

时评

以游客为中心优化服务质量评价体系

□ 陈志辉

游客的消费需求呈现品质化、多元化、个性化等特征,原有的评价体系不能很好反映游客新的消费需要,亟须以游客为中心,从游客的需求视角、行为视角和消费视角出发,建立“全方位、全过程、全要素”的旅游市场服务质量评价体系

建立旅游市场服务质量评价体系是提升服务质量、推动行业高质量发展的有力举措。近日,文化和旅游部办公厅发布《关于开展旅游市场服务质量评价体系建设试点工作的通知》,确定在全国13个试点地区,从省、市、县3个层面开展旅游市场服务质量评价体系建设试点工作。

近年来,党中央、国务院出台的一系列重要文件对“服务质量评价”提出明确要求,《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出“建立旅游服务质量评价体系”;《“十四五”旅游业发展规划》提出“建立健全旅游市场服务质量评价体系”,将“旅游服务质量评价体系建设工程”列为重点。

旅游市场服务质量的发展水平如何,最终评价标准应当是游客的满意程度。当前,游客的消费需求呈现品质化、多元化、个性化等特征,原有的评价体系不能很好地反映游客新的消费需要,亟须以游客为中心,从游客的需求视角、行为视角和消费视角出

发,建立“全方位、全过程、全要素”的旅游市场服务质量评价体系,推进旅游业供给侧结构性改革,更好满足游客对美好旅程的需要。笔者建议从以下三方面着力:

一是建立“全方位”旅游市场服务质量评价体系,站在游客的需求视角,建立健全旅游市场服务质量评价体系。

首先,游客的需求是多方面的,既有物质需求,也有精神文化需求,且不同游客的需求具有不同的群体特征,旅游市场服务质量评价体系必须同时兼顾不同游客群体物质与精神文化的多层次、全方位需求。

其次,随着经济社会的发展,人们的旅游方式发生了明显变化,交通通达性的大幅提升为“快旅慢游”提供了便利条件,沉浸式体验旅游成为当前重要的旅游方式。旅游市场服务质量评价体系应根据游客需求变化设计适宜的评价指标,更加突出游客的心理感知、精神愉悦及文化认同等方面评价,并从产品质量、服务质量和环境质量等角度建立全方位的旅游市场

服务质量评价体系。

二是建立“全过程”旅游市场服务质量评价体系,站在游客的行为视角,建立健全旅游市场服务质量评价体系。

游客的旅游过程可分为游前、游中、游后3个阶段,是一个不可分割的完整服务过程,要针对不同阶段建立贯穿游客旅游全过程的评价体系。

游前阶段是游客了解信息、与旅游企业订立合同的阶段,应从信息获取的便捷性、准确性、可靠性及合同内容的透明性、规范性、合法性等方面建立服务质量评价指标。

游中阶段是游客旅游消费的实际发生过程,涉及人、财、物等方面,应从服务人员、服务价格、服务设施等方面建立服务质量评价指标,进而在各个接待环节上形成有效的质量保证体系。

游后阶段是前两个阶段的延续和补充,应在游客回访、跟踪服务、投诉处理等方面建立服务质量评价指标。

三是建立“全要素”旅游市场服务质量评价体系,站在游客的消费视角,建立健全旅游市场服务质量评价体系。

旅游业包括“吃、住、行、游、购、娱”六要素,这六要素实际上是游客旅游消费行为涉及的6个主要环节,每一个环节都与游客的满意度密切相关。

总体而言,游客对六要素的主要利益诉求是“吃得放心、住得顺心、行得安心、游得舒心、购得省心、娱得开心”。因此,旅游市场服务质量评价指标体系应针对游客对六要素的利益诉求,设计具体明确的评价指标。

另外,由于各要素涉及不同的市场经营主体,而这些经营主体服务质量监督分属不同部门,必须强化多部门联合的旅游市场服务质量评价方式。例如,湖南省将游客满意度纳入省政府真抓实干督查激励指标,2013年,由湖南省文化和旅游厅牵头成立有30多个省直部门联合参加的工作专班,组织开展旅游市场服务质量游客满意度调查、第三方暗访评估等行动,集中治理旅游交通、旅游餐饮、景区(点)等8个方面52个突出问题,促使游客满意度明显提高。

作者单位:中共湖南省委党校(湖南行政学院)

来论

景区致谢“找茬者” 良性互动值得借鉴

□ 杨朝清

只有决策更接地气,景区的管理服务才有底气,景区才会有人气

据《浙江日报》报道,不久前晋升为国家5A级旅游景区的浙江丽水云和梯田景区日前向广大市民游客发出1800余条感谢短信。这些市民游客都是对景区提出意见建议的“找茬者”。截至目前,该景区已收到市民游客提出的意见建议280余条,对于意见建议被采纳的“找茬者”,景区给予相应的话费奖励。

成功创建5A级景区并非终点,游客满意度永无止境。随着游客接待量不断增加,景区只有努力提升服务品质才能进一步提升旅游体验。

云和梯田景区具有强大的自我革命精神,主动开展“找茬”活动以搜集来自各行各业游客的意见建议。可以说,这是景区做好调查研究的基本功,有利于找准问题“对症下药”。

一个景区只有进行清醒的自我反思和笃定的自我完善,善于听取游客的意见并加以改进才能乘风破浪、勇立潮头。没有沾沾自喜、洋洋得意,没有躺在功劳簿上睡大觉,而是努力成为更好的自己,云和梯田景区致谢“找茬者”,显然值得其他景区学习借鉴。

知屋漏者在宇下,知政失者在

草野。只有决策更接地气,景区的管理服务才有底气,景区才会有人气。不论是景区标识英文翻译的问题,还是用信息化手段优化女厕配置,“找茬者”可以边旅游边“找茬”,从游客变身景区“监督员”,为景区“更上一层楼”贡献智慧和力量。

云和梯田景区致谢“找茬者”,不仅让参与“找茬”的市民游客得到了实惠,也可以引导和激励更多人参与其中。这一行动彰显了景区开放合作的姿态,体现了其精益求精的文化认同和价值追求——没有满足于“过得去”“差不多”,而是追求卓越、争创一流。景区致谢“找茬者”彰显了一个景区的格局与胸怀,不仅不会降低口碑,反而会提升景区的声誉。

“遇到什么就记录什么、推动解决什么。”云和梯田景区不仅有虚心接受意见建议的气度,还有勇于改正的力度。正视意见建议的价值,将中肯的民间智慧转化为实实在在的举措和行动,游客和景区在有机衔接与良性互动中实现双向奔赴,进而推动景区提档升级和服务品质提升,这何尝不是一种互惠共赢呢?

热门景区免门票 要做好客流调节

□ 汪昌莲

热门景区实行减免门票措施后,应启动相应的预约限流机制,对进入景区的客流量进行有效调节

清明假期临近,为避开节日期间拥堵,越来越多的游客选择错峰出游。4月,正是百花争艳之时,全国多家著名景区推出免票等优惠活动,吸引游客赏春花、游古城、上春山,尽享美好风光。

4月是出游旺季,一些热门景区实行免门票优惠措施后,势必会造成游客人数大增,庞大且持续增长的客流量,可能会给景区文物保护、古建维护、游览安全等工作带来巨大压力。比如,前些年春节期间,就有个别热门景区实行免门票措施后,导致景区拥堵严重。

为此,一些热门景区不得不采用价格杠杆,通过收费和较高的票价,限制和分流游客。然而,尽管如此依然无法阻止人们扎堆。特别是,一些景区经营者在景区严重“超载”的情况下,甚至仍来者不拒。

从近年来节假日运行情况看,许多热门景区已接近或达到游客最大承载量。如此看来,景区节假日“预约限流”是科学的调控手段,也是景区的一道安全底线。

换言之,热门景区免门票,攒人气不能“来者不拒”。这就要求,热门景区实行减免门票措施后,应启动相应的预约限流机制,对进入景区的客流量进行有效调节。

值得注意的是,为避免节日期间的拥堵,越来越多的游客选择错峰出游。这就要求景区更好发挥价格调节作用,通过涨价、降价、免票等方式进行限流和分流。一些相对较冷的景区,则要把主要精力投入到运营模式创新上,可以谋划一些趣味性高、参与性强的活动和项目。这样既可以吸引游客,又可以增加消费,何乐而不为?

巴中通江：诺水河景区推进“厕所革命” 让游客更“方便”

“环境整洁干净,设计很有特色,设施非常齐全。”近日,重庆游客王慧到四川省巴中市通江县诺水河景区旅游,在使用厕所后说,“通过导览牌、手机地图找厕所,都十分方便,景区很贴心地照顾到了不同年龄段的游客。”

诺水河景区旅游厕所按照景区建筑物与景观环境相协调的要求进行了改建,完善服务设施,采用典雅装饰,兼具实用及观赏价值。

“景区里配备的家庭卫生间对一家人出行的游客很友好,小朋友上厕所很方便。”游客唐文强说,诺水河景区内的厕所修建得也很有特色,与景区融合得很好,各个厕所之间的距离也很短,能感受到景区对游客的人文关怀。

诺水河景区内设置3处星级厕所及13个生态旅游厕所。其中,独立式10座、附属式4座、移动厕所2座,家庭卫生间(第三卫生间)3座、无障碍厕位3座,步行时间在10分钟内,游客如厕很方便。

景区还从游客角度出发,在厕所中配备了质量过硬的洁具,合理设置了残疾人厕位、家庭卫生间、工具间,以及盥洗设施、挂衣钩、卫生纸、洗手液、烘干器等实用设备

和用品。近两年,以通江县创建“天府旅游名县”为契机,诺水河景区总投资约344.85万元,推进“厕所革命”,景区内旅游厕所数量明显增加、质量明显提升、布局逐步优化,游客满意度大幅提升。值得关注的是,景区还采用新技术、新材料,使旅游厕所更加生态环保,同时符合美观时尚、方便使用等要求。

为加强旅游厕所管理,营造良好的旅游环境,诺水河景区还实行专人负责制,做到定人员、定标准、定责任、定奖惩。景区内的厕所均配备专职服务人员,随时清扫、保洁,做到随脏随保,厕所内外、墙上、门窗、挡板无明显灰尘和蛛网;无乱张乱贴、乱涂乱写、乱吊乱挂现象;内部地面洁净,无积尿、积水等污物,蹲位整洁无异味。

旅游厕所建好、管好之余,通江县还围绕“厕所革命”采取多种形式宣传厕所文化。通江县文化广播电视和旅游局相关负责人介绍,许多景区在厕所内张贴风景画,设置爱护环境、文明旅游等标识标牌,引导广大游客自觉爱护旅游厕所设施设备,鼓励从小做起、从我做起、互相监督,营造健康文明的如厕氛围。(赵新旭)

声音

“一到假日就只想着涨价获利,服务质量却不见得有明显精进,长此以往,也难以留住客人”

——民宿产业快速发展的同时,部分经营者“涨价退单”等侵犯消费者权益问题引发人们广泛关注。对此,《经济日报》发表评论指出,受供需关系影响,假日期间民宿需求增加,商家希望把握旺季实现盈利也属正常。但花式退单行为不仅伤害商家的口碑和信誉,还会损害地区旅游形象,扰乱市场正常经营秩序。既然顾客按原定的价格下单,商家就应一诺千金,面对变化的行情,提价也应以既定协调一致为前提,而不是采用恶意退单的手段。

“当镜头里的美景和记忆中的课本封面邂逅,不仅让美景更具象化,也让锦绣河山增添了几分书卷气”

——近日,多所学校“放春假”的新闻引发网友共情,纷纷表示羡慕。对此,《工人日报》发表评论指出,春假为孩子们提供了走进课本里的山川湖海的机会,教育在这一刻形成了从纸上学到脚下的循环。象牙塔之外,不少身处取巧的上班族也在热切期盼春假。一方面,孩子们放了春假,想要春游离不开家长陪伴,职工家长有“陪玩”的现实需求;另一方面,“随时在线”的职场人也确实需要暂时“离线”的假期,在大好春色中重拾轻盈的人生。

(本版编辑 龚立仁 整理)

拿到免费门票



背古诗免门票 建议优化“背诵”模式

近日,一段名为“背古诗词就能免门票”的视频火爆网络,引发网友关注。近年来,全国多个知名景区相继推出背诵古诗词免门票活动,受到游客欢迎。也有游客认为,背诵长篇古诗词,无形之中将文化层次低的游客排除在免票行列之外,建议优化“背诵”模式。对此,湖北经济学院教授黎桦建议,游客产生的“背古诗疲劳”可以理解。除了背诵古诗词,景区还可以推出讲景区故事、知识问答等多种互动形式来吸引游客。比如,景区可以将其悠久的历史文化编成一个故事,如果游客能回答出故事其中的精髓,也可以获得一定奖励。总之,创意形式多样,可以吸引更多游客,也更具文化内涵。

视觉中国 供图