

災後原住民社區在觀光發展下之社區認同

林信宏* (通訊作者) 張景煜** 黃宥勝***

*國立東華大學 觀光暨休閒遊憩學系 博士候選人

**國立東華大學 觀光暨休閒遊憩學系 副教授

***國立高雄餐旅大學 觀光研究所

收件日期：107年10月24日；第一次修正：106年12月06日；

接受日期：107年12月06日

摘要

因災難遷村之原住民社區在藉由觀光發展進行產業重建後所形成的社區意識在過去災難相關的研究鮮少被探討，本研究以異地重建三次之原住民好茶社區作為研究對象，利用參與觀察與深度訪談等研究方法，本研究發現好茶社區在災後發展觀光產業能夠帶動災後的社區之認同意識；包括族群認同、社區認同、自我認同、產業認同等。災後居民與業者藉由認同的探索重新產生交流與互助，經由社區認同意識的呈現，展現出社區凝聚力，對災後社區永續發展有很好的推力，也給予未來研究與受災社區在社區意識建立上提供參考的依據。本研究期能透過認同感的探索讓災後社區快速回到原有的生活樣貌，也能關注在重建過程中社區認同發展的重要性，以及尊重社區意識的多元性。

【關鍵字】 災後觀光、原住民社區、社區認同、社區意識

壹、緒論

氣候變遷是近年來國際間重要關注議題，其所產生的天然災難對人類生活造成劇烈破壞與震盪，亦衍生出後續多方面的社會相關問題，是每個國家都必須面對且關注的議題 (Robinson & Jarvie, 2008; Xu, Wang, Shen, Ouyang, & Tu, 2016)。過去台灣也常常面臨許多重大自然災害的侵襲，最讓人印象深刻的就是 921 大地震與莫拉克颱風，這兩個在傷亡人數與經濟損失都是歷年來非常嚴重的災難，造成許多人無家可歸，也迫使許多災民必須永久離開自己原有的家園，遷至政府劃定搭建的永久屋進行安置，其中因為莫拉克颱風而興建永久屋社區的就有 41 處 (行政院內政部營建署，2012)，這也代表著 41 個新社區的成立，在這些新社區的生活與文化上都帶來全新的挑戰。

具有規模的天然災難，不僅會對國家或社區帶來大量財物上與非財物上的損失，改變居民原本的生活環境與生活方式(Brown & Kulig, 1996)，甚至可能造成災民心理與認知上的受創(Benight et al., 1999; Norris & Uhl, 1993)，尤其是災後異地重建的社區，其漫長的重建復原及社區建構過程需要社區居民逐漸適應。異地重建的社區追求恢復相似生活的樣貌，從無到有的建築、公共環境、文化、街道、居民配置等等皆是災後社區重建所面臨的挑戰，在社區結構成形後，生計的維持更是災民所要面臨的問題之一(Tarlow & Korstanje, 2013; Yang, Wang, & Chen, 2011)；如原以傳統農耕方式生存之社區，異地重建後面臨土地缺乏；狩獵為生之社區遭遇獵場消失的困難等，皆是重建復原過程中社區居民需要面臨思索的問題。

重建復原是災後社區很重要的一項議題(Comerio, 2014; Hsu, Howitt, & Miller, 2015)，觀光發展在復原的過程中就扮演了社區產業重新建構的一個選擇方式，並可能帶給社區有效的復原經濟成長(Robinson & Jarvie, 2008; Yang, Wang, & Chen, 2011)。觀光產業在災後社區發展的過程中不僅帶動社區居民與組織間的互動行為(Wright & Sharpley, 2016)，透過交流與溝通促使居民對社區意識產生自我重整；換言之，新的產業發展與社會關係重構後，災民在身心靈受創當中可能改變生活的價值觀(Cohan & Cole, 2002)，社區也將會開始形成新的社會關係(Townshend, Awosoga, Kulig, & Fan, 2015)。

由於社會關係型塑出社區意識，災難遷村後使災民對社區之認知與過去舊社區時期會有所不同，居民在表達心理變項差異會影響不同社區意識在意義上的呈現，並影響對社區的認同感(Farrell, Aubry, & Coulombe, 2004)。當居民跨越疆界，開始進行地區的流動與遷徙時，身分與認同的議題是備受關注的(閻嘉, 2013)，在災後原住民社區中更為明顯。原住民社區有濃厚的文化意識，當災難破壞有形文化讓居民遷離祖居地時，會導致許多人對於族群認同產生懷疑(Sussman, 2002)。因此，災後社區在復原的社區意識中，認同不但需要居民去釐清，亦是災後重建復原中值得關注的面向。

然而，本研究發現過去災難與社區相關文獻著重在社區知識與危機管理(Carlsen, 2005; Gurtner, 2007; Orchiston & Higham, 2016)、災後社區行銷與回應(Pottorff & Neal, 1994; Scott, Laws, & Prideaux, 2008)等社區相關議題，卻鮮少有研究關注受災社區居民意識上的變化。即便是探究過去認同相關的文獻，也少有從災難影響認同的角度帶入探討，尤其是災民在異地重建與產業發展的過程中對於社區認同的變化階段，更是本研究認為值得關注的研究缺口。

屏東禮納里好茶原住民社區是被莫拉克風災滅村的聚落，居民原以農耕、狩獵、採摘的生活方式，但原始社區樣貌已隨災難沖刷消失，雖然在瑪家鄉的瑪家農場進行異地重建，住進了永久屋，但在產業發展上卻朝著與以往不同的方向改變。因此，本研究除探究異地重建與產業發展在災後社區復原的過程中，社區文化與居民之間的變化外，也會關注觀光發展對於災後社區居民的認同意識所產生的影響，並且將觀光發展與文化意識兩者之間的平衡與角色帶入觀察。爰此，本研究目的即由原住民社區居民的角度，探討災後社區重建復原並觀察觀光發展對社區居民的認同意識所產生的影響。

貳、文獻探討

一、災難後之認同發展

「認同」是個體從過去經驗的累積，並透過現階段個人的知覺，以及對於未來的期望作統整，在這樣的條件去接受自己和自己所在的團體(Torres,

Howard-Hamilton, & Cooper, 2011; Whitbourne & Ebmeyer, 2013)。Tajfel (1978)提出社會認同理論(social identity theory)的觀點，其將社會認同的定義為「個體認識到他屬於特定的社會群體，同時也認識到作為群體成員帶給他的情感和價值意義時即為一種社會認同」。這來自自我概念的一種認知結構，由個人認同與社會認同兩部分所組成，從而影響到自我本身的相關行為(Brewer, 1991)。個人認同或自我認同是指個人自身所擁有的獨特特質，在認知與情感定義後，進行自我描述或定義的過程；社會認同則是個人就其所屬的社會性群體來描述、定義自己。在災難後的過程中，社會與個人有著密切的聯繫，除了救災、恢復、重建與整體復原都需要人與人之間的溝通與聯繫方可完成，因此在災後區域性的交流會影響著認同的組成與復原的成效。Castells(1988)提出計劃性認同(project identity)，意即認同是個人與群體對一個地理區域的感覺，當為了達到一個社會結構轉變的目的，可以運用在地的文化資源將認同展現出來。這又延伸至地理環境會影響到個體與群體認同的過程。因此，可以得知認同會受到周遭環境與群體的影響來產生，在災難過後的變動過程當中，社區的結構與群體關係重新建立，亦會影響到個體與社會認同的轉變。

另一方面，認同的範疇是廣泛的，除了個人與群體的關係外，其他相關要素亦有認同的關係存在，例如族群社區即是認同展現很好的場域，因為族群性是相似群體互動產生的，在這個醞釀的過程中，有綿長的歷史淵源會對應出生活的互動，也會產生族群間的傳統文化，透過地緣性與生活行動的交流，產生族群認同(Astuti, 1995; 黃應貴, 2007)。當社區產業從頭開始發展，居民也會受到產業形式與運作的影響，會導致居民在認同上的變化，因為產業型態的不同對於居民在意識型態上的變化也會有差異(Bell & York, 2010)。而災民對於社區認知上會受到災難遷村的影響而形成與過去舊社區以往不同的想法，居民在表達心理變項差異則會影響不同社區意識在意義上的呈現，包括對社區認同與凝聚力(Farrell, Aubry, & Coulombe, 2004)。社區認同可以涵蓋居民整體對社區轉變與發展的一種態度展現，它呈現出社區內部的動態與獨特性，也是社區居民、事件與各項資源集體互動的成果(Zhang et al., 2017)。可以看得出來認同的型態呈現多元化，自我認同是個體本身受到外界影響的認知概念，族群認同鎖定在身份與血緣生活的連結，產

業認同則經由產業的發展讓居民對社區經濟產業走向有一致的看法，社區認同顯現出居民在社區整體意識上的凝聚及看法。

本研究從災難後地理區域轉變後的社區進行探討，發現災後社區居民會因為地域與社會結構的變化在安定於新聚點後開始產生新的環境適應，並伴隨著觀光產業的發展下逐漸讓整體社區經濟開始復甦運作，居民也漸漸地生成對新社區的認同情感，如同 Polletta and Jasper (2001)提到的集體性認同，經由一連串共同的行動與感覺來型塑出社區的認同感，並在觀光產業帶動下，共同朝向災後重建的目標前進，在這個過程中不斷地挖掘新的經驗來呼應彼此共同經歷的過程，塑造出新的社區認同。

二、災難觀光與異地重建之社區文化意識

災後遷村進行異地重建的社區要追求恢復相似生活的樣貌，包含建築重建、公共環境規劃、文化再現、街道重整、居民重新配置等(Abhas & Duynes, 2010)，可以說異地重建是一個複雜的社會、經濟、政治、建築過程。而遷村所涉及之層面甚廣，非僅僅為實體建物的移動和搬遷，政府在策畫與執行的過程中若疏忽遷移過程如社會、文化與居民心理等因素，將會產成許多更難解決的問題，甚至對被遷村的社區造成無法彌補的傷害(Cernea, 1996)。當社區結構成形後，生計的維持是災民所要面臨的問題之一(Ruiter, 2011)；雖然災後社區觀光發展可為災後社區的一個選項(Wright & Sharpley, 2016)，然而新產業在新社區發展，對於社區原有族群、社區及產業文化，亦會帶來不一樣的變化。

文化是自然形塑而成，透過社會化的學習，轉化至個人與社區。換言之，文化是一種共同基本信念的模式，透過一個群體成形，形成一種氛圍，可以有效地用來解決外部意見和內部整合的問題(Schein, 2010)，因此文化是塑造一個區域的基本，對社區發展也有重要性與影響力。當社區遭遇災難後，對社區文化必會產生一定程度的衝擊，如社會價值觀、傳統與對地方之依戀等(Jogia, Kulatunga, Yates, & Wedawatta, 2014)；當災難使得社區必須異地重建時，衝擊又會變得更加嚴重。此時，社區文化組成因素即影響社區如何溝通、感知世界、面對災難和處理緊急情況，例如如何準備、應對災難和危機後復原(Arunotai, 2008; Kulatunga,

2011)等，都會影響社區文化未來的走向。

社區文化又與社區意識有著不可劃分的關係，文化的氛圍會影響社區意識的變化(Perilla, Norris, & Lavizzo, 2002)。社區意識(community consciousness)是社區居民基於對社區的認同，並藉由社區間鄰里頻繁互動進而對所屬社區產生情感，並形成對於社區的關懷、關心且願意付諸行動解決社區所面臨的問題(蔡祈賢，1996)。付諸行動後又會進一步增強個人對社區的認同感及社區意識，往往可達成居民彼此間的共識，以共同創建社區美好環境而努力的意念。

從人類學觀點，Oliver-Smith (1996)認為社區文化比天災的威脅更能決定一個社區的未來，因為天災帶來的潛在危險雖會影響社區，然而形塑文化之社會價值、宗教信仰、傳統、地方依戀等因素才是影響社區復原的關鍵因子。也就是說，文化因素在人們面對壓力、危機管理與災難應對上具有重要影響力，也扮演至關重要的角色。這顯示文化與災難的關係便密不可分，除了文化會受到災難的影響外，文化條件也會影響災難後重建的方向。這提供本研究探索文化角度有另一層面的思考，從災難帶來文化衝擊到社區文化意識建立影響災後社區重建走向，讓本研究在文化與災難後社區的探索光譜更加完整。

回顧過去災難與文化之間的探討可以了解文化條件是形成社區型態的基本要素之一，包括形塑成社區的各個居民生活背景與族群文化特色及價值。如Varghese、Krogman、Beckley 與 Nadeau (2006)從社區資源、人力資源及擁有的條件來看社區文化的永續性，在面臨災難危機時與災難過後，社區如何反應與社區永續發展性有密切連結性。由於不同社區構成不同的社區文化，所以在看社區復原力的同時，在地文化擁有的條件在復原的過程也不容忽略。加之文化在地所有權，不同文化在面臨變動時有適合該文化處理復原的方式(Kirmayer, Sehdev, Whitley, Dandeneau, & Isaac, 2009)，自文化角度的觀察即變得相對重要。更確切來說，社區在災難事件後的處理，應該有更高標準的文化敏感度，對於種族文化獨特的信念與策略必須給予正面積極的回饋(Marsella & Christopher, 2004)。

參、研究方法

一、研究方法與設計

本研究立基於建構主義的思考，發展出本研究整體哲學脈絡與方法，其重視主觀的真實，認為「事實」是多元的，因歷史、地域、情境、個人經驗等因素的差異而有所不同，建構的事實不存在「真實」與否，只存在「合適」與否的問題。

(Glaserfeld, 2012; 陳向明, 2009)。由於本研究係運用觀光發展、重建復原與社區認同的三個面向探討災後社區居民的認同發展方向，欲觀察社區個體(居民)在災後產業發展後與他者的互動現象，解析社區居民在社區意識的發展脈絡，來剖析災後社區的認同過程，而災難社區居民認同所形成的複雜度，與組織及居民之間的多元性發展都需要從不同層面與背景來建構事實，方得較為明確地瞭解災難後的社區發展結構。再者，為了考量災後社區組織的流動性與發展的長期性，故將輔以兩種研究方法搭配使用，期能從中獲取更多的資料元素外，混和研究方法亦可有效提高資料的可靠性與全面性(Lincoln & Guba, 1985)。因此，本研究以參與觀察與深度訪談為主要研究方法，除以參與觀察方式詳實紀錄與觀察災後社區發展外，並搭配深度訪談法，著重在災後社區探討，期能互相補足優缺點並彈性地對社區進行事實的理解。

本研究的問題從現象挖掘導出，透過田野參與觀察與初步訪談、持續與自我提問之間產生。Hammersley 與 Atkinson (2007)認為在質性研究中研究問題可以直接來自研究者的知識，也可能取材自實質或正式理論，延伸分析架構來形成研究問題；透過問題持續的修正與對話，進入田野找尋問題的答案。本研究依循質性研究取徑，不斷地回頭省視問題本質，並且依據觀察現場的改變，討論問題本身之意義，透過修正與反身性的自問自答，來成形具備核心的研究問題。研究者自 103 年 04 月 10 日起進入田野，持續依據不同的身份進入社區觀察，透過頻繁的接觸與田野記錄，在社區持續保持資訊獲取與進行人際上的互動；透過互動參與當地祭典、婚禮、週末市集、教堂禮拜與日常生活等方式進行探究好茶社區之文化內涵。

此外，囿於時間性與主題性界定，本研究無法長期的以參與觀察的形式於社區進行全面式參與，故將採取深度訪談以補足參與觀察研究上的不足；透過災後社區個案研究有界線的設定，可輔助本研究在議題上聚焦，意即以多元方法(multi-methods)對單一議題進行研究可有效的獲取兩種研究方法上的優點(Morse,

2003)。

最後，本研究係針對好茶社區受到災難重建的影響三度遷村，歷經產業變遷，建立起從無到有的觀光發展，除了具備其在地性與特定性，災難的重建歷程讓好茶社區具有多重組織的互動演變，並可以利用深度訪談法的挖礦功能，從中獲取好茶社區在重建過程的事件整體性、發掘有意義的特徵，來探索出災後社區的認同意識。

二、研究場域與對象

(一) 研究場域

本研究選定屏東縣禮納里好茶社區為研究場域，禮納里好茶社區是由台灣原住民魯凱族所組成，原居住在北大武山海拔 920 公尺隘寮南溪中游的舊好茶部落，而後因地處深山交通不便，1980 年經評估後，特地以地形不適居住為由，將其整個魯凱部落遷村隘寮溪旁之台地，稱之新好茶部落(Wang, Huang, Jan, & Yeh, 2015)。2009 年莫拉克風災讓新好茶全村覆沒，離鄉村民除無家可歸，亦無法原地重建，因此被迫異地重建；加之風災造成屏東瑪家鄉瑪家村、三地門鄉大社村大面積的地層滑動，有危險疑慮而決定遷村，經討論溝通後最終選定屏東縣瑪家農場 Rinari（排灣族傳統地名，後定名為禮納里）做為三個村落遷村重建的共同基地(Hsu, Howitt, & Miller, 2015)。好茶居民於 2010 年 12 月 25 日正式入住禮納里永久屋，這也是好茶社區的三度遷村（新好茶、隘寮營區、禮納里）；然相比瑪家、大社村，好茶社區已無路可退，風災帶來的土石流覆滅所有新好茶的生活痕跡。

過去好茶居民於原居住地時多仰賴種植小米、採集野菜、狩獵等一級產業為生，依著靠山的地理情勢，發展出自我的生存方式。在異地重建之後，禮納里好茶開啟社區觀光的發展方向。以禮納里永久屋外型漂亮具有國外風情，加上原住民魯凱文化特色的點綴，各家屋、教堂及穀倉等公共設施都有屬於自己建築空間的魅力，皆裝飾屬於魯凱族的文化符號，形成獨特的觀光景點。災難的殘酷帶給好茶居民新的生活體悟，利用災難的經歷促成了在禮納里好茶之觀光產業發展。好茶社區的觀光產業發展主要可分為接待家庭、文化觀光兩大主軸，接待家庭

係徵求社區居民空房而產生與觀光客分享生活的形態。好茶社區目前約有將近四十戶為接待家庭，以禮納里-脫鞋子的部落網站作為統一的窗口並管理觀光客人住事宜。在觀光客人住當下即會透過入住的儀式，透過家爸與家媽的互動提供社區觀光體驗。

文化觀光即以雲豹的故鄉為號召，經由豐富的傳統魯凱族文化技藝與習俗，如雕刻、繪畫、婚宴盪鞦韆、石板屋等文化內涵為主要資源。居民極力與過去舊好茶連結並常年往返舊好茶進行尋根之旅，透過文化連結的根源傳承最原始的文化精神及保存珍貴的文化資產。綜上可知，災後好茶社區的觀光發展，讓社區在混亂的重建之路漸趨穩定，也因產業發展活絡了社區網絡而影響社區的運轉樣貌，從而落實災後社區重建的目標，也成為帶動形成災後社區復原力的重要影響要素。

(二)訪談對象

本研究研究對象為異地遷村三次之原住民好茶社區，以社區整體為中心，並依據莫拉克風災與災後重建的關係，共訪 30 位公部門管理單位、業者、社區居民與相關參與災後社區重建發展人士，另外考量好茶社區中不同群體的劃分與派系的差異，盡量以第三者角度進行社區群體的選樣，能充分了解各個群體不同的聲音，以較為公平客觀的方式對樣本進行調查。

本研究將三十位受訪者由 A 至 DD 予以編號，如表 1 所示；逐字稿編碼原則為（英文-數字-數字）第一個數字為兩位數，代表受訪者逐字稿內之頁數，第二個兩位數字代表受訪者逐字稿的行列數，如：C0205 表示此對話摘自 C 受訪者逐字稿的第 2 頁第 3 行。

表 1 訪談名單

群體	編號	性別	年齡	群體	編號	性別	年齡
社區居民	A	男	39	業者	I	女	55
	B	男	70		J	男	42
	C	女	23		K	男	43
	D	男	50		L	男	26
	E	男	28		W	男	35
	F	男	36		X	男	37
	G	男	45		Z	男	62
	H	女	25		BB	男	40
	Y	男	70		CC	女	75
相關參與 災後社區 重建發展 人士	M	女	25	公部門管 理單位	S	男	27
	N	女	44		T	男	54
	O	男	49		U	男	50
	P	男	25		DD	男	35
	Q	男	36				
	R	女	20				
	V	男	20				
	AA	女	60				

三、資料分析與資料品質檢驗

本研究亦依循資料回收後，將資料進行階段性的編碼程序，依照開放式、主軸與選擇性的編碼方式進行資料處理。經蒐集完所有資料經仔細閱讀後，即開始進行開放式編碼「拆開、檢視、比較、概念化、並分類資料」的過程(Corbin & Strauss, 2014)，依據觀光發展、重建復原與社區意識之範疇屬性與面向，重組初始編碼拆解開來的資料，讓逐漸形成的分析能夠前後連貫，並且在此步驟減少和重組資料集，包括去除同義詞、刪去多餘的代碼並選出最具代表性的代碼，逐步的找出研究焦點(Boeije, 2009; Charmaz, 2014)。最後，本研究進行選擇性編碼來進行資料重組，即尋求範疇之間的關連性，以便瞭解田野中發生的事，且有系統地找出其與其他範疇的關係，整合研究者先前編碼不明確的片段並填補需要進一步修正和發展的部分(Boeije, 2009; Corbin & Strauss, 2014)。

本研究以三角檢證來進行資料品質的檢驗。第一，以多重研究方法包括參與觀察與深度訪談法互相補足彼此的不足，以較為完整的觀點與適合本研究的取徑方式來有系統地針對好茶社區進行探討與觀察，並且利用參與觀察、深度訪談來

獲取相關的資料；第二，在逐字稿整理後，對於災後社區復原力及災後區域發展相關議題上，取得當地文化工作或教育工作者之交互檢證，以提高資料的有效性，並請大專院校等專家學者確認萃取結果之判斷是否正確；第三，提出研究結果時亦邀請研究利害關係人再次進行確認，以達到研究者多方審核，提高資料效度。另外，本研究透過蒐集災後社區相關政府單位人員、社區居民、業者與社區組織之看法，以不同資料來源的合併方法進行檢證，以提升研究的效度(Stacey, 2013)。

肆、研究發現

災後社區發展的過程中觀光產業帶動了社區互動，透過居民間溝通與反思，居民的社區意識逐漸被喚起；災後產業重建發展使社區形成新的社會關係，如石板屋重建計畫、舊好茶尋根計畫、魯凱小米學之飲食文化研習等魯凱族好茶文化脈絡的相關考察，進而促進好茶社區共同意識的重現與形成。如高至誠(2008)研究指出，尋根活動可讓原住民社區的青少年重新進入舊部落的生活領域，以認識、體會過去的歷史文化來產生對部落的認同。

居民與觀光業者在災後一連串的重建過程也會對好茶社區的定義與想法重新產生共鳴與互助，這能夠影響居民在認同感上的轉變(Townshend, Awosoga, Kulig, & Fan, 2015)。受到災難遷村的影響，災民在社區認知上會與以往舊社區有所不同，居民在表達心理變項差異則會影響不同社區意識在意義上的呈現，其中認同感是災後居民可能產生的社會意識之一(Farrell, Aubry, & Coulombe, 2004)。本研究將認同感在災後社區中之發現羅列如下：

一、災後觀光產業發展帶動認同感

認同表達具有多樣性，社區居民會根據社會結構與區域生活環境的改變，經由行動對當地文化進行認同轉化。這也表示區域性集體認同的形塑，是透過彼此共同重要的經歷，有系統性的建構出來(Polletta & Jasper, 2001)。觀光產業在災後社區集體認同上則扮演了重要的楔子，禮納里好茶社區青壯年居民 A 提到災後他觀察到的社區認同的改變歷程，包括觀光產業發展會提升族群認同、社區認同再晉升至自我認同，最後居民對觀光產業產生產業認同。

觀光產業發展的過程中我們開始找自己的文化，發現自己文化的重要性，也發現原來很多人對我們社區與族群文化很有興趣，這讓我們對於探索自己文化的行為變得更有動力，可以提升我們的社區認同跟身分認同，從找尋的過程也發現我們的獨特性，這對於我們的自我認同來說有很重要的幫助。(A3928)

認同在災後觀光產業發展的帶動下，成為社區文化很重要的推手，為了找尋更寫實的社區歷史，創造社區獨有的觀光資源，文化探索變成很重要的一個環節，在這個探索的過程中，也帶動居民重新認識自我文化的契機。另一方面，災難所帶來的危機感，也激發災後社區必須面對自己重新出發的意識，在這樣的環境下，居民跟業者開始會省視自己的文化，也對自己所擁有的東西產生認同，像是在地居民 S 就提到這樣的歷程：

我們有一些共同的危機意識，除了自己部落受到災難打擊，我們也看到別的部落一直努力在發展的時候，我們就會反省思考自己，好像輸人家很多，明明我們也有自己的美麗的文化啊，為什麼我們就大部人都不知道這樣子，所以說... 這幾年來比較積極的在去做那個文化復振的運動。(S1529)

由此可見，災難產生的危機意識，讓災民會感受到強烈的溯源動力，並且認清自己所擁有的要素，包括文化、身分與價值觀，在產業重建的同時，也帶給居民重新認識與探索自我的重要性，尤其以觀光產業需要文化觀光資源的基礎上，有更多的機會讓居民必須重新探索自我族群價值，在經由這樣的過程來產生個人對社區文化上的意識，也增強社區在整體發展意識上的共鳴。

二、災難激化族群認同

災難帶來毀滅性的影響，不管有形財物或無形的文化都可能受到破壞 (Comerio, 2014)。鑒於此，危機感容易在災民心中產生 (Ritchie, 2004)，對於自我身分的探索也會因資源有限而更加積極；然相對卻也可能變得消極，特別是在災後原住民社區可能會稍微明顯。Sussman (2002) 的研究表示，當文化意識受到災難破壞有形文化與遷離祖居地時，會導致居民缺乏物體或空間投射，而逐漸對於族群認同產生懷疑，並在世代之間產生認同隔閡 (identity estrangement)；換言之，族群認同常是不同世代在爭論與對話的議題 (王應棠, 2000)，好茶社區亦不例

外。

在莫拉克風災將新好茶社區整個掩埋之後，禮納里好茶居民被迫在其他地方重建社區，也面臨到有形文化與空間消失的難題。但本研究發現到，在社區透過政府幫助與社區自我產業的定位後，社區也逐漸走向復原的階段，與過去研究指出災後產業發展能夠幫助災後社區帶動復原力與走出陰霾是相呼應的(Berkes & Ross, 2013; Hsu et al., 2015; Miles, 2015)。當產業發展帶動社區復原，社區意識也會隨之帶起，而族群認同即是在災後會被注意的議題。禮納里好茶在災難後異地重建重新生活，居民已經重新在適應新的環境，在重建過程中，不同世代對於族群認定開始產生不同的想法，老一代擔心青少年一輩遺忘自我，如同禮納里好茶社區長期居住於舊好茶的族人 D 對青年頭目 K 語重心長的說道：

「你還是要有對自己部落的責任，要知道你是誰，不要忘記以前我們從哪裡來，雖然我們搬來這裡，但不要忘记你是好茶的人，你要帶領社區的人走，要知道真正的自己」。(D0103)

好茶社區青年也認為在族群認同區塊，年長者給予青年的壓力很大，但自己並沒有認同差異的問題，這是一種與生俱來的概念，也因為社區共同發生災難遷村這種大事，才意會出來大家如此注重族群認同。例如居民青年 E 提到：

認同是很自然而然的，好像我們在認同我們是新好茶的人跟舊好茶的人，那種就是一樣的。但有些人就會吹毛求疵的說不是這樣。就必須...你要回到舊好茶，你才是舊好茶人。那種我真的就是不解，為什麼要這樣？我們的生活就恢復正常的樣貌，我還是好茶人阿。(E2707)

族群認同在社區災後消失之後更容易被社區耆老提及，因其所見有形物體因災難的消逝且回憶遭受破壞，是故對族群式微的感受也會益發敏感，從而憂心年輕一代對族群的認同意識是否會因為地理位置的移動，或區域環境的改變而變得更加薄弱。

三、災後產業環境帶動社區認同

遷村並非好茶社區居民最期望的重建方式，然礙於現實與安全性，遷村成為歷經掙扎後的唯一選項。從暫時安置所顛沛流離到永久屋基地，從等待變成期待，

居民都想趕緊安定生活重新開始，在新的基地快速地重塑他們熟悉的文化；在重建穩定與時間的累積下，對這塊原不熟悉的土地與環境，居民也日漸產生社區認同感。社區重建過程擔任社區照顧年長者的居民 K 提到：

老人家其實心理上已經逐漸的認定這邊可能是他未來要安定的所在了... 生活久了，他們逐漸的在這一塊土地的認同有多一些，另一個層面也是順應跟接受這個事實。(K1203)

在新社區開始發展後，耕地的缺乏使得老一輩人原先失去了生活重心，幸賴政府的一小塊耕地分配，社區年長者也開始重拾過往的時光，並以照顧作物為樂趣；除了拿來作為自己食用外，還可以賣給被災難重建吸引來的觀光客。這也讓年長者對於社區的走向燃起了不一樣的想像與希望。如社區耆老 I 就說到：

種了芋頭，採收了，就拿一點到老人關懷站那邊分享，小米呢，也是拿一點去，多的就拿去賣給觀光客，這樣一來可以溫飽，還可以維護我們族群社區裡原來的那種互助傳統。(I1224)

遷村雖然讓好茶社區遠離了祖居地，但異地重建也讓社區地理位置變得更靠近屏東市區提升了易達性，社區環境經重新規劃設置後使居住環境有了嶄新的樣貌。同時，觀光產業的發展也為基礎設施、住家型態、環境設計等各方面社區重建上帶來新的型態，社區氛圍與文化展現不僅更為濃厚，許多業者與社區發展人士會探索更真實的文化資源，居民也會重新認識社區的方向，如共耕共享是好茶人一向自豪的傳統價值，若當災後觀光產業在社區具有共同意識的發展，亦能將這樣的價值傳承下去，並且帶動居民對於災後社區發展的認同意識。居民 A 提及對異地重建與產業發展的想法：

風災之後我對這個社區的凝聚力更強，因為風災之後，讓我們對回家是更便利了，所以我們更常願意回家... 我會覺得社區的重新發展給我的機會是讓我跟好茶連結，會比以往更好。(A1830)

四、災難重建後的自我認同

(一) 觀光產業推動自我認同

對不同世代而言，災難在原有社區分崩離析後，認同即成為一大考驗；然因

社區必須透過合作才能與政府或是重建會進行談判，爭取社區最大利益，故在重建過程的繁複程序下，社區一致對外合作的心態依然具有相當大的力量。在災後一直擔任社區重建領袖的鄉民代表 T 就說到：

水災後遷過來禮納里，我們對部落的認同、自我認同，是屬於部落的這種角度，我想沒有變啦，反而是更凝聚了，而且對部落的關心度是沒有變，因為你共患難嘛。(T0138)

此外，當居民在社區逐漸安定的生活之後，對於過往遷村的不安定感即會淡忘，轉而開始思考與安排其他更高層次需求，包含對自我的安排、反思、人生規劃等，如此對自我概念、種族認同的形成都有著重要作用(岳彩鎮，黃希庭，2012)。另一方面，重建後的產業發展需要居民更加努力工作，尤其以觀光產業是社區新的挑戰，在專心為災後社區重建的過程可以讓自我認同穩定的建構，這猶如新創事業的積極與付出，可以讓個體感受到更真實的自己(Bredvold & Skálén, 2016)。綜合上述脈絡可知，在災難產業重建中，社區間的互動會促使社區認同的產生，在社區認同逐漸在社區醞釀時，居住在其中的居民也會對社區產生較為強大的向心力，對自我身份也會產生更多的想法。如社區青壯年居民 A 就說到了這樣的歷程：

觀光產業發展的過程我們開始找自己的文化，發現自己文化的重要性，也發現原來很多人對我們社區很有興趣，對我們族群的文化很有興趣，這會讓我們對於探索自己文化的行為變得更有動力，可以提升我們的社區認同跟身分認同，從找尋的過程也發現我們的獨特性，這對於我們的身分認同跟自我認同來說，都有很重要的幫助。(A3928)

由此可知，災難讓居民彼此承擔共同所要面對的問題，但一同在為社區進行重建時，共同努力的方向也會成為力量。災後社區勢必從根源開始建立，因此災後觀光產業的發展若能適當與在地文化進行連結，當業者與居民在找尋具有價值的觀光資源，發現自身愈來愈豐富的文化底蘊及愈來愈真實的歷史背景時，對於社區與自我的認同也會同步帶起；意即發掘出自己的獨特性、與他人的共通點，也更清楚自身的發展方向(張春興，1983)，上述皆有助於災民在重建的歷程中找回自我認同。

(二) 反思自我認同

受到災難影響而遷村導致禮納里好茶處於空間置換的情況，對於社區內某些耆老來說有空間錯置的感覺，因此他們選擇回到傳統的祖居地即舊好茶生活，他們認為禮納里好茶是所謂的「隔離地」，無法於這個政府建立的永久屋基地居住。可以說，他們對於傳統的好茶認同依然沒變，變的是地點與空間上的差異，常發生於曾經在祖居地舊好茶生活的中壯年族群，因為不斷地遷村，對於遠離傳統領域新建立的新社區較難以與其他人擁有相同的認同感。如長期居住在社區的居民 O 轉述了住在舊好茶的耆老所言：

我們都沒有犯錯，大自然本來都會變，在我們的祖先，當大自然這邊變了，我們就到那邊；那邊變了，我們就回來這邊。他自然有一個規律，我們都會生活得好好的，可是現在這個中華民國，很有文化深度的中華民國來到這裡以後，我們應該說我們很榮幸。他在跟我講的時候，加入了這個中華民族的大家庭，加入了以後呢，我就被送到這個隔離地來。(O0834)

在禮納里好茶社區之社區復原力對於不同世代來層級是不同的，像是年長者對於復原的態度是接受與無奈，面對傷痛是配合社會與政府的安排，沒有抵抗也不想抵抗；中壯年的居民態度則是面對與轉換，他們開始尋找社區新的可能性；青年則是順應與期待，重新開始的在社區中展開新的生活。在 Rose (1995) 的研究中即解釋認同何以有如此差異性，係因認同與日常生活經驗與主體情感有相關，生活經驗與情感鑲嵌在廣大的社會關係、文化與經濟環境，故認同除了涉及個人自我獨特的個別性之外，尚涉及群體性的社會關係聯繫。這也可以理解成在不同經驗背景的情況下，居民在身份認同與實際身份表現之間可能存在差異 (Lugosi, 2014)。也表示不同世代對於生活的體認與追求價值，對於社區的情感與意識自然深度也不同，加上產業不斷激盪出的社會、文化與經濟關係都形成新形態的社區狀態，是以造成社區居民在認同上的關係產生差異。

五、受災居民對產業認同

災後由於社區不斷地在變化，以及與城市距離上的縮短，在對於一般未曾住過舊好茶且逐漸習慣便利生活的年輕人而言，新建立的社區反而變得更能夠與青

年對話，從而使其產生認同與共鳴。如青年居民 A 就說到：

其實我每次回到禮納里，我都會很...很高興，舉一個例子來講好了，社區的一家法國結合在地的高級餐廳 AKAMA，有很多觀光客慕名而來，我沒有想到，會在禮納里有這麼一家餐廳，而且我會覺得～他跟我想像的原鄉的發展不一樣，就是原鄉發展好像只能做...手工藝品哪，或者是文化上面的導覽哪。但是我發現，他這樣子的時候，會讓我們覺得觀光產業上的無限可能。而且這樣子的發展是因為我們很多外地的青年願意回來，認同自己發展的產業，或展現自己的手藝。

(A2135)

雖然觀光發展同樣地會為社區帶來許多生活上的衝擊，但當災後社區因為觀光產業發展增加基礎建設與資源時，社區居民也同樣的能夠感同身受，並且認同觀光產業市社區永續勢必發展的方向，如青年居民 F 所提到：

因為部落開始發展所以在基礎設施上面有變得完善一些，在部落周邊有更多的使用空間，只要產業在發展上不好的不要影響到居民，我們當然是樂觀其成，也能認同這個產業。(F2136)

亦可以說，由於災難的衝擊，居民無不希望社區能夠永續發展下去，對社區未來亦有許多期許，當受災居民能夠掌握觀光產業發展對生活的影響之後，居民即會對觀光產業意識產生正面評價。

伍、結論與討論

一、結論

災難過後社區皆處於混亂的狀態，要在異地重建的過程馬上恢復原來的生活是不容易的，多少需要透過長時間的磨合與適應，才能漸漸地恢復成災難前的樣子。在災難重建的過程中，NGO 組織、政府、社區組織與居民間會有密切的交流與互動，過程中不但會遇到許多困難與問題，也是災後社區要面臨對災難的反應與解決能力的考驗(Jiang & Ritchie, 2017; Norris, Stevens, Pfefferbaum, Wyche, & Pfefferbaum, 2008; Singer & Endreny, 1993);隨著時間從中也會產生包括居民、政府與社區之間的相互關係等問題(Ghaderi, Mat Som, & Henderson, 2015; Magis, 2010)。尤其當災後原住民社區必須異地重建時，災後社區所衍生出的問題就更

是複雜（謝志誠，傅從喜，陳竹上，林萬億，2012）；而產業發展正好是帶動災後問題解決的一個方向，也是居民認識自我與社區的好時機(Townshend et al., 2015)。

因此，本研究從災後社區進行觀光產業發展發現了認同的進程，分別為族群認同、社區認同、自我認同、產業認同四項認同感的產生（如圖 1 所示）。產業對災後社區帶來許多效益，包括有形的經濟效益、無形的社區意識等，因此災後觀光產業發展在災後社區集體認同的形塑過程中成為核心，藉由觀光產業的發展讓居民重新審視個體對族群、社區、自我與產業之間的關係。禮納里好茶社區即依循這樣的轉變，從遷村後觀光產業開始發展提升族群認同、社區認同，再延伸探索自我認同感，最後發展成居民對觀光產生產業認同。除了居民與業者對於好茶社區的定義與想法在觀光產業發展基礎上重新產生共鳴與互助，也促進好茶社區共同意識的重現與形成，進而許多居民透過自我認同到社區認同的轉變來表達他們社區意識的想法，並且經由社區意識的呈現，展現出社區凝聚力，同時也從中發現了自我對災難後觀光產業的認同關係。

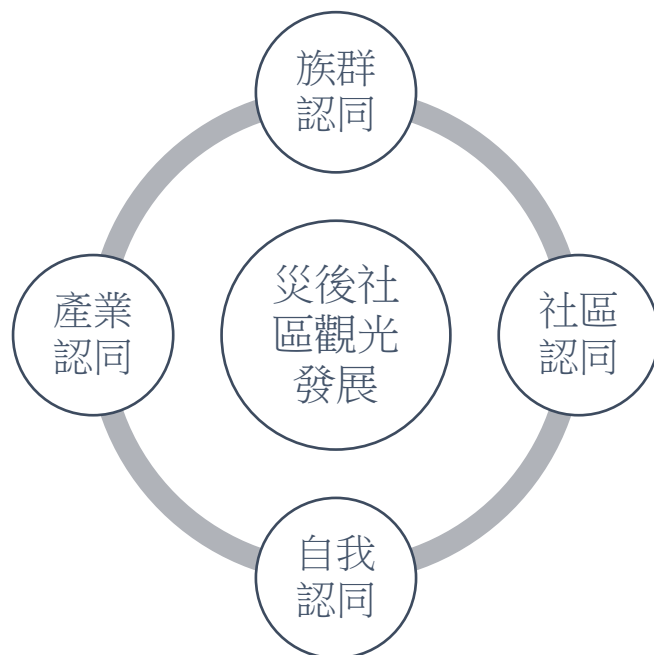


圖 1 災後觀光產業與認同要素

在族群認同上王應棠(2000)曾經表示，原住民部落重新認同族群文化傳統與重建家園的意義是理解個人當下存在處境的過程，在過程中透過銜接族群文化傳

統，賦予傳統再生的活力，以找尋未來的出路。本研究另外亦發現，原住民災後社區在重建過程中的認同追尋，會發現自我價值的意義，藉由文化價值的塑造，透過新興產業的推展與接觸，更能提供災民在重建上的明確目標，並且在復原與生活磨合的過程中，找到認同的平衡點。此外，社區認同在災難過後，由於社區異地重建，許多居民要面對新型態的社區生活需要時間適應與接納，這對於以往在舊有社區生活所塑造出來的社區文化感染有很大的落差，如高至誠(2008)研究指出，尋根活動透過讓原住民社區的青少年重新進入舊部落的生活領域，以認識、體會過去的歷史文化，可藉此產生對部落的認同。這可以呼應到好茶社區由於舊社區已被莫拉克風災沖毀，僅剩下祖居地舊好茶可以讓青少年了解社區遷移史與描繪並重構社區的認同記憶，這些都提供社區文化價值在災後的建構。再者，經由禮納里好茶選擇利用發展觀光產業去找回共耕共享的傳統部落文化價值，藉此發展文化觀光，從中設法找到社區文化與過去歷史的連結，提升社區內合作的價值，讓居民藉由觀光產業發展對於社區認同有更深一層的體會。

自我認同對災難過後的社區居民來說是需要時間累積與沉澱的，而觀光產業的帶動也會讓居民重新省視自我，因為過程中會讓居民藉由實地的探索來認清自己在社區脈絡中的特定角色，知道自已的需要、愛惡與動機，根據對自己的瞭解建立生活的理想與目標，以及在自己理想的引導下對於自我目標的意識(Erikson, 1994; 張春興, 1987)。在災後觀光產業的接觸下，共同的經歷都能夠對居民帶來身分上的反思，增進自我與社區之間的連結，亦可正面的影響災後產業重建。

最後，災後社區在產業重建的同時，亦尋找著社區永續的方法。觀光產業發展為社區帶來不少正面影響，居民經由學習與體驗也能參與在其中，並且增強了居民對於觀光產業的認同意識，也增強了社區在發展上的共識。換言之，社區居民在發展上會面臨許多挑戰，卻也認同觀光產業在災後社區發展的重要性。

二、討論

過去認同與災難的文獻鮮少關注災後社區意識上的發展，而本研究在經探討原為一級產業社區於災後成為觀光目的地之個案後，除可供其他災後區域參考，並可從本研究探討的重建脈絡看出觀光發展在認同上的發展要素。在現今全球氣候變化無常，為各國各區域帶來層出不窮的災難下，觀察觀光是否可以為災區帶

來新的希望、發展與選擇必然是重要的，但社區意識的認知與覺醒，理解居民的感受亦能夠為產業帶來不一樣的思考方向，這也是本研究最主要的目的。

本研究經由觀察與歸納出災後社區觀光發展後之認同意識，發現居民在族群、社區、自我與產業的認同會受到觀光產業發展的影響。但礙於時間與篇幅的關係無法深入闡述居民在認同意識發展時的摩擦與關係。另外，本研究透過參與觀察與深度訪談方法進行，較無法將災難後全面性的議題共同探討，也無法將所有的社區意識詳述討論，為本研究的限制；然本研究嘗試聚焦在社區意識中重要的認同要素，來探索災後社區、居民與產業之間的關係，盡量從認同的角度來看災後原住民社區在觀光發展上特有的樣貌，若加入不同面向如原住民文化價值、災難型態差異、居民與觀光客關係等等，亦可能豐富災後社區在意識探索上的資料。

參考文獻

- 王應棠 (2000)。家的認同與意義重建：魯凱族好茶的案例。《應用心理研究》，(8)，149-169。
- 行政院內政部營建署 (2012)。莫拉克永久屋興建成果。上網日期：107 年 01 月 20 日，檢自：
http://www.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com_content&view=article&id=14534&Itemid=54
- 岳彩鎮，黃希庭 (2012)。反思自我评价研究述評。《心理科學》，35(3)，735-739。
- 高至誠 (2008)。人、空間與認同：一個排灣族部落的實踐（未出版之碩士論文）。國立臺東大學，台東市。
- 張春興 (1987)。青年的認同與迷失。台北市：東華書局。
- 陳向明 (2009)。社會科學質性研究。台北：五南。
- 黃應貴 (2007)。族群、文化與區域體系。《客家文化研究通訊》，9，104-105。
- 閻嘉 (2013)。Identity 身分/認同。載於汪民安（主編）。文化研究關鍵詞（200-203 頁）。台北市；麥田。
- 謝志誠，傅從喜，陳竹上，林萬億 (2012)。一條離原鄉愈來愈遠的路？莫拉克颱風災後異地重建政策的思考。《臺大社會工作學刊》，(26)，41-86。
- 蔡祈賢 (1996)。社區意識與社區發展。《社會福利》，124，21-26。
- Castells, M.(1997).*The Power of Identity*. Oxford:Blackwell.
- Abhas, K. J., & Duyne, J. E. (2010). *Safer homes, stronger communities: a handbook for reconstructing after natural disasters*: World Bank Publications.
- Arunotai, N.(2008). Saved by an old legend and a keen observation: the case of Moken sea nomads in Thailand.In the Shaw, R., Uy, N. and Baumwoll, J(Eds.), *In Indigenous knowledge for disaster risk reduction: good practices and lessons learnt from the Asia-Pacific region*(pp.73–78). Bangkok: UN ISDR Asia and Pacific.
- Astuti, R. (1995). the Vezo are not a kind of people”: identity, difference, and “ethnicity among a fishing people of western Madagascar. *American*

ethnologist, 22(3), 464-482.

- Benight, C. C., Ironson, G., Klebe, K., Carver, C. S., Wynings, C., Burnett, K., . . .
Schneiderman, N. (1999). Conservation of resources and coping self-efficacy
predicting distress following a natural disaster: A causal model analysis where
the environment meets the mind. *Anxiety, stress and coping*, 12(2), 107-126.
- Berkes, F., & Ross, H. (2013). Community resilience: toward an integrated approach.
Society & Natural Resources, 26(1), 5-20.
- Bell, S. E., & York, R. (2010). Community economic identity: The coal industry and
ideology construction in West Virginia. *Rural Sociology*, 75(1), 111-143.
- Boeije, H. (2009). *Analysis in qualitative research*: Sage publications.
- Bredvold, R., & Skálén, P. (2016). Lifestyle entrepreneurs and their identity
construction: A study of the tourism industry. *Tourism Management*, 56,
96-105.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same
time. *Personality and social psychology bulletin*, 17(5), 475-482.
- Carlsen, J. (2005). Crisis Communication and Tourism Recovery Strategies for the
Maldives. *Managing risk and crisis for sustainable tourism: Research and
innovation (Best Education Network Think Tank V, Kingston, Jamaica June
16-19)*.
- Cernea, M. M. (1996). Understanding and preventing impoverishment from
displacement. In the Chris McDowell(Eds.), *Understanding impoverishment:
the consequences of developmentinduced displacement*(pp.13-32). Berghahn
Books, Oxford.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory*: Sage.
- Cohan, C. L., & Cole, S. W. (2002). Life course transitions and natural disaster:
marriage, birth, and divorce following Hurricane Hugo. *Journal of Family
Psychology*, 16(1), 14.
- Comerio, M. C. (2014). Disaster recovery and community renewal: Housing

- approaches. *Cityscape*, 16(2), 51.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.
- Erikson, E. H. (1994). *Identity: Youth and crisis*: WW Norton & Company.
- Farrell, S. J., Aubry, T., & Coulombe, D. (2004). Neighborhoods and neighbors: Do they contribute to personal well-being? *Journal of community psychology*, 32(1), 9-25.
- Glaserfeld, E. v. (2012). Questions and answers about radical constructivism In K. G. Tobin (Ed.), *The practice of constructivism in science education*. (pp. 3-8). Hillsdale: NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- Ghaderi, Z., Mat Som, A. P., & Henderson, J. C. (2015). When Disaster Strikes: The Thai Floods of 2011 and Tourism Industry Response and Resilience. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 399-415.
- Gurtner, Y. K. (2007). Crisis in Bali: lessons in tourism recovery. In E. Laws, B. Prideaux & K. S. Chon (Eds.), *Crisis management in tourism* (pp. 81-97). UK: CABI, Wallingford.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in practice*: Routledge.
- Jiang, Y., & Ritchie, B. W. (2017). Disaster collaboration in tourism: Motives, impediments and success factors. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 70-82.
- Hsu, M., Howitt, R., & Miller, F. (2015). Procedural vulnerability and institutional capacity deficits in post-disaster recovery and reconstruction: Insights from Wutai Rukai experiences of Typhoon Morakot. *Human Organization*(2015), 308-318.
- Kirmayer, L. J. S., Megha; Whitley, Rob; Dandeneau, Stéphane F; Isaac. (2009). Community resilience: Models, metaphors and measures. *Journal de la santé autochtone*.

- Kulatunga, U. (2010). Impact of culture towards disaster risk reduction. *International Journal of Strategic Property Management*, 14(4), 304-313.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry* (Vol. 75), Sage publications.
- Lugosi, P. (2014). Mobilising identity and culture in experience co-creation and venue operation. *Tourism Management*, 40, 165e179.
- Magis, K. (2010). Community resilience: An indicator of social sustainability. *Society and Natural Resources*, 23(5), 401-416.
- Marsella, A. J., & Christopher, M. A. (2004). Ethnocultural considerations in disasters: An overview of research, issues, and directions. *Psychiatric Clinics*, 27(3), 521-539.
- Miles, S. B. (2015). Foundations of community disaster resilience: well-being, identity, services, and capitals. *Environmental Hazards*, 14(2), 103-121.
- Morse, J. M. (2003). Principles of mixed methods and multimethod research design. *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, 1, 189-208.
- Norris, F. H., Stevens, S. P., Pfefferbaum, B., Wyche, K. F., & Pfefferbaum, R. L. (2008). Community resilience as a metaphor, theory, set of capacities, and strategy for disaster readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41(1-2), 127-150.
- Norris, F. H., & Uhl, G. A. (1993). Chronic Stress as a Mediator of Acute Stress: The Case of Hurricane Hugo 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 23(16), 1263-1284.
- Oliver-Smith, A. (1996). Anthropological research on hazards and disasters. *Annual review of anthropology*, 25(1), 303-328.
- Orchiston, C., & Higham, J. (2016). Knowledge management and tourism recovery (de) marketing: the Christchurch earthquakes 2010–2011. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 64-84.
- Perilla, J. L., Norris, F. H., & Lavizzo, E. A. (2002). Ethnicity, culture, and disaster response: Identifying and explaining ethnic differences in PTSD six months

- after Hurricane Andrew. *Journal of social and clinical psychology*, 21(1), 20-45.
- Polletta, F., & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual review of Sociology*, 27(1), 283-305.
- Pottorff, S. M., & Neal, D. D. M. (1994). Marketing implications for post-disaster tourism destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(1), 115-122.
- Ritchie. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry *Tourism Management* (Vol. 25, pp. 669-683).
- Robinson, L., & Jarvie, J. K. (2008). Post-disaster community tourism recovery: the tsunami and Arugam Bay, Sri Lanka. *Disasters*, 32(4), 631-645.
- Rose, G. (1995). Place and identity: a sense of place. In Massey, D. and Jess, P. (Eds.), *A place in the world*(pp. 87-132), Oxford: The Open University Press.
- Ruiter, M. C. D. (2011). *Post-disaster community reAcovey: linking environmental and economic recovery*. University of British Columbia.
- Schein, E. H. (2010). *Orgacnizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2008). Tourism crises and marketing recovery strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 1-13.
- Singer, E., & Endreny, P. M. (1993). *Reporting on Risk: How the Mass Media Portray Accidents, Diseases, Other Hazards*: Russell Sage Foundation.
- Stacey, M. (2013). *Methods of Social Research: Pergamon International Library of Science, Technology, Engineering and Social Studies*: Elsevier.
- Sussman, N. M. (2002). Testing the cultural identity model of the cultural transition cycle: Sojourners return home. *International Journal of Intercultural Relations*, 26(4), 391-408.
- Tarlow, P., & Korstanje, M. E. (2013). Disasters, tourism and mobility, the case of Japan earthquake.
- Tajfel, H. (1978). *Social identity and intergroup relations*: Cambridge University

Press.

- Torres, V., Howard-Hamilton, M. F., & Cooper, D. L. (2011). *Identity development of diverse populations: Implications for teaching and administration in higher education: ASHE-ERIC Higher Education Report (Vol. 12)*: John Wiley & Sons.
- Townshend, I., Awosoga, O., Kulig, J., & Fan, H. (2015). Social cohesion and resilience across communities that have experienced a disaster. *Natural Hazards, 76*(2), 913-938.
- Varghese, J., Krogman, N. T., Beckley, T. M., & Nadeau, S. (2006). Critical analysis of the relationship between local ownership and community resiliency. *Rural Sociology, 71*(3), 505-527.
- Whitbourne, S. K., & Ebmeyer, J. B. (2013). *Identity and intimacy in marriage: A study of couples*: Springer Science & Business Media.
- Wright, D., & Sharpley, R. (2016). Local community perceptions of disaster tourism: the case of L'Aquila, Italy. *Current Issues in Tourism, 1*-17.
- Xu, J., Wang, Z., Shen, F., Ouyang, C., & Tu, Y. (2016). Natural disasters and social conflict: A systematic literature review. *International Journal of Disaster Risk Reduction, 17*, 38-48.
- Yang, W., Wang, D., & Chen, G. (2011). Reconstruction strategies after the Wenchuan earthquake in Sichuan, China. *Tourism Management, 32*(4), 949-956.
- Zhang, J., Hamilton, W. L., Danescu-Niculescu-Mizil, C., Jurafsky, D., & Leskovec, J. (2017). Community identity and user engagement in a multi-community landscape. In *Proceedings of the... International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (Vol. 2017, p. 377). NIH Public Access.

The Exploration of Community Identity through Tourism Development in Post-disaster Aboriginal Community

Lin Hsin Hung* Chang Ching-Yu (Richard) * Huang, You Sheng**

*Tourism Recreation and Leisure Studies, National Dong Hwa University

** Graduate Institute of Tourism Management, National Kaohsiung
University of Hospitality and Tourism

Abstract

This study explores post-disaster aboriginal villages build up sense of community through tourism development which has seldom noticed in post-disaster tourism studies. The purpose of this research is to enhance the understanding of relationship between sense of community and tourism development in Rinari Haocha community that had experienced three relocations due to two natural disasters. By using participate-observation and in-depth interview with stakeholders in community, the findings revealed that tourism development in Haocha has considerable contribution to residents' cohesion and sense of identity, namely ethnic identity, community identity, self-identity, and industry identity, which can simultaneously have a catalytic effect on mutual interactions and assistance among the residents and tourism industries, and thus foster the community sustainability. It is believed that the findings could enhance public awareness and respect for divergent sense of community and serve as the basis for a study of post-disaster sense of community and resilience.

【Keywords】 Post-disaster tourism, Aboriginal community, Community identity,
Sense of community

以遊憩承載量理論建構露營區管理策略之研究

鍾政偉^{*(通訊作者)} 黃婉蓁** 蔡宜家** 曾于瑄** 陳佩如** 莊杰勳**

*樹德科技大學休閒與觀光管理系副教授

**樹德科技大學休閒與觀光管理系

收件日期：107 年 06 月 29 日；第一次修正：108 年 02 月 15 日；

接受日期：108 年 02 月 15 日

摘要

根據 Google 搜尋趨勢發現，「露營」關鍵字的搜尋行為於 2011 年開始明顯上升，露營逐漸成為國內親子共遊的熱門選項。然而，隨著露營活動的盛行，衍生出許多空間、行為及經營的管理問題，中央政府現行辦法中並無一套明確的露營區管理法規供業者依循。本研究以遊憩承載量理論之內涵，運用專家決策模式(MCDM)，建立露營區的管理策略。運用文獻蒐集建構出策略內的 4 大構面並發展出 28 項準則，運用修正式模糊德爾菲法篩選出 17 項準則，並利用詮釋結構模式(ISM)建立目標要素之次序邏輯關係；最後應用網路層級分析法(ANP)作為最終之權重計算與方案比較，使評估準則更加客觀與科學，相較評比下較符合管理規範之露營區依序為小路露營區(A₅) > 櫻花谷露營區(A₃) > 龍門露營區(A₂) > 小野柳露營區(A₄) > 武陵農場露營區(A₁)，進而建立出對露營區管理有利且具有方向性的策略方案。各項方案對於在方案下權重指數較低的準則弱點，可對照其他方案權重值較高的準則做比較。為建立露營區管理的策略方向，由研究結果可知，從遊憩承載量的觀點切入，在整個露營區管理策略下，生態承載量相較於實質、設施與社會乘載量較為重要，未來政府單位及經營業者進行露營區之管理時，可針對地質環境狀況、自然生態資源、排水系統等方面優先著手。

通訊作者：鍾政偉，高雄市燕巢區橫山路 59 號
樹德科技大學
E-mail：alexccw@stu.edu.t

【關鍵字】 露營區、遊憩承載量、修正式模糊德爾菲法、詮釋結構模式、網路層級分析法

壹、緒論

一、研究背景與動機

近年來因周休二日的實施，催化國人休閒旅遊的型態改變，使休閒式露營逐漸風行，再加上政府提倡農業轉型，於是露營區及休閒農場的密度越來越高(于薇薇，2011)。以往露營區多數皆設立在風景區、國家公園或休閒農場內，因此較不會有安全或土地濫墾開發的現象產生，然而現在的露營區皆設立在私人土地上，業者自行開發建造，但沒有做好防護等相關措施，近期便出現不少露營地濫墾山林、設備不完善、安全措施不足等新聞報導，中央政府當前僅有簡要的露營管理要點，僅要求針對相關法令進行管理，但除法令要求外，卻無露營區的相關的策略管理指標。因此本研究擬讓業者在設立露營區時能有一套策略指標做為參考，讓其除能達到依據法規而擁有合法之營地外，同時能有更明確且兼顧環境之指標，如此也能夠保障民眾在選擇露營區時較能放心，也期望能讓商業經營與環境上達到永續。然而，露營活動越趨活躍，但露營無法規規範，導致許多土地、營地設施等問題產生，卻只有極少數的學者注意及探討營地規範這方面。然而，在多樣、動態以及不確定性高的狀態下，土地做為遊憩之使用是相當複雜的，也可能在使用後，造成無法回復之永久性傷害；過往台灣已有太多經濟導向的遊憩開發案例。爰此，本研究期望在建構露營區的發展策略時，能在經濟發展的同時，顧及到環境生態之保存面向。而在過往許多野地開發或公有土地的應用上，皆提到空間內在固有的乘載量暗示著使用和衝擊間呈現 J 形的曲線關係，而遊憩使用造成的衝擊將會緩慢升高，等到超越某特定門檻之後，情況將迅速惡化(許義忠、梁宇暉、李英弘、王正平、劉吉川譯，2010)。因此，透過可接受的人為引發的改變量管理，將有助於在經濟發展的同時，盡可能的關注環境面向的改變與控制。因此本研究希望利用遊憩承載量之理論來探討露營區管理之規範，遊憩承載量所探討之方向皆和遊憩空間有密切關聯，對露營區來說，建置時所需注意的就是周遭環境生態、空間規劃及避免環境污染、所應具備的設施項目、遊客體驗感受等，不良或不當的管理會導致如生態環境破壞、空氣汙染、遊客安全等許多問題產生，讓業者及相關單位能有依循的規範。

透過文獻收集及現地觀察，建構出遊憩承載量之構面及準則，利用模糊德爾菲模式(FDM)並經過專家決策模式，分析出最適的準則，以詮釋結構模式(ISM)輔助檢視各層級群組與其元素間是否具回饋關係，若層級群組間有回饋關係，則採用網路層級分析法(ANP)作為決策方式來評估整體構面及準則之權重比例。

二、研究目的

本研究主要希望探討「以遊憩承載量理論建構露營區管理策略之研究」，讓業者在設立營區時，能有一參考之方向及準則依據，根據前述之研究背景與動機，列出以下兩點研究目的：

- (一)探討以遊憩承載量作為露營區管理策略之效果。
- (二)提出以遊憩承載量作為露營區管理之策略，供相關單位未來管理及執行策略之參考依據。

貳、文獻探討

一、露營之定義

陳盛雄(2009)認為在野外不論是個人、家庭或團體，以營帳、小木屋、露營車、團體營舍或臨時搭建的遮蔽物過住宿生活均稱之，近年對於到營地當日來回之活動(Day Camp)亦包含在內，而後漢書稱「露營乃露宿在外，安帳為營」。(傅惠蘭，2005)。以往多數是童子軍從事露營相關活動，隨著時代變遷，從有紀律性的露營活動逐漸演變為個人、同儕或家庭一種放鬆心靈的休閒活動，當中所使用的衛浴設備、炊具、睡袋等各種設備也隨著科技發展越來越完善，除了最基本的營帳外，也衍生出露營車的形式，讓露營不再只是侷限於童軍露營，而是一項新興的戶外休閒活動。

陳盛雄(2009)將露營地的分類，依據營地經營型態、營地設置之區位不同，而有下列的分法：

(一)依據露營地經營型態區分：

- 1.教育型態露營地：可分為校園型和訓練性。
- 2.休閒型態露營地：具備完善的衛浴設備與休閒設施，並提供電源，汽車亦可直接到達。

- 3.育樂型態露營地：以團體為主要對象。
- 4.野營型態露營地：營地需以徒步的方式到達者居多，無提供設施，大多選擇在有水源的高山湖泊附近。

(二)依據營地設置的區位分為：

- 1.海濱型營地：可以欣賞海景之外，也可從事海水浴、衝浪、沙雕、浮潛等，進行海岸生態之旅與豐富水域活動的教育類活動。
- 2.平原型營地：體驗各式農林漁牧的活動，了解牧場、漁村、農村等的生活方式，達到學習文化與城鄉間互相交流的意義。
- 3.溪谷型營地：此類型的營地能戲水、垂釣、泛舟等，並結合環境、生態教育功能，適合各種年齡活動。
- 4.湖泊型營地：優美的湖光景色，是建設營地良好的條件，除了欣賞風景之外也能加入遊湖、垂釣、划船等水域類型活動。
- 5.高山型營地：指海拔達到 700 公尺以上的中高海拔地區的營地。

露營活動成為了近期一項熱門話題，投入這項活動的人逐年增加，因此許多學者也開始探討露營相關的研究，為了解近年學者對露營所做之研究內容，本研究整理出露營相關研究，包含以露營參與者的動機、體驗後之滿意度及幸福感為研究(吳明花，2015；曾華芳，2016；林志益，2017)；以家庭形式參與露營之親子互動關係、體驗之滿意度、休閒效益、休閒阻礙等研究(林怡萍，2015；賴冠儒，2016；經緯，2017)。而經由研究發現，目前尚無學者探討露營區管理策略的相關研究，因此本研究認為此議題值得討論。本研究方案的選擇將以 2017yahoo 搜尋排行前五名之露營區，分別為：武陵農場露營區、龍門露營區、櫻花谷露營區、小野柳露營區、小路露營區。

二、遊憩承載量之定義及內容

LaPage (1963)首先將此概念應用在戶外遊憩研究的領域上，在提出遊憩承載量(Recreational Carrying Capacity)概念後，有許多學者陸續提出自身觀點及討論遊憩承載量的意義及其應用。Shelby 和 Heberlein (1984)依據可接受改變極限之概念提出評定遊憩承載量之架構，其認為遊憩區之遊憩承載量必須整合描述性部分(descriptive component)及評估性部分(evaluative component)綜合加以評估。將遊憩承載量定義為「一種使用水準，當超過這水準時，各衝擊參數受影響的程度

便超越評估準則所能接受的程度」。學者定義了四種遊憩承載量(曹勝雄、羅志成，2002；馬惠達，2003；顏綺蓮，2004；楊明薇，2015；葉正國，2015)：

(一)生態承載量(ecological capacity)：關切對生態系之衝擊，主要衝擊參數為生態因素，分析使用水準對動物、植物、土壤、水及空氣品質影響之程度，而決定遊憩承載量。(二)實質承載量(physical capacity)：關切可供使用空間之數量，以空間作為衝擊參數，主要依據尚未發展之自然地區空間，分析所容許之遊憩使用量。(三)設施承載量(facility capacity)：關切人性之改善，掌握遊客需求，以發展因素當作衝擊參數，利用人為遊憩設施分析遊憩承載量。(四)社會承載量(social capacity)：關切損害或改變遊憩體驗所造成之衝擊，以體驗參數作為衝擊參數，主要依據遊憩使用量對遊客體驗之影響或改變程度來評定遊憩承載量。Shelby and Heberlein (1984)所定義之生態承載量、實質承載量、設施承載量及社會承載量所思考的方面較多，其中包含了生態環境、空間環境、設施容量規劃與行為體驗影響等，與露營區有較多的關聯性，更能夠較深入的探討露營區的管理策略，而目前卻沒有學者以遊憩承載量來討論露營區的管理策略，因此本研究決定以Shelby and Heberlein (1984)所定義的遊憩承載量作為本研究之理論基礎，探討露營區管理策略之研究。

三、評估架構

本研究以遊憩承載量理論建構露營區管理策略之研究，分為四大構面，為生態承載量(O₁)、實質承載量(O₂)、設施承載量(O₃)、社會承載量(O₄)，在建構露營區管理策略需考量以上四大構面之相關因素，因此本研究對四大構面的因子進行探討並擬定初步評估架構，如圖 1 所示。

(一)生態承載量：為對植物、動物、土壤、水影響露營區之程度。台灣擁有豐富的天然資源及優越的地理環境，發展了多種的休閒遊憩活動，其中也包括露營活動的熱潮，因此透過生態承載量準則能維持在正常的範圍之內，使得生態系統與人類從事活動兩者之間取得一個平衡點，讓人類與自然皆得以和平共存，而在準則之呈現為生物系統多元、植被覆蓋程度、保留視野景觀、地質環境穩定、自然資源保護、基地排水狀況、地理優渥條件等七項(馬惠達，2003；梁家祜、蔡秀旻，2008；楊明薇，2015；曾郁嘉、林雪美，2017)。

(二)實質承載量：為一空間與環境之可配置量，分析其所容許之遊憩使用量。

透過實質承載量，可針對營區內之環境與空間作最適之配置，防止密度過高造成環境破壞，包含遊憩面積、空氣汙染、空間規劃等，而在準則之呈現為重視空氣品質、動線規劃設計、管理環境衛生、容許空間密度、遊憩資源面積、基地電波通訊、原始自然環境等七項(曹勝雄、羅志成，2002；蔡萬鑫，2008；蔡仁卓，2011；曾郁嘉、林雪美，2017)。

(三)設施承載量；為掌握遊客需求，其包含露營區內之帳篷地、衛浴設備、停車場、休憩設施、餐飲設施等人為遊憩設施，管理單位可透過投資設施數量改變遊憩承載量，而在準則之呈現為管理設施容量、安全消防設施、駐立營區設計、交通運輸品質、重建舊有設施、豐富遊憩資源、餐飲需求供應等七項(馬惠達，2003；陳盛雄，2009；楊明薇，2015；陳昇郁，2017)。

(四)社會承載量：依據遊憩使用量對於遊客體驗之影響或改變程度評定遊憩承載量。涵蓋遊客在體驗過程的感受、營區之氣氛營造或周遭是否有人為干擾等，而在準則之呈現為周遭噪音干擾、擁擠知覺程度、設施等待時間、體驗滿意程度、滿足動機因素、遊客行為影響、營造良好氣氛等七項(曹勝雄、羅志成，2002；黃志成，2004；葉正國，2015；楊明薇，2015)。

表 1 遊憩承載量評估因子

構面	準則	說明
O ₁ 生態 承 載 量	生物系統多元	係指地球上所有生物(動物、植物、微生物等)所包含的基因，以及由這些生物與環境相互作用所構成的生態、生物系統的多樣化程度，保護營區內生物鏈不被破壞，造成生物生命危害而失衡。
	植被覆蓋程度	遊憩環境所顯示出當地植被的數量，可藉由同一環境不同時段、或不同干擾與使用量的環境來比較植被數量與差異，營區範圍內植被覆蓋程度越高表示土地較不容易受損，水土保持也較佳，降低沙化機率。
	保留視野景觀	部分地方無進行人為開發，為一視野可及景觀，呈現自然風貌。
	地質環境穩定	地質條件與項目建築物的相互影響作用，選擇合理的地質環境，保證建築物的穩定性，確保項目生產的長期性，當露營區建設於高山或山坡地時，需考慮地質是否足以承受露營區，當土地無法承受時，會導致地基掏空或崩塌，造成危害。

構面	準則	說明
O ₁ 生態承載量	自然資源保護	政府與經營單位對於資源的保護及遊客不當行為矯正措施之情形，防止遊客於露營區從事遊憩活動時，破壞周遭環境之樹木、隨意踐踏草皮、傷害動物等行為。
	基地排水狀況	露營區應規劃截水溝，防止地表逕流流入，同時實施植生綠化及建立完善之排水系統。
	地理優渥條件	露營區地理環境的便利性，是影響露營者決定的重要因素。
O ₂ 實質承載量	重視空氣品質	維護清新的空氣品質，在露營區周遭應盡量避免有造成空氣污染之建設。
	動線規劃設計	動線規劃對環境建構而言非常重要，良好的動線規劃設計可以幫助遊客移動的方便。
	管理環境衛生	環境衛生包括衛浴設備整潔度、垃圾分類及處理，不但會影響遊客視覺感受，也會影響遊客重遊的意願。
	容許空間密度	為區域在一時間內能夠容許之遊客容量，可降低區域破壞程度。
	遊憩資源面積	為一地區可供遊客使用之空間數量。
	基地電波通訊	確保營區內手持式通訊設備可有效的使用，在較偏遠的營區使用手持式通訊設備時應能接通訊號，以避免突發狀況產生時卻無法與外界聯絡。
O ₃ 設施承載量	原始自然環境	保留營區內未開發使用之原始空間區域。
	管理設施容量	考量以該遊憩區道路容量、停車場容量及公廁與流動廁所數量作為推估並以不破壞自然生態為基準。
	安全消防設施	於營區配置醫藥箱、滅火器等設備，在突發狀況發生時，能立即處理。
	駐立營區設計	以人為遊憩設施來分析設施遊憩承載量如遊客服務站、停車場、涼亭、洗手間、餐飲服務及解說場地設施等。
	交通運輸品質	決定露營設施與相關交通設施服務最適公共投資時，須考慮其服務水準之限制，以確保遊憩區與交通設施之服務品質。
	重建舊有設施	各種老舊的設施，未能配合現代露營者的需求，只要在基礎設施(導引道路、水電設施、衛浴設施)稍加整理，此整建方式在初期的投資上較為經濟，同時在經營管理上也較容易順手。
	豐富遊憩資源	可增加遊客遊憩活動選擇及重複旅遊之意願，這也是遊客量增加之主要因素。
O ₄ 社會承載量	餐飲需求供應	於露營區內增設販賣部，提供露營者飲品、乾糧、糖果等補充體力之食品。
	周遭噪音干擾	遊客希望能在遊憩過程中得到放鬆，而周遭環境之噪音可能會影響遊客在遊憩體驗過程，因而造成無法達到預期之感受。
	擁擠知覺程度	遊客對於遊憩區感到過度擁擠，將會降低其遊憩體驗品質，故遊客對於遊憩分區之擁擠認知必須低於其平均所能忍受之最高擁擠程度。
	設施等待時間	因遊憩區土地面積有限，因此盥洗室之數量也有限，若使用盥洗室之遊客數量大於可使用盥洗室數量時，則等待使用時間勢必延長。
	體驗滿意程度	滿意度是可以提供露營區改善與進步的方式。
滿足動機因素	影響遊客從事露營活動之意願。	

構面	準則	說明
O ₄ 社會 承 載 量	遊客行為影響	他人不良行為會帶動其他遊客模仿，而影響營區風氣營造。
	營造良好氣氛	總體氣氛營造能夠吸引更多遊客，帶給輕鬆愉快的心情。

資料來源：本研究整理

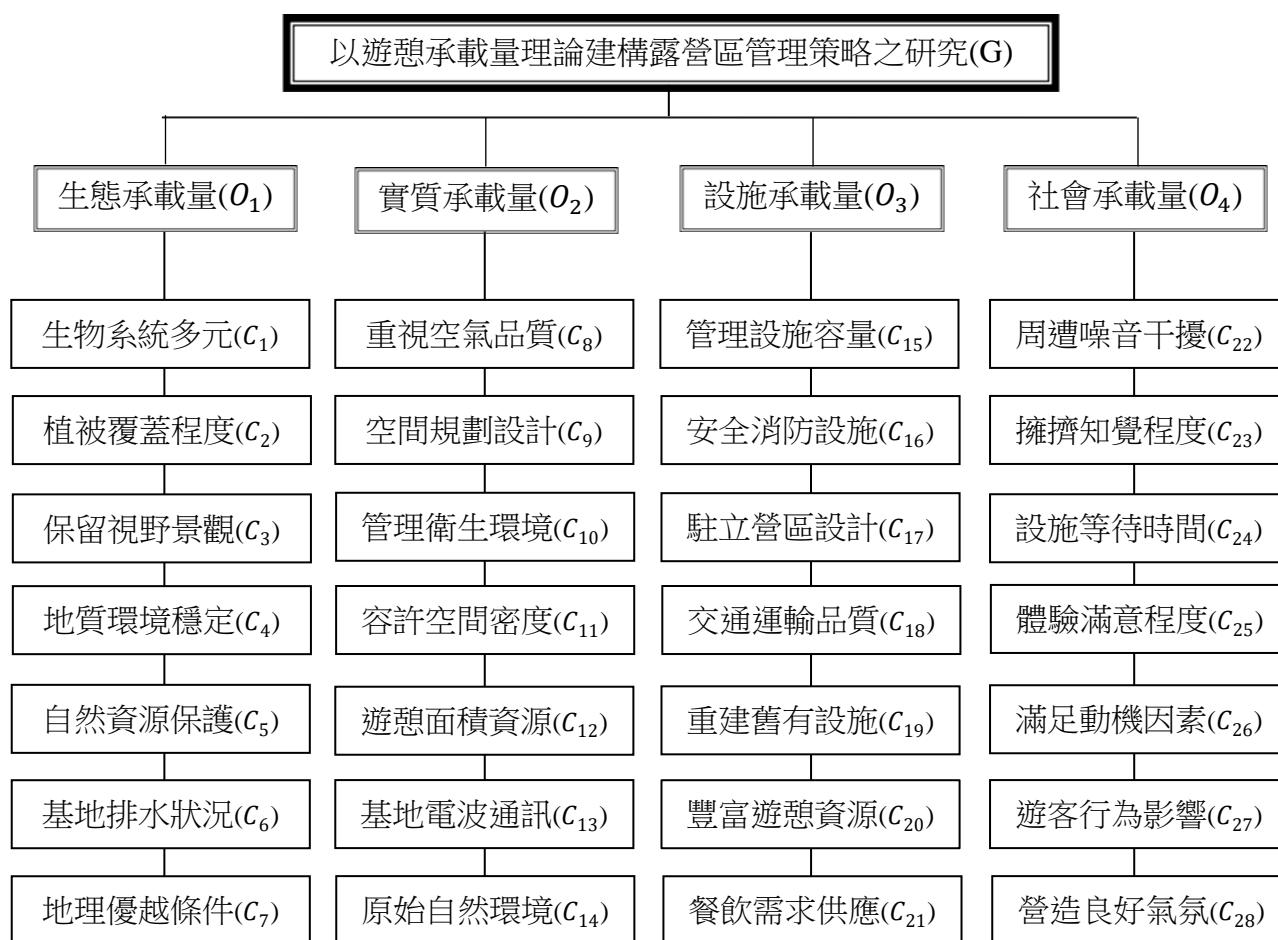


圖 1 初步評估架構圖

參、研究方法與實施

本研究經過專家決策模式分析出最適的策略，以文獻探討與現地觀察的方式彙整相關資料，使用修正式模糊德爾菲法，找出研究之準則，運用詮釋結構模式來檢視各構面與準則間是否具回饋關係，若層級群組間有回饋關係，則採用網路層級分析法作為決策方式來評估整體構面及準則之權重比例；若層級群組間無回

饋關係，則採用層級分析法來評估。

一、修正式模糊德爾菲

在科學與學術論文的研究資料上，模糊理論提供一種邏輯系統來處理人們的推論過程，並可將其用於設計智慧型系統以剖析語意或解析描述性的語詞。於某些特殊的情形下可能會出現複雜的狀況，所以其預測之精準度可能會偏低。Zadeh(1965)在資訊與控制學術期刊上所發表模糊集合(Fuzzy Sets)的想法，也就是使用一種定量表示的工具，可以用來表示一些無法精確定義的模糊性概念，常用以表達不精確且模稜兩可的資料，而其最主要的貢獻在於將定量資料及現實生活定性以數學結構模式呈現出來，藉此提供一項更貼近現實生活的判定規則，使決策者更能明瞭地定義問題及對比其數據，主要目的在於試圖以模糊集合的數學方法解決語意上的不精確性。

修正式德爾菲法的相關實施辦法與傳統德爾菲法大致相同，保有原始德爾菲法的優點與精神，讓專家能以匿名方式進行意見交流與表達，也改善了德爾菲法在施行上較為耗時、不易掌控進度、專家群體的意見容易造成前後矛盾的情形。修正式德爾菲法使用大量文獻所統整之問卷，取代原先需統整專家意見而設計出的調查問卷，如此一來即可節省大量時間，且能夠集中專家群體的注意力在研究問題上，省去對開放性問卷的臆測，並提高問卷回收率。

Murry and Hammons (1995)認為修正式德爾菲法，應由專家集體討論、共同決策，其產生的結果比個人思考所得出的結果更為周詳，尤其是集體討論學者都對該領域學有專精；但若是面對面研討的狀況下，可能會產生許多因素干擾，如：團體極化(group polarization)、團體思考(group think)、流行效用(bandwagon effect)等，使得群體決策無法達到預期的效果。故本研究將以修正式模糊德爾菲法先蒐集相關國內外文獻，並彙整資料，進而給予填答問卷之專家修正、整合，並透過各專家之填答結果，進行收斂。

二、詮釋結構模式

詮釋結構模式(Interpretive Structural Model，簡稱ISM)於1973年由Warfield所提出的一種社會系統工學(social system engineering)，為一種彙整訊息的構造模型法(structure modeling)，主要目的以制定管理決策工具來解決及分析複雜的情

境問題(葉子明、鍾允怡，2014)是現代系統工程中廣泛應用的一種分析方法，它是將複雜的系統分為若干子系統要素，利用人們的實踐經驗和知識與電腦的幫助，最終變成一個多級遞階的結構模型。本研究將篩選過後的 17 項準則透過詮釋結構模式來判定各項構面與準則間是否存在相互回饋的依存關係，在確認有關聯性後，再運用網路層級分析法(ANP)或層級分析法(AHP)，決定準則及構面間之權重與決策方案的比較。

三、網路層級分析法

Saaty 在 1996 年提出網路層級分析法(Analytic Network Process, ANP)，此方法是由層級分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)演變出來的，並加入回饋(Feedback)與相依(Dependence 在超級矩陣上，而回饋能更準確的表達出人類社會中交互作用複雜的影響(陳建忠、林永仁，2015)。本研究將於確立構面間與準則間存在著相互依存關係後，進行 ANP 問卷之發放、回收並進行後續的分析與各準則與構面間之權重計算。而本研究之研究操作圖，請參閱圖 2。

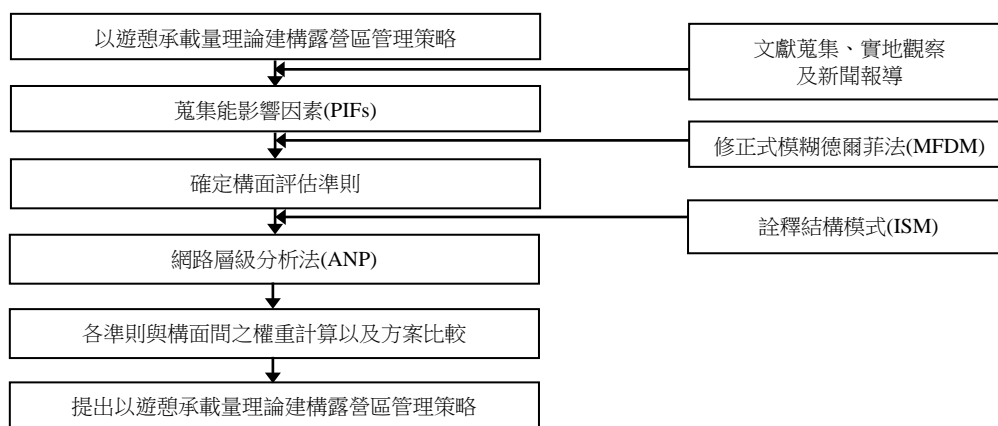


圖 2 研究操作圖

四、專家評估標準

專家問卷中，專家背景為學者、政府機構官員及相關工作經驗之從業人員。本研究設立評選標準，並選出產、官、學三方各五位，評選標準如下：

(一)產業專家

評選標準為民間產業，從事露營相關之產業業者、協會委員、露營區負責人與有 30 次以上露營經驗之專家，分別為中華民國露營協會會長、中華民國露營休閒車協會助理、休閒農場露營區負責人、露營用品店負責人、於痞客邦撰寫露

營文章達 30 篇之部落客，共 5 位。

(二)官方專家

評選標準為桃園市政府觀光旅遊局局長、高雄市政府觀光局專委、行政院農業委員會水土保持局保育治理組組長、原住民族委員會公共建設處處長及立法委員，共 5 位。

(三)學者專家

評選標準為於任教之大學開設有關於戶外遊憩與露營相關課程之大學教授，分別為國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系、逢甲大學土地管理學系、輔仁大學景觀設計學系、大葉大學休閒事業管理學系、樹德科技大學休閒遊憩與運動管理系共 5 位。

肆、研究結果與討論

一、評價準則確立

本研究為建立露營區管理策略之指標，首先以修正式模糊德爾菲法進行專家問卷回收進行統計與分析，並篩選出重要程度較高之準則。問卷發放予回收時間為：107 年 1 月 13 日至 107 年 3 月 19 日，回收 15 份，無效 1 份，共 14 份有效問卷。

Wang and Chen(2012)指出，依照不同的研究與研究之所需，研究者可考量其研究需求，訂定出相關指標重要程度篩選數值。因此本研究將各準則重要程度篩選數值訂為 6.00，經由修正式模糊德爾菲篩選出 17 個準則，篩選結果如表 2 所示。

表 2 篩選出準則之專家共識值排序表

排序	篩選出因子	共識值(D_i)	排序	篩選出因子	共識值(D_i)
1	自然資源保護	7.65	10	動線規劃設計	6.47
1	容許空間密度	7.65	11	遊憩資源面積	6.45
3	地質環境穩定	7.20	11	駐立營區設計	6.45
4	重視空氣品質	6.79	13	地理優渥條件	6.42
5	管理環境衛生	6.78	14	安全消防設施	6.39
6	基地排水狀況	6.73	15	滿足動機因素	6.28
7	植被覆蓋程度	6.67	16	體驗滿意程度	6.16
8	管理設施容量	6.66	17	營造良好氣氛	6.09
9	保留視野景觀	6.54			

資料來源：本研究整理

此外，若從專家共識值(Di)的表現程度來檢視篩選後準則對露營區管理策略的影響，明顯可發現：1.取之於自然，用之於自然，自然資源保護為專家認為首要考量的部分，應保護當地原生的動植物不會受到影響，一單位區域上若過度建設設施，可能會使土地負荷不了，適度的使用區域空間可減少破壞程度並降低擁擠感，穩定的地質能避免土石鬆軟引起坍塌(7.20-7.65)。2.隨著空汙問題日益嚴重，營區位置的選定，應避免有工廠等會排放廢氣之建設；同時在進行規畫、興建與經營露營區的同時，應盡量以較低干擾或破壞的方式進行，以維護空氣、環境之品質。而環境及衛浴設備需保持整潔乾淨，定點放置垃圾桶可減少遊客隨地丟棄垃圾之機率。此外，露營區應規劃截水溝，防止地表逕流流入，同時實施植生綠化及建立完善之排水系統，以求達到商業經營與自然環境共存之平衡(6.73-6.79)。3.適度保留原始景觀，使遊客在露營過程中可以觀看到最原始的景色，草皮樹木等植被應有一定覆蓋比例，水土保持佳可讓土地不過於沙化與受損，場域的設施設置過多會造成資源浪費，過少則會造成遊客在使用時需要等待較長的時間(6.54-6.67)。4.駐立於營區之設備與遊憩資源面積需規劃得當，設計順暢的動線，營區內需設置一定數量的安全消防設施，狀況發生時才能立即處理(6.39-6.47)。5.引起遊客參與之動機，在營區可舉辦各項體驗活動，營造良好的露營氛圍，能提高遊客參與之滿意程度(6.09-6.28)。

二、評價關係確認

本研究選用詮釋結構模式(ISM)計算出四大構面之各構面及準則之間的關聯性，並運用階層矩陣完成 ISM 層級分析圖來完成本研究之評估架構關聯。經過問卷發放予回收時間 107 年 3 月 1 日至 107 年 4 月 12 日，回收 15 份，無效一份，共 14 份有效問卷。ISM 模型內，最終由可達矩陣之運算結果得知，本研究四大構面之間及構面下及各項準則有確實的關聯性存在，彼此皆相互影響。因篇幅問題，本研究僅以本研究之研究構面做為計算過程之論述。由表 3.4.5.6 可看見，問卷結果統計後，門檻值是以四分之三的專家認定關聯與否，先找出生態承載量、實質承載量、設施承載量及社會承載量各構面間的相關矩陣 D，而相關矩陣 D 與單位矩陣 I 相加即求得關係矩陣 M。

表 3 總構面元素代碼表

1	生態承載量	3	設施承載量
2	實質承載量	4	社會承載量

表 4 總構面關係矩陣 M

0	1	1	1	+	1	0	0	0	=	1	1	1	1
1	0	1	0		0	1	0	0		1	1	1	0
1	1	0	1		0	0	1	0		1	1	1	1
1	0	1	0		0	0	0	1		1	0	1	0

經過上述 ISM 計算步驟在 2 次方時，生態承載量、實質承載量、設施承載量及社會承載量均達到收斂的狀態，即為可達矩陣 M*。如表 5 所示。

表 5 可達矩陣 M*

評價基準	1	2	3	4
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1

準則在 2 次方時已呈現收斂的狀態，因此繪出 ISM 可達集合與先行集合表即關聯圖，如下表 6 所示。

表 6 可達集合與先行集合表

	S_i	$R(S_i)$	$Q(S_i)$	$R(S_i) \cap Q(S_i)$
階層一	1	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
	2	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
	3	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
	4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4



圖 3 露營區管理構面關聯圖

運用詮釋結構模式(ISM)檢視各構面間是否有關聯性，由圖 3 中可看出生態承載量、實質承載量、設施承載量及社會承載量各構面間的相互關係。而本研究回收之 14 份中，有 12 份結果皆顯示有關聯，已達到門檻標準四分之三，因此露營區管理策略構面下皆具有相依的關係。

而經研究結果整理出完整的評估架構關聯，確認架構由層級式轉換成為網路式結構。在生態承載量、實質承載量、設施承載量及社會承載量各構面及準則之間皆具有內部回饋的關係，如圖 4 所示。

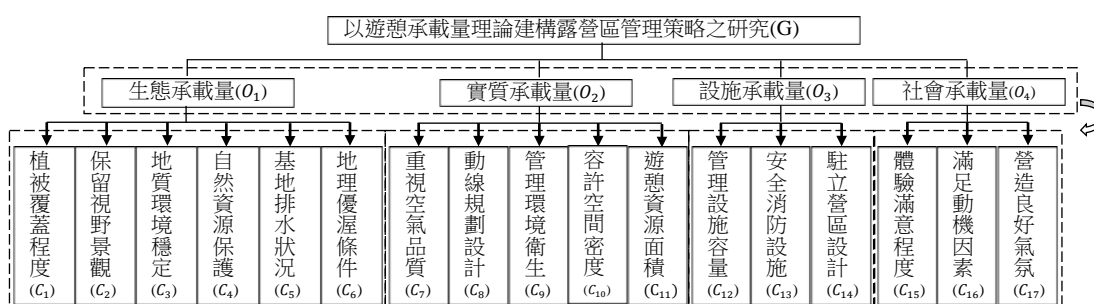


圖 4 露營區管理準則關聯圖

三、評價模式建構

承續前述所歸納之四大構面，並以修正式模糊德爾菲法搭配專家問卷所篩選出 17 項確切因素質準則為基礎；同時，另考慮於未來實際研證實對活動方案特性之掌握程度，本研究延續詮釋結構模式之產業專家 5 名、官方專家 5 名、學界專家 5 名，共計 15 位專家學者進行群體決策；實證之操作係將五個方案，請專家分別針對整體評價模式之每一評估準則(C₁~C₁₇)做兩兩成對比較，於達成共識下建立起成對比較矩陣、並計算特徵值(向量)，此階段問卷發放與回收時間為：107 年 4 月 16 日至 107 年 5 月 4 日，回收 15 份，無效 2 份，共 13 份有效問卷，以建構出整體評價模式。

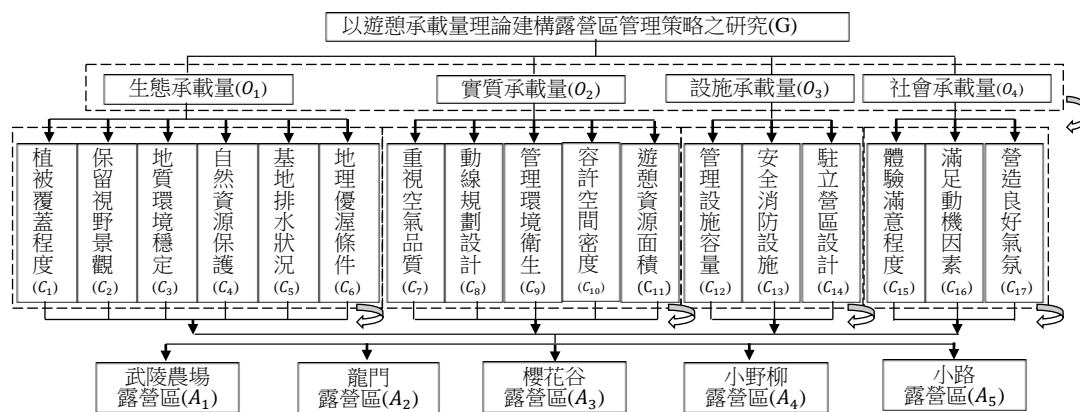


圖 5 整體評價模式圖

表 7 露營區於目標下的結果

目標(G)	武陵農場露營區(A ₁)	龍門露營區(A ₂)	櫻花谷露營區(A ₃)	小野柳露營區(A ₄)	小路露營區(A ₅)
	0.1658	0.1943	0.2088	0.1784	0.2527

從表 7 可發現，在整體目標層(G)下，小路露營區(A₅)>櫻花谷露營區(A₃)>龍門露營區(A₂)>小野柳露營區(A₄)>武陵農場露營區(A₁)，由上述研究結果可得知，五個露營區方案中，以小路露營區最為符合管理之方向，也可探討以遊憩承載量理論建構露營區管理策略之研究，呼應本次研究目的一。

表 8 露營區於各構面下表現結果

	武陵農場露營區(A ₁)	龍門露營區(A ₂)	櫻花谷露營區(A ₃)	小野柳露營區(A ₄)	小路露營區(A ₅)*
生態承載量(O ₁)	0.1460	0.1921	0.2136	0.1833	0.2650
實質承載量(O ₂)	0.1571	0.1949	0.2063	0.1819	0.2598
設施承載量(O ₃)	0.1788	0.1908	0.2097	0.1716	0.2491
社會承載量(O ₄)	0.1707	0.1973	0.2072	0.1789	0.2458

由表 8 可發現，櫻花谷露營區(A₃)、小野柳露營區(A₄)、小路露營區(A₅)在生態承載量方面皆為強勢，武陵農場露營區(A₁)則為設施承載量較為突出，龍門露營區(A₂)則是社會承載量較為出色。而小路露營區(A₅)對於社會承載量需再加強，提升遊客之體驗參與動機與滿意程度及感受；在櫻花谷露營區(A₃)中，應改善的為實質承載量，可從改善周遭空氣品質與環境衛生、空間密度規劃等方面著手；龍門露營區(A₂)與小野柳露營區(A₄)之設施承載量需再提升，對於各項設施及數量管理可再規劃；武陵農場露營區(A₁)的生態承載量偏弱，周遭的生態與環境維護及地質之維護等可再進一步評估。

表 9 各準則於露營區方案下表現結果

準則(C)	武陵農場露營區(A ₁)	龍門露營區(A ₂)	櫻花谷露營區(A ₃)	小野柳露營區(A ₄)	小路露營區(A ₅)*
植被覆蓋程度(C ₁)	0.1316	0.1972	0.2096	0.1952	0.2666
保留視野景觀(C ₂)	0.1155	0.1845	0.2332	0.1852	0.2818
地質環境穩定(C ₃)	0.1253	0.1919	0.2068	0.1877	0.2884
自然資源保護(C ₄)	0.1266	0.1879	0.2294	0.1821	0.2742
基地排水狀況(C ₅)	0.1358	0.1881	0.2172	0.1917	0.2673
地理優越位置(C ₆)	0.1200	0.1912	0.2130	0.1893	0.2866
重視空氣品質(C ₇)	0.1391	0.2194	0.1851	0.1933	0.2632
動線規劃設計(C ₈)	0.1522	0.1935	0.1932	0.1965	0.2647
管理環境衛生(C ₉)	0.1569	0.1939	0.2084	0.1856	0.2553
容許空間密度(C ₁₀)	0.1635	0.2007	0.2064	0.1730	0.2565
遊憩資源面積(C ₁₁)	0.1319	0.1821	0.2148	0.1844	0.2867
管理設施容量(C ₁₂)	0.1873	0.1938	0.2107	0.1714	0.2367
安全消防設施(C ₁₃)	0.1949	0.1882	0.2171	0.1485	0.2512
駐立營區設計(C ₁₄)	0.1964	0.1837	0.2058	0.1686	0.2454
體驗滿意程度(C ₁₅)	0.1776	0.2059	0.2108	0.1751	0.2305
滿足動機因素(C ₁₆)	0.1723	0.1978	0.2105	0.1830	0.2364
營造良好氣氛(C ₁₇)	0.1846	0.2002	0.1951	0.1769	0.2431

在武陵農場露營區(A₁)方案下，準則權重前三高的分別為駐立營區設計、安全消防設施、管理設施容量，表示這三準則在設施承載量中表現良好。營區駐立設計舉凡遊客服務站、停車場、衛浴設備、餐飲服務等是遊客在選擇露營區會注意的部分。安全消防設施則是不論在何處都應配備的重要設施，以確保在露營過程中，突發狀況出現時能及時處理。管理設施容量則可與駐立營區設計做搭配，其包含各項設施如停車場大小、衛浴設備等各項以數量為評估標準。龍門露營區(A₂)方案下，準則權重前三高的分別為重視空氣品質、體驗滿意程度、容許空間密度，表示在這幾項準則在發展龍門露營區過程中有明顯的效果。空氣品質的控管良好，可以確保遊客在進行露營活動的過程中，不會吸到過多的廢氣。體驗滿意程度會影響遊客是否再次前來此地的意願，是不可忽視的重要因素。容許空間密度方面，適度的使用區域空間可減少破壞程度並降低擁擠感。櫻花谷露營區(A₃)方案下準則權重前三高的分別為保留視野景觀、自然資源保護、安全消防設施，表示在櫻花谷露營區發展中這三項準則有明顯影響。保留視野景觀比例越高，遊客在露營過程中也可以觀看到最原始的景色，自然資源豐富需要加以保護，透過解說活動可以教育遊客保育的理念。完善的安全消防設施，在緊急狀況發生時也可以立即做處理，讓遊客能安心的投入在露營活動中。小野柳露營區(A₄)方案下準則權重前三高的分別為動線規劃設計、植被覆蓋程度、重視空氣品質，代

表此三項在小野柳露營區是較有完善的管理，營區內的良好動線規劃可以避免踏入非可活動之區域或減少不必要的來回移動。植被覆蓋程度高，可以降低土地沙化的機率，也可以保護土壤不被侵蝕。清新的空氣品質，可以讓遊客在露營過程中呼吸到乾淨的空氣，而非工廠所排放的廢氣。小路露營區(A₅)方案下準則權重前三高的分別為地質環境穩定、遊憩資源面積、地理優越位置，表示這幾項準則在台中小路露營區的發展過程中表現突出。選擇合理的地質環境，確保高山或山坡地不易坍塌，才能帶給遊客安全的遊憩環境。擴大遊憩資源面積，增添趣味性，亦可吸引更多親子遊客前往。地理位置的優越性對於小路露營區而言也是影響遊客決定是否前往的重要因素，有助於降低遊客前往的困難度。

伍、結論與建議

一、結論

隨露營風潮興起，越來越多新手露營者出現，許多業者搶此商機而紛紛設立露營區，但新手露營者因經驗不足，不懂得如何選擇一個適合自己的露營場域；設立露營區的業者不知道在經營管理時應注意哪些部分而隨自己喜好設立者也不少，導致許多露營問題接踵而來，政府近期也已開始針對各個露營區做出相關的調查，希望能減少不法露營區的設立。本研究以遊憩承載量理論探討露營區管理之方向，並透過產、官、學等相關專業專家進行評估以利佐證。在運用方法上，利用大量文獻蒐集，建構初步的露營區管理策略評估準則。此外，在施測的過程中，考量評估專家對於受測準則，因時間、環境、心理與喜好程度等各種主觀意識影響，產生模糊與不確定性，為解決這方面複雜的問題，故本研究運用修正式模糊德爾菲法(Modified Fuzzy Delphi Method)來進行第一階段的準則篩選出合適的準則，再透過詮釋結構模式(Interpretive Structural Modeling)確立準則與準則之間的關聯性，並應用網路層級分析法(Alytic Network Process)建構整合模式至最終關鍵需求之權重計算，使評估準則更加客觀與科學。

從詮釋結構模式(Interpretive Structural Modeling)的分析計算結果得知，各構面之間、各項準則之間、各構面與準則之間確實存在相互關係性，且相互影響，而透過網路層級分析法(Alytic Network Process)所計算出來的結果，由此發現，在四大構面下，不論是生態承載量、實質承載量、設施承載量、社會承載量，

在露營區管理策略的整體構面而言，在武陵農場露營區(A_1)、龍門露營區(A_2)、櫻花谷露營區(A_3)、小野柳露營區(A_4)、小路露營區(A_5)，相較優於發展之露營區依序為小路露營區(A_5)>櫻花谷露營區(A_3)>龍門露營區(A_2)>小野柳露營區(A_4)>武陵農場露營區(A_1)，皆以小路露營區最為優越，因此，從遊憩承載量理論來看，對於其五大露營區的管理策略執行上，運用在五大露營區的各项準則中，依序排選為：武陵農場露營區(A_1)須重視並維持重要相關準則分別為管理設施容量(C_{12})(0.1873)、安全消防設施(C_{13})(0.1949)、駐立營區設計(C_{14})(0.1964)等三項準則；龍門露營區(A_2)須重視並維持重要相關準則分別為重視空氣品質(C_7)(0.2194)、容許空間密度(C_{10})(0.2007)、體驗滿意程度(C_{15})(0.2059)等三項準則；櫻花谷露營區(A_3)須重視並維持重要相關準則分別為保留視野景觀(C_2)(0.2332)、自然資源保護(C_4)(0.2294)、安全消防設施(C_{13})(0.2171)等三項準則；小野柳露營區(A_4)須重視並維持重要相關準則分別為植被覆蓋程度(C_1)(0.1952)、重視空氣品質(C_7)(0.1933)、動線規劃設計(C_8)(0.1965)等三項準則；小路露營區(A_5)須重視並維持重要相關準則分別為地質環境穩定(C_3)(0.2884)、地理優越位置(C_6)(0.2866)、遊憩資源面積(C_{11})(0.2867)等三項準則。對於整體而言，以專家選擇正向觀點來論述，各項方案於各項準則表現優異者，代表其現況之發展及該露營區具有的優勢，須持續維持該構面下的方向進行，使該露營區對於露營區管理達到更為有利。

而對於各項準則權重值較低之方案，由反向觀點思維，其中對於各項準則的表現較無凸顯，可做為警覺之提示來擬定相關改善之方案，在各露營區的整體管理上，強化其權重指數較高的準則項目能獲取最大的效果，同時須加強其權重指數較低的準則，透過分析結果及須擬定相關策略及方案，需增強其較弱項的準則為佳。

二、建議

(一) 實務研究建議

從研究結果得出，在方案中，小路露營區的各项準則權重皆優於其他露營區，而其中又以地質環境穩定及地理優越位置更為突出，因此對露營區而言，生態承載量相較於其他三者之準則更為重要。因此，在訂定管理策略的過程中，應先

評估地層性質是否能夠負荷，確保土地不會因人為或天災因素而崩塌滑落；地理位置是否便利，讓遊客在前往的路途上是能輕鬆抵達的；營區內提供給遊客的遊憩面積是否足夠，才能帶給遊客良好的感受與建立形象。由準則排行前五高加上露營區整體方案的觀點得出，多元性的操作最為重要，生態承載量相較於其他因素，明顯為無法取代的部分。由此可知，要發展露營區的管理策略，要先明白露營區所需具備的條件，進而對此進行改善。未來政府單位在訂定露營區管理之方向與策略時，可藉由本研究所得出之結果進行相關的管理模式，或更進一步進行各相關準則的研究。

(二) 學術研究建議

本研究以郵寄問卷的方式較為花費時間，因問卷題目較多不易填寫，容易產生部分沒注意到而未填寫完整的狀況，導致需致電或再次郵寄請該專家重新填寫，加上時間與金錢賽跑下，較無效率與未能確實與於指定時間內完全回收專家問卷，希望未來能以專家訪談方式減少誤差產生。另外，未來可以量化方式進行問卷方式進行分析，可更加了解遊客對於露營區的期望與需求，使管理規範更加精確與完整。在此以遊憩承載量理論作為研究探討，後續能以不同理論及觀點進行露營區管理策略，而在運用不同理論的研究觀點，可發展出多方位的露營區管理策略。透過修正式模糊德爾菲法篩選出之 17 項準則，提供給未來所需建立露營區管理之政府與產業單位，建構出場域所適用之管理方向。

參考文獻

- 于薇薇(2011)。綠色露營區產品設計整合模式之探討。未出版之碩士論文，中華大學企業管理學系研究所企業管理學系，新竹。
- 吳明花(2015)。露營參與者休閒參與動機與阻礙之研究。未出版之碩士論文，國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所，台中。
- 林志益(2017)。家庭露營者參與動機、環境服務品質、休閒效益對重遊意願影響之研究。未出版之碩士論文，世新大學資訊管理學研究所，台北。
- 林怡萍(2015)。家庭露營者親子關係、情緒智力與幸福感之關係研究。未出版之碩士論文，聖約翰科技大學工業工程與管理系碩士在職專班碩士論文，新北。

- 馬惠達(2003)。龜山島生態旅遊遊憩承載量之研究。未出版之碩士論文，世新大學觀光學研究所，台北。
- 曹勝雄，羅志成(2002)。遊憩承載量決定之研究－模糊多目標規劃之應用。觀光研究學報，8(1)，85-108。
- 梁家祐，蔡秀旻(2008)。遊客對擁擠、遊憩承載量、遊憩衝擊認知及景點忠誠度之研究。運動休閒餐旅研究，3(4)，1-21。
- 許義忠、梁宇暉、李英弘、王正平、劉吉川(譯)(民 99)。遊憩規劃與管理架構評估經營管理 VERP 模式之概念與應用。(原作者: Strphen F.McCool、Roger N. Clark、George H. Stankey)。台北縣:華立圖書。
- 陳昇郁(2017)。退輔會所轄露營地之綠鑰匙評估。未出版之碩士論文，環球科技大學觀光與生態旅遊系環境資源管理，雲林。
- 陳建忠，林永仁(2015)。應用網路層級分析法探討具設計彈性新產品開發之關鍵成功因素－以 A 科技公司為例。管理資訊計算，4(1)，150-161。
- 陳盛雄(2009)。現代台灣露營活動發展過程之研究。未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系，台北。
- 傅惠蘭(2005)。露營動機的方法目的鏈結模式之研究-以龍門露營區家庭遊客為例。未出版之碩士論文，世新大學觀光學研究所，台北。
- 曾郁嘉，林雪美(2017)。野柳地質公園遊憩承載量之推估研究。工程環境會刊，36，67-93。
- 曾華芳(2016)。露營團體成員持續涉入、團體凝聚力及休閒滿意度關係之研究。未出版之碩士論文，大葉大學運動健康管理學系，彰化。
- 黃志成(2004)。理解式球類教學對國小六年級學生羽球學習效果之研究。未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學體育學系，台北。
- 楊明薇(2015)。花蓮七星潭海岸風景區遊憩地承載量之研究。未出版之碩士論文，臺灣觀光學院觀光與餐旅管理研究所，花蓮。
- 經緯(2017)。系統動態觀點下家庭從事露營休閒活動意願之探討。未出版之碩士論文，中華大學科技管理學系，新竹。
- 葉子明，鍾允怡(2014)。結合模糊德菲法與詮釋結構模式探討國際醫院評鑑之關

- 鍵指標。寶建醫護與管理雜誌，12(2)，23-44。
- 葉正國(2015)。陽明山國家公園最適遊憩承載量之再探討—門檻迴歸模型之應用。未出版之碩士論文，國立東華大學自然資源與環境學系，花蓮。
- 蔡仁卓(2011)。機場餐飲空間規劃管理之探討—以桃園機場為例。萬能商學學報，(16)，361-371。
- 蔡萬鑫(2008)。海域遊憩活動承載量之研究—以竹北市新月沙灣為例。未出版之碩士論文，中華大學建築與都市計劃學系，新竹。
- 賴冠儒(2016)。家庭露營者參與動機、環境屬性偏好與幸福感關係之研究—以苗栗大湖「老官道休閒農場」露營區為例。未出版之碩士論文，開南大學觀光運輸學院，桃園。
- 顏綺蓮(2004)。生態旅遊地遊憩承載量推估模式之研究-以墾丁國家公園龍巒潭特別景觀區為例。未出版之碩士論文，立德管理學院資源環境研究所，台南。
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H. & Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi processes*. Glenview, IL:Scott, Foresman.
- Lapage, W. F. (1963), Some Aspect of Forest Recreation. *Journal of Forestry*, 61(1).32-36.
- Murry, Jr., J. W., & Hammons, J. O. (1995). A versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education*, 18(4), 423-436.
- Shelby, B. & T. A. Heberlein (1984), A Conceptual Framework for Carrying Capacity Determination. *Leisure Sciences*, 6(4). 433-451.
- Wang, W. M., Chen, C. Q. (2012). *Is applicable to the universal design of the evaluation criteria for university campus plazas*, Proceedings of the "2012 Sapporo International Business and Information Congress in Japan", 880-888, Department of Architecture and Urban Planning, Taipei University, Taipei, China.
- Zadeh, L. A. (1965). Fuzzy Sets. *Information and Contro*, (8), 338-353.

Study on the Construction of Camping Area Management Strategy with Recreational Carrying Capacity

Cheng-Wei Chung*, Wan-Zhen Huang**, I-Chia Tsai**, Yu-Hsuan Tseng,
Pei-Ru Chen**, Jie-Xun Zhuang**

*Associate Professor, Department of Leisure and Tourism Management, Shu Te
Unuversity

** Bachelor Degree, Department of Leisure and Tourism Management, Shu-Te
University

Abstract

According to the data of Google's keyword searching, "camping" has been on the top since 2011. Camping has become a popular choice for family travel, and leads the trend of doing outdoor activities. However, with the prevalence of camping, many problems have also emerged. There is no clear law and regulations for camp management in the current regulations of the Central Government for suppliers to follow. This study uses the MCDM to establish camping area management strategies based on the content of the recreational carrying capacity theory. Using the literature collection, we construct the 4 dimensions of the strategy and develop 28 criteria, using the Modified Fuzzy Delphi Method to Select 17 Criteria, and use the structure mode of interpretation to establish the logical relationship between the elements of the order. Finally, using the network level analysis method as the final weight calculation and comparison with the plan, the evaluation criteria are more objective and scientific, and the camping areas that are more in line with the management norms are ranked as the Nalu camping area (A5) and the Sakura Valley camping area (A3) the longmen Camping area (A2) the Xiaoyeliu Camping area (A4) the Wuling Farm Camping area (A1), and then it establishes a favorable and directional strategic plan for the management of camping areas. For each program's weaknesses in the criteria with lower weight index under the program, it can be compared with the criteria with higher weight values for other programs. To establish the strategic direction of camping area management, from the results of the study, ecological carrying capacity is more important than the other three. In the future, when the government units and operators will manage the camping area, they can start with aspects of the geological

environment, natural ecological resources, and drainage systems.

【Keywords】 Camping area, Recreational Carrying Capacity, Modified fuzzy Delphi method, Interpretive Structural Model, Analytic Network Process

海洋運動觀光客涉入、知覺價值、慣性與口碑的關係

林淑芬 *、顏財發 **

*四川輕化工大學經濟學院/空經濟研究中心研究助理

**四川輕化工大學經濟學院/空經濟研究中心教授

收件日期：107 年 11 月 08 日；第一次修正：107 年 02 月 13 日；

接受日期：107 年 02 月 13 日

摘要

海洋運動觀光近年漸漸已成為國人觀光旅遊選擇項目之一，然而相關研究皆著重陸地觀光休閒，忽視擁有四面環海的臺灣適合海洋運動觀光的發展。本研究以參加大鵬灣國家風景區海洋運動觀光的觀光客為對象。研究以概念架構的設計和測試，檢驗觀光客感知價值，觀光客的涉入、知覺價值、慣性如何影響對口碑的行為。收集了對海洋運動觀光的觀光客調查有效問卷共 75 份，並使用 SPSS 22.0 統計軟體分析所得數據。調查結果表明，觀光客涉入、知覺價值、慣性顯著影響口碑。此外，觀光客的涉入、知覺價值、慣性，對口碑皆顯著正相關。因此，業者應優先考慮提供讓觀光客感知有價值的海洋運動觀光，這樣觀光客會給予更正面評價與願意推薦。

【關鍵字】 觀光客涉入、知覺價值、慣性、口碑

壹、前言

根據世界觀光旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, 簡稱[WTTC], 2016) 調查分析顯示, 雖然近年來各國經濟環境不是很理想, 但旅遊觀光卻仍然保持成長的狀態, 觀光旅遊卻是使各國 GDP 增加的唯一之行業, 連續五年旅遊業以 2.8% 成長的速度超前全球經濟 2.3%(WTTC, 2016)。旅遊業共計 7.2 萬億美元 (佔全球 GDP 的 9.8%)。因此, 觀光產業已成為 21 世紀末各最具經濟指標的最具代表性之產業 (交通部觀光局, 2008)。以台灣為例, 在觀光產業的組成類別中, 「純觀光旅遊」占 67.4% 為最多, 其次為「健身運動度假」占 5.4% (交通部觀光局, 2016) 顯示, 健身運動觀光已逐步成為國人旅遊最喜愛的觀光旅遊項目之一, 比例雖低, 未來發展潛力不容小覷。

台灣四面環海, 適合發展海洋運動觀光 (巫昌陽, 2003)。在政策上, 政府部門自 2001 年起首次公佈《海洋白皮書》, 宣示我國為「海洋國家」、以「海洋立國」。2006 年公布《海洋政策白皮書》, 推動以海洋臺灣思考為基礎, 透過相關政策之規劃, 企圖全面推動台灣海洋運動觀光之發展。據此, 相關部會視推動海洋觀光旅遊發展為重要工作項目之一。如交通部觀光局觀光政策白皮書將龜山島、綠島、小琉球、澎湖、金門、馬祖設為海上基地, 建構出我國海洋遊憩網; 內政部營建署公布《墾丁國家公園海域遊憩活動發展方案》, 鼓勵業者提供多樣化海域遊憩旅遊活動, 提昇全民休閒育樂之水準, 及吸引更多國外觀光客前來觀光旅遊 (內政部營建署, 2003), 都是很好的例證。在此趨勢下, 台灣的海洋運動觀光即將大有可為。

然而, 即使有政策驅動, 台灣海洋運動觀光產業似乎仍面臨許多發展上的問題。舉例而言, 比起 2016 年純觀光旅遊的 67.4%, 運動健身度假僅占 5.4%, 顯然運動健身度假其中的海洋運動觀光占的比例更低。究竟是什麼原因造成觀光客投入海洋運動觀光比例偏低, 值得政府部門與業者探討, 海洋運動觀光方面的研究顯然不足。其次, 海洋運動觀光的發展對於國家整體經濟效益是否影響極大, 探討其受到限制之原因有其必要。國外研究 (如泰國、澳洲) 已經證實, 國際觀光客選擇參與海洋觀光遊憩活動占總觀光旅遊人數之 50%, 觀光收入更是外匯收入重要的來源 (劉修祥, 2006)。影響觀光產業發展的原因包括產業內部與外部因素, 產業內部方面政

府部門已經建立許多法規措施，外部消費者因素成為有待探討的區塊。因此，釐清需求面對台灣海洋運動觀光的相關議題看法有其必要，也凸顯本研究之重要性。

針對上述問題，台灣在發展海洋運動觀光的同時，做了許多宣傳，顯然這些宣傳的效益相當有限，本研究懷疑是海洋運動觀光口碑的關係。文獻指出，口碑扮演著影響消費者態度及行為轉變的重要角色，且其具有相當大的說服力及影響力(Bristor, 1990)，會影響消費者之決策制定(Bloch, Sherrell& Ridgway, 1986)。因此，探討台灣海洋運動觀光觀光客口碑議題，有其必要性。究竟觀光客知覺海洋運動觀光口碑現況如何，有哪些海洋運動觀光口碑的重要影響因素，文獻仍然缺乏，理論仍有缺口。

文獻指出，在旅遊發展過程中，包括政府部門、業者與居民等利害關係人的投入是成功的關鍵(Yen, 2017)，這種投入即是涉入(involvement)的概念。消費者對產品/服務的涉入(involvement)程度會影響其購買、推薦與正向口碑意願，它有助於理解和預測購買行為和決策(Brown et al., 2016; Gohary et al., 2016; Bachleda et al., 2016)。涉入可定義為個體在消費環境方面經歷的個人意識(Celsi & Olson, 1988)。對海洋運動觀光而言，其產品/服務包括水上（如獨木舟、輕艇、風浪板）、水下（如浮潛）以及岸邊（如沙灘排球），除需要具備較高運動知識、技能與相關裝備，多數活動更需專人指導。因此對海洋運動觀光客而言，涉入就是指他們對海洋運動觀光的投入、了解與喜歡程度。一般而言，測量項目的得分愈高，表示涉入的程度愈高；反之，則表示涉入的程度愈低。釐清海洋運動觀光涉入對口碑的影響，可彌補文獻缺口，對海洋運動觀光發展有正面影響。

其次，知覺價值是了解消費者心理反應而獲得競爭優勢關鍵之最重要研究(Zielke, 2014)，消費者的知覺價值在行銷應用中是顯示決定最終結果，是關係行銷是否成功的一大要素(Oh, 2003; Prebensen, Woo, Chen & Uysal, 2013; Sanchez, Callarisa, Rodriguez & Moliner, 2006)，在其解釋要根據其背景、情境而有所不同感受(Sweeney & Soutar, 2001)，根據消費者在消費的經驗中“感知”它反映出價值之感受(Eid & El-Gohary, 2015)。知覺價值之理論不管是過去或是現在的市場行銷對於生產商、零售商、銷售商市場行銷和休閒運動觀光等在以往相關研究中顯示消費者的使用、經驗價值對於各種產業的重要性，但

關於海洋運動觀光觀光客對知覺價值之研究相當少，海洋運動觀光是以服務行銷為主，因此良好的知覺價值是否會產生良好口碑傳播，對於推動大鵬灣國家風景區海洋運動永續觀光也是一項重要的指標之一，為本研究欲探討之研究動機之一。

此外，消費者慣性(*inertia*) 是行為忠誠的推動者(Yen, 2017)，慣性為客戶的習慣性，不活躍或被動而重複購買的條件；具有高度慣性者，會重覆某特定行為(Yen, 2017)。對海洋運動觀光而言，觀光客如果習慣於某依海洋運動觀光，他很有可能會重覆投入，甚至願意給予正面口碑。但相關文獻缺乏，理論仍有缺口。因此本研究進一步探討觀光客的海洋運動觀光慣性對口碑的影響，以彌補理論缺口，對海洋運動觀光發展有正面影響。

綜合上述，本文之研究目的為：

- (1)探討海洋運動觀光觀光客知覺涉入、價值、慣性與口碑的現況。
- (2)探討海洋運動觀光觀光客知覺涉入、價值與口碑的關係。
- (3)提出建議。

貳、研究方法

本研究考量研究議題屬性為變數間的關係，適合採用問卷調查法，研究架構如圖 1。依據文獻，海洋運動觀光涉入指觀光客在海洋運動觀光方面的個人意識與投入程度；知覺價值是來自於觀光客對於大鵬灣國家風景區所提供的海洋運動觀光相關遊憩活動以及服務所能獲的利益高於觀光客所付出的成本心理感知；海洋運動觀光慣性指觀光客自身對海洋運動觀光的慣性與消極性。在研究變數關係方面，依據文獻，海洋運動觀光涉入顯著正向關聯口碑(Brown et al.,2016 ; Gohary et al., 2016; Bachleda et al., 2016)，知覺價值顯著正向關聯口碑 (Ramseook-Munhurrun, Seebaluck& Naidoo,2015;Eid&El-Gohary , 2015 ; Chen& Chen, 2010 ; Lee, Yoon& Lee, 2007 ; Prebensen& Xie,2017)，海洋運動觀光(Hung and Yen, 2016)相關假設如下。

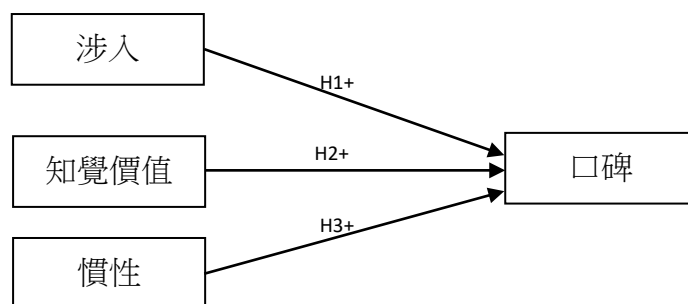


圖 1 研究架構圖

假設 1：觀光客對海洋運動觀光涉入越高，其口碑越高。

假設 2：觀光客對海洋運動觀光知覺價值越高，其口碑越高。

假設 3：觀光客的海洋運動觀光慣性越高，其口碑越高。

在海洋運動觀光涉入的測量工具方面，依據相關文獻(Brown et al.,2016 ; Gohary et al., 2016; Bachleda et al., 2016)，研擬三題問項，分別為對於大鵬灣國家風景區海洋運動觀光的體驗「我知道許多海洋運動觀光項目」、「我真的喜歡海洋運動休閒」、「我對海洋運動休閒的興趣可說明我是怎樣的人」。在知覺價值的測量工具方面，依據相關文獻(Lee, Yoon& Lee, 2007 ; Prebensen& Xie,2017)，研擬四題問項，到大鵬灣國家風景區參加海洋運動觀光活動「具有一定的品質」、「規劃設計良好」、「具有可接受的品質」、「持續不斷維持品質」。在海洋運動觀光慣性的測量工具方面，依據相關文獻(Hung and Yen, 2016)，研擬四題問項，「我習慣既有的海洋運動休閒規劃方式」、「比起嚐試新海洋運動休閒場所，我偏愛既有的場所」、「我不喜歡陌生的海洋運動休閒場所」。在海洋運動觀光口碑的測量工具方面，依據相關文獻(Lee, Yoon& Lee, 2007 ; Prebensen& Xie,2017 ; Hung and Yen, 2016)，對於大鵬灣國家風景區參加海洋運動觀光「我會積極推薦給其他觀光客」、「我會主動提供此地相關資訊介紹給他人」、「我將會推薦給那些將要從事參與海洋運動觀光客到此地觀光」。所有題目採李克特 6 點量表，用 6-1 分衡量，包括非常同意、同意、有點同意、有點不同意、不同意、非常不同意，得分越高代表同意程度越高。在完成測量工具研擬後，本研究將問卷送交大鵬灣國家風景區相關觀光業者確認問題之敘述方式，觀光客可否填答，並徵詢其建議做修正；其次，本研究也商請觀光旅遊學者修正用字遣詞，確認語意的表達方式，並作適度修正；經由以上步驟，完成本研究量表。

在抽樣調查方面，考量研究主題與可行性，本研究選擇大鵬灣國家風景區為研究場域，以大鵬灣國家風景區海洋運動觀光之觀光客為母體，針對在此場域進行海洋運動觀光之觀光客進行問卷調查。在抽樣方法上，本研究採用立意抽樣法，透過浮潛業者（教練）、民宿業者協助，針對海洋運動觀光之觀光客，徵詢其意願，選取適當之觀光客為受訪者進行訪問完成調查，因此樣本代表性無虞；另，基於抽樣多樣性與合理性，對 5 人以下團體以抽取一男一女原則；5 人以上依照男女比例與年齡層抽取，增加樣本多樣性與合理性。問卷調查時間為 2018 年 2 月 1 日至 28 日；調查地點包括小琉球民宿與花瓶岩、大鵬灣風景區遊客中心與青洲景區等。調查方式採用現場發放、講解、填答，現場回收方式。合計發放 100 份問卷，收回 98 份，扣除答案相同、亂答（1 分鐘內完成回答）以及做答不完全等問卷後，實得有效問卷 75 份，有效問卷率 75%。

在樣本特性方面（如表 1），女性占 46.7%，男性 53.3%。年齡方面，20-29 歲的受訪者占 30.7%；30-39 歲占 20%；40-49 歲占 37.3%；50 以上歲占 12%。在婚姻狀態方面 50.7%的受訪者已婚，未婚 45.3%。在職業別方面，工業 6.7%，軍公教 9.3%，自由業 14.7%，服務業 40%，學生 16%，其他 13.3%。在月均收入方面，月收入低於 3 萬元占 29.3%，3 萬至 6 萬占 36%，6 萬以上占 21.3%，無收入 13.3%，受訪者月均收入以低於 3 萬元為主。在運動觀光經驗方面，首次觀光 30.7%，重遊占 69.3%。

表1 樣本特性

項目	次數	%	項目	次數	%
性別			職業		
男	40	53.3	工	5	6.7
女	35	46.7	公務人員	7	9.3
年齡(歲)			自由業	11	14.7
20-29	23	30.7	其他	10	13.3
30-39	15	20	商(服務業)	30	40.0
40-49	28	37.3	學生	12	16.0
50 以上	9	12	月所得(元)		
婚姻狀態			<29,999	22	29.3
已婚	38	50.7	3-59,999	27	36.0

項目	次數	%	項目	次數	%
未婚	34	45.3	6-79,999	16	21.3
其他	3	4	無	10	13.3
			觀光次數		
			首次	23	30.7
			重遊	52	69.3

參、實證分析

在實證分析的部分，本研究透過 SPSS 22.0 統計軟體，共進行鑑別度分析、描述統計分析、信度分析、效度分析與迴歸分析，分別敘述如下。

一、鑑別度分析

本研究將問項加總得分，以較高得分前 27% 為高分組；後 27% 得分為低分組，利用獨立樣本 t 檢定，檢定其對不同受測者的鑑別情形。檢定結果顯示，13 題問項的 t 值皆達顯著水準，本研究所研擬之測量問項對不同受測者具有鑑別度。

二、敘述統計、信度與效度

分析結果整理如表 2。在敘述統計方面，涉入的平均數介於 4.16-4.33 間，知覺價值的平均數介於 4.57-4.71 間，慣性平均數介於 4.07-4.09 間，口碑平均數介於 4.39-4.43 間，屬於有點同意到同意的程度。涉入的標準差介於 1.15-1.31 間，價值的標準差介於 1.06-1.16 間，慣性的標準差介於 1.20-1.44 間，口碑的標準差介於 1.24-1.28 間，受訪者對本研究所研擬之問項，看法差異不大。其次，測量問項的偏態系數介於 -1.9 至 -.58 間，絕對值小於 3；峰度係數介於 -.613 至 3.8 間，絕對值小於 10，資料顯示（如表 2）各題之 CR 值介於 -3.37~-8.79 之間均達顯著水準 ($p < .05$) 以上之水準。各題與題項相關值介於 .61~.91 皆符合 .3 以上之水準，因此各題項均符合標準受訪資料未違反常態分配，可以進行相關與迴歸分析。

表 2 測量工具的敘述統計、信度與效度(n=75)

構面 (問項)	平均數	標準差	偏態	峰度	因素 負荷	CR 值	相關
涉入($\alpha=.941$)							
inv1: 我知道許多海洋運動觀光項目	4.33	1.16	-0.91	0.88	0.89	-8.58*	.86
inv2: 我真的喜歡海洋運動觀光	4.23	1.30	-0.66	0.04	0.95	-7.35*	.88
inv3: 我對海洋運動觀光的興趣可說明我是怎樣的人	4.16	1.32	-0.67	-0.13	0.89	-8.46*	.90
知覺價值($\alpha=.955$)							
v1: 具有一定的品質	4.57	1.08	-1.52	2.52	0.96	-6.14*	.89
v2: 規劃設計良好	4.59	1.07	-1.30	1.64	0.94	-5.98*	.90
v3: 具有可接受的品質	4.71	1.08	-1.93	3.85	0.96	-6.02*	.91
v4: 持續不斷維持品質	4.60	1.16	-1.44	1.54	0.92	-5.78*	.86
慣性($\alpha=.831$)							
ine1: 我習慣既有的海洋運動觀光規劃方式	4.07	1.20	-0.61	-0.39	0.91	-4.18*	.74
ine2: 比起嚐試新海洋運動觀光場所, 我偏愛既有的場所	4.09	1.29	-0.61	-0.32	0.94	-3.82*	.73
ine3: 我不喜歡陌生的海洋運動觀光場所	4.07	1.45	-0.59	-0.61	0.82	-3.37*	.61
口碑($\alpha=.944$)							
wom1: 我會積極推薦給其他觀光客	4.40	1.28	-1.07	0.63	0.97	-7.20*	.89
wom2: 我會主動提供此地相關資訊介紹給他人	4.39	1.27	-1.05	0.70	0.96	-8.79*	.90
wom3: 我將會推薦給那些將要從事參與海洋運動觀光客到此地觀光	4.43	1.24	-1.35	1.85	0.97	-7.00*	.86

* $P<.005$

其次，本研究所研擬之測量工具，皆參考前人相關研究而得，且經專家學者修正，具有專家效度。本研究透過 SPSS 22.0，以主成分法繼續進行因素分析，採用最大變異法轉軸，萃取特徵值大於 1 之因素。分析結果顯示，四個構面所有 KMO 值皆大於 0.7，巴式球形檢定皆呈顯著，資料適合進行因素分析；四個構面的問項共通性皆大於 0.5，顯示資料具有良好建構效度；四個構面分別各萃取出一個特徵值大於 1 的因素，因素負荷皆達 0.7 以上，且達顯著水準，本研究所蒐集資料具有良好收斂效度。在信度方面，涉入、價值、慣性以及口碑四個構面的信度值分別為 0.941、0.955、0.831 與 0.944，皆大於 0.7，本研究所研擬之測量工具信度良好；解釋變異百分比值分別為 0.82、0.88、0.79 與 0.93，皆大於 0.5，本研究所研擬之測量工具收斂效度良好。在區別效度方面，

變數相關係數（表 3）小於 1，顯示涉入、價值、慣性以及口碑四個構面具良好區別效度；整體而言，本研究測量工具專家效度、建構效度、收斂效度、區別效度與信度。

表 3 變數相關係數

變數	平均數	標準差	1	2	3	4
1.涉入	13.37	3.55	1			
2.知覺價值	18.95	3.96	.410**	1		
3.慣性	12.41	3.25	.666**	.476**	1	
4.口碑	13.83	3.13	.721**	.570**	.543**	1

**. 在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

三、假設檢定

為檢驗本研究假設，本研究利用相關與迴歸分析進行假設檢驗。由表 3 可知，涉入、價值、慣性與口碑皆呈現顯著正向相關，亦即觀光客知覺海洋運動觀光涉入越高，其口碑越佳；觀光客知覺價值越高，其口碑越佳；觀光客知覺海洋運動觀光慣性越高，其口碑越佳。據此，三個假設皆獲得統計上的支持。

其次，本研究進一步釐清其因果關係，研究模式包括涉入、價值與慣性等三個自變數，以及口碑一個依變數。模式一、模式二與模式三分別放入一個自變數，檢驗各別自變數對依變數的影響。模式四放入三個自變數，檢驗其對依變數的影響，檢定結果如表 4。

四個模式的配適度皆呈現良好，F 值分別為 79、106、82 以及 57。變異數自我膨脹係數(VIF)介於 1-4.4 間，顯式共線性問題受到控制。模式 1 的檢驗結果顯示，觀光客知覺海洋運動觀光涉入顯著正向影響口碑($\beta=0.72$; $t=8.9$)，解釋力為.521。模式 2 的檢驗結果顯示，觀光客知覺價值顯著正向影響口碑($\beta=0.77$; $t=10.3$)，解釋力為.593。模式 3 的檢驗結果顯示，觀光客知覺海洋運動觀光慣性顯著正向影響口碑($\beta=0.728$; $t=9.07$)，解釋力為.530。模式 4 的檢驗結果顯示，觀光客知覺海洋運動觀光涉入顯著正向影響口碑($\beta=0.515$; $t=5.77$)，觀光客知覺價值顯著正向影響口碑($\beta=0.384$; $t=3.23$)，觀光客知覺海洋運動觀光慣性正向影響口碑($\beta=0.048$; $t=0.35$)，解釋力為.708。

表 4 假設檢驗

自變數	M1		M2		M3		M4	
	β	t	β	t	β	t	β	t
涉入	.722***	8.914					.515***	5.774
知覺價值			.770***	10.310			.384***	3.231
慣性					.728***	9.076	.048	.356
F	79.464		106.292		82.377		57.401	
VIF	1		1		1		1.93-4.4	
R ²	.521		.593		.530		.708	

***P<.001

四、討論

在研究模式中，僅考慮個別預測變數情況下，三個自變數（涉入、知覺價值以及慣性）皆會顯著正向影響海洋運動觀光客的口碑，分析結果與其他休閒觀光領域文獻相符。首先，海洋運動觀光客對海洋運動觀光的涉入程度越高，他們的正面口碑越高。意即，當觀光客們知道更多海洋運動觀光項目，喜歡上海洋運動觀光，或者藉由海洋運動觀光的興趣說明他的休閒愛好時，他們更願意給予海洋運動觀光正面評價與推薦，分析結果與運動涉入文獻(Brown et al.,2016 ; Gohary et al., 2016; Bachleda et al., 2016)相符。

其次，海洋運動觀光客對海洋運動觀光的知覺價值越高，他們的正面口碑越高。此處的知覺價值，主要針對海洋運動觀光的品質成分，包括設施、服務以及整體品質價值。海洋運動觀光有一大部分需借助海洋運動器材與專業人員的服務，完善與好的場地設施、設備品質，是海洋運動觀光能否讓觀光客產生正面口碑的基本條件。此外，海洋運動觀光具有不同於一般陸域運動觀光的特殊性，如輕艇、獨木舟等皆具有海洋運動的專業素養與知識，在無海洋運動專業人員指導下，一般觀光客不易操作、學習以及體驗。因此，提供觀光客海洋運動觀光的專業服務人員，能讓觀光客感知到海洋運動觀光的特殊價值，體驗後更能產生正面宣傳與推薦口碑，分析結果與運動知覺價值等相關文獻(Lee, Yoon & Lee, 2007 ; Prebensen & Xie,2017)相符。

此外，海洋運動觀光客的慣性越高，他們的正面口碑越高。這意謂著當觀光客習慣既有的海洋運動觀光規劃方式、偏愛既有的場所與活動後，他們更願意發出正面的評價與推薦意願。因此，如何持續培養觀光客的海洋運動觀光慣性，是政府部門與業者必須

嚴肅面對的課題。分析結果與運動知覺價值等相關文獻(Hung & Yen, 2016)相符。

最後，同時考量三者，結果顯示僅涉入與知覺價值顯著正向影響口碑，慣性對口碑有影響但未達顯著水準。這意謂著隨著海洋運動觀光產業的發展，越來越多業者投入，也吸引越來越多的觀光客進行海洋運動觀光，海洋運動觀光同好群體正逐漸成形。在此條件下，同好的口碑宣傳成為海洋運動觀光產業成長的重要動力。另，也因為海洋運動觀光產業成長，吸引政府部門注意與重視，帶動業者在設施設備與人員選用培訓方面的提升，讓觀光客感知較好的價值，他們才更願意給予正面評價與推薦。但，即使海洋運動觀光產業逐年成長，要透過慣性提升口碑仍具挑戰性。也就是說，同時考量觀光客的涉入、知覺價值以及慣性預測口碑時，涉入、知覺價值是較好的預測變數，慣性仍未成氣候。觀光客對海洋運動觀光的慣性，仍有待改善。

肆、結論與建議

一、結論

本研究是同時探討涉入、知覺價值以及慣性對口碑影響的研究，也是一篇將這些研究變數應用至海洋運動觀光的研究。研究結果顯示，觀光客知覺海洋運動觀光涉入越高，其口碑越佳，且觀光客知覺海洋運動觀光涉入顯著正向影響其口碑。觀光客知覺價值越高，其口碑越佳且觀光客知覺價值顯著正向影響其口碑。觀光客知覺海洋運動觀光慣性越高，其口碑越佳，但其對口碑影響未達到顯著水準。

研究發現，當海洋運動觀光業者僅考慮影響口碑的個別因素時，觀光客的涉入、價值以及慣性皆會影響其口碑，且價值的影響力相對較大。因此，業者應優先考慮提供讓觀光客感知有價值的海洋運動觀光，這樣他們會更給予正面評價與願意推薦。其次，觀光客的海洋運動觀光慣性也會顯著正向影響口碑，業者應致力於讓觀光客養成海洋運動觀光慣性。最後，觀光客的海洋運動觀光涉入也會顯著正向影響口碑，業者應致力於讓觀光客提升對海洋運動觀光的意識。

二、建議

依據以上研究結果，本研究對業者建議如下：

- (一)致力於辨別真正喜歡海洋運動觀光的觀光客，提供其物超所值的服務，增強其口碑宣傳意願。如重遊優待券、團體招待券、個別服務預約、相關服務協調等。
- (二)提出海洋運動觀光的健康訴求，讓觀光客感知其優越品質與獨特性，增強其口碑宣傳意願。
- (三)塑造較強的海洋運動觀光慣性，增強其口碑宣傳意願。如為觀光客打造個性化設施、設備與服務，特色化的海洋運動觀光活動組合等。

依據以上研究結果，對後續研究者的建議：

- (一)探討不同海洋運動觀光活動參與者，在研究模式上有哪些差異。
- (二)探討海洋運動觀光觀光客內外心裡歷程，對口碑與重遊行為的影響。
- (三)探討海洋運動觀光觀光客所感知價值、涉入與口碑間的關聯。

參考文獻

- 大灣國家風景區管理處 (2016)。大鵬灣國家風景區－瀉湖。2016年 07月 03日，取自 <https://www.dbnsa.gov.tw/Scenery-Content.aspx?Lang=1&SNo=04006703>
- 交通部觀光局 (2004)。民間參與大鵬灣國家風景區建設 (BOT)。台北：交通部觀光局。
- 行政院發展考核委員會 (2006)，海洋政策白皮書，臺北市：行政院研考會。
- 巫昌陽 (2003)。海域休閒活動參與者遊憩衝突之探討。大專體育學刊，5 (2)，51-63。
- 劉修祥 (2006)。海域觀光遊憩概論。臺北市：桂魯有限公司。
- 顏財發 (2017)。茶文化旅遊地方依戀、涉入、信任與可持續旅遊發展支持的關係。休閒事業研究，15 (3)，21-35。
- Bachleda, C., Fakhar, A., & Elouazzani, Z. (2016). Quantifying the effect of sponsor awareness and image on the sports involvement–purchase intention relationship. *Sport Management Review*, 19(3), 293-305.
- Bloch, P. H., Sherrell, D. L., & Ridgway, N. M. (1986). Consumer search: An extended framework. *Journal of consumer research*, 13(1), 119-126.

- Bristor, J. M. (1990). Enhanced explanations of word of mouth communications: The power of relations. *Research in Consumer Behaviour*, 4, 51-83.
- Brown, G., Smith, A., & Assaker, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism management*, 55, 160-172.
- Celsi, R. L., & Olson, J. C. (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210-224.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477-488.
- Gohary, A., Hamzulu, B., & Alizadeh, H. (2016). Please explain why it happened! How perceived justice and customer involvement affect post co-recovery evaluations: a study of Iranian online shoppers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 127-142.
- Hung, C.J. & Yen, T.F. (2016). How inertia influence image-quality relationships in leisure farming. *The International Journal of Organizational Innovation*, 9(2), 226-238.
- Lee, C. K., Yoon, Y. S., & Lee, S. K. (2007). Investigating the Relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. *Tourism Management*, 28(1), 204-214.
- Oh, H. (2003). Price fairness and its asymmetric effects on overall price, quality, and value judgments: the case of an upscale hotel. *Tourism Management*, 24(4), 387-399.
- Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S., & Uysal, M. (2013). Motivation and involvement as antecedents of the perceived value of the destination experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253-264.
- Prebensen, N. K., & Xie, J. (2017). Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption. *Tourism Management*, 60, 166-176.

- Ramseook-Munhurrun, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. (2015). Examining the structural relationships of destination image, perceived value, tourist satisfaction and loyalty: case of Mauritius. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 252-259.
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism Management*, 27(3), 394-409.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- World Travel & Tourism Council [WTTC] , 2016 <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/>
- Yen, T.F. (2017). Organic food consumption in China: Self congruity, attitude, and purchase intention and the moderating role of inertia, *SCI/EI Journal*, XX-XX.
- Zielke, S. (2014). Shopping in discount stores: The role of price-related attributions, emotions and value perception. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 327-338.

Relationships among Perceived Value, Involvement, Inertia, and Word-of-Mouth of Marine Sport Tourists

Shu-fen Lin, Tsai-fa Yen

*Research Assistant, School of Economics and Research Center for Spatial Economics,
Sichuan University of Science and Engineering, China

**Professor, School of Economics, Sichuan University of Science and Engineering,
China

Abstract

Taiwan is surrounded by sea. Nowadays, marine sport has gained popularity among Taiwanese. In the past, the relevant studies all focused on land-sport or leisure, ignoring the resources of the surrounding sea, which are suitable for the development of marine sport tourism. The purpose of this study was to explore the participants of marine sport tourism in Dapeng Bay National Scenic Area. Questionnaire survey was adapted to collect data and 75 valid samples were received. SPSS 22.0 was used to analyze the data. Findings show that tourist involvement, perceived value and inertia can positively related to word-of-mouth. Consequently managers should emphasize the values of marine sport tourist first. Then they would be willing to have positive words and recommend to others.

【Keywords】 tourist involvement, perceived value, inertia, word-of-mouth

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標 建構之研究—以高雄市旅行業為例

陳啟明 * (通訊作者)

*正修科技大學觀光遊憩系，助理教授

收件日期：107年09月27日；第一次修正：108年03月21日；

接受日期：108年03月21日

摘要

旅遊業創造的是一種快樂的感受與幸福的氣息，本研究以問卷方式獲得旅行社從業人員玩興特質現況與推估之模式，研究工具主要參考並修正余嬪「成人玩興量表」。資料經 Amos20.0 版統計軟體執行結構方程模式中的驗證式因素分析，研究結果顯示旅行社從業人員玩興量表有良好的信、效度、收斂效度、區別效度、組成信度、平均變異數萃取量、交叉效度、共同方法變異、統計檢定力均通過檢驗。實證結果發現，旅行社從業人員玩興特質量表驗證式因素分析模式是一個有效的建構，旅遊業人員玩興特質的知覺現況為正面的認知並得知多是從內心自發的引導，旅行社從業人員可以藉由適當合宜的玩興發揮，從工作上尋找快樂的點及有趣的事，是一種工作與玩興之間快樂結合。

【關鍵字】 旅行社從業人員、玩興、結構方程模式、驗證式因素分析

壹、緒論

近年來，由於兩岸三通及政府積極推動南向政策推展觀光，根據交通部觀光局統計民國 104 年國人出國人數已達 13,182,976 人，來台旅客也成長至 10,439,789 人(交通部觀光局 [觀光統計]，2017)，不管是來台旅客或國人出國都大副度的成長，使得觀光旅遊業蓬勃成長，同時由考選部所舉辦的領隊導遊考試報名人數履創新高、國內大專院校有關觀光休閒的系所的設置及旅行社陸續上市(櫃)，在這成長的過程當中，旅行業人員則扮演重要的仲介角色，使得旅行業成為熱門的行業之一，但是旅行業人員是否較其他行業有更樂在工作，亦即有更好的玩興呢？Lieberman (1977) 認為玩興可以增進個人學習，對個人情緒、投入程度及滿意度有正向影響。余嬪 (2005) 提到當玩興高時，個人會有強烈自發性地投注力與專注力，同時感到自我滿足與樂在其中，會覺得放鬆享受、壓力隨之解除，心境也獲得改變，余嬪 (2006) 也提到工作玩興是一種態度，使人能夠快樂工作，積極把工作變有趣，進而喜歡工作本身，進而自發地去追求與從事工作且樂在其中，甚至面對困難也不輕易退縮。Lundin (2001) 發現許多人除了會以一種嚴肅的方法工作外，同時也展現自由的工作態度，且能夠在工作時為自己帶來愉悅、生產力與熱忱，使服務更有效率，由此可知我們更能看出工作具有玩興特質的重要性。余嬪等人的研究中，發現成人玩興中的自主與堅持若其目標與職場目標是一致時，將有利工作創新之達成，反之則否。該研究同時也發現國內工作者對玩興持有相當正向的態度，他們認為個人的玩興特質有助於工作與學習，當玩興 (playfulness) 高時，個人會感到自我滿足與樂在其中，會覺得放鬆享受、壓力解除與心境改變，同時會有天真與幽默的行為，而常會有意想不到的創新與好表現(余嬪，吳靜吉，陳以亨，區衿綾，2011)。從事旅行業人員是否具有這種創造正向情緒體驗的特質，實具有研究價值。對於有關成人的玩興量表少被提及，更少在成人學習中被重視 (余嬪，2004b)。國外學者對成人玩興特質的感受、態度表現及對工作影響，已受重視和研究 (Glynn & Webster, 1992; Webster & Martocchio, 1992)。

旅行業人員是國人觀光旅遊擔任服務媒介的重要角色，具有規劃旅遊行程，

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

提供資訊以方便消費者依其需求選購旅遊產品，總是希望推出的產品及服務能帶給顧客歡樂與愉快的氣息。由此可知旅行業人員除了具備將各類資訊與專業知識整合運用外，既然是歡樂的服務業那員工是否樂在工作呢？從事旅遊業的人員是否具有高的休閒玩興特質，參考國內外研究中，似乎尚未有研究以旅行社員工為研究對象，針對其玩興特質所產生之影響進行探討，由於旅行社與其他產業有相當大的異質性，因此其他產業的研究結果是否適合旅行社，仍有待實證驗證，玩興的感受知覺極易受不同的對象情境而影響表現，不同職業類別玩興表現可能有不同的感受（羅秀英，2004）。因此研究者想瞭解玩興對旅行業從業人員的現況為何？余嬪、吳靜吉(2002b)工作玩興就是一種「在工作中所展現出的主動自發性、想像力、情緒的表達力、好玩有趣且樂在其中的態度」。國外學者 Lundin(2001)強調工作玩興的重要，認為工作玩興是一種態度。旅遊業是觀光休閒的行業，「玩」多是從內心自發是於發自內心的引導而工作則是外在的影響，從業人員是否具有玩興特質，是受到個人自發或是外在酬賞的影響？目前國內外直接相關的研究付之闕如，有待進行探究。據此，本研究以旅行社員工為樣本來施測，並參考、修訂余嬪等人所編製的成人玩興量表，以修訂並驗證此量表是否具有良好的效度與信度，繼續修正此量表，希望能有助於此量表的使用與分數的解釋，使用 SEM 可發展與檢定模型並比較理論所產生的對立模型與資料適配程度，增加研究信、效度，透過嚴謹的研究方法，建構一份「旅行業人員玩興特質量表」，將以結構方程模式(structural equation modeling) 方法學中的驗證性因素分析(confirmatory factor analysis) 驗證此一量表的信度、聚合效度(convergent validity)，因此本研究以期未來可將此量表應用於有關成人玩興之相關學術理論的探討研究上。提供研究結果予旅行業一些有實用價值之建議及參考，以提升其競爭優勢創造更大的商機，冀望此研究結果可做為日後觀光產業管理經營及學術研究參考。

貳、文獻回顧

一、旅遊業人員(Tourism practitioners)

旅遊業是一個複雜的行業，服務涵蓋的範圍相當廣泛多元，因此從業人員所

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

應具備的專業知識也十分多元，旅遊業本身並無相關有形產品，是一種將旅遊相關產業之資源加以組合，亦即旅遊商品(謝永茂，2014)。旅遊商品是『無形』的，會隨時間、環境與各種人為因素而變化的『變動性』。因此員工本身的素質、訓練以及『人性化』服務的提供均顯得格外重要(賈玉銘，2015)。而所謂旅遊業人員，依據【發展觀光條例】第二條第十款之定義，旅行業指經中央主管機關核准，為旅客設計安排行程、食宿、領隊人員、導遊人員、代購代售交通客票、代辦出國簽證手續等有關服務而收取報酬之營利事業。旅行社提供服務的內涵，主要是代辦出入境手續、簽證業務、組織旅行團體成行、訂位開票、替個人或團體設計及安排、提供旅遊資訊、收取合理報酬的事業。依據【發展觀光條例】第二十七條及旅行業管理規則(觀光局，2016)條文規定，我國旅行社可分為綜合旅行社、甲種旅行社及乙種旅行社三大類，旅行業的組織結構可分為 1 經營階層如負責人、董事長、總經理；2 管理階層如部門經理(團體部、業務部、票務部)；3 執行階層 基層員工：票務員、OP。旅行業的單位組織架構有產品部、業務部、國內旅遊部、票務部、訂房部、商務部、行銷企劃部、領隊導遊部門及行政管理部(林燈燦，2012)。余嬪、吳靜吉(2003)提出成人玩興對工作的重要性，並以「工作玩興」一詞來說明，認為工作玩興是在工作場合或學習中所表現的主動自發性，是個體結合想像力、情緒表達力而展現一種有趣且樂在其中的態度。從業人員是旅行業重要的人力資源，在旅遊業中所扮演的關鍵地位與角色不容忽視，顧客對於旅行社整體意象的感覺，這都須仰賴從業人員的專業職能的表現，一個專業、敬業且具有服務熱忱的從業人員，能否寓工作於樂？對於旅遊業之永續經營發展實有其必要性。

二、玩興(Playfulness)

「玩興」一詞是由 Webster(1989)所提出，其目的是在說明當個體在從事休閒投入與專注力，同時感到自我滿足與樂在其中。具有玩興特質的人可以很容易從活動中，獲取愉悅氣氛，產生諸多正向情緒，並投入工作中(Starbuck & Webstr, 1991)。Lieberman(1965)主張「玩」是個體的行為表現，「玩興」則是人格特質。Webster(1989)將休閒或遊戲中所具有的自由性質，視為發自個人內在的態度元素，此元素會影響遊戲者本身在遊戲時的主導性、控制性、滿意度與歡樂性。

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

Barnett (1990) 根據 Lieberman(1965)構念，定義玩興為遊戲者本身具有的人格特質及遊玩傾向，具有持久性的自發性內在特質，為 遊戲時必要條件。Starbuck & Webster(1991)描述玩興是一種可以從活動中立即萃取愉悅且能融入活動之中的傾向。Webster and Martocchoio(1992) 主張玩興為個體行為中顯著性的內在態度，並指出玩興所發展相關能力包含想像力、情緒表達、幽默感、好奇心、開放性、主動尋求新奇與溝通能力等。Glynn and Webster(1992) 將成人玩興定義為個人傾向，指個體能夠以一種想像的、不嚴肅的或隱喻的態度來定義所從事地活動，以增加內在感受、投入與滿意度。Barnett(2007) 將玩興定義為在一個情境中個體建構表現樂趣(amusement)、幽默(humor)、娛樂(entertainment)的一種方式。Berg(20011) 十分強調工作玩興的重要性，她認為唯有當工作充滿趣味時，個人才能投入其中，並產生創意的火花。余嬪、吳靜吉、林偉文、楊潔欣(2002a) 工作玩興為是一種在工作或學習中所展現的主動自發性、想像力、情緒的表達力與好玩有趣、樂在其中的態度，具有高度內在動機，能促進個體的工作與創造力表現。吳敬聆(2009) 玩興是一種在工作中或學習中，所展現的主動自發性、想像力、情緒表達力與好玩有趣、樂在其中的態度，並具有 高度內在動機，能促進個體的工作與創造力表現。王姮又(2010) 玩興屬於個體與生俱來的一種自發性行為態度，且為內在動機傾向人格特質，而這樣的特質會影響個體在環境中互動情形，驅使個體專注與投入，同時感受到較高的自我滿足、樂在其中、放鬆享受、壓力解除與心境改變，進而表現出自由、天真、幽默與創造靈感，使工作具有更意想不到的表現。邱逸欣(2010) 個人能主動以較不嚴肅、幽默、輕鬆自在的態度來看待或 從事活動，並可運用想像或各種有趣的方式來活絡氣氛、 增加童趣及滿足的一種個人特質或傾向。洪秀緣(2014) 玩興是一種在工作或學習中所展現的主動自發性、想像力、情緒 的表達力、好玩有趣、樂在其中的態度，會因外在環境的影響會令其產生些微變化。吳貞芳(2015) 玩興意近於童趣、赤子之心，係指個人在主動的情況下，以較不嚴肅、 幽默且輕鬆自在的態度來看待或從事活動，且會運用想像或各種有趣的方 式來活絡氣氛，由活動中感受愉悅並深度投入進而自我肯定的人格特質。

綜合上述玩興是從事工作的活動時，容易享受工作的過程並自得其樂、全力

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

以赴享受職場的樂趣，隨時都能全身貫注，把很多複雜或單調的工作變得有趣好玩而表現出愉悅的幸福感。本研究操作型定義成人對玩興的具體感受為內在動機之關係，將玩興特質視為人格特質因素，能將工作環境改變，使得在工作上更有樂趣享受(enjoyable)和娛樂性(entertaining)。

三、休閒玩興量表(Leisure playfulness scale)

Guitard 等人(2005)採用紮根理論的方法針對不同背景且具有明顯強或弱玩興外在特徵的 15 位成人進行研究，結果發現成人玩興涵蓋五個特質：創造力、好奇心、幽默感、愉悅和自發性，並統整出各項特質或面向的意義、功用及內外在影響因素。玩興的測量始於 Lieberman(1977)，Lieberman 首先將玩興命名並概念化，1977 年 Lieberman 將玩興分析出五個向度，即 1.表現歡樂(manifest joy)：個人在遊戲中的情感表達，自由自在的享受樂趣與歡笑。2.幽默感(sense of humor)：能察覺有趣的情況，理解或欣賞有趣故事並引發他人歡樂。3.身體自發性(physical spontaneity)：在遊戲中充滿活力，肢體活動及表情具有協調性。4.認知自發性(cognitive spontaneity)：遊戲中的想像、模仿力、好奇心、創新及思考彈性。5.社會自發性(social spontaneity)：在遊戲中與他人的相處、互動、合作、分享等行為。早期玩興測量多半以兒童為對象，以成人為對象的研究較為少數。多數成人玩興測量以 Barnett(1990)根據 Lieberman (1965)的兒童玩興量表(Children's Playfulness Scale, CPS) 中的五個向度來界定玩興或加以修改。在成人玩興的測量工具上，Martocchio、Webster 和 Glynn.1992 等人在針對成人進行許多研究後所共同發展的成人玩興量表(Adult Playfulness Scale,APS)以形容詞檢核表來測量，有良好的信度、效度，是目前最常被引用的成人玩興量表。此量表為自評式七點量表，包含 32 對語意相異的形容詞檢核表。除此之外，Fix (2003)指出另一測量成人玩興的自陳式量表「Playfulness Scale for Adult」(PSA)亦有良好的建構效度與再測信度，且與 APS 及兩個創造力量表「Similes Test」和「Franck Drawing CompletionTest」之間有正相關，亦可作為成人玩興的測量工具。學者余嬪等人(2002a)認為成人對玩的態度、看法或表現出的行為，可能會因東西方文化、環境等條件不同而有所差異，故應建構適於國內成人的玩興量表。余嬪等人(2002a)參考了 Glynn 與 Webster 所發展的成人玩興量表(APS)，並對 18 名參加整合型計劃創造力團隊的學者進行團體討論，及 30 名文教、資訊及其他不同工作背景者進行開放問卷訪談，以深

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

度訪談收集其他人對於成人玩興的經驗與感受，並作為編製成人玩興量表的基礎。據此發展出 47 個題項的成人玩興量表，而後選取因素負荷量較高者成為 29 題的成人玩興量表短題本，並有良好的內部一致信度、效標關聯效度及鑑別效度。是目前唯一國內評量成人玩興之有效量表。經因素分析得到六個構面分別為：「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「放鬆身心、自我表現」、「幽默自在、自得其樂」、「童心未泯、好玩有趣」、與「自我堅持、積極完成」。余嬪(2004c)將量表以台灣、大陸、香港、新加坡、馬來西亞等地區華人共 3431 人為研究樣本，重新因素分析。新因素結構以主成份法，並配合最大變異法(Varimax)行正交轉軸，特徵值大於一的因素共有五個新因素結構為：1.「放鬆身心、幽默自在」，2.「樂在其中」，3.「樂於創造、解決問題」，4.「童心未泯、好玩有趣」，5.「自我堅持、積極完成」等五個層面。與國外文獻相較可看出不論是兒童或成人，快樂、創造、幽默與童心都是玩興的重要特質。本研究經由研究背景、動機及文獻探討，綜合上述學者的看法，為瞭解旅行社從業人員玩興特質，達到研究目的，本研究參考、修訂余嬪等人(2002a)「成人玩興量表」(Adult Playfulness Scale, APS)為評量工具，此量表是以工作、學習或生活中來設計，本研究依據結構方程模式之方法學，將本研究所編製之旅行社從業人員玩興特質量表，建構成玩興特質量表之驗證性因素的分析模式，此分析模式共包含「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」等五個構面。基於了解旅行業人員是否較其他行業有是否具有高的休閒玩興特質，更樂在工作，創造正向情緒體驗的特質，亦即有更好的玩興特質呢？本研究進行分析探討，以提供研究結果作為參考依據。

參、研究方法

一、研究對象

本研究係高雄市旅行社的從業人員為研究對象，依據交通部觀光局行政資訊系統高雄市綜合旅行社 52 間，甲種旅行社 344 間，合計 396 間予以編號應用亂數表隨機抽取 60 間旅行社，每間旅行社領隊一人；導遊二人；業務人員二人，行政人員一人。同時，為提高抽樣樣本代表性，依表 1「問卷抽樣人數分配原則」之規劃，發放問卷。正式樣本共計 396 間以發問卷的方式收集樣本 352 份，剔除無效問卷後，共計有效問

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

卷為 325 份進行分析，有效問卷回收率 92.3%。

表 1 高雄市綜合旅行社問卷抽樣人數分配原則

擔任職務	綜合旅行社	甲種旅行社	收集樣本	有效問卷人數
領隊			60	50
導遊	52間	344間	60	52
業務人員			120	117
行政人員			120	106
合計			360	325

二、研究工具

本研究參考、修訂余嬪(2002a)「成人玩興量表」(Adult Playfulness Scale, APS)為評量工具，本研究定義成人對玩興的具體感受為內在動機之關係，進而分析玩興特質的知覺感受，共有五個因素結構分別為：1.「樂在其中」；2.「樂於創造、解決問題」；3.童心未泯、好玩有趣；4.「幽默自在、自得其樂」；5.「放鬆身心、自在表現」，量表上之得分愈高者，代表自評的玩興特質愈高，修訂改編後分為五個因素共 26 題。本研究採用問卷調查法，研究問卷共分二個部份，第一個部份為旅行社從業人員玩興特質量表，包括有「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」等因素，以李克特五點式計分評量法（從非常不符合至非常符合）。第二個部份為個人基本資料。

三、研究假設

(一)、旅行社從業人員休閒玩興現況

學者認為具有玩興特質的個體，不論在工作場合上、學習領域中具有正向的影響效果（余嬪，2004a）。旅行社人員為一種具有高度互動之工作，可透過此因素了解個體工作表現，多項研究指出玩興有助於增加工作的熱忱、態度與滿意度（Csikszentmihalyi, 1975; Amabile, Hennessey, & Tighe, 1994）。國外學者 Ludin(2001)玩興於工作中佔有重要之影響，並提出工作玩興是一種態度，玩興會為自己的工作帶來愉悅、生產力和熱忱，也具有壓力調節的特性，故有助增進成人身心健康。Glynn 與 Webster（1992）以 550 位高智力成人為樣本，發現玩興和內在動機導向有正相關。Barnett（1990）指出，有玩興傾向的人受內在動機的引導，牽引個人朝向自我訂

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

定的目標，對事物或行為會給予自己的意義。Glynn 與 Webster(1992)發現成人玩興正相關於重要任務的產出，包含有任務評估、覺知、參與及表現，且其相關程度甚至高於認知自發性或創造力任一對工作成果的關聯。余嬪、吳靜吉、林偉文、與楊潔欣(2002a)發現一般成人工作者對玩興有助工作與學習的態度正向，林芝瑜(2013)研究結果發現玩興特質與工作滿意度呈顯著相關，玩興特質能有效預測導遊人員工作滿意度。因此，若能瞭解旅行社從業人員休閒玩興的知覺現況為何？重視員工之內在需求，將可提供給企業作為營運的參考依據。

(二)、旅行社從業人員休閒玩興量表有良好的信、效度

余嬪等人(2002a)「分析玩興特質的知覺感受，發展得成人玩興量表」(Adult Playfulness Scale, APS) 量表，但學者強調針對不同的背景與環境，量表運用時應予以適當修訂。為衡量旅行社從業人員玩興特質，應用余嬪、吳靜吉、林偉文、楊潔欣等四人(2002a)所編製的成人玩興量表。一般而言，量表問項可能因地、因時適當調整，但因素構面則力求一般化。因此可靠、有效的量表，除著重構面考慮與問項設計外，因素結構的再確認與重複驗證即相當重要(Churchill, 1979; Hinkin, 1998)。根據上述研究結果，建議相關工作組織重視旅遊業工作特性，並了解旅遊業人員玩興特質發展。綜合上述推論，本研究提出第一個假說：

H1：旅遊業人員休閒玩興量表有良好的信、效度

(三)、旅遊業人員休閒玩興模式適配度的檢定驗證

旅遊業是觀光重核心產業之一，旅遊業為透過專業人員提供旅遊服務給旅客，旅行業是以服務為主的事業特別注重全面性的服務品質(容繼業，2000)，人力可說是旅行業中最重要資產之一，而旅行社從業人員為第一線專業服務人員，其介於旅行社與旅客之間，旅客將旅行社從業人員視為旅行社之代表，因此旅行社從業人員於觀光旅遊中扮演重要的角色。陳順宇(2007)指出 SEM 是應用變數間共變異數矩陣驗證變數關係，所得 θ 模式共變異數矩陣與樣本共變異數矩陣差異越小為佳。測量模式旨在建立測量指標與潛在變項間之關係，主要透過驗證性因素分析以檢驗測量指標(即問卷、量表)的效度。Chin (1998)提出 SEM 模式配適度不能太差，配適度不佳代表

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

模型與樣本差異過大，模型設定有錯誤，形成對後續研究結果之謬誤。綜合上述推論，本研究提出第二個假說如圖一所示：

H2：期望共變異數矩陣與樣本共變異數矩陣無顯著差異

肆、結果

一、問卷試題分析

(一) 項目分析

本研究預試分析應用Pearson相關係數、項目分析決斷值(CR 值)與題項與總分的積差相關性來探討題目相關性、一致性與鑑別力。

項目分析決斷值(CR 值)檢定，先計算受試者在量表得分總和，再選取總和得分前27為高分組，得分後27% 為低分組，進行高低分組在各題項得分平均數的獨立樣本t考驗，t值愈高代表題目的鑑別度愈佳。決斷值達顯著水準的題項 ($p<0.05$) 予以保留(吳明隆，2010)。本研究題項所有題項均達顯著水準故予以保留。

(二) 題項與總分相關性

題項與總分的相關性分析計算各題項與構面總分的積差相關，代表該題項得分與此題目與總分之間的一致程度。一般選題的標準是項目與總分的相關達顯著水準者 ($p<0.05$) 才可採用(吳明隆，2010)。本研究所有題項均達顯著水準故予以保留。

(三) 信度分析

在信度分析Cronbach's α 係數是衡量同一構面各題目間的一致性。若信度越高(α 值越大)顯示內部一致性越高(吳明隆，2010)。由表2可知，旅遊業人員玩興特質各構量表信度介於 .83~.93，顯示量表具有良好的內部一致性。

表2 內部一致性

構面名稱	題項	Cronbach's α
樂在其中	A1,A2,A3,A4,A5,A6	.89
樂於創造、解決問題	A7,A8,A9,A10,A11	.86
童心未泯、好玩有趣	A12,A13,A14,A15,A16	.84
幽默自在、自得其樂	A17,A18,A19,A20,A21	.83
放鬆身心、自在表現	A22,A23,A24,A25,A26	.93

二、基本資料分析

有效的樣本中，以男性 228 人(70.2%)佔最多數、女性 97 人(29.8%)；年齡以 30 歲以下 188 人(57.8%)佔最多數、其次 31-40 歲 89 人(27.4%)、最少的為 51 歲(含)以上 15 人(4.6%)；婚姻狀況未婚 200 人(61.5%)佔最多數、已婚 125 人(38.5%)；部門以業務人員為主 177 人(36.0%)最多數、領隊 50 人(15.4%)、導遊 52 人(16.0%)、行政人員 106 人(32.6%)；每月收入以 20,001 元以下為主 208 人(65.0%)、20,001-50,000 元有 99 人(30.5%)、50,001~80,000 元 14 人(4.3%)、80,001 元以上 4 人(1.2%)。

三、旅行社從業人員玩興特質的認知分析

在此次研究中，旅行社從業人員玩興特質的認知重要程度各項之前五名名排名為：(一) 從事旅遊工作，興致一來，會想持續下去不願中斷；(二) 從事旅遊的工作時，我覺得自己是個有幽默感的人；(三) 從事旅遊工作的時候，樂之所至會手足舞蹈；(四) 從事旅遊工作緊張或有壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事；(五) 從事旅遊的工作時，會表現愉悅的情緒與表情旅行社從業人員玩興特質認知的成效之各題項分析如表3所示。

表3旅行社從業人員玩興特質認知的成效之各題項分析

問 項	平均數	標準差	排序
4. 從事旅遊工作，興致一來，會想持續下去不願中斷	3.92	.831	1
16. 從事旅遊的工作時，我覺得自己是個有幽默感的人	3.90	.824	2
24. 從事旅遊工作的時候，樂之所至會手足舞蹈	3.85	.746	3
22. 從事旅遊工作緊張或有壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事	3.83	.725	4
21. 從事旅遊的工作時，會表現愉悅的情緒與表情	3.81	.707	5
26. 從事旅遊工作的時候，喜歡說笑話，會說一些有趣的事與人分享	3.79	.764	6
5. 容易享受旅遊工作的過程並自得其樂	3.79	.777	7
1. 從事旅遊的工作，會覺時間過得很快，甚至忘了時間	3.78	.888	8
25. 從事旅遊工作的時候，身體能即興自在的表現動作	3.77	.735	9
20. 從事旅遊的工作時，可以接受他人無傷大雅的捉弄， 同時也會適度的和別人開玩笑	3.77	.871	10

問 項	平均數	標準差	排序
23. 從事旅遊工作在遇到瓶頸或困難時，仍能以輕鬆幽默的態度面對	3.76	.767	11
19. 從事旅遊的工作時，即使旅遊工作內容平凡無趣，也能找出笑點自娛娛人	3.70	.883	12
3. 從事旅遊的工作時，會全神貫注，全力以赴	3.70	.826	13
8. 從事旅遊的工作時，喜歡腦力激盪，覺得很過癮	3.69	.777	14
11. 從事旅遊的工作時，喜歡挑戰自己的能力	3.67	.909	15
13. 從事旅遊的工作時，我覺得自己常有天真浪漫的想法	3.66	.928	16
6. 只要是做自己有興趣的事，就不會感覺辛苦	3.66	.815	17
12. 從事旅遊的工作時，我覺得自己是個玩興很高的人	3.65	.923	18
10. 從事旅遊的工作時，靈感源源不絕，隨時都處於最佳狀態	3.60	.861	19
2. 從事旅遊的工作，會陶然忘我、沈醉其中	3.54	.893	20
17. 從事旅遊的工作時，對幽默有趣的事會開懷大笑	3.54	.890	21
7. 從事旅遊的工作時，善用周邊資源，創造新的組合和應用	3.54	.840	22
18. 從事旅遊的工作時，不介意作為開心果或被當作是開玩笑的題材	3.51	.834	23
15. 從事旅遊的工作時，我覺得自己有辦法把很多事變得有趣好玩	3.45	.879	24
14. 從事旅遊的工作時，我覺得自己童心未泯	3.33	.871	25
9. 從事旅遊的工作時，樂意解決問題，積極尋找可行方案和資源	3.33	.871	26

四、共同方法變異(common method variance, CMV)

共同方法變異(common method variance, CMV)是自陳式量表導致高估構面間的相關，亦受到同一種測量方法的影響，使不同構面之間差異減少 (張偉豪，2011)。CMV 主要於測量工具的誤差，測量誤差影響檢定構面之間關係結論的效度 (張偉豪，2011；徐茂洲，2015；Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003)。

CMV 事後偵測可應用 SEM 處理。將不同構面變數以單因子 CFA 模型分析，構面間有相關表示有 CMV，CFA 會得到不錯的適配度 (Korsgaard & Roberson,1995; Mossholder, Bennett, Kemery & Wesolowski,1998)。單因子 CFA 評估 CMV 以 CMV 巢型競爭模式其複雜度的增加，評斷卡方值增加是否顯著 (McFarland & Sweeny,1992)。單因子 CFA 分析 $\chi^2=2145.037$ ， $DF=299$ 。多因子 CFA 分析 $\chi^2=1282.791$ ， $DF=289$ ，兩個模型 $\Delta DF=299-289=10$ ， $\Delta \chi^2=2145.037-1282.791=862.246$ ，計算顯著性，以 distscale

軟體分析顯著性差異 $p < 0.00$ ，代表拒絕無假設，因此兩模型並不同，構面無共同方法變異存在。如表 4 所示

表 4 兩模型比較

模型	多因子 CFA	單因子 CFA
DF	289	299
ΔDF		10
χ^2	1282.791	2145.037
$\Delta \chi^2$		862.246

五、收斂效度

結構方程模式由測量模式 (measurement model)與結構模式 (structural model) 兩個部分所構成。測量模式估計潛在變項，結構模式處理估計潛在變數間的因果關係。SEM 測量模式對潛在變項進行具有彈性的驗證。SEM 評估測量模式不討論結構模式時為驗證式因素分析(confirmatory factor analysis, CFA)。只估計測量變數沒有估計潛在變數，則稱為迴歸分析或路徑分析 (path analysis) (邱皓政，2011)。

「驗證式因素分析」(Confirmatory Factor Analysis, CFA) 是 SEM 分析的部份之一。本研究 CFA 測量模式變數縮減依據 Kline (2005)建議二階段模式修正，在執行結構模型評估需先檢驗測量模型。如測量模型配適度可以接受，才接著進行完整的 SEM 模型報告。本研究針對所有構面進行 CFA 分析，模型的五個構面分別為：「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」。所有構面的因素負荷量在.55-.86 之間。其組成信度 (C.R.) 在.84 -.92 之間。平均變異數萃取量 (AVE) 在 .51-.72 (如表 5)，符合 Hair, Anderson, Tatham 與 Black (1998) ; Fornell 與 Larcker (1981) 的標準。即：1. 因素負荷量大於 0.50；2. 組成信度大於 0.60；3. 平均變異數萃取量大於 0.50。緣於本模型均符合標準，因此五個構面均具有收斂效度。

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

表 5 驗證式因素分析彙整表

潛在變項	觀察變項	非標準化迴歸係數	標準誤	C.R.	P	因素負荷量	SMC	1-SMC	組成信度	平均變異抽取量
樂在其中	A1	1.00				.83	.68	.31	.89	.58
	A2	1.02	.06	17.65	**	.84	.70	.29		
	A3	.90	.05	16.67	**	.81	.65	.34		
	A4	.73	.06	12.47	**	.65	.42	.57		
	A5	.86	.05	16.94	**	.82	.67	.32		
	A6	.65	.06	11.01	**	.59	.34	.65		
樂於創造、解決問題	A7	1.00				.84	.70	.29	.86	.55
	A8	.89	.06	15.94	**	.81	.65	.34		
	A9	.92	.06	14.43	**	.74	.54	.45		
	A10	.93	.06	14.73	**	.76	.57	.42		
	A11	.71	.07	10.06	**	.55	.30	.69		
童心未泯、好玩有趣	A12	1.00				.74	.54	.45	.84	.52
	A13	1.10	.08	13.16	**	.80	.64	.36		
	A14	.92	.07	12.69	**	.77	.59	.40		
	A15	.84	.08	10.84	**	.65	.42	.57		
	A16	.77	.07	10.62	**	.64	.41	.59		
幽默自在、自得其樂	A17	1.00				.80	.64	.36	.84	.51
	A18	.90	.07	13.54	**	.76	.57	.42		

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

潛在變項	觀察變項	非標準化迴歸係數	標準誤	C.R.	P	因素負荷量	SM C	1-SMC	組成信度	平均變異抽取量
放鬆身心、自在表現	A19	.98	.07	13.92	**	.78	.60	.39		
	A20	.83	.07	11.83	**	.67	.44	.55		
	A21	.53	.06	8.92	**	.52	.27	.73		
	A22	1.00				.83	.68	.31	.92	.72
	A23	1.07	.06	18.11	**	.84	.70	.29		
	A24	1.06	.06	18.65	**	.86	.74	.26		
	A25	1.05	.06	18.56	**	.85	.72	.27		
	A26	1.09	.06	18.66	**	.86	.74	.26		

六、區別效度

本研究應用嚴謹的AVE法對區別效度進行評估(如表6)。Fornell 與 Lacker (1981)指出每個構面AVE開根號需大於各成對變項的相關係數，顯示構面之間具有區別效度。本研究對角線為各構面AVE開根號大部分均大於對角線外的標準化相關係數，因此本研究具有區別效度。

表 6 區別效度分析

	樂在其中	樂於創造、 解決問題	童心未泯、 好玩有趣	幽默自在、 自得其樂	放鬆身心、 自在表現
樂在其中	.76				
樂於創造、 解決問題	.69	.74			
童心未泯、 好玩有趣	.50	.64	.72		

	樂在其中	樂於創造、 解決問題	童心未泯、 好玩有趣	幽默自在、 自得其樂	放鬆身心、 自在表現
幽默自在、 自得其樂	.52	.66	.74	.71	
放鬆身心、 自在表現	.69	.70	.57	.66	.85

七、結構模式分析

SEM 樣本大於 200 易造成卡方值($\chi^2=(n-1)F_{min}$)過大， F_{min} 為樣本矩陣與期望矩陣差異最小值。樣本數過大而卡方值自然就大，因此 p 值容易拒絕(張偉豪、2011；徐茂洲、顏漢平，2013)。因此本研究依據 Bollen 與 Stine (1992) Bootstrape 方法修正。Bollen-stine p correction 卡方值為 423.56 而原本 ML 卡方值為 1282.79，由於卡方值變小，所有配適度指標需重新估算。

本研究配適度指標參考 Jackson, Gillaspay 與 Purc-Stephenson (2009) 研究中，所引用的 194 篇國際學術期刊(SSCI)論文，為應用模型適配度分析之藍本。最廣泛的九種配適度指標報告此篇論文。計算結果 Chi-square 適配度 423.56，Degree of freedom 適配度 289，CFI 適配度.98，RMSEA 適配度.04，TLI 適配度.97，GFI 適配度.93，NFI 適配度.93， χ^2/df 適配度 1.47，AGFI 適配度.91 本研究模式適配度均符合標準。

八、交叉效度檢定

本研究為驗證理論模式交叉效度，將樣本隨機依照50%的比例分成兩個樣本群，並藉此兩個樣本群檢驗理論模式交叉效度，包含測量模型因素負荷量、結構係數與結構共變異數。若兩個樣本群之間沒有差異，即顯示模型具有穩定性。研究結果詳述如下表7：

- (一).將兩群因素負荷量設定為等同，結構模型共計有 21 個因素負荷量設定為等同 (DF=21)，卡方值 (CMIN)增加 24.62，檢定結果 $p=.26$ ，未達 0.05 顯著水準，顯示這 21 個因素負荷量設定為等同是可接受的，因此這 21 個因素負荷量全等。
- (二).維持結構係數模型的限制之外，再加上15個變異數與共變異數之設定 ($\Delta DF=36-21=15$)，卡方值 (CMIN)增加24.18($\Delta CMIN=48.80-24.62=24.18$)，檢定結果 $p=0.08$ ，

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

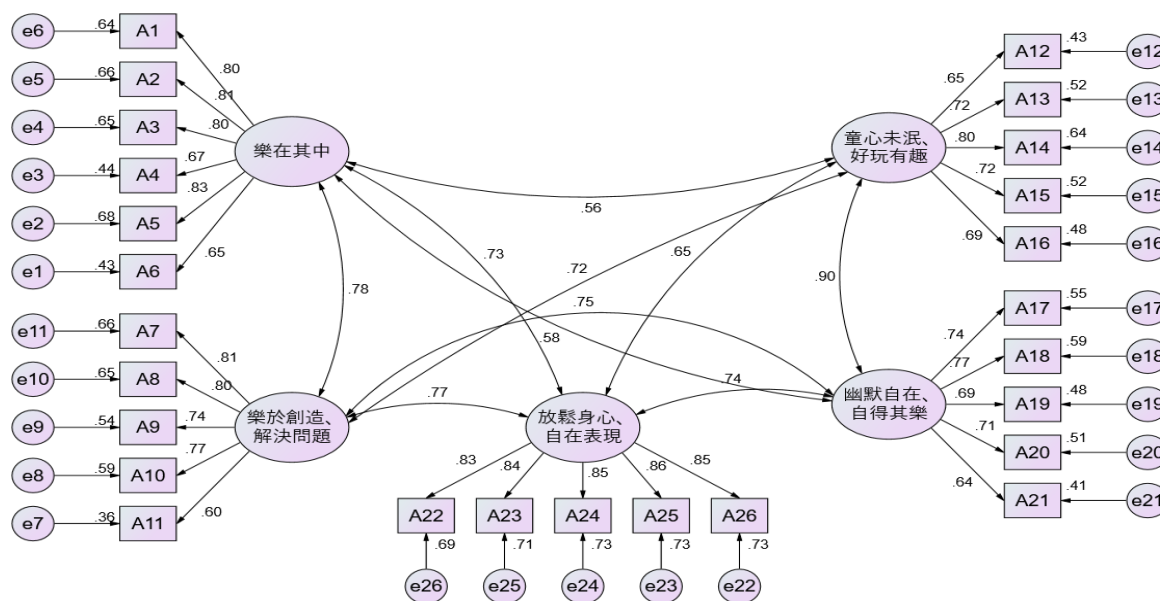
未達0.05顯著水準，表示這15個變異數與共變異數設定為等同是可接受的，因此這15個變異數與共變異數全等。

(三).維持結構係數模型的限制之外，再加上 26 個結構共變異數的設定 (DF=62-36=26)，卡方值 (CMIN) 增加 28.44 (CMIN=77.24-48.80=28.44)，檢定結果 $p=.09$ ，未達 0.05 顯著水準，顯示 26 個變異數與共變異數等同是可以接受的，26 個變異數與共變異數全等。

以上結果符合Kline (2005)溫和檢定，資料分兩群組為同質，兩群組全等；表示兩群組於模式上並無差異。兩群組具有交叉效度且本模式具有穩定性。

表 7 交叉效度資料彙整表

模式	χ^2	df	Δdf	$\Delta\chi^2$	p
因素負荷量	24.62	21			.26
結構係數	48.80	36	15	24.18	.08
結構共變異數	77.24	62	26	28.44	.09



圖一 旅遊業人員玩興特質統計模式圖

九、樣本預估與統計檢定力

決定樣本數最佳方式是在樣本蒐集之前，SEM模型設定之後 (張偉豪，2011)。SEM分析須評估統計檢定力，當統計檢定力越大代表研究結果正確性越高；當統計檢定力過低時可能得到模型配適度良好，而結論卻是錯誤 (MacCallum, Browne, &

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

Sugawara, 1996)。本研究應用MacCallum, Browne 與 Sugawara(1996)提出的RMSEA估計方式進行抽樣並計算樣本值。本研究應用R語言計算樣本數，本研究自由度為289，最小樣本數需為97以上，而本研究有效樣本數為325份，已達最小樣本數之需求。統計檢定力需達0.8以上為佳 (Cohen,1988)，而本研究統計檢定力為1，大於0.8，因此顯示本研究具有良好統計檢定力。

十、綜合討論

(一) 旅行社從業人員玩興特質的認知重要程度

余嬪(2004b)發現玩興越高就越有助於學習與工作表現，經由本研究調查結果，在此次研究中，旅行社從業人員玩興特質的認知重要程度各項之前五名排名為：(一)從事旅遊工作，興致一來，會想持續下去不願中斷；(二)從事旅遊的工作時，我覺得自己是個有幽默感的人；(三)從事旅遊工作的時候，樂之所至會手足舞蹈；(四)從事旅遊工作緊張或有壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事；(五)從事旅遊的工作時，會表現愉悅的情緒與表情，所有選項平均值均在3.33以上。推論可能發生的原因是從事旅遊業人員要帶給顧客幸福歡樂的感覺，旅遊業人員隨時保持玩興特質，適時調整自我，維持樂在其中之狀態以便能將自己處於表現最佳的狀態，旅遊業人員保持在對事物保有好玩心境，使對工作感到快樂滿足，所以碰到工作困難時能以輕鬆的態度面對，遇到緊張與壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事，與研究結果顯示在旅遊業人員能展現幽默的個性，並且將與工作周遭相關事物另類思考以有趣的想法看待，並具有使工作本身及環境處在好玩有趣的狀態中符合。

(二) 潛在變項彼此間之關係

由驗證性因素分析的結果顯示，五個構面分別為：「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」。所有構面的因素負荷量在.55-.86之間。其組成信度(C.R.)在.84-.92之間。平均變異數萃取量(AVE)在.51-.72。隨著時代不同，對工作與玩樂的態度與觀念已逐漸在改變。余嬪(2005)指出玩興高時，個體會產生自發性的深度投入與專注、感到樂在其中，並有解除壓力、放鬆享受及心境改變等現象而常帶來意想不到的好表現，故主張工作與玩興樂趣結合有其必要性。經由Amos 20.0版之統計估計，我們將

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

各參數及指標以圖一旅行社從業人員玩興特質研究模式驗證性因素分析標準化參數估計值及表三旅行社從業人員玩興特質研究模式之整體模式適合度考驗指標呈現中得知，絕對適配指標中的 $\chi^2=423.56$ ， $p=.000$ ，達到顯著水準，因此，模式被拒絕，但是 χ^2 易受大樣本影響而統計達顯著水準，所以必須再參考其它指標題(陳正昌、程炳林, 1998)。GFI值為0.93大(等)於接受值0.90，顯示假設模式可以接受。RMSEA=0.079，小於接受值0.04，顯示模式可以接受。從相對適配指標來看，NNFI=0.93，大於接受值0.90顯示假設模式有待改進。CFI=0.98，大於接受值0.9，顯示模式可以接受。NFI=0.93，大於接受值0.9，顯示模式可以接受。 $\chi^2/df=1.47$ 小於接受值3.0，顯示本模式可以接受。此外模式內在品質也達到判別標準，而在基本配適度指標之因素負荷量也達到評鑑理想值，可見整體模式的適配度佳，亦即模式之徑路圖與實際觀察資料之適配度良好，表示第二個假說：旅遊業人員休閒玩興模式期望共變異數矩陣與樣本共變異數矩陣無差異成立。

研究所提的旅行社從業人員玩興特質建構效度之驗證性因素分析之模式圖假設獲得統計上的支持。整體而言，三類型的適配指標有通過，因此，結論為本研究模式可以接受，亦即，旅行社從業人員玩興特質五個構面分別為：「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」所建構的「旅行社從業人員玩興特質共同因素」之因果理論模式與實際資料能相配適。

(三) 旅遊業人員休閒玩興模式適配度的檢定驗證

本研究以路徑圖分析各潛在構面間路徑係數之假設的顯著性與變異的解釋力，分析結果發現研究模型中的所有路徑皆顯著如圖一，統計模式適配指標都在標準值內，分析如表 6 所示，所以旅遊業人員休閒玩興模式具有測量的恆等性是可接受之模式，因此本研究樣本資料可用來解釋實際的觀察資料。

伍、結論與建議

一、結論

綜合以上的研究發現，歸納成下列結論，以作為本研究建議之依據，

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

(一)、旅行社從業人員玩興特質的現況皆給予正面並得知多是從內心自發的引導

在此次研究中，旅行社從業人員玩興特質的認知重要程度各項之前五名排名為：1. 從事旅遊工作，興致一來，會想持續下去不願中斷；2. 從事旅遊工作的時候，樂之所至會手足舞蹈；3. 從事旅遊工作緊張或有壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事；4. 從事旅遊工作緊張或有壓力時，會說說笑或做些好玩有趣的事；5. 從事旅遊的工作時，會表現愉悅的情緒與表情。旅行社從業人員玩興特質的現況皆給予正面且肯定並得知多是從內心自發的引導。

(二)、旅行社從業人員玩興特質量表有良好的信、效度並且具顯著水準

本研究經過一系列嚴謹的統計分析驗證共同方法變異、收斂效度、區別效度結構模式分析、交叉效度檢定、樣本預估與統計檢定力。結果旅行社從業人員玩興特質量表通過模式外在品質之檢定(整體適配指標)且在模式內在適配檢定方面，亦通過評鑑標準。所以，本量表是一個可被接受的模式，假設一成立，旅行社從業人員玩興特質量表有良好的信、效度並且具顯著水準。

(三)、旅行社從業人員玩興特質模式是可接受之模式

旅行社從業人員玩興特質等變項的整體模式分析，經結構方程模式統計分析結果，本研究所架構旅行社從業人員玩興特質觀察資料間不錯的整體適配度，因此本研究樣本資料所建構之旅行社從業人員玩興特質模式期望共變異數矩陣與樣本共變異數矩陣無差異成立。旅行社從業人員玩興特質模式具有測量的恆等性是可接受之模式，假設二成立可用來解釋實際的觀察資料。

(四)、旅遊業創造的是一種快樂的氣息，是一種幸福的感受

旅遊業創造的是一種快樂的氣息，本研究結果發現旅遊業營造的是一種幸福的感受，客人重視的是對於旅行社從業人員所提供各項有形元素及無形感受，因此旅行社從業人員富有玩興的特質也可能會對於工作態度有正向的影響；玩興展現愉悅、幽默、創造力，富有玩興的特質更可以為工作者帶來活力與快樂。旅行社從業人員可以藉由適當合宜的玩興發揮，從工作上尋找快樂的點及有趣的事，工作再也不是與玩樂全然互斥，而是一種與玩耍之間快樂結合。

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

二、建議

經本研究實證發現，二個研究假設均成立。因此旅行社從業人員玩興特質對業者來講是相當重要的依據。根據上述研究結果，本研究提出以下具體建議。

(一) 創造快樂的氣息，營造幸福的感受，隨時都具有玩興

旅遊業為一個服務業，在旅行社工作強調的是團體合作的行為，同事與同事之間的配合，透過遊程組合包裝來完成旅遊服務的過程，因此旅遊業是一種由人來執行的行業，其中會牽涉到人性及情緒的問題，旅行社從業人員對外是代表法人公司是組織單位的窗口，由旅行社從業人員玩興工作效果的認知重要程度可知，如果工作也能像玩樂一樣令人樂在其中，工作效果自然增加許多，經由本研究調查結果旅行社從業人員在從事旅遊的工作時覺得自己童心未泯、有辦法把很多事變得有趣好玩，可以自己解決問題並尋找可行方案和善用周邊資源創造新的組合和應用，在工作時不介意作為開心果或被當作是開玩笑的題材等項排名後五名。因此建議旅行業者鼓勵員工將工作狀態調整至放鬆身心，讓員工工作表現自在，並加入玩童心般的心境，使員工對工作存在趣味性，自得其樂，提升工作問題解決的能力以及創新力，並讓員工覺得工作的趣味性，並於工作中能以放鬆身心的形式工作，善用周邊資源，創造新的組合和應用，靈感源源不絕，隨時都具有玩興處於工作最佳狀態。

(二) 透過質性研究加強量表的使用與分數的解釋

本研究旅遊業人員玩興特質模式通過一系列嚴謹的統計分析如驗證性因素分析、收斂效度、區別效度、組成信度、平均變異數萃取量、交叉效度、共同方法變異、統計檢定力等，確認模式與資料的配適程度。量表共分為五個構面分別為：「樂在其中」、「樂於創造、解決問題」、「童心未泯、好玩有趣」、「幽默自在、自得其樂」、「放鬆身心、自在表現」。由於本研究抽樣方式為編號應用亂數表隨機抽樣的方式，可能無法充分代表研究對象，透過質性研究加強量表的使用與分數的解釋，建議未來研究內容可透過文獻探討與團體討論、開放問卷、個案訪談等多方的收集資料，繼續修正此量表並建立各種常模，將更能有助於此量表的使用與分數的解釋。

(三) 發展旅遊業人員玩興模式，做為考核或是應徵新人是否適合從事旅行業

在現今競爭的旅遊業中，工作如能變成一種樂趣是企業留住人才的重要因素，也

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

是企業核心資源。本研究結果顯示，具有玩興特質的員工對於工作會樂在其中，樂於創造、解決問題、從事旅遊的工作把會把很多事變得有趣好玩，即使旅遊工作內容平凡無趣，也能找出笑點自娛娛人甚至在遇到瓶頸或困難時，仍能以輕鬆幽默的態度面對。但玩興極易受到情緒、人格特質、及周遭環境因素影響，因此研究旅遊業人員玩興模式的發展是有其必要性，本研究結果旅遊業人員休閒玩興模式具有恆等性的測量，所建構之旅遊業人員休閒玩興量表，其可信、效度皆達到一定標準，建議旅遊業者了解旅遊業人員的玩興的人格特質，業者可將量表實際運用於實務上，分析本身之優劣，改善缺陷並維持優勢，創造員工正向情緒玩興的特質，做為考核或是應徵新人是否適合從事旅行業，達事半功倍之效果。

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

參考文獻

- 交通部觀光局觀光統計年報(2017)，【線上資源】，來源：
<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx>
- 中華民國交通部觀光局，觀光相關產業，旅行業分類及營業範圍(2016)，【線上資源】，
來源：<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=202>
- 發展觀光條例【線上資源】，來源：
<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=K0110001>
- 王姮又(2010)。組織成員玩興、溝通能力與問題解決能力關係之研究。國立高雄應用科技大碩士論文，未出版，高雄市。
- 洪秀緣(2014)。澎湖縣國民小學兼任行政職務教師個人玩興與工作滿意度關係之研究。國立台北教育大學教育經營與管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 余嬪、吳靜吉、林偉文、楊潔欣等四人(2002a)。成人玩興量表與組織玩興氣氛量表之發展。中國測驗學會測驗學刊，50(1)，73-110。
- 余嬪、吳靜吉(2002b)。玩興與創造力、工作表現之關係。行政院國家科學委員會研究計畫成果報。計畫編號：NSC91-2522-S-017-001-。
- 余嬪、吳靜吉(2003)。業精於勤、荒於嬉？談成人的玩興與組織玩興氣氛。載於政治大學管理學院編之 2003 創造力實踐歷程研討會論文集 (頁 318-341)，台北市。
- 余嬪(2004a)。休閒遊憩玩興與工作場所的生活整體教育。輯於2004國際學術研討會，254-273。
- 余嬪(2004b)。樂在工作—組織玩興研究。高雄師大學報，16，19-37。
- 余嬪(2004c)。華人玩興與創造力、工作表現。未發表研究報告。
- 余嬪(2005)。工作趣味化：玩興管理的概念與方向。應用心理研究，26，73-94。
- 余嬪(2006)。遊戲工作玩生活。張老師月刊(342) 36-45。
- 余嬪、吳靜吉、陳以亨、區衿綾(2011)。不同年齡男女專業工作者之玩興與工作創新。教育心理學報，42(3)，P423 - 444。
- 邱逸欣(2010)。學校職員玩興，人際溝通能力對工作表現之影響。南台科技大學人力資源管理研究所，未出版，臺南。

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

邱皓政(2011)。量化的研究法(三)：測驗原理與量表發展技術。臺北：雙葉。

林燈燦(2012)。旅行業經營管理。台北：五南出版社。

林芝瑜(2013)。導遊人員工作特性、社會支持、玩興特質與工作滿意度之關係。大葉大學休閒事業管理學系研究所碩士論文，未出版，彰化市。

容繼業(2000)。旅行業理論與實務。台北：揚智公司出版。

吳敬聆(2009)。個人玩興、幽默感與組織玩興氣氛對員工創新行為之影響。國立中山大學人力資源管理研究所，未出版，高雄市。

吳貞芳(2015)。臺北市公立國中教師的個人玩興特質與工作滿意度關係之研究。國立台北教育大學教育經營與管理研究所碩士論文，未出版，台北市。

吳明隆(2010)。結構方程模式方法與實務應用。高雄市：麗文。

徐茂洲、顏漢平(2013)。高中生觀賞 NBA 林書豪球賽者之行為模式之研究。
International Journal of Lisrel, 6(1), 24-56。

徐茂洲(2015)。共同方法變異之統計應用分析。運動管理，27，48-67。

唐嘉伶(2011)。資訊人員組織玩興氣氛與個人玩興影響之研究。元智大學資訊管理學系研究所碩士論文，未出版，台北市。

陳正昌、程炳林(1998)。SPSS、SAS、BMDP 統計軟體在多變量統計上的應用。台北市：五南。

陳順宇(2007)。結構方程模式 Amos 操作。臺北：心理。

張偉豪(2011)。論文寫作SEM不求人。高雄市：三星。

賈玉銘(2015)。旅行社經營管理實務。元華文創股份有限公司：臺北市。

羅秀英(2004)。國民小學會計人員玩興特質與人際溝通能力之研究。國立高雄師範大學成人教育學研究所碩士論文，未出版，高雄市。

謝永茂(2014)。旅行業經營管理。臺中市：華格那企業。

Amabile, T. M., Hill, K.G., Hennessey, B. A., & Tighe, E. M. (1994). The work preference inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientation. *Journal of Personality and social Psychology*, 66 (5), 950-967.

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

- Barnett, L.A. (1990). Playfulness: Definition, design, and measurement. *Play and Culture*, 3, 319-336.
- Barnett, L.A. (2007). The nature of playfulness in young adults. *Personality & Individual Differences*, 43(4), 949-958.
- Bollen, K. A., & Stine, R. A. (1992). Bootstrapping goodness-of fit measures in structural equation models. *Sociological methods and Research*, 21, 205-229.
- Berg, D. H. (2001). The Power of A Playful Spirit at Work. *Journal for Quality & Participation*, 24 (2) , 57-62.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Churchill, G. A., Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73. doi: 10.2307/3150876
- Development of a Measure with Workplace Implications. *MIS quarterly*, 16(2), 201-226
- Chin, W. W. (1998). Issues and opinions on structural equation modeling, *MIS Quarterly*, 22 (1), 7-16.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd ed.)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fix, G. A. (2003). *The psychometric properties of Playfulness Scales with adolescents*. Unpublished doctoral dissertation, University of Fairleigh Dickinson.
- Fornell, C. R., & Larcker, D. F. (1981). Two structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50
- Glynn, M. A., & Webster, J. (1992). The adult playfulness scale: An initial assessment. *Psychological Reports*, 71(1), 83-103.
- Guitard, P., Ferland, F., & Dutil, E. (2005). Toward a Better Understanding of Playfulness in Adults. *OTJR: Occupation, Participation and Health*, 25(1), 9-22.

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hinkin, T. R. (1998). A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1(1), 104-121. doi: 10.1177/109442819800100106
- Jackson, D. L., Gillaspay, J. A., & Purc-Stephenson, R. (2009). Reporting practices in confirmatory factor analysis: An overview and some recommendations. *Psychological methods*, 14(1), 6-23.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2. nd. ed.). New York: Guilford Press.
- Korsgaard, M. A., & Roberson, L. (1995). Procedural justice in performance evaluation: The role of instrumental and non-instrumental voice in performance appraisal discussions. *Journal of Management*. 21(4), 657-669.
- Lieberman, J. N. (1965). Playfulness and divergent thinking: An investigation of their relationship at the kindergarten level. *The Journal of Genetic Psychology: Research and Theory on Human Development*, 107(2), 219-224.
- Lieberman, N. J. (1977). *Playfulness: Its relationship to imagination and creativity*. New York: Academic Press.
- Lundin, S. (2001). Go fish. *Training and Development*, 55 (8) 70-73.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- McFarland, D. B., & Sweeny, P. D. (1992). Distributive and procedural justice as predictors of satisfaction with personal and organizational outcomes. *Academy of Journal*, 35(3), 626-637.
- Mossholder, K. W., Bennett, N., Kemery, E. R., & Wesolowski, M. A. (1998).

「寓工作於樂」旅行社從業人員玩興特質之概念化與量表指標建構之研究—以高雄市旅行業為例

Relationships between bases of power and work reactions: The mediational role of procedural justice. *Journal of Management*, 24, 533–552. Management

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. M., Lee, J., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method variance in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903.

Starbuck, W.H., & Webster, J. (1991). When is play productive? *Accounting, Management, and Information Technology*, 1 (1), 71-90. Sergiovanni, T.J. & Starratt, R.A. (1991)

Webster, J., & Martocchio, J. J. (1992). Microcomputer playfulness: Development of a measure with workplace implications. *MIS Quarterly*, 6:2, 201-227.

Webster, J. (1989). *Playfulness and computers at work. Unpublished doctoral dissertation*, New York University, New York, NY.

“Integrating Working with Entertainment” A Study of Conceptualization of Travel Agents’ Character in Playfulness and Construction of Inventory Index—Take Kaohsiung City Travel Industry as an Example

Chen, Chi-Ming*

* Associate Professor, Department of Tourism and Recreation,

Cheng- Shiu University

Abstract

The industry of travel agency creates an atmosphere of happiness and blessed feeling. This study acquired the travel agents’ character in enjoyment and working and estimating modes. Research tools were mainly received and modified from Adult Playfulness Inventory invented by Pin Yu. Data analyzed by confirmatory factor analysis in structural equation modeling in the SPSS software Amos 20.0 version. Results revealed that the Travel Agents’ Playfulness Inventory manifested good reliability and validity, convergent validity, discriminant validity, component reliability, average variance extracted, cross validity, common method variance, statistical power. Results of this empirical research reflected that Travel Agents’ Playfulness Inventory is an effective construction; they discover happy and interesting events by properly bring playfulness into work and combine them together without conflicts.

【Keywords】 Travel agents, Playfulness, Structural Equation Modeling, Confirmatory Factor Analysis