

## 第二節 旅行從業人員應有的認知與態度

### 一、旅行從業人員應具備的特質與條件

#### (一) 特質

1. 藝術方面：
  - (1) 豐富的想像力
  - (2) 敏銳的直覺
  - (3) 突發靈感
  - (4) 長期累積經驗
  
2. 感性方面：
  - (1) 洞察消費者心理
  - (2) 掌握傳媒技巧
  - (3) 迎合未來趨勢
  - (4) 發揮尖端創意
  - (5) 富有同情心、同理心
  
3. 理性方面：
  - (1) 研判市場狀況
  - (2) 競爭態勢
  - (3) 分辨敵我實力
  - (4) 釐訂戰略與戰術
  - (5) 使命感

#### (二) 條件

1. 充滿好奇：凡事都感興趣，凡事喜歡追根就底，凡事都想過問，凡事都要參加。
2. 喜歡學習：光好奇還不夠，還要博學多聞、觸類旁通，喜歡與人溝通談天說地，更經常不恥下問。
3. 要有彈性：不拘泥己見、固步自封，切忌輕浮心態，因應市場變化而變化，跟隨消費者感覺走。
4. 具備膽識：要大膽假設、小心求證，膽大心細，勇於冒險犯難，隨時都得承受壓力，面對打擊。

#### (三) 心理修養

1. 職業道德：瞭解工作上角色的扮演，尊重該行業服務的道德目標。

尤其旅行從業人員必須經常經手顧客交辦的金錢、證件以及一些個人資訊等，故應建立基本職業道德，秉持誠信的原則，展現最優質的服務。

2. 健康管理：時常維持高度的健康情況，去接受客人要求和服務。
3. 禮儀表現：絕不給客人有不愉快與臆測之心。
  - (1) 親切的問候。
  - (2) 嚴守時間。
  - (3) 用詞說話、動作得體。
4. 感謝與謙虛：顧客至上 (Guest Is King)。
5. 信念：以自信心為客人之滿足盡全力。
6. 積極性：沒有積極性的行動，絕不會有好的服務。要有自動自發的心理，非被動而動。積極的先行問候乃是為好的服務創先機。
7. 責任感：要有負起因你的服務引起損失及報怨的責任心，不得有人為的過失是難免的錯誤想法。稍有不慎發生錯誤，對公司、同事不知要連累多少麻煩，對客人不知要增加多少不便。
8. 反省：檢討自己的行為而努力更向上的熱忱。
9. 表現力：要誠心認真，利用語言及身體，將熱誠傳達到客人心理。因應市場變化而變化，跟隨消費者者感覺走。

## 二、旅行從業人員的生涯規劃與正確觀念的培養

### (一) 生涯規劃

旅行業是觀光產業中不可或缺的一環，這個行業的接觸面很廣，看起來極為多采多姿，然而任何事都不是一蹴可幾的，事實上，絕大多數旅行業的高階主管和全能型的老闆也都是從基礎的出發點做起，因此，在進入這個行業後，不論擔任的是基層的外務、OP、或業務工作，只要不妄自菲薄，好好地站在自己的工作崗位，一步一腳印的克盡職守，並掌握每一個機會，充實自己的專業知識和技能，必然能夠更上層樓。

相反的，如果一開始就沒有腳踏實地的努力付出，為將來做好準備，當有機會擔任更重要的職務時，就無法勝任掌握，只能讓機會插身而過！所以，不管面對大環境改變的衝擊或個人生命中的低潮，唯有擇善固執、忠於自己的工作理想，方能逐步邁向目標，登上個人事業成就的高峰。

### (二) 新使命

1. 強調競爭導向：價格政策不再一味殺價，應追求附加價值的創造。
2. 著重策略規劃：結合廣告等不同行銷手法，發揮整合力量以達到銷售和顧客的極大化。
3. 擅長定位策略：摒棄傳統市場區隔、朝向多樣行銷方法結合和雙向溝通掌握消費者的購買傾向，釐定方向與策略。
4. 重視魅力創造：嶄新的行銷創意，掌握時代脈動，因勢利導，開發新產品，

帶動消費的潮流，樹立領導品牌。

5. 建立對外公關：
  - (1) 對顧客的公關。
  - (2) 對同業、航空公司、協會、公會的公關（主動調查同業行程、價格、瞭解市場趨勢）。
  - (3) 對媒體的公關（主動發佈新聞稿、邀請新產品發表會）。
6. 企劃力的培養：天天動腦、豐富的想像力、角色扮演、相似類推、逆向思考、改變觀點、打破習慣、敏銳觀察、日日閱讀、隨手筆記、四處討論、搜集資料。
7. 同事友誼建立：
  - (1) 公司上下縱橫管道的溝通。
  - (2) 公司各單位橫向管道的溝通。
  - (3) 同事間互動管道情誼的建立。
  - (4) 消除本位主義搭起共存共榮橋樑。
8. 包君滿意的責任：
  - (1) 了解任務的要求方向何在。
  - (2) 一定要在時效內完成，報價不過夜。
  - (3) 設身處地扮好角色，掌握最佳效用又要價錢低。
9. 有效管理的技能：技術、人性、概念。
  - (1) 特色競爭：相同東西唯有做出差異性才能吸引消費者眼光。（產品差異、服務差異、人員差異、形象差異）。
  - (2) 成本領導藝術：會賣不值得會買。
  - (3) 卡位空間：產品線的集中、客層的集中、價值鏈的集中、地理的集中。
  - (4) 先佔優惠：掌握產品先機、掌握市場先機、掌握資源供應商先機、掌握配銷通路先機。

### （三）新觀念

1. 觀念：樹立正確的服務觀念才能導致行動改變、習慣改變、人格改善。
2. 知識：具備公司產品知識，以研究競爭產品之知識，此外更不能忽略消保法。
3. 態度：應好好研究如何給予顧客良好印象、發揮熱忱之精神。
4. 技術：市場調查、口才訓練、開拓客戶、情報蒐集管理、說服顧客、信用調查。
5. 習慣：時間與行動自由，必須養成計劃的習慣以好好律己。
6. 才能：洞察力、臨機應變技巧、演技、深謀遠慮、樂觀性與勇氣、堅強意志力、豐富感情、風趣幽默。

#### (四) 新任務

1. 公司市場決策的實行者：活躍第一線彈性、實行市場決策。
2. 產品專家：著重產品計劃、銷售、流通。
3. 財物與稅務專家：商品成本結構日漸複雜，故應具備良好計算能力與財物整理和稅務援助。
4. 公關與人際專家：樂善好施，讓天下人都來喜歡我們公司與產品，自然生意更興隆。
5. 情報專家：知己知彼、百戰百勝，收集競爭對手情報，以便應付市場變化。
6. 預測專家：市場區隔、定位、數量、價格、品質其正確與否完全決定於預測。
7. 訓練與企業管理顧問：養成自己訓練自己、發揚成產業領導為榮。
8. 最有前途外交官：旅行業接觸的都是人，因此應學會做人、應付摩擦方法。

### 三、認識世界貿易組織 (WTO)

#### (一) WTO 簡介

世界貿易組織 (World Trade Organization, 簡稱 WTO) 在會員國間進行各項貿易談判，是秉持著「最惠國待遇原則」、「國民待遇原則」及「透明化原則」，希望各會員國之間能享有公平互惠的條件，進行各種貿易相關事項的交流往來。

WTO 最開始是在第二次世界大戰後，各國均認為亟須建立一套國際經貿組織網，以解決彼此間之經貿問題，故除了同意共同成立聯合國外，並進一步建構所謂之「布列敦森林機構」(The Bretton Woods Institutions) 作為聯合國之特別機構，擬議中之經貿組織包括：世界銀行(World Bank)、國際貨幣基金(International monetary Fund)、以及國際貿易組織(International Trade Organization, ITO)。並於一九四八年三月在哈瓦那舉行之聯合國貿易與就業會議中通過 ITO 憲章草案。但後來因美國國會未批准，致使 ITO 未能成立。

各國為免籌組 ITO 的努力赴諸流水，因此包括美國在內的各國最後協議訂定了眾所周知的「關稅暨貿易總協定」(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT)。雖然 GATT 之適用法律基礎係臨時性質，且係一個多邊協定並無國際法上之人格地位，但卻是此後多年來唯一管理國際貿易的多邊機制。

自 1948 年 GATT 成立以來，至今共舉行八次回合談判，其中以第八回合的烏拉圭談判為 GATT 史上規模最大、影響最深遠之回合談判，自 1986 年開始到 1993 年底才告一段落。談判內容包括貨品貿易、服務貿易、智慧財產權與爭端解決等，並依此次談判結果決議成立 WTO，使 GATT 多年來扮演國際經貿論壇之角色正式取得法制化與國際組織的地位。更重要的是，WTO 爭端解決機構所作之裁決對各會員發生拘束力，因此使 WTO 所轄各項國際貿易規範得

以有效地落實與執行。

目前 WTO 總部設在瑞士日內瓦，以有效管理及執行烏拉圭回合之各項決議。為利各國完成國內之相關立法程序，各國同意 GATT 與 WTO 並存一年後，其後 GATT 功能即完全被 WTO 所取代，使 GATT 由原先單純之國際經貿協定轉化成為實質之國際組織。

在 WTO 架構下，原有的關稅暨貿易總協定（即 1947 年所制定之 GATT，又稱為 GATT 1947），加上歷年來各次回合談判對該協定所作之增補、解釋與決議，稱為「GATT 1994」，成為有別於 GATT 1947 之另一個獨立協定，並納為 WTO 所轄之協定之一。

\*註：其他有關 GATT/WTO 之沿革、WTO 之組織、會員國、協定與相關內容可上「世界貿易組織」網頁查詢：

[http://www.moeaboft.gov.tw/global\\_org/wto/wto\\_index.htm](http://www.moeaboft.gov.tw/global_org/wto/wto_index.htm)

## （二）我國加入 WTO 對旅行業的衝擊

為了因應我國加入 WTO 後對旅行業產生的衝擊和影響，交通部特別成立了 WTO 觀光工作小組，希望能有適當的配套措施，來應付未來可能產生的一些問題，例如：大陸地區旅行業之規模與我國相較明顯居於優勢，如全面性依 GATS(The General Agreement On Trade In Service)之規範，開放大陸在我國設立分公司，或准許中資以高比率投資國內業者，則將會對我國旅行業產生極大的衝擊。

由於台灣的旅行業九成以上屬於中小企業，不論在規模或資金上均居於弱勢，故目前我方政府在開放的步調上乃採取較保守的態度，限制大陸來台設立旅行社及執行導遊業務，保護台灣的業者在面對國外及大陸業者的壓力下，能進行公司組織強化、或進行合併擴大，或採取「集團化」的經營等方式，充實本身的營運實力、配合政府的政策「觀光客倍增計畫」，「國民旅遊卡」，「綠色產業」及「大陸人士來台觀光」開創利基。否則，在 GATS 的大原則下，兩岸之間的各種相關經貿往來，將會因時間的發展，被以「成為貿易障礙為由」而提出檢討，進而促使雙方走上開放之途。