

國立臺灣體育學院體育研究所
碩士學位論文

生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度
及行為意向關係之研究 -

以玉山國家公園塔塔加遊憩區為例

A STUDY ON THE RELATIONSHIPS AMONG
RECREATIONAL PREFERENCE, IMPACT
PERCEPTION, SATISFACTION AND
INTENTION OF ECOTOURISM - A CASE OF
TATAKA RECREATION AREAS IN YUSHAN
NATIONAL PARK



研究生：鄭肇家 撰

指導教授：林文郎 教授

中華民國九十四年六月

畢業時間與提要：九十三年學年度第二學期碩士論文提要

論文名稱：生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係之研究 - 以玉山國家公園塔塔加遊憩區為例

院校組別：國立臺灣體育學院體育研究所

總頁數：71

研究生：鄭肇家

指導教授：林文郎

摘要

本研究以玉山國家公園塔塔加遊憩區為研究範圍，針對參加玉山國家公園舉辦生態旅遊活動之參與遊客進行調查，探討遊客對玉山國家公園辦理生態旅遊活動之遊憩偏好、遊憩衝擊認知、滿意度與行為意向及其相互關係及參與活動遊客之基本屬性與遊憩特性，以供玉山國家公園日後辦理相關活動之決策參考。本研究於文獻蒐集後，利用問卷調查法，針對遊客之遊憩偏好、遊憩衝擊認知、滿意度與行為意向之關係，及參與活動遊客之基本屬性與遊憩特性深入探討。共發出 225 份問卷，回收有效問卷 198 份（93.39%），以描述性統計、單因子變異數分析、Pearson 積差相關分析與路徑分析等統計方法進行研究，結果發現：1. 不論性別及職業別、不同教育程度、居住地等背景變項之遊客，與家人親友同來較多，可見生態旅遊主題能滿足親子旅遊及家庭互動之需求；教育程度較高者，較能接受生態旅遊觀念，故到訪頻率相對較高；2. 旅遊同行對象在不同遊客屬性之性別、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地均呈顯著差異；

3. 旅遊頻率對遊客屬性之年齡、教育程度、職業、婚姻狀況及居住地也呈顯著差異；事前規劃期程對遊客年齡及教育程度亦呈現顯著差異。此結果希冀能提供政府在符合國家公園保育理念下，考量當前觀光政策、遊客需求及未來發展政策之參考。

【關鍵詞】生態旅遊、遊憩偏好、遊憩衝擊認知、滿意度、
行為意向

Cheng, Chao-Chia (2005). **A Study on the Relationships among Recreational Preference, Impact Perception, Satisfaction and Intention of Ecotourism -- A Case of Tataka Recreation Areas in Yushan National Park** .Unpublished Master Thesis, National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

Abstract

The purpose of this study was to analyzed the relationships among recreational preference, impact perception, satisfaction and intention of ecotourism at the Tataka recreation area of Yushan National Park, The subjects of the study were 225 samples of the ecotourism at the Tataka recreation area and retrieved 198(93.39%). The data analysis was conducted with the utilization of descriptive Statistic, Pearson and One-way Anova. Based on the results of this study, the conclusions were :1. The current condition: despite of gender, occupations, educational background and living area, visitors come to there with their family or relatives at most, so family-package would be popular for ecotourism in Tataka and we found the people from higher education would accept ecotourism concept more and they would love to visit there more frequently.2. Tourist-characteristic variables: for the tour company, there were significant differences among

different genders, educational background, occupations, salary, marital status and area of residence. 3. The frequency of tour at the Tataka: there were significant differences among tourists' age and educational background also affected advance travel planning. We hope the results that could be considered government preservation policies, for a better ecotourism in future.

【 Key words 】 : Ecotourism, Recreational preference, Perception of Recreational Impact , Satisfaction, Behavioral Intention

誌 謝

就讀在職專班,目的在求所學與所用可以結合,是故本論文題目乃以個人服務機關及目前政府正大力推動之生態旅遊為題作研究,藉此研究對業務更深入及快速的瞭解,亦盼研究結果對服務機關有所助益,很高興我有達到求學的目的,而非只是為了文憑!

兩年的求學生涯,除了學校既訂的課程,又需補修大學部10個學分,又跨校選修休閒相關課程,又增修英檢課程,夜以繼日,幾無假期,真是累翻了!惟新知的衝擊所帶來學習的喜悅及師長同學的溫情,生理的疲勞已微不足道了!

感謝指導教授林文郎老師亦師亦友般的催逼與包容,亦感謝口試委員高俊雄老師、徐欽賢老師及黃彥翔老師對本研究周詳的指導,而黃志成老師提供大量的文獻供研讀及問卷設計等的指導,陳彥甫、李沛軒、吳寧瑄等弟妹於統計、分析上大力的協助,及玉管處林青處長在職場上的體諒,內人白麗瓊全力的支持,終於完成此段甘苦備嘗的學業,而尚需感謝的師長親友同仁仍多,且隻字片語不足以言謝,謹待來日有機會多所答報!

目 錄

中文摘要

英文摘要

誌謝

目錄

表目錄

圖目錄

第一章	緒論	
	第一節	研究背景與動機 1
	第二節	研究問題 3
	第三節	研究目的 4
	第四節	研究假設 4
	第五節	研究範圍與限制 4
第二章	文獻探討	
	第一節	生態旅遊相關理論研究 8
	第二節	遊憩偏好之相關研究 10
	第三節	遊憩衝擊之相關研究 12
	第四節	生態旅遊滿意度與行為意向相關 文獻 15
第三章	研究方法	
	第一節	研究流程與架構 19
	第二節	問卷設計及抽樣方法 20
	第三節	資料處理與分析 22
第四章	結果與討論	

第一節	遊客特性分析	24
第二節	遊客遊憩特性分析	27
第三節	遊客基本屬性與遊憩特性之差異性分析	29
第四節	生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之現況分析	38
第五節	生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之相關分析	41
第六節	遊客屬性及遊憩特性對遊憩偏好因素之變異數分析	46
第七節	生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之路徑分析	54
第五章	結論與建議	
	第一節 結論	61
	第二節 建議	64
	引用文獻	65
	附錄一 遊客問卷調查表	72

表 目 錄

表 3.1	可信度高低與 Cronbach α 係數之對照表	23
表 4.1	問卷回收統計表	24
表 4.2	遊客基本資料分析表	26
表 4.3	遊客遊憩特性分析表	28
表 4.4	遊客基本屬性對遊憩特性之卡方檢定表	29
表 4.4-1	遊客性別與同行對象交叉分析表	30
表 4.4-2	遊客年齡與旅遊頻率、事前規劃週期交叉分析表	31
表 4.4-3	遊客教育程度與旅遊同行對象交叉分析表	32
表 4.4-4	遊客教育程度與旅遊頻率、事先規劃週期交叉分析表	33
表 4.4-5	遊客職業與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表	34
表 4.4-6	遊客平均月收入與旅遊同行對象交叉分析表	35
表 4.4-7	遊客婚姻與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表	36
表 4.4-8	遊客居住地與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表	37
表 4.5	生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之差異性分析	39
表 4.6-1	遊憩偏好、遊憩滿意度之 Pearson 分析表	41
表 4.6-2	遊憩偏好、行為意向之 Pearson 分析表	42
表 4.6-3	遊憩偏好、衝擊認知度之 Pearson 分析表	43
表 4.6-4	遊憩滿意度、行為意向之 Pearson 分析表	44
表 4.6-5	遊憩滿意度、遊憩衝擊之 Pearson 分析表	45
表 4.7-1	遊客屬性對遊憩偏好因素之變異數分析表	47
表 4.7-2	遊客教育程度、遊憩滿意度因素之變異數分析表	49
表 4.7-3	遊客教育程度、遊憩衝擊因素之變異數分析表	50
表 4.7-4	遊客旅遊頻率對遊憩偏好因素之變異數分析表	51

表 4.7-5	遊客旅遊資訊取得對遊憩滿意度因素之變異 數分析表	52
表 4.8-1	路徑分析原始模式結果整理	56
表 4.8-2	原始模式契合度指標判斷	58
表 4.8-3	變數間標準化殘差值	58
表 4.8-4	路徑分析修正模式結果整理	59
表 4.8-5	修正模式契合度指標判斷	60

圖 目 錄

圖 1.1	塔塔加遊憩區地理位置圖	6
圖 1.2	塔塔加遊憩區遊憩路線圖	6
圖 3.1	研究流程圖	19
圖 3.2	研究架構圖	20
圖 4.1-1	生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係路徑圖	55
圖 4.1-2	原始路徑模式	56
圖 4.1-3	修正路徑模式	59

第一章 緒 論

第一節 研究背景與動機

環境保護行動與國家經濟建設的推動，成了新世紀國際主流課題，為了掌握發展脈動，讓科技文明與環境保護接軌，整合政府部門施政的力量，迎接挑戰，各級政府更是特別強調生態保育與經濟發展之間平衡點，讓臺灣成為永續發展的「綠色矽島」，具體揭示新世紀國家經濟發展理念。環境保護並非與經濟發展相衝突的目標，反而成為經濟是否繼續發展的重要指標。

在 20 世紀初時，自然取向的旅遊已被提出過，之後多年經過對於遊憩與自然生態保存的再思考，1983 年第一次提出生態旅遊 (Ecotourism)，成為目前廣泛使用的名詞。對於生態旅遊的定義眾多，歐聖榮與蕭芸殷 (1998) 指出生態旅遊強調不同於大眾旅遊的個體觀光，著重地區性發展，以地方資源、經濟、特色、生活為主的活動；Sirakaya, Sasidharan & Sonmez (1999) 說明生態旅遊對旅遊地之環境衝擊為最小，對環境保護時資源保育有所貢獻，並使遊客和當地的居民相互交流與瞭解，以增加當地的經濟利益、就業機會與社會福祉。生態旅遊白皮書 (2005) 給予生態旅遊明確之定義，就是「一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為最終目標」，且以國際生態旅遊學會所給的定義做為基準，「生態旅遊是一種負責任的旅遊，顧及環境保育，並維護地方住民的福利」。

生態旅遊在聯合國環境小組與世界觀光組織促成下，訂

定 2002 年為「國際生態旅遊年」。我國行政院鑒於生態旅遊為世界旅遊發展趨勢，加上台灣地區生態資源豐富，加強發展觀光之需要，宣布 2002 年為台灣生態旅遊年，並指出以本土、文化、生態之特色為觀光內涵，配套建設、發展多元化觀光，主要策略在結合各觀光資源主管機關，推動文化、生態、健康旅遊；措施包含「推動生態旅遊」及「發展鄉土文化、歷史之旅」等（觀光局，2002）。

根據觀光局「九十一年國人旅遊狀況調查」統計顯示，民眾從事旅遊活動中以「自然賞景活動」最具偏好，佔百分之七十五。目前國內前十處熱門旅遊景點中有七處位於國家公園、風景區與風景特定區或森林遊樂區，可見自然取向的旅遊方式在台灣觀光市場上佔有重要的比例。

任何開發可能對當地產生若干衝擊，觀光遊憩之發展亦然。許多學者專家指出觀光遊憩發展對地方之影響是正負兼具，就正面影響而言，遊憩發展可創造新的就業機會、增加居民收入與地方稅收、提高生活品質、改善地區公共建設、造成經濟多元化等成果；但就負面影響而言，觀光遊憩發展會造成物價及地價上漲、產生髒亂、擁擠、資源破壞、文化改變或崩解、增加犯罪率等現象（Allen, Long, Perdue, & Kieselbach, 1988; Ap, 1990; Belisle & Hoy, 1980; Brougham & Butler, 1981）。綜上所述正負面衝擊，均可歸納成經濟、社會文化、實質環境等三個層面的衝擊，推展生態旅遊就是要避免衝擊。

玉山國家公園位居台灣本島中央地帶，地理位置獨特，山峰遍布，岩塊天成，雄偉壯麗。氣勢磅礴山景，秀麗雅緻水色。可說台灣高山少數仍保存原始風貌之生態環境，其間

包括有東北亞第一高峰，海拔 3952 公尺之玉山主峰，主峰鄰近地區崇山峻嶺，溪谷深邃，天然植被隨海拔之變化而異，由亞熱帶、溫帶以至寒帶，林相次第變化，野生動物滋生，並具有清朝所建歷史遺蹟 - 八通關古道，全區蘊藏許多珍貴之生態資源及人文史蹟，也因此聞名中外，每每使登山者流連忘返，更是愛好生態旅遊者之朝聖地。

玉山國家公園塔塔加遊憩區為玉山國家公園遊客量最多之遊憩點，並且為於日月潭國家風景區與阿里山國家風景區兩區交界之樞紐位置，有其指標性與實質性意義。本研究主要目的在於探討玉山國家公園塔塔加遊憩區生態旅遊遊客之遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係。

第二節 研究問題

政府將 2003 年訂為生態旅遊年，可見生態旅遊活動受到重視之一般。目前相關單位與業者推動生態旅遊活動琳瑯滿目，但基於生態旅遊遊客屬性及遊憩特性，在衝擊認知、滿意度與行為意向等議題上之差異，實有賴進一步研究加以釐清。特別是在休閒前提之下，遊客主動積極並持續性的參與，其滿意度與行為意向等關聯性之探討，將有助於國內於生態旅遊之推廣與品質之提升。本研究以玉山國家公園塔塔加遊憩區為例，藉由生態旅遊活動對於遊客進行問卷調查，探討遊憩特性、遊客屬性分別與遊憩偏好、衝擊認知、滿意度與行為意向之關聯性，並得知參加生態旅遊的遊客屬性及其特性之趨向。進而瞭解玉山國家公園現況、相關制度制訂與未來玉山國家公園辦理生態旅遊活動與經營管理之參考。

第三節 研究目的

- 一、了解參與玉山國家公園生態旅遊活動之遊客屬性與遊憩特性現況。
- 二、了解不同的遊客屬性在遊憩偏好、衝擊認知、滿意度與行為意向間，是否有差異存在。
- 三、了解不同的遊憩特性在遊憩偏好、衝擊認知、滿意度與行為意向間，是否具有差異存在。
- 四、探討生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度對行為意向的關聯程度。

第四節 研究假設

基於研究問題及目的，擬定提出研究假設如下：

- 一、假設不同遊憩特性，在不同遊憩偏好上具有差異。
- 二、假設不同遊憩特性，在不同衝擊認知上具有差異。
- 三、假設不同遊憩特性，在不同遊客滿意度上具有差異。
- 四、假設不同遊憩特性，在不同遊客行為意向上具有差異。
- 五、假設不同遊客屬性，在不同遊憩偏好上具有差異。
- 六、假設不同遊客屬性，在不同衝擊認知上具有差異。
- 七、假設不同遊客屬性，在不同遊客滿意度上具有差異。
- 八、假設不同遊客屬性，在不同遊客行為意向上有差異。

第五節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究範圍塔塔加遊憩區位於玉山國家公園境內，玉山國家公園位於台灣本島之中央地帶，東隔花東縱谷與東部海岸山脈相望，西鄰阿里山山脈，南面包括南橫公路部分路段及關山，北面以東埔村及郡大山為界。全區與日月潭、溪頭、鳳凰谷、惠蓀林場、東埔溫泉及阿里山等風景區，構成台灣中部地區遊憩系統。玉山國家公園區域南北長約三十九公里，東西寬約四十三公里，行政區域分屬南投、嘉義、花蓮及高雄四縣，其地理位置屬亞熱帶氣候區之高山溫寒帶氣候型，冬雪夏涼為典型之高山型國家公園。塔塔加遊憩區位於國家公園的西北部地區，為新中橫公路嘉義至玉山段及水里至玉山段之交會點，距離阿里山森林遊樂區僅二十一公里，本區位於東埔山南北稜線上，北側為同富山、東埔山，東側為沙里仙溪、楠梓仙溪，南側為鹿林山，西側神木溪谷，全區面積九十公頃。本區的地理位置特殊，登玉山主峰之主要登山口 - 塔塔加鞍部即位於本區內，遊客常搭乘車輛至此地，作步行攀登玉山之準備。就本區景觀資源而言，地勢平坦富變化。本區之管理設施完善，且本區的步道系統亦發達，遊客可利用步道觀察生態環境。本遊憩區內除了國家公園管理處與警察小隊的駐站人員之外，並無居民居住。如圖 1.1 塔塔加遊憩區地理位置及圖 1.2 塔塔加遊憩區遊憩路線圖。



圖 1.2 塔塔加遊憩區遊憩路線圖

二、研究限制

本研究對象為報名參加玉山國家公園管理處主辦，位於塔塔加遊憩區之生態旅遊之遊客。此生態旅遊系列活動自 2005 年四月初至 2005 年五月底止，共八梯次，一梯次報名人數上限為五十人，總共四百人參與此系列活動，因本研究人力及財力等資源限制，共發出 225 份問卷。

第二章 文獻探討

第一節 生態旅遊相關理論研究

緒論中淺述生態旅遊之定義，其概念主要為生態旅遊應在最小的環境衝擊下，利用當地文化發展以產生最大經濟效益，提供參與的遊客最大的滿意度（Grenier, Kaae, Miller, & Mobley, 1993）。林士彥、鄭健雄與王姿懿（2003）綜合各研究認為生態旅遊必須包含三要素，一是遊客藉以體驗自然之美與保育之鑰，發展生態旅遊可創造更多讓人以「良性」的方式接近大自然的機會；二是觀光活動為當地帶來經濟利益，這是生態旅遊另一重要功能，使得當地的資源運用產生變化；三是降低對當地自然和人文的衝擊，開發本身對環境會帶來一定程度的干擾，愈是成功的景點，其需求量就愈高，而為環境所帶來的衝擊就愈大。

Buckley(1994)對生態旅遊所涉及的領域進行相關研究整理與比較，提出一架構為：以自然環境為基礎的旅遊、支持保育的旅遊、環境教育的旅遊、以及永續經營的旅遊。生態旅遊白皮書（2005）定義生態旅遊時，說明是基於大眾旅遊造成環境衝擊的反省，進而產生之正面效應，原則上需具備以下幾種特質，才可稱為生態旅遊。

- 一、必須採用低環境衝擊之營宿與休閒活動方式。
- 二、必須限制到此區域之遊客量。
- 三、必須支持當地的自然資源與人文保育工作。
- 四、必須儘量使用當地居民之服務與載具。

- 五、必須提供遊客以自然體驗為旅遊重點的遊程。
- 六、必須聘用了解當地自然文化之解說員。
- 七、必須確保野生動植物不被干擾、環境不被破壞。
- 八、必須尊重當地居民的傳統文化及生活隱私。

故生態旅遊可歸納為與自然環境、生態保育、環境教育與永續經營為基準之旅遊方式。劉立偉（2000）在生態遊憩區管理的研究中，發現生態遊憩區成立前，人為使用程度越低，則設立後，其地權與管理權單一制及遊客管理制度明確為生態遊憩區永續經營的關鍵成功因素，惟有保護、研究與遊憩利用的生態發展並重，生態遊憩資源才能發揮最大效用。陳炳輝（2002）指出遊客的遊憩態度可透過環境教育及解說工作而得到啟發，幾乎所有受測者皆希望重遊時，能有解說教育的服務，並於解說服務後更加了解旅遊地區概況與自然生態；推展生態旅遊時，尚要有學校、政府、媒體與家庭教育之配合。洪振超（2002）調查顯示大多數遊客對生態旅遊皆採正面態度，高生態旅遊行為意向者具有較高的環境知識，較他人願付更多時間來關心與了解週遭環境，進而在旅遊或其他活動時皆以環境保育作為出發點。有關生態旅遊之相關研究歸納如下：針對生態旅遊遊客知覺與遊憩行為方面（歐聖榮與蕭芸殷，1998；田家駒，2002；洪振超，2002；陳炳輝，2002；詹怡泓與洪維勵，2003）；生態旅遊地理環境特徵（趙芝良，1996；汪家夷，2002；賴明洲等，2003）；生態旅遊活動內涵（李世寶，2003；李幸蓉，2003）；生態旅遊服務品質相關之研究（黃志成與江依芳，2004；張皆欣，1998）。

國家公園設立，旨在保護國家特有之自然風景、野生物

及文化史蹟，並提供國民育樂及研究，這對以資源為導向之生態旅遊而言，其豐富的自然人文資源，無異是發展生態旅遊的最佳地點。賴明洲等（2002）針對雪霸、墾丁與金門國家公園進行發展生態旅遊之遊憩效益評估，發現不同背景的受訪者對環境價值、生態旅遊定義及國家公園發展生態旅遊等認知會有所不同；再者，遊客對環境態度不同，也會對上開認知有所差異。呂雅雯、王懷亮、張俊彥與林鈺專（2003）（2003）研究玉山國家公園生物多樣性與生態旅遊之關係，規劃出國家級、登山級與健行級生態旅遊路線，並將各路線以高、中、低階生態旅遊強度為定位模式，作為玉山國家公園經營管理之參考。

第二節 遊憩偏好之相關研究

王貞怡與陳墀吉（2004）研究獅頭山風景區遊客之遊憩活動偏好，並應用遊憩行為理論、遊憩體驗理論、刺激-個體-反應理論作為研究架構之基礎，結果顯示遊憩活動偏好構面組成包含三大構面，「遊憩資源型活動」、「文化產業型活動」與「玩樂休憩型活動」。遊客對於該風景區遊憩活動偏好構面之偏好度看法，以「遊憩資源型活動」偏好程度最高。不同之遊客特性（遊客屬性與旅遊型態）對於遊憩活動偏好組成構面具顯著差異。透過皮爾森積差相關檢定得知，遊客之遊憩活動偏好與整體滿意度具有顯著正相關。

Clark & Stankey（1991）在調查遊客對荒野地旅遊動機偏好與行為時發現，遊客前往荒野地的主要動機是為原野地的自然特質所吸引，以及獲取個人效益。對大多數遊客而

言，原始性、自然性、以及探險的機會是吸引他們造訪自然環境最大的誘因。陳文錦（1989）研究台北縣三個具自然風景之鄉鎮中遊客的景觀偏好，利用問卷調查的方式對於遊客屬性，年齡階層，社經地位，月收入，與遊客來源做交叉分析，結果發現在貢寮，雙溪，三峽，三個鄉鎮風景據點中，遊客景觀偏好差異程度很大，不同性別的遊客的景觀偏好程度差異不顯著，遊客年齡與景觀偏好有顯著的關係，教育程度與景觀偏好間關係密切，遊客職業別與景觀偏好強度有關，同遊者中以家人，朋友為最多，對於居住環境發現，來自都市化程度較低者，較具有偏好人文景觀的傾向。黃茹蘭（1996）對於行道樹視覺景觀偏好之影響進行探討，因為現代都市對於林蔭綠地的需求，街道綠化在城市中具有相當的重要性，所以該研究著眼於行道樹，欲了解其規劃在視覺美學上，是否具有一定的準則，樹種的哪些屬性對於大眾是有偏好的，所以研究進行分做三大部分，第一是回顧景觀知覺相關的文獻，以了解其意義，以及知覺過程中，對於景觀知覺偏好評估方式與準則加以探討。第二是針對一般景觀研究，使用視覺模擬的方式及展示媒體。第三，藉由植栽調查取樣及攝影來視覺模擬的問卷調查，以統計方式分析了解差異的存在及可能的影響，並進而歸納出預測模式。

由以上研究可知，遊客屬性或遊憩特性可能影響遊憩偏好的構面，故本研究將探討遊憩偏好分別與遊客屬性或遊憩特性之關係，選擇了原住民文化、歷史古道、天文觀察、自然研究、與遊樂區串聯、高海拔步道、具挑戰性生態旅遊、地質景觀等八項遊客可能喜歡的生態旅遊活動，由五點尺度李克特式量表來評量遊客對生態旅遊活動之參與意願。

第三節 遊憩衝擊之相關研究

第一章提到觀光發展所導致的衝擊，雖然觀光發展刺激投資、增加就業機會，同時改進土地使用及經濟結構，但是觀光成長與發展同時，一些矛盾與懷疑也浮現出來，是否遊客會超過飽和點而產生問題？觀光是否會對當地自然與人文環境造成破壞？等之問題。從相關研究顯示，遊憩衝擊可概分為三大類，即經濟衝擊（Economic Impact）、實質環境或生態衝擊（Physical or Ecological Impact），及社會和文化衝擊（Social and Cultural Impact）（顏宏旭與歐聖榮，1994；Mathieson & Wall, 1982；Pizam, 1978；Ryan, 1991；Young, 1973）。經濟衝擊之調查為最早受到重視，以幫助決策單位對未來的發展作評估、預測及模擬，以利於政策之擬定（Fleming & Toepper, 1990）。Inskeep（1991）指出經濟衝擊之分析主要想得到居民的態度、觀光事業與遊客特性、態度及消費型態之資料，其分析方法有專家意見法（Expert Opinion Method；Fleming & Toepper, 1990）、分析統計、問卷調查分析（Long & Rerdue, 1990）、公民表決（Fleming & Toepper, 1990）及成本 - 效益分析（Cost-Benefit Analysis；鄭先祐，1992）等分析方法。在自然環境中實施觀光發展，所帶來的衝擊影響最大的莫過於實質環境或生態衝擊（Physical or Ecological Impact），其觀光與環境存在兩種不同的關係，一為兩者相輔相成，人們因天然美景或生態所吸引，並由政府嚴格的管制下所提供的觀光資源，如於國家公園、人文或自然資源保護區中觀光，有計畫、有限度下從事建設且提供環境適當之保

護與管理，將觀光與環境間之衝突減至最小；另一為兩者相互衝突，觀光的發展使得土地不斷擴張使用，造成林木砍伐、垃圾或各種污染、遊客擾亂動植物之生育地、易形成森林火災等問題，所導致觀光與環境之衝突性高(Mathieson & Wall, 1982)。陳昭明等(1989)引述 Shelby & Heberlein. (1986) 觀光造成之問題可由承載量來討論，主要是因生態承載量 (Ecological capacity)、實質承載量 (Physical capacity)、設施承載量 (Facility capacity)、及社會承載量 (Social capacity) 等四種遊憩承載量，當觀光發展已超過當地環境所能忍受之限度時，即發生觀光上之問題。目前觀光衝擊之研究大多採用環境影響評估 (Assessment of environment impact) 為方法 (Olokesusi, 1992; 中華民國環境工程學會, 1990)。劉儒淵(1989)對遊憩活動所產生的衝擊所作的分析有三種，既成事實分析 (After-the-fact analysis)、對改變現象作長期監視 (Monitoring of change through time) 以及模擬試驗 (Simulation experiment)。觀光對於實質環境衝擊往往顯而易見，造成環境上的無法回復，故吳宗瓊與何秉燦 (2004) 引述 Alan 於 1978 年提出減低遊憩衝擊之方法，依照衝擊程度採取分散使用、限制使用及關閉使用三種措施，分散使用技術包括區域和地方性計畫、區域資訊系統及建立遊樂區資訊系統等對策，以使遊客及早得知觀光地區之概況，甚至利用簡介或小冊子介紹該遊憩區情況；限制使用技術則以分區使用、時間與空間限制、配額或服務限制等限制項目為對策，減低遊憩區因開放觀光而產生的衝擊；關閉使用包括暫時關閉與永久關閉兩種策略，為保護某些敏感之資源環境。

社會文化之衝擊較不像前兩者衝擊的直接影響，反應作用的時間較長而較不受重視，惟目前人民意識日益抬頭，教育程度提昇，不管是觀光地區居民或遊客皆想要有高度的旅遊享受。Ryan (1991) 指出觀光所產生的社會改變，其本質主要取決於遊客特性、當地居民之文化信仰及該地區之設施、環境、社會心理承載量等，再根據其本質討論社會文化衝擊。Mathieson & Wall (1982) 將研究對象分為遊客、遊憩區當地居民與賓主關係等三類，故我們可知社會文化衝擊之研究主要是了解人的衝擊問題。

Din (1989) 指出賓主關係所產生的衝擊問題較大，這是由於個人差異、接觸過程及政府機構之管理下所造成的，一般研究所探討的不外乎三者，人與人之間之互動關係、人之認知與人之態度等項目。

前段社會文化衝擊與實質環境生態衝擊之探討，許多學者提出遊憩區的經營活動策略，包括直接與間接策略 (Gramann, 1987; 楊宏志, 1995)。直接策略指透過使用限量、活動禁止、法律強制等直接干涉遊客行為；間接策略指藉規劃設計、資訊提供、傳播技術、教育計畫或勸導等，使遊客自動改變行為而保護自然資源。侯錦雄與郭彰仁 (1999) 指出直接與間接管理之差別在於管制上的自由度，間接管理較能加強遊客之遊憩體驗，直接管理較能有效解決經營管理問題。

認知是一種訊息的整合與儲存的過程，且會受到心理因素 (如人格、情緒等) 的影響，又不同特性條件會形成不同的人格 (顏家芝、薛雅丹、朱孟玲、江秀茹與劉凱琍, 2003)。由於觀光研究領域多半會探討觀光帶來的正負面影響，牽涉

到遊客及居民的意見與想法，此時觀光影響方面的認知內涵與構成要素便成為重要的影響指標。澳洲 Darwin 地區研究觀光認知發現居民對觀光開發的知覺與態度會影響觀光開發的過程及結果；人口統計變項的不同，在認知上也有差異，特別是中年人較重視觀光活動帶來的經濟利益。Snaith & Haley (1994) 指出社經背景不同的居民其意見也不同。Glasson (1993) 在牛津地區的遊客研究中對 400 名居民進行調查，了解其對觀光衝擊的看法，結果發現有從事觀光業或有親戚從事與觀光相關行業者，對觀光持較高的正面態度；但住在市中心的居民認為觀光客帶來的不便遠超過利益。

綜合以上研究，遊憩衝擊分為經濟、生態與社會文化等三構面，本研究亦參考此三個構面，設計出有關衝擊認知之九個問項，請遊客填寫由非常重要到非常不重要 1-5 之重要程度。

第四節 生態旅遊滿意度與行為意向相關文獻

Churchill & Surprenant (1982) 指出滿意度是購後使用的結果，消費者比較購買報酬、成本與預期結果後的產物。Oliver (1981) 指出滿意即是對隨附於產品取得時，或消費者經驗中的驚喜所作的評價，為一種立即性的反應。蔡伯勳 (1986) 認為滿意度是由個人認知所獲得的結果與想像應獲得結果間的差異而定，在任何情況下總滿意度乃由存在於此情況下之所有構面的差異總合而影響。Kotler (1994) 則說消費者滿意來自於產品購買前的預期與期望，與購買後實際認知到產品功能特性或服務的績效表現，二者比較後所形成愉悅或失望的

程度，二者間若有差距存在，則會有正向滿意或負向不滿意的感覺。學者認為滿意度為顧客在使用產品後，會對產品績效與購買前信念間的一致性加以評估，當兩者間具有相當一致性時，顧客會感到滿意；反之，則會有不滿意產生(Engle, Blackwal & Miniard, 1995)。由於顧客滿意度的一個複雜的構念，本質呈多元化之現象，故衡量方式各有不同(呂鴻德、賴宏誌、謝憶文, 2000)。一般衡量方式大致分「整體滿意度」與「分項滿意度」二種。「整體滿意度」是衡量消費者對產品的整體使用結果，視為一種整體性的評估；「分項滿意度」則是指「產品各屬性的滿意度」(Fornel, 1992)。在生態旅遊滿意度的相關研究中，李世寶(2003)探討賞螢活動解說效果，其中以解說各項服務來瞭解遊客對活動滿意度的看法；李幸蓉(2003)則是探討從事賞鯨活動的遊客，對解說服務的滿意度，二者均是將解說服務視為探討滿意度時重要項目之一，而所採用的滿意度衡量方式有分項滿意度，亦有整體滿意度。

Mannell(1989)主張滿意度的量測有不同的立論根據，依動機基礎(motivation-based)與特定化程度(level of specificity)可將休閒滿意度分為四類取向。動機基礎乃將休閒滿意度視為個體之休閒動機或需求滿足的程度，其個體休閒滿意度是源自休閒需求的滿足；非動機為基礎的休閒滿意度為個體為休閒生活品質評價的結果。特定化程度指個體獲得休閒滿意度的行為及生活經驗範圍；特定化程度低，代表休閒滿意度係以整體休閒生活為範圍進行量測；反之，特定化程度高則意味著休閒滿意度是以部分休閒生活為對象進行衡量。本段所謂的滿意度是休閒滿意度，指個體經休閒活參與而產生的正向知覺或感受，及源於個人對休閒情境及經

驗，意識或潛意識滿意或滿足其需求的程度 (Beard & Ragheb, 1980)。

滿意度衡量尺度大致有五種，有簡單滿意尺度、混合尺度、期望尺度、態度尺度以及情感尺度等 (葉晶雯，1997；游宗仁，2002)。簡單滿意尺度是尺度依完全滿意到沒有滿意，分為 3-7 個不等的尺度；混合尺度為假設非常滿意與非常不滿意是一連續帶的兩端，尺度依非常滿意到非常不滿意，分為 2-7 個不等尺度；期望尺度是消費者對產品的績效高於期望，則感到滿意，反之，則感到不滿意；態度尺度即消費者愈喜歡某一產品，表示對此產品之滿意度愈高，尺度依非常喜歡到非常不喜歡分為 3-7 個不等尺度；情感尺度乃在衡量消費者對產品之情感面反應，正面情感反應象徵消費者對於產品的滿意，負面情感之度應則象徵對產品的不滿意。

行為意向是指一個人主觀判斷其未來可能採取行動的傾向 (Folkes, 1988)；亦指個人從事某些行為的主觀機率或可能性，可用來預測實際行為的產生，其乃經由選擇的過程而產生，在過程中考慮與整合態度、規範二種信念，來評估行為方案，並從中選擇一項行為 (賴其勳，2001)。一個人的行為意向來自於態度，且行為與行為意向的關係，遠比信念、感覺、態度與行為意向的關係來得直接，所以要預測一個人的行為，行為意向往往是更準確的衡量指標，對企業而言，瞭解消費者的行為意向，可以預測消費者的需求，並維持長期的顧客關係 (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995)。

Zeithmal, Berry & Parasuraman (1996) 將購後行為意向區分為正向與負向二類，顧客對企業存在正向行為意向時，反應往往是讚揚、偏好、增購及溢價支付等來展現，而這些行

為意向使得顧客願意繼續留在該企業；反之，若對企業存有負面的行為意向時，其反應可能會是選擇離開該企業，或減少購買數量。李雅雯(1998)探討百貨業服務品質與顧客行為意向時，將顧客購後之反應區分為購後滿意與購後不滿意二類，滿意的消費者通常會有較佳的購後態度及較高的購買意願和品牌忠誠；不滿意的消費者通常會產生較差的購後態度、較低或無購買意願、品牌轉換、抱怨及負面口碑等行為。謝金燕、甘唐沖、陳建宏(2002)探討主題樂園遊客購後之行為意向，經由正負面二種行為意向，將會影響遊客行為意向的問項，以因素分析歸納出四個因素，分別有「正向推薦」- 如下次願意重遊此園、向親友介紹此園等；「負向公開投訴」- 如向服務人員抱怨並要求解決、像服務人員反應不佳服務或產品問題等；「正向評價」- 如票價雖高仍然會來；與「負向宣傳」- 如向親友宣傳不佳服務。范莉雯(2002)以大學生為研究對象，探討其參與生態旅遊之行為意向，並將行為意向定義為個人評估自己將來會參加生態旅遊的意願與可能性。

本研究對於滿意度之設計是在於遊客的「整體滿意度」，不特別探討遊客從事生態旅遊活動之「分項滿意度」，而尺度上採用混合尺度。本研究之行為意向透過遊客行為意向以間接推測對生態旅遊之參與意願，在行為意向之衡量問項擬定上，採以行為意向中之「正向行為意向」加以進行施測。

第三章 研究方法

第一節 研究流程與架構

一、研究流程

本研究主要在確定研究動機與目的後，參考相關文獻，探討遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之關係，本研究流程如圖 3.1：

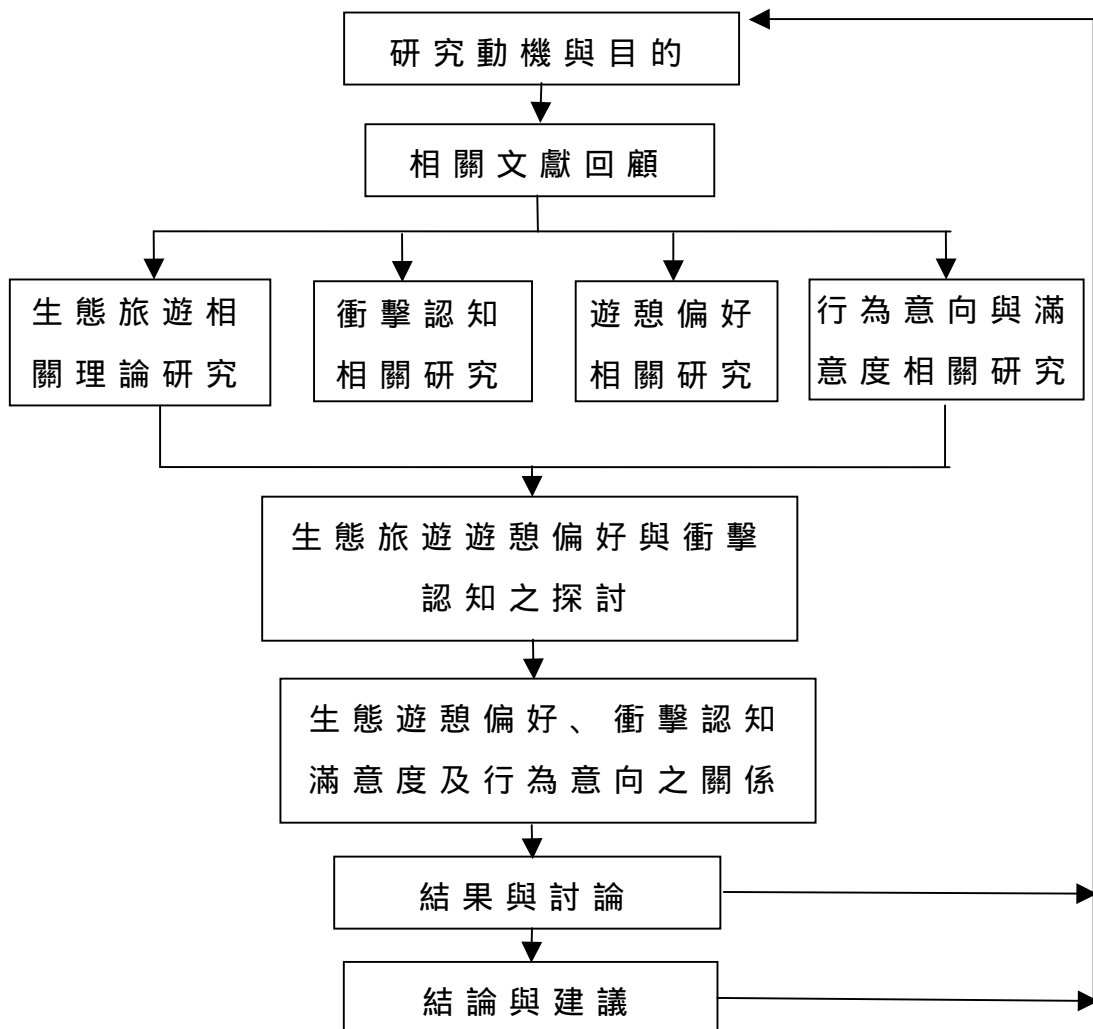


圖 3.1 研究流程圖

二、研究架構

本研究針對玉山國家公園塔塔加遊憩區遊客之遊客屬性、遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係進行探討，分別使用敘述性統計、卡方檢定、皮爾森（Pearson）積差相關分析、變異數分析等統計方法加以分析，最後對於其結果提出結論與建議，如圖 3.2。

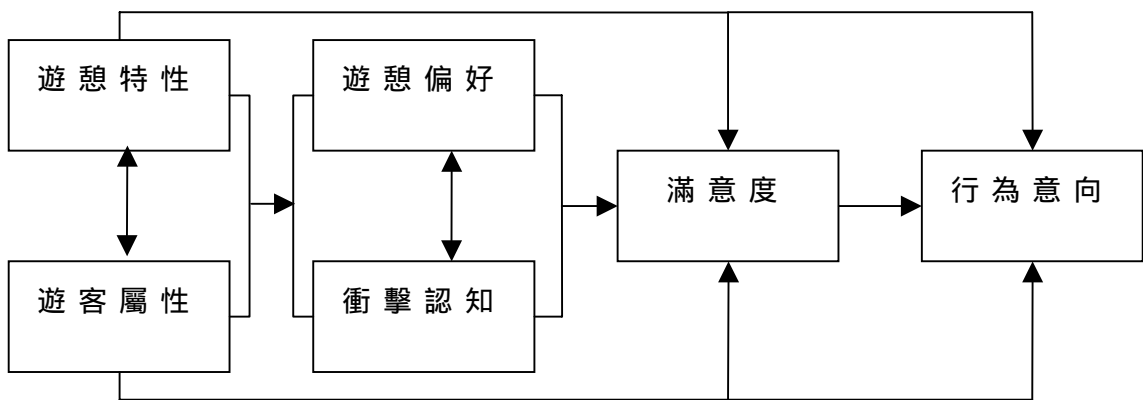


圖 3-2 研究架構圖

第二節 問卷設計及抽樣方法

一、問卷設計

本研究採用問卷調查法，調查對象為於玉山國家公園塔塔加地區參與相關生態旅遊活動之遊客，分別調查其遊憩特性、遊憩偏好、滿意度、行為意向、衝擊認知、與遊客屬性等部分。問卷填答尺度除了遊憩特性與遊客屬性之外，其餘皆以五點尺度來衡量。問卷結構如下說明：

(一) 遊憩特性

此部分問題包含「旅遊資訊來源」、「旅遊同行對象」、「參

與旅遊次數」、及「事前規劃期程」。

(二) 遊憩偏好

遊憩偏好部份以遊客對玉山國家公園各類生態旅遊活動之參與意願來提問，包含：「體驗原住民部落文化」、「探訪歷史古道」、「有關天文觀察」、「動植物生態之自然研究」、「與鄰近遊樂區串聯」、「玉山主峰周邊高海拔步道」、「具挑戰性」、以及「有關地質景觀」之生態旅遊活動。

(三) 滿意度

本部份對於「活動收費」、「服務設施」、「解說人員」與整體評價之滿意度作調查。

(四) 遊憩行為意向

經參與活動後之遊憩行為意向部份，以「未來會再度參與」、「傳達正向訊息予其他人」與「鼓勵親朋好友參與」等內容提問。

(五) 遊憩衝擊認知

本部份列出以下各項影響或衝擊，包括「對生態旅遊地區土地使用」、「生態旅遊對居民生活型態之干擾」、「對生態旅遊地區交通狀況」、「推展生態旅遊對當地就業機會之提供」、「當地傳統技藝及文化保存」、「生態旅遊社區服務產業之推展」、「遊客對動物棲息地之環境衝擊」、「景觀美感之影響」、以及「生態旅遊對自然及文化之利用與開發」等項目，讓遊客填寫重要程度。

(六) 遊客屬性

此部份包括「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「收入」、「婚姻狀況」、以及「居住地」之調查。

二、抽樣方法

塔塔加遊憩區本著區域內特有之生態資源，經常於不同時節舉辦特別之生態旅遊活動，本研究即採用立意抽樣法，針對在塔塔加地區參與生態之旅及觀星相關活動之特定遊客進行問卷調查。

第三節 資料處理與分析

本研究針對遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係進行分析探討，使用敘述統計、卡方檢定、皮爾森(Pearson)積差相關分析、變異數分析等統計方法，以下說明。

一、敘述性統計

包含次數分配、百分比、平均數等之計算，用以了解樣本之基本屬性及各項遊憩特性分配狀況。

二、卡方檢定

用以了解遊客基本屬性與遊憩特性間，是否具有差異。

三、信度分析

測量本研究問卷問項之內部一致性程度，採用Cronbach's α 係數法，如表 3.1。

表 3.1 可信度高低與 Cronbach α 係數之對照表 (吳宗正、吳育東, 2000)

可信度	Cronbach α 係數	
不可信	Cronbach α 係數 < 0.3	
勉強可信	0.3	Cronbach α 係數 < 0.4
可信	0.4	Cronbach α 係數 < 0.5
很可信 (最常見)	0.5	Cronbach α 係數 < 0.7
很可信 (次常見)	0.7	Cronbach α 係數 < 0.9
十分可信	0.9	Cronbach α 係數

四、效度分析

指該測量是否真能測量到欲衡量的特性。效度越高，愈能測得所要衡量之特質，其正確性也越高。在效度分析方面，本研究問卷採內容效度中的專家效度，經徵詢數位大專院校教授（專家）修正意見後，對各題項之適切性加以評鑑及校審，問卷編製並依照專家意見修改而成。

五、變異數分析

(一) 了解不同的遊客屬性在遊憩偏好、滿意度與衝擊認知間，是否有差異存在。

(二) 了解不同的遊憩特性在遊憩偏好、滿意度與衝擊認知間，是否具有差異存在。

六、皮爾森 (Pearson) 積差相關分析，檢視相關情形。

第四章 結果與討論

本研究共發出 225 份問卷，問卷回收 212 份，其中無效問卷 14 份，共得有效問卷 198 份，詳表 4.1 問卷回收統計表。

表 4.1 問卷回收統計表(份)

發放問卷數	225
回收問卷數	212
無效問卷數	14
有效問卷數	198
有效問卷回收率	93.39 %

在信度分析上，遊憩偏好 α 值為 0.833，信度上屬於很可信，滿意度 α 值為 0.866，信度上屬於很可信，行為意向 α 值為 0.8979，信度上亦屬於很可信，衝擊認知 α 值為 0.9183，信度上屬於十分可信。

第一節 遊客特性分析

經由回收有效之遊客問卷就其基本資料採敘述性統計分析，針對受訪者之性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況、居住地點等項進行以下分析與描述，如表 4.2 所示。

由表 4.2 遊客基本資料分析表可發現，就性別而言，以

男性稍居多，佔 55.1%，女性佔 44.9%。年齡分佈分別以 20 歲以下者最多佔 46.5%，其次為 31~40 歲佔 17.2%及 41~50 歲佔 13.6%，最少者為 60 歲以上者佔 2.5%，由此可知，年齡層分佈大多是屬於青年及中年。

在教育程度方面，以高中職佔 27.3%最多，其次為大學及小學(含)均佔 25.3%及專科佔 16.7%，再其次為研究所及以上佔 4%，國中佔 1.5%；可知，以學歷高中職遊客居多，其次為大學及小學(含)學歷的遊客，可見本遊憩區頗受中等教育程度遊客的青睞。

在職業方面，以學生佔 52.5%最高，其次為公教人員佔 12.6%及經商佔 12.1%，服務業及軍警亦分別佔 5.6%及 5.1%，最少為工業佔 3.5%，其現象應與戶外生態旅遊之活動量與求知慾有相當關係。

對於平均月收入方面，其中以 2 萬元佔 55.1%為最高，其次為 4~6 萬元者佔 18.2%，最少者為 6~8 萬元及 8 萬元以上均佔 7.6%，此與參與生態旅遊之職業別應有相當關聯。

在婚姻狀況，未婚佔 60.1%最高，其次為已婚(有小孩)佔 35.9%，而已婚(無小孩)佔 4.0%最低，可推測參與生態旅遊者因應職業別多為未婚之學生為多。

遊客居住地點以中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)地區最多，佔 49.5%，其次為南部(嘉義、台南、高雄、屏東)地區佔 23.7%及北部(基隆、宜蘭、台北、桃園、新竹)地區佔 22.7%，最少為東部(台東、花蓮)地區最少，佔 0%，可見遊客多來自中部地區，與塔塔加遊憩區位於台灣中部有其地緣性關係。

表 4.2 遊客基本資料分析表

項 目		人 數	百 分 比 %	項 目		人 數	百 分 比 %	
性 別	男	109	55.1	月 收 入	20,000 元 以下	109	55.1	
	女	89	44.9		20,001~40,000 元	23	11.6	
年 齡	20 歲 以下	92	46.5		40,001~60,000 元	36	18.2	
	21~30 歲	23	11.6		60,001~80,000 元	15	7.6	
	31~40 歲	34	17.2		80,001 元 以上	15	7.6	
	41~50 歲	27	13.6		職 業	服 務 業	11	5.6
	51~60 歲	17	8.6			工	7	3.5
	61 歲 以上	5	2.5	商		24	12.1	
教 育 程 度	小 學 或 以 下	50	25.3	軍 警		10	5.1	
	國 中	3	1.5	公 教		25	12.6	
	高 中 職	54	27.3	學 生		104	52.5	
	專 科	33	16.7	其 他	17	8.6		
	大 學	50	25.3	居 住 地	北 部	45	22.7	
	研 究 所 以 上	8	4.0		中 部	98	49.5	
婚 姻 狀 況	未 婚	119	60.1		南 部	47	23.7	
	已 婚 - 無 小 孩	8	4.0		東 部	0	0	
	已 婚 - 小 孩	71	35.9	其 他	其 他	8	4.0	

第二節 遊客遊憩特性分析

經由回收有效之遊客問卷就遊客的遊憩特性，包括旅遊訊息來源、旅遊同行對象、旅遊頻率、旅遊事前規劃期程等項進行以下分析與描述，如表 4.3 遊客遊憩特性。

遊客如何獲得旅遊資訊，其中透過親朋好友佔 32.8%最多，其次為網路佔 19.7%及旅遊雜誌的 17.2%次之，最少者為觀光宣傳摺頁佔 6.1%及其他 3.0%；顯示遊客外出至塔塔加遊憩區旅遊時，專業報導的旅遊雜誌、電腦網路及親朋好友事前的介紹是決定成行的重要因素。

旅遊同行對象方面，主要為家人親戚佔 46.5%，其次為同學師長佔 25.3%，朋友同事佔 23.7%，最少為單獨前來佔 2.5%及其他 2.0%；可知家庭式的旅遊是此次調查的主流，而機關團體及散客則比較少，是未來可加強推廣的對象之一。

對旅遊頻率問項中，則以第一次前來佔 46.0%為最多，第三次(含)以上前來佔 35.4%次之，第二次前來佔 18.7%為最少；可知本遊憩區對遊客再度參訪的誘因非常強烈。

對旅遊事前規劃期程，以一個月佔 38.4%為最多，1~2週佔 33.8%及臨時決定佔 25.3%次之，半年佔 2.5%為最少；顯示活動至少以一個月為宣傳期較能配合遊客之事前規劃期程。

表 4.3 遊客遊憩特性分析表

	項 目	人 數	百 分 比 %
旅遊資訊	網路	39	19.7
	旅遊雜誌	34	17.2
	報紙	23	11.6
	觀光宣傳摺頁	12	6.1
	其他	6	3.0
旅遊同伴	單獨前來	5	2.5
	家人親戚	92	46.5
	朋友同事	47	23.7
	同學師長	50	25.3
	其他	4	2.0
旅遊頻率	第一次	91	46
	第二次	37	18.7
	第三次(含)以上	70	35.4
事前規劃期程	臨時決定	50	25.3
	1~2 週	67	33.8
	一個月	76	38.4
	半年	5	2.5

第三節 遊客基本屬性與遊憩特性之差異性分析

本研究以遊客基本屬性(性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地)對各項遊客遊憩特性(旅遊訊息來源、旅遊同行對象、旅遊頻率、旅遊事前規劃期程)進行卡方檢定，以了解遊客基本屬性對遊憩特性是否呈現差異性，檢定結果如表 4.4 所示：

由表 4.4 顯示，旅遊同行對象在不同遊客屬性除年齡外上均呈顯著差異，旅遊頻率除對遊客性別、平均月收入外也呈顯著差異，而事前規劃期程亦對遊客年齡及教育程度呈現顯著差異，對顯著差異明顯之各項因素，分別交叉分析說明如下：

表 4.4 遊客基本屬性對遊憩特性之卡方檢定表

遊憩特性 遊客屬性	旅遊訊息 來源	旅遊同行 對象	旅遊 頻率	事前規劃 期程
性別	0.181	0.019*	0.705	0.136
年齡	0.111	0.051	0.001*	0.027*
教育程度	0.082	0.001*	0.010*	0.045*
職業	0.229	0.000*	0.000*	0.457
平均月收入	0.077	0.000*	0.004*	0.447
婚姻狀況	0.103	0.000*	0.000*	0.054
居住地	0.402	0.000*	0.025*	0.121

註：* 表 p 0.05

一、遊客性別與旅遊同行對象交叉分析，結果如 4.4-1 表所示：

表 4.4-1 遊客性別與同行對象交叉分析表

同行對象 性別	單獨前來	家人親戚	朋友同事	同學師長	其他	總和
男性個數	5	42	33	27	2	109
%	100	45.7	70.2	54.0	50.0	55.1
女性個數	0	50	14	23	2	89
%	0	54.3	29.8	46.0	50.0	44.9
總和個數	5	92	47	50	4	198
%	100	100	100	100	100	100

由表 4.4-1 得知，男、女性遊客均與家人親戚同來較多，另男性旅客與朋友同事同遊佔 33% 次之，女性旅客與同學師長同遊佔 23% 次之。

二、遊客年齡與旅遊頻率、事前規劃週期交叉分析，結果如 4.4-2 表所示：

表 4.4-2 遊客年齡與旅遊頻率、事前規劃週期交叉分析表

旅遊頻 率與 事前 規劃 週期 年 齡	第	第	第	總 和	臨 時	1~2 週	一 個	半 年	一	總 和
	一	二	三 次		決 定		月		年	
	次	次	(含)							
			以 上							
20 歲										
(人)	59	13	20	92	24	33	32	3	0	92
%	64.8	35.1	28.6	46.5	48.0	49.3	42.1	60.0	0	46.5
21~30	9	6	8	23	4	14	4	1	0	23
%	9.9	16.2	11.4	11.6	8.0	20.9	5.3	20.0	0	11.6
31~40	10	5	19	34	6	8	20	0	0	34
%	11.0	13.5	29.1	17.2	12.0	11.9	26.3	0	0	17.2
41~50	9	5	13	27	8	6	13	0	0	27
%	9.9	13.5	18.6	13.6	16.0	9.0	17.1	0	0	13.6
51~60	3	6	8	17	4	6	6	1	0	17
%	3.3	16.2	11.4	8.6	8.0	9.0	7.9	20.0	0	8.6
61 歲	1	2	2	5	4	0	1	0	0	5
%	1.1	5.4	2.9	2.5	8.0	0	1.3	0	0	2.5
總 和	91	37	70	198	50	67	76	5	0	198
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0	100.0

由表 4.4-2 得知，31~60 歲為中年族群，屬經濟穩定者，第三次(含)以上造訪頻率較高，20 歲以下事前規劃週期則以 1~2 週及一個月前為最多，31~40 歲及 41~50 歲之中年族群可能因思考層面及工作時間所限，以一個月之前事規劃週期為最多。

三、遊客教育程度與旅遊同行對象交叉分析，結果如 4.4-3 表所示：

表 4.4-3 遊客教育程度與旅遊同行對象交叉分析表

同行對象 教育程度	單獨前來	家人親戚	朋友同事	同學師長	其他	總和
小 大 學 (含)						
以下個數	0	33	7	9	1	50
%	0	35.9	14.9	18.0	25.0	25.3
國 中 個 數	0	2	1	0	0	3
%	0	2.2	2.1	0	0	1.5
高 中 職 個 數	1	17	7	9	1	54
%	20.0	18.5	14.9	18.0	25.0	27.3
專 科 個 數	2	21	17	9	1	50
%	40.0	22.8	36.2	18.0	25.0	25.3
大 學 個 數	2	21	17	9	1	50
%	40.0	22.8	36.2	18.0	25.0	25.3
研 究 所 (含)						
以 上 個 數	0	4	2	2	0	8
%	0	4.3	4.3	4.0	0	4.0
總 和 個 數	5	92	47	50	4	198
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

由表 4.4-3 得知，各階段教育程度之遊客，其同行對象均與家人親戚為主，可見生態旅遊滿足親子及家庭旅遊之需求。

四、遊客教育程度與旅遊頻率、事先規劃週期交叉分析，結果如 4.4-4 表所示：

表 4.4-4 遊客教育程度與旅遊頻率、事先規劃週期交叉分析表

旅遊頻率與事先規劃週期	第一次	第二次	第三次(含)以上	總和	臨時決定	1~2 週	一個月	半年	一年	總和
教育程度										
小學以下										
個數	30	6	14	50	17	23	9	1	0	50
%	33.0	16.2	20.0	25.3	34.0	34.3	11.8	20.0	0	25.3
國中										
個數	1	0	2	3	2	1	0	0	0	3
%	1.1	0.0	2.9	1.5	4.0	1.5	0	0	0	1.5
高中職										
個數	33	8	13	54	13	11	28	2	0	54
%	36.3	21.6	18.6	27.3	26.0	16.4	36.8	40.0	0	27.3
專科										
個數	11	10	12	33	8	11	13	1	0	33
%	12.1	27.0	17.1	16.7	16.0	16.4	17.1	20.0	0	16.7
大學										
個數	14	12	24	50	8	16	25	1	0	50
%	15.4	32.4	34.3	25.3	16.0	23.9	32.9	20.0	0	25.3
研究所(含)以上										
個數	2	1	5	8	2	5	1	0	0	8
%	2.2	2.7	7.1	4.0	4.0	7.5	1.3	0	0	4.0
總和										
個數	91	37	70	198	50	67	76	5	0	198
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0	100.0

由表 4.4-4 得知，教育程度在高中職以下者，以第一次到訪為最多，而學歷較高者，亦較能接受生態旅遊觀念，故到訪頻率相對較高。普遍高中職至大學學歷者對旅遊事先規劃週期均以一個月者佔多數。

五、遊客職業與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析，結果如 4.4-5 表所示：

表 4.4-5 遊客職業與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表

旅遊同行對象與旅遊頻率	職業	單獨前來	家人親戚	朋友同事	同學師長	其他	總和	第一次	第二次	第三次 (含)以上	總和
		農林漁牧	0	0	0	0	0	0	0	0	0
個數		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
工		1	5	1	0	0	7	2	0	5	7
個數		20.0	5.4	2.1	0	0	3.5	2.2	0	7.1	3.5
%		0	16.3	17.0	0	25.0	12.1	11.0	16.2	11.4	12.1
商		0	15	8	0	1	24	10	6	8	24
個數		0	16.3	17.0	0	0	5.1	6.6	5.4	2.9	5.1
%		0	16.3	17.0	0	0	5.1	6.6	5.4	2.9	5.1
軍警		0	15	8	0	0	10	6	2	2	10
個數		0	16.3	17.0	0	0	5.1	6.6	5.4	2.9	5.1
%		0	16.3	17.0	0	0	5.1	6.6	5.4	2.9	5.1
公教		1	13	8	2	1	25	4	4	17	25
個數		20.0	14.1	17.0	4.0	25.0	12.6	4.4	10.8	24.3	12.6
%		20.0	14.1	17.0	4.0	25.0	12.6	4.4	10.8	24.3	12.6
學生		1	40	14	47	2	104	65	17	22	104
個數		20.0	43.5	29.8	94.0	50.0	52.5	71.4	45.9	31.4	52.5
%		20.0	43.5	29.8	94.0	50.0	52.5	71.4	45.9	31.4	52.5
服務業		2	5	4	1	0	11	2	0	9	11
個數		40.0	5.4	8.5	2.0	0	5.6	2.2	0	12.9	5.6
%		40.0	5.4	8.5	2.0	0	5.6	2.2	0	12.9	5.6
其他		0	12	4	1	0	17	2	8	7	17
個數		0	13.0	8.5	2.0	0	8.6	2.2	21.6	10.0	8.6
%		0	13.0	8.5	2.0	0	8.6	2.2	21.6	10.0	8.6
總和		5	92	47	50	4	198	91	37	70	198
個數		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
%		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

由表 4.4-5 得知，各職業別之旅客，其同行對象均與家人親戚為主。公教人員及服務業從業人員因休假時間較長及有彈性，故旅遊頻率較高。

六、遊客平均月收入與旅遊同行對象交叉分析，結果如 4.4-6 表所示：

表 4.4-6 遊客平均月收入與旅遊同行對象交叉分析表

同行對象 月收入	單獨	前來	家人	親戚	朋友	同事	同學	師長	其他	總和
20,000 元以下 個數	1	44	15	47	2	109				
%	20.0	47.8	31.9	94.0	50.0	55.1				
20,001~40,00 元 個數	1	13	7	1	1	23				
%	20.0	14.1	14.9	2.0	25.0	11.6				
40,001~60,00 元 個數	1	23	10	1	1	36				
%	20.0	25.0	21.3	2.0	25.0	18.2				
60,001~80,00 元 個數	0	7	7	1	0	15				
%	0	7.6	14.9	2.0	0	7.6				
80,000 元以上 個數	2	5	8	0	0	15				
%	40.0	5.4	17.0	0	0	7.6				
總和個數	5	92	47	50	4	198				
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

由表 4.4-6 得知，除收入 20,000 元以下之學生族旅遊同行對象為同學師長佔大多數外，平均旅遊同行對象則以家人親戚為最多。

七、遊客婚姻與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析，結果如 4.4-7 表所示：

表 4.4-7 遊客婚姻與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表

旅遊同行對象與旅遊頻率	單獨前來	家人親戚	朋友同事	同學師長	其他	總和	第一次	第二次	第三次(含)以上	總和
婚姻狀況										
未婚個數	3	43	23	46	3	118	69	19	30	118
%	60.0	46.7	48.9	92.0	75.0	59.6	75.8	51.4	42.9	59.6
已婚無小孩個數	0	4	3	1	0	8	0	0	8	8
%	0	4.3	6.4	2.0	0	4.0	0	0	11.4	4.0
已婚有小孩個數	2	45	21	3	1	71	22	28	31	71
%	40.0	48.9	44.7	6.0	25.0	35.9	24.2	48.6	44.3	35.9
總和個數	5	92	47	50	4	198	91	37	70	198
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

由表 4.4-7 得知，已婚遊客旅遊同行對象為家人親戚佔多數，未婚者以第一次前來之比例為最高，已婚有小孩者之遊客，重遊頻率則較高。

八、遊客居住地與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析，結果如 4.4-8 表所示：

表 4.4-8 遊客居住地與旅遊同行對象、旅遊頻率交叉分析表

旅遊同行對象與旅遊頻率 地區	單獨前來	家人親戚	朋友同事	同學師長	其他	總和	第一次	第二次	第三次(含)以上	總和
北部 個數	1	21	17	4	2	45	22	9	14	45
%	20.0	22.8	36.2	8.0	50.0	22.7	24.2	24.3	20.0	22.7
中部 個數	2	40	12	43	1	98	51	18	29	98
%	40.0	43.5	25.5	86.0	25.0	49.5	56.0	48.6	41.4	49.5
南部 個數	2	31	10	3	1	47	12	9	26	47
%	40.0	33.7	21.3	6.0	25	23.7	13.2	24.3	37.1	23.7
東部 個數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
其他 個數	0	0	8	0	0	8	6	1	1	8
%	0	0	17.0	0	0	4.0	6.6	2.7	1.4	4.0
總和 個數	5	92	47	50	4	198	91	37	70	198
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

由表 4.4-8 得知，各居住地之旅客，平均旅遊同行對象為家人親戚，居住北、中部之旅遊受限於路途遙遠及新中橫公路路況不佳，旅遊頻率以第一次佔 22%及 51%為最多，居住南部者則因阿里山公路穩定性佳，故旅遊頻率較高。

第四節 生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之現況分析

由表 4.5 從遊客對玉山國家公園生態旅遊活動之遊憩偏好八個問項中，總平均數在 4.15，除「有關地質景觀之生態旅遊活動」項之平均數為 3.99 外，其餘七個問項之平均值均在 4 以上，遊憩偏好平均值最高前三項分別為「有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動」、「有關動植物生態等自然研究之生態旅遊活動」及「玉山主峰週邊高海拔步道之生態旅遊活動」，顯示利用玉山國家公園自然環境開辦之生態旅遊活動均能符合一般旅客之遊憩偏好。

滿意度三個問項中，總平均數在 4.14，除因高山地區相關活動經費偏高，物質生活程度較低，致使「收費滿意度」項之平均數值為 3.95 略顯較低外，其餘各項之平均數均在 4 以上，顯示於玉山國家公園所設置解說設施之軟硬體內容及現場解說人員之素養多能遊客之需求。

表 4.5 生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之差異性分析

n=198

項 目	最 小 值	最 大 值	平 均 數	標 準 差
一、遊憩偏好	2.88	5.00	4.15	0.55
1. 原住民文化	2.00	5.00	4.05	0.78
2. 歷史古道	3.00	5.00	4.17	0.69
3. 天文觀察	1.00	5.00	4.33	0.76
4. 自然研究	1.00	5.00	4.24	0.80
5. 與遊樂區串聯	2.00	5.00	4.16	0.77
6. 高海拔步道	1.00	5.00	4.22	0.83
7. 具挑戰性生態旅遊	2.00	5.00	4.03	0.96
8. 地質景觀	1.00	5.00	3.99	0.86
二、滿意度	2.75	5.00	4.14	0.62
1. 收費滿意度	1.00	5.00	3.95	0.80
2. 服務設施滿意度	2.00	5.00	4.11	0.74
3. 解說服務人員滿意度	3.00	5.00	4.31	0.67
4. 整體活動滿意度	2.00	5.00	4.20	0.70
三、行為意向	2.00	5.00	4.30	0.61
1. 再次參與意願	2.00	5.00	4.25	0.69
2. 正向傳播意願	2.00	5.00	4.30	0.66
3. 鼓勵親友參與意願	2.00	5.00	4.35	0.66
四、遊憩衝擊認知	3.00	5.00	4.35	0.51
1. 土地使用之衝擊	3.00	5.00	4.47	0.61
2. 居民生活型態之衝擊	2.00	5.00	4.24	0.72
3. 交通狀況之衝擊	2.00	5.00	4.32	0.68

接下頁

續上頁

4. 就業機會之提供	3.00	5.00	4.20	0.69
5. 當地傳統技藝文化保存之影響	3.00	5.00	4.28	0.67
6. 社區服務產業之推展	3.00	5.00	4.22	0.67
7. 遊客對動物棲息地之環境衝擊	3.00	5.00	4.50	0.62
8. 景觀美感之影響	3.00	5.00	4.43	0.60
9. 自然文化之利用與開發	3.00	5.00	4.46	0.62

遊憩行為意向三個問項中，總平均數在 4.30，各項之平均數均在 4 以上，顯示遊客對玉山國家公園利用其環境資源所辦之生態旅遊活動之重遊率偏高，且能透過口碑行銷，結合朋友團體及家庭親子方式共同參與類似之生態旅遊活動。

遊憩衝擊認知九個問項中，總平均數在 4.35，各項之平均數均在 4.2 以上，遊憩衝擊認知平均值最高前三項分別為「遊客對動植物棲息地之環境衝擊」、「對生態旅遊地區土地使用之影響」、「生態旅遊對自然及文化之利用與開發」。由上可知，參與生態旅遊之遊客對當地動植物之保育、土地適當開發及文化的保存與宣揚，均甚表重視。

第五節 生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之相關分析

本研究並用皮爾森(Pearson)對遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向等四項構面作交叉分析結果如下表。

表 4.6-1 遊憩偏好、遊憩滿意度之 Pearson 分析表

滿意度 遊憩偏好	收費滿意度	服務設施滿意度	解說服務人員滿意度	整體羅動滿意度
1. 原住民文化				
Pearson 值	0.428**	0.430**	0.302**	0.334**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
2. 歷史古道				
Pearson 值	0.295**	0.386**	0.308**	0.373**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
3. 天文觀察				
Pearson 值	0.304**	0.318**	0.255**	0.378**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
4. 自然研究				
Pearson 值	0.275**	0.354**	0.356**	0.350**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
5. 與遊樂區串聯				
Pearson 值	0.287**	0.337**	0.378**	0.401**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
6. 高海拔步道				
Pearson 值	0.269**	0.375**	0.316**	0.368**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
7. 具挑戰性生態旅遊				
Pearson 值	0.217**	0.325**	0.209**	0.308**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000
8. 地質景觀				
Pearson 值	0.248**	0.379**	0.230**	0.318**
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000

**在顯著水準為 0.01 時，相關顯著

根據表 4.6-1 『遊憩偏好』與『滿意度』均達顯著相關。

表 4.6-2 遊憩偏好、行為意向之 Pearson 分析表

行為意向 遊憩偏好	再次參與意願	正向傳播意願	鼓勵親友參加意願
1. 原住民文化 Pearson 值 顯著性	0.326** 0.000	0.250** 0.000	0.184** 0.009
2. 歷史古道 Pearson 值 顯著性	0.384** 0.000	0.386** 0.000	0.306** 0.000
3. 天文觀察 Pearson 值 顯著性	0.231** 0.001	0.239** 0.001	0.210** 0.003
4. 自然研究 Pearson 值 顯著性	0.299** 0.000	0.254** 0.000	0.274** 0.000
5. 與遊樂區串聯 Pearson 值 顯著性	0.272** 0.000	0.280** 0.000	0.260** 0.000
6. 高海拔步道 Pearson 值 顯著性	0.391** 0.000	0.309** 0.000	0.284** 0.000
7. 具挑戰性生態旅遊 Pearson 值 顯著性	0.273** 0.000	0.182** 0.010	0.169** 0.017
8. 地質景觀 Pearson 值 顯著性	0.239** 0.001	0.110 0.124	0.091 0.201

**在顯著水準為 0.01 時，相關顯著

根據表 4.6-2，『遊憩偏好』與『行為意向』未達顯著者：「地質景觀之生態旅遊活動」與「正向傳播意願」及「鼓勵親友參與意願」。

表 4.6-3 遊憩偏好、衝擊認知度之 Pearson 分析表

衝擊 認知 遊憩 偏好	土 地 使 用 衝 擊	居 民 生 活 之 衝 擊	生 態 狀 況 衝 擊	交 通 狀 況 衝 擊	就 業 機 會 提 供	當 地 傳 統 文 化 保 存 影 響	社 區 藝 術 推 展	服 務 產 業 發 展	遊 客 對 景 觀 之 感 覺 地 境 衝 擊	美 化 之 影 響	自 然 之 利 用 與 開 發
1.原住 民文化	0.335**	0.217**	0.162**	0.219**	0.296**	0.254**	0.272**	0.267**	0.224**	0.000	0.001
2.歷史 古道	0.407**	0.293**	0.222**	0.296**	0.320**	0.320**	0.337**	0.351**	0.293**	0.000	0.000
3.天文 觀察	0.297**	0.203**	0.203**	0.291**	0.265**	0.236**	0.299**	0.346**	0.357**	0.001	0.003
4.自然 研究	0.303**	0.232**	0.232**	0.312**	0.229**	0.294**	0.321**	0.385**	0.278**	0.000	0.000
5.與遊 樂區串 聯	0.276**	0.299**	0.229**	0.202**	0.359**	0.387**	0.342**	0.386**	0.344**	0.000	0.000
6.高海 拔步道	0.229**	0.189**	0.189**	0.244**	0.175**	0.298**	0.230**	0.156**	0.158**	0.001	0.026
7.具挑 戰性	0.229**	0.228**	0.226**	0.237**	0.125	0.253**	0.230**	0.189**	0.157**	0.001	0.028
8.地質 景觀	0.226**	0.157**	0.216**	0.263**	0.187**	0.230**	0.239**	0.294**	0.230**	0.000	0.01

**在顯著水準為 0.01 時，相關顯著

根據表 4.6-3,『遊憩偏好』與『衝擊認知』未達顯著者：包括具挑戰性之生態旅遊活動」與「當地傳統技藝文化保存影響」等項目。

表 4.6-4 遊憩滿意度、行為意向之 Pearson 分析表

滿意度 \ 行為意向	再次參與意願	正向傳播意願	鼓勵親友參加意願
1. 收費滿意度			
Pearson 值	0.471**	0.377**	0.396**
顯著性	0.000	0.000	0.009
2. 服務設施滿意度			
Pearson 值	0.533**	0.437**	0.491**
顯著性	0.000	0.000	0.000
3. 解說服務人員滿意度			
Pearson 值	0.468**	0.388**	0.424**
顯著性	0.000	0.000	0.000
4. 整體活動滿意度			
Pearson 值	0.533**	0.550**	0.542**
顯著性	0.000	0.000	0.000

**在顯著水準為 0.01 時，相關顯著

根據表 4.6-4 『行為意向』與『滿意度』均達顯著相關。

表 4.6-5 遊憩滿意度、遊憩衝擊之 Pearson 分析表

衝擊認知 滿意度 偏好	土地 用	使居 活	民生 型	交通 態	狀况 衝	就業 擊	機 會	當 地	傳 統	社 區	服 務	遊 客	對 景	觀 感	美 之	自 影	然 化	文 之	利 用	開 發
1. 收費滿意度																				
Pearson	0.287**	0.236**	0.189**	0.231**	0.219**	0.318**	0.272**	0.285**	0.269**											
顯著性	0.000	0.001	0.008	0.002	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000											
2. 服務設施滿意度																				
Pearson	0.318**	0.214**	0.215**	0.249**	0.291**	0.355**	0.314**	0.317**	0.311**											
顯著性	0.000	0.002	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000											
3. 解說服務人員滿意度																				
Pearson	0.360**	0.280**	0.266**	0.317**	0.314**	0.390**	0.267**	0.327**	0.318**											
顯著性	0.001	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000											
4. 整體羅動滿意度																				
Pearson	0.324**	0.279**	0.203**	0.275**	0.302**	0.382**	0.312**	0.319**	0.387**											
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000											

**在顯著水準為 0.01 時，相關顯著。

根據表 4.6-5 『衝擊認知』與『滿意度』均達顯著相關。

由以上諸表得知，除表 4.6-2 『行為意向』之「正向傳播意願」及「鼓勵親友參與意願」與『遊憩偏好』之「地質景觀」、表 4.6-3 『衝擊認知』之「當地傳統技藝文化保存影響」與『遊憩偏好』之「具挑戰性之生態旅遊」外，其餘之 Pearson 分析結果均有顯著差異。

第六節 遊客屬性及遊憩特性對遊憩偏好因素之變異數分析

本節將針對不同的遊客屬性及遊憩特性對遊憩偏好因素間檢定其差異之顯著性，並由其平均數觀測各因子及變數間之關係。

一、遊客屬性對遊憩偏好因素之變異數分析

遊客屬性係以性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地等七項變數對體驗原住民部落文化之生態旅遊活動、探訪歷史古道之生態旅遊活動、有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動、有關動植物生態等自然研究之生態旅遊活動、與鄰近遊樂區串聯之生態旅遊活動、玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動、具挑戰性之生態旅遊活動、有關地質景觀之生態旅遊活動等八項因素作變異數分析，如表 4.7-1 所示。

就遊客性別而言，除「有關地質景觀之生態旅遊活動」外，男女性遊客對其餘七項生態旅遊活動均有強烈參加意願，男女遊客性別不同對「玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動」及「具挑戰性之生態旅遊活動」均有顯著差異。遊客的年齡對遊憩偏好無顯著的差異。遊客的教育程度對「歷史古道之生態旅遊活動」及「有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動」均有顯著差異，由以教育程度較低者普遍愈能接受。遊客的職業對「具挑戰性之生態旅遊活動」有顯著差異，由以軍警及學生接受度最高。而遊客平均月收入、婚

姻狀況及居住地則無明顯差異。教育程度在高中職以下者，以第一次到訪為最多，而學歷較高者，亦較能接受生態旅遊觀念，故到訪頻率相對較高。高中職至大學學歷者對旅遊事先規劃週期均以一個月者佔數。各職業別之旅客，其同行對象均與家人親戚主。公教人員及業從業人員因休假時間較長及有彈性，故旅遊頻率較高。除收入 20,000 元以下之學生族群旅遊同行對象為同學師長佔大多數外，平均旅遊同行對象則以家人親戚為最多。

表 4.7-1 遊客屬性對遊憩偏好因素之變異數分析表

變項	高海拔步道	具挑戰性生態旅遊
性別		
男	4.34	4.21
女	4.06	3.80
P 值	0.018*	0.004**
教育程度	歷史古道	天文觀察
小學(含)以下		
國中	4.36	4.46
高中職	4.66	4.66
專科	3.92	4.22
大學	4.15	4.00
研究所(含)以上	4.30	4.54
P 值	3.75 0.004**	4.37 0.020*

職業	具挑戰性生態旅遊
農林漁牧	
工	0
商	3.85
軍警	4.08
公教	4.50
學生	4.00
服務業	4.16
其他	3.73
P 值	3.23
	0.007**

註：* 表 p 0.05 **表 p 0.01

二、遊客屬性對滿意度因素之變異數分析

遊客屬性係以性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地等七項變數對活動收費、解說設施、解說服務人員及整體活動等四項因素作變異數分析，如表所示。

本項分析除遊客教育程度對「服務設施」有顯著差異，並以學歷較低者較強烈意願外，其餘如性別、年齡、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地對滿意度均無顯著差異。

表 4.7-2 遊客教育程度、遊憩滿意度因素之變異數分析表

遊客教育程度	服務設施
教育程度	
小學(含)以下	4.32
國中	4.66
高中職	3.88
專科	4.18
大學	4.10
研究所(含)以上	3.87
P 值	0.04*

註：* 表 p 0.05

三、遊客屬性對遊憩衝擊認知因素之變異數分析

遊客屬性係以性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地等七項變數對生態旅遊地區土地使用之影響、生態旅遊對居民生活型態的干擾、生態旅遊地區交通狀況之衝擊、推展生態旅遊對當地就業機會之提供、當地傳統技藝及文化保存之影響、生態旅遊社區服務產業之推展、遊客對動物棲息地之環境衝擊、生態旅遊地區景觀美感之影響、生態旅遊對自然及文化之利用與開發等九項因素作變異數分析，如表 4.7-3 所示。

本項分析除遊客教育程度對「當地傳統技藝及文化保存之影響」有顯著差異，並以專科學歷者較強烈意願外，其餘如性別、年齡、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地對滿意度均無顯著差異。

表 4.7-3 遊客教育程度對遊憩衝擊因素之變異數分析表

教育程度	當地傳統技藝及文化保存之影響
小學(含)以下	4.28
國中	4.33
高中職	3.96
專科	4.42
大學	4.2
研究所(含)以上	4.37
P 值	0.010**

註：* 表 p 0.05 **表 p 0.01

四、遊憩特性對遊憩偏好因素之變異數分析

遊客屬性係以旅遊資訊取得、同行對象、旅遊頻率、事前規劃期程等四項變數對體驗原住民部落文化之生態旅遊活動、探訪歷史古道之生態旅遊活動、有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動、有關動植物生態等自然研究之生態旅遊活動、與鄰近遊樂區串聯之生態旅遊活動、玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動、具挑戰性之生態旅遊活動、有關地質景觀之生態旅遊活動等九項因素作變異數分析，如表 4.7-4 所示。

本項分析除旅遊頻率對「玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動」及「有關地質景觀之生態旅遊活動」有顯著差異，並均以第三次以上旅遊頻率者較強烈意願外，其餘如旅遊資訊取得、同行對象、事前規劃期程均無顯著差異。

表 4.7-4 遊客旅遊頻率對遊憩偏好因素之變異數分析表

變項 \ 因素	玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動	有關地質景觀之生態旅遊活動
旅遊頻率		
第一次	4.17	4.02
第二次	3.89	3.59
第三次以上	4.45	4.17
P 值	0.003**	0.004**

註：* 表 p 0.05 **表 p 0.01

五、遊憩特性對滿意度因素之變異數分析

遊客屬性係以旅遊資訊取得、同行對象、旅遊頻率、事前規劃期程等四項變數對活動收費、解說設施、解說服務人員及整體活動等四項因素作變異數分析，如表 4.7-5 所示。

本項分析除旅遊資訊取得對「活動收費」有顯著差異，並均以報紙取得資訊來源者感受較強烈外，其餘如旅遊資訊取得、同行對象、事前規劃期程均無顯著差異。

表 4.7-5 遊客旅遊資訊取得對遊憩滿意度因素之變異數分析

旅遊資訊取得	活動收費
網路	
旅遊雜誌	3.64
報紙	3.88
電視廣播	4.39
親朋好友	3.98
觀光折頁	3.89
其他	4.00
P 值	4.33
	0.013*

註：* 表 p 0.05

六、旅遊屬性對遊憩衝擊因素之變異數分析

遊客屬性係以旅遊資訊取得、同行對象、旅遊頻率、事前規劃期程等四項變數對生態旅遊地區土地使用之影響、生態旅遊對居民生活型態的干擾、生態旅遊地區交通狀況之衝擊、推展生態旅遊對當地就業機會之提供、當地傳統技藝及文化保存之影響、生態旅遊社區服務產業之推展、遊客對動物棲息地之環境衝擊、生態旅遊地區景觀美感之影響、生態旅遊對自然及文化之利用與開發等九項因素作變異數分析，發現遊憩特性與遊憩衝擊各項均無顯著差異。

第七節 生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之路徑分析

路徑分析(Path Analysis)屬於遞歸(Recursive)體系，探討分析變數間之單向影響關係。而所謂遞歸，有如骨牌效應，係指一連串分析性變數之單向因果關係。路徑分析之目的，在探討原始解釋變數對反應變數之直接效果與間接效果，及預測反應變數的數值。原始解釋變數對反應變數之影響，包含二變數間之直接效果，以及原始解釋變數經由其它解釋變數對最終反應變數所造成的間接效果。

進行路徑分析之前，需先建立路徑圖，而所謂路徑圖(Path Diagram)，係指能呈現出多個變數間之單向影響途徑及影響方向的圖形，箭頭方向表示變數間可能的因果方向；箭頭指向的終端為果，箭頭的開端為因。其建立是來自於邏輯推理、實證經驗、學理基礎、專家共識等方面之推論，並非路徑分析之結果。路徑分析僅能探討實證結果與路徑圖之間是否一致，並不能用來推論變數間之因果關係。

路徑分析之基本假定有下列五點：

- 一、誤差項：誤差項滿足常態性、恆常性、獨立性等三大假定，與迴歸分析同。
- 二、線性：路徑分析僅探討變數間之線性相關，不探討非線性相關。
- 三、可加性：路徑分析為相加模式。
- 四、單向性：路徑模式僅考慮變數間之單向影響，忽略可能存在之雙向關係。

五、封閉性：除了變數間之單向影響外，路徑分析假定變數不會再受其它外力影響，即變數之間自成一封閉體系。

依本研究研究假設所建構之「遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向」間之關係，進行關係模式建構，以生態旅遊服務品質之五項因素(可及性、可靠性、反應性、生態有形性及有形性)對遊客滿意度及購後行為意向間之關係，進行路徑分析，路徑圖如圖 4.1-1 所示。

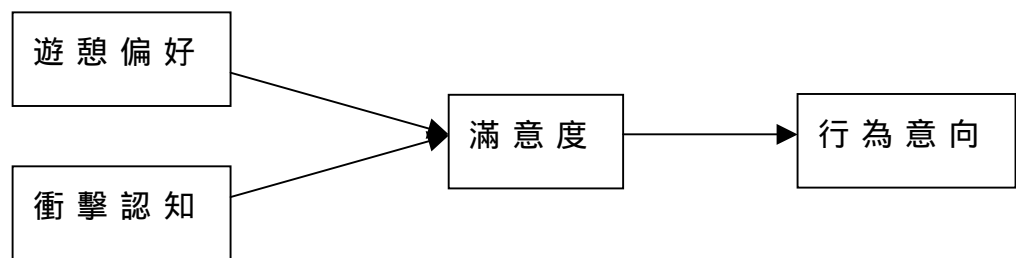


圖 4.1-1 生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向之關係路徑圖

經路徑分析得知，生態旅遊遊憩衝擊會正向的影響滿意度，而滿意度亦會正向影響遊客行為意向(路徑係數=0.4965)。在生態旅遊影響滿意度兩大個因素中，以「衝擊認知」影響遊客滿意度的程度最大(路徑係數=0.5461)，其次則是「遊憩偏好」(路徑係數=0.1059)。各變數間之影響關係如下圖 4.1-2 所示。

表 4.8-1 路徑分析原始模式結果整理

構面	路徑分析		
滿意度	$(A3) = \text{遊憩偏好}(A1) + \text{遊憩衝擊}(A2) + e1$		
	滿意度 = 0.1059 遊憩偏好 + 0.5461 衝擊認知 + e1		
t值	1.0702	0.8618	0.4988
行為意向	$(A4) = \text{滿意度}(A3) + e2$		
	行為意向 = 0.4965 滿意度 + e2		
t值	13.5403		

A1：遊憩偏好 A2：衝擊認知 A3：滿意度 A4：行為意向

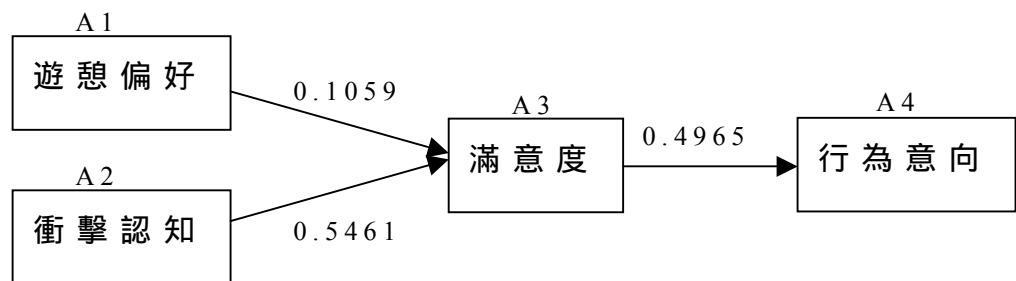


圖 4.1-2 原始路徑模式

路徑模式評鑑方法大致可從下列幾種指標來進行契合度判斷：

一、卡方檢驗 (χ^2 -test)

當 t 值達到顯著水準，代表模型契合度不佳；反之，當 t 值未達顯著水準，表模型契合度良好。

二、模型契合指標

(一)GFI：契合度指標(Goodness-of-Fit Index)

類似於迴歸分析中的可解釋變異量，表示假設模型可以解釋觀察資料的變異數與共變異數的比例。是小於 1 的比值，值愈接近 1，表示模式契合度愈高，相對地，則契合度愈低。

(二)AGFI：調整契合度指標(Adjusted Goodness-of-Fit Index)

類似於迴歸分析中的調整後可解釋變異量。GFI 與 AGFI 均具有標準化的特性，數值介於 0 至 1 之間，數值愈大(愈接近 1)表示契合度愈佳，愈接近 0 表示契合度愈差，一般需要大於 0.9 才可以視為具有理想的契合度。

(三)NFI(Normed Fit Index)、NNFI(Non- Normed Fit Index)

為常用的契合度指數，其值均介於 0 至 1 之間，數值愈大表示契合度愈佳，同時係數值需大於 0.9 才可視為具有理想的契合度。

依照本研究所探討之遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係之模式，原始模式之卡方檢定值小於 0.0001，為顯著值；GFI 及 NFI 均大於 0.9；AGFI 及 NNFI 則分別為 0.6913 及 0.6826(詳見下表 4.8-2)。卡方檢定值如為顯著，表示模式契合度不佳，而 AGFI 及 NNFI 均小於 0.9 亦顯示出模式契合

度較低，故修正原始模式即有其必要性。

表 4.8-2 原始模式契合度指標判斷

模式契合 度指標	卡方檢定	GFI	AGFI	NFI	NNFI
指標值	<0.0001	0.9383	0.6913	0.8887	0.6826
判斷	顯著	>0.9	<0.9	>0.9	<0.9

資料來源：本研究整理

依路徑分析模式修正之判斷，(1)如路徑係數之檢定結果為不顯著，則建議取消兩變數間之因果關係；(2)當變數與變數間之標準化殘差矩陣值大於 1.96，表示兩者之配適度不佳，若此兩變數間之因果關係沒被考慮，則建議增加此兩變數間之因果關係。

原始模式由於模式契合度較不佳，故本研究嘗試進行模式之修正，而修正之判斷則依上述判斷準則進行。

從原始模式中，變數間之標準化殘差值得知(表 4.8-3)，建議增加行為意向與「遊憩特性」及「遊憩衝擊」間之關係。

表 4.8-3 變數間標準化殘差值

變數	變數	殘差值	判斷
行為意向	遊憩特性 (A1)	5.0415	>1.96
行為意向	遊憩衝擊 (A2)	2.8008	>1.96

資料來源：本研究整理

故本研究修正模式如表 4.8-4 所示：

表 4.8-4 路徑分析修正模式結果整理

構面	路徑分析	
滿意度	0.1178遊憩特性 (A1)+0.5412遊憩衝擊 (A2)+e1	
	t值	1.5576 8.0302
行為意向	0.4145滿意度 (A3)+e2	
	t值	8.0283

修正後之路徑關係模式如圖 4.1-3 所示：

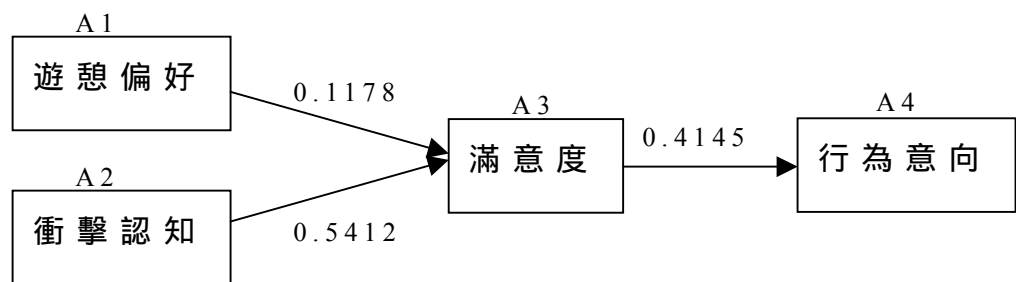


圖 4.1-3 修正路徑模式

修正後模式契合度顯示，卡方檢定值為「不顯著」，表示模式契合度佳；另外，GFI、AGFI、NFI 及 NNFI 等契合度判斷指標均大於 0.9(見表 4.8-5)，顯示修正後之模式契合度優於原始模式。

表 4.8-5 修正模式契合度指標判斷

模式契合 度指標	卡方檢定	GFI	AGFI	NFI	NNFI
指標值	0.0838	1	1	1	1
判斷	不顯著	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9

資料來源：本研究整理

生態旅遊遊憩偏好、遊憩衝擊、滿意度及行為意向間之關係，經修正後路徑分析得知，生態旅遊遊憩偏好正向影響滿意度及行為意向，亦即遊憩偏好愈高，滿意度愈高、遊憩偏好愈高，行為意向愈高；另外，滿意度亦正向影響行為意向，即滿意度愈高，行為意向也愈高。

第五章 結論與建議

第一節 結論

本研究針對回收有效問卷 198 份至玉山國家公園塔塔加遊憩區，參加生態旅遊活動之遊客，探討遊客基本屬性、遊憩特性、遊憩偏好、滿意度及遊憩衝擊認知等之相關研究歸納結論如下：

一、遊客基本屬性

遊客以男性；年齡 20 歲以下者佔多數；教育程度分別以高中職及大學較多；職業以學生及公教人員為主；婚姻狀況則是未婚及已婚-有小孩居多；家庭平均月收入為 20,000 元以下及 40,001~60,000 元居多；居住地主要為苗栗、台中、彰化、雲林、南投等中部地區為主。

二、遊客遊憩特性

旅遊資訊來源以親戚朋友最多；旅遊同行對象主要為家人親戚；旅遊頻率以第一次前來之遊客最多，第三次（含）以上者次之；事前規劃期程則以一個月為數最多。

三、遊客基本屬性與遊憩特性之差異性分析

透過卡方檢定，以遊客基本屬性(性別、年齡、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地)對各項遊客遊憩特性(旅遊訊息來源、旅遊同行對象、旅遊頻率、旅遊事前規劃期程)分析，歸納結論如下：

- (一) 旅遊同行對象在不同遊客屬性之性別、教育程度、職業、平均月收入、婚姻狀況及居住地均呈顯著差異。

(二) 旅遊頻率對遊客屬性之年齡、教育程度、職業、婚姻狀況及居住地也呈顯著差異。

(三) 事前規劃期程亦對遊客年齡及教育程度呈現顯著差異。

四、針對遊客生態旅遊遊憩偏好、滿意度、行為意向及衝擊認知之現況分析，歸納如下：

(一) 遊憩偏好整體平均數在 4.15，最高前三項分別為「有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動」、「有關動植物生態等自然研究之生態旅遊活動」及「玉山主峰週邊高海拔步道之生態旅遊活動」，顯示利用玉山國家公園自然環境開辦之生態旅遊活動能符合一般旅客之遊憩偏好。

(二) 滿意度項總平均數在 4.14，除因高山地區相關活動經費偏高，物質生活程度較低，致使「收費滿意度」項之平均數值為 3.95 略顯較低外，其餘各項之平均數均在 4 以上，顯示於玉山國家公園所設置解說設施之軟硬體內容及現場解說人員之素養多能遊客之需求。

(三) 遊憩行為意向整體平均數在 4.30，各項之平均數均在 4 以上，顯示遊客對玉山國家公園利用其環境資源所辦之生態旅遊活動之重遊率偏高，且能透過口碑行銷，結合朋友團體及家庭親子方式共同參與類似之生態旅遊活動。

(四) 遊憩衝擊認知整體平均數在 4.35，各項之平均數均在 4.2 以上，最高前三項分別為「遊客對動植物棲息地之環境衝擊」、「對生態旅遊地區土地使用之影

響」、「生態旅遊對自然及文化之利用與開發」。由上可知，參與生態旅遊之遊客對當地動植物之保育、土地適當開發及文化的保存與宣揚，均甚表重視。

五、本研究另用皮爾森(Pearson)相關分析對遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向等四項構面進行相關分析，結果發現除『行為意向』之「正向傳播意願」及「鼓勵親友參與意願」與『遊憩偏好』之「地質景觀」、「衝擊認知」之「當地傳統技藝文化保存影響」與『遊憩偏好』之「具挑戰性之生態旅遊」外，其餘各項因素均有顯著差異。

六、旅遊屬性對遊憩衝擊因素之變異數分析

遊客屬性係以旅遊資訊取得、同行對象、旅遊頻率、事前規劃期程等四項變數對生態旅遊地區土地使用之影響、生態旅遊對居民生活型態的干擾、生態旅遊地區交通狀況之衝擊、推展生態旅遊對當地就業機會之提供、當地傳統技藝及文化保存之影響、生態旅遊社區服務產業之推展、遊客對動物棲息地之環境衝擊、生態旅遊地區景觀美感之影響、生態旅遊對自然及文化之利用與開發等九項因素作變異數分析。發現遊憩特性與遊憩衝擊各項均無顯著差異。

七、生態旅遊遊憩偏好、遊憩衝擊、滿意度及行為意向間之關係，經修正後路徑分析得知，生態旅遊遊憩偏好正向影響滿意度及行為意向，亦即遊憩偏好愈高，滿意度愈高、遊憩偏好愈高，行為意向愈高；另外，滿意度亦正向影響行為意向，即滿意度愈高，行為意向也愈高。

第二節 建議

從以上研究結論得知，生態旅遊之特質無論從遊客基本屬性、遊憩特性、遊憩偏好、滿意度及遊憩衝擊認知等而言，均有顯著相互影響關係，生態旅遊活動中之「可及性」及「生態有形性」均影響遊客對整體活動滿意程度及行為意向，故本研究之建議如下：

- 一、建議玉山國家公園應利用本身所擁有獨特天然環境資源，建立生態旅遊之資料檔案，定期將資料以各種方式傳送遊客，並與各相關旅遊業者建立良好公共關係，以實質增加生態旅遊資訊之流通。
- 二、建議玉山國家公園應依不同時節，於不同地點選擇適當遊客，辦理適時之生態旅遊活動，並加強生態旅遊活動中所重要之解說人員素養、活動安排流暢性及解說內容豐富性等無形服務部分。
- 三、配合本研究發現至玉山國家公園參與生態旅遊多為家庭旅遊之特性，建議玉山國家公園應妥善利用園區優雅之環境，提供參與生態旅遊之家庭及其他團體分別有良好之住宿空間，使遊客於身心上皆能獲得適當之陶冶與施展。
- 四、為維持一定之品質，建議玉山國家公園舉辦生態旅遊活動時應同時考量團體之擁擠量及大地環境之承受度，以「多次少量」方式舉辦生態旅遊，其品質及對環境之影響將能達到最完善之境界。

引用文獻

1. 中華民國環境工程學會 (1990), **遊憩用地開發計畫環境影響評估技術手冊**, 行政院環境保護署。
2. 王貞怡與陳墀吉 (2004), **獅頭山風景區遊客特性、遊憩活動偏好與滿意度關係之研究**, 碩士論文, 世新大學觀光學研究所, 台北。
3. 行政院永續發展委員會 (2005), **生態旅遊白皮書**, 行政院永續發展委員會, 台北。
4. 田家駒 (2002), **「生態旅遊地區遊客環境視覺與行為之研究 - 以福山植物園為例」**, 碩士論文, 台灣大學地理環境資源學研究所, 台北。
5. 黃志成與江依芳 (2004), **生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究 - 以日月潭步道生態之旅為例**, 碩士論文, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所, 台中。
6. 汪家夷 (2002), **「生態旅遊之土地分區研究 - 以惠蓀林場為例」**, 碩士論文, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所, 台中。
7. 呂雅雯、王懷亮、張俊彥與林鈺專 (2003), **「玉山國家公園生物多樣性永續經營及利用之研究」**, 內政部營建署玉山國家公園管理處委託研究報告。
8. 呂鴻德、賴宏誌、謝憶文 (2000), **「顧客滿意構面、品牌忠誠度與顧客終身價值關係之研究 - LISREL 模式之實證」**, *Chung Yuan Journal*, 4 (28), 25-36。
9. 李世寶 (2003), **「東勢林場賞螢活動解說員服務效果之研究」**, 碩士論文, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所, 台中。

- 10.李幸蓉(2003),「從遊客的角度探討花蓮港賞鯨活動之解說服務」,碩士論文,東華大學觀光暨遊憩管理研究所,花蓮。
- 11.李雅雯(1998),「服務品質與消費者購後行為相關性之研究-中部地區百貨業為例」,碩士論文,大葉大學事業經營管理所,彰化。
- 12.林士彥、鄭健雄與王姿懿(2003),應用灰關聯分析於多屬性決策評選生態旅遊地點之研究,第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集生態旅遊篇,188-197。
- 13.吳宗瓊與何秉燦(2004),觀光衝擊管理策略之研究-以奮起湖地區為例,第六屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集生態旅遊與衝擊,115-127。
- 14.洪振超(2002),遊客生態旅遊行為之研究-以柴山自然公園為例,碩士論文,中山大學公共事務管理研究所,高雄。
- 15.侯錦雄與郭彰仁(1999),公園不當行管理策略之研究-以台中市六座鄰里公園為例,觀光研究學報 5(1): 1-20。
- 16.張皆欣(1998),金門觀光產業服務品質與遊客滿意度之研究,碩士論文,銘傳大學觀光研究所,桃園。
- 17.黃茹蘭(1996),行道樹視覺景觀偏好影響因素之探討,碩士論文,國立臺灣大學園藝學研究所。
- 18.陳文錦(1989),遊憩規劃中遊客景觀偏好之分析-以台北縣三個鄉鎮為例,碩士論文,臺灣大學園藝學研究所。
- 19.陳昭明、蘇鴻傑與胡弘道(1989),風景區遊客容納量之調查與研究,2-18。

20. 陳炳輝 (2002), 遊客環境態度對生態旅遊影響之研究以大雪山森林遊樂區生態旅遊為例, 碩士論文, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所, 台中。
21. 歐聖榮與蕭芸殷 (1998), 「生態旅遊遊客特質之研究」, 戶外遊憩研究, 3 (11), 35-58。
22. 賴明洲、薛怡珍、呂適仲、詹雅文與黃士嘉 (2003) 國家公園發展生態旅遊之效益評估, 第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集生態旅遊篇, 166- 176。
23. 楊宏志 (1995), 何去何從: 森林遊樂區遊憩容納量, 戶外遊憩研究 8(4): 75-93。
24. 觀光局 (2002), 生態旅遊白皮書, 觀光局網站資料。
25. 詹怡泓與洪維勵 (2003), 遊客對原住民觀光之知覺與互動關係之研究 - 以烏來及茶山為例, 第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集生態旅遊篇, 198- 211。
26. 趙芝良 (1996), 「森林生態旅遊地選址評估模式之研究」, 碩士論文, 中興大學園藝學系, 台中。
27. 顏宏旭與歐聖榮 (1994), 金門地區觀光發展衝擊認知之研究, 碩士論文, 中興大學園藝研究所。
28. 顏家芝、薛雅丹、朱孟玲、江秀茹與劉凱琍 (2003), 老舊社區居民對觀光開發衝擊認知與態度的評估 - 以大稻埕地區為例, 第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集休閒遊憩效益篇, 145-157。
29. 鄭先祐 (1992), 生態環境影響評估學, 徐氏基金會。
30. 劉儒淵 (1989), 戶外遊憩對環境之衝擊及其管理維護, 戶外遊憩研究 2(1): 3-17。
31. 吳宗正、吳育東, LISREL 模式應用於行動電話消費者滿

- 意度之研究，國立成功大學統計研究所，碩士論文，台南。
32. 范莉雯 (2002)，「大學生參與生態旅遊行為意向之研究 - 以東海大學學生為例」，碩士論文，台中師範學院環境教育研究所，台中。
33. 蔡伯勳 (1986)，「遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景遊憩區實例調查」，碩士論文，台灣大學園藝研究所，台北。
34. 葉晶雯 (1997)，顧客知覺品質、滿意度與行為傾向關係之分析。東吳大學企業管理學系碩士班碩士論文。
35. 游宗仁 (2002)，全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系，碩士論文。
36. 劉立偉 (2000)，生態遊憩區管理 - 以福山植物園與四獸山市民森林為例，碩士論文，台北大學資源管理所。
37. 賴其勳 (2001)，消費者行為，滄海書局，台中。
38. 謝金燕、甘唐沖與陳建宏 (2002)，「主題遊樂園遊客購後行為意向之研究 - 以布魯樂谷親水主題樂園為例」，第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會，休閒理論與遊憩行為篇，153-166。
39. Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R., & Kieselbach, S. (1988), The impact of tourism development on residents' of community life. *Journal of Travel Research*. 27(1): 16-21.
40. Ap, J. (1990) Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Tourism Research*. 17(4):

610-616.

41. Beard, J.G., & Ragheb, M.G. (1980) Measuring leisure satisfaction. *Journal of leisure research*, 12(1): 20-33.
42. Belisle, F.J. & Hoy, D.R. (1980) The perceived impact of tourism by residents-a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*. 7(1): 83-99.
43. Brougham, J.E., & Butler, R.W. (1981) A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*. 8(4): 569-589.
44. Buckley, R. (1994) A framework for ecotourism, *Annals of Tourism Research*, 21(3): 661-669.
45. Churchill, G.A. and Surprenant C. (1982) "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction". *Journal of Marketing Research*, 19, pp. 491-504.
46. Clark RN, Stankey GH, 1991. New forestry perspectives The importance of asking the right questions. *For Perspect 1*:9-13.
47. Folkes, Valerie S. (1988). Recent attribution research in consumer behavior: *A review and new directions*. *Journal of Consumer Research*, 14(3), 548-565.
48. Glasson, J. & Heaney, D 1993 "Socio-economic impact: the poor relations in British environment impact statements", *Journal of Environment Planning and Management*.
49. Din, K.H. (1989) Islam and tourism patterns, issues, and

- options. *Annals of tourism research*. 16(4): 542-563.
50. Engel, J.E., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995), *Consumer Behavior*, Chicago Dryden Press.
51. Fleming, W.R. & Toepper, L. (1990) Economic impact studies: relating the positive and negative impacts to tourism development. *Journal of Travel Research*, 29(1): 35-42.
52. Fornell, C. (1992), "A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience", *Journal of Marketing*, pp.6-21.
53. Grenier, D., Kaae, B.C., Miller, M.L., & Mobley, R.W. (1993) *Ecotourism, landscape architecture and urban planning*. *Landscape and Urban Planning*, 25: 1-16.
54. Inskip, E., (1991) *Tourism Planning – an Integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold. pp. 365-402.
55. Kotler, Philip (1994), *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 8th ed. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. pp.174.
56. Long, P.T. & Rerdue, R.R. (1990) The economic impact of rural festivals and special events: assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of travel research*. 28 (4): 10-14.
57. Mathieson, A., & Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman.
58. Mannel, R. C. (1989) Leisure satisfaction. In E. L. Jackson,

- & T. L. Burton (Eds.), *Understanding leisure and recreation: Mapping the past, charting the future*. State college, PA: Venture Publishing. pp. 281- 301.
59. Olokesusi, F. (1992) Environmental impact assessment in Nigeria: current situation and directions for the future. *Journal of environment management*. 35: 163-171.
60. Pizam, A. (1978) Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*. 16(4): 8-12.
61. Ryan, C., (1991) *Recreational Tourism*. Routledge, Chapman and Hall Inc. London. pp. 131- 166.
62. Shelby, B., and T.A. Heberlein. 1986. Carrying Capacity in Recreation Settings. Corvallis: Oregon State University Press.
63. Sirakaya, E., Sasidharan, V., and Sonmez, S. (1999), "Redefining Ecotourism: The need for a supply-side view". *Journal of Travel Research*, Vol. 38, No. 2, 167-182.
64. Snaith, T. & Haley, A. J. (1994) *Tourism's impact on Host lifestyle realities, in the tourism: the state of the art*, London: Wiley, pp. 118-123.
65. Young, G., (1973) *Tourism: Blessing or Blight*. Penguin Book Inc. Baltimore Maryland. pp.111-131.
66. Zeithmal, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman A. (1996), "The Behavioral Consequences Service Quality". *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp. 31-46.

生態旅遊遊憩偏好、衝擊認知、滿意度及行為意向關係 之研究 - 以玉山國家公園塔塔加遊憩區為例

問 卷 調 查 表



問卷編號：_____ 訪員：_____ 日期：_____ 地點：_____

親愛的遊客，您好：

歡迎來到玉山國家公園，這一份研究調查想了解您對玉山國家公園發展生態旅遊之意見，以作為玉山國家公園管理處日後規畫之參考，請您撥冗就下列幾個問題提供寶貴的意見。本問卷之填答採無記名方式，內容將不對外公開，在此感謝您的合作與參與，並祝您旅途愉快。

國立台灣體育學院 體育研究所

指導教授：林文郎 博士

研究生：鄭肇家

請您就下列敘述在適當的 內打勾

壹、遊憩特性

1. 您從何處得知玉山國家公園內相關旅遊的資訊？

網路 旅遊雜誌 報紙 電視或廣播

親朋好友

觀光宣傳摺頁 其它：_____

2. 您和誰一同前來玉山國家公園進行旅遊？

單獨前來 家人親戚 朋友同事 同學師

長 其它 _____

3. 您是第幾次到玉山國家公園進行旅遊？

第一次

第二次

第三次(含)以上

4. 本次旅遊之事前規劃期程為：

臨時決定

1-2 週

一個月

半年

一年

貳、遊憩偏好

您對玉山國家公園生態旅遊活動之參與意願 -

	非 常 沒 有	沒 有 意 意	普	有 意 願	非 常 有 意 願
--	------------------	------------------	---	-------------	-----------------------

1 2 3 4 5

1. 體驗原住民部落文化之生態旅遊活動

2. 探訪歷史古道之生態旅遊活動

3. 有關天文觀察(觀星、賞月)之生態旅遊活動

4. 有關動植物生態等自然研究之生態旅遊活動

5. 與鄰近遊樂區串聯之生態旅遊活動

- 6.玉山主峰周邊高海拔步道之生態旅遊活動
- 7.具挑戰性之生態旅遊活動
- 8.有關地質景觀之生態旅遊活動