

國立高雄應用科技大學

觀光與餐旅管理研究所

碩士論文

遊客對國家公園解說導覽服務之願付價格研究~
以墾丁國家公園為例

研究生：黃儀蓁

指導教授：李明聰

中華民國九十五年七月

遊客對國家公園解說導覽服務之願付價格研究
~以墾丁國家公園為例

**The Research of Tourist's Willingness to Pay for Interpretative Service
in Kentin National Park**

研究生：黃儀蓁

指導教授：李明聰

國立高雄應用科技大學

觀光與餐旅管理研究所

碩士論文

A Thesis Submitted to Institute of Tourism and Hospitality Management
National Kaohsiung University of Applied Sciences in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Degree of Master Business Administration.

July 2006

Kaohsiung, Taiwan

中華民國九十五年七月

遊客對國家公園解說導覽服務之願付價格研究 ~以墾丁國家公園為例

學生：黃儀蓁

指導教授：李明聰

國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士班

摘 要

國際社會逐漸重視自然資源的維護，生態保育意識亦隨之高漲，對生態、自然也開始抱持著反省的態度，而生態旅遊即是以自然為主的形式，希望遊客欣賞自然環境時能達成生態、社會、文化和經濟的永續性，並增加遊客對生態之了解，引導其進行生態保育的行為。欲使遊客對自然環境有更深層瞭解的媒介有很多，其中以解說員進行解說導覽的方式最能讓遊客感同身受，經由解說員深入且生動的解釋，可以讓遊客較易理解狀況，並投入較多的情感。

依據使用者付費之精神，若進入墾丁國家公園之遊客願意支付解說導覽服務費用及生態保護區門票，則所得之收入可提供墾丁國家公園進行保育及相關設施之維護，故本研究針對蒞臨墾丁國家公園之遊客進行研究，將前往墾丁國家公園管理處簡報室之遊客歸類為欲前往保護區之遊客；將前往鵝鑾鼻、貓鼻頭、墾丁森林遊樂區、佳樂水、海生館之遊客歸類為一般旅遊之遊客，分別探討市場區隔後兩類遊客的社經背景、旅遊特徵、遊客對解說導覽服務及生態保護區門票願付價格之關係，以問卷調查之方式，共計發出問卷 950 份，總計回收有效問卷 820 份，有效回收率為 86.3%。

針對到墾丁國家公園欲前往保護區之遊客，依據遊客對生態旅遊的行為將遊客區分為四個集群，分別探討不同生態旅遊行為的遊客對生態保護區門票及解說導覽服務費用之願付價格，四類集群遊客分別命名為「一般遊客」、「積極參

與」、「行動缺乏」和「自我中心」。四集群對於收取『生態保護區門票』用以「增加政府財政收入」以及支付『解說導覽費用』用以「增加政府稅收來源」之願付價格皆明顯低於其他付費項目；而對於收取『生態保護區門票』用以提供「國家公園進行生態保育」及支付『解說導覽費用』作為「解說員之薪資」、「生態保育經費」、「生態教育費用」四項收費方式的願付價格皆高於 120 元。針對到墾丁國家公園進行一般旅遊之遊客，依據遊客生活型態將遊客區分為四個集群，分別探討不同生活型態的遊客對生態保護區門票及解說導覽服務費用之願付價格，四類集群遊客分別命名為「環境破壞」、「利己導向」、「環境優先」和「大眾導向」。以「大眾導向」之遊客集群對於收取『生態保護區門票』提供「國家公園進行生態保育」之願付價格最高，而此四類遊客對於支付解說導覽費用增加政府稅收來源的願付價格最低。

【關鍵詞】：生態旅遊、願付價格、生活型態

The Research of Tourist's Willingness to Pay for Interpretative Service in Kentin National Park

Student : Yi-Chen Huang

Advisors : Dr. Ming-Tsung Lee

**Institute of Tourism and Hospitality Management
National Kaohsiung University of Applied Sciences**

Abstract

International society takes the protection of physical resource seriously in recent years. People start to have the attitude for reflection with nature and ecological environment. Ecotourism use a natural way to make the tourists understand the ecological environment after they visit the physical environment and also make them starting to protect the ecological resource. One of the best ways to make tourist understanding nature environment is through the narrator. After the narrator introduct, tourists can understand the situation easily and have more emotion into the environment. The interaction between narrator and tourists may increase the interest. Using the local people to be the narrator is adaptable because they had lived for a long time and more familiar with others.

According to the rule of paying when using, the admission can be useful in many constructions or preservation. This study checks up the visitor's database, characteristic of tour, willingness to pay for the admission and the charge for narrators. We dispensed 950 qusionnaires and backed 820 questionnaires; the operative rate is 86.3 %.

The purpose of this study was to explore the tourists' attitude, behaviour, motivation, lifestyle, characteristic about travel, willingness to pay for the admission ticket in ecological reserve area and willingness to pay for the fee of interpretive service in Kentin national park. Each part of tourists shows the different level of willingness to

pay the fee of interpretive service and the admission ticket to 6 pay items. According to behaviour factors, the tourism would go to the reservation can be categorized into four groups which be named for “Public Tourist”, “Activity Tourist”, “No Action” and “Self-Centredness”. These parts show lowest willingness to pay for increasing government’s revenue and all of them are willingness to pay for national park to protect eco-environment. Their willingness to pay prices is higher. According to lifestyle factors, the tourists can be divided into four groups, too. They are named for “Environment Damage”, “Self-Regard”, “Environment Priority” and “Public Inclination”. “Public Inclination” has the highest willingness to pay prices in these four groups. Theses four groups also have lowest willingness to pay prices in the item that pay for increasing government’s revenue.

Key Word: Ecotourism, Willingness to Pay, Lifestyle

目 錄

摘要	I
ABSTRACT	III
目錄	V
表目錄	VIII
圖目錄	IX
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究限制	3
1.2.1 抽樣地點的限制	3
1.2.2 願付價格之推論不易	3
1.2.3 封閉式問卷之缺點	4
1.2.4 管理單位對遊客願付價格之影響	4
第二章 文獻探討	5
第一節 生態旅遊	5
2.1.1 生態旅遊之定義	5
2.1.2 生態旅遊之概念	7
2.1.3 生態保護區收費問題	8
2.1.4 環境資源的永續經營	11
2.1.5 遊客對生態旅遊的行為與態度	13
第二節 旅遊動機	16
第三節 願付價格	18
2.3.1 遊憩資源經濟效益之分類	18
2.3.2 非市場性財貨評估法	19
2.3.3 條件評估法	21
第四節 解說導覽	24
2.4.1 解說的定義	24
2.4.2 解說員與解說之功能	25
第五節 環境態度	27
2.5.1 態度的定義	27
2.5.2 環境態度的定義	28
2.5.3 環境態度的量表	28
2.5.4 環境態度之相關研究	30
第六節 生活型態	31
2.6.1 生活型態之定義	31

2.6.2 生活型態之衡量	32
第三章 欲前往保護區之遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例	34
第一節 研究方法	35
3.1.1 研究假設	35
3.1.2 研究架構	35
3.1.3 研究對象	36
3.1.4 抽樣方法	36
3.1.5 問卷設計	36
3.1.6 統計分析方法	43
第二節 結果與討論	45
3.2.1 受訪者的社經背景和旅遊特徵	45
3.2.2 遊客對生態旅遊的行為	46
3.2.3 遊客對生態旅遊的態度	47
3.2.4 遊客參與生態旅遊的動機	48
3.2.5 欲前往保護區之遊客市場區隔	49
3.2.6 遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格	53
第三節 結論與建議	58
第四章 一般旅遊遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例.....	60
第一節 研究方法	60
4.1.1 研究假設	60
4.1.2 研究架構	60
4.1.3 研究對象	61
4.1.4 抽樣方法	61
4.1.5 問卷設計	61
4.1.6 統計分析方法	73
第二節 結果與討論	74
4.2.1 受訪者的社經背景和旅遊特徵	74
4.2.2 遊客對環境的態度	75
4.2.3 遊客之生活型態	76
4.2.4 遊客旅遊動機	77
4.2.5 蒞臨墾丁國家公園遊客之市場區隔	78
4.2.6 遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格	81
第三節 結論與建議	85
第五章 結論與建議	87
第一節 結論	87
5.1.1 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之社經背景與旅遊特徵比較	87

5.1.2 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之市場區隔與願付價格比較	90
第二節 建議	93
參考文獻	78
中文部份	94
英文部分	98
附件一 欲前往保護區之遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例 正式問卷	87
附件二 一般旅遊遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例正式問 卷	89

表目錄

表 2.1 墾丁國家公園各景點門票價格 -----	11
表 2.2 條件評估法、特徵價格法、旅遊成本法之比較-----	21
表 2.3 國內公民營單位解說員收費金額、方式比較-----	26
表 2.4 生活型態量表 -----	33
表 3.1 遊客社經背景問卷設計 -----	37
表 3.2 遊客旅遊特徵問卷設計 -----	38
表 3.3 遊客對生態旅遊的行為問卷設計 -----	39
表 3.4 遊客對生態旅遊的態度問卷設計 -----	40
表 3.5 遊客生態旅遊動機問卷設計 -----	41
表 3.6 遊客對生態保護區門票的願付價格問卷設計-----	42
表 3.7 遊客對於解說導覽服務之願付價格問卷設計-----	43
表 3.8 遊客對生態旅遊的行為因素分析 -----	46
表 3.9 遊客對生態旅遊的態度因素分析 -----	47
表 3.10 遊客參與生態旅遊的動機因素分析 -----	48
表 3.11 欲前往保護區之遊客市場區隔 -----	49
表 3.12 欲前往保護區之遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格 -----	56
表 3.13 前往墾丁國家公園及七股黑面琵鷺保護區之遊客願付價格比較 -----	57
表 4.1 各景點有效樣本數 -----	61
表 4.2 一般遊客社經背景問卷設計 -----	62
表 4.3 一般遊客旅遊特徵問卷設計 -----	62
表 4.4 一般遊客對環境的態度問卷設計 -----	63
表 4.5 一般遊客之生活型態問卷設計 -----	68
表 4.6 一般遊客的旅遊動機問卷設計 -----	70
表 4.7 一般遊客對生態保護區門票的願付價格問卷設計-----	72
表 4.8 一般遊客對於解說導覽服務之願付價格問卷設計-----	72
表 4.9 一般遊客對環境的態度因素分析 -----	76
表 4.10 一般遊客生活型態因素分析 -----	76
表 4.11 一般遊客旅遊動機因素分析 -----	77
表 4.12 蒞臨墾丁國家公園一般遊客之市場區隔 -----	78
表 4.13 一般旅遊遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格 -----	84
表 5.1 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之社經背景與旅遊特徵比較-----	87
表 5.2 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之市場區隔比較-----	91

表 5.3 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之願付價格比較----- 92

圖目錄

圖 3.1 欲前往保護區之遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例之研究架構-----	36
圖 4.1 一般旅遊遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例之研究架構-----	60

第一章 緒論

由於休閒觀念的改變，旅遊活動因而有大幅成長的趨勢，而社會的多元化使得旅遊的型態亦有所變化，現今普遍的旅遊方式已從傳統的大眾觀光轉變為以自然取向為主的生態旅遊。發展生態觀光的呼聲在國內亦逐漸形成一股風潮，交通部觀光局將 2003 年定為生態觀光年，也使得生態觀光的發展成為一項必然的趨勢。生態觀光應是不傷害原生環境前提之下，啟發遊客對於自然的體驗，並致力於生態保育的旅遊活動，同時也可將此活動視為一種對環境的關懷行為。在發展生態觀光之餘，除對環境的破壞應高度注意外，參與生態旅遊的遊客之行為、態度、動機對於生態環境的破壞及發展有很大的影響，由於對自然環境的不了解，遊客的舉動都會破壞生態的平衡，因此便需要有解說員來傳遞相關知識，達到資訊傳播的效果並且激發遊客對環境保育的意願，而若由國家公園管理處所認證之解說員帶領進入生態保護區，並且向遊客收取費用，則遊客願意支付之費用則可提供國家公園做不同的用途。本研究重點將放在欲前往保護區之遊客之行為、態度、動機以及其願付價格(Willingness To Pay, WTP)和一般遊客對態度之環境、生活型態、旅遊動機及其願付價格，並使用項目分析、信度分析、因素分析、集群分析、單因子變異數分析、卡方、簡單迴歸等分析方法進行研究。

第一節 研究動機與目的

生態旅遊包含環境資源、當地居民及觀光三大要素，三者之間存有利益互惠的關係，環境資源需靠觀光收入來維護，當地居民需靠觀光來帶動地方發展，觀光需藉環境資源來吸引遊客以產生收益，並需獲得當地居民支持以永續發展(Ross & Wall, 1999)。

目前國內外有許多的義務解說員投入解說志工的行列，志願在不收費的情形下與遊客分享其對環境的熱愛、進行交流；然而，為了培育優秀的解說員，培育管理單位必須付出眾多的成本與人力(吳淑鈺，2000)，且解說員本身仍必須不斷的進修以及藉著經驗分享提升自身解說能力，使遊客能有最佳之體驗與感受。解

說方面事務的執行須花費許多時間與金錢，基於使用者付費之精神，目前部分從事解說活動之機構或個人在解說活動的進行中必須收取解說費用以支持解說人員津貼，或是作為行政運作之補貼、保育基金等(方怡蓁，2004)。基於上述，本研究認為若培育保護區當地居民為解說人員，不僅可減少訓練時間及人力，亦可增加解說之深度，由於居民的在地性，因此對於當地之人文、自然及環境有高度認同感也較為熟悉，藉此可提供遊客詳細豐富的解說內容；而收取之解說費用可部份用於解說員的薪資支出或提供保護區維護、管理運作上之補貼，無論是何種用途，都算是回饋當地民眾之作法，此種作法與 Ross and Wall(1999)所提之概念相符合。

墾丁國家公園為我國第一座國家公園，其三面環海，同時涵蓋陸域與海域，海陸域面積廣大。由於百萬年來地殼運動不斷的作用，造就了珊瑚礁、海蝕地形、崩崖地形等奇特的地理景觀。特殊的海陸位置加上熱帶氣候的催化，此孕育出豐富多變的生態樣貌，海岸林帶的植物群落尤其特殊罕見，每年還有大批候鳥自北方飛來過冬，數量之多蔚為奇觀；海底的珊瑚景觀亦多樣化。為維護墾丁國家公園豐富的自然資源，由解說員提供解說服務使遊客對於環境有正確的態度及認同感，進而強化其對環境的正面行為，另一方面，環境、生態保育所需之相關設施的維護亦是不可缺乏及省略的重點。上述所提之要點皆需大筆經費支出以維持生態環境，但由於經濟受到政治因素影響，經濟環境的改變使政府財力吃緊，可藉由支付解說導覽費用及收取生態保護區門票兩種方式以減輕政府財政支出及增加稅收來源，並可提撥部份收入提供國家公園進行生態保育、作為生態教育費用、支付解說員之薪資以維持墾丁國家公園內之正常運作，此乃促成本研究之動機。

本研究以解說員之解說服務作為吸引遊客支付費用之項目，因此解說員之特質與解說活動執行能力會使參與之民眾有不同的感受與滿意度，進而影響其支付意願，由於(1)解說活動並非屬於公開買賣之財貨，解說員之效益亦非市場財貨可衡量；(2)條件評估法(Contingent Valuation Method, CVM)之應用在誘導支付模式

上有多種設計；(3)為評估出遊客對解說員解說導覽及各價格項目之價值，因此本研究以條件評估法了解遊客對於解說活動的願付價格，藉此進一步探討遊客對各項目願意支付之金額與其社經背景、旅遊動機、生活型態、環境態度、願付價格等之變項，問卷填答方式以封閉式問卷進行，其備有下述優點：(1)具有易答、省時的特性，減少受訪者的回答壓力(方怡蓁，2004)；(2)出價方式較能接近消費者一般的交易方式，較能引導出其心中的真實反應(Boyle & Bishop, 1988)；(3)避免起始點偏誤，且把策略性偏誤降至最低(Randall *et al.*, 1993)。本研究基於上述之優點予以引用提供受訪者填寫。

第二節 研究限制

1.2.1 抽樣地點的限制

本研究針對欲前往保護區之遊客之抽樣為依據墾丁國家公園南仁山生態保護區環境教育活動實施要點暨龍坑生態保護區環境教育活動實施要點，其規定獲准進入生態保護區之遊客，需先至墾丁國家公園管理處聽簡介及注意事項，方可進入生態保護區。本研究僅以墾管處遊客中心之大小簡報室為問卷發放地點，但遊客並不一定選擇南仁山生態保護區及龍坑生態保護區來進行生態旅遊，尚有部份可從事生態旅遊之景點不需事先進入墾管處聽取簡報及可進入，如龍鑾潭自然中心、社頂公園、砂島貝殼砂展示館等，因此抽樣未能普及。

針對進入墾丁國家公園從事一般旅遊之遊客，本研究所抽樣之地點依據墾管處 2000~2006 年前往墾丁國家公園之遊客人數統計顯示，此段期間前往墾丁國家公園內各景點人數累計最多之前五名分別為鵝鸞鼻、貓鼻頭、墾丁森林遊樂區、佳樂水、海生館。故本研究僅選定以前往此五個景點之遊客為研究調查對象，但墾丁國家公園內因地景資源豐富，遊客從事旅遊活動之方式有所差異，若抽樣遊客人數最多之前五名景點，則未能代表其它小眾旅遊方式之遊客。

1.2.2 願付價格之推論不易

本研究針對墾丁國家公園內管理處內之遊客進行問卷調查，由於墾丁國家公

園內之景點特性、解說員的解說方式不同等變數，因此研究結果無法推論至其它國家公園且無法推測其它國家公園遊客之最高願付價格。

1.2.3 封閉式問卷之缺點

本研究之問卷係針對遊客之社經背景、旅遊特徵及封閉式願付價格的填寫方式，僅能就遊客填答結果進行分析，可能無法完全真實呈現遊客之實際狀況與內心真正的想法。

1.2.4 管理單位對遊客願付價格之影響

因墾丁國家公園為國家所設之公園，除部份景點需支付門票外，大多數設施皆供遊客免費進入，部份遊客基於此因素而在問卷中表達拒絕支付門票及解說導覽費用，因此造成本研究在願付價格金額上會較其它保護區低。

第二章 文獻探討

第一節 生態旅遊

2.1.1 生態旅遊之定義

生態旅遊(Ecotourism)為以自然為本，並以自然為導向的調整性觀光活動。生態旅遊主要包含一些對環境較為友善的活動，如爬山、健行、自然觀察和自然攝影等等。相對於大眾旅遊而言，生態旅遊是一種自然取向的觀光旅遊，並被認為是兼顧自然保育與遊憩發展目的的活動(郭岱宜，1999)。生態旅遊所包含的活動類型大多為自然類型的活動，而近來趨向於將參訪人類文化(如參觀歷史建築物、古蹟、考古遺址)也納入生態旅遊的範疇中，如世界觀光組織(World Tourism Organization, WTO)主張將人類文化的活動納入生態旅遊的範疇中，但在處理上要仔細小心，因為通常在原野的保護區類都會留有具觀光價值的文化資產，否則容易造成訂定生態旅遊規範時的灰色地帶，因為有時文化資產的維護與管理和自然生態的保育衝突，所以推動生態旅遊應該還是回歸到自然環境的考量上(郭岱宜，1999)。

Ceballos-Lascurain(1987)提出生態旅遊是在未受人為干擾或污染的地區旅遊。遊客懷有特定目標的旅行(包括研究欣賞及享受當地的景觀和野生動植物及任何現存的文化特質)。Zieffer(1989)認為生態旅遊是一種啟發性的旅遊形式，主要建基於當地自然歷史、固有文化。遊客扮演一種非消耗者的角色使用野生與自然資源，透過勞力或經濟的方式，直接貢獻於當地保育活動及居民的經濟福利。當地國家或地區的經營管理策略，可藉由經費的補助、立法、當地民眾參與等規劃方式，經營管理當地的土地利用方式，進而促進社區發展的目的，並且應加強遊客欣賞和提倡於保育議題和當地居民的特定需求。

Eagles and Fennell(1989)認為生態旅遊是一種保護資源的觀光。遊客不只是追尋自己的經驗，並且尋求解說員及觀光經營者的協助以及指導。Boo(1990)認為生態旅遊之旅遊策略應為保護區籌募基金，造就地區社會就業機會，遊客必須以自

然保育為目的來從事旅遊，而生態旅遊亦須提供環境教育等功能。Stewart(1994)以永續利用之觀念基礎認為生態旅遊即是對原有生態體系及文化之衝擊降至最低的一種旅遊方式。Sirakaya 等(1999)認為生態旅遊是經過細心規劃的旅遊活動(包含自然、歷史、植物學、鳥類學或考古學)，並以健全的生態原則共存。生態旅遊必須不造成生態或是歷史資源的損失，其為旅行業者支持當地資源、經營者、住宿、導遊、和其他遊客或是服務的經營哲學，並需要能支持當地的保育規劃和長期的資源利用。

李思屏(2000)對生態旅遊之定義為生態旅遊不應該只是短時間的流行，也不是環境利益的風潮，必須往下紮根反對不負責任的環境行為。透過適當、小心的規劃，包括遊客環境教育、居民解說訓練及鞏固當地居民的主導地位，期許在環境倫理道德和經濟利益兩大理論之間取得平衡的關係，且保護受到威脅的自然地區，建立自然、歷史以及土著文化(含原住民或該社區的文化)的旅遊；強調遊客以欣賞、參與、保護的敏感與非消費性的角色來跟社區發生互動關係，透過付費的方式，對當地保育與居民有所責任與回饋，並讓遊客自然而然在旅遊中有所覺醒，瞭解四周的環境資源是需要保護的並對環境議題敏感而樂於參與保育行動。

李思屏(2000)整理相關文獻後認為生態旅遊為一種享受當地資源且維持當地社區概念的旅遊，強調當地資源保育及遊客責任。Buckley(1994)認為環境與生態旅遊之間應以自然環境為吸引觀光旅遊市場的產品，強調遊客對環境態度的改變與遊客之環境教育間的關係，經營者的管理應將環境衝擊減到最低且需間接或直接的對旅遊地保育有經濟上或實質上之貢獻。郭岱宜(1999)歸納文獻後認為生態旅遊的特點在於將對環境的衝擊減到最小，不損壞自然環境，維護生態的永續，以最尊重的態度對待當地文化並以最大的經濟利潤回饋地方，給參予遊客最大的遊憩滿足，而通常出現於相對少受干擾的自然區域，遊客應切身成為對自然環境保護、管理的正面貢獻者以建立一套適合當地的經營管理制度為目標。生態旅遊是一種期望對當地環境的衝擊最小，對環境保護和能源資源的保育有所貢獻，必須創有基金提昇持續保育生態及人文的資源，強調遊客和當地的相互交流與了

解，並能增加當地社區的經濟利益、就業機會與社會福祉(Sirakaya *et al.*, 1999)。

綜合上述可了解生態旅遊是一種旅遊的形式，主要立基於當地自然、歷史以及傳統文化上。生態旅遊者以精神欣賞、參予和培養敏感度與低度開發地區產生互動，旅遊者扮演一種非消費者的角色，融合於野生動物及自然環境間，透過勞力或經濟方式，對當地保育和住民做出貢獻。所以，生態旅遊的概念不僅可應用於保護區，其他以自然資源為立基的遊憩方式都應注入生態旅遊的觀念；另外，生態旅遊還有另一層面向，即國家和區域政府的角色與功能有責任維持地方居民的生活，可經由補助金錢、立法和實質改善計畫著手，來管理土地和提升當地民眾的生活水準。

2.1.2 生態旅遊之概念

生態旅遊發展至今已成為國際保育和永續發展之基礎概念。生態旅遊提供遊客的旅遊特色，包括人類學、生物、文化、生態、原始民族、叢林、科學、鄉村等方面，而其旅遊運作型態是朝向非消耗性野生動物、環境保育、環境教育、支持社區發展、低衝擊性等方式，歸納起來共有三種成分，包括自然資源的組成、教育性質成分、永續發展的因素存在(Blamey, 1997)。

Blamey(1997)提出生態旅遊起源自人類環境倫理觀之覺醒，美國國家公園和保護區的生態體系在 1960~1970 年代遭受嚴重的衝擊，引發對戶外野生動植物的自然庇護所與使用並存的再思考；在「生態永續發展」理念的催化下，便醞釀出「生態旅遊」的概念。

陳依筠(2005)指出傳統旅遊特徵為人數眾多且規模大，強調旅遊事業之娛樂遊憩與經濟消費層面，然而新型態之生態旅遊則為規模小、密度低、分佈於非都市區，強調旅遊環境的生態特色、資源型態，並考量遊客對於環境體驗與參與環境之行爲模式，遊客對於旅遊的目的不再是消極的獲取實質利益，刺激體驗為主，而是以積極的態度參與環境認知及獲取知識。就生態旅遊地區而言，由於大部分位於環境敏感地區，如生態保育區、國家公園等，其角色較一般旅遊地點更為複雜，故應先嚴格界定旅遊的規則與形式，尊重旅遊環境的完整性，再誘導並

調整遊客的旅遊行爲，使之學習並適應新的旅遊方式。

2.1.3 生態保護區收費問題

世界自然保育聯盟(International Union for Coservation of Nature and Natural Resources, IUCN)將保護區定義爲「一塊爲保護或維持生物多樣性與自然或相關文化資源，以法律或其他有效方式假以經營管理的海域或陸域空間」(IUCN, 1994)。保護區之劃設目前被公認是爲保護生物多樣性的必要手段之一，世界各國莫不紛紛採取類似的積極行動以維護自然和人文資產。國家公園法第八條規定「生態保護區」係指爲供研究生態而應嚴格保護之天然生物社會及其生育環境之地區。IUCN 指出國際自然保育聯盟(IUCN)自 1962~1992 年間共召開了四次世界國家公園與保護區大會，從這四次大會中心議題中可瞭解保護區管理在觀念上和作法上的轉變。在觀念上，保護區的功能已從原先的「世界的自然島嶼(Nature Islands For The World)」轉變爲「符合人的需求(Meeting People's Needs)」。做法上則是朝向保護區的經營管理成爲增進永續社會發展，改善並維護人類和生態系的共同福祉(李光中，2002)。王鑫(2001)指出保護區經營管理思維由早期單一化的中央集權隔離模式，發展成多元化、開放性、強調與人文連結的典範。愈來愈多的保育人士瞭解到，將保護區融入周遭環境與社經人文脈絡裡是唯一能達到其保育目標的方法，但必需要所有的利害關係者與利益團體如：當地農漁民、開發機構與個人、商人、民間團體與政府單位等一齊來參與，並且彼此間清楚界定權益與權責關係，建立互信，達到有效的參與和共同管理的目的。

台灣地區的國家公園係依據國家公園法設立，成立的宗旨爲保護國家特有之自然風景、野生物及史蹟，提供國民育樂及研究。按區域內現有土地利用型態及資源特性，劃分爲一般管制區、史蹟保存區、遊憩區、特別景觀區及生態保護區等五個分區管理，其中生態保護區以供學術研究爲主，需經過申請核准使得進入。

隨著全世界經濟的不景氣，許多開發國家在科學和保育上的經費也大幅縮減。不可諱言的，部份需自籌財源的機構無不將生態旅遊視爲籌募經費的好管

道。其中，生態旅遊的實質經濟助益來自參與旅遊者支付的觀光費用，主辦生態旅遊的單位再將這筆經費轉交給保護區，以換取在該保護區的使用權與合作契約，此種利益其實是不容輕忽的(朱芝緯，1999)。

郭岱宜(1999)提出國家公園、保護區參觀是否該收費之收費問題及合理的費率標準訂定方式不完全憑經濟學的成本分析就能完成掌握，其他層面之因素亦為考慮的重點所在，其進一步指出以價制量的收費方式以減少到訪人數並減輕對保護區環境的衝擊對窮人而言是否具公平性，許多窮人將因此而被剝奪親近大自然的權利。依公平性而言，地球上所有資源為全世界人類共享，每個人理應享有相同的權利，如紐西蘭國家公園便不收任何門票。

最近全球的發展趨勢傾向為收費，而費率則交由管理單位和當地居民會商決定。除此之外尚有另一逐漸形成的趨勢，即對保護區的當地居民不收費或收費極低，而對該國其他地區的遊客收取一定的費用，至於外國來訪的遊客則收取最高的費用，例如造訪盧安達的國家公園，外國遊客每天須付 170 美元來欣賞山野中的大猩猩。以下將簡介尼泊爾和美國國家公園在收費和生態旅遊管理上的具體作法(郭岱宜，1999)。

2.1.3.1 尼泊爾

尼泊爾位於印度和西藏之間，面積 147,181 平方公里，領土高度由海拔 70 至 8,848 公尺，全世界 8,000 公尺以上的高山，尼國就囊括八座，由於該地宗教色彩濃厚及山岳資源豐富，遂成為極富盛名的登山聖地，尼國政府更將健行與登山兩種活動分開來管理，訂定不同的申請費用，所收取之費用則專用於改善相關設施。

1.健行

由移民局管理，開放供健行之地區分為一般、管制、限制區等三種，並對不同地區收取金額不等的費用，另外進入國家公園或保留區時，需再額外加收門票費。其一般區設有良好的步道系統及基本服務設施之地區；而管制區僅開放給有牌照之健行社帶領的團體健行，並

且每年有固定管制人數；限制區則為重要且容易被破壞的自然或人文古蹟地區，僅開放由健行社帶領之團體前往，並且有移民局官員隨行監督。

2. 登山

尼國於觀光部門之下設置登山科，負責管理登山事務，並由尼國之登山協會協助辦理。登山隊伍事先必須申請入山證，並依不同海拔高度以九個人為基點繳交申請費；登山隊途中若遭遇任何意外，所有營救所需之費用得由當事人事後補交。此外，自 1992 年尼國為減少登山者在山區製造廢棄物之問題，規定到昆部區登山的隊伍，需事先預繳廢棄物清理費，但是登山隊若能將非生物可分解垃圾帶回時，該筆費用則可退還給登山隊。

2.1.3.2 美國國家公園

美國國會於 1996 年 11 月 26 日通過法令，授權國家公園管理局、土地管理局即漁獵局，各從其所管轄之休閒娛樂地內選出一百處提高入門費，以改善園區之設施及服務。美國國家公園已向遊客徵收門票，1997 年元月調整票價，部分部收費之公園亦加入收費之行列。公園服務處當局指出，徵收之費用主要用於國家公園之改善，而 80 % 的費用必須留給徵收的公園。同時，國家公園結合土地管理局及漁獵局等土地管理單位發行通行證，各單位之休閒遊憩區相互連線，構成全國旅遊網路。

2.1.3.3 墾丁國家公園各景點門票價格

墾丁國家公園內各景點之門票費用列於 (表 2.1)，根據墾管處網站資料(2006)顯示龍鑾潭自然中心、關山、社頂、貓鼻頭公園、南灣遊憩區皆可免費進入；全票票價最高為海洋生物博物館之 450 元，其次為墾丁森林遊樂區之 150 元，其餘收票景點如鵝鑾鼻公園、佳樂水風景區及墾丁青年活動中心票價皆為 40~50 元，顯示墾丁國家公園景點之門票費用大多以 50 元為基本間距收取門票全票費用，故本研究除根據方怡蓁(2004)研究報告中之 51~100、101~150、151~200、

201~250、251~300 和 301 元以上等六種收取門票費用之間距，亦根據墾丁國家公園所訂定之門票費用作為願付價格之間距。

表 2.1 墾丁國家公園各景點門票價格
Table 2.1 Admission of each scenic spots in Kentin.

地點	門票
龍鑾潭自然中心	免費
關山	免費
社頂	免費
貓鼻頭公園	免費
南灣遊憩區	免費
鵝鑾鼻公園	全票 40 元、半票 20 元
墾丁森林遊樂區	全票 150 元、半票 75 元
佳樂水風景區	全票 50 元、半票 30 元
墾丁青年活動中心	全票 50 元、半票 30 元
海洋生物博物館	全票 450 元、優待票 250 元、 團體票 350 元、幼兒團體票 150 元

資料來源：墾丁國家公園管理處網站(2006)

2.1.4 環境資源的永續經營

永續性的生態旅遊是在符合生態、社會、文化及環境永續性的前提下，結合保育目標與發展的一種旅遊活動(朱芝緯，1999)。自然資源的永續經營最重要的核心是地方居民的參與，透過居民與土地之間生命共同體的理念，對永續發展原則實行一些管制(李素馨，1996)。李思屏(2000)指出在新世紀的旅遊政策中，應以較遠見的眼光來關懷自然環境，因此生態旅遊中是以「永續發展」為指導原則，避免旅遊對環境造成不可復原之衝擊。因此，永續發展是基於穩定的生態系觀點，強調生物歧異度，也發展滿足人類生活品質，建立人對於自然環境與資源的「需求」與「限制」的均衡關係。美國國家公園署(U.S. National Park Service, USNPS)在新的世紀有三項新的永續發展指導原則，其中有一項便是告知遊客如何改變消費型態(王育群，1996)，增加環保觀念以及建立非消耗性的角色。而生態旅遊的永續發展含包括了另一重要的意義，及是對當地社區的利益回饋。

World Tourism Organization(1997)提出觀光地區的保育是旅遊業永續發展的基

本條件。若要發展永續性的旅遊，必須要遵循基本原則。對旅遊而言，保育自然、歷史、文化及其他資源，以求未來能不斷的使用並對現代社會仍有所利益。永續發展的概念對旅遊而言相當重要。因為旅遊部門大部份需求來自對遊客的吸引力(Attraction)及活動(Activity)(包含自然環境、歷史及文化遺產)。若環境資源品質降低或是有所損壞，旅遊活動便可能無法興旺。事實上，環境資源的保育可經由旅遊發展而增強，旅遊帶來的利益可讓當地的居民對該地遺產有更深刻並且更支持保育工作；有計畫且妥善管理的旅遊發展，不會對遊憩地產生嚴重的環境問題。分析環境計畫方式與環境負載力，對避免旅遊活動造成環境及社會文化問題而言相當重要；維持與改進旅遊的環境品質。大部份的遊客希望遊憩地能具有吸引力(Attraction)、功能性(Functional)且乾淨及無污染。旅遊發展可提供誘因及資金來維持及改善遊憩地的環境品質。高層次的環境品質對當地居民而言是相當重要的。旅遊活動可幫助當地居民更加認知其生活環境品質，並且投入維持及改善品質的工作行列；維持高層次的遊客滿意度，可讓遊憩地保留市場行銷潛力及知名度。如果遊客並不滿意旅遊品質，那將無法維持市場行銷的潛力；旅遊的利益必需能廣泛分配到社會各層面。有計畫與管理的旅遊發展，可使其社會經濟利益盡可能的普及到旅遊目的地的社會中。在此方式下，將可從旅遊活動中獲得最大的利益，並且因為當地居民也從中獲益而得到當地居民的支持。若能推行以社區為基礎的旅遊活動，就可以將利益分配到當地居民的身上。

朱芝緯(1999)提出永續性的生態旅遊發展需符合以下三項重要的原則：

1.生態的永續性：

生態旅遊強調需維持基本的生態作用、生物歧異度及現有資源。在對現有資源的質與量做最小改變的前提下，發展旅遊活動或服務。

2.社會及文化的永續性：

旅遊發展要能適合當地文化及居民的價值觀，並且維持及增加社區居民的認同，將旅遊帶來的最大經濟利益回饋給地方。

3.環境的永續性：

旅遊活動需納入遊憩承載量的概念，即指限制一般時間內的遊客使用量，並監測環境中的各種生物、實質因子的變化，適時提供回饋資訊給管理單位。各種旅遊服務的生產及提供過程，需考量能源效率、污染產生原因，並盡可能降低廢棄物的產量，重複使用材料與器具。

從永續發展觀點來看，推動生態旅遊是值得讚賞的，其對環境的正面效益是明顯的，絕非只是理論的空談，而是可在實際環境中落實的。生態旅遊可以產生旅遊對環境間的和諧，減少負面傷害，建立一種共生關係(朱芝緯，1999)。

2.1.5 遊客對生態旅遊的行為與態度

全球對自然環境的關心程度從 1950 年代開始漸漸被注意(Franzen, 2003)，而環境擔憂議題在 1970 年代開始使大眾對於環境的知覺、態度以及行為方面的議題大幅提升(Pantis, 2003)。Brechin(1999)亦認同提升對環境的關心是一個全球化的現象。全球對環境關心態度的提升可由國際環境協議的增加、國家環境部門數量變多以及國際非政府的環境組織擴張等得知(Frank *et al.*, 2000)。

李思屏(2000)將「對生態旅遊之環境態度」定義為遊客對所旅遊的環境內涵所秉持的態度(包括認知、情感及意向三要素)。李思屏(2000)提出遊客對生態旅遊之態度是可以預測遊客在旅遊時或是旅遊後的表現行為，環境態度愈正面，以及對環境管理策略愈認同的遊客其破壞行為就越少。

陳炳輝(2002)認為遊客態度對生態旅遊行為的改變是可能而且直接的，其歸納遊客態度對生態的關係如下：

1. 遊客的態度是可以改變的，也由於遊客態度的改變，而影響遊客之旅遊行為。
2. 遊客的態度是情意(情感)、認知(意向)、技能(行為)。
3. 遊客的態度特性是一種行為傾向，而非行為本身，且其有一致性和持久性，因此遊客態度是有其價值的。
4. 遊客的態度對旅遊行為有產生對旅遊的偏好、企圖在旅遊中獲益、透過改變態度可以影響旅遊行為等的影響。

國際生態旅遊協會(The International Ecotourism Society, TIES)根據北美的旅遊顧問公司於 1994 年所蒐集的一項完整調查資料，建構大多數生態旅遊者的背景與特質(TIES, 2000)。在年齡方面以 35~54 歲為主且在不同年齡下會有不同的活動；在性別方面，男女比例各占 50 %，其各有截然不同的活動被發現；在教育程度方面，大學畢業的遊客占了八成以上，但教育程度較低者亦對生態旅遊產生興趣，顯示生態旅遊的主流對象漸漸在轉變；一般遊客和生態旅遊遊客生態旅遊的家庭組成份子並無顯著差異。在生態旅遊的同伴組成份子方面，生態旅遊遊客有六成以上喜歡小團體(約 5~8 人)的旅遊、一成五偏好與家人共同旅遊，另有一成三的人較愛獨自旅行；在旅遊時間的長短方面有超過 50 %的生態旅遊遊客喜愛持續有 8~14 天的旅程；消費支出意願方面，以生態旅遊遊客較一般遊客願意付費來消費自然資源，甚至有超過 1/4 的遊客會在每次旅程都準備 1,000~1,500 美元；而旅程中的重要因素方面，生態旅遊遊客會有三項特殊的反應，分別為崇尚荒野環境、喜歡觀賞野生動物、偏好獨步旅行與長途原始的步行；在積極嘗試獲得下次生態旅遊的機會方面，生態旅遊遊客有兩項反應，即享受自然景觀、嘗試新的體驗以及找尋新的原生地。

由上述所得的結論，本研究以其中幾項作為本研究的社經背景問項，茲分別描述如下：

1.性別

有研究發現女性比男性更可能以政治訴求以促使環保行為的推動 (Stern *et al.*, 1995)。Chin(1993)對高中及國中生的調查亦指出，女生所從事環境保護行為的平均次數會多於男生。Dunlap and Van Liere(1981)發現女性對環境的行為較男性積極。Stern 等(1995)對過去的研究做過整理，發現性別與環境行為的關係是過去文獻中，受到爭議最多的人口學變項。因此，性別因素對於環境行為的影響仍值得做進一步的探討。

2.年齡

Kronus and Van Es(1976)研究發現年紀越大的人較會從事於能源保育的環保行爲。在 Chin(1993)指出年級越高的學生以及教學經歷越久的教師，實際從事環境保護行爲的頻率會越高；有研究指出，年紀輕的個人較有負責環境行爲的表現(Bailey, 1980)。因此，年齡對環境保護行爲的影響尚無定論。

3.薪資所得

Kronus 等(1976)研究指出薪資所得越高者，會表現出較多反污染的行爲。根據楊冠政(1992)的調查，雖然高收入者與環境行爲並不具有高度的相關，但仍可顯示出其間的正向關係。靳知勤(1994)發現薪資所得越高的族群，會對環保行爲有更多的責任感。

4.教育程度

負責任的環境行爲較易由高教育程度的人所表現出來(Bailey, 1980)。靳知勤(1994)認為受教育程度越高的個體，在環境保護行爲上的責任心會越強。不論是能源節約、資源回收、反污染等環保行爲都以教育程度較高者行爲較積極(楊冠政，1992)。

5.其它

Pantis(2003)提出不同文化的族群在對環境的態度上有著重要的差異性。根據 Franzen(2003)的研究，在較富有國家中的居民比起較貧窮國家中的居民會對全球環境狀況表現出高度關心，這並不代表貧窮國家的居民就較不注重當地環境的品質(Brechin, 1999)。貧窮國家的居民有更迫切的生態環境問題，且也關心此類議題(Franzen, 2003)。

Dunlap and Van Liere(1981)提出後續的研究建議，其認為研究者應定義更廣泛的環境關心名詞，應該將環境關心議題集中在特定的焦點上，如此才明確的分別出所關心的不同環境問題。研究時可將重心放在改善環境品質的交易、付費行動上，因大多數的環境保護策略需要花上大筆的經費，因此從稅收、門票價中收

取，研究者可調查大眾對此策略的支持觀點為何。環境品質和經濟成長、門票的價格、私人權益之間的交易除人口學的變項之外，應以更多變項來解釋。

Hall and Lew(1998)提出遊客對自然應有的態度，遊客經由生態旅遊中的事物體認環境並非一種免費的財務，也並非受人類支配的產品，不能超額使用環境體系，因此對於自然環境需秉持以珍視、尊重、欣賞的態度。

第二節 旅遊動機

促使遊客從事旅遊這項行為的動機，就是旅遊動機。相同於動機的理論，有觀光需要才有可能產生觀光動機，進而誘發觀光行為。人類對於觀光的需要乃源於人類的本能-好奇，一種對未知世界探索的好奇心，也就是一種尋求(Seeking)，因此也促成觀光的發展。此外，觀光之另一需要係源於人類對所處的環境感到厭倦時，就會產生一種心理緊張與壓力而脫離日常生活(Escaping)從事旅遊活動，便是驅使其離開自己所待的地方，以能減輕這種緊張狀態。

支持旅遊行為的決定因素乃是多重動機，亦即觀光的動機並不是單純的出現，而是幾個相重疊出現的情形較多。McIntosh(1977)則將基本的旅遊動機分為 4 類，在生理動機(Physical Motivators)方面包括休息、運動、遊戲、治療等動機；特點為以身體的活動來消除緊張和不安。文化動機(Cultural Motivators)方面包括了解和欣賞其他地方、國家的文化、藝術、風俗、語言與宗教的動機，此為一種求知的慾望。在人際動機(Interpersonal Motivators)方面包括在異地異國結識各種新朋友、探訪親友、擺脫日常生活、工作、環境等動機；主要是逃避現實和免除壓力的願望。而地位和聲望動機(Status and Prestige Motivators)方面則包括考察、會議及從事研究活動；主要是在建立良好的人際關係，滿足其自尊、從承認及受人賞識的願望(謝淑芬，1995)。

Fodness(1994)利用測量旅遊動機之自陳量表(Self-Report Scale)來界定遊客類型，以區隔旅遊市場，並討論遊客動機與行為之間的關係與影響。研究方法是藉由文獻回顧，提出 65 項描述性的假期主題題目，內容包含旅遊動機與服務、設施偏好。

生態旅遊是一種觀察與體驗自然的休閒旅遊活動(Valentine, 1993)，這種形式的旅遊掌握住結合自然觀察和經濟發展的可觀前途(Boo, 1990)。促使旅遊業運作的重要因素便是旅程中基礎建設的提供，遊客的需求包含交通運輸工具、住宿業、食物和資訊等服務的提供(Ingram & Durst, 1989)。Inskeep(1987)認為觀光發展的環境計畫必須抑制因遊客的使用和基礎建設發展所可能造成的負面衝擊。生態觀光的发展更須此一概念，才能使外在因素所造成之衝擊減少，因此，從事生態觀光的遊客必需要接受在有限的基礎設施下進行觀光活動所造成的不便。Eagles(1992)研究確認 Boo(1990)的研究，即生態旅遊者不需要奢侈華麗的住宿、美食以及夜生活，其較願意接收和欣賞當地的生活情況、文化、和在地飲食。Engles(1992)研究發現生態旅遊的遊客包含明確、可區分的動機，而加拿大的生態旅遊遊客在目的地吸引力(Attraction)以及社交動機的選擇方面，實際上也與一般遊客不同。

Engles(1992)研究亦發現加拿大的生態旅遊者比起一般遊客較可能因為社交動機而著重在參與自然活動、拜訪有相同興趣的朋友；研究顯示，熱帶雨林、鳥類、湖泊、溪流、樹林、野花、哺乳動物、山脈、海岸等皆為生態旅遊者排名前 15 之旅遊動機，而相較於一般遊客，前往之目的地若包含野地、湖泊、溪流、山脈、公園和鄉村地區等景觀，則最能引起生態旅遊者旅遊之動機。Engles(1992)研究顯示加拿大生態旅遊者較偏好於在國家公園或是州立公園此類形式地點，體驗上述幾類景觀和沒有受到破壞的自然環境。

根據蕭芸殷和歐聖榮(1998)研究指出生態旅遊遊客主要旅遊動機市因為想要觀賞當地的自然景觀及接受體驗環境教育的機會。經由分析結果與假設的驗證，得到主要的結論為不同環境態度群的遊客，其在旅遊動機的認同程度上有顯著差異。

第三節 願付價格

2.3.1 遊憩資源經濟效益之分類

「資源」指環境本身或其部分能滿足人類之需求者，方可稱之為資源。而「遊憩資源」係指凡自然環境、人文環境或自然與人文環境之組合，可提供遊憩活動機會，且人類可能及需要利用此等場所，以滿足遊憩需求者稱之(巫惠玲，2003)。資源所具有的總價值基本上可分為使用價值與非使用價值，前者是來自實際使用該資源而產生之價值；而後者來自人類知道有該資源，然並未對該資源有任何使用所帶來之價值(蘇明達，2001)。非使用價值，乃基於環保意識或資源世代公平使用考量下所產生，並非直接或間接使用環境資源(Krutilla, 1967)，其又可分為存在價值與遺贈價值，存在價值是指個人可能很少有機會，甚至是沒有機會去使用該環境資源，然卻願意支付代價以保留該環境資源的存在。

遊憩資源因具有一般經濟財滿足個人需要之特性，而顯現其價值，該價值主要表現在實際的遊憩體驗中旅遊者所獲得之心理上的滿足。然經許多研究證實，以自然取向的遊憩資源，如森林、濕地、國家公園等，即使遊客並未實際前往該地區旅遊，也可能因該項自然資源之存在而獲得心理上之滿足，而顯現該自然資源無形的社會價值(陳藍婷，1997；吳珮瑛，2000)，因此在估算遊憩資源的經濟效益之時，有必要將資源效益的種類予以釐清。

一般財貨與勞動之價值可反應至市場價格，但就絕大多數的環境資源而言，如新鮮的空氣、自然的生態景觀等，並無市場價格，所以為評估其價值，必須透過有關資源的經濟效益，國內外學者之分類方式略有差異，一般均將資源的整體效益區分為「使用價值」及「非使用價值」等二種，但亦有將之區分為「目前使用價值」、「未來使用價值」及「非使用價值」等三種，其中最大之差異點在於「選擇價值」之歸類，如有者將「選擇價值」歸類為未來使用價值(陳恭綏，1994)；有者將之歸納為遠期的使用價值(吳珮瑛，2000)；有者將之歸屬於非使用價值(黃宗煌，1989)。

以下為對資源經濟效益之類型進一步加以說明。

2.3.1.1 目前使用效益

1. 直接使用價值：

為遊客從事觀光遊憩活動時，直接使用該項遊憩資源而獲得之效益，如：遊憩效益(例如健行、露營)，以及原料之生產效益(如砍伐木材、種植農作物)。

2. 間接使用價值：

為遊客在從事觀光遊憩活動時，以間接方式使用該遊憩資源而獲得之效益，如遊憩效益(如照相、欣賞景觀)、美質效益(如增加鄰近地區之美化)。

2.3.2.2 未來使用效益

未來使用效益之呈現主要在於遊客之「選擇價值」，「選擇價值」首先由Weisbrod(1964)提出，係指消費者不確定未來是否會使用某項遊憩資源，但現在願意支付一定金額，以促使該項資源得以獲得保存，以備其將來產生需求時，可以使用而得到滿足之價值。然而因為不確定將來是否會前往使用該項資源，因此所估得之價值較易造成誤差。

2.3.2.3 非使用者效益

又稱為保育效益，係指消費者不必親自實地前往觀光遊憩地點進行遊憩活動或使用該項遊憩資源，但由於此等遊憩資源本身之存在而衍生出之效益者稱之，此種效益又可分別以存在價值及遺贈價值等二種方式來衡量之。

2.3.2 非市場性財貨評估法

一般的財貨與勞務之價值可直接用市場價格來計算，但環境資源屬於非市場財貨的範疇，難以直接估計其價值(陸雲，1990)，如空氣品質、寧靜的環境、自然的景觀、水質改良、地下水、濕地保育區、荒野地、森林、生物多樣性、水鳥、文化等，係屬非市場財貨，由於無交易市場，因此並無價格可資運用(巫惠

玲，2003)，因此，在社會成本及其衍生效益的評估上便產生了許多困難，而針對上述之問題便逐漸發展出所謂的『非市場財貨評估法』(陸雲，1990)。

『非市場財貨評估法』之特色在於不用或只間接使用市場價格資料，即可估算出滿足使用者需求之遊憩資源的效益(巫惠玲，2003)。此法是設法將一些非市場性財貨的價值或效益，轉換成貨幣價格或加以價格化(Valuation)所得到客觀的評估數值之方法(胡玉龍，2003)。

Randall(1980)依據經濟理論上效益的分析，將主要的非市場估價方法分為「所得補償法」與「支出函數法」二大類，其中「所得補償法」是針對環境資源的增量或減量，直接找出能使消費者達到原來效用水準之補償金額，「條件評估法」即屬之。而支出函數法則有「特徵價格法」及「旅遊成本法」等。遊憩資源經濟效益，包括「目前使用價值」、「未來使用價值」及「非使用價值」三部分，其中「目前使用價值」之評估乃屬「事後」評估，以條件評估法、旅遊成本法、特徵價格法均可對之加以估算；至於「未來使用價值」及「非使用價值」之評估乃屬「事前」評估，前述方法中僅有條件評估法可以對「事前」效益做評估。茲就各法分述如下：

2.3.2.1 旅遊成本法(Travel Cost Method, TCM)：

旅遊成本法是用旅行費用作為替代品來衡量人們對旅遊景點或遊憩資源的評價。通常旅遊景點是免費或門票價格較低，遊客從旅遊中得到的效益往往大於門票(陸雲，1990)。鄧福麒(2003)提到旅遊成本法是根據消費者到某一遊憩地所花費的旅遊成本(如交通費、住宿費及門票等)，來推估遊憩地環境資源變動所產生的經濟效益。為估計遊客的支付意願(即需求函數)，可以使用旅遊成本法作為替代品來估計旅遊景點的價值，旅行費用往往大幅高於門票，成為總成本中的重要組成部分(張帆，2000)。

2.3.2.2 特徵價格法(Hedonic Price Method, HPM)

許多財貨之價值與其所包含之各種特徵之數量有關。若能滿足消費者慾望之特徵數量愈多，則此財貨之價格也愈高(陸雲，1990)。特徵價格法是利用環境資

源與某些市場的相關性，即環境資源的數量或品質是某些市場財貨的特徵之一，透過市場財貨價格之變動，來估計環境資源變動所產生的經濟效益。(鄧福麒，2003)。

2.3.2.3 條件評估法(Contingent Valuation Method, CVM)

表 2.2 條件評估法、特徵價格法、旅遊成本法之比較
Table 2.2 Compare with TCM, HPM and CVM.

名稱	旅遊成本法(TCM)	特徵價格法(HPM)	條件評估法(CVM)
適用衡量對象	生態景觀、森林	公園、綠地、住宅	健康、環境品質、遊憩資源、生態景觀
效益衡量法	間接推估(間接法)	間接推估(間接法)	直接詢問(直接法)
試用評估時序	事後評估	事後評估	事前及事後評估
方法	計算旅遊成本	計算特徵價格	問卷詢價
適用衡量範圍	使用價值	使用價值	使用價值、非使用價值
弱互補性之限制	有	有	無

資料來源：陳冠融(2000)。

條件評估法則是針對欲評估之非市場財貨或環境資源，建立一個假設性市場，透過問卷調查的方式，由受訪者依據個人認知與偏好對環境資源財貨進行評價，以誘導出受訪者對該非市場財貨或環境資源的願意支付或願意接受額度(鄧福麒，2003)。

「條件評估法」、「特徵價格法」、「旅遊成本法」三者之比較詳如(表 2.2)。

2.3.3 條件評估法

2.3.3.1 條件評估法之起源

條件評估法之實證構想，最早係由 Ciriacy-Wantrup(1947)提出，當時即建議可採用『直接詢問法』來衡量自然資源的價值，但並未立即應用於資源的評估。Davis(1963)首先將其應用到遊憩資源之規劃上，以設計問卷的方式調查評估美國緬因州(Maine)地區森林的戶外遊憩效益。Randall 等(1974)將其用法之結構加以明確地定義並進一步說明條件評估法的優點及特性，自此條件評估法被廣泛應用於衡量各式各樣自然資源之價值評估上。

條件評估法是利用問卷調查方式，就環境資源供給量增加部分(或品質改善之部分)，詢問受訪者所願付出之代價(WTP)；若供給量減少，則為所願接受之補償(Willingness To Accept, WTA)。條件評估法不同於一般問卷調查，蓋其調查需先假設此一環境資源市場存在，而受訪者是在此一假設前提下回答問卷之問題。胡玉龍(2003)提出問卷對此假設市場之描述應包括下述之訊息：

- 1.此環境資源的定義。
- 2.環境資源現存的數量。
- 3.環境資源供給量之增加額。
- 4.為增加此供給額、受訪者支付的代價。
- 5.提供此一環境資源之制度結構。
- 6.實現供給量增加之條件。

由此可知，當此假設市場所包含之訊息不同，受訪者所給予之答案極可能不同，即此法被稱為『條件』評估法之原因(陸雲，1990)。

2.3.3.2 條件評估法之含意

條件評估法的含意為藉由若干假設性問題的安排，以問卷調查或實驗之方式，直接詢問受訪者之付款意願。問題型態為：『如果此情形發生你願意付出的價格(WTP)或願意接受價格(WTA)為何？』可選用方式有下列幾種(胡玉龍，2003)：

1.開放式出價法(Open-Ended)

調查者並未提供一參考價格，而由受訪者對環境品質變動時，其直接表明願付之最高價格，此法受訪者因事先沒有消費此項財貨的經驗，往往難以回答其願付價格。

2.付價值卡式出價法(Payment Card Format)

在問卷中列出一連續的支付價格，其價格顯示不同環境品質下，受訪者願付之最高金額，並由受訪者自行圈選，此種方法可避免因起價點不同所造成的誤差。

3. 逐步出價法(Sequential Bids)

調查者事先擬妥可能出價範圍，並提供受訪者一個起始價(Starting Point)，若受訪者對此價格願意支付時，則逐步提高金額詢問受訪者，直到受訪者不願意支付為止。反之，若受訪者不願意支付起始價，便逐步降低支付價格，直至受訪者願意支付為止，本法亦稱競價法(Bidding Game)。

4. 選擇二分法(Dichotomous Choice Method)或稱封閉式問答(Closed-Ended)

受訪者只能就問卷中當環境品質改變時所提示之支付金額或補償金額做出願意與否的答案。

美國國家海洋及大氣管理機構(National Oceanic and Atmospheric Administration, NOAA)認為，使用封閉式誘導支付的條件評估法，可使各種可能的誤差降至最低(Arrow *et al.*, 1993)，而在封閉式的誘導支付意願方式之下，受訪者只需決定「願意」或「不願意」支付或接受事先設定的金額。其又可分為單界二元選擇(Bowker & Stoll, 1988)與雙界二元選擇(Hanemann *et al.*, 1991)，單界二元選擇就是只詢問一次受訪者支付或接受的意願；而雙界二元選擇則是連續詢問二次受訪者支付或接受的意願，也就是若受訪者對第一次面對的金額回答「願意支付」，則提高金額詢問受訪者第二次的支付意願；反之，若受訪者第一次回答「不願意支付」，則降低金額詢問受訪者第二次的支付意願。

2.3.3.3 願付價格(WTP)與願付補償(WTA)

問卷調查中應用 WTP 或是 WTA 之詢問方式，實取決於調查標的物財產權之歸屬而定。然而由於大部分之環境資源具有公共財之性質，因此兩種詢問方式常可並用(胡玉龍，2003)。

Willig(1976)證明在理想情形下，若所得彈性不大時(消費某財貨之支出佔所得極小比例)，對等變量(Equivalent Variate)、補償變量(Compensation Variation)與消費者剩餘(Consumer Surplus)三者之差距值甚小。此一結果可引伸說明 WTP 與 WTA 二者之值相當接近。但由於 Willig(1976)之證明著眼於財貨價格之改變，因此並不適於說明環境品質(或數量)發生變化時，WTP 與 WTA 兩者之關係。針對

此一問題，Randall and Stoll(1980)將 Willig 之研究結論引伸到品質變動上，而得到類似結論、於是在環境品質之變動上，WTP 與 WTA 亦相近。

陸雲(1990)指出在問卷調查時，條件估價法應使用 WTP 或 WTA 之詢問方式，其認為針對避免美好事物之遭到破壞而言，用 WTP 要比 WTA 為佳。而運用社會心理學的觀點，WTP 詢問方式將更近於實際市場之狀況。但不論在何種情形下，應用條件估價法之實證應儘量使用交易結構之詢問方式，而少採用補償結構。亦即所使用之詢問方式，應使受訪者感到環境資源數量之變化與其對應之所得增減，乃屬一種如市場將交易般之關係，而非使受訪者感覺其所得增減，此乃屬第三者對其之補償行為。但鑑於受訪者對 WTA 之邊際效用小於其對 WTP 之邊際效用，故認為採用 WTP 之詢問方式來進行實證，較不失為一較穩妥之作法。

Mathieson and Wall(1983)研究指出，遊客的社經屬性常影響個人的態度、動機與旅遊價值等，因此將影響日後的決策行為，也影響其付費意願。許義忠(2000)濕地保育願意付錢之行為動機研究中，認為保育動機包含道德動機與經濟動機，對特定環境財的消費行為既是購買行為亦是捐獻行為，尤其在付錢保護不便利、陌生與遙遠的濕地保護區時，則發現有些受訪者存在利他主義或是民族意識的動機。莊麗君(2004)研究指出，遊客對賞螢活動之滿意度與生態保育願付價值呈現正相關，分析參與賞螢活動的遊客中，不願意付費者的滿意度比較低，願意付費者的滿意度比較高。

綜合以上所述：本研究將採取 WTP 為問卷中的詢問方式。

第四節 解說導覽

2.4.1 解說的定義

Freeman Tilden 於 1957 年所出版的 *Interpreting Our Heritage* 中提到解說 (Interpretation) 「是一種教育性的活動，目的在經由原始事物的使用，以揭示其意義與關聯，並強調親身之經驗及運用說明性之方法或媒體，而非僅是傳達一些事實」(Tilden, 1957)。其對「解說」的描述和定義是廣為被公認與接受。

吳忠宏(1999)認為解說是一種訊息傳遞的服務，目的在告知及取悅遊客並闡釋現象背後所代表的含意，藉由提供相關的資訊來滿足每一個人的需求與好奇心，同時又不偏離中心主題，期能激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱誠。」由上述定義可知道解說不只是傳遞資訊而已，其更崇高的目標，即藉由解說服務增進遊客對於該地區的認知、欣賞，提供良好的遊憩體驗，進而啟發遊客對遊憩地區產生保護環境的態度與行為；而在經營管理者方面，能達成機構經營管理的目標，並促進遊客了解與支持管理者的目標(Sharpe, 1982)。

2.4.2 解說員與解說之功能

成功的觀光發展需同時兼顧觀光資源維護和遊客管理(Moscardo, 1999)，遊客管理包括發展和執行與遊客活動相關的法規和辦法，提供遊客指導方針。在環境敏感的觀光地區解說服務可以視為有效的遊客管理策略，鼓勵遊客接受更適當的行為準則，以維持觀光地區的永續性發展(Kuo, 2002)。吳忠宏(2001)認為生態旅遊是一種在自然地區所進行的旅遊形式，其目的在強調生態保育，並透過解說，引導遊客深入瞭解當地特殊的自然與人文資源，藉以產生負責任的環境行動，最後將經濟利益回饋造訪地，使保育的工作得以持續，進而提升當地居民的生活福祉。所以在生態旅遊的活動中，經由解說員的帶領使遊客瞭解生態旅遊的意義，並進而察覺自然保育與文化保存的重要性。

解說服務在生態觀光過程中可以阻止或減少對於環境的負面衝擊(Kimmel, 1999)，從而促進環境保護的實質意涵。在自然環境的觀光中建構有效的解說計畫，可導引進入真正生態觀光內涵的世界(Orams, 1995)；在文化遺址觀光中執行解說計畫，可以策略性的達到促使遺址保護的目標(Ham & Krumpel, 1996)。解說員是各種解說媒介中最直接也最具效益者。

一個好的解說服務可減少遊客對於環境的負面衝擊，從而促進保護環境的價值。而解說員是眾多解說媒體中最直接也最具成效的一種(張長義等，1985)。張明洵和林玥秀(1992)也認為解說員是解說的靈魂人物，再好的解說告示牌、解說媒體都不如解說員能夠直接引導遊客進入大自然的世界。在解說員的服務下，遊

客可以和自然資源發生深刻的互動。Sharpe(1982)認為解說可作為遊憩區管理的方式之一，具有增進遊憩效益、保護資源、保護遊客以及執行法令四種功能。方怡蓁(2004)研究指出解說的功能可分為六類分別為提供資訊、引導、教育、娛樂、宣導、鼓舞人心。Sharpe(1982)則認為解說主要在於鼓勵遊客思考對遊憩資源的行為方式，以致將人類對環境資源的衝擊性降到最小，乃是期望運用解說來降低對環境的影響。方怡蓁(2004)研究指出環境解說的施行可以影響遊客使用自然資源，讓其能具有傾向對環境友好的態度與行為。Howard(2000)研究顯示解說的推行的確能提昇大眾對於基地各項環境的知識，更重要的是解說能夠影響遊客對於環境心境，換言之亦即對於環境的態度，使遊客願意做出對環境友善的行為，以及願意提出對環境較好的承諾。

國內目前公營及民營解說單位對於收費之方式及標準列於表(2.3)，大致以解說員、場次、時間為單位進行計費。各解說單位之人數編組(遊客及解說員之比例)大約為一位解說員帶領 10~30 位遊客進行解說活動，部份民營單位對於遊客之人數無上限；團體解說依照解說內容及時間訂定不同的收費價格，一場約 1~3.5 小時，收費介於 1,000~3,000 元；若以遊客為計價單位，則一名遊客須支付 50~200 元費用。國內之公營博物館、美術館以導覽為主，除需事先預約申請外，不需另付導覽費用且人數編排多無限制。

表 2.3 國內公民營單位解說員收費金額、方式比較
Table 2.3 Compare with the charge for public and private narrators.

單位	解說活動內容	人數編組		收費標準
		遊客	解說員	
綠島文史工作室 (民營)	環島人文生態導覽解說	30	1	1 場 3.5 小時，共給予解說員 2,000 元解說費用。
		10	1	1 場 3.5 小時，共給予解說員 1,200 元解說費用。
	夜間生態導覽解說			1 場 2 小時，遊客 1 人須支付 200 元解說費用。
龜丹休閒體驗農園 (民營)	生態解說	不限	1	1 場共給予解說費用 1,000 元。
	地方人文景點導覽解說	不限	1	1 小時，共給予解說費用 500 元。
中華民國濕地保護聯盟	濕地解說	20	1	以解說員為收費單位。

單位	解說活動內容	人數編組		收費標準
		遊客	解說員	
(民營)				一般團體：2,000 元/日。 學生社團：1,500 元/日。 以解說員為收費單位， 學校團體：2,000 元。 私人安親班、旅行社、企 業團體：3,000 元。
台灣蝴蝶保育學會 (民營)	自然生態導引及解說活	15	1	
台大實驗林管理處 (公營)	解說導覽、戶外教學	20	1	1 場 1 小時，共給予 1,000 元解說費用。
關渡自然公園(公營)	觀察鳥類、紅樹林、螃 蟹，瞭解關渡地區的歷 史人文	30	1	1 場 2 小時，遊客 1 人須 支付 100 元解說費用。
台江鯨豚館(公營)	鯨豚生態展覽導覽	10	1	遊客 1 人須支付 50 元解 說費用。
國立自然科學博物館(公營)	博物館展覽導覽	20	1	一場 40 分鍾，免費。
國立海洋生物博物館(公營)	現場導覽、定點導覽			免費
國立科學工藝博物館(公營)	展示廳導覽			一場 40 分鍾，遊客 1 人 需支付 50 元。
國立歷史博物館(公營)	博物館展覽導覽	40	1	免費
高雄市立美術館(公營)	美術館展覽導覽			免費
台北市立美術館(公營)	當期展覽之現場導覽			免費

資料來源：本研究自行整理

第五節 環境態度

探索「遊客對生態旅遊之環境態度」為本研究的目的之一，而釐清「態度」之相關理論有助於研究者對「生態旅遊之環境態度」定義之建構、假設之推演與測度變項蒐集。因此，態度之定意、環境態度的定義及相關理論研究如下：

2.5.1 態度的定義

張春興(1995)認為所謂的態度為個人對人、事、物以及周圍世界，憑其認知及好惡所表現的一種相當持久一致的行為傾向。李永展(1995)提出態度為內心心理狀態之概念，這些心理狀態經由口頭報告及行為觀察而得，態度經由個人反省而予以具體化。其實態度代表對某種行為對象所學習到的持久情感及信仰，這些感情及信仰使得具有這種態度的人，會以特定方式對該對象作出特地的行為，而和了解、評估、以及預測個人的行為有關。換句話說，態度是個人對執行某些行為正面或負面的評估，和信念有關(李思屏，2000)。

李思屏(2000)綜合相關文獻將態度要素以認知(Cognition)、情感(Emotion)、意向(Affection)進行界定。在認知部分，指個體經由意識活動對事物認識與理解的心理歷程。人之一詞包含了知覺、想像、辨認、推理、判斷等複雜的心理活動，均屬認知(張春興，1992)。在情感部分，指個人對態度向的情緒反應，意即個體對某對象做好壞、肯定、否定之情緒判斷(謝淑芬，1994)。而在意向部分，則指個人對態度目標的反應傾向，及個人對態度有所行動表現時之準備狀態。

2.5.2 環境態度的定義

「環境」係指周圍之意，凡一切能量、物質或情況等對生物有影響的因子皆為環境(歐陽燦暉，1991)，李思屏(2000)結合態度相關之定義，認為環境為能刺激、影響或引起個人、團體行為的每一事物，指的是遊客到訪的旅遊目的地，便是生態旅遊環境態度形成之對象物，具有主體(遊客)與客體(環境)之間的相對關係，因此，環境態度可界定為對環境中之特殊情況，整個環境或與環境直接有關的人或物之信仰組合。

蕭芸殷(1998)指出環境態度是指個人對於環境相關問題的好惡所表現出的一種相當持久一致的心理狀態，也就是人對環境的態度。環境相關問題十分廣泛、且錯綜複雜，因此在針對環境態度所做的研究當中，會因為研究重點的不同，而有其不同的概念內涵。李永展(1995)以資源回收、污染防治、自然生態保育來代表個體環境態度的內涵。周儒(1992)站在環境教育的角度上，以環境倫理、環境的管理、相互關連性、人口與生活品質、資源保育來代表環境態度的內涵。由此可知各研究主題的不同，所使用的量表內容也不盡相同。

2.5.3 環境態度的量表

Dunlap and Van Liere 在 1981 年提出一篇關於衡量新環境意識的報告，並發展出一套「新環境典範(New Environmental Paradigm, NEP)」用以了解公眾對環境之態度，其認為民眾的想法和思考方向的確在改變，並指出一個有別於已往的主流社會典範(Dominant Social Paradigm, DSP)的新典範正在醞釀，研究樣本分為二

群，分別是一般大眾及環境組織參與者，進行有關污染、人口及自然資源等問題的郵寄問卷，結果列出新環境典範量表(NEP Scale)的 12 個項目如下：

1. 人口數將至地球可維持的最大限度。
2. 自然界的平衡是極脆弱且易為顛覆。
3. 人類擁有支配自然環境的權力。
4. 人類生而統治其他物種。
5. 人類破壞自然往往招致損失慘重的後果。
6. 動植物存在的主要目的是供人類使用。
7. 爲了維持健全的經濟，必須建立一種可調整工業成長速度的穩定經濟狀態。
8. 爲了生存，人類必須和自然維持和諧的關係。
9. 地球就像裝著有限空間與資源的太空船。
10. 人類不必適應自然，因爲人類可以改變自然。
11. 如果工業化的社會無法擴張，就沒有成長的空間。
12. 人類一直激烈地濫用環境。

繼 Dunlap and Van Liere 之後，許多研究者開始分析探討此量表的特性。Albrecht(1982)評估 NEP 量表的信賴性、有效性及單面向性，問卷對象分爲鄉村與城市二群，結果發現 NEP 量表有三個面向，因素分析呈現的三個面向分別是：自然的平衡、成長的限制及人類過度利用自然。Geller and Lasley(1985)評估 NEP 量表的面向，採用是 1979~1980 年間 Albrecht 及 1980 年 Lasley 研究蒐集的問卷資料，計三組資料包括：鄉村、城市及密蘇里州，研究結果爲 NEP 十二個問項減爲九個問項，又組成的三個因素組與 Albrecht 的三個因素組無異。Scott and Willits(1994)另外加入一些有別於原 NEP 量表的問題，對 Pennsylvania 的居民進行問卷調查，結果僅呈現：人與自然及自然的平衡或成長的限制，二個面向的因子。Corral-Verdugo and Armendariz(2000)在墨西哥使用 NEP 量表進行研究，問卷

在墨西哥西北方一個中型城市裏的購物中心進行面訪，資料透過驗證性因素分析得二個因素組，分別為自然平衡及人類對自然影響的限度。

儘管 Luzar 等(1998)在文章中引述提到 NEP 量表問項缺乏心理學背景且問項是屬於多面向架構，而非單一本質等缺點，然而 Kuhn and Jackson(1989)研究卻也指出，NEP 量表具有穩定性，且能被運用在不同時間的比較和評估。

2.5.4 環境態度之相關研究

環境態度量表常被用來測量受訪者對週遭環境的態度，然而運用在觀光領域的議題卻十分有限。Uysal 等(1994)探討環境態度與遊客特徵(年齡、性別、婚姻狀況、教育程度)及旅遊特徵(遊客對旅遊地設施及服務的偏好)之間的相關性，而所使用的量表是 NEP 加入觀光觀點所整合出的量表。洪慎憶(1995)認為進行環境態度的測量是以認知、情感、行為三者作為測量指標，該研究探討生態觀光的態度分為三個層面，即認知層面(對於環境事物的瞭解程度、知識程度及看法)、情感層面(個人對於環境事物的情緒判斷、情意)、行為層面(行動傾向)，了解遊客對陽明山國家公園發展生態觀光的看法，而量表的內容由作者自行發展。王柏青(1995)探討遊客基本屬性會影響其對生態觀光環境態度，其認為生態觀光環境態度是指對生態觀光環境內涵(環境倫理、環境教育、永續發展)所秉持之態度，而生態觀光環境態度則會影響對生態觀光經營管理之看法。

Luzar 等(1998)則是以包含環境態度在內的六項變數來探討是否會影響遊客在 Louisiana 州從事生態觀光的活動，結果發現環境態度是會對遊客與否參加生態觀光活動造成影響的。郭彰仁(1998)在研究中將環境態度定義為遊客對環境內涵所抱持之態度，而環境內涵則是指環境關心及環境倫理所形成之環境觀，透過因素分析的方式，將環境態度區分為環境倫理、環境認知、環境認同、環保行動等 3 項因素。蕭芸殷(1998)則是利用 Luzar 等(1998)加入觀光觀點的 NEP 量表來區隔遊客，先是以因素分析將環境態度簡化為改變自然、環境變更及資源開發等三項因素，再以集群分析的方式，將遊客區分為非生態型、生態型及潛在生態型等三群遊客。李思屏(2000)是在參考 NEP 量表的精神之後，將環境態度分為環境倫

理、環境教育、環境資源之永續經營三構面，而量表是由作者綜合整理自行發展而成，該研究主要在探討遊客特性對生態觀光之環境態度的影響，最後導致環境行為的改變。

第六節 生活型態

生活型態(Life Style)觀念及研究主要是源自於心理學與社會學中，後來才被加以運用在市場區隔的研究(嚴如鈺，2002)。Kelly(1955)認為生活型態是一個人的心理結構而並非社會結構，因為每個人都有自己的認知結構，所以每個人都有特定的生活型態，生活型態的研究就是要找出一個群體在生活型態的共同面，以更清楚瞭解這個群體，並進一步預測可能產生的行為。嚴如鈺(2002)整合心理學的觀點來看生活型態，認為生活型態可以看做是一個人對自我、對環境、對社會、對世界的看法及行為表現，因此每個人所做的每一件事就是不同生活型態的表現體。Lazer(1963)認為生活型態可以描繪出消費者心理面的特性，彌補傳統人口統計變數的缺失，以提供行銷者更有力的市場區隔，而 Lazer 亦為最早將生活型態引用至行銷學領域的學者。茲就生活型態之定義及生活型態之衡量探討。

2.6.1 生活型態之定義

Lazer(1963)提出將生活型態定義為一系統性的概念，其代表著某一社團或某一群體的生活模式特徵，而此特徵與其他社會或群體的特徵有所不同，其各異的生活型態模式為基於文化、價值觀、資源、信仰和法律等各方面因素所影響而導致的結果。Andreasen(1967)則認為「生活型態是一個社會科學的概念，其為一個特定的個人或群體其特殊生活方式所組成的行為整體。生活型態可被視為一種分配的問題，在有限時間資源下，不同群體如何將可用的時間分配到各種活動上」。Wells(1975)則認為，生活型態是指個人在真實世界中，表現其個人的活動、興趣、意見的生活模式。Kotler(1991)認為，生活型態是個人在真實世界中，表現在個人的活動(Activity, A)、興趣(Interest, I)與意見(Opinion, O)上的生活模式。生活型態代表個人與週遭環境之互動，在某一方面反映出其超越社會階級，另一方面也超越人格特質。

Engel 等(1995)將生活型態定義為「個人生活及如何分配時間與金錢等資源的模式，反映出個人所從事的活動、有興趣的事物及對各種議題的意見」，並強調生活型態為一種綜合性的觀念架構、是一個人價值觀和人格特質綜合影響下的表現行為。黃章恆(2005)將生活型態定義為在有限的資源下，個人或團體生活上對於時間、金錢、精力等的支配模式，在支配的過程中，又受到個人內在心理、人格特質、社會、文化、信仰、價值觀等因素影響，最後所呈現出個人的活動、興趣、意見(亦即 AIO)等生活行為模式，即日常生活經驗的總合意象。

2.6.2 生活型態之衡量

以往有關於消費者行為的研究變數中，較常用到的是人口統計變數，然而人口統計變數對於消費者行為現象的解釋力往往不夠，人口統計的描述只是了解一部份消費者，並無法了解其內心想法，也就是缺乏其消費態度與價值觀，而生活型態乃是進行整體環境對於個人在其生活各種層面的影響進行描述性的研究，並可以深入解釋消費者的感情、活動、興趣和意見等層面(謝仁慧，1998)。因此，生活型態的衡量，已經是消費者行為研究中不可或缺的工具，雖然生活型態的定義眾多不一，但其皆有共通點如下(Wells, 1975)：

1. 比人口統計變數資料更豐富。
2. 為定量而非定性的資料。
3. 大量使用統計資料。
4. 使用的語言是用一般熟悉的口語，而非專用術語來描述。

綜合上述，研究對生活型態的定義往往視其研究目的和個人偏好而定。Wind and Green(1974)將個人生活型態的描述和衡量方式分成五種：

1. 衡量消費者所消耗的產品和服務。
2. 衡量消費者的活動、興趣和意見之 AIO 變數。
3. 衡量消費者的價值系統。
4. 衡量消費者的人格特質。
5. 衡量消費者對不同產品水準的態度及其所追尋的利益。

以上衡量生活型態之五個方法中，消費者的活動、興趣和意見之 AIO 變數是最常被用來衡量生活型態，用以瞭解消費者生活方式的全貌。根據 Reynolds and Darden(1974)對 AIO 的定義：

1. 活動(A)：

是指一種具體的外顯行爲。如逛街購物、看電視、與親朋好友互道新資訊。雖然這些活動平常易見，卻不容易直接測量形成的原因。

2. 興趣(I)：

指對某些事物或主題感到興奮的程度，並且持續的注意。

3. 意見(O)：

意指個體對外界環境的刺激情況，給予口頭或書面的看法，用來描述個體對事物的解釋、期望和評估。

Plummer(1974)提出 AIO 三個變數所衍生的生活型態構面及人口統計變項，進一步認為衡量生活型態應包括下列四個重要構面：

1. 活動(A)：探討消費者如何運用時間於工作和休閒。
2. 興趣(I)：探討消費者對周遭環境的重視。
3. 意見(O)：探討消費者對於社會議題、制度及自己本身所採取的立場。
4. 人口統計變項：探討消費者的基本特徵，如教育、所得及居住環境。

表 2.4 生活型態量表

Table 2.4 Lifestyle list.

活動	興趣	意見	人口統計變項
工作	家族	自我	年齡
嗜好	家庭	社會議題	教育
公眾事物	工作	政治	所得
渡假	社區	商業	職業
娛樂	消遣	經濟	家庭規模
社團	流行	教育	住所
社區	食物	產品	地理位置
購物	媒體	未來	城市大小
運動	成就	文化	家庭生命週期階段

資料來源：Plummer(1974)。

Plummer(1974)並整理出 36 個生活型態層面，而每個構面所含的項目如表所示，其研究者可根據本身的研究目的，來決定研究的構面，每個層面發展一些問題，每個問題即可成為依各生活型態的變數，最後形成生活型態的量表(表 2.4)。

因此，生活型態會隨著個人的價值判斷、人格特性及日常生活中所從事的活動、興趣及意見的差異，產生不同的參與程度，也就進一步產生不同的生活型態類型。

第三章 欲前往保護區之遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例

第一節 研究方法

3.1.1 研究假設

歸納本研究目的和學術文獻的各種論述，擬定的研究假設如下：

- 1.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對生態保護區門票願付價格有顯著差異。
- 2.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對解說導覽服務願付價格有顯著差異。
- 3.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客的社經背景有顯著差異。
- 4.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客的旅遊特徵有顯著差異。
- 5.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對環境態度因素有顯著差異。
- 6.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對生態旅遊行為因素有顯著差異。
- 7.利用遊客對生態旅遊的行為將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客參與生態旅遊的動機因素有顯著差異。

3.1.2 研究架構

本研究依據遊客對生態旅遊的行為，將遊客以市場區隔的方式區分成不同遊客集群，同時分別針對遊客對生態旅遊的行為、對生態旅遊的態度、參與生態旅遊的動機進行因素分析將其簡化成數個因素組合，探討不同遊客集群間之消費者的社經背景、旅遊特徵、生態旅遊行為因素、生態旅遊態度因素、生態旅遊動機

因素、遊客對於解說導覽服務之願付價格和遊客對生態保護區門票的願付價格差異性關係，依據研究假設的推論，建構本研究架構如(圖 3.1)所示。

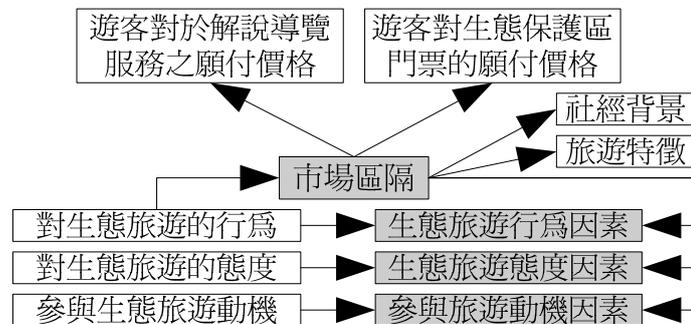


圖 3.1 欲前往保護區之遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例之研究架構

Figure 3.1 Construction of the research to the willingness to pay for interpretative service in Kentin national park of the tourists who will move to the reservation.

3.1.3 研究對象

依據墾丁國家公園南仁山生態保護區環境教育活動實施要點暨龍坑生態保護區環境教育活動實施要點規定，經獲准進入生態保護區進行環境教育活動人員，需先至墾丁國家公園管理處聽簡介及注意事項，方可進入生態保護區。故本研究選定以參加墾丁國家公園管理處遊客中心簡報之遊客為研究調查對象。

3.1.4 抽樣方法

本研究以便利抽樣法進行問卷調查，問卷發放地點為墾丁國家公園管理處遊客中心大、小簡報室，針對墾丁國家公園管理處遊客中心大、小簡報室參與簡報解說之遊客為問卷發放對象。經過預測 50 份問卷並以信度分析與項目分析後，修改不適當、語意模糊、引導作答等類型的問題後，共發放 600 份，有效問卷 507 份，回收問卷有效率 84.5 %，問卷發放日期為 2005 年 9~12 月期間之週末。

3.1.5 問卷設計

3.1.5.1 遊客社經背景

為了解受訪遊客的社會經濟背景資料分佈情況，本研究引用 Hwang 等(2003)

和方怡蓁(2004)研究報告，共設計成 7 個遊客社經背景的問題項目。此部分問卷設計分別詢問性別與婚姻狀況，問答形式之數值類型是類別尺度(Nominal Scale)；年齡、教育程度、個人平均月收入 and 家中未滿 18 歲子女人數，問答形式之數值類型均是順序尺度(Ordinal Scale)。

表 3.1 遊客社經背景問卷設計
Table 3.1 Questionnaire of tourists' database.

變項名稱	數值類型	答 案 項 內 容	引用文獻
性別	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	自行歸納設計
年齡	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 20 歲以下 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41~50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
教育程度	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 國小及以下 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 研究所	自行歸納設計
職業	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 退休 <input type="checkbox"/> 農林漁牧 <input type="checkbox"/> 工商業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 軍公教人員 <input type="checkbox"/> 待業 <input type="checkbox"/> 其他	Hwang <i>et al.</i> (2003)
個人平均 月收入(新 台幣：元)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 20,000 以下 <input type="checkbox"/> 20,001~40,000 <input type="checkbox"/> 40,001~60,000 <input type="checkbox"/> 60,001~80,000 <input type="checkbox"/> 80,001~100,000 <input type="checkbox"/> 100,000 以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
婚姻狀況	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 未婚	Hwang <i>et al.</i> (2003)
家中未滿 18 歲子女 人數	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 名以上	方怡蓁(2004)

3.1.5.2 遊客旅遊特徵

爲了解受訪遊客的旅遊特徵分佈狀況，本研究引用 Hwang 等(2003)、Laroche 等(2001)、方怡蓁(2004)和洪振超(2002)研究報告，共設計成 6 個遊客旅遊特徵的問題項目。此部份問卷設計分別詢問此次到墾丁的主要交通工具、此次到墾丁的隨行同伴與此次到墾丁的停留時間，問答形式之數值類型是類別尺度；另外詢問最近一年內到墾丁國家公園次數、個人此次到墾丁國家公園預計消費金額與此次到墾丁的同伴人數，問答形式之數值類型均是順序尺度。

表 3.2 遊客旅遊特徵問卷設計

Table 3.2 Questionnaire of tourist's characteristic of tour.

變項名稱	數值類型	答 案 項 內 容	引用文獻
此次到墾丁的交通方式	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 客運 <input type="checkbox"/> 開車 <input type="checkbox"/> 機車 <input type="checkbox"/> 飛機 <input type="checkbox"/> 遊覽車	洪振超(2002)
最近一年內到墾丁國家公園次數(包含此次)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 1次 <input type="checkbox"/> 2次 <input type="checkbox"/> 3次 <input type="checkbox"/> 4次以上	Laroche <i>et al.</i> (2001)
個人此次到墾丁國家公園預計消費金額(新台幣:元)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 2,000 以下 <input type="checkbox"/> 2,001~4,000 <input type="checkbox"/> 4,001~6,000 <input type="checkbox"/> 6,001~8,000 <input type="checkbox"/> 8,001~10,000 <input type="checkbox"/> 10,001 以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
隨行同伴	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 一個人前往 <input type="checkbox"/> 親友 <input type="checkbox"/> 同事 <input type="checkbox"/> 同學 <input type="checkbox"/> 師長 <input type="checkbox"/> 其他	方怡蓁(2004)
同伴人數	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10人以上	自行歸納設計
停留時間	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 當天來回 <input type="checkbox"/> 兩天一夜 <input type="checkbox"/> 三天兩夜 <input type="checkbox"/> 其它	自行歸納設計

3.1.5.3 遊客對生態旅遊的行為

為評量受訪遊客對生態旅遊之行為，本研究引用 Stone 等(1995)及李思屏(2000)研究報告，共設計成 15 個遊客對生態旅遊行為的問題項目。問卷設計採用五點李克特尺度(Likert Scale)為衡量受訪者生態旅遊行為之工具，回答選項分為『非常認同』、『認同』、『沒意見』、『不認同』、『非常不認同』五項，依序分別給予 5、4、3、2、1 分數值標記，以『非常認同』為對生態旅遊的態度同意程度最高，『非常不認同』為對其同意程度最低，藉以評量受訪者之生態旅遊的行為。

表 3.3 遊客對生態旅遊的行為問卷設計
Table 3.3 Questionnaire of tourist's behaviour to ecotourism.

分類	題目	順反向	引用文獻
政治行動	當我看見有人傾倒疑似有毒廢棄物時，我會檢舉他。 (I turn in polluters when I see them dumping toxic liquides.)	順向	Stone et al.(1995)
	旅遊後我會支持倡導環境保育的候選人。	順向	李思屏(2000)
生態管理	我有隨身攜帶小塑膠袋將垃圾帶回。	順向	李思屏(2000)
	旅遊中我會思考生態未來的危機。	反向	李思屏(2000)
	我在生態保護區內曾想盡辦法與動植物有更近的接觸。	反向	李思屏(2000)
	旅遊時，我完全配合管制辦法，不會擅自闖入。	順向	李思屏(2000)
	旅遊後我會樂意擔任生態解說義工。	順向	李思屏(2000)
	旅遊後，我會捐款給相關管理單位進行生態保育。	順向	李思屏(2000)
遊說勸導	我看見其他遊客亂丟垃圾，會理性的勸導他應自行帶垃圾回家。	順向	李思屏(2000)
	我看見有人採捕國家公園內的動植物時，我會勸導他人勿破壞生態。	順向	李思屏(2000)
	旅遊中發現生態環境受到破壞時，我曾經向有關單位報備。	順向	李思屏(2000)
消費態度	我在生態旅遊中無法忍受不舒適的公共設施。	反向	李思屏(2000)
	穿戴皮毛或皮革製品是身份的表徵。 (Wearing exotic furs and leather is not offensive.)	反向	Stone et al.(1995)
	我會參加抵制製造過多污染源之業者的活動。 (I have started or joined consumer boycott programs aimed at companies that produce excess pollution.)	順向	Stone et al.(1995)

3.1.5.4 遊客對生態旅遊的態度

為評量受訪遊客對生態旅遊的態度，本研究引用陳明川(2002)、Laroche 等(2001)和 Stone 等(1995)研究報告，設計 10 個遊客對生態旅遊態度的問題，問卷

設計採用五點 Likert 尺度量表方式評量，受訪者回答選項從非常不同意到非常同意，分別依序給予 1 到 5 分數值代表，受訪者在此量表得分愈高，表示對該項認知態度程度愈高；反之若所得分數較低，則表示對該項態度認同程度有所保留。

表 3.4 遊客對生態旅遊的態度問卷設計
Table 3.4 Questionnaire of tourist's attitude to ecotourism.

分類	題目	順反向	引用文獻
環境破壞	自然萬物終歸回復常態，故不用擔心目前環境污染的狀況。 (The earth is a closed system where everything eventually returns to normal, so I see no need to worry about its present state.)	反向	Laroche et al.(2001)
	1. 一般民眾對環境污染無法有效制止。 2. 民眾無法有效制止環境污染的問題。 3. 每個人均可對環境維護有所貢獻。 (There is nothing the average citizen can do to help stop environmental pollution.)	反向	Stone et al.(1995)
環境友善	今日我對環境的行為將會影響到下一代。 (My involvement in environmental activities today will help save the environment for future generation.)	順向	Stone et al.(1995)
	地球是人類與動物共享的，所以我們不能只依照自己的意思去濫用。 (People are only sharing the earth with other creatures and we have no right to use it as suit as.)	順向	Laroche et al.(2001))
旅遊服務	我認爲生態旅遊的發展應該以大型的觀光團爲主。	反向	陳明川(2002)
	我認爲生態旅遊的發展不應該導入過多種類的旅遊活動，以維持品質。	順向	陳明川(2002)
	我認爲生態旅遊的發展應該提供機會讓遊客實際參與生態保護、棲地復育等教育性質之活動。	順向	陳明川(2002)
	我認爲生態旅遊的發展應該開放未受破壞的自然環境供遊客遊覽。	反向	陳明川(2002)

3.1.5.5 遊客生態旅遊動機

爲瞭解受訪遊客對生態旅遊的動機，本研究引用 Lee and Pearce(2002)及方怡

綦(2004)之研究報告，共設計成 18 個生態旅遊動機的問題項目。問卷設計採用五點 Likert 尺度為衡量遊客對生態旅遊的動機之工具，受訪者回答選項分別為非常同意、同意、普通、不同意和非常不同意等五項，依序分別給予 5、4、3、2、1 分數值標記，藉以了解遊客對生態旅遊的動機。

表 3.5 遊客生態旅遊動機問卷設計
Table 3.5 Questionnaire of tourist's motivation to ecotourism.

分類	題目	順反向	引用文獻
社交	增進家人、朋友間情感交流。 (Promote the relationship with families and friends)	順向	Lee and Pearce(2002)
	順應別人的邀約。	順向	方怡綦(2004)
	親朋好友的推薦。	順向	方怡綦(2004)
調劑身心	紓解過多工作及生活的壓力。	順向	方怡綦(2004)
	逃離例行性公事。 (Avoid the daily rule.)	順向	Lee and Pearce(2002)
	打發時間。	順向	方怡綦(2004)
	遠離塵囂。	順向	方怡綦(2004)
	尋找靈感。	順向	方怡綦(2004)
	增進身體健康。	順向	方怡綦(2004)
	藉著機會攝影、錄影。	順向	方怡綦(2004)
進修教育	為了子女的教育。	順向	方怡綦(2004)
	增廣見聞，吸收生態的知識。	順向	方怡綦(2004)
	因為工作機構及學校的要求。	順向	方怡綦(2004)
	因過去參與解說活動的體驗。	順向	方怡綦(2004)
當地因素	氣候溫暖。 (Genial climate.)	順向	Lee and Pearce(2002)
	穩定的天氣。 (Steady climate.)	順向	Lee and Pearce(2002)
	欣賞自然環境之美。 (Appreciate the classy of the nature.)	順向	Lee and Pearce(2002)
其它	其他，請註明_____	順向	方怡綦(2004)

3.1.5.6 遊客對生態保護區門票的願付價格

為瞭解受訪遊客對生態保護區門票的願付價格，本研究引用方怡綦(2004)研

究報告並加以修改，探尋受訪遊客在墾丁國家公園管理處聽完簡報後，是否願意支付生態保護區門票，以進入生態保護區，本研究分別探索兩種收費目的，並比較兩者的最高願付價格，分別以「提供國家公園進行生態保育」和「增加政府財政收入」等兩種目的，若願意則會支付的最高金額為門票價格，受訪遊客填寫選項依序為新台幣 51~100、101~150、151~200、201~250、251~300 和 301 元以上等六種，設計的問題形式之數值型態是順序尺度。

表 3.6 遊客對生態保護區門票的願付價格問卷設計
Table 3.6 Questionnaire of tourist's willingness to pay for admission.

分類	題目	順反向	引用文獻
用途	假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您最多願意支付多少，以提供國家公園內進行生態保育？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 51~100 <input type="checkbox"/> 101~150 <input type="checkbox"/> 151~200 <input type="checkbox"/> 201~250 <input type="checkbox"/> 251~300 <input type="checkbox"/> 301 元以上 <input type="checkbox"/> 不願意支付費用	順向	方怡蓁(2004)
	假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您最多願意支付多少，以增加政府財政收入？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 51~100 <input type="checkbox"/> 101~150 <input type="checkbox"/> 151~200 <input type="checkbox"/> 201~250 <input type="checkbox"/> 251~300 <input type="checkbox"/> 301 元以上 <input type="checkbox"/> 不願意支付費用	順向	方怡蓁(2004)

3.1.5.7 遊客對於解說導覽服務之願付價格

為瞭解受訪遊客對進入生態保護區後需由解說服務員帶領，受訪者對於解說服務的最高願付價格，本研究引用方怡蓁(2004)研究報告並加以修改，探尋受訪遊客在墾丁國家公園管理處聽完簡報後，由解說服務員引領進入生態保護區，本研究分別探索四種收費目的，並比較四者的最高願付價格，分別以支付『解說導覽服務』之費用以作為「解說員薪資」、「生態保育經費」、「增加政府稅收來源」以及「生態教育費用」等四種目的，若願意則會支付的最高金額為解說費用，受訪遊客填寫選項依序為新台幣 51~100、101~150、151~200、201~250、251~300 和 301 元以上等六種，設計的問題形式之數值型態是順序尺度。

表 3.7 遊客對於解說導覽服務之願付價格問卷設計
Table 3.7 Questionnaire of tourist's willingness to pay for the charge to narration service.

分類	題目	順反向	引用文獻
用途	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為解說員之薪資，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)
	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為生態保育經費，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)
	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為增加政府稅收來源，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)
	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為生態教育費用，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)

3.1.6 統計分析方法

3.1.6.1 敘述性統計

以百分比、平均值和標準差等統計值簡化資料複雜性，並利用敘述性統計說明受訪遊客的『社經背景』資料和『旅遊特徵』變項之分佈狀況。

3.1.6.2 推論性統計

3.1.6.2.1 項目分析(Item Analysis)

設計問卷過程中最基本的一項檢定分析程序，主要目的是針對到墾丁國家公園管理處遊客中心聽取簡報的遊客和其對生態旅遊的行為、態度以及參與生態旅遊的動機進行適切性(鑑別度)的評估，藉此瞭解其是否具有實質的鑑別度，未達顯著性的差異水準時，則繼續修改和調整文字詮釋方式。

3.1.6.2.2 信度分析(Reliability Analysis)

以 Cronbach α 係數驗證問卷中到墾丁國家公園管理處遊客中心聽取簡報的遊客對生態旅遊的行為、態度、參與生態旅遊的動機的量表項目之內部一致性，評估整份量表的可靠程度及穩定程度，針對信度較低的評量項目進行修改調整。Cuieford(1965)提出 Cronbach α 值 < 0.35 為低信度， $0.35 \leq$ Cronbach α 值 < 0.7 則尚可，Cronbach α 值 ≥ 0.7 屬於高信度。

3.1.6.2.3 因素分析(Factor Analysis)

將受訪遊客對生態旅遊的行為、遊客對生態旅遊的態度、遊客參與生態旅遊的動機抽取出共同之基本因素，主要的目的在於將多個變項依其相關的程度，縮減成幾類主要的因素，以簡化變項之間的複雜性，希望建構對原變項的最大可能解釋量。

3.1.6.2.4 集群分析(Cluster Analysis)

係依據樣本資料之特定量表中問題變數的相似程度，利用 K-mean 集群方法將受訪樣本劃分成幾個集群，使同一集群內的樣本具有高度之同質性，而不同集群之間的樣本則有較高的異質性。本研究利用集群分析以遊客對生態旅遊之行為為基礎，針對遊客進行分群。

3.1.6.2.5 卡方(Chi-Square Test)

在交叉分析(Crosstabs)中使用於分析兩組類別尺度變數之間的相關性，本研究運用於檢定不同生態旅遊動機集群的遊客，針對不同集群間之社經背景和旅遊

特徵進行差異性分析。

3.1.6.2.6 單因子變異數分析(One-Way ANOVA)

目的在於比較三個或三個以上群組的平均數，推算各組族群(母體)中的平均數是否相等。用以檢定三個以上不同族群對各項問題認知之差異性情況。本研究利用單因子變異數分析不同生態旅遊行為集群之遊客，對於遊客參與生態旅遊之動機、遊客對生態旅遊的行為、遊客對生態旅遊的態度和遊客對生態保護區門票以及解說導覽服務之願付價格的差異情形。

3.1.6.2.7 簡單迴歸(Simple Regression)

當兩個連續性變數之間具有線性關係(Linear Relationship)，依據模式架構探索一自變數與一因變數之間的數值化關係，建立 $Y=aX+b$ 的迴歸方程式。本研究運用簡單迴歸分析方法來檢定遊客對『生態保護區門票』以及『解說導覽服務』之願付價格的最高金額和願付機率兩者數值化關係。

第二節 結果與討論

3.2.1 受訪者的社經背景和旅遊特徵

在剔除無效問卷後統計發現，墾丁國家公園管理處遊客中心觀賞簡報的受訪遊客以女性居多，佔 55.8 %；在年齡層方面，遊客以 21~30 歲最多，佔 27.0 %，其次為 41~50 歲，佔 26.2 %，依次為 31~40 歲，佔 22.5 %；在教育程度方面，以大學學歷者居多，佔 33.5 %，其次為專科畢業者，佔 28.4 %；在個人平均月收入方面，以平均 20,001~40,000 元收入者為眾，佔 34.1 %，其次為收入 20,000 元以下，佔 33.9 %；在婚姻狀況方面，以未婚者居多，佔 51.9 %；家中大多沒有 18 歲以下子女佔 52.3 %，其次為家中有一個未滿 18 歲的子女，佔 27.6 %，再者為家中有二個未滿 18 歲的子女，佔 16.6 %。

在遊客旅遊特徵方面，受訪遊客前往墾丁國家公園所搭乘的交通工具以遊覽車為主，佔 48.8 %，其次為開車，佔 40.8 %；遊客最近一年內到墾丁國家公園次數(包含此次)以一次居多，佔 44.8 %，再者為 2 次，佔 32.6 %；個人此次到墾丁

國家公園預計消費金額以 2,000 元以下為最多，佔 46.4 %，其次為 2,001~4,000 元，佔 37.7 %；遊客此次到墾丁國家公園的隨行同伴以親友最多，佔 58.0 %，次之以同事為隨行同伴，佔 19.3 %；此次到墾丁國家公園的同伴人數以 10 人以上為主，佔 39.1 %，而同伴人數以 2 人次之，佔 20.1 %；此次到墾丁國家公園的停留時間，以兩天一夜最多，佔 55.3 %，其次為當天來回，佔 33.3 %。

3.2.2 遊客對生態旅遊的行為

表 3.8 遊客對生態旅遊的行為因素分析
Table 3.8 Factor analysis of tourist's behavior to ecotourism.

項 目	因 素 負 荷 量		
	勸導行為	自制行為	積極行為
我看見有人採摘或捕捉國家公園內的動植物時，我會勸導他人勿破壞生態	0.814	0.112	0.035
旅遊中，發現生態環境受到破壞時，我曾經向有關單位報備	0.749	0.228	0.008
我看見其他遊客亂丟垃圾，曾理性的勸導他應自行帶垃圾回家	0.711	-0.124	0.129
我會隨身攜帶小塑膠袋將垃圾帶回	0.121	0.824	0.074
旅遊中，我會思考生態未來的危機	0.045	0.798	0.160
我會參加抵制製造過多污染源之業者的活動	0.014	0.093	0.800
我會參加環境保護團體所舉辦的會議	0.157	0.030	0.763
當我看見有人傾倒疑似有毒廢棄物時，我會檢舉他	-0.006	0.378	0.512
特徵值	1.770	1.549	1.533
佔總變異量%	22.12	19.36	19.17
Cronbach's alpha	0.641	0.623	0.541

資料來源：本研究自行整理

針對生態旅遊行為進行因素分析，在個別因素構面之信度分析後，發現部份問題的信度偏低可能影響其構面間的一致性，故本研究將其中部份題目與以刪除，再以剩下 15 題生態旅遊行為問項為變數，採取主成分分析法(Principal Component Analysis)來抽取因素，並利用最大變異數法(Varimax)進行因素轉軸旋轉得到遊客對生態旅遊行為變項共簡化成 3 個因素，依序為勸導行為、自制行為、積極行為(表 3.8)。

利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一是關於遊客對於他人破壞生態環境行為之勸導以及向有關單位呈報所見之環境污染狀況，因此命名為「勸導行為」，其解釋總變異量為 22.12 %。因素二是遊客身處生態環境中自我的控管行為，故命名為「自制行為」，其解釋總變異量為 19.36 %。因素三是關於遊客對生態保育所付出積極的行動，屬於遊客對生態保育的一種行為，故將之命名為「積極行為」，此項因素全為正向問題，分數愈高表示對生態保育的行為愈正面，亦即愈同意參加抵制製造過多污染源業者的活動、愈同意參加環境保護團體所舉辦的會議、愈認同檢舉他人傾倒疑似有毒廢棄物，其解釋總變異量為 19.17 %。

3.2.3 遊客對生態旅遊的態度

表 3.9 遊客對生態旅遊的態度因素分析
Table 3.9 Factor analysis of tourist's attitude to ecotourism.

項 目	因 素 負 荷 量		
	環境認知	友善環境	環境維護
每個人均可對環境維護有所貢獻	-0.809	-0.061	0.086
我認為生態旅遊的發展應該以大型的觀光團為主	0.711	-0.099	0.415
我認為生態旅遊的發展應該開放未受破壞的自然環境供遊客遊覽	0.565	0.388	-0.159
我對於直接體驗環境和探索環境有興趣	0.092	0.746	-0.031
地球是人類與動物共享的，所以我們不能只依照自己的意思去濫用	0.083	0.704	0.146
我認為生態旅遊的發展應該提供機會讓遊客實際參與生態保護、棲地復育等教育性質之活動	0.067	0.038	0.832
今日我對環境的行為將會影響到下一代	-0.260	0.448	0.476
特徵值	1.567	1.418	1.147
佔總變異量%	22.38	20.26	16.39
Cronbach's alpha	0.628	0.611	0.607

資料來源：本研究自行整理

針對遊客對生態旅遊的態度進行因素分析，採用主成份分析法抽取因素，並利用最大變異數法進行因素軸旋轉，得到遊客對生態旅遊的態度共簡化成 3 個因素，因素依序命名為環境認知、友善環境和維護環境等(表 3.9)。利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一為遊客自身行為對環境造成影響之認知，共有兩

項反向題，已導正計分，亦即分數愈高遊客愈不認為生態旅遊應以大型觀光團為主、愈不認同生態旅遊的發展應開放未受破壞的自然環境供遊客遊覽，故命名為「環境認知」，其解釋變異量為 22.38 %。因素二為喜好體驗及探索環境以及具有人與動物共享環境的觀念，亦即遊客對環境釋出之善意，故命名為「友善環境」，其解釋變異量為 20.26 %。因素三為遊客對環境表現出之維護行為及動作，故命名為「維護環境」，其解釋變異量為 16.39 %。

3.2.4 遊客參與生態旅遊的動機

表 3.10 遊客參與生態旅遊的動機因素分析
Table 3.10 Factor analysis of tourist's travel motivation.

項 目	因 素 負 荷 量		
	外在影響	吸收知識	當地因素
因為工作機構及學校的要求	0.710	-0.019	0.039
順應別人的邀約	0.660	-0.005	0.393
因為過去參與解說活動的體驗	0.637	0.293	0.131
親朋好友的推薦	0.627	0.122	0.321
為了觀賞野生動植物	0.235	0.734	0.086
增廣見聞，吸收生態的知識	0.413	0.696	-0.026
為了子女的教育	-0.106	0.681	0.195
藉著機會攝影、錄影	-0.027	0.609	0.341
穩定的天氣	0.137	0.229	0.755
逃離例行性公事	0.171	0.077	0.728
氣候溫暖	0.273	0.197	0.686
特徵值	2.098	2.056	2.009
佔總變異量%	19.08	18.69	18.26
Cronbach's alpha	0.673	0.671	0.684

資料來源：本研究自行整理

針對遊客參與生態旅遊的動機進行因素分析，在個別因素構面之信度分析後，發現部份問題的信度偏低可能影響其構面間的一致性，故本研究將其中部份題目與以刪除，再以剩下 16 題生態旅遊行為問項為變數，採取主成分分析法來抽取因素，並利用最大變異數法進行因素轉軸旋轉得到遊客對生態旅遊行為變項，共萃取出四個因素構面，因素依序命名為外在影響、調劑身心、吸收知識和

當地因素等(表 3.10)。

利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一為遊客受到學校、工作機構、親友以及過去體驗之影響而參與生態旅遊活動，而其為了子女的教育及藉著機會攝影、錄影兩項目之分數為負值，推論因受訪者年紀尚輕且多無子女，且攝影並不為此次前往之主要目的，故命名為「外在影響」，其解釋總變異量為 19.08 %。因素二為遊客為教育、了解動植物、增廣見聞、提升技巧等而參與生態旅遊，由此而命名為「吸收知識」，其解釋總變異量為 18.69 %；因素三為遊客為逃避現實，置身於他地享受不同環境氣息而參與生態旅遊之動機，故命名為「當地因素」，其解釋總變異量為 18.26 %。

3.2.5 欲前往保護區之遊客市場區隔

本研究依據遊客對生態旅遊的行為差異性，採用集群分析 K-Mean 的統計方法來區別遊客，將遊客區分為不同生態旅遊行為之集群，經分群結果對『社經背景』和『旅遊特徵』進行卡方分析，並和『遊客對生態旅遊的行為』因素、『遊客對生態旅遊的態度』因素及『遊客參與生態旅遊的動機』因素進行單因子變異數分析，依序將分析獲得的遊客集群分別命名為：「一般遊客」、「積極參與」、「行動缺乏」和「自我中心」(表 3.11)。

此四集群分別對『社經背景』中的「年齡」、「婚姻狀況」、「家中未滿 18 歲子女人數」、「旅遊特徵」中之「此次到墾丁的主要交通工具」、「此次到墾丁的停留時間」以及『遊客對生態旅遊的行為』構面、『遊客對生態旅遊的態度』構面、『遊客參與生態旅遊的動機』構面皆達到顯著性差異。

表 3.11 欲前往保護區之遊客市場區隔

Table 3.11 Cluster analyze of market segmentation of tourists who will move to the reservation in Kenting national park.

項 目		一般遊客 (25 %)	積極參與 (24 %)	行動缺乏 (26 %)	自我中心 (25 %)
性別	男	43.2 %	38.8 %	44.8 %	49.6 %
	女	56.8 %	61.2 %	55.2 %	50.4 %
年齡*	20 歲以下	12.8 %	9.9 %	6.7 %	15.7 %

項 目		一般遊客 (25 %)	積極參與 (24 %)	行動缺乏 (26 %)	自我中心 (25 %)
	21~30	32.0 %	15.7 %	26.1 %	33.9 %
	31~40	20.0 %	21.5 %	24.6 %	23.6 %
	41~50	24.0 %	32.2 %	27.6 %	21.3 %
	51 歲以上	11.2 %	20.7 %	14.9 %	5.5 %
教育程度	國中以下	4.0 %	5.8 %	3.0 %	8.7 %
	高中職	22.4 %	23.1 %	22.4 %	19.7 %
	專科	23.2 %	38.8 %	26.1 %	26.0 %
	大學	37.6 %	24.8 %	38.1 %	33.1 %
	研究所	12.8 %	7.4 %	10.4 %	12.6 %
職業	學生	27.2 %	18.2 %	16.4 %	31.5 %
	退休	6.4 %	4.1 %	4.5 %	5.5 %
	待業	0.8 %	1.7 %	0.7 %	0.0 %
	家管	6.4 %	7.4 %	8.2 %	3.9 %
	工商業	31.2 %	24.8 %	27.6 %	26.8 %
	服務業	8.8 %	14.0 %	14.2 %	9.4 %
	農林漁牧	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.8 %
	軍公教人員	16.8 %	21.5 %	19.4 %	15.7 %
	其它	2.4 %	8.3 %	9.0 %	6.3 %
個人平均月收入	20,000 以下	38.2 %	24.8 %	30.6 %	41.7 %
	20,001~40,000	32.5 %	38.0 %	37.3 %	28.3 %
	40,001~60,000	20.3 %	24.0 %	19.4 %	22.0 %
	60,001~80,000	7.3 %	8.3 %	9.0 %	6.3 %
	80,001 以上	1.6 %	4.9 %	3.7 %	1.6 %
婚姻狀況*	已婚	45.6 %	62.0 %	50.0 %	35.4 %
	未婚	54.4 %	38.0 %	50.0 %	64.6 %
家中未滿 18 歲子女人數*	0	59.2 %	43.8 %	47.8 %	58.3 %
	1	20.8 %	24.8 %	19.4 %	22.8 %
	2	19.2 %	26.4 %	26.1 %	17.3 %
	3 人以上	0.8 %	5.0 %	6.7 %	1.6 %
此次到墾丁的主要交通工具*	客運	5.8 %	6.2 %	9.3 %	10.3 %
	開車	40.4 %	37.2 %	42.6 %	42.7 %
	機車	3.8 %	1.8 %	1.6 %	2.6 %
	飛機	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
	遊覽車	50.0 %	54.9 %	46.5 %	44.4 %
最近一年內到墾丁國家公園次數	1	35.2 %	50.4 %	47.0 %	46.5 %
	2	40.0 %	32.2 %	31.3 %	28.3 %
	3	5.6 %	4.1 %	7.5 %	7.9 %
	4	15.2 %	9.9 %	13.4 %	15.7 %

項 目	一般遊客 (25 %)	積極參與 (24 %)	行動缺乏 (26 %)	自我中心 (25 %)
5 次以上	4.0 %	3.3 %	0.7 %	1.6 %
2,000 以下	44.0 %	44.6 %	50.0 %	46.5 %
個人此次到墾丁 國家公園預計消 費金額	2,001~4,000 41.6 %	38.0 %	35.8 %	35.4 %
4,001~6,000	11.2 %	13.2 %	9.0 %	11.0 %
6,001~8,000	2.4 %	4.1 %	4.5 %	5.5 %
8,001~10,000	0.8 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
10,001 以上	0.0 %	0.0 %	0.7 %	1.6 %
此次到墾丁的隨 行同伴	一人前往 4.8 %	0.8 %	1.5 %	3.1 %
親友	56.8 %	60.3 %	60.4 %	54.3 %
同事	17.6 %	18.2 %	19.4 %	22.0 %
同學	12.0 %	9.9 %	8.2 %	11.0 %
其他	8.8 %	10.7 %	10.4 %	9.4 %
同伴人數	1 5.6 %	5.0 %	6.7 %	3.9 %
2 29.6 %	16.5 %	17.9 %	16.5 %	
3 7.2 %	9.1 %	9.0 %	6.3 %	
4 12.0 %	21.5 %	16.4 %	19.7 %	
5 4.0 %	2.5 %	3.0 %	7.1 %	
6 0.0 %	0.8 %	3.0 %	1.6 %	
7 0.8 %	0.0 %	0.7 %	2.4 %	
8 4.8 %	6.6 %	2.2 %	0.8 %	
9 0.8 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	
10 人以上	35.2 %	38.0 %	41.0 %	41.7 %
此次到墾丁的停 留時間*	當天來回 28.8 %	39.7 %	29.9 %	35.4 %
兩天一夜	60.8 %	48.8 %	57.5 %	54.3 %
三天兩夜	10.4 %	11.6 %	12.7 %	10.2 %
遊客對生態旅遊 的行爲*	勸導行爲 0.640	0.882	-0.784	-0.643
自制行爲	-1.038	0.904	-0.147	0.315
積極行爲	-0.133	0.217	-0.907	-1.033
遊客對生態旅遊 的態度*	環境認知 0.124	0.214	0.177	-0.105
友善環境	-0.154	0.119	0.268	-0.244
維護環境	-0.181	0.293	-0.005	-0.096
遊客參與生態旅 遊的動機*	外在影響 -0.106	0.041	0.397	-0.354
吸收知識	-0.143	0.478	-0.164	-0.142
當地因素	0.208	0.082	-0.108	-0.169

*Indicates that significant differences exist among segments at the 0.05 level.

資料來源：本研究自行整理

第一集群遊客共佔總有效樣本數 25 %，此集群遊客參與生態旅遊之動機非以

吸收知識而以當地因素為主，屬於大眾型的觀光動機，對於生態旅遊構面之因素僅有對環境認知呈現正向評分，故命名為「一般遊客」。第二集群遊客共佔總有效樣本數 24 %，此類型遊客對於生態旅遊的行為及態度皆呈現認同的情況，其參與動機亦包含吸收知識，符合在生態旅遊強調之在旅遊中學習的概念，故命名為「積極參予」。

第三集群遊客共佔總有效樣本數 26 %，此類型遊客之旅遊動機受外在影響之程度高，對於生態旅遊的態度構面中的維護環境態度呈現負面數值，在對生態旅遊的行為中的三個因素亦全為負值，顯示此集群遊客雖具備生態保育之正確態度但對於生態保育方面之行動不足，故命名為「行動缺乏」。第四集群遊客共佔總有效樣本數 25 %，此集群遊客對於生態旅遊的動機構面之因素及對生態旅遊之態度構面因素皆呈現負值，僅對於生態旅遊行為構面之「自制行為」因素為正向評分，故將其命名為「自我中心」。

「一般遊客」集群年齡多以 21~30 歲、未婚為多；教育程度以大學為主，佔 37.6 %；個人平均月收入以 20,000 元以下為多，佔 38.2 %；最近一年內到墾丁國家公園之次數以 2 次為多；佔 40.0%；其次為 1 次佔 35.2 %。「一般遊客」集群對生態旅遊的態度構面中之「維護環境」因素評分為負值且為四集群中最低值，而參與生態旅遊動機構面之「當地因素」為四集群中最高者。

「積極參與」集群年齡多以 41~50 歲、已婚為多；教育程度以專科為主，佔 38.8 %；個人平均月收入以 20,001~40,000 元為多，佔 38.0 %；最近一年內到墾丁國家公園之次數以 1 次為多；佔 50.4 %；其次為 2 次佔 32.2 %。「積極參與」集群對生態旅遊的行為、態度及參與生態旅遊動機之構面評分皆為正值，除了對生態旅遊態度構面之友善環境因素及參與生態旅遊構面之外在因素、當地因素外，其餘三構面之因素評分皆為四集群中最高者。

「行動缺乏」集群年齡層多分佈於 41~50 歲多；教育程度以大學為主，佔 38.1 %；個人平均月收入以 20,001~40,000 元為多，佔 38.0 %；最近一年內到墾丁國家公園之次數以 1 次為多；佔 47.0 %。「行動缺乏」集群對生態旅遊行為構面

之三因素評分皆為負值、對於生態旅遊態度構面之友善環境因素及參與生態旅遊動機構面之外在影響因素之評分為四集群中最高。

「自我中心」集群年齡層多分佈於 21~30 歲且未婚居多；教育程度以大學為主，佔 33.1 %；個人平均月收入以 20,001~40,000 元為多，佔 28.3 %；最近一年內到墾丁國家公園之次數以 1 次為多；佔 46.5 %。「行動缺乏」集群僅對生態旅遊行為構面之自制行為因素評分為正值，其餘各項因素評分皆為負值。

四集群之遊客皆以女性且家中沒有 18 歲以下子女為主、此次前往墾丁之主要交通工具以搭乘遊覽車為主要運輸方法，其次為以開車前往之方式到達墾丁國家公園，而此次到墾丁國家公園之預計消費皆為 2,000 元以下較多，四集群之隨行之同伴皆為親友居多，且都高於 50 %，而同伴人數以 10 人以上為多數，停留時間為兩天一夜。四集群除「自我中心」集群之遊客以學生為主外，其餘三集群以從事工商業佔多數。

3.2.6 遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格

本研究以線性迴歸和單因子變異數分析的統計分析方法，探討不同集群之遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，收取『生態保護區門票』分別以「提供國家公園進行生態保育」和「增加政府財政收入」為收費目的；『解說導覽費用』分別作為「解說員之薪資」、「生態保育經費」、「增加政府稅收來源」、「支付生態教育費用」等四種收費目的進行分析比較。遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格是採用「條件評估法」，問答方式以封閉式問題讓受訪者勾選，問題形式為兩選項式問題(Binary Question)讓受訪者回答，詢問受訪者在聽取簡報後是否願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』，若願意則再詢問其願付價格的最高金額，依此類推。 A_i 為遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，選項分別為 51~100 元、101~150 元、151~200 元、201~250 元、251~300 元和 301 元以上，若遊客不願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，則勾選不願意。

Hanemann(1984)假設遊客在被徵詢支付解說服務費用(A_i)意願之前，已經感受到解說服務正確的實用性價值，然而，此部份實用性價值的一些構成要素是調查者不易知悉與觀察者，此項議題將會是重要性的假設(Utility Maximizing Theory)兩者的相關性(Hanemann, 1984; Hanemann, 1987)。假設線性實用性函數(Linear Utility Function)和邏輯斯分佈函數(Logistic Distribution Function)應用於兩選項式問題，則邏輯斯函數將可被拿來估算願付價格(Hanemann, 1984)：

$$P_i = (1 + e^{-(\alpha + \beta A_i)})^{-1}$$

此處

P_i ：假設遊客願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格 A_i 則給予數值 1，其他給於數值 0。

A_i ：遊客在聽取簡報後『生態保護區門票』支付以及『解說導覽費用』之最高願付價格(51~100 元、101~150 元、151~200 元、201~250 元、251~300 元和 301 元以上)。

因此，願付價格(WTP)的期望值計算方式為：

$$E(WTP) = \int_0^{\infty} (1 + e^{-(\alpha + \beta A)})^{-1} dA = \frac{-\alpha}{\beta}$$

將此方程式轉換成以線性模式

$$DC_i = \alpha + \beta A_i$$

此處

$$DC_i = \log\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right)$$

分析獲得結果(表 3.12)所示，顯示收取不同『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格，其中(表 3.12)之 α 值表截距；所有 β 數值均為負值，意謂著收取『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格越高，遊客願意支付此價格意願越低，價格與意願兩者呈現反向關係。 β 數值愈大，代表收取『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格愈高時，遊客仍有高度支付意願，亦就是此類型遊客對費用金額有較低敏感度；反之，若 β 數值

愈小代表收取的最高願付價格金額略高時，則遊客的支付意願會降低，亦就是此類型消費者對價格有較高靈敏度。DC_i 意指在某一個價格區間下願意支付機率(P_i)與不願支付機率(1-P_i)的比率之對數。

表 3.12 欲前往保護區之遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格

Table 3.12 Tourists who will move to the reservation and their willingness to pay for the admission ticket and the fee to the interpretive service.

項 目	集群間 差異性	一般遊客 (1)			積極參與 (2)			行動缺乏 (3)			自我中心 (4)		
		α	β	WTP	α	β	WTP	α	β	WTP	α	β	WTP
收取生態保護區門票提供國家公園進行生態保育	A	1.685 ^{***}	-0.012 ^{***}	140	1.341 ^{***}	-0.011 ^{***}	122	1.676 ^{**}	-0.011 ^{***}	152	1.903 ^{**}	-0.015 ^{***}	127
收取生態保護區門票增加政府財政收入		0.586 [*]	-0.010 ^{***}	59	0.218	-0.007 ^{***}	31	0.389	-0.009 ^{***}	43	0.293 ^{**}	-0.008 ^{***}	37
支付解說導覽費用作為解說員之薪資		1.560	-0.011 ^{***}	142	1.264 ^{***}	-0.009 ^{***}	140	1.496 ^{***}	-0.011 ^{***}	136	1.322 ^{**}	-0.010 ^{***}	132
支付解說導覽費用作為生態保育經費	B	1.370 ^{***}	-0.011 ^{***}	125	1.205 [*]	-0.009 ^{***}	134	1.369 [*]	-0.010 ^{***}	137	1.746 ^{**}	-0.014 ^{***}	125
支付解說導覽費用增加政府稅收來源	C,D	0.219 [*]	-0.006 ^{**}	37	0.060	-0.006 ^{***}	10	0.078	-0.008 [*]	11	0.103	-0.008 ^{***}	13
支付解說導覽費用作為生態教育費用	E,F	1.183	-0.008 ^{***}	148	1.043 ^{**}	-0.007 ^{***}	149	1.476 ^{***}	-0.009 ^{***}	164	1.122 ^{**}	-0.008 ^{***}	140

Note: ^{***} = Correlation is significant at the 0.005 level (2-tailed); ^{**} = Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed); ^{*} = Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed); a,b,c,d: Indicate the significant difference between different pay usage at the 0.05 level.

附註：^{***}代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.005 水準；^{**}代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.01 水準；^{*}代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.05 水準；A 代表 3 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，B 代表 3 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，C 代表 1 和 2 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，D 代表 2 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，E 代表 1 和 2 集群對於此收費方式達顯著性差異水準，F 代表 3 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)。

資料來源：本研究自行整理

在對遊客收取『生態保護區門票』費用以「提供國家公園行生態保育」的情形下，以「行動缺乏」集群的願付價格最高；若向遊客收取生態保護區門票費用以「增加政府財政收入」，以「一般遊客」集群之願付價格為最高，同時發現「行動缺乏」和「自我中心」兩集群對於此收費方式達顯著性差異水準($P<0.05$)。在遊客對於支付『解說導覽服務費用』之願付價格部分，若假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，須向遊客收取費用，將其作為「解說員薪資」，則「一般遊客」集群願意支付價格金額最高；若解說導覽服務收費，作為「生態保育經費」，則「行動缺乏」集群願意支付的價格最高，而「行動缺乏」集群和「自我中心」集群對於此收費方式達顯著性差異水準($P<0.05$)；若解說導覽服務收費，作為「增加政府稅收來源」，則「一般遊客」集群願意支付的價格最高，同時發現「積極參與」集群分別和「一般遊客」集群及「行動缺乏」集群對於此收費方式達顯著性差異水準($P<0.05$)；若解說導覽服務收費，作為「生態教育費用」，則「行動缺乏」集群之願付金額最高，而「一般遊客」集群和「積極參與」集群以及「行動缺乏」「自我中心」分別對於此收費方式達顯著性差異水準($P<0.05$)。

蘇秋君和李明聰(2006)進行遊客對解說服務願付價格之研究-以七股黑面琵鷺保護區為例，其研究亦引用市場區隔的概念，依據遊客對生態觀光的動機差異性，採用集群分析區別遊客，將遊客區分為不同的旅遊動機集群，依序將分析獲得的遊客集群分別命名為「大眾消費」、「保護環境」和「熱衷投入」，本研究截取概念相同之集群對應，依序為「一般遊客」、「自我中心」、「積極參與」並與其相同之付費項目進行願付價格比較如下(表 3.13)。

表 3.13 前往墾丁國家公園及七股黑面琵鷺保護區之遊客願付價格比較

Table 3.13 Compare with the tourists' WTP in Kenting and Chiku.

	支付解說導覽費用 作為解說員之薪資	支付解說導覽費用 作為生態保育經費	支付解說導覽費用 增加政府稅收來源	支付解說導覽費用 作為生態教育費用
(1)大眾消費	140	152	7	135
(2)一般遊客	142	125	37	148
(1)保護環境	145	137	31	135
(2)自我中心	132	125	13	140
(1)熱衷投入	146	158	32	153
(2)積極參與	140	134	10	149

附註：(1)代表蘇秋君(2006)遊客對解說服務願付價格之研究-以七股黑面琵鷺保護區為例之願付價格數值。(2)代表本研究願付價格之數值。資料來源：本研究自行整理。

本研究與蘇秋君(2006)之研究願付價格結果比較顯示各研究所區分之三集群遊客皆以支付『解說導覽費用』作為「增加政府稅收來源」之願付價格最低；雙方研究之最高願付價格的對應集群相同，但付費之項目不同，分別為「熱衷投入」集群對於支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」之項目及「積極參與」集群對於支付『解說導覽費用』作為「生態教育費用」項目；兩研究各集群之遊客對於支付『解說導覽費用』作為「解說員之薪資」、「生態保育經費」及「生態教育費用」之願付價格較高，其中各集群對於支付『解說導覽費用』作為「解說員之薪資」以及「生態教育費用」兩付費項目之願付價格更高於 130 元，顯示生態保育區可以此做為付費項目向遊客收取『解說導覽費用』，建議可以 130 元作為收費基準。

第三節 結論與建議

研究發現前往墾丁國家公園管理處遊客中心聽取簡報之遊客在年齡層方面，以 21~30 歲為主要聽取簡報的族群，推論 21~30 歲該年齡層之遊客以學生及尚未有婚姻者為主，其家庭束縛及經濟壓力相較於其他年齡層為輕，因此較有空閒時間從事旅遊活動；受訪遊客學歷以大學學歷者為最多，其次為專科學歷者，顯示聽取簡報者之學歷為台灣目前普遍的學歷等級，而家中 18 歲以下子女人數 0 人者為眾，顯示受訪者多無幼小子女的後顧之憂，除受訪者多未婚外，推論與時下適婚者晚婚亦有相關。此次到墾丁國家公園預計消費金額為 2,000 元以下為多，其次為 2,001~4,000 元，推論因部份食宿、交通、門票費用已由旅行社或遊客之公司於行前支付，且前往墾丁國家公園管理處觀賞簡報之遊客參與生態旅遊以親近自然為主要目的，有別於一般遊客的大眾觀光活動所需之花費，例如承租機車、參加浮潛、香蕉船、沙灘車等活動之花費，因此所需之花費較少；此次到墾丁國家公園的隨行同伴以親友最多，顯示遊客之旅遊同伴仍以最親近的家人朋友為多，次為同事，推論部份遊客為參加員工旅遊，因此同伴為目前公司之同事；此次到墾丁國家公園的同伴人數以 10 人以上為主，推論因公司行號承租遊覽車供其職員員工旅遊；此次到墾丁國家公園的停留時間，以兩天一夜最多，顯示遊客會在墾丁國家公園地區過夜。

在蒞臨墾丁國家公園管理處觀賞簡報的遊客藉由對生態旅遊行為區分為四集群，分別為「一般遊客」、「積極參與」、「行動缺乏」、「自我中心」等，此四集群分別對『社經背景』中的「年齡」、「婚姻狀況」、「家中未滿 18 歲子

女人數」、『旅遊特徵』中之「此次到墾丁的主要交通工具」、「此次到墾丁的停留時間」以及『遊客對生態旅遊的行為』構面、『遊客對生態旅遊的態度』構面、『遊客參與生態旅遊的動機』構面皆達到顯著性差異。顯示可以利用前述變數進行市場區隔。同時發現「行動缺乏」集群的遊客對支付『解說導覽費用』作為「生態教育費用」之願付價格為四集群之最高者；四集群對於收取『生態保護區門票』用以「增加政府財政收入」以及支付『解說導覽費用』用以「增加政府稅收來源」之願付價格皆為最低；而對於其他四項收費方式的願付價格皆高於 120 元，顯示墾丁國家公園管理處可以此四項項目為收費目的，以 120 元為收費標準向遊客收取門票及解說導覽費用。

本研究礙於時間因素，研究對象僅侷限於墾丁國家公園的生態保護區，若要推展到台灣其他的生態保護區尚嫌資料不足，建議未來研究時可延伸至台灣其他國家公園和生態保護區，以了解台灣遊客對進入生態保護區使用者付費的接受程度。研究對象亦可針對進入國家公園的一般遊客或其它保護區的生態旅遊遊客，而非僅侷限於觀賞解說的遊客，可以擴大研究一般遊客參與付費的程度。未來研究者亦可針對遊客對國家公園生態保育之價值、認知方面進行研究以探索其對願付價格的影響程度，並提供相關單位作為擬定相關措施與管理模式的參考。

第四章 一般旅遊遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例

第一節 研究方法

4.1.1 研究假設

歸納本研究目的和學術文獻的各種論述，擬定的研究假設如下：

- 1.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對生態保護區門票願付價格有顯著差異。
- 2.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對解說導覽服務願付價格有顯著差異。
- 3.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客的社經背景有顯著差異。
- 4.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客的旅遊特徵有顯著差異。
- 5.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對環境態度因素有顯著差異。
- 6.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客對生活型態因素有顯著差異。
- 7.利用遊客之生活型態將遊客進行市場區隔時，不同市場區隔之遊客旅遊動機因素有顯著差異。

4.1.2 研究架構

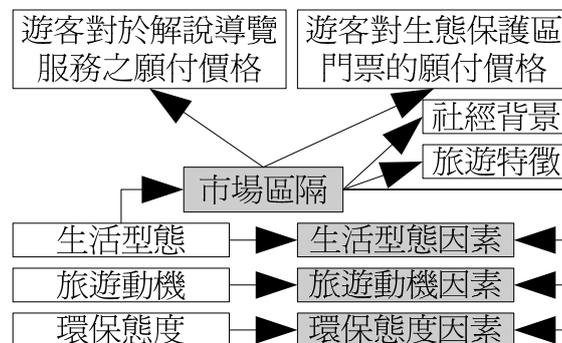


圖 4.1 一般旅遊遊客對解說服務願付價格之研究~以墾丁國家公園為例之研究架構
Figure 4.1 Construction of the research of normal tourist's willingness to pay for interpretative service in Kentin national park.

本研究依據遊客之生活型態，將遊客以市場區隔的方式區分成不同遊客集群，同時分別對環境態度、生活型態、旅遊動機進行因素分析將其簡化成數個因素組合，探討不同遊客集群間之消費者的社經背景、旅遊特徵、環境態度因素、生活型態因素、旅遊動機因素、遊客對於解說導覽服務之願付價格和遊客對生態保護區門票的願付價格差異性關係，依據研究假設的推論，建構本研究架構如右圖所示。

4.1.3 研究對象

依據墾管處 2000~2006 年前往墾丁國家公園之遊客人數統計顯示，此段期間前往墾丁國家公園內各景點人數累計最多之前五名分別為鵝鑾鼻、貓鼻頭、墾丁森林遊樂區、佳樂水、海生館。故本研究選定以前往此五個景點之遊客為研究調查對象。

4.1.4 抽樣方法

本研究以便利抽樣法進行問卷調查，問卷發放地點為墾丁國家公園內前往鵝鑾鼻、貓鼻頭、墾丁森林遊樂區、佳樂水、海生館等各景點之遊客為問卷發放對象(表 4.1)。經過預測 50 份問卷並以信度分析與項目分析後，修改不適當、語意模糊、引導作答等類型的問題後，共發放 350 份，有效問卷 313 份，回收問卷有效率 89.4%，問卷發放日期為 2006 年 3~4 月份期間之週末兩天。

表 4.1 各景點有效樣本數
Table 4.1 Available sampling number in each site.

抽樣地點	鵝鑾鼻	貓鼻頭	墾丁森林遊樂區	佳樂水	海生館	總數
發放份數	70	70	70	70	70	350
有效樣本數	68	69	62	60	54	313

資料來源：本研究自行整理

4.1.5 問卷設計

4.1.5.1 一般遊客社經背景

為了解受訪遊客的社會經濟背景資料分佈情況，本研究引用 Hwang 等(2003)及方怡蓁(2004)的研究報告，共設計成 7 個遊客旅遊特徵的問題項目。此部分問卷設計分別詢問性別與婚姻狀況，問答形式之數值類型是類別尺度(Nominal Scale)；年齡、教育程度、個人平均月收入 and 家中未滿 18 歲子女人數，問答形式之數值類型均是順序尺度(Ordinal Scale)。

表 4.2 一般遊客社經背景問卷設計

Table 4.2 Questionnaire of normal tourists' database.

變項名稱	數值類型	答 案 項 內 容	引用文獻
性別	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	自行歸納設計
年齡	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 20 歲以下 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41~50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
教育程度	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 國小及以下 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 研究所	自行歸納設計
職業	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 退休 <input type="checkbox"/> 農林漁牧 <input type="checkbox"/> 工商業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 軍公教人員 <input type="checkbox"/> 待業 <input type="checkbox"/> 其他	Hwang <i>et al.</i> (2003)
個人平均 月收入(新 台幣：元)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 20,000 以下 <input type="checkbox"/> 20,001~40,000 <input type="checkbox"/> 40,001~60,000 <input type="checkbox"/> 60,001~80,000 <input type="checkbox"/> 80,001~100,000 <input type="checkbox"/> 100,000 以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
婚姻狀況	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 未婚	Hwang <i>et al.</i> (2003)
家中未滿 18 歲子女 人數	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 名以上	方怡蓁(2004)

4.1.5.2 一般遊客旅遊特徵

表 4.3 一般遊客旅遊特徵問卷設計

Table 4.3 Questionnaire of normal tourists' characteristic of tour.

變項名稱	數值類型	答 案 項 內 容	引用文獻
此次到墾 丁的交通 方式	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 客運 <input type="checkbox"/> 開車 <input type="checkbox"/> 機車 <input type="checkbox"/> 飛機 <input type="checkbox"/> 遊覽車	洪振超(2002)
最近一年 內到墾丁 國家公園 次數(包含 此次)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 1 次 <input type="checkbox"/> 2 次 <input type="checkbox"/> 3 次 <input type="checkbox"/> 4 次以上	Laroche <i>et al.</i> (2001)
個人此次 到墾丁國 家公園預 計消費金 額(新台 幣：元)	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 2,000 以下 <input type="checkbox"/> 2,001~4,000 <input type="checkbox"/> 4,001~6,000 <input type="checkbox"/> 6,001~8,000 <input type="checkbox"/> 8,001~10,000 <input type="checkbox"/> 10,001 以上	Hwang <i>et al.</i> (2003)
隨行同伴	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 一個人前往 <input type="checkbox"/> 親友 <input type="checkbox"/> 同事 <input type="checkbox"/> 同學 <input type="checkbox"/> 師長 <input type="checkbox"/> 其他	方怡蓁(2004)
同伴人數	Ordinal scale	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10 人以上	自行歸納設計
停留時間	Nominal scale	<input type="checkbox"/> 當天來回 <input type="checkbox"/> 兩天一夜 <input type="checkbox"/> 三天兩夜 <input type="checkbox"/> 其它	自行歸納設計

爲了解受訪遊客的旅遊特徵分佈狀況，本研究引用 Hwang 等(2003)、Laroche 等(2001)、方怡蓁(2004)和洪振超(2002)研究報告，共設計成 6 個遊客旅遊特徵的問題項目。此部份問卷設計分別詢問此次到墾丁的主要交通工具、此次到墾丁的隨行同伴與此次到墾丁的停留時間，問答形式之數值類型是類別尺度；另外詢問最近一年內到墾丁國家公園次數、個人此次到墾丁國家公園預計消費金額與此次到墾丁的同伴人數，問答形式之數值類型均是順序尺度。

4.1.5.3 一般遊客對環境的態度

爲評量受訪遊客對環境的態度，本研究引用 Laroche 等(2001)、Milfont and Duckitt(2004)、Trobe and Acott(2000)和 Stone 等(1995)的研究報告，共設計成 16 個遊客對環境的態度問題項目。問卷設計採用五點李克特尺度(Likert Scale)爲衡量受訪者生態旅遊行爲之工具，回答選項分爲『非常認同』、『認同』、『沒意見』、『不認同』、『非常不認同』五項，依序分別給予 5、4、3、2、1 分數值標記，以『非常認同』爲對生態旅遊的態度同意程度最高，『非常不認同』爲對其同意程度最低，藉以評量受訪者之生態旅遊的行爲。

表 4.4 一般遊客對環境的態度問卷設計
Table 4.4 Questionnaire of normal tourists' attitude to environment.

分類	題目	順反向	引用文獻
節約預防	1.就算成本會提高，工廠還是必須使用可回收的材料來製成品以維護環境。 2.雖然可回收材料所耗的成本較高，但是工廠還是必須使用以確保環境不受污染。 3.廠商(工廠)應使用再生原料，即使當它製造出來的產品售價會比以新原料製造的產品還便宜。 4.即使再生原料製成的產品售價較便宜，廠商還是必須使用以維護環境。 5.即使採用再生原料會使成本提高，廠商還是必須使用以善盡企業責任。 (Industry should be required to use recycled materials even when it costs less to make the same products from new raw materials.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)

分類	題目	順反向	引用文獻
	<p>1.只要環境不被汙染，就算工業的發展因此被控制而提高其產品價格也沒有關係。</p> <p>2.即使需要多花一些成本，廠商(工廠)仍需要加以控管來保護環境免於汙染。</p> <p>(Controls should be placed on industry to protect the environment from pollution, even if it means things will cost more.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.政府應控制危害環境之工業原料的使用量，以降低其對環境危害的程度。</p> <p>2.政府應介入課徵新原料使用的稅率，盡可能確保廠商越少使用越好。</p> <p>(Governments should control the rate at which raw materials are use, to ensure that they last as long as possible.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.政府應該給予充分的財務協助以研究有關太陽能的發展。</p> <p>2.政府應提供太陽能相關研究充分的財務協助。</p> <p>3.政府應該提供財政協助來開發太陽能能源。</p> <p>4.政府應補助更多的經費來研究與太陽能有關的資源開發。</p> <p>(The government should give generous financial support to research related to the development of solar energy.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.未來在已開發社會中，民眾會漸漸採用節約的生活方式。</p> <p>2.民眾應該將節約能源的方式落實在生活中。</p> <p>3.在已開發國家的人民在未來勢必將接受更節約的生活方式。</p> <p>(People in developed societies are going to have to adopt a more conserving life-style in the future.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.人類必須和自然和平共處才能繼續生存。</p> <p>2.人類必須和自然和平共處才能永續生存。</p> <p>3.人類的生存須與大自然取得適當的平衡。</p> <p>(Human must live in harmony with nature in order for it to survive.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
環境破壞	<p>1.看到自然環境被破壞會讓我感到難過。</p> <p>2.自然環境遭受破壞會令人感到難過。</p> <p>(It makes me sad to see natural environments destroyed.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)

分類	題目	順反向	引用文獻
	<p>1.許多自然區域遭受過度的污染而被破壞是很糟的事。</p> <p>2.地球人口的增加會使得自然資源遭到破壞。</p> <p>3.其中一項最糟糕的事情是由於人口過度的膨脹造成許多自然環境遭受破壞。</p> <p>(One of the worst things about overpopulation is that many natural areas are getting destroyed.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.目前工業活動對環境問題的破壞很嚴重。</p> <p>2.目前工業發展對環境的破壞很嚴重。</p> <p>3.目前工業發展的程度嚴重地顛覆自然環境的運作。</p> <p>4.目前的工業活動正嚴重的破壞環境生態。</p> <p>(Present level of industrial activity are severely upsetting the natural environment.)</p>	順向	Trobe and Acott(2000)
	<p>1.以煤或核能為燃料的資源應被優先發展。</p> <p>2.應給予如石化及核能等主要的能源產業優先發展的權利。</p> <p>(Priority should be given to developing alternatives to fossil and nuclear fuel as primary energy sources.)</p>	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.人類有權改變自然環境來滿足我們的需求及慾望。</p> <p>2.人類有權力去改變自然萬物來滿足自己的需求。</p> <p>(Human have the right to alter nature to satisfy wants and desires.)</p>	反向	Trobe and Acott(2000)
	<p>1.提升經濟比保護自然環境重要。</p> <p>2.經濟成長比環境保護重要。</p> <p>(Maintaining economic growth is more important than protecting the natural environment.)</p>	反向	Trobe and Acott(2000)
	<p>1.地球是封閉的系統，所有的事物最後都會回歸於正常，因此我不用擔心地球目前的狀況。</p> <p>2.地球會固定的運轉和循環，因此我不用擔心人類對地球的破壞。</p> <p>3.世界是一個萬物最終都會回歸正常軌道的封閉體系，所以我不用擔心它目前所呈現的那一面。</p> <p>(The earth is a closed system where everything eventually returns to normal, so I see no need to worry about its present state.)</p>	反向	Laroche et al.(2001)
	<p>1.一般民眾對環境污染無法有效制止。</p> <p>2.一般的市民沒有能力去抑止環境污染。</p> <p>(There is nothing the average citizen can do to help stop environmental pollution.)</p>	反向	Stone et al.(1995)

分類	題目	順反向	引用文獻
生態保育	1.砍伐雨林將會破壞新藥物的開發。 2.雨林逐漸消失將會限制新化學藥品的研發。 (The worst thing about the loss of the rain forest is that it will restrict the development of new medicines.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.保持河、海、湖的乾淨是爲了讓我們能享受水上活動。 2.讓民眾有地方可以享受水上活動是其中一項保持湖水及河水乾淨的重要因素。 (One of the most important reasons to keep lakes and rivers clean is so that people have a place to enjoy water sport.)	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.濫砍森林的後果就是未來將沒有足夠的木材可使用。 2.濫砍森林的後果就是溫室氣體量會增加。 3.我目前最關心的是森林過度砍伐將會使我們未來缺乏足夠的木材。 (The thing that concerns me most about deforestation is that there will not be enough lumber for future generations.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.我認爲野生動物應該在動物園裡受保護。 2.我傾向於將野生動物保留在動物園內。 3.我認爲野生動物應保存在動物園內。 (I prefer wildlife reserves to zoos.)	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.”生態危機”以人爲破壞最爲嚴重，這是過於誇張不實的。 2.「”生態危機”以人爲破壞最爲嚴重是」是誇張不實的。 3.所謂的『生態危機』將矛頭指向人爲因素是非常誇大不實的。 4.”生態危機”的嚴重性常被人類過度渲染。 (The so-called “ecological crisis: facing humankind has been greatly exaggerated.)	反向	Milfont and Duckitt(2004)

分類	題目	順反向	引用文獻
	<p>1.因為濕地有助生態保護，因此我們應該反對將濕地的水排乾，就算蚊子、蒼蠅等害蟲會滋生。</p> <p>2.我們不應因濕地會滋生害蟲而將水排乾，因為濕地有助於生態保護。</p> <p>3.即使沼澤地會使蚊子、蒼蠅等害蟲繁殖，也應該避免沼澤地的水枯竭以保護生態。</p> <p>4.流動的水可以避免蚊子及蒼蠅滋生。</p> <p>5.因為沼澤地會孳生蟲害，所以須將水抽乾。</p> <p>6.濕地有助於生物繁殖，但亦會孳生蟲害，因此須將水抽乾以維護環境衛生。</p> <p>(Draining swamps should be opposed even if pests such as mosquitoes and flies breed in them.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.森林被夷為農地會讓我感到難過。</p> <p>2.有時見到森林被剷除作為農業用地會令人感到難過。</p> <p>(Sometimes it makes me sad to see forests cleared for agriculture.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
環境支持	<p>1.我會積極的參與環保團體所舉辦的活動。</p> <p>2.我想要加入並積極參與一個倡導環境保護的團體。</p> <p>(I would like to join and actively participate in an environmentalist group.)</p>	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.我不覺得我需要進入環保團體。</p> <p>2.我不會加入環保組織。</p> <p>3.我將不會涉入一個倡導環境保護的組織。</p> <p>(I would not get involved in an environmentalist organization.)</p>	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.我不覺得我需要為了環保而提高捐款。</p> <p>2.我會為了環保而募款。</p> <p>3.我不認為我會協助募集環境保護資金。</p> <p>(I don't think I would help to raise funds for environmental protection.)</p>	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	<p>1.我不會因為環境所引起的問題而捐款。</p> <p>2.我不會因為環境問題而捐款。</p> <p>3.我不會以捐款行動來支持環境保護者所倡導的環保理想。</p> <p>4.我不會捐贈資金給倡導環境保護論者。</p> <p>(I would not donate money to support an environmentalist cause.)</p>	反向	Milfont and Duckitt(2004)

分類	題目	順反向	引用文獻
	1.環境保護會花費許多錢，而我也準備為募款做努力 2.我會努力募款以籌措環境保護所須的花費。 3.貫徹環境保護需耗費大量金錢，所以我會努力募款以解決資金短缺的困難。 4.環境保護需要耗費許多資金，我準備伸出援手。 (Environmental protection costs a lot of money. I am prepared to help out in a fund-raising effort.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.我會持續提倡他人做好資源回收。 2.我會響應資源回收的活動。 3.我不會刻意去協助與環境保護相關的再生運動。 (I would not go out of my way to help recycling campaigns.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	1.我會試著勸說他人要重視環境保護。 2.我不斷嘗試說服他人要重視環境。 (I often try to persuade others that the environment is an important thing.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)

4.1.5.4 一般遊客之生活型態

為評量受訪遊客之生活型態，本研究引用 Milfont and Duckitt(2004)、Stone 等 (1995)、Tai(1996)和 Wong(2001)之研究報告，設計 15 個遊客對生態旅遊態度的問題，問卷設計採用五點 Likert 尺度量表方式評量，受訪者回答選項從非常不同意到非常同意，分別依序給予 1 到 5 分數值代表，受訪者在此量表得分愈高，表示對該項認知態度程度愈高；反之若所得分數較低，則表示對該項態度認同程度有所保留。

表 4.5 一般遊客之生活型態問卷設計
Table 4.5 Questionnaire of normal tourists' lifestyle.

分類	題目	順反向	引用文獻
環境保護	維護環境最重要的理由就是確保我們可以維持高的生活品質。 (One of the most important reasons to conserve is to ensure a continued high standard of living.)	順向	Milfont and Duckitt(2004)
	做好環保是爲了省錢。 (One of the best things about recycling is that it saves money.)	反向	Milfont and Duckitt(2004)
	我會參加環境保護團體所舉辦的會議。 (I attend environmental or cinaervation group meetings.)	順向	Stone et al.(1995)

分類	題目	順反向	引用文獻
	我會參加抵制製造過多污染源之業者的活動。 (I have started or joined consumer boycott programs aimed at companies that produce excess pollution.)	順向	Stone <i>et al.</i> (1995)
	當我看見有人傾倒疑似有毒廢棄物時，我會檢舉他。 (I turn in polluters when I see they dumping toxic liquides.)	順向	Stone <i>et al.</i> (1995)
家庭重視	我寧願花時間陪伴家人也不願意找朋友。 (I would rather spend a quiet evening with my family than go out to meet friends.)	順向	Tai(1996)
	下班回家之前我喜歡與朋友小酌一下。 (I like to have a drink with my friends before going home after work.)	順向	Tai(1996)
	我對自己家庭關係的緊密結合感到驕傲。 (I am always proud to have a close-knit family.)	順向	Tai and Tam (1996)
綠色消費	我願意多花一點錢購買綠色產品。 (I am willing to pay a little bit higher price to buy green products.)	順向	Tai and Tam (1996)
	我常購買綠色產品。 (I often buy green products.)	順向	Tai and Tam (1996)
	我支持環保活動。 (I support the green movement.)	順向	Tai and Tam (1996)
價錢導向	我常等到店家有折扣時才去購物。 (I often wait until a store has a sale to shop.)	順向	Tai and Tam (1996)
	爲了省錢，我通常會購買特價商品。 (One can save a lot of money by shopping around for bargains.)	順向	Tai and Tam (1996)
	我會看有關商品銷售的宣傳廣告。 (I usually watch the advertisements for announcements of sales.)	順向	Tai and Tam (1996)
自信程度	我的建議是朋友購物時的參考依據。 (My friends often come to me for my advice regarding which brand to buy.)	順向	Tai and Tam (1996)
	我比起同年齡的人更有自信。 (I think I have more self-confidence than most people of my age.)	順向	Tai and Tam (1996)
	我喜歡嘗試新奇的事物。 (I like to try new and different things.)	順向	Tai and Tam (1996)
消費習慣	我在家會做好垃圾分類。 (Separate wastes for recycling at home.)	順向	Wong(2001)
	購物時我會自備購物袋。 (Bring shopping bag while shopping.)	順向	Wong(2001)

分類	題目	順反向	引用文獻
	我會杯葛污染環境的商品。 (Boycott products that pollute the environment.)	順向	Wong(2001)
	我會擔心包裝紙過度使用所帶來的污染。 (Care about wrapping materials used.)	順向	Wong(2001)
	商品耐用性是我購物時的考慮因素之一。 (Will consider the durability of products.)	順向	Wong(2001)
	我會購買可自然分解的商品。 (Will buy naturally degradable products.)	順向	Wong(2001)
	我會購買二手商品。 (Will buy second-hand products.)	順向	Wong(2001)
	我會購買手工製的商品。 (Will buy self-made products.)	順向	Wong(2001)
生活型態	我很滿意現在的家庭生活。 (Life-contentment.)	順向	Wong(2001)
	我很滿意現在的財務狀況。 (Financial satisfaction.)	順向	Wong(2001)

4.1.5.5 一般遊客的旅遊動機

表 4.6 一般遊客的旅遊動機問卷設計

Table 4.6 Questionnaire of normal tourists' motivation of tour.

分類	題目	順反向	引用文獻
社交活動	認識同好。 (I could meet people with similar interests.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	與同好交流心得。 (I could exchange ideas with winemakers.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	受人邀約。 (Recognition among colleagues.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
家庭聚會	親朋好友的推薦。 1.回家後有話題可聊。 2.增加與他人互動時的話題。 (To visit a place I can talk about when I get home.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	培養家人的感情。 (To help bring the family together more.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	增加不同的體驗。 (To experience local wineries.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
進修教育	增加知識。 (To increase my knowledge.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	藉著機會攝影、錄影。	順向	方怡蓁(2004)
	爲了觀賞野生動植物。	順向	方怡蓁(2004)
	爲了子女的教育。	順向	方怡蓁(2004)
	工作或學校需要。 (Need for company's help.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
	因爲過去參與解說活動的體驗。	順向	方怡蓁(2004)

放鬆生活	感受歡樂的氣氛。 (For the festive atmosphere.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	改變日復一日的的生活。 (For a change of space from everyday life.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	享受娛樂的氣息。 (To enjoy the entertainment.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	放慢生活腳步。 (Slow the space of life.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
	想要放鬆。 (Means of relaxation.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
	犒賞自己。 (Reward for effort.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
	紓解過多工作以及生活的壓力。	順向	方怡蓁(2004)
	逃離例行性公事。 (Avoid the daily rule.)	順向	Lee and Pearce (2002)
	打發時間。	順向	方怡蓁(2004)
	遠離塵囂。	順向	方怡蓁(2004)
	尋找靈感。	順向	方怡蓁(2004)
	增進身體健康。	順向	方怡蓁(2004)
當地因素	氣候溫暖。 (Genial climate.)	順向	Lee and Pearce (2002)
	穩定的天氣。 (Steady climate.)	順向	Lee and Pearce (2002)
	欣賞自然環境之美。 (Appreciate the classy of the nature.)	順向	Lee and Pearce (2002)
好奇嚐鮮	改變固有的觀點。 (Exchange self- image.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)
	有無法取代的獨特性活動。 (The festival is unique.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	嘗試新鮮事物。 (To try something new.)	順向	Yuan <i>et al.</i> (2005)
	冒險的感覺。 (Sense of adventure.)	順向	Hastings <i>et al.</i> (1988)

為瞭解受訪遊客旅遊的動機，本研究引用方怡蓁(2004)、Lee and Pearce(2002)、Yuan 等(2004)和 Hastings 等(1988)之研究報告，共設計成 18 個生態旅遊動機的問題項目。問卷設計採用五點 Likert 尺度為衡量遊客對生態旅遊的動機之工具，受訪者回答選項分別為非常同意、同意、普通、不同意和非常不同意等五項，依序分別給予 5、4、3、2、1 分數值標記，藉以了解遊客對生態旅遊的動機。

4.1.5.6 一般遊客對生態保護區門票的願付價格

為瞭解受訪遊客對生態保護區門票的願付價格，本研究引用方怡蓁(2004)研

究報告並加以修改，探尋在墾丁國家公園內的受訪遊客是否願意支付生態保護區門票，以進入生態保護區，本研究分別探索兩種收費目的，並比較兩者的最高願付價格，分別以提供國家公園進行生態保育和增加政府財政收入等兩種目的，若願意則會支付的最高金額為門票價格，受訪遊客填寫選項依序為新台幣 51~100、101~150、151~200、201~250、251~300 和 301 元以上等六種，設計的問答形式之數值型態是順序尺度。

表 4.7 一般遊客對生態保護區門票的願付價格問卷設計
Table 4.7 Questionnaire of normal tourists' willingness to pay for admission.

分類	題目	順反向	引用文獻
用途	假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您最多願意支付多少，以提供國家公園內進行生態保育？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 51~100 <input type="checkbox"/> 101~150 <input type="checkbox"/> 151~200 <input type="checkbox"/> 201~250 <input type="checkbox"/> 251~300 <input type="checkbox"/> 301 元以上 <input type="checkbox"/> 不願意支付費用	順向	方怡蓁(2004)
	假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您最多願意支付多少，以增加政府財政收入？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 51~100 <input type="checkbox"/> 101~150 <input type="checkbox"/> 151~200 <input type="checkbox"/> 201~250 <input type="checkbox"/> 251~300 <input type="checkbox"/> 301 元以上 <input type="checkbox"/> 不願意支付費用	順向	方怡蓁(2004)

4.1.5.7 一般遊客對於解說導覽服務之願付價格

表 4.8 一般遊客對於解說導覽服務之願付價格問卷設計
Table 4.8 Questionnaire of normal tourists' willingness to pay for the charge to narration service.

分類	題目	順反向	引用文獻
用途	假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為解說員之薪資，您是否願意支付其費用？ <input type="checkbox"/> 51~100 <input type="checkbox"/> 101~150 <input type="checkbox"/> 151~200 <input type="checkbox"/> 201~250 <input type="checkbox"/> 251~300 <input type="checkbox"/> 301 元以上 <input type="checkbox"/> 不願意支付費用	順向	方怡蓁(2004)

	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為生態保育經費，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)
	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為增加政府稅收來源，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)
	<p>假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為生態教育費用，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>51~100 <input type="checkbox"/>101~150 <input type="checkbox"/>151~200 <input type="checkbox"/>201~250 <input type="checkbox"/>251~300 <input type="checkbox"/>301 元以上 <input type="checkbox"/>不願意支付費用</p>	順向	方怡蓁(2004)

4.1.6 統計分析方法

4.1.6.1 敘述性統計

以百分比、平均值和標準差等統計值簡化資料複雜性，並利用敘述性統計說明受訪遊客的社經背景資料和旅遊特徵變項之分佈狀況。

4.1.6.2 推論性統計

4.1.6.2.1 項目分析(Item Analysis)

設計問卷過程中最基本的一項檢定分析程序，主要目的是針對到墾丁國家公園的遊客和其對環境的態度、生活型態和旅遊的動機進行適切性(鑑別度)的評估，藉此瞭解其是否具有實質的鑑別度，未達顯著性的差異水準時，則繼續修改和調整文字詮釋方式。

4.1.6.2.2 信度分析(Reliability Analysis)

以 Cronbach α 係數驗證問卷中到墾丁國家公園的遊客對環境的態度、生活型態和旅遊的動機的量表項目之內部一致性，評估整份量表的可靠程度及穩定程度，針對信度較低的評量項目進行修改調整。Cuieford(1965)提出 Cronbach α 值 <

0.35 為低信度， $0.35 \leq \text{Cronbach } \alpha \text{ 值} < 0.7$ 則尚可， $\text{Cronbach } \alpha \text{ 值} \geq 0.7$ 屬於高信度。

4.1.6.2.3 因素分析(Factor Analysis)

將受訪遊客對環境的態度、生活型態和旅遊的動機抽取出共同之基本因素，主要的目的在於將多個變項依其相關的程度，縮減成幾類主要的因素，以簡化變項之間的複雜性，希望建構對原變項的最大可能解釋量。

4.1.6.2.4 集群分析(Cluster Analysis)

係依據樣本資料之特定量表中問題變數的相似程度，利用 K-Mean 集群方法將受訪樣本劃分成幾個集群，使同一集群內的樣本具有高度之同質性，而不同集群之間的樣本則有較高的異質性。本研究利用集群分析以遊客生活型態為基礎，針對遊客進行分群。

4.1.6.2.5 卡方(Chi-Square Test)

在交叉分析(Crosstabs)中使用於分析兩組類別尺度變數之間的相關性，本研究運用於檢定不同生活型態集群的遊客，針對不同集群間之社經背景和旅遊特徵進行差異性分析。

4.1.6.2.6 單因子變異數分析(One-Way ANOVA)

目的在於比較三個或三個以上群組的平均數，推算各組族群(母體)中的平均數是否相等。用以檢定三個以上不同族群對各項問題認知之差異性情況。本研究利用單因子變異數分析不同生活型態集群之遊客，對於環境的態度、生活型態和旅遊的動機和遊客對生態保護區門票以及解說導覽服務之願付價格的差異情形。

4.1.6.2.7 簡單迴歸(Simple Regression)

當兩個連續性變數之間具有線性關係(Linear Relationship)，依據模式架構探索一自變數與一因變數之間的數值化關係，建立 $Y=aX+b$ 的迴歸方程式。本研究運用簡單迴歸分析方法來檢定遊客對生態保護區門票以及解說導覽服務之願付價格的最高金額和願付機率兩者數值化關係。

第二節 結果與討論

4.2.1 受訪者的社經背景和旅遊特徵

在剔除無效問卷後統計發現，墾丁國家公園的受訪遊客以女性居多，佔 54.3

；在年齡層方面，遊客以 21~30 歲最多；在教育程度方面，以大學學歷者居多，佔 37.1 %，職業方面，以工商業為居多，佔 26.5 %，其次為學生，佔 23.3 %；在個人平均月收入方面，以平均 20,000 元以下收入者為眾，佔 34.1 %，其次為收入 20,001~40,000 元，佔 33.1 %；在婚姻狀況方面，以未婚者居多，佔 52.4 %；家中大多沒有 18 歲以下子女佔 59.1 %。

在遊客旅遊特徵方面，受訪遊客前往墾丁國家公園所搭乘的交通工具以自行開車為主，佔 50.2 %，其次為遊覽車，佔 37.7 %；遊客最近一年內到墾丁國家公園次數(包含此次)以一次居多，佔 52.4 %；個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以 2,001~4,000 元為最多，佔 42.8 %；遊客此次到墾丁國家公園的隨行同伴以親友最多，佔 50.2 %；此次到墾丁國家公園的同伴人數以 4 人為主，佔 24.0 %；此次到墾丁國家公園的停留時間，以兩天一夜最多，佔 67.1 %，其次為當天來回，佔 26.8 %。

4.2.2 一般遊客對環境的態度

針對遊客對環境態度進行因素分析，在個別因素構面之信度分析後，發現部份問題的信度偏低可能影響其構面間的一致性，故本研究將其中部份題目與以刪除，再以剩下 15 題遊客對環境態度問項為變數，採取主成分分析法(Principal Component Analysis)來抽取因素，並利用最大變異數法(Varimax)進行因素轉軸旋轉得到遊客對環境的態度變項共簡化成 3 個因素，依序為支持環保、人為破壞、節約預防(表 4.9)。

利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一是關於遊客對於環境保護的支持態度，因此命名為「支持環保」，其解釋總變異量為 22.16 %；因素二共有兩題反向問題，已導正計分，內容為關於因經濟層面而對環境所造成的破壞，屬於人為方面的破壞，故將之命名為「人為破壞」，分數愈低表示對環境的態度為愈正面，亦即愈不同意經濟成長比環境保護重要、愈不同意人類有權改變自然環境來滿足需求及慾望，其解釋總變異量為 21.15 %。因素三是遊客對於環境破壞的預防及節約開發能源之態度，故命為「節約預防」，其解釋總變異量為 19.93 %。

表 4.9 一般遊客對環境的態度因素分析

Table 4.9 Factor analysis of normal tourist's attitude to environment.

項	目	因素負荷量		
		支持環保	人為破壞	節約預防
	我會響應資源回收的活動	0.727	-0.065	0.097
	貫徹環境保護需耗費大量金錢，所以我會努力募款以解決資金短缺的困難	0.715	-0.038	0.141
	即使採用再生原料會使成本提高，廠商還是必須使用以善盡企業責任	0.710	0.011	-0.178
	人類有權改變自然環境來滿足我們的需求及慾望	-0.006	0.863	0.051
	經濟成長比環境保護重要	-0.075	0.851	0.059
	人類必須和自然和平共處才能永續生存	0.049	0.031	0.831
	政府應該提供財政協助來開發太陽能能源	0.013	0.076	0.798
	特徵值	1.552	1.481	1.395
	佔總變異量%	22.16	21.15	19.93
	Cronbach's alpha	0.525	0.649	0.534

資料來源：本研究自行整理。

4.2.3 一般遊客之生活型態

表 4.10 一般遊客生活型態因素分析

Table 4.10 Factor analysis of normal tourist's lifestyle.

項	目	因素負荷量		
		價格導向	環保實踐	綠色消費
	我會看有關商品銷售的宣傳廣告	0.890	0.060	0.027
	我常等到店家有折扣時才去購物	0.869	0.010	0.017
	爲了省錢，我通常會購買特價商品	0.855	-0.032	-0.148
	購物時我會自備購物袋	0.086	0.829	-0.042
	我支持環保活動	-0.149	0.744	-0.151
	我在家會做好垃圾分類	0.087	0.706	0.161
	我願意多花一點錢購買綠色產品	0.036	0.068	0.772
	我會擔心包裝紙過度使用所帶來的污染	0.014	-0.024	0.744
	商品的耐用性是我購物時的考慮因素之一	-0.132	-0.059	0.663
	特徵值	2.335	1.752	1.663
	佔總變異量%	25.94	19.47	18.48
	Cronbach's alpha	0.846	0.618	0.572

資料來源：本研究自行整理。

針對遊客之生活型態進行因素分析，採用主成份分析法抽取因素，並利用最大變異數法進行因素軸旋轉，得到遊客之生活型態共簡化成 3 個因素，因素依序命名爲價格導向、環保實踐、綠色消費等(表 4.10)。利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一爲遊客會看有關商品銷售的宣傳廣告並常等到店家有折扣時才去購物或爲了省錢而購買特價商品，故命名爲「價格導向」，其解釋變異量爲

25.94 %；因素二為遊客對於環保行為的施行，及購物時會自備購物袋、實行垃圾分類並支持環保活動，故命名為「環保實踐」，其解釋變異量為 19.47 %。因素三為遊客之消費習慣傾向於綠色消費之概念，即願意多花錢購買綠色產品、購物時考慮商品耐用性及包裝紙所帶來之污染，故命名為「綠色消費」，其解釋變異量為 18.48 %。

4.2.4 一般遊客旅遊動機

表 4.11 一般遊客旅遊動機因素分析
Table 4.11 Factor analysis of normal tourist's travel motivation.

項 目	因 素 負 荷 量		
	好奇嘗鮮	進修學習	情感交流
嘗試新鮮事物	0.851	-0.024	0.104
有無法取代的獨特性活動	0.817	-0.054	-0.101
冒險的感覺	0.808	0.065	0.130
改變固有的觀點	0.770	-0.053	-0.122
工作或學校需要	-0.016	0.899	-0.038
增加不同的體驗	-0.096	0.899	0.024
增加知識	0.040	0.713	-0.002
親朋好友的推薦	-0.049	0.007	0.837
培養家人的感情	0.049	-0.021	0.809
特徵值	2.654	2.136	1.410
佔總變異量%	29.48	23.73	15.66
Cronbach's alpha	0.827	0.796	0.549

資料來源：本研究自行整理。

針對遊客旅遊的動機進行因素分析，在個別因素構面之信度分析後，發現部份問題的信度偏低可能影響其構面間的一致性，故本研究將其中部份題目與以刪除，再以剩下 18 題生態旅遊行為問項為變數，採取主成分分析法來抽取因素，並利用最大變異數法進行因素轉軸旋轉得到遊客旅遊的動機之變項，共萃取出三個因素構面，因素依序命名為好奇嘗鮮、進修學習、情感交流等(表 4.11)。

利用因素內較高負荷量的變項加以命名，因素一為遊客因為好奇而希望嘗試新鮮事物或當地特有的活動、享受冒險的感覺並改變固有的觀點，故命名為「好奇嘗鮮」，其解釋總變異量為 29.48 %；因素二為遊客因工作或學校需要、增加不同的體驗及增加知識而前往墾丁國家公園，故命名為「進修學習」，其解釋總變異量為 23.73 %；因素三因親朋好友的推薦或為培養家人的感情而旅遊，由此

而命名為「情感交流」，其解釋總變異量為 15.66 %。

4.2.5 蒞臨墾丁國家公園一般遊客之市場區隔

本研究依據遊客之生活型態差異性，採用集群分析 K-Mean 的統計方法來區別遊客，將遊客區分為不同的生活型態集群，經分群結果對『社經背景』和『旅遊特徵』進行卡方分析，並和遊客『對環境的態度』因素、『生活型態』因素及『旅遊動機』因素進行單因子變異數分析，依序將分析獲得的遊客集群分別命名為：「環境破壞」、「利己導向」、「環境優先」和「大眾導向」(表 4.12)，此四集群對於『社經背景』中之年齡、教育程度、職業及『旅遊特徵』中此「次到墾丁的主要交通工具」、「最近一年內到墾丁國家公園次數」、「個人此次到墾丁國家公園預計消費金額」、「此次到墾丁的隨行同伴」、「同伴人數」、「此次到墾丁的停留時間」以及『對環境的態度』構面之「環境支持」因素及「節約預防」因素、『生活型態』構面、『旅遊動機』構面之「好奇嘗鮮」因素及「情感交流」因素皆分別達到顯著性差異。

表 4.12 蒞臨墾丁國家公園一般遊客之市場區隔
Table 4.12 Cluster analyze of market segmentation of normal tourist in Kenting national park.

項 目		環境破壞 (28 %)	利己導向 (27 %)	環境優先 (20 %)	大眾導向 (25 %)
性別	男	37.9 %	50.9 %	51.6 %	44.3 %
	女	62.1 %	49.4 %	48.4 %	55.7 %
年齡*	20 歲以下	18.4 %	4.8 %	14.1 %	2.5 %
	21-30	28.7 %	33.7 %	26.6 %	36.7 %
	31-40	17.2 %	27.7 %	20.3 %	15.2 %
	41-50	25.3 %	19.3 %	29.7 %	21.5 %
	51 歲以上	10.3 %	14.5 %	9.4 %	24.1 %
教育程度*	國中以下	3.4 %	4.8 %	7.9 %	3.8 %
	高中職	23.0 %	22.9 %	23.4 %	25.3 %
	專科	31.0 %	15.7 %	35.9 %	8.9 %
	大學	36.8 %	39.8 %	28.1 %	41.8 %
	研究所	5.7 %	16.9 %	4.7 %	20.3 %
職業*	學生	31.0 %	19.3 %	20.3 %	21.5 %
	退休	2.3 %	7.2 %	1.6 %	10.1 %
	待業	1.1 %	1.2 %	1.6 %	2.5 %
	家管	3.4 %	10.8 %	4.7 %	6.3 %
	工商業	17.2 %	34.9 %	26.6 %	27.8 %
	服務業	17.2 %	4.8 %	18.8 %	3.8 %
	農林漁牧	1.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

項 目	環境破壞 (28 %)	利己導向 (27 %)	環境優先 (20 %)	大眾導向 (25 %)
軍公教人員	20.7 %	12.0 %	21.9 %	15.2 %
其它	5.7 %	9.6 %	4.7 %	12.7 %
個人平均月收入				
20,000 以下	32.9 %	36.1 %	31.3 %	35.4 %
20,001~40,000	30.6 %	32.5 %	34.4 %	35.4 %
40,001~60,000	23.5 %	21.7 %	23.4 %	15.2 %
60,001~80,000	10.6 %	6.0 %	9.4 %	12.7 %
80,001 以上	2.4 %	3.6 %	1.6 %	1.3 %
婚姻狀況				
已婚	49.4 %	47.0 %	50.0 %	44.3 %
未婚	50.6 %	53.0 %	50.0 %	55.7 %
此次到墾丁的主要交通工具*				
客運	6.9 %	0.0 %	1.6 %	3.8 %
開車	46.0 %	63.9 %	65.6 %	43.0 %
飛機	0.0 %	2.4 %	0.0 %	0.0 %
機車	4.6 %	0.0 %	1.6 %	1.3 %
遊覽車	40.2 %	33.7 %	31.3 %	51.9 %
其他	2.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
最近一年內到墾丁國家公園次數*				
1	62.1 %	44.6 %	51.6 %	50.6 %
2	34.5 %	32.5 %	26.6 %	34.2 %
3	3.4 %	8.4 %	4.7 %	6.3 %
4 次以上	0.0 %	14.5 %	17.2 %	8.9 %
個人此次到墾丁國家公園預計消費金額*				
2,000 以下	26.4 %	54.2 %	28.1 %	32.9 %
2,001~4,000	51.7 %	32.5 %	50.0 %	60.8 %
4,001~6,000	10.3 %	7.2 %	12.5 %	3.8 %
6,001~8,000	9.2 %	3.6 %	7.8 %	2.5 %
8,001~10,000	2.3 %	1.2 %	0.0 %	0.0 %
10,001 以上	0.0 %	1.2 %	1.6 %	0.0 %
此次到墾丁的隨行同伴*				
一人前往	2.3 %	0.0 %	1.6 %	0.0 %
親友	64.4 %	44.6 %	68.8 %	25.3 %
同事	21.8 %	27.7 %	18.8 %	38.0 %
同學	9.2 %	13.3 %	3.1 %	21.5 %
其他	2.3 %	14.5 %	7.8 %	15.2 %
同伴人數*				
1	8.0 %	4.8 %	7.8 %	17.7 %
2	19.5 %	22.9 %	23.4 %	24.1 %
3	9.2 %	3.6 %	12.5 %	11.4 %
4	27.6 %	26.5 %	26.6 %	15.2 %
5	8.0 %	7.2 %	4.7 %	8.9 %
6	10.3 %	1.2 %	1.6 %	0.0 %
7	2.3 %	1.2 %	3.1 %	0.0 %
8	1.1 %	3.6 %	4.7 %	3.8 %
9	0.0 %	1.2 %	0.0 %	0.0 %
10 人以上	13.8 %	27.7 %	15.6 %	19.0 %
此次到墾丁的停留時間*				
當天來回	6.9 %	37.3 %	12.5 %	49.4 %
兩天一夜	89.7 %	55.4 %	71.9 %	50.6 %
三天兩夜	3.4 %	7.2 %	15.6 %	0.0 %
對環境的態度				
環境支持*	-0.421	0.052	0.002	0.408

項 目	環境破壞 (28 %)	利己導向 (27 %)	環境優先 (20 %)	大眾導向 (25 %)	
人為破壞	-0.007	-0.114	0.130	0.022	
節約預防*	-0.295	0.218	0.093	0.020	
生活型態*	價格導向	0.278	0.283	-1.320	0.466
實踐環保	0.542	-1.116	0.066	0.523	
綠色消費	-1.113	-0.027	0.339	0.979	
旅遊動機	好奇嘗鮮*	-0.628	0.214	-0.116	0.560
進修教育	0.060	0.060	0.076	-0.190	
情感交流*	0.286	0.006	-0.240	-0.126	

*Indicates that significant differences exist among segments at the 0.05 level.

資料來源：本研究自行整理。

第一集群遊客共佔總有效樣本數 28 %，此集群遊客對環境正面的態度皆呈現負面數值，亦即對環境正面的態度無認同感，且對於綠色消費的生活型態不認同，故命名為「環境破壞」。第二集群遊客共佔總有效樣本數 27 %，此類型遊客對於人為破壞因素呈現負面數值並對環境支持及節約預防呈現認同的情況，生活型態構面只認同價格導向因素，對於實踐環保及綠色消費因素呈現不認同的情況，顯示此集群之遊客以自身利益為優先考量，故命名為「利己導向」。

第三集群遊客共佔總有效樣本數 20 %，此類型遊客對於各項環境相關議題皆呈現認同的情況且不以價格導向為主，顯示其對於所有環境相關議題之概念、態度皆重視，故命名為「環境優先」。第四集群遊客共佔總有效樣本數 25 %，其對於環境態度構面及生活型態構面皆呈現正向態度，除對環境有正向的認同外亦對於價格導向有正向的認同，為一般大眾的普遍認知，故命名為「大眾導向」。

「環境破壞」集群的遊客以女性未婚者為多；年齡多在 21~30 歲，佔 28.7 %；教育程度以大學為主，佔 36.8 %；主要以學生族群為眾，佔 31.0 %；個人平均月收入以 20,000 元以下為多，佔 32.9 %；此次到墾丁的主要交通工具以開車為主，佔 46.0 %；個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以 2,001~4,000 元佔大部份，佔 51.7 %；此次隨行同伴以親友為多，佔 64.4 %；同伴人數以 4 人為多，佔 27.6 %；「環境破壞」集群之遊客對環境的態度之環境支持因素評分為四集群中最低，但生活型態之實踐環保因素及旅遊動機中的情感交流因素評分則為四集群中最高者。

「利己導向」集群的遊客以男性未婚者為多；年齡多在 21~30 歲，佔 33.7 %；教育程度以大學為主，佔 39.8 %；主要以從事工商業為眾，佔 34.9 %；個人

平均月收入以 20,000 元以下為多，佔 36.1 %；此次到墾丁的主要交通工具以開車為主，佔 63.9 %；個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以 2,000 元以下佔大部份，佔 54.2 %；此次隨行同伴以親友為多，佔 44.6 %；同伴人數以 10 人以上為多，佔 27.7 %；「利己導向」集群之遊客對環境的態度之環境支持因素及節約預防因素評分為四集群中最高。

「環境優先」集群的遊客以男性為多；婚姻狀況各佔半數；年齡多在 41~50 歲，佔 29.7 %；教育程度以專科為主，佔 35.9 %；主要以從事工商業為眾，佔 26.6 %；個人平均月收入以 20,001~40,000 元為多，佔 34.4 %；此次到墾丁的主要交通工具以開車為主，佔 65.6 %；個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以 2,001~40,000 元佔大部份，佔 50.0 %；此次隨行同伴以親友為多，佔 68.8 %；同伴人數以 4 人為多，佔 26.6 %；「環境優先」集群之遊客對環境的態度之人為破壞因素及旅遊動機之進修教育因素之評分為四集群中最高，在生活型態之價格導向因素評分為四集群中唯一呈現負值。

「大眾導向」集群的遊客以女性未婚者為多；年齡多在 21~30 歲，佔 36.7 %；教育程度以大學為主，佔 41.8 %；主要以從事工商業為眾，佔 27.8 %；個人平均月收入以 40,000 元以下為多，佔 70.8 %；此次到墾丁的主要交通工具以搭乘遊覽車為主，佔 51.9 %；個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以 2,001~4,000 元佔大部份，佔 60.8 %；此次隨行同伴以同事為多，佔 38.0 %；同伴人數以 2 人為多，佔 24.1 %；「大眾導向」集群之遊客對生活型態之價格導向、綠色消費因素及旅遊動機構面中之好奇嘗鮮因素之評分為四集群中最高。四集群遊客最近一年內到墾丁國家公園次數皆以 1 次為最多；此次到墾丁的停留時間皆則兩天一夜之選擇為最多。

4.2.6 一般遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格

本研究以線性迴歸和單因子變異數分析的統計分析方法，探討不同集群之遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，收取『生態保護區門票』分別以「提供國家公園進行生態保育」和「增加政府財政收入」為收費目的；『解說導覽費用』分別作為「解說員之薪資」、「生態保育經費」、「增加政府稅收來源」、「支付生態教育費用」等四種收費目的進行分析比較。遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格

是採用「條件評估法」，問答方式以封閉式問題讓受訪者勾選，問題形式為兩選項式問題讓受訪者回答，詢問受訪者在聽取簡報後是否願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』，若願意則再詢問其願付價格的最高金額，依此類推。A_i 為遊客對於支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，選項分別為 51~100 元、101~150 元、151~200 元、201~250 元、251~300 元和 301 元以上，若遊客不願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格，則勾選不願意。

Hanemann(1984)假設遊客在被徵詢支付解說服務費用(A_i)意願之前，已經感受到解說服務正確的實用性價值，然而，此部份實用性價值的一些構成要素是調查者不易知悉與觀察者，此項議題將會是重要性的假設(Utility Maximizing Theory)兩者的相關性(Hanemann, 1984; Hanemann, 1987)。假設線性實用性函數(Linear Utility Function)和邏輯斯分佈函數(Logistic Distribution Function)應用於兩選項式問題，則邏輯斯函數將可被拿來估算願付價格(Hanemann, 1984)：

$$P_i = (1 + e^{-(\alpha + \beta A_i)})^{-1}$$

此處

P_i：假設遊客願意支付『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』之最高願付價格 A_i則給予數值 1，其他給於數值 0。

A_i：遊客在對於『生態保護區門票』支付以及『解說導覽費用』之最高願付價格(51~100 元、101~150 元、151~200 元、201~250 元、251~300 元和 301 元以上)。

因此，願付價格(WTP)的期望值計算方式為：

$$E(WTP) = \int_0^{\infty} (1 + e^{-(\alpha + \beta A_i)})^{-1} dA = \frac{-\alpha}{\beta}$$

將此方程式轉換成以線性模式

$$DC_i = \alpha + \beta A_i$$

此處

$$DC_i = \log\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right)$$

分析獲得結果如(表 4.13)所示，顯示收取不同『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格，其中(表 4.13)之α值表截距；所有β數值均為負

值，意謂著收取『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格越高，遊客願意支付此價格意願越低，價格與意願兩者呈現反向關係。 β 數值愈大，代表收取『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格愈高時，遊客仍有高度支付意願，亦就是此類型遊客對費用金額有較低敏感度；反之，若 β 數值愈小代表收取『生態保護區門票』以及『解說導覽費用』的最高願付價格金額略高時，則遊客的支付意願會降低，亦就是此類型消費者對價格有較高靈敏度。 DC_i 意指在某一個價格區間下願意支付機率(P_i)與不願支付機率($1-P_i$)的比率之對數。

表 4.13 一般旅遊遊客對生態保護區門票及解說服務之願付價格

Table 4.13 Normal tourists' willingness to pay for the admission ticket and the fee of interpretive service.

項 目	集群間 差異性	環境破壞 (1)			利己導向 (2)			環境優先 (3)			大眾導向 (4)		
		α	β	WTP	α	β	WTP	α	β	WTP	α	β	WTP
收取生態保護區門票提供國 家公園進行生態保育	A, B, C	2.813 ^{***}	-0.019 ^{***}	148	1.252 ^{***}	-0.010 ^{***}	125	1.251 [*]	-0.011 ^{***}	114	2.234 [*]	-0.015 [*]	149
收取生態保護區門票增加政 府財政收入		1.159	-0.013	89	0.623	-0.008 [*]	78	1.136 ^{***}	-0.012 ^{***}	95	0.398	-0.007	57
支付解說導覽費用作為解說 員之薪資		1.178 [*]	-0.010 ^{***}	118	1.947 ^{***}	-0.022 ^{***}	89	0.827	-0.013	64	1.242	-0.013 [*]	96
支付解說導覽費用作為生態 保育經費	D	3.009	-0.019	158	2.429 ^{***}	-0.016 ^{***}	152	1.489	-0.010	149	2.579 [*]	-0.014 [*]	184
支付解說導覽費用增加政府 稅收來源	E	0.404	-0.007 [*]	58	0.234	-0.006 ^{**}	39	0.462	-0.009	51	0.174	-0.007 [*]	25
支付解說導覽費用作為生態 教育費用	F, G, H, I, J, K	1.868 [*]	-0.014 [*]	133	1.042 ^{***}	-0.016 ^{***}	65	0.844	-0.011	77	1.576	-0.012 [*]	131

Note: *** = Correlation is significant at the 0.005 level (2-tailed); ** = Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed); * = Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed); a,b,c,d: Indicate the significant difference between different pay usage at the 0.05 level.

附註：***代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.005 水準；**代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.01 水準；*代表迴歸獲得的參數顯著性達 0.05 水準；A 代表 1 和 2 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，B 代表 2 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，C 代表 2 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，D 代表 1 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，E 代表 1 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，F 代表 1 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，G 代表 1 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，H 代表 1 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，I 代表 2 和 3 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，J 代表 2 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)，K 代表 3 和 4 集群對於此收費方式達顯著性差異水準(P<0.05)。

資料來源：本研究自行整理。

在對遊客收取『生態保護區門票費用』以提供國家公園「進行生態保育」及「增加政府財政收入」的情形下，以「大眾導向」集群的願付價格相對於其他三集群為最高。在遊客對於支付『解說導覽服務』之願付價格部分，若假設由墾管處認證之解說員帶領進入生態保護區進行解說導覽服務，須向遊客收取費用，將其作為解說員薪資，則四集群皆以支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」的願付價格為最高，以支付『解說導覽費用』用以「增加政府稅收來源」的願付價格最低。若『解說導覽服務』收費並將收取之費用作為「解說員之薪資」，以「環境破壞」集群願意支付價格金額最高；若『解說導覽服務』收費，作為「生態保育經費」，則以「大眾導向」之付費金額為最高；若支付『解說導覽費用』以「增加政府稅收來源」及做為「生態教育費用」，則皆以「環境破壞」集群願意支付的價格最高。在收取『生態保護區門票』提供國家公園「進行生態保育」、支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」、「增加政府稅收來源」及「生態教育費用」則分別有集群對該收費方式達到顯著性差異水準($P < 0.05$)。

第三節 結論與建議

研究發現前往墾丁國家公園之遊客在年齡層方面，以 21~30 歲為主要的族群，推論該年齡層之遊客以學生及尚未有婚姻者為主，其家庭束縛及經濟壓力相較於其他年齡層為輕，因此較有空閒時間從事旅遊活動；受訪遊客學歷以大學學歷者為最多，顯示聽取簡報者之學歷為台灣目前普遍的學歷等級，而家中 18 歲以下子女人數 0 人者為眾，顯示受訪者多無幼小子女的後顧之憂，除受訪者多未婚外，推論與時下適婚者晚婚亦有相關。此次到墾丁國家公園預計消費金額為 2,001~4,000 元，推論此為包含食宿、交通、娛樂花費之總額；此次到墾丁國家公園的隨行同伴以親友最多，顯示遊客之旅遊同伴仍以最親近的家人朋友為多；此次到墾丁國家公園的同伴人數以 4 人為主，推論因自行開車前往，乘客人數受限，因此以 4 人同行較適合；此次到墾丁國家公園的停留時間，以兩天一夜最多，顯示遊客會在墾丁地區過夜。在蒞臨墾丁國家公園的遊客藉由生活型態區分為四集群。四集群的遊客對支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」之願付價格皆為最高、對於支付『解說導覽費用』用以「增加政府稅收來源」之願付價格皆為最低。

本研究礙於時間因素，研究對象僅侷限於墾丁國家公園內五個遊客人數累計最多的景點，若要推展到其他國家公園的生態保護區尚嫌資料不足，建議未來研究時可延伸至台灣其他國家公園和生態保護區，以了解台灣遊客對進入生態保護區使用者付費的接受程度。未來研究者亦可針對遊客對國家公園生態保育之價值、認知方面進行研究以探索其對與願付價格的影響程度，並提供相關單位作為擬定相關措施與管理模式的參考。

第五章 結論與建議

第一節 結論

5.1.1 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之社經背景與旅遊特徵比較

表 5.1 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之社經背景與旅遊特徵比較

Table 5.1 Compare the tourists who will move to the reservation with the normal tourists in demographic and travel characteristic.

項 目		欲前往保護區之遊客	一般旅遊遊客	項 目		欲前往保護區之遊客	一般旅遊遊客
社經背景				旅遊特徵			
性別	男	44.2 %	45.7 %	家中未滿 18 歲子女人數	0	52.3 %	59.1 %
	女	55.8 %	54.3 %	1	21.9 %	18.5 %	
	20 歲以下	11.2 %	9.9 %	2	22.3 %	16.6 %	
年齡	21~30	27.0 %	31.6 %	3	2.6 %	3.8 %	
	31~40	22.5 %	20.1 %	4 人以上	1.0 %	1.9 %	
	41~50	26.2 %	23.6 %	旅遊特徵			
	51 歲以上	13.0 %	14.7 %	客運	8.0 %	3.2 %	
	國中以下	5.4 %	4.8 %	此次到墾丁的主要交通工具	開車	40.8 %	54.0 %
教育程度	高中職	21.9 %	23.6 %	飛機	0.0 %	0.6 %	
	專科	28.4 %	22.4 %	機車	2.4 %	1.9 %	
	大學	33.5 %	37.1 %	遊覽車	48.8 %	39.6 %	
	研究所	10.8 %	12.1 %	最近一年內到墾丁國家公園次數	1	44.8 %	52.4 %
	學生	23.3 %	23.3 %	2	32.9 %	32.3 %	
職業	退休	5.1 %	5.4 %	3	6.3 %	5.8 %	
	待業	0.8 %	1.6 %	4 次以上	16.0 %	9.6 %	
	家管	6.5 %	6.4 %	個人此次到墾丁國家公園預計消費金額	2,000 以下	46.4 %	41.5 %
	工商業	27.6 %	26.5 %	2,001~4,000	37.7 %	42.8 %	
	服務業	11.6 %	10.9 %	4,001~6,000	11.0 %	8.3 %	
	農林漁牧	0.2 %	0.3 %	6,001~8,000	4.1 %	5.8 %	
	軍公教人員	18.3 %	17.3 %	8,001~10,000	0.2 %	1.0 %	
	其它	6.5 %	8.3 %	10,001 以上	0.6 %	0.6 %	
	20,000 以下	33.9 %	34.1 %	一人前往	2.6 %	1.0 %	
	20,001~40,000	34.1 %	33.1 %	此次到墾丁的隨行同伴	親友	58.0 %	50.2 %
40,001~60,000	21.4 %	20.9 %	同事	19.3 %	26.8 %		
60,001~80,000	7.7 %	9.6 %	同學	10.3 %	12.1 %		
80,001 以上	3.0 %	2.3 %	其他	9.9 %	9.9 %		
婚姻狀況	已婚	48.1 %	47.6 %	此次到墾丁的同伴	1	5.3 %	9.6 %
	未婚	51.9 %	52.4 %	2	20.1 %	22.4 %	
				3	7.9 %	8.9 %	

項 目		欲前往保護區之遊客	一般旅遊遊客	項 目		欲前往保護區之遊客	一般旅遊遊客
人數	4	17.4 %	24.0 %	此次到墾丁的停留時間	當天來回	33.3 %	26.8 %
	5	4.1 %	7.3 %		兩天一夜	55.4 %	67.1 %
	6	1.4 %	3.5 %		三天兩夜	11.2 %	6.1 %
	7	1.0 %	1.6 %				
	8	3.6 %	3.2 %				
	9	0.2 %	0.3 %				
	10人以上	39.1 %	19.2 %				

資料來源：本研究自行整理。

本研究將蒞臨墾丁國家公園從事生態旅遊之遊客與一般旅遊之遊客的社經背景與旅遊特徵進行比較(表 5.1)。針對社經背景進行比較後之探討發現兩類遊客之性別雖女性遊客多於男性，但比例上男女約佔各半，顯示前往墾丁國家公園的遊客所從事的旅遊活動類型雖不同，但在性別的比例上都是平均的。

在年齡的分佈上，兩類遊客以 21~30 歲為多，推論該年齡層以大專學生族群及年輕未婚之上班族為主，其所受之家庭束縛較小且出遠門之行動力較足夠，加上每逢 3~4 月期間墾丁舉辦之「春天吶喊」活動吸引較多年輕族群，而本研究一般旅遊遊客之抽樣適逢該段期間，因此 21~30 歲族群之遊客在比例上較欲前往保護區之遊客多；生態旅遊之遊客年齡層分佈均勻，顯示其較一般旅遊活動更受各族群所接受。

在教育程度部份，兩類型遊客皆以大學學歷為主，其次為專科學歷，顯示台灣目前教育程度以此大專學歷為多；在職業方面皆以工商業為多，學生居次，再者為軍公教人員，推論因工商業為台灣目前產業結構重心，許多民間企業選擇到墾丁國家公園舉辦員工旅遊或獎勵旅遊，而學生族群本為墾丁旅遊活動之重要參與族群，軍公教人員則因政府為提倡旅遊而配有國民旅遊卡供其支付旅遊支出，而墾丁大街上有許多特約商店及旅館可供公務人員消費，綜合前述，此三種不同行業之遊客分別成為本研究抽樣樣本數之前三名，且有別於服務業以週六、日為營業日，此三行業之遊客皆有週休二日假期，因此在本研究中佔較大的比例。

在個人平均月收入方面，兩類型之遊客皆以 40,000 元以下為主，佔六成以上，顯示此收入範圍為台灣目前主要薪資待遇，其中 20,000 元以下佔總樣本數約三成，推論可能因學生族群居多，目前除打工收入以時數計算外並無其他主要職業，因此在個人平均月收入上會較低。

在婚姻狀況部份，兩類型遊客以未婚居多，但與已婚族群之比例相差不大，兩者約佔各半；兩類型之受訪者家中多沒有未滿 18 歲以下之子女且比率大於五成，除遊客結構以學生佔多數，無進入婚姻及育兒之經濟能力外，台灣社會目前傾向不婚或適婚者晚婚之趨勢，且教養下一代之花費甚大，造成人口出生比率逐年下降，此現象亦反應在本研究中。

針對遊客旅遊特徵將欲前往保護區之遊客及一般旅遊遊客進行比較後，發現兩類型遊客此次到墾丁的主要交通工具皆以開車及搭乘遊覽車為主，其中搭乘飛機之遊客不到 1%，推論因恆春半島地區受落山風之影響且一週只有四天有班機，每天僅提供台北-恆春來回各一班，除搭乘之時間選擇彈性不大以外，非台北之遊客亦不能選擇以搭乘飛機前往墾丁地區，因此遊客均不使用飛機做為交通工具。而以機車前往墾丁國家公園為主要交通工具之比例僅次於飛機為遊客較少選擇之項目，推論因前往墾丁國家公園之距離遙遠不適合屏東以外地區之遊客騎機車前往外，落山風之影響也會阻礙機車之行進，因此較不被考慮。搭乘客運前往墾丁國家公園之遊客雖僅次於開車及搭乘遊覽車為遊客之第三選擇，但比例皆不到 4%，推論因搭乘客運前往墾丁國家公園須再轉大眾運輸工具或承租機車前往各景點，時間上掌握不容易且又有一筆額外支出，因此選擇性不高。綜合上述推論遊客多以開車前往之原因及好處為機動性強、方便、安全、快速、且私人行李可隨身攜帶，而搭乘遊覽車前往之遊客則因員工旅遊或同好包車前往，除人數及同伴身分不同外，形式與優點皆與遊客自行開車前往相同，因此兩種交通方式成為本研究遊客主要選擇之交通工具。

兩類型遊客最近一年到墾丁國家公園次數皆以 1~2 次居多，推論因墾丁國家公園在台灣南端，除南部地區遊客前往距離較近可是重遊頻率提升外，中、北部及東半部之遊客因距離較遠，因此前往之頻率會較低。個人此次到墾丁國家公園預計消費金額以欲前往保護區之遊客之 2,000 元以下居

多，而一般遊客則以 2,001~4,000 元居多，推論其原因為欲前往保護區之遊客相較於一般旅遊遊客在其它私人娛樂設施上有較少的花費，如浮潛、賽車、香蕉船等等，且從事生態旅遊之遊客以親近自然為主，對於食宿等級之選擇較不在意，因此花費較低。

此次前往墾丁國家公園之隨行同伴以親友居多，兩類型遊客選擇之比例皆佔五成以上，顯示墾丁國家公園為家庭旅遊之熱門景點，而兩類型遊客以與同事為隨行同伴為次要之選擇，推論其原因為公司舉辦員工旅遊之因素而提升同事選項之比例。此次到墾丁的同伴人數以欲前往保護區之遊客選擇之 10 人以上為多及一般旅遊遊客選擇之 4 人為多，推論兩類型遊客在人數選擇上有差別之原因為欲前往保護區之遊客前往墾丁國家公園管理處聽取簡報多以遊覽車前往，且單位以工商企業及生態保育相關組織為主，因此前往之同伴人數達到 10 人以上之多，而一般旅遊遊客以開車為主要前往方式，由於一般房車乘載上有人數上限制，因此同伴人數僅限受訪者本身及同伴 4 人。

兩類型遊客皆以兩天一夜為主要停留在墾丁國家公園的時間，顯示遊客會在墾丁地區過夜，推論因上述之距離因素、墾丁地區之景點豐富，非一天即能遊覽完畢，且墾丁大街夜生活多彩多姿、食宿選擇眾多，旅遊行程可從早持續到晚，因此遊客多採取過夜之方式延長旅遊時間以便到更多景點參觀。

5.1.2 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之市場區隔與願付價格比較

針對欲前往保護區之遊客與前往鵝鑾鼻、貓鼻頭、墾丁森林遊樂區、佳樂水、海生館等景點之一般遊客，分別藉由「遊客對生態旅遊之行爲」因素與「生活型態」因素各區分為四集群，依序將欲前往保護區之遊客命名為「一般遊客」、「積極參與」、「行動缺乏」、「自我中心」，而一般旅遊遊客則依序命名為「環境破壞」、「利己導向」、「環境優先」、「大眾導向」。欲前往保護區之遊客集群間分別對於「性別」、「婚姻狀況」、「家中未滿 18 歲子女人數」、「此次到墾丁的主要交通工具」、「此次到墾丁的停留時間」等項目達到顯著性差異；一般旅遊遊客集群間則對於「年齡」、「教育程度」、「職業」、「此次到墾丁的主要交通工

具」、「最近一年內到墾丁國家公園次數」、「個人此次到墾丁國家公園預計消費金額」、「此次到墾丁的隨行同伴」、「同伴人數」、「此次到墾丁的停留時間」等項目達到顯著性差異，茲整理如下(表 5.2)。

表 5.2 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之市場區隔比較
Table 5.2 Compare the tourists who will move to the reservation with the normal tourists in market segmentation.

遊客之社經背景及旅遊特徵	欲前往保護區遊客集群	一般旅遊遊客集群
性別		
年齡	*	*
教育程度		*
職業		*
個人平均月收入		
婚姻狀況	*	
家中未滿 18 歲子女人數	*	
此次到墾丁的主要交通工具	*	*
最近一年內到墾丁國家公園次數		*
個人此次到墾丁國家公園預計消費金額		*
此次到墾丁的隨行同伴		*
同伴人數		*
此次到墾丁的停留時間	*	*

附註：*代表該集群對社經背景、旅遊特徵項目達到顯著性差異
資料來源：本研究自行整理。

而欲前往保護區之遊客集群間對於「遊客對生態旅遊行為」因素、「遊客對生態旅遊態度」因素及「遊客參與生態旅遊動機」因素有顯著性差異存在；一般旅遊遊客集群間對於「環境態度」因素、「生活型態」因素及「旅遊動機」因素也有顯著性差異存在，顯示可以分別利用「遊客對生態旅遊行為」及「生活型態」進行市場區隔。兩旅遊類型中同一集群遊客對於所支付解說服務費用作為不同用途，以及不同集群遊客對於支付解說服務費用作為相同用途時，在願付價格上有顯著性差異。

本研究以欲前往保護區之遊客及一般旅遊遊客各區分出的集群對於六種付費項目之願付價格進行比較，並將兩種不同旅遊類型遊客之願付價格分別以平均值方式呈現列於下(表 5.3)，結果發現兩類型遊客對於收取『生態保護區門票』提供「國家公園進行生態保育」付費項目以欲前往保護區

之遊客之「行動缺乏」集群願付價格最高，集群平均價格為僅高於一般遊客 1 元，顯示兩者平均價格之差距為六個負費項目最小者；收取『生態保護區門票』以「增加政府財政收入」則以一般遊客之「環境破壞」集群相對上最高，其平均價格元亦高出欲前往保護區之遊客之平均價格。

支付『解說導覽費用』作為「解說員之薪資」則以欲前往保護區之遊客之「一般遊客」集群之願付價格高於一般遊客「環境破壞」集群之願付價格，兩類型遊客之平均價格相差 46 元。

表 5.3 欲前往保護區之遊客與一般旅遊遊客之願付價格比較
Table 5.3 Compare the tourists who will move to the reservation with the normal tourists in their willingness to pay.

	欲前往保護區之遊客					一般旅遊遊客				
	一般遊客	積極參與	行動缺乏	自我中心	平均價格	環境破壞	利己導向	環境優先	大眾導向	平均價格
收取生態保護區門票提供國家公園進行生態保育	140	122	152	127	135	148	125	114	149	134
收取生態保護區門票增加政府財政收入	59	31	43	37	43	89	78	95	57	80
支付解說導覽費用作為解說員之薪資	142	140	136	132	138	118	89	64	96	92
支付解說導覽費用作為生態保育經費	125	134	137	125	130	158	152	149	184	161
支付解說導覽費用增加政府稅收來源	37	10	11	13	18	58	39	51	25	43
支付解說導覽費用作為生態教育費用	148	149	164	140	150	133	65	77	131	102

資料來源：本研究自行整理

支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」則以一般旅遊遊客之「大眾導向」集群之願付價格為八個不同集群中最高者，且與欲前往保護區之遊客有最高願付價格之「行動缺乏」集群相差 47 元，此為兩類型遊客最高願付價格相差最多之項目，兩者平均價格以一般遊客高於欲前往保護區之遊客；支付『解說導覽費用』作為「增加政府稅收來源」則以一般旅遊遊客之平均價格高於欲前往保護區之遊客，但兩者均低於 50 元，為兩類型遊客負責意願最低之收費項目，推論因遊客對於目前政府之弊案不具信

心，擔心收費後的費用無法做為正當的支出使用，因此對於支付『解說導覽費用』以「增加政府稅收來源」及收取『生態保護區門票』以「增加政府財政收入」此兩項有關於政府財政、稅收付費項目之願付價格均偏低；支付『解說導覽費用』作為「生態教育費用」項目以欲前往保護區之遊客之平均價格高於一般遊客之平均價格達 48 元之多，為兩類型遊客在六個付費項目之平均價格差距最多的一項。

第二節 建議

欲前往保護區之遊客之「行動缺乏」集群對於收取『生態保護區門票』用以「提供國家公園進行生態保育」以及支付『解說導覽費用』作為「生態教育費用」願付價格為最高，分別為 152 及 164 元；一般旅遊遊客的「大眾導向」集群則對於收取『生態保護區門票』用以「提供國家公園進行生態保育」以及支付『解說導覽費用』作為「生態保育經費」之願付價格最高，分別為 149 及 184 元。故以願付價格的層面分析，若要在墾丁國家公園保護區建立使用者付費的觀念，收取生態保護區門票及支付解說服務的費用時，本研究建議以每人收費新台幣 150 元為基準。

收費目的之層面分析，若冒然以增加政府稅收為目的時，則不易受遊客接受，甚至對於收費制度產生反感，甚至於對生態的保育產生反效果，故不宜以增加政府稅收為收費目的。若以提供解說員之薪資為目的，進行解說服務收費時，可視為永續性的大方向，發展生態觀光時，若能兼顧當地居民的經濟層面，提供當地居民的就業機會，將是維繫生態觀光永續發展的必要條件，並應建立在長期性的策略目標中。本研究發現在短期內可採行的策略，以生態保育經費或生態教育費用為目的的解說服務收費制度較為適宜，以專款專用的方式管理收取的經費，以透明化的模式爭取遊客的信賴感，同時透過各種資訊的提供，營造出每位遊客均可為墾丁國家公園保護區的生態保育和生態教育貢獻一己之力的空間。

若能由墾丁國家公園保護區優先建構使用者付費的機制，在每日人數限制與收費制度的運作下，收費愈高參與的遊客愈少，收費愈低參與的遊客愈多，故在台灣地狹人稠的環境中，區域性的觀光需求相當高，但保護區經不起大眾觀光的巨量衝擊，故推展解說服務收費制度是抑制遊客數量

的極佳手段。透過解說服務收費制度的建構，也是在推展生態觀光的過程中，篩選優良遊客的具體策略，不認同收費制度者通常亦也生態環境的創子手，透過收費機制的建立，自然也達到篩選優良遊客的目標。在生態觀光過程中同質性較高的優良遊客同行，亦會提升解說教育的成效，間接鼓勵解說員，讓其在解說服務過程中感受到成就感與自信心，亦能提升解說員的培訓效益。

針對後續研究之建議，本研究認為後續研究者可針對下列三點進行墾丁國家公園遊客對於解說導覽服務之願付價格探討，茲分述如下：

1. 針對不同型態的解說行程分別探討遊客之願付價格

由於墾丁具豐富的人文及自然景觀，不同型態之景點有其合適的解說服務以提供給遊客，因此後續研究者可將解說型態予以分類，針對不同型態的解說行程加以探討遊客之滿意度及願付價格。

2. 遊客對於不同長度解說行程之願付價格探討

不同的解說行程長度所需耗費的時間及服務不同，因此後續研究者可以此項目將遊客進行區隔，以探討行程時間長短對於願付價格之影響。

3. 解說中所需之輔助器材對於願付價格之影響

因解說對象及解說內容相異而需要不同的工具進行輔助，如解說手冊、賞鳥所需之望遠鏡、手電筒及放大鏡等，其額外支出及服務將影響遊客之願付價格，因此後續研究者可深入探討不同的服務及輔助工具與遊客願付價格之相關及差異。

參考文獻

中文部份

中華民國濕地保護聯盟，www.wetland.org.tw/trip/play/paper-2.htm。

內政部，1972，國家公園法，內政部，台北。

方怡蓁，2004，民眾參與解說活動動機、滿意度與願付價格之研究：以荒野保護協會為例，台中師範學院環境教育研究所碩士論文，台中。

- 王育群，1996，生態觀光~國際發展現況，戶外遊憩研究，9(4)，頁 19-30。
- 王柏青，1995，遊客之環境態度及其與生態旅遊經營管理關係之研究~以關渡濕地為例，東海大學景觀研究碩士論文，台中。
- 王鑫，2001，保護區管理的新作法參與和國家系統規劃，中華民國國家公園學會。
- 台大實驗林管理處，ccms.ntu.edu.tw/~exfo/01news/2005guidenews.htm。
- 台北市立美術館，<http://www.tfam.gov.tw/>。
- 台南市政府，www.tncg.gov.tw/17a01.asp?ID=940428025。
- 台灣蝴蝶保育協會，www.butterfly.org.tw/home.php。
- 朱芝緯，1999，永續性生態旅遊遊客守則之研究~以墾丁國家公園為例，台灣大學地理學研究所碩士論文，台北。
- 吳忠宏，1999，解說專業之建立，台灣林業，25(6)，頁 41-47。
- 吳忠宏，2001，邁向 2002 生態旅遊年，自由時報，13 版。
- 吳珮瑛，2000，國家公園資源經濟效益評估~以墾丁國家公園為例，內政部營建署公家公園組委託研究計畫，台灣大學農業經濟學系。
- 吳淑鈺，2000，太魯閣國家公園義務解說員參與動機與工作滿意之研究，中山大學公事務管理研究所碩士論文，高雄。
- 巫惠玲，2003，福寶濕地發展生態旅遊經濟效益之研究，逢甲大學土地管理學系碩士論文，台中。
- 李永展，1995，環境態度與環保行為：理論與實證，胡氏圖書，頁 41-56，台北。
- 李光中，2002，自然保護區永續發展與居民參與，全球變遷通訊雜誌，頁 33。
- 李思屏，2000，遊客對生態旅遊之環境態度與行為關係之研究~以關渡自然公園為例，台灣大學園藝學研究所碩士論文，台北。
- 李素馨，1996，觀光新紀元~永續發展的選擇，戶外遊憩研究，9(4)，頁 1-17。
- 周儒，1992，環境倫理的探討，環境教育季刊，(15)，頁 25-31。
- 洪振超，2002，遊客生態旅遊行為之研究~以柴山自然公園為例，中山大學

- 公共事務管理研究所碩士論文，高雄。
- 洪慎憶，1995，影響遊客對生態旅遊因子之探討~以陽明山國家公園為例，戶外遊憩研究，8(3)，頁 103-128。
- 胡玉龍，2003，玉山國家公園塔塔加地區遊憩效益與人為干擾影響程度之研究~條件估價法之應用，台灣大學地理環境資源研究所碩士論文，台北。
- 高雄市立美術館，<http://www.kmfa.gov.tw/>。
- 國立自然科學博物館，<http://www.nmns.edu.tw/>。
- 國立科學工藝博物館，<http://www.nstm.gov.tw/>。
- 國立海洋生物博物館，<http://www.nmmba.gov.tw/>。
- 國立歷史博物館，http://www.nmh.gov.tw/nmh_web/index.cfm。
- 張帆，2000，環境與自然資源經濟學，五南出版社，台北。
- 張明洵、林玥秀，1992，解說概論，內政部營建署太魯閣國家公園管理處，花蓮。
- 張長義、姜蘭虹、王鑫，1985，墾丁國家公園解說系統規劃之研究，內政部營建署墾丁國家公園管理處，台北。
- 張春興，1992，張氏心理學辭典，東華出版社，台北。
- 張春興，1995，現代心理學，東華出版社，台北。
- 莊麗君，2004，大眾生態觀光之滿意度與願付價值~以鯉魚潭賞螢活動為例，第六屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集，頁 1-10。
- 許義忠，2000，為什麼人們願意付錢從事溼地保育活動？~購買行為或是捐獻行為？戶外遊憩研究，13(3)，頁 49-70。
- 郭岱宜，1999，生態旅遊：21 世紀旅遊新主張，揚智文化，台北。
- 郭彰仁，1998，由遊客環境態度之觀點探討公園不當行為管理策略以~台中市為例，東海大學景觀研究所碩士論文，台中。
- 陳依筠，2005，雪霸國家公園雪見遊憩區遊憩資源效益評估之研究，中華大學營建管理研究所碩士論文，新竹。
- 陳明川，2002，社區居民對生態旅遊衝擊認知與發展態度之研究~以嘉義縣山美村為例，中興大學園藝學系碩士論文，台中。

- 陳冠融，2000，以使用者付費意願評估自然遊憩資源之效益，逢甲大學土地管理學系碩士論文，台中。
- 陳炳輝，2002，遊客環境態度對生態旅遊影響之研究，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，台中。
- 陳恭綏，1994，關渡沼澤區的保護效益評估~假設性市場評估法之應用，台灣大學經濟學研究所碩士論文，台北。
- 陳藍婷，1997，台南縣七股鄉濕地經濟價值評估之研究，淡江大學產業經濟學系碩士班碩士論文，台北。
- 陸雲，1990，環境資源估價之研究~非市場估價法，經濟論文，18(1)，頁 93-129。
- 黃宗煌，1990，台灣地區國家公園之保育效益評估，台灣土地金融季刊，43(3)，頁 305-325。
- 黃章恆，2005，生活型態與渡假村觀光意象關係之研究~以台糖尖山埤江南渡假村為例，靜宜大學觀光事業學系碩士論文，台中。
- 楊冠政，1992，環境行為相關變項之類別與組織，環境教育，15，頁 10-24。
- 靳知勤，1994，環境知識、態度與行為之研究，環境教育，21，頁 47-59。
- 綠島文史工作室，www.green-island.idv.tw/p_3.htm。
- 歐陽燦暉，1991，環境污染與防治概論，教育部環境保護小組。
- 鄧福麒，2003，生態旅遊規劃方案下之居民參與和願付價值關係的探討~黑面琵鷺保護區之檢視，台灣大學農業經濟學研究所碩士論文，台北。
- 墾丁國家公園管理處，www.ktnp.gov.tw。
- 蕭芸殷，1998，生態旅遊遊客特質之研究~以福山植物園為例，中興大學園藝學研究所碩士論文，台中。
- 蕭芸殷、歐聖榮，1998，生態旅遊遊客特質之研究，戶外遊憩研究，11(3)，頁 35-58。
- 龜丹休閒體驗農園，guidan.ho.net.tw/price_main.htm。

謝仁慧，1998，市民農園消費者行爲之研究~以台北地區爲例，台灣大學農業推廣學研究所碩士論文，台北。

謝淑芬，1994，觀光心理學，五南出版社，台北。

謝淑芬，1995，觀光心理學，五南出版社，台北。

關渡自然公園， www.gd-park.org.tw/e/e1.htm。

嚴如鈺，2002，民宿使用者消費型態之研究輔仁大學，輔仁大學生活應用科學系碩士論文，台北。

蘇明達、吳珮瑛，2001，六十億元的由來~墾丁國家公園資源經濟價值評估，前衛出版社，台北。

蘇秋君、李明聰，2006，遊客對解說服務付費之研究評估~以七股黑面琵鷺保護區爲例，2006年觀光遊憩與海洋資源發展學術研討會，台南。

英文部分

Albrecht, D. 1982. The new environmental paradigm scale. *Journal of Environmental Education*, 13(3), 39-43.

Andreasen, A. R. 1967. Leisure, mobility and lifestyle patterns. In American Marketing Association Conference Proceedings, Chicago. 55-62.

Arrow, K., Solow, R., Leamer, E., Portney, P., Randner, R. & Schuman, H. 1993. Report of the NOAA panel on contingent valuation. *Federal Register*, 58, 4600-4614.

Bailey, A. 1980. Socioeconomic variables and attitudes of consumers related to energy conservation behavior. *Dissertation Abstracts International*, 40(10), 5341.

Blamey, R. K. 1997. Ecotourism: the search for an operation definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2), 109-130.

Boo, E. 1990. Ecotourism: the potentials and the pitfalls. *World Wildlife Fund Report*, Washington, D.C.

Bowker, J. M. & Stoll, J. R. 1988. Use of dichotomous choice non-market methods to value the whooping crane resource. *American Journal of Agricultural Economics*, 70, 372-381.

- Boyle, K. J. & Bishop, R. C. 1988. Welfare measurements using contingent valuation: a comparison of techniques. *Journal of the American Agricultural Association*, 20-28.
- Brechin, S. R. 1999. Objective problems, subjective values and global environmentalism: evaluating the postmaterialism argument and challenging a new explanation. *Social Science Quarterly*, 80(4), 793-806.
- Buckley, R. 1994. A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 661-669.
- Ceballos-Lascurain, H. 1987. The future of ecotourism. *Mexico Journal*, 13-14.
- Chin, C. C. 1993. A study of environmental knowledge, attitudes and behavior of secondary students and pre- and in-service teachers in Taiwan. Unpublished Ph. D. Thesis, the University of Iowa.
- Ciriacy-Wantrup, S. V. 1947. Capital returns from soil-conservation practices. *Journal of Farm Economics*, 29, 1181-1196.
- Corral-Verdugo, V. & Armendariz, L. I. 2000. The new environmental paradigm in a Mexican community. *Journal of Environmental Education*, 31, 25-32.
- Cuieford, J. P. 1965. Fundamental statistics in psychology and education, 4th edition, New York: McGraw Hill.
- Davis, R. K. 1963. Recreational planning as an economics problem. *Natural Resource Journal*, 3, 239-249.
- Dunlap, R. E. & Van Liere, K. D. 1981. The new environmental paradigm. *The Journal of Environmental Education*, 9, 10-19.
- Eagles, P. F. J. & Fennell, D. A. 1989. Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework. *Journal of Park and Recreation Administration*, 8(1), 23-24.
- Eagles, P. F. J. 1992. The travel motivations of Canadian ecotourists. *Journal of Travel Research*, 31(2), 3-7.
- Engles, P. F. J., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. 1995. Consumer behavior, 4th edition, Chicago, IL: Dryden.
- Fodness, D. 1994. Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Frank, D. J., Hironaka, A. & Schofer, E. 2000. The nation-state and the natural environment over the twentieth century. *American Sociological Review*,

65(1), 96-116.

- Franzen, A. 2003. Environmental attitude in international comparison: an analysis of the ISSP surveys 1993 and 2000. *Social Science Quarterly*, 84(2), 297-308.
- Geller, J. M. & Lasley, P. 1985. The new environmental paradigm scale: a reexamination. *Journal of Environmental Education*, 17(3), 9-12.
- Hall, C. M. & Lew, A. A. 1998. Sustainable tourism: a geographical perspective. New York: Wiley.
- Ham, S. H. & Krumpe, E. E. 1996. Identifying audiences and messages for nonformal environmental education ~ a theoretical framework for interpreters. *Journal of Interpretation Research*, 1(1), 11-23.
- Hanemann, W. M. 1984. Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 66(3), 332-341.
- Hanemann, W. M. 1987. Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete response data reply. *American Journal of Agricultural Economics*, 69(1), 185-186.
- Hanemann, W. M., Loomis, J. & Kanninen, B. 1991. Statistical efficiency of double-bounded dichotomous choice contingent valuation. *American Journal of Agricultural Economics*, 73, 1255-1263.
- Hastings, B., Kiely, J. & Watkins, T. 1988. Sales force motivation using travel incentives: some empiri. *The Journal of Personal Selling and Sales Management*, 8(2), 43-52.
- Howard, J. 2000. Research in progress: Does environmental interpretation influence behaviour through knowledge or affect. *Australian Journal of Environmental Education*, 15(16), 153-156.
- Hwang, S. N., Lee, C. & Chen, H. J. 2003. The relationship among tourist's involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 26(2), 143-156.
- Ingram, C. T. & Durst, P. B. 1989. Nature-oriented tour operators: travel to developing countries. *Journal of Travel Research*, 28(2), 11-15.

- Inskip, E. 1987. Environmental planning for tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 118-135.
- IUCN. 1994. Guidelines for protected area management categories.
- Kelly, G. A. 1955. The psychology of personal constructs. New York: Norton.
- Kimmel, J. R. 1999. Ecotourism as environmental learning. *Journal of Environmental Education*, 30(2), 40-44.
- Kotler, P. 1991. Marketing management, 7th edition, Upper saddle river, NJ: prentice-hall.
- Kronus, C. L. & Van Es, J. C. 1976. The practice of environmental quality behavior. *The Journal of Environmental Education*, 8(1), 19-25.
- Krutilla, J. 1967. Conservation reconsidered. *American Economic Review*, 7, 777-786.
- Kuhn, R. G. & Jackson, E. L. 1989. Stability of factor structure in the measurement of public environmental attitudes. *Journal of Environment Education*, 20(3), 27-31.
- Kuo, I. L. 2002. The effectiveness of environmental interpretation at resource-sensitive tourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 4, 87-101.
- Laroche, M., Bergeron, J. & Forleo, G. B. 2001. Targeting consumer who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503-520.
- Lazer, W. 1963. Life style concepts and marketing. *Toward Scientific Marketing Proceedings of the AMA*, 130-139.
- Lee, D. & Pearce, P. L. 2002. Community attitude to the acceptability of user fees in natural settings. *Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 158-173.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C. E. & Henning, B. R. 1998. Profiling the nature-based tourist: a multinomial logit approach. *Journal of Travel Research*, 37(1), 48-55.
- Mathieson, A. & Wall, G. 1983. Tourism: economic, physical and social impacts. London: Routledge.
- McIntosh, R. W. 1977. Tourism-principles, practices, philosophies. NY: Wiley.

- Milfont, T. L. & Duckitt, J. 2004. The structure of environmental attitudes: a first and second order confirmatory factor analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 289-303.
- Moscardo, G. 1999. Making visitors mindful: principles for creating quality sustainable visitor experiences through effective communication. Sagamore: Champaign, Ill.
- Orams, M. B. 1995. Using interpretation to manage nature-based tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(2), 81-94.
- Pantis, J. D. 2003. Social exclusion as constraint for the development of environmentally friendly attitudes. *Society and Natural Resources*, 16, 759-774.
- Plummer, J. T. 1974. The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.
- Randall, A. & Stoll, J. 1980. Consumers surplus in commodity space. *American Economic Review*, 70, 449-455.
- Randall, A., Hoehn, J. P. & Brookshire, D. S. 1993. Contingent valuation surveys for evaluation environment assets. *Journal of Natural Resources*, 23, 635-648.
- Randall, A., Ives, B. & Eastman, C. 1974. Bidding games for valuation of aesthetic environmental improvements. *Journal of Environmental Economics and Management*, 1, 132-149.
- Reynolds, F. D. & Darden, W. R. 1974. Constructing life style and psychographics. *American Marketing Association*.
- Ross, S. & Wall, G. 1999. Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*, 20(1), 123-132.
- Scott, D. & Willits, F. K. 1994. Environmental attitudes and behavior a Pennsylvania survey. *Environment and Behavior*, 26(2), 239-260.
- Sharpe, G. W. 1982. Interpreting the environment. New York: John Wiley and Sons.
- Sirakaya, E., Sasidharan, V. & Sonmez, S. 1999. Redefining ecotourism: the need for a supply-side view. *Journal of Travel Research*, 38(2), 167-182.

- Stern, P. C., Dietz, T., Kalof, L. & Guagnano, G. A. 1995. Values, beliefs, and pro-environmental action: attitude formation toward emergent attitude objects. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 1611-1636.
- Stewart, W. P. 1994. Ecotourism and nature conservation: a definition with some recent development in Micronesia. *Tourism Management*, 11(3), 262-263.
- Stone, J., Barnes, J. H. & Montgomery, C. 1995. Ecoscale: a scale for the measurement of environmentally responsible consumers. *Psychology and Marketing*, 12(7), 595-612.
- Tai, S. H. C. & Tam, J. L. M. 1996. A comparative study of Chinese consumers in Asian markets ~ a lifestyle analysis. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(1), 25-43.
- The International Ecotourism Society. 2000. Ecotourism statistical fact sheet. *The International Ecotourism Society*.
- Tilden, F. 1957. Interpreting our heritage. University of North Carolina Press.
- Trobe, H. L. L. & Acott, T. G. 2000. A modified NEP/DSP environmental attitude scale. *The Journal of Environmental Education*, 32(1), 12-20.
- Uysal, M., Jurowski, C., Noe, F. P. & McDonald, C. D. 1994. Environmental attitude by trip and visitor characteristics. *Tourism Management*, 15(4), 284-294.
- Valentine, P. S. 1993. Ecotourism and nature conservation: a definition with some recent development in Micronesia. *Tourism Management*, 14(2), 22-36.
- Weisbrod, B. 1964. Collective consumption services of individual consumption goods quarterly. *Journal of Economics*, 78, 471-477
- Wells, W. D. 1975. Psychographics: a critical review. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196-213.
- Willig, R. D. 1976. Consumer's surplus without apology. *The American Economic Review*, 66(4), 589-597
- Wind, Y. & Green, P. E. 1974. Some conceptual, measurement and analytical problems in life style research. *Life Style and Psychographics*, Chicago : AMA.

- Wong, K. K. (2001). Taiwan's environment, resource sustainability and green consumerism: perceptions of university students. *Sustainable Development* , 9(4), 222-235.
- World Tourism Organization. 1997. International tourism: a global perspective. Madrid: WTO.
- Yuan, J., Cai, L. A. & Morrison, A. M. 2004. An analysis of wine festival attendees' motivations: a synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-59.
- Zieffer, K. A. 1989. Ecotourism: the uneasy alliance. *Conservation International Ernst and Young*.

親愛的受訪者您好：

首先，十分感謝您參與本問卷之填答。此為一份學術性問卷，本研究的主要目的是想了解您對生態旅遊態度與行為，問卷所有資料是匿名且僅供學術研究使用，請您費神就下列問題作答。您的意見對本研究是否完成十分重要，請直接依照您個人之體驗與意見填答即可，您所填答的資料將僅供整體分析之用，絕不會做個別展示或發表，請放心作答。在此由衷感謝您的幫忙與支持！

敬祝 健康愉快

國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所 黃儀秦 敬上

一、遊客對生態旅遊的行為

項	目	非常不同意	不同意	普通同意	同意	非常同意
	1.我會參加環境保護團體所舉辦的會議	<input type="checkbox"/>				
	2.我會參加抵制製造過多污染源之業者的活動	<input type="checkbox"/>				
	3.穿戴動物皮草或皮革製品代表身分地位崇高	<input type="checkbox"/>				
	4.當我看見有人傾倒疑似有毒廢棄物時，我會檢舉他	<input type="checkbox"/>				
	5.我會隨身攜帶小塑膠袋將垃圾帶回	<input type="checkbox"/>				
	6.旅遊中，我會思考生態未來的危機	<input type="checkbox"/>				
	7.我從事生態旅遊時，曾想盡辦法和動植物有更近的接觸	<input type="checkbox"/>				
	8.旅遊時，我完全配合管制辦法，不會擅自闖入	<input type="checkbox"/>				
	9.旅遊後，我會樂意擔任生態解說義工	<input type="checkbox"/>				
	10.旅遊後，我會捐款給相關管理單位進行生態保育	<input type="checkbox"/>				
	11.我看見其他遊客亂丟垃圾，會理性的勸導他應自行帶垃圾回家	<input type="checkbox"/>				
	12.我看見有人採摘或捕捉國家公園內的動植物時，我會勸導他人勿破壞生態	<input type="checkbox"/>				
	13.旅遊中，發現生態環境受到破壞時，我曾經向有關單位報備	<input type="checkbox"/>				
	14.從事生態旅遊時，公共設施為首要的建設，其重要程度大過於生態保育	<input type="checkbox"/>				
	15.旅遊後，我會支持倡導環境保育的候選人	<input type="checkbox"/>				

二、遊客對生態旅遊的態度

項	目	非常不同意	不同意	普通同意	同意	非常同意
	1.每個人均可對環境維護有所貢獻	<input type="checkbox"/>				
	2.地球會固定的運轉和循環，因此我不用擔心人類對地球的破壞	<input type="checkbox"/>				
	3.今日我對環境的行為將會影響到下一代	<input type="checkbox"/>				
	4.地球是所有生物共享的，所以我們必須尊重其他生物生存的權利	<input type="checkbox"/>				
	5.我對於直接體驗環境和探索環境有興趣	<input type="checkbox"/>				
	6.生態旅遊的發展可以承受大量觀光客的參與	<input type="checkbox"/>				
	7.我認為生態旅遊的發展不應該導入過多種類的旅遊活動，以維持品質	<input type="checkbox"/>				
	8.我認為生態旅遊的發展應該提供機會讓遊客實際參與生態保護、棲地復育等教育性質之活動	<input type="checkbox"/>				
	9.為了提升生態旅遊的發展，應該開放未受破壞的自然環境供遊客遊覽	<input type="checkbox"/>				

三、遊客對生態保護區門票的願付價格

1.假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您是否願意支付其費用，以提供國家公園進行生態保育？(新台幣：元)

- 願意。您個人願意支付的最高金額是多少？
51-100元 101-150 151-200 201-250
251-300元 301元以上
不願意，原因_____

2.假設針對進入生態保護區的遊客要進行門票收費，您是否願意支付其費用，以增加政府財政收入？(新台幣：元)

- 願意。您個人願意支付的最高金額是多少？
51-100元 101-150 151-200 201-250
251-300元 301元以上
不願意，原因_____

四、遊客對於解說導覽服務之願付價格

<p>1. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入<u>生態保護區</u>進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為<u>解說員之薪資</u>，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>願意。您個人願意支付的最高金額是多少？</p> <p><input type="checkbox"/>51-100元 <input type="checkbox"/>101-150 <input type="checkbox"/>151-200 <input type="checkbox"/>201-250</p> <p><input type="checkbox"/>251-300元 <input type="checkbox"/>301元以上</p> <p><input type="checkbox"/>不願意，原因_____</p>	<p>2. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入<u>生態保護區</u>進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為<u>生態保育經費</u>，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>願意。您個人願意支付的最高金額是多少？</p> <p><input type="checkbox"/>51-100元 <input type="checkbox"/>101-150 <input type="checkbox"/>151-200 <input type="checkbox"/>201-250</p> <p><input type="checkbox"/>251-300元 <input type="checkbox"/>301元以上</p> <p><input type="checkbox"/>不願意，原因_____</p>
<p>3. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入<u>生態保護區</u>進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為<u>增加政府稅收來源</u>，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>願意。您個人願意支付的最高金額是多少？</p> <p><input type="checkbox"/>51-100元 <input type="checkbox"/>101-150 <input type="checkbox"/>151-200 <input type="checkbox"/>201-250</p> <p><input type="checkbox"/>251-300元 <input type="checkbox"/>301元以上</p> <p><input type="checkbox"/>不願意，原因_____</p>	<p>4. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入<u>生態保護區</u>進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，將其作為<u>生態教育費用</u>，您是否願意支付其費用？</p> <p><input type="checkbox"/>願意。您個人願意支付的最高金額是多少？</p> <p><input type="checkbox"/>51-100元 <input type="checkbox"/>101-150 <input type="checkbox"/>151-200 <input type="checkbox"/>201-250</p> <p><input type="checkbox"/>251-300元 <input type="checkbox"/>301元以上</p> <p><input type="checkbox"/>不願意，原因_____</p>

五、遊客參與生態旅遊的動機

項 目	非常不同意	不同意	普通同意	非常同意
紓解過多工作以及生活的壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
因為過去參與解說活動的體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
增進家人、朋友間情感交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
增廣見聞，吸收生態的知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
因為工作機構及學校的要求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
藉著機會攝影、錄影	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
為了觀賞野生動植物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欣賞自然環境之美	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
順應別人的邀約	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
逃離例行性公事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
為了子女的教育	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
增進身體健康	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
親朋好友的推薦	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
打發時間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
遠離塵囂	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
尋找靈感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
氣候溫暖	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
穩定的天氣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

六、社經背景

- 性別 男 女
- 年齡 20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51歲以上
- 教育程度 國小及以下 國中 高中職 專科 大學 研究所
- 職業 學生 退休 待業 家管 工商業 服務業 農林漁牧 軍公教人員 其他
- 個人平均月收入(元) 20,000以下 20,001~40,000 40,001~60,000 60,001~80,000 80,001以上
- 婚姻狀況 已婚 未婚
- 家中未滿18歲子女人數 0 1 2 3 4名以上

七、旅遊特徵

- 此次到墾丁的主要交通工具 客運 開車 機車 飛機 遊覽車 其它_____
- 最近一年內到墾丁國家公園次數(包含此次) 1次 2次 3次 4次以上
- 個人此次到墾丁國家公園預計消費金額(新台幣：元)
- 2,000以下 2,001~4,000 4,001~6,000 6,001~8,000 8,001~10,000 10,001以上
- 此次到墾丁的隨行同伴 一人前往 親友 同事 同學 師長 其他_____
- 此次到墾丁的同伴人數 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10人以上
- 此次到墾丁的停留時間 當天來回 兩天一夜 三天兩夜 其它_____
- 此次到墾丁停留過的景點 墾丁森林遊樂區 砂島貝類展示館 瓊麻工業展示館 遊客中心 鵝鑾鼻 貓鼻頭 佳樂水 社頂公園 龍坑 南仁山 龍鑾潭 海生館 香蕉灣 小灣 南灣

親愛的受訪者您好：

首先，十分感謝您參與本問卷之填答。此為一份學術性問卷，本研究的主要目的是想了解您對**環境保護之態度**，問卷所有資料是匿名且僅供學術研究使用，請您費神就下列問題作答。您的意見對本研究是否完成十分重要，請直接依照您個人之體驗與意見填答即可，您所填答的資料將僅供整體分析之用，絕不會做個別展示或發表，請放心作答。在此由衷感謝您的幫忙與支持！

敬祝 健康愉快

國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所 黃儀蓁 敬上

一、遊客對環境的態度

項	目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
16.	政府應控制危害環境之工業原料的使用量，以降低其對環境危害的程度	<input type="checkbox"/>				
17.	人類有權改變自然環境來滿足我們的需求及慾望	<input type="checkbox"/>				
18.	經濟成長比環境保護重要	<input type="checkbox"/>				
19.	人類必須和自然和平共處才能永續生存	<input type="checkbox"/>				
20.	政府應該提供財政協助來開發太陽能能源	<input type="checkbox"/>				
21.	自然環境遭受破壞會令人感到難過	<input type="checkbox"/>				
22.	地球人口的增加會使得自然資源遭到破壞	<input type="checkbox"/>				
23.	濫砍森林的後果就是溫室氣體量會增加	<input type="checkbox"/>				
24.	森林被夷為農地會讓我感到難過	<input type="checkbox"/>				
25.	民眾應該將節約能源的方式落實在生活中	<input type="checkbox"/>				
26.	我會積極的參與環保團體所舉辦的活動	<input type="checkbox"/>				
27.	貫徹環境保護需耗費大量金錢，所以我會努力募款以解決資金短缺的困難	<input type="checkbox"/>				
28.	我會響應資源回收的活動	<input type="checkbox"/>				
29.	即使採用再生原料會使成本提高，廠商還是必須使用以善盡企業責任	<input type="checkbox"/>				
30.	地球會固定的運轉和循環，因此我不用擔心人類對地球的破壞	<input type="checkbox"/>				
31.	濕地有助於生物繁殖，但亦會孳生蟲害，因此須將水抽乾以維護環境衛生	<input type="checkbox"/>				

二、遊客之生活型態

項	目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
10.	我寧願花時間陪伴家人也不願意找朋友	<input type="checkbox"/>				
11.	下班回家之前我喜歡與朋友小酌一下	<input type="checkbox"/>				
12.	我很滿意現在的家庭生活	<input type="checkbox"/>				
13.	我願意多花一點錢購買綠色產品	<input type="checkbox"/>				
14.	我支持環保活動	<input type="checkbox"/>				
15.	我常等到店家有折扣時才去購物	<input type="checkbox"/>				
16.	爲了省錢，我通常會購買特價商品	<input type="checkbox"/>				
17.	我會看有關商品銷售的宣傳廣告	<input type="checkbox"/>				
18.	我的建議是朋友購物時的參考依據	<input type="checkbox"/>				
19.	我比同年齡的人更有自信	<input type="checkbox"/>				
20.	我喜歡嘗試新奇的事物	<input type="checkbox"/>				
21.	我在家會做好垃圾分類	<input type="checkbox"/>				
22.	購物時我會自備購物袋	<input type="checkbox"/>				
23.	我會擔心包裝紙過度使用所帶來的污染	<input type="checkbox"/>				
24.	商品的耐用性是我購物時的考慮因素之一	<input type="checkbox"/>				

三、遊客對生態保護區門票的願付價格

1. 假設針對進入 <u>生態保護區</u> 的遊客要進行 <u>門票收費</u> ，您願意支付多少費用，以 <u>提供國家公園進行生態保育</u> ？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上	2. 假設針對進入 <u>生態保護區</u> 的遊客要進行 <u>門票收費</u> ，您願意支付多少費用，以 <u>增加政府財政收入</u> ？(新台幣：元) <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上
--	--

四、遊客對於解說導覽服務之願付價格

1. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入 <u>生態保護區</u> 進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，您願意支付多少費用將其作為 <u>解說員之薪資</u> ？ <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上	2. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入 <u>生態保護區</u> 進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，您願意支付多少費用將其作為 <u>生態保育經費</u> ？ <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上
3. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入 <u>生態保護區</u> 進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，您願意支付多少費用將其作為 <u>增加政府稅收來源</u> ？ <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上	4. 假設由墾管處認證之解說員帶領進入 <u>生態保護區</u> 進行解說導覽服務，需向遊客收取費用，您願意支付多少費用將其作為 <u>生態教育費用</u> ？ <input type="checkbox"/> 不願意支付 <input type="checkbox"/> 51-100 元 <input type="checkbox"/> 101-150 元 <input type="checkbox"/> 151-200 元 <input type="checkbox"/> 201-250 元 <input type="checkbox"/> 251-300 元 <input type="checkbox"/> 301 元以上

五、遊客參與生態旅遊的動機

項 目	非常不同意	不同意	普通同意	非常同意
增加與他人互動時的話題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
改變日復一日的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
欣賞自然環境之美	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
放慢生活步調	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
工作或學校需要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
增加不同的體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
改變固有的觀點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
有無法取代的獨特性活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
嘗試新鮮事物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

項 目	非常不同意	不同意	普通同意	非常同意
感受歡樂的氣氛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
與同好交流心得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
親朋好友的推薦	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
培養家人的感情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
氣候溫暖	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
增加知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
犒賞自己	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
冒險的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
受人邀約	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

六、社經背景

8. 性別 男 女

9. 年齡 20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51 歲以上

10. 教育程度 國小及以下 國中 高中職 專科 大學 研究所

11. 職業 學生 退休 待業 家管 工商業 服務業 農林漁牧 軍公教人員 其他

12. 個人平均月收入(新台幣：元) 20,000 以下 20,001~40,000 40,001~60,000 60,001~80,000 80,001 以上

13. 家庭平均月收入(新台幣：元) 20,000 以下 20,001~40,000 40,001~60,000 60,001~80,000 80,001~100,000 100,001 以上

14. 婚姻狀況 已婚 未婚

15. 家中未滿 18 歲子女人數 0 1 2 3 4 名以上

七、旅遊特徵

8. 此次到墾丁的主要交通工具 客運 開車 飛機 機車 遊覽車 其它_____

9. 最近一年內到墾丁國家公園次數(包含此次) 1 次 2 次 3 次 4 次以上

10. 個人此次到墾丁國家公園預計消費金額(新台幣：元)
2,000 以下 2,001~4,000 4,001~6,000 6,001~8,000 8,001~10,000 10,001 以上

11. 此次到墾丁的隨行同伴 一人前往 親友 同事 同學 師長 其他_____

12. 此次到墾丁的同伴人數 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 人以上

13. 此次到墾丁的停留時間 當天來回 兩天一夜 三天兩夜 其它_____