

島嶼觀光研究

第十卷 第二期

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

目錄 • Contents

- ◆ 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例
曹校章
- ◆ 陸客團減少因素初探
董孟修
- ◆ 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳
- ◆ 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係之研究
-以馬祖地區為例
王大明、林家鍼



國立澎湖科技大學觀光休閒學院 發行

2017年7月 ISSN 2072-5388

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

目錄

第十卷第二期

中華民國一〇六年七月

- 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例-----曹校章 1
- 陸客團減少因素初探-----董孟修 17
- 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
-----劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳 41
- 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係
之研究-以馬祖地區為例-----王大明、林家鍼 63

JOURNAL OF ISLAND TOURISM RESEARCH

CONTENTS

VOL.10 NO.2

Jul., 2017

Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area----- Tsao, H. C. 1

The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists----- Tung, M. H. 17

A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District----- Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T. 41

Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region----- Wang, T. M., & Lin, C. C. 63

海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例

曹校章

國立臺灣海洋大學共同教育中心副教授

收件日期：106 年 03 月 15 日；第一次修正：106 年 06 月 06 日；

第二次修正：106 年 07 月 03 日；接受日期：106 年 07 月 03 日

摘要

本研究主要目的在針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光產業經濟效益進行分析。本文以旅遊成本法與條件成本分析法進行經濟效益分析，最後再比較這兩種評估方法對於海洋運動觀光產業經濟效益之估算差異。研究結果指出：旅遊成本分析法所估算的個人經濟效益為新臺幣 341 元。條件成本分析法中的使用價值經濟效益為新臺幣 1,339 元、存在價值經濟效益為新臺幣 648 元、遺贈價值經濟效益為新臺幣 876 元，帶入交通部 103 年東北角暨宜蘭海岸國家風景區的總旅遊人數 4,643,339 作為人數推估值。其總體經濟價值：旅遊成本分析法為新臺幣 1,583,378,599 元，條件成本分析法之使用價值為新臺幣 6,217,403,921 元，條件成本分析法之存在價值為新臺幣 3,008,883,672 元，條件成本分析法之遺贈價值為新臺幣 4,067,564,964 元，總體而言採用條件成本分析法的總體推估效益估算大於旅遊成本分析法。本研究結論：採用條件成本分析法 (CVM) 所估算的經濟價值高於採用旅遊成本法 (TCM)，而前往東北角暨宜蘭海岸國家風景的海洋運動觀光客在實際從事旅遊活動之後，內心所感受到的價值遠比他們實際支付的價值要來得高所致。

【關鍵字】 敘述偏好法、顯示性偏好法、旅遊成本分析法、條件成本分析法

壹、緒論

臺灣自古以來無論在歷史上與地理上與海洋都更著密不可分的關係，四面環海的地理特性，海岸線長達 1,566 公里，蘊含許多豐富自然的生態資源及多變之地形地質景觀如：海洋、島嶼、河流、湖泊與高山等，與海洋有緊密之依存與利害關係，並且逐漸重視海洋運動發展，再加上政府積極推動海洋運動，適度開放各種海防，造就了臺灣海洋觀光遊憩成長的比率大幅提昇，顯見臺灣擁有高度發展海洋運動產業之潛力（蘇維杉、邱展文，2005；許旻棋，2007）。同時，我們不難發現，海洋運動與觀光結合所形成的新型態運動旅遊業，成為發展的趨勢，而運動觀光在「運動」與「觀光」影響下，目前行政院體育委員會已將運動觀光政策列入中程施政計畫，尤其經由「運動產業發展條例」通過，使得運動觀光政策具有法制化之基礎。其次，配合海洋運動觀光政策之推展，現行「水域遊憩活動管理辦法」，已從觀光遊憩的觀點對水域遊憩活動作規範，而「21 世紀臺灣發展觀光新戰略」中，迎合運動休閒之需求打造海陸空三度空間的旅遊環境，顯見對海洋運動觀光已是未來觀光政策重要議題，而海洋運動觀光逐漸成為一股新經濟體，亦是本研究所欲關注的重點。

環視臺灣地區具備開發海域運動的海岸線以東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處所屬海域最為完備。交通部觀光局於 1984 年根據「發展觀光條例」之規定，成立「東北角海岸風景特定區管理處」。並於 1986 年改制為「交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處」。在 2006 年北宜高速公路全線通車之後，大幅改善宜蘭與北部區域的交通可及性，為因應新的觀光發展趨勢與需求，加速宜蘭濱海觀光據點建設與服務設施強化。行政院經濟建設委員會於同年召集相關部會研商後決議，將宜蘭濱海地區納東北角海岸國家級風景特定區範圍，由交通部觀光局東北角國家風景區管理處經營管理，所轄區域經奉行政院核定延伸至宜蘭濱海地區，管理處更名為「東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處」（東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處，2016）。新延伸之範圍，北起新北市瑞芳區南雅里，南至蘇澳鎮內埤海灘南方岬角，陸域面積 2,881 公頃、海域面積 530 公頃，總面積為 17,421 公頃（東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處，2016）。其各項觀光遊憩設施之開發、導人民間投資、提供高品質遊憩服務與提升經營品質已成為各界

關注焦點。

然而，就東北角暨宜蘭海岸國家風景區的範圍非常廣泛，涵蓋運動、觀光及遊憩三大領域，近年來開始發展海洋運動之際，周邊的相關產業也會被帶動，漸漸的也形成共生關係的產業架構，亦即當某一些行業，因為共生與互利的關係所結盟，進而形成綿密的產業架構，彼此相互扶持，每個角色的互動，必定產生其他牽引，而牽引力愈強，則關聯性就愈大（蔡芬卿，2009），然而，運動產業雖然因專業分工，產生區隔現象，但在有效滿足購買者以及維持生存競爭力的目標下，產業成員會呈現互補合作以及群聚現象，進而構成了創造產業關聯效果基礎。

由於海洋運動觀光產業屬非市場財貨，不像一般的財貨或勞務，可透過公開市場的交易買賣決定其價格，須利用非市場財貨的估價方法，藉由求算海洋運動參與者對海域運動的付費意願，進而估算其價值。目前非市場估價法之分類方式很多，Randall 與 Eastman (1974) 依經濟理論上效益分析，將主要之非市場估價方法分為「所得補償法」與「支出函數法」二大類。但是主要還是以條件評估法和旅遊成本法為主，進一步從經濟效益的定義可清楚的瞭解，其含意是指通過商品和勞動的對外交換所取得的社會勞動節約，即以儘量少的勞動耗費取得儘量多的經營成果，或者以同等的勞動耗費取得更多的經營成果。而所謂海洋運動觀光經濟效益，是指從海洋資源開發或海洋運動產業之觀點出發，直接使用與間接使用資源產出之價值。整體效益是將遊憩資源視為一完整個體，其包含該資源所能提供之各種功能的經濟效益之總和。然而，就東北角暨宜蘭海岸國家風景區而言，因為其關聯產業影響甚廣，舉凡食、衣、住、行、育、樂等各方面，因此，如何衡量海洋運動觀光旅遊活動的經濟效益，也就成為經濟效益研究方法分析的重要內容。據此，本研究從文獻分析以及國內運動產業、海域運動觀光、休閒遊憩領域學者專家設計出臺灣海洋運動觀光經濟效益評估量表；並運用以旅遊成本法 (The Travel Cost Method, TCM) 與條件評估法 (The Contingent Valuation Method, CVM)，計算東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光經濟效益；最後再比較旅遊成本法 (TCM) 及條件評估法 (CVM) 這兩種可用於評估海洋運動觀光資源之經濟效益的方法進行交叉比對，作為東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光產業發展規劃及管理之參考，更可作為海洋運動觀光產業經濟效益檢驗標準，

有助於帶動東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光產業之蓬勃發展。

貳、方法

一、研究目的

本研究旨在了解東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光經濟效益情形，首先透文獻分析以及國內運動產業、海域運動觀光、休閒遊憩領域學者專家設計出臺灣海洋運動觀光經濟效益評估量表；由於海洋運動或觀光皆為戶外遊憩資源的運用概念，如一般遊憩據點，會產生各種經濟效益，其中有些是透過交易而產生的效益，如休閒園區或產業活動提供各項服務之收益，較易量化。但海洋運動觀光客在從事各項海洋運動或觀光服務時，所得到心中的滿足，亦即遊憩效益，此部分較不易量化，因此，本研究期待透過在衡量產業經濟效益的旅遊成本法 (TCM) 與條件評估法 (CVM)，引借來估算東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光經濟效益之情形，並透過相關數據比較透過旅遊成本法 (TCM) 與條件評估法 (CVM) 所估算出的經濟效益的差距，是為本研究之主要目的。

二、研究對象

本研究於 2015 年 6 月至 8 月每週六、日期間，以前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區從事海洋休閒運動之觀光客為研究對象，藉由臺灣海洋運動觀光經濟效益調查問卷，瞭解海洋運動觀光客對於東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光經濟效益之情形。

三、研究工具編製與實施

第一階段於 2015 年 1 月-3 月，透過文獻探討建構東北角暨宜蘭海岸國家風景區經濟效益調查問卷。並邀請領域專家共 7 名，針對內容適當性進行審視，最後透過意見的修正，其內容涵蓋：遊程與經驗層面：到過東北角暨宜蘭海岸國家風景區次數、同遊人數、交通工具、海域運動參與時間、消費總成本；在個人基本資料層面包含：性別、年齡、婚姻狀況、居住地、教育程度、職業、個人所得等可以推估其旅遊需求函數。

第二段階於 2015 年 6 月-8 月期間。進行初步問卷發放，問卷內容包括：背景變項、旅遊成本分析、滿意度分析以及條件成本分四大部分，本研究以東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處官方網站上所標示之旅遊景點（如圖 1 所示）（南

雅、鼻頭、龍洞、金沙灣、澳底、鹽寮、福隆、卯澳、策策、石城、大溪、北關、外澳、烏石港、壯圍、蘇澳、南方澳等)，以景點區隔方式進行發放，然而在問卷發放的過程中，為避免填答者背景過度集中，同時為了獲取有效之研究樣本，因應東北角暨宜蘭海岸國家風景區的地質、地理特性，在海洋運動發展特性是以獨木舟、站立式划槳、游泳、浮潛、水肺潛水、衝浪等項目為主要之運動類別，在填答者的選取上，皆由問卷發放者現場觀察參與者確實從事海洋運動後，以便利抽樣的方式進行，進行問卷發放總計發放問卷 500 份，回收問卷 385 份，有效問卷 315 份。



圖 1、本研究問卷發放示意圖

四、研究處理

SPSS 22.0 for windows 中文版套裝軟體作為統計分析之用，並以平均值、標準差、四分位差、描述統計分析、多元逐步回歸統計方法。本研究統計考驗之顯著水準均訂為 $\alpha = .05$ 。

五、研究限制

- (一) 本研究中所使用的交通部國內主要觀光遊憩據點遊客人數和國家風景區的總旅遊人數作為人數推估值，無法確切獲取海洋運動觀光人數，為本研

究限制一。

(二) 本研究所推估之經濟效益，僅能代表東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光產業之經濟效益，無法推估至其他國家風景區，為本研究限制二。

參、結果

一、東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光客背景變項特性分析

從數據分析發現(如表 1)，東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光客，男性之比率相較女性高，男性佔樣本數 58.1%，女性則佔 41.9%，顯示男性對於參與海洋運動觀光的情形較為熱中，而在教育程度多為大專校院學歷者居多，符合目前臺灣高學歷的社會結構狀態，年齡大多集中於 19-25 與 26-40 歲之年輕族群佔 68%，且多數為單身未婚；職業則以學生族群居多，顯見本景區的海洋運動觀光客是以學生為主要族群，同時也因為學生族群居多，所以在月收入方面，也符合此一族群的薪支架構，在當地進行活動時的交通工具，多數是選擇機車與自小客車，確實符合目前臺灣地區以及學生族群的旅遊交通型態；另外，在活動安排上多以 1 日遊程為主要考量，而多數前來東北角暨宜蘭海岸國家風景區者的特性是為了從事海洋運動，約有 72.7% 的高度比例，同時在從事完海洋運動觀光後，約 74.9% 的海洋休閒運動與觀光客認為在東北角暨宜蘭海岸國家風景區從事海洋運動是一個值得的旅程。

表 1、東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光客背景特性摘要表

	背景特性	人數	百分比		背景特性	人數	百分比
性別	男	183	58.1	婚姻	未婚	243	77.1
	女	132	41.9		已婚	72	22.8
教育程度	國中及以下	33	10.5	年齡	18 歲以下	63	20.0
	高中職	70	22.2		19-25	106	33.7
	大專校院	176	55.9		25-40	108	34.3
	研究所以上	36	11.4		41-55	30	9.5
收入	10000 以下	117	37.1	56-65	6	1.9	
	10001-30000	43	13.7	職業	學生	121	38.4
	30001-50000	102	32.4		軍公教	38	12.0
	50001-80000	33	10.5		農林魚木工	22	7.0
	80001-100000	10	3.2		服務業	83	26.3
	100000 以上	10	3.2		製造業	20	6.3

		背景特性	人數	百分比			背景特性	人數	百分比
使用交通工具	腳踏車		64	20.3	職業	退休人員	4	4.4	
	機車		37	11.7		其他	17	5.4	
	自小客車		170	54.0	停留天數	1天	244	77.5	
	公共汽車		42	13.3		2天1夜	70	22.2	
	遊覽車		2	0.6		3天2夜	1	0.3	
前往原因	專程前往		229	72.7	認知價值	非常值得	23	7.3	
	附近旅遊順道前來		69	21.9		值得	236	74.9	
	拜訪朋友順道前來		17	5.4		普通	56	17.8	

二、東北角暨宜蘭海岸國家風景區旅遊成本法 (TCM) 經濟效益推估

遊憩效益是遊憩者在遊憩參與的過程中，其遊憩慾望與需求獲得滿足而產生的利益，包括社會、心理、健康、教育、宗教、經濟、法令等利益（陳凱俐、林雲雀，2004）。遊憩資源的經營管理者而言，遊憩資源所能帶來的直接效益或間接效益以及如何有效評估遊憩效益，是值得重視的問題。我們可以從經濟效益的理論基礎上得知，成本效益分析之基礎為經濟學，著重效率、追求分配公平性或追求柏拉圖效率 (Pareto Efficiency)，其基本假設奠基於市場是完全競爭的、消費者是理性的、願意支付價格 (Willingness-to-Pay)、應用消費者剩餘、生產者剩餘、社會剩餘及機會成本的概念，以測量與政策相關之各種成本和效益，其中在應用消費者剩餘之概念，建立個人旅遊消費需求模式的理論已經相當成熟。

旅遊成本法 Hotelling (1949) 和 Clawson (1959) 提出旅遊成本法以計算此價值，他們認為欲計算此價值，須觀察距離遊憩區不同的人至該區旅遊的次數，由於距離不同，旅遊成本亦異，亦即該遊憩區的價格不同，人們面對不同的價格，來旅遊的次數自然不同。利用這些觀察到的資料，我們估計一位具有代表性的人在不同的距離（旅遊成本）下，可能來此旅遊的次數，這就是該遊憩區的需求曲線，由此可以知道前數次旅遊帶來的效用的價值，因此，藉由觀察民眾的旅遊成本，如旅遊交通成本、入場費用、在遊憩地點當地的食宿支出、購買或使用遊樂設施的支出等，可以用來推估消費者的旅遊需求函數，並據以間接衡量遊憩地點環境資源品質變化所帶來的經濟效益（陳凱俐、林雲雀，2004）。

由於遊憩資源屬於非市場財貨的範疇，而消費者的需求行為是建立在最大慾望滿足的目標上，一般難以用市場價格來直接估計其經濟價值，但在理論上可以推導出非市場財貨的需求函數。旅遊成本法是經由觀察消費者的旅遊行為來評估

非市場財貨的價值，評估時通常以旅遊成本為代理變數 (proxy) 取代價格來做估計，這些成本的項目包括旅遊成本、入場費用、現場花費、以及使用資本設備的成本等。由於區域模式常常是使用各區域帶相關資料的平均值來推估需求函數，則會降低估計值的有效性。因此有學者建議改用個人資料推定個人需求函數，本研究之旅遊成本法模型根據傳統需求函數之推導過程，推導出非市場財貨的 Marshall 需求函數。首先，建立一個效用函數模型，係以海洋運動觀光客至國家風景區進行海域運動觀光之旅遊成本與在當地其他財貨之消費為主要考量，故在追求效用極大化下，其消費行為模型如下：

(一) 個人模式： $\text{Max } U = (X \cdot Y) / \text{S.T. } TC \cdot X + PY \cdot Y = I$

(二) 需求函數模式： $V = X(TC \cdot PY \cdot I)$

$U(\cdot)$ ：代表效用函數

V ：為個別的遊憩者到遊憩場所的旅遊次數

Y ：代表其他財貨之消費量

TC ：代表門票包括在內的旅遊成本

I ：遊憩者的所得

PY ： Y 的價格

(三) 個人遊憩效益，以消費者剩餘衡量即為： $C.S. = \int_{TC0}^{TC1} X(TC; Py; I) dTC$

$TC0$ ：為實際的旅遊成本

$TC1$ ：為使遊憩者所願支付到遊憩場所的最高旅遊成本

$$Q = 2.341 + 0.32 (A1) + 0.069 (SEX) - 0.037 (AGE) - 0.009 (EDU) + 0.018 (I) - 0.050 (STAY) + 0.016 (TC)$$

以消費者剩餘衡量即為： $V = 0.039 - 0.016 \ln TC$

$$C \int_{1346}^{1629} V de = \int_{1346}^{1629} (0.039 - 0.016 \ln TC) dTC = 341$$

由上式所推估每位受訪者前往東北角暨宜蘭國家風景區海域運動觀光經濟效益為新台幣 341 元

三、東北角暨宜蘭海岸國家風景區條件評估法 (CVM) 經濟效益推估

條件評估法是 Davis (1963) 利用此觀念設計問卷調查評估戶外遊憩資源效益，根據陸雲 (1990) 定義：條件評估法是利用問卷調查的方式，就環境資源供

給量增加之部分（或品質改善之部分），詢問遊客所願付出之代價（WTP），若為供給量之減少，則為所願意接收之補償（WTA）。其操作模式主要設定一些假設性的問題，以問卷調查或實驗的方式，藉以誘導出個人對某種市場財貨的偏好或評價，而這些假設性的問題並非以遊客對事務之意見或態度為內容，是以個人在假設條件下對事物的評價為主，本研究在條件成本的問卷設計包含：（一）評估此次旅遊的價值，願意支付的金額。（二）為了支持或維護東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動產業的資源存在，願意支付的金額。（三）為了永續經營東北角暨宜蘭海岸國家風景區，願意支付多少金額來保持景區內的海洋運動資源。

在條件評估法方面，本研究參考 Mitchell 及 Carson (1989) 的建議，以 WTP 作為效益的衡量指標，此價格在理論上可反應出國家風景區為該受訪者所延伸之遊憩整體效益。因此，以樣本資料來推估個人的願付價格函數，採取樣本中各個變數的平均值代入所估計之 WTP 迴歸模式之方法，以估算各國家風景區海域運動觀光之經濟效益值。基於此，在將各變數之平均值代入需求函數後，可以得知每位前往國家風景區從事海域運動觀光之參與者對於經濟效益的價值，其方程式如下列所示：

$$WTP = \int (X; G)$$

其中，X 及 G 在本研究中分別代表受訪者到國家風景區的次數、性別、年齡、教育程度、收入、值得程度與滿意度。由於本研究為衡量東北角暨宜蘭海岸國家風景區之海洋運動觀光之經濟效益，即當國家風景區之遊憩品質改變後海域運動觀光客對於維持其原來效用水準（或滿足程度）下，所願意支付的金額。最後利用迴歸模式來估計 WTP 需求曲線，在求得估計係數後，將受訪者的資料帶入原方程式，此及受訪者對國家風景區的願付價格之估計函數（如下表）。

表 2、東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光條件成本分析摘要表

價值類	需求函數
使用價值	WTP=1180.64+11.82(Q)+246.28(SEX)+153.43(AGE)+251.45(EDU)+286.10(IN)-699.03(SU)+516.49(Q1)-234.27(Q2)+573.81(Q3)-425.63(Q4)-521.46(Q5) =1339
存在價值	WTP=616.10-4.58(Q)+148.97(SEX)+121.36(AGE)+18.29(EDU)+141.16(IN)-456.20(SU)+231.10(Q1)-155.50(Q2)+395.22(Q3)-158.25(Q4)-249.27(Q5) =648
遺贈價值	WTP=2871.23-11.42(Q)+14.13(SEX)+91.04(AGE)+9.43(EDU)+1.3.95(IN)-1062.15(SU)+434.56(Q1)-179.78(Q2)+716.32(Q3)-511.05(Q4)-549.61(Q5) =876

上式透過條件成本分析法推估每位受訪者前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光經濟效益在使用價值為新台幣 1339 元，在存在價值為新台幣 648 元，遺贈價值為新台幣 876 元。

四、旅遊成本法 (TCM) 與條件評估法 (CVM) 交叉比對分析

縱上透過旅遊成本分析法 (TCM) 與條件成本分析法 (CVM) 所推估的東北角暨宜蘭海岸國家風景區之經濟效益為每位參與者之個人經濟效益價值，進一步就東北角暨宜蘭海岸國家風景區之海洋運動觀光之經濟效益進行總體效益評估，本研究引用交通部 103 年國內主要觀光遊憩據點遊客人數月別統計資料中東北角暨宜蘭海岸國家風景區的總旅遊人數 4,643,339，作為人數推估值，所得總體經濟效益值如表 3 所示。

表 3、東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋運動觀光總體經濟效益分析摘要表

景區	分析方法經濟效益	總旅遊人數	總體經濟效益
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	旅遊成本分析法-個人模式~341 元	4,643,339	1,583,378,599
	條件成本分析法-使用價值~1,339 元		6,217,403,921
	條件成本分析法-存在價值~648 元		3,008,883,672
	條件成本分析法-遺贈價值~876 元		4,067,564,964

綜觀上述的推估結果顯示在旅遊成本分析法中以個人模式所推估的總體經濟價值為 15.8 億，而在條件成本分析法中的使用價值所推估的總體經濟價值為 62.1 億，存在價值所推估的總體經濟價值為 30 億，遺贈價值所推估的總體經濟價值為 40.6 億，其中以條件成本分析法中存在價值所推估的總體經濟效益值最低，值得我們深入瞭解與探討。

肆、討論

一、東北角暨宜蘭海岸國家風景區旅遊成本法 (TCM) 經濟效益

而在旅遊成本法 (TCM) 估算每位受訪者前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光經濟效益為新台幣 341 元，顯示海洋運動觀光客前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區從事海洋運動之際，所花費的金額，是屬於小額的消費性支出，我們可以從過去研究（曹校章、鄭志富，2005；曹校章、陳建文、黃智能，2015）的相關研究指出前往景區從事海洋休閒運動與觀光的遊客，仍然以學生族群居多，

因此，在經濟能力有限的情況下，在選擇活動時多以低經濟支出為主要考量。另外，由於東北角暨宜蘭海岸國家風景區內各景點資源活動涵蓋甚廣，但鄰近大臺北都會區，因此，選擇的遊程多數為 1 日遊程，因此在消費支出上相對減少，因此，本研究所歸推估的經濟效益較低，自然是理解，也符合景區觀光旅遊的現實狀況；但是我們亦不能忽略低消費、高旅遊人口所帶來的經濟效益，無論是東北角暨宜蘭海岸國家風景區的行政經營管理單位或是位景區內的海洋休閒運動與觀光的產業業者，應該正向的去思考如何在低經濟支出的狀況下，提高活動內容的價值性與特殊性，例如在推出遊程時，可搭配一些免費景點與公辦活動，或者進行異業結盟，豐富活動內容，藉以降低成本等具體策略。

二、東北角暨宜蘭海岸國家風景區條件評估法 (CVM) 經濟效益

進一步分析條件成本分析法 (CVM) 發現，每位受訪者前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光經濟效益在使用價值為新台幣 1339 元，在存在價值為新台幣 648 元，遺贈價值為新台幣 876 元，顯示在透過條件成本分析法 (CVM) 進行分析的結果，高於採用旅遊成本法 (TCM) 所估算的經濟價值，換句話說前往東北角暨宜蘭海岸國家風景的海洋運動觀光客在實際從事旅遊活動之後，詢問其認知此次旅遊的價值，並願意再花費多少金額來此地遊玩，或支持景區資源的存在，或維護景區永續發展等概念性問題，但結果顯示海洋運動觀光客在東北角暨宜蘭海岸國家風景從事海洋運動觀光時，內心所感受到的價值遠比他們實際支付的價值要來得高所致，過去研究(呂適仲，2013；邱春英，2002；郭峻華，2011；陳若華、呂適仲，2012) 指出研究基地類型之資源強度確實會影響願付價格之高低。這也顯示海洋運動觀光客對於東北角暨宜蘭海岸國家風景區，主要還是透過在進行海洋運動的過程之中，例如龍洞潛水，福隆海水浴場，蜜月灣、烏石港衝浪，南方澳獨木舟等，使用景區內不同的海洋自然環境來達到觀光的目的是，進而增加對於景區的認同、支持與再遊意願之強烈意願。所以，在本研究透過條件評估法，以建立假設性市場方式，直接詢問受訪者對不具市場交易結構的環境資源進行評價，估算結果對於投入海洋休閒運動與觀光工作者而言，不但可提供經營管理者瞭解投入海洋運動觀光工作的實質收益外，從景區所在地資源本身而言，更可瞭解東北角暨宜蘭海岸國家風景區海洋休閒運動與觀光的環境資源在海洋運動觀光客心中的價值所在，同時，我們也試圖從分析數據的結果當中導引出造

成運用條件成本分析法 (CVM) 分析的效益較高的原因，如同呂適仲 (2013) 的研究所述，若景區內僅僅以產業觀光或是生態旅遊之單向進行未來旅遊型態之規劃，確實難以營造更高之實質與非實質效益，若能雙向並行並加以結合，換句話說，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區之中，我們可將自然資源或人工資源與海洋休閒運動與觀光資源進行整合，推出套裝行程，讓整體景區的旅遊價值提高，並透過環境教育、學校教育與海洋教育的推展，建構國人對於永續海洋休閒運動的認知，進而提升對於東北角暨宜蘭海岸國家風景區潛在認同、支持與再遊意願。

三、旅遊成本法 (TCM) 與條件評估法 (CVM) 交叉比對分析

在交叉比對旅遊成本法 (TCM) 及條件評估法 (CVM)，發現在總體經濟效益當中，旅遊成本分析法 (TCM) 與條件成本分析法 (CVM) 所估算的經濟效益有所落差，在旅遊成本分析法中所推估的總體經濟價值為 15.8 億，而在條件成本分析法中的使用價值所推估的總體經濟價值為 62.1 億，存在價值所推估的總體經濟價值為 30 億，遺贈價值所推估的總體經濟價值為 40.6 億，如同前段探討所提，旅遊成本分析法 (TCM) 是從海域運動觀光客之實際消費行為與實際之從事海域運動的次數而計算出東北角暨宜蘭海岸國家風景區之海洋運動產業資源價值，而條件成本分析法 (CVM) 則是創造一個「虛擬市場」，直接詢問海域運動觀光客參與海域運動時的認知，兩者對於旅遊效益的衡量確實存在極大的差異性。此結果與過去同時運用旅遊成本分析法與條件成本分析法進行經濟效益估算的研究 (林中暉, 2006; 劉癸君, 2003; 鄭嫻王, 2007) 發現是相同的。過去的研究認為，條件評估法中之策略性偏誤，會造成經濟效益估算的策略性偏誤，因而透過條件評估法所估算之遊憩價值會高於旅遊成本分析的現象。正如黃宗煌 (1989) 指出條件評估法存在著多項偏誤; 陳凱俐 (1996) 研究也顯示採用條件評估法會高估真正的價值。這樣的結果顯示海洋運動觀光客在從事海洋運動觀光時，內心所感受到的價值遠比他們實際支付的價值要來得高所致。

這樣的結果顯示海域運動觀光客在前往東北角暨宜蘭國家風景區從海洋休閒運動觀光在旅遊成本法 (TCM) 的分析結果是屬於低價位的支出活動，讓他們覺得物超所值，但是透過條件成本分析法的問項詢問結果顯示，對於進行東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光之旅的感受是值得的，同時內心所感受到的價值遠比他們實際支付的價值要來得高所致，從這個角度而言，無論是國家風景

管理處或者是景區內的海洋休閒運動與觀光相關業者，應該加強與探討的是如何強化海洋運動觀光客的內在動機，進而促使他們願意再增加支付的金額，因此，對於海洋休閒運動觀光客應該透過何種的策略方式，無論是提升景區內海洋休閒運動與觀光的資源特性與資源的豐富性，並進一步創造相關資源的價值性，讓前來從事海洋休閒運動與觀光的觀光客，能夠因為此地的資源獨特性與資源的價值性，而願意駐足停留，如此，才能創造更高的經濟效益。

伍、結論與建議

旅遊成本法 (TCM) 所估算的東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光經濟效益為新台幣 341 元，雖然個人的消費經濟效益支出較低，但是，從逆向的角度思考，如何讓消費者在低度的實際消費金額下，能夠建置更完善的海洋運動觀光產業，透過產業間的連接，發揮產業資源的加成效果，讓整體海洋運動觀光的行程更加豐富，必且開發新穎或具魅力的海洋特色產業，藉以提昇海洋運動觀光客的消費能力。

進一步發現條件成本分析法 (CVM) 發現，每位受訪者前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區海域運動觀光經濟效益在使用價值為新台幣 4623 元，在存在價值為新台幣 2241 元，遺贈價值為新台幣 2508 元，高於採用旅遊成本法 (TCM) 所估算的經濟價值，換句話說，前往東北角暨宜蘭海岸國家風景區的海洋運動觀光客在實際從事旅遊活動之後，內心所感受到的價值遠比他們實際支付的價值要來得高所致，這也顯示東北角暨宜蘭海岸國家風景區對於海洋運動觀光客的潛在認同、支持與再遊意願是非常強烈的，這樣的結果對於景區而言，是一個較為正向的結果，因此，如何讓前來者能夠繼續保持前來的動機，是非常重要的的一件事，如同行銷學對於消費者的研究指出，留住一個舊顧客比開發一個新顧客還來的重要，同時，從問項當中我們可以發現，對於景區內的海洋運動資源，觀光客會願意投入或支付額外的金額來共同維繫，這也顯示近年來對於海洋資源的環境教育與永續經營的概念，在觀光客的認知之中，有漸漸發酵的跡象，未來可以透過更廣泛的海洋教育與環境教育的方向進行發展策略的擬定，讓經濟與永續概念能夠並榮。

最後在加總東北角暨宜蘭海岸國家風景區 103 年的總旅遊人次之後，發現無

論是透過旅遊成本分析法或條件成本分析法，其所獲致的經濟效益都在數十億的產值，這樣顯示，無論是在實際支付的金額，或內在感受的金額顯示，海洋運動觀光對於東北角暨宜蘭海岸國家風景區而言，都具有相當程度的經濟發展條件，也就是說，未來建議無論是官方機關或是民間業者，在針對景區的經營，能跳脫傳統觀光行程規劃的概念，能將海洋運動元素的產業類別導入觀光遊程之中，讓海洋運動成為新型態觀光新賣點，如此期望能將創造更高的造訪人次，進而提升海洋運動觀光的經濟效益。

參考文獻

- 呂適仲（2012）。產業導向遊憩區發展生態旅遊之遊憩價值評估-以松柏嶺遊憩區為例。**環境與藝術學刊**，**14**，94-101。
- 東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處（2016）。**成立沿革**。上網日期：2016年11月30日，網址：
<http://www.necoast-nsa.gov.tw/gov/Article.aspx?Lang=1&SNo=03001310>
- 林中暉（2006）。**台灣北海岸岸釣活動發展潛力與效益評估之研究**（未出版碩士論文）。國立臺灣海洋大學。
- 邱春英（2002）。**台東縣池上鄉觀光業發展之研究**（未出版碩士論文）。國立彰化師範大學。
- 曹校章、陳建文、黃智能（2015）。海洋運動觀光與休閒活動涉入量表之發展。**嘉大體育健康休閒期刊**，**15**(1)，92-105。
- 曹校章、鄭志富（2005）。東北角海洋運動參與者運動選擇、參與動機、阻礙因素與忠誠度分析。**臺灣運動管理學報**，**4**，83-97。
- 許旻棋（2007）。推廣水域休閒運動體驗課程-以臺北二重疏洪道微風運河為例。**運動管理**，**12**，50-54。
- 郭峻華（2011）。**以條件評估法與旅遊成本法評估溪頭自然教育園區遊憩資源之效益**（未出版碩士論文）。國立嘉義大學。
- 陳若華、呂適仲（2012）。八卦山遊憩區發展生態旅遊之遊憩效益評估。**運動休閒餐旅研究**，**7**(4)，1-10。
- 陳凱俐（1996）。遊憩區經濟效益評估法之應用與比較-以頭城休閒農場為例。**宜**

蘭農工學報，12，23-39。

陳凱俐、林雲雀（2005）。不同旅遊需求函數設定下之遊憩效益比較—以宜蘭縣為例。農業與經濟，34，91-120。

陸雲（1990）。環境資源估價之研究—非市場估價法。經濟論文，18(1)，93-135。

黃宗煌（1989）。遊憩資源之經濟效益評估方法與實證分析。臺北市：行政院國科會。

劉癸君（2003）。以條件評估法與旅遊成本法評估阿里山遊樂區之遊憩效益（未出版碩士論文）。國立嘉義大學。

蔡芬卿（2009）。運動產業發展模式之建構（未出版博士論文）。國立體育大學體育研究所。

鄭嫻壬（2007）。花蓮縣沿岸休閒海釣之經濟效益分析（未出版碩士論文）。國立臺灣海洋大學。

蘇維杉、邱展文（2005）。臺灣水域休閒運動業者發展之探討。大專體育，79，104-110。

Clawson, M. (1959). *Methods of Measuring the Demand for and Value of Outdoor Recreation, Reprint N°10*. Washington DC, Resources for the Future, Inc.

Hotelling, H. (1949). 'Letter to the Director of the National Park Service', in R.A. Prewitt (ed.), *The Economics of Public Recreation*. The Prewitt Report, Department of the Interior, Washington, DC.

Mitchell, R. C., & R. T. Carson. (1989). *Using surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*. Washington, D. C. : Resources for the Future.

Randall, A., Ives, B. C., & Eastman. C. (1974). *Benefits of abating aesthetic environmental damage from the Four Corners power plant, Fruitland, New Mexico*. Agricultural Experiment Station Bulletin: 618, New Mexico State University.

Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northeast and Yilan Coast National Scenic Area

Hsiao-Chang Tsao

General Education Center Physical Education, Associate Professor, National Taiwan

Ocean University

Abstract

This study aimed to analyze the economical benefit of the marine sports tourism industry in the Northeast and Yilan Coast National Scenic Area. The economical benefit was analyzed using the travel cost method and the contingent valuation method. Lastly, the economical benefit estimates for the marine sports tourism industry obtained using these two methods were compared. The result showed that the individual economical benefit obtained using the travel cost method was NT\$341. The economical benefits of use value, existence value, and bequest value obtained using the contingent valuation method were NT\$1339, NT\$648, and NT\$876, respectively. The estimates were calculated based on the total number of travelers of the Northeast and Yilan Coast National Scenic Area provided by the Ministry of Transportation and Communications in 2014. In the aspect of total economical benefits, the estimate obtained using the travel cost method was NT\$1,583,378,599, while the estimates of use value, existence value, and bequest value obtained using the contingent valuation method were NT\$6,217,403,921, NT\$3,008,883,672, and NT\$4,067,564,964. Generally speaking, the estimated benefits which were obtained using the contingent valuation method were higher than those obtained using the travel cost method. Conclusion: The estimated benefits which were obtained using the contingent valuation method (CVM) were higher than those obtained using the travel cost method (TCM). After the tourists participated in marine sports activities in the Northeast and Yilan Coast National Scenic Area, they felt the value of the tourism was higher than the prices of the tour.

【Keywords】 Expressed Preference Methods, Revealed Preference Methods, Travel Cost Method, Contingent Valuation Method

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

稿約

- 一、島嶼觀光研究(以下簡稱本刊)係由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行之學術刊物。本刊旨在提供島嶼觀光之學術發展機會，希冀透過學術之研究，促進島嶼觀光、休閒、遊憩、體育、運動等相關產業之蓬勃發展。本刊設有審查制度，採審查者與投稿者雙向匿名方式進行審查，且隨到隨審，歡迎各界惠賜有關島嶼觀光、休閒、遊憩、運動、體育等之中英文原創性論文(original research paper)。
- 二、本刊每年共計發行四期，分別於三月、六月、九月、十二月各出版一期，全年皆接受投稿。
- 三、稿件凡經刊登將轉成 PDF檔，由投稿者自行列印抽印本。
- 四、稿件著作權歸屬本刊，本刊亦有刪改權，投稿時需繳交「投稿者基本資料表暨聲明書」，除獲本刊同意，不得重刊於其他刊物。本刊不接受一稿兩投之稿件，凡曾於其他刊物發表或抄襲之稿件，一概拒絕刊登，一切法律問題自行負責。
- 五、投稿須繳交「自我檢查表」，未能符合本刊之規定格式撰寫之論文，不予審查及刊登。
- 六、為提升投稿稿件作業與提升環保效益，本刊僅用電子郵件投稿與審稿之方式。投稿稿件之格式必須為 Microsoft Word檔案。本編輯委員會將加速審稿之作業，審查結果儘速予以回覆。
- 七、請將投稿稿件與作者相關之資訊(如：作者姓名、服務單位、職稱、地址、聯絡電話、傳真電話、電子郵件地址，並敬請註明通訊作者)，利用電子郵件之方式郵寄至執行編輯之電子信箱，作者應於投稿稿件郵寄出後，十天之內收到收稿確認之電子郵件，若於十天之內尚未收到收稿確認之電子郵件，敬請重新將投稿稿件寄出。

八、如蒙賜稿，來稿請寄至：

島嶼觀光研究 主編 白如玲

國立澎湖科技大學 地址：880 澎湖縣馬公市六合路300號

E-mail：ruling777@gmail.com；ruling@gms.npu.edu.tw

傳真：06-9272947

電話：06-9264115 轉 3101

行動：0921-351838

「島嶼觀光研究」投稿須知

一、來稿首頁須載有：

- 1.中英文題目、中英文作者姓名、中英文任職機構、通訊地址、電子郵件信箱及電話。
- 2.作者如不僅一位，請在作者姓名之後及任職機構之前加註*、**、***等對應符號，並註明通訊作者，以俾利識別。
- 3.本刊稿件均為匿名審查，作者資料僅出現於首頁，次頁正文之後請勿再出現，以利審查作業。

二、來稿次頁為本文，撰寫順序為：

- 1.中文題目、中文摘要、中文關鍵詞。
- 2.正文(諸如：緒論、文獻回顧、研究方法、研究結果、結論與建議)
- 3.引用文獻或註釋。
- 4.英文題目、英文摘要、英文關鍵詞(Keywords)。

三、中英文摘要不得超過 500字，以一段式呈現；中文摘要內容包括：研究目的、研究方法、結果與結論；英文摘要，內容與中文摘要一致。中英文關鍵詞以不超過 5 個為原則。

四、本刊稿件全文以二萬字為限(含中、英文摘要與圖表)，經本會編輯排版後以 20頁為原則。

五、文稿書寫格式：

- 1.來稿請以市面通用之電腦文書處理系統鍵入並以 A4大小之紙張直式橫寫，中文標題 16號粗體、次標題 14號粗體、內文 12號(新細明體)，1倍行高，註明行高，每頁最多 26行；英文及數字為(Times New Roman字體)；中文標點符號用全形，英文標點符號用半形。
- 2.文字敘述之編號順序，中文為：壹、一、(一)、1、(1)，英文為：I、(I)、A、(A)、a、a、i、(i)，文字敘述中之數字，用阿拉伯數字表示。
- 3.圖片標題在下，表格標題在上，順序以圖1 (Figure1)、表1 (Table 1)、圖2 (Figure2)、表2 (Table2)，等表之。
- 4.引用文獻以確經引用者為限，並須在文內引用之處予標示，順序為：先列中文、後列西文、其他外文。書寫格式為求統一，請參用 APA格式撰寫，中文依姓氏筆劃排序，英文依姓氏字母排序，網路資料依語言類型一併排列。
- 5.引用文獻書寫方式：
(1)期刊：作者姓名(年份)。題目。發表刊物名稱<斜體>，卷(期)，頁數。

- (2)書籍：作者姓名(年份)。書名<斜體>。出版地：出版者。
- (3)書籍專書與研討會論文：作者姓名(年份)。專章名稱或論文之名稱。編者，論文集名稱<斜體>(頁數)。出版地：出版者。
- (4)未正式出版學位論文：研究生(年份)。論文名稱<斜體>。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。
- (5)博碩士論文電子版：研究生(年份)。論文名稱<斜體> [電子檔]。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。上網日期：年月日。網址：URL。
- (6)翻譯書籍：原作者中文譯名(原名)(譯本年份)。翻譯書名<斜體>(譯者譯)。出版地：出版者。(原著出版年份)
- (7)報紙文章(有作者)：作者姓名(刊行年月日)。文章名稱。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (8)報紙文章(無作者)：文章名稱(刊行年月日)。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (9)網路文章：作者姓名(年份)。網頁標題。上網日期：年月日。網址：URL。

六、表格書寫格式：

- 1.表格標題置於表格之上，無框線。整體統計表以「置中」方式放置於內文中間。
- 2.標號以表1 (Table 1)、表2 (Table2)等格式呈現。標題與標題之間空一個全形格。
- 3.表格內無直線，僅有橫線，最上和最下端的線用 1½的粗線，其間的橫線用 ½的細線，表格為單行間距。
- 4.表中數字一律用半形，小數點上下對齊，個位數亦上下對齊。
- 5.表中的數值除了「P值」列出小數到第 3位以外，其餘四捨五入到小數第 2位，「P值」的小數前面不加「0」，其餘的數值若不到整數，在小數點之前加上「0」。
- 6.若統計考驗達顯著標準，在表中的「F值」或「t值」等統計考驗值右方標註「*」，並在統計摘要表左下方(和標線的左端切齊)標示「* p<.05」。

七、圖片書寫格式：

- 1.圖片或相片須為電子檔且清晰。
- 2.圖片標題置於圖檔正下方。
- 3.縱軸和橫軸的比率是3：5(黃金分割)。
- 4.縱軸和橫軸有小標題。
- 5.縱軸標示出單位和刻度，橫軸若是以連續變數來分組亦標示單位和刻度。但橫軸若是以名義變數來分組，則無標示單位和刻度，只標示出各組的名稱。
- 6.縱軸的單位由下而上依次增大，而橫軸的單位由左而右依次增大。
- 7.縱軸和橫軸若不是由原點開始，則應標示缺口。

「島嶼觀光研究」審查流程

- 一、「島嶼觀光研究」（以下簡稱本刊）設有編輯委員會處理稿件之編輯及發行事宜。
- 二、本刊由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行，發行人為本校王瑩瑋校長，總編輯由本院院長于錫亮教授擔任，負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事，主編由觀光休閒系白如玲副教授擔任，編輯委員會之編輯人員設分科召集人以三人為原則，協助審閱稿件並指派審查委員；設秘書一人，負責簽案、收集稿件、催稿及連絡等相關事宜。
- 三、投稿本刊之稿件由編輯登錄稿件，並初步檢查是否符合本刊稿約之約定、格式是否符合本刊之要求，如格式不符者，請其修改再投，格式審查結果將於稿件收到後十五天內完成。
- 四、主編依稿件領域分配分科召集人，各分科召集人依其內容指派二位審查委員審查之。複審稿件審查以二週為期限，若超過期限，分科召集人將指派另一位審查委員進行審查。
- 五、本刊審查方式採審查者與投稿者雙向匿名方式進行。
- 六、稿件經審查未達本刊要求之水準將予退稿，若內容宜修改後再審，將通知投稿者依據審查意見於二週內完成修改，並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊再審，若超過期限為修改寄回，視為放棄審查。
- 七、審查結果以電子郵件將審查意見表給予作者，審查結果處理方式共有四種不同，分述如下：
 - (一)「修改後刊登」---若二位審查意見皆為修改後刊登，交由分科召集人裁決。
 - (二)「修改後再審」---有兩種情況：1.一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為修改後再審；2.二位審查意見皆為修改後再審。不管哪種情況皆須聯繫作者依審查意見作修改，並將修改稿件連同答辯書寄回審查委員審查之，直到審查意見為修改後刊登或不宜刊登為止。
 - (三)「不宜刊登」有兩種情況：1.若一位審查意見為修改後再審，另一位審查意見為不宜刊登；2.若二位審查意見皆為不宜刊登，則交由分科召集人裁決。
 - (四)若一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為不宜刊登，則交由分科召集人裁決，或指派第三位審查委員審查之。
- 八、本刊分科召集人著作投稿時，則交由主編分配其他分科召集人，並應迴避提供審查委員名單及稿件審查結果。
- 九、本刊每年分別於三、六、九、十二月出刊，稿件之刊登順序由編輯委員會依文稿之性質及投稿時間之先後次序開會決定之。
- 十、本刊在取得作者「著作財產權讓與書」後，與國家圖書館及CEPS中文電子期刊合作，將稿件提供電子資料庫供研究者檢索下載。

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

發行人：王瑩瑋 發行所：國立澎湖科技大學
總編輯：于錫亮 地址：澎湖縣馬公市六合路300號
電話：(06)9264115轉1081
傳真：(06) 9272947
網址：<http://163.15.209.95/ctl/>

編輯委員

黃金柱	開南大學	教授
黃芳銘	國立嘉義大學	教授
沈易利	國立臺灣體育運動大學	教授
黃宗成	國立嘉義大學	教授
洪榮聰	建國科技大學	教授
林士彥	國立暨南國際大學	教授
沈進成	國立高雄餐旅大學	副教授
吳崇旗	國立屏東科技大學	副教授
陳元陽	國立臺中科技大學	助理教授

主 編

觀光休閒系 白如玲 副教授

執行編輯

餐旅管理系 陳宏斌 副教授

創刊號：2008年9月創刊

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

Contents

- ♦ **Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area**

Tsao, H. C.

- ♦ **The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists**

Tung, M. H.

- ♦ **A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District**

Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T.

- ♦ **Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region**

Wang, T. M., & Lin, C. C.

College of Tourism and Leisure, National Penghu University
of Science and Technology Publisher

ISSN 2072-5388

Jul., 2017

島嶼觀光研究

第十卷 第二期

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

目錄 • Contents

- ◆ 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例
曹校章
- ◆ 陸客團減少因素初探
董孟修
- ◆ 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳
- ◆ 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係之研究
-以馬祖地區為例
王大明、林家鍼



國立澎湖科技大學觀光休閒學院 發行

2017年7月 ISSN 2072-5388

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

目錄

第十卷第二期

中華民國一〇六年七月

- 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例-----曹校章 1
- 陸客團減少因素初探-----董孟修 17
- 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
-----劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳 41
- 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係
之研究-以馬祖地區為例-----王大明、林家鍼 63

JOURNAL OF ISLAND TOURISM RESEARCH

CONTENTS

VOL.10 NO.2

Jul., 2017

Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area----- Tsao, H. C. 1

The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists----- Tung, M. H. 17

A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District----- Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T. 41

Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region----- Wang, T. M., & Lin, C. C. 63

陸客團減少因素初探

董孟修

開南大學觀光與餐飲旅館學系助理教授

收件日期：106年05月03日；第一次修正：106年06月23日；

接受日期：106年06月26日

摘要

2016年出現陸客團來台旅遊人數減少現象，是值得旅遊業關注的問題。先前研究尚未完全地分辨陸客團來台旅遊人數減少的因素為何；本研究深度訪談32位台灣旅遊從業人員及陸客，目的在探討陸客團來台旅遊人數減少可能因素。訪談內容經過嚴謹的內容分析可歸納出「大陸」與「台灣」二個主要的構面。「大陸」構面包括官方政策（政治操作、減緩發證、減少官方交流、停飛航班、減少補助）、組團旅行社（壟斷、不健全的操作模式、暫緩組團來台、推廣其他地區旅遊）、市場機制（旅遊目的地多、旅遊環境漸成熟、旅遊形態轉變、旅遊族群轉變、親友口碑）等因素；「台灣」構面包含觀光政策（減少普通團配額、提高優質團配額、增加自由行人數、推廣深度旅遊）、地接旅行社（價格競爭、購物問題、旅遊騷擾、缺乏創新行程）、旅遊環境（安全考量、特色吸引力減弱、觀光相關設施不完善、部分台灣民眾不友善）等因素。本研究之研究貢獻為提出相關管理意涵，作為政府規劃觀光政策、輔導旅行業者的及提升旅遊環境之參考。

【關鍵字】 陸客、陸客團減少、內容分析

壹、前言

2008年7月我國正式開放陸客來台旅遊後，兩岸互動熱絡、直航班次增加、帶動觀光相關產業發展，創造多元效益。2015年來台灣旅遊人次破千萬，其中陸客消費金額（平均每人每天在台花費232美元）與人數（418萬人次）都居外來旅客第一，也是對台灣滿意度最高的遊客。但在2016年台灣政權交替時期，出現陸客團申請來台旅遊趨緩現象；2016年陸客來台人數減至351萬人次，在官方交流與一般團減少較明顯，自由行變動較小（交通部觀光局，2017）。陸客團減少對台灣旅遊業的影響，各界解讀的方式雖不同，但確實影響部分航空公司、旅行社、遊覽車、導遊、旅館、伴手禮及餐廳的業績，即使這些配合的業者有部分中資，然而僱用的員工多是本地人，或許會造成部分員工失業，也使陸客團來台旅遊相關議題再度受到關注。

兩岸觀光並非自由市場，大陸的觀光政策是「旅遊外交」、「以經促政」模式（范世平，2005）；台灣的觀光策略多朝自由經濟市場發展。台灣可接待陸客的旅行社約有四百多家，而大陸組團旅行社約二百多家，大陸業者把團交給誰，誰才有生意做。陸客雖然量大，但組團旅行社的高抽成，使得台灣地接旅行社低價競爭；部分旅行社不健全的操作模式，影響台灣整體觀光產業的旅遊品質（董孟修，2013）。旅遊產品具有無形性、不可分離性、易變性及易消逝性，而且需求彈性較大，因此黃深勳、曹勝雄、容繼業、陳建和（2005）指出「旅遊淡旺季差異、經濟環境改變和其他外在環境因素的影響皆會快速反應在旅遊產品之需求層面上」。檢視過去陸客之相關研究，多數文獻探討陸客來台成長及相關問題（張軒瑄，2015；張德儀、汪芷榆、杜宜芳，2014；楊政梓、陳光華、盧衍良、陳佩珍，2015；董孟修，2016）。目前大陸官方並未正式公開阻擋陸客赴台旅遊，但陸客團已出現來台旅遊趨緩及減少現象；未來陸客團來台除了取決於兩岸的政治情勢變化，陸客團減少可能的原因則有待進一步的實證研究來解答。

「交通部賀部長指出：『各國都感受到陸客人數變化帶來的衝擊，台灣因為地緣關係，過去陸客人數成長快速。過去這段時間大家確實忙於成長，品質及相關配套不夠落實。若陸客來台持續衰退，對產業來講如過一個小冬天，請大家要認清』。陸客團已成為一項不確定性，而且確實有持續減少壓力。未來觀光政策

目標將朝向協助旅遊相關產業優化品質、深化旅遊經驗、持續開發高潛力客源(國際郵輪、穆斯林與東南亞新富市場)」(蘋果日報, 2016)。多元分散吸引其他國外遊客來台的方向是正確的, 但是否能夠有效轉化成產值的增加, 彌補陸客減少的損失, 恐怕仍有許多變數。陸客減少, 已有旅行社倒閉、遊覽車業者變賣車輛、旅館業安排員工轉職; 觀光產業也於 2016 年 9 月 12 日走上台北街頭遊行, 向政府表達相關訴求。陸客旅遊人數逐年成長, 也成為各國爭取的對象, 我國短期內仍不能忽略大陸市場; 因此, 探討陸客團減少可能的原因, 研擬相關策略和作法則有其必要性。

貳、文獻回顧

一、陸客來台旅遊

基於兩岸特殊的政治關係與時空背景, 開放陸客來台旅遊, 雙方政府都有不同考量與限制, 陸客來台初期以團體套裝旅遊環島為主。團體套裝旅遊(Group Package Tour, GPT)是一種組合式的產品, 其獨特性在於產品是由旅行社設計安排, 而多數服務卻是由旅行社的供應商(航空公司、飯店、餐廳等)來直接提供服務(曹勝雄、李淑如, 2007)。Quiroga (1990)指出: 旅客選擇旅遊團是基於行程選擇的機會多、價格較個人出遊優惠、朋友推薦、參團期間可自行選擇等因素。Wang, Hsieh, Yeh, and Tsai (2004)則指出, 旅客選擇團體套裝旅遊行程的傾向, 與旅遊風險、財務考量及旅遊行程的吸引力有關。然而, 董孟修(2013)指出部分台灣地接旅行社為彌補團費, 旅遊團行程安排出現購物站過多、停留時間過長、半強迫購物、購物糾紛、導遊嘲諷客人、商品售價偏高及店家賣假貨等相關問題, 使我國國際形象受損並影響遊客來台意願。此外, 陸客團來台只有少數特定業者受惠, 以致於各界對開放陸客來台政策是否適宜時有爭論。

為有效調整陸客結構及提升旅遊品質, 自 2011 年 6 月 28 日開放陸客來台自由行每日 500 人, 逐步增加到目前一天 5000 名, 合計開放陸客來台自由行城市已達 47 個城市。從 2014 年開始, 陸客赴台分成普通團和優質團兩種; 2016 年 3 月起, 修正團客名額每天 5000 名, 優質團(食宿標準較高, 分順、逆時針方向遊台灣)比例為 3 分之 2, 普通團 3 分之 1 (內政部入出國及移民署, 2016)。

二、陸客團減少因素

過去文獻提及影響旅客旅遊意願常見的因素有旅遊動機的推拉力、旅遊阻礙、旅客知識、旅遊騷擾等。Hanqin and Lam (1999)以推、拉力因素為中心進行模型構建，解釋旅遊動機的合理性以及不同的應用功能。Klenosky (2002)認為推力在於決定是否前往目的地，拉力則是該如何選擇目的地，兩者是個別時間點的決策，且推力、拉力兩者之間其有相關性。江季芸、洪梓晏、謝佳宏 (2014) 則指出大多數的推力因素是起源於遊客個人無形的或內在的欲望，而拉力因素則來自目的地的吸引力，其中包括有形資源和遊客的知覺與期望。莊麗娟、唐慧君、許欣琦、黃毓芳 (2010) 研究台灣對於遊客拉力因素多為美食、路程近及相對便宜、親友介紹、探親及曾經來過台灣等；推力因素則是以度假放鬆、探索及體驗文化差異。

楊政梓等 (2015) 認為旅遊阻礙為影響人們不參與旅遊活動，或是減少個人參與旅遊的因素，以及沒有興趣參與旅遊活動；陸客對於選擇是否來台旅遊，無論就結構性阻礙、環境阻礙、個人內在阻礙或各種主客觀因素的「旅遊阻礙」不排除會與「目的地意象」在形塑旅遊決策的過程中並存。Nyaupane, Morais and Graefe (2004)指出過去旅遊阻礙議題的研究經常利用休閒阻礙模型從事探討。影響參與活動常見的阻礙因素包括：社會、政治、宗教、生理、金融、時間、健康、家庭階段、缺乏興趣、恐懼、安全、交通、需要陪伴、人滿為患、距離不足以及旅遊地相關資訊有限等(Lai, Li and Harrill, 2013)。曹勝雄、張德儀 (1995) 則指出業者為了爭取客源，常以降價競爭為手段，使旅遊品質無法提升。

現今網路發達、通路多元，旅客取得資訊方便快捷並可立即比較；「旅客知識」已成為遊客在旅遊前、中、後的基本條件 (Tsaur, Yen and Chen, 2010)。Gursoy and McCleary (2004)認為旅客知識會影響旅遊資訊的搜尋行為；Biswas and Blair (1991)則認為消費者會針對某些特定商品，主動蒐集價格資訊，並經由預測的方式估計市場可能最高價與最低價，形成一個內在價格區間。根據 Thaler (1985) 效用理論，如果個人獲得利益大於付出代價的話，則對此產品或服務會產生正面的知覺價值，且會影響購買意願；因此旅客知識會影響旅客是否參加旅遊團。

Kozak (2006)指出旅客被視為社會地位較高、收入較好而成為剝削的目標；張德儀等(2014)認為旅行社與從業人員在利益觀念的趨使下，利用訊息不對稱、消費者語言障礙等缺陷而設置各種購物陷阱，導致欺騙顧客之風氣盛行，從旅行社、導遊、司機、餐廳飯店到旅遊購物商店觀光區不誠實的生意人等，都把遊客

當成待宰的羔羊；旅遊團旅遊騷擾現象及所衍生的問題值得重視 (Wong, 2001 ; Wong and Lau, 2001 ; Zhang and Chow, 2004)。

影響旅客減少的因素相當多元，若直接以西方的理論與方法，套用在兩岸觀光的研究，對厚植台灣觀光休閒遊憩研究知識本體的助益相當有限 (葉智魁、許義忠、Chick, 2011)。陸客來台旅遊有特殊的時空背景，特別是兩岸觀光並非自由市場；我國政府對陸客來台有人數及資格上的限制，而大陸開放陸客來台更有其「旅遊外交」、「以經促政」模式。受到雙方政府若干限制，現有的理論架構不完全適用於探討陸客團減少可能因素；因此本研究依據相關文獻及訪談內容，將可能影響陸客團來台的因素區分為來自「台灣」和「大陸」兩個主要構面來探討。

參、研究方法

一、研究概念

本研究目的為探討陸客團減少可能的因素，先在田野階段使用參與觀察法，透過田野筆記與影像拍攝，記錄陸客團在台旅遊之情形(研究者為特約華語導遊)，並進行相關文獻之蒐集與檢閱，形成研究問題意識，確立研究流程及擬定訪談問題實施訪談，進行前測以確認訪談大綱，再以深度訪談法進行實證資料的收集。在取得受訪者同意後，以錄音保存訪談內容，進行後續的分析工作。

二、研究對象與資料收集

本研究對象為台灣接待陸客團相關人員(旅行社、駕駛、導遊、旅館、購物站)與陸客。為了使訪談對象能具廣泛性，涵蓋不同層面的意見，台灣相關人員主要採取立意抽樣 (purposive sampling)方法，由研究者依據研究目的，進行抽樣對象的判斷與選取。第一階段先經研究者相識的朋友或朋友推薦地接旅行社；第二階段使用滾雪球抽樣法，經由第一階段的受訪者推薦受訪者；第三階段，採用立意抽樣法徵求受訪對象，共抽取 16 位，分別於旅行社會議室、遊覽車公司駕駛休息室、旅館經理辦公室、購物站經理辦公室進行深度訪談。陸客方面：經地接旅行社與華語導遊協助，於桃園機場出境大廳利用便利抽樣法訪談參加過旅遊團之 16 位陸客 (8 位首次跟團來台；8 位曾跟團旅遊，本次自行來台)。訪談準則的建立，在確保所有回應內容能在深度與彈性上，盡可能一致 (Patton, 1990)。本研究以接受良好訪談技巧訓練並接受訪談前培訓的四位研究生擔任訪員，以半

結構式「訪談大綱」，作為訪談過程的引導與談話重點，加強本研究的嚴謹性和信度。受訪者均以相同方式接受訪問，減少可能之主觀見解和判斷偏差。深度訪談時間每次約 40 分鐘，資訊達到飽和而結束 (Krueger and Casey, 2000)；質性研究主要目的主要在探求不同的意見、不同議題的呈現，較不強調計算人數及意見的量 (Gaskell, 2000)。受訪對象之特性整理成表 1 及表 2；深度訪談大綱包括以下半結構式訪談問題：

(一) 陸客方面

1. 請問您的年齡？來自何處？第幾次來台？來台方式？
2. 請分享您跟團來台旅遊的經驗與心得？
3. 您知道親友跟團來台旅遊特別的經驗有哪些？
4. 就您所知，陸客團來台人數減少可能的原因有哪些？請您詳細說明。
5. 對於陸客團來台人數減少，您的看法與建議？
6. 對於陸客團來台人數減少，您還有其他可以補充說明的嗎？

(二) 旅行業者方面

1. 請問您的年齡？在旅行社業服務多久了？目前擔任的職務？
2. 就您所知，陸客團的特性有哪些？
3. 陸客團來台人數減少可能的原因有哪些方面？請您詳細說明。
4. 對於陸客團來台人數減少，您的看法與建議？
5. 對於陸客團來台人數減少，您還有其他可以補充說明的嗎？

三、資料分析方法與信效度

本研究於 2016 年 3 月至 2017 年 3 月進行訪談、資料收集與更新。在訪談過程中，訪員根據訪談內容及受訪者回答情形，詢問相關的問題；將訪談內容輸入電腦成逐字稿並送請受訪者檢核，查看內容是否有誤解、疑義或須補充之處；並運用電子郵件與即時通訊軟體對內容補充與更新，提高研究信度。共有 14 位受訪者針對字詞進行修正與補充，其他 18 位受訪者表示內容正確且符合原意。之後參考曹勝雄、林維榕 (2011) 以內容分析法進行資料分析，共分為三個階段進行 (Patton, 2002)：

第一階段，由兩位大學觀光系教師（均具旅行社實務經驗）各自獨立進行項

目篩選，從受訪者所認為「影響陸客團減少」的事件中，確認可能影響的基本分析單位（包括影響陸客知覺本身及影響參團來台意願之描述）。各自篩選完畢後，兩位教師討論各自所篩選的項目，最後對所得到的 249 個項目，達成 100% 的共識。

第二階段先對 249 個項目進行歸納式的內容分析。由兩位教師將所有項目歸類至一個具有意義並可被解釋的類目 (categories)。每個項目須與其他項目進行比較，考量陳述是否具有相似或不同之意義，而予以合併或是分開。所有項目也只能與一種類目有關。按此步驟將 249 個項目歸納至 26 個與影響陸客團來台意願相關的類目。接著，再將具有相似特性與特質的 26 個類目，分別歸類成 6 個更高階的類目 (high-order categories)。兩位教師針對兩次歸類過程之同意度 (interrater reliability) 分別為 0.85 (212/249) 與 0.88 (23/26)，高過 0.8 之標準 (Kassarjian, 1977)，顯示歸類結果之信度佳。

第三階段以歸納式的內容分析進行。兩位教師同意高階類目之內的影响來台意願來源是具有相似的特性或性質，接著將 6 個類目歸類到先前文獻回顧所得到之「大陸」與「台灣」構面。上述步驟完成後，再由兩位教師就歸類與類目命名上進行充分討論，直到這些類目能夠正確地反映出影響陸客團減少可能的因素。當歸類上的看法不一致時，兩位教師將透過分析單位以及原始資料的呈現來取得共識。由於研究生訪談時均有先出示學生證，而訪談問題確實為當前觀光議題，受訪者同意訪談內容僅供學術研究且不刊登姓名於研究報告當中；故受訪者樂意表達自己的意見與想法，因此本研究獲得之訪談內容具有有效性及可信性。最後綜合田野紀錄、訪談結果與相關文獻整理進行交叉比對分析，以等五項構面作為分析訪談資料之指標，反覆來回檢視與比對資料，進行三角檢驗，以建立本研究之信、效度；並對研究結果進行討論，最後得出結論與建議。

表 1、陸客受訪對象之特性

對象	性別	年齡 (歲)	居住地	來台次數	對象	性別	年齡 (歲)	居住地	來台次數
A	男	43	上海	4	I	男	46	四川	1
B	女	41	上海	3	J	女	41	四川	1
C	男	57	廈門	2	K	男	38	廣州	2
D	女	53	廈門	2	L	女	36	廣州	2
E	男	48	北京	1	M	男	49	遼寧	1

對象	性別	年齡(歲)	居住地	來台次數	對象	性別	年齡(歲)	居住地	來台次數
F	男	49	北京	1	N	男	55	遼寧	1
G	女	49	浙江	2	O	男	47	湖南	1
H	女	40	浙江	2	P	女	45	湖南	1

表 2、台灣受訪對象之特性

對象	性別	年齡(歲)	職務	經驗(年)
1	男	50	旅行社經理	18
2	女	46	旅行社經理	12
3	女	37	旅行社業務	8
4	男	33	旅行社業務	6
5	男	38	華語導遊	5
6	男	45	華語導遊	6
7	女	49	華語導遊	7
8	男	31	華語導遊	3
9	男	46	遊覽車駕駛	15
10	男	41	遊覽車駕駛	10
11	男	45	遊覽車駕駛	8
12	男	38	遊覽車駕駛	5
13	男	49	旅館經理	15
14	男	55	旅館經理	22
15	男	47	購物站經理	10
16	女	42	購物站經理	7

肆、結果與討論

一、「大陸」構面

此構面是指是指陸客團減少可能的因素來自於大陸；包括官方政策、組團旅行社、市場機制等因素，如圖 1 所示。

(一) 官方政策

官方政策指大陸官方所制定許可大陸民眾赴台旅遊的相關法律、規則或人為操作手段，包含：政治操作、減緩發證、減少官方交流、停飛航班、減少補助等。Rowen (2014)認為兩岸長期分立，雖然近期交流頻繁，若觀光被當成政治策略，則充滿不可預測性。因應台灣新政府未明確對「九二共識」表態，大陸官方可能以政治操作的方式，影響陸客團來台。

1. 大陸政府宣稱不會干預赴台旅遊，但以「台灣地區領導人更換，對大陸政

策不明朗，故為安全起見暫緩赴台遊」。心存不安和疑慮的陸客，就會謹慎出遊。(台1)

2. 遷徙與出國自由，是台灣人在解嚴之後就享有的基本權利。大陸是威權國家，控制入台證件的發放，這是典型的政治干涉觀光的手法。(台3)
3. 陸客只是中共的經濟武器而已，不像其它國家的人民可自主旅遊。把觀光重壓在陸客身上，可能出現股市「養、套、殺」模式，看看香港就知道了。(台6)

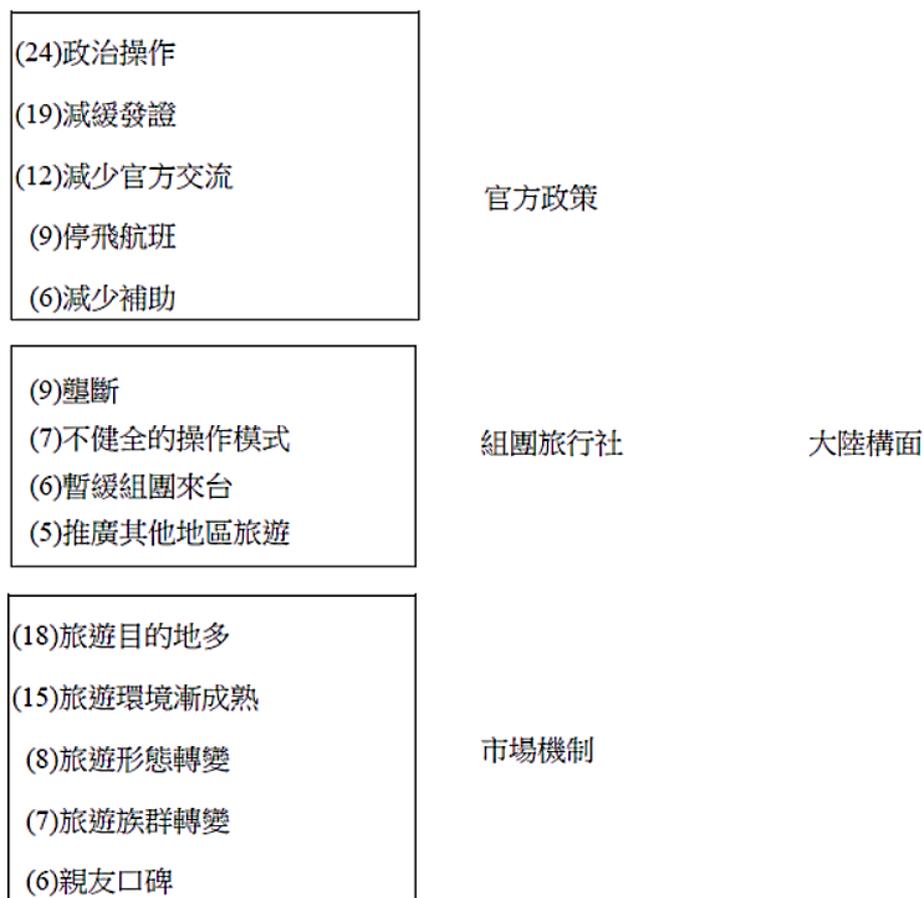


圖 1、與大陸有關的因素（括弧內為因素的次數）

趙宏傑、吳必虎（2013）指出兩岸觀光有：大陸壟斷利益、旅行業者實力懸殊、政治風險、國安機制等問題需要協商。觀光是敏感的產業，大陸各省旅遊局也以「技術性操作」模式，限縮陸客來台旅行市場。此外，減少官方交流、減少補助及停飛航班均可能影響陸客團來台。

4. 凡是官方主導的「經貿、文化交流團、省市參訪團」多趕在 520 前「消

化」行程。之後將減少商務考察團並降低官員層級；對於兩岸交流，陸方多「已讀不回」。(台2)

5. 原計畫來台舉辦獎勵旅遊的北京嘉康利、南京傳銷、完美、台商克堤等，均已告知承辦的保保、永業等旅行社，取消今年來台，取消人數超過萬人。(台4)
6. 澳門計程車業聯會原訂要在7月到台灣參訪，但「澳門基金會」決定不資助到台灣，將參訪地點更改到江南。(台8)
7. 東方航空台南飛武漢的航班已取消，高雄飛廣西桂林、海南三亞也喊停，兩岸航線會受到政治因素影響。(台5)

(二) 組團旅行社

組團旅行社指大陸可以組團赴台旅行社之經營方式，包含：壟斷、不健全的操作模式、暫緩組團來台、推廣其他地區旅遊等。大陸非自由競爭的市場，二萬八千多家旅行社（中華人民共和國國家旅遊局，2016），約有二百多家可以組團來台。此外，部分組團社將來台旅遊當國內團操作，透過低價方式吸引旅客參團，再藉由旅客購物、自費行程來獲取利潤；甚至要導遊、領隊繳回小費或收取人頭稅。Mak, Wong, and Chang (2011)指出：大陸組團旅行社不健全的操作模式及缺乏服務品質保證機制會影響陸客參團意願。

1. 組團旅行社談判地位強，除了控制價格外，更決定要用哪家遊覽車、住哪間飯店、去哪個購物店；還投資臺灣的遊覽車、旅館、購物店，最後就形成一條龍產業。參加組團旅行社的選擇少、被安排至特定合作的購物站買特產及半強迫參加自費行程、團費多被組團旅行社賺走，都可能會影響陸客參團意願。(台7)

陸客團來台行程主要是由組團旅行社安排及招攬；若組團旅行社配合官方政策消極應對台灣旅遊，將赴台旅遊相關廣告下架、暫緩安排來台旅遊、改促銷其他地區旅遊，可能會影響陸客團來台。

2. 我們要來台旅遊，也要有組團旅行社賣台灣行程才會進來；除了官方透過延遲或縮減大通證核發等技術性干擾手段，陸客減少可能是組團旅行社配合官方政策暫緩安排來台旅遊。(陸A)
3. 台灣旅遊目前仍在品牌和產品建構的階段，要做出特色及口碑才能讓遊客

指名參加地接旅行社的行程，不會輕易改變來台行程；否則組團旅行社促銷其他地區旅遊，遊客很容易就被吸引過去。(陸E)

4. 目前組團旅行社對台旅遊政策多是「觀察及配合官方政策」，不積極推廣但不至於全斷。(台3)

(三) 市場機制

市場機制是指觀光市場體內的供需、價格、競爭、風險等要素之間互相影響及作用機制，包含：旅遊目的地多、旅遊環境漸成熟、旅遊形態轉變、旅遊族群轉變、親友口碑等。Lai, Li, and Harrill (2013)指出：更具吸引力的替代品會影響旅遊者旅行的意圖。旅遊目的地多，讓台灣只是陸客旅遊目的地之一，其他旅遊目的地的拉力勝過台灣，自然吸引陸客前往，影響陸客來台。

1. 我們不去台灣是自主的選擇，跟大陸的政策沒有必然聯繫。國外好玩的地方太多了，旅遊要到受歡迎、安全及有特色的地方。(陸G)
2. 許多國家在接待大陸遊客上做了大幅度的調整，機場一出來就有華語服務台及歡迎陸客的廣告。日本更常見歡迎陸客新春遊、感謝惠顧、歡迎再來等大紅招牌。(陸B)

大陸文化古蹟、影視城、主題園區、名山大澤已具備吸引力，旅遊業成為政府與企業、地方、社會共同推進的格局；旅遊環境漸成熟，讓陸客留在大陸旅遊的拉力勝過台灣，自然影響陸客來台。

3. 大陸正在按照「創新、協調、綠色、開放、共享」⁵ 大理念探索全域旅遊；高鐵、機場、公路也越修越健全，民眾可以很輕鬆又快捷的全國到處旅遊。(陸I)

就旅遊族群而言，初期赴台旅遊以中老年人為主，多數選擇跟團。益普索(2014)指出大陸出境旅遊市場已從走馬觀花式的團體旅遊朝向散客化、固定地域深度旅遊以及高端化等突出趨勢發展。旅遊族群及型態的轉變，可能會影響陸客跟團來台。

4. 銀髮族再跟團來台機會不高；「新生代」較不依賴跟團遊，喜歡自由行，住民宿，也「懂得聰明花錢」；新興的中產階級更喜歡自主旅遊，而非單純的購物。(陸N)
5. 現在最歡迎的是東南亞團，而日韓遊熱度越來越高，玩法新奇有趣，吸引

大陸年輕人。(陸K)

6. 「千萬別跟團，一定要自由行」。帶小朋友出境的親子遊，到台灣也飛向全球各地。自由行可以自己調配時間，讓小朋友玩來舒服不吃力，更重要的是可以帶小朋友到跟團到不了的親子最佳旅遊景點。(陸O)

陳美如，蔡精育，宋鎧，范錚強（2012）認為，口耳相傳是人類社會最古早的行銷工具之一，現今網絡機制所形成的口碑，也成為顧客搜尋與參考對產品與服務的感知。Kim, Ahn, and Chung (2013)則認為行為意圖是指人們願意再次到訪旅遊地，且消費者願意主動以正向的評價，分享旅遊的相關訊息給親朋好友。現今旅客自主性日漸提高，運用工具的能力也增強，在多種通路的競爭下，親友口碑成為是否來台旅遊重要參考依據；部份親友跟團旅遊不愉快的經驗，可能影響陸客跟團來台。

7. 部分人批評我們錢花的多是土財主、暴發戶，花的少是窮鬼、沒水準，講價是羞辱台灣；花錢還要受辱，最重要的是還得不到尊重、被瞧不起。這些留言在論壇瘋狂轉載；網友都看在眼裡，記在心裡。(陸H)
8. 我會參考親友口碑、網路遊記、經驗與分享，最後評估要不要跟團去台灣。(陸C)

二、「台灣」構面

此構面是指陸客團減少可能的因素來自於台灣，包括：觀光政策、地接旅行社、旅遊環境等因素，如圖 2 所示。

(一) 觀光政策

觀光政策指台灣制定許可大陸民眾來台旅遊的相關法律、規則或觀光發展政策，包括：減少普通團配額、提高優質團配額、增加自由行人數、推廣深度旅遊等。陸客赴台旅遊選擇最多的仍是普通團，普通團配額減少可能導致陸客改選擇其他地點；而優質團客未達到預定目標，影響陸客參團人數。

1. 調整陸客來台客源結構及提升來台旅遊品質方向是對的，隨著普通團配額不斷下降，遊客可能會選擇其他替代旅遊目的地，影響赴台遊客人數。(台13)
2. 優質團用意很好，但不一定只要求在團費上，只要避免不健全操作，吃小

吃、住一般旅館都是好團。(台 10)

董瑞人(2013)指出來台旅遊是大陸居民感受兩岸風俗民情、文化、生活方式與民主體制的最佳途徑。就旅遊型態而言，單次來台不易深度體驗台灣豐富的旅遊內涵。我國觀光政策正朝向協助相關產業注重品質、深化旅客旅遊經驗並永續經營；從一次完成環島轉為多次深度旅遊，追求來台旅客質量並重。此外，觀光政策也朝推廣創新、多樣性與精緻的旅遊產品努力，並區隔與爭取不同客源市場。在旅遊形態轉變期中，可能影響陸客參加普通團。

3. 交通部以「穩妥安全、循序漸進」原則，積極與陸方磋商逐步增加自由行開放數量；推動高端品質團、原民部落團、金馬澎離島住宿團、直航客船團等專案，不受公告限額限制，期引導旅客重視旅遊品質。(台 14)

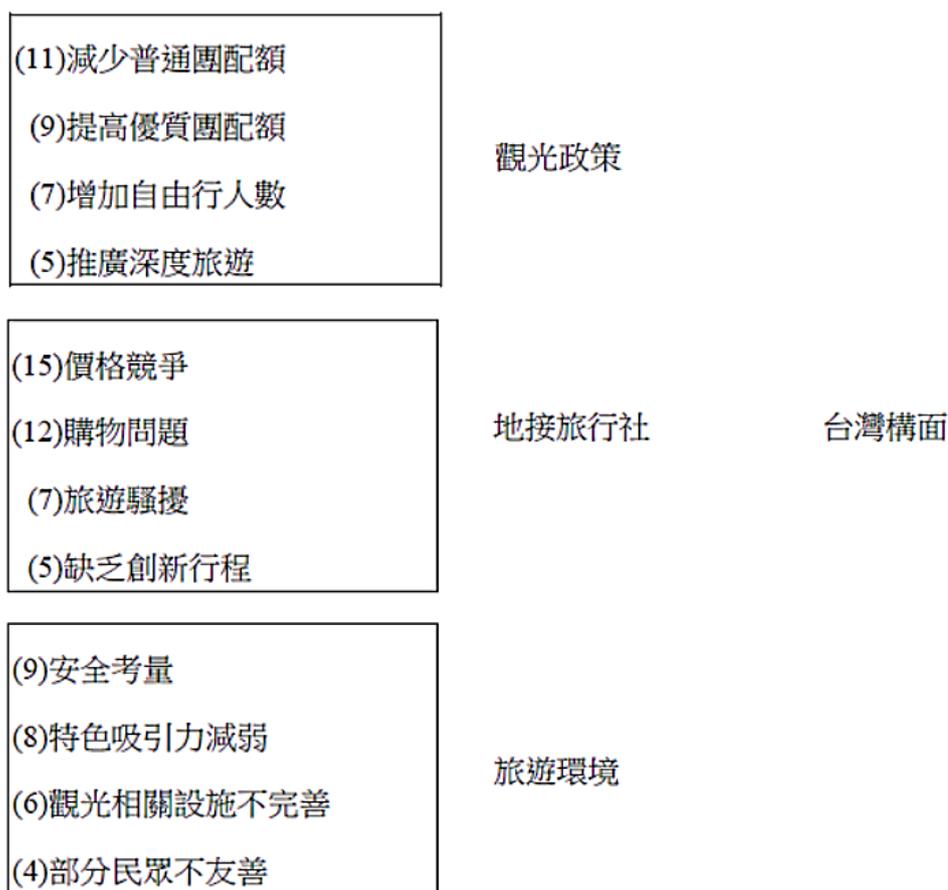


圖 2、與台灣有關的因素（括弧內為因素的次數）

（二）地接旅行社

地接旅行社指台灣接待陸客團旅行社之經營方式，包含：價格競爭、購物問

題、旅遊騷擾、缺乏創新行程等。董孟修（2013）指出台灣的旅行社接待陸客團利潤很低甚至賠本接團，要靠購物及自費行程來彌補不足的團費與賺取利潤。地接旅行社為了獲得業務，低價競爭、抽高額佣金可能會讓陸客團行程中的食、住、行、遊、購、娛品質下降，更不易獲得物美價廉的感覺，並造成陸客對台負面印象而影響陸客跟團來台。

1. 目前來台旅遊是買方市場，在組團旅行社強勢主控下，為爭取陸客團，地接旅行社經常要「賭團」，削價競爭並配合對方條件。目前實際營運接待陸客業務只有約160家。當年眾所期待的陸客生意，並不如想像中容易維持。
(台11)
2. 國內旅遊最受詬病的是同業惡性殺價、抽高額佣金。陸客團都被安排到特定的購物站，部分購物景點是人工塑造出來，與台灣關聯很小。如有高額佣金在其中，陸客可能有買貴或受騙的感覺。來過一次的陸客不但不想再來，還勸退身邊的人來台。(台15)

De Albuquerque and McElroy (2001)指出旅遊騷擾現象的發生已成為一個社會問題；旅遊目的地的接待業者、導遊或商家攤販都有可能成為騷擾旅客的來源。此外，常見購物問題如購物點過多及停留時間過長、購物站商品及自費活動售價偏高。台灣的旅遊騷擾現象及購物問題，可能影響陸客跟團來台。

3. 給佣金的店，就要抬高售價；在台灣買東西不要跟團，自由行比較好，要到大賣場或是市場買，不要當冤大頭。(陸J)
4. 部分導遊和商家哄抬售價宰陸客；眼光淺短的觀光營運方式是殺雞取卵，敗壞台灣形象。(陸M)
5. 品保協會統計陸客最常申訴的購物項目是玉石、茶葉；好的商品不必讓旅行社抽佣金也能銷售一空，商家應勇於向不合理抽佣說不。(台16)
6. 組團旅行社只給地接旅行社極低的團費，台灣業者只能配合去包裝行程。部分旅行社安排的團體遊程「千篇一律」，缺吸引力；應針對不同族群和不同季節，開發新產品，提高遊台吸引力。(台9)

(三) 旅遊環境

旅遊環境是指台灣（旅遊目的地）影響陸客旅遊活動的各種自然、社會、人

文等環境，包含：安全考量、特色吸引力減弱、觀光相關設施不完善、部分台灣民眾不友善等。Kim and Chalip (2004)認為遊客旅遊最重要的考量是安全性；對於陸客在台灣傷亡的報導及遊覽車相關安全問題，可能影響陸客跟團來台。

1. 開放陸客至今已發生多重大事故，上百人死傷。多數重大事故都與遊覽車有關，也有阿里山小火車翻覆、復興空難，陸客來台傷亡比例偏高。2010年蘇花公路 20 陸客死亡，讓陸方規定陸客往返蘇花公路改搭火車，2016年7月的遼寧陸客團火燒車事件造成 26 死也讓大陸也發出「不推薦不鼓勵來台」的聲明；網友更流傳：去香港送錢，去台灣送命。(台 12)

楊政梓等 (2015) 指出：兩岸雖然近在咫尺，卻因歷史的因素，台灣歷經荷西、明鄭、清領、日據以及國民政府自大陸來臺的歷史變遷，擁有吸引陸客一窺堂奧的觀光意象及地方依附感。新鮮感、不易來是吸引力之一，當陸客對台灣失去新鮮感或台灣本身特色吸引力減弱，就可能影響陸客跟團來台。

2. 說實話，差不多的夜市及老街，值得一看的景點有限，而且文化上和大陸大同小異；台灣不中不日的，特色不明顯，還不如新疆、西藏，或者鄰近的泰、韓、日；台灣的觀光進步有限，自己要爭氣。(陸 D)

世界經濟論壇編製的 2015 年觀光旅遊競爭力指數 (TTCI)指出，台灣在 141 國中排名第 32 (The World Economic Forum, 2016)。亞洲地區，台灣落後日本、新加坡、香港、中國，馬來西亞、韓國，顯示台灣尚有頗大的改進空間。觀光相關設施不完善及承載力不足，都可能影響陸客來台。

3. 阿里山針對團體遊客的預約入園分流制，上、下午時段各開放 4000 人次。野柳風景區也有事前預約制，要求旅遊團分時段進場，降低景區旅遊壓力，保障旅遊品質，也達到限流效果；但如日月潭、西子灣等景區，實施車輛或人數限流仍有困難。(台 9)
4. 免門票景點觀光相關設施不完善；收費景點的停車位、公共廁所也明顯不足。(陸 L)
5. 景點湧入過多遊客，不但遊客無法深度體驗內涵，降低了旅遊品質也產生了排擠效應。為了永續經營，一萬人一次來改為 100 人分 100 次來，才能有深度有品質。(台 1)

張軒瑄 (2015) 指出：在地居民對於開放陸客來台的觀光政策的支持態度會

受到其與陸客的接觸經驗、其所居住地區的觀光依賴程度與其對於觀光經濟影響的看法所影響。陸客來台，少數人獲利、部分陸客不當行為、旅遊環境品質下降等因素，引發部分民眾對陸客負面觀感、誤解及不友善言論對待。此外，大陸把台灣當做一個省（地區），非國與國對等的看待，並用政治干預，讓台灣民眾產生情緒性的言論。部分台灣民眾不友善對待，可能影響陸客來台。

6. 陸客來不來對多數台灣人影響較小！陸客團多是圖利特定合作業者而已，正好趁這機會讓那些店家重新洗牌一番。陸客多出現素質差的人機率也大，假日旅客大量湧入影響當地居民生活品質及生態景觀，造成當地房價物價上漲，車票難買，引發民怨。(台6)
7. 哪裡需要中共出手，大家攢假期、花錢就是為了玩開心嘛，主人不歡迎他去幹嘛！官方都不用刻意去減縮，只要時不時拿些政論鏡頭放新聞裡渲染一下（跨國詐騙、罵老榮民），我們就不想去台灣了。(陸F)
8. 台灣充滿反中的言論，有太多醜化、歧視及惡意批評！說426（死阿陸）要木馬屠殺台灣人，會隨地大小便，陸客走過之處要隨後噴灑消毒水...。(陸P)
9. 「沒中國客的台灣」系列廣告及「數字台灣：沒有中國觀光客的空氣真好」等不友善文章在網路上流傳，已造成了情感傷害，確實會影響陸客來台的意願。(台2)

伍、結論與建議

一、結論

本研究分別從「大陸」與「台灣」構面，將陸客團來台旅遊人數減少可能的因素加以分析，然而因素之間亦可能存在互動關係而形成旅遊人數減少因素，例如「大陸」構面中官方政策因素可能影響親友口碑。

(一) 大陸方面

陸客團來台旅遊人數減少可能的因素為官方政策、組團旅行社及市場機制。政治干涉觀光是兩岸旅遊業者及民眾較難克服的因素。近來兩岸交流，促進民間更深層的互動，經濟、教育、宗教、人文與婚姻等都有良好的發展；和平善意有助於兩岸觀光發展，如果大陸運用政治對台灣文攻武嚇與打壓，對觀光可能會有

反效果！大陸組團旅行社規模比較大，並且壟斷市場；而部分組團旅行社對陸客團來台旅遊不健全的操作，可能減低陸客參團來台，轉而選擇自由行。旅遊形態與族群的轉變讓陸客更自主旅遊，影響參團意願；也因此，或許可使兩岸旅遊業更成熟發展。別人在進步，而我們留在原地甚至退步；因為市場機制而使陸客團減少是促使台灣旅遊業需更努力的警訊！

（二）台灣方面

陸客團來台旅遊人數減少可能的因素為觀光政策、地接旅行社及旅遊環境。台灣觀光政策朝向陸客團質量並重、增加自由行人數、深度體驗的方向發展；普通團配額減少，而優質團未達到預定目標，確實影響陸客團赴台人數。台灣地接旅行社近似賭團方式接到陸客團，再經由安排購物及自費活動賺取不確定利潤，旅行品質不易提升，也可能影響陸客及台灣民眾的權益；而陸客不愉快經驗經由口耳相傳，可能影響親友參團來台意願。隨著好奇與特殊情懷的吸引力逐漸流失，加上安全疑慮、特色不突出、設施不完善、只有特定商家獲利、部分民眾對陸客負面觀感、誤解及不友善言論對待，都可能影響陸客參團來台意願；因為台灣旅遊環境使陸客團減少，是台灣本身需自我檢討的因素。

二、管理意涵

兩岸觀光牽涉政治難免有太多變數，對於大陸官方政策、大陸組團社、市場機制不能直接控管的部分，我國政府必須要密切注意監控、加強溝通並採取必要措施。從實務觀點來看，瞭解陸客團減少可能的因素可以提供相關單位管理上的參考，有助於觀光政策的規劃、旅行業者的輔導及旅遊環境的提升；分述如下：

（一）觀光政策的規劃

誠如范世平（2005）指出大陸自改革開放後，將觀光發展視為國家發展戰略中的重要政策之一，嚴格的出境管制及高數量的觀光客輸出，使大陸可以操作「旅遊外交」及「以經促政」。大陸觀光從「經濟產業」變成「支柱產業」到現在進入「戰略性支柱產業」，從「旅遊大國」逐漸進入「旅遊強國」；而台灣的觀光資源有限，觀光產業未受到應有的重視，不易與周遭地區與國家競爭。開放陸客來台觀光後，觀光人數有較大的成長。新政府剛上任對於陸客市場採取維持現狀的態度；因應陸客團減少，陸續提出相關措施：例如改善陸客一次環島旅遊型態，採分時、分區、分流方式，推廣多次及深度體驗台灣，期盼能維持陸客一定

數量，轉變低價團及採購團的模式並提升品質。另外，經由擴大免簽證國家、提升機場建設、規劃國際航線、培訓各國語言觀光人才、改善景點周邊軟硬體設施、增補多國語景區指示牌、調整經貿關係等，多元分散吸引其他國外觀光客來台觀光。

政府宜更積極重視我國觀光政策，朝向：1.對應大陸「國家級」旅遊局及所屬的「中國旅遊研究院」，我國應提升觀光局位階並成立跨部會協調觀光事務組織及「國家級觀光研究單位」。2.舉辦國際會議展覽、比賽與活動，並爭取大型獎勵旅遊團；除了外匯商機，也可創造話題，成為台灣最完美的宣傳。

（二）旅行業者的輔導

惡性競爭、不合理抽佣是旅行業需改善的問題。開放陸客前，日本是來台觀光最大客源國；旅行社低價爭取日客團，再投資購物站賺佣金及利潤，與現今接待陸客團操作模式相似。陸客團減少可給台灣旅遊業一個「反思與改善」的時間和空間。目前來台陸客多屬普通團；除了好奇嘗鮮、特殊情感外，也有基於文化、休閒和購物而來。網路時代的各種創新服務都衝擊既有旅遊環境，尤其旅客對商品價格與資訊的掌握；相關單位已加強旅遊品質觀念宣導與提昇，並致力預防購物糾紛。政府有具體觀光政策，並輔導旅行社能提供服務及管控相關產業；而旅行社要永續經營，更須發揮自己的強項、特色及賣點，掌握相關資源提供誘因與優惠，讓旅客有美好的回憶，愛上來台旅遊、提高重遊率並很樂意推薦親友來參加旅遊團。

政府要更加強對旅行業者的輔導，朝向：1.落實旅行社的品管機制與價格規範，將旅遊團行程採用分級管理，限制惡性競爭與寡頭壟斷；針對陸客特性，做出市場區別與差異化的旅行團。2.建立第三方支付機制，要求組團旅行社先付費地接旅行社才接團，改善大陸組團旅行社轉單要脅、拖欠團費的情況。3.加強取締旅行社派遣不合格的人員隨團、強制要求業者開發票，以防止業者逃漏稅。4.擬定法規，規範旅行社和導遊、領隊雙方僱傭、投保相關問題及工作權益之維護，落實相關配套辦法並有效執行。5.旅行社需安排經品保協會認證、童叟無欺的購物店；安心購物環境除了可讓旅客買的合理安心，不會受騙上當，也讓專業努力工作的業者有合理薪資及利潤。

（三）旅遊環境的提升

遊客來台旅遊都希望玩得安全、玩得安心並且玩得開心。提供合宜的設施將成為吸引高端遊客的關鍵因素 (Song and Witt, 2006)；吸引優質旅客未必是昂貴硬體，最重要是安全、友善環境與尊重。嚴長壽認為「文化是台灣最大的價值，觀光客分成走馬看花、深度旅遊、無期無為三種；台灣最適合深度旅遊的漫遊、無期無為的休息，享受這邊的文明氣氛。雖然台灣觀光業現在有點挫折，但也是我們重新反思的機會」(經濟日報，2016)。相關單位已努力將台灣景點、文化資產經由故事、深度體驗，轉變為經認證、有所選擇的文化經濟；除了好山好水外，更可體驗台灣民眾親切好客與獨特的原住民文化(服裝、美食、歌謠、祭典等)，品嚐融和各地風味的飲品美食與小吃文化(古早味、創意料理等)，讓來台的遊客都能滿足其對台灣旅遊的渴望。陸客來台可感受台灣普世價值與民主體制，大陸官方並未刻意阻擋陸客赴台旅遊，陸客團減少可能的關鍵在於陸客本身對台灣感受不到善意和歡迎。一些不歡迎陸客的言論，甚至歧視陸客的觀念行為已造成了情感傷害；一旦形成社會風氣，不友善言論充斥坊間，可能會讓陸客打從心裡就不想來台灣，對台灣的觀光業的影響更大。對於旅遊環境的提升，台灣尚有改進空間。

政府要營造更安全與友善旅遊環境，讓遊客感覺受歡迎與尊重，朝向：1.落實遊覽車管理、駕駛員訓練、道路設備與道路狀況掌控；尤其在駕駛人員調度安排方面，必須嚴格控管駕駛人的工時和保障休假。2.積極提升景點基礎建設，預防旅客大量湧入影響當地居民生活品質；同時保護生態景觀，讓景點永續經營。3.善用台灣旅遊資源，營造國際級特色亮點。4.避免政治議題影響觀光；建立台灣民眾竭誠歡迎各國旅客、親切好客、禮儀之邦的國際形象。

三、研究限制與後續研究建議

本研究雖已儘量追求嚴謹，仍有其研究限制。首先，本研究在台灣進行訪談，未至大陸訪問陸方旅行社人員或相關人士增加代表性，而以透過多方文獻及政府資料方法來增加陸團減少因素的客觀資訊。其次，因陸客來台旅遊已達千萬人次以上，對於訪談之陸客，未能進行量化抽樣及與母體適度進行比對。第三，本研究辨別出陸客團減少可能的因素，然而因素與知覺之間的關係卻未經過證實。建議後續研究者可進一步採行量化研究，探討陸客團減少可能的因素，同時探討知覺與因素之關係，以釐清陸客團減少可能的因素；亦可進一步對陸客特性進行分

析，瞭解陸客的涉入程度及改變狀況（例如：旅遊知識、對台認知與情感等），發覺某些重要的訊息或回饋，將有助於改善陸客團減少可能造成的負面影響。面對陸客團減少的影響，值得後續研究者持續關注。

參考文獻

- 中華人民共和國國家旅遊局（2016）。政府信息公開。上網日期：2016年12月22日，網址：http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lys/j/201606/t20160622_774985.shtml。
- 內政部入出國及移民署（2016）。政府資訊公開。上網日期：2016年9月8日，網址：<http://www.immigration.gov.tw/ct.asp?xItem=1084043&CtNode=32543&mp=1>。
- 交通部觀光局（2017）。觀光統計。上網日期：2017年3月9日，網址：<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>。
- 江季芸、洪梓晏、謝佳宏（2014）。以旅客推動和拉動旅遊動機探討休閒牧場口碑影響之研究：分析顧客價值的調節效果。行銷科學學報，10(1)，41-64。
- 范世平（2005）。中國大陸旅遊外交政策之研究：以出境旅遊發展為例。中國大陸研究，48(2)，61-97。
- 益普索（2014）。中國公民出境（城市）旅遊消費市場報告。北京：世界旅遊城市聯合會。
- 張軒瑄（2015）。在地人對陸客來台觀光發展之衝擊認知與支持態度－觀光依賴度與接觸經驗之調節效果。觀光休閒學報，21(2)，183-220。
- 張德儀、汪芷榆、杜宜芳（2014）。陸客來台旅遊購物騷擾現象之探討。島嶼觀光研究，7(4)，48-72。
- 曹勝雄、李淑如（2007）。GPT服務品質構面與量表之建立：整合旅遊仲介與消費觀點。休閒與遊憩研究，1(1)，15-40。
- 曹勝雄、林維榕（2011）。冒險遊憩中的挑戰來源。戶外遊憩研究，24(1)，57-82。
- 曹勝雄、張德儀（1995）。消費者對旅行社選擇偏好之研究。觀光研究學報，1(3)，53-75。
- 莊麗娟、唐慧君、許欣琦、黃毓芳（2010）。國外人士來台自助旅遊的需求與服務商機。台北：經濟部。
- 陳美如、蔡精育、宋鎧、范錚強（2012）。線上口碑對消費者購買意圖之影響－

- 網路論壇的實驗研究。《中山管理評論》，20(2)，441-475。
- 黃深勳、曹勝雄、容繼業、陳建和（2005）。《觀光行銷學》。台北：國立空中大學。
- 楊政梓、陳光華、盧衍良、陳佩珍（2015）。流不流漣、百年依戀：陸客來台自由行之行為意圖。《運輸學刊》，27(3)，385-414。
- 葉智魁、許義忠、Chick（2011）。運用自由列舉法發展臺灣本土休閒活動量表。《觀光休閒學報》，17(1)，1-23。
- 董孟修（2013）。華語導遊接待陸客低價團之研究。《觀光休閒學報》，19(3)，233-255。
- 董孟修（2016）。遊覽車駕駛工作壓力的來源。《運輸學刊》，28(2)，87-212。
- 董瑞人（2013）。大陸旅客來台旅遊行程效率層面服務補救與口碑宣傳之研究。《島嶼觀光研究》，6(4)，23-45。
- 趙宏傑、吳必虎（2013）。大陸赴台自由行遊客地方認同與休閒效益關係研究。《旅遊學刊》，28(12)，54-63。
- 聯合新聞網（2016）。嚴長壽退休。上網日期：2016年6月20日，網址：
<http://udn.com/news/story/7241/1773766>
- 蘋果日報（2016）。陸客銳減。上網日期：2016年6月3日，網址：
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20160603/37250070>
- Biswas, A., & Blair, E. A. (1991). Contextual Effects of Reference Prices in Retail Advertisement. *Journal of Marketing*, 55(3), 1-12.
- De Albuquerque, K. & McElroy, J. (2001). Tourist Harassment: Barbados Survey Results. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 477-492.
- Gaskell, G. (2000). Individual and Group Interviewing. In M W. Bauer & G. Gaskell. (Eds.). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. London : Sage.
- Gursoy, D., & McCleary, K. W. (2004). Travelers' Prior Knowledge and its Impact on their Information Search Behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(1), 66-94.
- Hanqin, Z. Q., & Lam, T. (1999). An Analysis of Mainland Chinese Visitors' Motivations to Visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), 587-594.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content analysis in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 4(1), 8-18.

- Kim, J., Ahn, K., & Chung, N. (2013). Examining the Factors Affecting Perceived Enjoyment and Usage Intention of Ubiquitous Tour Information Services: A Service Quality Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(6), 598-617.
- Kim, N., & Chalip, L. (2004). Why Travel to the FIFA World Cup? Effects of Motives, Background, Interest, and Constraints. *Tourism Management*, 25(6), 695-707.
- Klenosky, D. B. (2002). The "Pull" of Tourism Destinations: A Means-end Investigation. *Journal of Travel Research*. 40(4), 396-403.
- Kozak, M. (2006). Tourist Harassment: A Marketing Perspective. *Annals of Tourism Research*. 34(2), 384-399.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2000). *Focus groups: A practical Guide for Applied Research (3rd Ed.)*. CA: Sage.
- Lai, C., Li, X. R., & Harrill, R. (2013). Chinese Outbound Tourists' Perceived Constraints to Visiting the United States. *Tourism Management*, 37(1), 136-146.
- Mak, A. H.N., Wong, K. K.F., & Chang, R. C.Y. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of the Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442-1452.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., & Graefe, A. R. (2004). Nature Tourism Constraints: A Cross-activity Comparison. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 540-555.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods (2nd Ed.)*. Newbury Park, CA: Sage.
- Quiroga, I. (1990). Characteristics of Package Tours in Europe. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 185-207.
- Rowen, I. (2014). Tourism as a Territorial Strategy: The Case of China and Taiwan. *Annals of Tourism Research*, 46(1), 62-74.
- Song, H., & Witt, S. F. (2006). Forecasting International Tourist Flows to Macau. *Tourism Management*, 27(2), 214-224.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3),

199-244.

The World Economic Forum (2016). *Reports*. Retrieved June 1, 2016, from <http://https://www.weforum.org/>.

Tsaur, S.H., Yen, C.H., & Chen, C.L. (2010). Independent Tourist Knowledge and Skills. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1035-1054.

Wang, K.C., Hsieh, A.T., Yeh, Y.C., & Tsai, C.W. (2004). Who is the Decision-Maker: the Parents or the Child in Group Package Tours? *Tourism Management*, 25(2), 183-194.

Wong, A. (2001). Satisfaction with Local Tour Guides in Hong Kong. *Pacific Tourism Review*, 5(1), 59-67.

Wong, S., & Lau, E. (2001). Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages. *Journal of Travel Research*, 40(1), 57-67.

Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of Importance-performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists

Meng-Hsiu Tung

Department of Tourism and Hospitality, Assistant Professor, Kainan University

Abstract

Decreasing Chinese group tourists is a serious problem to tourism, but previous studies have not completely identified correlative factor. Hence, the purpose of this study is to uncover the correlative factor. In-depth interviews with 32 respondents were conducted. Through content analysis, the author extracted two dimensions of decreasing Chinese group tourists, China-related and Taiwan-related. The China-related dimension involves official policy (political manipulations, decrease travel paper decrease official communication, suspend flight, decrease subsidy), outbound travel agencies (monopoly, unhealthy business practices, suspend tourism group, promote other tourism destinations), and market mechanism (many tourism destinations, mature travel environment, change of tourism form, change of tourism people, word-of-mouth from friends). The Taiwan-related contains tourism policy (decrease general group, increase excellent group, increase independent travel, promote deep travel), inbound travel agencies (price compete, shopping questions, tourism harassment, lacking of creative tour), and travel environment (safe factor, decreasing attraction, tourism infrastructure imperfect, some people unfriendly). Managerial implications are also proposed for government to plan travel policies, assist travel agency and promote travel environments.

【Keywords】 Chinese Tourists, Decreasing Chinese Group Tourists, Content Analysis

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

稿約

- 一、島嶼觀光研究(以下簡稱本刊)係由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行之學術刊物。本刊旨在提供島嶼觀光之學術發展機會，希冀透過學術之研究，促進島嶼觀光、休閒、遊憩、體育、運動等相關產業之蓬勃發展。本刊設有審查制度，採審查者與投稿者雙向匿名方式進行審查，且隨到隨審，歡迎各界惠賜有關島嶼觀光、休閒、遊憩、運動、體育等之中英文原創性論文(original research paper)。
- 二、本刊每年共計發行四期，分別於三月、六月、九月、十二月各出版一期，全年皆接受投稿。
- 三、稿件凡經刊登將轉成 PDF檔，由投稿者自行列印抽印本。
- 四、稿件著作權歸屬本刊，本刊亦有刪改權，投稿時需繳交「投稿者基本資料表暨聲明書」，除獲本刊同意，不得重刊於其他刊物。本刊不接受一稿兩投之稿件，凡曾於其他刊物發表或抄襲之稿件，一概拒絕刊登，一切法律問題自行負責。
- 五、投稿須繳交「自我檢查表」，未能符合本刊之規定格式撰寫之論文，不予審查及刊登。
- 六、為提升投稿稿件作業與提升環保效益，本刊僅用電子郵件投稿與審稿之方式。投稿稿件之格式必須為 Microsoft Word檔案。本編輯委員會將加速審稿之作業，審查結果儘速予以回覆。
- 七、請將投稿稿件與作者相關之資訊(如：作者姓名、服務單位、職稱、地址、聯絡電話、傳真電話、電子郵件地址，並敬請註明通訊作者)，利用電子郵件之方式郵寄至執行編輯之電子信箱，作者應於投稿稿件郵寄出後，十天之內收到收稿確認之電子郵件，若於十天之內尚未收到收稿確認之電子郵件，敬請重新將投稿稿件寄出。

八、如蒙賜稿，來稿請寄至：

島嶼觀光研究 主編 白如玲

國立澎湖科技大學 地址：880 澎湖縣馬公市六合路300號

E-mail：ruling777@gmail.com；ruling@gms.npu.edu.tw

傳真：06-9272947

電話：06-9264115 轉 3101

行動：0921-351838

「島嶼觀光研究」投稿須知

一、來稿首頁須載有：

- 1.中英文題目、中英文作者姓名、中英文任職機構、通訊地址、電子郵件信箱及電話。
- 2.作者如不僅一位，請在作者姓名之後及任職機構之前加註*、**、***等對應符號，並註明通訊作者，以俾利識別。
- 3.本刊稿件均為匿名審查，作者資料僅出現於首頁，次頁正文之後請勿再出現，以利審查作業。

二、來稿次頁為本文，撰寫順序為：

- 1.中文題目、中文摘要、中文關鍵詞。
- 2.正文(諸如：緒論、文獻回顧、研究方法、研究結果、結論與建議)
- 3.引用文獻或註釋。
- 4.英文題目、英文摘要、英文關鍵詞(Keywords)。

三、中英文摘要不得超過 500字，以一段式呈現；中文摘要內容包括：研究目的、研究方法、結果與結論；英文摘要，內容與中文摘要一致。中英文關鍵詞以不超過 5 個為原則。

四、本刊稿件全文以二萬字為限(含中、英文摘要與圖表)，經本會編輯排版後以 20頁為原則。

五、文稿書寫格式：

- 1.來稿請以市面通用之電腦文書處理系統鍵入並以 A4大小之紙張直式橫寫，中文標題 16號粗體、次標題 14號粗體、內文 12號(新細明體)，1倍行高，註明行高，每頁最多 26行；英文及數字為(Times New Roman字體)；中文標點符號用全形，英文標點符號用半形。
- 2.文字敘述之編號順序，中文為：壹、一、(一)、1、(1)，英文為：I、(I)、A、(A)、a、a、i、(i)，文字敘述中之數字，用阿拉伯數字表示。
- 3.圖片標題在下，表格標題在上，順序以圖1 (Figure1)、表1 (Table 1)、圖2 (Figure2)、表2 (Table2)，等表之。
- 4.引用文獻以確經引用者為限，並須在文內引用之處予標示，順序為：先列中文、後列西文、其他外文。書寫格式為求統一，請參用 APA格式撰寫，中文依姓氏筆劃排序，英文依姓氏字母排序，網路資料依語言類型一併排列。
- 5.引用文獻書寫方式：
(1)期刊：作者姓名(年份)。題目。發表刊物名稱<斜體>，卷(期)，頁數。

- (2)書籍：作者姓名(年份)。書名<斜體>。出版地：出版者。
- (3)書籍專書與研討會論文：作者姓名(年份)。專章名稱或論文之名稱。編者，論文集名稱<斜體>(頁數)。出版地：出版者。
- (4)未正式出版學位論文：研究生(年份)。論文名稱<斜體>。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。
- (5)博碩士論文電子版：研究生(年份)。論文名稱<斜體> [電子檔]。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。上網日期：年月日。網址：URL。
- (6)翻譯書籍：原作者中文譯名(原名)(譯本年份)。翻譯書名<斜體>(譯者譯)。出版地：出版者。(原著出版年份)
- (7)報紙文章(有作者)：作者姓名(刊行年月日)。文章名稱。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (8)報紙文章(無作者)：文章名稱(刊行年月日)。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (9)網路文章：作者姓名(年份)。網頁標題。上網日期：年月日。網址：URL。

六、表格書寫格式：

- 1.表格標題置於表格之上，無框線。整體統計表以「置中」方式放置於內文中間。
- 2.標號以表1 (Table 1)、表2 (Table2)等格式呈現。標題與標題之間空一個全形格。
- 3.表格內無直線，僅有橫線，最上和最下端的線用 1½的粗線，其間的橫線用 ½的細線，表格為單行間距。
- 4.表中數字一律用半形，小數點上下對齊，個位數亦上下對齊。
- 5.表中的數值除了「P值」列出小數到第 3位以外，其餘四捨五入到小數第 2位，「P值」的小數前面不加「0」，其餘的數值若不到整數，在小數點之前加上「0」。
- 6.若統計考驗達顯著標準，在表中的「F值」或「t值」等統計考驗值右方標註「*」，並在統計摘要表左下方(和標線的左端切齊)標示「* p<.05」。

七、圖片書寫格式：

- 1.圖片或相片須為電子檔且清晰。
- 2.圖片標題置於圖檔正下方。
- 3.縱軸和橫軸的比率是3：5(黃金分割)。
- 4.縱軸和橫軸有小標題。
- 5.縱軸標示出單位和刻度，橫軸若是以連續變數來分組亦標示單位和刻度。但橫軸若是以名義變數來分組，則無標示單位和刻度，只標示出各組的名稱。
- 6.縱軸的單位由下而上依次增大，而橫軸的單位由左而右依次增大。
- 7.縱軸和橫軸若不是由原點開始，則應標示缺口。

「島嶼觀光研究」審查流程

- 一、「島嶼觀光研究」（以下簡稱本刊）設有編輯委員會處理稿件之編輯及發行事宜。
- 二、本刊由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行，發行人為本校王瑩瑋校長，總編輯由本院院長于錫亮教授擔任，負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事，主編由觀光休閒系白如玲副教授擔任，編輯委員會之編輯人員設分科召集人以三人為原則，協助審閱稿件並指派審查委員；設秘書一人，負責簽案、收集稿件、催稿及連絡等相關事宜。
- 三、投稿本刊之稿件由編輯登錄稿件，並初步檢查是否符合本刊稿約之約定、格式是否符合本刊之要求，如格式不符者，請其修改再投，格式審查結果將於稿件收到後十五天內完成。
- 四、主編依稿件領域分配分科召集人，各分科召集人依其內容指派二位審查委員審查之。複審稿件審查以二週為期限，若超過期限，分科召集人將指派另一位審查委員進行審查。
- 五、本刊審查方式採審查者與投稿者雙向匿名方式進行。
- 六、稿件經審查未達本刊要求之水準將予退稿，若內容宜修改後再審，將通知投稿者依據審查意見於二週內完成修改，並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊再審，若超過期限為修改寄回，視為放棄審查。
- 七、審查結果以電子郵件將審查意見表給予作者，審查結果處理方式共有四種不同，分述如下：
 - (一)「修改後刊登」---若二位審查意見皆為修改後刊登，交由分科召集人裁決。
 - (二)「修改後再審」---有兩種情況：1.一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為修改後再審；2.二位審查意見皆為修改後再審。不管哪種情況皆須聯繫作者依審查意見作修改，並將修改稿件連同答辯書寄回審查委員審查之，直到審查意見為修改後刊登或不宜刊登為止。
 - (三)「不宜刊登」有兩種情況：1.若一位審查意見為修改後再審，另一位審查意見為不宜刊登；2.若二位審查意見皆為不宜刊登，則交由分科召集人裁決。
 - (四)若一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為不宜刊登，則交由分科召集人裁決，或指派第三位審查委員審查之。
- 八、本刊分科召集人著作投稿時，則交由主編分配其他分科召集人，並應迴避提供審查委員名單及稿件審查結果。
- 九、本刊每年分別於三、六、九、十二月出刊，稿件之刊登順序由編輯委員會依文稿之性質及投稿時間之先後次序開會決定之。
- 十、本刊在取得作者「著作財產權讓與書」後，與國家圖書館及CEPS中文電子期刊合作，將稿件提供電子資料庫供研究者檢索下載。

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

發行人：王瑩瑋 發行所：國立澎湖科技大學
總編輯：于錫亮 地址：澎湖縣馬公市六合路300號
電話：(06)9264115轉1081
傳真：(06) 9272947
網址：<http://163.15.209.95/ctl/>

編輯委員

黃金柱	開南大學	教授
黃芳銘	國立嘉義大學	教授
沈易利	國立臺灣體育運動大學	教授
黃宗成	國立嘉義大學	教授
洪榮聰	建國科技大學	教授
林士彥	國立暨南國際大學	教授
沈進成	國立高雄餐旅大學	副教授
吳崇旗	國立屏東科技大學	副教授
陳元陽	國立臺中科技大學	助理教授

主 編

觀光休閒系 白如玲 副教授

執行編輯

餐旅管理系 陳宏斌 副教授

創刊號：2008年9月創刊

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

Contents

- ♦ **Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area**

Tsao, H. C.

- ♦ **The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists**

Tung, M. H.

- ♦ **A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District**

Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T.

- ♦ **Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region**

Wang, T. M., & Lin, C. C.

College of Tourism and Leisure, National Penghu University
of Science and Technology Publisher

ISSN 2072-5388

Jul., 2017

島嶼觀光研究

第十卷 第二期

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

目錄 • Contents

- ◆ 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例
曹校章
- ◆ 陸客團減少因素初探
董孟修
- ◆ 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳
- ◆ 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係之研究
-以馬祖地區為例
王大明、林家鍼



國立澎湖科技大學觀光休閒學院 發行

2017年7月 ISSN 2072-5388

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

目錄

第十卷第二期

中華民國一〇六年七月

- 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例-----曹校章 1
- 陸客團減少因素初探-----董孟修 17
- 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
-----劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳 41
- 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係
之研究-以馬祖地區為例-----王大明、林家鍼 63

JOURNAL OF ISLAND TOURISM RESEARCH

CONTENTS

VOL.10 NO.2

Jul., 2017

Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area----- Tsao, H. C. 1

The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists----- Tung, M. H. 17

A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District----- Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T. 41

Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region----- Wang, T. M., & Lin, C. C. 63

美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究

劉漢城*劉馥瑤**陳朝圳*** (通訊作者)

*國立屏東科技大學生物資源研究所

**正修科技大學

***國立屏東科技大學森林系

收件日期：106年05月09日；第一次修正：106年06月21日；

接受日期：106年06月21日。

摘要

本文針對美濃地區在農村再生條例推動後的景觀狀態，以遊客的客觀性身份探討景觀意象、視覺偏好與重遊意願的影響。透過問卷調查，並採隨機抽樣進行調查，共發放500份問卷，獲得有效問卷449份。回收資料利用敘述性與相關分析檢定景觀意象、視覺偏好、重遊意願之關係。研究結果顯示，目前遊客對田園景緻與天際線的景觀意象與視覺偏好皆呈現高認同，但對當地街道美感與標誌性建築的景觀意象平均值偏低；但在整體景觀意象因子與重遊意願有正向關係，而視覺偏好與重遊意願具有正向相關。遊客對街道美感與標誌性建築的景觀意象較薄弱，目前需加強改善。盼藉由研究結果瞭解情況和提出解決方案，為農村景觀規劃和永續發展之參考。

【關鍵字】 景觀意象、視覺偏好、重遊意願

INTRODUCTION

Taiwan's rural communities are experiencing the phenomena of aging population, a drop in farming population, population outflow, and weak economic development. To improve these circumstances, many communities are relying on the tourism industry to improve their economic competitiveness. Currently, policies for promoting rural development (e.g. transforming farmland into construction or industrial land) have been implemented regardless of the environment, thus threatening rural areas' ecological well-being and causing a loss of farmland, food security issues, and rural landscape fragmentation (Li and Lin, 2014). The development of tourism cannot cure all the problems of rural development, and when resorting to tourism, the local economy will not show signs of improvement unless the conditions of rural living environment, types of agricultural operations, and existing employment opportunities improve (Mao, 1995). The recovery and protection of rural landscapes can be achieved when the natural resources are recycled within the limit of the ecosystem's carrying capacity and resilience due to landscape protection programs (Tseng and Chen, 2007). As for the solution to rural ecological fragmentation, it is advisable to carry out rural reconstruction to recover biodiversity and achieve harmonious coexistence between man and nature (Li, 2011). Therefore, rural reconstruction could help in the re-evaluation of rural society and is also the most effective method for the connection and integration of rural resources.

Based on the above situations, government and non-governmental organizations can form collaborative efforts at promoting rural reconstruction programs, which, with residents' participation, can revitalize industry, pass down rural cultural heritages, and beautify the environment in an orderly way (Rural Rejuvenation Act, 2010; Council of Agriculture, Executive Yuan, 2017). By launching reconstruction programs, the development of rural tourism can also be promoted. However, among all types of rural landscape, few have achieved a good balance between sound

planning and preservation of the natural landscape. Inspired by the concept of sustainability between development and the environment, ever since the implementation of the "Rural Regeneration Act" many people (both locals and tourists) have become attracted to resources integration, rural cultural heritage sites, ecological education, leisure agriculture, experiencing rural life, etc. These forms of tourist development have successfully preserved the special rural landscape (Rural Rejuvenation Act, 2010). Moreover, many landscape studies have confirmed that people have higher preferences for the natural environment of rural areas versus that in cities (Purcell et al., 2001; Van den Berg et al., 2003).

Meinong District in Kaohsiung, Taiwan is a relatively large-scale reconstructed rural landscape. This study takes the case of Meinong to find out whether tourists' preferences for its rural landscape are affected by the program of integrating "agricultural production", "humanity", "ecology", and "space reuse", and from the results about the relationship between rural landscape reconstruction and tourist revisit intentions it offers reasonable suggestions. This study's purpose is to present the landscape image of tourists and the influence that visual preferences have on willingness to revisit. Discussing the correlation between visual preferences and willingness to revisit in the framework of a landscape image can lead to a better understanding of visitors' actual perception about rural landscape reconstruction.

LITERATURE REVIEW

"Landscape" refers to environmental surroundings or some kind of natural scenery. When people walk through a certain space, what they see forms the visual continuity, which reflects their projected subjective emotions, also known as the "image" (Boulding, 1956; Garrett, 1964; Oxenfeldt, 1975). Landscape image is a series of sensory information that contain what people experience, feel, and see in the living environment when going through the process of being modified or being given meanings (Zube et al., 1982). After such an experience, tourists display continuous

feelings and produce images such as "cognition", "affection", and "integrity" among other images (Baloglu and McCleary, 1999). Therefore, images can be used as expressions of tourists' ideas or impressions (Hunt, 1975; Crompton, 1979). This study utilizes rural landscape images after reconstruction to discuss what tourists see in Meinong, which reflects the current stage.

Vision is humans' main method of sensory evaluation on the outside. It is shown that vision has a far more powerful impact than hearing (vision accounts for 87%; hearing account for 7%) (Wodsworth, 1983; Feng, 1989). Visual communication can influence people's subjective judgment, decision, or behavior, which are the forms of preference (Howard and Sheth, 1969). Therefore, visual preference is one way to understand landscape perception as well as the outcome of the interaction between people and the environment. At first, personal experience, anticipations, and the current status of things develop into landscape cognition and finally become the internal evaluation of landscape quality (Li, 2000; Zhang et al., 2012). Visual preference results from the subjective judgments and evaluations of the landscape by the viewers, and is the instinct of the general public (Taylor et al., 1987; Mealey and Theis, 1995). When in an environment, all the senses will feel the space, where vision has the greatest sensory range, and the true nature of the environment and its characteristics (Yu, 2004). Through personal background and previous visual experience, the impression of the landscape, imagination, meaning, and aesthetics of the reaction, according to the emotional value of the judge, for the quality of the landscape to see the preferences and give an evaluation (Li, 1999; Ohta, 2001).

Landscape image and visual preference are in general a series of processes that include perceptions by individuals after contacts with the landscape and evaluations of the landscape according to the degrees of preference. At present, the main indicators used for the description of landscape image and visual preferences are: 1) self-explanation - the ease with which the viewer conducts a verbal description of the elements or classification of landscape; 2) representativeness - the importance or rarity of the landscape; 3) vividness - the degree of attraction that the landscape exerts

on the visitor; 4) naturalness - the degree to describe how obvious the trees or vegetation and other natural resources are in the landscape; 5) integrity - the degree of orderliness or co-existence between the natural resources and artificial objects' landscape (Kaplan et al., 1972; Evans et al., 1982; Kaplan, 1985; Herzog, 1992). Visual perception is the core of rural landscape planning, and so this study applies the above theory to evaluate tourists' rural landscape image and visual preference.

"Revisiting intentions" results from consumers' perceptions, emotions, and intentions (Engel et al., 1995). Baker and Crompton (2000) believe that revisit denotes visiting a certain destination once again; the willingness of tourists to do so can be regarded as the basis of emotional and loyalty degree and can be summarized as two dimensions of intentions: a positive revisit and recommendation (Dick and Basu, 1994; Zeithaml et al., 1996; Kozak, 2001). This study deduces that the landscape image can be utilized to predict tourists' willingness to revisits Meinong.

METHODOLOGY AND METHODS

I. Research Design

This study focuses on collecting, investigating, and analyzing the environmental data of Meinong District after the implementation of the Rural Rejuvenation Act since 2011. The study also adopts the method of questionnaire to obtain subjects' opinion and evaluation of the landscape image of the rural area to confirm whether landscape image affects revisit intentions. Tourists instead of the local residents were chosen to be subjects for the purpose of avoiding any preconception due to the recognition of their hometown and the low degree of identification caused by visual fatigue.

The study employs the questionnaire as the main tool and integrates the landscape image factors put forward by Kaplan et al. (1972), Evans et al. (1982), and Herzog (1992) as the five bases for assessment. Visual preference takes tourists' personal and intuitive preference as a criterion, namely physical and psychology cognitive pattern, representing people's general response (Taylor et al., 1987). Revisit

intentions takes a reference from what Dick and Basu (1994), Zeithaml et al. (1996), and Kozak (2001) summarize as revisit intentions and recommendation intentions (Table 1: content of the questionnaire). The questionnaire is divided into five parts: "background of subjects", "landscape cognition", "visual preference", "revisit intentions", and "supplementary explanation (visitors are free to fill in as they see fit)". In addition to socioeconomic background, the questionnaire adopts the Likert-type Five Point Scale as its measurement. The five scales are respectively "very strong / like it very much (5)", "strong / like it (4)", fair (3)", "weak / dislike (2)", and "very weak / dislike it very much (1)", which help evaluate the subjects' feelings and revisit intentions towards Meinong's landscape at this stage.

During the survey, the processes are respectively field research, questionnaire development, before the start of the survey, formal questionnaire, and the final processing and analysis of the data. The sampling period was every Saturday and Sunday (including holidays) from December 3, 2016 to March 4, 2017. The sample process is random sampling.

Landscape features are divided into "hardscapes" and "softscapes". Hard landscapes include pavement, sculptures, arbors, seating, and lighting; soft landscapes refer to artificial landscapes, such as artificial vegetation, rivers, and lakes (Lu and Li, 2005). According to economic, practical, and beautiful garden design standards of landscape properties; (Lu and Li, 2005) creates with adopts a self-made questionnaire with design 7 items . The items are reduced through factor analysis, and with the use of Promax, factor loading between items is judged, and items with loading > 0.7 are deleted. In the end, the items of "the layout of the building (0.67)" and "plant configuration (0.62)" are deleted. The other items are used for the formal questionnaire (Table 1).

Consequently, the questionnaire was in line with validity requirements. Fifty visitors were randomly selected to take the pre-test, which produced 42 effective samples, or an approximate confidence interval of 95%. With this proportion, the standard number of formal questionnaires to be issued was calculated to be 385. In

order to increase the number of valid questionnaires, it was decided to issue 500 copies. A total of 449 valid questionnaires were received, excluding invalid questionnaires (missing questionnaires or misunderstood ones). The total effective rate was about 89.8%. In addition, the subjects participating in this study were required to meet the requirements of "age above 20" and "non-Meinong residents" (researchers orally confirmed this before the subjects started the questionnaires), so that the test results can be more objective.

Table 1. Structure of Questionnaire

Variables	Attributes
Landscape Attributes	(1) Street Aesthetic
	(2) Greening and Afforestation
	(3) Landmark Architecture
	(4) Pastoral Scenery
	(5) Skyline
Landscape Image Factors	(1) Self-explanation - the ease with which the viewer conducts a verbal description of the elements or classification of landscape (stronger local characteristics mean higher likelihood of landscape retention).
	(2) Representativeness - the importance or rarity of the landscape.
	(3) Vividness - the degree of attraction that the landscape exerts on the visitor.
	(4) Naturalness - the degree to describe how obvious the trees or vegetation and other natural resources are in the landscape.
	(5) Integrity - the degree of orderliness or coexistence between the natural resources and artificial objects landscape (harmonious or not).
Revisit Intentions	(1) Willingness to spend time or money in experiencing rural life.
	(2) Willingness to recommend it other people.
	(3) First destination for rural experience.
	(4) Willingness to visit again.

Ref: Kaplan et al.,(1972); Evans et al., (1982); Herzog (1992); Dick and Basu (1994); Zeithaml et al.,(1996); Kozak (2001)

II. Research Scope

The sampling of the study was mainly in Meinong District, Kaohsiung City. The community for dissemination of questionnaires was in Minong, Zhongzhen, Nanxing and Shishan. According to relevant literature exploring the extent of influence on landscape image, the rural landscape images are divided into 5 sets of landscape attributes:

- (I) Street Aesthetic - the main road, the water gate and guardrail, installation art, pottery wall, Yong'an Old Street;
- (II) Greening and Afforestation - border trees and idle farmland / open space;
- (III) Landmark Architecture (historic architecture or a representative landscape) - Meinong Lake, Hakka house for extended family, Words respect pavilions, East gate tower;
- (IV) Pastoral Scenery - farmland, forest, water, aqueduct, and the integrity of the settlement;
- (V) Skyline (the line where the sky and Earth appear to meet).

The questionnaire of the study was carried out from 10 a.m. to 3 p.m., with the purpose of receiving visitors' intuitive judgments on their degree of preference towards the landscape under the circumstances of sufficient sunshine and mild temperature. In addition, evaluations of landscape image and visual preference can be carried out not only by allowing visitors to experience the on-site atmosphere directly, but also by strengthening their rural landscape image of Meinong with a "photo". With photos involved, visitors' memory and image of the location can be produced (Herzog et al., 1976).

III. Research Hypotheses

Based on the landscape attributes summarized by the research, this paper analyzes the correlations between landscape image factors, preference, and revisit intentions and formulates the following hypotheses (Figure 1):

- H1. Landscape images of different landscape attributes are correlated with visual preference.

H2. The overall landscape image is correlated with revisit intentions.

H3. The overall visual preference is correlated with revisit intentions.

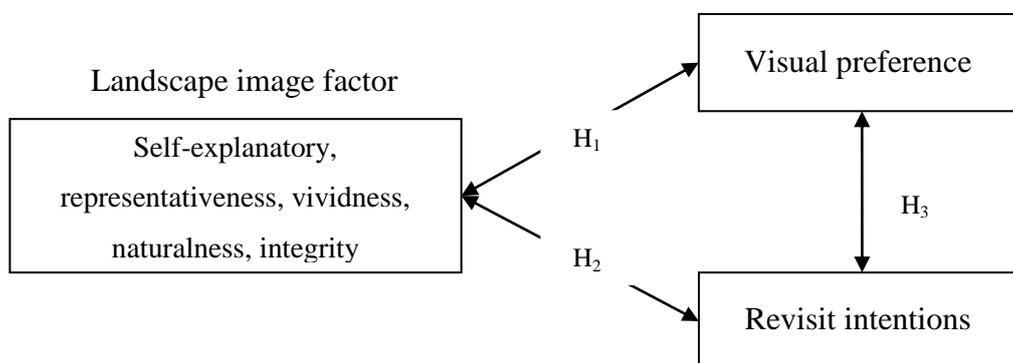


Figure 1. Research framework

IV. Data Processing

This study went through data processing after the questionnaire, conducting statistical analysis to verify the hypotheses puts forward. This study employs frequency distribution, percentage, mean, mode, and sorting in order to describe the relationship between the sample and variables, which include tourists' socioeconomic background, landscape attributes, landscape image, visual preference, etc. Next, correlation analysis is conducted to verify the correlation among revisit intentions, landscape image, and visual preference.

RESULTS AND DISCUSSION

I. Basic Attributes of the Subjects

This section looks at the socioeconomic background of the subjects, including gender, age, stay time, whether engaged in the landscape industry, average annual number of visits, and evaluation of the natural and cultural landscape.

Among all the qualified participants in the survey, the number of women was 275 (61.2%), or more than that of males at 174 (38.8%). The number of participants aged 20-30 was 208, taking the highest percentage of all age groups at 46.32%, while 130 participants were 31-40 years old (29%). There were only 14 participants (3.1%) aged over 61 years old (61 years old included). As for stay time, the number of participants whose stay time was above 3 hours (including 3 hours) was 194 (43.2%),

ranking first. There were 185 (41.2%) participants whose stay time was between 1 to 3 hours. People who spent the night made up the least number of participants at 70 (15.6%). In addition, among 449 subjects, 407 subjects were not engaged in the landscape industry (90.6%). For the evaluations of Meinong's present natural and cultural landscape conditions, 318 (70.8%) subjects expressed things could be better; 90 (20%) subjects said they did not have special feelings for its landscape; while only 41 (9.1%) subjects thought the landscape was very good.

II. The Analysis of Various Landscape Attributes-Landscape Image Factors

The questionnaire items adopted 5 scales (1-5) to describe the influence of different landscape attributes / landscape image factors to compare the strength of perception about the landscape image by the tourists (Table 2).

For the first landscape image of "Street Aesthetic", visitors evaluated the local streets with the lowest scores of vividness (Mean=2.35), followed by the scores of representativeness (Mean=2.40). The visual preference scores display the state of "I dislike it" (Mean=2.39). Overall, the tourists thought the main streets in Meinong lack planning and distinguishable identity. [Tourists added, "We fail to see street features or highlights. They look similar. In Meinong, there are no representative streets like Qishan or Jiufen.]

In the aspect of "Greening and Afforestation", tourists generally believed that the application of border trees provided an acceptable integrity, and the tourists displayed "fair" preferences. However, among the landscape image factors, "representativeness" was marked with the lowest score (Mean=3.39). Although "visual preference" (Mean=3.85) received an evaluation of between "fair" and "like it", improvements need to be made. The results also show that the visitors saw room for improvement in "representativeness" of the local settlements' greening measures. [One tourist added, "The greening is good, but it's not enough to make Meinong become the representative of Taiwan's rural greening. After all, other places have exerted more efforts in displaying their features."]

In the aspect of "Landmark Architecture", the visitors did not have strong impressions of Meinong's local landmark buildings at that moment. "Vividness" and "representativeness" were the two least recognized aspects, with the latter receiving the lowest score (Mean=2.48) and the former receiving the second lowest score (Mean=2.51). Although both "naturalness" (Mean=2.79) and "integrity" (Mean=2.76) received the two highest scores among all landscape attributes, they still have relatively low scores (Mean < 3). As for "visual preference", the tourists displayed a state of "I dislike it" (Mean=2.51). [One tourist added, "Although I have passed by some of the buildings, they failed to leave a deep impression. If it were not for the "photos" to jog my memory, I would be only familiar with the private museum."]

In the aspect of "Pastoral Scenery", tourists rated high most of the landscape image factors (Mean > 4). Only "representativeness" received a low score (Mean=3.79 < 4). The visual preference is love (Mean = 4.10). Compared to the other landscape image factors, "representativeness" seemed to perform poorly. It is perhaps because the participants generally thought Meinong's rural pastoral scenery is similar to that of other rural settlements, but this did not lower their affection and recognition towards its scenery, which can be inferred from the tourists' additional remarks. [One tourist added, "The pastoral scenery here shares high similarity with other Taiwan rural settlements."]

The aspect "Skyline" received high evaluations in most of the landscape image factors from many subjects. However, "representativeness" (Mean=3.80 < 4) needs to be improved. "Skyline" performed well in "visual preference" (Mean=4.12).

As is shown by the results, the subjects generally rated low on the factors of naturalness and integrity of "Street Aesthetic" and "Landmark Architecture" (Mean < 3), which would affect Meinong's landscape image in the minds of tourists. The average ratings of landscape image factors and visual preference of "Pastoral Scenery" and "Skyline" were close to 4, representing an overall high degree of recognition. The factor "Greening and Afforestation" was recognized moderately (Mean > 3). The average scores for most of the landscape image factors range from

3.5 to above 4. However, related research shows that visual preference has a direct impact on people's impression on the local environmental quality since it is a direct response from within. When naturalness and integrity are good, then a sense of joy can arise (Ulrich, 1983; Herzog, 1989; Li, 2000). Compared with other attributes, "Street Aesthetic" and "Landmark Architecture" are the weak spots of Meinong's landscape planning, meaning low recognition and low impression of the tourists are exhibited, requiring immediate improvements.

Table 2. Analysis of Various Landscape Attributes' Image Factors

Landscape Attributes		Self-explanatory	Representativeness	Vividness	Naturalness	Integrity	Visual preference
Street Aesthetic	M	2.53	2.40	2.35	2.74	2.91	2.39
	σ	.707	.571	.491	.810	.682	.527
Greening and Afforestation	M	3.53	3.39	3.55	3.77	3.72	3.85
	σ	.500	.489	.498	.421	.451	.560
Landmark Architecture	M	2.48	2.48	2.51	2.79	2.76	2.51
	σ	.685	.500	.771	.888	.836	.829
Pastoral Scenery	M	4.18	3.79	4.18	4.19	4.14	4.10
	σ	.461	.536	.406	.404	.475	.485
Skyline	M	4.22	3.80	4.22	4.22	4.18	4.12
	σ	.469	.544	.417	.417	.489	.546

1= very weak, 5= very strong.

III. Correlation Analysis of Landscape Image and Visual Preference

This study adopts Pearson's correlation analysis method to dissect the correlation between five landscape attributes and tourists' visual preference. This shall shed light on the visitors' impressions and preferences of the Meinong area and verify H1.

The analyzed results (Table 3) show first that for the attribute "street aesthetic", the factor "naturalness ($r=0.525$)" is highly correlated with visual preference, or much higher compared to the factor "integrity ($r=0.251$)". However, "representativeness" and "vividness" have no direct relationship with visual preference. Second, for the attribute "Greening and Afforestation", each factor is significantly correlated with visual preference, among which "vividness ($r=0.626$)" ranks first, "nature ($r=0.586$)"

comes second, and "representativeness ($r=0.325$)" takes last place. For the attribute "Landmark Architecture", only "naturalness ($r=0.627$)" and "integrity ($r=0.616$)" are highly correlated with visual preference. Moreover, a correlation exists among all factors of the attribute "Pastoral Scenery", where "self-explanatory ($r=0.161$)" has the lowest correlation with visual preference. Finally, for the attribute "Skyline", the factors "vividness ($r=0.824$)" and "naturalness ($r=0.824$)" are highly correlated with visual preference, which is higher compared to "self-explanatory ($r=0.560$)". However, "representativeness" has no significant correlation with visual preference.

The characteristics of the factors "self-explanatory", "naturalness", and "integrity" have a positive correlation with preference, which is also people's preference for the environment (Ulrich, 1983; Herzog, 1989; Kaplan, 1987; Sheets and Manzer, 1991). In addition, according to correlation analysis on landscape image factors and the preference of the tourists, "naturalness" and "integrity" have a high emphasis. The higher the ratings are for "naturalness" and "integrity" by the observers, the closer the observers believe that the landscape looks like a natural state from their imaginations (Tveit et al., 2006). "Naturalness" and "integrity" are the keys to influencing people's landscape image. The results of relevant studies are similar to this survey, displaying a positive correlation between landscape image and visual preference, H1 is verified.

Table 3. Correlation Analysis of Landscape Image and Visual Preference

Landscape Image \ Visual Preference		Self-explanatory	Representativeness	Vividness	Naturalness	Integrity
Street Aesthetic	Pearson's r	.059	.091	-.033	.525 ^(**)	.251 ^(**)
Greening and Afforestation	Pearson's r	.462 ^(**)	.325 ^(**)	.626 ^(**)	.586 ^(**)	.516 ^(**)
Landmark Architecture	Pearson's r	.033	.026	-.085	.627 ^(**)	.616 ^(**)
Pastoral Scenery	Pearson's r	.161 ^(**)	.237 ^(**)	.171 ^(**)	.200 ^(**)	.259 ^(**)
Skyline	Pearson's r	.560 ^(**)	.081	.824 ^(**)	.824 ^(**)	.723 ^(**)

* $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$.

IV. Correlation Analysis of Overall Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions

This section mainly discusses the correlation of overall landscape image factor (the average values of 5 landscape image factors), visual preference, and revisit intentions (Table 4). After analysis of these three, it is discovered that each factor is highly correlated with each other ($r=0.9$).

First of all, according to the analysis of overall landscape image and visual preference, "representativeness ($r=0.993$)" has the strongest correlation with visual preference, followed by "naturalness ($r=0.992$)". As for the overall analysis of revisit intentions, "naturalness ($r=0.976$)", "representative ($r=0.976$)", and "integrity ($r=0.974$)" are the top three. The results confirm that the cognitive degree of the overall landscape image factors does affect people's degree of preference for the landscape (Nasar, 1994; Sevenant and Antrop, 2009). Therefore, H2 is verified. Tourists rate the amenity value of the traditional village tree/garden landscape highly, and are likely to pay for tree landscape conservation (Chen et al., 2007). The overall result is emphasizing that the landscape image can arouse the excellent images in tourists' mind, and visual landscape preference, further improving the activity participation motivation towards tourist areas (Leisen, 2001; Che et al, 2011).

The overall visual preference is found to be highly correlated with revisit intentions ($r=0.909$), meaning visual preference does influence tourists' intentions to revisit, H3 is verified. By referring to the literature and the results of this study, we understand that tourists' visual preference for the local landscape influences their revisit intentions (Carmen et al., 2007; Chen and Tsai, 2007; Tsaur et al., 2007; Chi et al., 2008). Rural landscape is similar to the intangible services provided by a brand. If consumers are particularly fond of a certain brand (landscape), then repurchase intentions (willingness to revisit) will increase. This phenomenon is similar to most studies, showing that image will influence tourists' participation motivation, loyalty, revisit intention and revisit intention to recommend (Fakeye and Crompton, 1991; Sirgy and Su, 2000; Leisen, 2001; Valle et al., 2006; Chi et al., 2008; Che, Li and

Chen, 2011).

Table 4. Correlation Analysis of Overall Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions

Variables		Self-explanatory	Representativeness	Vividness	Naturalness	Integrity	Visual Preference	Revisit Intentions
Visual Preference	Pearson's r	.977 ^(**)	.993 ^(**)	.984 ^(**)	.992 ^(**)	.981 ^(**)	1	.909 ^(**)
Revisit Intentions	Pearson's r	.958 ^(*)	.975 ^(*)	.957 ^(*)	.976 ^(*)	.974 ^(*)	.909 ^(**)	1

* $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

By making tourists of Meinong District in Kaohsiung, Taiwan the subjects and evaluators of this area following the implementation of the "Rural Rejuvenation Act", this study has produced statistical results via questionnaires that show that the attention of landscape image is correlated with one's visual preference, as well as the landscape image, the visual preference and the revisit intentions. The findings support the study's three hypothesis, and the conclusions are as follows.

The majority of the participants were women, and the dominant age group was between 20 and 30. Most subjects stayed in the area for over three hours (including three hours) or for 1-3 hours. In addition, 90.6% of the subjects are not engaged in the landscape industry, and so their aesthetic evaluations of the landscape can represent the overall crowd to the greatest extent. Most of the subjects expressed that there is room for improvement as far as the natural and cultural landscapes are concerned.

According to the survey, among all the landscape attributes, the tourists were impressed the most by "Pastoral Scenery" and "Skyline", while the perceptions of "Street Aesthetic" and "Landmark Architecture" were rather low. "Greening and

Afforestation" performed ordinarily. Streets and landmarks are the very keys to local cultural life. This means most visitors to Meinong displayed deep impressions about the natural landscape and tended to be less impressed by the streets and landmark architectures. Streets and landmarks are the very keys to local cultural life. For future rural landscape planning, streets and landmarks should be placed with special emphasis. This can be achieved by adding local cultural and landscape elements to them to make them more integrated with the landscape, thus enriching the highlights and uniqueness and enhancing tourists' preferences.

According to the correlation analysis of different landscape image factors and the visual preference, the findings discover that the factors of "self-explanatory" and "naturalness" of the attributes "Street Aesthetic" and "Landmark Architecture" are correlated with visual preference. As for "Greening and Afforestation" and "Pastoral Scenery", all of their factors are positively correlated with visual preference. For the "Skyline" attribute, only the factor "representativeness" is not positively correlated with visual preference.

As for the overall landscape image, both "Naturalness" and "Representativeness" are highly positively correlated with visual preference. Among them, "representativeness" is more highly positively correlated with visual preference, showing that this factor has a huge influence on visual preference. In addition, in the analysis of visual preference relatedness and revisit intentions, the two are highly correlated with each other. The above results show that the 5 factors of the landscape image have a huge influence on visual preference of Meinong's rural landscape. The higher the visual preference is, the deeper the dependence the tourists have on the landscape, which will improve their intentions to revisit. It is advisable that local planners formulate relevant measures to improve visitors' preferences and revisit rate according to the survey results

The promotion of Taiwan's Rural Rejuvenation Act encompasses artificial shapes and commercial designs, leading to low identification and recognition of rural landscape features. As this study shows, visitors to Meinong were less impressed by

the area's Street Aesthetic and Landmark Architecture, thus contributing to their lower preferences for these two attributes compared to other landscape images. The essence of rural planning should emphasize not only the introduction and creation of new things, but also reflect on the integrity and the coherence among local history, old buildings, streets, and pastoral scenery in order to achieve the harmonious coexistence of people, nature, buildings, and ecological image.

The blurred image of a landscape is a common phenomenon in rural landscapes of Taiwan. It represents a lack of attention to the local characteristic images, and even the unconscious state. Planners generally understand the needs of tourists from their own perspective, and often transform local images and their own characteristics into popular imagery (e.g., excessive artificial facilities, commercialized or unsuitable buildings). The contribution of this research intends to determine the current status of tourists' images of rural landscapes in order to provide reference for future planning, by understanding the circumstance highlights and solutions more in detail, the feature of an ideal landscape is concluded for future reference, and for the guidance of re-construction and perpetual advance of rural cities. Could also be linked upward to national landscape planning and downward to local constructive program.

REFERENCE

- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intention. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Boulding, K. E. (1956). *The image: Knowledge and life in society*. Ann Arbor MI: University of Michigan Press.
- Carmen, B. C., Enrique, M. A., & David, M. R. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination image and tourist future behavior. *Tourism Management*, 28, 175-187.

- Che, C. W., Li, Q. S., & Chen, M. R. (2011). Exploring the influences of willingness to visit on urban image and event attraction by mega events. *Data Analysis, 6*(3), 31-48.
- Chen, B. X., Nakamaa, Y., & Zhang, Y. Q. (2007). Traditional village forest landscapes: Tourists' attitudes and preferences for conservation. *Tourism Management, 59*, 652-662.
- Chen, C. H., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management, 28*, 1115-1122.
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management, 29*(4), 624-636.
- Council of Agriculture, Executive Yuan (2017). <http://www.coa.gov.tw/> (accessed 2017.02.09).
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research, 17*(4), 18-23.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science, 22*, 99-113.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. NY: The Dryden Press. 8th ed.
- Evans, G., Smith, C., & Pezdek, K. (1982). Cognitive maps and urban form. *Journal of the American Planning Association, 48*, 232-244.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande valley. *Travel Research, 30*(2), 10-16.
- Feng, Z. P. (1989). *China's garden architecture*. Taipei: Ming-Wen.
- Garrett, E. (1964). *Urban landscape design*. NY: McGraw-Hill.
- Herzog, T. R. (1989). A cognitive analysis of preference for urban nature. *Journal of Environmental Psychology, 9*, 27-43.

- Herzog, T. R. (1992). A cognitive analysis of preference for urban spaces. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 237-248.
- Herzog, T. R., Kaplan, S., & Kaplan, R. (1976). The prediction of preference for familiar urban places. *Environment and Behavior*, 8, 627-645.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. NY: John Willey & Sons.
- Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1-7.
- Kaplan, R. (1985). The analysis of perception via preference : A strategy for studying how the environment is experienced. *Landscape Planning*, 12, 161-176.
- Kaplan, S. (1987). Aesthetics, affect and cognition environmental preference from an evolutionary perspective. *Environment and Behavior*, 19(1), 3-32.
- Kaplan, S., Kaplan, R., & Wendt, J. S. (1972). Rated preference and complexity for natural and urban visual material. *Perception and Psychophysics*, 12, 354-356.
- Kozak, M. (2001). Repeaters behavior at two distinct destination. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- Leisen, B. (2001). Image segmentation: The case of a tourism destination. *Services Marketing*, 15(1), 49-66.
- Li, G. Z. (2011). Re-thinking of rural landscape conservation—Satoyama initiative. *Journal of Taiwan Forestry*, 37(3), 59-64.
- Li, S. X. (1999). Visual preference of urban landscape. *City and Planning*, 26(1), 19-40.
- Li, S. X. (2000). A study on land use and landscape preferences of Sun Yat-Sen Freeway. *Journal of Landscape*, 6(1/2), 19-34.
- Li, S. X., & Lin, J. Y. (2014). Rural landscape fragmentation and conservation: Agricultural land use change in Yilan Sanxing township. *Humanities and Social Sciences*, 15(2), 42-49.
- Lu, M., & Li, Y. J. (2005). *Landscape design*. Beijing: Science Press.
- Mao, G. G. (1995). A Study on the villager participation of rural planning and

- construction and related enactments in Taiwan. *Land Economics Annual publication*, 6, 175-195.
- Mealey, L., & Theis, P. (1995). The relationship between mood and preference among natural landscape: An evolutionary perspective. *Ethology and Sociobiology*, 16 (3), 247-256.
- Nasar, J. L. (1994). Urban design aesthetics the evaluative qualities of building exteriors. *Environment and Behavior*, 26(3), 377-401.
- Ohta, H. (2001). A phenomenological approach to natural landscape cognition. *Journal of Environment Psychology*, 21, 387-403.
- Oxenfeldt, A. R. (1975). Developing a favorable price-quality-image. *Journal of Retailing*, 50(4), 8-14.
- Purcell, T., Peron, E., & Berto, R. (2001). Why do preferences differ between scene types? *Environment and Behavior*, 33(1), 93-106.
- Rural Rejuvenation Act (2010).
<http://law.coa.gov.tw/GLRSnewsout/LawContent.aspx?id=GL000149> (accessed 2017.02.09).
- Sevenant, M., & Antrop, M. (2009). Cognitive attributes and aesthetic preferences in assessment and differentiation of landscapes. *Journal of Environmental Management*, 90, 2889-2899.
- Sheet, V. L., & Manzer, C. D. (1991). Affect, cognition, and urban vegetation: Some effects of adding trees along city streets. *Environment and Behavior*, 23(3), 285-304.
- Sirgy, M. J., & Su, C. (2000). Destination image, self-congruity, and travel behavior: Toward an integrative model. *Travel Research*, 38, 340-352.
- Taylor, J. G., Zube, E. H., & Sell, J. L. (1987). *Landscape assessment and perception research methods*. NY: Van Nostrand Reinhold Company.
- Tsaur, S. H., Chiu, Y. T., & Wang, C. H. (2007). The visitors' behavioral consequences of experiential marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 21(1), 47-64.

- Tseng, T. F., & Chen, T. W. (2007). New orientation of landscape planning in national spatial planning. *City and Planning*, 34(3), 219-240.
- Tveit, M., Ode, Å., & Fry, G. (2006). Key concepts in a framework for analyzing visual landscape character. *Landscape Research*, 31(3), 229-255.
- Ulrich, R. S. (1983). *Aesthetic and affective response to natural environment*. NY: Plenum Press.
- Valle, P., Silva, J., Mendes, J., & Guerio, M. (2006). Tourist satisfaction and destination loyalty intentions. *International Journal of Business Sciences and Applied Management*, 1(1), 25-44.
- Van den Berg, A. E., Koole, S. L., & Van der Wulp, N. Y. (2003). Environmental preference and restoration: How are they related? *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 135-146.
- Wodsworth, R. H. (1983). *Basics of audio and visual systems design*. Washington, DC: National Audio-visual Association.
- Yu, Z. L. (2004). *Urban Environment Creation: Landscape and Environmental Facility Design*. Taipei: Garden.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
- Zhang, L. X., Yu, S. X., Zheng, M. R., & Zhou, C. M. (2012). An analysis of visual preference construction fence design. *Journal of Landscape*, 18(3), 43-62.
- Zube, E. H., Sell, J. L., & Taylor, J. G. (1982). Landscape perception: Research, application and theory. *Landscape Planning*, 9(1), 1-33.

**A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference,
and Revisit Intentions at Meinong District**

Han-Cheng Liu*, Fu-Yao Liu**, Chaur-Tzuhn Chen***

* National Ping-Tung University of Science and Technology

** Cheng Shiu University

***Department of Forestry, National Ping-Tung University of Science and
Technology.

Abstracts

The present study investigated rural landscapes in Meinong district, Kaohsiung after the Rural Rejuvenation Act came into effect, with emphasis on landscape image, visual preference, and tourist revisit intentions. A survey designed using random sampling to recruit participants was performed. Subsequently, 500 copies of a questionnaire were issued, and 449 valid copies were retrieved. Subsequently, descriptive statistics and correlation analysis were used to analyze dimensions pertaining to landscape image, visual preference, and revisit intentions. The results indicate that the participants show high scores of landscape image and visual preference towards rural scenery and skyline but relatively lower scores of landscape image towards landmark buildings and the aesthetics of local streets; furthermore, a positive correlation relationship was observed between landscape image factors and revisit intentions, as well as between visual preference and revisit intentions. The lower scores of landscape image towards landmark buildings and the aesthetics of local streets were identified as the aspects that most require improvement. By understanding the circumstance highlights and solutions more in detail, the feature of an ideal landscape is concluded for future reference, and for the guidance of re-construction and perpetual advance of rural cities.

【Keywords】 Landscape Image, Visual Preference, Revisit Intentions

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

稿約

- 一、島嶼觀光研究(以下簡稱本刊)係由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行之學術刊物。本刊旨在提供島嶼觀光之學術發展機會，希冀透過學術之研究，促進島嶼觀光、休閒、遊憩、體育、運動等相關產業之蓬勃發展。本刊設有審查制度，採審查者與投稿者雙向匿名方式進行審查，且隨到隨審，歡迎各界惠賜有關島嶼觀光、休閒、遊憩、運動、體育等之中英文原創性論文(original research paper)。
- 二、本刊每年共計發行四期，分別於三月、六月、九月、十二月各出版一期，全年皆接受投稿。
- 三、稿件凡經刊登將轉成 PDF檔，由投稿者自行列印抽印本。
- 四、稿件著作權歸屬本刊，本刊亦有刪改權，投稿時需繳交「投稿者基本資料表暨聲明書」，除獲本刊同意，不得重刊於其他刊物。本刊不接受一稿兩投之稿件，凡曾於其他刊物發表或抄襲之稿件，一概拒絕刊登，一切法律問題自行負責。
- 五、投稿須繳交「自我檢查表」，未能符合本刊之規定格式撰寫之論文，不予審查及刊登。
- 六、為提升投稿稿件作業與提升環保效益，本刊僅用電子郵件投稿與審稿之方式。投稿稿件之格式必須為 Microsoft Word檔案。本編輯委員會將加速審稿之作業，審查結果儘速予以回覆。
- 七、請將投稿稿件與作者相關之資訊(如：作者姓名、服務單位、職稱、地址、聯絡電話、傳真電話、電子郵件地址，並敬請註明通訊作者)，利用電子郵件之方式郵寄至執行編輯之電子信箱，作者應於投稿稿件郵寄出後，十天之內收到收稿確認之電子郵件，若於十天之內尚未收到收稿確認之電子郵件，敬請重新將投稿稿件寄出。

八、如蒙賜稿，來稿請寄至：

島嶼觀光研究 主編 白如玲

國立澎湖科技大學 地址：880 澎湖縣馬公市六合路300號

E-mail：ruling777@gmail.com；ruling@gms.npu.edu.tw

傳真：06-9272947

電話：06-9264115 轉 3101

行動：0921-351838

「島嶼觀光研究」投稿須知

一、來稿首頁須載有：

- 1.中英文題目、中英文作者姓名、中英文任職機構、通訊地址、電子郵件信箱及電話。
- 2.作者如不僅一位，請在作者姓名之後及任職機構之前加註*、**、***等對應符號，並註明通訊作者，以俾利識別。
- 3.本刊稿件均為匿名審查，作者資料僅出現於首頁，次頁正文之後請勿再出現，以利審查作業。

二、來稿次頁為本文，撰寫順序為：

- 1.中文題目、中文摘要、中文關鍵詞。
- 2.正文(諸如：緒論、文獻回顧、研究方法、研究結果、結論與建議)
- 3.引用文獻或註釋。
- 4.英文題目、英文摘要、英文關鍵詞(Keywords)。

三、中英文摘要不得超過 500字，以一段式呈現；中文摘要內容包括：研究目的、研究方法、結果與結論；英文摘要，內容與中文摘要一致。中英文關鍵詞以不超過 5 個為原則。

四、本刊稿件全文以二萬字為限(含中、英文摘要與圖表)，經本會編輯排版後以 20頁為原則。

五、文稿書寫格式：

- 1.來稿請以市面通用之電腦文書處理系統鍵入並以 A4大小之紙張直式橫寫，中文標題 16號粗體、次標題 14號粗體、內文 12號(新細明體)，1倍行高，註明行高，每頁最多 26行；英文及數字為(Times New Roman字體)；中文標點符號用全形，英文標點符號用半形。
- 2.文字敘述之編號順序，中文為：壹、一、(一)、1、(1)，英文為：I、(I)、A、(A)、a、a、i、(i)，文字敘述中之數字，用阿拉伯數字表示。
- 3.圖片標題在下，表格標題在上，順序以圖1 (Figure1)、表1 (Table 1)、圖2 (Figure2)、表2 (Table2)，等表之。
- 4.引用文獻以確經引用者為限，並須在文內引用之處予標示，順序為：先列中文、後列西文、其他外文。書寫格式為求統一，請參用 APA格式撰寫，中文依姓氏筆劃排序，英文依姓氏字母排序，網路資料依語言類型一併排列。
- 5.引用文獻書寫方式：
(1)期刊：作者姓名(年份)。題目。發表刊物名稱<斜體>，卷(期)，頁數。

- (2)書籍：作者姓名(年份)。書名<斜體>。出版地：出版者。
- (3)書籍專書與研討會論文：作者姓名(年份)。專章名稱或論文之名稱。編者，論文集名稱<斜體>(頁數)。出版地：出版者。
- (4)未正式出版學位論文：研究生(年份)。論文名稱<斜體>。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。
- (5)博碩士論文電子版：研究生(年份)。論文名稱<斜體> [電子檔]。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。上網日期：年月日。網址：URL。
- (6)翻譯書籍：原作者中文譯名(原名)(譯本年份)。翻譯書名<斜體>(譯者譯)。出版地：出版者。(原著出版年份)
- (7)報紙文章(有作者)：作者姓名(刊行年月日)。文章名稱。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (8)報紙文章(無作者)：文章名稱(刊行年月日)。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (9)網路文章：作者姓名(年份)。網頁標題。上網日期：年月日。網址：URL。

六、表格書寫格式：

- 1.表格標題置於表格之上，無框線。整體統計表以「置中」方式放置於內文中間。
- 2.標號以表1 (Table 1)、表2 (Table2)等格式呈現。標題與標題之間空一個全形格。
- 3.表格內無直線，僅有橫線，最上和最下端的線用 1½的粗線，其間的橫線用 ½的細線，表格為單行間距。
- 4.表中數字一律用半形，小數點上下對齊，個位數亦上下對齊。
- 5.表中的數值除了「P值」列出小數到第 3位以外，其餘四捨五入到小數第 2位，「P值」的小數前面不加「0」，其餘的數值若不到整數，在小數點之前加上「0」。
- 6.若統計考驗達顯著標準，在表中的「F值」或「t值」等統計考驗值右方標註「*」，並在統計摘要表左下方(和標線的左端切齊)標示「* p<.05」。

七、圖片書寫格式：

- 1.圖片或相片須為電子檔且清晰。
- 2.圖片標題置於圖檔正下方。
- 3.縱軸和橫軸的比率是3：5(黃金分割)。
- 4.縱軸和橫軸有小標題。
- 5.縱軸標示出單位和刻度，橫軸若是以連續變數來分組亦標示單位和刻度。但橫軸若是以名義變數來分組，則無標示單位和刻度，只標示出各組的名稱。
- 6.縱軸的單位由下而上依次增大，而橫軸的單位由左而右依次增大。
- 7.縱軸和橫軸若不是由原點開始，則應標示缺口。

「島嶼觀光研究」審查流程

- 一、「島嶼觀光研究」（以下簡稱本刊）設有編輯委員會處理稿件之編輯及發行事宜。
- 二、本刊由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行，發行人為本校王瑩瑋校長，總編輯由本院院長于錫亮教授擔任，負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事，主編由觀光休閒系白如玲副教授擔任，編輯委員會之編輯人員設分科召集人以三人為原則，協助審閱稿件並指派審查委員；設秘書一人，負責簽案、收集稿件、催稿及連絡等相關事宜。
- 三、投稿本刊之稿件由編輯登錄稿件，並初步檢查是否符合本刊稿約之約定、格式是否符合本刊之要求，如格式不符者，請其修改再投，格式審查結果將於稿件收到後十五天內完成。
- 四、主編依稿件領域分配分科召集人，各分科召集人依其內容指派二位審查委員審查之。複審稿件審查以二週為期限，若超過期限，分科召集人將指派另一位審查委員進行審查。
- 五、本刊審查方式採審查者與投稿者雙向匿名方式進行。
- 六、稿件經審查未達本刊要求之水準將予退稿，若內容宜修改後再審，將通知投稿者依據審查意見於二週內完成修改，並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊再審，若超過期限為修改寄回，視為放棄審查。
- 七、審查結果以電子郵件將審查意見表給予作者，審查結果處理方式共有四種不同，分述如下：
 - (一)「修改後刊登」---若二位審查意見皆為修改後刊登，交由分科召集人裁決。
 - (二)「修改後再審」---有兩種情況：1.一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為修改後再審；2.二位審查意見皆為修改後再審。不管哪種情況皆須聯繫作者依審查意見作修改，並將修改稿件連同答辯書寄回審查委員審查之，直到審查意見為修改後刊登或不宜刊登為止。
 - (三)「不宜刊登」有兩種情況：1.若一位審查意見為修改後再審，另一位審查意見為不宜刊登；2.若二位審查意見皆為不宜刊登，則交由分科召集人裁決。
 - (四)若一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為不宜刊登，則交由分科召集人裁決，或指派第三位審查委員審查之。
- 八、本刊分科召集人著作投稿時，則交由主編分配其他分科召集人，並應迴避提供審查委員名單及稿件審查結果。
- 九、本刊每年分別於三、六、九、十二月出刊，稿件之刊登順序由編輯委員會依文稿之性質及投稿時間之先後次序開會決定之。
- 十、本刊在取得作者「著作財產權讓與書」後，與國家圖書館及CEPS中文電子期刊合作，將稿件提供電子資料庫供研究者檢索下載。

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

發行人：王瑩瑋 發行所：國立澎湖科技大學
總編輯：于錫亮 地址：澎湖縣馬公市六合路300號
電話：(06)9264115轉1081
傳真：(06) 9272947
網址：<http://163.15.209.95/ctl/>

編輯委員

黃金柱	開南大學	教授
黃芳銘	國立嘉義大學	教授
沈易利	國立臺灣體育運動大學	教授
黃宗成	國立嘉義大學	教授
洪榮聰	建國科技大學	教授
林士彥	國立暨南國際大學	教授
沈進成	國立高雄餐旅大學	副教授
吳崇旗	國立屏東科技大學	副教授
陳元陽	國立臺中科技大學	助理教授

主 編

觀光休閒系 白如玲 副教授

執行編輯

餐旅管理系 陳宏斌 副教授

創刊號：2008年9月創刊

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

Contents

- ♦ **Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area**

Tsao, H. C.

- ♦ **The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists**

Tung, M. H.

- ♦ **A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District**

Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T.

- ♦ **Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region**

Wang, T. M., & Lin, C. C.

College of Tourism and Leisure, National Penghu University
of Science and Technology Publisher

ISSN 2072-5388

Jul., 2017

島嶼觀光研究

第十卷 第二期

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

目錄 • Contents

- ◆ 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例
曹校章
- ◆ 陸客團減少因素初探
董孟修
- ◆ 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳
- ◆ 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係之研究
-以馬祖地區為例
王大明、林家鍼



國立澎湖科技大學觀光休閒學院 發行

2017年7月 ISSN 2072-5388

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

目錄

第十卷第二期

中華民國一〇六年七月

- 海洋運動觀光產業經濟效益分析-以東北角暨宜蘭海岸國家風景區為例-----曹校章 1
- 陸客團減少因素初探-----董孟修 17
- 美濃農村景觀意象、視覺偏好與重遊意願之研究
-----劉漢城、劉馥瑤、陳朝圳 41
- 臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係
之研究-以馬祖地區為例-----王大明、林家鍼 63

JOURNAL OF ISLAND TOURISM RESEARCH

CONTENTS

VOL.10 NO.2

Jul., 2017

Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area----- Tsao, H. C. 1

The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists----- Tung, M. H. 17

A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District----- Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T. 41

Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region----- Wang, T. M., & Lin, C. C. 63

臺灣離島國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度關係之研究-以馬祖地區為例

王大明^{*(通訊作者)}林家鍼**

*銘傳大學觀光事業學系副教授

**臺北市麗湖國小教師

收件日期：106年06月13日；第一次修正：106年07月10日；

接受日期：106年07月10日

摘要

本研究旨在探討臺灣離島地區國小學童課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度之間的關係；以馬祖地區國小高年級學童為研究對象。於2013年11月至2014年1月間進行兩次問卷發放；前測於學生平日一般上課時間進行，後測於學生期末考前一週進行。各回收有效問卷188份，並SPSS 19.0統計軟體進行資料分析，結果如下：一、國小高年級女生之課業壓力，顯著高於男生；二、國小學童在家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度方面，雙親家庭與三代同堂家庭，皆顯著高於單親家庭者；又父母親學歷高者，其家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度皆有較高的趨勢。三、國小學童家庭休閒滿意度，會調節課業壓力對家庭生活滿意度負向的影響。根據研究結果提出具體建議，作為父母、學校師長及政府單位參考。

【關鍵字】 課業壓力、家庭休閒滿意度、家庭生活滿意度、國小學童

壹、緒論

現今壓力已不再是大人的專利品，它也成為兒童生活中的一部分（高原令，1992; Brenner, 1997）。Hart (1992)在其《孩子與壓力》一書中指出，現今兒童生活中許多壓力已無形加諸其上，讓兒童生活得不快樂。一般壓力的來源，可分成內外兩種：外在壓力源包括來自於家庭、學校或社會環境帶來的衝突、生活中的變動、過度競爭；而內在壓力源包含了不切實際的期待、後天習得無助感，以及與性相關的議題。

美國 Witkin 博士曾對 9 至 12 歲孩子及父母親進行「兒童壓力調查」的調查，研究結果顯示，孩子壓力的排行榜第一名為學校壓力，其中成績為孩子感到最有壓力的一項；而該研究更發現父母親低估了兒童的憂慮、恐懼、孤獨感受、害怕、憂傷、學業壓力及失眠情形，但卻高估了兒童的同儕壓力 (Witkin, 1999)。

在台灣社會裡，教育除了可作為提高職業、收入的工具之外，其本身也代表著很重要的社會地位，甚至於比職業、收入還要重要，這也就引發嚴重的升學競爭與壓力，給學生的學業、人格與身心發展帶來許多問題(黃毅志、陳怡靖, 2005)。Ang and Huan (2006)的研究亦指出，亞洲國家文化視學業成就為個人與家庭階級向上流動的途徑之一，此文化背景更加劇亞洲國家學童課業壓力的壓迫。

國內為順應世界潮流，減輕孩子學習壓力，提倡快樂學習為目標，自 2001 開始推動九年一貫課程；雖實施一綱多本教材，學習多樣化的課程內容；但受到傳統儒家文化高度重視教育的影響下，父母、教師及學生自身對於在課業上能優於他人的期望，仍成為許多學生強烈壓力的源頭 (Tan and Yates, 2011)。國際知名兒童發展大師 Elkind (2001)在其名著《蕭瑟的童顏—揠苗助長的危機》研究更提出：兒童時期發展出來的壓力反應型態會持續到成人階段，然後變成自發性的反應模式；若童年時遭遇過度的壓力，其所導致的反應型態會造成終生的影響，一生都困擾著個人的身心。

國內許多研究顯示，兒童生活壓力中最感到困擾的壓力源中，課業壓力為最主要的壓力來源（高原令，1992；吳明隆，2006；張明麗，2006）。同時國外學者研究亦發現，學生的壓力來源直接或間接都與課業壓力有關，如師生互動、學業壓力、同儕互動、學業自我概念 (Romano, 1997; Putwain, 2007)。課業壓力會

隨著學童年級增高有增加的趨勢 (Helms, 1996)，且學童課業壓力會在考試期間達到高峰，此情況在亞洲國家更為普遍 (Ang and Huan, 2006)。

然而，綜觀國內文獻發現過去課業壓力多附屬於生活壓力、學校壓力或行為困擾的主題之下；現今課業壓力研究對象方面則以國中生、高中生及大學生佔多數，針對國小學童課業壓力的研究近幾年逐漸受重視，相關文獻發現國小學童確實有課業壓力的存在 (沈相如, 2010；廖紘輝, 2011；郭聰智, 2011)。然而，有關台灣離島兒童課業壓力卻甚少著墨。台灣北疆馬祖地區父母、師長，以及學童本身對於課業方面的期望，以及對於當地學童課業壓力的程度如何？是本研究所欲探討的議題之一。

Elkind (2001)主張「玩即學習」，透過玩耍能讓孩子有機會改變外在環境，以適應個人的需求，認為遊戲(play)是兒童調節壓力的重要方式。蔡宏進(2004)認為兒童期的遊戲可說是一生休閒活動的開始；兒童從遊戲中獲得滿足、學會角色的概念，學會社交能力及組織技巧等，皆足以影響兒童一生的發展。Kelly 研究指出，所有的休閒活動中約有三分之二是從家庭開始的，而良好的童年休閒經驗，會使個體積極延續其休閒生活的品質 (Kelly, 1978)。

Edginton (1995) 指出休閒是影響生活品質的重要因素之一，休閒經驗的滿足可以提升幸福感及自我的價值。因此，休閒本身已成為提升個人生活品質重要的來源 (Kelly and Godby, 1992)。而家庭又是孩子最早社會化的地方，也是孩子休閒時同伴的來源 (Bammel and Bammel, 1996)。若家庭成員間有共同的休閒時間或興趣，將會發展出良好的家庭氣氛和互動關係；而親子之間在休閒過程中所產生的親密互動，對子女的心理發展與歸屬感皆有正面的意義 (徐西森、康維分, 2007)。

國外許多研究指出，共同參與休閒活動與家庭生活滿意度有顯著地相關 (Orthner, 1975; Smith, Snyder, and Monsma, 1988)。亦有研究發現，休閒參與與生活滿意度之間有顯著的相關性 (Ragheb and Griffith, 1982; Riddick, 1986)。國內研究亦發現學童參與家庭休閒活動越積極，其親子互動關係越好 (江德怡, 2006)；家庭休閒滿意度越高時，其家庭凝聚力亦隨之升高 (陳代真, 2002; 龔惠文, 2006)。因此，了解台灣離島馬祖地區學童的家庭休閒滿意度，能否有助於其家庭生活滿意之提升？為本研究所欲探討的議題。

國內研究指出，子女進入就學階段，學校的課業成為影響家庭休閒不可忽視的重要因素（唐先梅，1997；梁愛玲，1995）。有研究指出，課業壓力的程度影響親子關係（王仁志，2006）及學童的閱讀動機（王琇琴，2009）。而亦有研究指出，國小學童最常消除生活壓力的策略是採取「從事自己所喜歡的休閒活動」（張明麗，2006）。同時，許多研究也提出休閒參與有降低學生課業壓力的效果（劉寶，2003；鄭三權，2010）。孫慶國（2003）更提到親子間的休閒活動，不但可減輕孩子課業壓力外，休閒的成就能發生補償作用，轉移孩子成績的挫折，幫助尋回自信與成就。從上實證性研究可知，課業壓力雖影響學童的休閒生活；家庭休閒的參與卻可減緩學童的課業壓力。又家庭休閒滿意度與課業壓力間是否存有關聯性？對學齡兒童課業壓力的緩解上是否有影響？能否幫助學童家庭生活滿意的提升呢？國內鮮少以離島學童為研究對象，此亦為本文欲深入探討的議題。

貳、文獻回顧

一、課業壓力

Selye 於 1956 年最先將「壓力」使用於社會科學領域，並提出了壓力源（stressor）一詞。Pahons (1990)認為，當學生在學習的特定情境裡，一系列主觀或客觀的經驗為威脅時，即會有課業壓力的感受。因此，將課業壓力定義為國小學生在課業學習過程中，自覺本身學業成就或能力無法滿足其內在自我期望與父母、師長等外在環境的期望下，形成一種主觀的壓迫感受，進而引發其認知、情緒及行為上的連鎖反應。

Coney 與 West (1979) 曾設計青少年課業壓力量表 (Academic Pressure Scale For Adolescents) 針對 179 個市區高中生進行施測後，找出了十個課業壓力的因素；但 Jones 與 Hattie (1991) 及 West and Wills (1982) 先後以青少年為對象檢驗其結果，發現僅同儕壓力、父母壓力、學校重要性與怕失敗四個因素得到支持。國內的研究中分析出與學童課業壓力相關之構面，包含個人壓力、父母壓力、老師壓力及同儕壓力等四個構面（王琦瑜、張少熙、張良漢，2007）。王淑卿（2004）將課業壓力分為個人、家庭與學校三個構面。而龔馨寧（2011）研究高中生課業壓力，分為個人因素、家庭因素、學校因素與社會因素四種。

本研究乃採 Ang and Hung (2006)的學業期望壓力量表(academic expectations stress inventory, AESI)，其以新加坡一所中學學生為對象，測量亞洲儒家文化背景下青少年課業壓力的來源，經分析後形成「父母師長期望」及「自我期望」兩個構面。

二、家庭休閒滿意度

過往家庭的關係，常與工作或家庭的角色有關；直至 1980 年代，休閒才逐漸與家庭關係聯繫在一起，「花時間與家人相聚」與「陪伴」成為人們休閒最主要的目的。家庭是休閒活動與社會化的重要場所，隨著個體成長，家庭休閒活動亦隨之產生。Kelly (1978)於其研究的 744 種休閒活動中，有三分之二的活動是從家庭開始的，而成人所從事的休閒活動中有 49%由兒童時期就已經開始。父母親是孩子發展休閒概念的重要媒介，家庭休閒對家庭成員的社會化有所助益，且親子間的社會化常是雙向作用，交互影響的 (Orthner, Barnett-Morris and Mancini, 1994)。目前許多研究證實家庭休閒能提升家人間的良好關係，影響家庭的氣氛、和諧性與滿意性外，同時也具備加強了家人的健康、家庭凝聚力的提升與健全家庭的功能 (謝淑芬，2003；Kelly, 1978; Orthner and Mancini, 1990)。

Kelly (1978)認為應該以結合 (association) 和傾向 (orientation) 兩個方向來定義家庭休閒較為完整；「結合」是指和一家人一起從事的休閒活動稱之為家庭休閒；「傾向」是指家庭休閒包含角色的整合，對參與者的意義也發生改變，家庭的結合和角色對休閒的決定非常重要。

Beard and Ragheb (1980)定義休閒滿意為，個體在休閒活動參與和選擇中，所形成、引起獲得到的正向認知或感受。它是個體對自己目前一般休閒經驗及情境覺得滿意或滿足的程度，這種正向的滿足感來自個體自身所察覺到的，或未察覺到的需求滿足。Bobby (1995) 亦持相同看法，主張休閒滿意是一種個體經由休閒參與休閒活動中所得到的正向感。

Beard and Ragheb (1980) 提出休閒滿意內容之理論基礎，其內容分別為：心裡、教育、社會、放鬆與美感等五方面。Francken and Van Raaij (1981)則用期望與現實的差異，來解釋休閒滿意度。本研究使用的量表來自 Zabriskie and McComick (2003)的「家庭休閒滿意度量表」(Family Leisure Satisfaction Scale，簡稱 FLSS)，用來測量受試者對家庭休閒滿意的程度。它可分成兩個層面，一是

「核心家庭休閒方式」(core family leisure patterns)，是指一般日常或非正式的活動，通常不需要特別計劃或特定資源，在家庭中即能進行，可滿足家庭基本的安定需要以及親密感，增進家庭成員的凝聚力；二是「平衡家庭休閒方式」(balance family leisure patterns)，指刻意計劃的正式或新奇活動，使全家能有不同於日常生活體驗的經驗或挑戰，目的是為家庭注入新的能量，與提供成員學習適應的機會。

三、家庭生活滿意度

Shin and Johnson (1978)認為，生活滿意度為一個人的生活品質的評估。Diener (1985)認為生活滿意度是個人對於生活狀況整體主觀性的認知評價，其反映出人們對生活中所發生事件的評價，是人們評估生活的滿意程度 (Diener, 1994)。因此，生活滿意度是指一個認知、判斷的過程；判斷是否滿意皆基於與他或她自己目前生活總體狀況做為比較，而非外部施加的 (Diener, et al., 1985)。Shichman and Cooper (1984)主張生活滿意度，代表著個人的生活能夠過得更好，有愉快的生活及較好的生活品質。而 Kelly (1992)研究指出：自我表現、人際互動、健康、休閒娛樂、體驗自然及家庭關係，是影響生活滿意的重要因素。

目前生活滿意度的研究，依其衡量的角度或領域不同，大致可分為多向度與單向度兩大類的衡量方式。在多向度方面，例如 Flanagan (1978)則匯整影響生活品質的因素，將生活滿意度分為：物理環境滿意、人際關係滿意、公民活動滿意、個人發展滿意與休閒生活滿意五個面向。Hollis (1998)以個人對經濟、體力、情緒、心理和社會因素等層面為構面，來判斷生活滿意度。

另一種則為單向度的衡量方式，Diener (1985)等人則認為應該要直接詢問受訪者的整體生活評估，經許多構面加總後的評定方式，不一定能完全反應出實際的生活滿意度；因而發展出「生活滿意度量表」(Satisfaction With Life Scale，簡稱 SWLS)。此量表的編制乃為測量全球生活滿意度而發展，適用於所有對象；故本研究亦採此量表為衡量的標準。

三、變數間之關係

兒福聯盟曾於 2006 年「小朋友幸福大調查」結果顯示，課業壓力是國小學童沉重的負擔，也是讓兒童感覺生活不幸福的原因。而「2011 年家庭溫暖指數調查報告」，發現台灣竟有近四成 (38%)的孩子覺得家庭不夠溫暖。天下雜誌在

2010 年針對全臺國中小家長抽樣調查，顯示超過 35% 家長同意，回家功課會影響親子關係；近半數 (49.2%) 的家長曾經因為回家功課與孩子起衝突。

Suldo, Riley, and Shaffer (2006) 指出，學生的學業表現與其生活滿意感受有顯著相關。傅元幟與林晏州 (2007) 研究結果發現，高一學生的家庭生活滿意度與家庭休閒滿意度皆高於國三學生；顯示受升學聯考制度的影響，導致課業壓力加重，使得子女休閒滿意度逐漸降低，也影響了家庭生活品質。因此，提出本研究假設一。

H1: 學童的課業壓力會負向影響家庭滿意度。

Orthner and Mancini (1990) 認為，從家庭休閒中可以獲得鞏固家庭的穩定性及凝聚力，家庭成員一起體驗休閒帶來的愉悅與和諧，是一種符號的表達、溝通與互動的建立，嘗試發展家庭關係的新局面，也是改善親子關係的機會。傅元幟 (2004) 認為家庭休閒質與量的提升，有助增加家庭生活滿意度；家庭休閒滿意度愈高，則家庭生活滿意度愈高。Aslan (2009) 曾研究傳統土耳其家庭休閒與家庭滿意度間的關係，發現花時間與家人相處對家庭的滿意很重要，且花時間與家人相處，其家庭生活質量會提高。

Zabriskie and McCormick (2001) 研究家庭休閒涉入與家庭生活滿意度間的關係，調查了 179 個家庭裡的父母親及其子女，研究結果發現家庭休閒能加強家庭成員間不同關係的連結，提高整體成員對家庭的認同感，家庭中父母所參與的家庭休閒可以顯著的預測其家庭生活滿意度。Zabriskie and McCormick (2003) 針對家庭休閒與家庭生活滿意度進行了調查，分別以父母親、子女及家庭等三個不同的觀點進行研究，結果顯示以父母觀點之家庭休閒活動，可以預測家庭的滿意度；但從子女的觀點，其結果並未達顯著。國內學者傅元幟與林晏州 (2007) 同樣以父母親、子女及家庭角度，研究家庭休閒滿意對家庭生活滿意的關係，卻有不同的結果。研究指出：整體、父母與子女之家庭休閒滿意度均與家庭生活滿意度有正向的關係；且不論以種類數目、頻率或參與程度表示活動之參與量，發現家庭休閒活動參與量越多，家庭生活滿意度越高。從上述研究可證實家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度間有正向的關聯性，但就子女的觀點來衡量兩者間時，國內外研究則顯示不同的研究結果。故若能深入探討家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度的關聯性，對於離島地區親職教育與家庭休閒教育的推動，將為一大助益。

王琦瑜、張少熙、張良漢（2007）探討國中生課業壓力與休閒需求之相關研究發現，課業壓力與休閒需求間有顯著相關，學生壓力愈大時，在參與休閒活動所欲滿足之需求，愈傾向能紓解課業壓力，有效放鬆情緒帶來愉快的體驗。林正鳳（2006）指出家庭休閒滿意度帶給子女積極的學習態度、情緒較穩定及良好的身心發展，父母與孩子同步成長、促進親子關係及家長自我實現。孫慶國（2003）認為休閒中孩子較放鬆，越能夠接受建議，還可以增進家庭和樂，減少孩子課業壓力與父母工作上的挫折。張高賓（2004）提出家庭休閒可紓解工作壓力或小孩的學業壓力，有助於家庭的氣氛與凝聚力。根據以上，故提出本研究假設二及假設三。

H2:學童的家庭休閒滿意度會正向影響家庭滿意度。

H3:學童的家庭休閒滿意度在課業壓力與家庭滿意度之間扮演調節的角色。

參、研究方法

一、研究架構

根據文獻回顧，本研究之架構圖如下：

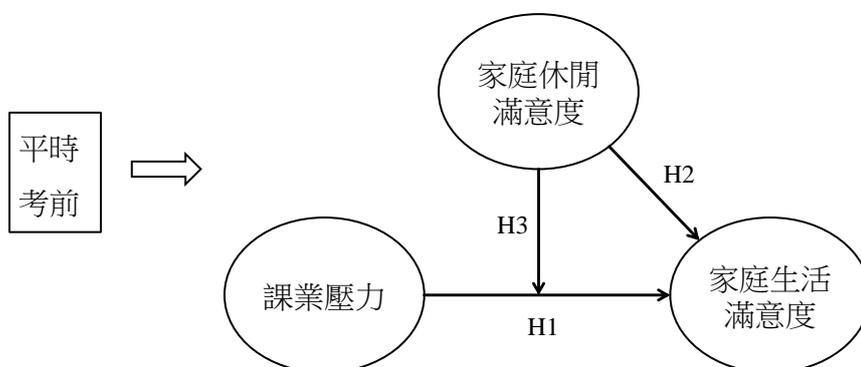


圖 1、研究之架構概念圖

二、量表設計與抽樣

本研究問卷之學業壓力、家庭休閒滿意度、家庭生活滿意度量表及問項，分述如下：

（一）學業壓力

課業壓力的測量工具採用 Ang and Hung (2006) 的學業期望壓力問卷 (academic expectations stress inventory, AESI)，共有「父母與師長期望」及「自我期望」兩個構面。父母與師長期望部分，有 5 個題項，例如：「當我達不到父

母對我課業表現的期望時，我會責怪自己」；「當我在學校課業表現不佳時，我覺得我讓我的老師感到失望」等。自我期望部分，有 4 個題項，例如：「當我達不到自己的課業成績標準時，我感到有壓力」；「當我達不到自己設定的課業表現期望時，我覺得自己不夠好」等。採李克特四點量表，分別以「從來沒有（1 分）」、「幾乎沒有（2 分）」、「幾乎總是有（3 分）」、「一直都有（4 分）」等四種尺度。

（二）家庭休閒滿意度

家庭休閒滿意度之衡量，乃根據 Zabriskie and McCormick (2003) 的「家庭休閒滿意度量表」(Family Leisure Satisfaction Scale, 簡稱 FLSS)，用來測量受試者對家庭休閒滿意的程度與家庭休閒投入時間。其量表共分兩構面，每構面各 8 題。核心家庭休閒模式 (core family leisure patterns)，是指一般日常或非正式的活動，通常不需要特別計劃或特定資源，在家庭中即能進行，包含家庭聚餐、在家看電視影集、遊戲、庭園遊戲等；例如：「你是否會和家人一起參與家庭的活動？(例如：看電視/影片、聽音樂、看書、唱歌等)」。平衡家庭休閒模式 (balance family leisure patterns)，係指刻意計劃的正式或新奇活動，使全家能有不同於日常生活體驗的經驗或挑戰，包含交誼為基礎的活動、戶外活動、水域活動、冒險活動、旅遊等；例如：「你是否會和家人一起參與事先規劃的戶外活動？(例如：釣魚、健行、爬山、沙灘挖蚌殼等)」。

由於考量 Zabriskie and McCormick (2003) 的家庭休閒活動題項內容，與馬祖地區一般民眾所從事的家庭休閒項目有所差異，以及國情與地域限制下，因此研究者先行就家庭休閒活動題項，諮詢當地目前家中有正值國小學齡兒童之六位教師代表的建議，並詢問當地 12 位國小高年級兒童調查其平時與家人一起從事家庭休閒活動之項目，再徵詢休閒領域學者之意見後，微幅調整文字並修改或刪去當地無法從事的内容，以利受試學生填答。

因量表內共有核心家庭休閒模式與平衡家庭休閒模式兩個構面，每個構面詢問受試者 8 題不同類型與家人一起參與的休閒活動，測量方式以先詢問受試者是否進行該項活動，若受試者回答「否」，則該題項採 0 分計算。若受試者回答「是」時，其後要求受試者填寫從事該項家庭休閒活動的頻率與持續的時間，再將從事該項家庭休閒活動的頻率與持續的時間相乘，即可得到從事該項家庭休閒活動投入時間的分數。作為衡量頻率的標準有 4 個尺度分別為：「至少每年」得 1 分，「至

少每月」得 2 分，「至少每週」得 3 分，「至少每天」得 4 分。衡量每次活動持續的時間共有 12 個尺度，分別為：「少於 1 小時」、「1~2 小時」、「3~4 小時」、「5~6 小時」、「7~8 小時」、「9~10 小時」、「11~23 小時」、「1~3 天」、「4~6 天」、「7~10 天」、「11~14 天」、「15 天以上」，其計分依序為 1 到 12 分。之後分別加總核心家庭休閒模式與平衡家庭休閒模式各 8 題的分數，就可得到核心家庭休閒模式與平衡家庭休閒模式的總分數，再將此兩種模式的總分數加總，即得到總家庭休閒投入時間的分數。家庭休閒滿意程度的測量則採李克特五點量表，分別以「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」、「非常滿意」等 5 種尺度，依序給予 1 分至 5 分。

(三) 家庭生活滿意度

家庭生活滿意乃以 Zabriskie and McCormick (2003)修改 Diener (1985)等人發展之 SWLS 量表 (The Satisfaction With Life Scale) 而成的家庭生活意度量表 (Satisfaction With Family Life Scale, 簡稱 SWFS) 為衡量標準。該量表有 5 個題項，例如：「大部份的情形下，我的家庭生活接近理想狀況」等。採李克特五點量表，以「非常不同意」至「非常同意」等，分別給予 1 至 5 分。

(四) 抽樣

本研究係以連江縣四鄉五島共八所公立國民小學，因各校皆為小班小校，並使學生能迅速掌握題意，故針對五、六年級全體學生採普查方式，進行問卷調查。先於 2013 年 11 月，抽選兩班國小六年級學生進行預試，共回收 41 份問卷；進行項目分析後，各量表均有良好信度，題項均保留。正式問卷分前測與後測兩次進行，前測於 2013 年 11 月 19 到 11 月 23 日，為學生平日一般上課時間；後測於 2014 年 1 月 6 日到 1 月 10 日，為學生期末考前一週。每次皆回收 188 份問卷，有效問卷率為 98%；再以 SPSS 19.0 統計軟體進行資料分析。課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度量表之 Cronbrach' s α 分別為 0.88、0.86 及 0.81，顯示均有良好信度。

肆、結果與討論

根據 188 份有效樣本，男性學童 98 人(占 52.1%)，女性為 90 人(占 47.9%)；五年級學童較多有 103 人(占 54.8%)，六年級者為 85 人(占 45.2%)；家中小

孩數以 2 個者為最多有 72 人 (占 38.3%)，其次為以 3 個者 68 人 (占 36.2%)；在家中的排行以老二為最多有 68 人 (占 36.2%)，其次為老大者有 61 人 (占 32.4%)；家庭類型以雙親家庭為最多有 115 人 (占 61.2%)，其次是三代同堂者為 53 人 (占 28.2%)；父親學歷以高中為最多有 84 人 (占 44.7%)，其次是大專 (含大學) 有 66 人 (占 35.1%)；母親學歷以高中最多為 77 人 (占 40.9%)，其次是大專為 60 人 (占 31.9%)；父親職業以服務業最多有 68 人 (占 36.2%)，其次是軍公教為 54 人 (占 28.7%)；母親職業以服務業最多為 79 人 (占 40.2%)，其次是軍公教為 52 人 (占 27.7%)，如表 1 所示。

一、差異分析

觀察不同性別學童課業壓力與其兩個子構面之平均值，發現女性學童皆高於男性學童。進一步利用獨立樣本 t 檢定分析，得知整體課業壓力及兩個子構面 (父母與師長期望及自我期望)，皆達顯著水準 ($p < 0.05$)；表示課業壓力的感受程度，的確會因性別的不同有所差異，且女性學童顯著高於男性學童。此結果與涂鈺芬 (2006) 及蔡靜宜 (2005) 研究結果相同，與男性相比女性在生理與心智的發展上較早熟，因此對於課業壓力會比男性敏銳，而課業壓力的感受也較男性高。

不同性別學童在家庭休閒滿意度及其兩個子構面之平均值，發現女性學童皆高於男性學童。進一步以獨立樣本 t 檢定分析得知，性別在三者間差異皆達顯著水準 ($p < 0.05$)；表示家庭休閒滿意度會因不同性別感受上亦有差異，且女性學童顯著高於男性學童。

不同性別在家庭生活滿意度上，雖然女性學童亦高於男性學童；但並未達統計上顯著。由此可知，學童家庭生活滿意度，並不因性別不同而有顯著差異，如表 2 所示。

(一) 雙親學歷與變項之關係

在家庭休閒滿意度方面，父親不同學歷在整體家庭休閒滿意度及其兩子構面 (核心、平衡家庭休閒滿意度) 之平均值，皆以大專以上者最高。進一步以單因子變異數分析得知，整體家庭休閒滿意度及其子構面 (核心、平衡家庭休閒滿意度) 皆達顯著差異；經 Scheffe 事後比較發現，僅整體家庭休閒滿意度與子構面之平衡家庭休閒滿意度，有顯著差異。皆以父親學歷大專以上顯著高於國中以下

與高中者。

在家庭生活滿意度方面，父親學歷平均值以大專以上者最高 (4.05)，進一步以單因子變異數分析，發現父親不同學歷對於家庭生活滿意度達顯著差異，經 Scheffe 事後比較後得知，父親學歷為大專以上，其家庭生活滿意度顯著優於高中者。表示離島地區國小學童會因父親學歷的不同，會影響其對家庭生活滿意度的感受。(參表 3)

不同「家庭類型」在「核心家庭休閒滿意度」上達顯著差異；可知離島地區國小學童對「核心家庭休閒滿意度」的感受上，雙親家庭與三代同堂顯著高於單親家庭。陳桂菊 (2001) 指出單親家庭休閒活動的成效，較雙親家庭者低。陳慶福 (2000) 也提出，單親家長大多為生活奔波，特別是經濟有困難的家長，所從事戶外休閒活動時間和次數相較比雙親雙薪家庭少。而 Hornberger, Zabriskie and Freeman (2010) 研究結果，亦提及單親家庭的家庭休閒涉入較低的情形。

將不同家庭類型與家庭休閒滿意度及其子構面進行單因子變異數分析時，發現並無顯著差異 ($F=2.369, p=.054$)。然而，在子構面「核心家庭休閒滿意度」有顯著差異 ($F=2.702, p=.032$)，經事後檢定得知，雙親家庭與三代同堂者顯著高於單親家庭者。至於在家庭生活滿意度上，不同家庭類型亦呈現顯著差異 ($F=4.334, p=.002$)；且雙親家庭與三代同堂者，顯著高於單親家庭者 (如表 4 所示)。

母親不同學歷在核心家庭休閒滿意度、平衡家庭休閒滿意度與家庭休閒滿意度整體平均值，皆以大專以上最高。經單因子變異分析發現，不同母親學歷在核心家庭休閒滿意度、平衡家庭休閒滿意度與整體家庭休閒滿意度皆達顯著差異。經 Scheffe 事後比較發現，離島地區國小學童母親學歷大專以上者，在核心家庭休閒滿意度及整體家庭休閒滿意度感受上，均顯著高於國中以下者。母親學歷大專以上者，其平衡家庭休閒滿意度的感受，顯著高於高中與國中以下者。而母親不同學歷在家庭生活滿意度平均值以大專以上最高 (3.90)，國中以下最低 (3.60)；但並未達統計顯著，如表 5 所示。

考試對於學童家庭的確影響頗大，經相依樣本 t 檢定分析顯示，無論在課業壓力、家庭休閒參與時間、家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度上，平時與考前均呈顯著差異。

表 1、受試者基本資料分析

基本資料	次數 (%)	基本資料	次數 (%)
性別		家庭類型	
男	98 (52.1)	單親家庭	13 (6.9)
女	90 (47.9)	雙親家庭	115 (61.2)
年級		三代同堂	53 (28.2)
五年級	103 (54.8)	隔代教養	5 (2.7)
六年級	85 (45.2)	親友照顧	2 (1.1)
家中小孩數		家中排行	
1 個	15 (8.0)	獨生子女	14 (7.4)
2 個	72 (38.3)	老大	61 (32.4)
3 個	68 (36.2)	老二	68 (36.2)
4 個	19 (10.1)	老三	36 (19.1)
4 個以上	14 (7.4)	老四	7 (3.7)
		其他	2 (1.1)
父親學歷		母親學歷	
國小	11 (5.9)	國小	14 (7.4)
國中	17 (9.0)	國中	26 (13.8)
高中	84 (44.7)	高中	77 (40.9)
大專	66 (35.1)	大專	60 (31.9)
研究所	10 (5.3)	研究所	11 (5.9)
父親職業		母親職業	
軍公教	54 (28.7)	軍公教	52 (27.7)
工業	46 (24.5)	工業	3 (1.6)
商業	9 (4.8)	商業	14 (7.4)
漁業	5 (2.7)	漁業	0
服務業	68 (36.2)	服務業	79 (40.2)
農林牧業	1 (0.5)	農林牧業	2 (1.1)
自由業	1 (0.5)	自由業	1 (0.5)
家管	2 (1.1)	家管	35 (18.6)
退休人士	1 (0.5)	退休人士	0
其他	1 (0.5)	其他	2 (1.1)

表 2、性別與各變數及其子構面之 t 檢定分析表

變數與構面	性別		女(n=90)		t 值	p 值
	男(n=98)		M	SD		
課業壓力	2.43	0.72	2.70	0.64	2.71	0.007**
父母與師長期望	2.43	0.73	2.72	0.68	2.79	0.006**
自我期望	2.42	0.83	2.68	0.69	2.26	0.025*
家庭休閒滿意度	2.95	0.94	3.37	1.12	2.77	0.006**
核心休閒滿意度	3.07	1.02	3.50	1.13	2.72	0.007**
平衡休閒滿意度	2.83	1.07	3.24	1.25	2.40	0.017*
家庭生活滿意度	3.81	0.92	3.93	0.77	1.00	0.314

註：***表示 p 值≤0.001，**表示 p 值≤0.01，*表示 p 值≤0.05

表 3、父親學歷與家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度之變異數分析表

變數及構面	父親學歷	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffe 事後比較
家庭休閒滿意度	國中以下(A)	2.74	0.97	4.831	0.003**	C>A
	高中(B)	3.00	0.99			C>B
	大專(C)	3.50	1.08			
	研究所(D)	3.25	0.91			
核心家庭休閒滿意度	國中以下(A)	2.99	1.09	3.122	0.027*	不顯著
	高中(B)	3.13	1.04			
	大專(C)	3.59	1.11			
	研究所(D)	3.20	1.03			
平衡家庭休閒滿意度	國中以下(A)	2.48	1.07	5.441	0.001***	C>A
	高中(B)	2.86	1.14			C>B
	大專(C)	3.41	1.18			
	研究所(D)	3.31	1.02			
家庭生活滿意度	國中以下(A)	3.90	0.75	3.586	0.03*	C>B
	高中(B)	3.69	0.90			
	大專以上(C)	4.05	0.79			

註：***表示 p 值≤0.001，**表示 p 值≤0.01，*表示 p 值≤0.05

表 4、家庭類型與家庭生活滿意度之變異數分析表

變項	家庭類型	平均數	標準差	F 值	Sig	Scheffe 法事後比較
家庭生活滿意度	單親家庭(A)	3.00	1.25	4.334	0.002*	B>A
	雙親家庭(B)	3.90	0.81			C>A
	三代同堂(C)	4.03	0.68			
	隔代教養(D)	3.64	0.85			
	親友照顧(E)	3.80	1.41			

註：***表示 p 值≤0.001，**表示 p 值≤0.01，*表示 p 值≤0.05

表 5、母親學歷與家庭休閒滿意度之變異數分析表

變數及構面	母親學歷	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffe 法事後比較
整體家庭 休閒滿意度	國中以下(A)	2.79	0.96	5.757	0.004**	C>A
	高中(B)	3.08	1.07			
	大專以上(C)	3.46	1.01			
核心 家庭休閒滿意度	國中以下	2.99	1.12	3.228	0.042*	C>A
	高中	3.25	1.07			
	大專以上	3.52	1.02			
平衡 家庭休閒滿意度	國中以下(A)	2.60	0.99	6.917	0.001***	C>A
	高中(B)	2.91	1.21			C>B
	大專以上(C)	3.40	1.15			

註：***表示 p 值≤0.001，**表示 p 值≤0.01，*表示 p 值≤0.05

表 6、各變數平時與考前相依樣本 t 檢定分析表

變項	時間	平時 (n=188)		考前 (n=188)		t 值	p 值
		M	SD	M	SD		
課業壓力		2.56	.70	2.69	.66	3.67	0.000***
家庭休閒參與時間		5.15	2.28	3.43	1.91	11.05	0.000***
家庭休閒滿意度		3.5	1.05	2.62	1.0	12.33	0.000***
家庭生活滿意度		3.87	.85	3.25	.69	11.171	0.000***

註：***表示 p 值≤0.001，**表示 p 值≤0.01，*表示 p 值≤0.05

二、迴歸分析與休閒滿意度之調節效果

一般而言，離島地區國小學童平時所感受到的課業壓力程度並不高；故以課業壓力為自變數，家庭生活滿意度為依變數，經簡單迴歸分析後，並未達統計顯著。然而，學童考前則明顯感受到課業的壓力；以課業壓力為自變數，家庭生活滿意度為依變數，經簡單迴歸分析後，發現達統計顯著 ($F=6.707, p=.011<.05, \beta =-.253$)。顯示當學童感受課業壓力時，也會負向影響其家庭生活滿意度。

在家庭休閒滿意度對家庭生活滿意度影響方面，將家庭休閒滿意度為自變數，家庭生活滿意度為依變數，進行簡單迴歸分析，發現其模式顯著 ($F=23.238, p=.000<.001$)。表示學童之家庭休閒滿意度，的確可以用來預測其家庭生活滿意度；且家庭休閒滿意度會正向影響家庭生活滿意度 ($\beta =.333; t=4.821$)。表示當離島地區國小學童家庭休閒滿意度越高時，則感受到家庭生活的滿意度也會越高。接著進一步以家庭休閒滿意度之子構面為自變數(核心與平衡家庭休閒滿意度)，家庭生活滿意度為依變數，進行複迴歸分析；結果發現其模式顯著 ($F=13.874,$

$p=.000< .001$), 表示此二子構面也會影響家庭生活滿意。子構面之「核心家庭休閒滿意度」, 會正向影響家庭生活滿意度。當離島地區國小學童對核心家庭休閒滿意度的認同度越高, 所感受到的家庭生活滿意度也越高 ($\beta=.359; t=3.655$)。然而, 另一子構面「平衡家庭休閒滿意度」, 對家庭生活滿意度的影響, 則未達顯著 ($\beta=.003; t=.034$)。此即顯示, 學童的一般的家庭休閒生活, 對於其之重要性。

最後驗證家庭休閒滿意度高低, 是否會影響課業壓力對家庭生活滿意度之負向關係。本研究將家庭休閒滿意分組, 先統計全體受試學生的家庭休閒滿意度平均後, 將其分為低組 (小於或等於全體平均值者) 及高組 (大於全體平均值者) 兩組。由於平時學生的課業壓力程度相對較低, 以課業壓力為自變數, 家庭生活滿意度為依變數, 經簡單迴歸分析發現: 不論是家庭休閒滿意度高組或是低組, 其離島地區國小學童課業壓力對家庭生活滿意度間, 皆未達顯著差異。因此, 僅探討考前家庭休閒滿意度高低, 對課業壓力與家庭生活滿意度間的影響。

考前「低家庭休閒滿意度」組, 以考前課業壓力為自變數, 考前家庭生活滿意度為依變數, 進行簡單迴歸分析發現達統計上顯著 ($F=4.700, p< .001$), 標準迴歸係數 β 為 $-.233$ ($t=2.168, p=.033$)。接著, 以考前「高家庭休閒滿意度」組, 進行簡單迴歸分析後發現, 兩者之間未達到顯著 ($F=0.798, p>.001$), 標準迴歸係數 β 為 $-.092$ ($t=.893, p=.374$), 如圖 2 所示。由此可知, 表示離島的地區國小學童家庭休閒滿意度越低, 課業壓力越高, 其家庭生活滿意度則會越低。研究結果與王琦瑜、張少熙、張良漢 (2007) 提出相同觀點, 學生壓力愈大時, 在參與休閒活動所欲滿足之需求, 愈傾向能紓解課業壓力, 有效放鬆情緒帶來愉快的體驗。可見學童家庭休閒滿意度越高, 會緩解課業壓力對家庭生活滿意度間的關係。

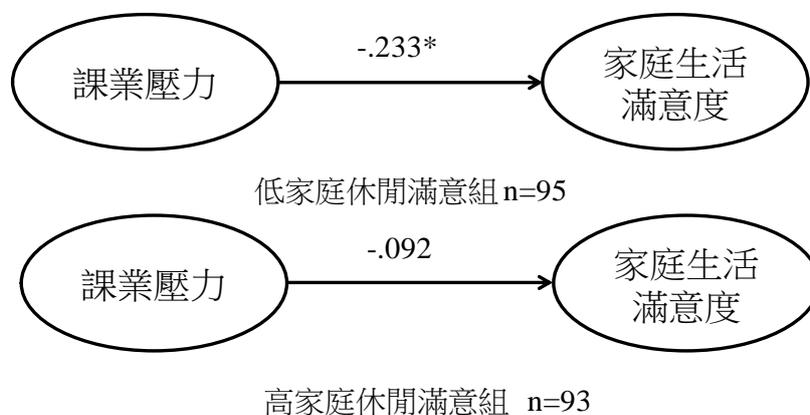


圖 2、課業壓力對家庭生活滿意度之影響

三、結論

本研究發現，離島國小高年級學童課業壓力的確存在，而且女生顯著高於男生。在家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度方面，雙親家庭與三代同堂家庭，皆顯著高於單親家庭者；又父母親學歷高者，其家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度皆有較高的趨勢。在模式驗證方面，課業壓力會負向影響家庭生活滿意度；故假設一成立。學童家庭休閒滿意度亦正向影響其家庭生活滿意度，顯示家庭休閒之重要，特別是一般的家庭休閒（核心家庭休閒）對學童更為重要；故假設二成立。而國小學童家庭休閒滿意度，也在課業壓力與家庭生活滿意度之間扮演調節的角色；故假設三成立。

本研究亦有一些研究限制，依序說明如下。其一，本研究之對象為連江縣國小高年級學童，並研究結果不一定能推及至台灣其他離島；並且也不一定推及至國小低年級學童。建議後續研究者，可針對其他離島或中、低年級學童研究之。其二，本研究乃屬量化研究，並不能對造成學童課業壓力、家庭休閒滿意度及家庭生活滿意度之各種原因深入探究；故建議後續研究者可進行質性研究，以彌補量化研究之不足。此外，根據研究結果，提出具體建議如次。

伍、建議

根據研究結果提出以下具體建議，期為家庭、學校師長及教育單位了解離島地區國小學童課業壓力情形，以提高家庭休閒投入時間，增進其家庭休閒滿意度，進而提升家庭生活滿意度之參考。

一、對家庭的建議

（一）父母調整心態，尊重孩子多元發展

研究發現國小學童課業壓力來源，以父母及師長期望壓力最大，其次是自我期望壓力。學童在國小階段生活自理及學習上多需父母的幫助，而父母對孩子的疼愛及重視，從中可幫助孩子獲得愛與隸屬需求的滿足。然而，過度的重視課業不僅使親子關係容易緊張外，以分數論定孩子的表現，對於孩子人格的成長及自我認識反成為阻礙。建議父母應屏除「萬般皆下品，唯有讀書高」的舊思維，減輕孩子課業壓力，鼓勵孩子多元發展，幫助孩子找到自己的優勢能力為宜。

（二）規劃適宜家庭休閒活動，增加親子休閒時間，提升家庭生活滿意

本研究發現家庭休閒滿意度中，「核心」家庭休閒滿意度高於「平衡」家庭休閒滿意度。顯示休閒活動無需捨近求遠，父母藉由日常平凡的休閒活動，即能培養孩童的休閒態度與價值。因此，父母若能妥善規劃家庭休閒活動，不僅可增進親子互動，減緩親子間因課業產生的摩擦；亦可幫助與其他家庭成員間的情感交流，凝聚家庭向心力，進而提高家庭的生活滿意度。

二、對學校師長的建議

(一) 重視國小學生的課業壓力輔導，幫助其減緩壓力的方式

本研究發現國小學童無論平時或考前，皆存在課業壓力，考前更高於平時；而在性別上，女生更顯著高於男生。考量高年級階段正值敏感、衝動的青春期，同時也是邁向國中升學準備的關鍵時刻；學童的身心都面臨重大改變，面對課業的壓力及需師長的鼓勵與關懷，尤其課業壓力較重的女性學童，更不容忽視。

(二) 加強親職教育，推廣家庭休閒的觀念，落實於生活

若要改變父母以智育導向為主的學習，則需要幫助孩子學習的合夥人（學校師長）的協助。學校應多舉辦親職教育活動，透過面對面的溝通與價值澄清，幫助父母了解孩子特質，釐清智育掛帥的誤解，並提倡家庭休閒的益處，鼓勵從事家庭休閒活動。鼓勵多以方便、易安排的核心家庭休閒活動入手，來減輕父母對孩子課業上的關注壓力。

三、政府相關單位之建議

(一) 關懷單親及弱勢家庭，並給予相關資源協助

本研究發現無論在家庭生活滿意或家庭休閒滿意度，單親家庭皆顯著低於雙親及三代同堂家庭。單親家庭子女可能因環境及經濟因素，父親或是母親其中一方，成為家中經濟重擔與孩子主要照顧者，背負著比雙親及三代同堂家庭更沉重的壓力外；其中部分家長因擔憂外界眼光，個人或其他個人等心理因素，而採消極或是逃避方式，無法妥善顧及子女的需求。因此，建議政府教育及社福單位，能多舉辦講座或是社工到府關懷方式，給予行動或是經濟上的協助。

(二) 規劃完善的休閒設施或活動，鼓勵家庭參與

囿於離島休閒設施與休閒環境之限制，目前離島國小學童家庭休閒活動多以核心家庭休閒為主；平衡家庭休閒活動則多需寒暑假時間，方能安排進行。政府未來若能根據地方特色，善加推廣在地闔家適宜的旅遊行程或社區體育活動，幫

助提升家庭增加平衡家庭休閒活動的頻率，相信定能提高家庭的休閒滿意度。

四、對未來研究之建議

本文為普查方式，了解當時馬祖地區所有國小高年級休閒情形；但研究時間軸的處理方式乃屬橫斷面之研究，缺乏較長期間的資料蒐集。故後續研究若考量時間、人力及資金許可的情況下，可考慮採取縱貫式時間軸的研究設計，在不同的時間點上測量，觀察離島地區國小學童課業壓力、家庭休閒及家庭生活滿意狀況。另外，本研究為量化研究，無法深入探究受試者個別心理現象。故可於未來研究中，可加入訪談、觀察等質性研究，以深入了解學生背景變項、課業壓力、家庭休閒滿意度與家庭生活滿意度學生內在感受問題，彌補量化研究之不足，俾使研究結果更有助於政府、學校師長及父母參考。

參考文獻

- Bammel, G., & Burrus-Bammel, L.L. (1996)。休閒與人類行為(徐淑芳譯)。臺北：桂冠。
- 王仁志(2006)。國小高年級學童課業壓力、父母期望與親子關係之研究。國立嘉義大學碩士論文，嘉義。
- 王淑卿(2004)。國中生父母衝突、親子衝突、課業壓力與自殺意念之相關研究(未出版碩士論文)。國立嘉義大學家庭教育研究所，嘉義。
- 王琇琴(2009)。國小學童閱讀動機年級差異：課業壓力的角色。國立中山大學教育研究所碩士論文，高雄。
- 王琦瑜、張少熙、張良漢(2007)。台北市國中生課業壓力與休閒需求之相關研究。運動與遊憩研究，2(1)，1-18。
- 江德怡(2006)。國小學童家庭休閒活動、親子互動、及其人際關係之研究(未出版碩士論文)。高雄師範大學教育學系，高雄。
- 沈相如(2010)。台北市國小學習障礙學生學校適應和課業壓力之研究(未出版碩士論文)。臺北市立教育大學特殊教育學系身心障礙教育教學碩士學位班，台北。
- 兒福聯盟(2011)。愛孩子 333--家庭溫暖指數調查發表記者會。線上檢索日期 102 年 8 月 18 日，網址：

<http://www.children.org.tw/news.php?id=2472&typeid=28&offset=0>。

林正鳳 (2006)。家長參與方式對兒童與新興休閒活動之影響研究。國立臺灣師範大學運動休閒管理研究所碩士論文。

涂鈺芬 (2006)。國中學生課業壓力與因應方式之探討 (未出版碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化。

唐先梅 (1997)。家事分工理論模型：從層級觀點的思索。國立空大生活科學學報，3，63-86。

孫慶國 (2003)。教孩子補習，不如陪孩子休閒。師友，434(3)，16-22。

徐西森、康維芬 (2007)。健康的休閒、健全的生活—談學生的休閒生活與輔導。學生輔導，103，16-22。

高原令 (1992)。國小學生日常生活壓力之研究 (未出版博士論文)。國立政治大學教育研究所，臺北。

張明麗 (2006)。國小高年級學童父母管教方式、生活壓力源及壓力因應策略之研究 (未出版碩士論文)。國立嘉義大學家庭教育研究所，嘉義。

張高賓 (2004)。家庭心理環境、親子關係與兒童經驗之關係研究。中華輔導學報，16，119-148。

梁愛玲 (1995)。台北市雙薪家庭家庭休閒與家庭生命週期關係之探討 (未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學家政教育研究所，臺北。

郭聰智 (2011)。屏東縣國小民俗體育藝陣團隊學生運動樂趣與課業壓力來源之相關研究 (未出版碩士論文)。國立屏東教育大學體育學系，屏東。

陳代真 (2002)。國中青少年家庭休閒活動與家庭凝聚力關係之研究—以台北市大直地區為例 (未出版碩士論文)。東吳大學社會學系，台北。

陳桂菊 (2001)。宜蘭地區親子休閒教育活動實施因素之探究—以宜蘭縣歡樂國小為例 (未出版碩士論文)。國立花蓮師範學院國民教育研究所，花蓮縣。

傅元幟 (2004)。家庭休閒活動與家庭生活滿意度關係之研究 (未出版碩士論文)。國立台灣大學園藝學研究所，台北市。

傅元幟、林晏州 (2004)。從父母與子女觀點探討家庭休閒活動與家庭生活滿意度關係之研究。戶外遊憩研究，17(3)，1-18。

傅元幟、林晏州 (2007)。家庭休閒滿意度對家庭生活滿意度之影響。休閒與遊

憩研究，1(1)，119-147。

黃毅志、陳怡靖（2005）。台灣的升學問題：教育社會學理論與研究之探討。台灣教育社會學研究，5(1)，77-118。

廖紘輝（2011）。國小高年級資優生與普通生之教師、父母期望知覺對課業壓力影響之研究—以台北市士林、北投區學童為例（未出版碩士論文）。國立臺北教育大學社會與區域發展學系碩士班，臺北。

劉寶（2003）。桃園縣國小高年級學童父母管教態度、成就動機與學習壓力相關之研究（未出版碩士論文）。國立新竹師範學院輔導教學碩士班，新竹。

蔡宏進（2004）。休閒社會學（第二版）。臺北：三民。

蔡靜宜（2005）。台北縣市資優生與普通生生活壓力與因應策略之研究（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學特殊教育學系，台北。

鄭三權（2010）。國立嘉義高中學生休閒參與、阻礙及課業壓力之研究。臺灣體育運動管理學報，10(4)，55-74。

謝淑芬（2003）。性別、家庭生命週期、家庭休閒參與頻率與休閒阻礙之相關研究。旅遊管理研究，3(1)，1-12。

龔惠文（2006）。國小六年級學童家庭休閒參與、家庭休閒阻礙與知覺親子關係之研究（未出版碩士論文）。國立嘉義大學家庭教育研究所，嘉義。

龔馨寧（2011）。高中生課業壓力與刺激尋求相關研究—以南部三縣市為例（未出版碩士論文）。國立彰化師範大學教育研究所，彰化。

Ang, R.P. & Huan, V.S. (2006). Academic Expectations Stress Inventory (AESI): development, factor analysis, reliability and validity. *Educational and Psychological Measurement*, 66(3), 522-539.

Ang, R.P., & Huan, V.S. (2006). Relationship between academic stress and suicidal ideation: testing for depression as a mediator using multiple regression. *Child Psychiatry and Human Development*, 37(2), 133-143.

Aslan, N. (2009). An Examination of Family Leisure and Family Satisfaction among Traditional Turkish Families. *Journal of Leisure Research*, 41(2), 157-176.

Beard, J. G., Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33.

- Bobby, G. (1995). The importance of leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 279-299.
- Brenner, A. (1997). *Helping children cope with stress*. Jossey-Bass.
- Coney, Y. & West, C. K. (1979). Academic pressures and the black adolescent. *Contemporary Educational Psychology*, 4, 318-323.
- Diener, E. (1994). Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social indicators research*, 31, 103-57.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Edginton, C.R., Jordan, D.J., Degaaf, D. G., & Edginton, S. R. (1995). *Leisure and life satisfaction*. Dubuque. IA: Brown & Benchmark.
- Elkind, D. (2001). *The hurried child : Growing up too fast too soon*, 3rd. Massachusetts: Perseus Publishing.
- Flanagan, J. C. (1978). A research approach to improving our quality of life. *American Psychologist*, 33(2), 138-147.
- Francken, D. A., & van Raaij, W. F. (1981). Satisfaction with leisure time activities. *Journal of Leisure Research*, 13(4), 337-352.
- Hart, A. D. (1992). *Stress and your child: know the sign and prevent the harm*. Texas : Word Publishing.
- Helms, B.J. (1996). *School-related stress: Children with and without disabilities*. (ERIC Document Reproduction Service No. ED395409 and
- Hollis, L. A. (1998). Sex comparisons in life satisfaction and psychosocial adjustment scores with an older adult sample: Examining the effect of sex role differences in older cohorts. *Journal of Women & Aging*, 10(3), 59-77.
- Jones, R. W. (1993). Gender-specific differences in the perceived antecedents of academic stress. *Psychological Reports*, 72, 739-743.
- Kelly, J. R. & Godbey, G. (1992). *Sociology of Leisure*. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Kelly, J. R. (1978). Family leisure in three communities. *Journal of leisure Research*,

10(1), 47-60.

Kelly, J. R. (1992). Leisure. In: Bogatta, F. F. (ed.) *Encyclopedia of Sociology*, Vol. 3. Macmillan, New York, pp. 1099-1107

Orthner, D.K.(1975). Reinforcing the leisure component in family life. *The Family Coordinator*, 24, 175-183.

Orthner, D.K., & Mancini, J.A. (1990).Leisure impacts on family interaction and cohesion. *Journal of Leisure Research*, 22(2), 125-137.

Orthner, D.K., Barnett-Morris, L., & Mancini, J.A. (1994) Leisure and family over the life cycle. In L. L'Abate (Ed.), *Handbook of developmental family psychology and psychopathology*. New York: Wiley. 176-201.

Pahons, M. L. (1990).The principal as the primary mediator of school stress. *Education*, 111(1), 125-129.

Putwain, D. B. (2007). Researching academic stress and anxiety in students: some methodological considerations. *British Educational Research Journal*, 33(2), 207-219.

Ragheb, M. G., & Griffith, C. A. (1982). The contribution of leisure participation and leisure satisfaction to life satisfaction of older persons. *Journal of Leisure Research*, 14(4), 295-306.

Riddick, C. C. (1986). Leisure satisfaction precursors. *Journal of Leisure Research*, 18(4), 259-265.

Romano, J. L. (1997). Stress and coping: A qualitative study of 4th and 5th graders. *Elementary School Guidance and School Guidance and counseling*, 31(4), 273-282.

Selye, H. (1956). *The Stress of Life*. New York: McGraw-Hill.

Shichman, S., & Cooper, E. (1984). Life satisfaction and sex role concept, *Sex Role*, 227.

Shin, D.C. & Johnson, D.M. (1978). Avowed happiness as the overall assesment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5, 475 - 492

Smith, G. X, Snyder, T. J., & Monsma, B. R. (1988). Predicting relationship

satisfaction from couples' use of leisure time. *American Journal of Family Therapy*, 16(1), 3-13.

Suldo, S., Riley, K., & Shaffer, E. (2006). Academic correlates of children and adolescents' life satisfaction. *School Psychology International*, 27, 567-582.

Tan, J. B., & Yates, S. (2011). Academic expectations as sources of stress in Asian students. *Social Psychology of Education*, 14(3), 389-407.

West, C. K., & Wills, C. L. (1982). Academic Stress among Early and Mid Adolescents In England and in The United States. *Journal of Early Adolescence*, 2(2), 145-150.

Witkin, G.(1999). *Kidstress: What it is, how it feels, how to help*. New York : Penguin.

Zabriskie, R. B., & McComick, B. P. (2001). The influence of family leisure patterns of family functioning. *Family Relations*, 50(3), 281-289.

Zabriskie, R. B., & McComick, B. P. (2003). Parents and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life. *Journal of Leisure Research*, 35, 163-189.

Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region

Ta-Ming Wang*, Chia-Chen Lin**

*Department of Tourism, Associate Professor, Ming Chuan University

**Teacher, Lihu Elementary School

Abstract

The aim of this study is to understand the relationships among academic stress, family leisure satisfaction and family living satisfaction, and upper grade level elementary school students are the subject of the study. Questionnaires were distributed between October of 2013 and January of 2014. The first distribution was conducted during regular weekday class period. The second distribution was conducted during the week prior to the final exam week. Statistical analysis was performed by SPSS 19.0 from the valid returns where 188 copies were obtained from each of the distributions. The results are as follows. First, academic stress is significantly higher among female students than their male counterpart. Secondly, both the family leisure satisfaction and the family living satisfaction are higher among students with a family of both parents and grandparents than those of single parent families. In addition, there is a trend that the family leisure satisfaction and the family living satisfaction are higher for students with parents of higher educational level. Thirdly, family leisure satisfaction would modulate the negative effect of academic stress on family living satisfaction. According to the results, the study renders specific recommendation for parents, teachers, and government officials.

【Keywords】 Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, Family Living Satisfaction, Elementary School Students

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

稿約

- 一、島嶼觀光研究(以下簡稱本刊)係由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行之學術刊物。本刊旨在提供島嶼觀光之學術發展機會，希冀透過學術之研究，促進島嶼觀光、休閒、遊憩、體育、運動等相關產業之蓬勃發展。本刊設有審查制度，採審查者與投稿者雙向匿名方式進行審查，且隨到隨審，歡迎各界惠賜有關島嶼觀光、休閒、遊憩、運動、體育等之中英文原創性論文(original research paper)。
- 二、本刊每年共計發行四期，分別於三月、六月、九月、十二月各出版一期，全年皆接受投稿。
- 三、稿件凡經刊登將轉成 PDF檔，由投稿者自行列印抽印本。
- 四、稿件著作權歸屬本刊，本刊亦有刪改權，投稿時需繳交「投稿者基本資料表暨聲明書」，除獲本刊同意，不得重刊於其他刊物。本刊不接受一稿兩投之稿件，凡曾於其他刊物發表或抄襲之稿件，一概拒絕刊登，一切法律問題自行負責。
- 五、投稿須繳交「自我檢查表」，未能符合本刊之規定格式撰寫之論文，不予審查及刊登。
- 六、為提升投稿稿件作業與提升環保效益，本刊僅用電子郵件投稿與審稿之方式。投稿稿件之格式必須為 Microsoft Word檔案。本編輯委員會將加速審稿之作業，審查結果儘速予以回覆。
- 七、請將投稿稿件與作者相關之資訊(如：作者姓名、服務單位、職稱、地址、聯絡電話、傳真電話、電子郵件地址，並敬請註明通訊作者)，利用電子郵件之方式郵寄至執行編輯之電子信箱，作者應於投稿稿件郵寄出後，十天之內收到收稿確認之電子郵件，若於十天之內尚未收到收稿確認之電子郵件，敬請重新將投稿稿件寄出。

八、如蒙賜稿，來稿請寄至：

島嶼觀光研究 主編 白如玲

國立澎湖科技大學 地址：880 澎湖縣馬公市六合路300號

E-mail：ruling777@gmail.com；ruling@gms.npu.edu.tw

傳真：06-9272947

電話：06-9264115 轉 3101

行動：0921-351838

「島嶼觀光研究」投稿須知

一、來稿首頁須載有：

- 1.中英文題目、中英文作者姓名、中英文任職機構、通訊地址、電子郵件信箱及電話。
- 2.作者如不僅一位，請在作者姓名之後及任職機構之前加註*、**、***等對應符號，並註明通訊作者，以俾利識別。
- 3.本刊稿件均為匿名審查，作者資料僅出現於首頁，次頁正文之後請勿再出現，以利審查作業。

二、來稿次頁為本文，撰寫順序為：

- 1.中文題目、中文摘要、中文關鍵詞。
- 2.正文(諸如：緒論、文獻回顧、研究方法、研究結果、結論與建議)
- 3.引用文獻或註釋。
- 4.英文題目、英文摘要、英文關鍵詞(Keywords)。

三、中英文摘要不得超過 500字，以一段式呈現；中文摘要內容包括：研究目的、研究方法、結果與結論；英文摘要，內容與中文摘要一致。中英文關鍵詞以不超過 5 個為原則。

四、本刊稿件全文以二萬字為限(含中、英文摘要與圖表)，經本會編輯排版後以 20頁為原則。

五、文稿書寫格式：

- 1.來稿請以市面通用之電腦文書處理系統鍵入並以 A4大小之紙張直式橫寫，中文標題 16號粗體、次標題 14號粗體、內文 12號(新細明體)，1倍行高，註明行高，每頁最多 26行；英文及數字為(Times New Roman字體)；中文標點符號用全形，英文標點符號用半形。
- 2.文字敘述之編號順序，中文為：壹、一、(一)、1、(1)，英文為：I、(I)、A、(A)、a、a、i、(i)，文字敘述中之數字，用阿拉伯數字表示。
- 3.圖片標題在下，表格標題在上，順序以圖1 (Figure1)、表1 (Table 1)、圖2 (Figure2)、表2 (Table2)，等表之。
- 4.引用文獻以確經引用者為限，並須在文內引用之處予標示，順序為：先列中文、後列西文、其他外文。書寫格式為求統一，請參用 APA格式撰寫，中文依姓氏筆劃排序，英文依姓氏字母排序，網路資料依語言類型一併排列。
- 5.引用文獻書寫方式：
(1)期刊：作者姓名(年份)。題目。發表刊物名稱<斜體>，卷(期)，頁數。

- (2)書籍：作者姓名(年份)。書名<斜體>。出版地：出版者。
- (3)書籍專書與研討會論文：作者姓名(年份)。專章名稱或論文之名稱。編者，論文集名稱<斜體>(頁數)。出版地：出版者。
- (4)未正式出版學位論文：研究生(年份)。論文名稱<斜體>。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。
- (5)博碩士論文電子版：研究生(年份)。論文名稱<斜體> [電子檔]。未出版之博(碩)士論文，學校暨研究所名稱，學校所在縣市。上網日期：年月日。網址：URL。
- (6)翻譯書籍：原作者中文譯名(原名)(譯本年份)。翻譯書名<斜體>(譯者譯)。出版地：出版者。(原著出版年份)
- (7)報紙文章(有作者)：作者姓名(刊行年月日)。文章名稱。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (8)報紙文章(無作者)：文章名稱(刊行年月日)。報紙名稱<斜體>，刊行版面。
- (9)網路文章：作者姓名(年份)。網頁標題。上網日期：年月日。網址：URL。

六、表格書寫格式：

- 1.表格標題置於表格之上，無框線。整體統計表以「置中」方式放置於內文中間。
- 2.標號以表1 (Table 1)、表2 (Table2)等格式呈現。標題與標題之間空一個全形格。
- 3.表格內無直線，僅有橫線，最上和最下端的線用 1½的粗線，其間的橫線用 ½的細線，表格為單行間距。
- 4.表中數字一律用半形，小數點上下對齊，個位數亦上下對齊。
- 5.表中的數值除了「P值」列出小數到第 3位以外，其餘四捨五入到小數第 2位，「P值」的小數前面不加「0」，其餘的數值若不到整數，在小數點之前加上「0」。
- 6.若統計考驗達顯著標準，在表中的「F值」或「t值」等統計考驗值右方標註「*」，並在統計摘要表左下方(和標線的左端切齊)標示「* p<.05」。

七、圖片書寫格式：

- 1.圖片或相片須為電子檔且清晰。
- 2.圖片標題置於圖檔正下方。
- 3.縱軸和橫軸的比率是3：5(黃金分割)。
- 4.縱軸和橫軸有小標題。
- 5.縱軸標示出單位和刻度，橫軸若是以連續變數來分組亦標示單位和刻度。但橫軸若是以名義變數來分組，則無標示單位和刻度，只標示出各組的名稱。
- 6.縱軸的單位由下而上依次增大，而橫軸的單位由左而右依次增大。
- 7.縱軸和橫軸若不是由原點開始，則應標示缺口。

「島嶼觀光研究」審查流程

- 一、「島嶼觀光研究」（以下簡稱本刊）設有編輯委員會處理稿件之編輯及發行事宜。
- 二、本刊由國立澎湖科技大學觀光休閒學院發行，發行人為本校王瑩瑋校長，總編輯由本院院長于錫亮教授擔任，負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事，主編由觀光休閒系白如玲副教授擔任，編輯委員會之編輯人員設分科召集人以三人為原則，協助審閱稿件並指派審查委員；設秘書一人，負責簽案、收集稿件、催稿及連絡等相關事宜。
- 三、投稿本刊之稿件由編輯登錄稿件，並初步檢查是否符合本刊稿約之約定、格式是否符合本刊之要求，如格式不符者，請其修改再投，格式審查結果將於稿件收到後十五天內完成。
- 四、主編依稿件領域分配分科召集人，各分科召集人依其內容指派二位審查委員審查之。複審稿件審查以二週為期限，若超過期限，分科召集人將指派另一位審查委員進行審查。
- 五、本刊審查方式採審查者與投稿者雙向匿名方式進行。
- 六、稿件經審查未達本刊要求之水準將予退稿，若內容宜修改後再審，將通知投稿者依據審查意見於二週內完成修改，並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊再審，若超過期限為修改寄回，視為放棄審查。
- 七、審查結果以電子郵件將審查意見表給予作者，審查結果處理方式共有四種不同，分述如下：
 - (一)「修改後刊登」---若二位審查意見皆為修改後刊登，交由分科召集人裁決。
 - (二)「修改後再審」---有兩種情況：1.一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為修改後再審；2.二位審查意見皆為修改後再審。不管哪種情況皆須聯繫作者依審查意見作修改，並將修改稿件連同答辯書寄回審查委員審查之，直到審查意見為修改後刊登或不宜刊登為止。
 - (三)「不宜刊登」有兩種情況：1.若一位審查意見為修改後再審，另一位審查意見為不宜刊登；2.若二位審查意見皆為不宜刊登，則交由分科召集人裁決。
 - (四)若一位審查意見為修改後刊登，另一位審查意見為不宜刊登，則交由分科召集人裁決，或指派第三位審查委員審查之。
- 八、本刊分科召集人著作投稿時，則交由主編分配其他分科召集人，並應迴避提供審查委員名單及稿件審查結果。
- 九、本刊每年分別於三、六、九、十二月出刊，稿件之刊登順序由編輯委員會依文稿之性質及投稿時間之先後次序開會決定之。
- 十、本刊在取得作者「著作財產權讓與書」後，與國家圖書館及CEPS中文電子期刊合作，將稿件提供電子資料庫供研究者檢索下載。

島嶼觀光研究

Journal of Island Tourism Research

發行人：王瑩瑋 發行所：國立澎湖科技大學
總編輯：于錫亮 地址：澎湖縣馬公市六合路300號
電話：(06)9264115轉1081
傳真：(06) 9272947
網址：<http://163.15.209.95/ctl/>

編輯委員

黃金柱	開南大學	教授
黃芳銘	國立嘉義大學	教授
沈易利	國立臺灣體育運動大學	教授
黃宗成	國立嘉義大學	教授
洪榮聰	建國科技大學	教授
林士彥	國立暨南國際大學	教授
沈進成	國立高雄餐旅大學	副教授
吳崇旗	國立屏東科技大學	副教授
陳元陽	國立臺中科技大學	助理教授

主 編

觀光休閒系 白如玲 副教授

執行編輯

餐旅管理系 陳宏斌 副教授

創刊號：2008年9月創刊

Journal of Island Tourism Research

Volume 10, Number 2

Contents

- ♦ **Classifying the Economical Benefit of the Marine Sports Tourism Industry - A Case Study on the Northwest and Yilan Coast National Scenic Area**

Tsao, H. C.

- ♦ **The Factor of Decreasing Chinese Group Tourists**

Tung, M. H.

- ♦ **A Study on the Rural Relationships among Landscape Image, Visual Preference, and Revisit Intentions at Meinong District**

Liu, H. C., Liu, F. Y., & Chen, C. T.

- ♦ **Relationships among Academic Stress, Family Leisure Satisfaction, and Family Living Satisfaction by Elementary School Students in Remote Islands of Taiwan – Case Study of the Matsu Region**

Wang, T. M., & Lin, C. C.

College of Tourism and Leisure, National Penghu University
of Science and Technology Publisher

ISSN 2072-5388

Jul., 2017