

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

刻板印象對領隊角色扮演與服務品質知覺影響之研究 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 96-2415-H-229-001-SSS
執行期間：96年08月01日至97年07月31日
執行單位：台北海洋技術學院餐飲管理系

計畫主持人：駱香妃
共同主持人：曹勝雄
計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：林濶榕
大專生-兼任助理人員：高培峰
博士班研究生-兼任助理人員：李淑如

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

中華民國 97年10月30日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫 成果報告
 期中進度報告

刻板印象對領隊角色扮演與服務品質知覺影響之研究

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC 96-2415-H-229-001-SSS

執行期間：96年 8月 1日至 97年 7月 31日

計畫主持人：駱香妃

共同主持人：曹勝雄

計畫參與人員：李淑如、林濰榕

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告 完整報告

執行單位：台北海洋技術學院

中 華 民 國 97 年 10 月 30 日

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

計畫名稱：刻板印象對領隊角色扮演與服務品質知覺影響之研究

The Effects of Stereotypes on Perceptions of Tour Leaders' Role-playing and Service Quality

計畫編號：96-2415-H-229-001-SSS

執行期限：96年8月1日至97年7月31日

主持人：駱香妃 執行單位：台北海洋技術學院

共同主持人：曹勝雄 國立嘉義大學休閒事業管理研究所

計畫參與人員：李淑如 銘傳大學管理研究所

林濰榕 國立嘉義大學休閒事業管理研究所

一、中文摘要

本研究旨在探討顧客性別/年齡刻板印象對領隊角色扮演與服務品質知覺之影響，並進一步釐清服務提供者性別/年齡刻板印象、性別/年齡群內偏見及顧客的性別/年齡對領隊角色扮演與服務品質知覺之可能干擾。分析之自變數為領隊性別/年齡，依變數為領隊角色扮演與服務品質知覺，干擾變數為服務提供者性別/年齡刻板印象、性別/年齡群內偏見及顧客的性別/年齡。研究採實驗問卷法，以各種不同人口統計變項的志願者為施測對象，共得有效樣本近1200份。研究結果顯示受測者對女性/中年領隊之角色扮演或服務品質普遍較男性/年輕領隊好，且領隊性別/年齡刻板印象會干擾受測者對服務品質某些構面的知覺。研究結果將提供旅行業者在人力資源管理與行銷擬定之參考。

關鍵字：刻板印象、角色扮演、服務品質知覺、領隊

二、英文摘要

This study investigates how gender/age stereotypes affect the perceptions of tour leaders' role-playing and service quality. Furthermore, the study clarifies the moderating effects regarding "server gender/age stereotype", "gender/age

in-group bias" and "customers' gender/age" on perceived role-playing and service quality of tour leaders. The study uses the experimental questionnaire method on various demographic statistics variables of volunteers as response subjects. A total of 1200 questionnaires were retrieved. The results showed that the respondents' perceived role-playing and service quality on tour leader with female/ middle-aged appearance was better than the one with male/young appearance. Furthermore, the tour leader gender/age stereotypes could influence the respondents' perceptions on some dimensions of service quality under favorable or unfavorable service quality conditions. Results should further light to the stereotype effects on the perceptions of role-playing and service quality, and can be valuable in service marketing and human resources management for travel agent.

Keywords: Stereotype, Role-playing, Perceptions of service quality, Tour leader

三、研究背景

許多亞洲國家盛行以全備式旅遊(all-inclusive tour package)，也就是團體套裝旅遊(group package tour, GPT)的形式進行海外旅遊(Wang, Hsieh and Huan,

2000)，如日本、韓國、中國大陸、香港等。而臺灣的旅行社也多以GPT 形式來招攬顧客，從另一方面來看，消費者也習慣委託旅行社代辦各項旅遊事宜，根據臺灣觀光局統計資料顯示，2005年臺灣出國旅遊總人次為8,208,125 人次，其中有約82.1%的旅遊透過旅行社代辦相關事宜(交通部觀光局，2005)。此外，在臺灣觀光旅客出國有將近半數參加GPT 出國旅遊(交通部觀光局，2005)，由此可見，GPT 已成為臺灣觀光客出國旅遊的主要型式。

團體旅遊中最大的特色就是有領隊角色的存在，許多研究指出，領隊對團體旅遊而言，是極為特殊又不可缺少的(Ap and Wong, 2001; Cohen, 1985; Quiroga, 1990; Schuchat, 1983)。領隊的角色扮演會影響整個旅行團的成敗(Quiroga, 1990; Wang et al., 2000)。Schmidt (1979)指出，領隊並非單純在車上介紹風景，更要讓旅客對所參觀的景點流連忘返，並且對景點之自然和文化傳承作出生動的詮釋。Geva and Goldman (1991)指出，領隊和團員做適當的交流，可以增進團員的參與度與領隊在團體中的影響力，同時也是旅行社招攬新生意的最佳推銷方法。Zhang and Chow (2004)也指出領隊所扮演的角色不同會影響其服務品質。除此，Schmidt (1979), Cohen (1985) 與Schuchat (1983)亦在他們的研究中提出領隊之多重角色與責任，包括：安全維護者、團體關係的促進、資訊的傳達、危機的解除、代理父母、指引遊程的老師、領導人以及娛樂旅客等等。由此可看出，領隊角色扮演對於團體旅遊品質的重要性。而面對強力的競爭，大部分的公司亦會尋求方法使自己從競爭對手中區隔出來(Jannadi, 2001)，而服務品質即是發展競爭優勢的一個方法(Brown and Swartz, 1989)。高知覺的服務品質會引發好的滿意度，而顧客滿意度已發現是顧客再購意願、口碑及忠誠度的重要決定因素

(Anderson and Sullivan, 1993)。

Williams (1946)指出消費者或顧客對服務提供者之反應會受到服務提供者本身之「補助特徵」(auxiliary characteristic)影響，這些因素與服務人員展現的能力無關，而是與服務人員的性別、年齡、外貌、種族及衣著等個人特徵有關。Baker (1987)認為，社會環境中「人的要素」(human component)，乃來自於顧客與服務提供者兩方面共同創造的。他指出年齡、性別的判斷及人格特質對於服務提供者與顧客間的互動具有強烈的影響(Lockwood and Jones, 1989)。雖然性別漸趨平等，但以性別為職業區隔的趨勢仍然存在(Basow, 1992; Blau and Feber, 1986; Jacobs, 1989; Williams, 1989)，誠如Guest (1989)所言，顧客的期待和性別所扮演的角色有關。除此，Fischer, Gainer and Bristor (1997)發現受測者會因先前的刻板印象(stereotype)而認為在某些服務環情境中，提供服務的人員應該是男性或女性。如在修車場中，消費者會認為提供修車服務的員工應該是男性，而手工藝品之售貨人員應該是女性。其中一種刻板印象為服務提供者的性別應與服務環境符合，稱之服務提供者性別刻板印象(server gender stereotype); 第二種的刻板印象為至少在某些服務環境之下，女性顧客會期望從女性服務人員身上得到更好的服務，男性顧客會希望從男性服務人員身上得到更好的服務，而稱之為群內偏見(in-group bias)。

目前台灣旅遊業的現況，根據交通部觀光局統計(2004)，目前領隊人員之比例以女性為居多佔62%。然而在長程團體旅遊中，還是以男領隊居多；在短程線的團體旅遊中則以女性領隊居多。此外，傳統的刻板印象認為，男性體力較佳且較無家庭顧慮，可以從事長時間旅行；反之女性則無法從事長時間工作。此外，領隊年齡的差異亦可能反應在帶團經驗及角色扮演

上。因此，顧客對領隊的性別是否存在刻板印象？而此刻板印象是否會影響顧客對領隊角色扮演與服務品質的知覺？因此，本研究擬釐清，在提倡性別與年齡平權的今日，是否顧客對領隊的性別與年齡存在刻板印象？而此刻板印象是否會影響其對領隊角色扮演與服務品質的認知？對旅行業者而言，此乃值得重視之重要課題，本研究將釐清此課題，以期作為旅行業者行銷與人力配置之參考。

四、研究問題與目的

傳統社會中由於分工的需要，對男性有較多男性特質的期待，對女性有較多女性特質的期待，形成對男女角色的刻板印象(Bem, 1974)。以性別為基礎，給予男女不同的語言標記，而在性別之內有一些共同的假設與期望。Fischer, Gainer and Bristor (1997)以實驗法的方式，對速食餐廳、牙醫診所與美髮沙龍服務進行研究，探討提供者性別對服務品質知覺的影響。研究結果顯示，消費者對服務提供者性別上的刻板印象確實會對顧客之服務品質知覺產生影響，進而影響服務品質的某些構面。

在團體旅遊中，領隊與顧客接觸的時間很長，良好的顧客接觸對滿意度而言，至屬重要。目前國內外有關領隊刻板印象的研究甚少。Quiroga (1990)在研究中指出，旅遊行程中之旅客，較屬意女性領隊為其服務。而Holloway (1981)則提及領隊工作環境上，巴士司機較易聽令於男領隊。林倬立(2003)曾進行質化研究探討領隊性別差異，並指出有些客人(尤其是年長者)會比較喜歡男領隊，或是預期「領隊應該是男的」，尤其是「體型壯碩」或「中年以上看起來經驗豐富」的男領隊。因為這樣的男領隊可以帶來安全感，還可以「幫忙搬行李」。如果到了機場看到是「女領隊」，大概就不會預期女領隊應該要幫忙提

行李。江婉如(2002)的研究中也指出，有些女領隊反而會利用傳統觀念中「女性較柔弱的女性特質」，來避免某些領隊應盡的角色任務。雖然女性在服務業中扮演極為重要的角色(Hick, 1990)，但就實際的調查中發現男性領隊的職場生命較女性為久(朱玲玉, 1998)。這種現象或許跟領隊在工作所扮演的部分角色有關，例如安全守護者或是其體力之付出。

顧客對領隊的性別可能存有不同的期望，此種期望或許是與領隊扮演之角色有關。換言之，傳統上對於性別的刻板印象，是否也會影響顧客對於領隊角色扮演之期待？此外，當顧客對領隊性別存在刻板印象或期待不同時，是否將影響顧客對領隊角色扮演與服務品質的認知？此乃本研究欲探討之研究問題一。

年紀相關的刻板印象，被認為是在僱用員工時遭遇年齡歧視的重要因素(Goldberg and Shore, 1998)。一般認為，較老的工作者相較於年輕的工作者有較低的創造力與生產力，且較易生病及發生意外(Rosen and Jerdee 1976; Paul and Townsend, 1993)。英國的受訪者認為年老工作者的工作效率佳，然適應變動的能力差，而傳統的刻板印象會影響其對較老工作者訓練、升遷及留任的態度(Chiu, Chan, Snape, and Redman, 2001)。而此種對年老工作者的刻板印象，也會因受測者的年齡而有所差異(Hummert, Garstka, and Shaner, 1995)。Mossberg (1995)指出，不同年齡的受測者對於領隊所扮演的角色需求就有不同，老年人希望領隊是可靠、隨時在旁邊、熟悉旅程，但年青人對領隊的角色扮演卻又有不同的看法。根據統計，領隊之平均年齡為三十歲左右(梁文嘉, 1995)。大多數的人也較喜歡20-40歲之間的領隊(Quiroga, 1990)。但是在另一項有關領隊人力資源調查的報告中(交通部觀光局, 2004)，又發現國內領隊的年齡分布相當不均，不是剛

出社會的充滿熱情年輕人不然就是帶團許久的老領隊。領隊長期在外工作需要體力也需要耐力，而年齡似又關乎著體力。因此，顧客對領隊的年齡同樣可能存有期望，此種期望亦可能與領隊扮演之角色有關。換言之，傳統上對於年齡的刻板印象，是否也會影響顧客對於領隊角色扮演之期待？此外，當顧客對領隊年齡存在刻板印象或期待不同時，是否將影響顧客對領隊角色扮演與服務品質的認知？此乃本研究欲探討之研究問題二。

根據上述研究問題，歸納本研究目的如下：

- (一)探討顧客性別刻板印象對領隊角色扮演與服務品質知覺之影響。
- (二)探討顧客年齡刻板印象對於領隊角色扮演與服務品質知覺之影響。

五、文獻回顧

(一)性別刻板印象

根據Bem (1974)的觀點，傳統社會中由於分工的需要，對男性有較多男性特質的期待，對女性有較多女性特質的期待，形成對男女角色的刻板印象。而Bem (1981)更提出性別基模理論(gender schema theory)，其認為主要採用性別特性來覺知外在世界與自我概念的個體者，被稱為是性別基模化(gender-schematic)或性別刻板化的人(sex-typed individuals)，而不以性別為重要基礎去處理資訊者，則被稱為非性別基模的人，即性別基模的個人顯然比非性別基模的個人，更容易用男性化/女性化的類別來將他人分組，如他們比較會去注意工作應徵者的性別，也可能會貶低女性在面談時的表現，性別基模者也比他人更容易抱持傳統的性別角色意識型態，並接受性別規範中所賦予男性與女性的文化適當行為。Baslow (1992)則認為性別刻板印象乃是以來自於社會的期許，個人對事物以性別為簡單分類的方法。

(二)年齡刻板印象

Rosen and Jerdee (1976)研究與工作有關的年齡刻板印象，在比較企業主管對年輕及老年人的看法後發現：(1)在績效能力構面，年輕人相較於老年人較有生產力、效率、易受激勵及能在壓力下工作；(2)在發展潛力構面，年輕人被認為較有雄心、熱心及未來導向，同時對新想法之感覺較敏銳，對變革之抵抗亦較小；(3)在穩定性構面，老年員工被認為較年輕員工可靠、可信賴且誠實；(4)在人際交往構面則無年齡之刻板印象。而Finkelstein, Burke, and Raju (1995)研究發現工作相關的差別資訊、群內偏見及特點(salience)會影響雇用決定的歧視。

(三)服務提供者刻板印象

一般認為某種性別在某些服務環境下是較佳的觀念，乃是以性別為基礎的職業區隔，此種刻板印象認為，當某種職業為某性別所主導時，乃是因為此種性別的人的技能與特性是較合適的(Basow, 1992)。此觀念與認知基模理論一致，時常用於解釋刻板印象的發展與維持(Taylor and Crocker, 1981)。而造成顧客對某性別員工的期望，可能來自三種刻板印象：

- 1.職業刻板印象造成對員工性別的期望-研究指出在某一職業為某一性別所支配時時，可能是該性別的人有較佳的技術與特徵之刻板印象(Basow, 1992; Gordon, 1990)；
- 2.性別一致性偏見造成對員工性別期望:研究性別與工作一致性的評估，Landy and Farr (1980)發現評估者對某性別的人在與其性別一致的性別-典型(gender-typical)職務中工作，比在性別-不典型職務中工作會有較正面的評估；
- 3.性別-角色外溢效果造成對員工性別

期望：無論是服務提供者或是顧客角色，性別可被預期有其效果存在，即性別-角色外溢(sex-role spillover)的影響，使女性被期望顯現某種行為(不管與角色一致或不一致)，男性亦是如此(Guttek and Morasch, 1982; Nieva and Guttek, 1981)，例如女性服務提供者與顧客，不論其所屬職業性別組合，都可能被期望比男人多些微笑、多些細心、多些隨和，男性則可能被期望扮演權威、主動、迅速。此種性別-角色的期望，也就是服務提供者性別刻板印象。

Rosen and Jerdee (1976)研究比較年輕人及老年人給企業主管的看法，發現在績效能力及發展潛力上，年輕員工相較於老年員工被認為有較高的評價。這些研究結果則可分別說明服務提供者性別與年齡的刻板印象。

(四)群內偏見

社會認知理論主張人們的群內自我評估部份來自於身為群體的成員身份，他們由於自身關係會對群內(in-group)給予有利的評估，而對群外(out-group)可能給予強烈的批評性語調，而產生群內偏見(Brewer, 1979)。運用這種群內偏見，由女性或男性來評估女性或男性服務提供者。此種同性別的偏愛，可以用另個構念“類似愛”(homophily)來解釋，即一對個體在屬性上如年齡、性別和社會地位的相似(Rogers and Bhowmik, 1971)，當給人們選擇時，人們傾向於偏愛與他們相像者進行互動(Brown and Reingen, 1987)。

在服務背景中，顧客所期望的可能是和同一性別的服務提供者作互動，顧客可能預期從相同性別的服務提供者得到較佳的服務，而和同性別者的互動會覺得舒適(Fischer, Gainer, and Bristor, 1997)。也就是說，男性/女性消費者可能對於男性/女性

的領隊較為喜愛，而對於年齡的群內偏見亦可類推。

(五)角色扮演

角色扮演的概念提出始於Mead (1962)對角色的分析其原義指個人在想像中扮演他人的角色，試圖把自己想像成他人，以他人的觀點來看待問題，理解他人的處境和感覺。Cardwell (1973)認為角色扮演是指一個人接受所在情境中適應角色而表現出來的外顯行為。由於角色涉及人類的行為模式，故角色所涵蓋的領域非常廣泛；Murray (1998)認為角色概念的本質是多層面的，包含宏觀面的社會、文化與微觀面的個人角色。就宏觀面而言，每個角色都由社會、團體或機構訂定了它的權力、責任與義務，構成每個角色扮演者所可得報酬或所需付出的代價(林清江, 1972)；就微觀面而言，角色是整體對個體居於社會職位上外顯行為表現的一連串期望(Biddle and Thomas, 1966; Robbins, 1996)。角色亦指些規範，用以定義特定的社會地位所適合的行為，說明團體中個體的功能與貢獻(Weber, 1995)。

角色相對於職位屬動態的行為層面，界定個體在各種社會情境中如何行為(Zanden, 1993)。故角色是在某種特定情境下表現的行為(Biddle, 1979)；角色會受情境的影響，某些角色只會出現在某些情境之下(Biddle & Thomas, 1966)。國內學者林清江(1971)亦認為角色是個人於其中，在不同的環境內，居於不同的地位，實踐不同的職責。角色是人(個體)根據不同內、外在環境(整體)的需要及規範，所應扮演的行為模式。

領隊在旅行業中的角色是屬於旅遊品質的執行者、監督者、與管理者等關鍵性地位，領隊具有演說家、教育家、旅遊家等某些特質，扮演著不同的角色(黃榮鵬, 1998)。這個角色在各個文獻中有不盡相同

的看法，有的稱之為責任，有的稱做工作，亦或是任務等。Cohen(1985) 之研究整理出領隊的角色扮演共為六大項，分述如下：

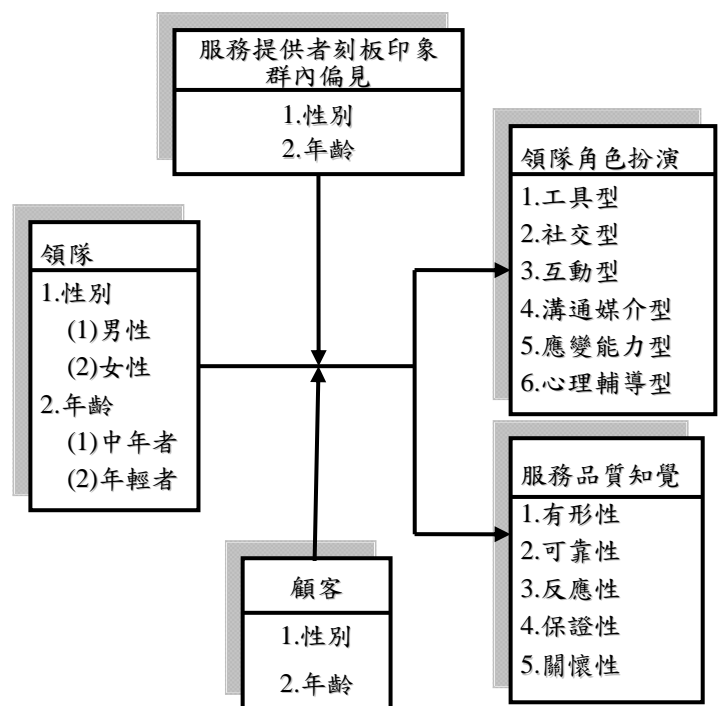
- 1.工具型(instrumental component)-領隊可以控制團體的行程順暢並引導團體進入一般人不易前往之旅遊場所。
- 2.社交型(social component)-具有領導角色的扮演，同時可以鼓舞與整合團員間的氣氛，增加團體內部的合協度與凝聚力，減少團於衝突。
- 3.互動型(interactional)-領隊是團體、當地社區、景點與相關機構的中間人。
- 4.溝通型(communicative)-領隊具備良好的解說能力並根據團員的興趣，正確的提供資訊給團員。
- 5.心理輔導型(psychological counseling)-旅程中領隊會聆聽旅客需要並主動關心旅客。
- 6.安全守護型(safe protection)-領隊具有較佳的體力與應變能力，可以協助並保護旅客旅程中之安全。

(六)服務品質評估模式

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985)發展出一個服務品質的觀念性模式(PZB 模式)，即藉由衡量消費者對服務的期望(E)，再衡量消費者對服務結果的知覺(P)，兩者間之差異即構成服務品質高低判斷的依據($SQ = P - E$)。而後，Parasuraman et al. (1988)進一步將服務品質加以擴展，發展出目前應用最廣的服務品質量表(service quality scale, SERVQUAL scale)，共有五個構面，二十二個問項。其後，Cronin and Taylor (1992)提出「SERVPERF (service performance)量表」模式來衡量服務品質，其認為從顧客對服務表現實際感受的態度，就可以衡量服務執行成果，不須和期望比較，即 $SQ = P$ 。

六、研究架構與假設

本研究旨在探討消費者對領隊性別、年齡的刻板印象，是否會影響其對領隊角色扮演與服務品質的知覺。研究架構如圖一所示，說明如下：



圖一 研究架構

(一)變數操作

- 1.獨立變數-分為控制組一組(無領隊照片)及實驗組，共有五組實驗組，各組之實驗刺激分別為：
 - (1)領隊性別：男性與女性。
 - (2)領隊年齡：年輕與中年。
- 2.依變數-為角色扮演之六大構面，包括工具型、社交型、互動型、溝通媒介型、安全守護型和心理輔導型；服務品質則包含有形性、可靠性、反應性、保證性與關懷性五大構面。
- 3.干擾變數-為服務提供者性別/年齡刻板印象、性別/年齡群內偏見及顧客性別/年齡。

本研究為求有效的操控各種變因，以

探討領隊性別、年齡對角色扮演與服務品質知覺的影響，因此本研究擬採用實驗室實驗法來進行研究。

有關領隊的性別刻板印象實驗方面，為防止外貌對性別刻板印象的影響，因此，此部份實驗將控制領隊的年齡與外貌，並設定為四十五歲、外貌中上的領隊；有關領隊的年齡刻板印象實驗方面，為防止外貌對年齡刻板印象的影響，此部份實驗將控制領隊的性別與外貌，並設定為男性、外貌中上的領隊。

在領隊的年齡刻板印象實驗方面，傳統觀念總認為年齡輕者通常體力較佳、個性較活潑、位階較低，且與業者訪談中亦顯示，許多人認為年輕者較中年者適合擔任領隊工作，此種先入為主的觀念即可定義為年齡刻板印象。在領隊年齡的變數上，本研究以25及45歲二年齡變數來探討年齡刻板印象。研究組別如下表一。

表一 領隊刻板印象實驗組設計

實驗組別	實驗刺激-領隊照片	
	領隊性別	領隊年齡
實驗組一	女	中年
實驗組二	男	中年
實驗組三	男	年輕

(一)性別刻板印象對領隊角色扮演

在過往研究中發現，性別差異之議題一直不斷的研究討論著(Freeman, 1997; Loscocco, 1990; Ndhlovu and Senguder, 2002)，而Ndhlovu and Senguder (2002)提及性別差異除服裝、休閒遊樂方式、家庭生活及社交活動有所差異外，工作表現亦有所不同。Maccoby and Jacklin (1974) 曾對1,500個以上有關男女差異的研究比較後，認為傳統刻板印象中的性別差異其實是沒有任何事實基礎的。他們認為研究中足以支持男女確有差異者有：女性比男性的語文能力(verbal ability)強，男性空間能

力(visual / spatial ability)強、數理能力(mathematical ability)、攻擊性(aggression)方面，均較女性為強。自Maccoby和Jacklin發表這個看法後，不少學者認為至少在以下幾個面向上，男女是有差異的：在活動力(activity level)方面，男孩比女孩活動力要強，特別是在與同儕相處時。在害怕、羞怯及冒險方面，女孩們在不確定的狀況下，通常比男孩們害怕、羞怯，也比男孩小心、較少冒險(Shaffer, 1996)。由此可推論女性領隊在溝通媒介型或許較男性領隊好，而在工具型和互動型中男性領隊或許會比較佳。除此，Loscocco (1990)認為員工性別差異對員工工作滿意度及組織承諾等工作反應會有所差異。而相關男女工作績效研究中，Fogarty (1996)於研究會計事務所員工表現上發現，員工性別與工作滿意度以及工作績效相關，而男性員工在整體工作績效高過於女性。另外，在管理角度之研究發現，女性於工作內部行銷有成功的表現(Freeman and Philips, 1988)。林倬立(2003)也曾進行質化研究探討領隊的性別差異，他指出男性領隊具有強健的體魄可以幫助團員。由過往研究可發現男性領隊與女性領隊在活動力、冒險心、工作表現上也可能給旅客不同之感受，再者，根據許多學者的研究(Fischer et al., 1997; Iacobucci and Ostrom, 1993; Lin, Chiu, and Hsieh, 2001; Mohr and Henson, 1996)，顧客性別的差異亦會影響其對相關服務之感受。

故本研究推論如下：

- H1-1a: 顧客對於不同性別的領隊在角色扮演之認知上有所差異。
- H1-2a: 顧客對領隊的角色扮演的知覺差異乃緣於對領隊的性別刻板印象。
- H1-3a: 顧客對領隊的角色扮演的知覺差異乃緣於對領隊的性別群內偏見。
- H1-4a: 顧客對於不同性別的領隊在角色扮演之認知上會因顧客性別的不同而

有所差異。

(二)性別刻板印象對領隊服務品質

根據Mohr and Henson (1996) 的研究指出，不同的服務接觸結果對員工滿意度的評估具有統計差異性，且當員工-工作一致性時，顧客的滿意度會高於員工-工作不一致性。而Fischer et al. (1997)針對速食餐廳的研究指出，認為女性為較佳服務員的男性受測者認為，在服務品質的可靠性、保證性及關懷性三構面上，女性為較佳之服務員，而在有形性及反應性上，男性服務員較佳；而認為女性為較佳服務員的女性受測者，在評量男性與女性服務員上，僅在可靠性構面上認為男性服務員高於女性服務員。Iacobucci and Ostrom (1993)探討性別差異對服務接觸時，核心面(例如：在良好之餐廳接受晚餐服務)與關係面(例如：友善之服務員)評估之影響指出，女性相較於男性，對於服務接觸時之關係面較為敏感，然而，男性則對於核心面較為敏感。Mohr and Henson (1996)與Fischer et al. (1997)均指出，顧客性別之差異會影響其對服務品質之知覺。Lin et al. (2001)探討服務提供者之人格特質與顧客服務品質知覺之相關性，結果發現顧客之性別亦會干擾二者之關係。Ndhlovu and Senguder (2002)之研究結果，則有異於傳統對性別差異之刻板印象。而領隊與旅行團團員之互動屬高度服務接觸之關係，顧客亦可能因先前的性別刻板印象而影響其對領隊服務品質的知覺，故本研究假設推論如下：

H1-1b：顧客對於不同性別的領隊在服務品質之認知上有所差異。

H1-2b：顧客對領隊服務品質的知覺差異乃緣於對領隊的性別刻板印象。

H1-3b：顧客對領隊服務品質的知覺差異乃緣於對領隊的性別群內偏見。

H1-4b：顧客對於不同性別的領隊在服務品質之認知上會因顧客性別的不同而有所差異。

(三)年齡刻板印象對領隊角色扮演及領隊服務品質

一般認為較老的工作者和年輕的工作者相比，創造力與生產力較低，且較易生病及發生意外(Rosen and Jerdee, 1976; Paul and Townsend, 1993)。因此，雖然法律禁止對性別、種族及年齡的歧視，然許多雇主仍會害怕雇請與正常情形不同的員工，如超過60歲的空服員，或女性的汽車技士等，因為害怕會引起顧客的負面反應。Rosen and Jerdee (1976b)研究與工作有關的年齡刻板印象，在比較企業主管對年輕及老年人的看法後發現：(1)在績效能力構面，年輕人相較於老年人較有生產力、效率、易受激勵及能在壓力下工作；(2)在發展潛力構面，年輕人被認為較有雄心、熱心及未來導向，同時對新想法之感覺較敏銳，對變革之抵抗亦較小；(3)在穩定性構面，老年員工被認為較年輕員工可靠、可信賴且誠實。Büsch and Königstein (2001)認為年齡是招募工作的重要因素。在不同招募項目中，老闆對應徵者項目的需求不同。例如：年長者在組織能力、細心、信任度、溝通能力和說服力都較佳；而年輕者在生產技術的知識、電腦技術、學習能力、機靈性和機動性都較佳。由此可推之在工具型、社交型、互動型溝通媒介型與心理輔導型，中年領隊的角色扮演較佳；年輕領隊在安全守護型上因為體力較佳且反應力較好所以有較佳的表現。故本研究假設推論如下：

H2-1a:顧客對於不同年齡的領隊在角色扮演之認知上有所差異。

H2-2a:顧客對領隊的角色扮演的知覺差異乃緣於對領隊的年齡刻板印象。

H2-3a:顧客對領隊的角色扮演的知覺差異乃緣於對領隊的年齡群內偏見。

H2-4a:顧客對於不同年齡的領隊在角色扮演之認知上會因顧客年齡的不同而有所差異。

H2-1b：顧客對於不同年齡的領隊在服務品質之認知上有所差異。

H2-2b：顧客對領隊服務品質的知覺差異乃緣於對領隊年齡的刻板印象。

H2-3b：顧客對領隊服務品質的知覺差異乃緣於對領隊年齡的群內偏見。

H2-4b：顧客對於不同年齡的領隊在服務品質之認知上會因顧客年齡的不同而有所差異。

七、問卷設計與資料收集方法

領隊的性別與年齡是存在的事實，然外貌卻牽涉到主觀的認定，因此在外貌的認定上，本研究擬參照相似之研究(Wang, Hsieh, and Chen, 2002)，先隨機挑選25歲左右之男性領隊及45歲男性與女性領隊各九位，以數位相機拍照，並採便利抽樣方式，挑選100位受測者對各組領隊照片進行分組之評選。評選之進行擬請受測者依照片整體外貌好看與否，進行分數評比(分別給與1-9分)，其後由研究人員將每一張照片所獲得分數分別加總平均，最後選取合適之照片做為實驗設計照片所用。此外，為測試受測學生對於選取照片之一致性，進行和諧係數(Kendall' s W)的一致性檢定，以確保每位受測者對照片美醜觀點之一致性。

問卷設計卷分為兩份(領隊性別刻板印象與領隊年齡刻板印象)，各包含兩部份。

在領隊性別刻板印象問卷的第一部分為6題的領隊角色扮演類型。根據Cohen (1985)針對領隊角色扮演的描述設計，經三位熟知GPT之專家作詞語上的修改，得出領隊角色扮演的正式問卷。本部份問卷採用封閉式問項：「您對於這位領隊表現感到...」，以7點Likert-type尺度為問卷方式(非常差、差、有點差、普通、有點好、非常好)。

第二部分為受訪者基本資料及對領隊

刻板印象評估。參照Fischer 等學者(1997)對服務提供者性別刻板印象之檢測，共設計性別題項：「您認為帶團的領隊比較適合哪種性別的人來擔任？」回答男性或女性者為有領隊性別刻板印象者，回答皆可者為無領隊性別刻板印象者。

在領隊年齡刻板印象問卷的第一部分為領隊服務品質知覺評估。依照服務品質之五構面，參照Mohr and Henson (1996)之研究，各設計好的與不好的服務接觸結果之服務品質劇情各一套，共有十套劇情。題項為「您對於這位領隊服務的服務品質感到」及「您對於參加此次旅遊的整體服務品質感到...」，答題從「非常差」到「非常好」共七點尺度

第二部分為受訪者基本資料及對領隊刻板印象的評估。參照Fischer 等學者(1997)對服務提供者性別刻板印象之檢測，共設計年齡題項：「您認為領隊由那種年齡的人來擔任比較適合？」若受訪者回答年輕者或中年者為有領隊年齡刻板印象者，回答皆可者為無領隊年齡刻板印象者。

調查對象為過去曾參加過海外GPT旅遊團體的消費者。根據實驗組別分為性別刻板印象對領隊角色扮演/服務品質，及年齡刻板印象對領隊角色扮演/服務品質兩部份，分別收集各600份(總計約1200份)的調查資料。

在實驗開始前，由研究者首先告知其乃參與一項領隊的調查研究，研究參與乃志願性的，受測者會被隨機指派參與實驗的組別，並請受測者想像自己是旅客，在看完敘述與照片後，依其實際的直覺與感受填答問卷。

八、資料分析與結果

(一)性別刻板印象與領隊角色扮演

1.受測者與劇情之分析

本研究使用便利性抽樣法，在 391 位受測者的領隊性別刻板印象中，沒有

性別刻板印象者佔了 62.4%(男性 57.0%，女性 43.0%)。具有性別刻板印象者則佔了 37.6%，其中相信男性適合當領隊佔了 55.8%(男性 54.9%，女性 45.1%)，與相信女性適合當領隊佔了 44.2%(男性 66.2%，女性 33.8%)。最後，受測者認為劇情是稍微真實，以及角色扮演是容易的。在七點尺度上，真實性的平均分數為 4.90 (7=非常真實)，以及角色扮演的平均分數為 5.04 (7=非常容易)。領隊角色扮演量表的內在一致性為 0.9098(長程劇情為 0.8971，短程劇情為 0.9220)。

2. 領隊性別對領隊角色扮演知覺的影響

採用二因子多變量變異數分析將劇情的類型(長程、短程)與領隊性別當作自變數，受測者角色扮演知覺六個類型則做為依變數。劇情的類型與領隊性別之間並無顯著的交互作用， $F(1, 382) = 1.587$ ， $Wilk' s \lambda = 0.976$ ， $p > 0.05$ 。

H1-1a 是檢驗受測者從不同性別領隊所知覺到的領隊角色扮演知覺有所差異。採用單變量變異數分析(Univariate ANOVAs)檢驗領隊性別的主要效果，結果呈現在表 1。無論是在長程劇情或短程劇情的條件下，受測者在角色扮演的六個類型，對女性領隊的評分皆高於男性領隊，意即受測者較偏好女性領隊的服務。然而，長程劇情之下，在受測者心中，男女領隊只有在心理輔導型上有顯著差異；在短程劇情中，在受測者心中，男女領隊則工具型與社交型上有顯著的差異。

3. 領隊性別刻板印象對領隊角色扮演知覺的影響

假設 1-2a 是預測受測者對不同性別領隊的角色扮演知覺會受到性別刻板

印象的影響。假設採用二因子(領隊性別×性別刻板印象)多變量變異數分析進行驗證。無論在長程或短程劇情的條件之下，二因子之間皆無顯著的交互作用，因此，假設 1-2a 並未成立，意味著在兩種劇情的條件下，性別刻板印象不會影響受測者從不同性別之領隊所知覺到的角色扮演知覺。

表 1 領隊性別對領隊角色扮演的影響

角色扮演構面	長程劇情的平均分數		
	女性領隊 n = 98	男性領隊 n = 97	F
工具型	5.93(0.98)	5.86(1.03)	0.257
社交型	5.99(0.92)	5.97(0.94)	0.024
互動型	6.04(0.80)	5.94(1.02)	0.614
溝通型	6.04(0.86)	5.93(0.94)	0.768
應變能力型	6.03(1.07)	5.99(1.07)	0.072
心理輔導型	6.45(0.64)	6.23(0.80)	4.587*
角色扮演構面	短程劇情的平均分數		
	女性領隊 n = 99	男性領隊 n = 97	F
工具型	5.94(0.93)	5.65(0.98)	4.495*
社交型	6.19(0.97)	5.93(0.89)	3.949*
互動型	6.12(0.85)	5.97(0.91)	1.472
溝通型	6.10(0.90)	5.99(0.95)	0.710
應變能力型	6.14(1.06)	6.12(0.96)	0.015
心理輔導型	6.36(0.85)	6.34(0.86)	0.037

*F value significant at $p < 0.05$; **F value significant at $p < 0.01$.

4. 性別群內偏見對領隊角色扮演知覺的影響

假設 1-3a 是預測受測者對不同性別領隊的角色扮演知覺會受到性別群內偏見的影响。排除具有刻板印象的受測者之後，假設也採用二因子(領隊性別×性別群內偏見)多變量變異數分析進行驗證。無論在長程或短程劇情的條件之下，二因子之間皆無顯著的交互作用，因此，假設 1-3a 並未成立，意味著在兩種劇情的條件下，性別群內偏見不會影響受測者從不同性別之領隊所知覺到的角色扮演知覺。

5. 受測者性別對領隊角色扮演知覺的影響

假設 1-4a 是預測受測者對不同性別領隊的角色扮演知覺會受到受測者本身性別的影響。假設採用二因子(領隊性別×受測者性別)多變量變異數分析進行驗證。無論在長程或短程劇情的條件之下,二因子之間並無顯著的交互作用。因此,假設 1-4a 不成立,意味著受測者性別不會影響受測者從不同性別領隊的角色扮演知覺。

然而比較長短程劇情條件的六種角色扮演類型,除了長程劇情條件下的工具型、社交型、短程劇情條件下的應變能力型之外,男性受測者評分女性領隊都高於男性領隊;而除了長程劇情條件下的應變能力型、短程劇情條件下的心理輔導型之外,女性受測者評分女性領隊也都高於男性領隊(表 2)。

表 2 受測者性別對領隊角色扮演知覺的影響

角色扮演構面	長程劇情的平均分數			
	女性受訪者		男性受訪者	
	女性領隊 n=49	男性領隊 n=49	女性領隊 n=49	男性領隊 n=48
工具型	6.08(0.95)	5.76(1.01)	5.78(0.98)	5.96(1.05)
社交型	6.00(1.02)	5.84(0.96)	5.98(0.83)	6.10(0.90)
互動型	6.10(0.80)	6.00(0.94)	5.98(0.80)	5.87(1.10)
溝通型	6.04(0.91)	5.96(0.93)	6.04(0.82)	5.90(0.95)
應變能力型	6.06(1.05)	6.14(0.87)	6.00(1.10)	5.88(1.25)
心理輔導型	6.49(0.68)	6.24(0.78)	6.41(0.61)	6.21(0.82)
角色扮演構面	短程劇情的平均分數			
	女性受訪者		男性受訪者	
	女性領隊 n=49	男性領隊 n=49	女性領隊 n=49	男性領隊 n=48
工具型	5.90(0.97)	5.74(0.99)	5.98(0.90)	5.55(0.97)
社交型	6.18(0.96)	5.96(0.88)	6.20(0.98)	5.89(0.91)
互動型	6.14(0.90)	6.12(0.75)	6.10(0.80)	5.81(1.04)
溝通型	6.12(0.94)	6.12(0.85)	6.08(0.86)	5.85(1.04)
應變能力型	6.16(1.09)	6.12(0.92)	6.12(1.03)	6.13(1.01)
心理輔導型	6.40(0.86)	6.46(0.76)	6.33(0.85)	6.21(0.93)

(二)年齡刻板印象與領隊角色扮演

1.領隊年齡對服務品質知覺的影響

採用二因子多變量變異數分析將劇

情的類型與領隊年齡當作自變數,受測者知覺角色扮演六個類型則做為依變數。劇情的類型與領隊年齡之間並無顯著的交互作用 ($F(1, 380) = 1.705$, $Wilk' s \lambda = 0.974$, $p > 0.05$)。雖然交互作用並無顯著性效果,然而結果顯示無論在長程或短程劇情條件下,中年領隊的評分高於年輕領隊,為了瞭解在長程與短程劇情的條件之下,受測者反應的差異,以下將會把長程與短程劇情的結果分開探討。

假設 2-1a 檢驗受測者從不同年齡領隊所知覺到的領隊角色扮演知覺有所差異。採用單變量變異數分析檢驗領隊年齡的主要效果,結果將呈現在表 3。長程劇情條件下,受測者在角色扮演知覺六類型中的工具型、社交型、互動型與心理輔導型,對中年領隊的評分高於年輕領隊,但只有工具型具顯著差異。在短程劇情條件下,受測者在角色扮演知覺六類型中,對中年領隊的評分皆高於年輕領隊,意即受測者較偏好中年領隊的服務,但只有互動型具顯著差異。

表 3 領隊年紀對領隊角色扮演的影響

角色扮演構面	長程劇情的平均分數		
	中年領隊 n = 97	年輕領隊 n = 96	F
工具型	5.86(1.03)	5.54(1.13)	4.060*
社交型	5.97(0.94)	5.89(1.01)	0.353
互動型	5.94(1.02)	5.83(0.96)	0.541
溝通型	5.93(0.94)	5.94(0.98)	0.005
應變能力	6.01(1.08)	6.09(0.90)	0.343
心理輔導型	6.23(0.80)	6.21(0.81)	0.026
角色扮演構面	短程劇情的平均分數		
	中年領隊 n = 97	年輕領隊 n = 99	F
工具型	5.65(0.98)	5.60(1.01)	0.142
社交型	5.93(0.89)	5.83(0.94)	0.579
互動型	5.97(0.91)	5.69(1.03)	4.155*
溝通型	5.99(0.95)	5.96(0.96)	0.049
應變能力	6.12(0.96)	6.03(1.07)	0.412
心理輔導型	6.34(0.85)	6.33(0.85)	0.003

*F value significant at $p < 0.05$; **F value significant at $p < 0.01$.

2. 年齡刻板印象對服務品質知覺的影響

假設 2-2a 是預測受測者對不同年齡領隊的服務品質會受到年齡刻板印象的影響。假設採用二因子(領隊年齡×年齡刻板印象)多變量變異數分析進行驗證。在長程劇情條件下，整體模式並無顯著的交互作用，但在領隊角色扮演六類型之中，具有中年領隊刻板印象的受訪者在領隊角色扮演知覺六類型之中的互動型($F(1, 148) = 4.036, p < 0.05$)與心理輔導型($F(1, 148) = 4.882, p < 0.05$)有顯著的交互作用。在短程劇情條件下，整體模式亦無顯著交互作用，在領隊角色扮演六類型之中，具有年輕領隊刻板印象的受訪者在領隊角色扮演知覺六類型之中的互動型($F(1, 122) = 4.413, p < 0.05$)與心理輔導型($F(1, 148) = 3.401, p < 0.05$)之中有顯著的交互作用。由上可知假設 2a 部份成立，意味著無論在長程劇情條件下，年齡刻板印象會影響受測者對不同年齡領隊的角色扮演知覺。

3. 年齡群內偏見對服務品質知覺的影響

假設 2-3a 是預測受測者對不同年齡領隊的角色扮演知覺會受到年齡群內偏見的影响。排除具有刻板印象的受測者之後，採用二因子(領隊年齡×年齡群內偏見)多變量變異數分析進行驗證。在長程劇情條件下，整體模式並無顯著的交互作用($F(1, 76) = 0.943, \text{Wilk}' s \lambda = 0.926, p > 0.05$)。同樣地，在短程劇情條件下，整體模式並無顯著的交互作用($F(1, 86) = 1.041, \text{Wilk}' s \lambda = 0.934, p > 0.05$)，但是在領隊角色扮演六類型之中社交型($F(1, 91) = 4.751, p < 0.05$)及應變能力型($F(1, 91) = 4.269, p < 0.05$)卻存在顯著的交互作用。因此，假設 1-3a 部份成立，意即，在短程劇情條件之下，年齡群內偏見會

影響受測者對不同年齡領隊的角色扮演知覺。

4. 受測者年齡對服務品質知覺的影響

假設 2-4a 是預測受測者對不同年齡領隊的角色扮演知覺會受到受測者本身年齡的影響。採用二因子(領隊年齡×受測者年齡)多變量變異數分析進行驗證。無論在長程或短程劇情的條件之下，二因子之間皆無顯著的交互作用。但在短程劇情條件之下，領隊角色扮演六類型之中的工具型($F(1, 192) = 5.016, p < 0.05$)、互動型($F(1, 192) = 5.273, p < 0.05$)、溝通型($F(1, 192) = 10.714, p < 0.05$)及應變能力型($F(1, 192) = 4.461, p < 0.05$)呈現顯著的交互作用。因此，假設 1-4a 部份成立，意味著受測者年齡會影響受測者從不同年齡領隊的角色扮演知覺。

比較長短程劇情條件的六種角色扮演類型，無論長、短程劇情條件，年長受測者給予中年領隊的評分都高於年輕領隊；但是除了長程劇情條件下的工具型之外，年輕受測者評分年輕領隊都高於中年領隊(表 4)。

表 4 受測者性別對領隊角色扮演知覺的影響

角色扮演 構面	長程劇情的平均分數			
	中年受訪者		年輕受訪者	
	中年領隊 n=49	年輕領隊 n=49	中年領隊 n=49	年輕領隊 n=48
工具型	6.17(0.90)	5.65(1.15)	5.57(1.06)	5.45(1.12)
社交型	6.15(0.92)	5.88(1.03)	5.80(0.94)	5.89(1.01)
互動型	6.17(0.93)	5.86(0.89)	5.73(1.06)	5.81(1.02)
溝通型	6.02(0.95)	5.93(1.03)	5.84(0.92)	5.94(0.95)
應變能力型	6.17(1.02)	6.02(0.94)	5.86(1.11)	6.15(0.86)
心理輔導型	6.33(0.76)	6.16(0.92)	6.14(0.83)	6.25(0.70)
角色扮演 構面	短程劇情的平均分數			
	中年受訪者		年輕受訪者	
	中年領隊 n=49	年輕領隊 n=49	中年領隊 n=49	年輕領隊 n=48
工具型	6.00(0.86)	5.63(0.95)	5.32(0.98)	5.57(1.06)
社交型	6.28(0.65)	5.93(0.88)	5.60(0.97)	5.75(0.98)
互動型	6.34(0.73)	5.74(1.05)	5.62(0.92)	5.64(1.02)
溝通型	6.43(0.58)	5.95(0.82)	5.58(1.05)	5.96(1.06)
應變能力型	6.51(0.66)	6.12(1.03)	5.76(1.06)	5.96(1.11)
心理輔導型	6.66(0.52)	6.44(0.77)	6.04(1.01)	6.25(0.90)

(三)性別刻板印象與領隊服務品質知覺

1.受測者與劇情之分析

本研究使用便利性抽樣法，雖然有些研究者建議使用隨機的方式作為實驗法的抽樣，將可避免產生外部的影響。因此，本研究將使用卡方檢定 (Chi-squared test) 分析實驗組間受測者特性之同質性，以期解決外部影響的問題。結果顯示這些實驗組間受測者特性，無論在性別、年齡、職業與婚姻狀況上的同質性程度是非常高($p > 0.05$)。

關於 364 位受測者的領隊性別刻板印象，沒有性別刻板印象者佔了 62.6% (男性 50.7%，女性 49.3%)。具有性別刻板印象者則佔了 37.4%，其中相信男性適合當領隊 (男性 60.3%，女性 39.7%)，與相信女性適合當領隊 (男性 41.2%，女性 58.8%) 的受測者各佔一半。

服務品質量表的內在一致性為 0.966 (正面服務品質為 0.819，負面服務品質為 0.796)。一因子多變量變異數分析被用來檢驗知覺服務品質在劇情上的差異。正面服務品質劇情與負面服務品質劇情之間確存在顯著性的差異 ($F(1, 362) = 87.1$, Wilk's lambda = 0.097, $p < 0.001$)。此結果意味這些經過處理的劇情設計是有效的。除此之外，當負面服務品質情境變成正面服務品質情境時，受測者也反應出正向的提昇，例如保證性 (4.24)、反應性 (4.23)、可靠性 (4.08)、關懷性 (4.03) 以及有形性 (2.16)。此結果說明保證性與反應性似乎是受訪者認為在服務品質五構面之中最為重要。

2. 領隊性別對服務品質知覺的影響

假設 1-1b 是預測受測者從女性領隊那所知覺到的服務品質將優於所對應的男

性領隊。二因子多變量變異數分析被使用來檢定假設，將劇情的類型與領隊性別當作自變數，受測者知覺服務品質五構面則做為依變數。劇情的類型與領隊性別之間並無顯著的交互作用， $F(1, 360) = 1.01$, Wilk's lambda = 0.986, $P > 0.05$ ；領隊性別也無顯著性的效果， $F(1, 362) = 1.01$, Wilk's lambda = 0.508, $p > 0.05$ ；然而劇情的類型則是有顯著性的效果， $F(1, 362) = 657$, Wilk's lambda = 0.098, $p < 0.001$ 。雖然交互作用並無顯著性效果，然而結果顯示在正面服務品質條件下，女性領隊有明顯地傾向被高度評分，反之，在負面服務品質條件下，男性領隊與女性領隊之間則無明顯的差別。交互作用也許會被劇情的效果所遮掩。因此，為了瞭解在正面與負面服務品質條件之下，受測者的回應，額外的分析將被完成。

單變量變異數分析 (Univariate ANOVAs) 將被用來檢驗領隊性別的主要效果。正面服務品質條件下，受測者在服務品質五構面中的反應性、保證性與關懷性，對女性領隊的評分將高於男性領隊。因此，假設 1-1b 將成立。也就是說，在正面服務品質之下，受測者偏好女性領隊的接待在服務品質的反應性、保證性與關懷性。另一方面，負面服務品質條件下，表 1 的結果顯示女性與男性領隊之間並沒有任何統計上的差異。因此，假設 1-1b 不成立。

表 5 領隊性別對服務品質知覺的影響

構面	正面服務品質的平均分數			負面服務品質的平均分數		
	女性領隊 n = 88	男性領隊 n = 91	F	女性領隊 n = 92	男性領隊 n = 93	F
有形性	5.38 (0.94)	5.28 (0.95)	0.50	3.18 (1.21)	3.14 (1.45)	0.05
可靠性	6.10 (0.70)	5.98 (0.81)	0.99	1.99 (1.07)	1.92 (1.06)	0.20
反	6.22	5.95	5.80	1.86	1.85	0.00

應性	(0.75)	(0.78)	*	(0.87)	(0.99)	
保證性	6.33 (0.75)	6.10 (0.81)	3.90 *	1.95 (0.88)	1.98 (0.89)	0.08
關懷性	6.40 (0.77)	6.16 (0.73)	4.20 *	2.20 (0.99)	2.28 (0.95)	0.34

*F value significant at $p < 0.05$; **F value significant at $p < 0.01$.

3. 性別刻板印象對服務品質知覺的影響

假設 1-2b 是預測受測者對不同性別領隊的服務品質會受到性別刻板印象的影響。假設將採用二因子（領隊性別×性別刻板印象）多變量變異數分析進行驗證。該假設將分別探討「女性領隊較佳」之性別刻板印象與「男性領隊較佳」之性別刻板印象對服務品質知覺的影響。正面服務品質條件下，領隊性別×女性領隊較佳之性別刻板印象之間在有形性構面中有顯著的交互作用， $F(1, 139) = 8.994, p < 0.01$ 。進一步分析可以得知，有形性構面 ($F(1, 34) = 5.50, p < 0.05$) 之中，具有女性領隊較佳之刻板印象的受測者從女性領隊那所知覺到的服務品質將顯著高於無刻板印象者。另外在男性領隊較佳之性別刻板印象×領隊性別之間並無顯著的交互作用， $F(1, 139) = 2.264, \text{Wilk}'s \lambda = 0.923, p > 0.05$ 。因此，假設 1-2b1 部份成立，意味著在正面服務品質條件下，具有女性領隊較佳之性別刻板印象是會影響受測者從男性或女性領隊那所知覺到的有形性。

負面服務品質條件下，領隊性別×女性領隊較佳之性別刻板印象之間並無顯著的交互作用， $F(1, 149) = 0.985, \text{Wilk}'s \lambda = 0.967, P > 0.05$ 。另外由男性領隊較佳之性別刻板印象×領隊性別之間在可靠性構面有顯著的交互作用， $F(1, 149) = 6.351, p < 0.05$ 。該結果將部份支持假設 1-2b2 成立，也就是說負面服務品質條件下，具有男性領隊較佳之性別刻板印象是會影響受測者從男性或女性領隊那所知覺

到的可靠性。

4. 性別群內偏見對服務品質知覺的影響

假設 1-3b 是預測受測者對不同性別領隊的服務品質會受到性別群內偏見的影響。排除具有刻板印象的受測者之後，假設也將採用二因子（領隊性別×性別群內偏見）多變量變異數分析進行驗證。正面服務品質條件下，二因子之間並無顯著的交互作用， $F(1, 103) = 0.954, \text{Wilk}'s \lambda = 0.954, p > 0.05$ 。因此，假設 1-3b1 不成立，意味著在正面服務品質條件下，性別群內偏見並不會影響受測者從男性或女性領隊那所知覺到的服務品質。

負面服務品質條件下，從二因子之間在服務品質可靠性構上，有顯著的交互作用， $F(1, 117) = 4.10, p < 0.05$ 。此結果則部份支持假設 1-3b2 的成立。也就是說，在負面服務品質條件下，受測者從男性或女性領隊那所知覺到的可靠性構面，會受到性別群內偏見的影響。

5. 受測者性別對服務品質知覺的影響

假設 1-4b 是預測受測者對不同性別領隊的服務品質會受到受測者本身性別的影響。假設將採用二因子（領隊性別×受測者性別）多變量變異數分析進行驗證。正面服務品質條件下，二因子之間並無顯著的交互作用， $F(1, 175) = 1.42, \text{Wilk}'s \lambda = 0.96, p > 0.05$ 。同樣地，負面服務品質條件下，二因子之間並無顯著的交互作用， $F(1, 181) = 2.25, \text{Wilk}'s \lambda = 0.94, p > 0.05$ 。然而比較正面服務品質條件下的關懷性構面以及負面服務品質下的可靠性構面，男性受測者評分女性領隊都顯著高於男性領隊。因此，假設 1-4b 均不成立，意味著受測者性別並不會影響受測者從男性或女性領隊那所知覺到的服務品質。

(四)年齡刻板印象與領隊服務品質知覺

1. 受測者與劇情之分析

本研究使用便利性抽樣法，雖然有些研究者建議使用隨機的方式作為實驗法的抽樣，將可避免產生外部的影響。因此，本研究將使用卡方檢定 (Chi-squared test) 分析實驗組間受測者特性之同質性，以期解決外部影響的問題。結果顯示這些實驗組間受測者特性，無論在性別、年齡、職業與婚姻狀況上的同質性程度是非常高($p > 0.05$)。

關於 363 位受測者的領隊年齡刻板印象，沒有年齡刻板印象者佔了 46.8% (男性 41.8%，女性 58.2%)。具有年齡刻板印象者則佔了 53.2%，其中相信年輕者適合當領隊 (男性 46.7%，女性 53.3%) 佔了 40%，相信中年者適合當領隊 (男性 49.6%，女性 50.4%) 則佔了 60%。

服務品質量表的內在一致性為 0.964 (正面服務品質為 0.875，負面服務品質為 0.967)。一因子多變量變異數分析被用來檢驗知覺服務品質在劇情上的差異。正面服務品質劇情與負面服務品質劇情之間的確存在顯著性的差異 ($F(1, 361) = 475$, Wilk's lambda = 0.13, $p < 0.001$)。此結果意味這些經過處理的劇情設計是有效的。除此之外，當負面服務品質情境變成正面服務品質情境時，受測者也反應出正向的提昇，例如保證性 (4.02)、反應性 (3.92)、可靠性 (3.88)、關懷性 (3.84) 以及有形性 (1.98)。此結果說明保證性似乎是受測者認為在服務品質五構面之中最為重要。

2. 領隊年齡對服務品質知覺的影響

假設 2-1b 是預測受測者從領隊那所知覺到的服務品質將優於所對應的男性領隊。二因子多變量變異數分析被使用來檢

定假設，將劇情的類型與領隊年齡當作自變數，受測者知覺服務品質五構面則做為依變數。劇情的類型與領隊年齡之間並無顯著的交互作用， $F(1, 359) = 0.715$, Wilk's lambda = 0.99, $p > 0.05$ ；領隊性別也無顯著性的效果， $F(1, 361) = 1.16$, Wilk's lambda = 0.984, $p > 0.05$ ；然而劇情的類型則是有顯著性的效果， $F(1, 361) = 474$, Wilk's lambda = 0.13, $p < 0.001$ 。雖然交互作用並無顯著性效果，然而結果顯示在正面服務品質條件下，中年領隊有明顯地傾向被高度評分。相反地，在負面服務品質條件下，年輕領隊與中年領隊之間則無明顯的差別。交互作用也許會被劇情的效果所遮掩。因此，為了瞭解在正面與負面服務品質條件之下的受測者回應，額外的分析將被完成。

單變量變異數分析將被用來檢驗領隊年齡的主要效果。正面服務品質條件下，受測者在服務品質五構面中的可靠性與反應性，對中年領隊的評分將高於年輕領隊。因此假設 2-1b1 將部份成立，這也就是說，在正面服務品質之下，受測者偏好中年領隊的接待在服務品質的可靠性與反應性。另一方面，負面服務品質條件下，表 6 的結果顯示年輕與中年領隊之間並沒有任何統計上的差異。因此，假設 2-1b2 不成立。

表 6 領隊年紀對服務品質知覺的影響

構面	正面服務品質的平均分數			負面服務品質的平均分數		
	年輕領隊 n = 89	中年領隊 n = 91	F	年輕領隊 n = 90	中年領隊 n = 93	F
有形性	5.00 (1.12)	5.28 (0.95)	3.30	3.16 (1.17)	3.17 (1.48)	0.00
可靠性	5.65 (1.08)	5.98 (0.81)	5.45*	1.89 (0.89)	1.97 (1.16)	0.26
反應性	5.67 (0.99)	5.95 (0.78)	4.36*	1.88 (0.97)	1.89 (1.06)	0.00
保證	6.03 (0.90)	6.10 (0.81)	0.31	2.06 (0.94)	2.01 (0.94)	0.12

性						
關懷性	6.10 (1.01)	6.16 (0.73)	0.20	2.24 (0.93)	2.33 (1.05)	0.41

*F value significant at $p < 0.05$; **F value significant at $p < 0.01$.

3. 年齡刻板印象對服務品質知覺的影響

假設 2-2b 是預測受測者對不同年齡領隊的服務品質會受到年齡刻板印象的影響。假設將採用二因子(領隊年齡 \times 年齡刻板印象)多變量變異數分析進行驗證。該假設將分別探討「年輕領隊較佳」之年齡刻板印象與「中年領隊較佳」之年齡刻板印象對服務品質知覺的影響。正面服務品質條件下,年輕領隊較佳之年齡刻板印象 \times 領隊性別之間並無顯著的交互作用, $F(1, 114) = 1.27$, Wilk' s lambda = 0.945, $p > 0.05$ 。同樣地, 中年領隊較佳之年齡刻板印象 \times 領隊性別之間並無顯著的交互作用, $F(1, 137) = 0.57$, Wilk' s lambda = 0.979, $p > 0.05$ 。因此, 假設 2-2b1 不成立, 說明正面服務品質條件下, 年齡刻板印象並不會影響受測者從年輕或中年領隊那所知覺到的服務品質。

負面服務品質條件下, 領隊年齡 \times 年輕領隊較佳之刻板印象之間在反應性 ($F(1, 126) = 5.05$, $P < 0.05$)、保證性 ($F(1, 126) = 5.84$, $P < 0.05$) 以及關懷性 ($F(1, 126) = 5.09$, $P < 0.05$) 構面中有顯著的交互作用。進一步分析可以得知, 反應性構面 ($F(1, 37) = 4.56$, $P < 0.05$) 與保證性構面 ($F(1, 37) = 5.75$, $p < 0.05$) 之中, 具有年輕領隊較佳之刻板印象的受測者從年輕領隊那所知覺到的服務品質將顯著高於無刻板印象者。另外在領隊年齡 \times 中年領隊較佳之刻板印象之間在可靠性構面上有顯著的交互作用, $F(1, 140) = 4.07$, $p < 0.05$ 。因此, 假設 2-2b2 部份成立, 說明負面服務品質條件下, 年齡刻板印象是會影響受測者從年輕或中年領隊那所知覺到的反應性、保證性、關懷性、以及可靠性構面。

4. 年齡群內偏見對服務品質知覺的影響

假設 2-3b 是預測受測者對不同年齡領隊的服務品質會受到年齡群內偏見的影響。排除具有刻板印象的受測者之後, 假設也將採用二因子(領隊年齡 \times 年齡群內偏見)多變量變異數分析進行驗證。正面服務品質條件下, 領隊年齡與年齡群內偏見之間在可靠性 ($F(1, 75) = 4.61$, $p < 0.05$) 構面中有顯著的交互作用, 如進一步分析可以得知, 在非群內組中, 受測者從中年領隊那所知覺到的可靠性構面將顯著高於年輕領隊。因此假設 2-3b1 部份成立, 也就是說正面服務品質條件下, 年齡群內偏見是會影響受測者從年輕或中年領隊那所知覺到的可靠性構面。

負面服務品質條件下, 領隊年齡 \times 年齡群內偏見之間在反應性 ($F(1, 87) = 11.53$, $P < 0.01$) 與保證性 ($F(1, 87) = 5.60$, $p < 0.05$) 構面中有顯著的交互作用, 如進一步分析可以得知, 在群內組中, 受測者從中年領隊那所知覺到的反應性將顯著高於年輕領隊。在非群內組中, 受測者從年輕領隊那所知覺到的反應性將顯著高於中年領隊。因此假設 2-3b2 部份成立, 也就是負面服務品質條件下, 年齡群內偏見是會影響受測者從年輕或中年領隊那所知覺到的反應性與保證性構面。

5. 受測者年齡對服務品質知覺的影響

假設 2-4b 是預測受測者對不同年齡領隊的服務品質會受到受測者本身年齡的影響。假設將採用二因子(領隊年齡 \times 受測者年齡)多變量變異數分析進行驗證。

正面服務品質條件下, 二因子之間並無顯著的交互作用, $F(1, 176) = 1.35$, Wilk' s lambda = 0.962, $p > 0.05$ 。同樣地, 負面服務品質條件下, 二因子之間並亦無顯著的交互作用, $F(1, 179) = 0.356$, Wilk' s

$\lambda = 0.99, p > 0.05$ 。因此，假設 2-4b 皆不成立，意味著在正面服務品質條件或負面服務品質條件下，受測者年齡並不會影響受測者從年輕或中年領隊那所知覺到的服務品質。

九、結果討論

本研究主要在探究性別/年齡刻板印象是否會影響顧客對領隊角色扮演與服務品質的知覺，並進一步釐清服務提供者性別/年齡刻板印象、性別/年齡群內偏見及顧客的性別/年齡對領隊角色扮演與服務品質知覺之可能影響。根據研究結果提出討論如下：

(一)性別刻板印象對領隊角色扮演之影響

研究結果顯示女性領隊得到的角色扮演評分普遍高於男性領隊，表示大部份受測者認為女性領隊將此六類型的領隊角色特性發揮得較好，尤其是在工具型、社交型(短程)與心理輔導型(長程)方面。

在性別刻板印象與群內偏見方面，則未呈現出交互作用的影響，推測在性別意識日趨平衡的現今社會之下，消費者對領隊性別已經不若以往那麼重視，顯見只要能完成領隊應盡的責任，無論是男領隊或女領隊，消費者都能給予良好評價。

而不同性別的受測者對領隊角色扮演知覺，在工具型、社交型(長程)、應變能力型(短程)部分，男性受測者給女性領隊的評分較高，而在應變能力型(長程)、心理輔導型(短程)，女性受測者亦給女性領隊較高評分，表示領隊這種需要面面俱到，注意眾多細節的行業，在消費者心中仍是以女性為優先考量。然而在實務操作上，男領隊卻較常被旅行社優先考慮帶團，這一點值得旅行業者深思。

(二)年齡刻板印象對領隊角色扮演之影響

研究結果顯示中年領隊得到的角色扮演評分普遍高於年輕領隊，表示大部份受

測者認為中年領隊此六類型的領隊角色特性發揮得較好，尤其是在工具型(長程)與互動型(短程)方面。

在年齡刻板印象方面，偏好由中年領隊帶團的受測者認為中年領隊在互動型與心理輔導型(長程)有較好的發揮，顯見在這兩種領隊角色特性上，受測者認為中年領隊擁有較長的帶團經驗，對團員有較良好的保障。

而在群內偏見方面，當在進行短程的旅遊行程時，受測者認為在社交型與應變能力型(短程)，可以從跟自己年齡相仿的領隊身上獲得較好的服務，顯見在此兩類的角色扮演對受測者來說，領隊的年齡是重要的關鍵。

而不同年齡的受測者對領隊角色扮演知覺，在工具型、互動型、溝通型與應變能力型(長程)部分，呈現出顯著的交互作用，顯示在此四類型角色扮演中，受測者會自身的年齡對不同年齡領隊的角色扮演有明顯不同的感受。而無論長短程劇情，中年受測者給中年領隊的評分都較高，但年輕受訪者給年輕受訪者的評分也都較中年領隊高(除了工具型-長程之外)，顯示雖然受測者也許對領隊年齡沒有明顯的刻板印象與群內偏見，但心中仍是希望能由與自己年齡相仿的領隊來帶團。

(三)性別刻板印象對領隊服務品質知覺之影響

研究結果顯示在正面服務品質之下，受測者偏好女性領隊的接待在服務品質的反應性、保證性與關懷性；負面服務品質條件下，結果顯示女性與男性領隊之間並沒有任何統計上的差異，由此結果建議旅行社應強化對顧客的服務品質，而當男女領隊的專業能力相仿時，則可優先任用女領隊。

(四)年齡刻板印象對領隊服務品質知覺之

影響

在正面服務品質條件下，中年領隊有明顯地傾向被高度評分。相反地，在負面服務品質條件下，年輕領隊與中年領隊之間則無明顯的差別，由此可知相較於領隊年齡，顧客更在乎領隊的服務品質，而當領隊的專業能力相仿時，則可優先任用中年領隊。

。

主要參考文獻

朱玲玉(1998)，我國領隊人員生涯規劃，私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。

交通部觀光局(2004)，中華民國九十三年國人旅遊狀況調查報告，台北：編製者發行。

交通部觀光局(2005)，觀光統計年報，台北：編製者發行。

江婉如(2002)，漂浮的蒲公英-女性領隊於職場的角色扮演與溝通方式之研究，私立南華大學傳播管理系碩士班未出版之碩士論文

林倬立(2003)，當旅行成為工作-女領隊的空間流動經驗與轉變，國立台灣大學建築與城鄉研究所未出版之碩士論文。

梁文嘉(1995)，導遊及領隊人員工作壓力、家庭壓力與休閒行為之關係，私立靜宜大學管理科學研究所未出版之碩士論文。

Anderson, E., & Sullivan, M. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12 (2), 125-143.

Ap, J., & Wong, K. F. (2001). Case study on guiding: Professionalism, issues, and problems. *Tourism Management*, 22(4), 551-563.

Baker, J. (1987). The role of the environment in marketing services: The consumer perspective, in *The service challenge: Integrating for competitive advantage*, J. Czepiel et al., (Eds), Chicago: American Marketing

Association.

Basow, S. (1992). *Gender stereotypes and role*, (3rd Ed.) Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162.

Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88 (3), 354-364.

Biddle, B. J. (1979). *Role theory: Expectations, identities, and behaviors*. New York: Academic Press.

Biddle, B. J., & Thomas, E. J. (1966). *Role theory: Concepts and research*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Blau, F. D., & Ferber, M.A. (1986). *The economics of women, men and work*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Brewer, M B. (1979). In-group bias in the minimal intergroup situation: A cognitive-motivational analysis. *Psychological Bulletin*, 86(2), 307-324.

Brown, S., & Swartz, T. (1989). A gap analysis of professional service quality. *Journal of Marketing*, 53(2), 92-98.

Büsch, V., & Königstein, M. (2001). Age discrimination in hiring decisions: A questionnaire study. Conference Paper 2001, CEPII.

Chiu, W., Chan, A., Snape, E., & Redman, T. (2001). Age stereotypes east-west comparison. *Human Relations*, 54(5), 629.

Cohen, E. (1985). The tourist guide the origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

Finkelstein, L. M., Burke, M. J., & Raju, N. S. (1995). Age Discrimination in simulated employment contexts: An integrative analysis. *Journal of Applied Psychology*, 80(6), 652-663.

Fischer, E., Gainer, B., & Bristor, J. (1997). The sex of the service provider: Does it influence perceptions of service quality? *Journal of Retailing*, 73(3), 361-382.

- Freeman, S. (1997). Women communicators in the workplace: Nature born marketers. *15(7)*, 318-324
- Freeman, S. M., & Philips, J. S. (1988). The changing nature of research on women at work. *Journal of Management*, 14 (2), 231-251.
- Geva, Aviva, & Goldman, Arieh (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177-185.
- Goldberg, C. B., & Shore, L. M. (1988). The impact of age of applicants and of referent others recruiters' assessments. Paper presented at the Society for Industrial and Organizational Psychology, Dallas, TX.
- Gordon, S. (1990). Prisoners of men's dreams: Striking out for a new feminine future. Boston, Massachusetts: Little Brown, 121-154.
- Guest, D. (1989). HRM: Implications for industrial relations, in Storey, J. (ED.), *New Perspectives on HRM*, London: Routledge.
- Gutek, B. A., & Morasch, B. (1982). Sex-ratios, sex-role spillover, and sexual harassment at work. *Journal of Social Issues*, 38(1), 55-74.
- Hick, L. (1990). Excluded women: How can this happen in the hotel world? *The Service Industries Journal*, 44(4), 44-62.
- Hummert, M. L., Garstka, T. A., & Shaner, J. L. (1995). Judgments about stereotypes of the elderly: attitudes, age associations, and typicality ratings of young, middle-aged, and elderly adults. *Research on Aging*, 17(Jun), 168.
- Iacobucci, D., & Ostrom, A. (1993). Gender differences in the impact of core and relational aspects of services on the evaluation of service. *Journal of Consumer Psychology*, 2 (3), 257-286.
- Jannadi, O. A. (2001). Measuring service quality. *Strategic Direction*, 17(7), 18-20.
- Landy, F. J., & Farr, J. L. (1980). Performance rating. *Psychological Bulletin*, 87(1), 72-107.
- Lin, N. P., Chiu, H. C., & Hsieh, Y. C. (2001). Investigating the relationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender. *Total Quality Management*, 12(1), 57-67.
- Lockwood, A., & Jones, P. (1989). Creating positive service encounters. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29(4), 44-50.
- Loscocco, K. A. (1990). Reactions to blue-collar work: A comparison of women and men. *Work and Occupations*, 17, 152-177.
- Maccoby, E. E., & Jacklin, C. N. (1974). *The psychology of sex differences*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Mohr, L., & Henson, S. (1996). Impact of employee gender and job congruency on customer satisfaction. *Journal of Consumer Psychology*, 5(2), 161-167.
- Mossberg, L. L. (1995). Tour leaders and their importance in charter tours. *Tourism Management*, 16(6), 437-445.
- Nieva, V. F., & Gutek, B. A. (1981). *Women and work: A psychological perspective*. New York: Praeger. 1-21.
- Ndhlovu, J., & Senguder, T. (2002). Gender and perception service quality in the hotel industry. *The Journal of American Academy of Business*, 1(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measure consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-37.
- Paul, R. J., & Townsend, J. B. (1993). Managing the older worker- don't just rinse away the gray. *Academy of Management Executive*, 7(3), 67-74.

- Quiroga, I. (1990). Characteristics of package tours in Europe. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 185-207.
- Rogers, E. M., & Bhowmic, D. K. (1971). Homophily-heterophily: Relational conceptions for communication research. *Public Opinion Quarterly*, 34(5), 523-538.
- Rosen, B., & Jerdee, T. H. (1976). The nature of job-related age stereotypes. *Journal of Applied Psychology*, 61(2), 180-183.
- Schmidt, C. J. (1979). The guided tour: Insulated adventure. *Urban Life*, 7(4), 441-467.
- Schuchat, M. G. (1983). Comforts of group tours. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 465-477.
- Taylor, S. E., & Crocker, J. (1981). Schematic bases of information processing. In E. T. Higgins, C. A. Harman & M. P. Zanna (Eds.), *Social cognition: The Ontario symposium on personality and social psychology* (Vol. 1, pp. 89-134). Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.
- 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.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Huan, T. C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189.
- Williams, C. (1989). *Gender differences at work: women and men in nontraditional occupations*, Berkeley, CA: University of California Press. 26
- Williams, J. (1946). Patients and prejudice. *The American Journal of Sociology*, 51, 283-287.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong.