

文旅融合背景下导游人员素质提升研究

王瑞烽 鲍彩莲

(辽宁对外经贸学院 辽宁大连 116052)

摘要:近几年,随着我国社会经济的进一步提升,旅游越来越受到人们的关注,旅游者的旅游经验也越来越丰富,同时,他们对旅游质量的要求也越来越高。而旅游者除了关注旅游资源本身的吸引力之外,更为关注的是导游服务人员,关注导游服务人员提供的服务质量,关注导游服务人员的基本素质。

关键词:导游人员 素质提升 影响因素 提升对策

一、文旅融合概述

文旅融合是指文化同旅游产业以及旅游相关要素之间相互渗透、相互交叉融合重组,并逐步突破原有的产业边界或要素领域,文化与旅游彼此交融而最终形成新的共生体的现象与过程。

文旅融合,是文化和旅游资源的完美结合。文化和旅游资源在融合过程中通过相互渗透、相互交叉、相互影响和相互提升,逐步融合成一种新的文旅产品业态,最终形成文化和旅游共赢的局面。

文旅融合,是文化和旅游的价值完美结合。文旅融合过程中,文化和旅游形成一种优势互补的态势,产生价值的“1+1>2”的价值叠加效应。以文化带动旅游内涵的提升、带动旅游效益的提升,以旅游带动文化交流和文化产业的发展,更好地满足旅游者对文化和旅游的需求。

文旅融合,是导游人员自身文化和旅游的完美结合。文旅融合客观上需要为旅游者提供服务的导游人员的素质要高,文化内涵要丰富。只有高素质、高知识含量的导游人员才能更好的满足旅游者的文化需求,才能完美地演绎作为“文化掮客”这一身份。

二、导游人员基本素质现状

随着旅游业的快速发展以及旅游者数量的大量增多,导游从业人员也随之有了很大的发展和提升。

首先,导游人员的等级有了一定提升。导游人员的等级分为初级导游员、中级导游员、高级导游员以及特级导游员四个等级。全国特级导游人员为13名,高级导游人员4200多名,中级导游人员3万多名,初级导游人员66万多名。每年参加导游资格证考试的人员数量也在逐年上升,将会有越来越多的导游人员加入更高等级的导游队伍当中。

其次,导游从业人员的学历有了一定提升。目前,全国导游资格证考试国家规定的报名条件之学历条件是高中及高中以上学历,而一些旅游发达城市的导游资格证报考条件是专科及以上学历,整体来说,导游队伍的学历有了一定的提升,越来越多的本科及本科以上学历的人员加入到了导游队伍当中。而伴随旅游教育的扩大,越来越多的旅游专业的本科毕业生加入到了导游队伍当中,也开始有了更高学历的人员加入到了导游从业队伍当中,导游队伍的整体学历有了一定提升。

最后,导游队伍的整体素质有了提升。随着导游管理的越来越规范,随着导游持证上岗的要求的实施,随着越来越多的高素质的导游加入到导游队伍当中,目前的导游从业人员的整体素质较之以前有了一定的提升,尤其是队伍当中的部分导游从业人员的素质基本可以满足旅游者对文化的需求。

三、导游人员素质提升阻碍因素

(一) 培训力度不足

目前的旅游相关管理部门以及旅游企业对导游从业人员的培训力度不够,甚至有些旅游企业根本不注重导游人员的培训。大多数的导游从业人员很少在上岗前参加专门的专业的导游服务技能培训,他们大多就是在老导游的带领下跟三两次团就开始自己带团,尤其是旅游旺季的时候,他们甚至都没有跟团的机会就直接开始带团。整体来说,导游人员的培训力度不足,这就一定程度上阻碍了导游人员素质的提升。

(二) 自我提升意识不强

现有的导游人员大多都比较安于现状,认为自己现有的专业技能已经足够,自我提升意识不强。另外,大多数的导游人员没有竞争意识和危机意识,被目前导游行业的“供不应求”现象迷惑,在现有的岗位上不思进取。

(三) 高素质导游人才比较缺乏

国家规定的导游人员的报考学历是高中以上,因此,目前的导游从业人员大多数的学历都在本科及本科以下,更高学历的旅游相关专业毕业的人员很少加入到导游人员的从业队伍当中,高素质导游人才比较缺乏。

(四) 薪酬不够合理

整体来看,目前导游从业人员的薪酬主要是两部分构成:底薪+提成。由于导游带团的特殊性,大多数导游的底薪都较少,更多的收入是由“提成”而来,而所谓的“提成”收入则大多是所谓的“灰色收入”。灰色收入多,导游的工资就高,想反,工资就比较低。这就使得大多数的导游关注力在自己的收入上,而不是在提升素质上。

另外,导游的工资多少也大多和导游的等级以及导游的学历没有直接关系,也就是说导游的学历高低和导游等级高低对导游的工资没有影响,一定程度上也降低了导游提升素质的积极性。

(五) 导游激励力度不足,激励手段比较单一

目前,除了少数经济效益较好的旅游企业之外,大多数的旅游企业对导游人员的激励力度不够,激励手段也比较单一,甚至没有激励手段和激励方法。即使对导游有激励手段的旅游企业,其激励覆盖面也比较小,对受到表扬的导游人员也大多没有有效的奖励手段和奖励制度,导游的提升积极性不高。

四、导游人员素质提升对策

(一) 加大培训力度

首先,旅游相关管理部门以及相关旅游企业要提升培训意识,重视对导游从业人员的培训,加大培训力度。导游从业人员的素质一定程度上决定了导游从业人员的服务质量,他们的素质提高,相应的服务质量也会提升。因此,旅游相关管理部门以及相关旅游企业要重视对导游从业人员的培训,加大培训力度。要定期或不定期举办导游相关专业技能的培训,进而带动旅游企业以及导游人员自身的重视。

其次,旅游企业要加强内部培训,加大内部培训力度。相关旅游企业可以在企业内部进行导游人员素质提升的培训,在企业内部形成一种企业文化式的培训形式,形成一种常态化的培训模式,加大培训力度。这种培训可以因为淡旺季的不同而设为定期的培训和不定期的培训。相关旅游企业可以挑选合适的时间进行素质提升的相关培训训练,可以将培训设计成团队竞赛或者个人竞赛等模式,让参与的导游人员在竞争中得到锻炼和提升,避免那种直接的枯燥的培训模式带来的枯燥抵触状态,在相对愉快的氛围中得到素质的提升。

第三,加强实践培训。旅游企业要为新入职的导游提供更多的实践培训的机会,也就是“以老带新”,让老导游在实际带团过程中带领新导游一起进行带团活动,新导游可以以老导游助手的身份

出现在旅游团队当中。老导游要在带团过程中言传身教,甚至有一些工作老导游就可以让新导游直接动手操作,加强新导游的实践培训力度,提升新导游的实践能力。

最后,设定奖励培训。旅游管理部门和相关旅游企业可以设定奖励培训的模式,对导游从业人员中的优秀人员给与奖励培训。这些培训模式作为奖励提供给相关导游人员,可以在一定程度上刺激导游从业人员的提升意识和提升动力。

(二) 加强自我提升意识

首先,要引入竞争意识。相关旅游企业要建立竞争制度,将竞争意识引入导游从业人员意识当中,要在导游从业人员当中树立“逆水行舟,不进则退”的思想,要树立企业内部乃至行业内部的“优胜劣汰”的竞争制度,给导游从业人员灌输竞争意识,不努力进取就要被淘汰,提升导游从业人员的自我提升意识。

其次,为导游从业人员提供提升培训。相关旅游企业还可以为导游从业人员举办企业内部或者行业内部的专业知识提升培训或学习,为导游从业人员提供自我提升的契机,刺激导游从业人员自身的提升意识,提供提升渠道。

最后,树立奖励机制。旅游管理部门可以设立奖励机制,对于导游从业人员当中的优秀人员给与奖励,甚至可以加大奖励力度,刺激导游从业人员的自我提升积极性,为获得更好更高的奖励而加强自我提升。

(三) 加大高素质旅游人才引进

第一,提升招聘门槛。旅游企业在招聘导游从业人员的时候可以适当提升招聘门槛,对招聘的导游从业人员的学历门槛可以适当提升,同等条件下学历高的优先录用;还可以直接到旅游相关院校选聘毕业生加入导游从业人员队伍当中,让更多的高学历的人员加入导游从业人员的队伍当中,提升导游从业人员的整体素质。

第二,加大培训力度。相关旅游企业对于现有导游从业人员应该加大培训力度,提升其素质。旅游企业可以加大企业自身培训力度,相关管理部门也可以从行业角度加大培训力度,旅游企业尽量多的派遣人员参加培训,提升从业人员的整体素质。一方面,培训可以采用多种形式,可以聘请专家进行理论培训,提升导游从业人员的理论素质;也可以在现场进行实践培训,提升导游从业人员的实践技能。另一方面,培训也可以设置多种时长,相关旅游企业和导游从业人员可以按需选择培训时长和培训时间,相对灵活状态下进行培训,提升导游人员素质。

第三,树立模范。旅游行业和企业应树立行业模范,倡导“模范作用”。利用导游从业人员当中的优秀人员树立模范典型,号召广大导游从业人员以之为榜样,向其学习,用榜样的带动力量来带动整体导游从业人员的素质提升。

第四,派出学习。旅游企业可以选派企业的优秀导游人员到别的企业进行学习,也可以选派导游人员到相关院校进行学习,甚至可以选派人员出国进行学习,借以提升导游素质。

第五,委托培养。相关旅游管理部门可以同相关旅游院校进行合作,委托旅游院校进行高素质人才的委托培养和定向培养,等这些人毕业后加入导游队伍,一定程度上会提升整体的导游素质。

(四) 薪酬合理化

首先,提升导游的基本工资。相关旅游管理部门应制定相应的工资制度,对导游的基本工资收入给出相应的规定,提升导游的基本工资待遇。这样会一定程度上吸引高素质的人才加入导游队伍,提升导游整体素质。

其次,规范导游的“灰色收入”。旅游管理部门也应制定相应的制度,将导游的“灰色收入”引入层级,和导游的素质挂钩,高素质的导游人员的“灰色收入”会得到提升,借以让导游的关注度从“只关注赚钱”转移到提升素质上来,高素质的导游人员会获得更多的报酬回报。

最后,薪酬划分等级。按照导游的等级和导游学历划分导游的

薪酬等级,高等级、高学历的导游的薪酬就高,想反,则薪酬比较低。这样就会刺激导游关注自我素质的提升,也一定程度上会吸引更多的告素质人才加入导游队伍,提升导游队伍的整体素质。

(五) 加大导游激励力度,激励手段多样化

一方面,相关旅游企业应加大对导游人员的激励力度。

相关旅游企业应该加大对导游员的激励力度,各个方面的激励力度都应该加大。比如加大在物质上的激励力度,旅游企业可以设定不同的激励级别,按照激励级别进行物资激励,在物资激励之下,客观上会使得导游人员获得一定的提升动力,加大提升积极性。另外,还可以加大精神上的激励力度,给予导游人员不同的精神荣誉,一方面是对导游人员的工作的肯定,另一方面也同样可以激励导游人员的提升动力和提升积极性。同时,还可以将精神激励和物质激励结合,提升激励力度,使得导游人员在获得精神激励的同时也可以获得一定的物质激励,其自我提升动力和提升积极性也会随之提升,进而提升整体的导游队伍的素质水平。

另一方面,相关旅游企业应采用多样化的激励手段和激励方法。

相关旅游企业主要的激励方法总的来说就是物质方法和精神方法两大类。其中物质方法具体可以采用多种多样的方式方法,相对比较有效的就是给予导游需要的甚至是导游急需的物资奖励,或者是导游自身通过日常手段不容易获得的物资奖励,这些对导游而言的激励效果会比较好,对导游的吸引力也比较大,进而就能很好的刺激导游的获取积极性,提升导游的提升动力和提升积极性。精神类的激励方法也同样,尽量不要给予导游的精神激励对导游来说可有可无,或者说导游获得的精神激励就是一个形式,没有使用价值,这样对导游的吸引力就会大大降低,其激励效果也不好。应给与导游的价值比较大、含金量比较高的精神激励,甚至家人都与有荣焉,这种精神激励的效果会大大提升,对导游的提升积极性提高也是大有帮助。而相对来说,精神和物资结合的激励方式就会效果更好一些,尤其是物资和精神激励的含金量都是比较高的情况下,对导游人员的提升激励也会提升到一个更高的效果,对整体导游的素质提升很有裨益。

总而言之,文旅融合背景下,游客对导游人员的素质要求较高,导游从业人员更应该注重自身素质的提升,再如同以往随波逐流的态度是不行的。结合目前导游人员素质的基本情况,探索适合并符合旅游者需求的导游人员素质的状况。在提升导游员素质过程中,导游人员要不断强化学习文化知识,导游服务中有自己的方法,符合旅游行业的实际需要,具备良好的职业道德。导游员的综合素质是做好导游工作的前提,导游是游客之师,要不断开拓自己的视野,争做学者型的旅游工作者,能够真正的胜任旅游工作。同时,相关旅游管理部门和旅游企业在寻找到适合并符合旅游者需求的导游人员后,并采取相应的提升措施,导游人员在学习过程中可以了解到国家或地区间的政策和背景,更加促进旅游业人才培养,充分的发挥导游作用,去带动整个地区的旅游业。

注:本论文为辽宁对外经贸学院大学生创新创业训练计划项目,项目编号:2020XJDCA095

参考文献:

- [1]曲欢.导游从业人员素质现状与提升对策[J].当代旅游,2020,18(31):67-69
- [2]杨德新.基于游客感知与行为倾向的导游人员服务技能提升路径研究[J].旅游纵览,2022(11):25-27
- [3]马小惠.基于差距模型的导游服务质量提升策略研究[J].商讯,2022(12):155-158

作者简介:1.王瑞峰(2000-今),男,辽宁沈阳人,辽宁对外经贸学院本科学生,在旅游管理专业学习。2.鲍彩莲(1972-今),女,辽宁营口人,研究生,教授,主要从事高校旅游教育以及旅游管理研究。