

從兩岸談旅遊市場機制、兩岸導遊差異及人才培訓的重要性

發言人: 沈 冠 亞

中華兩岸旅遊產學發展協會 理事長

中華大學觀光學院 副教授

【前言】

根據聯合國世界旅遊組織(UNWTO: United Nations World Tourism Organization)每年在世界旅遊日(9月27日)出版 *Tourism Highlights*, 報告中寫到: 「國際觀光是全球經濟發展的關鍵驅動力。」(International tourism-a key driver for the world economy)。過去六十年來全球旅遊業持續成長, 旅遊產業已成為全世界最大且成長最快速的經濟部門(the largest and fastest growing economic sector in the world)。旅遊業對全球經濟的貢獻僅次於能源業、化學製造業、汽車業, 排名第四。2010 年全球觀光人數已突破 10 億人次, 2012 年將可達 16 億人次, 預估 2020 年全球旅客將達到 16 億人次, 創造 2 兆美元的觀光產值, 而全球 10% 的 GDP 將來自旅遊產業。依據 2012 年 8 月 8 日在高雄舉行的兩岸旅遊圓桌論壇中所估算的數字, 台灣在 2016 年兩岸間往來旅客人數可望突破 1000 萬人次, 應可創造 6500 億的觀光產值及 43.7 萬個就業機會。2010 年全球觀光市場的成長率為 6.4%, 在全球金融風暴尚未退卻的陰影下, 亞太地區則還達到了 12.9%, 而台灣的觀光成長率更是有 26.67%, 在亞太地區居第二位, 僅次於日本。因此, 大家都對台灣未來的觀光業發展前景相當看好, 2011 年觀光外匯產值約 3260 億元, 成長了 18.16%; 2012 年觀光總收入更達到 6184 億元。

反觀中國大陸的旅遊業更是以驚人的速度在成長。今年 4 月公布中國出境遊年報時就已指出: 在過去的十年中, 國人出境旅遊人次的年均增長速度高達 18%。2012 年, 中國以 8318 萬人次的海外遊客, 1020 億美元的旅遊消費成為世界最大的旅遊消費國。預計, 2013 年中國出境旅遊人數將達 9430 萬人次, 同比增長 15%。出境旅遊消費將實現 1176 億美元新高。並表示”出境旅遊已從過去一種少數人享受的權利正在逐步走向普及化的平民消費。國際社會給予中國遊客的尊重在增加, 中國已成為世界旅遊業持續繁榮的新引擎。”因此, 使得整個世界經濟的重心開始傾斜向亞洲靠攏, 無形中藉由兩岸關係的更為緊密, 使得台灣也成為經貿舞台上的新亮點。而自 2003 年推展觀光客倍增計畫開始, 將發展觀光做為重要國家經濟政策後, 2008 年起陸續又推出六大新興產業來做為台灣振興經濟、增強國力的重要支柱產業。甚至也將觀光推廣及觀光客接待視為重要外交手段。不管國際情勢及兩岸合作有任何新的變化, 觀光旅遊產業的興起及百行百業寄以厚望的光明前景都是有待全國人民持續努力的方向, 而其中最重要的一環即在專業人才的培育!

【研究目的】

當社會蛻變加速，環境改變日新月異，人們生活的條件不斷推陳出新時，自然會造成人們在生活需求上也須隨之更新轉換來適應種種變化。現代人都已學會如何去積極尋求方法，來彌補心靈上的空虛、紓解精神上的壓力、求取情緒上的平衡、突破業務上的瓶頸、進行事業及個人生涯的轉型...等等…。因此，休閒旅遊成為人們最佳選擇！甚至有許多更深層美化旅遊行為的說詞，如：轉換環境可以轉換心情！旅遊是一種充電行為！旅遊可以增廣見聞！旅遊可以陶冶心情！旅遊可以拓展商機！旅遊創造地方繁榮！旅遊增加就業人口。因為旅遊中包含了食、宿、行、遊、購、娛等六大元素，也都是經濟發展及生活中不可或缺的。但是，當旅遊成為生活必需品且人人都爭相享受之餘，有經驗的旅遊人士或有異地生活歷程及國際接觸廣泛的人士開始爭相尋求差異化和新鮮感。更希冀在旅遊上力求自我提升、自我挑戰並更靈活體會旅遊實質意義和旅途中所產生的附加價值。

目前全球經濟都受金融風暴及天災人禍的影響而顯現低迷與衰退，歐美等強國也都抵擋不住這波影響而出現國民所得下降、進出口萎縮與失業人口增加等不利情勢。但是反觀中國，卻仍能在連續十年經濟成長都是高居 10% 之後，逢此金融風暴、景氣冷淡的狀態，仍能在 2012 年達到保 8 的目標，確實已經鞏固其在亞洲，甚至世界上的強勢經濟地位與影響力。而台灣與中國有著割不斷的歷史淵源，因此藉由經濟合作、共創雙贏的共識，兩岸借助於觀光旅遊頻繁來往而產生了實質的經濟行為及加強了民間溝通。在 2008 年 7 月正式展開大陸遊客來台觀光至今已達近 400 萬陸客來台，也帶動了全球遊客的來台人數增至一年 800 萬人次以上。更重要的是看到來台目的開始多元化，分別有觀光旅遊、會議展覽、訓練學習、醫療養生、婚姻依親和投資移民等等，使得觀光旅遊相關產業均一夕之間加速朝向更深更廣的方向發展與帶動擴大投資，近兩年來不但增加許多觀光產業的就業人數，也增加許多轉業轉型的專業人才。尤其是專業的領隊導遊、餐旅服務人員、特產銷售人員及遊覽車駕駛人員。

但是以觀光旅遊業來帶動經濟效益與提升國際聲譽必須首重服務的品質與服務的內涵能達一定水準。況且觀光旅遊業也屬於第三產業~服務業的龍頭與引領千百項週邊產業的火車頭，可以是產品通路可以是產業與人群交流的平台更可以是國際間與產業間互相融合的媒介。而旅遊內涵及服務品質的好壞，不但影響能否保障旅客權益及建立口碑效應，也深切關係社會風氣、所得分配、國家建設、經濟稅賦收益與國際形象。

根據許許多多的國內外旅遊團在事後調查所建立的意見反映資料顯示：由於旅遊價格、行程內容、服務品質與旅客實體感受有落差，業就表示旅客關注的都

涉及所提供的軟、硬體享受與服務是否等值，甚至超值！而也都足以影響旅客滿意度的高低及觀光產業能否興盛。其中軟體建設及服務品質的評鑑中，擔任領隊導遊的人員扮演著非常重要的腳色。他們執行業務時是否善盡其責並具備足夠專業度？個人言行舉止是否恰當？旅途中的風險與緊急事故處理是否能及時解決並讓客人滿意？遇到緊急狀況時，是否有能力爭取損失減到最少並使公司及國家名聲獲得維護？安排旅遊行程的技巧與購物行為所佔比重是否均衡？在競價爭取生意的環境下，經由他們的操作技巧為旅遊團帶來的額外與附加利益能否增加卻又沒有客訴等等…都是旅客對一國觀光旅遊評價的標準，也是經營者盈虧的依據，更是創造整體觀光產業經濟規模與國家利益的關鍵。

但是領隊導遊的從業人員卻一直處於社會的底層，甚至像是隱形人。在稅賦繳納資料中找不到他們，因此也無法估算出他們是否對國家有實質貢獻。在勞保及全民健保制度中也未見由公司統一投保及管理，更別說日後他們退休或享受國民年金的部分有無保障。當然也有相關人士認為領隊導遊是自由業，無從管理起。如果依此理論，相對也無從對他們有所約束，也無從照顧他們的家庭與生計。難怪有國際觀光客說我們導遊領隊年齡似乎有的太大了，帶團時客人反而還關照他們，深怕累病了。也有領隊導遊有違規走私行為，對團體行程解說及地方特色還不及旅客所或資訊甚至只會推銷購物不會敘述國情等，若有聘僱老板加以指責，卻反譏之以「這家不留人，另有他處搶著要呢！」…等言語。

凡此種種實際存在的現象，是否都是當前要開始注意並積極規劃的問題？過度著重牟利的做法，除影響廠商營利額正確的呈現及國家稅負的漏失，更會造成團體品質的粗劣，讓遊客留下不良痛苦的回憶，最終造成遊客數減少，嚴重破壞觀光產業的名聲及該行業的社會地位。有朝一日，數以萬計的領隊導遊失去工作機會或帶不動團時，又會形成社會問題，構成社會的沉重負擔。

因此，當大陸旅遊法正式實施後，如何讓導遊成為觀光產業發展及兩岸經貿服務業攜手合作下被重視與重用的專業人才，能擁有跨兩岸發展的機會，才是應討論及爭取的重點。

【管理法規上的現況分析】

早在 1950 年代，就有許多國際商賈川流不息的進出台灣。台灣居民因為頻繁密切的與全球台商和國際經貿商社等機構相往來，所以在 1980 年就全面開放台灣居民出國觀光旅遊，一則以增廣國人見聞；再則是增加貿易訂單；更有甚者是為了平衡貿易順差。但是當旅遊人數增加後，勢必須大量增加了相關設施的興建、專業接待場所的經營和更多周邊產業的開發。更會因此引起國內外投資者的關注而擴大經營項目和創造更多各行各業、各種層次的接待服務人力。剎那之間，觀光旅遊業興起，成為一種多元複雜且需高度技能的熱門行業。因此我國自 1950 年 8 月 5 日就率先發布了”台灣省檢查旅館辦法”；1953 年就頒布了”旅

行業管理規則“；1956年11月成立“台灣省觀光事業委員會”，同月29日也成立了台灣觀光協會。自此展開台灣觀光旅遊業務納入正式管理及公然進行國際推廣的序幕。

反觀中國大陸，自1987年接受我國人民赴大陸合法探親旅遊起，到後來台商的大量投資，尤其在兩岸經貿合作更密切後，我們前往大陸的旅遊人口呈現三級跳的情況，例如：2008年陸客開放來台的第一年，台灣人民往大陸人數成長達3,966,507人次；到第二年2009年就達到4,516,351人次；而2012年更已達到5,687,317人次，不止增進兩岸人民感情，也為大陸創造許多經濟收益。可是這25年來，旅遊品質是在下降的，發生的旅遊糾紛與旅遊意外是在增加的。而且這25年來，凡是在大陸發生的事端，幾乎都是因依據的法律各屬行業別，各自解讀及適法性不同而石沉大海，鮮有回應及補償。所以大陸針對越來越多的出國遊人數及入境接待旅客，不得不在與各國多年來的接觸、交流、研究與收集相關法律規範資料加以研讀分析比較後，終於在4月25日通過全國人民代表大會10月1日正式施行一套堪稱完整的旅遊法。不只是兩岸遊客，甚至連世界各國遊客都希望此套法規可以真正發揮效果，可以真正提升旅客保障和服務質量，更不會在發生有糾紛意外時投訴無門。

在從研究旅遊法的規範中發現：拚了數十年而出台的旅遊法訂得項目較多且細，等於將大的框架原則都考慮外，還一次將行業和旅遊者可能涉及的行爲都涵括進來了，共分成十個章112條條文。

第一章	總則	1~8	條條文
第二章	旅遊者	9~16	條條文
第三章	旅遊規範和促進	17~27	條條文
第四章	旅遊經營	28~56	條條文
第五章	旅遊服務合同	57~75	條條文
第六章	旅遊安全	76~82	條條文
第七章	旅遊監督管理	83~90	條條文
第八章	旅遊糾紛處理	91~94	條條文
第九章	法律責任	95~110	條條文
第十章	附則	111~112	條條文

其中例如第九章的法律責任就訂定許多罰則，而規範經營行爲則放在第四章為多。當然很多人都在期待還有細則可以制訂出來，做為執行上的參考標準。但是據我所知暫時他們是沒有這個想法。所以想來將與台灣做法一樣，當發生旅遊糾紛與意外時，還是會回歸而借重原有的相關法律來解讀、分案及受理。

至於談及兩岸法規對導遊人才管理的差異性方面，檢視旅遊法中明文提及導遊的條文是自36條至41條，可是在71條與72條中所提及的地接社與履行輔助人責任當然也涵蓋了導遊。同時旅遊途中旅客生病意外的處理、購物糾紛、中止

合同、旅客身家性命安全及行程更改、餐宿交通安排等所有相關事宜，導遊一旦受僱於旅行社執行工作時也都難辭其咎的。

大陸的導遊人員管理條例多達 31 條，且自 2002 年即根據其國務院第 263 號令頒布實施。台灣的導遊人員管理規則則是依據發展觀光條例 66 條第五項來訂定，共有 30 條條文。大陸的第 31 條是在規定該辦法由國家旅遊局負責解釋，因此可以明確瞭解其定位與主管單位立場。在比較兩岸的法規條款後，再探討要求導遊該具備的條件、對旅行業聘僱導遊的應有規範及導遊言行舉止的約束等方面可以發現基本上都大同小異，唯有第四條對導遊証領取是須先取得旅行社的簽訂勞動合同或在導遊服務公司有登記證明才才可持文件向省、市等旅遊行政部門申領，與台灣作法有異。而進一步對導遊知能及專業的提升更訂有許多配套辦法，相對應品質提升的要求就產生了一定程度的助力。

另有媒體報導旅遊法實施後，無論是業者或遊客，甚至社會各界都針對敏感問題有許多疑慮及對其解決之道的效力拭目以待，因為正式實施，必將對旅遊產業發展、旅遊市場規範和旅遊者權利義務產生積極而深遠的影響。從目前收集到的社會關注的熱點旅遊問題來看，在一些問題的理解上尚存一定偏差。近日就有大陸地方旅遊局根據有關立法機構、部門、行業組織對《旅遊法》再次進行了分析和解讀，其中最關鍵的問題且與導遊工作有關的要數下列幾項：

一、關於“購物”安排

《旅遊法》在治理“零負團費”上重點規範的是旅行社通過安排旅遊者在其指定的購物場所購物和參加另行付費項目而獲取回扣等不正當利益的行為，並非禁止旅遊者購物或參加自費項目。旅遊法中關於“旅行社不得指定購物場所”，是指旅行社不能在合同約定範圍外增加購物點。旅遊的六項構成要素「吃、住、行、遊、購、娛」中，購物本來就是重要一環。旅遊者可以在旅遊行程中的自由活動時間內，自願、自主地安排個人的購物等活動。旅行社也可以選擇旅遊目的地的當地為大眾服務的商業區或商場做出正當、合理的安排，滿足旅客購物需求。

二、關於旅客在出境旅遊時解除合約的限制

不少旅行社提出，《旅遊法》規定，旅客在行程結束前可以解除合約，但在出境旅遊中，通常要求“團進團出”，這與旅客可以行使合約解除權在操作上可能出現矛盾和問題。對此，《旅遊法》規定，“隨團出境的旅遊者不得擅自分團、脫團”；《公民出國旅遊管理辦法》中也規定：“旅遊團隊出境後因不可抗力或者其他特殊原因確需分團返回入境的，領隊應當及時通知組團社，組團社應當立即向有關出入境邊防檢查總站或者省級公安邊防部門備案”。據此，發生不可抗力、旅遊者疾病等足以導致旅遊者無法隨團入境的客觀原因的，應當按照《公民出國旅遊管理辦法》的上述規定辦理，旅客在行程中解除合約返回的，旅行社應

當為其辦理相關分團入境手續、協助其返程。但是,目前大陸居民赴台旅遊有必須隨團活動的強制性要求,旅行社在簽訂合約時就應明確告知旅遊者: 合約解除權受到限制的這一規定。

三、關於文明旅遊時的規定

過去大陸遊客的處處刻字留念及摘採收集花木植物等不文明旅遊行為,損害旅遊形象以至國家形象。《旅遊法》明確規定了旅遊者應有文明旅遊的義務。針對遊客較易出現的不文明行為,2006年10月公佈的《公民出境旅遊文明行為指南》和《公民國內旅遊文明行為公約》都提出了基本要求。但還是一再發生。

建議在簽訂包價旅遊合同時,旅行社將文明旅遊行為規範作為合同內容,並向旅遊者詳細說明文明旅遊行為規範的要求。此外,旅行社應當加強對導遊、領隊的教育和約束,強化履行相關帶團職責。

旅遊者應當自覺遵守相關文明旅遊規範,因旅遊者的不文明行為產生的不利後果,由旅遊者自行承擔。旅遊者有不文明旅遊行為且屢次不聽勸阻的,視為《旅遊法》規定的從事違反社會公德的行為,旅行社可以解除合同;如給旅行社造成損失,旅行社可以要求旅遊者賠償。但是在當地發生時,領隊、導遊有責任協助處理甚至代墊罰款以使旅客順利繼續隨團。

四、關於領隊導遊服務費遊小費問題

《旅遊法》對“領隊導遊服務費”和“小費”都作出了有針對性的規定。一些旅行社認為: 服務費就是小費。可以由旅遊者在行程中直接向領隊導遊支付,有些旅遊者對旅行社在出境遊中收取小費的做法也存有疑問。《旅遊法》規定的領隊導遊服務費,是旅行社支付給領隊導遊的勞動報酬,是旅遊團費成本的組成部分,必須包含在旅遊價格中並於合同中列明,由旅行社向旅遊者收取;而《旅遊法》規定的小費;是旅遊者因對領隊導遊服務滿意而自願、額外、直接向他們支付的費用。兩者不可混為一談!《旅遊法》規定,旅行社、領隊和導遊均不得向旅遊者索取小費。

在境外一些國家(或地區),有向導遊、司機等旅遊從業人員支付小費的習慣,這部分小費收入是他們勞動報酬的組成部分,通常必須支付。根據《旅遊法》關於“旅遊者在旅遊活動中應當尊重當地的風俗習慣、文化傳統”的原則,對這種特殊情況,建議旅行社可以將該費用直接包含在旅遊團費中向旅遊者收取,或者在簽訂合同時專門向旅遊者詳細說明後另行收取,不得由導遊、領隊直接收取。

五、關於導遊、領隊與旅行社的關係

一些旅行社和導遊、領隊對彼此之間的責任關係認識不清。有的旅行社認為，由於臨時聘用的導遊不是自己的員工，對其帶團過程中強迫、誘導旅遊者消費等違法行為，旅行社難以控制，因此旅行社對由此產生的不利後果不應當承擔責任；同時，因臨時聘用導遊在帶團中可能有其他收入，所以旅行社沒有必要向其支付勞動報酬。

旅行社不管是委派屬於自己員工的導遊、領隊，還是臨時聘用導遊為旅遊者提供服務，都應認識到，導遊、領隊在履行職務過程中的行為代表旅行社，其相關違法、違約行為的法律後果由旅行社承擔。因此，旅行社應加強對導遊、領隊的管理。當然，導遊、領隊作為執業人員，也應對自己的違法行為承擔相應責任，《旅遊法》都有明確規定。導遊的勞動權益受法律保障。導遊有權要求旅行社依法支付勞動報酬，有權拒絕旅行社要求其墊付團費或者收取費用的行為，並向有關部門舉報。

至於台灣方面因屬管理規則，在司法的位階上並非正式法律，所以只有約束及道德規範的直接效力。故對有關導遊人員執業之行為管理，依導遊人員管理規則等之規定引述如下：

一、導遊人員執行業務時，應接受僱用之旅行業或招請之機關、團體之指導與監督。（第 21 條）

二、導遊人員應依僱用之旅行業或招請之機關、團體所安排之觀光旅遊行程執行業務，非因臨時特殊事故，不得擅自變更。（第 22 條）

三、導遊人員執行業務時，應佩掛導遊執業證於胸前明顯處，以便聯繫服務並備交通部觀光局查核。（第 23 條）

四、導遊人員執行業務時，如發生特殊或意外事件，除應即時作妥當處置外，並應將經過情形於 24 小時內向交通部觀光局及受僱旅行業或機關團體報備。（第 24 條）

當然，誠如我們觀光局的想法是鼓勵優質團增加，導致市場經營正規化。所以對此法可約束當地業者，讓大家共同提升旅遊品質一事樂觀其成！而大陸國台辦則表示：短期或許有些影響，但新法實施會替業者營造一個有利的經營環境，有助於提升兩岸旅遊交流的質量，並維護和確保旅客的權益。可是身為導遊者應有見微知著的危機感，因為從此以後消費者意識將被提高，在更重視應有權益下，也會更高標準來檢視導遊的工作素質與服務態度。

【市場機制與人才培育】

從旅遊消費市場談導遊專業知能與技巧提升首先要了解”品質與品牌、口碑與滿意度都來自遊客的體驗與感受“！所以社會上已公認旅遊業所創造的經濟價值稱之為「體驗經濟」。由實務面來看，確實旅遊產品是一種特殊的「商品」，至少可以舉出下列特性：

1. 無形性高：只有實際參加後的親身體驗，沒有事前的實體接觸。
2. 異質性高：一種人與人之間密切且頻繁接觸的服務，很容易因人而有差異。
3. 無法儲存：價格、內容、品質及參加者都隨時因應資源取得的因素而會調整。
4. 無法取代：景點、民俗、文化、美食、特產等都因地制宜，屬於在原始地點就地消費產業。
5. 天然因素影響大：氣候、季節、災害、晴雨、冷熱等都會影響景觀、物種、交通及行程安排。
6. 人爲因素影響大：政治、法令、戰亂、疫情、節慶、生活習俗、傳統文化、宗教信仰、從業人員素質及所制定之服務流程和資訊提供的正確度、及時性等都是造成旅遊行程能否順利圓滿的主因。

同時在購買旅遊產品的進行交易過程中，其又存在有「消費與生產同步」「先付款後享受」等特質。所以易造成消費者不安、認知錯誤與期待過高等旅遊糾紛，而此種種也常來自於資訊不公開、不透明及沒有即時更新。而凡此種種在因應世事多變化之下就需要輔之以專業人力的介入。「導遊」就是最重要的、也是影響一個團好不好的靈魂人物。

在數次的社交場合與台灣觀光論壇中都對導遊有一定的看法，也表示社會大眾咸認為：「導遊本身要自修，在歷史、地理及文化等各方面，甚至是一般的工商業現狀發展等方面。因為曾有帶外國人的導遊，特別打電話來問我，「石油化」英文怎麼說？所以導遊不僅語言能力要好，具備的常識也要豐富，不用當專家，但一般的常識都要會，吃的玩的要自己深入研究，對風俗文化也要能如數家珍，碰到別人問時，才不會答非所問。風景美不美雖靠一張嘴，但也要能吹牛吹的讓人心服口服，而不是言之無物 或亂掰。另外，當導遊，體力要好，因為導遊要跟著遊客四處走，還要兼顧客人安危。因此要有很好的體力才能走得下去。而提供完美服務，還要有耐心，不嫌貧富及婦孺老少，面對別人的問題，可以細心回答。」

聽了這些說詞，我們身為導遊者應更感驕傲與責任感！因為不管旅客學歷、權勢有多高，當旅客上了團都對導遊依賴度極高，也充分信任，寄望能讓渴望多時的快樂旅遊，美夢成真！怎能不把握這”天載難逢”的良機，努力來秀出自己，打響品牌呢！因此我們要求要做到符合市場所需要的服務品質是天經地義的事。知名品質管理顧問 Philip Crosby 提出 14 項零缺點的改善計劃包含如下重點：高階主管的支持、品質改善團隊、品質測量、品質成本評估、品質意識、校正行動、建立零缺點計畫、監督管理者訓練、零缺點日、設定目標、移除錯誤的源頭、表揚與獎勵、品質會議、再做一次以追求卓越！

現在觀光旅遊人才的養成已經不是土法煉鋼也不是純靠師徒制由於全球旅遊業的興起已經正規的在學校教育中增加觀光旅遊服務及經營人才的培育同時再領對導遊群裡也發現三種模式培養出來的基本人力資源：

一、學校正科班畢業生 二、其他科系但在行業內服務多年 三、他行轉業所謂“行行出狀元”！每個領域都有佼佼者。但是，當面對競爭激烈的市場導向時，優勝劣敗，立見分明；當面對職場生命週期的長短挑戰時，更是非常現實的看到“勝者為王”的局面。

因此導遊要如何增進自己的專業知能與行業專屬技巧？我們可以先從一般大專院校所上的課來研究，基本上會設計下列課程：

旅運經營管理、遊程規劃設計、航空票務概論、領隊導遊實務、導覽解說實務、觀光行銷概論、服務品質管理、旅遊風險與糾紛管理、電子商務與資料庫建置及管理、國際禮儀、協調溝通技巧、觀光行政與法規、國內外歷史地理、生態資源與規劃、會議會展管理、活動設計與規劃、餐旅休閒資訊系統等。

但在實務上還嫌不足，所以各地公會再就實際需要而開下列訓練：

初級票務課程、OP 操作基本流程、法令法規及稅務課程、國內旅遊導覽解說、各國旅遊局產品設計課程、航空公司新產品推介課程、旅遊保險相關產品解說及使用規範等。

人們常說“計畫趕不上變化”！確實，時代環境轉變之快讓人有措手不及、不知所措之感。因此業者集資成立的旅行業品質保障協會也扮演著重要的腳色。隨時在全省安排下列資訊宣導：旅遊糾紛調處與法規、緊急事故處理機制、糾紛調處、購物商店認證制度、旅遊品質保障相關規範及市場價格與品質宣導等。

當然其他還有許多功能性的專業社團，如：經理人協會、領隊導遊協會等也都做許多培訓。這些作法一一都表示旅行業專業人士的才華是需多元的吸取知識和專注的提升個人內涵及服務品質。

旅遊業其實並不僅是領隊、導遊算專業技術人員，所有從業員因涉獵知識廣泛、處事過程繁雜、規劃機制須高度智慧與技巧，所以西方國家是非常重視與尊敬旅遊業者的。甚至加拿大、紐西蘭等國早在十多年前就已接受旅行業資深人員，尤其是領隊、導遊以技術人士之身分移民前往該地發展。

【結論】

旅遊休閒活動已成為現代人們生活中的點綴，也是人生中的必修課。所以對旅遊行業的工作職場會越來越受到社會的關注，相對也會在專業分工的原則下，會要求越來越細緻。導遊工作往往成為評鑑旅遊品質裡的重要一環，我們已經看到大眾對導遊的普世價值的形容：

「導遊就像報紙，是一個媒體、中間人，把訊息傳給人民跟政府，把台灣好的、玩的、吃的，傳給來台的客人；也接收對方的資訊，做為本地的借鏡。同時也把本地資訊傳給別人，建立更多的認識與信任。所以導遊是非常重要的角色，他的好壞會影響整個旅遊品質，更進而影響國家形象。」

同時更聽到大眾對一位好導遊的要求及評價：

1. 要具備：『先利人，後利己』的服務精神。
2. 要掌握機會！懂得行銷自己，建立品牌效應，貴人自然常相隨。
3. 除了專業課程外，更要融入社會大學，”師父領進門、修行靠個人”。

針對全球化的趨勢每個導遊均須具備國際視野與世界級的處世水準；而非僅是有世界化的態度與追求國際流行的盲從！

謝謝並請指教！

(全文完稿於 2013.11.05.)