

海南高校旅游类专业学生就业意向及其影响因素研究

陈文妍¹, 何鑫², 杜小文^{1*}, 任灵¹

1. 海南职业技术学院 旅游学院, 海南 海口 570216

2. 澳门科技大学 酒店与旅游管理学院, 中国 澳门 999078

DOI:10.61369/RER.2025010003

摘要：高校作为旅游专业人才培养的重要阵地，其毕业生的就业质量直接影响海南旅游业发展水平。在此背景下，以海南省5所高校的418名旅游类专业学生为研究对象，采用问卷调查法，分析其就业意向及影响因素。研究发现：1. 在就业意向方面，学生就业意向多元化，其中“继承家业”和“自主创业”就业意向显著，专业对口要求不高，职业规划不明确；2. 在就业区域方面，其呈现高流动性的特点；3. 专业认同、就业前景、他人关系、社会认可度等维度对就业意向影响显著，社会负面评价显著影响学生的就业意向；4. 部分学生的期望薪资高于旅游行业的实际薪资水平，预期过高。针对存在的问题，从职业规划教育、专业认同重塑、薪资预期引导、地域政策优化、家校沟通机制、产教融合实践等方面加以改进，以提升学生的行业就业意愿和适配性，缓解旅游行业人才供需矛盾问题，从而促进海南旅游业的持续健康发展。

关键词：海南高校；旅游类专业；就业意向；影响因素

Research on Employment Intentions and Influencing Factors of Tourism Majors in Hainan Universities

Chen Wenyan¹, He Xin², Du Xiaowen^{1*}, Ren Ling¹

1. Tourism College, Hainan Vocational University, Haikou, Hainan 570216

2. Hotel and Tourism Management College, Macau University of Science and Technology, Macau, China 999078

Abstract : As an important position for cultivating tourism professionals, the employment quality of graduates from universities directly affects the development level of Hainan's tourism industry. In this context, this study takes 418 students majoring in tourism from 5 universities in Hainan Province as the research object, adopts a questionnaire survey method to analyze their employment intentions and influencing factors. The research finds that: 1. In terms of employment intentions, students' employment intentions are diversified, among which the employment intentions of "inheriting family business" and "starting their own businesses" are significant, with low requirements for professional counterparts and unclear career planning; 2. In terms of employment areas, it shows high mobility; 3. Dimensions such as professional identity, employment prospects, relationships with others, and social recognition have a significant impact on employment intentions, and negative social evaluations significantly affect students' employment intentions; 4. Some students' expected salaries are higher than the actual salary level of the tourism industry, and their expectations are too high. In response to the existing problems, improvements should be made in terms of career planning education, professional identity remodeling, salary expectation guidance, regional policy optimization, home-school communication mechanisms, and industry-education integration practices, in order to enhance students' willingness to work in the industry and adaptability, and alleviate the contradiction between supply and demand of talents in the tourism industry, thereby promoting the sustainable and healthy development of Hainan's tourism industry.

Keywords : Hainan universities; tourism majors; employment intentions; influencing factors

项目信息：海南省教育科学规划 2023年度课题“海南高校旅游类专业学生专业认同对就业意向的影响研究”（编号：QJY20231057）研究成果。

作者简介：

陈文妍（1991.04-），女，汉族，海南海口人，硕士，海南职业技术学院旅游学院，副教授，研究方向：旅游管理、旅游网络信息、社交媒体；

何鑫（1995.07-），男，汉族，云南昭通人，澳门科技大学酒店与旅游管理学院，2022级硕士在读，研究方向：旅游管理；

杜小文（1987.02-），女，汉族，海南屯昌人，硕士，海南职业技术学院旅游学院，讲师，研究方向：旅游管理；

任灵（1992.03-），女，汉族，辽宁海城人，硕士，海南职业技术学院旅游学院，讲师，研究方向：乡村旅游、非遗文化传播，农旅融合，旅游市场，旅游电子商务，创新创业，学生集体意识培养。

引言

随着海南自由贸易港建设的不断深入推进，旅游业作为海南经济发展的重要支柱产业，正迎来新的发展机遇。2024年海南接待游客量和旅游收入均实现显著增长^[1]，海南旅游业的发展对高素质旅游专业人才的需求日益迫切。然而，当前海南高校旅游类专业学生的就业意向呈现多元化的特点，部分学生选择跨行业和区域发展，从而导致海南旅游行业人才出现供需结构性矛盾，亟待解决。

通过梳理相关研究文献可知，目前国内学者关于高校学生就业意向问题的研究主要集中在金融^[2]、护理^[3]、助产^[4]等专业的就业选择和影响因素、专业认同^[5]、抗逆力^[6]等因素对学生就业意向的影响、基层就业意愿及影响因素^[7-8]等方面。而国外学者的研究主要集中在对就业意向和影响因素进行量化分析^[9]、数字化技术对就业意向的影响^[10]等方面，均为本研究奠定了坚实的理论基础。然而，针对旅游管理类专业学生的研究相对薄弱。鉴于此，本文以海南5所高校的旅游类专业学生为研究对象，探讨其就业意向及影响因素，发现存在的问题，并提出相关的对策建议，有助于优化高校人才培养模式，提高旅游类专业学生在行业内的就业意愿，缓解行业内日益突出的旅游人才供需矛盾问题，从而促进海南旅游业的持续健康发展。

一、研究设计

(一) 调查对象

本研究主要选取海南大学、海南师范大学、海南热带海洋学院、三亚学院和琼台师范学院等海南省内具有代表性的5所高校的旅游类专业学生为调查对象，共计420名学生参与问卷调查。样本涵盖了不同性别、学历、家庭背景、专业志愿选择及旅游从业经历等基本特征。

(二) 数据来源

本文主要采用线上的方式进行数据收集。通过微信、QQ等社交媒体平台、旅游论坛等渠道发布网络问卷链接，扩大样本范围。本次问卷调查共发放420份问卷，回收问卷共420份，问卷的回收率为100%，剔除无效问卷，获得有效问卷418份，问卷的有效率为99.52%。

二、研究结果分析

(一) 信度效度分析

问卷的 α 系数为0.936，表明数据的可靠性较好；问卷的KMO值为0.908，表明数据具有较高的效度；问卷的p值为0，说明数据通过了Bartlett检验。综上所述，研究数据具有良好的信度和效度。

(二) 描述性统计分析

通过分析可知，在研究样本中，男女比例较为均衡；学历主要以大学本科或大专学历为主，占比为81.34%，博士占比最低，比例为3.59%；年级主要分布在大一，占比为23.92%，其次是大二和大三，大四年级占比较低，比例为13.88%；家庭所在地城乡比例较为均衡；专业志愿的填报以自主选择为主，占比为42.82%，也有少部分学生是由父母选择或他人意愿填报专业志愿的；在受访对象中，有86.36%的学生表示无学生干部经验，但有86.36%的学生有从事旅游行业工作的经验。总而言之，样本主要以大学学历、低年级学生为主，性别、家庭所在地、家庭年收入分布较为均衡。

(三) 就业意向分析

1. 就业意愿分析

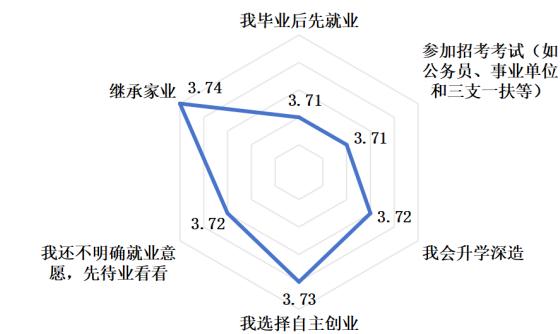


图1 就业意愿分析图

在就业意愿方面，选择“继承家业”的均值最高，为3.74分，其次是“选择自主创业”，均值为3.73分，依次为“待业”(3.72分)，“升学深造”(3.72分)、“毕业后先就业”(3.71分)、“参加招考考试”(3.71分)。由此可见，大多数同学更倾向于在毕业后“继承家业”和“自主创业”，在其他就业意愿的选择方面差异相对较小。如图1所示。

2. 就业单位意向分析

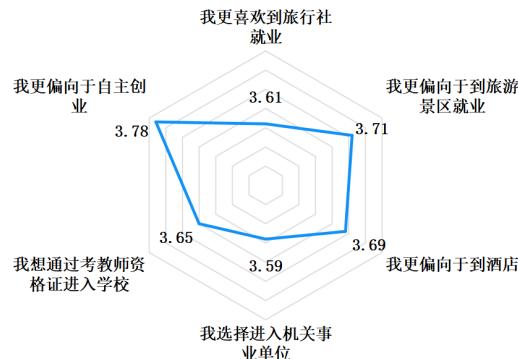


图2 就业单位意向分析图

在就业单位意向方面，“自主创业”选项的均值最高，为3.78分，其次是“旅游景区”，均值为3.71分，依次为“酒店”(3.69分)、

分),“学校”(3.65分)、“旅行社”(3.61分)、“机关事业单位”(3.59分)。由此可见,大部分同学更倾向于在毕业后自主创业,其次是选择到景区和酒店等旅游企业就业。如图2所示。

3. 岗位对口意向分析

岗位对口意向反映学生对自身未来职业的规划程度。在岗位对口方面,“对专业对口没有要求”选项的均值为3.75分,“更偏向于对口专业的工作”选项的均值为3.70分。由此可见,仍有大部分学生在就业方面没有专业对口要求,说明其对自身的职业规划尚不明确,自主性不足。

4. 就业区域意向分析

表1 就业区域意向分析表

选项	完全不符合	不符合	一般	符合	完全符合	平均分
我想回到生源地就业	5.26%	11.96%	26.08%	29.19%	27.51%	3.62
我想留在学校所在地工作	9.55%	6.21%	13.84%	32.22%	38.18%	3.83
我想去生源地和学校所在地外的其他地区	8.37%	8.62%	16.75%	27.03%	39.23%	3.8

在就业区域方面,有56.70%的学生倾向在生源地就业,有70.40%的学生想留在学校所在地工作,有66.26%的学生选择去其他区域工作。说明“学校所在地”最受学生欢迎,生源地的吸引力相对较弱,因毕业生的流动性比较强,所以学生对“非生源或非学校”的其他区域的接受度也较高。由此可见,学生的就业选择不仅受地域因素影响,也受发展机会因素的驱动。具体请详见表1。

5. 薪资意向分析

表2 薪资意向分析表

选项	人数	百分比(%)
3000~4000元	108	25.84
4001~6000元	156	37.32
6001~8000元	88	21.05
8001元及以上	66	15.79

通过分析可知,薪资待遇对学生就业意向具有显著影响。在研究样本中,期望月薪在4001~6000元之间的占比最高,比例为37.32%;月薪在3000~4000元之间的占比为25.84%;月薪在6001~8000元之间的占比为21.05%,期望月薪在8001元及以上这部分学生的占比最低,仅为15.79%,说明大部分学生在初次就业阶段,其期望薪资同实际较为相符,但有部分学生对薪资要求较高。具体请详见表2。

(四) 就业意向影响因素分析

1. 专业认同

表3 专业认可与就业意向相关性系数表

专业认可指标	毕业后先就业	参加招考考试	升学深造	自主创业	先待业看看	继承家业
本专业能发挥天赋和特长	0.188**	0.282**	0.253**	0.276**	0.285**	0.252**
性格与本专业匹配	0.258**	0.303**	0.280**	0.329**	0.324**	0.296**
本专业能带来更好发展	0.283**	0.308**	0.316**	0.319**	0.327**	0.301**
专业学习感到轻松	0.289**	0.322**	0.316**	0.318**	0.333**	0.341**

研究数据显示,专业认同指标与就业意向的相关系数为正

数,两者呈正相关关系。其中,“学习轻松”与“继承家业”的相关系数最高(0.341);“专业与性格匹配”与“专业发展前景”对“升学”和“创业”维度的相关系数介于0.280~0.329之间,可见,前者对后者的影响显著。总体而言,专业认同感越强,学生的就业规划越积极,如升学深造和自主创业。具体请详见表3。

2. 就业前景

表4 就业前景与就业意向相关性系数表

就业前景指标	毕业后先就业	参加招考考试	升学深造	自主创业	先待业看看	继承家业
社会对本专业需求高	0.266**	0.265**	0.360**	0.291**	0.264**	0.355**
行业薪资符合预期	0.271**	0.293**	0.327**	0.305**	0.277**	0.303**
行业发展前景符合规划	0.271**	0.324**	0.370**	0.316**	0.288**	0.319**

研究数据显示,就业前景各维度对就业意向各维度具有显著影响,其中“社会需求”“预期薪资”“行业发展情景”与“升学深造”的相关性最强,相关系数分别为0.360、0.327、0.370,说明学生在毕业后更倾向于继续升学深造,以适应行业的高需求。“参加招考考试”“升学深造”“自主创业”“待业”等维度受“行业发展前景”因素的影响最大,相关系数分别为0.324、0.370、0.316、0.288。“继承家业”与“社会需求”相关性较强,相关系数为0.355,说明此部分学生群体对家庭社会资源较为依赖。具体请详见表4。

3. 他人关系

表5 他人关系与就业意向相关性系数表

他人关系指标	毕业后先就业	参加招考考试	升学深造	自主创业	先待业看看	继承家业
家人支持学习本专业	0.242**	0.314**	0.335**	0.309**	0.279**	0.282**
朋友羡慕本专业	0.205**	0.276**	0.265**	0.257**	0.232**	0.247**
父母鼓励从事本专业工作	0.198**	0.272**	0.292**	0.288**	0.265**	0.269**

研究数据显示,“家人支持”“朋友羡慕”“父母鼓励”对“招考考试”和“升学深造”的影响较为显著,这表明家人和朋友的认可、鼓励和支持是学生毕业后继续求学和考公考编的主要动力。“父母鼓励”对“自主创业”的影响也较为显著,说明在学生的就业创业过程中,家长的引导发挥重要作用。具体请详见表5。

4. 社会认可度

表6 他人关系与就业意向相关性系数表

他认关系指标	毕业后先就业	参加招考考试	升学深造	自主创业	先待业看看	继承家业
多人觉得旅游并没有什么好学的	0.344**	0.348**	0.361**	0.341**	0.293**	0.374**
社会普遍认为本专业是做导游的	0.258**	0.363**	0.374**	0.336**	0.278**	0.343**
社会各界对本专业评价不高	0.262**	0.337**	0.355**	0.319**	0.275**	0.301**

研究数据显示,社会认可对学生毕业意向存在显著影响,其中“认为没有什么好学”维度与“继承家业”的相关性最高,相关系数为0.374,这表明学生的就业意向受负面社会评价的影响。此外,社会的刻板印象(当导游)与“招考考试”(0.363)和“升

学深造”（0.374）的相关性较高，说明学生可能通过提升学历和考公考编以应对社会对本职业的偏见。“待业”维度与他人关系各维度的相关性较低。具体请详见表6。

三、结论与建议

（一）研究结论

通过分析可知，研究样本主要以本科低年级学生为主，性别、城乡比例较为均衡；在就业意向方面，学生主要倾向于自主创业和继承家业，薪资意向主要集中在4001–6000元；在影响因素方面，专业认同和社会认可度对就业选择影响显著，负面的社会评价和刻板印象有可能影响学生在就业方面选择升学和参加招考考试。

（二）对策与建议

1. 加强旅游专业职业规划教育，提升学生就业竞争力

通过分析可知，“对专业对口没有要求”的均值为3.75分，说明大部分学生在就业方面对专业对口要求不高，自身的职业规划不清晰，缺乏自主性。此外，学生在就业意向方面较为多元化和分散，如参加招考、创业、待业、继承家业等，且有28.71%的同学在专业志愿的选择上较为被动，如父母或他人意愿及专业调剂。对此，学校可将旅游业的工作案例融入职业规划课程的讲授中，通过旅游业的工作岗位分析、职业路径的模拟，帮助学生明确自身的就业方向，增强专业认同，提升专业对口就业意愿。同时，针对大一、大二低年级的学生，学校可提前开设职业规划认知课程，通过带领学生参加企业参观、职业测评和岗位体验等活动，帮助其提前了解专业就业方向，以减少就业选择的盲目性和被动性，从而提升学生的就业竞争力。

2. 提升旅游专业认同感，重塑行业社会形象

通过分析可知，专业认同感对就业意向显著影响，然而，“认为没什么好学”“做导游”等社会认可维度对学生毕业意向也存在显著影响，说明学生的就业意向受负面社会评价的影响，且有部分学生通过提升学历和考公考编应对社会对本职业的偏见。可见，社会的刻板印象削弱了学生的专业认同和职业信心。对此，首先，学校可加强旅游类专业的内涵建设，在教学过程中可突出数字化文旅等新兴专业方向；其次，加强与行业协会的联动，借助媒体宣传旅游行业价值和多元化的就业方向，打破“导游”和“低门槛服务”的社会刻板印象；最后，通过校企合作，邀请旅游行业优秀校友进校园，分享其职业发展路径，重塑旅游行业的社

会形象，增强学生的专业认同感和自豪感。

3. 优化旅游行业薪资预期引导，促进理性就业

通过分析可知，薪资意向在8000元以上的学生占比为15.79%，高于行业初步入职薪资水平，存在理想化倾向。对此，学校可定期开展旅游行业薪资报告座谈会，同时结合区域和工作岗位给学生分析薪资结构，引导和帮助学生合理建立薪资预期，避免学生的就业期望过高或是过低。此外，学校可通过校企合作，努力为学生争取实习转正的机会，缩小学生就业预期与现实的差距。

4. 完善旅游专业地域人才政策，实现精准就业

由表7可知，仅有56.70%的学生选择回到生源地就业，可见，学生的流动性强，生源地的吸引力相对较弱，不利于区域人才的平衡。为增强生源地就业吸引力，一方面地方政府可推出“返乡就业补贴”“本土人才专项招聘”等激励政策，优先录用本地户籍毕业生；另一方面，学校所在地可加强政校企合作，采取“人才引进与落户”“青年人才公寓”“就业见习补贴”等措施，为毕业生提供住房、落户等福利，以增强就业吸引力。

5. 创新旅游专业家校沟通机制，减少代际干预

通过分析可知，在专业的选择上，父母选择或他人意愿的仍有20.81%的比例，家长或是他人意见，对学生毕业后创业、考公、考编具有显著影响，由此可见，学生的自主决策能力不足。对此，学校可定期举办“家长开放日”等活动，通过专家讲座、优秀毕业生及就业数据分享等形式，多维度向家长客观地传递旅游专业的发展前景和就业趋势，帮助家长建立科学的专业认知，以减少在填报专业志愿时的代际矛盾。同时，学校可加强对学生的就业指导，引入权威的职业测评系统，引导和鼓励学生结合自身特长和社会市场需求理性决策，培养学生的职业规划自主能力。

6. 深化旅游行业实践教学，强化职业认知

通过分析可知，在研究样本中，有86.36%的学生有过旅游行业经验，但在就业意向方面较为分散，由此可见，行业实践经验未能有效增强学生的职业归属感。对此，学校可构建“阶梯式”的实习体系，将短期的行业经验整合成系统实习，通过景区管理、旅游数字化营销、会展策划等岗位轮训，帮助学生系统地了解和认知旅游行业业态。同时，可针对想要自主创业（3.73分）的同学开设旅游创新创业课程，重点扶持学生智慧旅游、文旅IP开发等创新创业项目的落地实施，培育学生的行业前瞻性。

参考文献

- [1]中国日报网.海南文旅2024“成绩单”：够“起范”！预计全年接待游客9720万人次，同比增长8%[EB/OL].(2025-01-04).<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1820315411887396251&wfr=spider&for=pc>.
- [2]吴勇,杨璐,武琳.应用型本科金融专业毕业生就业问题研究[J].科教导刊,2024(21):153-155.
- [3]李琳,贺惠娟,王向荣,等.本科护理实习生护理岗位就业意愿影响因素的层级分析[J].中华护理教育,2025,22(05):566-573.
- [4]万从芳,刘珊,钟娅.高职助产专业学生就业意向影响因素调查分析[J].中国农村卫生,2024,16(05):46-49.
- [5]何楠.旅游管理类专业中生专业认同对就业意向的影响研究[D].广州:广州大学,2023.
- [6]张青,郭瑞烨.抗逆力对高职院校学生就业意向的影响因素分析——以山西省6所高职院校为例[J].江西电力职业技术学院学报,2023,36(10):149-151.
- [7]王恩楠,詹祥,薛莹薇,等.“新医科”背景下全科医学生基层就业意向的影响因素分析[J].中国校医,2024,38(12):910-913.
- [8]郝思聪,李德光,原伟杰.乡村振兴背景下信息类学生基层就业问题研究及对策:以洛阳师范学院为例[J].山西农经,2024(21):92-96.
- [9]Njaka,S., Hassan, I.I.B., Nwedu, A.B. et al. Impacts of Clinical Psychiatric Posting Experience on Specialization Intention and Associated Factors among Nursing Science students[J]. BMC Nurs., 2024, 23(630):1-10.
- [10]Zhao Z ,Liang H.A Study on the Employment Intentions and Influencing Factors of Accounting and Finance Majors in the Context of Digital Intelligence[J].Journal of Social Science and Humanities, 2024, 6(07):75-78.