



小費文化 互惠的橋樑？

2015-09-25 記者 吳和謙 文



在許多的歐美國家，常會有顧客給予服務人員小費的情形。小費可以是零錢、紙鈔甚至是支票，出自顧客的意願。然而在某些國家，「給小費」的行為卻是一種約定俗成的潛規則，被當作一種基本禮貌。也就是說，只要服務生對顧客進行服務，顧客就必須付小費。給予小費的時機與方法，各國略有不同。而以上這些種種的現象與不成文規定，通稱為「小費文化」。

小費的起源與發展

小費文化最早起源自十七世紀的英國。當時的鄉間地區，旅客習慣給予旅館的服務人員額外的零錢作為酬謝。隨後這股風氣在倫敦興起，久而久之流傳至歐美地區。而小費英語「Tips」的起源，據說是由「To Insure Prompt Service」（保證迅速服務）簡化而來。當時倫敦小費文化興起時，有些服務人員會將這句話寫在字條上，預藏在餐具中，暗示顧客給予小費。

雖然小費文化興起自歐洲，但現今的歐洲民眾並未將「給小費」視為一種義務，通常只有當服務生表現周到時，顧客才有可能主動掏錢。但若在美國拒絕給予小費，服務人員可能會非常不滿。在美國，服務人員非常在意顧客是否給予小費，其主要原因是聯邦政府同意雇主以低於基本工資的待遇雇用服務人員。是故，小費是服務人員重要的經濟來源，部分人士的小費收入甚至遠高於雇主給予的工資。

談到美國小費文化的勃興，必須追溯至一九二〇年代。當時，美國政府頒發「禁酒令」，許多的餐廳、酒吧面臨到收入的銳減，無力支付薪資。再加上二〇年代後期的經濟大蕭條，是故小費文化在美國受到特別的發展。除了美國外，特別重視小費的地區並不多。受過英國、美國殖民的開發中國家，或是曾受歐美文化影響的地區，如印度、菲律賓、泰國的都市中，仍有小費文化的蹤跡。



受到西方文化影響較早的泰國，可見小費文化的跡象。圖為泰國餐館常見的小費箱，供顧客自由打賞。

（圖片來源／世界新聞網）

小費文化面面觀

從經濟學的角度來看，顧客之所以願意給小費，是希望藉由實質鼓勵來回饋服務人員，吸引更好的服務品質；服務人員也能透過小費多寡來檢視自己的服務水平。顧客透過小費提供了提振服務業環境品質的「誘因」，而服務人員也能藉此提高收入。彼此一來一往，相得益彰。如此一來，便建立了一種善的循環。

從人情的角度出發，服務人員雖然是基於職責來服務顧客，但是顧客與服務人員之間的相處情形，並不是雇主可以掌控的。比如說，有的顧客比較自私，會向服務人員索取較多的服務，甚至為難他們；相反的，當顧客遇到困難不便開口的情況時，也經常需要服務生的主動協助。因此，雇主不應用一份死薪水，來要求雇員恪盡職守。而小費文化正是落實服務業環境中「群己倫理」的良策。換句話說，「小費文化」提供了顧客與服務人員之間互惠的橋樑，不僅提供顧客一個報答的途徑，也讓服務人員的熱忱能得到直接的鼓勵。值得注意的是，有些顧客會基於同情的心態，刻意給予服務人員高額的小費。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 印度的女兒 反思性侵暴力
- 跨界 古典與流行交響
- 刻劃愛情的二十六種面貌

總編輯的話 / 楊淑斐



本期為二二三期，共三十三篇稿件，其中以評論類文章及文化現象居多。本期側欄廣告以交大網路電臺goto&Play為題，帶大家鎖定即將開播的節目內容，令人十分期待。

本期頭題王 / 胡浣莊



懶惰，卻有深如溪壑的慾望，我不在意開心快樂，我只要抵達目標，我是胡浣莊。

本期疾速王 / 羅宛君



逃不過3.14的大臉 躲不過比胸部還大的肥肚 懇求我的眼睛 可以流的不是淚 而是油

本期熱門排行



平凡的故事 不平凡的音樂
趙廣潔 / 影評



斷尾求生 陣前拔柱驗民心
胡浣莊 / 社會議題



再年輕一次 追尋青春夢想
姚煒哲 / 影評



馬頤 孤島上的音樂詩人
唐宜嘉 / 樂評



十字架的開端 贖罪的終點
呂安文 / 書評



美國曾有一位在餐廳服務的婦人，收到200美金的小費，超過其消費金額的20倍。

(圖片來源/ 每日郵報)

顧客這種「因為受到優質服務，所以願意掏錢」的心態，被稱為「互惠」。但如果逆向思考，可以得出「服務人員之所以提供服務，只是為了得到小費」的推論嗎？的確，這是社會的一個難題，容易造成社會對服務人員的負面印象。一旦小費文化形成，服務人員的初衷可能就會變質；或是某些人雖保有熱忱，卻難以自清。一個凡事力求完美的服務人員，正常情況下會獲得社會的讚賞；但在小費文化的壟罩下，就可能會被外界解讀是基於自私的表現。

小費文化中的人際賽局

不可否認的是，人的資源與心力有限，難以做到真正的無私。更何況，就算再博愛的人也無法做到真正的一視同仁。這正是小費文化的缺點，服務生可能會基於顧客的身分地位，給予差別待遇。相反的，顧客也可能辜負服務人員的辛勞，造成對方不滿。

因此，讓我們再度回到經濟學的角度，來分析人類私慾與小費文化之間的關係。「賽局理論」可作為一個易懂的有利模型。假設每一位服務人員與顧客都有兩套策略，分別是「合作」與「自私」，作為因應彼此的方法。結束前，彼此都不能改變先前決定的策略，則可以將所有結果歸納成下圖的表格。

		服務人員	
		合作(熱心)	自私(冷漠)
顧客	合作(慷慨)	服務人員所得增加 顧客得到滿意服務	服務人員所得增加 顧客權益受損
	自私(吝嗇)	服務人員所得下降 顧客得到滿意服務	服務人員所得下降 顧客權益受損

此為賽局的報酬矩陣。綠色方格內為彼此的策略，藍色表格則是綜合

兩方策略下得到的結果。(圖片來源/ 吳和謙製)

假設社會服務人員合作意願高，就會讓顧客有僥倖的空間。因為不論慷慨與否，顧客們都能讓自己佔到便宜。相反的，若顧客普遍樂善好施，服務人員可能也會有類似的心態出現。最好的情況是，彼此都有高度的合作意願，因為這會讓雙方都得到滿意的結果。若雙方皆抱持自私的態度，小費文化可能就會逐漸消失。

而美國小費文化之所以歷久不衰，原因在於服務生族群有「賽局前的劣勢」。美國的服務生薪資普遍水準低於政府規定的基本薪資，是故服務人員無法達到完全的自私。必須保有一定的合作程度，服務人員才能補貼所得。除了美國之外，大多數的已開發國家，小費文化難以發展，可能與國家或企業的規定較為完善有關。

台灣社會與小費文化

反觀台灣，小費文化之所以難以形成，一來是中華傳統文化的影響，強調人倫義務的重要性。二來是意識形態的差異，台灣並不像英、美等國重視資本主義與個人意識。民眾更容易被社會風氣左右，行為不易偏離風俗習慣。

因此，台灣民眾大多依舊認為「服務生」是一份職業，並不期待多做能拿到更多的獎賞。相反的，台灣社會也尚未對小費文化形成共識。該怎麼給？該給多少？沒有人知道，也很少有人願意冒險亂給。另一個問題是，「給小費」的行為在東方社會有較高的爭議，容易被認為是一種優越感的展現。於是，即便是有真心想回饋服務生的顧客，也會恐懼被誤會而膽怯。

小費文化，就像一份社會的契約。願意履約的人多，互惠的橋樑就會被搭起；自私自利的人多，這份契約就容易破滅。小費文化有機會在台灣生根發展嗎？有賴未來社會的共識與民眾的合作意願。

新世紀清流 美聲歌手恩雅



介紹愛爾蘭歌手恩雅與她歷年來的專輯。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2015 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0