

旅行社管理

旅行社采购业务

主讲：曾艳



旅行社采购业务

1旅游服务采购网络的建立

2旅行社采购业务的原则

3服务采购的管理

1旅游服务采购网络的建立

旅游产品的销售要求有相应服务提供商的支持，而这些支持要求旅行社加强对服务采购的重要。

所谓旅游采购协作网络的建立，具体是指旅行社通过与其他旅游企业、旅游相关行业或部门，就合作内容与合作方式达成共识后签订的合作协议，用以明确双方的权利和义务及违约责任，并依靠法律手段来保障协议的合法性。



1旅游服务采购网络的建立

根据旅游产品的组合性，**旅游采购协作网络的建立**一般由以下几个方面组成：

1.1 旅游交通企业

- ✓ 旅游交通是旅游业三大支柱产业之一，包括**航空公司、水上客运公司、铁路运输公司及旅游汽车公司**等。
- ✓ 据统计，在对旅行社的投诉中，相当一部分就是因为旅游交通没能按照旅游合同中规定的时间、类型或等级等要素履行相应的标准而发生的。因此，旅行社就必须与这些单位保持密切的协作关系，建立代理网络，经营代售业务，以保障旅游行程的顺利进行，并且在合作过程中，本着互惠互利的原则，以实现双方共赢。



1旅游服务采购网络的建立

1.1旅游交通企业

1.1.1与交通部门合作的步骤

- ① 向交通部门申请建立合作关系，并签订正式合同书及确定合同量。
- ② 与交通部门和票务部门保持联系，及时更新各种交通工具的运行时间和票价。
- ③ 将各种票务规定整理打印后分发给各业务部门，并报财务备案，比如提前预订的时间要求、订票时应交付的订金的百分比、改或退票的损失比例等。
- ④ 与财务部门及销售（外联）部门协商，设计和印制一些单据，比如机票、车票的报账单及预订单、订金报账单、变更或取消的报账单及通知单等。
- ⑤ 根据接待计划实施订票和购票。
- ⑥ 明确取票的手续和报账的程序等



1旅游服务采购网络的建立

1.1旅游交通企业

1.1.2与交通部门合作的注意事项

以下这些要素，在团队接待的实际操作过程中**通常都会对其质量和利润产生决定性的影响**：

①

订票时应注意那些因线路、季节不同而时常有所变化的交通票价，以及儿童票价的相关优惠政策。

②

在预订或确认机票时，应注意准备相关证件。

③

预订火车票时，应注意硬、软卧的差价及上、中、下铺的差价等。

④

在预订汽车时，应注意其车况、车内设施和车价（净车价或全含价）等。

1旅游服务采购网络的建立

1.1旅游交通企业

1.1.3与车队合作步骤及注意事项

市内交通或较短途省内交通一般由地接社计调人员预定采购车队提供的服务。实力雄厚的旅行社拥有自己的车队，其他旅行社是向外部的供应商（旅游车队、出租汽车公司）采购该服务。**无论是属于哪一种形式，业务操作流程基本一致。**

（1）与车队合作的步骤

① 按照市内交通以日计价，市外交通视行程所经地区范围远近分别以日计价的收费标准与车队洽谈，实地查看车辆状况，定出大、小不同车型的计价标准，明确事故发生后的责任承担和赔偿义务、结算方式等，并与车队签订协议书，将副本交予财务部备案。

② 将车队名称、值班电话、调度人员姓名、电话等信息列表打印，交予接待部门和导游人员。

③ 按照接待计划填写用车预订单，写明团号、旅游者人数、车型、订车数量、接团和送团时间和地点、途径大致区域、有无要求派行李车等，传真给车队或租车公司，跟进车队确认落实情况。

④ 按照接待计划将车型、车牌照、司机联络电话、姓名和车辆等候地点、时间告知导游人员。

⑤ 协助车队或租车公司同财务部结账并签名确认金额。



1旅游服务采购网络的建立

1.1旅游交通企业

1.1.3与车队合作步骤及注意事项

(2) 与车队合作的注意事项

① 订车时要考察旅游团的人数、旅游目的、主要活动内容、总旅游天数。根据行李多少，决定车型大小，是否派行李车等，防止出现旅游团到达后上车时才发现车辆空间不够的情况。

② 向车队或租车公司明确每次出团行程结束前一定要导游人员在用车单上签名确认才可与财务部结算，让车队提醒司机，避免由于送团前司机和导游人员过于匆忙而漏签。

旅行社团队用车租赁协议确认单

团队名称										
承运方名称				电话			传真			
租车方名称				电话			传真			
租用车辆时间		_____年____月____日至_____年____月____日 共____天____夜								
集合时间		2013 年 月 日 时 分			集合地点					
行驶线路					租用车辆数量					
车辆信息	车辆型号				正座： 个，边座： 个		空调		☐ 有 ☐ 无	
	车牌号				车辆保险号					
	车辆运营证号				租用车辆客运标志牌号					
	驾驶员	姓名	身份证号\驾驶证号							
			从业资格证号							
			联系电话（手机）							
导游姓名					联系电话\手机					
租用车辆费用										
付款方式		车上导游现付			付款时间		车上导游现付			
合同变更记录										
特别约定 1、如送团时延误航班/车次由车方负责损失,游客未按师傅合理安排时间上车则与车方无关。 2、团未结束时停车在路边收车款,或无故停车导致客人投诉车的问题,都由车方负责处理投诉,造成经济损失由车方负责。 3、车主提供车必须正规合法旅游车,并且车况要求良好,保证良好的服务态度,严禁与游客发生争执。若出现投诉自行处理。 4、如因旅行社责任与车主无关。 5、驾驶员必须积极配合导游各项工作,否则旅行社有权处罚车方。 6、车队必须具备营运证和足额购买运营保险等相关资质。										
承运方（签章）					租车方（签章）					
签订日期：_____年 月 日					签订日期：_____年 月 日					
请承运方给予签字盖章确认，并传真回我部为感！										

1旅游服务采购网络的建立

1.2旅游饭店

选择不同星级标准和地理位置的饭店，用来满足不同旅游者的需求，这也是旅游产品组合中至关重要的环节。**因此**，旅行社必须在准确地了解旅游饭店的具体位置、周边环境、硬件设施、服务质量、价格定位等情况后，选择合作伙伴，并与之建立长久、稳定、融洽、互利的协作关系网络。

1.2.1 旅行社计调部门订房的目的：

 **一是**满足客人的要求，向客人提供承诺的或合同中约定的饭店房间，从而保证接待工作的质量，使旅游团队顺利进行旅游活动；

 **二是**利用合作关系，结合市场状况，考虑季节因素，最大限度地降低采购成本，为旅行社争取最大经济效益。

1 旅游服务采购网络的建立

1.2 旅游饭店

1.2.2 与旅游饭店部门合作的步骤



认真研究组团社发来的传真或客人的要求，弄清楚旅游者要求的住宿标准。



根据旅游者的住宿要求，在已签订协议的合作饭店中选择符合要求的旅游饭店。



电话联系该饭店营销部，传真发送订房通知单。



注意查收饭店的回传。



登记存档。

***旅行社订房确认单

酒店名称:		联系人:		传真:	
联系人:		电话:		传真:	

以下订房 16 免 1, 司陪半价。

日 期	订房人数		房间类型			房费 (元/间)		早 餐	
	游客人数	司陪人数	标准间	单间	三人间	客人房	司陪房	含早餐	不含早
	+								
	+								
	+								
	+								

房费总计:

用房要求:

旅行社计调:

导游:

备注: 1. 以上是我社订房(餐)计划, 请签字盖章后传我社。

2. 房费根据协议按房间、人数或口头商定结算。

1旅游服务采购网络的建立

1.2旅游饭店

1.2.3订房业务中常见的问题及应对措施

(1) 饭店无房，无法确认预订



为了防止类似现象的发生，计调人员在淡季时应前往旅游目的地实地考察饭店，**应注意与多家饭店签订订房协议，选定的客房类型及价格也应该多样化**，同时还应努力与饭店营销部的人员建立起**良好的人际关系**。

(2) 无法拿到理想房价



遇到这种问题，计调人员应该与平时有业务往来的或有良好人际关系、实力较强的旅行社联系，**委托其计调人员帮助联系订房**，并以其旅行社的名义入住。

(3) 因故临时增加或减少甚至取消订房



对此类业务，计调人员要**尽早办理，越早越主动**。增加订房时力争原价增订，如果难度较大，也可以同意饭店涨价，但要将涨价的情况告诉组团社或客人，由对方承担涨价部分的费用。

1 旅游服务采购网络的建立

1.3 餐饮服务企业

均衡的营养搭配，色、香、味、形的感官享受，清洁、优雅的就餐环境，专业到位的用餐服务，都会给旅游者，尤其是海外旅游者留下深刻的记忆和难忘的体验。

因此，计调人员在选择餐饮网点时，首先要考虑到地理位置的多样性，以便根据行程的要求就近安排用餐，同时还要考虑到不同客人的饮食习惯和饮食口味。

1.3.1 与餐饮服务企业合作的步骤

- ① 实地察看旅游定点餐厅的位置、环境、卫生设施、停车场地、团餐及风味餐的餐单等，然后根据国家旅游行政管理部门规定的用餐收费标准，与其洽谈相关事宜并签订协议书。
- ② 与财务部门协商印制专用单据。
- ③ 将相关内容整理列表、打印后分发给各业务部门，并报财务部备案。
- ④ 根据接待计划或订餐单，将具体事宜下达给接待部门及导游人员，以便其做好接待准备工作。
- ⑤ 根据费用结算单，在与财务部门共同进行复核后定期结账付款。

1 旅游服务采购网络的建立

1.3 餐饮服务企业

1.3.2 与餐饮部门合作的注意事项

① 选择餐厅时应注意其地理位置的合理性，尽可能避免因用餐影响行程安排等类似情况的发生。

② 订餐时及时将团队客人的特殊用餐要求转告餐厅，以免出现不愉快的场面。

③ 提醒餐厅在费用结算单上必须有导游人员的签字并加盖旅行社的公章，否则视为无效单据。

1 旅游服务采购网络的建立

1.4 旅游景区

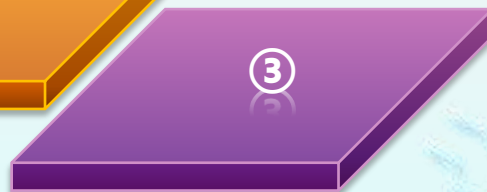
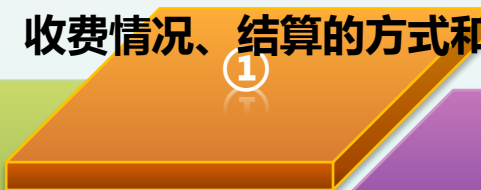
旅游景区（景点）是旅游产品的中心组成部分，也是旅游行程中的重要内容，还是开发新型旅游产品的关键，更是一个国家或地区旅游业赖以生存和发展的最基本条件。因此，为了满足不同层次旅游者的多样化旅游需求，旅行社就要与各旅游目的地的旅游景区管理部门保持良好的协作关系。

1.4.1 与旅游景区合作的步骤

针对相关内容进行洽谈并签订协议书，如景区门票的协议价、景区内外是否有停车场所，以及收费情况、结算的方式和时间等。



**与景区
协商后印制专
用结算单。**



**将与景区相关的具体事宜
整理列表、打印后分发给各业
务部门，并报财务备案。**

1旅游服务采购网络的建立

1.4旅游景区

1.4.2与旅游景区合作的注意事项

旅游景区的结算单据上必须加盖旅行社的公章并有导游人员的签字，否则视为无效凭证。

①

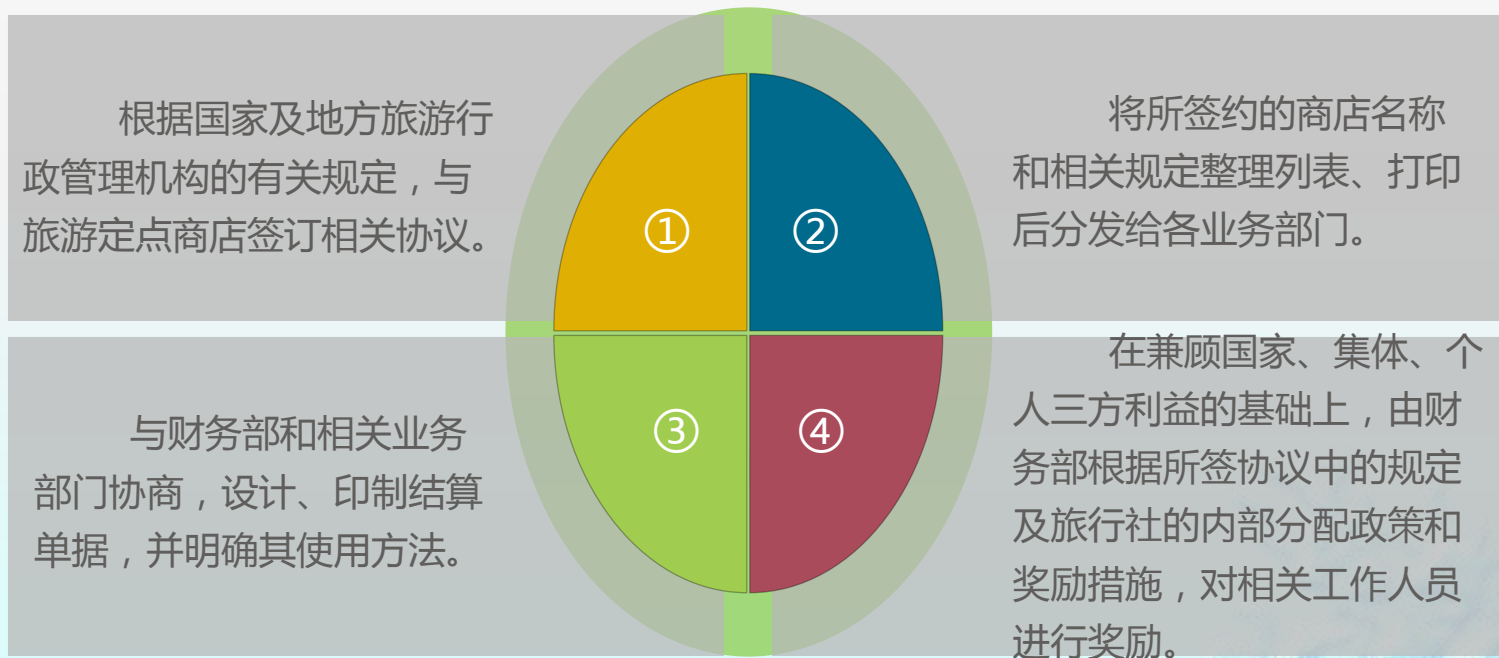
旅行社还应与景区中的游船、缆车等附属部门建立合作关系并签订协议，以方便旅游团队的游览活动和导游服务工作的顺利开展。

②

1 旅游服务采购网络的建立

1.5 旅游定点商店

为了使购物活动成为旅游活动中丰富多彩、不可缺少的一部分，也使旅游者在节省旅游时间的同时避免遭受到不良商贩和黑店的蒙骗，旅行社必须选择信誉度高、服务质量好的购物商店，并与之建立相对稳定的合作网络关系。**其具体合作的步骤包括：**



1 旅游服务采购网络的建立

1.6 娱乐行业

在行程中适当地增加一些娱乐活动，比如民族歌舞、地方戏剧、中国功夫表演等，这样不仅可以缓解旅途疲劳，而且还可以充实、丰富旅游行程，给旅游产品增姿添色，同时也起到了民间文化交流的作用。**其具体合作的步骤如下：**

- ① 与娱乐单位进行相关事宜的洽谈并签订协议书，如预订门票的方式、优惠价格、演出形式等。
- ② 将有关规定整理列表、打印后分发给各业务部门，并报财务备案，如签约单位的名称、地址、电话、联系人姓名，节目的种类和演出时间、门票价格等。
- ③ 与签约单位保持联系，及时了解最新节目信息，并报知各业务部门。
- ④ 与有关部门协商后，设计、印制相关单据，并明确其使用方法，如预订单、变更或取消单等。
- ⑤ 根据接待计划或订票单，实施订票并把订票情况及时准确地传达给接待部门和相关人员。
- ⑥ 与财务部门按协议内容共同复核后进行结账工作。

1旅游服务采购网络的建立

1.7保险公司

旅游保险是旅游活动得到社会保障所不可忽视的重要手段和方法。它是当旅游者在旅游过程中遇到各种意外事故而导致经济遭受损失和人身受到伤害时，由相关部门给予其经济方面的一种补偿。

按照国家旅游局的规定，旅行社必须为旅游者投保“旅行社责任险”，并建议其另外购买“人身意外伤害险”，这不仅有利于旅行社减少因突发事件造成的意外损失，而且还可以更好地保护旅游者和旅行社的合法权益。因此，旅行社就非常有必要与实力强大、信誉度好的保险公司建立合作网。**具体的合作步骤如下：**



1旅游服务采购网络的建立

1.7 保险公司

- ① 根据相关法律条文的规定和保险公司的要求，与其就游客的旅游保险等事宜签订协议。
- ② 将协议中有关内容整理、打印后分发给各业务部门。
- ③ 将每一名投保游客的资料发送给保险公司，并要求其及时书面回复确认，之后与相关的承保书一起作为投保的依据。
- ④ 当旅游途中发生意外事故时，要以最快的速度通知保险公司，并及时向身处第一线的导游人员了解真实情况，在必要时可进行现场考察，同时在保险协议规定的期限内向保险公司呈报书面材料。
- ⑤ 进行索赔时，真实地向保险公司提供相关方面的证明等。

1旅游服务采购网络的建立

1.8与地接社的合作

在接团过程中，旅行社要经常和各旅游目的地的旅行社进行业务往来，这就需建立起广泛的地接合作网络，以保障不同旅游团的各种需求。作为组团方，对其合作伙伴的甄选要有严格的标准，并全面、综合地对其资质进行不定期的考查和定期的考核。同时，**双方本着互惠互利的原则**，加强沟通协作，当遇到困难和问题时，能够相互体谅，协商解决，以共同招徕更多的旅游者。



1旅游服务采购网络的建立

1.9与导游公司的合作



导游人员身处接待第一线，其服务质量的好坏与旅行社的经济效益，乃至旅游目的地国家或地区的旅游形象、社会形象都密切相关。导游职业本身的客观性质决定了它具有自由职业者的性质，现在很多导游基本上处于半自由职业化的状态，导游协会和导游公司成为导游管理部门。旅行社外聘导游，应通过导游公司，这样便于加强对导游人员的管理。合理处理旅行社与导游公司之间的利益关系是合作的基础。

2旅行社采购业务的原则



(一) 保证需求原则

这一原则是指旅行社的采购要保证旅游者所需要的各种服务。旅行社的产品是由各服务项目按照一定原则编制组合而成的，这些服务项目大部分是对外采购而来的，因此，各个采购项目及时到位，是旅行社顺利编制产品并顺利销售的先决条件。保证需求，不仅包含量的保证，也包括质的保证。

(二) 降低成本原则

旅行社降低成本的着眼点应放在决定直接成本高低的关键性因素，即采购价格方面。降低采购价格成本是旅行社提高竞争力的重要因素。

但要完全把握旅行社的采购成本并不是一件容易的事情。这**首先**是因为构成采购成本的主体有很多；**其次**是因为旅行社的产品报价与旅行社将产品销售出去存在一个时间差，如果遇到采购成本下降，游客会要求旅行社降价，如果采购成本涨价，旅行社很难再抬高价格，所以这无疑增加了旅行社经营的风险。

3服务采购的管理

3.1建立广泛的采购协作网络

为了使旅行社产品的供应能够得到保障，旅行社必须和相关的旅游服务供应企业建立广泛的、相对稳定的协作网络。特别是在供不应求的情况下，其能够使旅行社有更多的机会购买到紧缺的服务产品。在出现供过于求的情况时，通过协作网络，旅行社还可以获得更加优惠的交易条件。**要建立和维持广泛的协作网络：**

一要

善于运用经济规律，与协作企业建立起互利的协作关系；

二要

善于开展公关工作，促使企业领导之间及有关购销人员之间建立起良好的人际关系。

3服务采购的管理

3.2加强采购合同的管理

合同，也叫契约，是当事人双方（或多方）为了实现某一合作目的，依法订立的有关权利和义务的协议，并且对当事人双方都具有法律的约束力。旅游采购合同，则是旅行社为购买各种旅游服务项目而与旅游企业或相关部门订立的各种购买契约。



签订合同，也是当事人为了避免和正确处理可能发生的纠纷而采取的一种行为，其目的就在于确保各自经济利益的实现，使双方免受或减少不必要的损失。



采购合同的基本内容有合同标的、数量与质量、价格与付款方式、合同期限、违约责任、采购合同的存档6个方面。

3服务采购的管理

3.3正确处理保证供应和降低成本的关系

- **保证供应与降低成本**，是旅行社采购工作中两个同等重要的任务，都是为了使旅行社获得的最大的经济效益。
- **在保证供应方面**，旅行社能否满足游客在旅游过程中的各方面需求并兑现关于产品的承诺，很大程度上取决于其能否采购到相关的旅游产品。
- **总之**，旅行社的采购工作就是保证提供给旅游者所需要的各种旅游服务，这是旅行社业务经营中一个非常重要的环节。
- **在降低成本方面**，由于在旅行社的产品成本中，直接成本占绝大部分，因此，旅行社降低成本的主要着眼点，应放在决定直接成本高低的关键性因素——采购价格上。
- **由此可见**，降低采购价格对增加旅行社的营业额和营业利润具有越来越重要的意义。
- **然而在现实中**，两者又常常是矛盾的。因此，旅行社要根据不同的情况来灵活地对待和处理两者之间的关系，或者说，就是在不同时期用不同的策略来协调这对矛盾。

3服务采购的管理

3.4正确处理集中采购与分散采购的关系

按照商业惯例，批发价格是低于零售价格的，并且批发量越大，其价格也就越低。因此，旅行社作为中间商，应把旅游者的需求集中起来向旅游服务供应企业进行集中采购。**它通常包括两个方面：**

一是

把本旅行社各部门所接到的订单集中起来，统一地进行对外采购；

二是

把集中起来的订单按照相关内容，尽可能地集中在少数几家供应商那里进行采购，以通过最大的购买量来获取最优惠的价格。

3服务采购的管理

3.4正确处理集中采购与分散采购的关系

然而，在**供过于求**的情况下，分散采购也可能更易于以较低价格获得旅游者所需的服务。究其原因，是因为集中采购数量虽然很大，但其中远期预订较多，并具有相当大的不确定性，因而在较长的预订期内，由于种种原因，其实际采购量很有可能有所减少，也就是说，计划量中存在一定的退订率。

因此，当卖方对买方计划的可靠性缺乏足够信心时，就不一定会将价格定得较低。而分散采购由于多是近期预订，在预订时通常已有确定的客源，因而，采购的可靠性要远高于远期预订。所以，卖方迫于供过于求的压力，通常也愿意以低价格出售其产品。

另外，对于**中小型旅行社**，则可以在**自愿的基础上结成采购联盟**，其目的就是将原先较为分散的购买力集中起来，以体现出集中采购的优势。



3服务采购的管理

3.5正确处理预订和退订、预订和增订之间的关系

旅行社的采购是一种契约性的交易方式，并且旅游产品的特点决定了它与其他产品不同，即旅游者只有在购买了该种旅游产品，并到旅游目的地进行实地消费后，才能实现其价值与使用价值之间的转换。

因此，旅行社通常会在**年底**，根据其计划采购量，**即参照往年的实际客流量和对来年的市场预测**，与相关企业洽谈第二年的业务合作事宜。

当然，由于买卖双方立场不同，对退订和增订的期限、数额和相应的费用，也有着截然相反的期望。

因而，在正常的情况下，旅行社要对自己往年的客流量进行**精确的统计**，并对来年市场的状况进行**准确的预测**。

当然，买卖双方协商的结果还不可避免地要受到市场供求状况的影响，通常，**供过于求**的市场状况**有利于**旅行社获得更为优惠的交易条件。

3服务采购的管理

3.5正确处理预订和退订、预订和增订之间的关系

当计划变更后，相关采购工作的调整通常应遵循3条原则：

1. 变更最小的原则

将因计划变更所涉及的范围控制在最小限度，尽可能对原计划不作大的调整，也尽量不引起其他因素的相应变化。

2. 宾客至上的原则

旅游计划是旅游活动的依据，旅行社一旦同旅游者达成协议后，尽量不随便更改，尤其是在旅游活动过程中。对于不可抗拒因素引起的行程变更，应在尽力保护游客利益的基础上做好相关的后续工作。

3. 同级变通原则

变更后的服务内容应与最初的安排在级别上力求一致。

