

顾客满意度下降的提醒

新加坡管理大学卓越服务研究院最新的顾客满意度指数调查显示，顾客对本地餐饮业的满意度下滑6.5%，从去年的70.3分降至65.8分；顾客对旅游业的满意度，也从去年的72.7分降至今年的69.1分，降幅为7.3%。值得注意的是，外国游客的满意度比本地消费者更低。

学者和业内人士都认为，导致两个行业服务水平下滑的主要原因是员工短缺，前线培训不足。这个显而易见的问题，一直困扰着新加坡的餐饮和服务业，服务水平下降并不叫人感到意外。如何扭转劣势，这两个行业目前似乎还未有一套长远策略。

它们要应付的不是眼前的短期问题，因为短期办法只是权宜之计，餐饮业的服务人员，现在便是大量依赖做假期工的学生来填补人力之不足，如果连临时员工也缺乏的话，情况就更严峻了。在当局收紧政策之下，不少餐馆还面对原有厨师无法

续聘的窘境。政府的用心很清楚，不属特别技能的员工，雇主不能一如既往，一味依赖外来人，而必须重新设计工作岗位，加强工作对本地人的吸引力。厨师是餐馆的重要员工，如何吸引本地厨师作为长久可靠的合作伙伴，是餐饮业雇主无可躲避的现实。

旅游业面临的是更深层的问题，不只是人力，而是经营理念是否跟得上国际游客的期望。新加坡在外国游客眼中是个发达国家，旅游业在国际上已是属于更高的评比档次，游客对本地旅游业的设施和服务要求也就越高。

旅游景点和酒店给顾客的满意度是2009年以来表现最差，而游客的满意度的下滑又比本地顾客高。外来游客满意度下降，意味着我国要吸引游客重复到访的努力将会受挫；而且，游客在本地的旅

社论

2014年11月28日

游体验不佳，也影响他们对我国的整体印象。尤其今天的互联网时代，游客对一个国家的褒贬很容易传播开来，如最近

的“黑店风波”中，受害的越南游客的遭遇，很快地通过网络资讯，在越南国内引起广泛的关注。

根据新加坡旅游局的数据，过去10年，入境新加坡的越南游客数量稳健增加，去年达38万人，比10年前多出约2.6倍。最令人瞩目的是，他们平均逗留4到8天，显示越南的旅游市场潜力大。从中可以看到，缺乏天然风光的新加坡，对邻近新兴发展中国家具有另一番吸引力。我国的城市化、先进程度、治安与绿化，对邻国游客是很强的卖点，问题在于，我们有没有能力保持我国对本区域游客的新鲜感。有鉴于此，我国旅游业策略，必须跟其他天然资源丰富的国家不一样。

我国2009年宣布的“永续新加坡发展蓝图”，于不久前推出了更新版，强调打造绿色经济和建立零浪费的环保国家，这是确保我国走在本区域国家前头的长远策略。新加坡的目标，不只是作为一个好玩、值得消费的旅游城市，更是个城市发展的模范，让外来游客带回更深层次的亲身体验。我国的发展经验，一直以来受到国际的重视，向外推广我们的经验，也是我国多年来的外交工作。旅游业在某个程度而言，是在辅助外交。

游客满意度的下降数据是个提醒，但旅游业和餐饮业不能只是归咎于人力缺乏。这于事无补，因政府已多次表明，不会由于某个行业的人力缺乏就放宽人力政策。在减少人力依赖的前提下，积极培训员工，给他们相应的待遇。整体而言，就是改变营运模式，才是长远之计。