



中华人民共和国旅游行业标准

LB/T 087—2024

旅游市场社会监督志愿服务指南

Voluntary service guidance for social supervision of tourism market

2024-07-22 发布

2024-10-22 实施

目 次

前言III

引言 V

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本条件 2

 4.1 旅游市场社会监督志愿者 2

 4.2 旅游市场社会监督志愿服务组织 2

 4.3 管理人员 2

5 服务 2

 5.1 服务内容 2

 5.2 服务流程 2

6 管理 3

 6.1 组织管理 3

 6.2 志愿者管理 3

7 评估与改进 4

 7.1 组织评估 4

 7.2 持续改进 4

附录 A（规范性） 旅游市场社会监督内容 5

参考文献 6

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中华人民共和国文化和旅游部提出。

本文件由全国旅游标准化技术委员会（SAC/TC 210）归口。

本文件起草单位：济南市文化和旅游局、山东旅游职业学院、济南市旅游联合会旅游啄木鸟分会。

本文件主要起草人：张定业、魏凯、孙健、闫险峰、靳磊、牟琳、孔光、田忠民、王晓冬、贾祥春、王相强、毕作顺、万中强、翟传虹、邹东宁、李志坚、陈文娟、刘海龙、谢璐、姜良伟、安伯收、李伟。

引 言

为充分发挥社会公众对旅游市场的监督作用,保障旅游者和旅游经营者合法权益,创新旅游市场综合监管机制,指导旅游市场社会监督工作,构建以人民为中心“共建共治共享”的文化和旅游行业治理格局,指导旅游志愿者和其他组织的行为,促进旅游业高质量健康发展,特制定本文件。

旅游市场社会监督志愿服务指南

1 范围

本文件规定了以志愿服务形式开展旅游市场社会监督的基本要求、服务、管理、评估与改进等。

本文件适用于旅游市场社会监督志愿服务的开展和志愿者、志愿服务组织的管理。开展旅游市场社会监督的其他组织可参照本文件执行。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 16766 旅游业基础术语
GB/T 40143 志愿服务组织基本规范
LB/T 075 文明旅游示范单位要求与评价
MZ/T 061 志愿服务信息系统基本规范
MZ/T 148 志愿服务基本术语

3 术语和定义

GB/T 16766、GB/T 40143、LB/T 075、MZ/T 061、MZ/T 148 界定的及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游市场社会监督 social supervision of tourism market

由国家机关以外的社会组织或公民对旅游市场各主体及其行为进行的不具有直接法律效力的监督。

注:旅游市场各主体,是指旅游者、旅游经营者、旅游社会组织及旅游主管部门。

3.2

旅游志愿服务 tourism voluntary service

志愿者、志愿服务组织和其他组织自愿、无偿向社会或者他人提供的文明引导、游览讲解、质量监督、信息咨询、纠纷调解等方面的公益服务。

3.3

旅游志愿者 tourism volunteer

以自己的时间、知识、技能、体力等从事旅游志愿服务的自然人。

3.4

旅游志愿服务组织 tourism volunteer organization

依法成立,以开展旅游志愿服务为宗旨的非营利性组织。

3.5

旅游志愿服务项目 tourism volunteer project

面向特定服务对象或领域开展的,具有明确的服务目标、服务时间、服务内容和服务保障的旅游志愿服务活动。

4 基本条件

4.1 旅游市场社会监督志愿者

旅游市场社会监督志愿者宜具备下列条件：

- 热心旅游事业和社会公益事业，具有志愿服务精神；
- 具备相应民事行为能力以及与其从事的志愿服务相适应的知识、技能和身体条件等。

4.2 旅游市场社会监督志愿服务组织

旅游市场社会监督志愿服务组织宜具备下列条件：

- 依照法律法规及文化和旅游主管部门规定设立；
- 具有与其旅游市场社会监督志愿服务相适应的管理人员和志愿者；
- 具有与其旅游市场社会监督志愿服务相适应的办公条件。

4.3 管理人员

旅游市场社会监督志愿服务管理人员宜具备下列条件：

- 热心旅游事业和社会公益事业，具有志愿服务精神；
- 熟悉有关志愿服务、旅游市场、社会监督的法律、法规和政策；
- 具备良好的组织、沟通、协调能力；
- 文明服务、尊重服务对象和志愿者。

5 服务

5.1 服务内容

旅游市场社会监督志愿服务包括但不限于以下内容：

- 监督旅游经营者及其从业人员的旅游经营行为和旅游服务质量，引导游客文明旅游（具体内容见附录 A）；
- 对旅游标志、旅游厕所等旅游基础设施和公共服务设施的完善等提出意见和建议；
- 围绕规范旅游市场秩序、提高旅游服务质量、改进旅游公共服务、营造文明旅游氛围等开展相应活动和工作。

5.2 服务流程

5.2.1 了解需求

根据旅游市场实际情况、文化和旅游主管部门行业管理重点工作，调查了解旅游市场社会监督需要的志愿服务内容。

5.2.2 策划活动

分析旅游市场社会监督需求，结合实际并综合分析所能链接的社会资源，确定旅游市场社会监督志愿服务活动。

5.2.3 制订计划

制订旅游市场社会监督志愿服务活动方案或计划，宜明确活动目标、内容、要求、时间、地点、人数等事项，可与其他群众性自治组织、公共服务机构合作。

5.2.4 开展服务

根据旅游市场社会监督活动计划和服务对象需求,组织志愿者安全、有序地开展服务,可与志愿者签订协议,明确服务的内容、时间,约定双方的权利和义务。

5.2.5 活动总结

5.2.5.1 旅游市场社会监督志愿服务活动结束后,宜收集志愿者和服务对象的反馈意见,对活动进行总结,整理归档活动材料,并将活动过程中发现的问题汇总记录、反馈给文化和旅游主管部门。

5.2.5.2 活动结束后宜组织旅游志愿者交流分享体会,总结经验,宣传典型个案。

6 管理

6.1 组织管理

6.1.1 设立行政管理及业务部门,明确各岗位职责与权限。

6.1.2 建立日常管理、人事管理、财务管理、文件管理等制度。

6.1.3 建立良好的沟通渠道,明确沟通的方式和办法。

6.1.4 建立志愿者权益保护和反馈机制。

6.1.5 建立科学、合理的服务质量管理体系,对服务项目、服务投诉、评价与改进等进行管理。

6.2 志愿者管理

6.2.1 招募

6.2.2.1 根据旅游市场社会监督志愿服务需要,组织开展经常性和应急性招募。

6.2.2.2 通过现场、网络等方式,及时公布志愿者招募方式及志愿服务项目、服务流程、志愿者的条件和数量等信息,告知志愿服务过程中可能发生的风险。

6.2.2 注册

6.2.2.1 旅游志愿者可自行在当地志愿服务信息系统注册,也可通过旅游市场社会监督志愿组织注册。

6.2.2.2 旅游市场社会监督志愿服务组织如实记录志愿者个人基本信息、志愿服务情况、培训情况、表彰奖励情况、评价情况等信息,并按照统一的信息数据标准录入有关行政主管部门指定的志愿服务信息系统,实现数据互联互通。

6.2.3 培训

旅游市场社会监督志愿服务组织根据旅游市场社会监督志愿服务项目要求和志愿者报名情况,对志愿者及时进行志愿服务基本理念、专业服务知识和社会监督知识培训。

6.2.4 保障

旅游市场社会监督志愿服务组织安排志愿者参与志愿服务活动,宜与志愿者的年龄、知识、技能和身体状况相适应;在安排志愿者参与可能发生人身危险的志愿服务活动前,可就志愿服务的主要内容协商一致并为志愿者购买相应的人身意外伤害保险。有下列情形之一的,宜签订志愿服务书面协议:

- 对志愿者人身安全、身心健康等有较高风险的;
- 需志愿者连续提供一个月以上专职服务的;
- 为大型社会活动提供志愿服务的;
- 组织志愿者在本行政区域以外开展志愿服务活动的;
- 志愿服务活动涉及境外人员的;

——志愿者、旅游市场社会监督志愿者组织和志愿服务对象任何一方要求签订书面协议的。

6.2.5 服务记录

6.2.5.1 旅游市场社会监督志愿服务组织可根据志愿者参与志愿服务活动情况,通过志愿服务信息系统或其他方式如实记录志愿者的服务时间、服务过程和服务评价等信息。

6.2.5.2 志愿者可以在志愿服务信息系统自行打印志愿服务记录证明,或由旅游市场社会监督志愿者组织出具。

6.2.6 督导及考核

6.2.6.1 监督志愿者的工作过程和情况,指导和协助志愿者处理问题,可保证志愿者行动的顺利进行,提升志愿者的工作质量。

6.2.6.2 通过日常活动考评和年终考评全面考核志愿者,促进志愿服务质量提升。

6.2.7 表彰及激励

6.2.7.1 建立志愿者服务时间累计和绩效评价制度,对长期开展志愿服务且服务效果较好的志愿者,给予相关荣誉表彰或物质奖励,鼓励推行志愿者信用评价体系。

6.2.7.2 可根据志愿服务时间和服务效果等对志愿者进行相应等级评定。

7 评估与改进

7.1 组织评估

7.1.1 建立全面有效的评估管理制度。

7.2.2 实行组织内部日常监管、行政监管、行业自律、社会监督,也可委托第三方专业机构评估。

7.2.3 定期对旅游市场社会监督志愿服务组织的基本条件、内部治理、工作绩效和社会评价等进行跟踪评估。

7.2 持续改进

7.2.1 建立持续改进机制,推进旅游市场社会监督志愿服务组织诚信体系建设。

7.2.2 通过对投诉意见、评估结果等相关信息的收集和分析,采取必要的纠正措施和预防措施。

7.2.3 对所采取措施的有效性进行跟踪评价,持续改进服务质量。

附 录 A

(规范性)

旅游市场社会监督内容

- A.1 旅游经营者及其从业人员的经营行为和服务质量主要包括：
- 是否存在非法经营、超范围经营、欺行霸市、垄断市场等问题；
 - 旅游资源开发利用是否存在违法违规等问题；
 - 已取得旅游服务质量标准等级的是否按照标准等级提供服务，是否存在虚假标注和宣传标准等级的问题；
 - 商品和服务是否明码标价，是否存在质次价高、假冒伪劣问题；
 - 提供的商品和服务是否健康、安全、卫生；
 - 旅游从业人员的服务内容、服务态度和服务质量等情况；
 - 是否存在其他违反法律法规、旅游服务质量标准的问题。
- A.2 旅游基础设施和公共服务设施是否存在布局不合理、使用不方便、达不到安全卫生要求等问题。
- A.3 协助文化和旅游主管部门开展旅游法律法规、文明旅游宣传、旅游纠纷调解等工作，引导旅游者理性消费、文明旅游、依法维权。
- A.4 监督文化和旅游主管部门及其工作人员依法履行职责情况，提出合理化建议，反馈旅游经营者合理诉求。
- A.5 《中华人民共和国旅游法》和其他法律法规明确要求的与社会监督、志愿服务相关事项。

参 考 文 献

- [1] 文化和旅游部.“十四五”文化和旅游发展规划(文旅政法发〔2021〕40号)
 - [2] 文化和旅游部,中央文明办.2021年文化和旅游志愿服务工作方案(文旅公共发〔2021〕30号)
 - [3] 全国人民代表大会常务委员会第六次会议第二次修正.中华人民共和国旅游法
 - [4] 国家旅游局.旅游市场监督检查操作指南(旅办发〔2018〕12号)
 - [5] 中华人民共和国国务院.志愿服务条例(国务院令〔2017〕第685号)
 - [6] 文化部.文化志愿服务管理办法(文公共发〔2016〕15号)
 - [7] 中共中央宣传部,中央文明办,民政部,教育部,财政部,全国总工会,共青团中央,全国妇联.关于支持和发展志愿服务组织的意见(文明办〔2016〕10号)
 - [8] 国务院办公厅.关于加强旅游市场综合监管的通知(国办发〔2016〕5号)
 - [9] 国家旅游局.旅游服务质量社会监督员职责和工作办法(试行)(旅办发〔2015〕26号)
-