



觀光學

從供需觀點解析產業

陳思倫 著

國家圖書館出版品預行編目資料

觀光學：從供需觀點解析產業 / 陳思倫 著.--
初版.-- 臺北縣三重市：前程文化, 2005

〔民 94〕

面； 公分

參考書目：面

含索引

ISBN 986-7239-11-3 (平裝)

1.觀光

992

94014941

觀光學：從供需觀點解析產業

定價：新台幣 650 元

著 作 人：陳思倫

發 行 人：傅和彥

企劃編輯：楊翔凱

責任編輯：劉素娟

出 版 者：前程文化事業有限公司

總 經 銷：前程文化事業有限公司

地 址：台北縣三重市重新路五段 609 巷 4 號 8 樓之 8

電 話：(02)2995-6488 (代表號)

傳 真：(02)2995-6482

網 址：www.fcmc.com.tw

讀者服務：service@mail.fcmc.com.tw

郵政劃撥：19899178 前程文化事業有限公司

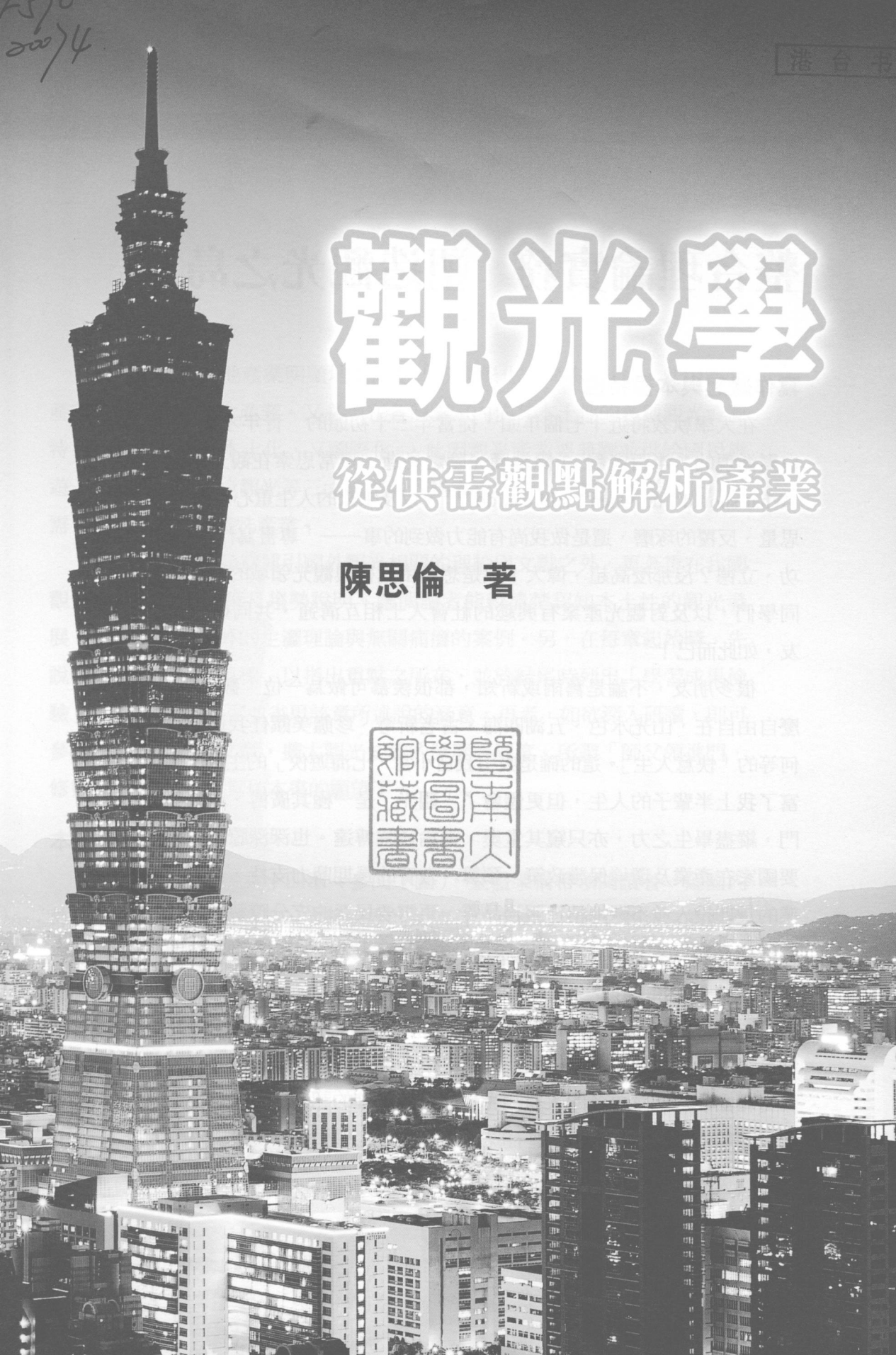
西元 2005 年 8 月初版

著作權所有・侵害必究

觀光學

從供需觀點解析產業

陳思倫 著



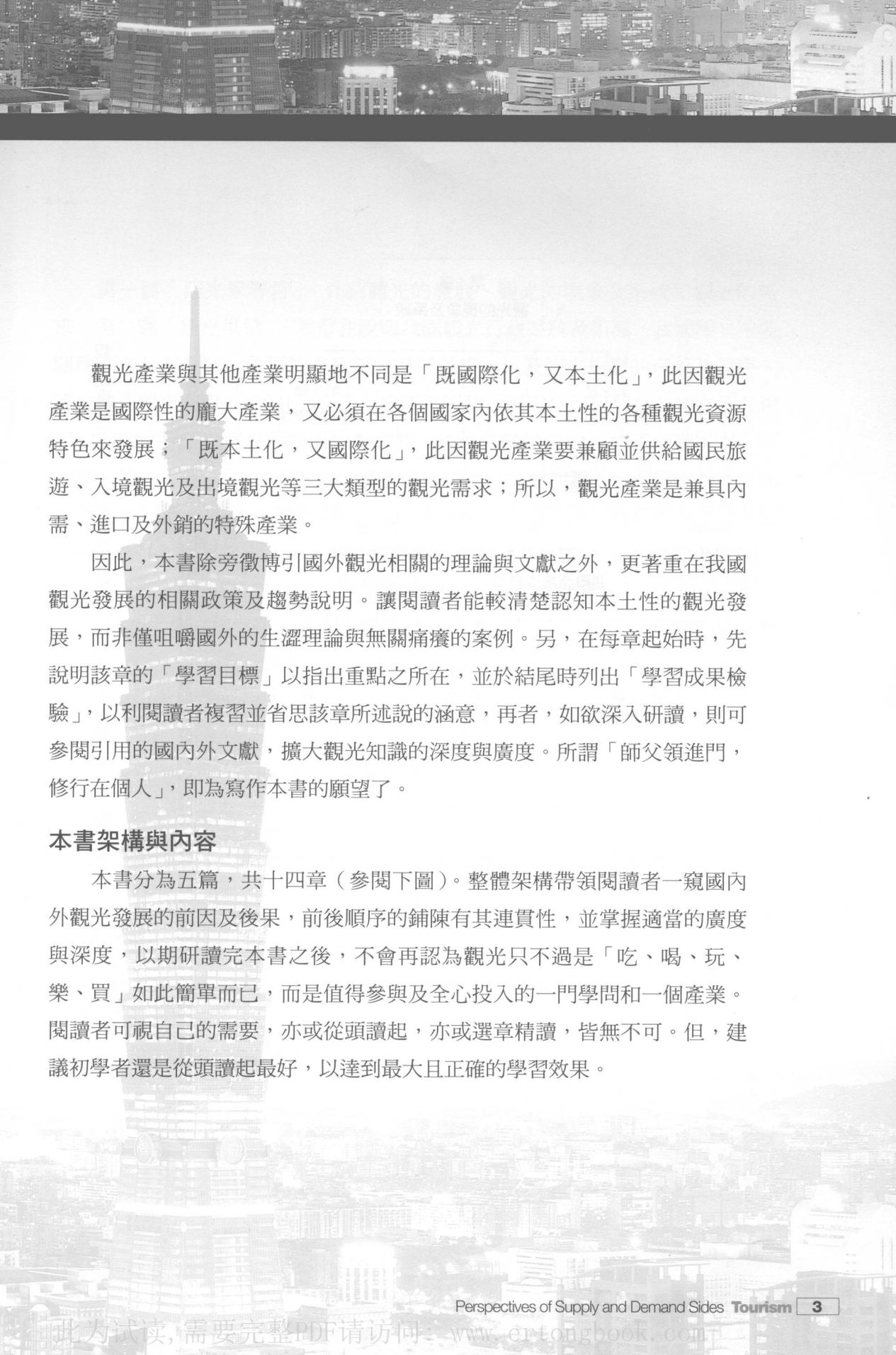
整合理論實務 塑造觀光之島

寫作緣起與本書特色

在大學執教將近十七個年頭，從當年三十初頭的「青年才俊」，變為已白髮湧現的「半百老翁」，除浩嘆光陰之易逝，更常思索在觀光學術領域中“*What should I do when I still can do?*”，以及未來的人生重心為何？重重的思量、反覆的琢磨，還是做我尚有能力做到的事——「專書寫作」。立言、立功、立德？沒那麼高超、偉大！只是想藉由此書與觀光領域的學者、專家、同學們，以及對觀光產業有興趣的社會人士相互溝通、共同研討、交個朋友，如此而已！

很多朋友，不論是舊雨或新知，都很羨慕可做為一位「觀光人」，是多麼自由自在，山光水色、五湖四海、古老新奇、珍饈美饌任我遨遊及品嚐，何等的「快意人生」。這的確是吸引我自小當「七海遊俠」的主要原因，也豐富了我上半輩子的人生，但更體會了「觀光」是一極其廣博、浩瀚無涯的學門，縱盡畢生之力，亦只窺其堂奧，遑論通曉博達。也深深瞭解發展觀光需要國家在產業及環境保護政策、預算、教育的長期鼎力支持，亦需要民間企業的長期投入並不斷地精進服務品質，更需要民眾的充分瞭解及配合，以達到觀光產業、環境資源、社區居民及觀光客四贏的「永續觀光發展」的目標。

「觀光學」是進入觀光學術領域的入門課程，介紹觀光發展的過程及特性、影響觀光發展的主要構面及因素，以及觀光發展所造成的正負面衝擊。希望藉由此書能讓更多的人對觀光發展有個正確的認識，並激發進一步修習觀光遊憩相關課程的興趣，進而成為專業的觀光人才。

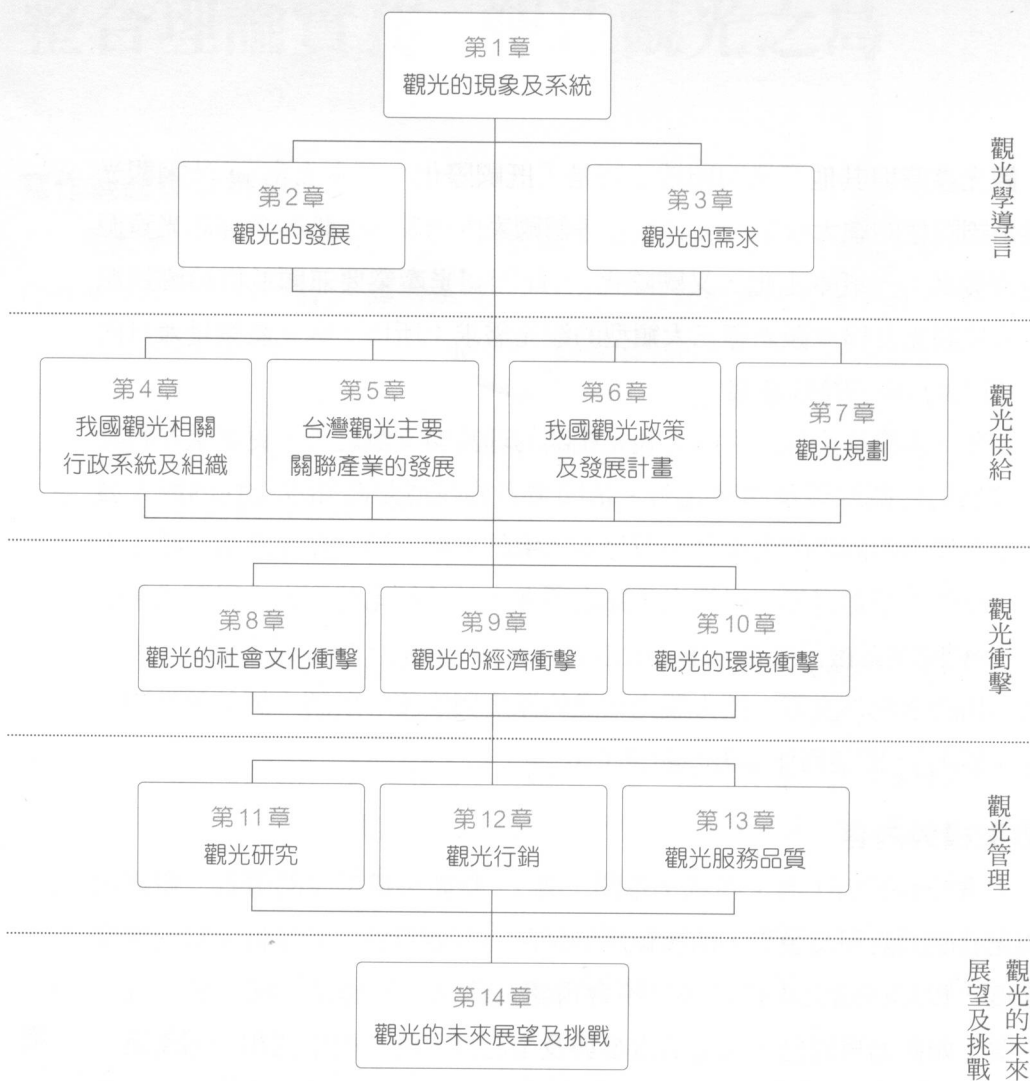


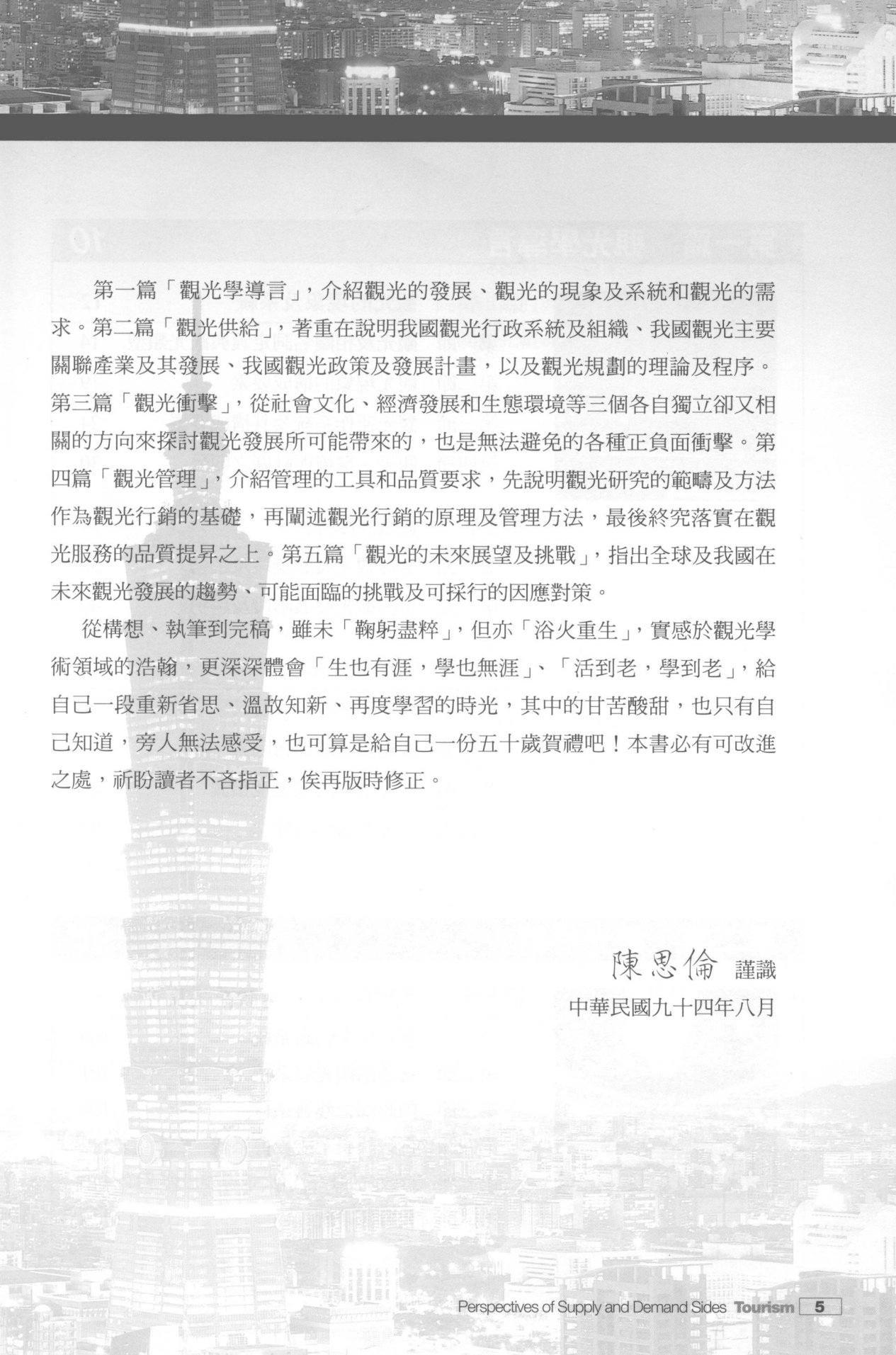
觀光產業與其他產業明顯地不同是「既國際化，又本土化」，此因觀光產業是國際性的龐大產業，又必須在各個國家內依其本土性的各種觀光資源特色來發展；「既本土化，又國際化」，此因觀光產業要兼顧並供給國民旅遊、入境觀光及出境觀光等三大類型的觀光需求；所以，觀光產業是兼具內需、進口及外銷的特殊產業。

因此，本書除旁徵博引國外觀光相關的理論與文獻之外，更著重在我國觀光發展的相關政策及趨勢說明。讓閱讀者能較清楚認知本土性的觀光發展，而非僅咀嚼國外的生澀理論與無關痛癢的案例。另，在每章起始時，先說明該章的「學習目標」以指出重點之所在，並於結尾時列出「學習成果檢驗」，以利閱讀者複習並省思該章所述說的涵意，再者，如欲深入研讀，則可參閱引用的國內外文獻，擴大觀光知識的深度與廣度。所謂「師父領進門，修行在個人」，即為寫作本書的願望了。

本書架構與內容

本書分為五篇，共十四章（參閱下圖）。整體架構帶領閱讀者一窺國內外觀光發展的前因及後果，前後順序的鋪陳有其連貫性，並掌握適當的廣度與深度，以期研讀完本書之後，不會再認為觀光只不過是「吃、喝、玩、樂、買」如此簡單而已，而是值得參與及全心投入的一門學問和一個產業。閱讀者可視自己的需要，亦或從頭讀起，亦或選章精讀，皆無不可。但，建議初學者還是從頭讀起最好，以達到最大且正確的學習效果。





第一篇「觀光學導言」，介紹觀光的發展、觀光的現象及系統和觀光的需求。第二篇「觀光供給」，著重在說明我國觀光行政系統及組織、我國觀光主要關聯產業及其發展、我國觀光政策及發展計畫，以及觀光規劃的理論及程序。第三篇「觀光衝擊」，從社會文化、經濟發展和生態環境等三個各自獨立卻又相關的方向來探討觀光發展所可能帶來的，也是無法避免的各種正負面衝擊。第四篇「觀光管理」，介紹管理的工具和品質要求，先說明觀光研究的範疇及方法作為觀光行銷的基礎，再闡述觀光行銷的原理及管理方法，最後終究落實在觀光服務的品質提昇之上。第五篇「觀光的未來展望及挑戰」，指出全球及我國在未來觀光發展的趨勢、可能面臨的挑戰及可採行的因應對策。

從構想、執筆到完稿，雖未「鞠躬盡瘁」，但亦「浴火重生」，實感於觀光學術領域的浩瀚，更深深體會「生也有涯，學也無涯」、「活到老，學到老」，給自己一段重新省思、溫故知新、再度學習的時光，其中的甘苦酸甜，也只有自己知道，旁人無法感受，也可算是給自己一份五十歲賀禮吧！本書必有可改進之處，祈盼讀者不吝指正，俟再版時修正。

陳思倫 謹識

中華民國九十四年八月

第一篇 觀光學導言

10



第1章	觀光的現象及系統	12
第一節	觀光及相關名詞定義與觀光類型	14
第二節	觀光現象的構成要素	19
第三節	觀光運作系統及其構成要素	24
第四節	觀光、環境與社區之關係	30
第2章	觀光的發展	34
第一節	全球觀光發展階段及趨勢	36
第二節	台灣觀光發展階段及趨勢	40
第3章	觀光的需求	68
第一節	觀光需求的意義及其重要性	70
第二節	觀光需求的影響因素	71
第三節	觀光需求的度量及預測	88
第四節	觀光需求的特性	92

第二篇 觀光供給

96



第4章	我國觀光相關行政系統及組織	98
第一節	觀光相關行政系統	100
第二節	交通部觀光局系統	101
第三節	內政部營建署系統	109
第四節	行政院農業委員會系統	112
第五節	行政院退除役官兵輔導委員會系統	113
第六節	教育部系統	114

第七節	經濟部系統	115
第八節	行政院體育委員會系統	116
第九節	院轄市政府與各縣(市)政府系統	117
第十節	民間觀光組織	118

第5章 台灣觀光主要關聯產業的發展 122

第一節	旅行業的發展	124
第二節	旅館業的發展	137
第三節	餐飲業的發展	157
第四節	觀光遊樂業的發展	166
第五節	休閒農業的發展	173

第6章 我國觀光政策及發展計畫 190

第一節	觀光政策的意義、目標和重點	192
第二節	觀光政策模式及研擬策劃程序	196
第三節	我國觀光發展的課題	201
第四節	觀光新思維	206
第五節	我國觀光政策與策略	209

第7章 觀光規劃 236

第一節	觀光規劃的特性	238
第二節	觀光規劃傳統與理論之發展	243
第三節	觀光規劃的程序	254

第三篇 觀光衝擊

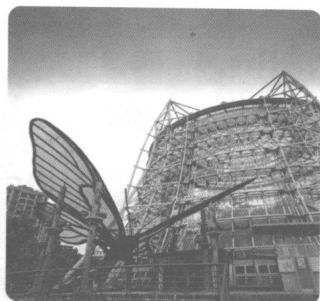
260



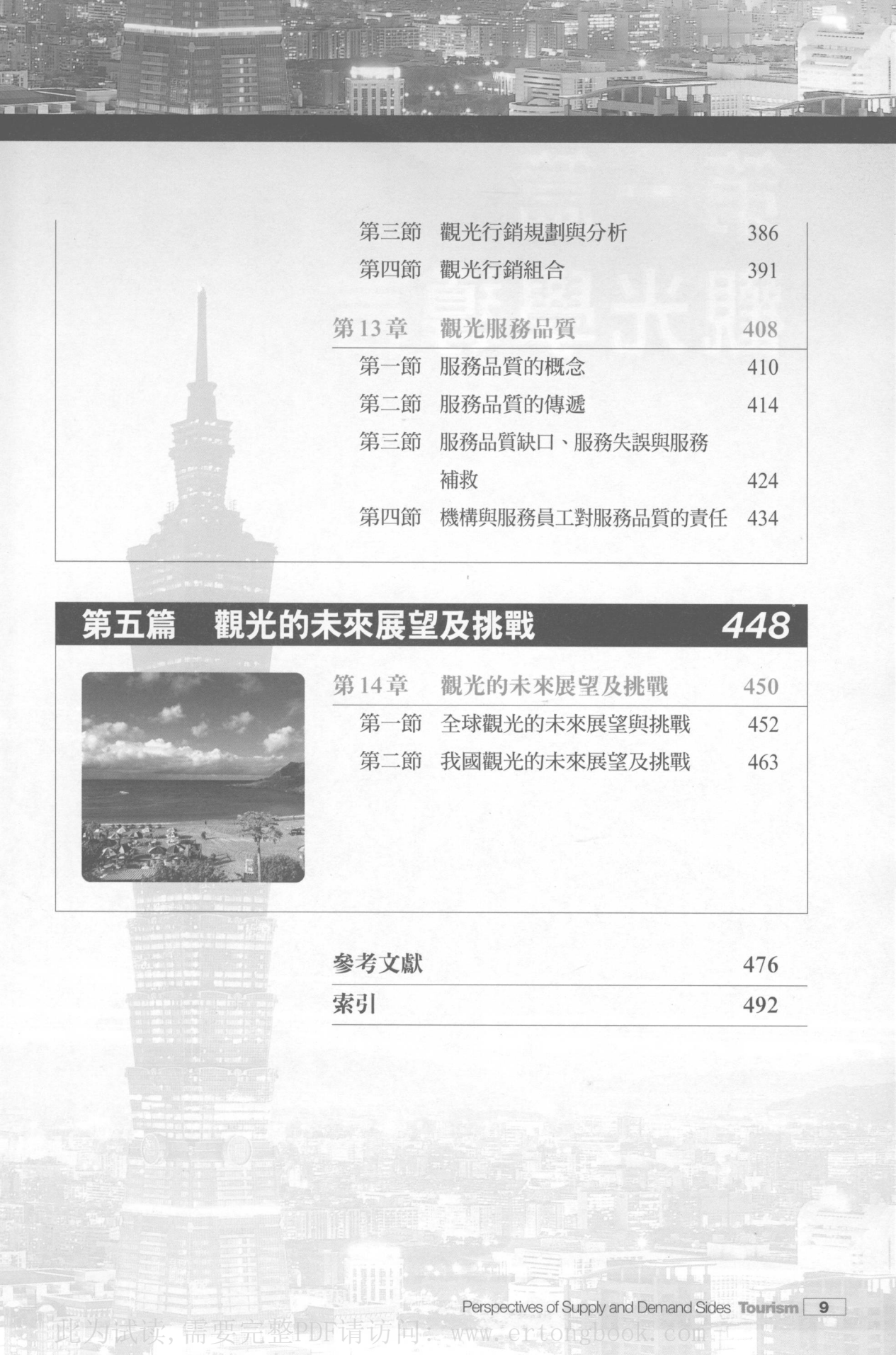
第 8 章	觀光的社會文化衝擊	262
第一節	社會、文化及人類行為	264
第二節	觀光的社會文化衝擊	266
第 9 章	觀光的經濟衝擊	280
第一節	觀光與經濟發展	282
第二節	觀光的經濟利益	286
第三節	觀光的經濟成本	302
第 10 章	觀光的環境衝擊	308
第一節	觀光與環境間的關係	310
第二節	觀光對環境的衝擊	312
第三節	觀光環境衝擊的管理	318

第四篇 觀光管理

330

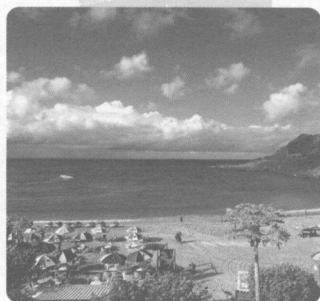


第 11 章	觀光研究	332
第一節	科學研究的本質	334
第二節	觀光研究的範圍	340
第三節	觀光調查研究	349
第四節	觀光研究計畫書的步驟與內容	359
第 12 章	觀光行銷	366
第一節	觀光行銷的本質	368
第二節	觀光行銷環境	373



第三節	觀光行銷規劃與分析	386
第四節	觀光行銷組合	391
第 13 章	觀光服務品質	408
第一節	服務品質的概念	410
第二節	服務品質的傳遞	414
第三節	服務品質缺口、服務失誤與服務補救	424
第四節	機構與服務員工對服務品質的責任	434

第五篇 觀光的未來展望及挑戰 448



第 14 章	觀光的未來展望及挑戰	450
第一節	全球觀光的未來展望與挑戰	452
第二節	我國觀光的未來展望及挑戰	463

參考文獻	476
索引	492

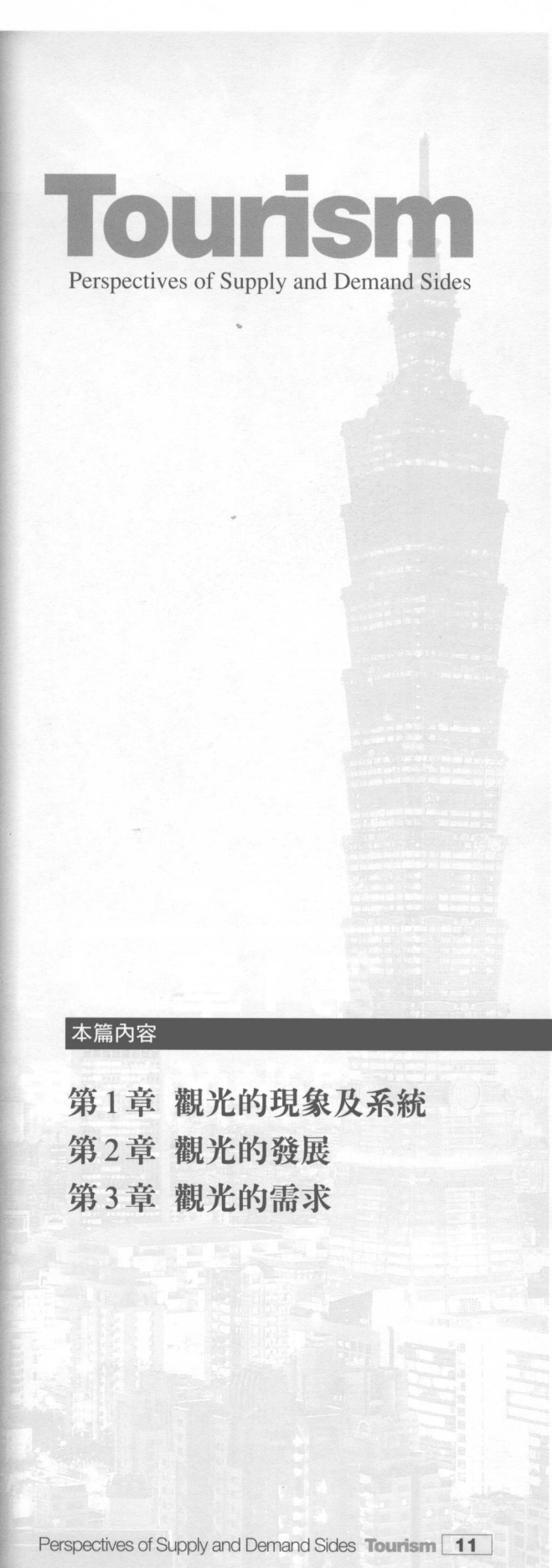
第一篇 觀光學導言





Tourism

Perspectives of Supply and Demand Sides



本篇內容

第1章 觀光的現象及系統

第2章 觀光的發展

第3章 觀光的需求



第1章

觀光的現象及系統

學習目標

研讀本章內容之後 學習者應能達成下列目標：

1. 瞭解觀光相關名詞的定義。
2. 瞭解不同的觀光類型。
3. 瞭解形成觀光現象的各種因素及其相互間的關係。
4. 瞭解觀光供給面的運作系統及其構成要素。
5. 瞭解觀光與環境及社區間之關係。

台北國際金融大樓共 101 層為目前世界最高的建築物，是國內外旅客來到台北一定要觀賞及遊覽的觀光景點。(照片由聯合報系提供)



本章導讀

觀光是一種人類行為所展現出來的複雜現象。在需求面而言，可說是吃、喝、玩、買。在供給面而言，包含所有可提供觀光客觀賞、使用及消費的各種公共設施、公民營事業之設施、活動、服務、環境及人文資源。各級政府亦扮演政策及法令制定者、區域和觀光目的地規劃者、管理者和資源保護及保育者之角色。所以，觀光發展所牽涉的層面、資源、供需、利益及成本等相當廣泛，需要謹慎規劃短、中、長期的發展計畫，以及建構完善的觀光供給、需求及管理系統。這些都需要相當長時間的投資、努力及各環節充分相互配合始得達成。

本章首先定義觀光及相關名詞，並說明各種觀光類型，以使讀者在同樣的名詞定義條件下閱讀本書。其次，說明構成觀光現象的六大構面及各構面中的組成要素。再則，說明觀光功能運作系統及其構成要素，並解釋各要素之間的相互影響關係。最後，闡明觀光、環境與社區三種夥伴各自尋求的利益，以及三者間之共同利益追尋。



第一節 觀光及相關名詞定義與觀光類型

一、觀光及相關名詞定義

(一)觀光的定義

觀光 (tourism) 可由許多不同的面向加以定義，以下分別說明：

1. 世界觀光組織 (World Tourism Organization, WTO) 的定義：
觀光是由人們為了休閒、商務和其他目的而旅行，停留在其日常生活環境之外的地點，不到連續一年的時間內，從事的各種活動所構成 (WTO, 1995a)。一個人的日常生活環境 (usual environment) 是由個人居住地以及所有他或她經常去的地方所組成的特定區域。
2. 經濟觀點的定義：觀光是針對人們離開住處而所需的住宿和支援服務之需求和供給，以及產生的花費、收入創造和工作機會等型態的一門學問研究 (Ryan, 1991)。
3. 技術觀點的定義：旅行和觀光是參與提供旅客住宿、交通、飲食和娛樂的龐大事業網絡 (American Express, quoted by Ryan, 1991)。
4. 體驗觀點的定義：觀光是在不受工作或日常居家生活型態限制的情況下，來自體驗短暫停留的新地點和新情境所獲得的利益 (Ryan, 1991)。
5. 心理觀點的定義：觀光的心理利益是一項動機階段的分析，而此分析能透露出人們設定觀光目的地選擇的目標之方式，以及這些目標如何反應在旅行決定和旅行行為之上 (Mansfeld, 1992)。
6. 整體觀點的定義：觀光客是來自 Midlands 許多城市的日間旅行

者，來自倫敦夜間前往劇院者，來自世界各地乘坐巴士遊覽者，各種價格的住宿設施之會議代表和停留較久的顧客，不論是何原因前來本地的訪客，不管他們停留多久以及利用何種工具到達本地（Tourism Steering Group to Stratford-upon-Avon District Council in England，1978，quoted by Ryan 1991）。

7.行銷／傳播觀點的定義：觀光可以是「自我表達的一種型式」，就像藝術、寫作或演講；運用我們在現代社會中所享受的各種自由，比如消費的自由、遷徙的自由、體驗新穎的、老舊的或其他的感覺的自由；以商業的、景觀的、實體的、虛擬的、真實的、感性的旅行和觀光決定及行動來表達目前或未來的欲求（Nielsen，2001）。

(二) 旅行的定義

旅行（travel）是人們從某個地點去另外一個地點的旅程，經常與觀光交互使用。旅行包含交通、渡假、渡假中心以及其他直接的乘客要素，內含但不只限於國家公園、觀光吸引物和車輛使用（Goeldner，Ritchie & McIntosh，2000）。旅行的目的可以是觀光、商務、探訪親友、求學、遊學、參加會議展覽或多目的組合。

(三) 休閒的定義

休閒（leisure）是自由時間、空閒時間或可自由運用的時間；免於工作、生活必需的活動或其他責任的時間。有些學者設定較狹窄的定義：自由時間是具生產力的、創造力的或思考性的使用方式。另外，社會弱勢者認為只有富裕者擁有休閒，他們使用自由時間或空閒時間以代之（Chubb & Chubb，1981）。

(四) 遊憩的定義

遊憩（recreation）是參與者認為具有遊樂性的任何型態的有意識