

旅行社低价竞争的原因探析

文/罗静王晋

我国旅游业发展迅速，旅行社在旅游业的发展中明显占据着重要的地位。现今我国旅行社业随着企业数目的不断增加，竞争日益激烈，旅行社市场中随之出现低价竞争现象。造成此现象的原因错综复杂，我们主要可从以下几个方面进行探究：

一、市场中受综合因素影响，缺乏产品创新是低价竞争的促发因素

1、产品创新易被同业模仿

旅行社开发的旅游产品一般为线路、概念、服务等差异，可复制性较强，且不能申请专利，因此若创新的旅游产品开发出来，一旦得到市场认可，则会在较短时间内被同行业竞争对手所仿效，不能形成独有的核心竞争力。

2、创新成本因素

开发一项新的旅游产品往往耗费巨大，且需较长时间而开发出来的产品又极易被同业模仿，有时并被超过，造成许多旅行社不愿创新，不愿开发旅游新产品。

二、旅行社经营风险大，效益不稳定等特质，致使行业内普遍追求短期利润，这是行业低价竞争的根本原因

旅行社业务有一个显著特点是客源与效益的不稳定。从供求关系分析，旅行社是中间商，具有较强的依附性，其供给能力受制于其他旅游企业的生产能力，而旅游产品的不可储存性及不可分离性，使得供给水平在一定时期内呈刚性，既难以增加，又无法减少。

从需求方面看，整个旅游市场需求波动较大，分为淡旺季，并受随机性较强的个别旅游者需求的变化，因此旅行社总处于旅游服务供求不平衡的状态之中。这种状态使得经营风险凸显，令许许多多旅行社经理非常注重短期利益，纷纷投入价格战争，造成短视行为。

三、许多旅行社企业在认知观念、服务技术上的落后是其跳出低价竞争的限制因素。

目前国内有许多旅行社关于经营认知观念及服务技术上难以提高等原因，他们提供不了较高端的旅游产品。旅行社业内现在提到高端产品，许多经理就只能联想到交通、住宿方式的高档、豪华，而服务观念却仍停留在较低档的水平。不会体察顾客的言行思维，对消费者行为研究不够令旅行社推出的所谓高端产品使消费者觉得不值。

四、旅游消费者需求及心理因素是低价竞争的内因

1、我国旅游消费需求尚处于低水平阶段

以现有普遍的旅游市场来看，现今主流市场的需求长期处于一个较低的水平上。我国旅游者出游次数偏少，消费能力较低，出游动机以观光为主。我国出境市场的消费能力似乎不低，但是从消费结构、出游次数、旅游动机等方面来衡量，旅游需求也还处于初级阶段。这种旅游市场需求的不成熟，也对旅行社产品差别创造形成了一定制约，易造成行业低水平的价格竞争。

2、服务质量的难以确定、信息不对称加强了选择难度，消费者不愿意支付较高价格
旅游产品属于服务，服务所独有的生产与消费同时性、不可感知等特点增加了消费者消费旅游产品的不确定性。服务质量的信息不对称等也进一步加强了消费者选择的难度。对于服务质量难以得到保证的旅游产品，消费者普遍会选择保守的做法即不愿支付较高的价格进行冒险。

3、旅游者对牺牲服务质量以换取价格利益的行动认可

旅行社产品不断降价得以继续的原因还在于潜在旅游消费者愿意以更低的价格购买旅行社产品。虽然目前针对旅行社服务质量的投诉增加，旅游者、行业协会、政府对提高服务质量的呼声日趋强烈，但大部分消费者以非理性行动来选择低价旅游产品的现象仍在继续。大家众所周知，旅游产品价格降离成本底线必然意味着服务质量的大打折扣，目前行业内争先降价策略就是针对旅游需求低层次，旅游者普遍倚重价格定选择的现状而存在的。大部分旅游者若被市场非理性低价所诱惑，行业就会滋生低价竞争、市场无序混乱等现象。

五、对恶性低价竞争的监管乏力，制度管理缺陷是低价竞争的外因

我国正处于计划经济向市场经济的转轨时期，旅行社业市场机制不健全，又是在计划体制上生成的，管理体制陈旧、落后，过度价格竞争反映的就是市场机制的扭曲及监管乏力。另外，政府管理制度在旅行社监管部门管理范围的划分上较为模糊，因此对旅行社的监管相当困难。

旅游行政管理部门对旅行社采取了多种检查相结合并接受消费者投诉等管理与监督方式，但相对于众多且散乱的旅行社企业而言，较少的人力与财力及信息通道的不畅是远远不能满足有效市场监管需要的。另外，现今国内市场旅游质检机构严重缺乏，财政补贴的微薄，人员数量的限制使

得其旅游市场的执法频率及质量都不会太高。政府对旅行社监管乏力，管理的缺陷是形成市场恶性低价竞争的外部因素(作者单位：西南财经大学)

相关链接

公路工程投标报价的浅谈
旅行社低价竞争的原因探析
数字图书馆与知识产权保护
智能控制技术在电网规划中的应用
略论信息技术在施工项目中的应用
高速公路服务区经营管理改革问题探讨
效益成本法在企业物流策略选择中的应用

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：(010) 65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心