

新编



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜXINGSHE JIDIAO YEWU

旅行社计调业务

王煜琴 韩国华 沈建军等 编 著



旅游教育出版社



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜXINGSHE JIDIAO YEWU

旅行社计调业务

王煜琴 韩国华 沈建军等 编 著



旅游教育出版社

责任编辑:刘立梅

图书在版编目(CIP)数据

旅行社计调业务/王煜琴等编著. —北京:旅游教育出版社,2012.1

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2053 - 8

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅行社—企业管理—高等职业教育—教材
IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 242419 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

谢彦君 总主编

旅行社计调业务

王煜琴 韩国华 沈建军 等编著

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	16.25
字 数	256 千字
版 次	2012 年 1 月第 1 版
印 次	2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价	29.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任
委 员

谢彦君

(按音序排列)

狄保荣

韩玉灵

计金标

姜文宏

罗兹柏

王昆欣

张广海

张新南

朱承强



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,进一步昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题作出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套丛书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所作出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。

是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言



中国旅游业经过 30 多年的发展,已经具备了庞大的产业基础,成为国民经济的支柱产业。随着人们生活水平的不断提高,旅游越来越成为人们生活的重要组成部分。旅行社作为面向旅游活动提供服务的行业,将有广阔的发展前景。

当前,旅行社市场正面临由无序竞争向有序竞争转变的形势,在激烈的市场竞争中旅行社能否长盛不衰,关键在于其从业人员综合素质的高低。而计调作为旅行社的核心岗位之一,其工作人员的职业素质、业务操作能力对于旅行社发展的成败将起到至关重要的作用。另外,调查结果表明,市场上对高素质和复合型计调人才极为渴望。

一直以来,我国关于旅行社计调岗位的书籍甚少,市场特别呼唤专业化和权威性的教材面世,《旅行社计调业务》一书就是在这样的市场需求下编著的。应该说,此书的编著出版,填补了旅行社计调岗位规范化、实用型教材的空白。

本书前两章主要规范了计调的概念,阐述了我国旅行社计调产生和发展的历程,概述了计调的岗位作用和岗位职责,概括了我国旅行社计调员的职业素养,讲述了旅行社产品管理相关知识;第三章到第八章主要以旅行社计调员的实际操作技能和能力培养为出发点,紧紧围绕国内外旅游业发展的最新动态,通过大量翔实的经典案例分析和材料示范,对计调员操作业务进行了详细的论述和说明。本书体系完整,内容丰富;案例皆来源于当前旅行社的实际工作,生动、形象、具体,极具说服力;业务操作流程与旅行社实际岗位工作紧密结合,实践性、应用性极强。本书是旅游高职高专院校学生的必学教材,也是旅行社在职计调工作人员必不可少的参考书。

本书由山东旅游职业学院王煜琴教授设计大纲并统稿,由王煜琴、韩国华、沈建军完成第一章、第二章、第三章、第五章、第七章、第八章的编写,张敏敏、李鑫完成第四章的编写,王丙晖、戴学成完成第六章的编写。

主持本书编写的王煜琴教授有 20 多年的旅游教育工作经历,丰富的旅行社经营管理实践经验,就旅行社的诸多课题进行了研究,且关于旅行社计调内容发表了

多篇论文;本书其他作者皆系具有多年旅行社工作经验的旅游高等院校优秀学者、教授或者来自名牌旅行社并具有一线操作经验的计调工作者。

在编著过程中,参考借鉴了许多国内外相关的学术著作和研究成果,得到了山东旅游职业学院领导的大力支持和帮助,以及广州广之旅国际旅行社股份有限公司、春秋国旅、山东远航国际旅行社、山东旅行社国际旅游有限公司、山东省中国旅行社、山东日新旅行社等单位的鼎力相助,在此一并表示衷心的感谢!

由于旅行社计调领域的研究刚刚起步,实践中涉及的问题较为复杂,本书难免存在不足和疏漏之处,敬请各位专家、学者、广大读者和在职专业人士批评指正。

编者

2011年11月于泉城

目 录

第一章 旅行社计调概述	1
第一节 计调的产生与发展	1
第二节 旅行社计调岗位作用和岗位设置	8
第三节 旅行社计调员的职业素养	15
第二章 旅行社产品管理	30
第一节 旅行社产品概述	30
第二节 旅行社产品特色塑造	33
第三节 旅行社产品创新	44
第三章 国内组团计调员操作实务	58
第一节 国内组团旅游线路产品示范	58
第二节 国内组团计调员业务操作流程	61
第四章 出境组团计调员操作实务	95
第一节 出境组团旅游线路产品示范	95
第二节 出境组团计调员业务操作流程	109
第五章 国内地接计调员操作实务	147
第一节 国内地接旅游线路产品示范	147
第二节 国内地接计调员业务操作流程	150
第六章 入境地接计调员操作实务	190
第一节 入境地接旅游线路产品示范	191
第二节 入境地接计调员业务操作流程	198

第七章 自由行计调员操作实务	217
第一节 自由行旅游产品示范	217
第二节 自由行概述	221
第三节 自由行计调员业务操作流程	227
第八章 计调员对突发事件和投诉的处理	232
第一节 计调员对于突发事件的处理	232
第二节 计调员对于游客投诉的处理	239
第三节 案例解析	243
参考文献	249

引言

计调业务是旅行社业务的重要组成部分,从旅行社产生起,即随之产生。在旅行社发展的早期,职能分工不清晰,计调业务和其他业务交叉在一起。随着旅行社业的逐渐壮大,旅行社内部的分工协作越来越细,计调业务渐渐地独立出来,成为旅行社不可或缺的业务类群;随着旅行社的快速发展,计调业务作为旅行社的核心地位日益凸显并为业界公认。与此同时,行业发展对计调员的综合素质提出了新的要求,职业道德素养、职业知识素养以及职业能力素养构成了从事计调业务必备的职业素养。

本章阐述了计调的概念、计调的产生与发展,讲述了计调的岗位作用及旅行社计调的岗位设置情况,概述了计调员应具备的职业素养。

学习目标

1. 了解旅行社计调业务在我国的发展历程
2. 掌握计调在旅行社的岗位作用
3. 能够根据旅行社实际情况画出计调岗位设置图
4. 理解掌握计调岗位职责
5. 了解计调员的职业素养,为未来成为一名合格的计调员做准备

第一节 计调的产生与发展

一、计调的概念

在我国,计调的称谓带有计划经济的烙印。在新中国成立之后的很长一段时间

间里,我国旅行社是隶属于政府的行政或事业单位,没有经受过市场经济的考验。到1985年《旅行社管理暂行条例》颁布,才从法律上确立了旅行社的企业性质,当时旅行社的计调承担的是调度员的角色。

随着旅行社的发展,计调的含义在保持原有的基本意义的同时,其外延和内涵均有不同程度的变化。在不同规模的旅行社里,计调工作内容差异较大,有些旅行社的计调部门承担了除导游工作之外的所有工作,而有些旅行社计调部门仅仅进行旅游资源、旅游设备和旅游相关接待单位的协调。

到目前为止,没有形成一个权威的统一的计调概念。根据计调内涵和外延涵盖的内容不同,计调的概念学界有以下不同的表述:

(1)计调是旅行社中负责旅游团队所用车辆、导游、饭店、酒店、景点等相关旅游要素协调调度的工作。^①

(2)计调是旅行社内部专职为旅游团(散)客的运行走向安排接待计划、统计与之相关的信息并承担与接待相关的旅游服务采购和有关业务调度工作的一种职位类别。^②

(3)旅行社计调一般包含两层意义:一是指在旅行社工作中从事旅游产品的开发设计与采购,承担部分或者全部销售任务,制订并实施团队或者散客接待计划,监督旅游活动过程,完成旅游活动结束后其他相关收尾工作的岗位类别;二是指计调员(旅行社行业内又称线控、团控、OP等)。在实际工作称谓中,有时计调就是计调员的简称,如“我们很喜欢某某旅行社的计调”、“计调是旅行社的心脏”等。^③

鉴于我国旅行社总体表现为数量多、规模小,批发零售的行业分工体系尚未完全形成,而占有绝对比例的中小型旅行社的计调岗位承担了多种职能,第三个概念所概括的内涵和外延适时适度,因此本文采用第三种概念。

计调员是旅行社总经理的智囊,计调工作是旅行社各项工作的核心。

本书中出现的计调专指计调岗位,在计调岗位上工作的计调人员统称为计调员。

二、我国旅行社计调工作的发展历程

我国旅行社计调业务是随旅行社业务的发展而变化发展的。

1923年爱国民族资本家陈光甫在其工作的银行设立上海储蓄银行旅行部,这是我国第一家旅行社,计调工作作为旅行社的基础性工作便随之产生了。

① 百度·百科. <http://baike.baidu.com/view/639594.htm>.

② 熊晓敏. 旅行社OP计调手册. 北京:中国旅游出版社,2007:1.

③ 王煜琴. 旅行社计调实务. 济南:山东大学出版社,2009:1.

1927年,该旅行部独立出来,更名为中国旅行社,即现在香港中国旅行社的前身。随着我国近代旅行社单体规模的扩大,如中国旅行社在抗日战争爆发之前,其分社和办事处达到45所,遍布全国,计调业务逐渐获得强化。但由于当时战争频繁、经济发展动荡起伏,旅游业属于国民经济的寄生行业,遵从国民经济的发展曲线。1937年以后,抗日战争爆发,中国旅行社和其他近代旅行社辛苦经营的成果在日寇摧残下损失殆尽,抗日战争结束后,社会动荡,旅游事业无法扩大发展。

新中国成立后,我国旅行社的发展主要经历了四个阶段,在不同阶段,旅行社的计调业务呈现出不同特点。

(一) 后勤工作员时期(从新中国成立至改革开放)

新中国成立以后,于1949年12月在厦门成立华侨旅行社(现名厦门中国旅行社),成立的目的是为了满足不同层次华侨和侨眷出入境探亲旅游等需要。因为是出于政治目的开设的,所以初期许多服务是免费的,不考虑经济利益。后来出于外事工作的需要,经国务院同意,又成立了两个系统的旅行社:一个是1954年成立的中国国际旅行社及其分社,由国务院及地方政府的外事办领导,负责接待外国自费旅游者;另一个是1957年以各地华侨服务社为基础组建的华侨旅行服务社(1974年更名为中国旅行社)总社及其分社,归政府侨务系统,以外籍华人、海外华侨、港澳同胞和台湾同胞为接待对象。1980年,成立了中国青年旅行社总社及其分社,隶属共青团系统,主要以来华游览的青年旅游者为接待对象。至此,我国旅行社业三大组织体系最终完成。由于当时我国的旅游业以接待入境旅游为主,国内旅游尚在萌芽状态,出境旅游因政治和经济方面原因还未能产生,接待入境游客的旅行社需要申请外联权。按照国家旅游局当时的规定,全国只有国旅、中旅、青旅三家旅行社拥有旅游外联权,1980年这三大旅行社接待的海外旅游者占到全国有组织接待人次的80%,其余的20%由其他政府机构组织接待。^①国家对旅游外联权实施保护,客观上形成了旅行社行业由国、中、青三家旅行社寡头垄断的格局。这个时期旅行社的重要任务不是创造经济效益,而是承担政府的政治接待工作。

在此时期的旅行社工作中,类似今天为外宾订房、订车、订餐和提供一些委托代办服务的计调工作,皆由接待部门中的后勤工作人员负责,虽然后勤工作人员在当时的旅行社中不被重视,但其却是新中国成立之后最早的计调工作形式。

^① 国家旅游局人事劳动教育司. 旅行社经营管理. 北京: 旅游教育出版社, 1999: 7.

(二) 调度员时期(从改革开放至 20 世纪 80 年代末)

改革开放以后,入境旅游者迅猛增长,相对于急剧扩大的旅游需求,旅游供给出现严重短缺。为了适应我国旅游业发展的新形势,国家旅游局于 1984 年将旅游外联权下放,允许更多的旅行社经营国际旅游业务,并授予这些旅行社业务经营所需要的签证通知权。这一举措为我国旅行社行业的发展去掉了政策枷锁,刺激了旅行社数量的增加。旅行社在全国范围内迅速发展起来。到 1988 年底,我国的旅行社猛增至 1573 家,彻底打破了我国旅行社寡头垄断的局面。1984 年以后,国旅、中旅、青旅三大旅行社接待人数占全国有组织接待人数的比例,由 1980 年的 80% 下降为 1988 年的 40% 左右。

随着旅行社数量的增多,为了加强对旅行社的管理,1985 年国务院颁布了我国旅游行业第一部管理法规——《旅行社管理暂行条例》,该条例以法律的形式对旅行社的企业性质作出规定:“旅行社是依法设立并具有法人资格,从事招徕、接待旅游者,组织旅游活动,实行独立核算的企业。”同时,《旅行社管理暂行条例》还按业务范围将旅行社划分为三类:一类社能够对外招徕和接待入境旅游者;二类社只接待入境旅游者;三类社只经营国内旅游业务。《旅行社管理暂行条例》的颁布标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。

此时期,除了入境旅游迅速发展之外,国内旅游蓬勃开展,旅行社业务由发展初期的国际入境旅游业务,发展成为国际入境旅游业务与国内旅游业务并举。高额的利润,刺激着旅游行业的发展,到 20 世纪 80 年代末期,我国旅行社发展成为一个具有一定规模的行业,在旅游业中的地位获得了广泛的认可。这个时期旅行社行业市场的总体状况是:产品供不应求,需求和供给同时增长,但需求的增长速度超过了供给,旅行社业市场处于卖方市场阶段,属于旅行社的暴利时代。由于不担心市场需求,此时旅行社的经营管理重点在于产品生产,即属于导游时代,产品创新、质量管理和市场营销等工作没有受到经营管理者的重视。

从承担政府的政治接待任务转变为独立核算的企业,从重视政府形象到创造经济效益为中心,旅行社逐渐从政府的附属机构中脱离出来,成为市场上竞争的单体,逐渐建立起与独立核算企业相适应的组织结构。同样,计调工作从接待部门的后勤工作中独立出来,成为旅行社组织结构的一部分——计调部。这时计调工作相对简单,主要负担产品生产的后勤工作,即为导游的旅游接待工作做好后勤保障服务,包括与各合作单位签订协议,采购旅游服务产品,并将信息传达给相关部门,计调业务对旅行社发展壮大的重要意义还没有充分体现出来。

(三) 管家婆时期(20 世纪 90 年代初至 90 年代中期)

20 世纪 90 年代初,我国旅游业呈现继续扩张之势。在此期间,出境旅游出现

零的突破,中国成为仅次于中国香港、日本和中国台湾的亚洲第四大旅游客源产生地,出境旅游市场开始形成。与此同时,国内旅游保持了持续发展的势头。三大旅游业务齐头并进,有力地促进了我国旅行社行业的发展,仅1992年一年,我国就新增旅行社千余家。截止到1994年,我国共有各类旅行社4382家,比1988年底1573家,增长了2.79倍。这个阶段被称为我国旅行社的迅速增长阶段,尤其是国内旅行社增长更为明显,1994年,我国三类社3399家,占当时旅行社总数的77.57%。

由于旅行社市场仍处于卖方市场阶段,高额营业利润和低准入门槛的双重刺激,使得旅行社在数量上迅速增加的同时,单体旅行社规模上出现下降的趋势,不仅新成立的旅行社规模较小,原来的大社通过承包挂靠或变相承包挂靠转让以及部分转让经营权等方式而分崩离析,小、散、弱、差的旅行社行业竞争格局逐步形成。在实际运行中,旅行社业务本身对技术、资金等方面的要求很低,我国旅行社行业还没有形成垂直分工体系,几乎所有的旅行社在业务上都涉及产品开发、销售、组团和接待,在同一层次上争夺资源的问题。规模小的旅行社虽然仅有几个人,却负责外联、组团、计调、接待所有的业务环节,与国外大型旅行社制度化、流水线作业无法相比。

这个时期,旅行社正规的组织结构已被打破,计调员的职责范围变得模糊不清,失去边界,其工作囊括了产品设计、电话销售、制订线路计划、旅游要素采购、商业谈判、票务工作、售后服务、客户关系管理等诸多业务,成为旅行社的管家婆。

(四) 角色转变时期(20世纪90年代中期至现在)

20世纪90年代中期以后,我国旅行社市场由卖方市场过渡到买方市场,产品出现供过于求,由于散、小、弱、差的旅行社现状,旅行社市场竞争进入了无序竞争阶段,突出表现为市场竞争混乱。为了规范市场秩序,国家旅游局自1995年1月1日起,开始依照国际惯例实行旅行社质量保证金制度,先后颁布并实施了《旅行社质量保证金暂行规定》、《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》、《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》与《旅行社质量保证金赔偿试行标准》,^①规定旅行社必须缴纳质量保证金以保障旅游消费者的合法权益。同时,于1996年10月颁布《旅行社管理条例》以及稍后发布的《旅行社管理条例实施细则》,旅行社开始执行最低注册资金制度。在2001年对《旅行社管理条例》又进行了一次大幅度的修正。之后,在2009年1月21日国务院第47次常务会议通过《旅行社条例》(该条例自2009年5月1日起施行),对旅行社质量保证金制度和最低注册资本金制度

^① 国家旅游局人事劳动教育司.旅行社经营管理.北京:旅游教育出版社,1999:12.

重新修订。各地方旅游法规更是每年都有不同程度的修改,以此对旅行社市场进行重大调整。

随着政府整顿旅游市场日益严厉和旅行社市场竞争的残酷,行业利润迅速摊薄,部分旅行社的经营管理者已经认识到扩大企业规模、实施品牌竞争战略是未来旅行社竞争取胜的必经之路。旅行社在呼唤建立合理行业分工体系的同时,企业内部职能专业化分工也被提上日程。通过借鉴国外大型旅行社制度化、流程化建设的经验,我国旅行社内部将逐步建立起分工协作的组织结构。在组织结构中,计调部门的工作将越来越细分化,越来越专业化,计调员的角色将由管家婆向专业技术人员转变。可以期待的是,我国将会出台统一的计调工作标准,这些标准还将被制定为职业准入门槛。预计在不久的将来,有志从事计调工作的人需要通过考试获得从业资格。

三、计调职业未来发展展望

随着我国旅行社行业向规模化、纵深化、规范化发展,旅行社计调员的职责和分工将更加明确,计调在未来我国旅行社发展过程中仍然居于核心主导地位,是旅行社工作的神经中枢,计调职业有着美好的发展前景。与目前旅行社计调实际业务相比较,未来我国旅行社计调工作将呈现出以下几个特点。

(一) 专业化

在目前的许多中小型旅行社中,计调员的角色还是什么都做的“多面手”,一个计调员可以单独承担旅行社的产品开发、部分或者全部销售、制订旅游计划、进行质量控制、负责旅游结束后的总结回访等整个流程中的大部分工作,属于业务综合化时期。计调员的职责涉及许多环节,而每个环节需要特定的知识和技能,显然,如果这些工作环节全部由一个人去操作,就很难实现细分化和专业化。由于专业分工不明确、岗位职责不清晰,工作界限模糊,随意性较大,缺乏专业化分工的理念和市场评价机制,计调员成长缓慢,导致业务不精,旅行社缺乏竞争力。

随着我国旅行社市场竞争的有序化,制度和组织建设更加完善,计调工作作为其中的一个部分将改变过去旅行社计调人员职务较多、职责不分的现象,业务操作更加规范化、程序化和细分化。

进行专业化分工可有效解决许多问题。对大型旅行社来讲,专业化分工是其组织基础,通过专业化,可以使复杂的工作变得简单,每一个具体操作环节易于掌握,有助于操作的精确度和速度的提高,从而提高工作效率。专业化便于对从事每一具体环节的人进行工作考核和指导。对小型旅行社来讲,其主要业务是承担大型旅行社的产品零售,计调员的重要工作是提供电话咨询。而中型旅行社要

在某细分市场上取得特色和优势,仍然需要复合型的计调人员。

计调的专业化还表现在业务范围上的分工,产生专门从事专项旅游业务操作的专项计调。

(二) 规范化

计调工作的专业化呼唤规范的业务流程和服务标准。计调员要求具备严谨的工作作风,杜绝用主观性、随意性的态度主导业务流程。否则,由于缺乏规范的操作标准、计调人员的疏忽大意,在与外联人员、导游员密切配合的业务中经常出现衔接的空白点,致使服务质量下降,这是众多旅游投诉背后深层次的原因。

随着计调工作在旅行社工作中重要性的不断加强,加之计调是信息汇集地以及信息命令发射源的工作特点,要求计调从业人员必须具备一定的专业知识和技术水平,具备熟练而规范的业务操作技能。

适应我国旅游业发展规范化的要求,制定旅行社计调岗位统一的人才从业标准,建立职业资格认证制度,以保证从业人员的服务质量成为必然。

建立计调人员从业资格的技术标准,一方面可以使旅行社专业人才的培养具有指导性和科学性,为旅行社专业人才的培养开辟更加广阔的空间,也为人才在行业内流动和测评提供可依据的标准;另一方面可以使旅行社规范岗位服务标准,提升旅行社的核心竞争力;再者,有助于建立客观、科学的员工绩效考核评价体系,改变旅行社粗放型的经营方式,建立现代企业制度的经营运作模式,加快旅行社人力资源管理向科学化迈进。同时,计调业务操作的规范化必将更好地推动旅游业快速规范有序地向前发展。

(三) 信息化、网络化

旅行社计调工作涉及食、住、行、游、购、娱、同业合作单位、消费者等诸多方面,工作环节繁杂,业务操作信息量大。虽然旅行社计调员已经运用计算机进行业务操作,但信息化、网络化运用水平较低。

社会信息技术的广泛运用,为旅行社的信息化、网络化经营奠定了坚实的技术基础,而旅行社信息化、网络化的运用主要体现在计调工作上。第一,计调员经过信息技术处理,可以使繁杂的工作变得简单,省时省力,高效快速。第二,计调员利用网络进行营销和开展电子商务,打破地域和时间的限制,旅游信息资料可以快速到达世界各地旅游者面前,极大方便了旅游者的需求。第三,信息化有助于旅行社计调员进行系统客户关系管理。第四,计调员工作的信息化、网络化有助于旅行社内部各个部门间进行快速有效的沟通交流。第五,社会自由行旅游形式的快速发展,促进了旅行社产品的转型和旅行社岗位职能的变化,彰显计调岗位的重要性。旅行社及社会许多旅游咨询机构,更多地依赖网络与自由行客人进行信息