

Research on Travel Agency Operation Mode in Travel E-Commerce Times

Yuhai Wang¹

1. Institute of Petro-chemical Technology, BIPT, Beijing, China

Email: wangyuhai@bipt.edu.cn

Abstract: With the informationization and e-commerce development, online travel has become a new form of tourism. Travel e-commerce era has arrived, which is both a challenge and an opportunity to travel agency. Travel agents should meet the requirements of the times and change the traditional business model. Only so can travel agency play a greater role in e-commerce era. According to travel e-commerce features and changes in travel market, this paper proposes a new travel agency business model, which combine "virtual operator" with "real business network" together. The author hopes provide a new way for travel agent development.

Keywords: travel e-commerce; travel agency; operation mode

旅游电子商务时代旅行社运营模式探讨

王玉海

北京石油化工学院,北京,中国,102617

Email:wangyuhai@bipt.edu.cn

摘要:随着社会信息化和电子商务的发展,网络旅游已成了新的旅游形式,旅游电子商务时代已经到来。这对于旅行社来说,既是挑战,也是机遇。旅行社只有顺应时代发展,及时改变传统的运营模式,才能在旅游电子商务时代发挥更大的作用。本文根据旅游电子商务的特点和旅游市场需求的变化,提出了旅行社在电子商务时代新的运营模式,即“网络虚拟经营”与“现实经营网络化”相结合的模式,以期为旅行社未来发展提供一种新的思路。

关键词:旅游电子商务;旅行社;运营模式

1 引言

随着社会信息化和电子商务的发展,旅游业“触网”已经势不可挡。据 Data Monitor 公司统计,全球的旅游电子商务连续 5 年以 350% 以上的速度发展。[1] 网络旅游已成了新的旅游形式,旅游电子商务时代已经到来。这对于旅行社来说,既是挑战,也是机遇。旅行社只有顺应时代发展,及时改变传统的运营模式,用先进的电子商务手段作为技术支撑,用传统销售网络作为后台支持,把网络化“虚拟经营”与现实经营网络化结合起来,才能在旅游电子商务时代继续生存和发展。

2 旅游电子商务促使旅行社改变传统的运营模式

旅游电子商务是指以网络为主体,以旅游信息库、电子化商务银行为基础,利用最先进的电子手段

运作旅游业及其分销系统的商务体系,是电子商务在旅游业这一具体产业领域的应用。它具有营运成本低、用户范围广、无时空限制以及能同用户直接交流等特点。与传统旅行社相较,具有信息广、方便快捷、省钱省时的优势。旅游电子商务的应用与推广,必然会给传统旅行社带来巨大的冲击与挑战,但同时也为旅行社改变传统的运营模式,提高旅行社的运营水平,提供了新的方法和路径。

2.1 旅游电子商务对传统旅行社的冲击与挑战

首先,旅游电子商务的出现,削弱了传统旅行社生产、代理销售的职能和提供信息的职能,旅行社的许多传统业务可能会被旅游电子商务所取代。越来越多的旅游产品供应商在网上建立自己的主页,尝试网上促销和产品直销。饭店预定、航空服务、汽车租赁、旅游线路等旅游产品大量在网上销售,特别是机票业务已占交易总额的 80% 以上,订房交易额的增长

也非常迅速,使得旅行社的业务范围和生存空间变得越来越窄。

其次,旅游电子商务的出现,分流了传统旅行社的客源市场。传统的旅行社运作方式是在竞争性很强的相对封闭的环境中运行的。从旅行商到消费者,中间要经过好多环节,不但费时费钱,而且还会给消费者增加额外的负担。旅游电子商务则省去了传统旅行社的许多中间环节,通过网络平台直接把生产者和消费者联系起来,运营成本和时间成本比起旅行社来要低得多,实现了真正意义上的物美价廉。另外,旅游电子商务信息高度集中,操作方便快捷,查询、预定、交易、结算都可以在网上一次性完成。最重要的是,旅游电子商务可以更好地满足旅游者追求个性化服务的需求,使个性化旅游成为可能。传统的旅行社面对自主性、个性化的散客自助游,感到力不从心。而网络旅游则可通过网站,及时搜集整合不同旅游者的需求信息和生产者的销售反馈信息,在生产者与消费者,生产者与生产者、消费者与消费者之间架起桥梁,使自组线路、自助出游完全变成现实。旅游电子商务的这些优势,博得了旅游者的广泛青睐,许多游客通过网络直接进行交易,旅行社的传统市场受到了很大威胁。

2.2 旅游电子商务为旅行社改变传统的运营模式提供了新的方法和路径

旅游电子商务在给传统旅行社带来冲击与挑战的同时,也为旅行社改变传统的运营方式,调整服务职能,提高内部管理水平提供了新的方法和路径。

首先,旅游电子商务的应用与推广,为旅行社降低运营成本,提高工作效率,扩大市场覆盖面提供了信息平台和新的技术支持。信息传递是旅行社营销的关键。传统旅行社传递信息的渠道主要是通过媒体广告、旅游企业的推销和实地踩点、调查等,具有成本高、信息量小、针对性差等特点。而旅游电子商务则使旅行社获取信息和传递信息的渠道更为方便、快捷,信息量更大、更全、更有针对性。通过互联网,旅行社不仅可以用最少的成本获取最多的信息,而且还可以根据需要迅速整合各类资源,利用电子邮件和电子订单,直接与旅游供应商和旅游者进行联系,实现网上采购和预订,这样,不仅可以节省大量时间、人力和联络费用,而且容易形成灵活多样的线路、产

品,满足不同类型游客的个性化需求,从而扩大市场覆盖面。

其次,旅游电子商务的应用与推广,为旅行社运营方式的信息化、简捷化和科学化提供了可能。旅行社可以利用网络重组和整合内部的经营管理活动,利用计算机管理系统实现内部网络管理和信息信息化。如建立内部管理信息系统和顾客档案库,使旅行社所属各分社或营业点及时掌握营销状况,做到信息共享;建立财务管理系统,更好控制所属各营业点的营业收入;建立网上培训课程,供分散在各地的员工随时随地学习;建立导游员和各类人员的资料库,为内部员工提供定制化服务等等。内部网络管理系统和信息系统的建立与实施,使旅行社内部的管理手段更加先进,管理信息更加畅通,管理透明度更大,这无疑会提高旅行社的经营管理水平。

旅游电子商务对传统旅行社所形成的这种双重刺激与推动,促使旅行社不得不做出反应,吸纳旅游电子商务的先进运营手段,改变传统的运营模式,以适应电子商务时代的旅游需求和市场变化。旅行社运营模式的改变已成为必然。

3 旅游电子商务时代旅行社运营模式的选择

旅游电子商务虽以巨大的优势冲击着旅行社市场,但并不意味着旅行社会从此退出历史舞台。众所周知,网络旅游是建立在成熟健全的网络基础之上的,但目前网络的发展仍很不完善,网络的普及率还远未达到应有的程度;网络的安全性和速率也没达到应有的标准,网络虚拟性和网络黑客的侵袭增加了旅游产品的不可感知性和购买行为的风险,网络信誉无法保证。因此,短时间内旅游电子商务还无法接替旅行社作为旅游中间商的历史重任。另外,从长远看,旅行社的人性化服务永远是旅游电子商务的空缺。人们虽然可以通过电子网络预订客房,预订交通,但面对面的人性化的个性服务,却只有在旅行社的现实经营网络中才能实现。人对人服务的真情、细腻和个性化,是电子化、信息化永远不能满足和替代的。因此,我们有理由认为旅行社还将继续存在下去。但是,正如我们前面所论述的,旅行社面对旅游电子商务的巨大挑战,必须适时吸纳旅游电子商务先进的运营手段,改变传统的运营模式,将电子商务的优势与自己的传统优势结合起来,形成优势互补,才能把挑战变成机遇,在未来旅游市场上发挥更大的作用。

一方面,旅行社可以充分吸收电子商务的优势,运用电子商务的手段,把现实经营与网络“虚拟经营”有机结合起来。旅游电子商务虽对传统旅行社形成了巨大的冲击,但却并不是颠覆。目前旅游电子商务在信息整理、市场开发上的种种缺陷,恰恰是因为旅行社介入不够的结果。游客虽然能在网上获得有关旅游目的地、旅游交通、食宿等方面的大量信息,但由于指向性不明显,不易进行特定信息的选择,上网查询费时、费力不说,还要重新对所获信息进行梳理、挑选、组合和核实。旅行社作为旅游业的中间商,应以熟练的业务技能介入网络,开展电子商务,以网络平台为办公桌进行“虚拟经营”:利用自己的网站集中大量的旅游信息,建立完善的旅游信息库,并进行分类编辑,方便上网者查询;根据旅游的热点,将相关的信息集中在一起,设计成专门的网页,供游客查询;利用旅行社与各旅游企业和旅游者都有广泛联系的特殊地位,主动对买卖双方进行调查研究,逐步形成旅游需求和供给信息库,有偿向旅游企业提供;还可以与市场研究公司协作,进行旅游市场发展趋势分析,逐步形成信息中心。通过以上手段,旅行社就可在占有资源、营销网络的基础上,推出网上信息提供、问题咨询、组装产品、预订酒店、代购票务、导游导购、服务追踪、信息反馈等一系列服务,实现网络“虚拟经营”,从差价盈利转为信息盈利。在这方面,中青旅已取得了较为成功的经验。中青旅通过设立综合性旅游网站“青旅在线”,用 INTERNET 平台进行网络营销,旅行社则作为“后台”,主要从事具体的市场调研、产品研发、接待等环节,将传统和现代巧妙地契合在一起,形成了旅游网站与旅行社业务互补的运营模式。中青旅所走的路子不仅代表着旅游电子商务的发展方向,而且也代表着旅行社发展的方向。

另一方面,旅行社可利用自己的传统优势,通过市场细分,强化个性化和人性化服务,实现“现实经营的网络化”。现实经营的网络化可通过两种方式构建。一种是旅行社通过在各地建立分社、连锁门市和服务站点的方式,形成网络化的连锁经营。这些分社、连锁门市和服务站点通过旅行社内部网络化和信息化管理,实现资源共享,信息共享。基本方式是,旅行社通过网络化“虚拟经营”,对市场进行细分,

分别将信息和指令传递到细分市场所需求的分社、连锁门市和服务站点,由分社、连锁门市和服务站点分别针对自己的细分市场提供个性化、人性化的面对面服务。游客只需按电子网络预订的方式出游,就可在旅行社现实网络中享受到所预订的服务。如新之旅国际有限公司开发推出的“量体裁衣”服务,根据客户要求,结合行程特色,利用新之旅全球175个城市的服务网络,为客户“度身订做”,提供有关签证、机票、酒店、接送、导游等一系列配套服务。另一种方式是旅行社利用与各旅游企业有广泛联系的特殊地位,直接与旅游供给企业如景区(景点)、酒店、旅游交通企业等建立密切合作关系,实现跨企业的网络化联营。如广之旅国际旅行社股份有限公司所开辟的中国旅行热线,专门针对商务客人的特殊需求,成立商务客人服务中心,根据国内外商务旅游者的活动规律和需求特点,提供较高档次的商务、会议、度假及其有关的各种中介服务,甚至可以利用旅行社联系面广的优势,为客人提供委托代办等特殊服务,为商务、会议旅游者提供各种方便。

综上所述,旅行社在旅游电子商务时代,只有顺应时代潮流,主动转变传统的运营模式,用先进的电子商务手段作为技术支撑,用传统销售网络作为后台支持,把网络化“虚拟经营”与现实经营网络化结合起来,建立实物与虚拟、创新与传统相结合的旅行社运营模式,才能继续发展壮大。

References (参考文献)

- [1] Yang Luming, Wu Ning. A discussion on the adaptability of tourism and e-commerce. *Journal of Chongqing Technology and Business University*, 2003 (6), P97
杨路明, 巫宁. 旅游产业与电子商务的天然适应性讨论[J], 重庆工商大学学报(哲学社会科学版). 2003(6), P97
- [2] Yuan Jiyu, Yu Jing. Tourism demand for electronic commerce and its development pattern. *Technology & Economy in Areas of Communications*, 2006(6), P117-118
袁基瑜, 于静. 旅游电子商务需求及发展模式探析[J], 交通科技与经济, 2006(6), P117-118
- [3] Liu Qingguang, Liu Ning, Liu Yong. Tourism E-Commerce's Development and Strategy. *Journal of Intelligence*, 2004(9), P 37-39
刘庆广, 刘宁, 刘永. 我国旅游电子商务发展与对策研究[J], 情报杂志. 2004(9), P37-39
- [4] www.cytsonline.com
青旅在线网站