

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益關聯性之研究

A Study on the Correlations among Satisfaction of Chinese Tourists in Taiwan, Political Factors, Cultural Factors, and Economic Benefits

研究生：劉育峻

GRADUATE STUDENT : LIU, YU-CHUN

指導教授：郭進財 博士

ADVISOR :CHIN-TSAI, KUO Ph.D.

中華民國一百零一年六月

南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益關聯性之研究

研究生： 劉育峰

經考試合格特此證明

口試委員：張家銘
陳金昌
鄧進財

指導教授：鄧進財

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 101 年 6 月 16 日

誌謝

兩年的研究所生涯，隨著論文撰寫完成，為我的學生生涯畫上句點了。回首論文研究期間，要感謝許多人的幫助與指導，讓我在學術知識及個人發展上都獲得許多成長。首先要感謝指導教授 郭進財 教授，每當學生渾沌之時總不吝嗇指點迷津，在老師的悉心指導下，才得以有今日的成果。我真的非常非常感謝老師的教導與照顧，真的無限的感謝老師，千言萬語也不比一句謝謝，真的非常謝謝老師細心的指導與教誨，沒有郭老師的指導，就不會有今天的育峻，謝謝老師。

論文口考期間，承蒙 陳金盈 教授及 張家銘 教授在百忙之中，給予詳細的審閱與批示，並提供許多寶貴的意見，使得論文內容更加詳實與嚴謹；也非常的感謝在研究所求學的日子系上諸位老師的用心指導。

感謝研究所的學長姐與同學們，在大家的鼓勵與扶持之下我才能走到今天這一步，謝謝各位，謝謝岳妹、荷蘭人、凱倫、boy、小寶、阿蔡、惠妮、英平、小萬在我研究所的日子裡陪伴著給我許多的鼓勵與教導，也因為有了你們讓我在研究所兩年的日子裡增添了許多的精彩，我永遠不會忘記在百泰泡茶的那種放鬆歡樂的日子，和在民雄那段天天一起吃飯打球的日子，也謝謝在我研究所同班的同學朋友們，感謝你們的指導與兩年研究所一起努力的日子，特別感謝世瑜，謝謝你陪伴我從大

學到研究所，六年的患難與共，不管做甚麼事我們總是有福同享、有難同當，也謝謝你給於我許多的鼓勵與教誨，這種友情是一輩子的，我永遠都不會忘記。

最後，謹以此篇論文獻給我最親愛的爸媽，時常讓你們擔憂煩惱，謝謝你們從大學到研究所這一路上的支持與鼓勵，求學期間給予我最大的支援與不時的電話關心和問候，讓我可以專注在課業上無後顧之憂，才能得以順利完成學業。在此，僅以本文獻給我敬愛的家人及所有給予我關心與協助的親朋好友，由衷的感謝，謝謝你們。

育 峻 謹誌

2012 年 7 月

南華大學旅遊事業管理研究所一百學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益關聯性之研究

研究生：劉育峻

指導教授：郭進財 博士

論文摘要內容：

本論文主要目的在於探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益關聯性之研究。本研究受試對象為中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客，共發放 320 份問卷，回收有效問卷 219 份，有效量表回收率為 68%。並以 t 考驗、單因子變異數分析、及結構方程模式等統計方法進行驗證分析，本研究結果如下所述：

- 一、 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之滿意度在不同「性別」、「職業」、「婚姻」及「教育程度」上達顯著差異；且「政治因素」與「文化因素」有關聯性存在。
- 二、 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素在不同「職業」、「婚姻」、「教育程度」、「每月家庭收入」上達顯著差異；且「滿意度」與「經濟效益」有關聯性存在。
- 三、 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素在不同「性別」、「職業」、「婚姻」、「教育程度」、「每月家庭收入」上達顯著差異；且「文

化因素」與「經濟效益」有關聯性存在。

四、 中國大陸人士來臺觀光旅遊之經濟效益在不同「性別」、「職業」、「婚姻」、「教育程度」、「每月家庭收入」上達顯著差異。

五、 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊結構方程模式顯示：滿意度對於政治因素有直接正向的影響關係；政治因素對於文化因素有直接正向的影響關係；文化因素對於經濟效益有間接的正向影響關係。

關鍵詞：滿意度、政治因素、文化因素、經濟效益

Title of Thesis: A Study on the Correlations among Satisfaction of Chinese Tourists in Taiwan, Political Factors, Cultural Factors, and Economic Benefits

Name of Institute: Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate Date: June, 2012

Degree Conferred: MBA

Name of Student: LIU, YU-CHUN

Advisor: CHIN-TSAI, KUO Ph.D.

Abstract

This study tends to discuss the correlations among Satisfaction of Chinese tourists in Taiwan, Political factors, Cultural factors, and Economic benefits. Total 320 questionnaires are distributed to Chinese tourists in Taiwan, and 219 valid copies are retrieved, with the retrieval rate 68%. T-test, One-way ANOVA, and Structural Equation Model are utilized for confirmatory analyses. The research findings are concluded as follows. First, satisfaction of Chinese tourists in Taiwan presents differently on gender, occupation, marital status, and educational background. Second, political factors in Chinese tourists in Taiwan appear distinctly on occupation, marital status, educational background, and monthly family income. Third, cultural factors in Chinese tourists in Taiwan reveal distinctly on gender, occupation, marital status, educational background, and monthly family income. Fourth, economic benefits of Chinese tourists in Taiwan display distinctly on gender, occupation, marital status, educational background, and monthly family income. Sixth, with Structural Equation Model, Satisfaction of Chinese tourists in Taiwan appears directly positive effects on Political factors and Cultural factors, Political factors presents directly positive effect on Cultural factors, and Cultural factors reveal directly positive effects on Political factors.

Key words: Satisfaction, Political factors, Cultural factors, Economic benefits

目錄

中文摘要	-----	i
英文摘要	-----	iii
目錄	-----	iv
表目錄	-----	vii
圖目錄	-----	xii
第一章 緒論	-----	1
1.1 研究動機	-----	1
1.2 研究目的	-----	4
1.3 研究問題	-----	5
1.4 研究範圍與限制	-----	6
1.5 名詞解釋	-----	7
第二章 文獻探討	-----	14
2.1 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊背景與現況	-----	14
2.2 滿意度理論與相關研究	-----	16
2.3 政治因素理論與相關研究	-----	28
2.4 文化因素理論與相關研究	-----	33
2.5 經濟效益理論與相關研究	-----	38

第三章	研究方法與步驟	43
3.1	研究架構	43
3.2	研究假設	44
3.3	研究流程	47
3.4	研究對象與抽樣方法	48
3.5	研究工具	51
3.6	資料處理	66
第四章	結果與討論	67
4.1	中國大陸人士來臺觀光旅遊樣本結構分析	67
4.2	不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度的差異性分析	71
4.3	不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素的差異性分析	79
4.4	不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素的差異性分析	87
4.5	不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益的差異性分析	95

4.6	中國大陸人士臺灣觀光旅遊的滿意度與政治因素、文化因素、 經濟的關聯性之間的關聯性分析-----	103
第五章	結論與建議 -----	115
5.1	結論 -----	115
5.2	建議 -----	123
參考文獻	-----	126
中文部份	-----	126
英文部分	-----	138
附錄	-----	145
附錄一	預試問卷 -----	145
附錄二	正式問卷 -----	155

表目錄

表 3-1	預試問卷發放日期 -----	49
表 3-2	正式問卷發放日期 -----	49
表 3-3	預試問卷發放回收情形 -----	50
表 3-4	正式問卷發放回收情形 -----	50
表 3-5	滿意度預試量表項目分析摘要表 -----	54
表 3-6	政治因素預試量表項目分析摘要表 -----	55
表 3-7	文化因素預試量表項目分析摘要表 -----	56
表 3-8	經濟效益預試量表項目分析摘要表 -----	57
表 3-9	滿意度預試量表因素結構摘要表 -----	59
表 3-10	政治因素預試量表因素結構摘要表 -----	60
表 3-11	文化因素預試量表因素結構摘要表 -----	61
表 3-12	經濟效益預試量表因素結構摘要表 -----	62
表 3-13	滿意度預試量表信度分析摘要表 -----	63
表 3-14	政治因素預試量表信度分析摘要表 -----	64
表 3-15	文化因素預試量表信度分析摘要表 -----	64
表 3-16	經濟效益預試量表信度分析摘要表 -----	65
表 4-1	中國大陸人士來臺觀光旅遊樣本分析表-----	70

表 4-2	不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度 t 考驗摘要表	71
表 4-3	不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	72
表 4-4	不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	73
表 4-5	不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	74
表 4-6	不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	75
表 4-7	不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	76
表 4-8	不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	77
表 4-9	不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表	78
表 4-10	不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素 t 考驗摘要表	79

表 4-11	不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析	
	摘要表-----	80
表 4-12	不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析	
	摘要表-----	81
表 4-13	不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數	
	分析摘要表-----	82
表 4-14	不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異	
	數分析摘要表-----	83
表 4-15	不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異	
	數分析摘要表-----	84
表 4-16	不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分	
	析摘要表-----	85
表 4-17	不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異	
	數分析摘要表-----	86
表 4-18	不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素 t 考驗摘要表	
	-----	88
表 4-19	不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析	
	摘要表-----	88

表 4-20	不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析 摘要表-----	89
表 4-21	不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數 分析摘要表-----	90
表 4-22	不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數 分析摘要表-----	91
表 4-23	不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異 數分析摘要表-----	92
表 4-24	不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分 析摘要表-----	93
表 4-25	不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異 數分析摘要表-----	94
表 4-26	不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益 t 考驗摘要 表-----	95
表 4-27	不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析 摘要表-----	96
表 4-28	不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析 摘要表-----	97

表 4-29	不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數 分析摘要表-----	98
表 4-30	不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數 分析摘要表-----	99
表 4-31	不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分 析摘要表-----	100
表 4-32	不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分 析摘要表-----	101
表 4-33	不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變 異數分析摘要表-----	102
表 4-34	模式之變數符號代表意涵 -----	105
表 4-35	整體模式適配考驗摘 -----	106
表 4-36	路徑修正表 -----	107
表 4-37	整體模式適配考驗摘要表 -----	108
表 4-38	整體研究模式參數估計表 -----	109
表 4-39	內在適配組合信度表 -----	110
表 4-40	理論假設路徑之參數估計值 -----	112

圖目錄

圖 2-1	顧客滿意之前置因子與結果之模式 -----	24
圖 3-1	本研究架構圖 -----	43
圖 3-2	研究流程 -----	47
圖 4-1	滿意度、政治因素、文化因素與經濟因素的概念模式圖-	104
圖 4-2	修正後路徑圖 -----	108

第一章 緒論

本章共分為五節，首先說明研究動機，進而針對研究動機說明研究目的，第三節根據研究目的的提出研究需要解決的問題；第四節為研究範圍與限制；第五節為名詞解釋。

1.1 研究動機

近年來許多大陸人士來台灣旅遊的人數逐漸攀升，截至 101 年 10 月已經成長到 138 萬人次，這也證明了中國大陸人士對臺灣的嚮往與肯定，本研究的動機主要是探討中國大陸人士來台灣之滿意度的相關情形。李如淑（2004）為了面對國際的觀光趨勢與促進台灣觀光業的發展，交通部觀光局於 2002 年擬定「觀光客倍增計畫」，除了深耕日本、香港、東南亞及美國等既有主要目標市場，也積極推動大陸人士來台觀光，顯示政府對大陸市場亦相當重視。藉由本研究的結果從中改善並可提升旅遊品質與滿意度，進而減少旅遊上的糾紛，能為兩岸之間的互動帶來正面的影響，使中國大陸人士來臺灣旅遊的市場能趨漸成長，本研究結果可提供政府、旅行業者及周邊產業，使其在未來規劃、藉由此研究來了解陸客的需求，以提升其中國大陸人士來臺灣旅遊的滿意度。

由於 2002 年臺灣開始開放中國大陸人士來台旅遊時，但由於適逢民進黨執政而讓兩岸的關係發展低迷，所以使得中國方面一開始採取比較消極的態度。范世平（2010）鑑於陸客來台可對臺灣經濟與就業產生直接幫助，在有利於其政治宣傳的前提下開始與臺灣進行談判，但仍因政治因素造成進展有限，2008 年國民黨重新執政後，兩岸在「九二共識」的基礎迅速恢復兩岸談判，陸客也在中國政府的刻意操作之下大量來臺觀光旅遊，由此可見，中國也將觀光客來臺灣觀光的議題參雜了過多的政治考量，但也顯示出當前中國對台政策的積極性與靈活性。楊雁（2008）然而兩岸在經濟上的任何往來，都滲透著政治因素。由於兩岸關係特殊，決定了臺灣當局必須考慮，如果開放大陸居民赴臺，將會給臺灣經濟和政治的衝擊，以及對臺灣今後在統獨問題上的影響。本研究結果可提供政府使其在未來規劃。藉由此研究來了解政治對陸客的影響，以鞏固中國大陸人士來臺灣旅遊的政治因素。

兩岸文化因各地的民俗風情不同，而也讓陸客產生對臺灣文化的憧憬。陳麗娟（2009）若要吸引大量的觀光客前來觀光，需發揚國家特有的台灣文化特質，大陸人士回去之後便會口耳相傳，以帶動旅遊商機，為我國觀光產業注入新市場，以振興臺灣文化觀光產業。本研

究結果可提供政府、旅行業者及周邊產業，使其在未來規劃、藉由此研究來了解陸客的需求，以提升其中國大陸人士來臺灣旅遊的文化因素。

全球市場競爭激烈，2005 年臺灣觀光收入為臺幣 49 億元，占全球臺幣 6,800 億美元的 0.7%，占亞太旅遊市場臺幣 1,385 億美元的 3.6%，排名為第 11 名，比前一年下滑 13.4%。綜觀臺灣整體觀光產業，入境旅遊及旅遊收入近兩年成績皆不盡理想(UNWTO,2006)。馬政府認為觀光產業將扮演重要之角色，是服務業再造之旗艦產業，開拓觀光產業，有利臺灣經濟轉型，因此積極促使兩岸直航與開放「中國大陸人民來臺觀光」，以帶動臺灣觀光產業之發展。劉瑋婷(2009)臺灣未來觀光政策將朝開放陸客來臺觀光之趨勢邁進，然在面臨是否全面開放，或是堅持部分開放之議題時，或許可跳脫政治意涵，從永續觀光層面考量，分析探究開放大陸客來臺觀光之影響與探討。中國大陸是當前出境觀光遊客人數成長最為快速的地區，在 2000-2007 年間快速成長 22%，達到每年 409 萬人次。以出境觀光消費金額而言，2007 年中國排名全球第五，達 300 億美元。研究顯示中國大陸出境觀光客的消費力，成為全球爭取觀光收入重要指標。從 1993 年起中國開放赴港澳旅遊後，龐大旅遊人口所帶動消費成長，充分彌補內需

不振的隱憂，甚至被認定是活絡香港、澳門經濟主要功臣，有鑑於此，陸客來臺觀光經濟效益必不容小看。兩岸從 2008 年 7 月 4 日開放第一批中國大陸旅客（第一類）來臺觀光，陸客人數即逐漸增加。根據觀光局統計資料顯示，2010 年第一季陸客來臺人數超過日本旅客，成為當季境外旅客的第一大來源地。伴隨陸客數量的激增及其旅遊模式，使國人對於陸客來臺所造成的效益有諸多的評價與期待，不同的單位間對於陸客來臺的經濟效益都有不同的宣稱與期待。藉由此研究來了解陸客來臺的經濟效益，以提升其大陸人士來臺灣旅遊的經濟效益。

1.2 研究目的

基於上述的研究動機，本研究將針對中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的遊客為研究對象，藉由文獻分析探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素及對於經濟效益的理論基礎，並透過研究者自身參與陸客來臺觀光旅遊的經驗，為本研究有系統的資料收集，以了解參與中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之遊客的內涵、影響因素、現況及其關係。本研究主要具體研究目的如下：

- 一、探討中國大陸人士臺灣觀光旅遊之滿意度的感受。
- 二、探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素的影響。
- 三、探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的交流。
- 四、中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之經濟效益的影響。
- 五、探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益之間的關聯性。

1.3 研究問題

基於上述研究目的，本研究提出下列待答問題，作為資料搜集的依據：

- 一、不同背景變項之中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的滿意度的差異性及中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客之滿意度與經濟效益之間的影響關係為何？
- 二、不同背景變項之中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的文化因素的差異性及中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客之文化因素與經濟效益之間的影響關係為何？
- 三、不同背景變項之中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的政治因素的差異性及中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的政治因素與經濟

濟效益之間的影響關係為何？

四、 不同背景變項之中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的經濟效益

是否有差異存在？

五、 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客的滿意度、政治因素，文化

因素與經濟效益之間的影響關係為何？

1.4 研究範圍與限制

本研究依其研究目的而界定之研究範圍與研究限制如下：

一、 研究範圍：

本研究針對中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之旅客為研究樣本，調查時間為民國100年7月至10月中國大陸人士來臺灣觀光旅遊期間，抽樣地點為高雄市六合夜市、高雄市英國領事館、高雄市愛河、嘉義市文化路夜市、南投縣魚池鄉日月潭、臺北國立故宮博物院等六個觀光地區。

二、 研究限制：

本研究僅探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊，實際陸客來台灣觀光旅遊之名眾，而沒有將非陸客(即臺灣本土旅客)也列入研究對象，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制一。

本研究抽樣地點雖涵蓋臺灣北、中、南地區，但無法詳細涵蓋中國大陸各區來臺灣觀光旅遊的旅客，例如：來自中國大陸北、中、南、東

各地區的遊客，可能對於來臺灣旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益也可能有所異同，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制二。

本研究僅以量化方式推論中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益之間的關係，未以質化方式補足量化研究的不足，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制三。

1.5 名詞解釋

歸納各學者的相關文獻資料後，研究者針對本研究涉及的主要名詞，做以下說明：

(1) 滿意度：

Dorfman (1979) 及 Oliver (1981) 認為「滿意」是顧客（消費者）反應其交易行為的一種情緒，為顧客（消費者）對產品事前的期待與實際消費間的差距，所以顧客滿意度是消費者購後的態度，反應顧客於消費後喜歡與不喜歡的程度，是一種以經驗為基礎的整體性態度。周文樹（2002）提出分項滿意度包括環境與景觀、遊憩活動及服務品質 顯；楊文燦、鄭錡玉（1995）將滿意度分為自然體驗的滿意度、活動參與過

程的滿意度、對其他遊客行為等滿意度。本研究綜合上述學者所提出之概念並結合文化觀光特性，將滿意度分為服務品質、旅遊設施、住宿服務三項滿意度。

(2) 政治因素：

「政治」一詞的字根為希臘文「城邦」(polis, city-state) 的衍生字，而在這個深受希臘經驗制約的概念中，學者們進一步分析出若干重要成分，以之為古典「政治」概念的要素。首先，政治意味「公共」(common)，與「私人」、「個人」、「自利」等概念相對立。其次，政治指涉「自由平等之治」，與「專制」、「獨斷」相對立。再來，政治只適用於城邦之內的事務（江宜樺, 2005）。古典希臘時期的政治概念結合了倫理學的觀點，如亞里斯多德所言：「政治與倫理之目的，唯在求人之善。團體之善與個人之善雖相符合，但前者顯然更有價值，更完善，故值得追求與保持。此非謂個人之善無追求之價值，乃謂團體之善具有更崇高、更神聖之性質。」（亞里斯多德，2006）同時他也進一步指出，城邦的出現不僅是為了促進相互利益的極大化，也是為了「追求最高善」、成就「自足的生活」（江宜樺, 2005）。「政治」是維護共和國的貴族藝術，透過地方利益的從屬至全體共同體的利益。政治的概念在此近似於集體行動問題的解決、與公共利益的傳遞（Hay, 2007）。古典時期的「政治」的概念充滿正面的

理想性。

然而到了近代，政治的概念產生很大的轉變。通常學界以馬基維利或霍布斯為現代政治觀念的奠基者，原因在於前者將政治與道德分離，而後者從個人主義的角度重新界定了國家的功能（江宜樺, 2005）。馬基維利的觀點源於15-16世紀義大利混亂的政治背景。在其大作《君王論》一書中，被密切關注的是政治的「存在的理由」(raison d'etat)。政治的論述關注管理眾人之可信賴的政治藝術，目的在滿足多數而非個人的集體需要，此時「存在的理由」成為較黑暗的藝術，即「國家」。它意指穩定、隔絕、具體化個人或群體之政治權力的藝術，經由某些管道的策略發展、及對公共制度的控制（Hay, 2007）。由於「存在的理由」的關注被提升，於是政治變成以公眾為名、行菁英或統治群體的自我利益之實。是政治「存在的理由」，而非「政治」本身，成為透過欺騙大眾來達到治理目的的藝術（Hay, 2007）。馬基維利與那個時代的其他作者區分政治和存在的理由的企圖是重要的，只是到後來兩者才被相互等同起來。在此過程中，政治的公共論述和它流行的言外之意與聯想便被全然重新形構。更重要的是，當我們愈以工具性和自利的觀點投射政治人物的動機和作為，我們就愈難想像政治是實現集體得善的過程（Hay, 2007）。至於霍布斯所謂

的「政治」，指的是人們為了擺脫相互爭鬥、令人恐懼不安的自然狀態（戰爭狀態），於是不依自然力量或武力，而依據人們自由意志的判斷，以平等的方式締結契約、建立至高統治權的過程，最後導致「國家」的誕生（江宜樺, 2005）。順著霍布斯對國家的討論，社會學家韋伯發展的政治的概念，也是指國家這個層級的領導活動。而由於國家又是特定疆域中正當武力行使的壟斷者，因此政治必然與權力或支配有關。韋伯認為，政治追求權力的分享、追求對權力的分配有所影響——不論是在國家之間、或在同一個國家內的各團體之間（江宜樺, 2005）。韋伯對政治概念的討論比霍布斯更直接和強烈地揭示了現代政治概念不同於古典政治概念之處。首先，現代政治概念不再與任何實質性的倫理或道德目標有關，而純然是一種活動或行動的範疇。第二，現代政治概念比傳統政治概念更預設「敵友關係」與「鬥爭」的必然性，政治不再是善意相向的公民彼此砥礪德性的作為。第三，政治鬥爭或權力爭奪不僅發生在一國之內，也發生在國與國之間，因此政治現象無所不在（江宜樺, 2005）。政治的概念在近代產生的轉變，使它不再具有古典的倫理學意涵，也失去了過去較正面的理想性。在前述談及的三位近代政治思想家中，又以馬基維利的觀點最為極端，由其「政治作為一種黑暗的藝術」的觀點出發，似乎可以發現：當代臺灣與世界其他各國「去政治化」現象的思維結構，基本上是

以馬基維利式的政治觀為雛型、形成對政治的認知，再進一步對於政治「存在的理由」(竟是如此黑暗的理由)產生根本上的質疑。政治時常是關於辨識我們有沒有能力做點什麼、關於我們是否有辨識不同行動方式下或許能夠獲得改變的能力。Hay 強調，在這種情境下，政治的反義詞便是「命運」(fate)，宿命論和聽天由命便是政治相反的對照。當我們愈將我們的命運託付給「宿命」，我們也就愈否定了我們影響結果的能力。政治屬於充滿各種可能性的「機遇」(contingency)的領域；而命運則是不可避免的、必然的領域(Hay, 2007)。此外，Hay 指出，當人們採取政治行動時，必然會歷經審議和社會互動的過程，因此政治是審議的過程，同時也是一種在社會脈絡中發生的社會互動(Hay, 2007)。故本研究綜合上述學者所提出之概念的政治因素分成兩項因素：「政治信賴」與「政治影響」兩項因素。

(3) 文化因素：

在過去於文化的研究中，對「文化」的定義很難有一致性的解說，因為每位學者對於文化的看法，都有其各自的見解與觀點。Kroeber and Kluckhohn(1952)and Sackmann(1992)在討論到文化層面時，認為文化是一種思想意識、具有一致性的行為、人類的行為、關係、共享核心價值、重要性的理解和群體間的

意願；其他學者也認為文化更包含了明確且可觀察的元素，例如 Delong & Fahey(2000)認為規範與慣例為文化元素的一部分，Burchell et al.(1980)指出文化元素包含了符號，以及 Pettigrew(1979)認為語言、儀式和神話皆為觀察文化元素的特徵。Talor(1987)對文化的定義，認為文化是一種複雜體，包含知識、信念、藝術、道德、法律、習慣和其它的能力，為一個人身為社會一份子並經由後天學習而來。在文化的層面中，又可以細分為「群體文化」、「組織文化」和「國家文化」，其中又以「組織文化」、「國家文化」較為重要。故本研究所指文化因素是指中國大陸人士來臺觀光旅遊的文化因素。本研究「文化因素」分成兩個因素：「內在文化交流」指陸客來臺觀光旅遊體驗我國文化的內在因素。「外在文化交流」指陸客來台觀光旅遊體驗我國文化的外在因素。

(4) 經濟效益：

馬政府上臺之後，開放陸客來臺觀光在 2008 年 7 月至 2010 年 6 月之間，總計獲致 596 億元的觀光外匯收入，增加國內生產總額達 1,092 億元，增加 52,943 人年就業機會。同時，無論是對國內生產總額或是支撐就業而言，陸客來臺經濟效益均呈現明顯的遞增趨勢，2010 上半

年已經超越了 2009 年全年效果；最主要的受惠部門為住宿服務、餐飲服務和娛樂文化服務等新興服務領域。在歐美金融海嘯接連波及，造成全球經濟衰退之際，開放陸客觀光的确為臺灣帶來正向的經濟收益。故本研究所指經濟效益是指中國大陸人士來台觀光旅遊的經濟效益。本研究「經濟效益」分為三個因素：「旅遊經濟」指陸客來臺灣觀光旅遊的經濟效益。「產業經濟」指陸客來臺灣對我國的產業有正向幫助。「策略經濟」指我國為陸客安排之觀光旅遊且能帶動經濟的行程效益。

第二章 文獻探討

本章共分為五節，首先探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的發展背景與現況；第二節分析滿意度的理論與相關研究；第三節分析政治因素的理論與相關研究，第四節分析文化因素的理論與相關研究；第五節分析經濟效益的理論與相關研究。

2.1 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊背景與現況

2.1.1 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊發展與現況

2001年兩岸共同加入世界貿易組織後，「人員自由流動」的觀念正式伴隨著全球化深入雙方的互動規範之中，任何一方均無法單獨抗拒這種聯繫與依存。但事實上，國民黨政府在1949年撤退來臺之後，兩岸原本是處於對峙與衝突的冰凍時期約40年之久，直到1987年臺灣國民黨政府為了順應民意和基於人道的考量，解嚴並開放民眾赴中國探親，才開啟兩岸的第一類接觸與交流；同時間，配合中國的改革與開放後正式發展入境旅遊，加上兩岸文化上的接近與旅遊資源豐富，短短不到數十年，昔日共產的鐵幕，今日也已成爲臺灣民眾出境旅遊人數最多的地區。然而，對於臺灣人民絡繹不絕的前往對岸探親、經商、唸書及旅遊，兩岸人民的「自由運動」顯然是片面且有過度的單向化趨勢。

事實上，我方不僅人員外流，連技術和資金也大舉的西進中國大陸，除了引起若干人士擔憂臺灣社會或是產業空洞化的質疑，也違背雙方答應入世後必須平等開放的原則。因此，不論是學術界或是產業界一直呼應雙方政府能夠盡快實現對 WTO 的承諾，起碼能夠從較無爭議性或是事務性的內容進行協商，例如觀光旅遊的部分，學者蘭方特 (Marie-Francoise Lanfant) 等人即強調「這是全球化最不可避免的也是最不會有爭議的議題之一」。另外，根據世界旅遊組織統計，2010 年全球旅遊業收入將達到 67,710 億美元，可望超越石油與汽車業成為全球第一大產業，各國莫不爭相投入資源爭奪這塊大餅，以期待號稱無煙囪、無污染的觀光產業能在新一輪的經濟競賽中帶領各國脫穎而出；而一向在世界資本主義經濟體系中表現優異，強調最能掌握趨勢與敏銳嗅出經濟發展契機的臺灣，自然也不會錯過這股上升發展的潮流。因此，民進黨政府在 2000 年執政後，即制訂「觀光政策白皮書」，並配合該年的「國家發展重點計畫」提出了「觀光倍增計畫」，期待臺灣獨特的自然景觀與歷史人文風情，能夠吸引 2008 年來臺旅客的人數「翻一翻」，成長至 500 萬人次。然而為因應世界的新變局以及滿足人民的期待，陳水扁總統於 2001 年集合朝野菁英召開「經濟發展諮詢委員會議」，提出「積極開放，有效管理」取代過去「戒急用忍」，作為兩岸經貿政策的新思維，朝野表

示並在兩岸組織中達成「積極推動大陸人士來臺灣觀光」的共識，以及追求兩岸關係正常化的目標。截至目前為止，我方政府對於大陸人士來臺參訪過去的「反共保壘」仍保持樂觀與積極的態度，民間社會亦視該政策為突破臺灣經濟瓶頸的特效藥，旅遊、運輸、餐飲及飯店等相關業者莫不期盼此波商機能夠盡快的到來。

2.1.3 本節結語

望眼望去這將近 30 年中國大陸人士來臺觀光旅遊發展，每年都有成長的跡象，因大陸人士對於臺灣的美食與文化的憧憬，而來臺灣觀光過的大陸人士回去後也會開始口耳相傳，造就每年大陸人士來臺灣旅遊人數增加，讓兩岸關係正常化，提升兩岸關係的發展。

2.2 滿意度理論與相關研究

2.2.1 滿意度的定義

陳耀茂（1998）指出滿意度是顧客使用商品或服務的某種形式期望的充足感。

葉凱莉、喬友慶（2000）認為顧客滿意為顧客對於某一服務的事前期望與服務提供者實際提供之後的事後知覺績效比較之過程，然而滿意

度是顧客接受此服務過程做評估後，判定產品或服務的表現是否如期望及想像中的好，進而形成對產品或服務的整體態度。

楊錦洲（2001）認為顧客滿意是指顧客在接受某一特定交易或是服務時，所需感受到的一種合乎我意的愉悅態度。

鄭順總（2001）指出消費者滿意是消費者再購買產品或接受服務的過程中，感到滿意或有物超所值的感受。滿意度則為消費者在購買產品前的認知和預期，與購買後實際感受相比較之結果。若購買後實際感受大於或等於購買前的認知和預期時，滿意度則會比較高。

Cardozo(1965)是最早將顧客滿意度引用到行銷學的學者，他指出當顧客滿意會增加顧客的再次購買的行為，而且會另外購買其他的產品。顧客滿意度則是決定於顧客事前所預期的產品或服務之實現程度，反應出預期和實際結果是否一致的程度。

Howard and Sheth(1969)將滿意度的概念應用在消費者理論中，其認為「滿意」係顧客對購買產品的付出與實際獲得的報酬是否達到滿足的心理狀態。

Hempel(1977)認為顧客滿意決定於顧客所預期的產品或服務之實現程度，他反應出「預期」和「實際」結果的一致程度。

Westbrook(1980)認為，顧客滿意度是顧客與企業二者間互動的經驗

反應，若互動佳則顧客滿意度高，相反地互動不好則滿意度較差的表現。

Oliver(1981)認為顧客滿意程度為產品的取得和消費經驗所造成驚奇程度之評估。所以顧客滿意度包含購買前的期望和期望不一致這兩個認知變數。

Woodruff, Ernest and Jenkin(1983)指出顧客滿意度是消費者在特定使用情形後對於產品傳達的價值產生的一種立即性反應。

Day(1984)認為顧客滿意是顧客在購買後，評估本身購買前之預期與購買後產品的實際績效，所產生之差距的一種知覺反應。

Tse and Wilton(1988)認為顧客滿意是顧客對於購買前預期與實際體驗後知覺績效差距的一種評估反應。顧客會同時地或依序地使用多重標準或多重比較程序，來做滿意評估。

Muller(1991)認為，顧客滿意度將成為企業成功的關鍵因素，也是唯一有意義的競爭優勢，擁有最多顧客滿意的企業才能獲勝。

Solomon (1991) 則把顧客滿意視為是個人對所購買產品的整體態度。

Kolter(1991)認為顧客滿意是顧客所感覺的水準，來自對於產品知覺績效或結果與個人對產品的期望，在兩者比較後所形成的知覺。滿意是知覺績效與期望的函數即為顧客滿意度＝實際感受到的服務/期望的服

務。

Heron, Nitecki and Altman (1999)認為顧客滿意度應該包含兩部分：(一)對直接接觸服務員：顧客對服務員的滿意或不滿意程度；(二)整體服務：顧客根據以往的經驗及對服務員之滿意或不滿意程度。

Kotler(2000)再指出顧客滿意度是顧客對產品的知覺績效與個人對產品預期比較之後所產生愉快或失望的感覺，滿意度的高低是受知覺績效與預期的影響，如果知覺績效低於顧客事前之預期，顧客將會產生不滿意；如果知覺績效符合或高於事前之預期，顧客則會感到滿意或非常滿意。

Tsiros and Vikas(2000)認為顧客滿意度是比較預期績效與實際績效的情緒反應。顧客滿意度為消費者的實現反應，而顧客滿意是種感覺，對於高低程度之間有個門檻。

綜合以上學者對於顧客滿意之定義得到顧客滿意為「顧客在購買前對於產品或服務之期望與事後體驗到產品或服務兩者間的比較，如果事前期望高於事後體驗，則滿意度會較低，若體驗等於或高於期望，則滿意度會較高」。而顧客滿意度是企業成功的關鍵因素，也是唯一有意義的競爭優勢，擁有最多顧客滿意的企業才能在各種競爭的環境下取得勝利。本研究對於顧客滿意之定義為消費者對於中國大陸人士來臺灣觀光

旅遊事前期望與實際體驗之比較，期望與實際體驗若一致或較高，則滿意度越高，反之，滿意度則越低。

2.2.2 滿意度的相關理論與研究

1.滿意度的衡量尺度

顧客滿意的衡量是一個複雜的概念，Oliver (1997)認為衡量整體性態度的方法，是讓消費者將其所重視的屬性加權，能夠較為準確地反應出消費者真實的滿意程度。衡量顧客滿意度的尺度，可分為以下五類：

(1)簡單滿意尺度(simple satisfaction scale)：

從完全滿意度、非常滿意、… 很少滿意、沒有滿意等分成三個、五個或七個尺度。此一尺度隱含了一個假設，很少滿意發生或沒有滿意發生即代表了不滿意。

(2)混合尺度(mixed scale)：

從非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意等分成三到七個尺度。

(3)期望尺度(expectation scale)：

此尺度的主要功能在於衡量期望與實際績效間的差距，若是實際績效比顧客期望好，消費者會感到滿意，反之，消費者就會感到不滿意。

(4)態度尺度(attitude scale)：

非常喜歡、喜歡、… 不喜歡、非常不喜歡等分成三個到七個尺度，此尺度消費者若是越喜歡某一產品，則該項產品的態度尺度就會越高。

(5) 情感尺度(affect scale)：

正面的情感反應代表顧客對產品的滿足，而負面的情感反應代表顧客對產品的不滿意。

本研究所採用的衡量尺度為期望尺度，將滿意度的測量分成「我的期待」與「實際結果」兩項，並藉由兩者之間的差距來探討中國大陸人士在接受臺灣地區所提供的觀光旅遊服務之後，旅客對各個服務項目和各服務構面的滿意期待與實際體驗的滿意結果之差距以檢測中國大陸人士對於來臺灣觀光旅遊的滿意度。

2.滿意度的模式

Churchill and Surprenant(1982)將過去學者對於顧客滿意的研究加以整理，並將影響「顧客滿意」的四個構面區分如下：

(1)期望(Expectations)：

「期望」是指顧客在購買前所預期產品或服務所會達到的績效。

Miller(1979)將「期望」區分為四種類型，分別為理想的、預期的、最小容忍的及想要得到的。

(2)績效(Performance)：

「績效」是指顧客在購買後對於產品或服務實際績效的知覺，並以此作為與購前期望比較之基準。

(3)不一致(Disconfirmation)：

「不一致」是指顧客在購前對於產品或服務的期望與購後實際績效表現差距的程度。

(4)滿意(Satisfaction)：

在概念性上，「滿意」是由於顧客在購買或使用過後，對於其所獲得之利益及其付出之成本相較而得。在操作性上，「滿意」是對於產品或服務的多種屬性的滿意度加總起來所得到之態度。

Szymanski and Henard(2001)以 Oliver(1997)的顧客滿意觀念性架構為基礎，將顧客滿意的前置因子與產生結果做了很完整的整理。

在顧客滿意的前置因子方面，除了期望、績效與不一致之外，還包括情感與公平兩個變數。「情感」是指一種購買後情緒性的表現，是取決於顧客的消費經驗是否成功，而此一情緒性反應對於顧客滿意度的衡量有正向相關。「公平」則是指顧客就其本身所得到的結果與其所投入之比例，相較於其他人結果與投入之比例後，本身是否有被公平對待之感受。當顧客感受到被公平對待時，則會感到滿意；反之，

則會感到不滿意。

在顧客滿意的結果方面，則探討了抱怨行為、負面口碑及再購行為。「抱怨行為」被認為是當顧客有不滿意的消費經驗時，所能夠採取的一種機制，藉由抱怨的行為來減輕其內心認知失調的程度；另外，「抱怨行為」亦被認為是一種讓顧客發抒氣憤與挫折的機制，並藉此尋求此次失敗消費經驗的補償。「負面口碑」是另一種形式的抱怨行為，顧客可以利用將其不滿意的消費經驗告知其他顧客或潛在顧客，以降低內心的緊張狀態、獲得別人的同情，並讓他人認為自己是一個要求很高的消費者。

因此，「抱怨行為」與「負面口碑」乃與顧客滿意度間呈現負相關的因素，這表示顧客的消費過程經驗越不滿意，越有可能產生此兩種負面行為。反之，當顧客對於消費經驗越滿意時，顧客對於此項產品或服務則將會產生再購買的意願與行為，亦即對於產品或服務產生忠誠。顧客滿意度越高，顧客忠誠度也就越高，因此，顧客滿意與再購意願為一正向關係。Szymanski and Henard(2001)整理之顧客滿意前置因子與結果之模式如圖 2-1 所示：

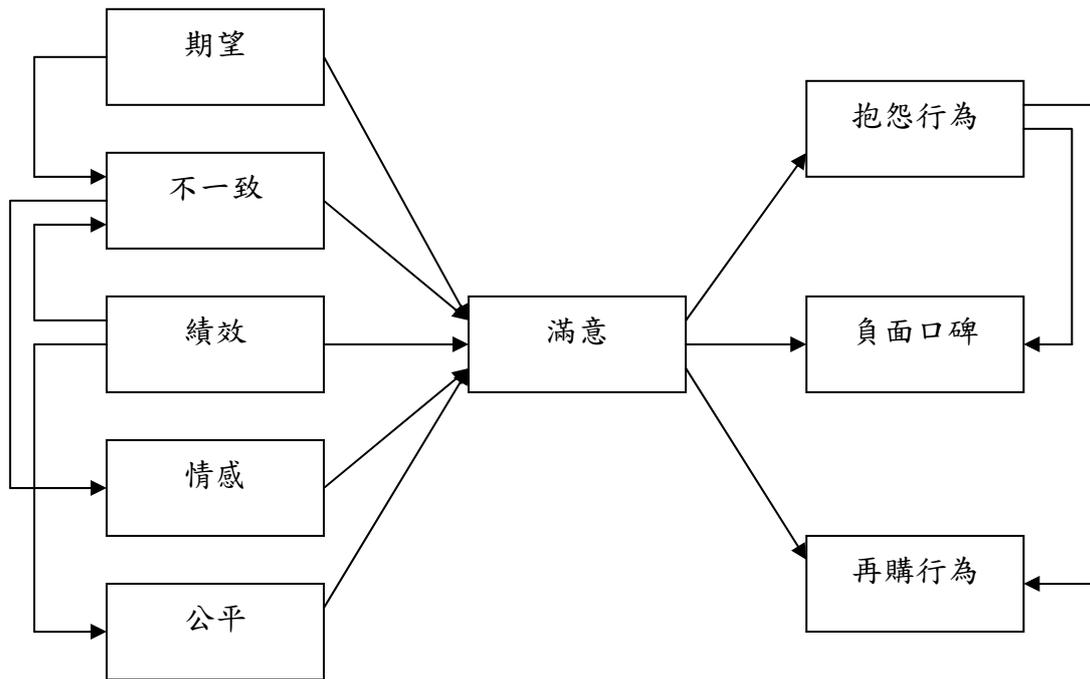


圖 2-1 顧客滿意之前置因子與結果之模式

資料來源：

Szymanski, D. M., & Henard, D. H. (2001), "Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(1), 16-35.

2.2.3 滿意度與本文相關之研究

楊雅琳（2006）探討香港迪士尼樂園旅客的遊憩涉入與體驗品質對體驗滿意度影響之研究，研究結果發現遊客體驗品質要素對於體驗滿意度具顯著關係。

韓大衛、張至滿、吳龍山、黃紹禮與蔡妙梧(2003)探討運動健身俱樂部消費者滿意度與抱怨行為，結果發現：健身俱樂部的消費者其前期望越高，實際知覺與整體滿意度越高；實際知覺越高，其整體滿意度越高。

王明裕(2006)針對量販店價格促銷、品質知覺及顧客滿意對品牌忠誠度影響之研究，研究結果發現品質知覺與顧客滿意是價格促銷對品牌忠誠的影響的兩大重要中介變數，重視產品及服務上的品質與顧客滿意，將有助於品牌忠誠的提高。

陳奕伸、蔡博任、鄭桂玫(2007)針對世界杯五人制室內足球賽現場觀眾透過服務品質之運用探討顧客滿意度之研究結果顯示，(1)不同性別之現場觀眾在觀賞滿意度上無顯著差異；(2)不同年齡與不同居住地之現場觀眾在觀賞滿意度上有顯著差異。

莊嘉坤、柏傳蕙(2008)針對南台灣溫泉大飯店溫泉遊客滿意度之調查研究結果顯示，不同人口統計變項在滿意度因素之差異比較部分，不同性別、年齡、家庭每月收入及消息管道在滿意度中皆達顯著差異。

陳明宏、陳南福、陳建廷(2009)針對超級籃球聯賽消費體驗要素與體驗滿意度之研究—以 SBL 季後賽為例的研究結果顯示，在不同人口統計變項之整體體驗滿意度上是沒有差異。

Cardozo(1965)即以實驗操作的方式研究消費者滿意度(Customer Satisfaction)，將消費者滿意度導入行銷學的領域，隨著市場的激烈競爭以及消費者消費意識的提升，「消費者滿意」已成為當今企業行銷主要利器。

Fomell(1992)指出滿意的顧客是公司的資產，因為滿意的顧客會帶來重複的購買。

Anderson and Sullivan(1993)的研究指出顧客滿意度會正向影響顧客再購行為，而且顧客的再購行為與購買意圖是顧客忠誠度的一種行為表現。

Jones and Sasser(1995)產業比較調查中顯示，各服務業中企業顧客滿意度被顧客評價為前三名與後三名的廠商，顧客滿意度較高的廠商相對在企業成長與獲利的貢獻較高。因為有較高的顧客滿意度，必定有較高的忠誠度和銷售率，因此；顧客滿意度對企業經營者是重要的，並且也是努力與追求的目標。

綜合以上學者研究發現，(1)各種領域中都顯示服務品質是影響顧客滿意度的一項重要因素，服務品質越高，顧客滿意度也會越高，而事前期望及實際知覺越高，顧客的滿意度也會越高。滿意度提高也會提高顧客的忠誠度和銷售率。(2)不同人口統計變項對滿意度的差異性方面，因

研究背景和受試對象不同，所以有不同的結果提出。因此，由上述學者的論點得知滿意度的高低將會影響到中國大陸人士來臺觀光旅遊對於中國大陸人士來臺觀光旅遊的忠誠度。而不同人口統計變項對滿意度的差異性方面則無一定論。

2.2.4 本節結語

由以上文獻回顧得知滿意度乃是一種顧客心裡比較的過程。當中國大陸人士來臺觀光旅遊實際體驗到來臺灣觀光旅遊當中所提供的服務及提供的設施品質高於中國大陸人士對臺灣觀光旅遊環境的事前期待時，中國大陸人士便會感到滿意；相反地，當中國大陸人士實際體驗到在臺灣觀光旅遊中所提供的服務及提供的設施品質低於中國大陸人士對臺灣觀光旅遊環境的事前期待時，中國大陸人士便會感到不滿意。所以滿意度的高低是取決於中國大陸人士所預期來臺灣觀光旅遊所提供的服務與實際體驗狀況的差距。

本研究針對不同人口統計變項對於滿意度的影響關係差異及介入程度對於滿意度間的影響關係加以探討，中國大陸人士來臺觀光旅遊至今已數年了，每年來臺灣觀光的大陸人士都有明顯的成長趨勢。

2.3 政治因素的理論與相關研究

2.3.1 政治因素的定義

呂亞力（1983）政治意識形態係若干有關人生、社會與政治之觀點所組合而成之一套政治信仰系統，其受到接受者與支持者的忠誠擁護，將之視為行動的指導原則與價值的準則。

廖峰香（1988）政治意識形態包括經驗性與原則性因素，題供人們認識、了解與解釋世界之思維方式。它是政治信仰的型態，其將規範性的見解導入政治生活中。

華力進（1992）政治意識形態有關政治目標、政治型態、個人與社會國家關係之政治、社會、經濟、宗教之基本關係之一套基本主張或信念。當一種政治思想成為政治意識形態時，則大眾可能對這種主張或信念附有反對或贊成的強烈情感，而可能導致強烈的政治行動，進而產生重大的政治後果。當代許多國際、國內政治衝突，均由這種政治意識形態的衝突引起。

凌渝郎（1994）任何國家之憲法均反映一種特定的政治理想，他即為政治意識形態，因為政治是現實，政治管的是日常生活，它非但不完美還令人失望與不滿在失望中會產生中會產生一些理想化的觀點，希望理想化的觀點能成為一切行為之準則，這種有系統的思想體系，即為政

治意識形態。

簡先得（1995）政治意識形態是一信仰體系，此一信仰題系背後往往隱藏既得利益者之利益，它為一個社會所選擇的政治制度（現存的或擬建構中的）合理性地提出辯護與解釋，以確保既得利益者之利益。政治意識形態同時為其所選擇之制度的完成題供行動策略。意識形態同時為過去題供解釋，為現在題供說明，更重要的是為將來建構中的政治制度提供美好的願景。

李琪明（1996）東常與意識形態同義，或是更明確地指出係政治方面之意識形態。它是一種深受社會實際影響之價值體系與行動策略(兼具中性與正負面之意義)，其中包含政治社群因著政治典則，主動或被動地賦予權威當局，扮演建制之維繫者、全力之支配者、爭議之協調者與價值分配者等種種政治的角色與過程，而此一價值體系與行動策略常以排他或強制的方式呈現，以作為個人或團體的思想準繩、信仰規條、情感認同的依據與實踐行動之綱領，並藉以解釋過去、說明現在與憧憬未來。

顏慶祥（1997）係指一套政治信仰體系，包含所尊崇的政治理念與價值(如學理、主義)、對理想政體及權力、規範(範圍)的看法、所抱持的政治態度與立場，信仰者依據此發展政治歸屬的情感並作為評估政治的基礎，乃至採取相應之政治行動，以符合持有的政治信念。

McClosky(1964)政治意識形態是指有系統的、完整的、具邏輯連貫性的信仰體系，這種信仰體系為權力所使用，為歷史事件之解釋何判斷題供原則，並確認政治上之是非，以及題供政治與其他活動之因果(倫理)關係，同時也為社會人群題供生活的遠景和行動的基本綱領。

2.3.2 政治因素價值觀的相關理論與研究

1. 政治因素價值觀的定義

政治價值觀是一相對的概念，如對自由的看法可分為「民主傾向」與「獨裁」傾向，對傳統的態度可區為「自由主義」對「保守主義」，對平等的偏好可分為「左派」對「右派」傾向。不同學者對政治價值也未有相同的定義。

Andrew (1975)認為政治價值觀是由社會信任(social trust)、公民容忍(civic tolerance)、政治功效(political efficacy)、自我效能(egostrength)、世界主義(cosmopolitanism)、政治活動(political activity)、政治知識(political knowledge)、意識型態(ideology)等九個概念所組成的概念。William(1976)以獲得社會模式及後布爾喬亞階級社會模式(acquisitivetypes/ Post-bourgeois)二個取向研究挪威人民的政治價值，獲得社會模式取向者，具有下列價值觀：一、在經濟制度中，支持強而有力的中央政府而不是增加地方的自主性。二、強調經濟發展而不是強調

環境保護。三、強調國家勞工團體的協商而不是不受拘束的罷工。四、傾向成為歐洲社群的一員。反之反對者則傾向布爾喬亞階級社會模式。Gibson, Duch, & Tedin(1992)進行蘇聯人民政治價值與轉變研究，以人民對民主自由、政治制度及政府決策程式的偏好，以政治容忍、自由權的評價(valuation of liberty)、支持民主慣例、權利的覺察、支持異議者、支持獨立的媒體、支持競選的制度(support for the institution of competitive elections)為政治價值的構念，發現現代化理論強調民主國家的都市化(the dramatic urbanization of the country)、經濟健康成長相關因素、選舉媒體被廣為傳播、教育程度快速上升等四個因素與一國的人民政治價值有重要的影響。Krampen(2000)提出社會認知行動理論(social-cognitive action theory)，以政治能力自我概念(self-concept of political competence)、政權制控的信念(beliefs about political locus of control)、政治知識、對政策的信任、對政策的滿意度以及每天生活的政治活動六項指標來衡量一個人的政治價值觀。Peter(2002)對賓州居民進行政治價值與網路政治討論研究，以平等主義(egalitarianism)、人道主義(humanitarianism)、經濟個人主義(economic individualism)、傳統主義(traditionalism)和種族主義(racism)五個概念為衡量政治價值觀的指標，並指出政治價值和個人意

識型態、種族態度和政黨認同有密切的關係。國內對政治價值研觀之研究亦未有共同的定義。李琪明(1989)將學生的政治價值觀界定在民主信念、國家認同、政府認知、政府情感四個向度。採傳統政治學概念研究者著重於政治功效、民主態度、公民責任、政治信任感、政治疏離感因數的探討(吳宜芳, 2003; 侯美秀, 2004; 蕭成泰, 2004), 以教育觀點研究政治價值者著重於課程設計對學生政治態度、政治知識的影響(江桂馨, 2004; 陳銀築, 2002), 以政治系統觀點研究著重於影響政治態度之機構與個人內在之認知、情感交互作用產生之政治行為(蔣崇禮, 2004), 認為提升民眾對政治事物與其過程的瞭解程度, 有助於提升其民主價值取向(侯美秀, 2004)。政治價值與政治態度、政治意識型態為相似之概念, 鉅觀而言, 現代化理論認為政治價值觀隨著社會之變遷而改變, 微觀而論, 個人政治價值觀與國家經濟發展和民主化程度習習相關。

2.3.4 本節結語

觀言之近幾年兩岸的政治已走向和平的發展, 對於政治而言大陸旅客來臺觀光旅遊是有正向的幫助, 也可緩和兩岸敵對緊張的情勢, 並且能促進兩岸和平的政治發展。

2.4 文化因素的理論與相關研究

2.4.1 文化因素的定義

1.文化因素的定義

文化 (Culture)，源於拉丁文 (Cultura)，於十九世紀末由西方傳入，其原始意義為栽培、培養之意。孫武彥 (1995) 指出，文化是包括人類一切的活動，舉凡：文明、文物、文學都屬之，一個國家文化的發展程度，可從其歷史的悠久、國民心靈的和諧及精神層面的表現來展現。它是一套信仰或價值，賦予生活方式的意義，生產出物質和象徵形式。文化經常是政治性的，在不同的地方，對不同的人而言，指涉了不同的事物，同時文化也是日常生活的一部份 (王志弘、余佳玲、方淑惠 (譯) (2003)。易言之，文化包括了一個社會所共同接受的信念、價值、風俗習慣與行為準則。一般而言，社會常藉助家庭與學校，來傳達他們所認同的文化 (林建煌，2006)。而價值是指關於某一期望結果的持續性信念，該一信念具有穩定性，並不會因情境而改變 (Arnould, Price, and Zindhan, 2004)。文化所傳達的是在該社會中持續且穩定的某種核心價值，一般稱為「社會價值」。文化學者 (Raymond Williams) 曾闡述文化的意義：文化是藝術與藝術活動、是必須學習的特殊生活方式、是一種做為解釋人類發展的過程；文化是複雜的整

體，其定義也永遠在變化，狹義地來說是指智識的與藝術的活動；廣義指所有生活的一切，包括物質或精神層面。

嚴長壽（2008）在「我所看見的未來」一書中提到；文化與觀光有密切的關係。想讓文化活絡起來，需要藉觀光活動來吸引大眾參與；而一個地方的觀光，也需要文化來提升它的深度和內涵。

2.4.2 文化因素的相關理論與研究

1.文化因素的相關理論與研究

在過去於文化的研究中，對「文化」的定義很難有一致性的解說，因為每位學者對於文化的看法，都有其各自的見解與觀點。Kroeber & Kluckhohn(1952)和 Sackmann(1992)在討論到文化層面時，認為文化是一種思想意識、具有一致性的行為、人類的行為、關係、共享核心價值、重要性的理解和群體間的意願；其他學者也認為文化更包含了明確且可觀察的元素，例如 Delong & Fahey(2000)認為規範與慣例為文化元素的一部分，Burchell et al.(1980)指出文化元素包含了符號，以及 Pettigrew(1979)認為語言、儀式和神話皆為觀察文化元素的特徵。Talor(1987)對文化的定義，認為文化是一種複雜體，包含知識、信念、藝術、道德、法律、習慣和其它的能力，為一個人身為社會一份子並經由後天學習而來。在文化的層面中，又可以細分為「群體文化」、「組

織文化」和「國家文化」，其中又以「組織文化」、「國家文化」較為重要。

2.4.3 文化因素的相關研究

1.文化因素的相關研究

「聯合國教科文組織」明確將文化觀光定義為：「一種與文化環境包括景觀、視覺和表演藝術和其他特殊地區生活形態、價值傳統、事件活動和其他具創造和文化交流的過程之一種旅遊活動」。洪武銓（2004）提到，依據世界觀光組織（World Tourism Organization，WTO）對文化觀光所下的定義；狹義而言，係指場所及遺跡的發現，有人稱之為「遺產觀光」；廣義而言，其所包含的層面有：1.遺產—歷史與建築；2.景色—城市與鄉村包括野生動物；3.藝術—音樂、繪畫、雕塑、文學；4.運動；5.烹飪與美食；6.休閒活動；7.語言與 8.當地的風俗習慣與制度（McCarthy,1992）。此外，亦有文獻將文化觀光解釋為：一個旅遊者希望去體驗存在於一個地方或區域當中人、事、物的一種慾望，換言之，即一種體驗生活的方式。包括了欣賞自然和人為的景觀、觀賞表演、品嚐美食、逛街購物及參觀博物館等皆屬之。上述皆是文化觀光的基本元素，透過這些活動，旅遊者得以體驗一種不同的生活方式，得到文化涵養之效（中華民國博物館學會，2002）。國內學者楊雅嵐（1994）主張，

人類對於觀光遊憩的追求程度，可說是經濟發展進入文化發展的重要指標，而「文化觀光」的定義，可以說是一個國家或地區向觀光客所呈現的一切文化景象，主要包括：民俗習慣、風俗民情、典章制度、宗教儀式以及人類在不同的時間地點所展現出來的文化活動。

2.文化因素的相關研究

唐學斌（1987）提出文化觀光的特性為：

- 一、獨特性：顯示一個民族獨特的風貌景觀。
- 二、教育性：將優良傳統融合於民俗文化中，啟發大眾達到教育目的，理解與認識社會變化的狀況。
- 三、傳統性：表現一個民族固有的歷史文化，並發揚光大。
- 四、整體性：將民俗文化全貌作有系統、有組織的設計，建立完整體系。
- 五、考古性：審慎研考當時土著之環境流動遷徙、生活習俗及慣用器物作為後世歷史驗證依據。
- 六、觀察性：觀察他國人民的生活、工作與娛樂。因此，近年來不論國內或國外幾乎都致力發展以自然景觀、文物古蹟、歷史文化之類的地區特色為號召，來吸引國內外遊客。孫武彥（1995）指出，某個國家或地區不論其經濟發展程度如何，若具有特殊的傳統文化色彩，就能吸引龐大的觀光客，位於東南亞的泰國即是一例，雖然經濟發展落後，但觀光

發展迅速，其主要的理由不外乎是嚮往該國的古蹟寺廟宗教，而不只是美味的飲食而已。準此，展現獨特的文化特色就可吸引觀光客前往旅遊，創造豐碩的經濟成長。此外，林慧雯（2003）亦強調，推展文化觀光是保存地方文化的手段之一，其最主要的目的是希望藉由文化觀光的推展，除了讓遊客瞭解當地的文化以外，進而讓當地民眾認同自己的文化，凝聚地方的向心力。經由以上文獻的探討，可以瞭解遊客除了藉由旅遊來抒解工作的壓力以外，更需要知識上的充實學習，以及文化的互相交流，改善原有生活的型態，因此文化傾向的觀光型態逐漸受到遊客的青睞。

2.4.4 本節結語

觀言之文化對臺灣來說是很重要觀光因素之一，臺灣的地理位置特殊且因多種族群組成及不同時代背景的多方面呈現，因地緣的關係深深影響了漢族文化，而臺灣的文化混合了漢族、日本及歐美等文化，還有臺灣原住民所形成的文化，具有傳統和現代的文化面向，這對大陸人士來台觀光旅遊是有正向幫助的而且能讓大陸人士了解我們當地文化的風俗民情。

2.5 經濟效益的理論與相關研究

2.5.1 經濟效益的定義

1. 經濟效益的定義

經濟效益 (Economic Benefit) 是一切經濟活動的核心，是指在經濟活動中各種耗費與成果的對比，一般的計算方式是「生產總值/生產成本」，經濟效益是評價一項經濟活動是否應進行的重要指標 (維基百科, 2008)。經濟效益係指公共建設之產出及使用，對整體社會產生之效益，包含直接效益與社會效益(間接效益)。經濟效益分析從社會整體之觀點，估計該計畫對整體國民經濟或整個社會可產生之效益；在估算淨收入之差異，則是估算計畫之社會淨效益 (黃禎熹, 2007)。

2. 經濟效益的相關研究

觀光產業是許多國家經濟收入的重要來源，由於政府單位、民間團體都極為重視；國外之觀光衝擊相關研究盛行於 1960 年代，相關研究個案也陸續出現，研究地點遍佈全球各地，在長達數十年之觀光衝擊相關研究所累積的理論架構及研究方法也趨於完備。

Mathieson & Wall (1982) 認為觀光衝擊受遊客旅遊過程中變數影響，當一系列之觀光行為過程改變並超過地區承載量時，即產生觀光衝擊。1960 年代觀光衝擊的研究多著重於經濟效益，1970 年代社會學家

對觀光發展多加批判，對觀光衝擊的認知多呈現負面，直至 1980 年及 1990 年代兼具正負影響觀點之觀光衝擊發展趨於完備 (Ap, J. & Crompton, 1998)。國外觀光衝擊的相關研究主要分為三個層面來探討，分別為：經濟衝擊(Economic Impact)、實質環境衝擊(Physical Impact)、社會文化衝擊(Social & cultural Impact)(Williams, 1979; Mathieson & Wall, 1982; Tsartas, 1992; Allen, 1993; Ap & Crompton, 1998; Mathieson & Wall, 2005)。此三層面之間的衝擊有些部分是重疊且相互影響的(Mathieson & Wall, 1982; Mathieson & Wall, 2005)。而在這三個衝擊中，Tosun (2002)認為大部份的研究對於觀光發展的衝擊中，在經濟衝擊方面的認知大都是正面的評價；但在比較不同地區居民對觀光衝擊的態度時，指出不同地區居民對觀光衝擊的態度完全不相同，表示觀光衝擊是不能通用的，換言之，當地社會特性（如發展程度、承載量和社會文化等）會影響產生不同的觀光態度。如對觀光衝擊做一系統性分析，將有助於決策者洞悉影響衝擊之課題，以便擬定適當之政策與任務（陳瑋玲，1992）。

Gartner (1996) 認為經濟衝擊在經濟方面影響的形式，是一地區產業與居民之間產生的相互關連因素；且認為從區域經濟的觀點，能瞭解觀光業如何影響經濟，討論不同類型經濟衝擊的衡量，及計算遊客活動

經濟效益的方法，目的在探究遊客支出與產生的衝擊，以及觀光發展的經濟效益。經濟衝擊分析是一種短期的經濟評估方法，為能具體呈現旅遊開發對經濟的影響；所得、就業、產值等變數，經常被拿來作衡量的指標。其所衡量的經濟效益，不外乎計算所得的增加、就業的增加，抑或是驗證產業對經濟的效益或是影響。此外，亦有研究驗證經濟衝擊分析，可用來衡量經濟體因遊客支出所產生的直接與間接的影響（Archer，2000）。

Gartner（1996）研究指出觀光業所仰賴的向後關聯產業（Back Ward-link Businesses）為向其購買商品及服務提供給遊客，即現金流入一地區範圍，觀光產業與其他相關產業關聯，收入與就業機會增加；相關論述也發現，雖然這些向後關聯產業沒有直接與遊客相關，但是只要貨幣在區域裡因為企業進貨而產生的流動，則將會產生持續性的間接衝擊（Indirect Impacts）；直接的經濟衝擊加間接衝擊的總合，稱為總經濟衝擊（Total Economic Impact）。Archer（2000）認為間接影響是透過旅遊業者，貨幣經過經濟體進一步流動，產生連續且循環的過程最後會轉手到經濟體。在觀光衝擊的相關研究中，經濟衝擊的研究由於其可具體量化；在資料的取得、數量、可靠度上均較完善且方便；及涉及利益問題故較受政府機構、金融機構、開發集團、地方與經營者的支持三大

原因，故其較早受到注意(Mathieson & Wall, 1982; Ap & Crompton, 1998; Mathieson & Wall, 2005)。

陳思倫及高麗真(1994)針對恆春鎮居民對觀光開發的社會經濟認知，在正面的經濟衝擊主要有「當地的生活水準提高」、「居民的收入明顯增加」及「就業機會增加」等。陳思倫及郭柏村(1995)針對觀音山風景區居民對觀光開發的影響認知中，其經濟方面的正面衝擊包括「生活水準提高」、「工作機會增加」、「當地婦女就業機會增加」。郭建池(1996)針對阿里山地區的原住民對觀光衝擊的認知與態度中，得知正面的經濟衝擊包括「就業機會增加」、「增加個人收入」、「促進經濟繁榮」、「增加本地稅收」。林憶蘋(2002)針對金門地區觀光發展衝擊的研究指出經濟方面的正面衝擊，就一般居民而言，最大之衝擊為「促進特產之銷售」、「餐廳種類增加」及「促進貨物流通」；就特殊居民(指政府官員及有關觀光民間團體)而言，最大之衝擊為「促進特產銷售」、「促進貨物流通」及「吸引外來投資」。賴如伶(2002)針對南庄蓬萊村的居民對原住民的觀光發展衝擊認知中，其正面的經濟衝擊為「就業機會增加」、「發揮本地勞動力」、「增加所得收入」、「增加特產及農產品銷售」、「產業結構的改變」、「帶動相關產業發展」，但對「吸引外來投資」感受較不深，是由於此地大部分經營者為本地人為主。李莉莉(2002)針

對綠島的觀光衝擊，其正面的經濟衝擊包括「收入增加」「觀光相關就業機會增加」、「促進地方繁榮」、「生活品質改善」。李政修（2003）針對復興鄉華陵村的居民對觀光衝擊的研究，其經濟的正面衝擊為「收入及生活水準提升」、「吸引外來投資」、「就業機會增加」及「地方稅收增加」感受較深。陳溪園（2002）針對梨山風景區的原住民對觀光衝擊的認知，主要包括「就業機會增加」、「發揮當地居民的勞動力」、「經濟收入增加」及「生活水準提高」。顏家芝（2004）針對北投社區的居民對觀光再發展之態度分析，得知其主要使用的變項在正面的經濟衝擊包括「為居民帶來經濟利益」、「創造工作就業機會」、「吸引外人投資」。

2.5.2 本節結語

總體而言開放大陸人士來臺觀光旅遊可正向增加我國的經濟收益，根據陸委會統計，從 2008 年 7 月開放大陸人士來臺觀光旅遊，截至 2011 年底，來臺觀光旅遊的大陸人士以到達 305 萬餘人次，而以每名大陸人士來臺觀光旅遊每日的消費金額平均約 263 美元，如停留 6.5 夜來估算，大陸人士來臺觀光旅遊已經帶來 50.59 億美元的觀光收益。所以開放大陸人士來台觀光旅遊是可以增加我國的經濟效益。

第三章 研究方法與步驟

本章共分為六節，首先介紹本研究架構；第二節根據文獻探討提出本研究之假設；第三節介紹本研究之流程；第四節介紹本研究之研究對象與抽樣方法；第五節為研究工具；第六節為資料處理方法。

3.1 研究架構

本研究旨在探討中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益關聯性。本研究將以不同的人口統計變項（性別、職業、年齡、婚姻狀況、教育程度、家庭每月收入、居住地、旅遊的同伴）去探討其對於滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益是否具有差異存在並且探討中國大陸人士來臺灣觀光的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益之間關聯因素。圖 3-1 為本研究架構。

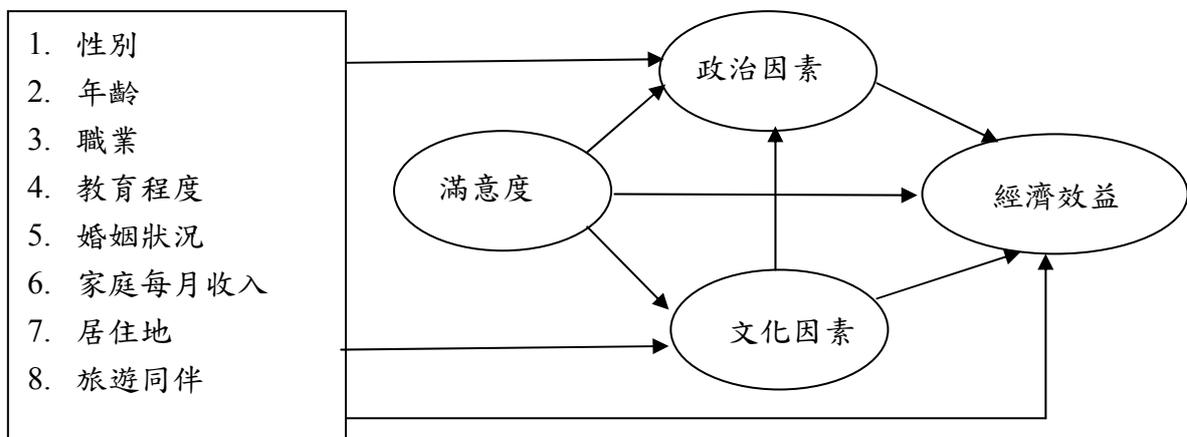


圖 3-1 本研究架構圖

3.2 研究假設

根據以上各節文獻探討的分析、本研究目的、研究問題及研究架構，提出本研究的假設進行驗證分析。

假設一：不同人口統計變項之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-1：不同性別之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-2：不同年齡之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-3：不同職業之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-4：不同教育程度之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-5：不同婚姻之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-6：不同家庭每月收入之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-7：不同居住地之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

1-8：不同旅遊同伴之中國大陸旅客的滿意度有差異存在。

假設二：不同人口統計變項之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-1：不同性別之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-2：不同年齡之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-3：不同職業之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-4：不同教育程度之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-5：不同婚姻之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-6：不同家庭每月收入之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-7：不同居住地之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

2-8：不同旅遊同伴之中國大陸旅客的政治因素有差異存在。

假設三：不同人口統計變項之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-1：不同性別之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-2：不同年齡之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-3：不同職業之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-4：不同教育程度之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-5：不同婚姻之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-6：不同家庭每月收入之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-7：不同居住地之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

3-8：不同旅遊同伴之中國大陸旅客的文化因素有差異存在。

假設四：不同人口統計變項之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-1：不同性別之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-2：不同年齡之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-3：不同職業之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-4：不同教育程度之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-5：不同婚姻之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-6：不同家庭每月收入之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-7：不同居住地之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

4-8：不同旅遊同伴之中國大陸旅客的經濟效益有差異存在。

假設五：中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素
與經濟效益的影響關係。

假設 5-1：滿意度對文化因素有正向的影響。

假設 5-2：滿意度對政治因素有正向的影響。

假設 5-3：滿意度對經濟效益有正向的影響。

假設 5-4：文化因素對政治因素有正向的影響。

假設 5-5：政治因素對經濟效果有正向的影響。

假設 5-6：文化因素對經濟效益有正向的影響。

3.3 研究流程

本研究的流程，首先是由指導教授指導學生閱讀和研究領域相關文獻，在閱讀文獻之後，請教指導教授再確認研究題目，根據研究的題目蒐集相關文獻，並閱讀相關文獻是否能佐證本論文之研究的問題，接著蒐集和題目相關文獻量表，完成量表修正與預試問卷測試和回收，正試問卷測試與回收，資料統計與分析，研究結果與討論，結論與建議。

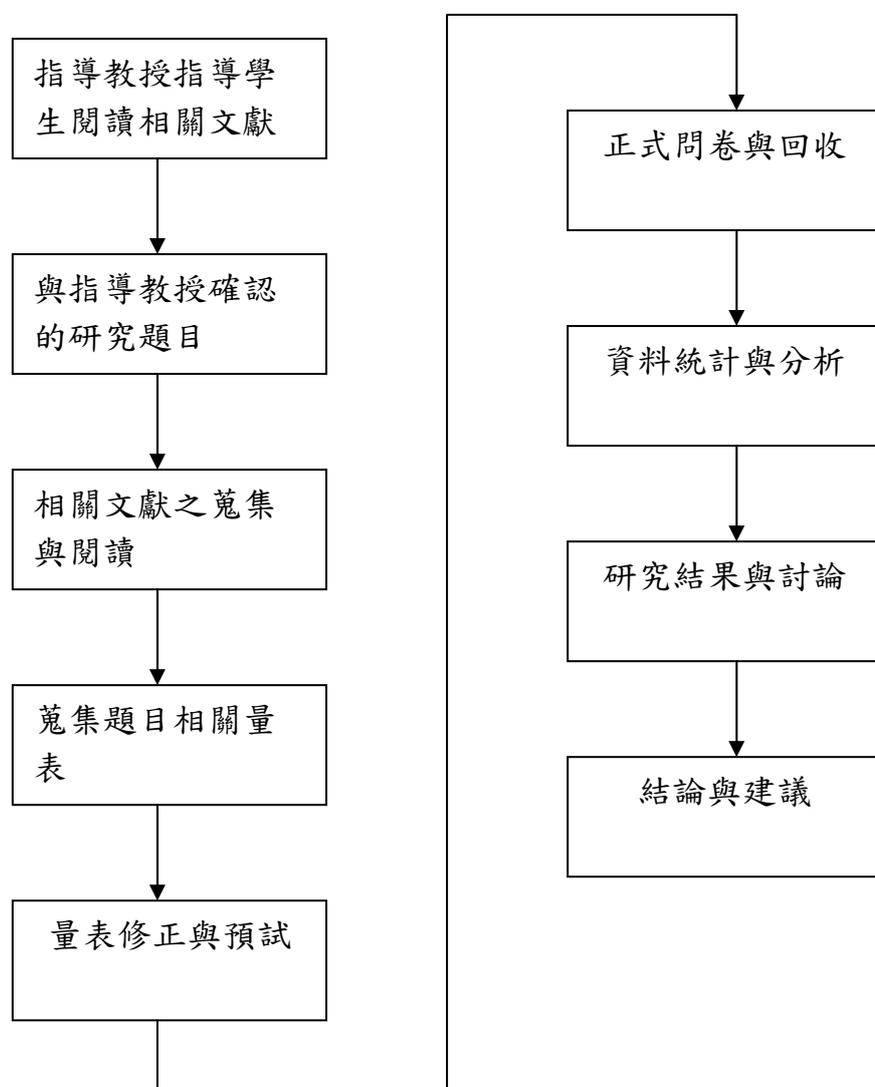


圖 3-2 研究流程

3.4 研究對象與抽樣方法

本研究以中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的旅客為研究對象，並依比中國大陸人士來台觀光之觀光地進行立意抽樣。本研究於民國 100 年 7 月至 8 月期間進行預試問卷調查，共計於五個不同地方進行預試問卷發放與回收，預試問卷發放日期與回收情形如表 3-1、3-3 所示，總共發放 300 份問卷，回收 278 份問卷，扣除無效問卷 24 份，有效問卷 254 份，有效問卷回收率為 84.66%。預試量表去除無效量表後編碼，再經項目分析、信度分析及效度分析，製作正式量表。正式問卷發放日期為民國 100 年 9 月與 10 月間之台灣北部、中部及南部，於大陸人士觀光旅遊地點進行問卷發放與回收，正式問卷發放日期與回收情形如表 3-2、3-4 所示，總共發放 400 份問卷，回收 382 份問卷，扣除無效問卷 64 份，有效問卷 318 份，有效回收率為 79.50%。Babbie(1973)認為，調查資料能做為分析和報告，其回收率至少必須達 50%，才算適當；60%視為良好；70%非常良好(引自郭生玉，1993)。因此，本量表回收率非常良好之階段，應可實施統計及分析。

表 3-1 預試問卷發放日期

日期	發放地點
2011/7/9(六)	高雄市六合夜市
2011/7/16(六)	高雄市英國領事館
2011/7/23(六)	嘉義市文化路夜市
2011/8/6(六)	南投縣魚池鄉日月潭
2011/8/13(六)	台北國立故宮博物院

表 3-2 正式問卷發放日期

日期	發放地點
2011/9/10(六)	高雄市六合夜市
2011/9/17(六)	高雄市愛河
2011/7/24(六)	嘉義市文化路夜市
2011/10/8(六)	台北國立故宮博物院
2011/10/22(六)	南投縣魚池鄉日月潭

表 3-3 預試問卷發放回收情形

發放日期	發放量數	回收量數	無效量數	有效量數	有效量表%
2011/7/9(六)	60 份	55 份	2 份	53 份	88.33%
2011/7/16(六)	50 份	46 份	3 份	43 份	86%
2011/7/23(六)	60 份	55 份	2 份	53 份	88.33%
2011/8/6(六)	80 份	74 份	14 份	60 份	75%
2011/8/13(六)	50 份	48 份	3 份	45 份	90%
總計	300 份	278 份	24 份	254 份	84.66%

表 3-4 正式問卷發放回收情形

發放日期	發放量數	回收量數	無效量數	有效量數	有效量表%
2011/9/10(六)	60 份	58 份	8 份	50 份	83.33%
2011/9/17(六)	70 份	70 份	12 份	58 份	82.85%
2011/9/24(六)	80 份	75 份	12 份	63 份	78.75%
2011/10/8(六)	90 份	86 份	16 份	70 份	77.77%
2011/10/22(六)	100 份	93 份	16 份	77 份	77%
總計	400 份	382 份	64 份	318 份	79.50%

3.5 研究工具

本研究所使用的工具為研究者參考「滿意度」、「政治因素」、「文化因素」及「經濟效益」等四種量表，其編製過程分述如下：

3.5.1 中國大陸人士來台觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益表編制

本研究所用的中國大陸人士來台觀光旅遊的滿意度量表是參考郭冀謙(2009)及王志源(2007)的滿意度量表修訂而成的中國大陸人士來台觀光旅遊的滿意度量表。滿意度量表分為「服務品質」、「旅遊設施」及「住宿服務」三個構面。政治因素量表是參考 Kuo(2007)的政治因素量表修訂而成中國大陸人士來台觀光旅遊的政治因素量表。政治因素量表分為「政治信賴」及「政治影響」兩個構面。文化因素量表是參考楊德偉(2006)的文化因素量表修定而成的中國大陸人士來臺觀光旅遊的文化量表。文化因素量表分為「內在文化」及「外在文化」兩個構面。經濟因素量表是參考郭進財、簡彩完、沈連魁(2009)的經濟因素量表修定而成的中國大陸人士來臺觀光旅遊的經濟效益量表。經濟效益量表分為「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」三個構面。另請指導教

授做專家鑑別效度。修訂後，依本研究動機、研究假設及研究架構所欲探討的問題而編制「滿意度」、「政治因素」、「文化因素」及「經濟效益」等四種量表。本量表採 Likert Scale 五點計分評量法，根據受試者填答，在「滿意度」及「政治因素」量表分為非常符合計 5 分、很符合計 4 分、符合計 3 分、有點符合計 2 分及一點也不符合計 1 分；在「文化因素」及「經濟效益」量表分為非常同意計 5 分、同意計 4 分、普通計 3 分、不同意計 2 分及非常不同意計 1 分。「滿意度」量表將分為三個因素、「政治因素」分為兩個因素、「文化因素」分為兩個因素與「經濟效益」分為三個因素，各因素之定義及編制題數如下：

(一) 滿意度量表之因素：

1. 服務品質： 8、9、11、12、13、15
2. 旅遊設施： 2、3、4、5、18
3. 住宿服務： 10、14、17

(二) 政治因素量表之因素：

1. 政治信賴： 1、2、3、4、6、10、13、14、15
2. 政治影響： 5、7、8

(三) 文化因素量表之因素：

1. 內在文化： 9、10、11、12、13、14、15

2. 外在文化： 1、2、3、5、7

(四) 經濟效益量表之因素：

1. 旅遊經濟： 10、11、12、13、14、15、16

2. 產業經濟： 5、6、7、9

3. 策略經濟： 1、2、3、4、8

3.5.2 項目分析

初擬量表項目之後，如何從所有項目之中挑選適當的項目，研究者必須要選出代表性的樣本來實施預試，並依據預試所獲得之資料進行項目分析與信度分析（何榮桂，1990）。至於預試量表進行項目分析的方法通常分為兩種，一為相關分析的方法(Correlation)，另為內部一致性效標法(Criterion of consistency)，(李金泉，1993)；本量表採用內部一致性效標法及相關分析法，利用 SPSS for Windows 18.0 套裝軟體統計分析，以進行量表題目的篩選，敘述如下：

內部一致性效標法是將所有受試者在預試量表的得分總和依高低排列，然後得分高者約 25% 為高分組，得分低者約 25% 為低分組，最後以高分組受試者在某一項目得分之平均數，減低分組受試者在某一項目得分之平均數，其差即代表該題的鑑別力(李金泉，1993)。通常 CR 值

大者且達差異顯著水準($\alpha < 0.05$)時，即表示該題能鑑別不同受試者的反應程度，此即為選題的依據，反之則應予刪除(李金泉，1993)。中國大陸人士來臺觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益量表在內部一致性效標法分析結果，發現每一題的 CR 值均達到顯著水準及相關值大於.30，因此每一題均給保留。(如表 3-5、3-6、3-7 及 3-8 所示)。

表 3-5 滿意度預試量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值	相關值
1	臺灣媒體的旅遊廣告或文宣	11.76*	.608*
2	臺灣道路狀況	4.22*	.357*
3	臺灣交通狀況	7.44*	.583*
4	臺灣旅遊安全管理	6.10*	.495*
5	臺灣旅遊設施的維護	8.96*	.565*
6	攤位的規劃	10.96*	.610*
7	旅遊路線的指標	7.77*	.605*
8	旅遊資訊的服務	8.99*	.597*
9	餐飲提供的服務	8.59*	.488*
10	住宿提供的服務	5.42*	.357*
11	旅遊景點解說告示完善程度	11.07*	.620*
12	住宿、餐飲、門票價格合宜	10.89*	.615*
13	服務人員的專業性	7.40*	.508*
14	服務人員態度	7.01*	.520*
15	解說景點導覽服務	8.79*	.546*
16	旅遊景點設施的完善程度	8.62*	.597*
17	台灣環境的清潔衛生	9.55*	.648*
18	人行步道之規劃與維護	11.18*	.661*

* $p < .05$

表 3-6 政治因素預試量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值	相關值
1	兩岸旅遊可以緩和 political 因素	11.76*	.651*
2	旅遊可以促進兩岸的互信	12.71*	.685*
3	旅遊可增進海陸與海協的協商	12.19*	.693*
4	開放中國人民自由行是良好的政策	10.80*	.596*
5	旅遊不受政治因素的影響	6.86*	.425*
6	臺灣簽訂 ECFA 能促進觀光	9.06*	.545*
7	政黨政治不影響觀光旅遊	4.04*	.298*
8	多黨的政治能促進觀光旅遊	2.90*	.232*
9	贊同臺灣觀光的政策	11.47*	.608*
10	中資來臺可促進臺灣觀光發展	7.29*	.536*
11	中國軍事影響兩岸觀光旅遊	1.05	.076
12	政治民主與旅遊有直接影響關係	0.19	.004
13	旅遊的發展可以促進兩岸的民族意識	8.74*	.574*
14	旅遊可以促進兩岸人民的親切感	9.87*	.634*
15	旅遊能促進兩岸民主政治發展	9.07*	.604*

* $p < .05$

表 3-7 文化因素預試量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值	相關值
1	旅遊可增加音樂之間的交流	10.38*	.637*
2	旅遊可增加運動競賽的交流	8.75*	.576*
3	古蹟的文化能吸引旅遊興致	9.57*	.593*
4	旅遊可促進兩岸文化彼此的了解	11.38*	.665*
5	旅遊可增進歷史古蹟文化價值性	9.50*	.596*
6	古蹟文化可獲得旅客的青睞	10.72*	.611*
7	旅遊能增進古蹟的維護整修	8.46*	.533*
8	旅遊能增加歷史及文化展覽之需求	10.18*	.561*
9	旅遊促進族群的文化交流	8.93*	.615*
10	旅遊能強化族群文化意識及認同感	5.89*	.421*
11	來臺旅遊能增加兩岸文化的提升	11.06*	.638*
12	來臺旅遊可促使兩岸文化的交流	9.27*	.570*
13	旅遊可增進族群間情感	9.23*	.582*
14	旅遊能促進兩岸民間習俗融合	12.41*	.647*
15	旅遊可增進您對臺灣飲食文化瞭解	11.43*	.687*

* $p < .05$

表 3-8 經濟效益預式量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值	相關值
1	旅遊能影響兩岸經濟	12.72*	.619*
2	您會將來臺灣旅遊的口碑傳給親朋好友	15.08*	.627*
3	中國人來臺灣旅遊會促進臺灣的觀光產業的發展	11.80*	.628*
4	你同意中國人來台灣自由行旅遊的政策	12.06*	.609*
5	旅遊對臺灣茶產業經濟會影響	7.03*	.462*
6	旅遊對臺灣夜市經濟會有影響	9.12*	.519*
7	旅遊對臺灣農業發展會有影響	7.97*	.494*
8	中國人來臺灣旅遊可提昇臺灣觀光產業的專業化	7.90*	.508*
9	兩岸直航會影響台灣經濟的發展	6.86*	.462*
10	中國人來臺觀光醫療能促進台灣經濟能力	7.94*	.541*
11	中國人來臺旅遊能促進臺灣餐飲業的發展	8.70*	.560*
12	中國人來臺旅遊能促進臺灣旅館業的發展	8.88*	.544*
13	中國人來臺旅遊能促進臺灣交通業的發展	6.34*	.488*
14	中國人來臺旅遊能增加臺灣人民外匯收入	6.45*	.431*
15	中國人來臺旅遊能增加臺灣人民的所得	7.92*	.515*
16	中國人來臺旅遊能增加臺灣人民的就業機會	7.43*	.498*

*p<.05

3.5.3 因素分析

滿意度度量表，經上述項目分析後，每題 CR 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。滿意度度量表因素建構結果如表 3-9，其中第 8、9、11、12、13、14、15 屬於第一因素(服務品質)；第 2、3、4、5、18 屬於第二因素(旅遊設施)；第 10、14、17 屬於第三因素(住宿服務)。其中第 1、6、7、16 題跨越二個因素均給予刪除。其中三個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 62.10%以上，可見本量表具有好的效度。

政治因素量表經上述項目分析後，發現 11.12 題 CR 值未達到顯著水準，其餘題目進行因素分析。滿意度量表因素建構結果如表 3-10，其中第 1、2、3、4、6、10、12、13、14、15 屬於第一因素(政治信賴)；第 5、7、8 屬於第二因素(政治影響)其中第 9 題跨越二個因素均給予刪除。其中兩個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 58.89%以上，可見本量表具有好的效度。

文化因素量表經上述項目分析後，每題 CR 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。滿意度量表因素建構結果如表 3-11，其中第 9、10、11、12、13、14、15 屬於第一因素(內在文化)；第 1、2、3、5、7 屬於第二因素(外在文化)。其中兩個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 58.46%以上，可見本量表具有好的效度。

經濟效益量表經上述項目分析後，每題 CR 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。滿意度量表因素建構結果如表 3-12，其中第 10、11、12、13、14、15、16 屬於第一因素(旅遊經濟)；第 5、6、7、9 屬於第二因素(產業經濟)；第 1、2、3、4、8 屬於第三因素(策略經濟)。其中三個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 64.98%以上，可見本量表具有好的效度。

表 3-9 滿意度預試量表因素結構摘要表(N=219)

題目	因素一	因素二	因素三	共同性
8	.546			.628
9	.811			.549
11	.774			.667
12	.731			.637
13	.828			.635
15	.764			.663
2		.656		.432
3		.859		.722
4		.817		.668
5		.667		.566
18		.470		.574
10			.870	.730
14			.548	.642
17			.512	.710
特徵值	8.82	1.27	1.09	
總變異量				
百分比	49.02	7.05	6.03	
總變異量累積				
百分比	49.02	56.07	62.10	

表 3-10 政治因素預試量表因素結構摘要表(N=219)

題目	因素一	因素二	共同性
1	.840		.686
2	.789		.693
3	.869		.745
4	.831		.633
6	.616		.437
10	.656		.461
13	.672		.480
14	.838		.645
15	.660		.540
5		.730	.625
7		.859	.726
8		.701	.479
特徵值	5.93	1.72	
總變異量 百分比	45.63	13.26	
總變異量累計 百分比	45.63	58.89	

表 3-11 文化因素預試量表因素結構摘要表(N=219)

題目	因素一	因素二	共同性
9	.603		.516
10	.725		.440
11	.848		.715
12	.915		.697
13	.736		.645
14	.616		.636
15	.630		.610
1		.764	.584
2		.680	.476
3		.868	.691
5		.591	.505
7		.799	.580
特徵值	7.30	1.47	
總變異量			
百分比	48.69	9.79	
總變異量累計			
百分比	48.69	58.49	

表 3-12 經濟效益預試量表因素結構摘要表(N=219)

題目	因素一	因素二	因素三	共同性
10	.408			.453
11	.578			.535
12	.701			.662
13	.546			.748
14	.832			.649
15	.910			.787
16	.944			.775
5		.919		.817
6		.846		.741
7		.930		.837
9		.699		.546
1			.675	.561
2			.909	.715
3			.683	.739
4			.841	.720
8			.496	.475
特徵值	7.13	2.10	1.17	
總變異量				
百分比	44.56	13.13	7.28	
總變異量累積				
百分比	44.56	57.69	64.98	

3.5.4 信度分析

中國大陸人士來臺灣觀光旅遊滿意度量表經因素分析後，已刪除四題，並且建構成二個分量表，其中第 8、9、11、12、13、15 屬於第一因素(服務品質)；第 2、3、4、5、18 屬於第二因素(旅遊設施)；第 10、

14、17 屬於第三因素(住宿服務)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究涉入程度量表 Cronbach α 值介於.746 至.882 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3-13 所示。

表 3-13 滿意度預試量表信度分析摘要表

滿意度因素	量表題目	Cronbach's α
一、服務品質	8、9、11、12、13、15	.882
二、旅遊設施	2、3、4、5、18	.825
三、住宿服務	10、14、17	.746
總量表	共十四題	.916

中國大陸人士來臺灣觀光旅遊政治因素量表經因素分析後，已刪除三題，並且建構成兩個分量表，其中第 1、2、3、4、6、10、13、14、15 屬於第一因素(政治信賴)；第 5、7、8 屬於第二因素(政治影響)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究滿意度量表 Cronbach α 值介於.693 至.907 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3-14 所示。

表 3-14 政治因素預試量表信度分析摘要表

政治因素	量表題目	Cronbach's α
一、政治信賴	1、2、3、4、6、10、13、14、15	.907
二、政治影響	5、7、8	.693
總量表	共十二題	.882

中國大陸人士來臺灣觀光旅遊文化因素量表經因素分析後，已刪除三題，並且建構成二個分量表，其中第 9、10、11、12、13、14、15 屬於第一因素(內在文化)；第 1、2、3、5、7 屬於第二因素(外在文化)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究文化因素量表 Cronbach α 值介於 .820 至 .887 之間，因此，本量表各因素具有良好信度。如表 3-15 所示。

表 3-15 文化因素預試量表信度分析摘要表

文化因素	量表題目	Cronbach's α
一、內在文化	9、10、11、12、13、14、15	.887
二、外在文化	1、2、3、5、7	.820
總量表	共十二題	.901

中國大陸人士來臺灣觀光旅遊經濟效益量表經因素分析後，無刪除題目，並且建構成三個分量表，其中第 10、11、12、13、14、15、16 屬於第一因素(旅遊經濟)；第 5、6、7、9 屬於第二因素(產業經濟)；第 1、2、3、4、8 屬於第三因素(策略經濟)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究運動觀光意願量表 Cronbach α 值介於.844 至.888 之間，因此，本量表各因素具有良好信度。如表 3-16 所示。

表 3-16 經濟效益預試量表信度分析摘要表

經濟效益因素	量表題目	Cronbach's α
一、旅遊經濟	10、11、12、13、14、15、16	.888
二、策略經濟	5、6、7、9	.877
三、產業經濟	1、2、3、4、8	.844
總量表	共十六題	.916

3.6 資料處理

本研究問卷施測回收後刪除無效問卷，經整理及分析並藉 SPSS for Windows 18.0 及 Lisrel 8.82 套裝軟體進行統計分析。根據本研究假設所使用統計方法分別加以敘述：

- 一、以 t 考驗驗證：假設 1-1、1-5、2-1、2-5、3-1、3-5、4-1、4-5。
- 二、以獨立樣本單因子變異數分析考驗：假設 1-2、1-3、1-4、1-6、1-7、2-8、2-2、2-3、2-4、2-6、2-7、2-8、3-2、3-3、3-4、3-6、3-7、3-8、4-2、4-3、4-4、4-6、4-7、4-8。
- 三、以結構方程模式探討假設 5-1、5-2、5-3、5-4、5-5、5-6、5-7、5-8。
- 四、本研究各項統計考驗之顯著水準均定為： $\alpha < .05$ 。

第四章 結果與討論

本章依照問卷調查所得各項資料進行統計分析處理，以便撰寫研究之結果分析與討論。本章共分為六節來加以敘述：第一節、不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊樣本結構分析；第二節、不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之滿意度的差異性分析；第三節、不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素的差異性分析；第四節、不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的差異性分析；第五節、不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之經濟效益的差異性分析；第六節、中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益之間的關聯性分析。

4.1 中國大陸人士來臺觀光旅遊樣本結構分析

本節主要是以描述性統計的方式，針對參與者的基本資料（包括性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況、家庭月收入、居住地、旅遊的同伴），作敘述性的分析。從本研究回收有效樣本 318 份問卷中，可看出中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的屬性分佈情形，分析結果如表 4.1 所示。

(一)性別

受訪民眾的性別分布，男性有 156 位，佔全部的 49.1%，女性有 162 位，佔全部的 50.9%，受訪民眾女性多於男性。

(二)年齡

受訪民眾的年齡分布，20歲以下的有18位佔全部5.66%，21-30歲的有45位佔全部的14.15%，31-40歲的有67位，佔全部的21.7%，41-50歲者有116位，佔全部的36.48%，51歲以上的有72位，佔全部的22.64%，由此可知，受訪之年齡以41-50歲以上多於其他年齡，其次以51歲以上之受訪民眾人數次之。

(三)職業

受訪民眾之職業分布，學生有31位，佔全部的9.75%，商有45位，佔全部的14.15%，軍公教有99位，佔全部比例的31.13%，工農有38位，佔全部比例的11.95%，其他有105位，佔全部比例的33.02%，由此可知，受訪民眾之職業以其他最多，其次為軍公教次之。

(四)教育程度

教育程度為初中以下者有38位，佔全部的11.95%，高中、技校及中專有76位，佔全部的23.90%，本科有115位，佔全部的36.16%，專科有77位，佔全部的24.21%，碩士及以上者有12位，佔全部的3.77%。受訪民眾以本科所佔比例最多，其次為高中、技校及中專之受訪民眾次之。

(五)婚姻狀況

受訪民眾之婚姻狀況，未婚者有69位，佔全部比例21.70%，已婚者有249位，佔全部的78.30%，受訪民眾已婚多於未婚。

(六)個人平均月收入

受訪者的個人平均月收入，2000 以下有 18 位，佔全部比例的 5.66%，2000-5000 元有 113 位，佔全部比例的 35.54%，5001-20000 元有 149 位，佔全部的 46.86%，20001 以上元者有 38 位，佔全部的 11.95%。受訪民眾個人平均月收入為 5001-20000 元者最多，其次為 2000-5000 元者次之。

(七)不同居住地

受訪者的不同居住地，東北地區有 30 位，佔全部比例的 9.43%，華北地區有 85 位，佔全部比例的 26.73%，華東地區有 188 位，佔全部比例的 59.1%，中南地區有 15 位，佔全部比例的 4.72%。受測者其不同居住地為華東地區最多，其次為華北地區次之。

(八)不同旅遊同伴

受訪者的不同旅遊同伴，旅行團有 141 位，佔全部比例的 44.34%，同學或朋友有 12 位，佔全部比例的 3.77%，家人有 73 位，佔全部比例的 22.96%，情侶有 5 位，佔全部比例的 1.57%，同事有 87 位，佔全部比例的 27.36%。受測者其不同旅遊同伴為旅行團最多，其次為同事次之。

表 4.1 中國大陸人士來臺觀光旅遊樣本分析表

基本資料變項		人 數	百分比(%)
性別	男	156	49.1
	女	162	50.9
年齡	20 歲以下	18	5.66
	21~30 歲	45	14.15
	31~40 歲	67	21.7
	41~50 歲	116	36.48
	51 歲以上	72	22.64
職業	學生	31	9.75
	商	45	14.15
	軍公教	99	31.13
	工農	38	11.95
	其他	105	33.02
教育程度	初中及中專	38	11.95
	高中、技校及中專	76	23.90
	本科	115	36.16
	專科	77	24.21
	碩士及以上	12	3.77
婚姻狀況	未婚	69	21.70
	已婚	249	78.30
家庭月收入	20000 元以下	18	5.66
	20001~5000 元	113	35.54
	5001~20000 元	149	46.86
	20001 元以上	38	11.95
不同居住地	東北地區	30	9.43
	華北地區	85	26.73
	華東地區	188	59.1
	中南地區	15	4.72
不同旅遊同伴	旅行團	141	44.34
	同學或朋友	12	3.77
	家人	73	22.96
	情侶	5	1.57
	同事	87	27.36

4.2 不同人口統計變項中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度的差異性分析

為探討不同人口統計變項中國大陸人士來台灣觀光旅客之滿意度的差異性情形。將滿意度的層面分為「服務品質」、「旅遊設施」及「住宿服務」等三個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.2.1 不同性別中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同性別中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度差異情形，將中國大陸人士來台灣觀光旅客的性別區分為男性及女性，並以 t 考驗分析不同性別中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度的差異情形。如表 4-2 所示。

表 4-2 不同性別中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度 t 考驗摘要表

項 目	男性(n=156)	女性(n=162)	t 值	p 值
	M(SD)	M(SD)		
服務品質	3.81(.59)	3.90(.63)	-1.38	.17
旅遊設施	3.95(.57)	4.06(.60)	-1.74	.08
住宿服務	4.02(.57)	4.12(.70)	-1.52	.13

*p<.05

由表 4-2 分析得知，不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」與「住宿服務」方面皆無差異性存在。

4.2.2 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為 20 歲以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 及 51 歲以上，並以單因子變異數分析不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-3 所示。

表 4-3 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD
20 歲以下 (1)	18	3.81	.56	4.02	.62	4.00	.55
21-30 歲 (2)	45	4.01	.69	4.15	.55	4.07	.65
31-40 歲 (3)	67	3.87	.58	4.05	.53	4.04	.71
41-50 歲 (4)	116	3.78	.59	3.93	.65	4.08	.69
51 歲以上 (5)	72	3.87	.62	4.00	.53	4.11	.51
F 值		1.15		1.24		.15	
p 值		.33		.30		.96	

由表 4-3 分析得知，不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」與「住宿服務」方面皆無差異性存在。

4.2.3 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的滿意度差異職業區分為學生、商、軍公教、工、農及其他，並以單因子變異數分析不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅客的滿意度的差異情形。如表 4-4 所示。

表 4-4 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD
學生 (1)	31	3.74	.57	3.98	.56	3.89	.60
商 (2)	45	3.63	.60	3.78	.64	3.78	.73
軍公教 (3)	99	3.93	.61	4.12	.61	4.26	.66
工農 (4)	38	3.83	.49	3.93	.49	4.06	.57
其他 (5)	105	3.92	.65	4.03	.57	4.08	.56
F 值		2.64*		2.88*		5.46*	
p 值		.03		.02		.01	
事後比較		5,3>2		3>2		3>2	

*p<.05

由表 4-4 分析得知，不同職業不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」與「住宿服務」方面有差異性存在。顯示出在「服務品質」層面上「其他」與「軍公教」大於「商」，顯示出在「旅遊設施」層面上「軍公教」大於「商」，顯示出在「住宿服務」層面上「軍公教」也大於「商」。

研究者推論形成此結果的原因是因為，在「服務品質」、「旅遊設施」與「住宿服務」上，職業為「商」的旅客對來臺灣觀光旅遊的期望標準較高，所以會顯得滿意度較低。

4.2.4 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為初中及以下、高中、技校及中專、本科、專科、碩士及以上，並以單因子變異數分析不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-5 所示。

表 4-5 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項		N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
			M	SD	M	SD	M	SD
初中及以下	(1)	38	3.87	.64	3.94	.82	3.96	.76
高中、技校及中專	(2)	76	3.68	.56	3.81	.52	3.88	.67
本科	(3)	115	3.90	.62	4.05	.57	4.18	.57
專科	(4)	77	3.92	.62	4.15	.50	4.16	.61
碩士及以上	(5)	12	4.06	.62	4.10	.54	4.14	.66
F 值			2.34		3.68*		3.29*	
p 值			.06		.01		.01	
事後比較					4>2		3>2	

*p<.05

由表 4-5 分析得知，不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「旅遊設施」及「住宿服務」兩方面皆有差異性存在；在「服務品質」方面皆無差異性存在。顯示出在「旅遊設施」層面上「專科」

大於「高中、技校及中專」，顯示出在「住宿服務」層面上「本科」大於「高中、技校及中專」。

研究者推論可能形成此結果的原因是因為，在「旅遊設施」、「住宿服務」上，教育程度為「高中、技校及中專」的旅客對來臺灣觀光旅遊的期望標準較高，所以會顯得滿意度較低。

4.2.5 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分未婚及已婚，並以單因子變異數分析不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-6 所示。

表 4-6 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD
未婚 (1)	69	3.92	.67	4.07	.56	4.06	.63
已婚 (2)	249	3.83	.59	3.99	.59	4.08	.65
F 值		.99		1.02		-.14	
p 值		.33		.31		.89	

*p<.05

由表 4-6 分析得知，不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」及「住宿服務」方面皆無差異性

存在。

4.2.6 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來台灣觀光旅客的家庭月收入區分為 2000 以下、2001~5000、5001~20000、20001 以上，並以單因子變異數分析不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-7 所示。

表 4-7 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD
2000 以下 (1)	18	3.58	.57	3.68	.92	3.93	.97
2000~5000 (2)	113	3.90	.61	4.05	.57	4.10	.61
5001~20000 (3)	149	3.90	.62	4.05	.56	4.09	.62
20001 以上 (4)	38	3.64	.54	3.83	.49	4.00	.63
F 值		3.37*		3.74*		.58	
p 值		.02		.01		.63	
事後比較		2,3>1		3,2>1			

*p<.05

由表 4-7 分析得知，不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」及「旅遊設施」方面皆有差異性存在；而在「住宿服務」方面則無差異性存在。顯示出在「服務品質」層面上「2000~5000」以及「5001~20000」大於「2000 以下」，顯示出在「旅遊設施」層面上「5001~20000」以及「2000~5000」大於「2000 以下」。

研究者推論可能形成此結果的原因為中國大陸人士來臺灣旅遊的旅客月收入越低他們所參加的旅遊團的品質就會比較低而旅遊設施及住宿服務的品質也就會顯得較低滿意度也就越低。

4.2.7 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的居住地區分為東北地區、華北地區、華東地區及中南地區，並以單因子變異數分析不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-8 所示。

表 4-8 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質		旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD
東北地區 (1)	30	4.07	.60	4.12	.64	4.14	.68
華北地區 (2)	85	3.67	.52	3.85	.54	3.92	.60
華東地區 (3)	188	3.92	.64	4.10	.54	4.17	.61
中南地區 (4)	15	3.58	.51	3.52	.84	3.60	.84
F 值		5.72*		7.79*		6.19*	
p 值		.01		.01		.01	
事後比較		1,3>2		4>1, 3>4		3>2,4	

*p<.05

由表 4-8 分析得知，不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」及「住宿服務」方面皆有差異性存在。由不同居住地顯示在服務品質層面居住在「東北地區」及「華東地區」高於「華北地區」；在旅遊設施層面居住在「中南地區」高於「東

北地區」及「華東地區」高於「中南地區」；在住宿服務層面居住在「華東地區」高於「華北地區」及「中南地區」。

4.2.8 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客之旅遊的同伴區分為旅行團、同學或朋友、家人、情侶、同事及獨自前往或其他，並以單因子變異數分析不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度之差異情形。如表 4-9 所示。

表 4-9 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	服務品質			旅遊設施		住宿服務	
		M	SD	M	SD	M	SD	
旅行團	(1) 141	3.81	.63	3.87	.61	4.01	.69	
同學或朋友	(2) 12	3.68	.58	4.07	.45	3.92	.65	
家人	(3) 73	4.01	.66	4.20	.62	4.02	.61	
情侶	(4) 5	3.87	.40	4.24	.55	4.13	.69	
同事	(5) 87	3.81	.55	4.04	.49	4.23	.56	
F 值			1.74		4.44*		1.95	
p 值			.14		.01		.10	
事後比較					3>1			

*p<.05

由表 4-9 分析得知，不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「旅遊設施」方面有差異性存在；而在「服務品質」及「住宿服務」方面皆無差異性存在。

研究者推論形成此研究結果的原因可能是因為在「家人」的觀光旅遊時間較長較能欣賞臺灣的特色，滿意度也會顯得較高，所以在「旅遊設施」方面「家人」大於「旅行團」。

4.3 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素的差異性分析

4.3.1 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的性別區分為男性及女性，並以 t 考驗分析不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素的差異情形。如表 4-10 所示。

表 4-10 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素 t 考驗摘要表

項 目	男性(n=156)	女性(n=162)	t 值	p 值
	M(SD)	M(SD)		
政治信賴	4.06(.55)	4.13(.57)	-1.10	.27
政治影響	3.42(.82)	3.74(.72)	-3.67*	.01

*p<.05

由表 4-10 分析得知，不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治影響」方面有差異性存在。顯示女性在「政治影響」方面大於男性。

4.3.2 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為 20 歲以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 及 51 歲以上，並以單因子變異數分析不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形。如表 4-11 所示。

表 4-11 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面		政治信賴			政治影響	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
20 歲以下 (1)	18	3.98	.61	3.37	.69	
21-30 歲 (2)	45	4.28	.46	3.66	.75	
31-40 歲 (3)	67	4.11	.52	3.49	.76	
41-50 歲 (4)	116	4.05	.63	3.49	.76	
51 歲以上 (5)	72	4.08	.51	3.83	.55	
F 值		1.70		2.92*		
p 值		.15		.02		
事後比較				5>1,3,4		

*p<.05

由表 4-11 分析得知，不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有無異性存在；而在「政治影響」方面有差異性存在。顯示出在「政治影響」層面上「51 歲以上」大於「50 歲以下」。

由此可以看出，年齡較大者對於政治影響的認同感較高，顯示年齡較大者認為兩岸之間的旅遊互動能緩和兩岸政治的和諧。

4.3.3 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的政治因素差異職業區分為學生、商、軍公教、工、農及其他，並以單因子變異數分析不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅客之政治因素的差異情形。如表 4-121 所示。

表 4-12 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面		政治信賴			政治影響	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
學生 (1)	31	4.02	.53	3.55	.77	
商 (2)	45	3.91	.46	3.62	.46	
軍公教 (3)	99	4.19	.62	3.58	.82	
工 (4)	38	4.02	.57	3.30	1.03	
農 (5)	105	4.05	.52	3.68	.76	
F 值		2.48*		1.70		
p 值		.04		.15		
事後比較		3,5>2				

*p<.05

由表 4-12 分析得知，不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。由此可以看出，「軍公教」以及「農」大於「商」。

研究者推論形成此研究結果的原因可能是因為「商」在「政治信賴」上可能無法認同旅遊能夠緩和現在段兩岸的和平共識。

4.3.4 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來台灣觀光旅客的年齡區分為初中及以下、高中、技校及中專、本科、專科、碩士及以上，並以單因子變異數分析不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素的差異情形。如表 4-13 所示。

表 4-13 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面 背景變項		N	政治信賴		政治影響	
			M	SD	M	SD
初中及以下	(1)	38	4.04	.53	3.86	.42
高中、技校及中專	(2)	76	3.86	.52	3.51	.69
本科	(3)	115	4.25	.54	3.49	.95
專科	(4)	77	4.14	.54	3.65	.69
碩士及以上	(5)	12	4.11	.78	3.69	.98
F 值			6.13*		2.01	
p 值			.01		.09	
事後比較			3,4>2			

*p<.05

由表 4-13 分析得知，不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。顯示出在「政治信賴」的層面上「本科」及「專科」大於「高中、技校及中專」。

由上述分析可以看出教育程度為「本科」及「專科」的中國大陸人士來臺灣觀光旅遊在滿意度的「政治信賴」層面中明顯較高。

研究者推論形成此研究結果的原因可能是因為教育程度在高中、技校及中專方面可能對於兩岸的政治信賴的認同感並不深，所以在兩岸政治信賴方面就顯得較低。

4.3.5 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分未婚及已婚，並以單因子變異數分析不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之政治因素的差異情形。如表 4-14 所示。

表 4-14 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	政治信賴		政治影響	
		M	SD	M	SD
未婚 (1)	69	4.12	.54	3.56	.79
已婚 (2)	249	4.09	.57	3.59	.79
F 值			.31		-.27
p 值			.76		.79

*p<.05

由表 4-14 分析得知，不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」及「政治影響」層面皆無差異性存在。

4.3.6 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的家庭月收入區分為 2000 以下、2001~5000、5001~20000、20001 以上，並以單因子變異數分析不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形。如表 4-15 所示。

表 4-15 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面		政治信賴			政治影響	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
2000 以下	(1)	18	3.81	.61	3.28	.84
2000~5000	(2)	113	4.04	.50	3.63	.72
5001~20000	(3)	149	4.15	.58	3.59	.83
20001 以上	(4)	38	4.22	.60	3.56	.75
F 值		3.21*			1.06	
p 值		.02			.37	
事後比較		3,4>1				

*p<.05

由表 4-15 分析得知，不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面則無差異性存在。顯示出在「政治信賴」層面上「5001~20000」及「20001 以上」大於「2000 以下」。

由上述分析可以看出中國大陸人士來臺灣觀光旅遊在「政治信賴」的滿意度上月收入越高對兩岸的「政治信賴」也就越高，可能形成此結

果的原因為因月收入高才有可能來臺灣觀光旅遊，而對兩岸現階段的政策也表示贊同，所以對兩岸的政治信賴也就越高。

4.3.7 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素差異比較

為探討不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的居住地區分為東北地區、華北地區、華東地區及中南地區，並以單因子變異數分析不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形。如表 4-16 所示。

表 4-16 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面		政治信賴			政治影響	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
東北地區 (1)	30	4.12	.57	3.70	.78	
華北地區 (2)	85	3.99	.48	3.58	.70	
華東地區 (3)	188	4.18	.57	3.57	.85	
中南地區 (4)	15	3.65	.62	3.56	.27	
F 值		5.75*		.25		
P 值		.01		.86		
事後比較		3>4				

* $p < .05$

由表 4-16 分析得知，不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。顯示出在「政治信賴」層面上「華東地區」大於「中南地區」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，因華東地區較靠近台灣，所以對台灣的政治較為了解也有可能對於現階段兩岸的政策也較為贊同，而中南地區可能較離臺灣比較遠所以對現階段的兩岸政策也可能比較不了解所以對兩岸的「政治信賴」也較低。

4.3.8 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客之旅遊的同伴區分為旅行團、同學或朋友、家人、情侶、同事及獨自前往或其他，並以單因子變異數分析不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素之差異情形。如表 4-17 所示。

表 4-17 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素變異數分析摘要表

因素層面		政治信賴			政治影響	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
旅行團	(1) 141	4.03	.51	3.42	.84	
同學或朋友	(2) 12	4.01	.62	3.75	.47	
家人	(3) 73	4.18	.62	3.82	.76	
情侶	(4) 5	4.16	.79	4.07	.37	
同事	(5) 87	4.16	.56	3.60	.71	
F 值		1.31		4.04*		
p 值		.27		.01		
事後比較				3>1		

*p<.05

由表 4-17 分析得知，不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治影響」方面有差異性存在；而在「政治信賴」方面上則無差異性存在。顯示出在「政治影響」層面上「家人」大於「旅行團」。

研究者推論形成此研究結果的原因可能是因為家人可能並未像旅行團有著行程的限制所以在臺灣觀光旅遊的時間上也就較長也能較能體會兩岸互信與能夠贊同兩岸的協商。

4.4 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的差異性分析

為探討不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的差異性情形。將文化因素的層面分為「內在文化交流」及「外在文化交流」等兩個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.4.1 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的性別區分為男性及女性，並以 t

考驗分析不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素的差異情形。如表 4-18 所示。

表 4-18 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素 t 考驗摘要表

項 目	男性(n=156)	女性(n=162)	t 值	p 值
	M(SD)	M(SD)		
內在文化因素	4.10(.53)	4.05(.54)	.89	.37
外在文化因素	3.88(.61)	4.00(.58)	-1.77	.08

*p<.05

由表 4-18 分析得知，不同性別中國大陸人士來台灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化因素」及「外在文化因素」層面皆無差異性存在。

4.4.2 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為 20 歲以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 及 51 歲以上，並以單因子變異數分析不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形。如表 4-19 所示。

表 4-19 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	內在文化因素		外在文化因素	
		M	SD	M	SD
20 歲以下 (1)	18	4.01	.52	3.79	.67
21-30 歲 (2)	45	4.20	.58	4.08	.59
31-40 歲 (3)	67	4.07	.49	4.00	.53
41-50 歲 (4)	116	4.06	.58	3.92	.62
51 歲以上 (5)	72	4.05	.49	3.86	.59
F 值		.73		1.50	
p 值		.57		.20	

*p<.05

由表 4-19 分析得知，不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化因素」及「外在文化因素」層面皆無差異性存在。

4.4.3 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的文化因素差異職業區分為學生、商、軍公教、工、農及其他，並以單因子變異數分析不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅客之文化因素的差異情形。如表 4-20 所示。

表 4-20 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面		內在文化交流			外在文化交流	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
學生 (1)	31	3.95	.51	3.82	.61	
商 (2)	45	3.82	.54	3.78	.50	
軍公教 (3)	99	4.22	.53	4.04	.64	
工 (4)	38	3.92	.49	3.91	.58	
農 (5)	105	4.14	.52	3.95	.57	
F 值		6.35*			1.91	
p 值		.01			.11	
事後比較		5>3,2				

*p<.05

由表 4-20 分析得知，不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」層面有差異性存在；而在「外在文化交流」層面則無差異性存在。顯示出在「內在文化交流」層面上「農」大於「軍公教」以及「學生」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，「農」在「內在文化交流」影響較大的可能因為農夫的工作環境較為純樸，以「農」為職業的中國大陸人士旅客對於臺灣的文化影響較深。

4.4.4 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為初中及以下、高中、技校及中專、本科、專科、碩士及以上，並以單因子變異數分析不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的差異情形。如表 4-21 所示。

表 4-21 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面 背景變項		N	內在文化交流		外在文化交流	
			M	SD	M	SD
初中及以下	(1)	38	4.01	.53	3.79	.58
高中、技校及中專	(2)	76	3.81	.51	3.67	.54
本科	(3)	115	4.28	.48	4.09	.62
專科	(4)	77	4.07	.56	4.03	.54
碩士及以上	(5)	12	4.02	.49	4.00	.43
F 值			10.08*		7.47*	
p 值			.01		.01	
事後比較			3,4>2		3,4>2	

*p<.05

由表 4-21 分析得知，不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」及「外在文化交流」等層面皆有差異性

存在。顯示出教育程度為「本科」及「專科」之中國大陸人士其文化因素大於教育程度為「高中、技校及中專」。

由此可以看出教育程度為「專科」及「本科」的陸客對於來臺灣觀光旅遊無論在「內在文化交流」及「外在文化交流」的影響行為方面皆高於教育程度為「高中、技校及中專」之中國大陸人士。可見教育程度較高的中國大陸人士，可能因為學歷較高受到的教育也較多所以對於臺灣的文化較認同也較了解而形成此結果。

4.4.5 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分未婚及已婚，並以單因子變異數分析不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之文化因素的差異情形。如表 4-22 所示。

表 4-22 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面		內在文化交流			外在文化交流	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
未婚	(1) 69	4.11	.57	3.94	.66	
已婚	(2) 249	4.07	.53	3.94	.58	
F 值			.64		-.01	
p 值			.52		.99	

*p<.05

由表 4-22 分析得知，不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」及「外在文化交流」層面皆無差異性存在。

4.4.6 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的家庭月收入區分為 2000 以下、2001~5000、5001~20000、20001 以上，並以單因子變異數分析不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形。如表 4-23 所示。

表 4-23 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面		內在文化交流			外在文化交流	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
2000 以下	(1) 18	3.88	.57	3.46	.61	
2000~5000	(2) 113	4.06	.51	3.91	.62	
5001~20000	(3) 149	4.10	.52	4.01	.55	
20001 以上	(4) 38	4.15	.66	3.94	.59	
F 值		1.11			5.17*	
p 值		.35			.01	
事後比較					1>2,3,4	

*p<.05

由表 4-23 分析得知，不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」層面無差異性存在；而在「外在文化交流」層面有差異性存在。顯示中國大陸人士之月收入為「2000~5000」、「5001~20000」及「20001 以上」低於「2000 以下」。

由上述分析可以看出，月收入在 2000 以上的陸客可能是因為事前期待旅行團的臺灣文化行程較為豐富，所以月收入較高的陸客在外在文

化因素的事後體驗也顯得較低。

4.4.7 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的居住地區分為東北地區、華北地區、華東地區及中南地區，並以單因子變異數分析不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形。如表 4-24 所示。

表 4-24 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面		內在文化交流			外在文化交流	
背景變項	N	M	SD	M	SD	
東北地區	(1) 30	4.08	.47	3.98	.53	
華北地區	(2) 85	3.97	.61	3.80	.60	
華東地區	(3) 188	4.16	.49	4.02	.59	
中南地區	(4) 15	3.57	.44	3.57	.45	
F 值		7.45*		4.76*		
p 值		.01		.01		
事後比較		1,3>4		3>2,4		

* $p < .05$

由表 4-24 分析得知，不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較，在「內在文化交流」及「外在文化交流」等層面皆有差異性存在。顯示出在「內在文化交流」層面上「東北地區」與「華東地區」大於中南地區，顯示出在「外在文化交流」層面上「華東地區」大於「華北地區」以及「中南地區」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，華東及華北地區的中國大陸人士對臺灣文化可能影響較深也可能較為憧憬，而中南地區的中國大陸人士對臺灣的文化可能影響未較深，所以可能產生此差異性。

4.4.8 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較

為探討不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客之旅遊的同伴區分為旅行團、同學或朋友、家人、情侶、同事及獨自前往或其他，並以單因子變異數分析不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素之差異情形。如表 4-25 所示。

表 4-25 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	內在文化交流		外在文化交流	
		M	SD	M	SD
旅行團	(1) 141	4.05	.51	3.85	.57
同學或朋友	(2) 12	3.96	.46	3.98	.66
家人	(3) 73	4.05	.57	4.10	.67
情侶	(4) 5	3.89	.94	4.00	.98
同事	(5) 87	4.17	.54	3.93	.53
F 值		1.09		2.08	
p 值		.36		.08	

*p<.05

由表 4-25 分析得知，不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」及「外在文化交流」等層面皆無差異性存在。

4.5 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之經濟效益的差異性分析

為探討不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之經濟效益的差異性情形。將運動觀光意願的層面分為「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等三個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.5.1 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的性別區分為男性及女性，並以 t 考驗分析不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊之經濟效益的差異情形。如表 4-26 所示。

表 4-26 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益 t 考驗摘要表

項 目	男性(n=156)	女性(n=162)	t 值	p 值
	M(SD)	M(SD)		
旅遊經濟	4.12(.52)	4.12(.55)	.03	.98
產業經濟	3.76(.83)	3.92(.71)	-1.89	.06
策略經濟	4.11(.56)	4.24(.54)	-2.11*	.04

*p<.05

由表 4-26 分析得知，不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較，顯示女性在「策略經濟」方面大於男性。

4.5.2 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度差異比較

為探討不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為 20 歲以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 及 51 歲以上，並以單因子變異數分析不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-27 所示。

表 4-27 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	旅遊經濟			產業經濟		策略經濟	
		M	SD	M	SD	M	SD	
20 歲以下 (1)	18	4.12	.43	3.93	.51	4.18	.50	
21-30 歲 (2)	45	4.21	.58	3.73	1.01	4.27	.63	
31-40 歲 (3)	67	4.22	.59	4.09	.60	4.27	.50	
41-50 歲 (4)	116	4.11	.54	3.80	.74	4.17	.54	
51 歲以上 (5)	72	3.98	.45	3.72	.83	4.06	.54	
F 值		2.13		2.66*		1.32		
p 值		.08		.03		.17		
事後比較				3>2,4,5				

*p<.05

由表 4-27 分析得知，不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較，在「產業經濟」層面上有差異性存在；而在「旅遊經濟」及「策略經濟」層面上皆無差異性存在，顯示年齡為「31-40 歲」的中國大陸人士對其經濟效益在「產業經濟」層面上高於「21-30 歲」、「41-50 歲」及「51 歲以上」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，年齡為「31-40 歲」的中國

大陸人士比較能夠贊同兩岸直航能夠影響臺灣的經濟發展，所以在「產業經濟」上較高。

4.5.3 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的經濟效益差異職業區分為學生、商、軍公教、工、農及其他，並以單因子變異數分析不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅客的經濟效益的差異情形。如表 4-28 所示。

表 4-28 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面		旅遊經濟			產業經濟		策略經濟	
背景變項	N	M	SD	M	SD	M	SD	
學生 (1)	31	4.00	.45	3.90	.65	4.03	.52	
商 (2)	45	3.94	.52	3.75	.79	4.03	.54	
軍公教 (3)	99	4.31	.53	4.10	.65	4.36	.52	
工農 (4)	38	4.10	.56	3.78	.59	3.99	.53	
其他 (5)	105	4.06	.51	3.64	.90	4.18	.56	
F 值		5.47*			5.05		5.55	
p 值		.01			.01		.01	
事後比較		3>2,5			3>5		3>2,4	

*p<.05

由表 4-28 分析得知，不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」等層面皆有差異性存在；而在「產業經濟」及「策略經濟」層面則無差異性存在，顯示「軍公教」之經濟效益在「產業經濟」等層面高於「商」及「其他」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，中國大陸人士之職業為軍公教較贊同旅客來臺灣旅遊能夠促進兩岸的經濟發展也能夠有助於提升臺灣對於觀光產業的專業化。

4.5.4 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分為初中及以下、高中、技校及中專、本科、專科、碩士及以上，並以單因子變異數分析不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-29 所示。

表 4-29 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	旅遊經濟		產業經濟		策略經濟	
		M	SD	M	SD	M	SD
初中及以下 (1)	38	4.03	.43	3.64	.68	4.14	.58
高中、技校及中專 (2)	76	3.92	.50	3.67	.73	3.92	.49
本科 (3)	115	4.23	.54	4.09	.69	4.30	.50
專科 (4)	77	4.19	.56	3.74	.91	4.29	.55
碩士及以上 (5)	12	4.19	.50	3.75	.65	4.05	.65
F 值		4.66*		5.05*		7.47*	
p 值		.01		.01		.01	
事後比較		3,4>2		3>1,2,4		3,4>2	

*p<.05

由表 4-29 分析得知，不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面皆有差

異性存在。顯示出在「旅遊經濟」層面上「本科」以及「專科」大於「高中、技校及中專」，顯示出在「產業經濟」層面上「本科」大於以及「初中及以下」，「高中、技校及中專」以及「專科」，顯示出在「策略經濟」層面上「本科」以及「專科」大於「高中、技校及中專」。

由此可以看出，教育程度越高越能同意陸客來臺灣觀光旅遊能促進兩岸的經濟影響，也能夠提升臺灣人民的所得或就業機會。

4.5.5 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的年齡區分未婚及已婚，並以單因子變異數分析不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-30 所示。

表 4-30 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	旅遊經濟			產業經濟		策略經濟	
		M	SD	M	SD	M	SD	
未婚 (1)	69	4.17	.55	3.78	.86	4.23	.59	
已婚 (2)	249	4.10	.53	3.56	.75	4.17	.54	
F 值		.93			-.73		.79	
p 值		.36			.99		.43	

*p<.05

由表 4-30 分析得知，不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面皆無差異性存在。

4.5.6 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的家庭月收入區分為 2000 以下、2001~5000、5001~20000、20001 以上，並以單因子變異數分析不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-31 所示。

表 4-31 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面		旅遊經濟			產業經濟		策略經濟	
背景變項	N	M	SD	M	SD	M	SD	
2000 以下	(1) 18	3.98	.58	3.51	.75	4.09	.57	
2000~5000	(2) 113	4.13	.52	3.78	.85	4.18	.53	
5001~20000	(3) 149	4.13	.54	3.93	.71	4.19	.59	
20001 以上	(4) 38	4.13	.56	3.82	.79	4.21	.61	
F 值		.45		2.06		.20		
p 值		.72		.11		.90		

*p<.05

由表 4-31 分析得知，不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面上皆無差異性存在。

4.5.7 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客的居住地區分為東北地區、華北地區、華東地區及中南地區，並以單因子變異數分析不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-32 所示。

表 4-32 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面 背景變項	N	旅遊經濟		產業經濟		策略經濟	
		M	SD	M	SD	M	SD
東北地區 (1)	30	4.01	.64	3.85	.66	4.04	.62
華北地區 (2)	85	4.13	.48	3.97	.74	4.18	.51
華東地區 (3)	188	4.15	.53	3.82	.81	4.25	.53
中南地區 (4)	15	3.70	.53	3.30	.53	3.60	.46
F 值		3.29*		3.39*		7.70*	
p 值		.02		.02		.01	
事後比較		2,3>4		2>4		2>4	

*p<.05

由表 4-32 分析得知，不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面皆有差異性存在。顯示出在「旅遊經濟」層面上「華北地區」與「華東地區」大於「中南地區」，顯示出在「產業經濟」層面上「華北地區」大於「中南地區」，顯示出在「策略經濟」層面上「華北地區」大於「中南地區」。

研究者推論可能形成此結果的原因為，中南地區的陸客在醫療和餐飲，旅館上較不贊同能夠增加兩岸在經濟上的發展。

4.5.8 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較

為探討不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形，將中國大陸人士來臺灣觀光旅客之旅遊的同伴區分為旅行團、同學或朋友、家人、情侶、同事及獨自前往或其他，並以單因子變異數分析不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益之差異情形。如表 4-33 所示。

表 4-33 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益變異數分析摘要表

因素層面 背景變項		N	旅遊經濟		產業經濟		策略經濟	
			M	SD	M	SD	M	SD
旅行團	(1)	141	4.08	.53	3.68	.81	4.06	.54
同學或朋友	(2)	12	4.23	.41	3.98	1.01	4.33	.48
家人	(3)	73	4.17	.57	4.08	.69	4.32	.53
情侶	(4)	5	4.14	.47	3.85	1.14	4.20	.75
同事	(5)	87	4.12	.54	3.88	.68	4.23	.54
F 值				.43		3.61*		3.30*
p 值				.79		.01		.01
事後比較						3>1		3>1

*p<.05

由表 4-33 分析得知，不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「產業經濟」及「策略經濟」方面皆有差異性存在；而在「旅遊經濟」則無差異性存在。顯示出在「產業經濟」層面上「家人」大於「旅行團」，顯示出在「策略經濟」層面上「家人」也大於「旅行團」。

研究者推論形成此研究結果的原因可能是因為和家人來臺灣觀光旅遊較能更深入了解臺灣的經濟發展也能夠較贊同自由行，而他們也有可能將在台灣旅遊的好口碑告訴他們的親朋好友。

4.6 中國大陸人士臺灣觀光旅遊的滿意度與政治因素、文化因素、經濟的關聯性之間的關聯性分析

本節旨在探討中國大陸人士臺灣觀光旅遊的滿意度與政治因素、文化因素、經濟之間的關係，建構各變項之間的關係，以結構方程模式進行驗證。

4.6.1 模式界定

本研究旨在探討中國大陸人士臺灣觀光旅遊的滿意度與政治因素、文化因素、經濟之間的關係，建構各變項之間的關聯性，以結構方程模式進行驗證之研究假設如下：

假設 5-1：滿意度對政治因素具有正向的影響。

假設 5-2：滿意度對文化因素具有正向的影響。

假設 5-3：滿意度對經濟因素具有正向的影響。

假設 5-4：文化因素對政治因素具有正向的影響。

假設 5-5：政治因素對經濟因素具有正向的影響。

假設 5-6：文化因素對經濟因素具有正向的影響。

上述六個研究假設建立了本研究的概念模式，如下圖 4-1 所示：

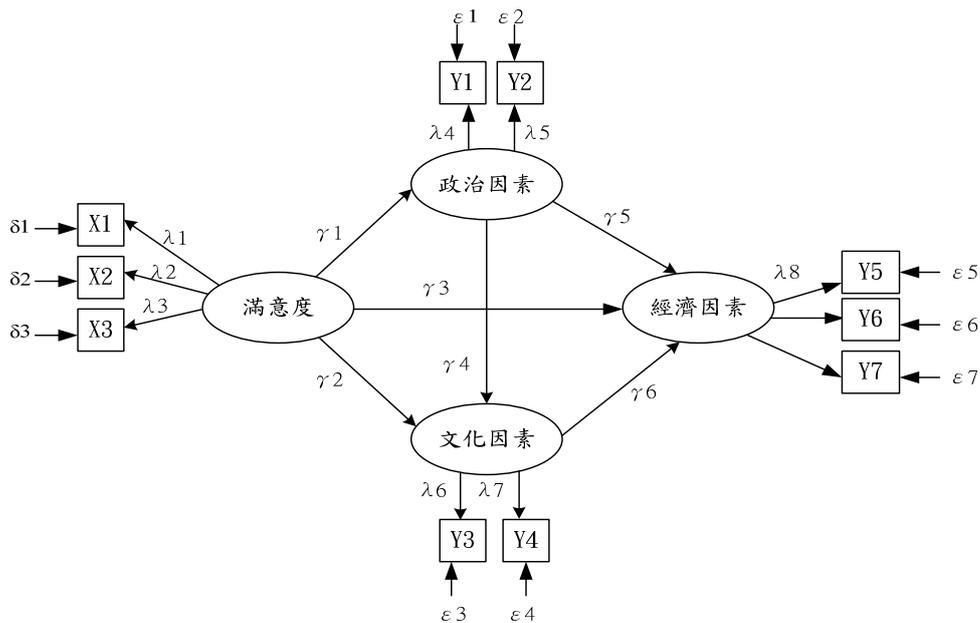


圖 4-1 滿意度、政治因素、文化因素與經濟因素的概念模式圖

依據結構方程模式方法學中變項的影響，有關模式中變項的說明如下：

1. 外因潛在變項

潛在變項：本研究的外因潛在變項有一個，分別為「滿意度」，而「滿意度」由三個觀察變項所組成，其中「服務品質」觀察變項是由 6 個題項所建構成一個組合變項；「旅遊設施」觀察變項是 5 個題項所建

構成一個組合變項；「住宿服務」觀察變項是 3 個題項所建構成一個組合變項。(見表 4-34)。

2.內因潛在變項

本研究之內因變項依據因果關係的鋪成，為結果變項。

結果潛在變項

本研究有三個結果潛在變項，為「政治因素」潛在變項，其由二個觀察變項所反映，包括「政治信賴」由 9 題組成及「政治影響」由 3 題組成；「文化因素」觀察變項所反映為「內在文化」及「外在文化」觀察變項，兩個變項分別由 7 題及 5 題建構為一個組合變項；「經濟因素」觀察變項所反映為「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」觀察變項，三個變項分別由 7 題及 4 題 5 題建構為一個組合變項。(見表 4-34)。

表 4-34 模式之變數符號代表意涵

潛在變數		觀察變數	測量誤差
外因潛在變項	滿意度	(X1)服務品質	δ_1
		(X2)旅遊設施	δ_2
		(X3)住宿服務	δ_3
結果潛在變項	政治因素	(Y1)政治信賴	ϵ_1
		(Y2)政治影響	ϵ_2
	文化因素	(Y3)內在文化	ϵ_3
		(Y4)外在文化	ϵ_4
	地方依附	(Y5)旅遊經濟	ϵ_5
		(Y6)產業經濟	ϵ_6
		(Y7)策略經濟	ϵ_7

4.6.2 整體模式配適檢定

整體適配度指標呈現於表中。從表 4-35 得知，此模式之卡方考驗 $\chi^2=122.00$ ($p<.05$)，達到顯著水準，表示本研究假設模式的契合度不理想，但是 χ^2 易受大樣本影響而統計達顯著水準，因此需參考其他指標。絕對配適指標除了 χ^2 不理想外， $RMSEA=.10$ ($>.08$) 兩項指標顯示本研究有修正的必要性。相對配適指標兩項均顯示模式可以被接受；簡效適配指標之 $\chi^2/df=4.20$ ，顯示模式被接受。由以上模式適配顯示本研究有修正的必要性。修正的方式乃是以修正指標 (MI) 來了解造成模式適配度不佳的來源，進而依據來源做修正。

表 4-35 整體模式適配考驗摘要表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
絕對適配指標	χ^2	$p>.05$	122.00*	拒絕
	df		29	
	GFI	≥ 0.9	.93	接受
	RMSEA	≤ 0.08	.101	拒絕
相對配適指標	NNFI	≥ 0.9	.95	接受
	CFI	≥ 0.9	.97	接受
簡效適配指標	χ^2/df	1~5	4.20	接受

4.6.3 模式修正

當一個理論模式不理想時，可以利用統計結果做理論模式之修正，本研究經 LISREL8.80 建議需進行一次修正，在 LISREL 的分析中，當修正值(modification index, MI)高於 5 時，表示某些測量殘差的相關甚為

明顯，如果這些測量變項間相關存在著某種程度的關聯或理論。其容易出現共同方法變異的問題。因此研究者即將變項殘差予以加入相關探討。本研究有一條路徑需修正（如表 4-36），判斷標準從建議修正指標中最大的數值修正起，此條修正路徑分別為：休閒效益中的「均衡生活體驗」與行為意圖的「推薦重遊」之間具有相關性存在。

表 4-36 路徑修正表

路徑	MI 值	
Y5—Y6 旅遊經濟—產業經濟	38.69	第一次修正

4.6.4 模式修正後適配情形

經由一次路徑修正後，模式適配度明顯增加，整體模式適配指數檢驗（如表 4-37），其中卡方考驗 $\chi^2=83.46$ ， $df=28$ ， $p<.05$ ，未達到顯著水準，表示本研究假設模式的契合度可以接受，但是 χ^2 易受大樣本影響而統計達顯著水準，因此需參考其他指標，絕對適配指標（ $GFI=.95$ 、 $RMSEA=.079$ ）及相對適配指標（ $NNFI=.97$ 、 $CFI=.98$ ）等項均達適配標準，另簡效適配指標（ $\chi^2/df=2.98$ ）也介於適配檢驗合理的範圍內，顯示本研究的取樣資料與研究模式有良好的適配度，為一個可以接受的模式，亦即，本研究模式具有良好的整體建構效度。當整體模式獲得效度之後，就可以對其內在結構做評鑑。修正後的路徑模式如圖 4-2 所示。

表 4-37 整體模式適配考驗摘要表

	模式指標	理想數值	模式值	模式考驗結果
絕對適配指標	χ^2	$p > .05$	83.46	接受
	df		28	
	GFI	≥ 0.9	.95	接受
	RMSEA	≤ 0.08	.079	接受
相對配適指標	NNFI	≥ 0.9	.97	接受
	CFI	≥ 0.9	.98	接受
簡效適配指標	χ^2 / df	1~5	2.98	接受

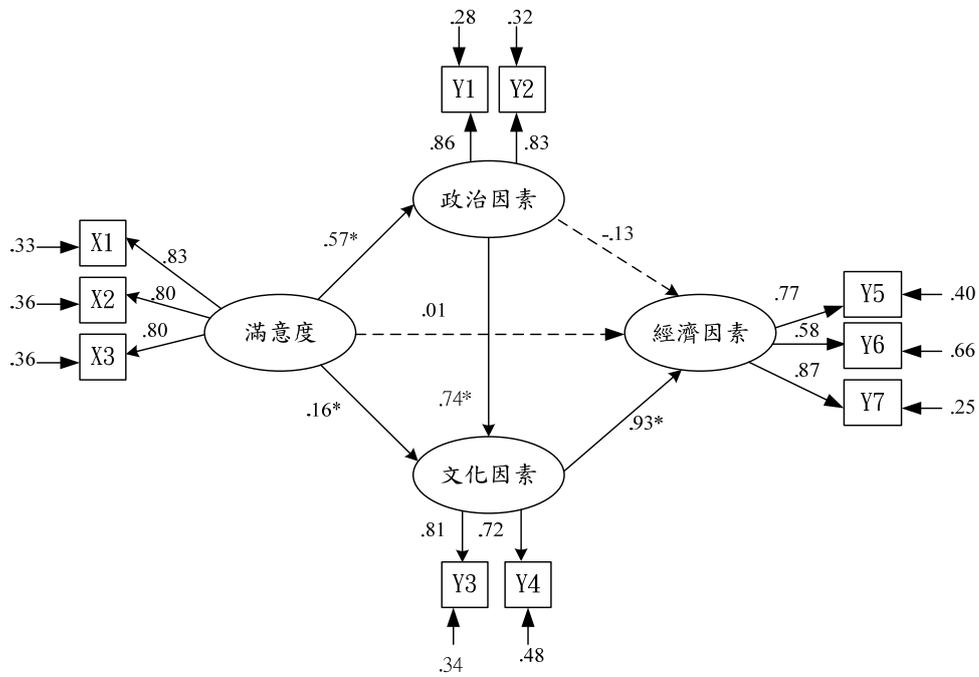


圖 4-2 修正後路徑圖

4.6.5 測量模式分析

潛在變項組成信度(composite reliability; CR)是其所有測量變項信度之組成，表示構念指標的內部一致性，信度愈高顯示這些指標的一致性愈高，Fornell and Larcker(1981)建議值為 0.6 以上。由表 4-37 所示，模式中潛在變項的組成信度均大於 0.7，係數介於 0.74~0.83，表示本研究模式內部一致性良好。潛在變項平均變異抽取量(average variance extracted; AVE)，是計算潛在變項之各測量變數對該潛在變項變異解釋力，若 AVE 愈高，則表示潛在變項有愈高的信度與收斂效度。Fornell and Larcker(1981)建議值須大於 0.5。由表 4-38 所示，模式中各變數 AVE 都在 0.5 標準值以上，其數值介於 0.56~0.70。從各構面組成信度及平均變異抽取量來看，模式內部一致性均達可信程度與穩定。

表 4-38 整體研究模式參數估計表

潛在變項	觀察變數	因數負荷量	組成信度	平均變異數抽取量
滿意度	X1	0.82	0.75	0.66
	X2	0.80		
	X3	0.80		
政治因素	Y1	0.86	0.83	0.70
	Y2	0.83		
文化因素	Y3	0.80	0.74	0.59
	Y4	0.72		
經濟因素	Y5	0.77	0.79	0.56
	Y6	0.58		
	Y7	0.87		

4.6.6 模式內在適配評鑑

當模式通過模式之外在品質檢定之後，就可以檢定模式內在適配的程度，即信度分析，個別項目信度為評估測量變數對該潛在變數的因素負荷量，可接受之測量變項因素負荷量需達 0.71，且 t 值必須達顯著水準 (Hair, Anderson, Tatham, and Black, 1998)。本研究之因素負荷量在 0.58 至 0.87 之間，所有估計參數(t 值)皆大於 1.96 達 .05 之統計顯著水準。潛在變數的組成信度代表該構念的內部一致性，可接受之潛在變數的組成信度須達 0.6 以上(Fornell and Larcker, 1981)，本研究之潛在變數的組成信度介於 0.75 至 0.83 之間，本研究具可接受信度水準，如表 4-39 所示。

表 4-39 內在適配組合信度表

潛在變數	測量變數	因素負荷量	t 值	組成信度
滿意度	服務品質	0.82	參照指標	0.75
	旅遊設施	0.80	16.08	
	住宿服務	0.80	16.11	
政治因素	政治信賴	0.86	參照指標	0.83
	政治影響	0.83	18.22	
文化因素	內在文化	0.80	參照指標	0.74
	外在文化	0.72	13.08	
經濟因素	旅遊經濟	0.77	參照指標	0.79
	產業經濟	0.58	13.06	
	策略經濟	0.87	13.19	

4.6.7 模式假設之檢定

依照本模式的測量模式分析，從表 4-39 中得知，各觀察變項的因素負荷量皆達顯著水準，因此這些潛在變項具有足夠的效度。由表中顯示的結構參數，用以檢定假設 5-1 至 5-6。從表 4-39 得知：

1. γ_1 的標準化參數值為 0.57，t 值 9.87，達到統計的顯著水準，表示結構 γ_1 的假設成立，亦即滿意度會影響大陸來臺旅客的政治因素。
2. γ_2 的標準化參數值為 .16，t 值為 2.49，達到統計的顯著水準，表示結構 γ_2 假設成立，亦即大陸來臺旅客的滿意度對文化因素有正向的影響。
3. γ_3 的標準化參數值為 0.01，t 值為 .74，未達到統計的顯著水準，表示結構 γ_3 假設未成立，亦即大陸來臺旅客的滿意度不會影響經濟因素。
4. γ_4 的標準化參數值為 0.74，t 值為 10.19，達到統計的顯著水準，因此結構 γ_4 假設成立，亦即政治因素會影響大陸來臺旅客的文化因素。
5. γ_5 的標準化參數值為 -0.13，t 值為 -0.95，未達到統計的顯著水準，表示結構 γ_5 假設未成立，亦即大陸來臺旅客的政治因素不會影響其經濟因素。
6. γ_6 的標準化參數值為 0.93，t 值為 4.62，達到統計的顯著水準，因此結構 γ_6 假設成立，即大陸來臺旅客的文化因素會影響其經濟因素。

表 4-40 理論假設路徑之參數估計值

參數	路徑	標準化參數	t 值	成立與否
γ_1	滿意度影響政治因素	.57	9.87*	是
γ_2	滿意度影響文化因素	.16	2.49*	是
γ_3	滿意度影響經濟因素	.01	-.97	否
γ_4	政治因素影響文化因素	.74	10.19*	是
γ_5	政治因素影響經濟因素	-.13	-0.95	否
γ_6	文化因素影響經濟因素	.93	4.62	是

註：t 值大於 1.96 即達顯著水準

* $p < .05$

4.6.8 大陸來臺旅客的滿意度、政治因素、文化因素與滿意度之結構方程模式分析

分析本結構模式結果，即滿意度、政治因素、文化因素與經濟因素呈現相互間的影響關係，如表 4-40 所示。以下為各變項的統計分析：

1. γ_1 滿意度影響政治因素（假設 5-1）

大陸來臺旅客的滿意度會顯著的影響旅客的政治因素成立，其路徑值為.57，t 值 9.89，達顯著水準，顯示大陸來臺旅客的滿意度對於政治因素有直接的影響關係。

2. γ_2 滿意度影響文化因素（假設 5-2）

大陸來臺旅客的滿意度會顯著的影響旅客的文化因素，其路徑值為.16，t 值 2.49，達顯著水準，顯示大陸來臺旅客的滿意度對於文化因素有直接的影響關係。

3. γ_3 滿意度影響經濟因素 (假設 5-3)

大陸來臺旅客的滿意度影響經濟因素未成立，其路徑值為.01，t 值 -0.97，未達顯著水準，顯示大陸來臺旅客的滿意度對於經濟因素沒有直接的影響關係。

4. γ_4 政治因素影響文化因素 (假設 5-4)

大陸來臺旅客的政治因素會顯著影響文化因素成立，其路徑值為.74，t 值 10.19，達顯著水準，顯示大陸來臺旅客大陸來臺旅客的政治因素會直接影響文化因素。

5. γ_5 政治因素影響經濟因素 (假設 5-5)

大陸來臺旅客的政治因素會顯著影響經濟因素未成立，其路徑值為 -0.13，t 值 -0.95，未達顯著水準，顯示大陸來臺旅客的政治因素對於經濟因素沒有直接的影響關係。

6. γ_6 文化因素影響經濟因素 (假設 5-6)

大陸來臺旅客的文化因素會顯著影響經濟因素成立，其路徑值為.93，t 值 4.62，達顯著水準，顯示大陸來臺旅客的文化因素對於經濟因素有直接的影響關係。

由本節研究顯示，5-1.由研究結果分析，中國大陸來臺旅客旅遊後的滿意度愈高時，其對於兩岸的政治因素的認同感愈符合，顯示目大陸來臺旅客的旅遊滿意度與政治因素有關聯性存在，換言之，大陸來臺旅客的大陸來臺旅客的旅遊體驗會影響兩岸政治因素的發展，進而，促進兩岸的互信。2.由研究假設 5-2 分析得知，大陸來臺旅客的旅遊滿意度高時，其可增進兩岸的音樂、體育、習俗及古蹟文化的認同趨勢，進而能促進兩岸的文化交流。3. 由研究 5-4 分析得知，大陸來臺旅客的政治因素會影響文化因素，也就是說政治因素與文化因素有關聯性存在。顯示大陸來臺旅客對兩岸的政治因素愈認同時其對兩岸的文化因素也愈認同。4 由研究假設 5-6 分析得知，大陸來臺旅客對來臺灣旅遊後，對文化因素的知覺愈高時，其可增進臺灣經濟因素的發展，由此得知文化因素是吸引大陸人士來臺灣旅遊的一項重要指標，進而促進兩岸經濟發展。

第五章 結論與建議

本研究旨在探討中國大陸人士來臺觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益的關聯性，其次探討中國大陸人士的人口統計變項對滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益的影響關係。

本研究之程序為首先蒐集資料、閱讀資料、歸納及整理滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益的理論與相關研究資料；再提出研究架構、確定本研究問卷、問卷調查、資料處理、統計分析；接著將研究結果分析與討論，再做成結論、提出本研究建議，提供中國大陸人士與旅行業者參考，以及相關學術研究。

5.1 結論

5.1.1 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度的差異性分析

(一) 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度無差異存在。

(二) 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度無差異存在。

(三) 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度有差異存在。

不同職業不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」與「住宿服務」方面有差異性存在。顯示出在「服務

品質」層面上「其他」與「軍公教」大於「商」，顯示出在「旅遊設施」層面上「軍公教」大於「商」，顯示出在「住宿服務」層面上「軍公教」也大於「商」。

(四) 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度有差異存在。不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「旅遊設施」及「住宿服務」兩方面皆有差異性存在；在「服務品質」方面皆無差異性存在。顯示出在「旅遊設施」層面上「專科」大於「高中、技校及中專」，顯示出在「住宿服務」層面上「本科」大於「高中、技校及中專」。

(五) 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度無差異存在。

(六) 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度有差異存在。不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」及「旅遊設施」方面皆有差異性存在。顯示出在「服務品質」層面上「2000~5000」以及「5001~20000」大於「2000 以下」，顯示出在「旅遊設施」層面上「5001~20000」以及「2000~5000」大於「2000 以下」。

(七) 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度有差異存在。不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「服務品質」、「旅遊設施」及「住宿服務」方面皆有差異性存在。由不同居住地顯示在服

務品質層面居住在「東北地區」及「華東地區」高於「華北地區」；在旅遊設施層面居住在「中南地區」高於「東北地區」及「華東地區」高於「中南地區」；在住宿服務層面居住在「華東地區」高於「華北地區」及「中南地區」。

(八) 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度有差異存在。不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度，在「旅遊設施」方面有差異性存在，「家人」高於「旅行團」。

5.1.2 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素的差異性分析

(一) 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同性別的中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治影響」方面女性大於男性。

(二) 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同職業不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治影響」方面有差異性存在。顯示出在「政治影響」層面上「50歲以上」大於「20歲以下」、「31-40歲」及「41-50歲」。

(三) 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方

面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。顯示出，「軍公教」以及「農」大於「商」。

(四) 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。顯示出在「政治信賴」的層面上「本科」及「專科」大於「高中、技校及中專」。

(五) 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素無差異存在。

(六) 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面則無差異性存在。顯示出在「政治信賴」層面上「5001~20000」及「20001 以上」大於「2000 以下」。

(七) 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差異存在。不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治信賴」方面有差異性存在；而在「政治影響」方面無差異性存在。顯示出在「政治信賴」層面上「華東地區」大於「中南地區」。

(八) 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素有差

異存在。不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的政治因素，在「政治影響」方面有差異性存在；而在「政治信賴」方面上則無差異性存在。顯示出在「政治影響」層面上「家人」大於「旅行團」。

5.1.3 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素的差異性分析

(一) 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素無差異存在。

(二) 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素無差異存在。

(三) 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素有差異存在。

不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」層面有差異性存在；而在「外在文化交流」層面則無差異性存在。顯示出在「內在文化交流」層面上「農」大於「軍公教」以及「學生」。

(四) 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素有差異存在。不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」及「外在文化交流」等層面皆有差異性存在。顯示出教育程度為「本科」及「專科」之中國大陸人士其文化因素大於教育程度為「高中、技校及中專」。

(五) 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素無差異存在。

(六) 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素有差異

存在。不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素，在「內在文化交流」層面無差異性存在；而在「外在文化交流」層面有差異性存在。顯示中國大陸人士月收入「2000~5000」、「5001~20000」及「20001以上」低於「2000以下」。

(七) 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素有差異存在。

不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素差異比較，在「內在文化交流」及「外在文化交流」等層面皆有差異性存在。顯示出在「內在文化交流」層面上「東北地區」與「華東地區」大於「中南地區」，顯示出在「外在文化交流」層面上「華東地區」大於「華北地區」以及「中南地區」。

(八) 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的文化因素無差異存在。

5.1.4 不同人口統計變項中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益的差異性分析

(一) 不同性別中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。顯示出女性在「策略經濟」方面大於男性。

(二) 不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。不同年齡中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益差異比較，在「產業經

濟」層面上有差異性存在；而在「旅遊經濟」及「策略經濟」層面上皆無差異性存在，顯示年齡為「31-40歲」的中國大陸人士對其經濟效益在「產業經濟」層面上高於「21-30歲」、「41-50歲」及「51歲以上」。

(三) 不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。

不同職業中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」層面皆有差異性存在；而在「產業經濟」及「策略經濟」層面則無差異性存在，顯示「軍公教」之經濟效益在「產業經濟」等層面高於「商」及「其他」。

(四) 不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。不同教育程度中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面皆有差異性存在。顯示出在「旅遊經濟」層面上「本科」以及「專科」大於「高中、技校及中專」，顯示出在「產業經濟」層面上「本科」大於以及「初中及以下」，「高中、技校及中專」以及「專科」，顯示出在「策略經濟」層面上「本科」以及「專科」大於「高中、技校及中專」。

(五) 不同婚姻狀況中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益無差異存在。

(六) 不同家庭月收入中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益無差異存在。

(七) 不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。

不同居住地中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「旅遊經濟」、「產業經濟」及「策略經濟」等層面皆有差異性存在。顯示出在「旅遊經濟」層面上「華北地區」與「華東地區」大於「中南地區」，顯示出在「產業經濟」層面上「華北地區」大於「中南地區」，顯示出在「策略經濟」層面上「華北地區」大於「中南地區」。

(八) 不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益有差異存在。不同旅遊的同伴中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的經濟效益，在「產業經濟」及「策略經濟」方面皆有差異性存在；而在「旅遊經濟」則無差異性存在。顯示出在「產業經濟」層面上「家人」大於「旅行團」，顯示出在「策略經濟」層面上「家人」也大於「旅行團」。

5.1.5 中國大陸人士來臺灣觀光旅遊的滿意度、政治因素、文化因素與經濟效益有影響關係。

- (一) 滿意度對於政治因素有直接的影響關係。
- (二) 滿意度對於文化因素有直接的影響關係。
- (三) 滿意度對於經濟因素沒有直接的影響關係。
- (四) 政治因素對於文化因素有直接正向的影響關係。
- (五) 政治因素對於經濟因素沒有直接的影響關係。
- (六) 文化因素對於經濟因素有直接正向的影響關係。

5.2 建議

5.2.1 實務建議

- 一、 經研究結果發現，教育程度較低族群無論是在滿意度的感受、政治因素的認可、文化因素的體驗與經濟效益的贊同感等方面，都屬於偏低的情況，而此族群在陸客中又不佔少數，建議陸委會以及觀光局在未來可以加強對於教育程度較低族群的行銷策略以及文化觀光的體驗，以鞏固這些教育程度較低的族群。
- 二、 經研究結果發現，在家庭月收入較低的陸客無論是在滿意度的感

受與政治因素的認可等方面，都屬於偏低的情況，因此，建議陸委會與觀光局未來在行銷臺灣觀光旅遊的行程上或是兩岸政治的政策能夠做的更加完善更加能更讓月收入較低的陸客，感受到在臺灣觀光旅遊的行程服務能更加完善讓這些族群的陸客能夠更了解兩岸的政治協商的完整性。

三、 經研究結果發現，在不同職業中以商為職業的陸客在滿意度的感受與政治因素的認可都屬於較偏低的情況，而此職業的陸客也不占少數，建議陸委會與觀光局在未來能夠規劃出以商為主的臺灣觀光旅遊的行程，以提升這個的職業為主的陸客滿意度與政治信賴的認可。

四、 經研究結果發現，在不同居住地當中以中南地區的陸客在滿意度的感受、政治因素的認可、文化因素的體驗以及經濟方面的影響都屬於較偏低的情況，而此居住地的陸客族群不占少數，因此建議陸委會與觀光局在未來能夠加強對於中南地區的陸客的行銷策略以及能夠讓此地區的陸客族群能夠認同兩岸的政治信賴和在文化體驗上的交流，以鞏固在中南地區的族群。

五、 經研究解果發現，在不同旅遊同伴當中以旅行團的陸客在滿意度的感受、政治因素方面的認可較偏低的情況，而以旅行團為主的陸客占大多數，因此建議觀光局能夠加強行程的規劃以及臺灣各觀光旅遊地區的規劃以及維護，而政治方面希望陸委會能夠讓陸客了解到兩岸的政治是可以認同的，以讓更多的陸客能來臺灣觀光旅遊。

5.2.2 後續研究建議

- 一、 建議後續研究者可以增加質性訪談的方式，來更深入了解中國大陸人士旅客對於來臺灣觀光旅遊的期望與文化因素的動機，以補足量化研究的不足。
- 二、 目前來台灣觀光旅遊的陸客相當的多，因此，建議後續的研究者可以更深入探討陸客來台的滿意度，文化因素以及經濟效益相關的影響因素，以深入了解陸客來臺灣觀光旅遊的潛力與發展性。

參考文獻

一、中文部份

- 王明裕 (2006)。量販店價格促銷、品質知覺及顧客滿意對品牌忠誠度影響之研究—以臺北地區桂格燕麥片市場為例。未出版碩士論文，大同大學，臺北市。
- 王志源 (2007)。體驗行銷要素、體驗價值與涉入程度對中華職棒觀眾再購意願之影響。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所，臺北市。
- 吳宜芳 (2003)。國小學童政治態度之研究—以臺南市高年級學童為例。未出版碩士論文，台南師範學院，臺南市。
- 江桂馨 (2004)。國小課程對學童政治態度的影響—社會學習領域之研究。未出版之碩士論文，國立臺北師範學院，臺北市。
- 江宜樺 (2005)。從博雅到通識：大學教育理念的發展與現況。政治與社會哲學評論，14，37-64
- 呂亞力 (1983)。政治學。台北，五南圖書公司。
- 李琪明 (1989)。國民中學政治價值教育初探。中等教育，40(5)，93-99
- 李金泉 (1993)。SPSS/PC+實務與應用統計分析。臺北：松崗。
- 李琪明 (1996)。德育的政治意識型態批判—海峽兩岸義務教育階段德

育之比較研究。未出版博士論文，台灣師範大學，臺北市。

李如淑 (2004)。人格特質、旅遊動機與旅遊滿意度之相關研究—以大陸及日本來台旅客為例—。未出版碩士論文，臺灣師範大學，臺北市。

周文樹 (2002)。台南縣尖山埤水庫風景區遊客滿意度之研究。未出版碩士論文。逢甲大學土地研究管理所，臺中市。

林憶蘋 (2002)。金門地區觀光發展衝擊認知變遷之研究。未出版碩士論文，中興大學園藝研究所，台北。

林慧雯 (2003)。推展文化觀光策略之研究—以阿罩霧地區再開發為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中市。

林永森、林佩伶、黃小玲 (2007)。遊客旅遊行為、服務品質、滿意度及忠誠度相關之研究—以劍湖山主題樂園為例。運動休閒餐旅研究，2(2)，67-83

林杏麗、高興一、陳儷勻 (2009)。烏來風景區旅客旅遊滿意度相關之研究。海洋休閒管理學刊，2，90-107

林炫向 (2009)。國際關係學與政治理論的重新結合：以羅爾斯的《萬民法》為鑑。全球政治評論，28，1-38

林杏麗、高興一、陳儷勻 (2009)。烏來風景區旅客旅遊滿意度相關之

研究。海洋休閒管理學刊，2，90-107

林珮秀、鍾良瑾（2011）。臺灣旅遊市場定位分析－兩岸旅遊業者觀點。

島嶼觀光研究，4(3)，1-23

林俊成、王培蓉、陳麗琴、李俊志、高珮詩（2010）。知本國家森林遊

樂區旅遊意象、滿意度及忠誠度之研究。林業研究季刊，32(2)，37-48

余雯親（2007）。文化觀光對地方發展影響之研究-以集集支線車埕社區

為例。未出版碩士論文，國立台灣大學理學院地理環境資源學系，

台北市。

邵仙韻（2007）。北海岸文化觀光資源分析與運用策略之研究。未出版

碩士論文，臺北藝術大學藝術行政與管理研究所，台北市。

侯美秀（2004）。我國民眾民主價值取向影響因素之分析與比較：以社

會人口特徵與政治態度為例。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉

義縣。

施能仁、施純楨（2000）。彰化縣產業經濟發展與未來方向。社會科教

育研究，5，193-225

洪武銓（2004）。泰安鐵道文化觀光發展之研究。未出版碩士論文，朝

陽科技大學，霧峰鄉。

洪健益（2012）。開放陸客來台觀光對台北市之影響研究。未出版碩士

論文，淡江大學中國大陸研究所碩士在職專班，台北市。

范世平（2006）。「開放中國大陸民眾來台旅遊法制遞嬗與影響研究」。

遠景基金會季刊，7(2)，17-267

范世平（2008）。「中國大陸出境旅遊對於民主化可能影響之研究」。遠

景基金季刊，9(1)，161-201

范世平（2009）。「開放大陸觀光客來台對當前兩岸關係發展之研究」。

展望與探索，7(1)，60-74

范世平（2010）。從大陸觀光客來台看中共對台政策變遷的政治意涵。

東亞研究，41(2)，1-40

凌渝郎（1994）。**政治學**。臺北，三民書局。

唐學斌（1987）。**觀光學**。私立中國文化大學觀光叢書，臺北市。

孫武彥（1995）。文化觀光之研究，**復興崗論文集**，117，67-84。

孫德修、趙正敏、陳家祥、張煌基（2011）。團體套裝旅遊消費者之消

費體驗、滿意度與忠誠度關係之研究。**顧客滿意學刊**。7(1)，23-54

馬文鈺（2012）。**民進黨兩岸政治協商主張之研究**。未出版碩士論文，

臺灣大學國家發展研究所，台北市。

張世賢、周原慶（2009）。開放大陸人士來台觀光之影響分析。**中國地**

方自治，62(11)，3-9

- 張益倉 (2011)。旅館產業經濟效益之評估分析。未出版碩士論文，屏東商業技術學院休閒遊憩與闖意產業管理研究所，屏東縣
- 張淑娟 (2011)。從世界文化遺產觀光經驗思考臺灣文化觀光的發展。文資學報，6，112-137
- 張淑滿 (2011)。開放陸客來臺觀光對我國經濟影響之一般均衡分析。臺北海洋技術學院學報，4(2)，123-144
- 張景棠 (2010)。挑戰 2008 觀光客倍增計畫之經濟效益分析。運動健康與休閒學刊，15，89-104
- 曹勝雄 (2001)。觀光行銷學。台北。揚智文化。
- 梁炳琨 (2009)。嘉義縣茶山邊境部落旅遊發展的文化經濟與混合。戶外遊憩研究，22(2)，51-78
- 莊右孟 (2009)。大陸觀光客對日月潭國家風景區旅遊動機、旅遊意象、旅遊滿意度與旅遊忠誠度關係之研究。未出版碩士論文，靜宜大學管理碩士在職專班，台中市。
- 莊惠淳 (2009)。以港澳經驗分析陸客來台灣觀光政策。未出版碩士論文，淡江大學中國大陸研究所碩士班，台北市。
- 莊嘉坤、柏傳蕙 (2008)。溫泉遊客滿意度之調查研究—以南台灣溫泉大飯店為例。嘉大體育健康休閒期刊，7(3)，157-166。

- 許志嘉 (2003)。政黨輪替後兩岸關係發展。全球政治評論，2，83-112
- 許志嘉 (2009)。認同轉變：兩岸關係的結與解。東亞研究。40(1)。39-74
- 許銘珊 (2008)。遊客旅遊滿意度之研究—以中國大陸遊客為例。運動
休閒餐旅研究，3(4)，22-42
- 連漪、汪俠 (2004)。旅遊地顧客滿意度測評指標體系的研究及應用。
旅遊學刊，19(5)，9-13
- 郭生玉 (1993)。心理與教育研究法。臺北市，精華出版。
- 郭秋永 (1999)。強勢民主：新時代的政治參與。問題與研究，38(6)，
63-94
- 郭紘瑋 (1999)。雙溪鄉節慶活動之經濟效益評估。未出版碩士論文，
佛光大學經濟學系，宜蘭縣。
- 郭冀謙 (2009)。體適能俱樂部會員涉入程度、關係品質、滿意度與生
活品質之研究--以高雄市地區為例。未出版碩士論文，南華大學，
嘉義縣。
- 郭進財 (2009)。民眾對美國職棒媒體傳播的涉入程度與運動觀光之
研究。南大體育。4，51-66。
- 郭維芳 (2010)。來台大陸觀光客之衝動性購買行為的研究-以旅遊零售
業之銷售為例。未出版碩士論文，政治大學經營管理研究所，台北
市。

- 陳思倫、高麗真 (1994)。恆春鎮居民對觀光開發的社會經濟影響之認知。世界新聞傳播學院學報，4，353-376
- 陳耀茂 (1998)。顧客滿意會改變您的公司。品質管理月刊，9，47-52。
- 陳麗琴、汪大雄、黃進睦、林國銓 (2002)。福山植物園遊憩經濟效益之評估。臺灣林業科學，17(3)，375-385
- 陳明通 (2005)。臺灣的憲政改造與兩岸關係—2005 年任務型國代修憲的另一項意義。國家發展研究，5(1)，1-41
- 陳奕伸、蔡博任、鄭桂玫 (2007)。透過服務品質之運用探討顧客滿意度之研究-以世界杯五人制室內足球賽現場觀眾為例，運動休閒餐旅研究，158-172
- 陳明宏、陳南福、陳建廷 (2009)。超級籃球聯賽消費體驗要素與體驗滿意度之研究-以 SBL 季後賽為例。休閒保健期刊，1，181-192
- 陳柏任 (2009)。觀光節慶活動遊客旅遊意象、滿意度與重遊意向之研究—以高雄燈會藝術節為例。未出版碩士論文，高雄餐旅學院旅遊管理研究所，高雄市
- 陳雨君 (2010)。去政治化的政治：台灣政治事件的敘事社會學分析。未出版碩士論文，臺灣大學社會學研究所，台北市。
- 陳尚懋 (2010)。泰國觀光業的政治經濟分析。臺灣東南亞學刊，7(1)，

41-73

陳郁蕙、李俊鴻、陳雅惠 (2011)。森林遊樂區遊客旅遊品質提昇之經

濟效益評估—以溪頭森林遊樂區為例。運動休閒餐旅研究，6(2)，

2-41

陸允怡、盧俊吉 (2011)。宜蘭遊客旅遊行為與滿意度之研究。農業推

廣文彙，56，140-150

陸仲銘 (2007)。民進黨政府兩岸重要議題之研究(2000-2006)。未出版

碩士論文，淡江大學中國大陸研究所碩士在職專班，台北市。

華力進 (1992)。比較政府。空中大學。

黃才丕 (2007)。台灣高鐵特定區建築開發經濟效益分析-以新竹特定區

為例。未出版碩士論文，中興大學高階經理人碩士在職專班，台中

市。

黃禎熹 (2007)。科學工業園區開發經濟效益評估模式建立。未出版碩

士論文，中華大學，新竹市。

黃建嚴、陳明賢、蔡必焜 (2011)。農村社區發展結合農村旅遊之知覺

經濟效益分析。管理實務與理論研究，5(3)，34-57

黃錫煌 (2007)。全球化下兩岸經貿合作策略思維之研究。未出版碩士

論文，中興大學國際政治研究所，台中市。

黃敬天 (2002)。首批大陸人士歡欣來台觀光，交流雜誌，62，72-73

- 楊雅嵐 (1994)。臺灣主要民俗活動應用於文化觀光方式之研究。規劃與設計學報。1(3)，27-42
- 楊雁 (2008)。開放大陸遊客赴台旅遊政治因素分析。東亞論壇，459，11-22
- 楊錦洲 (2001)。顧客服務創新價值-如何做好服務品質。台北。紅螞蟻圖書有限公司。
- 楊雅琳 (2006) 遊憩涉入與體驗品質對體驗滿意度影響之研究—以香港迪士尼樂園為例。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 葉凱莉，喬友慶 (2000)，從管理機會方格看顧客滿意度—以百貨公司為例，企銀季刊，23(4)，67-86。
- 鄒苑宜 (2011)。大陸人士來台對台灣觀光商機評析之研究。未出版碩士論文，臺北科技大學工業工程與管理系 EMBA 班，台北市。
- 廖峰香 (1988)，政治意識形態，蔡政文編政治學 (下冊)。
- 廖祐震 (2007)。重斯國際關係：「政治性」的觀點。未出版碩士論文，國立台灣大學社會科學院政治學研究所，台北市。
- 廖俊翔 (2011)。開放大陸人民來臺觀光對臺灣政治經濟影響之研究。未出版碩士論文，淡江大學中國大陸研究所碩士在職專班，台北市。
- 劉泳倫、施昱伶 (2009)。鹿港端午節慶活動吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之相關研究。休閒產業管理學刊，2(1)，28-49。

劉瑋婷 (2005)。「開放陸客來台觀光之影響與探討」, 台灣經濟月刊,

32

劉思吟 (2008)。機場發展對地方經濟效益與環境成本之影響—以臺灣

桃園國際機場為例。未出版碩士論文, 長榮大學航運管理研究所,

台南縣。

劉皇良 (2007)。現階段開放大陸地區人士來臺觀光政策分析。未出版

碩士論文, 臺灣大學國家發展研究所, 台北市。

蔣崇禮 (2004) 我國大學院校學生菁英政治態度之研究-以桃竹苗地區

二十一所大學院校為例。未出版碩士論文, 銘傳大學, 桃園縣。

蔣海明 (2009)。從全球化趨勢觀點論“開放大陸觀光客直接赴臺觀光”

之影響。觀光旅遊研究學刊, 4(2), 1-26

鄭錡玉 (1995), 遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究, 戶外遊憩研

究, 8(2), 109-132。

鄭順總 (2001)。大學生生活形態、休閒動機與休閒參與之相關研究。

未出版碩士論文, 國立體育學院, 臺北市。

鄭玉玲 (2009)。客家鄉鎮發展文化觀光關鍵因素之研究。未出版碩士

論文, 屏東科技大學客家文化產業研究所, 屏東縣。

鄭伯堉、黃國隆 (1999)。相似或相異：海峽兩岸組織文化之比較。本

土心理學研究, 11, 3-58

- 鄭明德 (2009)。漸進調適與政治糾葛：民進黨政府開放大陸客來台觀光政策之分析。北台通識學報。5，233-244
- 鄭國男 (2011)。應用假期滿意度模式及遊客感知遊憩服務水準探討遊憩區景點遊客滿意度之研究—以日月潭國家風景區為例。未出版碩士論文，淡江大學運輸管理學系碩士班，台北市。
- 蕭孟德 (2010)。日月潭發展觀光博奕之經濟效益分析。未出版碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，台中市
- 蕭高彥 (2004)。國族民主在台灣：一個政治理論的分析。政治與社會哲學評論，11，1-33
- 謝世民 (2002)。政治權力、政治權威與政治義務。政治與社會哲學評論，1，1-41
- 謝金燕 (2003)。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究-以高雄佛光山為例。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 謝國龍 (2008)。陸客遊台消費行為研究。未出版碩士論文，長榮大學經營管理研究所在職專班，台南縣。
- 賴如伶 (2002)。南庄蓬萊村居民對原住民觀光發展衝擊認知之研究。未出版碩士論文。朝陽科技大學，臺中市。

藍迪忠 (2011)。兩岸文化認同與合作之研究。未出版碩士論文，中興大學國際政治研究所，台中市。

藍麗春、邱重銘 (2008)。“文化”的定義、要素與特徵。國立台中技術學院通識教育學報，2，117-128

韓大衛、張至滿、吳龍山、黃紹禮、蔡妙梧 (2003)，運動健身俱樂部消費者滿意度與抱怨行為之實證研究，大專體育學刊 5(2)，133-141

顏慶祥 (1997)。教科書政治意識形態分析：兩岸國初中歷史教科書比較研究。台北：五南圖書出版公司。

魏子翔 (2011)。開放中國大陸居民來臺觀光對臺灣的影響與效益分析。未出版碩士論文，淡江大學中國大陸研究所碩士班，台北市。

魏鏞 (2002)。邁向民族內共同體：台海兩岸互動模式之建構、發展與檢驗。中國大陸研究。45(5)，1-55

二、英文部分

- Kroebe, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: *A critical review of concepts and definitions*, in *Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology*, 47.
- Arnould, E. J., & Price, L. L. (1993). River magic: extraordinary experiences and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20, 24-45.
- Aulakh, P. S., & Kotabe, M. (1997). Antecedents and performance implications of channel integration in foreign markets. *Journal of International Business Studies*, 28(1), 145-175.
- Baker, J. (1987). The role of the environment in marketing service: the consumer perspective, in Czepiel, J. A., Congram, C. A. & Shanahan, J. (Eds), *The service challenge: Integrating for Competitive Advantage*, American Marketing Association, Chicago, IL, 79-89.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing services: competing through quality*, New York: the free press.
- Bettencourt, L. A. (1997). Customer voluntary performance: *customers as partners in service delivery*, *Journal of Retailing*, 73(3), 383-406.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71-84.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71.

- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: the employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58, 95-106.
- Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in service selling: an interpersonal influence perspective. *Journal of Service Marketing*, 54, 68-81.
- Curran J. M., & Deborah, E., Rosen. (2006). Student attitudes toward college co: an examination of influences and intentions. *Journal of Marketing Education*, 28(2), 135-148.
- Czepiel, J. A. (1990). Service encounters and service relationships: implications for research. *Journal of Business Research*, 20, 13-21.
- Dabholkar, Pratibha, A. (1996). Consumer evaluations of new technology-based self service options: an investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13(1), 29-51.
- Daniel, R. D. (1961). Management information crisis. *Harvard Business Review*, 39, (5), 111-121.
- Davis, F. B. (1964). Educational measurements and their interpretation, Cambridge, Mass.: Wadsworth.
- Deng, J. L. (1982). The Control Problem of Grey System, *Systems & Control Letters*, 5, 288-294.
- Deng J. L. (1990). Modeling for Grey Series. *The Journal of Grey System*, 2(3), 11-22.
- DeLong, D. W., & Fahey, L. (2000). Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management. *The Academy of Management Executive*,

14(4), 113-127.

Dorfman, P.W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: a case study in camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510.

Drucker, P. F. (1993). *Post-Capital Society*, New York: Harper Collins.

Ercan, S., Muzaffer, U., & Carlton, F. Y. (2003). Segmenting the Japanese tour market to Turkey. *Journal of Travel Research*, 41(2), 293-304.

Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationship. *Journal of Consumer Research*, 63(2), 70-87.

Gardner, M. P. (1985). Mood states and consumer behavior: a critical review. *Journal of Consumer Research*, 12, 281–300.

Gutman, E. G. (1985). A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: *The Service Encounte*. *Journal of Marketing*, 51, 73-80.

Grove, S. J. & Fisk, R. P. (1983). The dramaturgy of services exchange: an analytical framework for Services marketing, in Leonard I. berry, G., shostack, B. G., & G. D. (eds) emerging perspectives on services marketing. *Chicago: American Marketing Association*.

Grove, S. J., & Fisk, R. P. (1983). The Dramaturgy of Services Exchange: An Analytical Framework for Services Marketing, in Leonard L. Berry, G. Lynn Shostack and G.D. Upah (eds), *Emerging Perspectives on Services Marketing*. Chicago: American Marketing Association.

Grove, S. J., Fisk, R. P., & Bitner, M. J. (1992). Dramatizing the service experience: A managerial approach. *Advances in Services Marketing*

and Management, 1(1), 91-121.

Guiry, M. (1992). Consumer and employee roles in service encounters.

Advances in Consumer Research, 19, 666-672.

Hair, J. F., Anderson., R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995)

Multivariate Data Analysis (4 Ed.), *New Jersey: Prentice Hall*

International, Inc.

Hanqin, Z. Q., & Lam, T. (1999). An analysis of mainland chinese visitor's motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), 587-594.

Harris, R., Harris, K., & Baron, S. (2003). Theatrical service experience

dramatic script development with employee. *Journal of Service*

Industry Management, 14(2), 184-199.

Hatcher, L. (1994). *A step-by-step approach: To using the SAS system*

for factor analysis and structural equation modeling. Cary, NC: SAS

Institute.

Hoffman, K. D., Kelley, S. W. & Rotalsky, H. M. (1995). Tracking Service

Failures and Employee Recovery Efforts. *Journal of Service Marketing*,

9, 49-61.

Hoffman, K., Douglas, K., & Turley, L. W. (2002). Atmospherics and the

service encounter. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(3), 33-47.

Hui, M. K., & Bateson, J. E. G. (1991). Perceived control and the effects of

crowding and consumerchoice on the service experience. *Journal of*

Consumer Research, 19, 174-84.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning*, New York: Van Nostrand Reinhold.

- Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2002). *Applied Multivariate Statistic Analysis*, NY: Prentice Hall.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: an exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71-82.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kotler, P. (2001). *A framework for marketing management* (Eds), prentice hall Inc.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- Larsen, S., & Bastiansen, T. (1991). Service attitude in hotel and restaurant staff and nurse. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 4, 27-37.
- Lockwood, A. (1994). Using service incidents to identify quality improvement points. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(1/2), 75-80.
- Lovelock, H. C. (2001). *Services marketing: people, technology, Strategy* (Eds.) New Jersey: prentice-hall.
- Martin, C. L., & Pranter, C. A. (1989). Compatibility management: customer-to customer relationships in service environments. *Journal of Services Marketing*, 3, 189-93.
- Mattsson, J. (1994). Improving service quality in person-to-person encounters. *The Service Industries Journal*, 14, 45-61.
- McIntosh, R., & Shashikant, C. (1977). *Tourism : principles, practices,*

philosophies, III. columbus, ohio:Grid, Inc.

- Minor, M. S., Tillmann W., Brewerton, F. F., & Hausman, A. (2004). Rock on! an elementary model of customer satisfaction with musical Performances. *Journal of Service Marketing*, 18(1), 7-18.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*, (2nd Ed). NY: mcgraw-hill.
- Oakes, S. (2000). The influence of the musicscape within service environments. *Journal of Services Marketing*, 14 (7), 539-56.
- Oliver, R. L. (1981), Measurement and evaluation of satisfaction processes in Retail settings. *Journal of Retailing*, 57-3
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A concept model of service quality and Its implications forfuture research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Peattie, S., Philip, C., & Peattie, A. (2005). Risk and responsibility in tourism: promoting sun-safety. *Tourism Management*, 26, 399–408.
- Smith, S. (1983). *Recreation geography*. London and NJ: longman.
- Surprenant, Carol F. & Michael R. Solomon (1987). Predictability and Personalization in the Service Encounter, *Journal of Marketing*, 51, 86-96.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*, London:Oxford Butterworth Heinemann.
- Swarbrooke, J. (2000). *The development and management of visitor attractions*, the both press.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1999). Customer response to

intangible and tangible service factors. *Psychology and Marketing*, 16 (1), 51-68.

Walsh-Heron, J., & Stevens. T. (1990). *What Is a Visitor Attraction? .The Management of Visitor Attractions and Events*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Zaichkowsky, J. L. (1985a). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

Zaichkowsky, J. L. (1985b). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 119-121.

附錄一 預試問卷

中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度與政治、文化、經濟的關聯性之研究

大家好：

我是南華大學旅遊事業管理研究所碩士班研究生，目前正在研究中國大陸與台灣人民在台灣觀光旅遊的滿意度與政治、文化、經濟的關聯性之研究。為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您放心填答。您的意見將是本研究最重要的依據，感謝您撥冗填寫問卷。

指導教授： 郭進財 博士

南華大學旅遊事業管理研究所研究生： 劉育峻 敬啟

2011.07.06

第一部分：個人基本資料

1. 性別：1.男 2.女
2. 年齡：
1. 20 歲以下 2. 21-30 歲 3. 31-40 歲
4. 41-50 歲 5. 51 歲以上
3. 職業：
1.學生 2.商 3.軍公教 4.工農
5.其他_____
4. 教育程度：
1.初中及以下 2.高中、技校及中專 3.專科
4.本科 5.碩士及以上
5. 婚姻狀況：1.未婚 2.已婚
6. 家庭月收入（人民幣）：_____ 元
7. 居住地：_____ 省
8. 旅遊的同伴是：
1.旅行團 2.同學或朋友 3.家人 4.情侶
5.同事

第二部分：大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度

請問您事前對下列各項來台灣觀光旅遊的滿意度為何？
於適當 打勾

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 台灣媒體的旅遊廣告或文宣	<input type="checkbox"/>				
2. 台灣道路狀況	<input type="checkbox"/>				
3. 台灣交通狀況	<input type="checkbox"/>				
4. 台灣旅遊安全管理	<input type="checkbox"/>				
5. 台灣旅遊設施的維護	<input type="checkbox"/>				
6. 攤位的規劃	<input type="checkbox"/>				
7. 旅遊路線的指標	<input type="checkbox"/>				
8. 旅遊資訊的服務	<input type="checkbox"/>				
9. 餐飲提供的服務	<input type="checkbox"/>				
10. 住宿提供的服務	<input type="checkbox"/>				
11. 旅遊景點解說告示完善程度	<input type="checkbox"/>				
12. 住宿、餐飲、門票價格合宜	<input type="checkbox"/>				
13. 服務人員的專業性	<input type="checkbox"/>				
14. 服務人員態度	<input type="checkbox"/>				
15. 解說景點導覽服務	<input type="checkbox"/>				
16. 旅遊景點設施的完善程度	<input type="checkbox"/>				
17. 台灣環境的清潔衛生	<input type="checkbox"/>				
18. 人行步道之規劃與維護	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第三部分：中國大陸人士在台灣觀光對政治之影響

請問您事前對下列各項兩岸旅遊對政治的影響為何？

於適當打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 兩岸旅遊可以緩和政治因素	<input type="checkbox"/>				
2. 旅遊可以促進兩岸的互信	<input type="checkbox"/>				
3. 旅遊可增進海陸與海協的協商	<input type="checkbox"/>				
4. 開放中國人民自由行是良好的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅遊受政治因素的影響	<input type="checkbox"/>				
6. 台灣簽訂 ECFA 能促進觀光	<input type="checkbox"/>				
7. 政黨政治影響觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
8. 多黨的政治能促進觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
9. 贊同台灣觀光的政策	<input type="checkbox"/>				
10. 中資來台可促進臺灣觀光發展	<input type="checkbox"/>				
11. 中國軍事影響兩岸觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
12. 政治民主與旅遊有直接影響關係	<input type="checkbox"/>				
13. 旅遊的發展可以促進中國人的民族意識	<input type="checkbox"/>				
14. 旅遊可以促進兩岸人民的親切感	<input type="checkbox"/>				
15. 旅遊能促進兩岸民主政治發展	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第四部分：中國大陸人士來台灣對文化之影響

請問您事前對下列各項來台灣旅遊對文化的影響為何？

於適當打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.旅遊可增加音樂之間的交流	<input type="checkbox"/>				
2.旅遊可增加運動競賽的交流	<input type="checkbox"/>				
3.古蹟的文化能吸引旅遊興致	<input type="checkbox"/>				
4.旅遊可促進兩岸文化彼此的了解	<input type="checkbox"/>				
5.旅遊可增進歷史古蹟文化價值性	<input type="checkbox"/>				
6.古蹟文化可獲得旅客的青睞	<input type="checkbox"/>				
7.旅遊能增進古蹟的維護整修	<input type="checkbox"/>				
8.旅遊能增加歷史及文化展覽之需求	<input type="checkbox"/>				
9.旅遊促進族群的文化交流	<input type="checkbox"/>				
10.旅遊能強化族群文化意識及認同感	<input type="checkbox"/>				
11.來台旅遊能增加兩岸文化的提升	<input type="checkbox"/>				
12.來臺旅遊可促使兩岸文化的交流	<input type="checkbox"/>				
13.旅遊可增進族群間情感	<input type="checkbox"/>				
14.旅遊能促進兩岸民間習俗融合	<input type="checkbox"/>				
15.旅遊可增進您對臺灣飲食文化瞭解	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第五部分：中國大陸人士來台灣觀光旅遊對經濟有甚麼影響

請問您事前對下列各項來台灣觀光旅遊對經濟的影響為何？

於適當打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 旅遊能影響兩岸經濟	<input type="checkbox"/>				
2. 您會將來台灣旅遊的口碑傳給親朋好友	<input type="checkbox"/>				
3. 中國人來台灣旅遊會促進台灣的觀光產業的發展	<input type="checkbox"/>				
4. 你同意中國人來台灣自由行旅遊的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅遊對台灣茶產業經濟會影響	<input type="checkbox"/>				
6. 旅遊對台灣夜市經濟會有影響	<input type="checkbox"/>				
7. 旅遊對台灣農業發展會有影響	<input type="checkbox"/>				
8. 中國人來台灣旅遊可提昇台灣觀光產業的專業化	<input type="checkbox"/>				
9. 兩岸直航會影響台灣經濟的發展	<input type="checkbox"/>				
10. 中國人來臺觀光醫療能促進台灣經濟能力	<input type="checkbox"/>				
11. 中國人來台旅遊能促進臺灣餐飲業的發展	<input type="checkbox"/>				
12. 中國人來台旅遊能促進臺灣旅館業的發展	<input type="checkbox"/>				
13. 中國人來台旅遊能促進臺灣交通業的發展	<input type="checkbox"/>				
14. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民外匯收入	<input type="checkbox"/>				
15. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民的所得	<input type="checkbox"/>				
16. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民的就業機會	<input type="checkbox"/>				

【本問卷到此結束，再次感謝您的協助!謝謝您】

中国大陆人士来台湾观光旅游的满意度与政治、文化、经济的关联性之研究

大家好：

我是南华大学旅游事业管理研究所硕士班研究生，目前正在研究中国大陆与台湾人民在台湾观光旅游的满意度与政治、文化、经济的关联性之研究。为确保个人隐私，本研究采不记名方式，所有数据仅供研究分析，绝不外泄，恳请您放心填答。您的意见将是本研究最重要的依据，感谢您拨冗填写问卷。

指导教师：郭进财 博士
南华大学旅游事业管理研究所研究生：刘育峻 敬启
2011.07.06

第一部分：个人基本资料

1. 性别：1.男 2.女
2. 年龄：
1. 20 岁以下 2. 21-30 岁 3. 31-40 岁
4. 41-50 岁 5. 51 岁以上
3. 职业：
1. 学生 2. 商 3. 军公教 4. 工農
5. 其他_____
4. 教育程度：
1. 初中及以下 2. 高中、技校及中专 3. 专科
4. 本科 5. 硕士及以上
5. 婚姻状况：1. 未婚 2. 已婚
6. 家庭月收入（人民币）：_____ 元
7. 居住地：_____ 省
8. 旅游的同伴是：
1. 旅行团 2. 同学或朋友 3. 家人 4. 情侣
5. 同事

第二部分：大陆人士来台湾观光旅游的满意度

请问您事前对下列各项来台湾观光旅游的满意度为何？
于适当 打勾

	非常 满意	满 意	普 通	不 满 意	非常 不 满意
19. 台湾媒体的旅游广告或文宣	<input type="checkbox"/>				
20. 台湾道路状况	<input type="checkbox"/>				
21. 台湾交通状况	<input type="checkbox"/>				
22. 台湾旅游安全管理	<input type="checkbox"/>				
23. 台湾旅游设施的维护	<input type="checkbox"/>				
24. 摊位的规划	<input type="checkbox"/>				
25. 旅游路线的指标	<input type="checkbox"/>				
26. 旅游信息的服务	<input type="checkbox"/>				
27. 餐饮提供的服务	<input type="checkbox"/>				
28. 住宿提供的服务	<input type="checkbox"/>				
29. 旅游景点解说告示完善程度	<input type="checkbox"/>				
30. 住宿、餐饮、门票价格合宜	<input type="checkbox"/>				
31. 服务人员的专业性	<input type="checkbox"/>				
32. 服务人员态度	<input type="checkbox"/>				
33. 解说景点导览服务	<input type="checkbox"/>				
34. 旅游景点设施的完善程度	<input type="checkbox"/>				
35. 台湾环境的清洁卫生	<input type="checkbox"/>				
36. 人行步道之规划与维护	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第三部分：中国大陆人士在台湾观光对政治之影响

请问您事前对下列各项两岸旅游对政治的影响为何？

于适当□打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 两岸旅游可以缓和政治因素	<input type="checkbox"/>				
2. 旅游可以促进两岸的互信	<input type="checkbox"/>				
3. 旅游可增进海陆与海协的协商	<input type="checkbox"/>				
4. 开放中国人民自由行是良好的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅游受政治因素的影响	<input type="checkbox"/>				
6. 台湾签订 ECFA 能促进观光	<input type="checkbox"/>				
7. 政党政治影响观光旅游	<input type="checkbox"/>				
8. 多党的政治能促进观光旅游	<input type="checkbox"/>				
9. 赞同台湾观光的政策	<input type="checkbox"/>				
10. 中资来台可促进台湾观光发展	<input type="checkbox"/>				
11. 中国军事影响两岸观光旅游	<input type="checkbox"/>				
12. 政治民主与旅游有直接影响关系	<input type="checkbox"/>				
13. 旅游的发展可以促进中国人的民族意识	<input type="checkbox"/>				
14. 旅游可以促进两岸人民的亲切感	<input type="checkbox"/>				
15. 旅游能促进两岸民主政治发展	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第四部分：中国大陆人士来台湾对文化之影响

请问您事前对下列各项来台湾旅游对文化的影响为何？

于适当打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.旅游可增加音乐之间的交流	<input type="checkbox"/>				
2.旅游可增加运动竞赛的交流	<input type="checkbox"/>				
3.古迹的文化能吸引旅游兴致	<input type="checkbox"/>				
4.旅游可促进两岸文化彼此的了解	<input type="checkbox"/>				
5.旅游可增进历史古迹文化价值性	<input type="checkbox"/>				
6.古迹文化可获得旅客的青睐	<input type="checkbox"/>				
7.旅游能增进古迹的维护整修	<input type="checkbox"/>				
8.旅游能增加历史及文化展览之需求	<input type="checkbox"/>				
9.旅游促进族群的文化交流	<input type="checkbox"/>				
10.旅游能强化族群文化意识及认同感	<input type="checkbox"/>				
11.来台旅游能增加两岸文化的提升	<input type="checkbox"/>				
12.来台旅游可促使两岸文化的交流	<input type="checkbox"/>				
13.旅游可增进族群间情感	<input type="checkbox"/>				
14.旅游能促进两岸民间习俗融合	<input type="checkbox"/>				
15.旅游可增进您对台湾饮食文化了解	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第五部分：中国大陆人士来台湾观光旅游对经济有甚么影响

请问您事前对下列各项来台湾观光旅游对经济的影响为何？
于适当□打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 旅游能影响两岸经济	<input type="checkbox"/>				
2. 您会将将来台湾旅游的口碑传给亲朋好友	<input type="checkbox"/>				
3. 中国人来台湾旅游会促进台湾的观光产业的发展	<input type="checkbox"/>				
4. 你同意中国人来台湾自由行旅游的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅游对台湾茶产业经济会影响	<input type="checkbox"/>				
6. 旅游对台湾夜市经济会有影响	<input type="checkbox"/>				
7. 旅游对台湾农业发展会有影响	<input type="checkbox"/>				
8. 中国人来台湾旅游可提升台湾观光产业的专业化	<input type="checkbox"/>				
9. 两岸直航会影响台湾经济的发展	<input type="checkbox"/>				
10. 中国人来台观光医疗能促进台湾经济能力	<input type="checkbox"/>				
11. 中国人来台旅游能促进台湾餐饮业的发展	<input type="checkbox"/>				
12. 中国人来台旅游能促进台湾旅馆业的发展	<input type="checkbox"/>				
13. 中国人来台旅游能促进台湾交通业的发展	<input type="checkbox"/>				
14. 中国人来台旅游能增加台湾人民外汇收入	<input type="checkbox"/>				
15. 中国人来台旅游能增加台湾人民的所得	<input type="checkbox"/>				
16. 中国人来台旅游能增加台湾人民的就业机会	<input type="checkbox"/>				

【本问卷到此结束，再次感谢您的协助!谢谢您】

附錄二 正式問卷

中國大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度與政治、文化、經濟的關聯性之研究

大家好：

我是南華大學旅遊事業管理研究所碩士班研究生，目前正在研究中國大陸與台灣人民在台灣觀光旅遊的滿意度與政治、文化、經濟的關聯性之研究。為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您放心填答。您的意見將是本研究最重要的依據，感謝您撥冗填寫問卷。

指導教授： 郭進財 博士

南華大學旅遊事業管理研究所研究生： 劉育峻 敬啟

2011.09.01

第一部分：個人基本資料

1. 性別：1.男 2.女
2. 年齡：
1. 20歲以下 2. 21-30歲 3. 31-40歲
4. 41-50歲 5. 51歲以上
3. 職業：
1.學生 2.商 3.軍公教 4.工農
5.其他_____
4. 教育程度：
1.初中及以下 2.高中、技校及中專 3.專科
4.本科 5.碩士及以上
5. 婚姻狀況：1.未婚 2.已婚
6. 家庭月收入（人民幣）：_____ 元
7. 居住地：_____ 省
8. 旅遊的同伴是：
1.旅行團 2.同學或朋友 3.家人 4.情侶
5.同事

第二部分：大陸人士來台灣觀光旅遊的滿意度

請問您事前對下列各項來台灣觀光旅遊的滿意度為何？
於適當 打勾

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 台灣道路狀況	<input type="checkbox"/>				
2. 台灣交通狀況	<input type="checkbox"/>				
3. 台灣旅遊安全管理	<input type="checkbox"/>				
4. 台灣旅遊設施的維護	<input type="checkbox"/>				
5. 旅遊資訊的服務	<input type="checkbox"/>				
6. 餐飲提供的服務	<input type="checkbox"/>				
7. 住宿提供的服務	<input type="checkbox"/>				
8. 旅遊景點解說告示完善程度	<input type="checkbox"/>				
9. 住宿、餐飲、門票價格合宜	<input type="checkbox"/>				
10. 服務人員的專業性	<input type="checkbox"/>				
11. 服務人員態度	<input type="checkbox"/>				
12. 解說景點導覽服務	<input type="checkbox"/>				
13. 台灣環境的清潔衛生	<input type="checkbox"/>				
14. 人行步道之規劃與維護	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第三部分：中國大陸人士在台灣觀光對政治之影響

請問您事前對下列各項兩岸旅遊對政治的影響為何？
於適當□打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.兩岸旅遊可以緩和政治因素	<input type="checkbox"/>				
2.旅遊可以促進兩岸的互信	<input type="checkbox"/>				
3.旅遊可增進海陸與海協的協商	<input type="checkbox"/>				
4.開放中國人民自由行是良好的政策	<input type="checkbox"/>				
5.旅遊受政治因素的影響	<input type="checkbox"/>				
6.台灣簽訂 ECFA 能促進觀光	<input type="checkbox"/>				
7.政黨政治影響觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
8.多黨的政治能促進觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
9.中國軍事影響兩岸觀光旅遊	<input type="checkbox"/>				
10.旅遊的發展可以促進中國人的民族意識	<input type="checkbox"/>				
11.旅遊可以促進兩岸人民的親切感	<input type="checkbox"/>				
12.旅遊能促進兩岸民主政治發展	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第四部分：中國大陸人士來台灣對文化之影響

請問您事前對下列各項來台灣旅遊對文化的影響為何？

於適當打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.旅遊可增加音樂之間的交流	<input type="checkbox"/>				
2.旅遊可增加運動競賽的交流	<input type="checkbox"/>				
3.古蹟的文化能吸引旅遊興致	<input type="checkbox"/>				
4.旅遊可增進歷史古蹟文化價值性	<input type="checkbox"/>				
5.旅遊能增進古蹟的維護整修	<input type="checkbox"/>				
6.旅遊促進族群的文化交流	<input type="checkbox"/>				
7.旅遊能強化族群文化意識及認同感	<input type="checkbox"/>				
8.來台旅遊能增加兩岸文化的提升	<input type="checkbox"/>				
9.來臺旅遊可促使兩岸文化的交流	<input type="checkbox"/>				
10.旅遊可增進族群間情感	<input type="checkbox"/>				
11.旅遊能促進兩岸民間習俗融合	<input type="checkbox"/>				
12.旅遊可增進您對臺灣飲食文化瞭解	<input type="checkbox"/>				

~請繼續填寫下一頁~

第五部分：中國大陸人士來台灣觀光旅遊對經濟有甚麼影響

請問您事前對下列各項來台灣觀光旅遊對經濟的影響為何？

於適當打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 旅遊能影響兩岸經濟	<input type="checkbox"/>				
2. 您會將來台灣旅遊的口碑傳給親朋好友	<input type="checkbox"/>				
3. 中國人來台灣旅遊會促進台灣的觀光產業的發展	<input type="checkbox"/>				
4. 你同意中國人來台灣自由行旅遊的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅遊對台灣茶產業經濟會影響	<input type="checkbox"/>				
6. 旅遊對台灣夜市經濟會有影響	<input type="checkbox"/>				
7. 旅遊對台灣農業發展會有影響	<input type="checkbox"/>				
8. 中國人來台灣旅遊可提昇台灣觀光產業的專業化	<input type="checkbox"/>				
9. 兩岸直航會影響台灣經濟的發展	<input type="checkbox"/>				
10. 中國人來臺觀光醫療能促進台灣經濟能力	<input type="checkbox"/>				
11. 中國人來台旅遊能促進臺灣餐飲業的發展	<input type="checkbox"/>				
12. 中國人來台旅遊能促進臺灣旅館業的發展	<input type="checkbox"/>				
13. 中國人來台旅遊能促進臺灣交通業的發展	<input type="checkbox"/>				
14. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民外匯收入	<input type="checkbox"/>				
15. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民的所得	<input type="checkbox"/>				
16. 中國人來台旅遊能增加臺灣人民的就業機會	<input type="checkbox"/>				

【本問卷到此結束，再次感謝您的協助!謝謝您】

中国大陆人士来台湾观光旅游的满意度与政治、文化、经济的关联性之研究

大家好：

我是南华大学旅游事业管理研究所硕士班研究生，目前正在研究中国大陆与台湾人民在台湾观光旅游的满意度与政治、文化、经济的关联性之研究。为确保个人隐私，本研究采不记名方式，所有数据仅供研究分析，绝不外泄，恳请您放心填答。您的意见将是本研究最重要的依据，感谢您拨冗填写问卷。

指导教授：郭进财 博士
南华大学旅游事业管理研究所研究生：刘育峻 敬启
2011.09.01

第一部分：个人基本资料

1. 性别：1.男 2.女
2. 年龄：
1. 20 岁以下 2. 21-30 岁 3. 31-40 岁
4. 41-50 岁 5. 51 岁以上
3. 职业：
1. 学生 2. 商 3. 軍公教 4. 工農
5. 其它_____
4. 教育程度：
1. 初中及以下 2. 高中、技校及中专 3. 专科
4. 本科 5. 硕士及以上
5. 婚姻状况：1. 未婚 2. 已婚
6. 家庭月收入（人民币）：_____ 元
7. 居住地：_____ 省
8. 旅游的同伴是：
1. 旅行团 2. 同学或朋友 3. 家人 4. 情侣
5. 同事

第二部分：大陆人士来台湾观光旅游的满意度

请问您事前对下列各项来台湾观光旅游的满意度为何？

于适当 打勾

	非常 满意	满 意	普 通	不 满 意	非常 不 满 意
15. 台湾道路状况	<input type="checkbox"/>				
16. 台湾交通状况	<input type="checkbox"/>				
17. 台湾旅游安全管理	<input type="checkbox"/>				
18. 台湾旅游设施的维护	<input type="checkbox"/>				
19. 旅游信息的服务	<input type="checkbox"/>				
20. 餐饮提供的服务	<input type="checkbox"/>				
21. 住宿提供的服务	<input type="checkbox"/>				
22. 旅游景点解说告示完善程度	<input type="checkbox"/>				
23. 住宿、餐饮、门票价格合宜	<input type="checkbox"/>				
24. 服务人员的专业性	<input type="checkbox"/>				
25. 服务人员态度	<input type="checkbox"/>				
26. 解说景点导览服务	<input type="checkbox"/>				
27. 台湾环境的清洁卫生	<input type="checkbox"/>				
28. 人行步道之规划与维护	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第三部分：中国大陆人士在台湾观光对政治之影响

请问您事前对下列各项两岸旅游对政治的影响为何？

于适当 打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.两岸旅游可以缓和政治因素	<input type="checkbox"/>				
2.旅游可以促进两岸的互信	<input type="checkbox"/>				
3.旅游可增进海陆与海协的协商	<input type="checkbox"/>				
4.开放中国人民自由行是良好的政策	<input type="checkbox"/>				
5.旅游受政治因素的影响	<input type="checkbox"/>				
6.台湾签订 ECFA 能促进观光	<input type="checkbox"/>				
7.政党政治影响观光旅游	<input type="checkbox"/>				
8.多党的政治能促进观光旅游	<input type="checkbox"/>				
9.中国军事影响两岸观光旅游	<input type="checkbox"/>				
10.旅游的发展可以促进中国人的民族意识	<input type="checkbox"/>				
11.旅游可以促进两岸人民的亲切感	<input type="checkbox"/>				
12.旅游能促进两岸民主政治发展	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第四部分：中国大陆人士来台湾对文化之影响

请问您事前对下列各项来台湾旅游对文化的影响为何？

于适当打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.旅游可增加音乐之间的交流	<input type="checkbox"/>				
2.旅游可增加运动竞赛的交流	<input type="checkbox"/>				
3.古迹的文化能吸引旅游兴致	<input type="checkbox"/>				
4.旅游可增进历史古迹文化价值性	<input type="checkbox"/>				
5.旅游能增进古迹的维护整修	<input type="checkbox"/>				
6.旅游促进族群的文化交流	<input type="checkbox"/>				
7.旅游能强化族群文化意识及认同感	<input type="checkbox"/>				
8.来台旅游能增加两岸文化的提升	<input type="checkbox"/>				
9.来台旅游可促使两岸文化的交流	<input type="checkbox"/>				
10.旅游可增进族群间情感	<input type="checkbox"/>				
11.旅游能促进两岸民间习俗融合	<input type="checkbox"/>				
12.旅游可增进您对台湾饮食文化了解	<input type="checkbox"/>				

~请继续填写下一页~

第五部分：中国大陆人士来台湾观光旅游对经济有甚么影响

请问您事前对下列各项来台湾观光旅游对经济的影响为何？
于适当□打勾

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 旅游能影响两岸经济	<input type="checkbox"/>				
2. 您会将将来台湾旅游的口碑传给亲朋好友	<input type="checkbox"/>				
3. 中国人来台湾旅游会促进台湾的观光产业的发展	<input type="checkbox"/>				
4. 你同意中国人来台湾自由行旅游的政策	<input type="checkbox"/>				
5. 旅游对台湾茶产业经济会影响	<input type="checkbox"/>				
6. 旅游对台湾夜市经济会有影响	<input type="checkbox"/>				
7. 旅游对台湾农业发展会有影响	<input type="checkbox"/>				
8. 中国人来台湾旅游可提升台湾观光产业的专业化	<input type="checkbox"/>				
9. 两岸直航会影响台湾经济的发展	<input type="checkbox"/>				
10. 中国人来台观光医疗能促进台湾经济能力	<input type="checkbox"/>				
11. 中国人来台旅游能促进台湾餐饮业的发展	<input type="checkbox"/>				
12. 中国人来台旅游能促进台湾旅馆业的发展	<input type="checkbox"/>				
13. 中国人来台旅游能促进台湾交通业的发展	<input type="checkbox"/>				
14. 中国人来台旅游能增加台湾人民外汇收入	<input type="checkbox"/>				
15. 中国人来台旅游能增加台湾人民的所得	<input type="checkbox"/>				
16. 中国人来台旅游能增加台湾人民的就业机会	<input type="checkbox"/>				

【本问卷到此结束，再次感谢您的协助!谢谢您】