

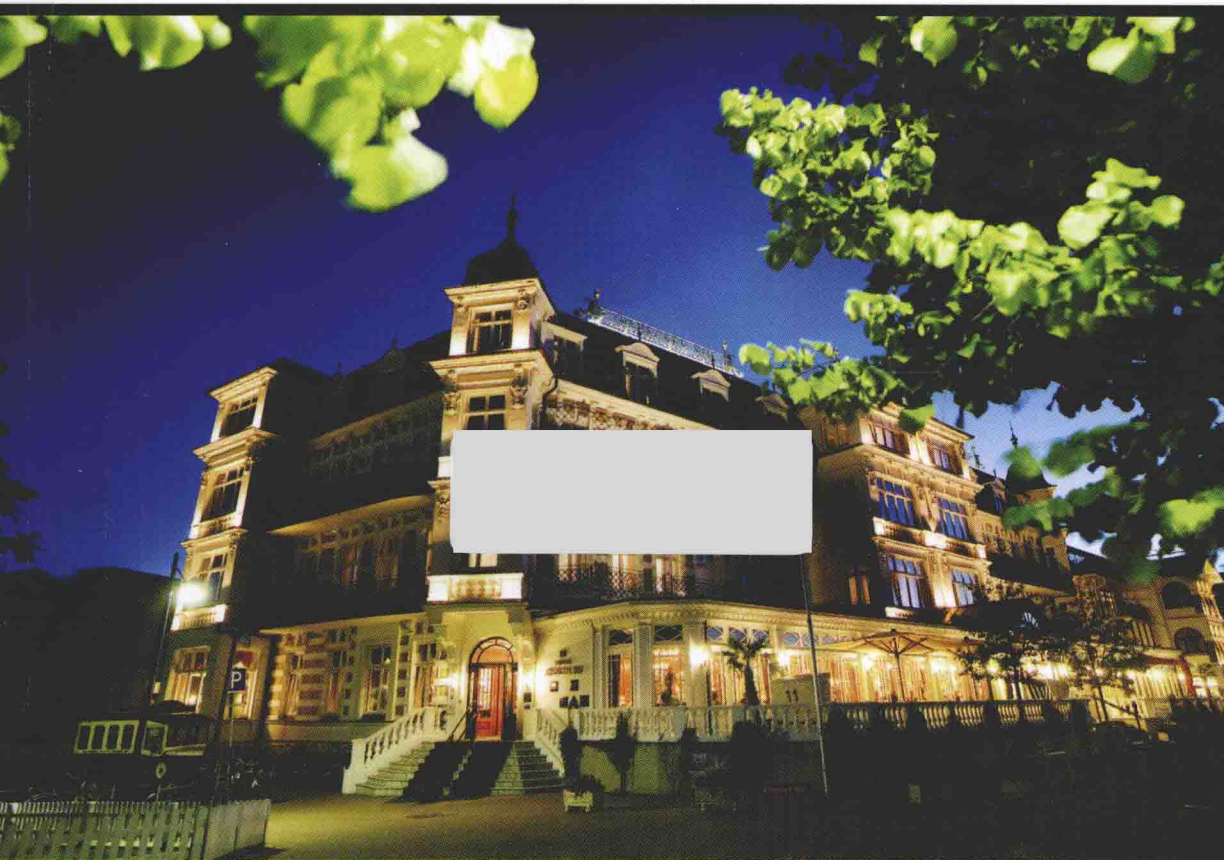
教育部职业教育与成人教育司推荐教材
国家旅游局人事劳动教育司推荐教材
高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

— DAO YOU YE WU —

导游业务

(第3版)

陶汉军 黄松山 编著



旅游教育出版社

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
国家旅游局人事劳动教育司推荐教材
高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

—— DAO YOU YE WU ——

导游业务

(第3版)

陶汉军 黄松山 编著

北京·旅游教育出版社

责任编辑:陈 霁

图书在版编目(CIP)数据

导游业务 / 陶汉军, 黄松山编著. —3 版. —北京:
旅游教育出版社, 2014. 3
高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书
ISBN 978 - 7 - 5637 - 2145 - 0

I. ①导… II. ①陶… ②黄… III. ①导游—高等职业
教育—教学参考资料 IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 049485 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

导游业务

(第3版)

陶汉军 黄松山 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京甜水彩色印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×960 毫米 1/16
印 张	15. 875
字 数	249 千字
版 次	2014 年3月第3版
印 次	2014 年3月第1次印刷
定 价	28. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高等职业教育要求和旅游行业的特点,精心编写出版了这套旅游高等职业教育系列教材。这套系列教材自2000年7月出版以来,以其准确的定位和科学的编排受到广大师生的普遍好评,成为业内影响最广、备受欢迎的专业化教材。

此次再版,在充分听取广大读者意见的基础上,根据国家最新的职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并在杜江等业内专家主持下,确定了修订原则和修订方案,目的是在保持原教材特色的基础上,进一步完善该系列教材,使其更加贴近教学实际。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了引言、学习目标、案例分享、特别提示、拓展知识等模块,目的是在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了我国加入世贸组织后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本版教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个方面很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本版教材的权威性和专业性。

贴近教学的全新编排。增引言,帮助读者更好地理解各章内容;拟学习目标,帮助学生与教师更好地沟通;补特别提示、拓展知识、案例分享、思考与练习,让学生尽快消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

作为全国唯一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们将不负众望,力求把最专业权威的教材奉献给广大读者,为发展我国旅游教育事业做出更大贡献。

旅游教育出版社

第三版前言

2009年12月《国务院关于加快发展旅游业的意见》将旅游业定位为国民经济战略性支柱产业和发展为人民群众更加满意的现代服务业,标志着我国全面建设小康社会背景下消费立国、服务业主导产业经济的新的经济时代的来临。这既是对旅游业发展提出的新要求,又是推动旅游业腾飞的强大动力。2013年颁布的《中华人民共和国旅游法》不仅是我国旅游发展史上的重要里程碑,而且也是促进旅游持续健康发展的重要制度基石。

2012年,我国旅游业在全球经济低迷、增长乏力的形势下保持了平稳较快发展。国内旅游人数达29.57亿人次,国内旅游收入2.27万亿元,分别比上年增长12%和17.6%;入境旅游人数1.32亿人次,旅游外汇收入500.28亿美元,分别比上年下降2.2%和增长3.2%;出境旅游人数8318.27万人次,比上年增长18.4%。据世界旅游组织预测,在今后七年内我国将成为全球最受欢迎的旅游目的地。2012年,我国出境旅游人次超过此前长期排名前两位的德国和美国,成为世界第一大国际旅游消费国。由此可见,我国旅游业的发展前景十分广阔,为包括导游人员在内的各类旅游人才提供了施展才干的空间。

根据我国旅游业快速发展的形势和有关新旅游法规的要求,本书在2003年再版的基础上再次进行了修订。为保持与前两版的连续性,本次修订在保留原书框架结构和主要内容不变的基础上,对下述方面进行了调整和补充:一是根据《中华人民共和国旅游法》、《旅行社条例》和《旅行社条例实施细则》中的内容对导游人员和导游服务的有关规定进行了调整,如导游人员的权利和义务、导游人员行为规范等;二是对有关内容进行了充实,如地方导游人员服务程序与服务质量、出境旅游领队的服务程序与服务质量等;三是补充了部分内容,如游客合法权益的内容、我国各地区游客行为特征、散客导游服务的类型和自驾车散客旅游服务等;四是在每章之后增加了一些案例,全书共收入30多个案例,其中不少是近两三年导游服务中的事例;五是在体例上的变化,为方便教和学,在每章前增设引言、学习目标和关键词,在每章之后配置案例、思考题以及闯关测试题,各章节重要之点辟有特别

提示以及拓展知识。

对一些旅游院校任课老师对本书再次修订提出的宝贵意见和国家旅游局人事司人才开发处的同志所给予的帮助表示感谢。

鉴于作者水平所限,本次修订仍会存在不足之处,敬请读者不吝指正。

编著者

2014年1月15日

目 录

第一章 导游服务的性质、地位和作用	1
第一节 导游服务的产生和发展	1
第二节 导游服务的性质	7
第三节 导游服务在旅游接待服务中的地位和作用	10
第四节 导游服务的特点和基本原则	12
第二章 导游服务的客体	23
第一节 旅游需要	23
第二节 旅游动机和心理特征	29
第三节 游客的旅游行为	34
第三章 导游服务的主体	44
第一节 导游人员的类型与职责	44
第二节 导游人员的从业素质	51
第三节 导游人员的职业形象	56
第四节 导游人员的修养与行为规范	60
第四章 导游服务体系和服务规范	67
第一节 导游服务体系	67
第二节 团体旅游接待服务规范	71
第三节 散客导游服务与服务程序	106
第五章 游客个别要求的处理	113
第一节 游客个别要求的处理原则	114
第二节 餐饮、住房、娱乐、购物方面个别要求的处理	115

第三节	要求亲友随团活动、中途退团或延长旅游期限的处理	120
第四节	要求自由活动和转递物品的处理	121
第五节	特殊游客需求的对待	123
第六章	常见问题与事故的应对	129
第一节	漏接、错接与空接的预防与处理	130
第二节	旅游计划和日程变更的处理	133
第三节	误机(车、船)事故的预防与处理	136
第四节	证件、钱物、行李遗失的预防与处理	137
第五节	游客走失的预防与处理	143
第六节	游客患病、死亡的处理	145
第七节	安全事故的预防与处理	148
第八节	游客越轨言行的处理	154
第九节	旅游投诉及处理	156
第七章	导游带团技能	164
第一节	导游带团的特点与原则	165
第二节	营造和谐、愉快的合作氛围	170
第三节	处理好各种关系	173
第八章	导游讲解技能	182
第一节	导游讲解应遵循的原则和要求	183
第二节	导游语言技能	190
第三节	常用导游讲解方法和技巧	207
第四节	导游讲解风格	218
第九章	导游服务模式和规律性	226
第一节	导游服务模式	226
第二节	导游服务的规律性	235
参考书目		241
教学参考建议		243

导游服务的性质、地位和作用

引言

有旅游,就有导游服务。随着我国旅游业的发展,越来越多的人,特别是年轻人参加到导游队伍中来,向游客提供导游服务。那么,导游服务是否自古有之,它是一种什么样的服务,它在旅游接待服务中处于什么位置,对旅游业的发展起何种作用,这些就是本章要予以阐释的问题。

学习目标

- 知识目标:了解导游服务的发展历程,熟悉导游服务的主要特征、特点和它在旅游接待服务中的地位 and 作用,掌握导游服务的属性和服务中应遵循的基本原则。
- 能力目标:能够向游客提供标准化与个性化相结合的服务,能够在导游服务基本原则指导下向旅游者提供所需要的服务。

关键词

导游 导游服务

第一节 导游服务的产生和发展

一、古代的向导服务

导游服务是从古代向导服务发展而来的,而向导服务则是随着私有制的出现

和旅行活动的开展而产生的。

虽然原始社会时期已存在旅行活动,如原始部落的迁徙,但是并未伴随着产生向导服务。随着人类社会进入奴隶制社会和私有制的出现,社会财富和奴隶集中于少数奴隶主手中,他们除了过着奢华的享乐生活外,还进行了不同目的旅行,如在其所属地区进行巡视,到其他地区进行奴隶的买卖和到名山大川祭祀天地神祇等。在这些旅行活动中,其奴仆簇拥前后,除担任主人的侍奉和护卫的任务外,也起着旅行向导的作用,即为他们提供探路、引路的“服务”。不过,当时奴仆提供的这种“服务”并不以报酬的形式表现出来。此外,在奴隶制社会时期,宗教旅行、商业旅行和体育旅行也开始兴起。如古埃及在公元前 3000 年就组织朝圣者去参拜圣地,腓尼基人在地中海和爱琴海周围地区从事商业活动;公元前 8 世纪起,古希腊的奥林匹亚体育竞技节庆(今天的奥林匹克运动会即源于此)也吸引了各方人们的参与和观看。

到了封建社会,由于社会生产力的进一步发展,交通条件的改善,各种旅行活动也开始多了起来。除帝王将相的巡游外,还出现了士人、学子的漫游,特别是在封建社会的中后期,以求学为目的的教育旅行,以健康为目的的温泉疗养旅行,以探险为目的的航海旅行,以经商为目的的跨地区、跨国商业旅行,以传经布道为目的的宗教旅行也相继发展起来。我国自春秋战国时封建制确立以来,历朝各代的旅行活动都出现了一些著名的代表人物,如春秋战国时期孔子、苏秦、张仪的游说各国诸侯,西汉张骞出使西域,东晋法显赴印度留学求法,唐朝李白、杜甫的文人漫游、玄奘的印度拜师求经、鉴真的五次东航日本,元朝汪大渊两次下“东洋”、“西洋”(元明以今南海东部约东经 110°以东为东洋,以西及沿海各地至非洲东岸为西洋),明朝郑和七次下西洋等。在这些旅行活动中,往往都配有熟悉旅途的人做向导。他们不仅引路,有时还能指点和介绍一些沿途的名胜、景点和当地的风俗民情。我国历朝的新官上任、官吏的调动或被贬返归故里、学子的赴京赶考等,或有臣仆、侍从相随,或有家人、书童相伴,这些臣仆、侍从、家人、书童除沿途侍候之外,实际上也起着向导作用。

在国外,13 世纪以后,随着城市的复兴,贸易的发展,西方的探险旅行、科考旅行、教育旅行、温泉疗养旅行也发展起来,诸如意大利人哥伦布探险发现美洲新大陆,葡萄牙人达·伽马发现绕过非洲南端的好望角通往印度的新航线,麦哲伦绕地球一周证明地圆说,达尔文的环球航行创立进化论学说等。在这些旅行活动中,有的由侍从相随,有的途中雇用了向导。

由此可见,在古代时期的各种旅行中,已经产生了向导服务,不管提供这种服务的人的身份是独立的,还是附属于其主人,他们在旅行中所起的向导作用是毋庸置疑的。



特别提示

向导服务产生的条件一是旅行活动的产生;二是私有制的出现,二者缺一不可。因为前者产生了对向导服务的需要,而后者则提供了为向导服务支付费用的可能。



拓展知识

伴随着旅行活动的发展,在封建社会的中后期,与向导服务提供的同时,也出现了为旅行活动提供方便的导游书籍和在一地提供导游服务的人员。例如,在我国封建社会鼎盛时期的唐代,韩愈南迁过韶州时,曾向友人借用地理图经(即现今的导游图);在其后的宋代,李度在出游时,除带有图经外,还带有《黄山领要录》、《泰山道里记》等介绍黄山和泰山的书籍。南宋建都杭州后,印刷的一本《地经》,将南宋皇朝所属的地域各城通向杭州的道路、里程以及途中可供歇息的旅店、饭铺进行了详细介绍,对旅行和游览者大有帮助。传说马可·波罗到我国杭州时,曾购过此书,作为其旅行路线的参考。除了导游书籍外,在唐宋时期,为游人提供导游的服务也开始出现。在一些游览胜地,开设了许多店铺,店铺里设有专为游人提供导游服务的导游者。他们对游览地区的历史地理、文化艺术、风土人情、民间习俗了如指掌,介绍起来滔滔不绝。

不过,这个时期的向导服务和一地的导游服务并不具有普遍的社会意义。因为在古代,整个社会生产力水平是低下的,旅行活动只是社会中极少数人的行为,不仅参加旅行活动的人数很少,而且不少旅行活动对社会没有经济上的重要性,诸如帝王将相的巡游、官员的调动等,其开支均由沿途各州县承担,对社会经济的发展没有任何推动作用。其次,这时的向导服务对提供者来说,一是多少带有偶然性、临时性;二是他们收受的只不过是游客赏赐的“盘缠”或“酒钱”(相当于现代的小费),人们不可能以此作为谋生的手段,更不能据此来养家糊口。因此,古代的向导服务和一地的导游服务受到社会经济条件的很大制约,同具有社会独立形态的现代导游服务存在着很大差别,不可能形成向导或导游队伍。

二、近代的导游服务

随着资本主义生产关系的建立,特别是18世纪60年代,英国开始的产业革命以及随后美国、法国、德国等西欧国家和日本相继于19世纪完成的产业革命,大大推进了生产力的发展和经济的繁荣。产业革命的结果一方面产生了一批新兴的资产所有者和大量的雇佣工人;另一方面新技术在工业中的应用大大推进了社会生

产力的发展,商业、贸易的繁荣,城市的兴起和交通运输工具的革新。一批新兴的资产所有者积敛了大量资财,除了满足自己和其家庭的日常消费外,还产生了出外旅游享乐的需要;生产的发展、原材料供应和产品销售促使不同地区、不同国家之间贸易的蓬勃发展和人员往来的增加;交通工具的革新,火车、轮船的出现不仅运输速度快、运载量更大,而且比马车时代更加舒适;城市的兴起,城市内以及铁路沿线站点旅馆、餐馆、咖啡馆的发展既方便了当地居民,更方便了过往旅客。这一切均为旅游活动的开展创造了有利条件。

正是在这种背景下,英国人托马斯·库克以其超人的智慧率先于 1845 年成立了人类历史上第一家专门从事旅游活动组织和经营的旅行社,并于当年组织了 350 人从莱斯特到利物浦的包价旅游,旅游费用包括分属四家铁路公司的运输费、住宿费和游览途中卡那封城堡和斯诺登山的费用。为了方便这次旅游活动,库克不仅亲自陪同,而且在卡那封城堡和斯诺登山游览中聘请了地方导游。此后,他又组织了一系列在英国国内和赴欧洲、北美、非洲和环球旅游活动。在这些活动中,均配有全程导游服务。

到 1864 年,库克组织的旅游人数已达 100 多万,他的名字也就成了旅游的代名词,在英国和欧美地区家喻户晓。在库克成功经验的示范下,英国、欧洲、北美、日本先后组建了不少旅行社或其他旅游组织,招募陪同和导游,不仅促成了导游队伍的形成,而且也使导游服务成为向旅游团必须提供的一项服务。

上述情况表明,这个时期的导游服务已经分成两种类型,一种是全程陪同服务,另一种是地方游览项目的讲解服务。前者不仅起着向导作用,而且还担负了旅游团行程中生活照料工作;后者则是对当地游览项目进行导游和讲解。

因此,这个时期既是导游服务的开创时期,也是现代导游服务的奠基时期,所提供的导游服务在许多方面和现代导游服务是相同的或类似的。其次,旅行社招聘全程陪同和临时雇佣当地人员进行导游活动也促使了社会中一些人逐渐将导游服务作为一种职业来对待。所以,这个时期又是导游服务逐步走向职业化的时期。

三、现代的导游服务

第二次世界大战之后,特别是 20 世纪 50 年代以来,世界经济的稳步发展,居民收入的不断提高,余暇时间的增多,新的科学技术在旅游业中的应用,各国政府对发展旅游业的重视,为旅游活动的蓬勃发展创造了十分优越的条件,使旅游活动开始进入了千家万户。随着大众旅游的兴起,旅游对社会经济的影响也越来越大,旅游业已成为世界经济中一个重要的产业部门,为 2 亿多人提供了就业机会,其中包括为游客提供导游服务的人员。

导游服务不仅为游客旅游活动的顺利进行提供了安全、可靠和便利的条件,而且也是一个国家或地区旅游产品从生产至消费转化中的重要一环。旅游消费是游客亲自到旅游目的地进行的消费,消费的则是带有综合性的无形服务。游客到一个陌生的地方去消费带有综合性的无形服务不借助导游人员的帮助是困难的,所以,导游服务在旅游接待服务中占有十分重要的位置,正如旅游界许多人士所认为的那样,“导游服务是旅游服务中最重要的服务”,导游人员是“民间大使”,导游服务在不同地区、不同国家人民之间“架起了友谊的桥梁”。

导游服务在旅游服务中的重要性,导游人员队伍的不断扩大,使世界上许多国家对导游人员的执业资格、导游人员的选拔、导游人员的教育和培训以及导游服务质量加强了管理,从而使现代时期的导游服务呈现了如下一些主要特征:

(一) 导游服务职业化

第二次世界大战后,随着世界旅游业的不断发展,越来越多的人将导游作为一种谋生的手段而参加到导游队伍中来,使导游人员队伍迅速扩大。导游人员数量的增加和导游服务在旅游接待服务中的重要性使得导游服务的地位逐步为社会所确认,即导游服务成为了社会诸种职业中的一种职业。20世纪70年代,西方一些发达国家(如加拿大)已开始将导游作为一种职业列入其社会职业分类词典之中,我国劳动和社会保障部1999年颁布的《中国职业分类大典》也将导游作为一种职业列在该大典第四大类“商业与服务业”之中。

(二) 导游服务商品化

在当代,旅游产品也是一种商品,在交换中遵循的也是市场法则。作为旅游产品一部分的导游服务同其他组成部分一样对游客具有使用价值,能满足游客身心的需要,同时在服务过程中导游人员要消耗活劳动,因而也创造价值。在交换中,其消耗的活劳动需要得到补偿,这种补偿是以收费的形式表现出来的。在我国,导游服务收费包含在包价旅游的综合服务费中,而散客委托服务则按单项计价。在国外,导游服务收费在理论上是通过谈判来确定,而在现实中则由政府机构确定,或由导游协会和旅游产业界的协议来规定。一般说来,导游服务收费标准虽各国不尽相同,但范围都在一个工作日几十美元至300美元之间。

(三) 导游服务规范化

第二次世界大战后,旅游业的竞争越来越激烈,旅游者对包括导游服务在内的旅游产品的质量越来越注重,为保护消费者的合法权益,国际标准化组织、一些地区性的旅游组织和不少国家的旅游组织或相关机构先后制定了旅游产品销售标准和导游服务质量标准,对旅游产品和导游服务全过程的质量要求进行了规范。例如,国际标准化组织的ISO 9004-2:1991是专对服务业建立的质量标准,欧洲共同体理事会颁布的《关于包价旅行、包价度假、包价旅游的指令》,规定了旅游商的促

销产品必须向消费者就产品价格、日程及包含的各项服务的内容、规格、档次等提供详细的书面材料。我国国家技术监督局也于1995年制定了《导游服务质量》国家标准,2011年改为《导游服务规范》,1997年和2011年国家旅游局又先后颁布了《旅行社国内旅游服务质量要求》和《旅行社出境旅游服务规范》的部门标准。它们分别从不同角度、不同层面对导游服务质量提出了规范化的要求。

(四) 导游人员管理的法制化

为了确保导游服务质量,维护游客的合法权益,树立旅游目的地国家、地区和旅游企业的形象,世界许多国家的政府部门或有关机构、组织都加强了对导游人员的管理,并将这种管理纳入法制化轨道。主要管理措施有:

1. 导游资格考试制度

世界上许多国家都对导游人员规定了选拔程序,选拔的主要手段就是进行导游资格考试。考试一般分笔试和口试两种形式,考试的内容多涉及实际工作中必备的知识和技能。不同的是,各国负责组织考试的机构往往千差万别,除政府、旅游管理部门、导游协会外,还有测试委员会、评估机构乃至大学等。

我国于1989年建立了全国导游资格考试制度,1995年起又建立了导游人员等级考核制度。

2. 导游人员注册制度

世界上大部分国家都有明确规定,导游人员在进入旅游行业从事导游工作时需要进行注册,只有经过注册的导游人员才有执业资格。不同的是,注册有效期限和负责注册的机构各不相同。有的国家一次注册终身有效,有的国家每年、每两年或每五年需注册一次;负责注册的机构除市政当局、地方政府、旅游部门外,还有商会、导游协会、导游公司等。

我国关于导游人员注册制度的规定是,导游人员在获得导游资格证后,须向一家旅行社或导游管理服务机构注册。



特别提示

导游人员执业的程序是:首先通过导游资格考试,取得导游资格证;再持证与当地一家旅行社签订劳动合同或到导游管理公司进行登记;然后持与该旅行社签订的劳动合同或导游管理公司登记证明材料向所在地的旅游行政管理部门(直辖市、计划单列市、副省级旅游行政管理部门以及有相应的导游规模、有相应的导游管理服务机构、有稳定的执法队伍的地市级以上旅游行政管理部门)申请导游证;最后还须参加颁发导游证的旅游行政管理部门举办的岗前培训考核。

3. 导游人员管理立法

不少国家对导游人员的管理制定了有关法规,相当一部分国家规定不合格的导游人员从事导游工作为非法。例如,在塞浦路斯,法律明文规定,没有取得导游资格的人从事导游工作为非法行为。对取得导游资格的导游人员,则禁止其提供不经请求的导游服务;索取高出公布收费标准的服务费;索要小费;作宗教和种族宣传;告诉游客虚假信息等等。

为了加强对导游人员的管理,1987年我国旅游行政管理部门制定了《导游人员管理暂行规定》,1999年,以国务院第263号令的形式发布了《导游人员管理条例》,2002年,国家旅游局又实行了《导游人员管理实施办法》,规定除对导游人员实行资格考试制度和等级考核制度外,还实行计分管理制度和年度审核制度,从而将我国导游人员的管理纳入了法制化轨道。

总之,导游服务从古代到现代经历了一个漫长的发展变化过程,这种转变是一种质的变化。第一,在服务性质上,向导服务是业余的,而现代导游服务已成为一种社会职业;第二,在服务方式上,向导服务带有随意性,而现代导游服务则是规范化的;第三,在服务内容上,向导服务是指路性的,而现代导游服务是全方位的。

第二节 导游服务的性质

一、导游服务的含义

(一) 导游的概念

“导游”一词源于英语 Tour Guide,其中 Guide,作为名词按牛津词典解释意为“指路的人”,作为动词,即为“引导”。Tour Guide 按美国威斯康星大学哲学博士查理斯·梅特尔卡编著的《住宿、旅行和旅游辞典》的解释是“领有执照并受雇带领旅游者在当地观光旅行的人”。

(二) 服务的概念

服务,国际标准化组织和我国国家技术监督局制定的国家标准 GB / T 16766 - 1997《旅游服务基础术语》所下的定义是:“为满足顾客的需要,供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果”。在旅游活动中,服务即是作为旅游产品供方的旅游企业同游客的接触中使其需要得到满足的活动。

按照国家技术监督局制定的国家标准 GB / T 19004.2 - 1994《质量管理和质量体系要素第2部分:服务指南》,体现服务的特性主要有:

- 设施、能力、人员的数目和材料的数量;
- 等待时间、提供时间和过程时间;

——卫生、安全性、可靠性和保密性；

——应答能力、方便程度、礼貌、舒适、环境美化、胜任程度、可信性、准确性、完整性、技艺水平、信用和有效的沟通联络。

将这些特性归结起来，可以看出服务的主要构成要素，即

(1)人力和物力要素。服务离不开人，也离不开物，它是人借助一定的物质条件进行的活动。

(2)效率要素。服务应讲究效率，不能拖拖拉拉，它要求在单位时间内完成更多的工作量或完成同样的工作量花费更少的时间。

(3)能力要素。服务除需要消耗一定的体能外，还要求注重语言能力、技术能力、应变能力、协调能力、沟通能力和管理能力。

(4)文明要素。服务要讲究文明礼貌，以及服务环境的美化。

(5)安全要素。服务是人们之间相互接触的活动，在相互接触中，要确保顾客的人身财物安全，并注意卫生和保密。

(6)效用要素。服务的提供要具有有用性，要针对顾客的需要，有始有终，令顾客可信，能满足其需要。

(三) 导游服务

导游服务是导游人员代表被委派的旅行社，接待或陪同游客旅行、游览，按照组团合同或约定的内容和标准向其提供的旅游接待服务。

首先，根据《导游人员管理条例》，导游人员必须由旅行社委派。在提供导游服务时，他（她）代表的是被委派的旅行社。未受旅行社委派的导游人员，不得私自接待游客。

其次，导游人员的主要业务是从事游客的接待。其中，地方导游人员负责的是当地的旅游接待服务；全陪导游人员负责的是游客整个旅游行程的陪同和照料服务；海外领队负责的是出境旅游团的全程陪同和照料服务。导游人员向游客提供的接待服务，对于团体游客必须按照组团合同规定的内容和导游服务质量标准提供服务，对于散客必须按照事先约定的内容和要求提供服务。



特别提示

导游和领队为旅游者提供服务必须接受旅行社委派，不得私自承揽导游和领队业务。导游和领队违反本法规定，私自承揽业务的，由旅游主管部门责令改正，没收违法所得，处1000元以上1万元以下罚款，并暂扣或者吊销导游证、领队证。

二、导游服务的性质

(一) 服务性

服务性是导游服务的基本属性,它直接表现为导游人员在与游客的接触中向其提供的劳务。导游人员向游客提供的劳务虽然不产生任何物质成果,但是它创造了价值和特殊的使用价值,即导游人员的劳动消耗能为旅行社带来效益,并以报酬形式得到补偿,其具体劳动能满足游客游览、审美的愿望和安全、舒适的旅行需要。

(二) 文化性

旅游活动,从游客的角度说,实际上是人们离开其常住地对异国、异地、异民族文化的寻觅和获取的活动。导游服务的核心是文化传播。在游客的旅游活动中,导游人员由于同其接触的时间最长,因而是其获取文化知识和精神享受的主要帮手。从旅游目的地和旅游企业角度说,销售的旅游产品主要是满足人们精神需要的文化产品,导游服务则是帮助游客实现对这种产品消费的主要渠道。导游人员的导游讲解、回答游客的问询,乃至导游人员的仪容、仪表,一言一行无不在传播旅游目的地国家或地区的传统文化和现代文明,使游客得到知识、乐趣和美的享受。所以,导游服务实际上起着沟通和传播一个国家、一个地区和其民族的物质文明和精神文明的作用,从这个意义上说,导游人员是文化的传播者,是“文明使者”。

(三) 社会性

导游服务的社会性来源于旅游活动的社会性。旅游活动是一种社会现象,是游客同旅游目的地国家或地区的人们之间的一种相互交往、相互了解和促进友谊的活动。在这种活动中,导游人员处于旅游接待工作的中心位置,从而使导游人员的工作具有明显的社会性。其次,为满足游客的需要,在服务过程中,导游人员不仅要同游客保持经常接触,而且要同社会诸多方面和有关人员发生社会关系,所以,导游服务本身就是一种社会服务。最后,在导游人员向游客提供服务的过程中,游客还可以直接透过导游人员的思想感情、言行举止来了解旅游目的地国家或地区人民的精神面貌、价值观、社会习俗和道德风尚,可见导游人员本身的一言一行也是一个国家或地区社会风尚和人民精神面貌的反映。

(四) 经济性

导游服务的经济性源于导游人员活劳动的消耗。在市场经济条件下,导游人员的劳动由于游客的购买活动而具有交换价值,在现实中表现为价格,即导游服务费。导游人员还可通过活动项目的科学安排,为旅行社节约成本。此外,导游服务的经济性还表现为: