

旅游计调师 实务教程

主编：梁智 韩玉灵

JD

旅游业从业人员资格培训丛书



旅游教育出版社

旅游业从业人员资格培训丛书

旅游计调师实务教程

梁 智 韩玉灵 主编

 旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:张毅

图书在版编目(CIP)数据

旅游计调师实务教程/梁智,韩玉灵主编. —北京:旅游教育出版社,2011.7

(旅游业从业人员资格培训丛书)

ISBN 978-7-5637-2103-0

I. ①旅… II. ①梁… ②韩… III. ①旅行社—业务管理—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 005822 号

旅游业从业人员资格培训丛书

旅游计调师实务教程

梁智 韩玉灵 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	17.25
字 数	269 千字
版 次	2011 年 7 月第 1 版
印 次	2011 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1 - 8000 册
定 价	36.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《旅游计调师实务教程》编委会名单

主 编:梁 智 韩玉灵

副主编:卢政营 王 莹

编 委:(以姓氏笔画为序)

丁月卉	丁再献	于永钧	马本忠	王重华
王祖淦	王 哲	王碧含	史广峰	史建平
刘 洋	吕俊杰	乔晋灵	李冬佳	李丽红
汪 爽	贾云辉	高 宏	郭 林	韩大庆
满大庆				



不断创新,始终增值

“外联买菜,计调做菜,导游吃菜,经理洗碗筷”,这是在旅行社行业流传多年的几句笑谈。虽是笑谈,也有几分道理。就计调业务而言,喻为做菜,就是调和鼎鼐之功。自古以来,良相、良医、良厨是并驾齐驱的,易牙先治鼎鼐,后治国家传为美谈,“治大国若烹小鲜”亦成为名言。由此推之,计调不仅是一份业务,也是一门艺术。

随着国民经济持续发展,对外开放不断扩大,居民消费结构升级、收入增加,旅游需求量将更为旺盛,旅游业已成为我国的战略性产业。传统的旅游服务只能基本满足广大旅游者对于旅游产品的要求。中国的旅游业依然存在旅游服务不优、旅游专门人才短缺、旅游管理相对落后的情况。特别是在满足游客个性化需求方面还有很多缺陷。休闲度假的提速、旅游出行方式的多样化、区域合作及产业融合成为新的趋势、包括旅游业与其他业态进行的融合及信息化推动旅游业成为现代化服务业的未来发展方向,这都为旅行社的发展和跨越提出了新的建议和方向,需要有专门从事旅游产品的策划设计、产品采购、成本核算,以及为旅行团队和散客旅游行程作出具体安排并对旅游销售、服务等环节进行调控,同时承担结算相关账目等工作的专业人员。在这样的大背景下,旅游计调师应时而生。

计调师,是一个创新称谓,也是一个客观称谓。多年以来,计调只是一个岗位、一个工作环节;计调工作者只是“人员”。在本书中,第一次定了位、第一次提了格,对于计调人员而言,大有翻身得解放之感。这就要求计调师在业务方面不断创新,为旅行社的经营管理增值作出贡献。计调师的责任,第一是设计师,涉及旅行社产品的设计更新,整合性很强;第二是协调师,涉及旅行社内部运营的方方面面,这就需要鼎鼐之能;第三是运营师,使行程顺利、客人满意,尤其是各种突发情况,没有两把刷子是干不下来的;第四是核算师,成本控制,层层核算,数字里面见真章;第五是管理师,要有严格的精神,不怕得罪人的态度,堵塞漏洞,步步为营;第六是律师,旅游产品没有专利可言,也谈不上知识产权保护,所以很容易搭便车,影响整个行业的创新,实践中,就必须在其间探索出一条保护创新的路径和方法;第七是创造师,甚至是创造大师,挖掘旅行社的优势,开拓新路,尤其是在现代电子商务的条件下,不创新就死亡。

携程旅行网就是把旅行社计调领域中的预订环节集中放大,利用电子商务条件,作出了第一流的业绩。自去年以来异军突起的团购,也不过是计调领域多年持续的传统业务,但是手段变了,运营形态就发生了根本的变化。旅行社业务是一个富矿,计调师也是勘探师和采矿师,从中可以挖掘更多的效益。比如,下一步的发展方向很可能就是“旅联网”。物联网都产生了,旅联网也是必然。其创新方式可能就是计调师的联网运行。其实现的技术手段可能是“云计算”,最终达到“云旅游”。这就意味着旅行社运营的革命性变化,会成为对计调师的最大挑战。

旅游发展对计调师数量和质量的需求在不断提高,仅靠旅行社各自制定的岗位条件和用人标准来挑选计调从业人员是远远不能满足行业用人需求的。为保证计调师的数量和业务水平,制定计调行业规范、统一的人才从业标准是必需的。为了推动旅游业发展,大力推进旅游企业岗位培训,引进人才竞争机制,实行旅游从业人员资格认证和考试制度,严格执行标准化操作,旅游职业培训项目管理办公室完成了职业技能鉴定系列丛书之一《旅游计调师实务教程》的编写和评审工作。同时,旅游计调师职业培训和职业技能鉴定实验性工作的开展,对新《旅行社条例》的颁布和顺利实施起到了积极的推动作用。

《旅游计调师实务教程》是由长期从事旅游教育研究的专家编写而成,历时3年,经过数次研讨修订。在内容上,力求体现“以职业标准为导向,以职业技能为核心”的指导思想,突出职业培训特色,概念清楚、内容深入浅出、重点突出、案例典型、理论扎实、实践可行,具有实用性、全面性、权威性、创新性。该书既可作为大中专院校旅游专业的教材,也可供旅行社计调师参考使用。本书编辑出版的意义将不仅局限于培训教育本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对旅游业的规范服务和运营管理的健康发展产生积极的推动作用。

这本教材的出版,不仅响应了国家旅游局关于为旅游行业培养大量知识型、技能型、复合型、创新型人才的号召,还填补了旅游计调师行业培训教材的空白,将会收到巨大的社会效益和文化效益。

中国旅游研究院学术委员会主任 魏小安

中国旅游业未来5年规划发展的目标是,在把旅游业培育成国民经济重要产业的同时,为把我国建设成为世界旅游强国而夯实基础。预计到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。因此,“旅游计调师职业培训项目”的推出,恰恰迎合了市场的需要,准确地与市场需求相匹配。同时,“旅游计调师职业培训项目”以其实用的培训课程设置、严谨的考评体系,迅速地弥补了国内旅游计调师职业培训的市场空缺。

旅游计调师简称“计调”。“计调”是进行旅游实际操作的专业人员,主要负责新线路的开拓、食宿谈判、行程安排、成本核算等经营管理工作。旅行社开辟一条线路、带一个团能否赚钱、赢利多少,全靠“计调”进行掌控和核算。因而“计调”也被称为旅行社的中枢。计调人员的素质直接决定了旅行社的经营管理水平,也决定着旅行社的利润和服务质量。

《旅游计调师实务教程》从多个角度对旅行社计调业务的核心定位、素质要求、业务内容及未来发展趋势等问题进行了阐释。第一章,主要介绍了计调业务的基础知识,明确了计调业务的发展脉络,重点是明确计调业务的功能性;第二章,主要介绍了计调部门的设置和计调人员的素质要求,重点强调了计调业务的工作对象等,明确计调业务的职业化;第三章,突出了计调业务采购的内容,尤其是对交通、住宿、景点服务及餐饮、娱乐和购物服务的采购,重点是明确计调业务的外包化;第四章,强调了计调业务本身的运作机制和规律,重点是强调计调业务的技能化;第五章,是对计调业务突发事件的处理及相应的保险策略,重点是强调计调业务的突发性;第六章,是分析旅游服务采购管理及质量提升的路径,重点是强调计调业务的标准化;第七章,是探索旅游消费心理在计调业务中的实际应用策略,重点是强调计调业务的创意化;第八章,是讨论旅行社电子商务管理及其运营模式,重点是强调计调业务的网络化;第九章,是阐述计调业务中可能出现的各种法律问题,重点是强调计调业务的法制化。

本书由天津财经大学梁智教授担任主编,负责全书框架的设计及总撰、审校,并具体负责第一、第三章的编写工作;北京第二外国语学院韩玉灵教授担任第二主编,负责第五、第九章的编写工作,李兰、张靖玲、祝凡杰、张娟娟、于青、参加了写作;天津财经大学旅游系主任卢政营博士承担第六、第七、第八章的编写工作;天津

财经大学旅游系王碧含老师承担第二、第四章的编写工作。在全书编写过程中,天津财经大学商学院旅游系汪爽、李丽红、丁月卉等老师对部分章节进行了资料整理等工作,对她们为本书出版所付出的艰苦努力,在此谨表衷心感谢。

本书编写过程中,得到了北京德利丰根教育文化发展有限公司董事长王莹女士、天津市旅游培训中心主任马本忠先生和吕俊杰老师、南开大学商学院旅游学系李天元教授、天津黄土地旅行社总经理王祖淦先生的大力支持,在此,谨向他们表示感谢。

同时,本书在仓促之间成稿,疏漏之处在所难免,希望旅游行业的专家学者和广大教师能够对本书的写作框架、内容设置和不足之处提出宝贵意见,以便本书能够在各位专家、同仁的指正下,不断精益求精,内容质量能够不断提高,以推动旅游计调师的培养和提升旅游计调业务的操作水平,促进旅行社业的变革和发展。

作 者

2011年4月25日

目 录

前 言	1
第一章 计调业务的基础知识	1
[学习目标]	1
第1节 计调业务的产生与发展	2
第2节 计调业务的内涵、类型与特点	7
第3节 计调业务的地位与作用	11
[典型案例]	16
[本章小结]	17
[复习思考]	17
第二章 计调部门与计调人员	19
[学习目标]	19
第1节 计调部门的设置与职责	20
第2节 计调人员的素质与能力	29
第3节 计调工作的服务对象	35
[典型案例]	39
[本章小结]	40
[复习思考]	40
第三章 计调业务的采购内容	42
[学习目标]	42
第1节 旅游交通、住宿、景点服务	43
第2节 旅游餐饮、娱乐、购物服务	67

第3节 旅行社接待服务	74
[典型案例]	80
[本章小结]	81
[复习思考]	81
 第四章 计调业务的运行与管理	83
[学习目标]	83
第1节 计调业务的原则与策略	84
第2节 旅游服务项目的采购	92
第3节 旅游咨询与接待	99
[典型案例]	102
[本章小结]	103
[复习思考]	103
 第五章 计调业务的突发事件处理	105
[学习目标]	105
第1节 旅游计划变更的处理	106
第2节 旅游服务项目变更的处理	109
第3节 旅游安全及事故的处理	114
第4节 涉及旅游保险的事故处理	120
[典型案例]	127
[本章小结]	129
[复习思考]	129
 第六章 旅游服务采购管理与质量控制	131
[学习目标]	131
第1节 旅游服务采购管理的意义、特点及方法	132
第2节 旅游服务采购的人员、渠道及协作网络管理	137
第3节 旅游服务采购的质量控制及提升	146
[典型案例]	152
[本章小结]	153
[复习思考]	153

第七章 旅游消费心理及应用	155
[学习目标]	155
第1节 旅游者的消费心理	156
第2节 旅游服务企业的心理对策	162
第3节 旅行社的相关心理对策	169
第4节 旅游企业的合作营销模式	174
[典型案例]	176
[本章小结]	177
[复习思考]	177
第八章 旅行社电子商务及应用	178
[学习目标]	178
第1节 旅行社电子商务的应用与发展	179
第2节 旅行社电子商务的运营机制	186
第3节 旅行社电子商务的发展路径及对策	198
[典型案例]	202
[本章小结]	204
[复习思考]	204
第九章 计调工作中常见的法律问题	206
[学习目标]	206
第1节 旅行社的经营保障	207
第2节 旅游消费者的权益	221
第3节 旅游出入境与交通	237
第4节 旅游纠纷的处理	246
[典型案例]	256
[本章小结]	257
[复习思考]	257
附 录	259
附录1:计调业务的工具	259
附录2:计调业务的手段	259

附录3:组团社作业规程	260
附录4:地接社作业规程	261
参考文献	264



第一章

计调业务的基础知识

[学习目标]

通过本章学习应该达到以下目标:

- 知识目标:掌握计调业务的类型与特点,了解计调业务产生的背景和发展进程。
- 技能目标:能准确区分不同类型的计调业务,确认不同类型计调业务的工作范围。
- 能力目标:能较熟练地描述计调业务在旅行社经营管理中的作用,解释计调业务对于旅行社经营所具有的意义。

[引例]

计调业务给旅行社经营业绩带来的变化

某旅行社是一家以接待国内旅游者为主要业务的旅游企业。该旅行社的前任总经理吴某十分重视旅游团队的接待工作。为此,在吴某的主持下,该旅行社制定了详细的旅游团队接待制度、旅游接待服务质量标准、旅游团队接待业务流程等制度和规范,为提高旅游接待服务质量打下了良好的基础。

然而,吴某不重视计调业务,认为它属于“二线业务”,是接待业务部门的内勤服务。吴某将一些不能胜任旅游团队接待工作的人员安排在计调部门,担任旅游服务采购、旅游计划制订、旅游信息统计等工作。由于这些人员既不具备计调业务工作经验,也不能在计调岗位上安心工作,经常出现工作差错。结果,该旅行社的旅游接待工作无法得到切实可靠的旅游服务采购保障,难以顺利执行旅游接待计划,招致旅游者和组团社的不满和抱怨。另外,由于该旅行社计

调人员所采购的旅游服务产品质次价高,使得该旅行社的经营成本大幅增加,经营利润微乎其微。

2004年,吴某因健康原因辞去总经理职务。该旅行社所属的旅游企业集团任命张某继任总经理。张某上任后,认真分析了该旅行社在经营上存在的问题,认为计调业务是该旅行社的弱项,直接导致了旅行社经营业绩不佳和服务质量下滑。为此,张某调整了计调部门的人员配置,委派年富力强而计调工作经验丰富的赵某担任该部门经理,将几名不能胜任计调业务工作岗位的人员调出,从社会上招聘了3名长期从事计调业务工作,责任心强的人员,让他们分别担任旅游服务采购、旅游计划制订和旅游信息统计工作。张某还特别为计调部门的人员增加了工资,并利用旅游淡季组织计调业务培训。

经过一段时间的努力,该旅行社的计调业务工作大有起色。首先,计调部门根据旅游接待计划采购旅游服务产品,既保证了旅游服务产品的质量,也降低了采购价格,使得旅行社的对外报价具有较强的竞争力,而且降低了经营成本和采购成本,增加了旅行社的经营利润。其次,计调部门建立了一个卓有成效的旅游合作网络,确保旅行社能够在旅游旺季里得到充足的旅游服务产品供应,为旅游接待计划的顺利实施奠定了基础。最后,计调部门的信息收集和统计工作有了较大进步,既为旅行社领导的决策提供了及时的信息参考,也为该社的其他业务提供了大量及时、可靠的经营信息。

两年后,该旅行社的经营业绩名列当地旅行社行业前茅,卓有成效的计调业务工作功不可没。

(资料来源:根据在某市旅行社行业的实地调查结果整理,2007.)

上述案例告诉我们,旅行社经营的成功与否,很大程度上与旅游采购相关。作为负责旅游服务采购的计调业务部门,是旅行社的一个重要业务部门,必须受到旅行社经营者的高度重视。因此,每个旅行社经营管理者都必须了解计调业务在旅行社经营管理中的地位、意义及其所发挥的作用,熟悉旅行社计调业务的主要类型及其业务内容,掌握旅行社计调业务的特点。

第1节 计调业务的产生与发展

一、计调业务的定义

1. 了解计调业务定义的意义

作为旅行社主要经营业务之一的计调业务,对于旅行社的经营成败具有举足

轻重的作用。然而,由于历史的原因,人们存在着对于计调业务的一些模糊认识。例如,有人把计调业务简单地等同于预订业务。还有人把计调业务混同于接待部门的后勤业务。这些认识虽然有一定的道理,但是却失之偏颇。某些旅行社管理者甚至由此产生了对计调业务的轻视思想,认为市场销售、旅游接待等属于旅行社的关键业务,而计调业务则无足轻重。在这种思想的影响下,一些旅行社管理者在实际工作中存在重视市场销售和旅游接待,轻视计调业务的倾向,将计调部门看做“二线部门”,在人员配备、资源配置等方面不予重视。这种情况不仅影响了计调业务的开展,并且导致了旅行社经营效益的损失。因此,我们认为,了解计调业务的定义,有利于澄清人们对计调业务的模糊认识,准确把握计调业务的性质,从而更好地开展计调业务。

2. 计调业务的狭义定义与广义定义

(1)计调业务的狭义定义。旅行社计调业务的狭义定义,从计调部门的日常工作角度出发,将计调业务等同于旅行社的采购业务和信息统计工作。该定义认为,计调业务,是旅行社为了落实旅游计划所进行的旅游服务采购及为旅行社业务决策提供信息服务等工作的总称。

计调部门从市场销售部门接到旅游团队或旅游者的旅游合同或协议,并以这些合同或协议为基础制订相应的旅游接待计划。根据旅游接待计划,计调人员进行用车调配、行程安排、酒店落实、票务预订、景点确认等工作。然后,将旅游接待计划及活动日程交给接待部门执行。由此,旅行社的各个业务部门因计调部门的有效运作形成完整的、互动的经营体系。

(2)计调业务的广义定义。旅行社计调业务的广义定义,从旅行社计调部门的整体业务角度出发,认为计调业务应包括以下三个方面的内容:

① 计调业务具有在旅行社内部进行协调和联络的性质,是旅行社内部各个部门之间协调与联络的中心。

② 计调业务具有统计数据和提供信息的作用,为旅行社业务决策和计划管理提供信息服务。

③ 计调业务具有对外采购旅游服务的职能。计调部门代表同其他旅游服务供应商建立广泛的协作网络、签订采购协议,为旅游者所购买的各种旅游服务的落实提供保障。

④ 计调业务具有协同处理有关计划变更和突发事件的任务。

因此,从广义的角度,我们认为应将计调业务定义为集旅行社内部联络、协调、统计、信息提供、协作网络建立、旅游服务采购、旅游接待计划制订与变更等业务项目于一体的综合性业务。

【补充阅读材料 1-1】

计调技能的划分

计调人员根据其职业技能及业务素养可划分为三大类别:规范型初级计调、策划型高级计调、全能型主管计调。

(资料来源:熊晓敏.旅行社 OP 计调手册<第 1 版>.北京:中国旅游出版社,2007.)

二、计调业务的产生

1. 旅行社计调业务产生的历史背景

(1)国外旅行社计调业务产生的历史背景。计调业务首先出现于 19 世纪中叶的英国。当时,作为最早发生产业革命的英国,其经济结构和社会结构发生了巨大变化,为旅行社及其计调业务的产生提供了各种有利条件。这些条件包括交通设施的改善、经济收入的增长和旅游需求的产生。

① 交通设施的改善。产业革命促进了科学技术的进步。蒸汽机车和轮船的相继出现,提高了运输能力,缩短了运输时间,使大规模的人员流动成为可能。

② 经济收入的增长。随着生产力的迅速提高和社会财富的急剧增加,有产阶级的规模日益扩大,越来越多的人具备了承担外出旅行费用的经济能力。

③ 旅游需求的产生。产业革命使英国的城市化进程加快,改变了当地居民的生活方式,使旅行逐渐成为一部分人的经常性活动,刺激了他们的旅游动机和对旅游服务的需求。

(2)我国旅行社计调业务产生的历史背景。进入 20 世纪以后,我国的民族资本得到了较快发展,珠江三角洲,长江中下游,京、津、唐等地区的经济活动和城市化进程加快,交通条件有了较大的改善,具有支付外出旅行费用能力的人越来越多。另外,由于欧美国家来华人员生活方式的影响,我国城市里的一部分人产生了旅游动机,致使国内旅游客源市场产生。

2. 旅行社计调业务的产生

(1)国外旅行社计调业务的产生。国外的旅行社计调业务最初产生于英国的托马斯·库克旅行社。1845 年,英国人托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社,专门从事旅行代理服务。托马斯·库克的旅行社采取了向交通、住宿等单项旅游产品供应商集中采购的策略,将旅游服务采购形式从多批次的分散性购买转变为一次性批量购买。这种采购方式的转变使旅行社不仅降低了采购成本、提高了服务效率,而且还能从旅游服务供应商那里获得价格优惠,从而降低了旅游者的旅游支出并增加了旅行社的经营收益。托马斯·库克旅行社对旅游服务采购方式的

变革成为旅行社计调业务的开端。

(2)我国旅行社计调业务的产生。1923年,陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立的旅行部,是我国旅行社的前身。该旅行部于1927年独立,更名为中国旅行社。该旅行社的一项重要经营业务,即为代客预订各种交通票据和安排食宿,成为计调业务的雏形。然而,由于当时我国正处于战乱时期,经济发展缓慢、旅行社业的规模很小、旅游者数量不多,因此,导致计调业务的发展缓慢。

【小思考 1-1】

规范性初级计调人员的岗位特点是什么?

答:规范性初级计调人员的岗位特点,是相对简单、技术含量不高,对从业人员的素质要求相对较低。对于初次接触旅游行业的人员而言,经过一段时间的岗前培训及模拟操作,即可胜任此职。

三、计调业务的发展

1. 国外旅行社计调业务的发展

(1)综合性时期。19世纪40年代至第二次世界大战前,以欧美地区旅行社为代表的国外旅行社基本上属于综合型旅行社。其计调业务,属于旅行社内部的一项经营业务,专司旅游服务采购活动。旅行社计调部门或人员统一对外采购交通、住宿、餐饮、景点、娱乐等服务项目。尽管这种模式能够满足旅行社的旅游接待服务需要,但其工作效率较低、占用人员较多、采购成本较高。

(2)专业化时期。第二次世界大战后,世界范围内旅游业的发展与繁荣,为旅行社业的发展提供了前所未有的机遇。旅行社进入高速发展时期。旅行社计调业务也受到空前的重视。在这一阶段,国外旅行社已经形成了垂直式的分工体系。旅行社进一步分为以市场开发、组团出游为主要业务的旅游经营商和以招徕客源为主要业务的旅行代理商。其中,一些旅行社代理商则发展成为专门经营某一项业务的企业。例如,有的旅行代理商专门经营航空机票的预订;有的旅行代理商专门负责安排旅游者在旅游期间的食宿;还有的旅行代理商专门提供导游陪同服务等。更有一些旅行社发展成为专门为商务旅游者出行服务的商务旅行社。这样,一些旅行社将计调业务委托或外包给其他专门经营此类业务的旅行社,另一些旅行社则专门提供计调服务。这种分工形式大幅提高了旅行社计调工作的效率,降低了经营和管理成本。

(3)网络化时期。20世纪80年代以后,随着信息技术的发展和互联网的普及,电子化、网络化和全球化已成为当今世界旅行社计调业务发展的趋势。国外的