

旅遊業《能力標準說明》(草擬本)

第二部分：旅遊業主要職能範疇

2021 年 7 月

目錄

		頁數
第三章	香港旅遊業的主要職能範疇	1
第四章	香港旅遊業面對的挑戰及建議	10

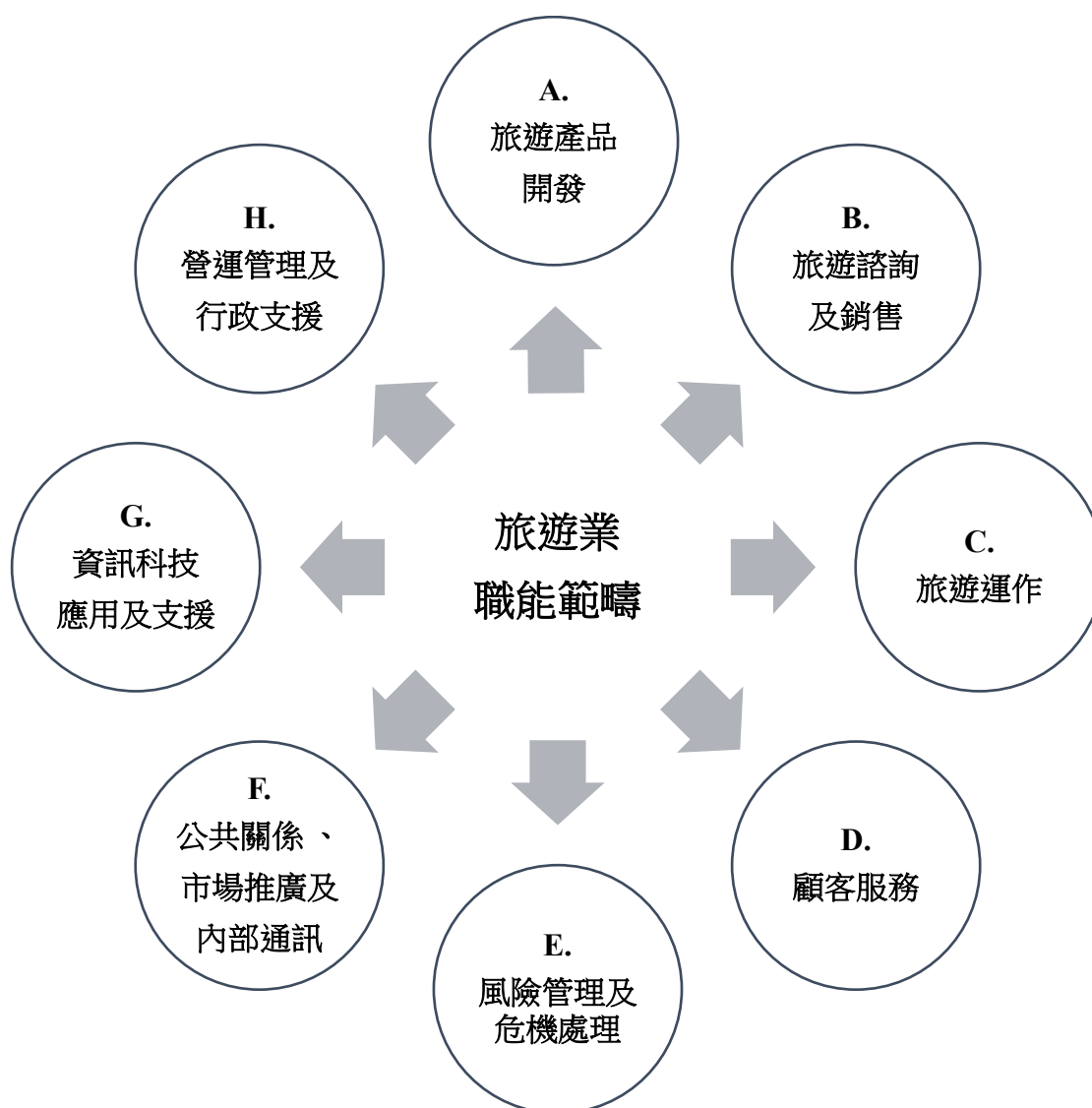
第三章

香港旅遊業的主要職能範疇

1. 建議的旅遊業主要職能範疇

完成第一部分 P.E.S.T.L.E. 環境分析後，香港旅遊業的職能範疇可大致分為以下三部分：

- (i) 與產品開發及銷售相關的職能（職能範疇 A、B、C）
- (ii) 與顧客及市場推廣相關的職能（職能範疇 D、E、F）
- (iii) 與旅行社日常營運相關的職能（職能範疇 G、H）



2. 建議的旅遊業主要職能範疇 – 定義

(i) 與產品開發及銷售相關的職能

A. 旅遊產品開發

本職能範疇包括檢視、搜集及分析現有旅遊產品、計劃及開發新旅遊產品、設計行程及市場推廣活動，以及監督及檢討旅遊產品等。目的是要提供嶄新的旅遊行程及更新現有旅遊產品，為市場提供更高質的服務及推動旅遊潮流。

B. 旅遊諮詢及銷售

本職能範疇包括接待客戶、推銷旅遊產品及處理日常顧客查詢等。目的是要周詳地考慮市場的經營環境、行業的競爭狀況、清楚地瞭解目標市場和客戶的要求，從而制定具體的銷售計劃。

C. 旅遊運作

本職能範疇包括不同旅遊產品的日常運作，目的是要讓旅遊從業員掌握各類旅遊活動的前期計劃、旅途中應提供的服務，以及旅程後的跟進工作，確保為顧客提供優質的旅遊服務。

(ii) 與顧客及市場推廣相關的職能

D. 顧客服務

本職能範疇包括解決客戶疑難、滿足客戶要求及處理客戶投訴等。目的是向顧客提供優質服務及提升滿意度，並建立及管理顧客關係，讓他們成為旅行社的忠誠客戶。

E. 風險管理及危機處理

本職能範疇包括旅遊產品的危機分析及評估、制定危機防控方案、危機現場和指揮中心的支援，以及危機善後工作等。目的是讓整個旅程在安全的情況下能夠順利完成。

F. 公共關係、市場推廣及內部通訊

本職能範疇包括建立旅行社品牌、制定旅遊產品市場推廣計劃、運用社交媒體及電子商業系統安排促銷活動，以及加強內部通訊及知識管理等。目的是擴大市場份額，提升銷量及品牌知名度，並強化旅行社的內部溝通渠道。

(iii) 與旅行社日常營運相關的職能

G. 資訊科技應用及支援

本職能範疇包括開發各類電子商業系統、管理不同票務的銷售、監控交易及保護客戶的個人資料，以及進行商業數據分析。目的是運用最新的資訊科技來創造競爭優勢，以提升旅行社的營運效率。

H. 營運管理及行政支援

本職能範疇包括旅行社的日常營運、行政、會計，以及人力資源管理等。目的是有效地協調各部門的分工，讓財務、會計、資訊科技、市場營銷及人力資源等相關的支援人員都能依法合規地運作。

以下部分將說明 P.E.S.T.L.E. 環境分析因素與旅遊業主要職能範疇的關係。

3. 政治因素與職能範疇的關係

受惠於中國積極推動的「一帶一路」及「粵港澳大灣區互聯互通」等國家政策，香港可發揮作為亞洲及大灣區中心城市和交通樞紐的優勢，開發嶄新的世界級旅遊景點，並設計具特色的粵港澳旅遊路線，以拓展不同的客源市場。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
A	旅遊產品開發	能夠利用「一帶一路」及「粵港澳大灣區互聯互通」等國家政策去開發更多旅遊產品，並策劃合適的市場推廣活動，提高香港品牌和旅遊產品的知名度。
B	旅遊諮詢及銷售	能夠積極諮詢客戶的意見及協助制定合適的銷售策略，以滿足旅客的需求。同時，在銷售產品時，可為客戶提供詳盡及最新的旅遊資訊。
C	旅遊運作	根據香港特區政府公布的「香港旅遊業發展藍圖」，旅遊業界需增聘專業活動管理人才來協助舉辦具品牌效應的旅遊活動，當中包括推動會展獎勵旅遊的發展。
E	風險管理及危機處理	面對世界政治環境的變化，旅行社必須加強旅遊從業員的培訓，以確保在外遊時能適當地處理各種危機，將風險減至最低。

4. 經濟因素與職能範疇的關係

隨着中國經濟迅速發展，國民收入大增，外遊人數亦屢創新高，直接刺激了香港的旅遊業發展。再加上近年來有不少大型基建落成（例如港珠澳大橋、廣深港高鐵香港段、郵輪碼頭等）及新的免簽證安排，業界應開發更多「一程多站」及特色遊的旅遊產品，全力打造香港成為世界級的首選旅遊目的地。同時，具有獨特優勢的會展獎勵旅遊亦應加強宣傳，帶動訪港過夜旅客的增長，為香港旅遊業創造更多收益。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
A	旅遊產品開發	能夠配合「一程多站」旅遊構思，開發特色旅遊產品，並具備旅遊諮詢及銷售的相關知識。
B	旅遊諮詢及銷售	
C	旅遊運作	由於不少國際企業會選擇香港成為公司舉辦會展獎勵旅遊目的地，因此旅遊業界需要招聘或培訓更多相關人才。
D	顧客服務	能夠配合會展獎勵旅遊的發展，運用籌劃活動管理的知識為顧客提供合適的服務。
G	資訊科技應用及支援	面對網上旅行社的挑戰，傳統旅行社的轉型需要更多資訊科技人才，以協助開發各類電腦應用程式及網上平台。
H	營運管理及行政支援	能夠配合網上旅遊服務的急速發展，運用資訊科技的專業知識來協助旅行社的營運管理及行政支援。

5. 社會因素與職能範疇的關係

為了迎合銀髮族的崛起、遊學團的興起，以及年輕人旅遊消費模式的轉變，在安排旅遊行程及活動時，旅行社應照顧不同顧客對象的需要，做好適當的預防措施及應變安排。同時，近年頻繁的恐怖襲擊和突發事件，對旅遊從業員的危機意識及應變能力的要求亦大大增加。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
A	旅遊產品開發	<ul style="list-style-type: none"> • 隨着銀髮族及年輕人旅遊消費模式的轉變，旅遊從業員需要根據旅遊知識及經驗，為他們開發及度身訂造具特色的旅遊產品。 • 隨着廉航的普及化，旅遊業界應加強與世界各地的航空公司接洽，吸引他們開辦新航線來港，並利用大灣區「一程多站」的概念來開發多元化的旅遊產品。 • 能夠在舉辦遊學團時，與信譽良好的辦學團體合作，確保當地的接待安排妥善。
B	旅遊諮詢及銷售	能夠在銷售推廣時，詳盡解答客戶的問題及顧慮，以增加客戶對旅遊產品的信心。
C	旅遊運作	<ul style="list-style-type: none"> • 在入境旅行團方面，導遊能夠為行程及活動作出妥善安排，避免影響香港人的日常生活。
E	風險管理及危機處理	<ul style="list-style-type: none"> • 在遊學團方面，旅遊從業員應具備處理突發危機的能力。

6. 科技因素與職能範疇的關係

隨着網上銷售普及化，傳統旅行社應加快進行變革，運用資訊科技人才建立網上營運管理及銷售系統，以配合新世代的旅遊消費模式。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
B	旅遊諮詢及銷售	為配合網上客戶服務，旅遊從業員需要不斷提升旅遊知識，以提供正確的資訊來協助客戶計劃行程及解答旅遊疑難。
D	顧客服務	
E	風險管理及危機處理	能夠制定網絡保安及風險管理策略，以保障客戶的個人資料。
G	資訊科技應用及支援	能夠利用大數據分析旅客的喜好，制定個人化行程及宣傳策略，配合新世代的旅遊消費模式。
H	營運管理及行政支援	為配合大數據時代的發展，後勤支援人員應具備搜集及分析數據的能力，以協助提升營運效率及提供合適的支援。

7. 法規因素與職能範疇的關係

為了吸引優秀的年輕人入行，香港特區政府一直致力推動旅遊業更專業化。當中包括加強旅遊從業員對競爭法、《商品說明條例》及《個人資料（私隱）條例》等認識，透過成立旅監局為香港建立一個完善及嚴謹的監管和發牌制度，以及積極培育出優質的導遊及領隊。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
B	旅遊諮詢及銷售	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵旅遊從業員積極持續進修，提升他們對銷售相關的法例、香港文化歷史、顧客服務、語言能力及危機管理等知識，以便滿足世界各地旅客在旅遊諮詢及顧客服務上的需要。
D	顧客服務	<ul style="list-style-type: none"> 由於未來將為國際旅客開發不同類型的旅遊產品，香港需要培訓更多外語導遊，並為他們提供香港文化歷史、深度旅遊或主題旅遊相關的培訓。 能夠為特定景點設立導遊資格制度，並配合相關訓練，提升旅遊從業員的專業性。
F	公共關係、市場推廣及內部通訊	能夠在市場推廣及產品宣傳時向客戶提供準確的資料，而且避免觸犯《商品說明條例》，並按《個人資料（私隱）條例》的規定向現有客戶銷售旅遊產品。

8. 環境及道德因素與職能範疇的關係

香港特區政府一直致力推動生態、文化及地區深度遊，同時透過舉辦特色盛事，將香港發展成為世界級的首選旅遊目的地。為了保持香港的優質旅遊品牌，政府會嚴格打擊以不良手法經營的旅行社及旅遊從業員。

因此，香港旅遊業需要培訓具備以下能力的人才：

職能範疇		香港旅遊業的未來發展需要
A	旅遊產品開發	能夠利用香港特區政府的政策去開發更多與生態、文化及地區深度遊相關的旅遊產品。
E	風險管理及危機處理	能夠在外遊時嚴選當地接待單位，並透過危機處理訓練來減低旅遊風險。
F	公共關係、市場推廣及內部通訊	能夠嚴格遵守行業操守，不要為了謀取暴利而破壞前人辛苦經營而得來的良好信譽。旅行社亦需要強調優質品牌的建設和管理。
H	營運管理及行政支援	為提升營運管理，旅行社需要建立有效的行政支援系統，以協助市場推廣及執行品質保證。

第四章

香港旅遊業面對的挑戰及建議

基於第一部分環境掃描分析，以下為一些對香港旅遊業未來發展的建議：

A. 迎接網上旅行社的衝擊

(1) 積極發展網上業務及開拓本地及海外短線團

根據一家著名旅遊搜尋引擎公司於 2016 年發表的研究報告指出，以前香港人傾向選擇光顧旅行社，但近年大部分都轉到網上預訂旅程¹。同時，社會事件及流行疫症亦加速了電子貿易的發展。因此，傳統旅行社現時的最大困難就是面對線上旅行社的競爭。

❖ 出境遊方面

隨着科技發展，旅客可以很方便地在網上訂購機票、酒店，以及計劃自己的行程。以日本旅遊為例，很多本地旅客都選擇自由行，但他們也會參加一些由當地舉辦的短線團，以省卻安排交通、景點及餐飲安排等煩惱，更加享受自由行的樂趣。由於傳統旅行社累積了豐富的旅遊經驗，他們可安排旅遊顧問到熱門旅遊地區進行考察，然後在各地為自由行旅客開辦特色的短線團，並利用旅行社的網站及網上平台，發布最新的旅遊資訊及宣傳單張來刺激消費。

❖ 入境遊方面

因應「一橋一鐵」的開通，旅行社應設計更多具特色的大灣區「一程多站」短線團，吸引本地及外國旅客參加。為了配合香港特區政府發展本地特色遊的方向，旅行社亦可開辦一些深度體驗遊，例如香港傳統文化及美食的短線團等。再者，在疫情的影響下，各國持續推行旅遊及防疫管制措施，因此本地特色遊的需求急增，直接帶動經濟增長。

在推廣方面，網上平台、旅客諮詢中心、旅遊事務署，以及酒店禮賓部都是非常理想的選擇。

為配合以上發展，業界應加強以下職能範疇的培訓：

(A) 旅遊產品 開發	(B) 旅遊諮詢 及銷售	(C) 旅遊 運作	(D) 顧客 服務	(E) 風險管理 及 危機處理	(F) 公共關係 、市場推廣 及內部通訊	(G) 資訊科技 應用及支援	(H) 營運管理 及行政支援
●	●	●	●	●	●	●	●

(2) 提升顧客服務

現時，大部分旅客都喜愛在網上購買旅遊產品，他們傾向選擇信譽及服務良好的供應商，當然亦會考慮所提供的增值及售後服務，以及消費的便利度。例如在外遊時，旅客希望透過流動應用程式及預訂編號，便可隨時聯絡旅遊顧問，為他們解決在旅途上的疑難。因此，旅遊從業員必須更專業及提供更優質的顧客服務，以滿足客戶的需求，及面對未來市場上的激烈競爭。

為配合以上發展，業界應加強以下職能範疇的培訓：

(A) 旅遊產品 開發	(B) 旅遊諮詢 及銷售	(C) 旅遊 運作	(D) 顧客 服務	(E) 風險管理 及 危機處理	(F) 公共關係 、市場推廣 及內部通訊	(G) 資訊科技 應用及支援	(H) 營運管理 及行政支援
		•	•	•	•	•	•

(3) 創新旅遊產品發展及發掘商機

雖然傳統旅行社已意識到發展網上業務的重要性，但銷售方法才是最大難題，集中發展自由行旅遊套票或是其中一個轉型出路。多年來，傳統旅行社累積了豐富的旅遊經驗，所以應把握自身優勢，向各大供應商爭取以優惠價格推出特色的旅遊套票，並為客戶提供一條龍服務，以促成新商機。

為配合以上發展，業界應加強以下職能範疇的培訓：

(A) 旅遊產品 開發	(B) 旅遊諮詢 及銷售	(C) 旅遊 運作	(D) 顧客 服務	(E) 風險管理 及 危機處理	(F) 公共關係 、市場推廣 及內部通訊	(G) 資訊科技 應用及支援	(H) 營運管理 及行政支援
•	•	•			•	•	•

B. 商務旅遊及會展獎勵旅遊的未來發展

由於網上銷售的競爭十分激烈，傳統旅行社必須轉型及發展不同的業務，以確保能持續發展。

現時，世界各地的商務交流十分頻繁，很多大型國際企業仍依賴傳統旅行社來協助他們處理商務及會展獎勵旅遊的各項細節，例如按企業人員的職級來分配機位及住宿服務，以至當地的特色餐飲及活動等。由於企業客戶一般需要完整的報價單及活動計劃書，而且傾向選擇有信譽及豐富經驗的服務供應商，所以相比網上銷售服務，傳統旅行社仍然較具優勢。因此，傳統旅行社必須培訓一批具商務及會展獎勵旅遊知識的從業員，以配合未來的需要。

為配合以上發展，業界應加強以下職能範疇的培訓：

(A) 旅遊產品 開發	(B) 旅遊諮詢 及銷售	(C) 旅遊 運作	(D) 顧客 服務	(E) 風險管理及 危機處理	(F) 公共關係 、市場推廣 及內部通訊	(G) 資訊科技 應用及支援	(H) 營運管理 及行政支援
●	●	●	●	●	●		

C. 建立專業形象及吸引年輕人入行

為了吸引優秀的年輕人入行，旅遊工作必須更專業化，包括有系統地運用知識、經驗及技能來開發及銷售旅遊產品、處理旅行團安排或是支援行政工作。在建立專業形象方面，業界應建立一個嚴格的規管制度，包括要求旅遊從業員持續進修，鼓勵優化服務。此外，業界應提供明確的進階路徑及正規的培訓課程，協助年輕人計劃職業發展路向，盡早為投身旅遊業作好準備。

為配合以上發展，業界應加強以下職能範疇的培訓：

(A) 旅遊產品 開發	(B) 旅遊諮詢 及銷售	(C) 旅遊 運作	(D) 顧客 服務	(E) 風險管理及 危機處理	(F) 公共關係 、市場推廣 及內部通訊	(G) 資訊科技 應用及支援	(H) 營運管理 及行政支援
●	●	●	●	●	●	●	●

參考資料

¹ 智經研究中心（2017）。網購旅遊投訴多·本地業界要爭氣。於 2021 年 6 月 1 日擷取自 <http://www.bauhinia.org/index.php/zh-HK/analyses/565>