

论兼职导游职业化的障碍与对策

林 丹

(闽江学院 旅游系, 福州 350108)

摘要:导游的职业化包括职业化素养、职业化行为规范和职业化技能。兼职导游是导游队伍的生力军,其职业化发展已成为旅游行业规范发展的保障,有助于整体导游服务质量的提高,促进旅游业的健康持续发展。因此有必要探讨兼职导游职业化进程中的障碍并提出对策,以提高兼职导游职业化水平。

关键词:兼职导游;职业化;障碍

中图分类号:F590.65 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2012)09-0164-04

“职业化”是人力资源管理的重要话题。关于职业化没有严格的定义。如赵曙明认为,“职业化是指普通的非专业性职业群体逐渐符合专业标准,成为专业性职业并获得相应的专业地位的动态过程”^[1]。郭晨炜认为,“职业化是指经过长期的培养与训练将员工塑造成具有专业服务理念和职业道德并能运用专门的知识一技能为企业创造价值的过程”^[2]。因此,职业化既可理解为一种动态,又可理解为一种过程。职业化包括由内而外三个层次的含义:首先从业人员应该体现出一种职业素养,而不是仅凭个人兴趣自行其是;其次,从业人员应该掌握相当程度的专业技能;最后,职业化应该有本行业特定的行为规范或行为标准;从业人员做事要符合该行为规范或行为标准的要求^[3]。

导游职业化研究属于特定职业群体的职业化。国内有关导游现状的研究很多,有关导游行业的职业化管理方面的研究甚少。如陈方英提出导游职业倦怠是严重影响导游职业化管理的重要原因^[4],王丽提出导游职业化管理关键在于通过不同的方法打造导游职业化团队^[5],陈秋萍分析了导游职业化过程中的障碍,并就提高我国导游队伍的职业化程度提出建议^[6]。

兼职导游是导游队伍的生力军,其职业化水平已成为旅游行业规范发展的保障,有助于整体导游服务质量的提高,促进旅游业的健康持续发展。综合前人研究文献,笔者主要针对目前兼职导游职业化进程中的现状和存在的问题进行分析,探寻兼职导游职业化

的障碍并提出建议对策。

1 兼职导游的构成现状

所谓兼职导游是指未与旅行社签订规范劳动合同、未由旅行社交纳基本社会保险金,利用业余时间从事导游工作的人^[7]。旅游市场需求和旅行社业的经营需要催生了兼职导游,使其数量和比例呈不断增加的趋势。本文以福州市为例分析兼职导游的构成现状。

1.1 兼职导游数量多,类型多样

根据福州市旅游局提供的导游年审统计数据,参加2010年福州市导游年审的导游有1331人,而其中通过导游服务公司进行报名参加年审的导游也就是社会兼职导游就有890人,占据整个福州市导游队伍的66.87%。兼职导游已日渐成为福州旅游市场的主力军。

890名的兼职导游又分为3类。第一类是以导游为第一职业的执业导游员,第二类是每年有一定带团工作的半执业导游员。第三类是注册在导游管理机构的非执业导游员。根据参加2010年的福州市导游年审工作的导游名单,第三类导游人数就有214人,即有24.04%的兼职导游是属于持证不带团的。

1.2 语种构成

随着国际交流合作的增加,入境游客数量越来越多。但是福州市的外语导游员数量不足,语种结构不合理。根据福州市旅游局提供的导游年审统计数据,截止2011年3月,在890名福州市兼职导游中,中文导游857人,占导游总数96.26%;英文导游有30

收稿日期:2012-06-20

基金项目:闽江学院校级课题(YSY1017)

作者简介:林丹(1978—),女,福建福州人,闽江学院旅游系讲师,硕士,研究方向:旅游管理。

人,占导游总数 3.3%。日语导游仅有 2 人,朝鲜语德语各只有 1 人。由此可以看出,小语种导游人员严重紧缺,其导游人数与入境旅游者的数量也不成比例,这在一定程度上影响到福州市国际旅游市场的竞争力。

1.3 学历构成

虽然福州市的导游人员数量每年持递增的趋势,但是导游的整体素质却良莠不齐,相当一部分导游在学历层次、职业能力、职业素养等都不能真正满足导游业务的要求。根据福州市旅游局提供的导游年审统计数据,截止 2011 年 3 月,890 名兼职导游高中、中专学历者 124 名,占总人数 13.9%,大专学历人数 404 名,占总人数 45.4%,本科及本科以上学历人数 318 名,占总人数 35.7%。导游人员素质参差不齐,不能满足日益发展的旅游市场对高知型旅游人才的需求。

1.4 等级构成

根据福州市旅游局提供的导游年审统计数据,截止 2011 年 3 月,890 名兼职导游中初级导游人员 873 人,占总人数 98.09%,而中高级导游 17 人,中、高级导游员人数不到 2%。从数据中可以看出,福州市导游等级结构不合理,综合素质高、业务能力强、经验丰富的中高级导游人才缺乏。这样一个比例形态显现的是不成熟、低层次运转的导游队伍现状。

2 兼职导游的职业化现状调查

2.1 调查方法和设计

本研究以福州市兼职导游为例,通过对福州市兼职导游人员职业化现状的问卷调查,探寻当前兼职导游职业化管理中存在的问题并提出解决措施。调查问卷共包含 24 个问题,主要涉及 4 个方面:包括被调查者的个人统计学资料,导游职业化技能现状调查,导游职业化行为规范现状调查和导游职业化素养现状调查。本问卷主要利用福州市 2011 年度导游年审培训的机会,采取随机抽样的方法,对参加年审的导游人员发放问卷。抽样时间从 2012 年 4 月 14 到 4 月 24 日,调查中共发放 320 份调查问卷,回收 297 份,其中有效问卷 216 份。问卷采用无记名形式作答。被调查导游的基本特征如表 1 所示:

从表 1 可以看出,本次的调查对象女性多于男性,除一定的抽样原因外,也说明导游行业中女性居多,这是由行业特点决定的;30 岁以下的占了 94.45%,30 岁以上的只占了 5.55%,且多数为单身,这一定程度上反映了目前我国导游从业人员年龄结果偏年轻化的现状;从事兼职导游的工作年限几乎都

在 3 年及 3 年以内,一方面与此次调查对象年轻人居多有关,另一方面也与兼职导游的流动率较大有关。

表 1 调查对象个体变量分布表

个体变量	样本分布	样本数	百分比	总计
性别	男	80	38.89%	216
	女	136	61.11%	
年龄	20 岁(含)以下	20	9.26%	216
	21~25 岁	168	77.78%	
	26~30 岁	16	7.41%	
	31~35 岁	4	1.85%	
	36~40 岁	4	1.85%	
	41 岁以上	4	1.85%	
婚姻	未婚	218	96.3%	216
	已婚	8	3.7%	
工作年限	1 年以下	124	57.41%	216
	1~3 年	80	37.04%	
	4~6 年	4	1.85%	
	7~9 年	4	1.85%	
	10 年以上	4	1.85%	

2.2 兼职导游职业化现状调查

2.2.1 职业化技能调查结果

此次调查显示,在带团中个人欠缺的基础知识方面,有一半以上的导游认为自己较欠缺史地文自然知识(62.96%)、民俗知识(53.7%)和政治经济社会文化知识(51.85%);有关专业知识和业务知识方面,旅游者心理和行为学知识(64.81%)和旅游中的护理和急救知识(83.33%)分别居于各个选项首位;在带团技能方面,2/3 的导游认为自己需要提高公关协调能力(74.07%)。从调查结果可以看出,大多数的福州兼职导游认为自己不论是基础知识,专业知识、业务知识还是带团技能,都需要进一步全方面的培训和提高,尤其是在与游客沟通协调方面的知识和能力需要加强。

2.2.2 职业化行为规范调查结果

调查结果显示,81.48%的导游意识到自身形象对当地旅游业的重要性,说明大多数导游都有较强的形象意识。但是福州导游对社会对其形象的评价和认知并不认同。大多数导游(46.3%)认为在游客心目中的导游形象一般;而 50%的导游认为媒体报道误导了导游形象。调查表明旅游行业仍需重视和进一步努力改善导游形象,尤其要发挥媒介舆论的作用。

调查结果显示,55.56%的被调查者从未有过违反了旅游职业道德的行为,极少违反的占 31.48%,这说明福州的导游人员的自律意识较强,有良好的职

业化行为规范,懂得让自己的思想,语言和动作合乎自己的职业身份,但必须看到仍有12.96%的被调查者有过违反职业道德的行为,因而导游职业行为的规范和监督工作仍需要继续加强。

2.2.3 职业化素养调查结果

对所从事的导游工作热情度的调查结果发现,仅有7.41%的被调查者觉得导游工作纯粹是生活需要,无所谓热爱不热爱。31.48%的被调查者对导游工作的职业热情一般,25.93%的被调查选择热爱,5.56%的人选择很热爱。从调查结果可以看出福州兼职导游人员对从事的导游工作还是较有好感的,热情度较高。这可能跟被调查者从业年限较短有关,因此如何继续保持职业的热情是导游行业管理者要思索的一个重要问题。

虽然对导游职业的热情较高,但是会将导游作为终身职业的仅有5.56%,不会将其作为终身职业的人占46.3%。而多数导游觉得自己的社会地位一般(59.26%),甚至觉得社会地位低(24.08%),仅有1.85%的导游对现有的导游工作持满意态度,48.15%的导游满意度一般。从以上数据可以看出,多数兼职导游的职业满意度不高,只是把导游作为过渡性的工作,职业认同感较低。

3 兼职导游职业化的障碍

3.1 欠缺良好的职业环境

目前我国导游人员在薪酬状况、工作环境以及安全和健康状况等方面存在较多问题,其生存状况令人担忧。兼职导游作为三无人员(即无基本工资,无福利保险,无明确的劳动报酬),其收入来源以回扣为主,不仅不能获得应有的地位与待遇,而且有些地方导游带团还要上缴一定的“人头”费。另外,还要承担来自交通工具的风险、饮食方面和工作中突发事件的危险。但是令人堪忧的生存环境却得不到社会大众的理解和认同,导游常常与“导购”“欺客”“宰客”等词汇联系在一起。新闻媒体对导游批评多表扬少,社会大众更是对导游存在极大的不信任,严重影响了导游的声誉和形象,社会认同度较低。

3.2 普遍存在短期行为,职业归属感较差

兼职导游对未来的预期取决于市场中博弈存在的普遍形式。经济学家认为,信任是在重复博弈中,当事人谋求长期利益最大化的手段^[7]。大多数兼职导游把带团当做辅助的谋生手段或者休闲放松的方式,由于其工作随着市场供求关系的变化而流动,兼职导游职业的不稳定性和高流动性造成市场上一次性博弈频繁,而一次性博弈中欺骗是最理性的选择,

从而造成兼职导游普遍存在短期行为,对职业忠诚度较低,往往通过违规行为获取自己的利益。

3.3 结构混杂,行业管理难

兼职导游人数众多,流动性大,人员分散而且复杂。除了部分是持证不带团的(如学校教师和大中专在校学生),大部分持证上岗的也是出于不同的目的(个人兴趣,结交朋友,开阔视野或者是出于经济利益),兼职导游与所服务的旅行社之间并无人事隶属关系以及固定的合作关系,旅行社难以通过有效管理保证导游服务的高质量。作为对兼职导游进行统一管理的机构导游服务公司,其职能定位不准,只是简单地对导游证进行管理,未能很好地履行服务职能,不能有效保障导游的基本权益。而对兼职导游的行政管理也仅限于并无多大实际意义的年审制度。业务管理和行政管理的双重缺位,严重影响兼职导游的职业化进程。

4 兼职导游职业化管理的几点建议

爱丽特·弗里德森认为职业化是一个过程^[1]。兼职导游的职业化是增强自身职业技能水平,确立职业行为准则,提高职业化素养的过程。笔者认为可以从以下几个方面入手展开。

4.1 严格准入门槛,提高持证上岗率

导游资格考试仅仅是专业知识水平的测试,建议导游员在上岗前,需进一步接受导游服务规范与业务教育,经过一段时期的实习并通过最终实践考核后,才能申领正式导游证^[6]。另外,应该提高导游持证上岗率。目前存在着了一批为了外出旅游能享受到景区的相关优惠政策,纯为考导游证而考导游证的人,其并不是真正想从事导游行业。因此可以在年审导游时加入执业经历的审核,对当年没有执行带团任务的导游,暂缓或不予通过年审,以提高持证上岗率。

4.2 加强导服公司的执业管理,约束监督导游职业行为

要避免兼职导游的个人投机行为的出现,就要把兼职导游的个人行为和导游服务公司的信誉和利益紧密相连,发挥导游服务公司的社会信誉载体的作用。让导游服务公司为社会提供社团信誉,以组织的方式将一次性博弈转化为重复博弈^[7]。另外,导游服务公司要为兼职导游提供社会机会,降低单个兼职导游寻找工作的“交易成本”,通过加强兼职导游的网络化管理的建设,实现对导游执业过程的动态管理,约束监督导游行为,规范旅游市场。

4.3 注重职业培训和考核,提高职业化技能水平

导游服务公司不仅要为挂靠的导游提供出团机

会,更要对其进行业务知识培训等方面支持。可以利用现有的网络技术资源,结合集中授课和网上远程教育的新模式,开设对兼职导游的培训课程,节省培训时间和经费,为兼职导游提供便利。如 2007 年广州市在网上建立了两个兼职导游培训的平台,一个是建立导游服务网群,为导游提供学习交流的平台,一个是建立适合导游的继续教育网络平台,用现代高科技教育手段提高导游员综合素质。

可采取对顾客进行问卷调查或电话访问的方式,以了解导游的工作情况,或采用“神秘顾客”的方式,一方面对导游的业绩成效作出专业的评估,另一方面对导游的违规操作进行详细的记录,为导游的奖惩提供准确的依据,形成兼职导游改进自身业务水平的积极性。通过对兼职导游的绩效考核,建立兼职导游人员资料档案,优先为业务水平高的导游安排工作,形成兼职导游之间的竞争压力,从而不断提升服务水平。

4.4 丰富兼职导游的职业生活,增强职业认同感

可以通过举行导游沙龙,职业生涯规划,线路设计培训,优秀导游评选等活动丰富导游的职业生活,

增强其归属感。另外,要着眼于提高公众对导游职业的认识。适当的公关策划宣传是塑造正面的导游公众形象的重要手段。比如可以通过宣传模范导游的先进事迹,与媒体联合介绍导游职业队伍的发展现状,开展社会公众导游职业体验活动等提高导游员的社会认知度。

参考文献

- [1] 赵曙明. 人力资源经理职业化的发展[J]. 南开管理评论, 2003(5):73—77.
- [2] 郭晨炜. 以职业化为导向的新员工入职培训[J]. 中国人力资源开发, 2008(4):22.
- [3] 汪群,邵葵. 职业化视角下人力资源管理的演进历程[J]. 求索, 2009(3):66—68.
- [4] 陈方英. 我国导游职业倦怠调查研究——以泰安市导游为例[J]. 泰山学院学报, 2010(9):68—71.
- [5] 王丽. 对职业化导游建设的几点认识[J]. 职业教育, 2010(4):120.
- [6] 陈秋萍. 我国导游职业化的障碍和对策[J]. 乐山师范学院学报, 2007(5):62—65.
- [7] 张永安,苏黎. 导游服务公司为兼职导游提供发展空间[N]. 中国旅游报, 2002—12—17(5).

A Research on the Obstacles and Countermeasures of Part-time Tour Guide's Professionalization

LIN Dan

(Tourism Department of Minjiang University, Fuzhou 350108, China)

Abstract: The professionalization of the tour guide includes professional quality, professional behavior and professional ability. Part-time tour guide is the new force of the guide team. Their professional development has become the protection of the normal development of the tourism industry, which contributes to the improvement of the service quality of the overall tour guide, and promote the healthy and sustainable development of tourism. It is necessary to explore the barriers to part-time tour guide in the process of professionalization and take measures to improve the professional level of part-time tour guide.

Key words: part-time tour guide; professionalization; obstacle

(上接第 101 页)

Electricity Consumption and Economic Growth: Evidence from China

HU Hao-ran¹, ZHANG Fang²

(1. Electric Power of Changge, Changge Henan 461500, China;

2. College of International Business, Shenyang Normal University, Shenyang 110034, China)

Abstract: Both of the series of electricity consumption per capita and real GDP per capita in China were found to be a stationary process around a structural break during the period of 1979—2009 by the Zivot and Andrews test. Thus, two different methodologies have been employed to test the Granger causality between the two series: the Dolado—Lütkepohl test using the VARs in levels, and the standard Granger causality test using the detrended data. Both of the results have yielded a strong evidence for unidirectional causality running from the electricity consumption to the income. This indicates that the supply of electricity is vitally important to meet the growing electricity consumption, hence to sustain the economic growth in China.

Key words: electricity consumption; economic growth; causality