

休閒活動 規劃與管理

Leisure Programming

A Service-Centered and Benefits Approach

THIRD EDITION

作者：Christopher R. Edginton
Carole J. Hanson
Susan R. Edginton
Susan D. Hudson

審譯：顏妙桂

桂魯

休閒活動規劃與管理

Leisure Programming

**A Service-Centered
and Benefits Approach**

THIRD EDITION

作者

CHRISTOPHER R. EDGINTON

CAROLE J. HANSON

SUSAN R. EDGINTON

SUSAN D. HUDSON

審譯

顏妙桂



休閒活動規劃與管理 / Christopher R. Edginton
等作；顏妙桂審譯。-- 1版.-- 臺北市：麥
格羅希爾出版：桂魯發行，2002[民 91]
面；公分
譯自：Leisure programming : a service - centered and
benefits approach, 3rd ed
ISBN 957-493-570-1(平裝)

1. 休閒業 - 管理 2. 休閒活動

990

91006604

休閒活動規劃與管理

©1998 年，美商麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司版權所有。本書所有內容，未經本公司事前書面授權，不得以任何方式（包括儲存於資料庫或任何存取系統內）作全部或局部之翻印、仿製或轉載。

原 著 Leisure Programming: A Service-Centered and Benefits
Approach, Third Edition
ISBN: 0-697-29498-6
Copyright ©1998 by McGraw-Hill, Inc. All rights reserved.

4 5 6 7 8 9 0 Y C 2 1 0 9 8 7 6 5 4 3 4

作 者 C. R. Edginton, C. J. Hanson, S. R. Edginton, S. D. hudson

審 譯 顏妙桂

出 版 商 美商麥格羅·希爾國際股份有限公司 台灣分公司
100 台北市中正區博愛路 53 號 7 樓
TEL: (02) 2311-3000 FAX: (02) 2388-8822
Service@mcgraw-hill.com.tw

發 行 所 桂魯有限公司
110 台北市信義區信義路五段五號 7G08 室
TEL: (02) 2722-7543 FAX: (02) 2722-7671
http://: www.eclink.com.tw
e-mail: eclink@msa.hinet.net

總 經 銷 桂魯有限公司

出版日期 西元 2004 年 9 月 初版四刷
行政院新聞局出版事業登記證／局版北市業字第 323 號

印 刷 盈昌印刷有限公司

ISBN : 957-493-570-1

作者序

顧客服務是休閒產業機構的命脈。休閒服務機構必須使其員工了解以服務為中心和以利益為導向的重要性。優質服務是休閒產業機構成功運轉和管理的品質保證。本書所關注的焦點在於——如何創造和傳遞最優質的休閒服務，討論的議題包括：如何提供美好的休閒經驗、如何建立顧客與領導者的正向互動關係、服務品質的保證，及有助於成功傳遞休閒服務的相關因素。

以服務為中心和顧客利益為導向法。休閒專業人員最主要的任務是於提供高品質、高效能的服務。欲達到此項目的，則要確立以顧客為利益中心導向的發展方向。也就是休閒產業組織必須考量顧客需求的因素，並據此提供服務的機會。換言之，休閒規劃者需要瞭解顧客的需求，以及顧客真正期望機構提供的服務。因此，注重顧客從體驗休閒過程中，達到需求與期望利益的一致是這導向法的根基；而顧客對其休閒體驗品質的認知，是休閒服務機構成功的關鍵要素。

休閒方案規劃要點。休閒方案規劃包含了直接-服務傳遞（顧客/領導者的互動關係或面對面領導）、方案計劃和組織，以及行政管理。直接-服務傳遞則包括：了解及應用方法與程序的技能去達到顧客的需求、設計方案與提供服務，和評量其作用。行政管理重點在於分析和履行政策，以及監管員工，並透過各種方案的策略、形式、領域、設定，及其他資源的利用，以提供優質的服務。

儘管先前一些書籍中較強調直接-服務傳遞（領導）或方案規劃，而僅有少數人會結合上述二項與行政管理一起討論，本書是採後者整合的方式。本書還蒐集很多優質休閒機構的現行資料。優質服務不僅僅是一個名號而已，它是影響各個層級組織管理的力量。希望讀者們在閱讀本書後，能夠激發更高層次的創造力和實際的服務效能。在休閒服務產業領域中，提供優質服務是可以被期待的、同時也表示將提供豐富的資源，並以及時的、周到的服務方式，以滿足顧客的休閒需求。

第三版增添的內容。本書第三版提供了更廣泛的觀點，包含了有關傳遞休閒服務的各種理論、概念和實務，與蒐集一些遍及北美和美軍海外基地休閒機構的現行方案和服務的最新資訊。並加入大量的休閒概念、規

劃定義和理論、休閒規劃歷史、領導理論、以及規劃管理的概念。本版提供有關休閒領域的最新資訊，並舉例說明方案規劃的新概念並以圖解闡述。本版更在活動評鑑、休閒教育，以及未來發展趨勢的章節裡補充了最新的資料，並從依據目前休閒專業人員的實務經驗做出預測，以提供休閒服務產業邁進廿一世紀作準備。

致謝。本書的出版是 McGraw-Hill 出版社相關同仁的努力，與許多休閒學者及專業機構、專業人士的協助，提供最新的資料登錄於書中。

Christopher R
Edginton
Carole J Hanson
Susan R
Edginton
Susan D Hudson

譯者序

進入工商資訊社會中，民眾對「休閒」的看法，大都能抱持正面積極的態度，並肯定休閒對提升生活品質的重要性。這是一個「全民休閒」的時代，尤其在週休、長短假期時間，常見政府單位、民間基金會與各商業機構，舉辦各式各樣活動，以聚集「人氣」，進行「行銷」與提供「服務」，而媒體更是扮演促銷宣傳的大功臣，使得休閒遊憩已成為當今社會最大宗的服務事業，啟動了休閒服務專業領域在臺灣發展的契機。而如何昇休閒服務品質，引導顧客優質的休閒體驗，是新世紀休閒產業必須面臨的挑戰。

休閒活動規畫與管理 (Leisure Programming—A Service-Centered and Benefits Approach) 一書，作者 Edginton 等以宏觀的看法，強調優質服務是休閒機構成功運轉與管理的品質保證。活動規劃是休閒機構與顧客間的媒介，意即透過活動參與，使顧客獲得休閒效益與豐富的休閒經驗，故休閒規劃者應建立以顧客需求為導向、以服務為中心，和兼具利益的目標。本書內容非常豐富，包括：休閒概念、活動理論、領導理論、管理概念、顧客行為、目標訂定、活動設計、活動類型、活動宣傳、活動資源、活動執行、活動評估、休閒教育、休閒服務相關的理論和實務，是休閒專業人員必備的基礎學科知識。此外，本書也提供北美社會休閒機構現行活動規畫和服務的最新資訊，及休閒專業發展趨勢的觀察和預測。從書中的內容看，諸多的經驗或可做為借鏡的地方，但卻也同時發現，仍有許多實例存在文化上的差異性，頗值得令人玩味與深思。正當休閒的議題在臺灣倍受學術與實務界青睞之際，期望本土學者共同努力，將來撰寫屬於自己特色的休閒領域專書，為休閒服務人員提供更貼切適合的專業教育書籍。

在很偶然的機緣下，我們共同承諾翻譯這本書，將近一年半載的時間，大家費盡心思，共同討論譯文的旨意與順暢，終能完成任務。由於個人能力與時間的侷限，疏漏之處，請讀者先進不吝指教。

顏妙桂 民國九十一年六月

目次

作者序	VII
-----	-----

譯者序	IX
-----	----

第一章	當代社會的休閒觀	1
-----	----------	---

前言	2
休閒、遊憩、遊戲的概念	2
方案規劃的信條	9
人們從休閒中尋找什麼？	10
休閒體驗服務	15
摘要	23
問題討論	24
參考書目	25

第二章	休閒規劃的概念	27
-----	---------	----

前言	28
休閒規劃--歷史觀點	29
休閒服務機構運用的策略	32
活動理論	48
組織策略與活動理論的混合	57
服務的角色	59
摘要	61
問題討論	62
參考書目	63

第三章	休閒服務規劃者	67
-----	---------	----

前言	68
專業規劃者	68
卓越領導者的特質	74

什麼是領導？	76
領導研究和模式	79
領導理論	99
休閒規劃者的角色	102
摘要	113
問題討論	114
參考書目	115
第四章 顧客行爲	117
前言	118
顧客的稱謂	118
顧客決定模式	122
生命週期的變化	125
休閒行爲	135
摘要	140
問題討論	141
參考書目	142
第五章 需求評估	143
前言	144
基本概念	144
評估的方法	148
需求類型	160
摘要	167
問題討論	168
參考書目	169
第六章 目標訂定	171
前言	172
組織文化	173
活動目的和目標	183
摘要	193

問題討論	194
參考書目	195
第七章 活動規劃	197
前言	198
活動規劃的要素	199
摘要	228
問題討論	229
參考書目	230
第八章 活動類型	231
前言	232
藝術	233
文學活動	245
自我成長／教育活動	245
運動、遊戲、及競技	247
水上運動	256
戶外遊憩	261
健康活動	264
嗜好	272
社交遊憩	276
志工服務	279
觀光旅行	284
摘要	287
問題討論	289
參考書目	290
第九章 方案設計類型	293
前言	294
何謂方案設計類型？	294
方案設計類型和顧客滿意度	295
方案設計類型	297

摘要	326
問題討論	327
參考書目	328
第十章 活動促銷	329
前言	330
訊息溝通的過程	330
促銷的管道	331
活動與服務促銷的媒介	335
摘要	375
問題討論	376
參考書目	377
第十一章 預算與資源	379
前言	380
預算和資源取得的趨勢	381
預算和資源取得的運用	383
成本/支出和收入	386
預算	392
資源取得計劃	402
定價	411
摘要	415
問題討論	416
參考書目	417
第十二章 活動傳遞	419
前言	420
顧客和領導者的互動關係	420
互動的設計	422
顧客與領導者良好互動的品質標竿	425
活動規劃的管理策略	429
休閒人事管理	432

活動方案有效的管理	438
登記	441
顧客申訴處理	446
摘要	455
問題討論	457
參考書目	458
第十三章 活動評鑑	459
前言	460
評鑑	460
品質保證	470
評鑑的方法	474
資料搜集：工具的選擇	486
摘要	498
問題討論	500
參考書目	501
第十四章 休閒教育	503
前言	504
優質休閒、休閒教育與休閒諮商	504
休閒教育模式	515
休閒諮商	523
摘要	531
問題討論	532
參考書目	533
第十五章 休閒趨勢和專業議題	535
前言	536
變動的時代	537
未來：策略和方法	541
未來休閒規劃的方向及其專業議題	545

摘要	557
問題討論	558
參考書目	559

附錄	561
----	------------

1

當代社會的休閒觀



學習目標

1. 體認休閒在當代社會中的角色
2. 理解休閒、遊憩、遊戲的基本概念
3. 學習活動方案規畫的哲學
4. 了解休閒服務和顧客利益間的關係
5. 認知休閒體驗的服務內涵

壹、前言 (Introduction)

休閒在當代社會對於大眾的生活具有強大的影響力。從文化的結構上來看，休閒反映了我們的生活、政治、社會、商業及宗教制度；另外，休閒也提供了放鬆、恢復活力、提升個人成長、發展與幸福(well-being)的機會。

Edginton 等人認為 (1995：xi)：

「休閒」是影響生活品質的重要因素之一。休閒經驗的滿足，可以提升幸福感和自我的價值。以社會整體而言，休閒是傳遞歷史、社會、文化價值的媒介，這些價值可以促成社會規範、目標和風俗習慣的形成。

在今日的社會中，休閒不但受重視，也是衡量生活品質的指標。由過去數十年來對休閒產品消費的成長，證明休閒需求的不斷增加，同時也是人類一直在追尋身、心、靈成長的生活型態和實踐。

休閒規畫已融入專業的領域，尤其在提供大眾休閒機會的同時，也扮演顧客獲得休閒體驗的重要媒介。個人可以透過參與休閒的經驗獲得新鮮、多樣、愉悅的感受，以及富挑戰性、創新、促進個人成長的休閒效益。所以，休閒規劃者應了解不同對象的多元需求，並提供他們具有意義、創造性和合乎倫理規範的休閒體驗機會。

貳、休閒、遊憩、遊戲的概念 (Concepts of Leisure, Recreation, and Play)

休閒、遊憩、遊戲三個名詞的語意、詮釋，常會與個人價值判斷、主觀的看法、信念、道德的行為等聯想在一起。雖然這三個名詞經常交錯使用，但其意義卻不盡相同。對於這些基本定義的初步了解，有助於發展個人和專業的活動規劃。

一、休閒 (What Is Leisure?)

(一) 休閒的意義

何謂『休閒』？雖然沒有完全一致的定義，但多數學者仍認為休

閒是一種自由的狀態 (freedom)，一種追求個人興趣的自由。「休閒」一詞來自拉丁文 *licere*，意指自由 (to be free)。從這個字所引申的法文 *loisir*，則意指自由時間 (free time)；希臘文的 *scole* 或 *skole* 本意就是「休閒」，後來引申出拉丁文的 *scola* 和英文的 *school*。可見，希臘文 *scole*，*skole* 本意就隱含著休閒和智慧、物質與精神的關係。

有關休閒的定義，大概可以從下列幾個面向來討論：

1. **自由時間 (free time)**：時間可分為生存的、生活的和自由的時間，休閒被視為可以自由選擇的時間。
2. **活動 (activity)**：休閒可視為個人在自由時間參與的活動，像跑步、閱讀、義工服務或游泳。
3. **心靈狀態 (state of mind)**：休閒是一種行為模式或態度，此種行為或態度可發生在任何活動中強調個人心理思考層面或狀態。
4. **社會階級的象徵 (symbol of social class)**：相對於勞工階級，休閒是一種有錢有閒階級的象徵。
5. **行動 (leisure as action)**：Kelly(1996)認為，休閒可以被看成是一種行動，包含時間、活動、態度或心靈狀態，同時休閒也包含一些有目的的行動和自我決定的因素。
6. **反功利 (antiutilitarian)**：Kelly(1996)認為，休閒本身即是目的，不涉及任何工具價值。Murphy(1975)認為，休閒不是附屬於工作，而是一種自我表現和自我實現的滿足。
7. **整體觀 (holistic)**：是綜合上述各種說法，特別強調個人在活動中能感受到自由並藉此幫助個人達成自我實現，依此觀點，隨時有存在休閒的可能。

此外，有許多學者對休閒的定義提出不同的觀點。如 Brightbill (1960) 認為休閒和時間、工作、遊戲、遊憩有關。就時間而言，休閒是一種自由的時間，可以用來休息或做自己想做的事。Russel (1996) 則認為休閒是工作之外的剩餘時間。

每天的時間可區分為三個部分：生存時間---維持生理運作所需的時間；生活時間---謀生所需的時間（像工作、上學）；自由時間---依據個人需求自主判斷使用的時間。雖然形式不同，但彼此關係密切，每一部分時間的運用都具高度彈性，可視個人的情境而增減。此外，從時間的觀點來看，休閒亦可分成真正的休閒(true leisure)與被迫的休閒

(enforced leisure)。真正的休閒是發自於個人內心的選擇，但被迫休閒則是受到外在壓力的驅使而不得不做。

從工作的觀點來定義休閒，則區分工作時間和休閒時間二類，但也未必盡然如此。工作是個人投入有創造力、有目的、有效力的時間分配；而娛樂、消遣則常被稱為遊憩活動。傳統社會認為遊憩發生於休閒時間，因此遊憩和休閒的概念有密切相關。

Kelly (1996: 19) 認為休閒是一種活動，包括遊戲、運動、文化活動等，以及一些看似工作卻不是工作的活動。根據 Kelly 的說法，那些活動是工作？那些是休閒？端視其所處情境而定，同時必須考慮其參與活動的認知和動機。然大部分對休閒的看法，常基於休閒是一種活動的觀念上，因此，休閒規劃者主要的職責是活動設計和提供相關的服務。

Kaplan (1975) 描述一些傳統的休閒概念，將之分成：

1. **人文模式 (humanistic model)**：休閒本身就是目的，一種存有狀態，或是一種以人為中心的模式。
2. **治療模式 (therapeutic model)**：休閒是一種治療的工具、社會控制的方式或地位象徵。
3. **量化模式 (quantitative model)**：休閒是指維生工作之外的剩餘時間所參與的活動，這是最受一般人所接受的普遍觀點。
4. **制度概念 (institutional concept)**：區別休閒與其他社會價值觀和行為模式(如宗教、教育或政治參與)的不同。
5. **認識論概念 (epistemologic concept)**：將休閒視為審美、藝術的概念。透過休閒活動的感性與理性分析，認識我們所生存的世界。
6. **社會學概念 (sociologic concept)**：相對於工作，休閒是一種自願性的活動，它可能發生在具高度創造性到完全自由解放之間的活動中。從社會學的觀點，休閒的本質很難定義，但所有的活動都可能含有休閒的意含。

Dumazedier 認為，當代社會中休閒有四個廣泛的定義：

1. **休閒是一種行為模式**：休閒的現象可能發生在任何的活動中，像工作、研究、遊戲。任何活動都可能成為休閒，這個概念有心理學學理上的支持，但涉及個別態度，而非泛指一般人皆是如此。因此，休閒不是專指特定的活動或特定的時間。
2. **休閒與工作有關**：休閒等同於不工作。此定義在時間的區隔上忽略了

其他的義務和承諾，像家庭責任的時間支出。

3. 休閒受個人宗教和社會政治活動的影響：此定義圍繞著個人權利和團體責任的關係。當宗教團體對個人支配自由時間減少，使得個人追求休閒、愉悅的時間增多，這是傾向享樂主義者的想法。另外參與社會政治活動或許也可以提供個人的滿足感，但那是一種民主責任而不是休閒活動。
4. 以時間定義休閒：此概念指出，時間的演化不是由個人決定，而是與經濟或社會演化有關，但人們對時間的運用有選擇的權利，透過休閒可以引導達到自我實現的終極目標。

Murphy (1974: 6)從工作和時間的關係來定義休閒。他認為休閒在自由時間的概念下，被視為一種社會工具。從傳統來看 Murphy 的看法與 Kaplan 的看法沒有太大的差異；是反功利的觀點（相對應於工作），同時也是一種整體觀的看法。

Nash (1960: 89)則從被動的、情緒的、主動的、和創造性的參與四個層次來檢視休閒活動的參與。不同層次的休閒參與隱含著不同的價值，這些價值是從金字塔結構的底層向上移動，那些屬於金字塔最底部的休閒參與，具有負面的價值，並不值得追求。

Edginton (1995: 7) 等學者認為休閒是一個多面向的概念，當一個人沒有束縛的時候，會有較正向的影響，經由內在動機的鼓舞，獲得自由的覺知。他們認為休閒和生活滿意度有關，且可以提升幸福感、快樂或生活品質。

（二）休閒經驗的準則 (The Conditions of the Leisure Experience)

如何判別休閒？休閒經驗能被評定嗎？如何決定一個人是否處於休閒狀態？這些關鍵性的問題有助於對休閒意義的探討。社會心理學者提出以下四個主要的基本準則（criteria）來檢視休閒經驗：

1. 覺知的自由 (*perceived freedom*)：就是個人對於所做的事，或所處的環境，沒有感受到任何的強制或阻礙。覺知自由受到控制信念 (*locus of control*) 的影響，內控信念愈強的人，愈能覺察其對行為的影響和責任。
2. 內在動機 (*intrinsic motivation*)：指個人之所以參與休閒活動，是受到個人的滿足和愉悅的感受所驅使。受外在誘因的參與方式只會減