



旅游创业计划书 3 篇

Tourism entrepreneurship plan



旅游创业计划书 3 篇

前言：个人简历是求职者给招聘单位发的一份简要介绍，包括个人的基本信息、过往实习工作经验以及求职目标对应聘工作的简要理解，在编写简历时，要强调工作目标和重点，语言精简，避免可能会使你被淘汰的不相关信息。写出一份出色的个人简历不光是对找工作很有用处，更是让陌生人对本人第一步了解和拉进关系的线。本文档根据个人简历内容要求和特点展开说明，具有实践指导意义，便于学习和使用，本文下载后内容可随意调整修改及打印。

本文简要目录如下：【下载该文档后使用 Word 打开，按住键盘 Ctrl 键且鼠标单击目录内容即可跳转到对应篇章】

- 1、篇章 1：旅游创业计划书
- 2、篇章 2：旅游创业计划书
- 3、篇章 3：旅游食品开发公司创业计划书

篇章 1: 旅游创业计划书

一. 公司摘要

重庆巴渝风国际旅行社

总经理：陈晓勇

财务主管：廖亚兰

营销部经理：陈大洪

公关部经理：洪红

人力资源部经理：李蕊琦

主营产业：旅行社

主营产品和服务：以“绿叶不忘根的恩情”为主题口号，开展“寻根-探亲-红色圣地-民俗风情-展望新重庆”等一系列主题旅游活动。并承办国际国内外旅游项目，代办机票，船票，火车票，代办护照，代订客房餐饮等服务。

竞争优势：1. 本土优势 2. 差异性营销战略

成立时间：XX年 10 月 1 日

地点：乌鲁木齐北京北路 15 号

联系电话：xxxxxxx 联系人：陈经理

公司宗旨：一切为了游客，为了一切游客，为了游客一切。

公司目标：争取第一年接待游客达 5000 人，促进两地之间的交流与发展。

二. 竞争情况及市场营销

我们做了非常细致深刻的市场调研，目前乌鲁木齐旅游市场大概有 150 个左右的旅行社，基本已经处于饱和状态。许多旅行社效益下降，面对激烈的竞争，很多旅行社只是一味的打价格战。我们作为新进入市场的旅行社，要打倒对手，应该在营销策略，理念，战略方面独树一帜，别出心裁。

比较新老旅行社的优势劣势：

那些老旅行社的优势在于，先进入市场，对与旅行社业务相关的各个环节各个部门比较熟悉。他们大多采取无差异营销战略，这样做的好处在于节约了成本。因为无差异的广告宣传可节约促销费用。不进行市场细分，也减少了市场调研，产品研制与开发，以及制定多种市场营销战略，战术方案带来的诸多开支。

但也该看到，游客的需求和偏好具有极复杂的层次，某个产品受市场普遍欢迎是很少的。即便能一时的赢得某个市场，但竞争者之间如此仿照，就会造成市场上某个部分竞争非常激烈，其他市场部门需求却未能满足的后果。

而我们的优势在于，我社的总部设在重庆，这里是新疆乌鲁木齐分社，我们针对新疆市场开发的旅游产品，由于本土

的优势，会在价格上具有无可比拟的优越性，一般竞争者很难与我们竞争。

再者，根据乌鲁木齐旅游市场的现状，我们采取差异化的营销战略，正好满足那部分没有被满足意愿的游客群体。我们这次开发的产品，采取主题营销的理念，是以“绿叶不忘跟的恩情”为主题口号，开展的“寻根-探亲-红色圣地-民俗风情-展望新重庆”等一系列主题旅游项目。

根据我们调查，新疆的外来人口中，来自重庆，四川的占了很大部分。很多人一别家乡几十年，对故土怀有深深的眷恋。他们在新疆安家立业，稳定下来后，都希望有机会携家带子，重回故土走一遭。我们紧抓这一目标群体，认为具有很大的市场潜力。

根据市场调研分析结果，我们还在营销方面做了以下策略：

1、注重整体旅游产品的设计和产品的创新设计。创新是旅行社发展的灵魂。

2、市场定价要充分考虑到成本，市场，营销目标，政策，产品品质等因素，在定价策略上采取满意定价法，既保证获得一定的初期利润，又能被广大游客接受。另外在心理定价策略

上，可采取吉祥数定价策略，根据人们对数的迷信和禁忌采取策略。

3、促销。将有关旅行社及其产品的信息，通过各种宣传，吸引，和说服的方式，传递给目标消费者，促使他们了解并信赖我们的产品和服务，引导他们购买，达到扩大销售的目的。我们可以制作一些非常精美的旅游宣传小册子，或请专业人员设计全面周到具体的网页，以方便游客了解最新消息。

总之，旅行社之间的竞争是相当激烈的，要想在竞争中立于不败之地，就必须要有优于竞争对手的产品和服务。由于科技的进步，以硬件为手段的竞争在市场竞争中收效不大，且容易被竞争对手效仿。因此我们认为旅行社之间的竞争主要是以服务为基础的软性竞争。我社将本着一切为了游客，为了游客一切，为了一切游客的宗旨，真诚的为游客服务。

三. 旅行计划

日程安排 城市 交通工具 观光内容 住宿

第一天 乌鲁木齐—重庆 飞机 北温泉，重庆人民大礼堂
重庆宾馆

第二天 重庆 豪华旅游巴士 瓷器口，红岩村，渣滓洞白
公馆，大都会购物广场，南滨路火锅名吃 重庆宾馆

第三天 重庆—永川—大足—重庆 豪华旅游巴士 茶山竹海，重庆野生动物园，大足石刻， 重庆宾馆

第四天 重庆—奉节 豪华客轮 酆都鬼城，石宝寨，张飞庙，白帝城 奉节宾馆

第五天 奉节—武汉 豪华客轮 长江三峡（瞿塘峡，西岭峡，巫峡）悬棺，神女峰 湖滨花园大厦

第六天 武汉—乌鲁木齐 软卧 赏沿途风光 火车

四. 公关部计划书

我部位处旅行社前端，是我旅行社形象代言，我们坚持“一条龙服务，随时为您提供优质服务。我们的24小时在线服务热线为：

13XX65796 张小姐 xxxxxxxx 张先生

我部机构功能主要有：拟订旅行社公关计划，指导本部门工作，协调部门与旅行社与外部有关组织关系，定期向总经理汇报工作，提供各种信息咨询。

我部计划共分六个部分：

（一）公关人员素质要求：

职业道德：真诚，可信，乐于助人，无私，勤奋努力

公共意识：具有情感意识，创新意识，形象良好，公众人士形象

心理素质：乐观，自信，坚强，开放兼容

沟通能力：积良好的口头，书面，形体能力于一体

处事态度：坚持创造快乐和谐的工作，处变不惊，临危不乱

公关主体个人化：培养我旅行社的金钥匙人物

旅行社形象主要体现在顾客心中，优秀接触的服务人员可以为旅行社带来好的名声，现在个企业都培养各自的紧钥匙任务作为企业形象代表。

（二.） 公关客体：

1. 与各宣传媒体和地边旅行社协调发展，前者加强宣传，后者共同进步

2. 新疆旅行社众多，但主营“新--重”游的占少数，因此，在这条线路上我们有足够的空间做得更好。

-

3. 支持政府部门的工作，正常纳税，不违纪违法，争取各种优惠政策。

4. 与酒店，交通，景点，景区消费场所协调发展。

(三.) 公关手段：

1. 信息宣传：大众传播媒体，树立企业形象，与记者建立良好的关系，宣传与我旅行社有利资料。

2. 收集信息：舆论监督，民意测验，在我旅行社进行的民意测验调查中。72%的人愿意到重庆去游玩，这证明了我们研制开发的路线是可行的。

3. 联络情感：通过赠送纪念品等方式，加强我们与顾客间的联系，争取回头客和赢取潜在客人的好感。

4. 优化服务：网上购票，咨询；电话咨询；各种宣传单，方便游客了解我旅行社。

5. 服务社会：参加公共活动，资助社会福利，提高社会知名度。

(四) . 收集八方信息：

1. 我社形象：知名度，美誉度，支持率

2. 产品信息：主营“新-重”“寻根探亲-红色圣地-民俗风情-展望新重庆”

3. 公众信息：

公众年龄： 18-25 23%;26-40 40

%;41-60 22%;60 以上 15%

文化程度：高中以下，13

%;大专，30%;本科以上，40%

性 别：男，42%;女，58%

4. 公众需要：团体游，个人出行，家庭出游，全包价，办包价;对吃，住，行，风俗习惯的不同需求。

(五) 内部信息；

1. 内部指导我社正常运行的信息获取途径有：网络;报表，营业统计，财务分析;工作报告;内部行文指示;工作笔记;内部刊物;通信工具。

2. 外部旅行社发展指南：公共刊物，统计资料;旅游贸易会，洽谈会;旅游信息反馈;各行业交流;问卷调查

3. 坚持有效，适用，适时，真实，适量，新鲜，及时的信息原则。

(六) 年度计划：

我社属乌鲁木齐重庆分社，成立时间 XX-10-1。下年我公
关部计划有下：

1. 统计新疆现有旅行社开往重庆游的路线。
2. 推广我社特色路线，（有条件的做一次“新-重”记者游）。

五.

. 统计部门人员分配，增加总做人员，扩大部门建设。

(七) 部门管理：

1. 人员管理：人员有三（洪红 张鹏 王公安）
2. 经费管理： 20 万元合理利用
3. 信息管理：收集竞争对手信息，扩充实力。
4. 与上游企业联系：和酒店，航空公司，交通部门，景区，购物部门等，建立长期的友好合作关系。

六. 财务部门分析计划：

1、筹集资本本社总资本 300 万元，是通过集资实现的：

现任总经理田科出资 80 万元，其余 7 人每人出资 30 万元。

本社主要分 4 个部门：财务部、营销部、公关部、人力资源部。由于旅行社刚成立，所以对于各社的资本需要量只能是初步的预测。

在预测之后，对各社资本的分配是：营销部由于要新产品开发、市场调研及宣传和做企划方案安排了 36 万元的资金，公关部与上游企业和地接社联系安排了 20 万元，人力资源部 15 万元，另外还有 20 万元用于购车，再就是房屋的一年租金一次交清 2 万元和各种资料及设备等的采集共用了 30 万元。余下的 77 万元留存财务部作后备资金发及发工资之用，此外，还有 100 万元上交庄旅游局作国际旅行社的保证金。至于预算方面，初步是：到年末达到净收入 180 万元。

2、资本运用。这就需要各部门合理运用所规划的资金做好份内的工作。营销部：新产品开发、市场调研及广告宣传和做企划方案；公关部：与上游企业和地接社联系；人力资源部：招聘和培训新员工；就财务部而言就是对社内部的资料、设备、杂物等进行配置，以及到月末年末分发工资、奖金，对于工资的安排是：总经理 1800 元每月，各部门经理 1500 元每月，业务员 1200 元每月。奖金是成本节约奖和销售冠军奖均为 XX 元。

3、股利分配这主要是财务部要协助董事会处理好股利分配问题。我们现在的初步计划是到年终除总经理得到年总利润的10%的红利外，余下7人每人5%，剩下的利润就留作上交税金、购买设备资金和公积金。

4、保管对旅行社货币的收支以及其他财务方面的交易活动进行管理：每次销售产品后的收入上交财务部，企业运行过程中的费用均需开示发票到财务部报账。对旅行社来说，团队的收入有两种情况。一是：现收；二是：应收账款。对于这两者，应收款是管理的重点，即收现率应是一个重要的指标。但应收账款不仅会占用公司的资金，而且，也会产生坏账的风险。

这就需要公司制定相应的信用制度，来规避风险。同时，应根据旅行社的行业特点，挂账就应严格审查挂账的依据，防止业务员的暗箱操作。当然，采取一定信用策略，也是企业参与竞争的必要手段。同时，应严格遵守收支两条线的原则，禁止业务员不通过财务部门直接从收入中支取成本。

5、信用和收款财务部要制定信用政策，催收旅行社的应收账款。与各地接社和上游企业结清帐。

6、保险这一点对旅行社很重要。把旅行社财产、人员以及组团后游客的人身财产保险，如此把旅行社经营活动中和风险转移到了保险公司，保证了经营活动可以更加大胆地进行。

7、团队核算本社在团队核算中都已采用了单团核算体系，来进行旅游团队的基本财务核算。所谓单团核算就是将每个团做为核算对象，进行独立的财务记录和分析。这样处理的好处就是通过缩小核算单位，将每个团的盈亏责任落实到具体的业务员身上，并能掌握每个团的具体情况。

8、最后，对于节省资本方面，我们考虑：降低交通费，通过利用业务量来与航空公司谈判；而地接费可通过招标等手段来减低成本。现代企业的竞争，主要就是采取低成本策略和产品奇异性策略。而旅行社作为进入门槛低竞争激烈的行业，成本支出的控制则尤为重要。现在，公司对成本的控制只是用毛利率来加以限制，其实可以引入标准成本来加强控制。

如：对常规路线可让业务部门和财务部门共同制定出淡、旺季团队标准成本和标准报价，即通过团队的实际成本和标准成本的对比，来找出其中的差异，并督促业务部门向标准指标努力。这样财务也可以根据标准来判断成本支出的合理性。

当然，在采用毛利率和标准成本控制下，也应同时制定相应的激励机制。如：可设立成本节约奖、销售冠军奖等，来调动员工的积极性。而奖金的支出应从管理费列支。对于非常规团队在制定线路时，也应测算出相应的成本来。实际上，这种个性化旅游在未来的旅游市场一定会占有相当的比例。

篇章 2: 旅游创业计划书 【按住 Ctrl 键点此返回目录】

公司介绍；

经年来，随着中国的知名度的提高，越来越多的人开始关注中国的文化和发展，但是祖国境内一直缺乏为“小语种”外国旅游者提供一体化服务的公司，是很多“小语种”外国友人不能很好的领略中国的文化和山水。本公司针对国外的旅游者，提供一体化的周到服务，是旅游者尽情享受中国的山水。

另一方面，本公司还接受国内的旅游者，也是以周到的服务赢得顾客信任。

市场概貌；

随着社会的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强，旅游业对城市经济的拉动性、社会

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/446124105145010240>