



主编 © 叶娅丽 陈学春



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

旅行社计调业务

主 编 叶娅丽 陈学春

副主编 冉 燕 余宜娴 李巧玲



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书根据应用性本科的要求,将旅行社计调所需要的理论知识和实践操作融为一体。理论知识精练、浅显易懂,实训项目针对性强、可操作性强。理论与实践紧密结合,体现了职业教育的规律,反映了职业教育的基本要求,充分体现了职业性。本书分为六章,分别是旅行社计调概述、国内接待计调业务、国内组团计调业务、出境组团计调业务、入境接待计调业务和自驾游、自由行及在线计调业务。本书中的案例来自学生顶岗实习期间在计调岗位上所发生的真实案例,对于即将从事计调工作的在校学生具有很强的警示性。

本书既可作为高等院校旅游管理专业的教学用书,也可作为旅行社计调人员的培训用书,还可作为旅游工作者的自学用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

旅行社计调业务/叶娅丽,陈学春主编.—北京:北京理工大学出版社,2018.2
ISBN 978-7-5682-5316-1

I. ①旅… II. ①叶…②陈… III. ①旅行社—企业管理—高等学校—教材
IV. ①F590.654

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 031175 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 16.5

字 数 / 409 千字

版 次 / 2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

定 价 / 64.00 元

责任编辑 / 李玉昌

文案编辑 / 赵 轩

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 施胜娟

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

用创新性思维引领应用型旅游管理本科教材建设

市场上关于旅游管理专业的教材很多,其中不乏国家级规划教材。然而,长期以来,旅游专业教材普遍存在着定位不准、与企业实践背离、与行业发展脱节等现象,甚至大学教材、高职高专教材和中职中专教材从内容到形式都基本雷同的情况也不少见,让人难以选择。当教育部确定大力发展应用型本科后,如何编写出一套真正适合应用型本科使用的旅游管理专业教材,成为应用型本科旅游专业发展必须解决的棘手问题。

北京理工大学出版社是愿意吃螃蟹的人。2015年夏秋,出版社先后在成都召开了两次应用型本科教材研讨会,参会的人员有普通本科、应用型本科和部分专科院校的一线教师及行业专家,会议围绕应用型本科教材特点、应用型本科与普通本科教学的区别、应用型本科教材与高职高专教材的差异性进行了深入探讨,大家形成许多共识,并在这些共识基础上组建教材编写组和大纲审定专家组,按照“新发展、新理念、新思路”的原则编写了这套教材。教材在四个方面有较大突破:

一是人才定位。应用型本科教材既要改变传统本科教材按总经理岗位设计的思路,避免过高的定位让应用型本科学生眼高手低,学无所用;又要与以操作为主、采用任务引领或项目引领方式编写的专科教材相区别,要有一定的理论基础,让学生知其然亦知其所以然,有发展的后劲。教材编写组最终确定将应用型本科教材定位为培养基层管理人才,这种人才既懂管理,又会操作,能为旅游行业广为接纳。

二是课程和教材体系创新。在人才定位确定后,教材编写组对应用型本科课程和教材体系进行了创新,核心是弥补传统本科教材过于宏观的缺陷,按照市场需要和业务性质来创新课程体系,并根据新课程体系创新教材体系,譬如在《旅行社经营与管理》之外,配套了《旅行社计调业务》《旅游产品设计与开发》《旅行社在线销售与门店管理》等教材。将《饭店管理》细化为《前厅服务与管理》《客房服务与管理》《餐饮服务与管理》,形成与人才定位一致的应用型本科课程体系和教材体系。与此同时,编写组还根据旅游业新的发展趋势,创新了许多应用型本科教材,如《乡村旅游经营与管理》《智慧旅游管理与实务》等,使教材体系更接地气并与产业结合得更加紧密。

三是知识体系的更新。由于旅游业发展速度很快,部分教材从知识点到服务项目再到业

务流程都可能已经落后了，如涉旅法规的变更、旅游产品预订方式的在线化、景区管理的智慧化以及乡村旅游新业态的不断涌现等，要求教材与时俱进，不断更新。教材编写组在这方面做了大量工作，使这套教材能够及时反映中外旅游业发展成就，掌握行业变化动态，传授最新知识体系，并与相关旅游标准有机融合，尽可能做到权威、全面、方便、适用。

四是突出职业教育，融入导游考证内容。2016年1月19日国家旅游局办公室正式发布了《2016年全国导游人员资格考试大纲》（旅办发〔2016〕14号），大纲明确规定：从2016年起，实行全国统一的导游人员资格考试，不指定教材。本套教材中的《旅游政策与法规》《导游实务》《旅游文化》等属于全国导游资格考试统考科目，教材紧扣《全国导游资格考试大纲》，融入了考证内容，便于学生顺利地获取导游证书。

为了方便使用，编写体例也极尽人性化，大部分教材各章设计了“学习目标”“实训要求”“小知识”“小贴士”“知识归纳”“案例解析”和“习题集”，同时配套相应的教学资源，无论是学生还是教师使用都十分方便。本套教材的配套资源可在北京理工大学出版社官方网站下载，下载网址为：www.bitpress.com.cn 或扫封底二维码关注出版社公众号。

当然，由于时间和水平有限，这套教材难免存在不足之处，敬请读者批评指正，以便教材编写组不断修订并臻完善。希望这套教材的出版，能够为旅游管理专业应用型本科教材建设探索出一条成功之路，进一步促进并提升旅游管理专业应用型本科教学的水平。

四川省旅游协会副会长

四川省导游协会会长

四川省旅发委旅行社发展研究基地主任

四川师范大学旅游学院副院长

陈乾康

随着高等教育迈向大众化发展的趋势，人才培养逐渐由重理论、重学术向重实践、重能力转变，强调职业素质、职业技能与职业能力的培养，注重培养适宜时代发展需要的应用型人才。旅游管理作为一门应用性极强的学科，在探索应用型本科的专业建设、课程体系重构、教学手段革新、教学内容丰富等方面走在前列，对其他专业向应用型本科转型具有引领示范性作用。

2015年10月国家旅游局、教育部联合出台了《加快发展现代旅游职业教育的指导意见》，其中指出要“加强普通本科旅游类专业，特别是适应旅游新业态、新模式、新技术发展的专业应用型人才培养。”在当今时代背景下，本套“旅游管理专业应用型本科规划教材”对推动普通本科旅游管理专业转型，培养适应旅游产业发展需求的高素质管理服务人才具有重要的意义。具体来说，本套教材主要有以下四个特点：

一、理念超前，注重理论结合实际

本套教材始终坚持“教材出版，教研先行”的理念，经过了调研旅游企业、征求专家意见、召开选题大会、举办大纲审定大会等多次教研活动，最终由几十位高校教师、旅游企业职业经理人共同开发、编写而成。

二、定位准确，彰显应用型本科特色

该套教材科学区分了应用型本科教材与普通本科教材、高职高专教材的差别，以培养熟悉企业操作流程的基层管理人员为目标，理论知识按照“本科标准”编写，实践环节按照“职业能力”要求编写，在内容上凸显了教材的理论与实践相结合。

三、体系创新，符合职业教育要求

本套教材按照职业教育“课程对接岗位”的要求，优化了教材体系。针对旅游企业的不同岗位，出版了不同的课程教材，如针对旅行社业的教材有：《旅行社计调业务》《导游实务》

《旅行社在线销售与门店管理》《旅游产品设计与开发》《旅行社经营与管理》等，保证了课程与岗位的对接，符合旅游职业教育的要求。

四、资源配备，搭建教学资源平台

本套教材以建设教学资源数据库为核心，制作了图文并茂的电子课件，从方便教师教学，还提供了课程标准、授课计划、案例库、同步测试题及参考答案、期末考试题等教学资料，以便于教师参考；同步测试题中设置了单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、技能操作题及参考答案，便于学生练习和巩固所学知识。

在全面深化“大众创业，万众创新”的当代社会，学生的创新能力、动手能力与实践能力成为旅游管理应用型本科教育的关键点与切入点，而本套教材的率先出版可谓是一个很好的出发点。让我们一起为旅游管理应用型本科教育的发展壮大而共同努力吧！

教育部旅游管理教学指导委员会副主任委员
湖北大学旅游发展研究院院长



2015年10月国家旅游局和教育部联合出台的《加快发展现代旅游职业教育的指导意见》明确指出,“加强普通本科旅游类专业,特别是适应旅游新业态、新模式、新技术发展的专业应用型人才培养”,把普通本科旅游类专业定位于专业应用型人才培养。为推动普通本科旅游管理专业转型,培养适应旅游产业发展需求的高素质技术技能和管理服务人才,北京理工大学出版社确立了“旅游管理专业应用型本科规划教材”重点出版项目。本书就是在这种背景下确定编写的。

2015版《中华人民共和国职业分类大典》把旅行社计调职业作为新职业纳入其中,这标志着旅行社计调职业身份在国家职业体系中首次得以确立。旅行社计调工作在提升旅游服务质量中具有核心作用。旅行社运营是否成功,旅行社服务质量是否过硬,在很大程度上取决于计调工作的水平。为了满足全国旅游院校为旅行社培养实用型计调人才的需要,本书突出了以下几点。

(1) 突出“应用型本科”。本书的使用对象是应用型本科学生,科学区分了应用型本科教材与学术型本科教材和高职专科教材的差别。既注重了理论知识,也强调了实践操作技能。编者按照“本科标准”要求编写理论知识,按照“职业能力”要求编写实践环节,突出了应用型本科的特点。

(2) 突出“计调岗位情景”。编者严格按照旅行社的不同计调岗位所需素养、知识和能力来选择教学内容,走访了不同类型的旅行社,请教了不同类型的计调部经理,咨询了不同计调岗位的操作人员,收集了不同计调岗位所用的旅游行程、询价单、报价单、订车订房单等各种资料,使本书展现了旅行社不同计调岗位的真实内容,使学生尽快进入角色。

(3) 突出“旅游教育创新”。旅行社计调业务相关教材比较少,针对应用型本科的教材就更少了。市场上仅有的旅行社计调教材一般没有细分计调岗位,只是笼统地阐述了计调岗位的基本知识和操作技能。本书的创新表现在两个方面:一是细分了不同的计调岗位,且资料真实;二是首次创新编写了自驾游计调和在线计调。由于是首次编写这部分教材,缺乏可借鉴的内容,编者亲自到旅行社自驾中心、线上旅行社请教部门经理和具体操作人员,经过和他们多次研究、讨论,最终得以完成自驾游计调、在线计调的编写工作。

(4) 突出“学生认知规律”。编者按照学生认知规律来设计教学环节,书中设置了“学习目标”“小知识”“小贴士”“操作示范”“实训项目”“知识归纳”“案例解析”“同步测试题”等模块。“同步测试题”配有填空题、单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、技能操作

题,便于学生从不同的角度来掌握旅行社计调知识和技能,提高实践能力,降低学习的难度。

(5)突出“教学资源共享”。本书配有丰富的课程资源包,制作了图文并茂的多媒体课件,方便教师教学,有课程标准、授课计划、案例库、同步测试题及参考答案、期末考试题等教学资料,便于教师参考。同时,旅行社计调业务这一课程于2015年被评为四川省精品资源共享课(<http://www.cdtc.edu.cn/leland/2012.htm>),网上提供了丰富的课程资源、旅行社计调师培训资源、全国高职院校旅游管理骨干教师国培资源。欢迎大家进入共享。

本书由叶娅丽、陈学春担任主编,冉燕、余宜娴、李巧玲担任副主编。叶娅丽负责全书大纲的拟定和统稿工作,并编写第二章和第三章;陈学春编写第四章,冉燕编写第一章,余宜娴编写第五章,李巧玲编写第六章。编者在编写本书的过程中,得到了四川康辉国际旅行社有限公司毛力爽、冉庆、张勇智、沈锦、张学彪、张文艺、田桂萍、解琰霜,四川省中国旅行社胡晓军,成都中港国际旅行社有限公司百姓之旅蒋涛,四川青年旅行社廖敏、陈健,成都和顺旅行社有限公司吴迪、丁雨、王艳霞,成都新秀国际旅行社蒋军建、周盼盼,成都旅游导游协会贺亚萍,四川省大众旅行社有限责任公司邓兴惠、郑阳、牟倩,四川省中国国际旅行社入境中心经理陈奇,成都泰丰国际旅行社总经理肖军、蒋重君,四川中国旅行社武侯分社赖渝,以及在计调岗位工作的学生等的大力支持和帮助。他们提供了一些前沿的观点,展示了计调的操作流程,提供了计调的各种资料,共享了一些真实案例,在此对以上各位的付出表示深深的感谢。本书的正式出版也得到了北京理工大学出版社和家人的大力支持,再次表示深深的感谢。

编者在编写本书的过程中,参阅了同类教材及诸多的书籍、报刊,也利用了一些网络资源,但由于时间仓促,有些资料原始出处未能查到和注明。在此,对各位作者、专家、学者表示诚挚的感谢。

由于编者水平及资料所限,加上时间仓促,本书在内容、体例编排等方面尚有诸多不足之处,敬请广大读者批评指正,以便今后修订和完善本书。

编 者

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 旅行社计调部	6
第三节 计调的职业要求	16
同步测试题	25
第二章 国内接待计调业务	27
第一节 国内接待计调知识储备	27
第二节 本省旅游产品的开发	38
第三节 本省旅游产品的报价	45
第四节 国内接待计调的采购业务	52
第五节 国内接待计调的工作流程	69
同步测试题	80
第三章 国内组团计调业务	83
第一节 国内组团计调知识储备	83
第二节 外省旅游产品的开发	96
第三节 外省旅游产品的报价	102
第四节 国内组团计调的采购业务	107
第五节 国内组团计调的工作流程	112
同步测试题	124
第四章 出境组团计调业务	127
第一节 出境组团计调知识储备	127
第二节 出境旅游产品的开发	139
第三节 出境旅游产品的报价	153
第四节 出境旅游组团计调的采购业务	161

第五节 出境组团计调的工作流程·····	163
同步测试题·····	174
第五章 入境接待计调业务·····	178
第一节 入境接待计调知识储备·····	178
第二节 入境旅游产品的开发·····	185
第三节 入境旅游产品的报价·····	193
第四节 入境接待计调的采购业务·····	197
第五节 入境接待计调的工作流程·····	202
同步测试题·····	210
第六章 自驾游、自由行及在线计调业务·····	214
第一节 自驾游计调业务·····	214
第二节 自由行计调业务·····	230
第三节 在线计调业务·····	235
同步测试题·····	242
同步测试题参考答案·····	244
参考文献·····	252

旅行社计调概述

【学习目标】

1. 了解我国旅行社计调的产生与发展历程;
2. 掌握旅行社计调的定义、特点、分类和机构设置;
3. 熟悉旅行社计调岗位职责和职业要求。

旅行社是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动,为旅游者提供相关旅游服务,开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。旅行社计调就是从事旅游线路设计、单项旅游产品购买和向旅游者销售组合旅游产品的业务,这些业务的运作状况关系着旅行社的经济效益和市场竞争力,因此无疑是旅行社最核心的业务门类。

第一节 计调的产生与发展

一、世界旅行社计调的产生和发展

旅行社计调是与近代旅行社同步产生的。近代旅行社产生于 19 世纪中叶的英国,它是社会经济、文化发展的直接结果,也是旅游活动长期积累的产物。

(一) 近代旅行社的产生背景

1. 生产力的发展造就了有支付能力的旅游者

生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加,使有产阶级的规模日趋扩大,造就了一个具有较强支付能力的旅游者阶层,旅游经济条件渐趋成熟。

2. 科学技术的进步使大规模人员流动成为可能

科学技术的进步,特别是以火车为代表的交通运输业的大力发展,提高了运输能力,缩短了运输时间,降低了交通费用,使大规模的人员流动成为可能。

3. 城市化进程的加快促成了回归大自然的心理需求

随着农村人口大量涌入城市,人们工作和生活的重心也从农村转移到城市,以前那种随

农时变化而忙闲有致的多样性农业劳动,开始为枯燥、重复的单一性大机器工业劳动所取代。这一变化最终导致人们产生逃避城市生活紧张节奏、摆脱拥挤嘈杂环境、回归宁静大自然的心理需求。

4. 科技文化和资讯业的发展催生了广泛的旅游动机

科技文化和资讯业的发展使“鸡犬之声相闻,民至老死不相往来”的封闭状态被打破,人们很容易获得关于异国他乡的更多资讯,自然景观和文化的差异催生广泛的旅游动机,旅游服务产业化成为历史的必然选择。

正是在这种历史背景下,英国人托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史的舞台。1841年,托马斯·库克创造性地包租了一列火车,运送540人从莱斯特到拉夫巴勒参加禁酒大会,全程11英里^①,每人收费1先令。此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中存在着巨大的商业机会。1845年,他在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务,从而成为世界上第一位专职的旅行代理商。托马斯·库克旅行社的成立,使得旅游活动开始与交通运输业相结合,并以组织形式出现,面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展,标志着人类近代旅游活动的开端。

(二) 旅行社计调的产生

旅行社出现后,作为旅行社业务核心的计调也同时产生。旅行社通过旅游线路设计和向提供单项旅游产品的经营者集中采购的形式,使以前旅游活动中旅游者必须多次分散购买旅游服务变成只需一次性购买,不仅降低了旅游成本,而且通过全球采购业务,把世界各地的旅游者和旅游经营者串联了起来,这是旅游活动发展史上一次重大的变革,奠定了计调业务在近代旅行社业务中的核心地位。

继托马斯·库克旅行社之后,为满足人们不断增长的旅游需求,旅行社在世界各地迅速发展起来。到20世纪初期,美国的运通公司、英国的托马斯·库克公司、比利时铁路卧车公司成为当时世界旅行社行业的三大巨头。第二次世界大战以后,世界范围内旅游业的发展与繁荣更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,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。

二、我国旅行社计调的产生与发展

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商业储蓄银行旅行部,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。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,中国旅行社在1937年之前,其分社和办事处就达到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,中国旅行社和其他近代旅行社辛苦经营的成就在日寇摧残下损失殆尽,战争结束后,社会动

^① 1英里=1 609.344米。

荡,旅游事业无法扩大发展。中华人民共和国成立后,由于对旅游业认识上的偏差,旅行社业发展仍然迟缓,直到改革开放后,我国旅行社管理体制发生转变,旅行社业才真正开始市场化,计调业务也才进入全新的发展时期。

中华人民共和国成立后,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) 附属业务时期(从中华人民共和国成立到改革开放)

中华人民共和国成立以后,我国于1949年12月在厦门成立华侨旅行社(现名厦门中国旅行社),成立的目的是满足华侨和侨眷出入境探亲旅游等需要。由于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,又在两个系统分别成立了旅行社: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,我国又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没能产生,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。国家对旅游外联权实施保护,客观上形成了旅行行业由国旅、中旅、青旅三家旅行社寡头垄断的格局。

由此可以看出,这个时期我国的旅行社属于政府的行政或事业单位,由外事部门统一管理,全面负责友好国家来访者、华侨和港澳台同胞的旅华接待工作。这种接待是一种政治接待,注重政治效果而不是经济效益。因此,当时的计调工作主要就是为外宾订车、订房、订餐和提供一些委托代办服务,这些工作一般由接待部门的后勤人员担任,在旅行社内部处于附属的地位。

(二) 独立业务时期(从改革开放初期到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，刺激旅游行业的发展，到 20 世纪 80 年代末期，我国旅行社业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，也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。

由此可以看出，这个时期旅行社从承担政府的政治接待任务转变为独立核算的企业，从重视政府形象到以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，计调工作从旅行社后勤部门中独立出来，成为旅行社组织结构的一部分——计调部。计调部对内要为旅行社各个部门提供接待的各项后勤保障服务，对外要与协作单位建立稳定的合作关系并代表旅行社与其签订协议。另外，计调部还是旅行社的信息中心，每天要把来自社内外的众多的信息进行整理、统计和传递。

（三）多元化业务时期（20 世纪 80 年代末到 90 年代初期）

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，中国内地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。截至 1994 年，我国共有各类旅行社 4 382 家，比 1988 年年底 1 573 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 3 399 家，占当时旅行社总数的 57%。

由于旅行社市场仍处于卖方市场阶段，高额的营业利润和低准入门槛双重刺激，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、接待等所有的业务环节，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、业务决策、计划管理等工作，即在旅行社经营管理中担负起计划管理、质量管理和业务管理的职能。

（四）专业化业务时期（20 世纪 90 年代中期以来）

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,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。1996年10月颁布《旅行社管理条例》,旅行社开始执行最低注册资金制度。在2009年1月21日国务院第47次常务会议通过了《旅行社条例》,对旅行社质量保证金制度和最低注册资本制度重新修订。2013年10月1日起正式施行的《中华人民共和国旅游法》(以下简称《旅游法》),使中国旅游业全面进入了有法可依、依法治旅的新时代。

随着政府整顿旅游市场的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品牌竞争战略的必经之路。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议事日程。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。计调部门除继续承担计划管理职能外,业务重心更多偏向于对分项旅游产品的统一调控和购买,以争取批量优惠,增强旅行社的市场竞争力。有的旅行社甚至将计调部改为采购部,专司分项产品采购工作;还有的旅行社在计调部之外增设票务部,既为本旅行社团队提供票务服务,也对外营业。这一时期,虽然旅行社计调部的业务权限有所缩小,但计调业务其实得到了加强,过去一个计调部做的工作,现在细分到多个部门运作,业务上更加专业化、细分化。

三、旅行社计调职业的未发展趋势^①

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特点。

(一) 专业化

随着自由行的不断深入发展,我国消费者对旅行社的依赖程度逐渐降低,旅行社在价值链上需要重新定位,国内的专业化分工目前已具雏形,但是程度较低。目前许多中小型旅行社计调员的角色还是什么都做的“多面手”,一个计调员可以独立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。计员的职责涉及许多环节,而每个环节都需要特定的知识和技能。显然,如果这些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、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评价机制,计调员成长缓慢,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,制度和组织建设得更加完善,计调工作中的一个部分将更加专业化,旅行社计调人员职务较多、职责不分的现象将得到改变,业务操作将更加规范化、程序化和细分化。

^① 王煜琴.旅行社计调业务[M] 北京:中国旅游出版社,2014.

进行专业化分工的好处在于：计调员对自己的工作有精准的定位，可以使复杂的工作变得简单，每一个具体操作环节都易于掌握，有助于计调员操作的精确度和速度的提高，从而提高工作效率。

（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、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就会出现衔接的空白点，致使服务质量下降，这是众多旅游投诉背后深层次的原因。

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。计调业务操作的规范化一方面可以规避风险，提高服务质量；另一方面，可改变旅行社粗放型的经营方式，推动旅游业的经营运作模式向科学化迈进，进而保证旅游业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。

随着科技进步和信息化、网络化技术的日新月异，旅游业和信息业的融合发展成为必然趋势，旅游业将借助新技术实现新发展，旅游电子商务的快速普及和应用，使得旅游和信息走向深度融合。

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，极大地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，更多地依赖网络同自由行客人进行信息沟通和预订，计调员的信息化、网络化水平越高，工作效率就会越高，工作质量就会越好。

旅行社计调员利用计算机、通信和网络为核心的现代信息技术进行有效操作，能够极大地提高旅行社的核心竞争力。

第二节 旅行社计调部

一、计调

（一）计调的概念

在我国，计调的称谓才有计划经济的烙印。在中华人民共和国成立之后的很长时间里，