

基于导游满意度调查

浅析旅游服务环境构建

● 张菊芳

【摘要】 导游是旅游业的灵魂、旅行社的支柱，导游对旅游业的职业感受一定程度上折射出一个地区的旅游服务环境。本文通过对导游人员的职业满意度调查，就导游工作人员的基本素质、旅游服务感受等进行全面分析，剖析旅游服务环境方面存在问题及原因，提出相应的对策及途径。

【关键词】 导游 问卷调查 服务环境

百度百科关于旅游服务的解释是：旅游业服务人员通过设施、设备、方法、手段等多种形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神需求过程中，使游客满意并乐于消费的一种活动。笔者理解，旅游服务环境就是指，游客在旅游过程中一切为其提供服务、满足游客需求的各种因素的总和。既含交通、食宿等硬件因素，也含服务质量、人文、治安、诚信等软件因素。本文主要就后一种因素进行探讨。

一、调查基本情况

本次调查界定导游人员是指依照《导游人员管理条例》的规定取得导游证，接受旅行社的委派，为旅游者提供向导、讲解及相关旅游服务的湖北襄阳市导游人员。本次调查时间为2012年3月份导游人员年审

培训期间，基本涵盖了市内各旅行社，具有广泛性和代表性。调查采取问卷调查方式，发放问卷250份，收回有效问卷225份，回收率90%。

二、调查结果及分析

(一) 导游人员基本结构

1. 性别、年龄结构

225名导游中，女性占到绝大多数，有203名之多；年龄方面，30岁以下占大多数，且从25岁以后，呈下降趋势（不足25岁人员占48%）。

2. 学历、工作年限情况

具备中专学历的36人，大专学历的107人，大学本科以上学历的81人，硕士学历的1人。大学专、本科学历构成导游的主体，占到83.5%。从工作年限看，

作者简介：张菊芳，女，管理学硕士，湖北襄阳职业技术学院旅游服务学院副院长，讲师，主要从事旅游管理、酒店管理专业的教学与研究工作。

以1-3年居多,往后基本平衡。另外,225名导游中,专职导游126名,占56%,近一半导游为兼职。

(二) 导游职业认同情况

1. 导游职业的看法

在一项关于为什么选择导游职业多选调查中,从自身喜好、特点出发选择职业的比例相当高,既体现了导游的职业特征,也说明了目前普遍存在的择业观。

在对关于“导游职业评价”调查中,选择职业前景良好以上的占比较大的比例,达到49%以上,显示了导游工作人员对职业的认同总体看好;而感觉职业前景暗淡的不到15%。

2. 导游薪金的想法

在关于导游薪金以及待遇的多项调查中,导游人员收入主要依靠基本工资和奖金,占到74.7%。大多数导游对目前薪金机制、收入不够满意,对导游的保障机制感到担忧。

(三) 导游从业环境感受

在涉及旅游管理服务部门的调查中,满意度不高。认为所在政府主导旅游职业操守的机构满意以上的比例为35%,一般的53%。认为所在的政府主管导游就业的机构满意以上的所占比例为36%,一般的54.7%。而希望导游有专门的组织机构(比如导游协会)来维护自身的利益高达95%以上。

从以上统计看,导游人员对政府管理服务机构还存在很大的期望,对自身权益维护愿望比较迫切。具体到导游业务,认为导游薪酬机制不合理的比例最大,这也是转行所选择的最大因素。而关于工作压力的多选问卷中,显示出了导游的职业操守以及与机制规则之间的矛盾。

三、旅游服务环境现状

(一) 导游管理机制不够科学,影响旅游服务质量

从导游人员基本结构分析,女性居多,从业人员年轻化,从业周期比较短,专职导游所占比例低,流失率较大等等。从中可以发现,作为旅游关键环节的导游职业并不为社会广泛接受,与当前旅游业良好的

发展形势极不相适,主要原因在于导游管理机制的滞后:

一是薪金制度不合理。目前大多数旅行社出于自身经济利益,不愿花钱养导游,导游收入大头来自带团,旅游旺季还可以,但旅游淡季则没有保障,这种不合理的薪金制度极大地挫伤了导游人员的从业积极性。

二是保障制度不配套。导游在旅游旺季为了多拿补贴连续带团,工作强度大,有时甚至存在人身安危,但没有相应的社会保险予以保障,导致导游人员流失率居高不下。

三是行业归属感不强。调查显示,近一半导游为兼职导游,只在旅游旺季挂靠旅行社带团,缺乏依托单位归属,同时,政府主管部门、行业协会的管理缺位等因素,影响了导游队伍稳定和整体素质提高。

(二) 旅游市场不够规范,缺乏诚信

从导游带团工作压力调查可以发现,完成人头签单及自费项目两项选择比例较高,旅游市场的这些现象,严重影响诚信市场构建以及旅游服务环境的优化。

一是导游的“导购”问题。在竞争压力和利益驱使下,许多旅行社仅以“顾客导向”为主,忽视“成本导向”,竞相削价销售产品,为保证必要的组团利润,旅行社只有取消导游薪酬、降低接待标准,纵容、怂恿导游带客购物,以获得不菲的“人头费”和购物签单。

二是旅游目的地产品营销问题。许多旅游产品开发不够成熟,商品研发与市场脱节,缺乏鲜明的地方特色和民族特色,没有吸引力,商店只有靠给导游和司机高额回扣来吸引顾客。

三是游客自身因素问题。许多游客在选择线路和旅行社时往往只比较价格,一旦在旅行中难以达到其旅游期望值,往往将失望情绪转为对导游的抵触情绪,一定程度上影响导游的服务质量。

(三) 旅游主管部门作为不够,服务职能没有充分发挥

从以上调查也可发现,导游对行业主管部门的评价不是很高。



一是对旅行社监管不够，没有发挥应有的宏观调控作用。旅行社业进入门槛较低，产业急剧扩张，加上当前普遍存在的、不规范的承包经营，加剧了旅行社业的过度竞争，过度竞争带来的后果就是旅游服务质量难以提升。

二是对旅游市场监管不到位。作为旅游主管部门不仅要考虑即时经济利益，更要考虑持续的发展力，对于景区旅游市场，应该加以引导、服务，并加强监管，逐步形成成熟、诚信的旅游市场。

三是对导游人员重视程度不足。除了每年的资格审查，对导游进行简单培训外，并没有其他作为，也没有建立合理的导游服务渠道。

四、旅游服务环境构建的对策及途径

(一) 规范旅行社及导游管理

1. 加强旅行社监管，着力消除旅行社恶性竞争

一是要严格按照国家相关规定，加强旅行社监管，加强旅游价格的市场监控。一方面要制定旅游产品单项服务的最低和最高限价并向社会公布，以制止恶性削价竞争；另一方面要加强监督检查，健全旅游行业的市场机制，防止通过减少服务项目或降低服务标准来削价竞争，并对削价竞争者和扰乱市场秩序者采取坚决有力的处罚，以维护市场秩序。

二是要加快旅行社的体制改革和企业重组，建立现代企业制度，提高企业素质。逐步完备法治体系，提高行业进入门槛，杜绝部门承包，通过专业化分工、市场细分和加强管理来提高企业生产效率和整体效益，使旅行社间的竞争由低价竞争向质量竞争、人员素质竞争转变。

2. 抓好导游薪金制度改革，打造成稳定成熟的导游队伍

导游人员是旅游接待工作的主体，是整个旅游服务的轴心。导游服务作为旅游产品的一部分向旅游者出售，是旅游服务产品质量高低的最敏感部分。提高旅游服务质量，必须抓好导游薪金制度改革，激发导游工作积极性、稳定导游队伍、提高导游服务质量。

一是建立合理、科学的导游薪金制度，健全激励机制。要提高导游的物质待遇，高薪养优，满足其基本、合理的物质需要。要稳定导游队伍，增强归属管理，培养导游良好的情操、丰富的知识、高超的技能。要建立一种既能使尽职的导游获得应得的回报，又能使导游必须为其质量问题支付成本的激励机制，来最大限度地调动导游员的工作积极性，保证导游服务的高质量。

二是逐步推行导游小费市场，做到明确化、制度化、规范化。给付小费是文明程度的体现，也是对导

游工作的认可与感谢。固定、灵活的小费给付,既有助于导游与游客之间形成良性互动,又增加了导游人员的正式收入。各地可根据本地的平均收入水平、客源状况和接团要求,制定具体的小费给付标准,定出每位游客应付小费下限,视服务质量浮动。将导游的小费收入与工作量和服务质量挂钩,推动导游不断提高服务水平。

(二) 加强旅游目的地监管, 营建诚信旅游市场

1. 着力提高景区管理水平, 科学开发旅游产品
构建优质的旅游服务环境离不开景区的管理和服务。一是景区工作人员的素质要提高, 旅游的质量取决于人才做支撑, 旅游要做到一流水平, 取决于人员素质。二是景区周边管理要科学, 实现景区和周边居民的共同发展。三是门票定价要合理。根据消费替代性原理, 一种消费的增加必然带来另一种消费的减少。一个成熟的景区往往不只是依靠门票增加收入, 而是通过旅游纪念品和其他服务创收盈利。确定合理的门票会带动更多的游客, 实现“双赢”。同时, 要科学研发旅游产品, 旅游产品有强大的吸引力, 必然会刺激游客购买欲望, 自然失去了拉客、回扣等潜规则的市场。

2. 营造良好的文明城市形象

著名的“破窗理论”告诉我们, 任何一种不良现象的存在, 都在传递着一种信息, 这种信息会导致不良现象的无限扩展。同时必须高度警惕那些看起来是偶然的、个别的、轻微的“过错”, 如果对这种行为不闻不问、熟视无睹、反应迟钝或纠正不力, 就会纵容更多的人“去打烂更多的窗户玻璃”, 就极有可能演变成“千里之堤, 溃于蚁穴”的恶果。营造良好的

文明城市形象, 就是一种维护窗户不打破和及时修复破窗的行为, 引导广大旅游从业人员甚至市民自觉维护城市形象, 一个整洁、文明的城市, 加之丰富的旅游资源, 无疑会加大对游客的吸引力, 同时, 也是旅游服务环境质量的具体提升举措。

(三) 营造健康旅游氛围, 打造和谐旅游环境

1. 广泛宣传发动, 提高游客的自我保护意识和文明程度

要通过多种方式、各种渠道加大旅游法规、知识的宣传普及, 使游客了解必要的旅游质量法律、法规, 了解旅游企业运作的程序和规则, 使之能更好地与旅游企业、导游配合, 确保游程的顺利进行和质量。管理部门应加强信息化管理, 与旅行社、新闻媒体等单位配合, 准确、及时地传递旅游信息, 引导游客转变旅游观念、做出合理的旅游决策、建立恰当的旅游期望值。倡导游客在出游中遵纪守法, 爱护旅游资源, 做文明的旅游者。给予包括导游人员在内的服务人员应有的尊重和配合, 培养团队中间理解、信任、友好的集体氛围, 促成与导游之间感情的双向交流。

2. 建立健全良好的沟通、诉求渠道

各地旅游主管部门、工商部门、消协等机构要畅通游客诉求通道, 摒弃地方保护主义, 及时解决游客的诉求, 及时校正旅游市场的不规范行为, 共同维护和谐健康的旅游市场。同时, 各地要指导建立导游行业协会, 充分发挥其协调管理功能。通过导游行业协会来规范管理导游, 提高管理水平, 变分散管理为统一管理, 形成导游竞争机制, 通过“上团机会”有力促进导游提高服务质量。并可通过它来反映导游的呼声, 沟通导游同有关企业和部门的联系, 维护导游人员的合法权益。

参考文献

- [1] 张文、何桂培. 我国旅游目的地居民对旅游影响感知的实证调查与分析 [J]. 北京: 旅游学刊, 2008, (2): 44
- [2] 张蓓芳. 襄樊地区旅游从业人员培养方法和途径探讨 [J]. 襄阳: 襄樊职业技术学院学报, 2010, (6): 117