

第一章

對觀光服務產業的認知

- 一、正確的價值觀
- 二、導遊與領隊
- 三、旅遊的種類
- 四、旅行社的類別與成本
- 五、旅遊的作業方式與行程設計
- 六、旅遊流程的掌控與相關規定



近五十年來，台灣的經濟發展歷經加工出口業、傳統產業及高科技產業的時代，一度曾經是非常的為人稱羨，且列名位居亞洲四小龍之一。然而，台灣這個四面環海的島國在缺乏天然原料、工資日益高漲、隨時會受到地震及颱風的威脅以及政局不穩定的影響下，經濟發展呈現衰退現象是在所難免的。當一些傳統產業與科技產業為降低成本並提升其競爭力，而外移到中國大陸或東南亞國家時，台灣的經濟力要如何發展與轉型呢？觀光產業（Tourism Industry）似乎成為台灣未來產業發展最可行的選項。

觀光產業亦稱為「無煙囪的工業」。原則上，它不需要生產原料、它不會污染環境、它避開了高工資與高生產成本的問題、它也提供了數不盡的就業機會。在整體的運作下，觀光產業結合了：全國的交通網、各類型公營或民營的運輸公司、各層級的旅館業者、餐飲業者、休憩業者、旅遊業者以及各種服務業與銷售業者。從推廣觀光旅遊的角度來看，「硬體建設」（設備與用品的水準）與「軟體內容」（服務人員的品質）是相輔相成的。台灣的觀光事業發展其實是很有機會的。

就地理位置而言，台灣位於亞洲的東邊。上接日本及琉球群島，下連菲律賓群島，西面隔著台灣海峽與中國大陸相對，東邊面臨太平洋。無論是戰略地位，或是東北亞連貫東南亞，歐洲到亞洲的國際海運，台灣都是居於重要的樞紐地位。就觀光層面而言，台灣南部墾丁的熱帶風情，東部海岸線的岩岸景觀，花蓮太魯閣的大理石峽谷，北部野柳的海蝕現象，再加上風靡大陸遊客的阿里山與日月潭，台灣有數不盡的美景可供遊客欣賞。就美食而言，台灣擁有世界知名的中華料理八大菜系（湘、粵、川、蘇、浙、徽、魯、閩）、世界各國的佳餚、加上台菜活海鮮和各地夜市中的台灣小吃，這些一直是讓遊客讚不絕口，留連忘返的主因。就文化價值而言，台灣的故宮博物館中的陳列品、殖民時代（Colonial Era）的建築物（如：紅毛城、安平古堡等）、本土民俗藝術與中文繁體字等都能吸引外籍旅客的注意與欣賞。這些優勢我們應該繼續將之發揚光大。

擁有高水準的旅遊配套與設備、豐富的美食、美麗的大自然景觀、悠久的歷

史文物、親切周到的服務人員和妥善的行程安排，是否就能保證台灣觀光產業的蓬勃發展呢？理論上是如此。然而在這個現實的大環境中，要能夠達到這些標準談何容易！根據觀光局發布的資料，在2005年來台的旅客（In-bound）共有3,378,118人次，其中來自日本的旅客就占了45%；而出國的人數（Out-bound）則達到8,208,125人次，這數據顯示了國人出國的意願與能力；至於台灣島內旅遊的部分，全年度的旅遊人口則達到了136,691,863人次。這些資料充分的展現出台灣的觀光產業是大有可為的。將三組數據相比對，我們在吸引外國旅客來台觀光的部分，的確仍需要加強與努力。

從吸引旅客來台觀光旅遊的觀點來分析，我們有什麼優勢？如果用對比的方式來驗證，中國大陸擁有紫禁城故宮、萬里長城、長江三峽、絲路、黃山、桂林山水等大自然美景與數不完的歷史文物。泰國擁有皇宮、號稱「東方夏威夷」的帕達雅、數百公里的海岸線與沙灘，以及燦爛繽紛的夜生活。越南的下龍灣美景被稱為「海上的桂林」、關島的水上活動、馬來西亞沙巴的海上國家公園悠閒的渡假屋。擁有選擇權的外籍旅客為什麼要選擇來台灣旅遊？曾經來過台灣的遊客有何理由再度來台灣觀光？

一、正確的價值觀

觀光產業是服務事業。旅客利用閒暇時間出國旅遊，心中會有何期許？有人的旅遊目的是好奇的想放眼看世界；有的人則是想放開繁瑣的現實生活，充分的享受休息與渡假或是瘋狂一下；也有些人旅遊的目的只是為了可以向親友炫耀曾經去過；更有些人是想體驗一下花錢當大爺的感覺。無論是商務旅行、探望親友或只是單純的觀光旅遊，沒有人願意花錢受罪。如果在旅遊途中無法達到其心中的期盼、受到不恰當的對待或是被欺騙當了冤大頭，其憤怒程度是可想而知的。想要這些旅客再度來觀光，可能性是微乎其微；甚而這些受委屈的旅客會將其慘痛的經驗廣為宣傳，勸阻有意來玩的親友。從相反的角度來看，若是旅客在其旅

遊行程中看到了想看的美景，體驗到了異國美食，也享受到高規格的服務與禮遇，返國後，是很有可能會招朋引伴再度來訪。這樣不是很好嗎？

其實，旅遊的過程亦可解釋為「旅客花錢買服務」。在吃喝玩樂的進行中，盡情體會「快樂」的感覺。若是餐廳為了節省成本，菜餚內容縮水，旅客自然會抱怨；若是餐廳客人太多，上菜緩慢，飢餓的旅客當然會生氣；若是導遊為了賺錢而對於不參加自費活動的旅客態度不禮貌，旅客絕對不會開心；若是禮品店針對旅客哄抬物價，旅客豈會甘心當呆子。常言道：「君子愛財，取之有道」。服務業者如果是以賺錢為唯一的目標，服務品質不佳的事實是可預見的。有些服務業者的態度是：「海裡有的是魚，這條不上鉤，還有別的魚會吃餌。」這種觀念導引出的行為就是拿旅客當凱子，揮舞著關刀，見一個砍一個。短期間，似乎可以有所斬獲，快速的累積個人的財富，可是「好事不出門，壞事傳千里」，這種情境在旅客的口耳相傳之下，很快就會被淘汰的。同時，這種個人的貪心與不當行為，對於台灣旅遊發展已經造成了嚴重的損害。只要用心安排旅遊行程，觀光產業硬體的設備並不會讓旅客產生多大的反感；若是錯用了不適任的服務人員，這種傷害是很難彌補的。

二、導遊與領隊

觀光旅遊業的第一線服務人員就是導遊（Tour Guide）與領隊（Tour Leader 或稱Tour Manager）。依使用語言的類別而分，導遊與領隊可被區分為使用華語（Mandarin）和外語（Foreign Languages）兩種。使用華語當溝通工具的服務者，其服務的對象為使用華語的旅客；當外籍旅客來台灣旅遊時，外語導遊是他們旅遊全程的引導與解說員。從機場接機開始，所有的食、衣、住、行、育、樂等活動，都是由外語導遊來掌控的。華語領隊帶國人出國旅遊，所前往的國家僅限定於中國大陸與港、澳地區；而外語領隊可帶領國人前往全世界的國家。因此，一位稱職的導遊或領隊必須擁有的條件：

- (一)國家核發的導遊或領隊的執業證照（Professional License）；
- (二)能順暢溝通的外語能力（Fluent Foreign Language Ability）；
- (三)豐富的旅遊專業知識與操作技巧（Professional Knowledge and Skills）；
- (四)熟悉的地理、歷史、民俗常識（Common Knowledge on Local Issues）；
- (五)整齊清爽的儀表與穿著（Clean and Decent Outlook）；
- (六)熱忱親切的服務態度（Sincere and Warm Serving Attitude）；
- (七)幽默風趣的口語能力（Humorous Oral Ability）；
- (八)帶動氣氛的帶團技巧與活力（Enthusiasm and Energy）
- (九)守時守信，處處小心的應對能力（Suitable Handling Skills）；以及
- (十)24小時待命的體力與耐力（The Ability to Handle 24-Hour Service）。

一位「外語導遊」就有如一位代表國家接待外賓的「親善大使」。當外籍旅客來到台灣，心中對於這個陌生的國度充滿了好奇與興奮，難免會向導遊問很多問題。如何能在有效率而不影響國家形象的前提下，運用流暢的外語能力和口語技巧為旅客解惑，這正是「旅遊親善大使」的功能。在旅遊的過程中，隨時提醒旅客該如何體會當地生活、解釋哪些事能做或不能做、說明行程中的重點所在與相關故事，並隨時協助解決旅客的困惑與疑難雜症。真誠的態度與細心的服侍能讓旅客留下深刻的印象，並付出超出預期的服務小費。

一位「外語領隊」的職責是帶領國人出國旅遊。旅客們對於國外環境並不熟悉，再加上語言障礙，心中的擔心是可想而知的。因此，旅客會有相當程度的依賴性。若是外國的旅遊服務人員未能善盡其職，領隊的功能就會更明顯了。所以，在旅遊任務執行中，領隊代表了旅行社，其角色的特質包括了：

- (一)代表國家良好形象的親善大使（The Good-will Ambassador）；
- (二)旅遊行程進行時「照表操課」的監督者（The Tour Supervisor）；
- (三)確保外國業者提供旅遊品質的溝通者（The Communicator）；
- (四)維護旅客安全的守護神（The Guarding Angel）；
- (五)照顧旅客生活起居的保母（The Nanny）；以及

(六)處理各類問題的管理員（The Problem Solver）。

三、旅遊的種類

當有人提到要去「旅行」或是「旅遊」，這兩者之間的意義相同嗎？它們的共同點是都會離開居住地，搭乘交通工具前往外地。有所差別的是「旅行」的目的和「旅遊」有一點不同。無論是探親、訪友、商務或是出差辦事，旅行的目的比較直接。或許在過程中也有遊樂的內容，但它並非主要目的。旅遊則是將重點放在遊樂上。旅客出遊的理由與方式有千百種，在此可以予以分類。旅遊業者可依不同的分類，規劃出最適當的行程內容，找最適當的服務人員讓旅客滿意：

(一)依旅遊的航程長短（Cruise Range）來分

- 1.長程線旅遊（Long-range Tour）：前往歐洲、美洲、非洲等，需要搭乘長程飛機的旅遊。通常旅遊的行程會超過十天以上。
- 2.短線旅遊（Short-range Tour）：前往東南亞、東北亞及中國大陸等，飛機航程較短的旅遊。相對其旅遊的天數也會比較短。

(二)依旅遊行程的目的地（Destination）來分

- 1.走馬看花的旅遊（Many Countries Tour）：在有限的時間內，探訪許多國家的城市。例如：歐洲七國十二日遊。
- 2.定點城市旅遊（One-stop Tour）：僅在單一國家或城市進行深度旅遊。例如：泰國帕達雅之旅（Pattaya, Thailand）。
- 3.度假村的旅遊（Resort Tour）：在悠閒的定點，享受遠離塵囂的旅遊。例如：地中海俱樂部之旅（Club Med）。

(三)依旅遊的交通工具（Transportation）來分

- 1.火車之旅（A Tour on a Train）：搭乘火車，欣賞沿途經過的各城市與旅遊景點。例如：東方快車之旅（Oriental Express）。
- 2.遊輪之旅（A Tour on a Cruise）：搭乘遊輪，享受船上的設備與美食。

中途會停靠「旅遊點」供遊客參與自費活動。例如：麗星遊輪之旅（Star Cruise）。

(四)依旅遊的安排方式（Arrangement）來分

1. 自助的旅遊（Self-organized Tour）：不用經過旅行社的作業，舉凡辦理證照、訂房、訂機位及行程安排，都是由旅客自行安排的自助旅行。

優點：自主性強、不用配合與遷就別人、行程較有彈性。

缺點：作業麻煩、價位較貴、語言障礙、缺乏安全保障。

2. 跟團的旅遊（Guided Tour 或Packaged Tour）：由旅行社為旅客服務，進行一切有關旅遊的專業安排作業，由專任領隊帶團。

優點：省錢、省事、省時、有專家處理突發狀況、內容豐富、有品質保障。

缺點：趕行程很累、缺乏彈性、有不必要的購物行程、擔心被欺負。

3. 機票加酒店的旅遊：綜合自助旅遊與自助行的優點，由旅行社代為安排出國的證照、航空機票與當地的住宿旅館，沒有行程安排，旅客自行玩樂。

優點：針對有經驗且無語言障礙的旅客，這種玩法最適合。

缺點：狀況處理、品質要求及安全保障要自行負責。

4. 背包族的旅遊（Back-pack）：歐美年青人的最愛。背上背包，走到哪兒算哪兒。只有大方向與目標，沒有確切的行程安排（Daily Itinerary）。

優點：獨立自主、經費自己掌控、自由自在。

缺點：危險性大、時間較長、狀況處理困難。

(五)依旅遊團體的屬性（Attribution）來分

1. 會議旅遊（Meeting Tour或Convention Tour）：企業、公司、社團、組織在某地區舉行會議，在開會之餘的休閒時間進行旅遊活動。

2. 獎勵旅遊（Incentive Tour）：企業、公司、社團、組織為獎勵員工的成

就或辛勞所舉辦的旅遊活動。

3. 參展旅遊 (Exhibition Tour)：特定行業或專業人士針對特定的專業展覽會所安排的參展兼旅遊的活動。
4. 商務旅遊 (Business Tour)：商務人士為進行商務目的而前往某地，在公務之餘，順便安排的旅遊活動。
5. 宗教旅遊 (Religious Tour)：宗教信徒在朝拜的過程中，順便安排的旅遊。例如：大陸湄州進香團、麥加朝聖團等。
6. 學生旅遊：由學生成員組成的旅遊團體，其消費能力一般而言，會比社會人士要略低一些。

(六) 依旅遊費用 (Tour Fee) 來分

1. 高價位旅遊團 (No Shopping Tour)：團費高、吃得好、住得高檔、強調高級享受、沒有購物行程。
2. 低價位旅遊團 (Shopping Tour)：標準規格的吃與住。團費便宜、行程內容比較單純，必須進購物站。

(七) 依旅遊的內容性質 (Content) 來分

1. 悠閒之旅 (Relaxing Tour)：不要舟車奔波勞頓，只要陽光沙灘海水。
2. 文化之旅 (Cultural Tour)：探訪歷史文化古蹟，欣賞多元民俗文物。
3. 釣魚之旅 (Fishing Tour)：撒網下水到魚家，捕到大魚笑哈哈。
4. 高爾夫之旅 (Golf Tour)：四人結伴打球去，健身散心比手氣。
5. 狩獵之旅 (Hunting Tour)：明知山有虎，偏往虎山行。
6. 探險之旅 (Adventurous Tour)：山窮水盡疑無路，柳暗花明又一村。
7. 懷古之旅 (Historical Tour)：絲綢之路往西行，三藏取經懷古情。
8. 山水之旅 (Sight Seeing Tour)：山川秀麗不算險，寄情山水人中仙。
9. 美食之旅 (Tour for Gourmet)：千般佳餚嚐不膩，生平只怕餓肚皮。
10. 夜生活之旅 (Night Life Tour)：縱情酒色歌舞聲，繽紛燦爛不夜城。

四、旅行社的類別與成本

當旅客想要旅遊時，心中所考量的不外乎是「旅遊費用」與「行程內容」。其實旅行業生意人的目的無非是為了謀利，「殺頭的生意有人做，賠本的生意沒人做」，這是一定的道理。除非是做慈善事業，否則，再怎麼說，羊毛也是出自羊身上。「一分錢，一分貨」是合理的看法。內行的旅客知道自己要求的是什麼，往往能做出比較理性的選擇；而經驗稍嫌不足的旅客通常會有「貨比三家不吃虧」的觀念：比較團費價格、比較住宿旅館的等級、比較餐食的內容、比較觀光景點的多少等等。在他們的心中，最好是以最少的錢，住最好的旅館，吃最高檔的餐食，包含最多的觀光景點。一些業者往往屈於現實，以低價位將旅客招攬組團，再用「玩文字遊戲」的方式來降低成本；用增加購物站，促銷自費行程或其他方式來平衡開支，以賺取微薄的利潤。這樣的結果，旅客當然會抱怨，甚而會投訴。這種惡性循環對台灣旅遊界的發展，會造成很大的傷害。

(一) 旅行業的潛在成本

旅行社就算是沒有客人上門，也是有成本開銷的。

1. 台灣的旅行社可分為三類：綜合旅行社、甲種旅行社與乙種旅行社。其中的「乙種旅行社」僅能招攬或接待本國觀光旅客進行國內旅遊；「甲種旅行社」則不僅可以招攬或接待國內外觀光旅客進行國內旅遊，同時亦可以自行組團安排旅客出國觀光旅遊；「綜合旅行社」的業務除了綜合甲種與乙種旅行社的功能之外，還可以用「包辦旅遊」的方式，協助同業組合各家招攬來的旅客，共同組團出國進行觀光旅遊。

(1) 這三種旅行社都需要加入「中華民國旅行業品質保障協會」繳交年度會費，並向「觀光局」繳納保證金新台幣：（綜合）1,000萬元、（甲種）150萬元、（乙種）60萬元。

(2) 從1995年7月起，旅行業者辦理旅客出國旅遊、接待入境旅客（無論

個人旅客或旅遊團體），進行國內旅遊時，均應投保「責任保險」①每一位旅客意外死亡；理賠新台幣200萬元；②每一位旅客因意外事故所導致體傷之醫療費用新台幣3萬元；③旅客家屬前往海外或中華民國處理善後所必須支出之費用新台幣10萬元；及④每一位旅客證件遺失之損害賠償費用新台幣2,000元。

(3)旅行業應投保「履約保證保險」，其最低金額為新台幣：（綜合）4,000萬元、（甲種）1,000萬元、（乙種）400萬元。綜合與甲種旅行社每增設分公司一家，應增加投保新台幣200萬元，乙種旅行社每增設分公司一家，應增加新台幣100萬元。

2. 旅行社的一般性開支

- (1)辦公室：房租、大廈管理費、電話與傳真、水電費。
- (2)文具用品：名片、製作文宣資料、影印紙、傳真紙、墨水匣、檔案夾。
- (3)廣告：加入工會與協會、報章雜誌的廣告、文宣傳單、旅遊計畫書。
- (4)設備與維修：電腦、傳真機、影印機、桌椅、檔案櫃。
- (5)人事：固定的薪水、出差費、年終獎金。
- (6)交際應酬：禮品、餐費。
- (7)各類型政府所規定的稅捐。

(二)旅遊業務的成本

組團進行觀光旅遊活動並非旅行社的唯一業務。有些旅行社是專攻「航空業務」，有些旅行社則僅負責旅遊「訂房作業」。下列的說明是以經營觀光旅遊活動的旅行社為主。

- 1.國內旅遊：機票、旅館、遊覽車、餐食、景點門票，及部分內包的活動。
- 2.國外旅遊：依據「國外旅遊定型化契約書」（如附件）第九條的規定：