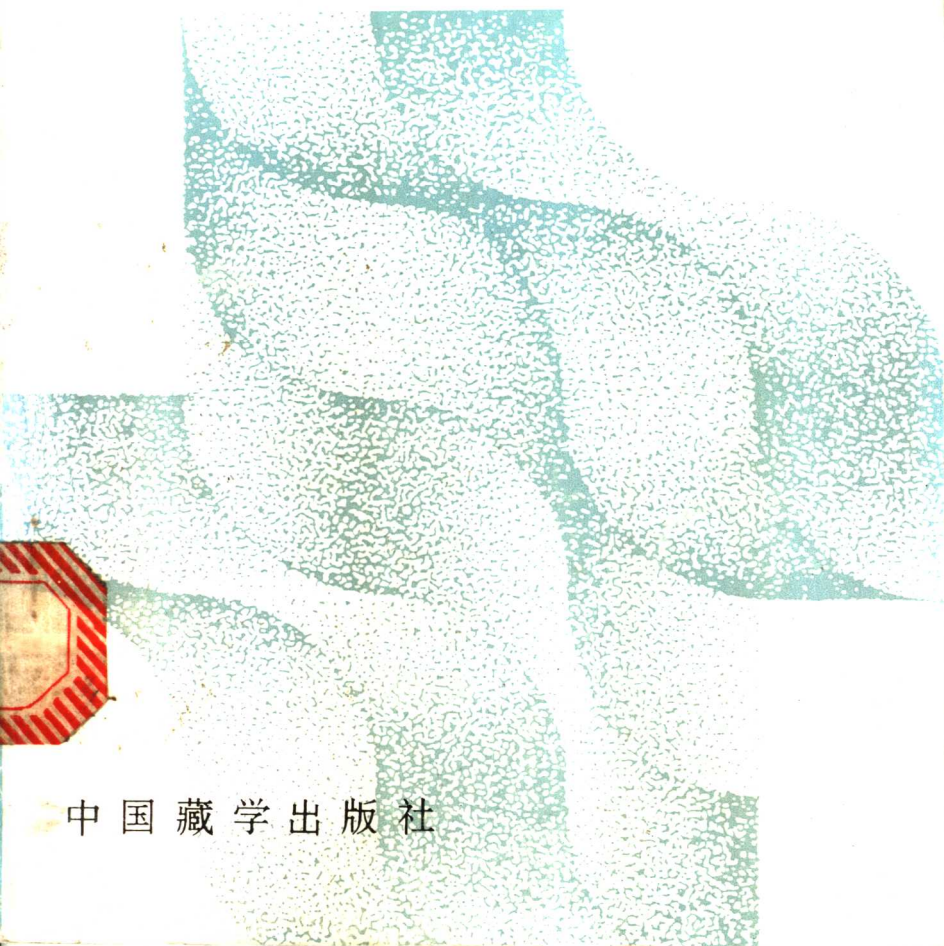


实用旅游管理

程俐骢  编著



中国藏学出版社

实用旅游管理

程俐骢编著

中国藏学出版社

1994·北京

(京)新登字 058

图书在版编目(CIP)数据

实用旅游管理/程俐骥著.-北京:中国藏学出版社,

1994.12

ISBN 7-80057-177-7

I. 实… II. 程… III. ①旅游业-经济管理-中国②旅游-企业-企业管理-中国 IV. F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 15592 号

实用旅游管理

程俐骥 编著

※

中国藏学出版社出版发行

北京顺义牛栏山印刷厂印刷

开本:787×1092 毫米 1/32 印张:7 字数:116 千

1994 年 12 月第 1 版 1994 年 12 月北京第 1 次印刷

印数:0—2500 册

ISBN 7-80057-177-7/G·4

6.50 元

“乌拉圭回合”对我国旅游业的 影响与对策 (代序)

多年来我国为恢复“关贸总协定”缔约国地位所作的努力，正朝着有利于我国的方向发展，将对我国经济产生重大影响。我国作为乌拉圭回合谈判的参加国，全面参加了这一轮各项议题谈判，并签署了最后文件，将对谈判的最终结果承担义务和履行权利。如在1995年1月乌拉圭回合多边贸易协议生效之前“复关”，将自动成为世界多边贸易组织的成员。一切努力正在进行之中，对国内各行业、各企业来说，都应增强竞争意识，准备迎接挑战。

服务贸易谈判是乌拉圭回合的重要部分和首要特点，《服务贸易总协定》已作为乌拉圭回合谈判结果的一部分，写入最后文件。它的诞生标志着“关贸总协定”适用于国际货物贸易的一般义务和纪律扩大到服务贸易领域，将对我国的第三产业，尤其是旅游业产生重大影响。旅游业是我国近年来应运而生的新兴产业，受旧体制约束较少，在与国际市场接轨的过程中，面临着如何加强管理，按国际惯例形成

自己的运行机制,培养和发挥在国际市场上的竞争能力的问题,作者试图就此进行探讨。

一、乌拉圭回合谈判与我国旅游业有关的内容

关贸总协定的最惠国待遇原则同样适用于服务贸易。“有关本协定任何措施,任何参加方给予另一参加方的服务或服务提供者的待遇,应立即无条件地以相同待遇和相同交接方式给予其他参加方相同的服务或服务提供者”。即缔约国一方现在和将来给予第三国的优惠和豁免,应当立即无条件地给予所有其他缔约国。这就意味着我国旅游市场面临的便不再是少数国家,而是全部缔约国。我国以往给予少数主要客源国的优惠政策和豁免权,将适用于所有其他缔约国。

旅游市场的开放,将按《服务贸易多边框架协议(草案)》的规定,向提供服务的另一参加方开放服务贸易的各项交易,包括①跨越国界提供服务;②消费者跨越国界的流动;③生产要素跨越国界的流动。并应按此精神就有关条件、限额和(履行义务的)计划安排达成一致意见。给予外国服务及服务提供者的待遇,在市场准入方面,应不少于其承担义务计划安排内的待遇。这就应为外国旅游服务和旅游服务提供者进入本国市场提供畅通的渠道,并应在行政和立法措施上创造平等的竞争条件。“国民待遇”条款中规定,一参加方,在相同的环境下,给予其他参加方的服务业及服务提供者在所有法律、规章、行政管理、决定等方面的待遇应不低于给予其国内的服务业和服务提供者,在必要时可以允许待遇有所不同,但这种待遇在实际上是相当于给予

本国服务提供者的待遇。“透明度原则”进一步规定,参加各方必须将影响其国内市场服务贸易的所有有关法律、法令和行政命令(除非司法机构另有规定者外)及所有其他的规定、规则以及习惯做法,无论是由中央或是地方政府作出的,还是由非政府有权制定规章的机构作出的,都应最晚在它们生效以前予以公布。这不仅促进我国行政管理方式改革,而且对我国旅游业有着直接的影响。

二、乌拉圭回合对我国旅游业的影响与利弊分析

影响之一,涉外旅游市场将迅速扩大。根据国际上的经验判断,人均国民生产总值达到 300 美元,居民就产生了国内旅游的动机;达到 1000 美元,想到邻国旅游;达到 3000 美元,远国旅游。近年来,我国人均国民生产总值达 350 美元左右,加上实行每周 44 小时工作制,人们闲暇时间增多,据上海交通运输部门反映,周五周六到附近城市的车船票在 4—5 月份以来已经紧张,尤其是节假日,随着人们生活水平的提高,国内旅游将成为趋势。与此同时,出国旅游也已出现,1992 年有 8500 万人次出国,耗费 250 亿元,几乎每 13 个人中就有 1 人出国。其中当然不乏公款出国考察者。但中国经济的迅猛发展,人民币在周边国家成了“硬通货”,出国旅游在一部分先富起来的地区和人们中间也不是遥远的事。

更重要的是,随着我国经济进一步国际化,与世界各方面的联系更为密切,交往更加频繁,海外旅游者入境人数将有空前规模的增长。自 1985 年至 1993 年间,赴中国的海外

游客平均年增长率一直居世界首位,达30%。^①1992年来华旅游入境人数3811.50万人,比上年增长14.3%。其中,外国旅游者400.64万人,比上年增长47.8%。占来华外国游客总数75.1%的11个主要客源国,1992年来华旅游入境人数增长幅度都达到了两位数。^②可以预见,这种势头将经久不衰。按照国际贸易规则的要求,我国旅游市场所面临的将不仅是11个主要客源国,而是乌拉圭回合谈判的全体参加方乃至“关贸总协定”的全部缔约方。据有关专家预测,在未来10年内,欧洲到东亚太平洋地区旅游的人数平均每年增长8.4%。我国在太平洋地区旅游资源最丰富,发展潜力最大,预计海外来华游客将俱增。这对我国旅游接待能力提出新要求,加快旅游设施配套建设,提高旅馆、饭店、旅行社的接待能力,搞好风景名胜区的建设与保护,都应早作对策。

影响之二,外国资本投入我国旅游业。按乌拉圭回合谈判《服务贸易多边框架协议(草案)》的规定,资本将和技术、管理、信息、服务人员一样,作为生产要素的组成部分,跨越国界流动。根据我国《中外合资经营企业法实施条例》规定,旅游和服务业是允许设立中外合营企业的主要行业之一。但外资主要投向旅游宾馆和饭店。在开发旅游资源、提供旅游服务、经营旅游项目等方面的投资很少。自1992年8月以来,国务院决定试办国家旅游度假区,鼓励和吸引外商投资开发旅游设施,经营旅游项目,并对在旅游度假区投资的

① 1994年5月19日《报刊文摘》第2版。

② 1992年中国旅游业统计公报。

企业实行税收、外汇管理、区内经营中外合资的一类旅行社、区内开发建设用地等方面的8项优惠政策,为拓展外商在旅游业投资提供了政策导向。据不完全统计,1992年的短短几个月中,11个国家旅游度假区与外商签定的协议投资金额共26亿美元,大多数国家旅游度假区基础设施建设已经铺开。

乌拉圭回合多边贸易协定生效之后,外商投资于旅游景区景点建设会有所增加。此外,国外服务业和服务提供者也会进入旅游服务业,这在改革开放以来还是很少见的。曾有过在简单劳动部门禁止雇佣外籍人员的通知。如果仅仅是出于保护国内人员就业的原因,大概在履行多边贸易协定中是难以为继的。当然,国外服务业和服务提供者的进入并不是不受任何限制和禁止的。根据《中华人民共和国对外贸易法》第二十四条、二十五条规定了国家基于维护国家安全或者社会公共利益;为保护生态环境;为建立或者加快建立国内特定的服务行业;为保障国家外汇收支平衡;法律、行政法规规定的其他限制的原因,可以限制国际服务贸易。属于危害国家安全或者社会公共利益的;违反我国承担的国际义务的;法律、行政法规规定禁止的,国家予以禁止。《服务贸易多边框架协定(草案)》例外条款也明确了对于不利于国家安全,有害于社会公德和人民身心健康以及生态环境的服务项目,可以禁止输入。因此,在政策导向上应更具体更明确,哪些部门应重点投资,哪些部门禁止输入哪些服务,以便有章可循。

影响之三,旅游服务走出国门,参与国际旅游市场的竞

争。服务贸易是越过国界的服务,在允许外国服务进入我国旅游市场的同时,也应扩大服务贸易的出口,可以在他国经营旅馆、饭店等,可以派专业人员,如旅游饭店、旅行社的管理人员及导游陪同人员等,到他国从事旅游业务活动。这就需要有训练有素的中、高级管理人才,有较高文化素养和服务技能的服务人员。在招徕和宣传方式方面,应参照国际惯例,除了以往国内一级旅行社组团出国旅游的方式外,还可以由旅行社在国外开设接待点,或由国外中间商牵线、组团等,而后者正是我们过去不太熟悉的。

以上三个方面,前两者属于旅游服务贸易进口,后者是服务贸易出口,对我国旅游业有利也有弊。有利之处在于,无论是国外游客大量进入,还是国外投资进入旅游业,或是我国旅游服务业进入国际旅游市场,无疑都有利于促进我国旅游业的发展,有利于风景旅游资源的开发和利用。但同时也意味着我国旅游业面临国外竞争者的挑战,有时甚至会被迫放一些国内市场。中国旅游业要参与国际市场竞争,还必须学习外国经验,熟悉国际惯例。对于可能出现的风景区环境污染,纯朴的民俗风情面临市场经济的冲击等情况,应有充分的估计,并尽早制定有关法律加以防范。

三、我国旅游业应采取的对策

面对“乌拉寺回合”对我国旅游业的影响,提出以下对策:

1. 发展风景区旅游业,保护和弘扬民俗风情。

在国际市场上,“越是民族的,就越是国际的”。在我国旅游业走向国际市场的竞争中,尤其要注重民族特色。我国

有着丰富的旅游资源,得天独厚、多层次的地理气候条件,风光各异的自然景观,历史悠久的人文资源,各少数民族纯朴独特的风俗人情,尤其是我国处于开发阶段的风景旅游资源,更是具有特色与魅力。除了奇峰、险岳、冰峰、大瀑、溶洞、湖泊、古遗生物等自然景观外,长期封闭性的社会环境孕育的多国众我不同民族的浓郁风情,也是不可多得的人文景观。在迈向国际旅游市场之时,这些宝贵的旅游资源,是我国旅游业以独特的民族风格参与国际旅游市场竞争的财富。要把保持旅游资源的个性与魅力作为风景资源开发中的主导思想,切不可在风景区盲目仿建沿海大城市的资金型人工资源和游乐设施。试想人们要是想住高楼大厦又何必跋山涉水到偏僻的山沟里去呢?“守着金饭碗要饭吃”,“建设性破坏”之类的教训不少,应该避免。在不可逆转的走向噪杂的现代文明中,风景区有责任为追求返璞归真的人们保留一方“净土”。

2. 加强行业管理,组织集团经营,提高规模效益。

旅游业是一个综合性的产业,涉及吃、穿、用、住、行、购等各个方面。倘若以地区划块,各自经营,势必影响规模效益。目前随着国际旅游市场的激烈竞争,单靠一个国家单打独斗已不足取,集团竞争应运而生。1990年12月31日,欧洲共同体实行《欧共体关于包价旅游的指示》,12个成员国实行统一的服务标准,以一个整体形象出现在世界旅游市场上开展联合促销,促进了欧洲在国际旅游市场的竞争能力。在亚太地区,东南亚国家联盟六国开展集团竞争,先后成立了东盟旅游协会、东盟旅行社联盟和东盟旅馆业协会,

不断推进旅游业的地区联合,内部互惠互利,对外加强促销协作。此外,美加自由贸易协定、南亚区域合作联盟、加勒比经济共同体、中美洲共同市场、南锥体共同市场和西非经济共同体等,这些区域性经济集团的协作中,都有旅游合作的内容。

纵观世界旅游市场,国际间的竞争剧然促使国与国之间建立旅游集团,中国要跻身国际旅游市场,又岂能以一省市一景区单枪匹马孤军入阵呢?组建旅游集团势所必然,适应市场经济发展的要求,旅游集团以紧密型为宜。可分几种类型:

一是以大城市为依托,风景区为后方,组建旅游商贸为一体的集团。以上海为例,上海是经济中心,杭州—黄山旅游胜地是上海的后花园,到上海从事商贸活动的外国商人是杭州、黄山旅游区的重要客源;同样,去杭州—黄山旅游的游客也是上海购物的主要顾客。从旅游者的需要出发,组建旅游集团,既能招徕游客,做好服务接待工作,又能有效延长游客在大城市的逗留时间,发挥大城市的促销作用。对游客来说,既能在大城市从事商务活动,又能领略湖光山色、田园风光,使旅行生活丰富多彩,劳逸结合。

二是以风景旅游区建设为目的,由旅行社牵线搭桥,内引外联,形成旅游宾馆、旅游交通、风景区为一体的旅游集团。采用共同基金或股份制的筹集资金方式,国内外客商共同筹措开发大型专项旅游线路的基金,用于景区建设、道路交通等公用事业,按规划进行建设。建立股份有限公司,公司内部各部门向总公司承包;总公司内部按促销成果

互惠互利；股东按股分红，并在接待运送、售票方面享受优先。这一类旅游集团有助于解决以风景区建设花钱、旅游部门接待挣钱的问题，有助于加快风景区建设和旅游道路建设，推动旅游业发展。

3. 建立信息网，收集、利用国外旅游信息，按照国际惯例发展旅游业。

国内旅游业对国外旅游业的一般管理方法，有了大体了解，如设立旅游发展基金，征收旅游税、允许外国航空公司两点停留、开办旅游开发区、扩大互免签证范围、一地游72小时免签证等。但对于旅游市场行情、客源预测、收费标准、付款方式等市场经济信息掌握不够。在经营业务方面，“礼仪之邦”也要按市场经济规律办事。1987年以来涉外旅游业拖欠款问题始终得不到解决，其原因就在于没按国际惯例办事。一些涉外旅行社为争客源，在外联上不得不借助于价格和结算条件上的让步，采用削价、赊欠、回扣等方式，违背旅游业“先收费、后接待”的国际惯例，搞“先接待，后收费”，使涉外旅行社的创利额都低于应收款额，旅游业境外拖欠款与日俱增。尽管报表上的接待人数、利润指标都达到了，但报表上的利润还存在外商的帐户里，有些甚至收回无望。^① 因此，随着国际旅游业的发展，在旅游业经营业务上也应按国际惯例办事，注重经济效益，而不要片面地将接待入境人数、有组织接待人数和全年创汇人数作为考核旅游工作成效的主要指标。另外，在价格方面，对国际旅游价格

① 《旅游学刊》1992年第3期。

主要是控制下限,防止企业削价竞争造成肥水外流。对国内旅游价格主要是控制上限,使它同稳定市场物价,保护消费者利益的总原则相一致。

4. 制定旅游法律、法规,并按照“透明度”原则向国内外旅游业公开。

随着“复关”的进度,国际旅游业在我国将有发展。要对客源国旅游法制状况进行考察,认真研究和充分利用国际旅游法律规范,以便创造我国良好的国内法律环境,以便在国际旅游促销中学会用旅游法律规范来约束自己和保护自己。当前主要是健全和完善我国的旅游法律体系,完成具有中国特色的《中国旅游法》,制定旅游法规条例与之相配套,并使这部旅游基本法和旅游部门法有实施细则。要加强同各国以及国际旅游组织的联系与合作,积极创造条件缔结或参加真正有利于国际旅游事业的条约、公约或协定,并加强守法、执法环节。

同时,要按照“关贸总协定”的要求,公开在投资方面的各种法律规定,加速清理在投资政策方面的内部规定,尽早公布。要清理地方的投资政策,取消地方政府的地区政策与中央政策相矛盾的规定,“关贸总协定”不允许二者不一致。

总之,乌拉圭回合谈判的成果使我国离“复关”又近了一步,我国面临着严峻的挑战,应扬利抑弊,早作准备,抓住机遇,促进旅游业发展。在这样的形势面前,向读者奉献这本《实用旅游管理》,希望她能为我国旅游业的发展出一份力。

目 录

“乌拉圭回合”对我国旅游业的影响与对策(代序)·····	(1)
第一章 旅游管理概论 ·····	(1)
第一节 旅游管理的必要性和职能·····	(1)
一、旅游管理的必要性 ·····	(1)
二、旅游管理的职能 ·····	(3)
第二节 旅游管理体制与改革·····	(5)
一、我国旅游管理体制的历史沿革 ·····	(5)
二、我国旅游管理体制的现状、问题和改革·····	(8)
第三节 探索适合国情的旅游管理体制 ·····	(15)
一、关于旅游行政管理体制·····	(16)
二、关于旅游企业管理体制·····	(16)
三、关于旅游计划与投资管理体制·····	(17)
四、关于旅游价格管理体制·····	(17)
五、关于旅游外汇管理体制·····	(17)
六、关于旅游国际合作的体制·····	(18)
第二章 旅游业质量管理 ·····	(20)
第一节 加强旅游服务质量管理的意义 ·····	(20)

一、旅游服务质量的含义和标准·····	(20)
二、旅游服务质量的特点·····	(23)
三、提高旅游服务质量的意义·····	(26)
第二节 旅游业全面质量管理·····	(30)
一、旅游业服务质量管理是全面质量管理·····	(30)
二、旅游业服务质量管理的内容·····	(31)
三、旅游业服务质量管理的过程·····	(33)
四、旅游业服务质量管理的方法·····	(36)
第三节 加强旅游服务质量管理的途径·····	(38)
一、确定质量管理目标,制定质量管理计划·····	(38)
二、制定服务质量标准,加强服务规程管理·····	(46)
三、健全业务指挥系统,加强服务质量控制·····	(49)
 第三章 旅游资源管理·····	(52)
第一节 旅游资源概述·····	(52)
一、旅游资源的含义及分类·····	(52)
二、旅游资源开发建设的特征与原则·····	(55)
第二节 风景名胜管理·····	(59)
一、风景名胜的含义及特点·····	(59)
二、风景名胜区管理的任务·····	(60)
三、风景名胜区管理的原则和内容·····	(62)
四、风景名胜区的管理·····	(71)
第三节 文物管理·····	(73)
一、文物管理在旅游中的作用·····	(73)
二、文物的保护管理·····	(74)

三、文物的发掘和使用管理·····	(77)
四、文物的销售管理·····	(78)
第四节 城市建筑管理·····	(80)
一、城市建筑在旅游中的作用·····	(80)
二、城市建筑管理的原则·····	(82)
 第四章 旅游业劳动管理·····	(83)
第一节 旅游业劳动管理的重要性·····	(83)
一、旅游业劳动管理的含义·····	(83)
二、旅游业劳动管理的重要性·····	(84)
第二节 旅游业劳动生产率·····	(86)
一、旅游业劳动生产率的含义·····	(86)
二、旅游业劳动生产率指标的种类与计算·····	(86)
三、提高旅游业劳动生产率的意义·····	(88)
四、提高旅游业劳动生产率的途径·····	(89)
第三节 旅游业劳动的合理组织·····	(91)
一、旅游业劳动的分类和构成·····	(91)
二、旅游业的劳动定额和劳动定员·····	(93)
三、旅游业从业人员需要量的确定·····	(95)
第四节 旅游业劳动者的素质和培训·····	(96)
一、旅游业劳动者应具备的素质·····	(96)
二、旅游业劳动者培训的重要性·····	(98)
三、旅游业劳动者培训的形式·····	(99)
第五节 旅游业劳动工资管理·····	(100)
一、旅游业工资等级制度·····	(100)

二、旅游业劳动报酬形式	(102)
第五章 旅游业财务管理	(103)
第一节 旅游业财务管理的原则和任务	(103)
一、旅游业财务管理概念	(103)
二、旅游业财务管理的原则	(104)
三、旅游业财务管理的任务	(105)
第二节 旅游业资金构成和管理	(106)
一、旅游业资金构成	(106)
二、旅游业固定资金管理	(106)
三、旅游业流动资金管理	(109)
第三节 旅游企业成本管理和盈利	(112)
一、旅游企业成本的概念和构成	(112)
二、旅游企业营业成本的意义	(114)
三、旅游企业成本管理的任务	(116)
四、旅游企业的盈利	(118)
第六章 旅行部门管理	(120)
第一节 旅行社管理	(120)
一、旅行社的职责和功能	(120)
二、旅行社管理的重要性	(123)
三、旅行社管理的内容	(125)
四、旅行社管理的方法	(128)
五、旅行社的组织机构及其职责	(131)
第二节 旅游饭店管理	(132)