

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2014.03.016

■ 金融研究

对小费三十年之争的考量^①

胡幸福

(广州大学 旅游学院, 广东 广州 510006)

摘要:小费问题在我国争论了30年,历经全盘否定、深入探索、付诸实践三个阶段,但至今尚未真正解决。之所以如此,关键在于其争论焦点“姓社”与“姓资”,问题没有解决好。小费之争悬而未决,充分暴露出我国旅游业发展的窘迫:意识狭隘固执、法律严重滞后、管理进退失当,这是严重制约我国旅游业可持续发展的3块短板。事实上,松绑小费,激发其正能量,就能够破解这些问题,促进我国旅游业健康发展。

关键词:旅游小费;姓社姓资;发展短板

中图分类号:F590.6

文献标志码:A

文章编号:1672-7835(2014)03-0093-08

On the Thirty Years' Debate about "Tip"

HU Xing-fu

(College of Tourism, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China)

Abstract: The debate on "tip" in China has lasted thirty years, which has been experienced three stages, that is, from the stage of being totally repudiated, to the stage of profound exploration, and to the stage of putting into effect. However, it has not been resolved yet, which is rare in the world. The reason for this debate lies in whether or not the "tip" pertains to socialism or capitalism, and whether or not it should dwell on this problem. The above has left unresolved. The debate on "tip" is just the tip of the iceberg, which has exposed the developmental embarrassments of China's tourism industry. Narrow and stubborn awareness, severely lagging behind law, and management in dilemma are the three short boards that seriously restrict the sustainable development of tourism. In fact, relaxing "tip" and stimulating the positive energy of "tip" can solve the big problems and promote the healthy development of China's tourism industry.

Key words: tourism "tip"; pertain to socialism or capitalism; short board of development

一个“小费”问题争论30年悬而难决,这是世上绝无仅有的现象。一方面,我们以快速成为“旅游大国”而沾沾自喜,另一方面,我们又为难以成为“旅游强国”而彷徨苦恼。原因就在于很多深层次的问题还没有得到有效解决,严重迟滞了中国旅游业的健康发展。小费之争30年悬而难决只是冰山一角,旅游文化意识的固执、法律的滞后以及管理制度层面的进退失据才是影响中国旅游发展的瓶颈。症结不除,旅游大国就会成为旅游问题大国,终将会被历史踢出局。

① 收稿日期:2014-02-17

基金项目:广州市羊城学者中青年学术带头人项目(12A010G)

作者简介:胡幸福(1956-)男,广西兴安人,教授,主要从事旅游经济、旅游文化研究。

一 三十年小费问题悬而难决的争论

1. 争论的历程

20世纪80年代,是中国改革开放兴起、旅游复苏发展的年代,一个敏感的问题也随之出现,那就是旅游业中的“小费之争”。它挥之不去,扑之不灭,30年来影随形地纠缠着中国旅游发展的进程。通过“中国知网”(CNKI)文献检索系统对30年来国内学术期刊予以检索,输入“小费”两字后,以“全文”为范围可检索到758篇论文,其中281篇发表在核心期刊上;如果以“主题”为范围可检索到524篇论文,其中236篇发表在核心期刊上;若以“关键词”为范围可检索到256篇论文,其中82篇发表在核心期刊上;若以“篇名”为范围则可检索到115篇论文,其中34篇发表在核心期刊上。梳理一下争论的历程,可以将1983年至2012年分为三个阶段。

第一阶段,1983~1992年,是中国旅游复兴与发展时期,也是对外开放,刚刚触摸到新事物的启蒙时期。国门打开之初,人们带着好奇的眼光观察世界,急不可待地接触世界,“面向世界”成为最时髦的口号。旅游业作为最具开放性的行业,毫不迟疑地走到了对外接触的前列。就像各行各业、各个领域的引进一样,打开窗户既引进新鲜空气,也难免进来苍蝇蚊子。问题是怎样辨别什么是有益的,什么是有害的,尤其是那些灰色的事物怎样判断,能否接纳,成了争论的难题。旅游“小费”问题就是在这个历史背景下被摆到了国人面前。按照我们的检索,这10年,以“全文”范围检索,有38篇;以“主题”范围检索,有32篇;以“关键词”范围检索,则有26篇;若以“篇名”范围检索只有6篇。可见对“小费”这个新鲜东西人们的关注度还是不大,论及问题还比较肤浅。多是些介绍性的或简单批判性的文章。代表作有1983年《浙江学刊》发表陈希盛等人的“对‘我国旅游服务也可以考虑收小费’异议”一文。

第二阶段,1993~2002年,是中国旅游发展的井喷时期。改革开放经过了它的勃发期,在对世界开放的过程中人们开始对走向世界做更深入的探索,“与世界接轨”既是响亮的口号,也反映出急迫的心理。旅游业走向世界舞台的步伐明显加快,对“小费”的关注度也明显加大。这10年,以“全文”范围检索,有223篇;以“主题”范围检索,有166篇;以“关键词”范围检索,则有86篇;若以“篇名”范围检索有36篇。

这个时期学术界对小费制的研究,表现为谨小慎微地向较深层次的问题触摸。代表作是宁泽群的“旅游小费——一种经济现象及相关影响的分析”。文章阐述了旅游小费的正相关影响,也不忘对小费的负相关影响进行批判^[1],分析入情入理,认为罪不在小费本身。但文章不敢深入到问题的核心。这种绕着弯子摸石头过河,也算是在进步了。至少学术界已经认识到,旅游行业的诸多问题形成的原因是复杂的,既关系到传统体制的用工制度、缺乏竞争的管理机制,也涉及到缺少与消费者直接联系的有效监督、服务供给的有限性等等^[1]。这些问题不是小费制度能解决的,但也不是否定小费制度就能解决的。

第三阶段,2003~2012年,中国旅游发展进入平稳时期。小费制度经过前面20年无休止但波澜不惊的争论,到2004年突然发生了一个戏剧性的高潮,将口水仗引到了实践之中。标志就是由素有敢为人先的广东开启的破冰之旅,广东中旅于这年8月组织了一个实行小费制的国内旅游VIP团。尽管这还不是完全意义上的小费制,只是由旅行社在出团前向游客每人预收20元/天的“小费”,但此举石破天惊,震荡了中国整个旅游界。不但是学术界,连企业、媒体、政府、游客都被卷入到了这场争论之中,死水微澜顿成轩然大波。最先跟进效法的旅游企业有杭州大厦旅行社,于9月23日也发出了“小费样板团”。接着是重庆森林旅行社,于2005年初也发出了“小费制旅游团”^[2],太原的旅行社也在跃跃欲试。值得注意的是杭州、重庆这两家,它们基本上是实行真正意义的小费制。学术界、新闻媒体顿时觉得眼前一亮,以极大的热情和兴奋掀起了一场新的小费之争。政府旅游管理部门也在毫无准备之下被拉进了事态的漩涡。社会民众是直接的关系者,不可避免地再次被激发起关注热情。然而,事态进程却表现

出“三多三少,一夫当关”的局面,即业内方面是附和多,跟进少;学界与媒体方面是争论多,定论少;消费者方面是反对多,赞成少^[3];政府管理部门是一夫当关,门逢一闪立马关闭。但大家在冥冥中似乎已有共识,那就是小费制在国内实行看来是必然的趋势,所以争论还得继续。

2004年广东掀起的小费制实践风浪很快因为政府的禁门未开而偃旗息鼓,但学术界的思考和研究却在向深层发展,争论热情高涨。这10年,以“全文”范围检索,有397篇;以“主题”范围检索,有326篇;以“关键词”范围检索,则有144篇;若以“篇名”范围检索有73篇。不但论文数量是第一阶段的10倍,而且人们开始更理性地从经济发展、文化进步、制度完善等角度来考量中国消费制问题,研究的方法与理论也不断提升。如《经济与管理研究》2010年第1期发表田喜洲撰写的“经济学视角的国外小费研究新进展”,就介绍了不同的方法,从不同的角度对小费制度进行深刻阐述。

而最重要的还是现实问题对理论和管理制度的挤压,尽管30年来中国旅游业发展成绩很大,但无序竞争造成的恶果和引起无序竞争的原由都没有得到有效解决,特别是旅行社行业的竞争能力已经走到了死胡同,因此是必须面对是否要绝地翻身的抉择的时候了。正是在这种历史发展趋势下,2013年3月全国“两会”上,终于又有人大代表提出了“小费制”这一敏感问题^[4]。“小费制”确实到了要认真解决的时候了。

2. 争论的焦点和热点

小费之争在中国长期悬而不决,与中国国情有着莫大的关系。改革开放初期的中国,何去何从是一个最敏感的方向问题,对新问题的判断孰对孰错又是一个最纠结的政治问题。看起来判断标准是很简单的,就是看它是社会主义性质的还是资本主义性质的,通俗说法叫“姓社”还是“姓资”。然而,就是这明确的判断被一个简单的设问难住了:什么是社会主义?什么是资本主义?小费是打开国门后面临的新问题,虽然小之又小,但也不可避免要回答这个问题,换言之,“姓社姓资”成了小费之争的焦点。围绕这个焦点,不同时期的争论显现出不同倾向。早期的论文大多持全盘否定的观点,认为小费是服务人员劳动报酬已得到支付的情况下获得的“不正当收入”^[5],“违背了中国的按劳分配的原则,破坏了中国的精神文明建设,扰乱了经济秩序”^[3],“是资本主义社会显摆的‘阔气钱’,浪荡公子不怀好意的‘赏面钱’,达官贵人的‘恩赐钱’……资本主义社会的小费的背后,实质上体现了这种社会制度下人与人之间的‘金钱至上’关系”,对“暴露了资本主义社会弊病”的小费“我们应该做政治的、社会的、阶级的分析”^[6]。到了中后期,人们开始比较理性地、客观地看待小费问题,从更深层次来分析其本质。开始有学者以曲回的方法,从经济的角度来分析旅游小费的性质,比如从支付的角度分析认定旅游小费是对服务者质量好坏衡量的一种再支付;从收入角度分析,认为小费是一种对服务增量的追补性支付,这是符合社会主义多劳多得原则的,从而巧妙地回避了“姓社姓资”政治定性的敏感争议^[1]。随着改革开放深入推进,整个社会思想解放程度提高,争论的天平倾向于肯定小费制。有学者就认为“禁止收小费是我国特定经济时代的要求,与今天市场经济极不协调”,指出“商品的价值是由无差别的人类劳动所构成,付小费是经济社会中正常的劳务交换,不是我们以前所理解的资本主义的赤裸裸的金钱关系”^[7]。尽管学术界对焦点问题的争论,使问题越来越清晰,但至今仍无最权威的定论。

围绕着焦点问题,争论得更热闹的还是关于小费如果实施了会有什么后果。这些热点命题很多,概括起来不外乎两大方面:小费制引进中国服不服水土;能达到一个什么目的。围绕此一问题,基本形成了三派。

反对派认为:实行小费制不能体现社会主义优越性^[8];小费是一个较为复杂的经济、社会现象,是否具有普适性还有待进一步研究,在中国实行小费制还不成熟^[9],因为中国的文明程度还没达到^[10];收小费有损工人的自尊心^[8];还会因为小费而看人服务,降低服务质量,甚至导致索要小费而损害我国旅游业的形象;也会滋长某些客人的不恰当行为^[7];小费制破解不了旅游市场回扣潜规则,甚至是纵容和

姑息回扣行为^[2,11];小费是将不固定的购物消费转嫁给消费者的霸道行为^[12];小费涉嫌变相索要,损害了消费者公平交易权,违反了《消费者权益保护法》^[13];还有人以2004年一项调查为证,指出60.11%的民众是不赞成小费制的^[14];甚至有人忧虑,实行小费制,税收怎么管^[15]?

赞成派认为:实行小费制是旅游业适应市场经济发展的要求;可以促进旅游业服务质量的提高^[7],特别是对导游人员具有物质激励、精神激励和外部激励的作用^[16];还能起到“软管理”的作用^[7];能在一定程度上消除旅游业的不稳定因素^[17];小费制是消费者一种成熟的行为表现^[3],我国经济水平已经达到较高水平,必然形成小费制^[17],这也是与国际接轨^[18];还有助于国家外汇收入的增加^[1]。至于旅游行业中的不正之风并不是小费本身之过,而是“零团费”、“低团费”、“三角债”、“挂靠费”、“人头费”等违规操作的结果^[4]。2008年一项调查显示94%的员工希望得到小费^[3],2011年的一项调查则证明88%的旅游者支持小费制^[4],而且小费在出国旅游团中已经实施。至于税收管理,有认为小费是无须纳税的收入^[3],即使纳税也可以参照国外可行的办法。

忧虑派认为:小费制是大势所趋,但现在时机是否成熟?有待观望,一是法律障碍没有破除;二是民众心理还没适应^[19],没有付小费的习惯,不愿意付也不会付^[7];三是业界虽然盛赞小费制,但隐藏背后的是不是一种利益之争^[19]?长期以来的小费之争只不过是冰山一角的表面现象,它暴露的深层问题应该是“服务价值的如何体现”、“导游人员劳资保障如何保护”、“如何规范旅游行业的恶性竞争”和“国内外市场收费标准如何对待”等等,这些都还没有触及到。如果仅就小费而论,要想实行小费制,至少得建立起健康的小费文化,规范小费行为。首先要正名,其次法律要认可,再次民众要买账。同时要确立自愿原则,付小费不是义务也不是责任,不应该有数量标准^[7],应该是一种超于标准化,按消费额比例支付的习惯。

热点问题虽然争论得热闹,但焦点问题没有解决。

二 小费之争暴露出中国旅游发展中的短板

短板之一,意识狭隘固执。

这种狭隘与固执表现在两个方面:一是思想意识形态长期禁锢下形成的狭隘与固执;二是观念意识与传统习惯的狭隘与固执。

长期以来政治运动所形成的“宁左勿右”的思想意识就像一种瘟疫顽固地制约着人们的思想。改革开放的头十年基本没有解决这个问题,1991年是理论界“姓社”“姓资”斗争交锋最激烈的一年。1992年,小平南巡讲话像一剂猛药,给纠缠“姓社”“姓资”争论的“宁左勿右”论当头棒喝,果断解决了中国改革开放中大是大非的问题,从而开启了一个新的时代,可以说是从经济体制上再造了中国。然而,“姓社姓资”的纠缠和“宁左勿右”的惯性消除不是一蹴而就的,致使一些学者专家在讨论小费问题时,一方面想为小费正名,极力推荐小费制,一方面又极力避免触及到意识形态的禁脔,典型的如《旅游学刊》1993年第5期发表的“旅游小费——一种经济现象及相关影响的分析”一文,作者开宗明义就说:“本文仅就旅游小费所引起的经济与管理方面的争论进行讨论,而不涉及政治和社会伦理方面的争议问题”^[1]。在小平南巡讲话已经明确了改革开放不纠缠“姓社姓资”的时代大背景下,旅游学界还这样战战兢兢生怕触及禁脔,充分说明人们的思想意识非常狭隘而固执。正如小平同志说的:“根深蒂固的还是‘左’的东西。有些理论家、政治家,拿大帽子吓唬人的不是右,而是‘左’……把改革开放说成是引进和发展资本主义……这些就是‘左’^[20]”。旅游界就是这样,在小费制上长期纠缠于“姓资”、“姓社”,把问题引向了死胡同,至今没有解脱出来。

观念意识与传统习惯方面的狭隘与固执表现为:即使承认小费在世界很多国家和地区起着良好的调节与润滑作用,是一种比较文明的文化,但在自己头上实行时就不愿意学习,认为“一次性付费旅游已

成国人消费习惯,轻易改变付费方式,除了使人不适外,无其他好处”^[21],甚至认为小费是一种极不合理的支出。具体到游客与旅行社的合同上,总是固执地认为,我已经付了旅行社标出价格的钱,导游提供优质服务是天经地义的,没必要再付小费^[2]。或者坚持认为导游的薪金不合理问题是旅行社内部的事情,不能由游客来负担。一句话,付小费作为一种消费习惯的观念还没有形成,认为这是一种消费约束。由于观念意识跟不上,就形成游客与服务者之间信任缺失,在这种情况下,即使实行小费制,也不会有相互的尊重,付了小费的就颐指气使,没得到小费的就冷眼相待^[14]。

短板之二,法律严重滞后。

我国针对旅游业小费问题的法律其实是很粗糙的,最早的有1987年8月由国务院批准,国家旅游局发布的《关于严禁在旅游业务中私自收授回扣和收取小费的规定》,这种将回扣与小费(含礼品)相提并论的做法本身就不很严谨,这与时代的认识水平有关,无可厚非。文件共十三条,只有第四条规定“旅游系统职工在工作中,不得向旅游者索要、收受小费;也不得收受旅游者主动付给的小费。”文字简练,也很明确,就是不能索要和接受小费,但复杂的现实不是这粗粗几个字就能搞掂了的。比如规定中所指的主体“旅游系统职工”,在后来的改革浪潮中就大部分发生了性质的变化,这个规定对他们来说从法律上应该是不具备约束力的,这个规定在现实中自然处于一个不了了之的尴尬境地。在改革开放日新月异的大形势下,旅游始终是走在最前面的行业之一,但我国国家层面的旅游法规制定却严重滞后。直到1999年10月颁布实施的《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》才又重申禁止小费,并规定导游索要小费旅行社应该赔偿被索要小费的两倍^[22]。虽然禁止但惩罚力度有点像开玩笑,文件对接受游客主动付的小费也没有作出规定,对整个小费问题的法律处置显得羞羞答答,含糊其词,使人们在现实执行中无所适从。其实从20世纪80年代开始,社会就千呼万唤国家层面的旅游法,1988年第七届全国人大也曾将其列入立法计划,但一直难产。倒是后来一些地方出台了一些办法和方案,如《山西省导游人员管理办法(征求意见稿)》(2006年6月)和《深圳导游薪酬制度改革试行方案》(2009年10月),都将小费明确认定为导游合理劳动报酬。但由于国家层面的法律滞后,缺少上位法的支持,使这些地方文件成为一纸空文,弥补不了“短板”的缺陷。直到2010年国家才动手起草旅游法,但在2012年的《中华人民共和国旅游法(草案)》(二次审议稿)中仍然规定“旅游经营者及其从业人员,在经营活动中不得索取小费,不得给予、收受贿赂。”这种把小费与贿赂混为一谈的观念令人哑言。2013年4月25日第十二届全国人大常委会第二次会议终于通过了历经30年才产生的我国第一部《旅游法》(10月1日起实施),从加强对旅游者权益的保护、加大治理零团费力度、约束强迫购物等方面进行了规范,对保障我国旅游业持续健康发展具有重要意义,但其中第四十一条仍然规定导游和领队“不得向旅游者索取小费”。有专家就曾指出“从法律层面上来禁止收取小费,目前还没有发现国际上其他国家有这样的先例”^[4]。看来这块短板依然存在。

短板之三,管理进退失据。

面对“小费”之争长期未决的状况,政府旅游管理职能部门表现出心理很冷漠,行政很无能,管理很缺乏的特点。特别是当2004年深圳旅游企业试探性地把“小费制”付诸实践时,国家旅游局似乎毫无心理准备,也无应对方案,在被追问表态时没有了主意,甚至回答前后矛盾。开始的表态是“既不提倡,也不反对”^[2],一幅事不关己高高挂起的样子,接着有关人士又对媒体表示“只要是游客自愿,旅游局是允许的”,但不到一天,该局负责人又否认了这一说法^[23],而一位司长则又表态说实行小费“是人之常情,但违规”^[24]。上峰尚且如此,下面各地旅游管理职能部门就更莫衷一是了。重庆市旅游局曾表态,他们“与市消费者协会的态度一致,只要游客自愿,小费就可行”^[2]。不知依据是什么?山西省旅游局负责人则明确表示“小费制不符合现行法律精神,这种行为将会受到查处”^[19]。不知依据又是什么?杭州旅游企业紧跟深圳也推出了该市第一个“国内旅游小费团”,则因为“政府法规禁收小费”而夭折

了。更令人费解的是有官员还强调“中国有自己的国情,小费制并不是世界上所有国家都实行”^[19]。言下之意只有世界所有国家都实行的,中国才能推行。这种依据属于什么逻辑?可见平时不研究,临时乱应对,反映出管理这块短板之短,造成的混乱令人深思。

政府职能部门管理失据弄得旅游企业管理层也是云里雾里,全靠发挥自己的想象与推测,于是有人认为1987年颁布的禁止收小费的规定已经废止了^[22],有人认为1999年的《暂行办法》根本就没有禁止接受小费。但政府部门的严肃面孔和矛盾表态,又使他们瞻前顾后,无所适从。不明朗的局面,使一些企业甚至在小费面前暴露出重重私心。尽管绝大多数企业表面赞成小费制,但不排除有很多是藏了私心的。广东中旅一位负责人就揭示,以回扣为主体的导游薪金体系从上世纪80年代就逐渐形成,在行业内部获得了默认,成为各方利益达到均衡的“默契”体制,一旦实行小费制,必将触及旅游业内各项利益群,甚至影响到数以万计的旅游购物定点商家和旅行社的原有利润体系^[14]。正因为这些积重难返的利益关系,当广东中旅推出国内小费团的时候,企业叫好的多,仿效的少。他们在犹豫,既想利用“小费制”来打破长期的困境,又怕失去既得利润,更怕破坏了长期营造的默契体制,对适应新的管理失去信心。于是,有人挖空心思利用“小费制”构造新的获利平台,将其改头换面叫做“导游服务费”的有之^[24];叫做“奖励金”的也有之^[26]。还自鸣得意,认为既能规避法规的禁止性条款,又能监控导游的工作^[25]。这种偷梁换柱的障眼法,明眼人一看就知道,这是“羊毛出在羊身上”,是从消费者身上多剥一层皮而已。所以有学者一针见血地指出,这种“小费制”表面上看起来好,但让人生疑^[23]。这种怀疑不无道理,它看到了旅游企业管理层力荐“小费制”背后隐藏着的那种因利益之争而形成的短板。

除了上述三块显性的短板之外,30年来学术界和媒体舆论界的某些不佳表现,则构成了一块隐性的短板,主要表现为学术判断错误、学术清谈倾向、媒体舆论浮躁。最明显的例子就是有人以法律专家的身份从所谓法理分析的角度判定小费与回扣是一回事,是商业贿赂而予以否定^[26]。不知道这种混淆是有意还是无知。还有的则以经济学者的口吻断定中国的GDP刚过1000美元,故不可能实施小费制^[18]。殊不知欧美国家实施小费制的时候GDP是否都达标了?更有一些学者专家则喜欢发挥“专业之长”,从心理学、文化学、历史学、经济学、社会学、管理学、营销学等方面来讨论小费的定义^[3,9],动用的方法有统计分析、实验研究、数理分析、元分析研究等等,玄而又玄,高谈阔论,看似高深,却难免掉书袋之嫌,滑入一种自娱自乐的学术清谈。至于一些媒体舆论,则喜欢以浅薄煽情的语言制造噱头,例如听到深圳要实行导游薪酬制度改革允许小费时,《新民晚报》就笑话“以小费转正来医治导游宰客无疑是开错了药方”;《钱江晚报》嘲笑小费会使导游生出两张脸;《武汉晚报》则说小费不符合国情;《红网》指责小费是转嫁责任^[24]。这些轻率浮躁的结论往往给决策者和社会大众造成不良导向,成为影响我国旅游发展的又一块不可忽视的短板。

三 松绑小费,破解大题

1. 松绑小费是大势所趋

尽管小费之争已经耗费了30年光阴,而且看似还没有尽头,但春水东流去,毕竟挡不住。松绑小费是大势所趋,理由有五。

一是经过30年的争论,人们对小费的认识已经越来越清晰,对其认可程度也逐年增强。小费毕竟不是政治问题,也不是制度问题,更不是洪水猛兽,它只是一种文化,一种习俗。这种文化习俗对和谐社会究竟是好还是坏,或者对某个地区某个国家是否合适,完全可以在素以开放为特点的旅游界先行先试,让实践来检验。这一看法在理论界和业界基本上形成了共识。

二是历史证明了小费制具有较强的活力和普适性。以美国为例,小费现象并不是该国与生俱来的,它始于18世纪南北战争以后,并逐渐成为习惯。但也曾遭到过反对和禁止。1905年10万旅游推销员

组团反对,迫使几个州禁止了小费。然而,到1919年,小费在美国又全面恢复了。看来在历史上它就与是不是资本主义制度没有关系,因为它本身就不是制度的体现,法律也无法约束,它只是一种约定俗成的文化现象。也正因为此,它也不是在所有经济领域里存在。相对来说在服务行业更具普适性。如美国实行小费的行业就有35个之多,西班牙、加拿大、意大利、丹麦、瑞典相应分别为29个、25个、24个、10个、10个^[27]。当然,有个别发达的资本主义国家是不实行小费制的,但也有看似保守的宗教国家如阿拉伯世界却是流行小费制的^[21]。研究小费应该从历史发展的大趋势看,它是为越来越多的国家地区所接受。

三是我国法律对小费的宽容是逐渐在发展。虽然2013年10月实行的第一部《旅游法》重申了在旅游经营活动不得索取小费,但终究没有明令禁止接收主动给予的小费,也没有禁止国际旅游组团中收取小费的惯例。按照法律不禁止的就是允许做的定理,这实际上已经为小费留下了存在的空间。对这条法律可以理解为:“索取”是一种恶劣的行为,应该禁止,但“小费”只是一种客观存在的东西,它本身并无好坏。

四是在实践中不能总是执行双重标准。现在的事实是出国旅游团是可以实行小费制,而国内旅游团却不能收小费。这种悖论现象是不能长期坚持的。况且旅行社要以“服务费”、“奖励金”名义代替“小费”又怎样约束得了?尽管这次通过的旅游法规定了旅游团报价中要明确导游服务费,但对服务质量的提高并没有起到激励的作用,因为那只是解决导游的基本薪酬的措施。出国旅游团要避免强迫购物拿回扣,提高服务质量,还是要有小费的支撑。

五是广大民众的旅游消费观念日趋成熟。从上文两个不同时期的调查数据可以看出,接受小费制的顾客数是大幅增长,少数持否定态度的也只是当心歪和尚念歪了经,而对小费制本身并不反感。自觉的小费作为一种比较文明的文化现象,能使服务与被服务双方都能得到直接的好处,为企业和社会带来间接的利益与和谐,这何乐而不为?

2. 激发小费正能量促进旅游发展

实行小费的趋势是明显的,但并不等于小费就是个十全十美的事物,从某种程度上说小费是把双刃剑,但利用得好其正能量得以激发,对中国旅游发展的促进作用远远大于可能出现的问题。现在还存在一种奇怪的观念,总是喜欢将小费与回扣索贿捆绑思维,放大或强化小费的负能量。其实小费制与意识形态、社会制度以及腐败的回扣没有必然联系。在欧美国家实行小费制,但回扣风并不见得就比我国严重,我国禁止小费,可回扣风到目前也并没有得到有效遏止。既然如此,有企业要尝试小费制,特别是在开放度越来越高的旅游行业中尝试,应该值得赞许。我们总是强调面对市场经济,政府的行政职能应该逐渐弱化,要促进行业走自律发展的道路,那么对待小费制就应该看作企业的市场行为,给以正确引导,充分发挥其正能量,以促进旅游业的健康发展。

3. 小突破能撬动大潜能

小费问题看似很小,但它能撬动行业运作和员工工作的巨大潜能。现在我国无论企业还是事业单位,在薪酬制度改革与员工激励机制建设方面,最热衷的就是绩效工资制,认为这是最能激发员工潜能的举措。但绩效工资的考评机制往往在物化产品的生产中容易实施,而在旅游服务行业中则难以施展。因为绩效工资制的目的是要降低成本,激励效率,物化的产品质量很容易鉴定,而服务产品它是看不见摸不着的一种过程,很难监控,也难检测,更不好评定绩效。这是个行业难题,然而,小费制却可以有效破解这个难题。有学者就指出旅行社与导游是属于“委托——代理人”关系,按照委托——代理人激励理论,旅行社就必须设计出一个最优化的激励合同,使监督成本最低的情况下达到激励导游自觉做好工作的目的^[16]。可以说,小费制在无意间就破解了这个难题。因为旅行社在组团报价中的导游费只是导游绩效工资中的基本薪金,而小费则相当于绩效工资中的奖励报酬。这是顾客对服务过程质量的最直

接评判和奖励,相对由企业来评比可能更客观、更公平,也更省事。小费除了对业绩的奖励作用外,它还有丰富的社会内涵,包括尊重、感激、修养,能够充分满足服务者的自尊,激励他们更努力工作,游客也因此得到高质量的服务。这种良性循环的结果是企业、导游、顾客三赢。正是看到了这种市场经济的调节能力,很多国家服务行业员工的小费占到了本人劳动报酬的70%,而这种相对丰厚的收入有效地协调了社会劳动分工中某些简单劳动或体力劳动者的利益。保护了他们的生存尊严和劳动积极性。应该说,松绑小费制能使监管成本降低,管理效果好,激励作用大,对社会和谐发展有积极意义。

参考文献:

- [1] 宁泽群. 旅游小费——一种经济现象及相关影响的分析[J]. 旅游学刊,1993(5):30-33.
- [2] 陈喻翌. 重庆酝酿首个小费制旅游团[N]. 重庆商报,2005-01-14(007).
- [3] 仲建兰. 国内外旅游企业小费制度的比较[J]. 饭店现代化,2008(4):53-56.
- [4] 辛均庆. 全国人大代表呼吁解禁导游小费[N]. 南方日报,2013-01-11(A09).
- [5] 旅游界导游小费的困扰[N]. 中国旅游报,2002-03-08(02).
- [6] 陈希盛. 对“我国旅游服务也可以考虑收小费”异议[J]. 浙江学刊,1983(2):47.
- [7] 黄玉良. 旅游业小费问题浅析[J]. 今日财富(金融发展与监管),2011(12):23-25.
- [8] 沈玉清. 关于国际旅游服务的小费问题[J]. 社会科学,1989(6):45.
- [9] 李亚男. 小费问题研究:视角、方法与展望[J]. 旅游论坛,2012(6):6-11.
- [10] 李 军. 心理契约与导游小费制度[J]. 旅游学刊,2007(9):41-44.
- [11] 郭松民. 旅游小费:取舍之间须斟酌[N]. 中国消费者报,2004-08-27(A06).
- [12] 刘 艺. 旅游“小费”给还是不给? [J]. 晚霞,2009(22):17.
- [13] 韦明炯. 预收“小费”涉嫌变相索要[J]. 质量万里行,2005(1):4.
- [14] 彭泗清. 中国旅游发展笔谈[J]. 旅游学刊 2004(6):5.
- [15] 马 超. 旅游“小费制”税收怎么管[N]. 中国税务报,2004-08-30(06).
- [16] 孟海玲. 浅谈导游人员激励与小费制度的建立[J]. 黑龙江科技信息,2004(11):54.
- [17] 郑玉玉. 非正式制度下的旅游消费研究[J]. 资源开发与市场,2012(4):362-367.
- [18] 齐 童. 导游小费制初探[J]. 城市问题,2006(3):98-101.
- [19] 桑广庆. 国内游应给导游小费? [N]. 山西经济日报,2004-09-02(002).
- [20] 邓小平文选(第三卷)[M]. 北京:人民出版社,1993.
- [21] 董 颖. 导游小费该不该给[N]. 市场报,2004-08-27(09).
- [22] 邓 圩. 广东——小费引入国内游[N]. 人民日报,2004-08-20(10).
- [23] 祝伟慧. 导游小费转正,首开国内先河[J]. 风景名胜,2009(12):27.
- [24] 叶小钟. 广东首尝“导游小费制”禁果[N]. 工人日报,2004-09-08(06).
- [25] 陶 健. 第一个“吃螃蟹者”改口,导游小费此路不通[N]. 解放日报,2004-10-14(12).
- [26] 樊 英. 导游回扣与索要小费问题的症结与解决途径探讨[J]. 广州大学学报(社会科学版),2006(6):54-57.
- [27] 麻桃红. 从小费看中西文化心理差异[J]. 饭店现代化,2009(2):55-57.

(责任校对 晏小敏)