

從「人性」到「玩興」－導遊服務新思維

From "Humanity" to "Playfulness" - New Thinking of Tour Guide Service

鄭天明^{1*}、吳政和²、陳美存³、洪琪曜⁴
Tien-Ming Cheng^{1*}, Cheng-Ho Wu², Mei-Tsun Chen³, Ci-Yao Hong⁴

摘要

「玩興」是幽默有趣與樂在其中的內化特質，著重於個體將注意力專注在與事物上之互動，互動的本質源自於趣味與愉悅的內在動機。導遊工作即是與旅客在旅遊過程中之互動，導遊本身所具備的玩興特質與旅遊玩樂過程有著密切之關聯。本研究主要目的在建構導遊玩興特徵的類型。首先，基於玩興理論基礎，其後即針對15位資深導遊人員，使用半結構式訪談設計進行深度訪談，訪談內容經過嚴謹的內容分析後可歸納成五種導遊工作之玩興：遊興帶領、樂在領團、歡樂感染力、領團創造力與領團熱忱。本研究擴充目前有關導遊玩興的知識領域，並且建立未來相關構念的理論研究基礎，實務上可以供旅遊經營者在遴聘導遊與教育訓練設計上之使用。

關鍵詞：導遊人員、玩興特徵、團體旅遊

Abstract

Playfulness is the internal characteristic of humor and enjoyment. The play of individual focus on interaction with objects; moreover, this interaction originally derives from internal motivation of interest and pleasure. The interaction with tour member in trip is the importance process of tour guide work as well as playfulness of tour guides is closely related to travel. The purpose of this study is to construct the categories of tour guides' playfulness at work. Firstly, this study obtains the theory of playfulness from literature review. Next, the researcher was able to collect data by semi-structured in-depth interview from 15 tour guides. Through the content analysis as tools to analyze and a total of five factors were extracted for tour guides' playfulness at work. These factors include Playful

¹ 國立嘉義大學觀光與行銷管理學系特聘教授；Distinguished Professor, Department of Marketing and Tourism Management, National Chiayi University.

² 靜宜大學觀光事業學系教授；Professor, Department of Tourism, Providence University.

³ 樹德科技大學休閒與觀光管理學系助理教授；Department of Leisure and Tourism Management, Shu-Te University.

⁴ 國立嘉義大學觀光與行銷管理學系博士候選人；Ph. D. Candidates, Department of Marketing and Tourism Management, National Chiayi University.

* 通訊作者：鄭天明，tienming@mail.ncyu.edu.tw

guiding, Engaged guiding, Fun contagion, Creative guiding, and Enthusiastic guiding. This study extends current knowledge of the playfulness of tour guides and provides a foundation for building future theoretical concepts of related constructs. In practice, the result can provide travel managers as reference to select the tour guide and design the educational training.

Key words: tour guide, playfulness trait, group package tour

壹、前言

團體套裝旅遊是許多亞洲國家與地區主要的海外旅遊形式，其最大特色在於導遊會隨團同行及提供服務，帶領遊客從事旅遊(Wang et al., 2002)。在旅遊團中，導遊除了是玩樂氛圍的製造者(Wong & Wang, 2009)，其角色更類似旅遊保母(Cohen, 1985)，同時亦存在多元角色，例如：互動型角色、社交型角色、溝通媒介型角色、工具型角色、緊急處理角色與照顧角色(Cohen, 1985; Pearce, 1982; Holloway, 1981; Ryan & Dewar, 1995)。前述角色交錯存在，伴隨著情境不同會產生變化，若要能因應角色不同而隨時轉換，就不能僅依賴領團知識與技能，關鍵在於導遊本身所展現的特徵？

實務上常聞，相同的行程，遊客卻可能有不同的體驗感受，其關鍵乃在於導遊的帶團方式(Ap & Wong, 2001; Wong & Lee, 2012)。而究竟導遊須具備怎麼樣的特徵才能讓遊客玩得盡興呢？過往研究指出，具愉悅特質(Wong & Wang, 2009)、幽默感(Heung, 2008; Pabel & Pearce, 2016; Tsai et al., 2016)、外向人格特質(Mancini, 2001)與高情緒智力(Min, 2012)等皆是導遊須具備的特徵。但這些研究思維偏向單維度思考，僅選擇單一特徵（例如：幽默感）進行研究，忽略導遊領團的多維度角色，因此若要能符合導遊的工作特性，應考慮以多元面向之概念來進行研究。

Barnett (2007)指出個人若有玩興(playfulness)傾向，會有以下特徵：愛開玩笑、幽默感、自發性、有行動力、積極、冒險、善交際、直率、樂意與快樂等，上述玩興特徵似乎與導遊色扮演明顯有關，例如：倘若導遊在帶團時具有趣味、幽默、善交際的、積極、行動力與快樂等特徵，將有利於滿足其與旅客互動、溝通、社交與照顧等多元角色之扮演。可見，「玩興」似乎能符合導遊工作的多元特性。而當玩興應用於工作中時，工作玩興即是一種態度，其中隱含著以愉悅、熱情與認真方式面對工作，來型塑更聚焦、誠實與活力的工作氣氛(Lundin, 2001)。基於前述，本研究認為導遊玩興應是一種導遊的工作態度。惟過去未有研究主張導遊工作需要玩興，故本研究將開創性的探討導遊玩興之概念與內涵。

玩興的概念在教育領域研究多年且已發展臻善，大都從人的生命週期來探索玩興特徵、建構量表與因果性研究(Barnett, 1991; Staempfli, 2007; Glynn & Webster, 1992; Schaefer & Greenberg, 1997; Yarnal & Qian, 2011)。亦有研究將成人玩興應用於工作中(Glynn & Webster, 1992; Yuet et al., 2007)，且發現工作玩興對工作結果有正面的影響

(Maxwell et al., 2005; Yu et al., 2007)。但這些研究僅考慮到工作者本身是否具有成人玩興特質，卻忽略了工作特性與人的連結。循此，本研究認為導遊工作本身即伴隨著玩興(playfulness)存在，兩者間應是一體，導遊玩興與過去之成人玩興因工作特性而有所差異，故探究構成導遊玩興之概念為何？遂成為值得研究之課題。

導遊的帶團本質即是以人為本，為了順應人心與遵循人性，進而延伸出導遊工作角色，但過多制式化可能造就一板一眼的帶團模式，難以帶給旅客應有的遊興體驗。然而，導遊玩興是人與工作結合的一種工作態度的展現，當導遊在面對旅程中的事物時，會執行不同的工作角色，此角色的行為展現則會聚焦在導遊的玩興特質上。導遊是旅行社面對旅客的第一線服務人員，其服務的展現攸關GPT（Group Package Tour 團體旅遊）的成敗。瞭解導遊玩興的概念與內涵，將有助於導遊在工作上的展現。在實務上，導遊玩興的展現將可能增加旅客的體驗，亦可能提升對旅行業者的忠誠度。爰此，本研究利用質化方法將導遊工作特性與玩興融合，並從理論發展觀點探討導遊玩興，藉此彌補過去旅遊研究上的缺口，亦將有助於概念釐清與後續研究之延展。同時，若就實務的觀點而言，導遊玩興有助於業者甄選與訓練具玩興的導遊人員，藉以創造歡樂的帶團品質進而提升旅客之滿意度。

貳、文獻探討

一、導遊

根據世界導遊協會聯盟(World Federation Tourist Guide Association, WFTGA)的定義，導遊人員是具有一個地區的官方認證的資格，能夠運用旅客所指定的語言，提供對當地文化、自然遺產的解說。我國發展觀光條例第二條第十二項，明確定義導遊人員係指執行接待或引導來本國觀光旅客旅遊業務而收取報酬之服務人員。Cohen (1985)指出導遊的各項角色與責任包括：提供安全與保護、傳遞正確資訊、促進團隊之互動、褓姆、尋路者與顧問、領導者與調節者以及娛樂者。Pearce (1982)提及導遊人員是在旅客與旅遊地之間之主要的媒介。Wong et al. (1998)認為導遊的角色主要是「引導一個團體旅客到觀光景點，如古蹟、遺址、博物館等，並使用遊客所選擇的語言和鼓動氣氛以及娛樂的方式去解說關於文化、自然遺產以及環境」。基於前述可知，導遊是在團體旅遊行程中扮演著領團、解說、語言溝通、團體互動與歡樂氣氛鼓動等的角色。具體而言，導遊服務亦可說實屬旅遊產品的一環，因此導遊的良窳將會影響旅遊產品的品質，亦會影響遊客對旅行社的品牌印象。

根據台灣現行法規之分類，原導遊人員管理規則第三條指出，「導遊人員分專任導遊及特約導遊。專任導遊指長期受僱於旅行業執行導遊業務之人員，其執業證應由僱用之旅行社或其他委任之團體向交通部觀光局請領；特約導遊指臨時受僱於旅行

業或受政府機關、團體之臨時招請而執行導遊業務之人員，執業證應由中華民國觀光導遊協會向交通部觀光局請領。」，但此法已於民國一零一年進行修改，因此國內目前沒有專任以及特約導遊之分，而以實務上操作之分類，可將其分為全職導遊以及兼職導遊兩種。此外，根據導遊管理規則第六條規定，「導遊人員執業證分為外語導遊人員執業證及華語導遊人員執業證。領取導遊人員執業證者，應依其執業證登載語言別，執行接待或引導使用相同語言之來本國觀光旅客旅遊業務。領取外語導遊人員執業證者，並得執行接待或引導大陸、香港、澳門地區觀光旅客旅遊業務。領取華語導遊人員執業證者，得執行接待或引導大陸、香港、澳門地區觀光旅客或使用華語之國外觀光旅客旅遊業務」。基於前述，目前我國導遊乃是依據語言類別與地域區分為華語與外語兩大類，實務上亦區分專職與兼職導遊。

二、玩興

Lieberman (1965)最早提出玩興之概念，乃指人在休閒活動或遊玩過程中，所表現出的一種特徵。此特徵為個體從玩樂中，在活動過程萃取愉悅感，所引發的內在動機(Starbuck & Webster, 1991)，Glynn 與 Webster (1992)將玩興定義為「以嚴肅程度較低或想像的、比喻的態度去參與活動，以增加樂趣傾向，進而創造情境提供消遣、幽默和娛樂」。Barnett (2007)指出具有玩興特徵的人會擅長以某種方式塑造情境，例如：會藉由開玩笑或表現傻氣來詮釋玩樂行為，其主要特徵有：富幽默感、自發的、捉摸不透的、衝動的、積極的、精力充沛的、冒險的、善於交際的、外向的、樂意的、快樂的等。

過往玩興研究主要以個體不同生命週期階段作為研究基礎，建置屬於該階段的玩興特徵與衡量量表，最早始於兒童玩興(Lieberman, 1965)，90年代後逐漸開始重視成人玩興(Glynn & Webster, 1992; Schaefer & Greenberg, 1997)與青少年玩興(Staempfli, 2007)，以至近年的老年玩興(Yarnal & Qian, 2011)。前述玩興的共通性概念皆指出個體會從玩樂中萃取愉悅，誘發對事物的高度內在動機，反映出情緒穩定與外向性格，對所從事的活動會展現深度投入的氣質，並擅長塑造輕鬆幽默與娛樂的情境(Starbuck & Webster, 1991; Barnett, 2007)。其雖有一些共同的特徵，但在不同生命週期階段，會表現出屬於各自階段的玩興特徵，例如：兒童玩興的無憂無慮(Cornelli & Sanderson, 2010)與童趣(Lieberman, 1965)、青少年玩興的social engagement (Barnett, 2007)、老人玩興的返老還童之頑皮(impish) (Yarnal & Qian, 2011)。因此，過往學者會發展出符合各自研究對象階段之玩興量表。

近年有研究將成人玩興應用於工作活動中，認為玩興是一種工作態度，具備該特徵較容易找到喜愛並認真投入工作的方式，產生許多正向情緒，藉此為自己帶來愉悅、生產力與熱情(Lundin, 2001; Maxwell et al., 2005; Yu et al., 2007)。此外，Glynn 與 Webster (1992)認為工作玩興是一種在工作上展現主動自主性、想像力、情緒的表達

力、樂在其中的心理特徵，在工作上擁有該特徵的人，能減少緊張感、舒緩困難時刻與充滿壓力的情況(Guitard et al., 2005; Maxwell et al., 2005)。從玩興的內涵來看，一位具備玩興的工作者，能夠把工作當作是享受，擁有無窮精力與熱衷於工作，並能調適工作所帶來的負面情緒與壓力。然而，過往研究皆僅考慮到工作者本身是否具有成人玩興特質，卻忽略了人的特徵與工作特性之間的關連性。因此，有研究建議後續研究能將工作特性與玩興特徵連結，形成符合工作特性的玩興特徵(Maxwell et al., 2005)。

三、導遊玩興

許多觀光服務的研究經常應用劇場理論(Dramaturgy Model)，詮釋服務接觸的過程有如一場戲劇(Grove & Fisk, 1983; Grove et al., 1992)，服務人員即是演員(Actor)(Berry, 1981)，將排練好的劇本情節表演給顧客欣賞，展現最佳的服務表現。在此時，顧客就如同觀眾般，觀察與感受著各式各樣劇場現象（如佈景、服務方式、路線等），並與其他顧客產生互動行為。基於劇場理論的觀點，旅遊團之旅程有如一場動態戲碼，隨著旅程變動場景(setting)不斷轉換，喜劇演員（導遊）散發歡樂導引樂趣，甚至某種場合是導遊與團員共同演出，交織出隨機的互動劇情，有趣味、有歡樂也有感動共構的精彩劇本。能否如此?關鍵在喜劇演員（導遊）如何將快樂的「陽光」帶進旅遊團！

有文獻指出當個人具備玩興特徵時，會展現外向且情緒穩定，樂於與他人建立良好人際關係，較能激勵且傳遞給同伴歡愉、正面、樂觀的氣氛(Barnett, 2007; Costa & McCrae, 1992)。Barnett (2007)亦指出有玩興者會透過社交方式來達到溝通之目的。因此，導遊在領團時若具備此特徵，似乎較能滿足其在社交與溝通的角色，例如：Cohen (1985)指出領隊會運用本身幽默或偶爾開玩笑的舉動，以促進旅遊團內部和諧與良好的氛圍。此外，為了扮演好互動型角色，領隊會展現活力及友善來與遊客互動，分享旅遊趣聞或藉由活動帶領拉近彼此間之距離(Mancini, 2001)。甚至會幽默介紹場景，將團員帶進故事情境中，隨遊客喜好讓故事更精彩，使旅遊團充滿著輕鬆與歡樂的氛圍(Tsaur & Teng, 2017)。

Yu et al. (2007)指出玩興是一種特徵，在工作上則兼俱一種態度與能力的表現(Lundin, 2001)。Cohen (1985)指出導遊需扮演引領旅遊團讓行程順暢進行的工具型角色，以及根據團員的喜好介紹景點，並採用團員可以理解的表達方式之溝通型角色。前者工具型角色似乎與Shen et al. (2014)內部控制(internal control)與解決問題能力(Yuet al., 2003)有關；後者的溝通型角色亦與Woszczyński et al. (2002)指出有玩興者喜愛談話，會選擇適合自己的溝通方式，帶來愉悅與熱情有關。再者，Yu et al. (2003)認為具備玩興特徵會表現愉悅的情緒與表情，並樂於主動和夥伴溝通。甚至Schaefer 與Greenberg (1997)亦指出即使在面對最糟的情況，有玩興者也會盡量尋找正面歡樂的一面。

Cervone et al. (2001)提及根據社會認知理論，個人特質、行為和環境間存在著交互作用，個人特質的展現與其所遭遇的環境及表達的行為有著顯著的關係。本研究即以此理論為基礎，提出「導遊玩興」是人與工作結合的一種特質展現（如圖1），人即為導遊人員、環境為旅程中的事物，行為則是在旅程中導遊所展現出工作角色的表現。當導遊在面對旅程中的事物時，會執行不同的工作角色，此角色的行為展現則會聚焦在導遊的玩興特質上。因此，本研究將導遊玩興定義為：「導遊在領團時，運用幽默、有趣、積極、善交際與創造力的特徵，融入在解說與領團角色之中，帶出遊客之遊興」。前述定義中，導遊在領團時，所運用幽默、有趣、積極、善交際與創造力的特徵，係一種交錯所形成的導遊玩興特徵，且會呈現出導遊個人化的玩興風格。本研究係將導遊的領團角色與玩興特徵間之關係連結，企圖建立概念定義與符合導遊工作特性的玩興類型。

參、方法

一、深度訪談

為了更進一步了解導遊所具備的玩興特質，本研究使用深入訪談來蒐集相關的資訊。樣本收集以具備交通部觀光局所認可之導遊人員為本研究之受訪對象。本研究在樣本選取上，首先利用便利抽樣法，經研究者相識的朋友或朋友推薦曾從事過上述之活動的受訪者。接著使用滾雪球抽樣，經由第一階段的受訪者推薦其他具有相同經驗

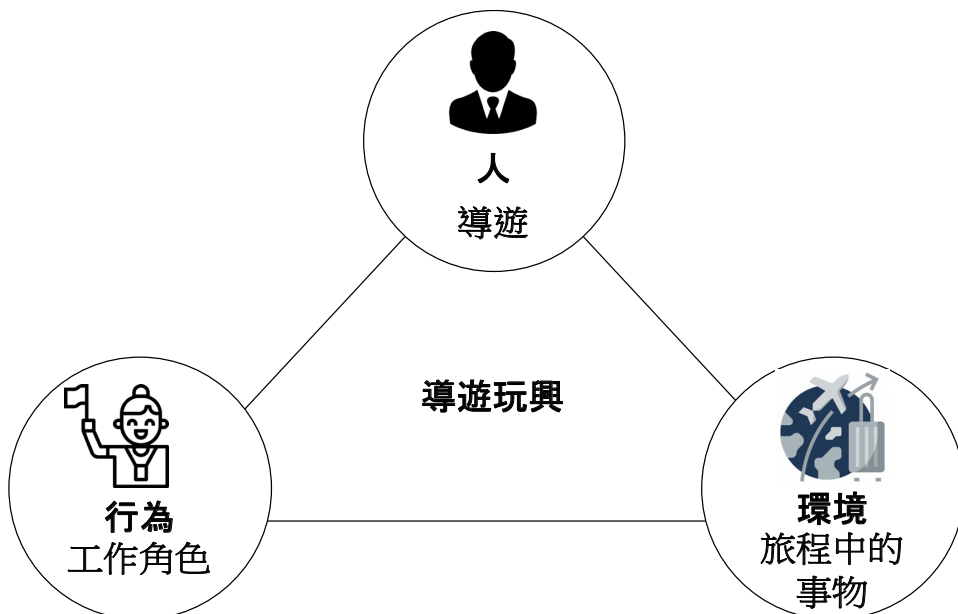


圖1 導遊玩興之概念圖

的人參與研究。最後為了使樣本更能淨化，採用立意抽樣法。在訪談一開始先說明導遊工作玩興的定義以及有關玩興特質的例子，接著請導遊人員回答「請您依據過往帶團的經驗，認為導遊玩興會有哪些特徵？」「您所提出導遊玩興的特徵在導遊工作角色實務上的表現有哪些？」，並請受訪領隊具體舉出實際做法或事件說明。

二、訪談對象

根據上述訪談問項，本研究針對導遊進行深度訪談。受訪對象乃透過過去與旅行業者接觸之社會網絡，選擇帶領國外旅客 2 年以上，擁有豐富帶團經驗的 15 位資深導遊，做為本研究的訪談對象。本次訪談對象有 11 位男性導遊及 4 位女性導遊，年齡介於 28 ~68 歲之間，受訪者平均年齡為 48.2 歲，領團年資介於 2 ~ 30 年之間，平均領團年資為 12.9 年。受訪者基本資料及特性如表 1 所示。

表1 受訪者基本資料表

代號	性別	年齡	帶團經驗
G1	男	62	25年
G2	男	56	25年
G3	男	54	8年
G4	女	55	4年
G5	男	28	5年
G6	女	33	10年
G7	男	31	3年
G8	男	68	30年
G9	男	46	2年
G10	女	43	11年
G11	男	51	2年
G12	男	52	6年
G13	男	45	23年
G14	女	45	19年
G15	男	54	20年

三、資料分析

訪談資料回收之後，採內容分析法(content analysis)為本研究資料分析方法。首先將蒐集到的資料轉換成文字後，由兩位作者各自進行項目(item)篩選，從受訪者所認為在導遊工作中「玩興」的展現，確認來源基本分析單位。若該項目不屬於導遊工作

玩興的事件，則被排除進一步分析。各自篩選完畢後，兩位作者隨即討論各自所篩選的項目，最後對所得到的354個項目，達成100%的共識。

接下來，第二個階段先對354個項目進行內容歸類(categorization)，由兩位評判人來進行歸類。歸類過程為將所有項目歸類至一個具有意義並可被解釋的類目中，每個項目需與其他項目進行比較，考量陳述是否具有相似或不同之意義，而予以合併或區分。按此步驟將354個項目歸納至28個相關的類目。接著，再將具有相似特性與特質的28個類目，分別歸類成5個更高階的類目。兩位評判人針對兩次歸類過程之同意度(interrater reliability)分別為0.88 (311/354)與0.91 (27/28)，高於0.8之標準(Kassarjian, 1997)，顯示歸類結果之信度佳。

上述步驟完成後，再由兩位評判人就歸類與類目命名上進行充分討論，直到這些類目能正確反映出導遊玩興。當歸類上的看法不一致時，將透過分析單位以及原始資料的呈現以取得共識。

肆、結果

經過前述內容分析嚴謹及精確的分類程序後，歸類出5種導遊玩興特徵。整理結果圖2所示。

一、遊興帶領

此主題是指導遊在領團的過程中，會運用趣味化解說技巧、詼諧逗趣的領團方式與豐富的肢體語言，帶領出團員的遊興。Cohen (1985)指出導遊的各項角色與責任，其中就包含了促進團員們之互動。此外，旅客在團體旅遊的玩樂過程中感受到歡愉的氣氛，不只受到旅遊目的地之吸引與遊程設計的影響，其中導遊人員是在旅客與旅遊地之間之主要的媒介(Pearce, 1982)，多數受訪者表示，導遊之工作特性使他們需要在旅遊過程中扮演著解說與歡樂氣氛的鼓舞等角色。

我帶團的時候啊，不喜歡照本宣科的介紹景點，很喜歡用一些比較生動的方式來呈現，比如用很逗趣或很誇張的肢體語言來介紹景點的故事，這樣團員會覺得很好玩且能讓旅遊團的氣氛非常愉快歡樂(G3)

我主要帶的是泰國團，又加上我在泰國待過一陣子，所以每次帶團解說，我就會運用泰國人所知道的東西來比喻，讓他們更能理解我說的內容，此外，我還會用益智問答的活動帶入導覽解說中，讓他們覺得我的導覽是有趣的，來拉近彼此間的距離。(G11)

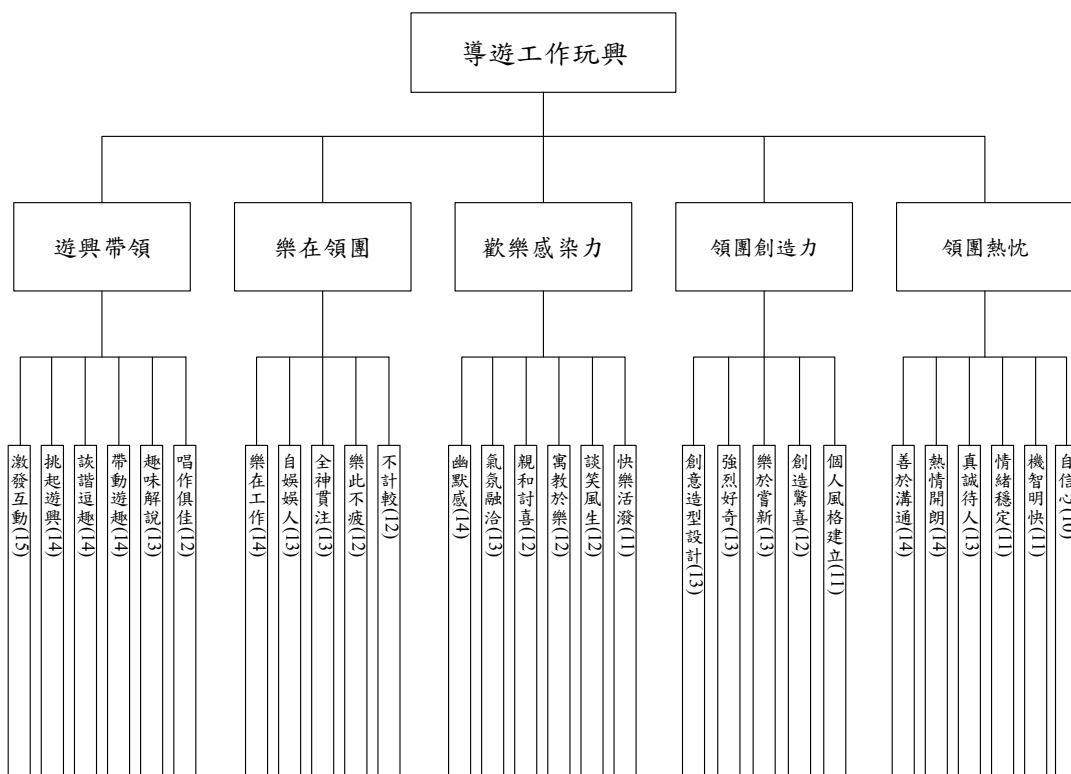


圖2 導遊玩興樹狀圖(括弧內為提及的次數)

二、樂在領團

此主題是指導遊領團時，會全然地投入於帶團工作中，並樂在其中，其內涵包括樂在工作、自娛娛人、全神貫注、樂此不疲與不計較。導遊是一份帶給人歡樂的工作，這樣的一位工作者具有玩興之特質時，才能更加的投入工作。受訪者指出，對於許多平凡無趣的事，他亦能利用自身的幽默感找出笑點來娛樂他人。此外，當個人擁有良好的幽默感時，其工作樂趣的感受則越高(Choi et al., 2013)，亦可以幫助成年人面對生活，釋放在工作中的緊張(Bowman, 1987; Lyons, 1987; Solnit, 1997)。因此，樂於享受在領團工作的導遊，不僅能為他人帶來歡笑，亦可帶給自身正向的工作能量。

我個人在每一次帶團都很樂在其中，一點也不會覺得累，只要行程能夠順利走完，看到團員們很開心很快樂，很多過程中的插曲也就不會去計較了，我也會感到很滿足也會很開心，這就是這個職業需要特質吧。(G6)

我覺得身為一個導遊，應該要很勤奮，不斷地吸收知識，譬如說一個故宮博物院就好，裡面的東西那麼多，你得融會貫通且用一套有趣的方式來講解，當團員給你肯定就是讓我覺得更有意義，一切辛苦都有代價。(G3)

三、歡樂感染力

此主題是指導遊人員能帶給旅遊團歡樂、愉快的氣氛，其中包含幽默感、氣氛融洽、親和討喜、寓教於樂、談笑風生與快樂活潑。導遊在領團過程要滿足遊客的玩樂需求，除了需具備基本的帶團專業知能之外，本身所散發的玩興特質，更是能否營造遊客在旅遊過程的玩樂氣氛的重要關鍵。Starbuck 與 Webster (1991)提及具有高度玩興的人，較能運用幽默方式，使周遭環境充滿著歡樂。受訪者指出，許多導遊皆會運用自身的幽默感來創造出歡樂的氣氛。大多受訪者表示，導遊人員大多都具有些許的玩興特質，故使旅遊團能充滿著愉快且快樂之氛圍。

我覺得導遊EQ很重要，像如果遇到臭客，情緒千萬不能被牠拖著走，必須將情緒穩定下來，且當我很累的時候，我也絕不會擺出臭臉，反正就是必須讓團員感受到你的正向情緒，這樣大家才能快樂的旅遊。(G6)

基本上我在帶團時都是充滿笑容的，有笑容的服務會讓團員覺得你比較親切好相處，而且也會覺得服務態度上比較積極。(G7)然後有時候也是會透過說一些故事笑話，帶一些團體遊戲，在活動過程中帶入一些知識分享給團員，達到寓教於樂的效果。(G8)

四、領團創造力

此主題是指導遊人員在領團時運用點子發想，創造給團員不同的驚喜。其中包含創意造型設計、強烈好奇、樂於嘗新、創造驚喜與個人風格建立。受訪者指出，導遊人員會藉著自己的知識技能，創造新的主題或解決團員們的問題，即使碰到過去未到過的景點，就會積極尋求各種方法快速認識該景點，避免無法去解決團員的問題。Williams 與 Sanchez (1998)指出當服務人員具有宜人性（如：替他人著想、有體貼他人的心）及開放性（如：好奇心、有創意、聰穎的）的特質時，則會影響員工角色外行為的表現。此外，受訪者指出，當遇到節日期間帶團，就會準備一些小禮物（如：春節—小紅包、情人節—巧克力等），雖然這些東西可以不用準備，但這些小舉動卻能使團員感到驚喜，亦能促進與團員之互動。

每個導遊都有每個人的創意風格和外型打扮，有的是在頭髮上有創意的髮型，有的可能是穿著上(如有女導遊穿旗袍、男導遊穿牛仔裝)，甚至我看過有人帶團時都帶一隻鸚鵡在肩膀上的，為了是讓客人感到驚奇且能夠印象深刻。(G9)

我有時候帶到過年團啊，過年我們除了吃團圓飯外，從小到大我們最希望收到什麼呢？就是紅包啊，我就會每位團員包五元給他們，在說明為什麼我要包五元，因為諧音很像台語的有緣，就代表我們非常有緣啊，古語說得好「百年修得同船渡，千年修得共枕眠」，這樣也會使得整團的氣氛更融洽。(G14)

五、領團熱忱

此主題是指導遊人員在領團時所展現個人的情緒穩定、自信心、真誠待人、熱情開朗、機智明快與善於溝通的程度。這樣特質的人，在服務的過程中會樂於面對顧客，確實提供顧客所需的服務，有助於員工角色內服務行為的表現(Williams & Sanchez, 1998；Stewart et al., 1996)。受訪者表示，導遊在帶團過程除了需要主動幫助團員，對於其他事物能機智且靈敏的處理，並有良好的溝通協調的能力。

臨場反應力對一位導遊非常重要，比方說發生一個狀況後，你要怎麼去處理，如何去跟團員溝通，讓他們理解整個狀況，才能降低他們對於這次參團的抱怨。(G2)

導遊應該要具備熱忱，具有喜歡幫助人家的特質，像我看到團員有人悶悶不樂時，就會去問他關心他。(G3)而且為了使團員信服，在帶團過程中，就必須給人一種真誠的感覺，畢竟你用心帶領這個旅遊團，每位團員都能夠感受到你的帶團熱忱與誠意。(G10)

此外，本研究利用受訪者的帶團年資，將受訪者區分為新手級導遊（5年內）、中等級導遊（5-11年）及老手級導遊（12年以上），並進一步從遊興帶領、樂在領團、歡樂感染力、領團創造力及領團熱忱等面向，比較其導遊玩興看法之差異，詳如表2所示。結果顯示，老手級的導遊，無論在遊興帶領、樂在領團、歡樂感染力、領團創造力及領團熱忱上，其所展現出導遊玩興特徵均較中等級及新手級導遊多。可能源於老手級導遊之經驗豐富，對於帶團技巧與人際互動能有更好的表現，因而更能清楚描述一位專業與優秀導遊需要具備哪些玩興特徵來增加其對於帶團工作表現。而中等級與新手級的導遊，由於本身帶團經驗較為不足，因此對於帶團表現與特質的展現，如：樂在領團層面的樂此不疲與不計較，領團熱忱上的情緒穩定、機智明快與自信心等皆較缺乏，反較著重於個人領團創造力的表現上。

表2 不同帶團經驗層級對導遊玩興看法之差異比較

導遊玩興		帶團經驗		
		新手級導遊	中等級導遊	老手級導遊
遊興帶領	激發互動	5	4	6
	挑起遊興	5	4	5
	詼諧逗趣	4	4	6
	帶動遊興	4	4	6
	趣味解說	5	4	4
	唱作俱佳	3	4	6
樂在領團	樂在工作	4	4	6
	自娛娛人	3	4	6
	全神貫注	3	4	6

導遊玩興		帶團經驗			
		新手級導遊	中等級導遊	老手級導遊	
樂在領團	樂此不疲	2	4	6	
	不計較	2	4	6	
歡樂感染力	幽默感	5	4	5	
	氣氛融洽	3	4	6	
	親和討喜	4	4	4	
	寓教於樂	3	4	5	
	談笑風生	4	3	5	
	快樂活潑	5	3	3	
領團創造力	創意造型設計	5	4	4	
	強烈好奇	5	4	4	
	樂於嘗新	5	4	4	
	創意驚喜	5	4	3	
	個人風格建立	3	3	5	
領團熱忱	善於溝通	4	4	6	
	熱情開朗	4	4	6	
	真誠待人	3	4	6	
	情緒穩定	2	3	6	
	機智明快	1	3	6	
	自信心	2	2	6	

伍、結論與建議

一、研究結論

本研究採用文獻回顧、深度訪談、內容分析等質化研究方法，從社會認知理論的觀點出發，提出導遊玩興是人與工作結合的一種特質展現，並將其歸納為5個主要類目，包括：遊興帶領、樂在領團、歡樂感染力、領團創造力與領團熱忱。

本研究旨在擴充玩興的相關理論，並將其應用於觀光旅遊領域。過去在心理學與教育學等領域中，玩興研究之發展已臻成熟，包括構念與量表發展、因果模式建立等(Barnett, 2007; Cornelli & Sanderson, 2010; Maxwell et al., 2005; Staempfli, 2007; Yarnal & Qian, 2011)，但直到近年來才開始有研究將玩興概念應用至組織管理與休閒遊憩領域中(Shen et al., 2014; Yu et al., 2007)。再進一步細究，卻發現未曾有文獻提及玩興所應具備玩興之特質，本研究率先將玩興理論應用至觀光範疇中的玩興議題，結合質化訪談之方法，發展導遊玩興之構念與內涵。藉此，冀望本研究結果能延伸玩興研究之

範圍以豐富相關理論。

本研究以導遊領團過程中之工作角色所具有的玩興特徵來進行深度訪談，其獲得之結果經由內容分析後獲得5個主要類目，28個次類目。本研究所提出導遊玩興之5個主要類目：其一，「遊興帶領」：係指導遊在領團的過程中，會運用趣味化解說技巧、詼諧逗趣的領團方式與豐富的肢體語言，帶領出團員的遊興。其二，「樂在領團」：係指導遊領團時，會全然地投入於帶團工作中，並樂在其中。其三，「歡樂感染力」：係指導遊領團時，能運用幽默方式帶給旅遊團歡樂、愉快的氣氛。其四，「領團創造力」(creative guiding)：乃指導遊在領團時運用點子發想，創造給團員不同的驚喜。其五，「領團熱忱」(enthusiastic guiding)：係指導遊在領團時所展現個人的情緒穩定、自信心、真誠待人、熱情開朗、機智明快與善於溝通的程度。上述類目部分之測量內容在成人玩興特質中（情緒穩定、幽默感）已有被提及(Barnett, 2007; Schaefer & Greenberg, 1997)，由此可知玩興特質確實是存在於導遊工作之中。

二、理論意涵

本研究對於過去文獻具有以下理論意涵：過往有些研究亦曾提及具備熱忱是導遊重要的特徵(Wong & Wang, 2009)，導遊是歡樂製造的推手(Wong & Lee, 2012)，在領團的過程中會營造快樂氛圍(Prebensen & Foss, 2011)，讓團員開心(Ap & Wang, 2001)。而此些均是隱含著導遊的工作需具備玩興意涵之論述，但尚無研究具體指出其內涵且更無研究從玩興觀點連結導遊工作特性之內涵，此為本研究貢獻之一。

Proyer與Jehle (2013)指出有玩興者，其性格富有好奇心與創意，在服務的過程中會樂於面對顧客，確實提供顧客所需的服務(Williams & Sanchez, 1998; Stewart et al., 1996)。而過往玩興中的創造力之測量大都以人格特質的展現為主（如：有創造力的、好奇心的、異想天開的）(Barnett, 2007; Schaefer & Greenberg, 1997)，但導遊玩興因與工作相結合，使得領團創造力有別於過往成人玩興中的創造力的測量，具有其獨特性。導遊在領團時會運用其創意能力，創造屬於自己的領團風格，例如：創意髮型、穿著與遊程有關的主題服裝、發想有趣點子，讓團員驚喜等。

尤有甚者，過往研究導遊之文獻最早是以GPT產品附帶出之次議題為主，且多半以探討導遊在GPT中的角色、職責及重要性。直到近年來才開始將導遊視為研究主軸，試圖瞭解導遊的服務品質、情緒勞務、情緒智力與領團風格(Arslanturk & Altunoz, 2012; Min, 2012; Wong & Lee, 2012; Mak et al., 2011)。雖然，這些許的研究早已顯露出導遊需具有活潑開朗、令人愉悅等人格特質，卻未曾完整地辨識出來。而本研究所探討之導遊玩興恰巧是較能精細地測得導遊在領團工作時所展現之玩興特質，是有別於過往之成人玩興內涵。因此，本研究結果可望彌補導遊文獻之缺口，此為本研究貢獻之二。

三、管理實務建議

根據本研究結果，可提供許多旅行業者管理實務上的應用。第一，「甄選工具」之應用，導遊玩興具有玩興特徵與態度的二面意涵。此內涵具有「甄選工具」之意義，旅行社在甄選導遊時，可以運用導遊玩興特徵與態度進行評估，設定平均分數低標，作為第一階段篩選。第二階段面試時，可以將導遊玩興中的項目作為測試指標，建議運用情境解說方式，判斷應徵者是否具備導遊玩興的指標，以利甄選到具備導遊玩興特徵的應徵者。第二，「教育訓練」指標之評核，導遊玩興中之遊興帶領、樂在領團、歡樂感染力、領團創造力與領團熱忱五種類目，具有教育訓練指標意義。因此，在實務上，旅行社可以透過二種方式進行，其一是採用Off-JT的訓練，規劃開設遊興帶領課程，教授趣味化遊興領團的技巧；其二採取OJT的訓練，讓資淺導遊跟隨具備導遊玩興者學習，培養自己具備導遊玩興的能力。第三，「適職測驗」檢測之發展，對學校教育而言，教育者可以將本研究所建立的導遊玩興的五種類目視為「適職測驗」的實質指標建構，構面中的題項則可用於檢視學生玩興特質的不足之處，未來用以加強其特質的培養，例如：作為學生職能檢測之基礎，以利培育導遊玩興的態度與能力。

四、研究限制與未來研究建議

在研究過程中，本研究雖已盡量追求嚴謹，惟仍有某些研究限制。首先，本研究在訪談過程中，採用立意抽樣選取適宜之受訪對象，研究樣本之來源，藉由研究者個人社會網絡之接觸，或者透過受訪者介紹符合研究立意原則的導遊，但仍受限於樣本，較難涵蓋所有領團的工作者。其次，受制時間與資源阻礙，本研究主要以台灣導遊為對象，其研究結果之概念化可能受到限制，建議未來研究可嘗試探討其他國家導遊所具備之玩興特質，以有助於概化至整個導遊與觀光產業。

過去許多有關玩興的研究已經證實，個人具備玩興特質會對工作滿意度與工作績效表現帶來正面效果的影響。然而，導遊玩興對態度與行為的結果仍是未知，建議未來研究可進一步探討導遊玩興與服務行為、工作壓力、工作滿意度與工作績效等相關變數之關係，以瞭解導遊玩性可能帶來之結果，將有助於瞭解玩興是否會影響導遊在舒緩壓力與倦怠感，以及工作上的表現。

參考文獻

1. Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551–563. doi: 10.1016/S0261-

5177(01)00013-9

2. Arslanturk, Y., & Altunoz, O. (2012). Practice-Trips: Efficiency and Quality Perceptions of Prospective Tour Guides. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 832-836. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.140
3. Barnett, L. A. (1991). Characterizing playfulness: Correlates with individual attributes and personality traits. *Play & Culture*, 4(4), 371-393. doi: 10.1016/j.paid.2007.02.018
4. Barnett, L. A. (2007). The nature of playfulness in young adults. *Personality and Individual Differences*, 43(4), 949-958. doi: 10.1016/j.paid.2007.02.018
5. Berry, L. L. (1981). The employee as customer. *Journal of retail banking*, 3(1), 33-40.
6. Bowman, J.R. (1987). Making work play. In G.A. Fine (Ed.), *Meaningful play, playful meanings* (61-71).
7. Cervone, D., Shadel, W. G., & Jencius, S. (2001). Social-cognitive theory of personality assessment. *Personality and Social Psychology Review*, 5(1), 33-51. doi: 10.1207/S15327957PSPR0501_3
8. Choi, Y. G., Kwon, J., & Kim, W. (2013). Effects of attitudes vs experience of workplace fun on employee behaviors: focused on generation Y in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(3), 410-427. doi: 10.1108/09596111311311044
9. Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. doi: 10.1016/0160-7383(85)90037-4
10. Cornelli Sanderson, R. 2010. *Towards a New Measure of Playfulness: The Capacity to Fully and Freely Engage in Play*. PhD diss., Loyola University Chicago, Chicago.
11. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). Four Ways Five Factors are Basic. *Personality and Individual Difference*, 13, 653-665. doi: 10.1016/0191-8869(92)90236-I
12. Glynn, M. A., & Webster, J. (1992). *The adult playfulness scale: An initial assessment*. *Psychological reports*, 71(1), 83-103. doi: 10.2466/pr0.1992.71.1.83
13. Grove, S. J., & Fisk, R. P. (1983). The dramaturgy of services exchange: an analytical framework for services marketing. *Emerging perspectives on services marketing*, 45-49.
14. Grove, S. J., Fisk, R. P., & Bitner, M. J. (1992). Dramatizing the service experience: a managerial approach. *Advances in services marketing and management*, 1(1), 91-121.
15. Guitard, P., Ferland, F., & Dutil, É. (2005). Toward a better understanding of playfulness in adults. *OTJR: Occupation, Participation and Health*, 25(1), 9-22. doi: 10.1177/153944920502500103
16. Heung, V. C. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and

- customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315. doi:
17. Holloway, J. C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402. doi: 10.1177/1356766708094752
 18. Kassirjian, H. H. (1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4(1), 8-18. doi: 10.1086/208674
 19. Lieberman, J. N. (1965). Playfulness and Divergent Thinking: An Investigation of their Relationship at the Kindergarten Level. *The Journal of Genetic Psychology*, 107(2), 219-224. doi: 10.1080/00221325.1965.10533661
 20. Lundin, S. (2001). Go Fish. *Iraining and Development*, 55(8), 70.
 21. Lyons, M. (1987). A Taxonomy of Playfulness for use in Occupational Therapy. *Australian Occupational Therapy Journal*, 34(4), 152-156. doi: 10.1111/j.1440-1630.1987.tb01589.x
 22. Mak, A. H., Wong, K. K., & Chang, R. C. (2011). Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442-1452. doi: 10.1016/j.tourman.2011.01.003
 23. Mancini, M. (2001). *Conducting tours: A practical guide*. Nelson Education.
 24. Maxwell, S., Reed, G., Saker, J., & Story, V. (2005). The two faces of playfulness: A new tool to select potentially successful sales reps. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 25(3), 215-229.
 25. Min, J. C. (2012). A short-form measure for assessment of emotional intelligence for tour guides: Development and evaluation. *Tourism Management*, 33(1), 155-167. doi: 10.1016/j.tourman.2011.02.014
 26. Pabel, A., & Pearce, P. L. (2016). Tourists' responses to humour. *Annals of Tourism Research*, 57, 190-205. doi: 10.1016/j.annals.2015.12.018
 27. Pearce, P. L. (1982). Perceived changes in holiday destinations. *Annals of tourism research*, 9(2), 145-164. doi: 10.1016/0160-7383(82)90044-5
 28. Prebensen, N. K., & Foss, L. (2011). Coping and co-creating in tourist experiences. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 54-67. doi: 10.1002/jtr.799
 29. Proyer, R. T., & Jehle, N. (2013). The basic components of adult playfulness and their relation with personality: The hierarchical factor structure of seventeen instruments. *Personality and Individual Differences*, 55(7), 811-816. doi: 10.1016/j.paid.2013.07.010
 30. Ryan, C., & Dewar, K. (1995). Evaluating the communication process between interpreter and visitor. *Tourism Management*, 16(4), 295-303. doi: 10.1016/0261-5177(95)00019-K
 31. Schaefer, C., & Greenberg, R. (1997). Measurement of playfulness: A neglected

- therapist variable. *International Journal of Play Therapy*, 6(2), 21–31. doi: 10.1037/h0089406
32. Shen, X. S., Chick, G., & Zinn, H. (2014). Playfulness in adulthood as a personality trait: A reconceptualization and a new measurement. *Journal of Leisure Research*, 46(1), 58-83. doi: 10.1080/00222216.2014.11950313
 33. Solnit, A. J. (1997). Beyond play and playfulness. *The Psychoanalytic Study of the Child*, 53, 102-110. doi: 10.1080/00797308.1998.11822478
 34. Staempfli, M. B. (2007). Adolescent playfulness, stress perception, coping and well being. *Journal of Leisure Research*, 39(3), 393. doi: 10.1080/00222216.2007.11950114
 35. Starbuck, W. H., & Webster, J. (1991). When is play productive? *Accounting, Management and Information Technologies*, 1(1), 71–90. doi: 10.1016/0959-8022(91)90013-5
 36. Stewart, G. L., Carson, K. P., & Cardy, R. L. (1996). The joint effects of conscientiousness and self-leadership training on employee self-directed behavior in a service setting. *Personnel Psychology*, 49(1), 143-164. doi: 10.1111/j.1744-6570.1996.tb01795.x
 37. Tsai, C. Y., Wang, M. T., & Tseng, H. T. (2016). The impact of tour guides' physical attractiveness, sense of humor, and seniority on guide attention and efficiency. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(6), 824-836. doi: 10.1080/10548408.2015.1068264
 38. Tsaor, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tour leader roles. *Tourism Management*, 59, 438-448. doi: 10.1016/j.tourman.2016.09.005
 39. Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Chen, W. Y. (2002). Is the tour leader an effective endorser for group package tour brochures? *Tourism Management*, 23(5), 489-498. doi: 10.1016/S0261-5177(02)00004-3
 40. Williams, M., & Sanchez, J. I. (1998). Customer service-oriented behavior: Person and situational antecedents. *Journal of Quality Management*, 3(1), 101–116. doi: 10.1016/S1084-8568(99)80106-0
 41. Wong, J. Y., & Lee, W. H. (2012). Leadership through service: An exploratory study of the leadership styles of tour leaders. *Tourism Management*, 33(5), 1112-1121. doi: 10.1016/j.tourman.2011.11.022
 42. Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259. doi: 10.1016/j.tourman.2008.06.005
 43. Wong, K., Ap, J., & Sandiford, P. (1998). Professional tour guiding: an exploratory investigation of current practices. In *Proceedings of the Fourth Asia Pacific Tourism Association Conference* (pp. 255-60). Acorn Naturalists.

44. Wozczynski, A. B., Roth, P. L., & Segars, A. H. (2002). Exploring the theoretical foundations of playfulness in computer interactions. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 369-388. doi: 10.1016/S0747-5632(01)00058-9
45. Yarnal, C., & Qian, X. (2011). Older-Adult Playfulness: An Innovative Construct and Measurement for Healthy Aging Research. *American Journal of Play*, 4(1), 52-79.
46. Yu, P., Wu, G. G., Lin, W. W., & Young, G. S. (2003). The development of adult playfulness scale and organizational playfulness climate questionnaire. *Bull. Educ. Psychol*, 3(4), 393-411. doi: 10.7108/PT.200306.0073
47. Yu, P., Wu, J. J., Chen, I. H., & Lin, Y. T. (2007). Is playfulness a benefit to work? Empirical evidence of professionals in Taiwan. *International Journal of Technology Management*, 39(3/4), 412-429. doi: 10.1504/IJTM.2007.013503