

# 电子商务在旅行社运营中的应用

——以海南旅游为例

蔡 舒

**摘 要:**近几年,海南成为大多数游客的旅游胜地,并且,根据海南旅游建设行动计划,海南的旅游行业将实现与国际接轨。所以,海南旅游行业的发展空间将不断扩大,实现高层次、宽领域、多政策的对外开放旅游。而对外开放的旅游政策则使得旅行社的竞争不断加剧,但是,电子商务的方式是旅游市场中最常用最有效的方法,并且也逐渐成为世界投资的关注重点。

**关键词:** 电子商务 旅行社运营 应用 海南旅游

DOI: 10.3969/j.issn.1674-537X.2015.10.064

## 一、电子商务对海南旅行社影响分析

### (一) 电子商务扩展了旅行社提供旅游信息的职能

旅行社行业的特点决定了必须利用信息产业推进自身发展<sup>[1]</sup>。第一,旅行社需要对潜在旅游者所需要的旅游信息进行有效的收集,并把所收集到的信息及时的传送到饭店或者旅游的交通运输部门,还有其他与旅游相关的单位与企业,这样能够保证以上部门可以及时进行反应,进而可以为潜在的旅游者提供优质的产品,最终获取自身的经济利益。第二,旅行社也可以把上述单位企业的产品信息,通过直接或者间接的方式有效的提供给潜在的旅游者,进而刺激购买欲望,进行消费,最终产生一定的旅游消费行为。

然而国际互联网的产生对于旅游社传统信息提供的职能提出了严峻的挑战,使其压力不断增加。因为国际互联网本身就是信息系统,所以,饭店、旅游交通部门以及其他与旅游相关的单位企业可以充分利用互联网,把自己的产品信息在自己的主页或者网站中直接刊登。这样,潜在的旅游者就可以根据自己的兴趣进入到网站中,获取有效信息,摆脱了旅行社产品组合的严格限制。此外,互联网自身具有双向性的特征,旅游者可以使用电子邮件,随时与旅游企业进行联系,并提出要求,获取满意的回复。这种交流方式实现了旅游者与旅游企业的直接联系,并且可以有效减少程序,避免信息出现失真,同时,减少了产品的成本,实现了旅游者与旅游企业的共赢。

### (二) 旅行社咨询服务功能受到电子商务自动查询功能挑战

旅行社最主要的功能就是旅游咨询服务,而且,对于旅游目的地不了解的前提下,旅游者只能寻求旅行社的帮助。然而,互联网的出现为旅游者提供了有关旅游目的地全部的信息资料,并且能够直接获取,图文并茂,可以在电脑屏幕上全面详细地了解旅游目的地。这种方式与旅行社的咨询相比,互联网查询的信息量更大,并且可以节省费用,更加方便。

### (三) 旅游者网上设计旅游线路使旅行社与旅游者的关系受到威胁

旅行社能够将旅游产品进行组合,并且在旅游市场中扮

演着重要的角色。旅游者除了通过旅行社获取综合信息别无选择。但是,互联网的出现使得旅游者与旅行社之间的传统关系分离。利用互联网可以实现信息资源的共享,并且,旅游者还可以通过互联网的查询功能查找自身感兴趣的旅游产品或者信息资料,自己进行设计组合。互联网的出现打破了旅行社信息垄断的局面,一定程度上动摇了旅游产品生产者的垄断地位。

### (四) 旅游电子商务网上直销影响旅行社的代理职能

旅行社在为旅游者提供单项服务的基础上,还会为其提供相应的组合产品,所以,也是旅游产品单位企业的代理商,并从中获取相应的利润。在互联网不断发展的当下,可视性网上互答使得旅游产品单位企业可以与旅游者进行直接的交流沟通,因此,无需通过旅行社来获取所需的信息资料。与此同时,因为旅游单位企业利用网上预定的方式直接销售旅游产品,也无需通过旅行社,可以减少资金费用。通过互联网将单位企业的产品信息公布出来,一定程度上减少了产品的生产成本,也提高了企业自身的竞争力。

### (五) 旅游电子商务的网络营销渠道对旅行社产生不利的影响

旅游电子商务网络营销的主要渠道就是信息发布,将旅行社概况以及旅游产品质量、种类和价格都能够利用这一渠道进行发布。网络营销的方式对于产品销售与提供服务都具有一定的积极作用。旅游者可以在网站上直接选择并购买所需旅游产品,通过网络支付。

网络营销的渠道包含旅行社全部的分销渠道功能,并且还能够有效地减少流通环节,既节约了中间商的费用,也减少了流通的承办,使得单位企业可以以较低的价格为旅游者提供旅游产品。

## 二、海南旅行社电子商务现状研究

### (一) 短暂市场需求不足,造成恶性循环

我国是发展中的国家,所以,去海南旅游的游客在网络上的购买力并不高,一定程度上阻碍了网络发展的空间。除此之外,旅行社自身对电子商务的认识并不深入不全面,也不想在这方面投资,所以,也会存在想要网上交易的旅游者无法实现交易的现象。并且,在电子商务已投资的部分旅行社实际的收益也并不明显,还存在入不敷出的现象,所以,最终减少了投资,甚至是终止了资金的投入<sup>[2]</sup>。

### (二) 电子商务存在严重的安全问题

在旅游电子商务中,安全问题占据重要的位置。伴随互联网的快速发展,使其成为了电子交易的最佳载体选择,所以,需要在本质上进行重新的设计,进而满足网上交易的安全性需求。信息的传送必须要得到传送者与接受者的确认,并且,在信息的传输过程中不允许对信息进行更改,对于较为敏感的信息需要给予一定的隐私权等等。

### (三) 旅游电子商务自身的发展不成熟

首先,旅游电子商务的网络基础在建设方面比较薄弱,对于上传速度以及宽带限制的问题无法进行有效解决。其次,旅行社的各项工作还没有建立在互联网络利用与电子商务开发中,未形成明确的分工协作,导致出现重复建设现象,无法形成具有规模的经济,并且宣传的力度不足,使得旅游电子商务的形象不明显。最后,旅游电子商务在网上交易的安全程度以及交易的法律关系并不明确和完善,大部分的网上交易无法确保业务保密性以及网上交易的法律关系也无法确立。

### (四) 海南的电子商务正处于发展过程

目前,海南旅行社的电子商务还仅仅处于面对旅游者网上营业的场所,而后台的支持工作仍然要使用传统的方式来实现。这对于旅游电子商务来说,在实际的操作过程中降低了工作的效率,无法实现实时性,并且实际的运作成本也不低,所以,大多数海南旅行社在网上旅游产品的资源整合是力不从心的。

## 三、电子商务在海南旅行社运营中的发展策略

### (一) 旅行社运营需要采取电子商务化战略措施

系统性、综合性与整体性是电子商务化的重要特征,同时电子商务化也涉及到了旅行社运营过程中的各方面,是一项系统性极强的工程。旅游电子商务化的实施需要全面考虑效益帐,需要具有投资回报率的思想概念。因此,需要建立专门的部门对旅游电子商务化进行统一的管理与整体的规划,这一点非常重要。

### (二) 旅行社需要积极发挥主观能动性

现阶段,如果旅行社不实行旅游电子商务化就会在今后的发展中无法获得进步。虽然旅行社站点在互联网上的数量很多,但是只是在关于旅游地区的网站中刊登旅行社的电话。并且,实行旅游电子商务化的旅行社,网站的内容也极其枯燥。除此之外,目前,大部分的海南旅行社的网站页面还只是处于线路提供的黄页,能够真正做到旅游电子商务的少之又少。针对以上情况,旅行社需要进行一定的回应,并积极的实现电子商务实用化以及普及化<sup>[3]</sup>。

### (三) 整合利益,构建旅游电子商务市场的构架

在海南旅行社旅游电子商务化的发展中,旅行社与银行以及网络公司是最重要的参与力量和最大的受益者,因此,需要将以上三者构建成旅游电子商务市场的构架。在该构架中,三者需要积极的发挥出自身的优势与作用,并且在建设国际旅游岛的过程中,旅行社需要充分的利用和开发网上的巨大优势,积极与国内外旅行商建立紧密的联系,尽最大努力扩大自身的业务范围以及业务量,进而体现出架构的基础作用和主体作用。而网络公司则是旅行社旅游电子商务化的重要技术平台,在总体的构架中同样需要发挥自身的优势。此外,银行在构架中的重要作用就是信用担保以及中介结算。三者之间相互配合与协作,实现利益的共享,这样就能够使旅游电子商务化的发展空间变得更大<sup>[4]</sup>。

### (四) 建立海南旅行社的电子商务协会

旅行社协会是行业组织,所以,需要得到政府的帮助,并建立起全省的旅行社电子商务网站,进而可以对行业内部信息资源进行网上的管理。建立全省的旅行社电子商务网站,努力实现省内旅行社间的交流与沟通,积极的促进海南旅行社的发展与进步。

### (五) 合理利用旅游电子商务的优势

#### 1、采购优势

旅游产品的消费具有异地性特征,所以,利用电子邮件或者是电子订单的形式来采购更加合适与方便。不仅能够使旅行社节约采购的时间与费用,同时也能够有效的改善传统的采购方式。传统的采购,是年底和相关部门进行商榷并完成。预订,虽然具有预见性,却无法准确的确定后期的实际销售数量。但是,通过使用互联网就可以有效的解决这一问题,一定程度上可以提高旅游产品的时效性。同时,因为产品采购的时间被缩短,所以,旅行社就能够更准确的了解下产品的实际需求,然后再与相关产品制造商进行订购。

#### 2、促销优势

互联网是一种促销的方式,价格十分低廉<sup>[5]</sup>。旅行社在网站上稍作设计并花费少量的资金,就能够及时的将自己的旅游产品进行宣传,并且具有全球性的特点。而且,如果内容需要进行变化和更新,只需要在网上进行修改或者是添加就可以,很大程度上节约了经费支出。因此,通过利用互联网进行促销宣传,不仅能够与传统的促销相互结合,还能够对潜在的旅游者进行吸引。

#### 3、信息反馈优势

信息反馈的传统方式主要是旅行社电话询问或者是召开相应的招待会等,这些方式不仅所需的费用较高,并且收到反馈的速度也十分慢。因为互联网在电子信息传递方面具有双向式,商家不仅能够向旅游者发送消息,同时也能够获取访问网站旅游者的信息资料,因此,通过网络的使用来进行信息的反馈,这样能够更快的提高反馈速度。

#### 4、网上交易优势

传统的产品交易主要是旅行社派遣工作人员上门取费,或者是将费用直接交到旅行社的具体营业部门。以上方式不仅浪费了旅游者与旅行社双方的时间,而且所需的成本也较高。但是,网上交易就有所不同,不仅不需要繁琐的程序交易,而且有效地节省了大量的时间与精力,进一步推动了旅行社的发展。

综上所述,海南旅行社引进旅游电子商务的运营模式具有重要的现实意义。并且,电子商务在海南旅行社运营中的广泛应用也是建设国际旅游岛的重要途径,挑战与机遇并存。旅行社需要顺应时代的发展趋势,并主动改变传统的运行模式,进而提高自身的竞争力,促进自身的进一步发展。

## 参考文献:

- [1] 肖晓燕. 旅游电子商务在我国旅行社业务应用中的探析——以武汉市电子商务旅行社业务为例 [J]. 湖北社会科学, 2012(4).
- [2] 尚宇航, 朱斌. 电子商务在旅行社业的应用 [J]. 电子商务, 2013(10).
- [3] 冉祥云. 电子商务在旅行社业务中的应用 [J]. 电子商务, 2010(8).
- [4] 叶娅丽, 陈学春. 试论旅行社电子商务模式的构建和完善 [J]. 当代旅游(学术版), 2012(6).
- [5] 赵蔚霞. 面向散客的云南旅行社电子商务解决方案 [J]. 中国电子商务, 2010(11).

(作者单位:海南师范大学经济与管理学院)