

电子商务在旅行社业的应用

文/尚宇航 朱斌

摘要：随着社会的发展以及网络的普及，电子商务也逐渐走到人们的生活当中，它带来的商机也是巨大而深远的。电子商务有很多的优势，尤其适合旅行社行业，可以降低交易价格、生动展示产品等，但目前我国旅行社在应用电子商务时，还存在着人才缺乏、电子商务系统功能简单等问题。

关键词：旅行社；电子商务；应用

旅游电子商务，就是通过先进的网络信息技术手段实现旅游商务活动各环节的电子化，包括通过网络发布、交流旅游基本信息和商务信息，以电子手段进行旅游宣传营销、开展旅游售前售后服务；通过网络查询、预订旅游产品并进行支付；也包括旅游企业内部流程的电子化及管理信息系统的应用等。

一、电子商务在旅行社中应用的必然性

随着人们生活水平的提高，旅游的消费方式逐渐向多样化、个性化发展，更多的游客就倾向于个性化的自助旅游。这些游客不需要旅行社提供全包价的旅游产品，只需要购买酒店、车票、餐饮、景点门票、温泉票、漂流票等单项旅游产品。个性化旅游包括很多方面，比如说有旅游路线、住宿问题等。旅行社为了提高营业额就必须按不同类型游客的需求为他们提供更多的、更具有特色的旅游信息，更多的吸引游客的目光，让他们能方便、快捷地得到服务。旅游电子商务正是以低价的团购来提供这些旅游产品，极大得符合了居民的需求，个性化旅游的发展趋势给旅游电子商务提供了很好的发展前景。

二、旅行社应用电子商务的优势

1、网络营销的低成本可以降低交易价格

与传统电视、报纸、杂志等媒体相比，网络营销的成本很低，宣传效果并不比传统媒体差，同时，酒店、旅行社、景区等商家参与团购的话，还可将这几种旅游供应商连成网络化模式，比如搜索酒店的时候就会出现推荐旅行社的信息，这样就是在没有投入任何广告费用的前提下完成了在线的推广。网络信息可以被重复使用，降低了旅行社的信息发布成本，由于成本低，因此可以降低旅行社的产品价格，吸引潜在游客并产生购买欲望。

2、旅行社网店开发周期短

相对于开实体店来说，开网店省却了选店铺、装修、采购等步骤，只需要按照要求在网站上注册，进行提供营业执照、旅行社业务经营许可证等复印件资料等资质认证，就可以轻轻松松开个网店。

3、产品展示更生动

旅行社通过网络，利用文字、影像、图片、声音等多媒体技术向游客展示景点特色、旅游线路、食宿菜肴等内容，让游客能够更直观、更形象、也更全面地了解所需要的信息，激发游客出

游的欲望。以旅游线路的推广为例，可以将一个景点做出多种方案，并将导游人员、线路设计、食宿安排、景点图片等内容进行具体的展示，同时也可以将与景点有关的历史文化知识进行补充链接，这样旅游产品就可以得以全面生动的展示。

4、有利于准确快速的信息交流

通过网络资源，可以快速收集、发布有关信息。可以快速找到合作伙伴，并在网上收集食、住、行、游、购、娱等信息。因此，不但旅行社可以快速便捷发布信息，游客也可以便捷、全面的得到信息。

三、旅行社应用电子商务存在的问题

目前很多旅行社与其他行业之间的合作主要是体现在“交通+景点+住宿”的点线型旅游产品中，旅游产品类型比较单一并且缺乏创新。伴随着电子商务的发展，依靠网络发展的“鼠标+水泥”型的旅行社也不断出现。但是现在我国旅行社还存在着很多问题，比如，管理不善，流程不规范，人员流散，经营承包化等。旅游电子商务也是处于发展中的初始阶段，在其运营的时候也将会有很多问题不断出现。

1、电子商务系统功能简单

目前来说，大多数旅行社都有自己的网站，但是大部分都只限于浏览，缺乏互动性。比如说，网站里都会有旅行社的简介、电话号码、传真、地址等。顾客都希望能在网上通过各种方式查询感兴趣的信息，而多数网站没有查询功能或只能提供简单的线路查询。提供给游客的资料少，对于比较重要的信息则很少出现，信息发布也不及时，甚至有一些旅行社直接复制其他旅行社的线路信息。就拿旅游线路来说，如果旅行社会将一条线路详细的展示出来，那宣传效果就会增加很多，还有游客住宿以及用餐的地方，让游客直观地感受而不是去猜想，这样游客就愿意选择这家旅行社。

一些旅行社的网站还设有论坛，在线讨论等，但这些功能基本没有人去使用去管理，形同虚设。如果在线咨询这个功能旅行社重视起来，那会省下一笔通讯费用，而且网上还可以传资料、图片，客服也可以进行耐心详细的解答，这对于游客来说，也是很吸引人的。

2、网络基础差

目前我国网络状况不是很好，存在着网速慢、线路少、覆盖率低，网线少而且集中于经济发达地区。这在很大程度上影响了游客在网上了解旅行社及其产品的效果，而且购买方式并没有完全实现网络化，很多游客会使用网上预订现场支付的方式。据调查显示，大部分人还是在网上浏览，最终采用传统方法购买。

3、支付安全缺乏保证

电子支付的安全性通常由真实性、完整性、有效性、不可撤销、保密性、不可否认、身份验证等要素组成。支付的安全问题也是由两个方面组成，对于旅行社而言，安全性更重要，

★基金项目：本文为辽宁省社科基金项目（L12DJY043）的研究成果。

旅行社是负责提供商品及服务的,消费者是通过网站来进行支付的,那么旅行社在安全性方面就要考虑得更多,像电子支付是否完善、安全,交易报告、交易记录、客户信息是否安全,都是需要重视的。电子商务的保密性和交易法律方面存在着一些不足,网上支付问题成为旅游电子商务发展中的制约因素。对于游客而言,如果自己的安全信息被盗,就将造成损失。那在消费过程中能否得到安全保障,能不能顺利完成交易,遇到故障时能不能进行快速有效的后续处理等,都是旅行社需要考虑的。

4、旅游电子商务的综合型人才不足

目前我国电子商务的人才大部分是以技术见长,但是专业人才却很少。比如旅游电子商务,对于电子商务方面知识掌握的人很多,但是同时具有旅游市场营销、旅游规划开发、旅游产品等方面知识的人却是很少,旅行社更是缺少这方面的人才。而且旅行社对现有员工的培训也很少,老员工网络操作不好,新员工专业知识不强,这一切都是阻碍旅游电子商务发展的原因。

5、网络团购诚信度不高

网络团购是很多消费者聚集购买所获得的价格优惠,并不是天上掉馅饼。现在旅游市场的竞争在逐渐加剧,一些旅行社为了招徕顾客,不惜放弃诚信,一味降低价格,导致产品与介绍的不符,产品质量差售后服务没保障等等。而现在的消费者对网络团购的认识不足,只是追求低价,因此就给了不良商家机会,使得他们欺客宰客。

6、旅行社现有网站利用率低、收益小

现在很多旅行社都开通了网站,但是这些网站只有一些宣传以及介绍的内容。大部分旅行社虽然意识到网络营销的发展前景及趋势,但是为了保本起见并不会投入大量的人力、物力和时间。所以网站能为游客提供实质性的服务少之又少,网站所拥有的功能远远没有发挥出来,也就不能实现游客对旅游项目需求的有效对接。因此旅游电子商务带来的利益相对于传统模式来说份额较少。

四、旅行社应用电子商务的建议

1、推出个性化旅游产品

随着游客出行经验的增加,他们会越来越不满足于“景区+交通+饭店=旅游”这样简单传统的做法,而是更喜欢有着专门化和个性化的旅游产品及服务。面对这种情况,旅行社就必须针对游客这一需求,开发出有重点,有主题,有针对性的旅游线路,并且提供各种不同形式的旅游服务。

2、及时更新旅游线路

旅游线路的总数不宜太多,要以质量取胜。如果重复太多的内容就会导致旅游网店雷同,不能突出产品的特点。要做到每天都更新线路,将没有效果的线路删除。旅行社网站建设中的持续更新无疑会为网页的浏览量做出很大的贡献。只有游客愿意主动上网了解旅游产品,网站的网络营销的优势才会发挥出来。

3、做好旅游产品的包装

旅游线路要突出亮点,可以加入一些吸引人的描述词,引人入胜。还要加入精美的图片,使得这条线路看起来图文并茂



更,更能抓住游客的眼球。同时,图片上的文字解说可以让搜索引擎更有效的识别网站的图片。比如某网店的图片被收录在百度图片中,游客在百度搜索这个景点的相关图片时,就可能看到这家旅行社发布的图片,点击链接就可以进入这个旅行社的网站。有些旅行社还会把自家组团旅游的活动摄录下来,通过编辑上传到自己的网站上,这会潜让游客看到这家旅行社旅游观光的真实情况,从而增加对旅行社相关旅游产品的信任程度。

4、加强网络支付的安全

网上银行对旅游电子商务推广很重要,如果缺乏网上银行提供的安全有效的网上支付系统,那么旅行社的电子商务发展将受到限制。旅行社可以和信誉度与知名度较高的银行建立一定的业务关系,保证消费者使用的电子支付工具一定是由其账户所在的银行发行。消费者也可以使用银行的公共密钥对自己的账户进行加密以防欺诈。

5、引进专业人才

旅行社要想开展旅游电子商务就必须引进专门人才,特别是可以把与高校电子商务专业的合作加强。那么除了可以通过人才市场寻找高级人才之外,旅行社还需要一些管理网站日常维护与建设的工作人员。现在旅行社苦于找不到专业人才来管理企业的电子商务业务,而我国很多高校虽然开设了电子商务的实验实训课程,但是却与实际的应用有很大的距离。学生缺少实践平台,旅行社也缺少这样的人才,因此完全可以进行校企合作。这样既降低了人力资源的成本,解决了人才缺乏的问题,也帮助学生获得了实习经验。

五、结语

我国旅游行业发展较晚,基础也比较薄弱。但是基于网络化发展的今天,旅行社就会面临众多机遇及挑战,所以应该迅速改变自身的运营模式,吸收国外先进成果,并根据自身的规模及特点制定相应的营销策略,从而获得竞争上的优势。随着我国综合国力的提高和电子商务的快速发展,旅游电子商务具备了必要的发展条件。但是旅行社的网络营销也是网络时代的产物,还有不成熟的一面,很多地方还需要去开拓与深化。

参考文献:

- [1] 陈宁. 旅游电子商务对旅行社的影响及应对策略研究[J]. 现代商贸工业, 2012(7): 151-152
- [2] 马素萍. 旅行社网店经营策略分析[J]. 经济师, 2012(5): 243-245
- [3] 王乐鹏等. 论旅游企业的网络视频营销[J]. 市场论坛, 2011(3): 78-79
- [4] 宋治萍. 论旅行社的网络营销实施与营销策略[J]. 长治学院学报, 2010(3): 27-28
- [5] 谷秀芳. 浅析网络化对旅行社业务的影响[J]. 科技信息, 2012(1): 198-199

作者简介:

尚宇航, 渤海大学学生, 旅游管理专业;
朱斌, 硕士生导师、渤海大学旅游学院副教授, 研究方向为区域旅游经济、旅游产业与企业管理。