

散客旅游服务电子商务解决方案

任科社, 张周堂

(长安大学 经济与管理学院, 陕西 西安 710064)

摘要: 近年来, 随着中国居民收入水平的提高、各地旅游资源的持续开发及人们旅游观念的不断转变, 旅游市场发生了结构性变化, 散客旅游所占比重明显上升。然而散客旅游需求相对分散, 旅游过程中个性化需求多, 传统旅游模式很难统一组织并为其提供相关服务。通过分析散客旅游出行前、旅游过程中、旅游结束后各环节的信息需求, 提出通过新型的电子商务模式, 利用电子商务的信息查询、网上交易、网上支付、物流配送等功能, 并结合移动方式实现散客旅游服务的电子商务解决方案。

关键词: 管理学; 散客旅游; 网上交易; 网上支付; 电子商务; 旅游信息需求

中图分类号: F062.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-6248(2005)04-0028-03

E-commerce solution to scattering travel service

REN Ke-she, ZHANG Zhou-tang

(School of Economics and Management, Chang'an University, Xi'an 710064, China)

Abstract: In recent years, with the raising of income level, continuous exploitation for travelling resources in many districts and constantly changing in personal travel conception, the travelling market structure experiences a change. As a result the proportion of scattering travel ascend apparently, the demand of scattering travel is comparatively dispersive and the individual demand in the travelling becomes greater. Therefore it is difficult to offer enough service with traditional modes and organization for travelling. Through analysis for the demands of travellers before their travelling, during their travelling and after their travelling. This article proposes a new E-commerce solution to such problems as information inquiry, on-line transaction, on-line payment and physical distribution.

Key words: management science; scattering travel; on-line transaction; on-line payment; E-commerce; travel information demand

随着人们收入水平的不断提高, 旅游需求日渐旺盛。随着人们在旅游过程中不断追求个性化、自主性, 旅游需求结构也发生了显著变化。散客旅游因其活动自由灵活、自主性和选择性强等特点, 倍受旅游者青睐, 而原有的旅游服务模式很难满足已经出现的散客旅游需求。同时随着以计算机技术、信息技术、网络技术为基础的电子商务的迅速发展, 也为散客旅游服务提供了条件, 本文正是就此提出解

决方案。

一、旅游模式的变化及散客旅游的特点

中国改革开放 20 多年来, 为旅游业发展提供了前所未有的良机。丰富的旅游资源、独具特色的旅游产品及旅游设施的不断配套和完善已使中国已成为世界上旅游业发展最快的旅游目的地之一, 并逐渐跨入了旅游发达国家行列^[1]。目前, 中国旅游入

境人数在世界市场位居第五。根据世界旅游组织预测,到2020年中国将成为全球最受欢迎的旅游目的地,同时也将成为全球第四大客源输出国^[1]。

展望未来,世界及国内旅游模式将发生较大变化。散客旅游逐渐多于团体旅游;短线旅游多于长线旅游;地区性旅游和中程旅游将成为旅游的主体;自助、半自助旅游将代替包价旅游;商务、会议旅游将成为团体旅游的主体。

散客旅游是相对于团体旅游而言的,它是指个人、家庭或结伴(一般不超过5人)不经旅行社或只办理委托手续,并按零星价格承办,以非团体方式进行的旅游活动^[2]。散客旅游按所乘交通工具不同又可分成两类,一类是乘自有交通工具旅游,或称自驾车旅游,另一类是乘公共交通工具旅游。本文重点探讨后者。由于散客旅游的活动和接待方式灵活机动,约束较少,符合零星旅游者的心理,再加上各国经济、文化、交通等不断发展,因此,散客旅游需求正处于迅速增长时期。

目前全世界出国旅游的散客在总量上已超过团队,且有继续上升的趋势。欧美、日本等不少国家散客旅游所占的比重,近十几年间由50%增至70%~80%,有的甚至高达90%。中国旅游市场同样受到国际市场散客旅游猛增的影响。1985年散客比重约占外国来华旅游总人次的10%,1989年至1990年已达到50%以上,在此之后,外国来华的散客旅游者比例在70%左右^[3]。据北京国际城市发展研究院统计,2002年北京市游客中散客所占比例为45%,且每年以近7%的速度增长。2004年海南省三亚市“五一”期间,酒店开房率中的80%是通过网上预订、电话预订或是通过旅行社代订的散客^[4]。由此可见,散客旅游已成为中国各种旅游活动的主要形式。

散客旅游与团队旅游的区别是:第一,旅游行程的计划和安排不同。散客旅游由散客自行安排和计划,自由度大、形式灵活、选择性强;而团队旅游是由旅行社或旅游服务中介机构安排的,活动受到限制。第二,付费方式不同。散客旅游的付费方式是零星现付,即购买什么,购买多少,都按零售价格当场支付;而团队旅游采用包价形式,即全部或部分基本旅游费用由游客在出游前一次性支付。第三,价格不同。散客旅游价格相对较贵些。第四,旅游人数不同。散客旅游一般为9人以下,团队旅游一般为10人以上。散客旅游相对于团队旅游而言,具有批量小、批次多、预订期短、要求多、变化多的特点。

团队旅游的接待模式无法满足散客旅游的需求,而电子商务能较好地解决这一难题。

二、散客旅游信息需求分析

散客旅游过程基本与团队相同,一般由3个主要环节组成:出行前准备环节(包括查阅各种资料、结伴、选择景区、景点、出行路线、出行方式、其他准备等)、出行和旅游环节(包括吃、住、游、购、娱等)和返回环节。在以上环节中,游客更关心的是与旅游环节相关的各项活动及有关信息。根据游客在旅游过程中实际的信息需求,旅游信息可分为静态信息和动态信息。

1 静态信息

(1)景区景点信息:景区的名称,景区、景点的宣传资料、分布图、景区的景点构成,开发状况和特色景点,景区的旅游活动项目、开放时间、门票价格、最佳游览季节、不同游览路线,景区和相邻景区的通达性,景区、景点的旅游管理机关的名称、地点、联系电话等。

(2)宾馆饭店信息:宾馆饭店的位置、级别、服务项目、服务设施、床位数、收费标准、特色饭菜、联系电话、宾馆饭店与景区景点的空间联系。

(3)娱乐信息:娱乐中心、影剧院、歌舞厅、健身、休闲设施等的分布,营业时间,联系电话,交通的便利状况。

(4)购物信息:旅游地的旅游纪念品、当地的特色产品,大型商场、超市、购物中心、购物街等各自的特色和分布。

(5)交通信息:旅游交通图,旅游区的车站、码头、机场、港口的分布,车次信息及与世界各地的联系等信息,售票网点的分布和预定、预售信息等。

(6)其他相关信息:旅游目的地气象气候资料,当地风俗习惯,节日庆典,宗教活动,医院与药店分布情况,公安报警点及电话号码,失物招领中心及联系电话等信息^[5,6]。

旅游静态信息可帮助旅游者选择旅游线路,安排好旅游活动时间与内容,合理计划开支和购物,妥善解决食宿和交通等基本问题。

2 动态信息

(1)景区、景点的动态信息:各景区、景点的接待能力的饱和程度,各景区、景点有无特殊活动安排,门票价格对学生有无优惠,优惠幅度,各景区、景点的游客数量及分布、游览方向,景点之间游客转移规律、游客相对集中程度等。

(2)宾馆饭店、娱乐、购物等服务设施方面的动态信息:信誉等级、服务水平、接待能力饱和程度,旅游地的旅游纪念品、当地的特色产品,大型商场、超市、购物中心、购物街商品供给情况、是否接受送货服务(包括送货的方式、时间、价格、交付方式等),旅游纪念品、当地的特色产品的质量及市场行情等。

(3)交通动态信息:旅游景区、景点的交通线路交通流量、密度、有无交通事故或拥堵,旅游班线、旅游包车、车辆租赁等服务状况,旅游包车的车型、车况、价格、服务方式、车辆供给状况等;车辆租赁的有关手续、租赁方式、租赁价格、还车方式(可否异地还车)、车辆供给状况等,景区、景点提供交通服务的公司资质、数量、信誉等级、联系方式等。上述动态信息为游客的个性化需求提供了有效途径。

三、散客旅游服务电子商务解决方案

近几年来,旅游信息化进程不断加快,旅游信息系统的开发力度也在不断加大。各省、市主要旅游区的旅行社、旅游公司都在通过信息化建设来提升自己的服务质量和效率,旅游网站建设更是如火如荼,但大多是针对团队服务的一种静态的广告和宣传,很少从散客的角度出发,按照游客自身的需求而量身定制各种服务。本文正是在已有的旅游信息系统的基础上,增添了这种量身定制的个性化服务功能。

(一)散客旅游对信息系统的功能要求

1 查询功能要求

从散客的旅游过程来看,查询一般包括3种查询,即旅游前查询、旅游过程中查询和旅游结束后查询。旅游前和旅游后查询一般所关心的是旅游静态信息,这些信息可以通过已有的网站获得。旅游过程中需要查询的信息一般旅游网站都比较少,特别是旅游动态信息是电子商务所具备的。

2 交易功能要求

散客进入景区、景点以后,由于没有团体旅游的限制,一个景点旅游时间长短具有一定的随机性,一个景点游览结束之前可适当提前通过交通动态信息查询,与合适的运输服务提供者通过网络签订运输协议,解决交通问题,实现网上交易。

旅游的景点越多,交易的次数也就越多。当然在整个旅游过程不仅仅局限于交通服务,还可以进行其他定制服务的交易活动,这项功能正是电子商务的主要功能。

3 付款功能

散客旅游不可能像团体旅游那样一次付款,逐次消费。由于散客旅游路线、旅游项目、吃、住、娱、购等均表现出一定的随机性,所以只能根据项目的多寡现场支付,游客出行又不可能带有大量的现金,要完成这种支付,电子商务可以解决这一难题。

4 物流功能

游客在旅游过程中购买旅游纪念品、当地的特色产品需要物流服务,自我携带必然会造成游客一定的体力消耗,且带来很多麻烦,影响游客的兴致。按照游客要求对所购物品进行保管、邮寄等物流服务,也是电子商务的一项重要功能。

由于电子商务的不断发展,接入方式的灵活多样,游客在旅游过程中可以通过手机等移动工具来实现。

(二)散客旅游服务电子商务解决方案框架

散客旅游服务电子商务解决方案总体框架是将景区景点信息、食宿信息、交通信息、娱乐购物信息、气象信息、与旅游有关的其他信息等集成于电子商务系统中。这样电子商务系统就成为散客和旅游服务提供者之间的桥梁和纽带,散客在出行前、出行中和返回后都可以随时进入系统,特别在出行过程中,可以通过移动工具(如手机等)进入系统,根据当时当地的旅游需求,请求获得相应的服务。系统把这些信息集成起来,作为提供相关旅游服务的指南。旅游服务提供者也可以随时进入系统,查询相关的旅游服务请求,并根据本企业所能提供的服务,通过该系统签订相关服务合同,并依据合同提供相关旅游服务来满足散客旅游服务个性化、特殊性需求。

参考文献:

- [1] 杨路明.现代旅游电子商务教程[M].北京:电子工业出版社,2004.
- [2] 黄福才.旅游学概论[M].厦门:厦门大学出版社,2001.
- [3] 张美英.旅游信息数据库的需求分析[J].云南地理环境研究,2003,(2):33-36.
- [4] 杨卫平.海南旅行社面临新课题——如何应对自助游升温[N].中国旅游报,2004-05-24(2).
- [5] 董来娟,庞桂珍,丁华.旅游业危机管理的研究[J].长安大学学报(社会科学版),2004,(1):73-75.
- [6] 杨剑,赵敏,钱壮志.川陕生态旅游资源优势及客源市场分析[J].长安大学学报(社会科学版),2005,(2):54-57.