

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM  
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY

陸客觀光團華語導遊之現況分析

A study for analyses of present situation of the Chinese guides for tourists of  
mainland China

研 究 生：張醒亞

GRADUATE STUDENT : HSING-YA CHANG

指導教授：蔡宸祺 博士

ADVISOR : Dr. Chen-Chi W. Tsai.

中 華 民 國 一 百 零 二 年 七 月

## 謝誌

在念南華大學旅遊管理研究所期間，感謝相當多的學長姐與同學們的照顧，告訴我一些修課相關事宜，念研究所與寫論文需要具備哪些能力等資訊，感激他們的關愛與照顧。

在修課期間，很感謝貞吟老師給我的許多寶貴知識，像研究方法、行銷方面的知識，都讓我獲益良多。還有蒨綺老師的文化旅遊，我相當感興趣，也從老師那學到許多東西。

在論文口試當中，我很感激一位來自中正大學企管系的老師，游蓓怡老師，給了我很多寫作上的意見，以及思考的方向，讓我從她身上得到了很多寫論文的寶貴知識。

在做研究的過程當中，感謝導遊協會的人員、旅行社的經理以及資深的導遊前輩們，感謝你們願意提供我很多目前華語導遊行業的相關資訊，願意百忙之中撥出時間接受訪談，真的很感激你們讓我有更多的資訊可以完成論文。

最後當然是要感謝在我求學生涯中，影響我很深的指導老師-蔡宸祺老師，宸祺老師除了漂亮外，重點是有滿滿的愛心，很感激老師不厭其煩的教導我，耐心的協助我修改論文。老師謝謝您。

張醒亞 謹誌於  
南華大學旅遊管理研究所  
中華民國一百零二年七月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所

101 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：陸客觀光團華語導遊之現況分析

研究生：張醒亞

指導教授：蔡宸祺博士

## 論文摘要

### 內容：

導遊在團體旅遊中扮演了多重的角色，知識經驗分享者、危機處理者及歡樂氣氛帶動者，也是旅行社最重要的人力資源，是接待旅客第一線人員，導遊的帶團服務會影響遊客的滿意程度，是影響整個旅遊成功與否的關鍵因素。台灣現階段因應龐大的陸客觀光團，旅行社為了爭奪陸客源，造成低價競爭銷售的現象，陸客團華語導遊的品質與專業能力成為此市場競爭中關鍵的因素，除了導覽解說的能力，更須具備銷售等賺取回扣之技巧，造成陸客觀光團華語導遊現況之不平衡與品質不穩定等問題。

本研究利用質性研究中的參與觀察法，透過研究者本身跟團參與，觀察陸客華語導遊與遊客間的互動，理解與歸納分析陸客觀光團華語導遊面臨到的問題；再加上利用個別深度訪談法，彙整華語導遊與旅行社調派導遊人員主管，以及導遊協會人員三方不同的意見。研究結果發現，陸客觀光團華語導遊之現況分析與所面臨到的問題分為六項：(1)旅行業不良行業競爭(2)薪資待遇(3)專業能力(4)證照考核(5)職前訓練(6)實習培訓制度。

最後，依本研究歸納整理，分析出陸客觀光團華語導遊的現況與所面臨到的問題，針對問題，提出相關建議，並提供相關研究、旅遊業者、政府與新進導遊人員之參考。

**關鍵字：**陸客團、華語導遊

**Title of Thesis** : A study for analyses of present situation of the Chinese guides for tourists of mainland China

**Name of Institute** : Master program of Tourism Management, Department of Tourism Management ,Nan Hua UNIVERSITY

**Graduate Date** : July 2013                      **Degree conferred** : M.B.A

**Name of student** : Hsing-Ya Chang      **Advisor** : Dr. Chen-Chi W. Tsai

### **Abstract**

In group journeys, tour guides play multi-roles who share history knowledge and real experience to tourists, operate crisis and bring happiness to their followings. Besides, tour guide is one of the most significant human resources in travel agency, and tour guide is the front line staff of the agency to face their customers. Therefore, the service quality of tour guide is going to influence the client satisfactions. Nowadays, in Taiwan, there are huge tour groups coming from mainland China and a number of tour guides with Chinese is becoming much necessary. The tour guides with Chinese is plentiful in tour market now, but the quality is still instable. Besides, in order to attract more customers, most of travel agents join price competition to cut the price and then try to earn money back from selling local products. Therefore, the professional skills of tour guides for tourists of mainland China includes not only knowledge of introduction but also the ability of selling products. This competition reflects certain crucial problems in this Chinese tour and presents fierce situations of Chinese tour guides.

To conduct this research, participant observation method in Qualitative Research was used with participating and observing the interaction between tour guides and tourists. I recognize and inductively analyze the necessary professional competence of the guides for the tourists of mainland China. In addition, I use individual depth interview method to collect relevant data from tour guides for tourist of mainland China, the managers in travel agencies, and the staff of the Sightseeing Tour Guide Association and then to analyze their statements. I analyze and figure out the present situations of the tourists from mainland China with six points: (1) vicious competition of travel agencies; (2) salary problems; (3) professional capabilities; (4) certification tests; (5) training programs; (6) system of internship.

At last, according to my findings and results, I provide certain insights and suggestions to future studies, travel agencies, governments, and new coming tour guides.

Keywords: tourists of mainland China, Chinese tour guides

## 目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	vii
圖目錄	viii
<b>第一章 緒論</b>	
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	2
1.3 研究目的	4
1.4 研究流程	5
1.5 研究內容	6
<b>第二章 文獻探討</b>	
2.1 觀光旅遊之定義	7
2.2 導遊的定義	9
2.3 導遊的角色與重要性	11
2.4 導遊的養成	13
2.5 專業能力	20

### 第三章 研究方法

3.1 研究方法之選擇	26
3.2 確認訪談議題	27
3.3 參與觀察法	27
3.4 深度訪談法	29
3.5 研究問題	35
3.6 研究信度與效度分析	35

### 第四章 研究結果

4.1 旅行業不良行業競爭	38
4.2 薪資待遇	40
4.3 專業能力	42
4.4 證照考核	44
4.5 職前訓練	46
4.6 實習培訓制度	48

### 第五章 討論與建議

5.1 旅行業不良行業競爭	51
5.2 薪資待遇	52
5.3 專業能力	52
5.4 證照考核	52

5.5 職前訓練.....	53
5.6 實習培訓制度.....	54
5.7 實務建議.....	55
5.8 後續研究建議.....	57

## 參考文獻

中文文獻.....	58
英文文獻.....	61



## 表目錄

表 2.1 2012 年華語導遊人員職前訓練課程內容.....	16
表 2.2 2013 年中華民國觀光導遊協會培訓課程.....	18
表 3.1 訪談旅行社資料表.....	33
表 3.2 受訪者資料表.....	34

## 圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	5
圖 3.1 研究階段.....	25

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景

近年來，來台旅遊的外國觀光客人數逐年增加，2010年更突破550萬人次，與2009年相較成長了26.67%（交通部觀光局，2010），由此可知台灣的觀光資源已逐漸受到外國旅客的喜愛與青睞，未來的觀光發展有相當實足的潛力與機會，隨著時代的進步，在人民所得逐漸提高、逐漸重視生活品質與政府大力推廣的情況下，旅遊成為現代人生活中不可或缺的一部份，因而行政院於2009年將觀光列為政府推動的六大新興關鍵產業之一，使得台灣的觀光產業已經成為現代經濟的一個重要發展方向。

台灣在2008年開放中國大陸觀光客來臺的經濟效益下，在2008年7月至2010年6月期間陸客在臺總消費金額為596億元，增加國內生產總額1,092億元(交通部觀光局，2010)。有鑑於此，陸客來臺觀光經濟效益勢必不容小覷，因此台灣必須掌握這塊龐大的觀光旅遊市場。

由於台灣在2008年7月4日開放第一批中國大陸旅客來臺觀光，陸客人數逐漸增加。陸客來臺人數(258萬人)已經超越日本(143萬人)，成為來台觀光人數最多的國家(交通部觀光局，2012)。為了符合市場需求，因應龐大的大陸觀光客來台觀光，近年來華語導遊的人數逐年增加。針對陸客觀光團的現況，旅行社如何挑選出一位適合帶領陸客觀光團的華語

導遊人員，為相當重要的課題。

透過本研究希望了解到陸客觀光團的現況與華語導遊所面臨到的問題以及所需具備的能力，找出其問題，並提出建議，提供學術與實務上參考用。

## 1.2 研究動機

台灣自2008年開放陸客來台灣觀光以來，需要大量的華語導遊人員，因此現階段華語導遊為一項相當熱門的行業，導遊對於觀光產業的重要性不言而喻，但目前在學術上較少針對陸客觀光團華語導遊之研究，因此想藉此研究，了解導遊帶團服務的角色與重要性，並針對陸客觀光團與華語導遊做現況分析，找出其所面臨到的問題。

導遊在團體旅遊中扮演了非常重要且多重的角色，包括團體旅客的保姆、知識經驗分享者、危機處理者及歡樂氣氛帶動者、環境保護與教育宣導者(林燈燦，2006)。導遊人員也是旅行社重要的人力資源，因為他是接待旅客的第一線人員，導遊人員的帶團服務表現是影響遊客對旅遊滿意程度的關鍵因素之一。如果說旅行業是觀光事業的核心，那導遊人員則是旅行業接待工作的支柱，是整個旅遊接待工作中最關鍵的工作人員(林燈燦，2007)。

導遊人員的表現是一個國家的「櫥窗」，亦是一個國家文明的體現，其能讓旅遊順利而愉快，並給予旅客各式各樣的照顧(林燈燦，2006)，更是銷售下一次旅遊的關鍵人物(Geva and Goldman, 1991)。隨著環境的變遷，旅客需求的提高與多樣化，以及消費者意識的抬頭，對於服務品質的要求也逐漸增強，擔任旅遊業接待服務第一線的導遊人員，其服務的好壞不僅會影響客人對於所屬旅行社本身的觀感，更關係到我國在國際上的聲譽和形象(Whipple and Thach, 1988; Geva and Goldman, 1991; Mossberg, 1995)。

華語導遊的工作涉及到體力、年紀、經驗與工作時間上的不穩定、收入來源不固定、需知專業知識面廣泛等，且導遊人員在專業領域中必須因應來自不同地區不同觀光客所有不同的需求，所以要具備多元的專業知識與應變能力，甚至於是客人生活地區的用語，還包括文化生活、旅遊業務、急救技能、心理層面等知識，導覽解說的內容、溝通協調的技巧、突發狀況的處理能力。

因此想藉此了解台灣陸客觀光團華語導遊工作目前的現況與面臨到的問題，以及導遊執照考核認證的部分，華語導遊考試是否能徵選出適任的導遊，與職前訓練的效果是否符合導遊工作的實際需求，經考試合格的華語導遊能否符合旅遊業界的聘用標準。

透過本研究，了解如何改善台灣華語導遊的品質，引導陸客增加在台灣消費金額來創造經濟效益，為目前所面臨到的重要課題。

### 1.3 研究目的

由於現今來台的陸客觀光團已成為旅行業削價競爭之對象，台灣多家旅行社為爭取客源，被迫壓低團費，必須倚賴遊客購物抽傭來補足成本，本研究目的是希望從旅行業陸客觀光團華語導遊調派經理、陸客團華語導遊與中華民國導遊協會工作人員三方面的角度，以深入內心想法的方式來了解目前陸客觀光團的現況和華語導遊所面臨到的問題。

本研究希望透過訪談者的想法及意見，找出陸客觀光團華語導遊之現況問題，並了解到在面臨現況問題之下，華語導遊所必須具備之專業能力與專業發展方向，提供做為參考用。

綜觀本研究目的，具體地的分為：

- 1.深入了解陸客觀光團的現況
- 2.找出陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題
- 3.整合研究結果，提出實務上之建議與後續研究法發展方向

## 1.4 研究流程

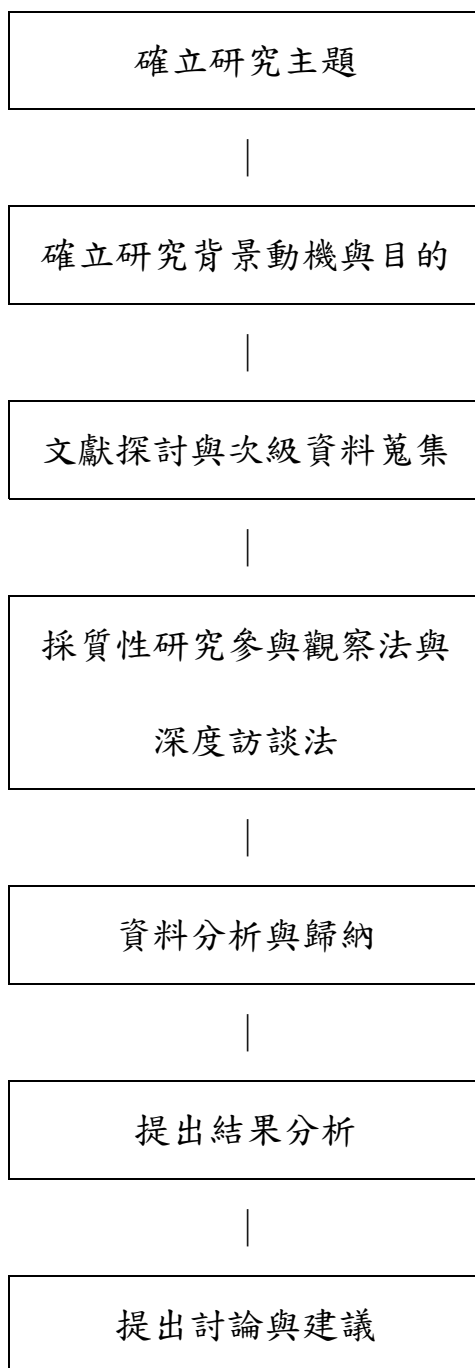


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

## 1.5 研究內容

本研究重點著重在了解陸客觀光團的現況，以及陸客團華語導遊所面臨到的問題。基於此，研究章節共分為六章，各章節內容如下：

第一章緒論，主要為確立研究的背景與動機，了解陸客觀光團的現況以及導遊的帶團服務重要性，加上研究目的、研究流程與研究內容。

第二章文獻探討，此章節主要以文獻蒐集的方式，探討觀光旅遊之定義與導遊的定義、工作內容、重要性與養成，加上專業能力等文獻，做為本文章理論架構的基礎。

第三章研究方法，因本研究為探索性的議題，選擇採用質性研究，利用跟團方式使用參與觀察法以及深度訪談法，訪談導遊協會人員、陸客觀光團旅行社調派經理及陸客團華語導遊，針對其意見，探討陸客觀光團現況與華語導遊所面臨之問題。

第四章研究結果，分析出陸客觀光團的現況為何，以及華語導遊所面臨的問題、薪資待遇、考核培訓等提出現況分析。

第五章討論與建議，對於發現陸客觀光團的現況問題以及華語導遊所面臨到的問題提出建議與改善的方法，以提供實務與學術上之參考。



## 第二章 文獻探討

本章節將針對觀光旅遊、導遊之現況做說明以及其相關定義，介紹其專業能力與培訓過程，並提供相關學術理論研究，因針對華語導遊目前並無相關研究。

本研究蒐集了過去相關的文獻與資料並彙整說明於此章節，本章將依序探討觀光旅遊之定義、導遊的定義、導遊的角色與重要性以及專業能力，做為本研究之理論基礎。

### 2.1 觀光旅遊之定義

Kelly (1990)定義觀光是一種動態的遊憩，離開家裡從事旅遊活動，以尋求某方面的滿足。世界觀光組織 (World Tourism Organization, WTO) 對觀光的定義為旅客出外最少離家55哩，前往從事旅遊活動或停留某地不超過一年，而該地非其日常生活環境，在此環境下進行休閒或其他目的的一種組合，此定義包含了三個基本要素為旅客從事的活動是離開日常生活居住地；且這些活動需要交通運輸將旅客帶至目的地；以及旅遊目的地有充分的軟硬體設施與服務等，能夠滿足旅客在該地停留期間的需要。

觀光是由外地人之旅行及停留而引發的各種現象與關係之總合，為此旅行與停留，必須不會導致永久居留，且與任何賺錢活動無關，觀光活動必須是由環境、設施、遊客、管理者所組成的，人類從事觀光遊憩活動，是期望藉由參與活動獲得心理內在的體驗(Experience)Miecz Kswki (1981)。

Yew and Baum (2007)認為發展中的國家提升經濟發展的重要因素即是靠觀光，因此觀光在國與國之間的發展，即為重要。Cohcn (1974)也認為觀光事業是一個國家經濟外匯收支的重要關鍵，也是許多國家賺取外匯的首要來源，觀光產業在全球經濟發展中，扮演很重要的關鍵，在未來更加重要。

林燈燦(2006)提到旅遊就是到工作與居住地以外的地方，進行休閒娛樂活動，一種旅行遊覽的活動，涉及到社會的政治、經濟、文化、歷史、地理、法律等各領域，旅遊依類型主要分為團體旅遊、自助旅遊、半自助旅遊三大類，區分方式可從旅客購買旅遊產品的方式做區分：

### **2.1.1 自由行**

自由行是分散、零星的購買方式，如機票、酒店、產品，也就是說完全由旅行者自行安排交通，食宿，以及參觀的景點，自助旅遊者在食、住、行、游、購、娛樂等方面的選擇更傾向於按個人喜好來安排。

### 2.1.2 半自助旅遊

介於自由行與團體旅遊之間的購買方式，是指旅遊的部分行程由旅行社安排，部分自行安排的旅遊方式。由旅行社安排的項目通常為代訂機票與住宿。由自己安排的項目通常為景點、在地交通、食物。

### 2.1.3 團體旅遊

團隊旅遊是整體打包的購買方式，如傳統旅行社的團體產品，是完全依賴旅行社套裝行程的一種旅遊方式。依旅遊定型化契約規定，團體旅遊必須配置領隊與導遊人員為遊客做旅遊上的服務。

團體旅遊是導遊發揮帶團服務表現的最主要對象，在團體旅遊當中，導遊可以扮演靈魂的角色，因此本研究主要的對象著重在團體旅遊，探討團體旅遊中導遊人員本身的角色、重要性、專業能力與行為。

## 2.2 導遊的定義

Charlers (1990)定義導遊人員為某特定的個人擁有執業證並受雇於照顧觀光客在當地觀光和遊覽的人；台灣「發展觀光條例」第2條第12款將導遊人員定義為執行接待引導來本國觀光旅客而收取報酬之服務人員。

Cohen (1985)將導遊定義為一個人的熱情、知識、人格特質與高標準道德行為的一個有效結合，是一位帶領團體或個別旅客到世界各地區的古蹟、遺址、博物館參觀的人。導遊是一個利用遊客的語言以及有趣的方式來解釋各地方的文化、自然遺產與環境來鼓舞振奮人心。導遊是引導參觀者到一座城市、地區的紀念館、或是特定的地點與博物館，使用參觀者所瞭解的語言，解釋當地的文化、自然遺產與景觀環境(Wong et al., 1998)。

林燈燦(2006)提到「導遊」的涵義：「導」含有嚮導、引導、開導、教導、啟發的意思，而「遊」的本意是遊玩、遊覽，包含遊歷、遊學，含有交遊、交往、交際的意思，「導」和「遊」組成新的詞語「導遊」，便產生了新的涵義，可解釋為組織與協調旅遊活動，來滿足旅遊者的旅遊期望，讓遊客增廣見聞，是一項給知識教育、陶情怡性、增進友誼的服務性工作。

黃榮鵬(1998)定義導遊是將自己的旅遊知識和服務提供給觀光客，以滿足觀光客在旅遊活動各方面的需求，並接受其報酬，其任務包括提供旅客所需之旅行資料，引導以及介紹風景、安排遊程、導覽說明、餐宿和保障旅客安全等。

## 2.3 導遊的角色與重要性

導遊人員的表現是一個國家的「櫥窗」，亦是一個國家文明的體現，其能讓旅遊順利而愉快，並給予旅客各式各樣的照顧(林燈燦，2006)，更是銷售下一次旅遊的關鍵人物(Geva and Goldman, 1991)，導遊在旅遊過程當中的扮演相當多重的角色，需照顧及服務遊客，是整個團體的靈魂人物，其重要性不言而喻。如果說旅行業是觀光事業的核心，那導遊人員則是旅行業接待工作的支柱，是整個旅遊接待工作中最關鍵的工作人員(林燈燦，2007)。

隨著環境的變遷，旅客需求的提高與多樣化，以及消費者意識的抬頭，對於服務品質的要求也逐漸增強，擔任旅遊業接待服務第一線的導遊人員，其服務的好壞不但會影響所屬旅行社及目的地本身的形象，也關係到一個國家在國際上的聲譽和形象(Whipple and Thach, 1988; Geva and Goldman, 1991; Mossberg, 1995)。

一位專業、敬業且具有服務熱忱的導遊人員在旅遊業中所扮演的關鍵地位與角色不容忽視，導遊人員除了在旅客因為社會環境、交通運輸等可能遭遇的問題之間扮演著「調節」的角色外，還必須在旅客和不熟悉的環境下，給予旅客安全(Pearce, 1952)。

導遊在目的地與遊客之間扮演重要的角色，他們是第一線員工，負責提供目的地的整體印象與旅遊服務。Geva and Goldman (1991)認為導遊的表現是影響整個旅遊成功與否的關鍵因素。當一個導遊成功的秘訣是必須呈獻遊客喜愛的主題，也就是說，導遊提供的主題要有激情，使每一個客人都感興趣。導遊的工作不僅涉及到信息的傳達，而且還呈現一個有興趣的狀態和真誠的態度。導遊也是信息的給予者、知識的源泉、良師益友 (Cohen, 1985)、傳遞者 (de Kadt, 1979; Nettekoven, 1979)、文化的中間人 (McKean, 1976)。

Erik Cohen (1985)認為導遊人員在帶團時扮演了開路者和顧問，兩種角色，Holloway (1981)也認為導遊人員是一位資訊的傳輸者、知識的泉源、教師或是指導者、誘導者、引發遊客旅遊經驗的啟發者、一個國家的外交大使，娛樂遊客的表演者、朋友、團體的領導者及訓練者。

鈕先鉞(1995)認為稱職的導遊應具備的基本素養有豐富的知識、卓越的能力、靈敏的反應、高尚的品德、堅定的國家觀念與民族意識以及服務熱誠。觀光客一踏進國門，最先接觸且相處時間最多、最長的就是導遊人員，導遊人員的一舉一動與一言一行都被認為是國人的代表，都足以影響遊客對我國的觀感，由此可知導遊所扮演的角色與重要性不言而喻。

## 2.4 導遊的養成

林燈燦(2006)認為導遊在旅遊業中所扮演了重要且關鍵的角色，導遊的帶團服務表現是影響旅遊成功與否的重要關鍵因素，導遊工作繁重且複雜，因此在養成過程上，勢必需經過長時間的培訓。在發展觀光條例第二條之十二載明：導遊人員是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。華語導遊必須先經過國家考試及格，考試及格後需參加華語導遊職前訓練 98 小時，訓練合格後才可領取華語導遊職業證，執行帶團業務。因此在台灣觀光法規上，通過考試與職前訓練兩階段即可帶團。但是，假使導遊本身無法勝任帶團業務，可自行培訓其專業技能，加入中華民國觀光導遊協會會員，參加培訓課程，或至旅行社跟團，與資深導遊學習其導遊專業技能，然而這些政府並無強制規定，是依照導遊本身需求。而在台灣成為華語導遊的養成過程分別說明如下：

### 2.4.1 華語導遊考試

首先要成為華語導遊之前，必須經過國家考試及格，依導遊人員考試規則第 9 條規定，華語導遊人員類科考試應試科目共分為三科。以各科 60 分為及格分數(考選部，2013)。

## 1、科目一：導遊實務（一）

- 1.)導覽解說：自然人文解說，解說知識與技巧、應注意配合事項。
- 2.)旅遊安全緊急事件處理：旅遊安全事故預防、緊急事件處理。
- 3.)觀光心理與行為：旅客需求、消費者行為分析、銷售技巧。
- 4.)航空票務：機票特性、限制、退票、行李規定。
- 5.)急救常識：一般外傷、CPR、燒燙傷、國際傳染病預防。
- 6.)國際禮儀：食、衣、住、行、育、樂。

## 2、科目二：導遊實務（二）

- 1.)觀光行政與法規：發展觀光條例、旅行業管理規則、導遊人員管理規則、觀光行政與政策、護照及簽證、入境通關作業、外匯常識。
- 2.)臺灣地區與大陸地區人民關係條例：兩岸人民關係條例及其施行細則、大陸地區人民來台從事觀光活動許可辦法。
- 3.)香港澳門關係條例：包含施行細則。
- 4.)兩岸現況認識：兩岸現況之社會、政治、經濟、文化及法律時勢。

## 3、科目三：觀光資源概要

- 1.)臺灣歷史。
- 2.)臺灣地理。
- 3.)觀光資源維護：人文與自然資源。



## 2.4.2 華語導遊職前訓練

在通過華語導遊考試及格後，職業前，還需參加交通部觀光局委託導遊協會辦理之導遊職前課程訓練(如下表 2.1) 98 小時，訓練合格後，才可領得華語導遊職業證以執行帶團業務。

中華民國觀光導遊協會所辦理的華語導遊人員職前訓練主要的培訓項目分為專業知識、專業技能以及相關法規，上課方式分為室內課與戶外實習課。

然而華語導遊的帶團服務對象為中國大陸等華語地區國家之旅客，因此在相關法規著重在接待大陸旅客之注意事項與規範；而專業知識訓練重點著重在台灣的觀光資源、大陸地區與台灣文化差異；專業技能則較偏向於導覽技巧與急救。

表 2.1 2012 年華語導遊人員職前訓練課程內容

	課程名稱	時數	課程名稱	時數
相關法規 4H	接待大陸、港澳來台旅客應注意事項	2	接待外國台來旅客應注意事項	2
專業知識 45H	旅行業接待管理與作業	2	常見植物介紹	2
	國際宣傳與推廣	2	台灣生態觀光資源及地理景觀	2
	台灣主要觀光景點	2	台灣傳統建築之欣賞	3
	台灣民俗文化、民間信仰、節慶活動	3	台灣客家文化介紹	3
	我國傳統藝術簡介	3	台灣主要農特產品	2
	台灣原住民文化介紹	3	國際禮儀	2
	台灣地方小吃特色及中國菜系簡介	3	故宮文物簡介	6
	台灣茶葉特色	2	大陸地區與台灣文化差異	2
	台灣近代發展史	2	台灣公路發展及景觀介紹	1
專業技能 48H	旅遊保健常識與急救訓練	3	導遊應具備特質、職業道德	1
	導覽技巧	2	室內示範解說	10
	戶外實務導覽-【海關實務簡介、遊覽車租用、乘坐大客車安全常識、遊覽車定型化契約範本及填寫機關、團體租用遊覽車檢查及逃生演練紀錄表】			21
	戶外行程 3 天：委訓團體或學校安排(依目前 inbound 熱門景點行程設計安排)			

資料來源：中華民國觀光導遊協會(2012)

### 2.4.3 華語導遊培訓與實習制度

依照台灣觀光法規，在通過華語導遊國家考試及格並參加導遊職前訓練合格後，即可領取華語導遊職業證，執行導遊帶團業務，服務對象為華語地區之國家。

通過觀光局規定的兩階段後，新科導遊若無法勝任帶團工作，可選擇加入中華民國觀光導遊協會之會員，參加其導遊培訓課程(以 2013 年的課程為例見下表 2.2)，增進導遊本身其專業能力，此階段培訓過程台灣法律並無強制規定，完全依照導遊個人需求。

另外，新科導遊在領取華語導遊職業證後，至旅行社應徵導遊帶團工作時，旅行社會因每家公司不同的帶團操作模式與制度，要求新科導遊必須跟團實習後，才可帶團，此階段台灣觀光法規並無強制規定新科導遊必須實習跟團到達多少時數後，才可上線帶團，因此實習導遊跟團的次數與時數，完全是依照各家不同旅行社所制定。

表 2.2 2013 年中華民國觀光導遊協會培訓課程

時間	課程
1 月 15 日(二)	故宮文物示範導覽(華語)
1 月 17 日(四)	台北孔廟、保安宮示範導覽
1 月 22 日(二)	士林官邸資深導遊示範導覽
1 月 24 日(四)	中正紀念堂示範導覽
2 月 21 日(四)	世界宗教博物館
3 月 13 日(三)~3 月 15 日(五)	導遊實務戶外研習-東線
3 月 13 日(三)~3 月 15 日(五)	導遊實務戶外研習-西線
3 月 19 日(二)	不可忽視的導遊權益-導遊相關法規
3 月 20 日(三)	旅遊與購物糾紛處理與技巧
3 月 20 日(三)	接團準備與結團報帳作業實務
3 月 22 日(五)	台北市區觀光一日示範行程
3 月 26 日(二)	特殊團體-自行車導遊應注意事項
3 月 26 日(二)	認識臺灣溫泉與泡湯常識
3 月 27 日(三)	臺灣特色小鎮-故事行銷
3 月 27 日(三)	導遊實務經驗與帶團技巧分享
4 月 10 日(三)	觀光導覽多媒體與 3C 產品運用技巧
4 月 10 日(三)	臺灣交通運輸-公路、鐵路
4 月 11 日(四)	突發或意外事件之處理技巧
4 月 26 日(五)	指南車座談會
4 月 23 日(二)	臺灣綠色旅遊
4 月 23 日(二)	臺灣地質
4 月 24 日(三)	生態臺灣
4 月 24 日(三)	導遊、司機、領隊相處之道
5 月 03 日(五)	台北市區觀光一日示範行程
5 月 07 日(二)	談自由行-旅遊行程實務操作
5 月 07 日(二)	臺灣觀光夜市
5 月 08 日(三)	臺灣特殊的民間文化
5 月 08 日(三)	臺灣節慶賽會
5 月 09 日(四)	業界交流會
5 月 28 日(二)	士林官邸資深導遊示範導覽
5 月 30 日(四)	中正紀念堂示範導覽

資料來源：中華民國觀光導遊協會(2013)

綜觀而言，由以上導遊考試、職前訓練與培訓課程內容可得知，華語導遊需具備相當多的專業知識與能力，必須透過長時間的養成，且必須通過觀光法規所規定之導遊考試與職前訓練合格後，才可執行導遊帶團業務。

然而華語導遊人員帶團的對象大多數為中國大陸遊客，因此還必須具備一些內地文化、菜色等知識，工作內容相當繁重與複雜，所以在華語導遊的養成過程上，不容忽視，需要相當多的時間去磨練與培訓。

## 2.5 專業能力 (Professional Competence)

Jarvis (1983)定義「專業能力」(Professional Competence)為專門行業的從業人員欲成功地扮演該職務角色，在工作上發揮其功能時，所必須具備的專業知識、專業技能與專業態度，技巧與知識的能力是傾向於看的見以及表面的特性，可藉由訓練加以發展，然而態度則是傾向於看不見以及深層的特性，較不易被訓練與發展。

專業能力主要與個人的職務有關，是一個人在扮演專門職業中的特定角色，強調專業能力應包含專業知識、專業技能與專業態度等三要素：

(1)知識(Knowledge)：係指每日工作所需瞭解的事實與資料，為實際工作表現的必要條件，知識層面的能力較易評量，在傳統的訓練上最為強調。

(2)技能(Skill)：係指運用知識以解決特定問題的能力，技能的評量可從實際表現的觀察或從某具體表現上的成果來加以評定。

(3) 態度(Attitude)：係指一種感情的趨使作用，態度的評量可從觀察某人的行為舉止表現或是對話來加以評定。並認為此三要素是會相互影響且同時發生的。

Byham and Moyer (1996)更廣泛定義能力為一切工作成敗的關鍵，一個人的知識、態度與技能，為影響工作的最主要因素，可藉由一個可接

受的標準來衡量，並可經由訓練與發展來加以增強(Parry, 1998)，而並非一定是與生俱來的，可透過瞭解、學習及應用來加以強化(Raymond, 1999)。

Carr Saunders (1992)認為專業是指一群人在從事一種需要專門技術的職業。專業是一種需要特殊能力來培養及完成的職業，其目的在於提供專門性的服務。Griffiths and King (1985)指出能力是一個人從事某項工作時，為能有效進行該項工作所須具備之知識、技能與態度。

Waddington (1985)認為能力存在於兩個層面中，一個層面為個人能力，此通常透過職業方面等相關知識與技巧的訓練獲得；另一層面為綜合能力，包括擁有專業的相關知識，以解決人們的各類問題。

Pond (1993) 指出，歷史已經證明，訓練對於導遊的專業能力養成產生了很大的回報，這不僅是為了遊客與導遊，也是為了整個國家、社會、城市與環境。因此對於導遊的專業能力與專業技術水平、管理、培訓、考核都不容忽視。

## 小結

從以上的文獻探討可得知，觀光之定義與旅遊之類型，更可進一步得知觀光發展對於一個國家的經濟成長極為重要，是一個國家賺取外匯的首要來源，觀光產業在經濟發展中，扮演很重要的角色，因此台灣在發展觀光事業上，勢必不容忽視。

然而，在觀光的發展當中，導遊扮演了相當重要的角色，導遊的帶團服務表現是影響整個旅遊成功與否的重要關鍵因素，導遊的專業能力，為影響一個帶團工作成敗的最主要因素，可經由訓練與發展來加以增強，因此台灣在導遊人員的專業能力養成上，必須加以重視。



### 第三章 研究方法

本研究目的主要在深入了解陸客觀光團來台的現況分析以及探討陸客華語導遊人員所面臨到的問題，由於本研究是屬於探索性的研究，所以希望透過質性研究中的參與觀察法與個別深度訪談法，藉由此研究以提供學術與實務上做為新進導遊人員、導遊協會教育培訓單位、旅行業者派遣導遊人員之參考用。

本研究共分為五個階段(如下圖 3.1)，第一階段透過國內外導遊相關文獻與導遊書籍深入了解導遊的定義、工作內容、重要性，與專業能力發展，加上蒐集交通部觀光局與奇摩旅遊新聞之次級資料，深入了解目前台灣陸客觀光團的現況，與陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題。

第二階段做了確認訪談議題，做研究之前，透過與旅行社業者接洽，得知現階段陸客觀光團的現況與華語導遊所面臨到的問題，認為此議題值得被提出探討。

第三階段則是由研究者本身進行參與觀察法，利用跟團的方式，研究者希望透過直接的觀感，觀察陸客觀光團的現況、華語導遊所面臨到的問題，以及導遊的帶團服務表現，記錄與觀察，並提出問題。

第四階段是採用深度訪談法，結束參與觀察法後，對於所提出的相關問題，透過不同專家的意見看法，採半結構性訪談法來進行訪談，深入了解此議題的重要性與答案。

第五階段則是做歸納分析，整理出參與觀察法所發現的問題，與深度訪談後專家的看法，歸納出現階段陸客觀光團的現況與華語導遊所面臨到的問題，最後提出建議。



圖 3.1 研究階段

資料來源：本研究整理

### 3.1 研究方法之選擇

Denzin and Lincoln(2005)認為質性研究是一種將觀察者至於這個世界中的情境式活動，質性研究探索的是處於自然狀態之事物，試圖依據人們所賦予之意義來認識或解釋該現象。Cooper and Emory(1995)也認為當研究者對某些問題缺乏明確觀念時，就該使用探索性研究，有助於研究者發展更清楚的概念，對事物的基本特性進行分析，將其影響方向探索出來。

潘淑滿(2003)認為質性研究指的是一種社會現象的真實性與生活中互動所建構出來的主觀經驗，此經驗明顯受到不同時空因素影響。當研究議題為探索性主題或是發現階段的研究時，研究者想要了解被研究者的內心想法，即適合運用質性研究方法。

質性研究被認為是探討人內心想法與感受的一種研究方法，相較於實證性的量化研究，因無法與受訪者有長時間的溝通與深入了解，所以關於深入性以及探索性的主題，採用質性研究被認為是最合適的方法（Yin, 1989）。關於本研究的議題，陸客觀光團現況分析與華語導遊所面臨的問題，為探索性的議題，所以為了追求事實並得知被研究者的內

心想法，透過質性研究，利用不同階段的資料收集與調查，可更深入地了解，因此本研究選擇採取質性研究的方式。

### **3.2 確認訪談議題**

從相關文獻得知導遊帶團服務的重要性，導遊的表現是影響整個團體旅遊成功與否的重要關鍵因素，以及專業能力的訓練與養成對於導遊帶團表現的影響，因此事前確認訪談議題的目的是希望分析出影響華語導遊帶團服務表現的重要關鍵因素，進而做為質性研究的依據。

研究者透過與旅行社業者的接洽，得知到目前陸客觀光團的現況，包括團費、餐標、領隊、行程、住宿安排等問題，是影響導遊帶團服務表現的重要因素，加上目前台灣的華語導遊考試內容與培訓項目，與業界需求有所差異。因此，此議題被認為值得深入分析了解與探討。

### **3.3 參與觀察法(Participant observation)**

Patton(1990)認為參與觀察是一種完全進入場域的研究。指研究者在研究的場域當中，對研究人、事、物的現象或行為透過觀察的方式，來進行相關資料的蒐集與了解，強調研究者在自然的情境中，對發生的現象、事件與行為，透過直接的感官知覺來做觀察，有系統的進行分析、

歸納整體研究的現象與行為。Lofland & Lofland (1984)將參與觀察定義為一種實地觀察(field observation)或間接觀察(direct observation)，是研究者為了與一個團體做瞭解，而與該團體建立和維持多面向和長期性關係。參與觀察法有助於瞭解現象的意義，且更可以觀察到連續性脈絡的現象(Bogdewic, 1992)。Jorgensen(1989)認為參與觀察法的最終目的在於扎根親身體驗到觀察的事實，適時的發掘實踐和理論的真理。本研究希望透過真實的參與體驗，真時的感受現今陸客觀光團來台的旅遊情況，發現其問題，以及觀察出現階段陸客團華語導遊所面臨的狀況及問題，因此選擇採用參與觀察法來做深入的了解。

現階段陸客來台主要分為自由行、參訪團與觀光團，自由行是由遊客自行安排住宿、餐食與行程；而參訪團則是有固定價格的團費，不強迫購物，且行程安排可由領導與遊客自行決定，因此在自由行與參訪團所面臨到的現況問題並無觀光團來的嚴重。然而，本研究也因此針對一般觀光旅遊團為主要對象，同時研究者希望透過跟團的方式實際了解觀光團目前的現況問題以及導遊帶團服務表現，因而選擇採用質性研究中的參與觀察法(Participant observation)。研究者分別於 2013 年 1 月 6 日、1 月 18 日、2 月 13 日陸客一般觀光團的跟團機會，做觀察記錄，先了解

目前陸客觀光團的現況、導遊所面臨到的問題以及導遊與遊客之間的互動關係，再紀錄導遊所必須具備的專業能力。

同時本研究的參與觀察因考量到導遊的帶團操做與遊客的旅遊品質，研究者選擇不表明觀察者的身分，純粹以實習導遊的角色，從旁學習與觀察。此方式可避免被觀察者(導遊與遊客)對問題有修飾性的答覆，也可觀察出導遊人員最真實的一面，在自然的情境下，觀察遊客與導遊的互動行為，以及觀察導遊帶團時的工作內容與所需具備的能力，利用錄音與手寫觀察到的現象後，有系統的進行分析與歸納，進行全面性的概述。

### **3.4 深度訪談法(in-depth interview)**

深度訪談法是由訪談者與受訪者透過工作上的知識與經驗，進行面對面溝通討論的一種方法，以利廣泛蒐集所需要的資料，深度訪談很強調訪談者與受訪者的互動過程，透過此過程對問題重新的加以釐清，以確認受訪者內心的意見想法，通常使用此方法時，訪談者設置的問題，盡可能少用提示與引導，而是鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見想法，因此深度訪談法除了可增加資料蒐集

的多元性外，更能藉此了解受訪者對問題的態度與思維，進而對議題做討論的延伸。

深度訪談的內容可相當靈活，問題的限制少，答案的內容也不拘，可充分發揮個人的意見與看法，訪問者也可重複的提問，請求受訪者對議題深入的剖析，且深度訪談的適應性極高，可因受訪者的個性與態度調整訪談的方式，也可依現場隨時發生的情況改變提問的內容，如遇受訪者不願意透露的問題，可即時的做修正，因為訪談的特點就是透過互動對話與討論的方式，進行雙向心靈上的溝通。盧惠馨(2004)將訪談法的類型依結構分為：

1.結構性訪談(Structural Interviews)又稱標準化訪談(Standardized Interviews)，事先會設計好一定結構的問券，通常為是非題及選擇題。訪談過程標準化，受訪者不明白問題內容時，只能複述問題或以一致的說法解釋。

2.非結構性訪談(Unstructured Interviews)又稱開放式訪談(Openended Interviews)或非標準化訪談(Unstandardized Interviews)，訪問前預定主題，以閒聊方式針對主題自由交談，受訪者可任意論述己見，無所顧慮，訪問者以少量的問題引導談話內容，因此受訪者會不自覺的烘托內心想法。



3.半結構性訪談(Semi-structural Interviews)又稱焦點訪談(Focused Interviews)，採用同義重述的方式，以綱要為本，就訪談的狀況適時以不同形式的開放式問題(open-ended questions)，引導受訪者針對主題進行深入陳述。對所有受訪者的提問，字句不需相同，只要與預設問題(pre-set questions)意思相同即可。

在結束參與觀察法後，把所觀察到的現象以及問題，進行分析與歸納整理，再採用社會科學研究方法中的個別深度訪談法，利用半結構性訪談，對於陸客觀光團的現況以及陸客華語導遊人員所面臨到的問題，以開放式的問題，引導受訪者針對主題進行深入的陳述。

本研究的深度訪談於 2013 年 1 月至 6 月期間分別先擬訂訪談計畫、確定訪談對象、設定訪談內容、進行數據資料的蒐集，與訪談者每次訪談約 2 個小時，訪談過程與內容進行錄音與抄寫訪談稿，彙整訪談稿內容後，進行全面性的概述。此議題為探索性的問題，因此本研究採用質性研究中的半結構性深度訪談法，此方法可從訪談者的口中得知許多相關的知識，且可不斷挖掘此議題的內容。

### 3.4.1 訪談對象

本研究為了深入了解現階段台灣陸客觀光團的現況以及陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題，希望透過個別深度訪談法進行訪問，得到受訪者的意見，加以進行分析與歸納，本研究選擇訪談的對象為三位中華民國觀光導遊協會人員、三位目前台灣有在接洽陸客觀光團之旅行社(如下表 3.1)的華語導遊人員調派經理以及五位三年經驗以上的陸客團華語導遊(如下表 3.2)。之所以會選擇導遊協會人員是因為導遊協會是台灣培育導遊的一個重要單位；而選擇旅行社經理則是因旅行社是接洽陸客觀光團的服務單位，對於陸客觀光團的現況最為了解；以及之所以選擇資深陸客團華語導遊是因為他們是接觸陸客觀光團最前線的人員，藉由過去帶團的經驗，可深入提供目前陸客觀光團的現況資訊，以及華語導遊所面臨到的問題。然而，這三者對於目前陸客觀光團的現況與華語導遊所面臨到的問題都有直接的關係，如都有共同提到相同的意見，可使議題的有效性與真實性提高，做為參考依據。

表 3.1 訪談旅行社資料表

	成立時間	地址	種類	服務項目
a 旅行社	西元 1978 年	台北市中山區	綜合	國內外觀光旅遊, 代訂國內外機票, 飯店住宿
b 旅行社	西元 1991 年	台北市中山區	甲種	國內外觀光旅遊, 代訂國內外機票, 飯店住宿
c 旅行社	西元 2007 年	台北市大同區	甲種	承接大陸人士來台觀光及商務考察業務

資料來源：本研究整理

表 3.2 受訪者資料表

編號	性別	任職單位	職稱	地點	時間
A	女	中華民國觀光導遊協會	專員	協會	2013/2/20
B	女	中華民國觀光導遊協會	專員	協會	2013/3/2
C	女	中華民國觀光導遊協會	專員	協會	2013/3/9
A	男	a 旅行社	副理	會議廳	2013/4/6
B	男	b 旅行社	經理	會議廳	2013/4/10
C	男	c 旅行社	經理	會議廳	2013/4/16
A	男	無固定旅行社*	特約導遊	咖啡廳	2013/4/22
B	男	無固定旅行社*	特約導遊	咖啡廳	2013/4/26
C	男	無固定旅行社*	特約導遊	咖啡廳	2013/4/29
D	男	無固定旅行社*	特約導遊	咖啡廳	2013/5/3
E	男	無固定旅行社*	特約導遊	咖啡廳	2013/5/20

\*特約導遊無固定受雇於同旅行社

資料來源：本研究整理

### 3.5 研究問題：

由於研究者希望藉由中華民國觀光導遊協會、有接洽陸客觀光團之旅行社以及陸客觀光團華語導遊所提供的資訊，分析陸客觀光團的現況，以及了解陸客團華語導遊所面臨的問題，最終總結歸納出陸客觀光團華語導遊的特徵定義，提出改善之建議。整體的研究問題主要分為陸客觀光團的現況以及陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題，此問題在過去的文獻中並無提及，許多文獻與資料是針對一般導遊，並無針對陸客觀光團華語導遊人員所面臨到的問題做探討，因此希望透過本研究的參與觀察法與深度訪談法來分析結果，找出研究問題，並針對研究問題設計訪談大綱。

### 3.6 研究信度與效度分析：

質性研究資料會因受訪者個人的意見、態度及看法的主觀性而不斷地造成某種程度上的偏差。因此，效度僅應被視為具程度上差異的相對狀態，而非一個全有全無的絕對狀態，研究者應將無效之處減至最低，並將效度提至最高。Hammersley (1992) 主張質性研究中的效度應該用結果的可信度 (confidence) 來取代確實度 (certainty)，因為事實不受研究者的主張所支配，所以其評論只對個別的事實具代表性，而無法對此事實的複製加以評論。

### 3.6.1 研究信度 (Reliability) :

質性研究較重視研究的整體性，致力於觀察後完整的記錄，各種對情境及事件的潛藏含義及特質時，必須以相同的方式加以詮釋。研究者的記錄資料與自然背景中實際發生事物的吻合程度即視為質性研究之信度 (Denzin and Lincoln, 1994)。

質性研究的探索過程複雜且多變數，主題又具明顯的個體性，因此信度不易建立，質性研究的信度，指研究者在研究過程中，針對研究的角色、對像、情境分析、概念確認以及資料蒐集等細節，做審慎的規劃並執行，以求提高研究的信度(高敬文，1996)。

在此研究過程當中，研究者透過導遊與專業能力的文獻蒐集，進行分析，確認導遊的專業能力與帶團服務的重要性，加上實際參與觀察陸客觀光團的現況以及透過深度訪談法，深入了解華語導遊的感受與想法，並做審慎的歸納，透過這樣的方式，可更加確保信度。

### 3.6.2 研究效度 (Validity) :

效度則是指可靠性 (dependability)、穩定性 (stability)、一致性 (consistency)、可預測性 (predictability) 與正確性 (accuracy)，一般討論質性研究的效度時，多指其研究結果是否為可接受的、可信賴的或是可靠的。因此對於可能影響結果的多項因素需加以考量，其中頗為重

要且具有影響的因素為研究者偏見。由於質性研究多傾向於探索性的分析，常採取開放式、較少結構性的設計，因而研究者經常出自於選擇性的觀察和資料記錄，甚至以個人的觀點和見解來解釋所蒐集的資料。

胡幼慧和姚美華(1996)認為質性研究的效度是指研究者在研究過程中所獲得正確答案的程度。本研究利用三角檢驗法的方式，將文獻內容、參與觀察、與個別深度訪談後的資料內容進行比對驗證，檢視研究之一致性，以提高研究效度。

## 第四章 研究結果

本研究參考過去導遊相關文獻，了解到導遊的角色與重要性，加上參考專業能力之文獻，得知專業能力是需要靠後天培訓所養成，專業能力為一個工作成敗的重要關鍵因素。

利用參與觀察法，研究者實際觀察陸客觀光團的現況，找出問題，加上利用深度訪談法，訪談導遊協會人員、接洽陸客觀光團旅行社之調派經理、以及陸客觀光團華語導遊的意見，分析出現階段陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題，提出研究結果。

針對陸客觀光團華語導遊之現況分析與所面臨到的問題具體分為以下六點：

### 4.1 旅行業不良行業競爭

研究結果發現台灣旅行社紛紛設立的結果，使得國內旅行社家數過多，惡性競爭將造成旅行社的利潤和旅遊品質愈來愈低，削價競爭是所有問題的癥結，雖然政府規定陸客團費每人每天不得低於 60 美元，但市場上低於 30 美元的低費團，早已存在多時。旅行社為了搶生意，團費被迫降低，因此在餐標、住宿、遊覽車、行程安排上，相對的品質就無法提高，不然旅行社會入不敷出，為了因應陸客觀光團的現況，旅行社只



好要求導遊要有很強說服遊客購物的能力，以大量的購物抽成佣金，來補足團費的不足。如以下幾位訪談者所說：

「面對陸客觀光團的削價競爭，旅行社不得不靠壓低團費來爭取客源，這是現階段的一個行業狀態，旅行社不得不這樣做，因此只好把希望放在陸團導遊身上。」（旅行社導遊調派經理 A 先生）

「身為陸客觀光團的導遊，面對到旅行業削價的競爭，把團費壓得如此的低，導遊甚至沒有出差費，必須靠導遊的購物銷售能力，來說服遊客購物，這對導遊是一項極大的挑戰，但是導遊無法改變陸客觀光團低價銷售競爭的現況，只好要求自己適應環境，加強購物銷售能力。」（陸客觀光團華語導遊 B 先生）

「旅行業不良的行業競爭，對於導遊的生存造成極大的威脅，旅行社為了因應陸客觀光團低價的問題，因此要求帶陸客觀光團的華語導遊必須要很會說服遊客購物，具有很強購物銷售技巧的能力，有許多導遊同事，帶團服務態度良好，且導覽解說能力很強，只因說服遊客購物的技巧不足，加上購物的金額未達旅行社的之標準，因此被旅行社割愛。」  
（陸客觀光團華語導遊 E 先生）

總結現階段陸客觀光團成為旅行社削價競爭的對象，低團費的現象，對於陸客觀光團華語導遊的生存，有很大的影響，導遊為了符合市場需求，必需有很強的購物銷售能力，然而旅行社選任導遊的標準，也會是以購物的銷售金額為評估標準，因此，對於陸客觀光團華語導遊的影響，問題的癥結在於不良的旅行業削價競爭陸客觀光團。

#### 4.2 薪資待遇

依據交通部觀光局(2013)「導遊人員管理規則」第三條規定，導遊人員分為專任導遊(Full Time)與特約導遊(Part Time)兩種：專任導遊是指有與旅行社簽約，長期受僱於旅行業執行導遊業務之人員，有固定薪資；而特約導遊是指沒有和固定旅行社簽約，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，無固定薪資。

本研究結果發現，陸客觀光團華語導遊大多數是特約導遊，因旅行社考量到人力成本，必需等到有團需要導遊時，才會臨時雇用導遊人員，不確定的工作時間以及沒有一份固定的薪資待遇，對於導遊帶團服務上有相當大的影響，導遊是一項專業性的工作，需具備充足的專業知識與技能，但如果沒有穩定的收入來源，會使得導遊在帶團服務上有所影響，必需為了收入來源因著重於購物行程，而對於解說與服務有所忽略。此些問題如以下受訪者所提及：

「台灣的陸客觀光團華語導遊大多數為特約導遊，某旅行社急須導遊，就臨時受雇於旅行社，與旅行社簽約的專任導遊較少，因為旅遊業有淡旺季之分，且考量到人力成本的問題，旅行社一定是等到有團體需要導遊時，才會臨時找導遊。」（旅行社導遊調派經理 B 先生）

「陸客觀光團華語導遊其實沒有固定的薪資，是以出差費、小費及購物佣金為主，且每家旅行社的出差費的金額都不同，購物抽佣的金額也不一樣，對於這樣一個工作的薪資，非常的不穩定，每個人都是想要尋找一份穩定收入的工作，陸客導遊除了工作時間不固定外，收入也不確定，這點是影響導遊帶團表現很大的因素。」（陸客觀光團華語導遊 A 先生）

「如果遇到陸客觀光團為零團費時，導遊的薪資來源必須靠小費與遊客購物的佣金，這樣的薪資來源，對於從事導遊工作的我們來說，是一個很大的挑戰，在帶團服務上面，我們必須不斷的絞盡腦汁，想辦法透過故事，透過鋪陳，透過置入性行銷，來吸引遊客購物，不然我們的薪水哪來。」（陸客觀光團華語導遊 C 先生）

因此，現階段陸客觀光團華語導遊的薪資待遇，是影響導遊工作的重要關鍵因素，如果遇到零團費，導遊是沒有固定的薪資收入來源，必

須完全倚靠導遊本身說服遊客購物的能力，因此在這樣的情況下，導遊所面臨到的問題即是完全著重在購物行程上，且導遊必須想盡各種方法，來達到遊客購物的金額，不然有可能連收入來源都沒有。

### 4.3 專業能力

本研究結果發現，陸客觀光團華語導遊與一般類別導遊在專業能力上最大的差異是在於購物銷售的能力，現階段為了符合市場的需求，因應陸客觀光團低價競爭銷售的情況，旅行社在選擇一位陸客觀光團華語導遊的標準是以購物銷售能力為主要的考量，如下受訪者所說：

「為了因應陸客觀光團的低價狀況，旅行社只好必須倚靠導遊的購物銷售能力，以大量的購物回扣金來補回成本，為公司賺錢，因此我們旅行社在評選一位適合且具有能力的導遊時，雖說會注重服務態度、緊急事件應變處理能力，當然最重要的評估指標還是在於有沒有具備很強的溝通與協調能力，能夠說服遊客購物的能力，這是陸客觀光團華語導遊很重要的一項專業能力評估指標。」（旅行社導遊調派經理 C 先生）

「陸客觀光團華語導遊所必須具備的專業能力與其他類別導遊最大的一項區別就在於購物的銷售能力，如何利用自己的方式鋪陳，利用導

覽解說內容說服遊客購物，為目前陸客觀光團華語導遊所最需具備的專業能力，雖說和以往的導遊工作內容有所落差，但也是為了符合市場需求，因應陸客觀光團的現況。」（陸客觀光團華語導遊 A 先生）

「帶了這幾年的陸客觀光團之後，真正的感受到，團費不高，就只好改變導遊的專業能力，像如果帶參訪團，有固定的團費，且旅行社不會要求購物金額的情況下，導遊可以較重視深度的導覽解說，可以更重視讓遊客了解更多的台灣風俗民情，因為沒有購物金額的壓力，但是帶了觀光團，為了達到市場的需求，腦袋裡必須要有更多的組織，更多的鋪陳，就連導覽解說最終的目的是在於讓遊客對產品產生喜好而購買。」

（陸客觀光團華語導遊 D 先生）

因此，現階段陸客觀光團的華語導遊所面臨到專業能力的問題即是必須具備強力的購物銷售的能力，為了因應陸客觀光團的現況，較低的團費，甚至零團費，導遊必須靠遊客購物佣金，而必須具備購物銷售技巧的專業能力，因此陸客觀光團華語導遊所要求的專業能力與一般類別導遊所要求的導覽解說能力有所不同。

#### 4.4 證照考核

華語導遊需通過國家考試取得執照才能執業，考試科目均為選擇題，以各科目平均成績 60 分為及格，相較於外國語言導遊，華語導遊不需進行第二階段口試，又因應龐大的陸客市場，吸引大量的人前來報考，根據考選部(2013)資料顯示，100 年華語導遊人員及格人數為 9326 名，101 年及格人數為 13575 名。但在考試上出現的問題如以下受訪者所提及：

「台灣華語導遊的證照考試，題型皆為選擇題，且報考資格只需高中職畢業，無須旅遊相關業者或旅遊相關科系畢業，以至於來自相當多不同工作背景的人士，都持有華語導遊證照來旅行社應徵帶團工作，如果說人手都有一張導遊證照，那導遊工作的專業性會大打折扣。」

(旅行社導遊調派經理 A 先生)

「要挑選與考核出一位適合的導遊，紙筆測驗考不出來，我們旅行社再挑選合適的導遊人員時，雖說證照是基本門檻，但在挑選重點還是放在個人的態度、儀表與表達能力等。」 (旅行社導遊調派經理 C 先生)

「華語導遊的考試，考試的題目內容，雖說都是旅遊方面相關的重要知識，但是跟實際帶團操作時，落差卻很大，導遊是一份需要把腦袋

裡的知識表達出來給遊客知道的工作，如果說很會念書的人，腦帶裡有很多知識的人，考取了導遊證照，就能帶團了嗎？導遊的考試還是必須以實際層面所面臨到的問題為考題方向比較恰當。」（陸客觀光團華語導遊 A 先生）

「實際在帶團上，客人所提出的要求甚至於是所面臨到的突發狀況，是用紙筆測驗考試所考不出來的，就像導遊考試會考緊急事件處理，如果遇到客人突然心肌梗塞要如何處理，這是有選項的，而且不是在一個真實發生時的情境下作答，但是當真正遇到這樣的事件時，完全是靠臨場的應變反應與處理能力，不能說這樣的考試方式對導遊工作完全沒有作用，但與實際情況，確實有些落差。」（陸客觀光團華語導遊 D 先生）

總結以上受訪者所說，現階段台灣華語導遊證照考核所發生的問題是證照泛濫以及考題與實際帶團情況有落差的現象，為了因應大量的陸客觀光團來台，因此大量招考華語導遊人員，這樣的招考以及考試的內容，對於導遊的專業性有很大的影響，任何沒有經過旅遊相關經驗以及受過旅遊專業訓練皆可報考的人士的情況下，會造成台灣導遊的專業性與素質參差不齊，對於帶團服務有很大的影響，甚至於影響到來台觀光

的遊客。然而對於華語導遊證照考試內容，沒有口試，完全紙筆測驗所造成的問題即是無法篩選出適合的導遊人員，以及實際帶團情況下所面臨到的狀況，與考試內容有所差異。

#### 4.5 職前訓練

通過華語導遊國家考試後，須參加導遊的職前訓練，台灣的華語導遊職前訓練方式分為在教室聽資深導遊老師講解課程，再加上戶外課由導遊老師示範帶團操作與解說，這樣的訓練方式結束後，對於想進入導遊市場實際帶團的新科導遊來說，並無法立即上手，因為所有的課程都是在台下聽老師聽講，然而真正實際帶團是時卻要自行講解，所以這樣的職前訓練方式，並無法真正加強導遊的表達能力、解說能力，與上團時實際操作的能力。

新科導遊在參加職前訓練後，來到旅行社應徵導遊帶團工作，雖說已經結束職前的訓練，但是新科導遊的能力，與經驗，旅行社不敢輕易派團給新導遊，還是須經過實際跟團實習才可勝任，再說礙於陸客觀光團的低價現況，旅行社需求的是說服購物，有銷售技巧能力的導遊，因此導遊職前訓練的課程內容與旅行社需求的能力，有所差異，而如下受訪者所提及：



「經過華語導遊的職前訓練後，要到旅行社直接帶陸客團，是不太容易的事，很多學員在職前訓練結訓後，根本無法直接上線，更別說可以達到旅行社購物銷售能力的要求，這也顯示了台灣導遊職前訓練與市場需求有所差異。」（旅行社導遊調派經理 A 先生）

「當了陸客導遊之後再回想起當時華語導遊的職前訓練，真的感覺到這是在從事導遊工作之前最重要的一個訓練階段，真的很希望在職前訓練可以多多深入了解旅遊業的職業內容，以及培養更多導遊的專業能力，但是在入行後，發現旅行社要求的購物銷售能力，在導遊職前訓練當中卻沒有這樣的訓練。」（陸客觀光團華語導遊 A 先生）

「導遊職前訓練的重要性不言而喻，但是在受訓期間不管是室內課程以及戶外課程，都是由專業的老師與資深導遊做示範講解，這樣的訓練方式對於新進的導遊人員來說，並無法直接培養出專業知識與表達能力甚至於是購物銷售技巧，老師講得很厲害，但是要學生吸收變成自己的內容表達出來，確實還有一段差距。」（陸客觀光團華語導遊 E 先生）

總結現階段台灣陸客觀光團華語導遊的職前訓練所面臨到的問題即是訓練內容與實際帶團操作有所落差，甚至於不符合業界的的需求，導遊要帶團，還是必須透過旅行社，然而現階段旅行的對於陸客觀光團華語

導遊的要求為購物銷售的能力，這樣的能力在導遊職前訓練並沒有出現，因此目前華語導遊職前訓練所面臨到的問題即是結訓後，學員無法直接到旅行社帶團，因受訓內容與實際業界需求有所落差。

#### 4.6 實習培訓制度

通過華語導遊國家考試後，再加上參加導遊職前訓練結業後，即可拿到華語導遊職業證，到旅行社應徵導遊工作，且必須先跟團，隨著資深導遊學習。

而且，透過深度訪談後的資料分析發現，台灣針對導遊實習培訓度有兩種，第一種是加入中華民國導遊協會，協會會定期舉辦導遊培訓的課程，提供會員學習，但課程內容是以帶團操作與解說知識為主，並無針對目前陸客觀光團華語導遊的銷售能力做培訓；第二種則是到各家旅行社跟團，但是跟團實習方式並無一套完整的制度，資深導遊不一定會將知識、技巧傳授給實習導遊，這是目前華語導遊實習培訓制度的問題，如下受訪者所說：

「導遊協會主要是在服務導遊、辦理導遊職前訓練、開設培訓課程，課程內容主要是針對導遊基本的帶團操作技巧，導覽解說的知識為主。但是對於目前陸客觀光團的現況問題，旅行社所要求的購物銷售能力，

導遊協會無法開設類似課程，必須靠導遊自行吸收資深導遊的技巧。」(中華民國觀光導遊協會 A 小姐)

「台灣的華語導遊職前訓練結束後，來旅行社應徵的人要能直接上線帶陸客觀光團的人，幾乎是沒有，旅行社也不敢貿然的給新科導遊上線，每一個旅行團都是旅行社賺錢的機會，因此導遊一定要先跟團學習，了解每家公司的操作模式，更重要的是要學習如何從資深導遊身上學到購物的技巧。」 (旅行社導遊調派經理 B 先生)

「導遊是一項實務性的工作，絕對要透過不斷的學習、實習與自我培訓，才能勝任，尤其是目前的陸客觀光團導遊，需要的能力更多，要會一點內地方言，要會導覽解說，更重要的是要有購物的技巧，因此這些能力都是必須靠培養的，然而台灣導遊培訓制度有導遊協會開的課程，但這些課程都是以老師講解為主，對於學員帶團時的效益並不大。」  
(陸客觀光團華語導遊 A 先生)

「台灣導遊跟團制度沒有一個標準制度化，有些資深導遊為了不要影響帶團運作，會要實習跟團的導遊在旁觀察，盡量不要問問題，能學到多少就學多少，這樣的實習培訓制度，當新科導遊結束跟團後，要親自上線帶團的效用，其實是有限的。」 (陸客觀光團華語導遊 D 先生)

總結現階段陸客觀光團的實習培訓制度所面臨到的問題即是導遊協會所辦的課程，與業界需求有所落差，協會培訓導遊所開設的課程是以導遊的基本帶團能力，導覽解說知識為主要培訓項目，但因應陸客觀光團的現況，培訓的內容並無針對購物銷售能力做培訓，因此華語導遊在參加導遊協會的培訓課程之後，並無法直接帶領陸客觀光團。

台灣華語導遊實習制度為跟團，旅行社會要求新科導遊必須利用跟團的方式，學習資深導遊的帶團技巧，以現階段陸客觀光團的現況，旅行社主要是要求必須學習資深導遊的購物銷售能力，但台灣沒有一個標準化得跟團制度，資深導遊不會義務的教導銷售技巧，因此新科導遊在跟團實習後，並不一定能達到旅行社要求的購物能力。

## 第五章 討論與建議

導遊人員是團體旅遊的重要關鍵人物，其扮演的角色與重要性極為重要，是改變一個旅遊團成功與否的重要因素。現階段來台觀光旅遊人數最多的即是大陸觀光客，因此台灣需要大量的華語導遊人員，但因陸客觀光團低價團的現況，影響了導遊的工作，針對陸客觀光團華語導遊所面臨到的問題，本研究依照參與觀察與深度訪談後所分析與歸納的結果，提出研究建議與討論，並針對後續研究建議提供參考。

### 5.1 旅行業不良的行業競爭

由訪談稿可得知，低團費會影響到導遊的心理，也會直接影響到導遊的帶團服務表現，導遊必須延長購物行程，對於景點解說也會有所忽略，遊客購物的金額如未達到一定標準，會造成導遊的心理壓力，也會直接造成帶團的服務品質降低，因此，如果政府能有效的管理，遏止業者削價競爭陋習，整頓接待大陸觀光客來臺旅遊市場，維護旅遊品質每名旅客每日接待費用不得低於 80 元美金，且安排之購物店須為旅行業品保協會認證之購物商店等措施，積極廢除零團費現象，政府必須強力執行，不能讓台灣少部分旅遊業者為了賺錢爭取客源，破壞了台灣的旅遊品質。

## 5.2 薪資待遇

導遊是一項專業性的工作，但因現階段陸客觀光團華語導遊的薪資低，帶團的出差費較少，甚至有些為零團費，因此主要的收入來源是靠遊客購物抽傭來彌補，這樣的薪資條件讓導遊在帶團過程中，會顧慮到購物銷售業績，而影響到帶團服務表現，所以建議觀光局可與旅行社合作，讓導遊工作成為一份固定的工作，有固定的薪資及出差費，而購物傭金為獎勵制度。

## 5.3 專業能力

現階段為了符合市場的需求，因應陸客觀光團低價競爭銷售的情況，旅行社在選擇一位陸客觀光團華語導遊的標準是以購物銷售能力為主要的考量，因此建議陸客觀光團華語導遊的專業能力訓練，為了符合市場的需求，可針對購物銷售技巧做培訓。

## 5.4 證照考核

台灣的華語導遊考試內容，雖說都是以中文命題，但是題型的範圍，極為廣泛，在準備上相較不易，建議考試的內容可以偏向實務化，包括與客人的互動關係與客訴溝通技巧，緊急事件處理的應對進退等，以實際上團會遇到的狀況為考題的主要範圍。

因應大陸民眾到台灣旅遊人數激增，華語導遊需求旺盛，報考人數大幅攀升，但因導遊工作是一項實務性的工作，工作內容必須要和遊客互動，所以表達能力極為重要，因此建議華語導遊考試需增加口試項目，可將紙筆考題簡易化，重點著重在口試時，考生的儀態、表達能力、應對進退的反應，這樣的考試會較符合導遊工作內容。

## 5.5 職前訓練

導遊的職前訓練對於一個即將投入導遊就業市場的人來說，即為重要，台灣的導遊職前訓練的方式是聽室內課與戶外課，但是所有的訓練內容，都是著重在老師講解，這樣的訓練方式一但換成學生自己上場講解的時候，卻無法表達出來，身為一個導遊最重要的就是要有最佳的表達能力，所以職前訓練的課程內容，與目前旅遊業界的需求，和要求導遊人員能力的條件上，有所差異，許多學員結束訓練課程後，完全無法直接接團。

導遊的工作是需要開口做講解，與遊客有所互動，所以在職前訓練方面，必須著重在訓練口語的表達能力，以及人際關係的溝通與互動，雖說旅遊相關的知識對於導遊人員來說是極為重要，因導遊必須了解到的知識範圍極為廣泛，對於相關的解說知識，可透過自行的研讀與網路

上的搜尋得知，但是對於表達能力與人際關係溝通的訓練，就必須著重在這方面，結束職前訓練後，才可較快進入職場。

## 5.6 實習培訓制度

台灣沒有一個標準且制度化的導遊實習制度，導遊協會的功能是著重在提供導遊服務、資訊提供以及訓練課程，訓練課程著重在老師講解。

新科導遊到旅行社應徵導遊工作，因為每家旅行社的操作模式不相同，所以必須要求跟團實習後，才決定是否派團給實習導遊，然而這樣的模式，實習導遊所能學習到的，以及表現的好壞、適不適任，建議必須要專業的人士做評判。

台灣目前陸客團華語導遊的現況是出現斷層現象，資深導遊的年紀過大，新科導遊無法勝任，因此如何讓年紀過大的資深導遊轉換教育工作，使新科導遊可間接上，讓台灣導遊維持在一定的專業水平，為台灣導遊的一項重要課題。

導遊是一項實務性的工作，必須透過不斷的實習與訓練，才能勝任此項工作，因此建議觀光局和旅行社合作，建立一套標準的導遊職前實習師徒制度，實習導遊與資深導遊的學習，可以以回饋或繳交學費等方式，新科導遊往後在帶團時遇到緊急問題，可找專屬的資深導遊詢問，



然而這樣的方式也可避免實習導遊在跟團實習時，資深導遊不願意把知識、技巧傳授給實習導遊的狀況。

## 5.7 實務建議

一、陸客觀光團華語導遊人員可參考本研究導遊專業能力發展之結果，因針對其陸客觀光團低價之現況，並為了符合市場需求，建議華語導遊培訓自身的溝通與協調之能力，加強說服遊客購物銷售技巧之能力，與資深導遊學習導覽解說同時，強化置入性行銷之能力，以及旅遊產品購物銷售之技巧，提升其專業技能，並規畫銷售技巧自我培訓課程，成為一位全方位的陸客團華語導遊人員。

二、建議政府可依照本研究陸客觀光團旅行業不良競爭之結果，因旅行社削價爭奪陸客源，造成旅行業與導遊之危害，建議政府在大量開放陸客來台觀光之餘，必須有效管理，作好配套措施，嚴格把關旅行社為爭取陸客源，削價競爭之狀況，維護旅遊品質並強制規定每名旅客每日接待費不得低於 80 美金，如遇旅行社違反規定削價競爭搶奪陸客源，則立即停止該家旅行社接帶陸客團之業務。

三、導遊協會可參考本研究華語導遊職前訓練之結果，因導遊職前訓練項目與業界需求有所差異，因此在華語導遊職前訓練方面，建議注重於導遊帶團實務，而非以室內聽課為主要訓練項目，必須強化導遊學

員個人的表達能力與溝通協調方面之專業技能，甚至於為符合陸客團之現況，達到市場需求，職前訓練建議需以購物銷售技巧之專業技能為主要培訓項目。

四、交通部觀光局可參考本研究華語導遊證照考核之結果，因考核項目皆為選擇題且無口試面談，無法考核出合適之導遊人選，建議觀光局規劃與評估華語導遊人員的考試項目，考題偏向導遊帶團實際面臨到狀況之問答題，可考出臨場應變反應與處理能力；另外在考核的項目上增加口試面談，如此一來較可篩選出一位適合且具有能力的陸客團華語導遊人員，以符合市場需求。

五、旅行社業者可參考本研究華語導遊薪資收入之結果，因收入來源不固定，造成導遊帶團服務表現之影響，因此建議旅行社讓華語導遊人員成為一份穩定正職之工作，並有固定薪資收入及出差費，而導遊帶團之購物佣金為公司員工獎勵制度。

而在旅行社導遊實習跟團制度上，建議可參考本研究導遊實習制度之結果，資深華語導遊無義務教導新科導遊帶團技能與銷售技巧等專業能力，因此會造成新科導遊在學習上之阻礙，建議各家旅行社要制訂公司一套完整的導遊師徒體制，使新科實習導遊有固定學習與詢問之對

象，資深導遊可兼任教育工作，如此一來可避免導遊人員素質參差不齊之情況，維護旅遊品質，並保障遊客之權益。

## 5.8 後續研究建議

台灣對於陸客觀光團華語導遊教育訓練之研究較少，針對華語導遊教育訓練與帶團服務表現的影響相關研究也相對較少，因此建議可朝向華語導遊教育訓練這方向做深入研究，針對職前訓練以及跟團實習的過程，做為研究方向，研究對象可更廣泛，可針對資深導遊的經驗、新科導遊的需求、培訓的單位、導遊教育訓練的老師，為主要研究對象。

華語導遊工作涉及到相當多的層面，要具備的專業能力相當的多，必須了解廣泛的專業知識，熟知帶團操作技巧，與客人的人際關係互動等多項專業能力需培養，導遊的帶團服務表現是最直接影響遊客觀感的人，然而導遊的教育訓練會影響到導遊帶團工作時的表現，建議訓練的過程可針對市場的需求做培訓重點，尤其是現階段的陸客觀光團華語導遊人員，所必須具備的專業能力還包括溝通與協調的能力，也就是購物銷售技巧，這項專業能力的培訓可做深入的後續研究。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. 中華民國考選部(民 102)，取自 <http://www.moex.gov.tw/>
2. 交通部觀光局(民 102)，取自 <http://admin.taiwan.net.tw/>
3. 中華民國觀光導遊協會(民 102)，取自 <http://www.tourguide.org.tw/>
4. 林燈燦(民 95)，觀光導遊與領隊：理論與實務(第七版)，台北：五南。
5. 胡幼慧、姚美華(民 85)，質性研究理論方法及本土女性研究實例，台北：巨流。
6. 容繼業(民 85)，旅行業理論與實務，新北市：揚智文化。
7. 徐堃耿(民 84)，導遊概論，北京市：旅遊教育出版社。
8. 陳志學(民 83)，導遊人員業務知識與技能，北京：中國旅遊出版社。
9. 鈕先鉞(民 84)，旅運經營學，台北市：華太文化。
10. 張踐(民 79)，導遊藝術，上海市：同濟大學出版社。
11. 張紹勳(民 90)，研究方法，台中市：滄海出版社。
12. 潘淑滿(民 94)，質性研究理論與應用(第五版)，台北市：心理。
13. 盧惠馨(民 93)，質性研究，台北市：心理。

14. 宋永坤、黃鈺峰、邱垂正(民 95)，海峽兩岸遊客滿意度及重遊意願之研究-以台灣地區及大陸地區居民至金門觀光旅遊為例，國立金門大學學報，第二期。
15. 余基吉、趙海倫、盧俞亘(民 100)，以消費者體驗觀點探討台南市美食與古蹟旅遊顧客滿意度行為意象關連性研究，臺灣觀光學報，第八期，1-12 頁。
16. 李聲吼、陳淑瑾、柯盈瑜(民 93)，餐旅服務業人力資源部門主管專業能力之研究，生活應用科技學刊，第 2 卷，第 2 期，55-62 頁。
17. 李青松、林玟廷(民 92)，國際觀光旅館客務部管理人員專業能力之研究，中華家政學刊，第 23 卷，57-72 頁。
18. 吳德晃(民 93)，專業表現、服務努力、滿意度與小費之關係，旅遊管理研究，第四卷，第一期，39-52 頁。
19. 林彩梅、陳竹慧(民 99)，國際觀光導遊專業知識與企業全球化之關係，多國籍企業管理評論，第 4 卷，第 1 期。
20. 倪進誠(民 93)，參與觀察法在旅遊行為研究上的應用-一個貼近人地互動的思考設計，社會科教育學報，第七期，53-87 頁。
21. 許金田、廖紘億、黃讚松(民 100)，如何成為一位稱職的導遊？性格與專業職能的探索，國防管理學報，第三十二卷，第二期。

22. 許銘珊(民 97)，遊客旅遊滿意度之研究—以中國大陸遊客為例，運動休閒餐旅研究，第三卷，第四期，22-42 頁。
23. 陳光華、容繼業、陳怡如(民 95)，大陸地區來台觀光團體旅客旅遊消費行為與重遊意願之研究，觀光研究學報，第十卷，第二期。
24. 黃榮鵬(民 87)，我國旅行業人力資源管理資訊系統發展之研究，國立高雄餐旅學報，第一期，175-190 頁。
25. 劉志華(民 97)，旅遊業導遊及領隊工作人員收入對工作滿意的影響研究，遠東學報，第 25 卷，第一期，65-76 頁。
26. 王志遠(民 95)，大陸人士來台觀光套裝行程滿意度之研究，南華大學旅遊事業管理研究所論文。
27. 邱豐德(民 93)，導遊人員專業發展之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
28. 吳炳南(民 95)，旅行業者遴選領隊評估因素之研究，南華大學旅遊事業管理學系碩士論文。
29. 范綱毅(民 100)，觀光導遊的服務特性、顧客滿意度與忠誠度影響之研究，玄奘大學國際企業學系碩士論文。
30. 涂明哲(民 100)，旅行社、領隊與團體套裝旅遊之消費者間三方交換關係之探討，國立政治大學國際經營與貿易所碩士論文。

31. 孫保瑞(民95)，導遊薪酬管理、工作滿意度與工作效能之研究，國立體育學院休閒產業經營學系碩士論文。
32. 彭意維、葉怡矜(民95)，旅遊業領隊之人格特質與其工作滿意度關係之研究，提昇觀光餐旅休憩人力及行銷競爭力國際學術研討會。
33. 劉瑋婷(民95)，開放陸客來台觀光之影響與探討，觀光產業趨勢與展望研討會，7-8 頁。
34. 楊玫蕙(民96)，開放大陸人士來臺觀光政策對華語導遊帶團之影響，運動事業管理學術研討會論文集，第六期，978-986 頁。

## 二、英文文獻

1. Arslanturk, Y. & Altunoz, O. (2012), Antecedents of satisfaction in guided tours: an introduction Procedia, Social and Behavioral Sciences, Vol. 62, pp. 891-895.
2. Athena H.N. Maka, Kevin K.F. Wong b, Richard C.Y. Chang c (2011), Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau, Tourism Management, Vol. 32, pp. 1442-1452.
3. Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001), Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems, Tourism Management, Vol. 22, pp. 551-563.

4. Black, R. & Ham, S. (2005), Improving the quality of tour guiding: towards a model for tour guide certification, *Journal of Ecotourism*, Vol. 4 , No. 3, pp. 178-195.
5. Black, R. Ham, S. & Weiler, B. (2001), Ecotour guide training in less developed countries: some preliminary research findings, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 9 , No. 2, pp. 147-156.
6. Cofsky, K. M.( 1993), Critical Keys to Competency-based Pay, *Compensation and Benefits Review*, Vol. 25, No. 6, pp. 46-52.
7. Cogan, M. L. (1953), Toward a definition of profession, *Harvard Educational Review*, Vol. 23, No. 1, pp. 33-51.
8. Cohen, E. (1985), The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role, *Annals of Tourism Research*, Vol. 12 , No. 1, pp. 5-29.
9. Cohen, E. (1985), The tourist guide: the origins, structure and dynamics of a role, *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, No. 1, pp. 5-29.
10. Fine, E. C. & Speer, J. H. (1985), Tour guide performances as sight secularization, *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, pp. 73-95.
11. Geva, A. & Goldman, A. (1991), Satisfaction Measurement in Guided Tours, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 2, pp. 177-185.
12. Guerrero, Dante , De los Ríos, Ignacio(2012), Professional competences: a classification of international models, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 46, pp. 1290-1296.
13. Holloway, C. (1981), The guided tour: A sociological approach, *Annals of Tourism Research*, Vol. 8 , No. 3, pp. 337-402.
14. Jennifer C.H. Min (2012), A short-form measure for assessment of emotional intelligence for tour guides: Development and evaluation, *Tourism Management*, Vol. 33, pp. 155-167.



- 15.Lugosi, P. & Bray, J. (2008), Tour guiding, organisational culture and learning: lessons from an entrepreneurial tour company, International Journal of Tourism Research, Vol. 10, No. 5, pp. 467-479.
- 16.Mossberg, L. (1995), Tour leaders and their importance in charter tours. Tourism Management, Vol. 16 , No. 6, pp. 437-445.
- 17.Sheldon, P. J. (1989), Professionalism in tourism and hospitality, Annals of Tourism Research, Vol. 16, pp. 492-503.
- 18.Wang, K. C. Hsieh, A. T. & Huan, T. C. (2000), Critical service features in group package tour: an exploratory research, Tourism Management, Vol. 21, pp. 177-189.
- 19.Weiler, B. & Ham, S. H. (2002), Tour guide training: a model for sustainable capacity building in developing countries, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 10, No. 1, pp. 52-69.
- 20.Wong, J.-Y., & Wang, C.-H. (2009), Emotional labor of the tour leaders: an exploratory Study, Tourism Management, Vol. 30, No. 2, pp. 249-259.
- 21.Wong, A. (2001), Satisfaction with local tour guides in Hong Kong, Pacific Tourism Review, Vol. 5, No. 1, pp. 59-67.
- 22.Wong, J. & Wang, C. (2009), Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study, Tourism Management, Vol.30, pp. 249-259.