATT)接到我国政府关于恢复缔约国地位的申请照会,一年后成立了总协定“中国的缔约方地位工作组”,“复关”谈判逐步深入。自1991年起,我国旅游部门参与初步承诺“复关”谈判。嗣后举行的关贸总协定乌拉圭回合多边贸易谈判将内容推广到国际服务贸易领域。1994年4月,由125个国家共同签署的服务贸易总协定(GATS)是关贸总协定(GATT)的相关协定之一,旨在消除国际市场上的贸易壁垒,逐步实现服务贸易自由化。旅游业作为服务性行业,当然包含在GATS的范围之内。该协定也就给国际旅游服务贸易提供了一个系统的运作方式。

1995年3月,世界贸易组织(WTO)正式成立。它取代关贸总协定,负责管理乌拉圭回合一揽子协议的实施,协调管理世界经济和贸易关系,维护经贸秩序。同年,关贸总协定“中国的缔约方地位工作组”更名为“中国入世工作组”。

在经过十多年艰苦漫长的复关和入世谈判后,作为有13亿人口庞大市场的中国,在加入“贸易联合国”上迈出了至关重要的一步。1999年11月15日,中美两国终于就中国加入世界贸易组织的有关条款正式签署双边协议。这样,中国在加入WTO的道路上排除了最大

的一个障碍,终于到达了 WTO 的大门口。嗣后,我国与其他有关成员的双边谈判明显加快,截至 2000 年末, WTO 135 个成员国中已有 37 个要求与我国进行双边谈判,我国与其中的 27 个成员国签署了协议,包括欧盟在内的 10 个尚未达成协议的成员中,多数已结束谈判或即将结束谈判。目前,我国也与欧盟达成入世协议,也就是说,一切顺利的话,在 2001 年年底以前,我国就可以结束这一长达十多年的复关、入世过程了。

我国对外贸易经济合作部部长石广生在谈及加入 WTO 的利弊问题时说:加入 WTO 对中国来说有利有弊,但总体上看是利大于弊。一是可以在世贸组织非歧视原则下,获得一个多边的平等、互惠的贸易环境;二是可以在建立国际经济新秩序中发挥建设性作用,通过积极参与新一轮谈判,维护国家利益;三是可以促进改革开放,加快社会主义市场经济体制的建立和完善;四是可以利用世贸组织解决争端的机制,平等地解决和处理成员之间的贸易纠纷。

我国旅游行政管理部门和旅游企业对我国“入世”已有充分的思想准备,已超前采取一系列应对措施,取得了丰硕的成果。我国旅游业对外开放较早,从 20 世纪 70 年代末到 80 年代中期,利用外资直接投资约 50 亿美元,占全国实际利用外资总额的 29.1%,到 1996 年年底,外资总体规模已达 200 亿美元(其中旅游饭店业 150 亿美元、旅游度假区 20 亿美元、旅游景区建设 10 亿美元、旅游度假别墅公寓 20 亿美元)。

国家旅游局局长何光玮在 2000 年全国旅游工作会议上指出:今后我国改革开放的步伐将进一步加快,特别是在加入世界贸易组织以后,我国的对外开放将发展到一个新阶段。我们要继续坚持以改革开放统揽全局,紧抓机遇、开拓进取,争取我国旅游业更快更好地发展。

二、入世对我国旅游业的冲击和挑战

以我国的旅游业而言,“入世”以后在结构、客源、人才、效益等方面都会面临新的挑战。与持有资金实力、规模、管理经验和专业化程度高的各种优势的国外旅游企业相比,我国的旅游企业规模实力小、经营管理分散、体制不活、营销手段滞后、技术依托和网络化水平低,以及市场尚不规范等现状,势必会在国外企业的竞争冲击之下显现出来。

加入 WTO 后,进一步对外开放对我国旅游业将产生的冲击可以分两个层次来看:第一个层次是对以前开放度不足部分的冲击,主要以旅行社业最为强烈,必然会带来负面影响;第二个层次是对开放比较充分部分的冲击,主要是旅游饭店行业,也就是对存量的调整和效益的冲击。现将来自四个方面的可能冲击具体分述如下:

(一) 结构冲击

预计“入世”后的三年至五年内,随着旅游饭店业全方位对外开放,外商独资饭店将进入我国市场。根据中美 WTO 协议规定,我国将在三年内允许有能力全额建造饭店的外方投资者,不受限制地进入中国市场,允许外方提高股份的拥有权,投资主体扩大到外方中小型企业,目标包括中西部地区和更多的景区。投资对象也由过去的商务型饭店发展到各种专

业型饭店,如会议型、青年学生旅游型。同时,境外酒店管理集团将通过收购兼并、控股参股、特许经营、委托管理等形式涌入我国市场,市场竞争将从沿海地区扩展到内陆地区,并将导致旅游饭店的结构调整和格局变化。此外,外商独资及中外合资饭店的不断增加,向其他所有制饭店尤其是国有饭店形成攻势,对我国现有饭店集团构成更大威胁。大批国有中档饭店在高档外资饭店和具有灵活竞争手段的低档饭店的夹缝中,将会产生生存危机。这使我国的旅游饭店业对外依存度增加,行业(主要是国有饭店)也会出现“两极分化”现象。由于外资饭店对我国国有饭店构成攻势,我国一部分饭店类上市公司将通过股权交易,提升竞争实力,另一部分则可能倒闭或被收购重组。总之,通过新一轮的竞争和分化,饭店企业将成为独立的市场主体。

“入世”后我国的旅行社业将面临最大而且强劲的冲击。它是旅游业中最后一个存在较多进入限制的领域(如行政审批、出境线路特许、港澳游数量分配、办社所有制资格限制和分社设立审批等)。尽管中外合资旅行社试点暂行办法已正式颁布,但旅行社业的开放一直是有限度的。“入世”后情况会大不相同,旅行社业将会面临全面开放的压力。尽管在短期内国家仍将对旅行社业实行渐进开放的政策,但“门”既然已打开了,外方旅行社的进入必将不可阻挡,如日本及欧美一些大的旅行社一定会积极寻找进入中国市场的途径。相比之下,我国旅行社与外国同行之间存在着明显的差距:外方旅行社拥有较雄厚的资金实力,具有比较成熟和完善的管理体制和市场运作机制,而我国旅行社受地方保护和体制落后的影响,总体经营规模小、业务范围窄、散客市场空间经营不足,一直存在小、散、弱、差等问题。不但没有形成规模化经营,经营管理水平也相对较低,几千家旅行社多属“小作坊”经营方式,信息化应用与国外跨国旅行社集团相比差距更大。此外,由于我们尚未形成真正意义上的集团,自然缺乏与外国集团化企业相抗衡的实力。目前外国旅行社在我国只能开设进行宣传咨询的办事处,等我国“入世”以后,只需稍作更改,则可能直接在我国营业,便可以与我国的旅行社共同切割中国旅游市场这块“大蛋糕”,结果会使部分经营不善的我国旅行社被淘汰出局。

(二)客源冲击

我国“入世”后,外国饭店管理集团和国际跨国集团在带来先进管理水平和服务标准的同时,利用客源、品牌、网络优势对我国饭店形成巨大的客源冲击。境外饭店集团将扩大其在饭店客源市场中的份额。例如,假日集团1998年在我国已管理23家饭店,香格里拉和新世界集团更是以中国市场为其海外拓展的首选区域。我国从事国际旅游业务的旅行社一向主要是以接待为主,组织招徕客源的外联能力低,基本上还处于由外方组团、我方接待的“买方市场”状况。一旦“入世”,国外那些有良好信誉、经济实力雄厚的大型旅行社进入我国,可想而知,那时的竞争压力将会有多大!外国旅游企业可以在我国开办独资旅行社,我国旅行社原有的客源会马上流失。此外,合资旅行社一旦扩大开放,外方也可能撇开我方,形成“海外客源”一条龙接待体系,利用其强大的销售网络、新颖的营销方式,与我们争夺客源。

(三)人才冲击

国外旅行社及外资饭店进入我国以后将凭借其高薪、利益驱动和人尽其才的用人机制,以优厚待遇从国内旅游企业“挖人”(首先是挖高级管理人才),如广州地区由于人才跳槽,不少国内旅行社已感受到人才流失的威胁。外资企业对人才的争夺和再造,将对我国管理饭店的人才存量和人才评估观念形成强有力的冲击,我们不可能用高薪和人事限制手段构筑任何非技术性堡垒。此外,“入世”后导游市场的限制会取消或放宽,也可能加重我国从业人员的压力。

(四)效益冲击

1995年,国旅、中旅、康辉、招商四家旅行社的营业收入为17亿元人民币,而美国运通等四家旅行社同年的营业收入达192亿美元(折合人民币1574亿元),为前者的193倍。1997年,外资饭店的利润总额超过了国有、集体、私营和联营饭店的亏损总额。1998年,国内5000家旅行社的营业额为230亿元人民币,而国外一家大型旅游企业的年营业额就达800亿元人民币。“入世”后随着全方位的对外开放,一些有实力的外国旅行社可以通过设立控股或独资社,并与我国的航空公司及其拥有股份的饭店、商场、餐厅联营的方式,实现入境接待“一条龙”服务,造成我国部分旅游经营利润的外流。由于外资企业增加利润集中度,也将引起我国旅游收入的境外转移,这对本已微利经营的我国旅行社行业无疑是雪上加霜。

三、观念更新,构建世贸意识和管理体系

“入世”前后,摆在我国旅游业面前的任务是尽快熟悉国际游戏规则,苦练内功,乘势发展。针对上述的冲击、挑战和机遇,我们认为,首先要转变观念,理清思路,完善行业管理体系,采取积极有效的对策措施。

(一)确立和强化适应“入世”的新观念

1. 加强全球意识

“入世”意味着我国市场将进一步向全球开放,同时全球市场也进一步向我国敞开,我国经济将真正加入到国际经济大循环之中。就旅游业而言,一方面市场的空间增大了,另一方面竞争也将升级。要想进一步发展旅游业就必须树立全球经营意识,立足中国,放眼世界,把自己融入全球经济一体化的行列,并确立全球发展的战略,即从全球角度出发,以全世界为目标市场,在全世界范围内进行生产要素的转移和资源配置,从而使自己生存和发展的空间由一国或几国拓展到全球。

2. 加强国际意识

“入世”意味着政府必须统一制定符合国际通行规则的市场经济制度并在执行时达到必要的透明度,因为透明度原则是WTO的基本原则。我国旅游业要进入国际市场,在全球

寻求发展,必须强化国际意识,遵守国际规则,并使运作方式顺应国际市场的发展趋势。

一旦“入世”,就要把法规建设和标准化工作作为突出任务来抓。据有关专家介绍,应在五年内对不符合 WTO 规则的政策、法律法规以政府法令方式作大范围的调整增补,以适应 WTO 的游戏规则。WTO 有两个不可动摇的准则,一个是最惠国待遇,另一个就是国民待遇。加入 WTO 的任何一个国家其国内的法律都必须与 WTO 这两个规则相一致。目前我国缺乏开放国际旅游贸易市场的法律依据,等于同时放弃了调整和控制旅游贸易进口的最有效手段,从而使合理开放市场与依法保护国内旅游业受到影响。

为了遵守国际规则,一定要改变不符合国际规则的做法。如对外资企业的某些不合理限制、对知识产权缺乏必要的保障等,同时要尽快出台与国际接轨的旅游法、饭店(业)法,改变有些地区公安部门随意查客房的那种特种行业式管理,饭店本身应更加注意强调理解、重视客人的理念,完善赔偿制度,尊重客人的权益(如隐私权),填补法规的不完善甚至空白之处。旅游管理部门需抓紧制定旅游管理相关法规,进一步规范“游戏”规则,依法维护出境旅游市场的秩序。

另一方面要通过严格管理提高企业素质,使服务达到国际标准。为顺应国际旅游市场的发展趋势,则要求加快旅游业产业化、市场化的进程(如旅游资源开发和旅游设施的建设等),同时要加速网络化、集团化战略的实施,并积极采用现代科技提高旅游行业企业科技含量,以尽快提高竞争能力。

3. 加强品牌意识

强化品牌意识,融入或建立国际化饭店订房网络是亟待解决的课题。没有品牌和网络等于失去未来的市场。特别是饭店要走联合的道路,才能提高竞争力,单体饭店将无法生存。“入世”意味着更多的外资企业进入我国市场,它们将凭借其品牌、网络等优势与我国旅游企业展开激烈竞争。低层次的价格竞争难以抵挡外国企业的进攻,惟有苦练内功,培育品牌,才能掌握竞争的主动权。

4. 加强人才意识

“入世”意味着我国人才竞争进入一个新的阶段。外资企业进入我国除了争夺市场以外,更主要的是对人才的争夺。人才优势实际上是企业竞争优势,因此必须强化以人为本的意识,完善尊重知识、尊重人才的用人机制。

“入世”后对饭店最明显的冲击表现为外资酒店的“入侵”和“扩张”,将引发新一轮的人才“争夺”大战。对高科技型人才的需求将增加,造就一支高素质的高层次的和相对稳定的员工队伍是“入世”后饭店业参与国际竞争的基础。旅行社的扩大开放,人才问题也只是暂时的,从长远看,也可以为我们培养更多的高素质人才。

问题的解决在于旅游业本身高中级管理的职业化及培养造就一大批专业化员工。我们的高层管理人员缺乏职业化训练与素养是与国际饭店业相比最大的差距。“入世”后国外职业化管理人员大批进入我国将产生很大的冲击。我们要建立人才市场,注重高素质、高层次人才培养,以保证饭店人员队伍的最佳组合,使中高级管理人员有机会到国外和外国管理集团中学习锻炼。管理和服务人员的社会化将是旅游业的发展趋势,同时将决定与国际同行竞争的命运。总之,要积极培育专业人力资源,推动人力资源要素的流通。要全力培养