

后疫情时期导游的职业发展剖析

马小琴 张荣秀

山西旅游职业学院,山西太原 030031

[摘要] 新冠疫情发生后,对文化旅游业产生了巨大的影响和冲击,新兴旅游市场和业态随之出现,导游作为文化旅游市场的重要组成部分,也要时刻让自己的发展跟上文旅市场的步伐。为此,本文对后疫情时期导游的职业发展进行剖析,期望给导游的职业发展提供借鉴。

[关键词] 疫情;职业发展;导游

[中图分类号] F592.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-7740(2020)34-0038-02

引言

2020 新年伊始,新冠肺炎疫情席卷全国、蔓延全球,中国及时发布政策居家隔离不外出,旅游业也随即按下暂停键,3 月后,全球旅游业因疫情原因也相继停摆,旅游经济遭受重创,许多旅游企业不堪重负宣布破产。文化和旅游部积极发布《关于积极应对疫情影响保持导游队伍稳定相关工作事项的通知》称,导游是促进旅游业发展的重要力量,是提升旅游服务质量的关键因素。各地要加强疫情期间导游人员权益保护工作,依法落实导游人员权益保护相关规定。在疫情期间非因法定事由不得提前解除与导游签订的劳动合同,一定要保持疫情期间导游队伍稳定,为旅游业恢复发展蓄力储能。

4 月份,随着中国疫情得到有效控制取得决定性胜利,中国经济重新摁下前进键,旅游业也开始走上复苏之路。但是,复苏之路缓慢而艰难,导游有的在坚守,有的转岗转业、另谋出路,当下,尽管国际旅游业还未回复,但是国内旅游业在暑期已取得了可喜的成绩。由国内旅游业重启发展的这段时间来看,人们的消费理念、消费方式以及游玩体验、产品选择等都发生了量到质的改变,有的体验、选择方式可以说得以重塑,甚至是颠覆式改变。如:无预约不出游、出游即预约以及网约导游、私人定制导游这些都对“后疫情时代”,尤其是我国旅游高质量发展时代的导游从业人员提出了更新、更高的要求。导游应该如何重新规划自己的职业发展是一个值得深思的问题。

一 导游的业务能力和竞争力急需提升

疫情使得线上云游成为旅游业的一种趋势和潮流。人们越来越习惯网约导游、预约游、定制游、自由行、个人行等高端旅游形式,旅游产品也逐渐注重健康游、亲子游、休闲游、康体养老、研学旅行等形式。所以,随着旅游业的产品创新和新业态的需求

[基金项目] 山西省软科学资助课题(2018041041-3)。

求量日益成为文旅市场的主流,旅游业发展领域也相继拓宽。这些都对导游提出了不少新的知识和技能要求。有的需要独特的知识讲解,有的需要户外运动技能,有的需要耐心陪伴等,对导游的要求越来越知识化、精细化、多样化,很多导游也跟随疫情的发展需要以及旅游新业态的需求开始跨界学习,向标杆“杂家”发展,将导游专业知识与其他专业知识相结合,提升业务能力与竞争力,服务更细心、用心、热心、爱心、智能,适应后疫情时代以及疫后旅游业高质量发展需求。

二 导游的知识深度和广度需要延展

随着人们旅游方式、旅游产品选择的内涵提升,给导游提出了更大的挑战。导游要服务好游客,就必须根据文旅市场上的旅游产品补充自己的知识和科技含量,而不仅仅局限于景点景区所要求的单纯的讲解基本知识,尤其是要进行跨界知识的融合,领域更细化和多样化。为此,导游要时时进行知识能量补充,优质服务能力和技能的学习和培训,包括传统文化、建筑、传统艺术、语文、历史、地理、文学、才艺、音乐、美学、心理学等方面知识的补充学习,促其成为旅游业导游服务的全才。实现集导游、计调、销售、客服等多岗位于一体的复合型专业服务知识和实践的历练。苦练内功,增强自己旅途中的定力、移情力、想象力和执行力,迅速带游客入角色,适应当下旅游市场上游客喜欢并习惯的定制游、预约游、自由行、自驾游等各种形式的高端游,实现“跨界融合”的自我知识储备,迎接旅游市场的各种挑战,服务好游客。

三 导游的服务质量内涵需要提升

疫情促使游客关注旅行质量超越了以前简单的说走就走的出行,而是更加追求愉悦的舒适感、安全感、获得感,新兴的预约游、定制游在线高端旅游模式更加有助于激发和释放游客的多元化个性需求,无形之中也给导游提供了自主灵活就业或服务的空

间。导游的服务模式随着疫情的发展发生了很大变化,导游的服务质量不再是以以前的“服务好、服务好、零投诉”游客为目的,而是服务要使游客的旅途实现安逸、舒适、开心、放心、安全的魅力之旅。所以,导游要把游客的利益放在首位,身体力行和游客融为一体体验旅游的乐趣,激发游客的兴致,为游客提供优质服务,用自己的真心换得游客的真心,真正实现靠自己的专业技能、专业知识、个人魅力、职业素养为游客提供良心品牌高质服务获得更高收入,既能不断提升游客的出游体验,也能在信息体验时代、智慧化云游环境中拥有自己的一片职业空间,为旅游业发展尽自己的“文化旅游传播大使”之使命。

四 导游的职业素养需要提升

导游作为旅游业接待服务的纽带,是旅游主体和旅游客体之间的媒介,也是以全域化、品质化、国际化、智慧化等为特征的现代旅游市场新环境的市场所需。当前,文旅融合的步伐越来越快,旅游产业链延伸越来越长、产业边界拓展越来越宽,新业态不断出现,导游人才的需求市场随时都发生着根本性的变化,已由追求传统技能的培养,转向人文素养和综合素质的需求。另外,旅游过程中的服务是给予游客有温度的陪伴,导游不仅要对其服务的地区和城市有情怀,还要对其途经的知名地区、景区景点有所知,更要精通其所服务地的地区文化,并不断挖掘和提升,从而更好的为游客提供服务。所以,导游要着眼于从业需求,市场需求,积极利用线下、线上各种培训平台进行理论和实践知识的学习、技能的提升,从而培养自己的定力,提升专业素养,增强工作实效和影响力,最终形成自己的独特品牌和风格。

五 导游的智能化服务需要提升

2020年,特殊年份旅游业发展中最为耀眼的就是科技在旅游业恢复发展的巨大影响力。疫情期间线上、线下旅游业的蓬勃绽放发展,无论是导游直播线上云游、还是景区景点直播云游等无一不说明了科技赋能旅游业发展。创造新的旅游增长点,成为旅游业发展的核心竞争力之一,科技的应用无疑为旅游业新业态的探索和发展提供了更多的可能性。尤其这段时间科技助力互联网、新媒体、场景科技以及5G网络技术等新技术在旅游业中的充分展现,让旅游消费体验“升级”,使游客体验到更个性化、品质化、多元化的文旅产品。同时,也使导游的服务更加智慧化,比如,青城山旅游景区电子语音导

游就是景区在引进智慧化旅游发展之后,从导游各自提供的语音讲解录音中经过层层选拔脱颖而出的优秀语音讲解,投放在景区网站页面让游客自由选择自己喜欢的导游讲解,既可以是电子语音讲解,也可以是导游实际陪伴讲解。所以,未来随着文旅融合快速转向转型升级、优质发展的快车道,智慧科技在文旅融合的产品形态、产品打造、服务体验、管理效能等方面的作用愈加明显,这对导游来说既是机遇也是挑战,导游要与时俱进,运用科技提升自己的服务技能,提高自己的服务水平,提升自己的服务魅力。

六 导游制度管理机制需要完善

疫情不仅给导游带来焦虑、担忧、迷茫等心理问题,造成导游的转岗、转业,以及导游人员在工作状态和实际收入均受到较大影响的情况下,更容易产生心理问题,同时,疫情还造就了导游角色的转变,以及旅游新业态的出现为导游的服务提出了新的要求,也对导游的高质管理提出了新的要求和标准,因此,文化和旅游主管部门、行业组织、企业及专业机构要借机完善导游的管理机制和制度,把关心导游的生活,关心他们的心理健康写入制度管理,让每一个导游在突如其来的灾难面前不惧怕、在困难时期不掉队,尤其是意外来临时有组织、有团队可以依靠,成为素质过硬的导游。旅游行业企业之间加强横向联合,资源互补,信息共享,共享平台建设,获得规模效应,提高了旅游业的竞争力和抵御风险的能力;加深了彼此之间的纵向发展,资源优势互补共享,尽力降低旅游企业间的交易费用,实现良性竞争,提高了企业效率,增强了企业应对突发事件能力和市场竞争力,给导游一份安心的职业环境。

[参考文献]

- [1] 周国忠. “后疫情时代”导游人才如何培养 [N]. 中国教育报, 2020-04-14 (11).
- [2] 戴斌. 新冠疫情对旅游业的影响与应对策略 [J]. 人民论坛, 2020, (6): 46-52.
- [3] 王庆生, 刘诗涵. 新冠肺炎疫情后游客的出游意愿与行为的影响 [J]. 地域研究与开发, 2020, (4).
- [4] 王懿. 旅行社兼职导游管理现状及对策 [J]. 宁波职业技术学院学报, 2013, 17 (1): 75-78.
- [5] 王应霞, 林潮芬. 旅行社对高校学生兼职导游的人性化管理研究 [J]. 佳木斯教育学院学报, 2012, (12): 456-457.
- [6] 宋一兵. 大学生导游职业认知形成及其改善 [J]. 旅游学刊, 2012, 27 (10): 73-77.