

觀賞水族休閒人口與特性間關係之研究-以台灣兩典型農村鄉鎮為例

郭漢鎧^{1*} 蘇玫碩² 李世宏³ 吳銘晏⁴

¹國立虎尾科技大學休閒遊憩系 副教授

²國立雲林科技大學應用外語系 講師

³國立虎尾科技大學通識教育中心 兼任講師

⁴國立虎尾科技大學資訊管理系 學生

摘 要

本研究目的在於分析台灣兩典型農村城鎮(虎尾及斗六地區)從事觀賞水族者在休閒的角色,以觀賞水族消休閒者為研究對象,問卷調查的方式進行解析從事觀賞水族休閒人口、地理分布與對休閒效益比較的關係,同時參酌訪談心得之交集並論述兩者各自的特性與兩者間相互關係。訪談部份以選定觀水族經營者進行實際了解業者在經營及從事水族休閒者的特性,提供實務經營的策略與更好觀賞水族休閒的場域;問卷調查針對觀賞水族休閒者進行行為之休閒效益及人口統計分析比較,採用配額抽樣方式,收集各區 100 份共 200 份之有效問卷樣本,以描述性統計、卡方檢定及單因子分析比較,發現不同地理變數對觀賞水族者在人口統計與不同觀賞水族休閒者人口統計變項對休閒效益各選項間之比較仍顯示非一致性不同的較結果,這正可以提供有效輔助提升從事觀賞水族休閒的特質與經營的策略。

藉由問卷與重複回答之綜合紀錄,交叉研究認為觀賞水族產業與經營者對於從事觀賞水族休閒者而言,確實可以帶來休閒效益之休閒活動,也可以提供放鬆身心與心靈上的慰藉。提升觀賞水族休閒場域不只僅有買賣的功能,而是具有休閒者之間及經營者意見的交流、經驗分享或在其他相關面向之訊息互通,逐漸形成一個正當交流的多元平台,所以提升未來觀賞水族產業及經營者能為休閒者帶來的休閒效益,使業者在實務上經營模式有所改變,這才能提供觀賞水族產業於休閒面與經營面上實質的助益與永續發展的機會。

關鍵詞：典型農村鄉鎮、觀賞水族、休閒效益、休閒場域、永續發展的機會

*通訊作者地址：632 國立虎尾科技大學休閒遊憩系，雲林縣虎尾鎮文化路 64 號。

Tel: +886-5-631-5895

Fax: +886-5-631-5887

E-mail: ghh0426@nfu.edu.tw



前言

從事觀賞水族經營者可以由休閒、觀賞水族及其前後發生的行為三構面剖析，因由三個面向解構過程逐析其交集的核心意義，才能獲悉休閒過程的內涵價值與衍生變化產生演化的意義，提供觀賞水族於休閒實務發展的經驗與經營參酌的省思暨策略，創造休閒者與觀賞水族經營者雙贏而永續。承上述所言，逐一解構論述與觀賞水族於休閒衍生的意義和價值。首先探究休閒如何發生及影響，許多學者由研究過程與心得即需對休閒下定義而單純化釐清研究的主軸與目的，譬如 Godbey [1] 闡述休閒是脫離生活環境和物質環境下比原狀態較自由的特色，驅使的動力在自己所喜愛並直覺上值得可以付出行動，這些都緣由在信念基礎而發展。顏妙桂譯本引自的內容 [2] 則解說「休閒」是影響生活品質的重要因素之一，由於滿意的休閒經驗，促進幸福感和自我價值的提升，擴大及社會整體而言，休閒是歷史、社會、文化價值之間的媒介，其價值來自社會的規範、目標和風俗習慣的不斷演進而形成，其實也是一體多面向衍生多元的概念，其休閒行動是經由內在鼓勵而引發動機，在無束縛限制下獲得的覺知，其綜合較具正向深遠的影響，可見休閒表現是可由觀察內在景觀而推演延伸至外在休閒活動表現的景觀。第二解析觀賞水族休閒的意涵應是了解其為合適以此觀賞水族為休閒的標的與動機，由消費形態而言，消費者為了滿足自我特定的需求，所表現出對於特定的產品、服務、構想尋找、購買、使用、評價和處理等行為 [3]，而這特定自我特定的需求是指個人獲得、直接參與、取得及使用合乎自己要求之經濟產品和服務並直接投入的行為，其中可能含及自我經驗決策的行為 [4,5]，這些複雜的活動和行動反應有些來自身體的(physical)，有些是心理的(mental) [6] (Markin and Narayana 1974)，從這些需求的最基本動機的意涵是一種驅力(Drive)，代表一個抽象過程，是行為的重要因素 [7]，是一種內在動機狀態，會受到外在刺激(External Stimulus)與內在規則

(Internal Cues)影響 [8]，致驅使個人內在的動力，促使人們採取行動，而形成此種驅動力的存在，乃是因為需求尚未滿足所引發的緊張狀態，故人們會藉由各種能滿足需求的行為，來降低此種的緊張狀態，已釋放感覺到的壓力 [3]，於是人們會針對期望目標的選擇樣是作出適當的行為 [9]，這樣的反應非能以一種客觀的態度去評估達成目標的過程 [10]。最後，這樣的休閒行為前後間產生許多不等的影響，其中可以產生正向認知或達到目標的觀點即具休閒效益 [11]，同時也衍生具教育效益、生理效益、心理效益、社交效益、美學效益 [1,12,13]，以此而論，從事觀賞水族的休閒活動也是可以多元的發展。

綜合上述休閒面向，透過與對觀賞水族業者之訪談及觀賞水族休閒者之問卷調查，經三方向的分析而具體達成本研究目的：(一)了解不同地域對觀賞水族者之人口統計及休閒效益的關係。(二)了解不同人口統計變項之觀賞水族消費者對休閒效益的關係。(三)藉由比較的結果與休閒水族實務發展的經驗提出經營可參酌的省思和策略。以解析觀賞水族在休閒的角色與多元的關係及意義。

材料與方法

研究範圍與對象

本研究主要是探討觀賞水族在休閒遊憩中之角色，研究對象是針對虎尾地區及斗六地區有觀賞水族經驗的休閒者為對象進行問卷調查；而為了瞭解在虎尾及斗六地區的水族館在經營上及兩地的休閒者是否有所不同，對兩地之經營者進行訪談。

研究設計

研究架構是參考文獻並整理出符合有關的問項，研究架構內容主要是以人口統計變數及休閒行為效益，透過設計問卷的方式與訪談比較兩者關係，說明觀賞水族在休閒在兩因素間扮演的關係與角色。

問卷設計

本研究問卷設計主要分為預試及正式問卷兩



部份。預試：首先依據本研究的動機、目的與文獻回顧之探討結果，進行問卷內容的初步設計，並進行預先測試，以便瞭解測試問卷中的內容題意與語句措詞，是否為受訪者所了解。預試問卷設計完成後，於虎尾地區試發 50 份問卷，請當地觀賞魚飼養者進行測試，徵詢受測者及水族業者對於問卷的看法及建議後，擬定修改正式問卷內容。在預試問卷發放完畢後，綜合業者及受訪者建議，補充修改問卷內容合乎專家學者經營者的意見。

正式問卷

本研究正式問卷內容分為二部份，說明如下：第一部份為人口統計變數，目的在於了解受訪者資本資料以及從事觀賞水族已有多長的時間，採用名目尺度表示(表一)。第二部分為休閒效益量表，以社會效益、生理效益及心理效益三方面下去衡量，目的在於了解進行觀賞水族之休閒者在這一休閒行為後產生的效益，此紀錄問卷採用 Likert 五個尺度衡量表示(表二)。

抽樣設計

一、界定母體：

本研究之母群體設定為雲林縣虎尾與斗六地區之觀賞水族休閒者，以有購買及從事觀賞水族寵物經驗者為母體，而訪談部分則由選定的觀賞水族經營者為主。

二、抽樣方式

因目前沒有相關統計數字可指出虎尾地區及斗六地區的觀賞水族者的人口結構為何，所以利用現有的相關統計方法計算。統計處 2 年前的「寵物人口普查」顯示，當時每 8 住戶就有 1 戶飼養寵物，共飼養 52 萬隻貓狗等動物。而在農委會委託台灣大學獸醫系調查之「94 年度全國家犬家貓數目調查」指出，民國 88 年至民國 94 年間飼養其他寵物的比例由 4.9% 上升至 5.7%，而其中以鳥、魚的增加為最多其中。若以此比例推算雲林縣虎尾鎮之人口數約為 70,138 人共 22055 戶，斗六市為 106,619 人共 34018 戶。兩地共 56,073 戶，每八戶有一戶飼養寵物，而以其中 5.7% 為從事觀賞水族休閒者為假設。可得知在虎尾鎮與斗六市兩地大約共有

400 戶從事觀賞水族休閒，如以每戶有一人從事觀賞水族休閒者推算，則以兩地約有 400 人為母體數。

$$N \geq \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \sqrt{P \times (1 - P)} \right]^2 = \left[\frac{1.96}{0.05} \sqrt{0.5 \times (1 - 0.5)} \right]^2$$

$N \geq 384.16 \cong 385$, $Z_{\alpha/2}=1.96$ (表標準常態隨機變數)，P：樣本比率

α ：顯著水準 0.05

如果母體數有限，樣本數需用公式 $New n = n/[1+(n-1)/N]$ 修正，可求得樣本數為 196 份。

本研究之母群體設定為雲林縣虎尾與斗六地區之從事觀賞水族休閒者，因以有購買及從事觀賞水族休閒經驗者為母體，因上述條件的限制，配額抽樣之方式發放問卷的結果，無法達到 196 份最低樣本數，所以只在虎尾及斗六兩地區共發放 200 份問卷，虎尾及斗六地區各 100 份。

三、訪談設計

研究的訪談對象以虎尾地區及斗六地區選定並願意接受訪談之觀賞水族經營者為對象，將訪談問題分為兩部分採半開放式的訪談。如下表三，第一部分為店家的基本資料，包含了開店年資、員工人數、顧客來源、貨品來源、經營困難點、專業知識來源以及開店的動機。第二部包括業者的經營模式、休閒消費者的特性、經營者經營的理念及對觀賞水族發展趨勢的看法。透過對業者的訪談可得知在虎尾地區及斗六地區的觀賞水族業，在各個問項上是否有相同或相異之處。並以之與問卷調查之結果進行探討，並提出建議。

研究方法

一、研究假設：根據研究目的與研究設計的架構，提出下列幾項假設：

- H1：不同地理變項對人口統計變項無顯著影響。
- H2：不同地理變項與人口統計變項對觀賞水族休閒者之休閒效益無顯著影響。



二、量化資料分析：研究將問卷調查後所得到之資料，整理並登錄以 SPSS14.0 版進行資料分析，採用之統計方法如下：

(一)描述性統計：將樣本做次數分配、百分比等描述性統計，藉以了解樣本特性及資料分布情形。

(二)卡方檢定：主要是用來分析各變數間是否有顯著差異。本研究利用卡方檢定分析地理變數與人口統計變數對休閒效益是否有顯著差異。

(三)差異性分析

將樣本中休閒效益與地理、人口統計及消費行為等變項利用單因子變數分析(ANOVA)檢定是否有顯著差異，F 值顯著差異則進行 Tukey 多項比較(Tukey's multiple comparison test)，比較組內各項間是彼此否存在著差異。

(四)信度分析：利用 Cronbach's α 信度指標衡量問卷之信度後得到休閒效益 α 值為 0.835，屬極可信範圍

結果

兩城鎮與休閒人口間的關係

地理變數與性別之分析：表四兩地之休閒者在性別上男性為 55.0%；女性為 45.0%。以卡方分析之顯著值為 0.394，地理變數在性別變項上呈不顯著差異。地理變數與年齡之分析：表五兩地之休閒者年齡層分布狀況，有 49.0%之消費者為 20-29 歲，比例為最高；其次為 30-39 歲所佔比例為 25.5%，可見兩地觀賞水族休閒者大多為青壯年族群。但地理變數與年齡比較之顯著值為 0.366，地理變數在年齡變項呈不顯著。地理變數與教育程度之分析：表六兩地之休閒者在教育程度上大學所佔比例 47.0%，其次為高中職所佔比例為 36.0%；虎尾地區教育程度以高中職為多數佔 23.0%；斗六地區以大學為多數佔 29.5%。地理變數與教育程度變項顯著值為 0.002，有顯著差異。地理變數與職業之分析：表七兩地之觀賞水族休閒者之職業以學生所佔比例 31.5%最高，服務業及製造業所佔比例分別 22.0%與 20.5%；虎尾地區職業以學生及服務業

為多數佔 12.5%；斗六地區以學生為多數佔 19.0%。顯著值為 0.02，顯示在地理變項與職業間兩者有顯著差異。地理變數與月收入之分析：表八兩地觀賞水族休閒者之月收數入以 3 萬以下為多數，所佔比例為 57.5%，其次為 3-5 萬所佔比例為 31.0%。顯著值為 0.067，顯示在地理變數與月收入兩者間無顯著差異。地理變數與婚姻狀況之分析：表九兩地之休閒者在婚姻狀況上，以未婚比例最高佔 54.7%；已婚並育有子女之比例為 25.0%為第二。顯著值為 0.006，顯示在地理變數與婚姻狀況兩者間呈顯著差異。地理變數與飼養時間之分析：表十休閒者飼養觀賞魚之飼養時間為半年至一年所占 24.0%為最高，而兩年至五年及一年至兩年所佔比例分別為 19.5%、19.0%；虎尾地區飼養時間以半年至一年為多數佔 14.5%，斗六地區以兩年至五年為多數佔 15.5%。顯著值為 0.001，顯示在地理變數與飼養時間兩者間呈顯著差異。

地理變數與休閒效益之分析

經單因子變數分析檢定後及 Tukey 多項比較，表十一顯示，在不同地理變數中對於休閒效益有顯著差異的僅有「飼養觀賞水族可以讓我獲得成就感並肯定自己」，同時比較後認為在斗六地區較虎尾地區之受訪者在觀賞水族休閒時能獲得較多的心理效益。

人口統計變項與休閒效益之分析

經單因子變數分析檢定後及 Tukey 多項比較，表十二發現在各休閒效益問項中僅有「飼養水族寵物可以讓我跟家人的感情變好」無顯著差異。而在「以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友」、「以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心」均有顯著差異。同時比較後認為男性休閒者較女性休閒者更能獲得各種不同的休閒效益。表十三不同年齡層在休閒觀賞水族時能獲得的休閒效益僅有「以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友」問項有顯著差異。比較後認為在 30-39 歲及 40-49 歲之休閒者較其他年齡層更能因



以觀賞水族從事休閒而獲得較多的社會效益。表十四發現教育程度與休閒觀賞水族獲得之各休閒效益中並無顯著差異。同時比較後認為在各教育程度上的休閒觀賞水族者所能獲得的休閒效益，並不會因教育程度有所影響。表十五不同職業中之休閒觀賞水族者所能獲得的休閒效益中，有顯著差異的有「以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好」及「以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力」。其中皆以軍公教所獲得之效益較高。表十六不同月收入在不同休閒效益中有顯著差異的有「以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己」及「以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心」。而在各個效益中皆以月收入 3~5 萬所獲得的效益最高。表十七不同婚姻狀況的觀賞水族休閒者中能夠在觀賞水族時所獲得之休閒效益有顯著差異的有「以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力」及「以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己」。而在這 3 項不同的效益中，能夠得到最多效益均為已婚，其次為已婚並育有子女之族群。表十八不同飼養時間之飼養者所獲得的休閒效益也不同，有顯著差異的有「以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友」、「以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己」及「以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心」，而在社交效益中分別以飼養一~兩年和飼養五~十年所獲得的效益最高。在心理效益中以飼養五~十年為最多。

討論與建議

配合訪談紀錄分析發現虎尾鎮觀賞水族經營者，以觀賞水族為休閒行為及消費之休閒者多是外地的族群居多，為了經營成本其觀賞水族有些來源是自行繁殖，為使觀賞水族經營的品質提升及多元化，引進較高單價或國內無人工繁殖成功的水族種

類，水族休閒場域更吸引水族愛好者與引起無此休閒經驗與增加好的第一次接觸。比較屬於兩典型型農村城鎮發現虎尾當地的客源來自全省甚至世界各地，斗六的客源則以當地人為主，這也可能造成有些屬性的問卷結果成不一致的情形，不過反而也提供以遠距不同的經營策略提供更多元的生存空間，就目前而言不見兩區域使用網際網路推廣的努力，多屬部落格的方式，如能以此虎尾客源為例這也是未來經營的策略之一。兩區域經營者大多數都追求利潤，對於觀賞水族發展趨勢的認定也盡不同，比較不重視推廣「人、水族環境與觀賞水族休閒」之行銷的工作，政府也無積極輔導的措施與規劃以觀賞水族休閒面有關的藍圖，以至於這觀賞水族停滯休閒與飼養水族的模糊地帶，無法有效提升至較為人們重視的休閒產業，這研究也提供重要的參考與綜合意見。

研究顯示認為對於從事觀賞水族休閒者來說，從事觀賞水族的行為可視為一種在自由時間時進行的休閒活動，這種活動可能對於從事觀賞水族休閒者能夠達到某種效益的結果，以所有受訪者中對於從事觀賞水族能使自己獲得心理效益的認同度高，因此本研究認為將從事觀賞水族能為此休閒活動者帶來較高的心理效益，可將從事觀賞水族之行為視為一種具有休閒效益的休閒活動，這與有關研究「觀賞魚消費者行為之研究」有類似的情形〔14,15〕，發現可以產生休閒效益。再者，訪談發現，多數的觀賞水族經營者對於從事觀賞水族休閒者有一定的了解，但並未因此而改變經營模式，多數經營者仍以目前營利方式經營，多以提供各種不同種類、大小的觀賞水族寵物以吸引各種族群的從事觀賞水族休閒者，未及思考其他的經營模式及目的，只有少數經營者有危機意識及前瞻，對於了解從事觀賞水族客群之基本的分類與探討這些休閒者會有何特性，期待經營觀賞水族能造就更完善休閒場域的願景，也期待政府協助建立一合適的交流平台，提供觀賞水族休閒者互相分享彼此的心得與經驗，真正帶來正當的社交效益，這樣觀賞水族之休閒場域才能突破現況形成良性循環而永續發展。本研究對象僅為虎尾地區及斗六地區，在此兩地區



的地區社會組成結構及型態無較大差異,未來研究可擴大研究範圍或選定在型態及組成結構上差異較大的地區,以建構完整的水族寵物所帶來的休閒效益資訊;而研究中尚未對於從事觀賞水族休閒者之生活型態及所獲得的休閒效益進一步分析,未詳細探討受訪者的生活型態與休閒效益之相關性,未來可以朝此方向發展,使研究更為詳細;再者,研究中因時間限制無法與店家建立良好關係,在訪談結果尚無法更深入探討業者對觀賞水族與休閒間相關性更高的問題,因此在未來可於此面向更進一步結合,完善提供整體的觀賞水族休閒。

謝辭

非常由衷感謝國立虎尾科技大學教學發展中心以執行「98-99 年度獎勵科技大學及技術學院教學卓越計畫」補助購買 SPSS18.0 統計軟體(教育版),因此收集之數值才得順利進行統計分析,本研究也才得以完成,並藉由研究過程提升相關教學的內容。同時感謝大學部蘇珮瑄與吳欣怡學生協助完成問卷及訪談,他們兩位心勞的付出才有報告成果。

參考文獻

- Godbey 1990. Leisure in your life- an exploration. State College, PA: Venture Publishing
- Bammel, G. and Burrus-Bammel, L. L. 1982. Leisure and human behavior. Debuqe, Iowa: Wm. C. Brown Company Publisher.
- 顏妙桂譯, 2002。休閒活動規劃與管理, 台北: 桂魯出版社。
- Schiffman Leon G. & Kanuk, L. L. 1997. Consumer Behavior, Prentice Hall, New Jersey.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Miniard, P. W. 1996. Consumer Behavior, 8th ed, Dryden Press, PP.793-817.
- Demby, Emanuel. 1973. "Psychographics and Form Where It comes: in Lifestyle and Psychographics." Chicago, AMA
- Markin, R. J. & Narayana, C. L. 1974. Consumer behavior and product performance: An alternative conceptualization. Journal of Marketing, 52(39): 1-6.
- Britt, S. H. 1950. "The Strategy of Consumer Motivation," Journal of marketing, 14(5), pp.666-674.
- Henry, A. (1987), Consumer Behavior and Marketing Action, 3rd Ed, Boston, Mass. : PWS-Kent Press.
- Hahha, N. and Woznick, R.. 2001. Consumer Behavior, (1st ed), Englewood Cliffs : Prentice-Hall, Inc.
- Berger, B.G., Owen, D.R., Motl, R.W. and Parkks, L. 1998. Relationship between expectancy of psychological benefits and mood alteration in joggers. International Journal of Sport Psychology, 29 (1): 1-16.
- 楊胤甲, 2006。愛好自行車休閒運動者之流暢體驗、休閒效益與幸福感之研究, 私立靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。
- Bammel, G. and Burrus-Bammel, L. L. 1982. Leisure and human behavior. Debuqe, Iowa: Wm. C. Brown Company Publisher.
- Coleman, R. P. 1983. The Continuing Significance of Social Class to Marketing Journal of Consumer Research V10, Dec.
- 王建明, 2005。消費者在水族量販賣場購買行為之研究, 長榮大學經營管理研究所碩士論文。
- 李一忠, 2005。觀賞魚消費者行為之研究, 國立屏東科技大學水產養殖所碩士論文。



表一、人口統計變項

性別 <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
年齡 <input type="checkbox"/> 19 歲以下 <input type="checkbox"/> 20~29 歲 <input type="checkbox"/> 30~39 歲 <input type="checkbox"/> 40~49 歲 <input type="checkbox"/> 50 歲以上
教育程度 <input type="checkbox"/> 國小 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中(職) <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 研究所以上
職業 <input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 金融業 <input type="checkbox"/> 製造業 <input type="checkbox"/> 軍公教 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 農業 <input type="checkbox"/> 其他
每月收入 <input type="checkbox"/> 3 萬以下 <input type="checkbox"/> 3~5 萬 <input type="checkbox"/> 5~10 萬 <input type="checkbox"/> 10 萬以上
婚姻狀況 <input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 未婚，並育有子女 <input type="checkbox"/> 已婚，並育有子女
您飼養水族寵物已有多久時間 <input type="checkbox"/> 三個月內 <input type="checkbox"/> 三個月~半年 <input type="checkbox"/> 半年~一年 <input type="checkbox"/> 一年~兩年 <input type="checkbox"/> 兩年~五年 <input type="checkbox"/> 五年~十年 <input type="checkbox"/> 十年以上 <input type="checkbox"/> 從未飼養過

表二、休閒行為產生效益之衡量項目

1. 飼養水族寵物可以讓我跟家人感情變好	社會
2. 飼養水族寵物可以讓我結交更多朋友	
3. 飼養水族寵物可以獲得休息，消除疲憊	生理
4. 飼養水族寵物可以讓我調劑精神，恢復精力	
5. 飼養水族寵物可以讓我獲得成就感並肯定自己	心理
6. 飼養水族寵物可以讓我紓解壓力，舒暢身心	

表三、訪談問題

第一部分	第二部分
店家基本資料	訪談問題
開店年資	經營者經營模式
員工人數	
客源	消費者特性
貨源	
經營困難點	開店主要訴求
專業知識來源	
開店動機	經營者經營的理念 觀賞水族業發展趨勢

表四 地理變數與性別之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
性別	男	58 (29.0%)	52 (26.0%)	110 (55.0%)
	女	42 (21.0%)	48 (24.0%)	90 (45.0%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=1，卡方值=0.727，p 值=0.394>0.05，為不顯著。



表五 地理變數與年齡之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
年齡	20 歲以下	11 (5.5%)	6 (3.0%)	17 (8.5%)
	20-29 歲	49 (24.5%)	49 (24.5%)	98 (49.0%)
	30-39 歲	26 (13.0%)	25 (12.5%)	51 (25.5%)
	40-49 歲	12 (6.0%)	13 (6.5%)	25 (12.5%)
	50 歲以上	2 (1.0%)	7 (3.5%)	9 (4.5%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=4，卡方值=4.308，p 值=0.366>0.05，為不顯著。

表六 地理變數與教育程度之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
教育程度	國小	2 (1.0%)	2 (1.0%)	4 (2.0%)
	國中	11 (5.5%)	3 (1.5%)	14 (7.0%)
	高中職	46 (23.0%)	26 (13.0%)	72 (36.0%)
	大學	35 (17.5%)	59 (29.5%)	94 (47.0%)
	碩士以上	6 (3.0%)	10 (5.0%)	16 (8.0%)
總和		100(50.0%)	100(50.0%)	200(100.0%)

自由度=4，卡方值=17.255，p 值=0.002<0.05，為顯著。

表七 地理變數與職業之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
職業	學生	25 (12.5%)	38 (19.0%)	63 (31.5%)
	服務業	25 (12.5%)	19 (9.5%)	44 (22.0%)
	金融業	8 (4.0%)	10 (5.0%)	18 (9.0%)
	製造業	19 (9.0%)	22 (11.0%)	41 (20.5%)
	軍公教	4 (2.0%)	7 (3.5%)	11 (5.5%)
	家管	5 (2.5%)	3 (1.5%)	9 (4.5%)
	農業	5 (2.5%)	0 (0.0%)	5 (2.5%)
	其他	9 (4.5%)	1 (0.5%)	10 (5.0%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=7，卡方值=16.661，p 值=0.020<0.05，故為顯著。



表八 地理變數與月收入之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
月收入	3 萬以下	57 (28.5%)	58 (29.0%)	115 (57.5%)
	3-5 萬	26 (13.0%)	36 (18.0%)	62 (31.0%)
	5-10 萬	12 (6.0%)	5 (2.5%)	17 (8.5%)
	10 萬以上	5 (2.5%)	1 (0.5%)	6 (3.0%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=3，卡方值=7.171，p 值=0.067>0.05，為不顯著。

表九 地理變數與婚姻狀況之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
婚姻狀況	未婚	54 (27.0%)	55 (27.5%)	109 (54.5%)
	已婚	25 (12.5%)	11 (5.5%)	36 (18.0%)
	未婚，並育有子女	4 (2.0%)	1 (0.5%)	5 (2.5%)
	已婚，並育有子女	17 (8.5%)	33 (16.5%)	50 (25.0%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=3，卡方值=12.374，p 值=0.006<0.05，故為顯著。

表十 地理變數與飼養時間之關係

		虎尾地區	斗六地區	總和
飼養時間	三個月內	9 (4.5%)	6 (3.0%)	15 (7.5%)
	三個月-半年	16 (8.0%)	11 (5.5%)	27 (13.5%)
	半年-一年	29 (14.5%)	19 (9.5%)	48 (24.0%)
	一年-兩年	16 (8.0%)	22 (11.0%)	38 (19.0%)
	兩年-五年	8 (4.0%)	31 (15.5%)	39 (19.5%)
	五年-十年	6 (3.0%)	5 (2.5%)	11 (5.5%)
	十年以上	4 (2.0%)	3 (1.5%)	7 (3.5%)
	從未飼養過	12 (6.0%)	3 (1.5%)	15 (7.5%)
總和		100 (50.0%)	100 (50.0%)	200 (100.0%)

自由度=7，卡方值=23.754，p 值=0.001<0.05，呈顯著。



表十一 不同地理變數與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	2.16	0.143	
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	1.84	0.186	
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	1.06	0.303	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	0.00	1.000	
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	10.36	0.002	2>1
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	2.14	0.155	

1：虎尾地區。 2：斗六地區。

表十二 性別與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著性	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	2.706	0.102	
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	8.042	0.005	1>2
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	4.911	0.028	1>2
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	8.127	0.005	1>2
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	21.452	0.000	1>2
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	16.200	0.000	1>2

1：男性。 2：女性。

表十三 年齡與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著性	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	2.365	0.054	
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	5.473	0.000	3=4,3>1>2>5
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	1.633	0.167	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	0.944	0.440	
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	2.322	0.058	
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	0.972	0.424	

1：20 歲以下。 2：20~29 歲。 3：30~39 歲。 4：40~49 歲。 5：50 歲以上。



表十四 教育程度與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	0.416	0.797	
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	1.953	0.103	
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	0.571	0.684	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	0.254	0.907	
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	1.400	0.236	
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	0.768	0.547	

1：國小。2：國中。3：高中職。4：大學。5：碩士以上。

表十五 職業與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	1.862	0.078	5>4>6>3>2>7 7=8>1
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	1.576	0.145	
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	1.482	0.176	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	2.153	0.040	5>4,4=7=8 8>2>6>3>1
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	1.661	0.121	
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	1.029	0.412	

1：學生。2：服務業。3：金融業。4：製造業。5：軍公教。6：家管。7：農業。8：其他。

表十六 月收入與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	3.052	0.030	2>3,3>4>1
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	0.957	0.414	
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	1.812	0.146	2>1,1>3>4
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	4.845	0.003	2>4,4>1=3
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	9.571	0.000	2>4,4>2>1
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	5.928	0.001	

1：3 萬以下。2：3~5 萬。3：5~10 萬。4：10 萬以上。



表十七 婚姻狀況與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	4.485	0.005	2>4
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	1.590	0.193	
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	0.577	0.631	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	3.063	0.029	2>4
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	5.141	0.002	2>4
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	1.277	0.283	

1：未婚。2：已婚。3：未婚，並育有子女。4：已婚，並育有子女。

表十八 飼養時間與休閒效益比較差異表

休閒效益	F 檢定	顯著值	差異性
以觀賞水族從事休閒可以讓我跟家人的感情變好	2.715	0.010	4>5>3>6
以觀賞水族從事休閒可以讓我結交更多朋友	2.082	0.047	6>3>2>4
以觀賞水族從事休閒可以獲得休息、消除疲憊	1.581	0.143	
以觀賞水族從事休閒可以讓我調劑精神，恢復精力	1.367	0.221	
以觀賞水族從事休閒可以讓我獲得成就感並肯定自己	2.686	0.011	6>5
以觀賞水族從事休閒可以讓我紓解壓力、舒暢身心	3.134	0.004	6>5

1：三個月內。2：三個月~半年。3：半年~一年。4：一年~兩年。5：兩年~五年。6：五年~十年。7：十年以上。



Study on the Relation between Demography and Characteristic from Leisure in Ornamental Aquarium as two Classical Agricultural Towns of Taiwan

Han-Hwang Gwo,^{1*} Mei-Shuo Su,² Shih-hung Lee and³ Ming-Yan Wu⁴

¹Associate Professor, Department of Leisure and Recreation National Formosa University

²Lecturer, Department of Applied Foreign Languages National Yunlin University of Science & Technology

³Adjunct Instructor, Center for General Education National Formosa University

⁴ Student, Department of Information Management

Abstract

The purpose of the study on the leisure role of the ornamental aquarium unveiled the relationship between leisure demography and leisure effect from two classical towns in Taiwan, which it provided what the characters and behavioral function it reacted to link. In the meantime, the focus concluded it will be helpful to benefit both of them for the ornamental aquarium leisure and management in future promotion. For the practical promotion about ornamental aquarium leisure it came into management strategy and to share experience from the questionnaire test, it progressed to look for the advance field for whatever the leisure was through the ornamental aquarium. The investigation did not find the same tendency and agreement between leisure demography and leisure effect with Statistical analysis, prediction, χ^2 test and ANOVA test, which the relations it provided to specify the weak attributes strong to elevate into the beneficial trait and strategy for its own style and sustainability.

Certainly the leisure activity of the ornamental aquarium could bring positive effects collected from the ornamental aquarium operators and leisures by records of the questionnaire and visiting interviews, which it could not only provide relaxation for body and mind but also inspire solace in spirituality. To sum up, promoting ornamental aquarium into the variable exchanging and sharing information platform followed by governmental promoting amendment it created new rapidly developmental aspect in aquarium leisure and business, it was helpful and beneficial to practice for aquarium operators and to increase the opportunity for aquarium leisure field.

Key Words: ornamental aquarium, leisure effect, leisure field, sustainability, idealism, ponder direction.

*Corresponding author address: Department of Leisure and Recreation National Formosa University,
No. 64, Wunhua Road, Huwei, Yunlin, 63208, Taiwan.
Tel: +886-5-631-5895
Fax: +886-5-631-5887
E-mail: ghh0426@nfu.edu.tw

