

景文技術學院 景文學報 第十五卷第二期 中華民國九十四年六月出版 第13-30頁

## 遊客對生態旅遊態度之研究－以休閒農業園區為例

陳永杰

景文技術學院觀光事業系兼任講師

### 論文摘要

本研究為了解遊客對生態旅遊態度與行為傾向（重遊率與介紹他人意願）的關連性，於2003年選擇北部、東部及中部各一處休閒農業區為研究範圍。根據假日與非假日的遊客現場訪問，共獲得405份的有效問卷。調查得知現今的生態旅遊仍處於啓蒙的階段，而它與生態旅遊行為傾向的關連性有三項，即生態旅遊品質、生態資源以及生態環境，均以軟體的建設為主，在訪問的過程中也得知遊客對生態教育的需求逐漸增加，所以建議有關單位在休閒農業園區規劃發展生態旅遊時，應增加軟體建設以利生態旅遊的永續發展。

關鍵字：生態旅遊態度、生態旅遊的行為傾向、休閒農業園區

## Visitors' Ecotourism Attitude in Leisure Agriculture Park

Yung-Chen, Fred, Chen

Jin Wen Institute Of Technology Tourism Industry Department

### Abstract

The purpose of this paper is trying to find out the relationship between the ecotourisms' attitude and behavior intention of developing ecotourism in Taiwan Leisure Agriculture Park. The author chose three essential locations as studying cases in the year of 2003; they were spreading in East, North, and Central of Taiwan. Total number of effective cases of this survey was 405. From the survey, the author found out that the three influential elements were in ecotourisms' service quality, resources, and environment toward ecotourisms' behavior intention. According to the result, researcher would suggest the related official units acknowledged the needs of long-term investment in software to obtain the sustainable development in leisure agriculture park.

Key words: Ecotourisms' attitude, behavior intention of ecotourism, leisure agriculture park,



## 壹、結論

### 一、研究背景

台灣經濟的發展與政府政策改變使得國民的生活方式亦隨之轉變。當國民所得突破一萬美元且政府開始啓動週休二日的政策時，人們漸漸在有錢與有閒的時候開始對於旅遊的重視，而民眾在早期旅遊的過程中也學習到其所帶來的益處，例如：旅遊可以減輕壓力與與家人建立更深層的感情，進而對旅遊的方式與目的有多方面的瞭解。在眾多的旅遊方式中以生態觀光為號召並藉著旅遊之名教育遊客學習大自然，漸漸的帶動台灣及世界的旅遊趨勢與人潮，使其成為一項新的產業。生態旅遊同時進一步引領生態之愛護者進行深度的生態旅遊，並且以在地人為導遊為主，以協助與增加當地人的就業為輔，引入一群大自然的愛好者支持與贊助進而執行長期之環境（生態）的保育工作，將保育與復育成為遊客旅遊活動的重要項目之一，這使得人類可以讓旅遊、社區發展、文化與生態保育工作互蒙其利。

### 二、旅遊市場的變遷

一般而言，早期的旅遊都是一群人利用假日前往嚮往的遊覽風景區和名勝古蹟從事休閒旅遊，以達到出外休閒的意義。但是近年來國人因為對休閒的態度轉變以及逐漸明瞭真正的休閒是需要能夠提昇自我的生活品質、解除身心的疲憊及增加工作上的創意，於是對於以前大眾式的旅遊重視『大量式』的休閒方式更變為『品質式』的休閒旅遊。在眾多興起的休閒旅遊方式中，生態旅遊的遊客對於『品質』的重視是高於許多的旅遊方式，這也是造成國人重視生態旅遊的原因之一。

國外早在 1965 年時就有 Hetzer 提出生態旅遊的概念，以自然取向為旅遊方式的生態性觀光。1980 年由國際自然保育聯盟正式提出「生態旅遊」(ecotourism) 這個名稱(汪家夷，2002)。生態旅遊除了符合自我放鬆、寧靜的環境與知性旅遊等特色外，其更深遠的目的是希望遊客在享受大自然之時，同時能夠維護並兼具保育自然生態，此外，生態旅遊更強調要與當地社區維持良性的互動關係，以及愛護當地的環境資源。

#### (一)、政府對生態旅遊的重視

台灣加入世界貿易組織(WTO)後，傳統農業受到很大的衝擊，為提振國內農產活力並創造農村就業機會，故農政單位於 2001 年中提出「一鄉一休閒農漁園區計畫」，其目的旨在帶動農村經濟的活絡與產業轉型，鼓勵農民參與和經營休閒農業與提昇就業能力，並鼓勵利用閒置空間發展休閒農業(陳昭郎，2003)。也從以往著重發展森林遊樂區、國家風景區、國家公園…等轉變為著手推動農業轉型政策，使得休閒農業朝向以提供遊憩的方式發展。從 2001 年至 2004 年間行政院農業委員會所投入數十億元經費在休閒農漁園區計畫，即可知道相關單位重視遊客參與生態與鄉村旅遊的程度，除此之外，其它部門如行政院經濟建設委員會以及交通部觀光局在 2001 年公佈及訂定相關方案與發展策略也是倡生態旅遊。前者公佈「國內旅遊發展方案」，其內容在「具體措施」中提到台灣需更積極的『建構完整的國家森林步道系統，推展生態旅遊，活絡山村經濟文化。』而後者在訂定「二十一世紀台灣發展觀光戰略」中更『強調運用台灣特殊生態特色，結合相關保育團體調查生態環境，規劃不同主題生態旅遊，如賞鳥、賞蝶、賞蕨…等，並建立生態旅遊規範及產品認證制度。』由此可見，政府各部門對於台灣未來發展生態旅遊的重視程度。

#### (二)、生態旅遊的永續性

由於休閒農業近年快速發展，許多業者與遊客對生態旅遊發生錯誤的認知，因此便彰顯出生態永續性的重要意涵。也因台灣生態旅遊發展尚在起步時段，許多關鍵性的精神與精髓並未落實到業者，遊客的認知也有偏差，例如：吳

昂瑾(2003)在南投縣信義鄉原住民保留地巴庫拉斯的生態旅遊的研究中就建議需要加強該地區的導覽與解说服務。再者，國內森林遊樂區、國家風景區、國家公園等，因為人力的不足，無法提供充分且詳細的解說服務；因此應該讓遊客利用其他的方式，例如：應該嘗試協助遊客從觀察與遊憩中建立正確的生態觀念，如此才能體驗真正的生態遊憩。

### 三、研究動機與目的

由於人類的科技與文明不斷的進步，生態受到破壞的機會應該是相對的減少，但是實際上由於人類貪婪的與過度的開發資源，使得生態環境遭受破壞。例如：旅遊活動經常是具有「自我毀滅」(self-destructive)的特質(王鑫,2000)，也使得許多的觀光地區走向毀滅的途徑。為了保存生態的原貌以及減少資源毀滅的情形，本研究擬從遊客的觀點，探討遊客對生態旅遊的態度是否因為遊客之個人屬性與旅遊特性而有不同，以作為業者推動生態旅遊之參考。基於此，本文所要達成的研究目的如下：

1. 瞭解休閒農業園區的遊客之背景與旅遊特性。
2. 分析不同遊客屬性、旅遊特性對生態旅遊的態度是否有差異。
3. 研究遊客之生態旅遊態度對旅遊行為傾向的影響。

## 貳、文獻回顧

### 一、生態旅遊的涵義

#### (一)、生態旅遊的重要性

##### 1. 生態旅遊意義

生態旅遊是以自然環境為基礎，建立在保育、管理與教育之上，並結合文化與產業，使地區得以永續發展的旅遊方式。它不僅滿足了我們對探索、研究和欣賞的需求，也教育了我們熱愛生命及維護棲地的行為。基本上是一種特定形式的深度旅遊，其以自然為取向，透過教育與解說，由在地專業小型企業組織主導，引領旅者體驗和了解旅遊地。生態旅遊不但是對旅遊目的地、自然環境或文化可能造成的負面影響最小，並將利潤回饋當地，提供住民社會經濟方面的主動參與意願，以促進其觀光發展的機會，同時兼具自然生態與人文的保育，它是可以永續經營的。

##### 2. 生態旅遊歷史發展

生態旅遊是一種自然取向(nature-based)的觀光旅遊概念，並被視為一種兼具自然保育與旅遊發展之活動(Honey, 2001)。長久以來，一般人認為在所有經濟活動中，若說觀光和遊憩代表最為友善的土地利用方式是毫無問題的。然觀光仍會對環境帶來不少的負面影響卻也是不爭的事實，和污染情形普遍的重工業比較，觀光才能躲在所謂的「無煙工廠」的保護傘下(郭岱宜, 1999)。可是在1970年代的環境運動起，開始發覺觀光也可能成為環境的另一個破壞者後，社會學者也開始對傳統大眾觀光旅遊有不同的看法，大家開始思想與考慮這樣的觀光活動對當地所造成的影響，進而發展出不同但相似的自然旅遊，其中以綠色觀光(Green Tourism)、自然觀光(Nature tourism)及生態旅遊(Ecotourism)最常被提及與討論。

##### 3. 生態旅遊的特性

郭岱宜將生態旅遊的特點歸納為(郭岱宜, 1999)：

- (1)生態旅遊是一種仰賴當地資源的旅遊：以自然及人文資源為基礎旅遊方式，人們帶著某一特定目的，到干擾較輕



微的地區或未受污染之自然地區旅遊。

- (2)生態旅遊是一種強調當地資源保育的旅遊：生態資源不僅單純為一種生態性、自然性的旅遊，也是一種透過旅遊來加強保育的觀光活動，甚至希望直接提供保育實質貢獻。
- (3)生態旅遊是一種維護當地社區概念的旅遊：生態旅遊除了是一種提供自然遊憩體驗的環境責任型旅遊之外，也負責有繁榮地方經濟、提升當地居民生活品質，同時尊重與維護當地部落傳統文化之完整性的重要功能。

## 二、生態旅遊的發展現況

### (一) 生態旅遊概況

世界資源協會 (The World Resources Institution) 發現，旅遊人口每年的成長率約 4%，但以享受自然生態為主的旅遊人口成長率卻在 10%-30% 之間。世界旅遊組織 (World Tourism Organization) 估計生態旅遊和其他以享受自然資源為主的旅遊形態，大約佔了所有國際旅遊類型的 20%。在台灣生態旅遊的發展可追溯至 1980 年代，當時環保運動剛起步，民間環保社團紛紛成立，國家公園成立之後，開始在園區內推展解說、旅遊活動。到了 1990 年代，隨著國際發展的腳步，「生態旅遊」的概念以各種形式，逐漸在國內推展開來，國家公園及民間生態保育團體開始藉著自然體驗與生態研究的方式推廣休閒遊憩兼顧環境保育的概念。2000 年交通部觀光局則擬定的「二十一世紀台灣發展觀光計畫」中，將生態旅遊納入未來旅遊產業發展的重要方向之一。

### (二) 生態旅遊的產業發展

就國內生態旅遊產業而言，曾有旅行業推出的生態旅遊行程通常僅是選擇具有生態特色的旅遊地點，然而其活動中並未加入保育的觀念及行動參與，亦未配合生態觀光地區之發展精神及宗旨，因此目前僅停留於行銷層面(宋秉明，2000)。至於政府方面，雖然以國家公園與森林遊樂區作為生態旅遊發展之基礎，但卻漸漸偏向以提供遊憩為主要目的。另外，休閒農業的一部分經營者亦朝向發展生態旅遊的模式，以控制承載量及提供解說服務等方式來達到生態旅遊教育的功能。就現況而言，要形成一種控制、限制、限量或導正目標的生態旅遊，可能會有操作上的困難，因此國內的部分生態旅遊仍停留在自然欣賞的旅遊；目前在政策制定者與執行者之間，因為不知道要如何執行真正的生態觀光？更遑論達成永續發展的目標 (宋秉明，2000)。

## 三、生態旅遊的態度

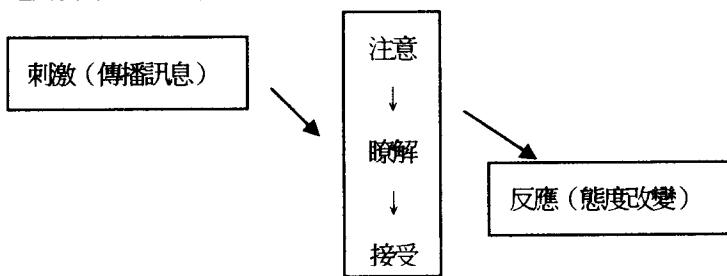
### (一)、態度的涵意

一般社會心理學者認為態度包含有認知(cognition)情感(affection)與意向(conation)三個成分(Katz & Stotland, 1959；Razecki, 1982)。認知成分指對態度對象所持有之信念(belief)的組合體系。情感成分是指個人對態度對象的情緒感覺(emotional feeling)，包括尊敬—輕視，喜歡—厭惡，同情—排斥等正負面的感覺。意向成分指個人對態度對象的反應傾向，即當個人對態度對象必須有所行動表現時，他將表露的行為，此亦即反應的準備狀態(Katz & Stotland, 1959；Razecki, 1982)。而心理學的觀點認為「認知」是指人類對於事物所持的信念、評價或意見，這些認知所依據的基礎即是某個體在特定時刻知覺到有形的事實或證據；而知覺過程是瞭解人類各種行為的關鍵變數，心理學家認為個人對環境中人、事、物的知覺，是決定其行為方式的主要因素(謝淑芬，1994)。環境知覺屬於心理層面的表現，經常由各種環境資訊的取得，並透過環境知覺過程，最後對環境產生實際行為與態度(嚴春華，1989)。李思屏指出環境態度與環境行為具有相關性，其研究結果發現：遊客對生態旅遊之態度可以預測遊客

旅遊時或旅遊後的表現行為，環境態度越正面以及對環境管理策略越認同的遊客，其破壞行為相對的越少，對環境價值與觀念不正確的遊客，則對環境越不尊重與容易產生破壞行為(李思屏，2001)。

## (二)、影響態度的因素

Holvand, Jais 與 Kelly(1953)提出一個以刺激反應學習理論為基礎的個體 (organism) 變項的態度改變模式。在這個模式中，傳播者、傳播訊息及接收者的特性來源為「刺激」，態度的表示和態度的改變是反應。收訊人是否受傳播訊息的影響而致態度改變，必須經過「注意—了解—接受」的內部運作過程。由圖中指出態度改變必須經過注意---了解---接受才能夠有反應。而在探討與生態態度的相關因素時必須先考慮兩方面：第一為遊客本身的背景因素(內在)，第二為遊客旅遊過程所接觸的事物(外在)。換句話說，也就是遊客的個人屬性與旅遊特性可能與其個人的態度有關係。謝文豐指出生態遊客對環境的感覺會因為性別、教育程度、婚姻狀況等個人屬性與旅遊同伴、參訪次數、參加經驗、資訊來源、交通工具等旅遊特性而有顯著差異；而遊客對生態觀光環境之選擇會因其社會經歷、參訪次數與交通工具等變項而有顯著差異；遊客對生態觀光環境之評價則因年齡、教育程度、居住地、社會經歷、參訪次數、資訊來源與交通工具而有顯著差異(謝文豐，1998)。賴威任以環境態度、生態觀光認知及人口統計等變數，來探討影響遊客對生態產品選擇之因素，分析結果顯示環境態度較強烈、生態認知程度較高、學歷較高之遊客，傾向於選擇有專家解說、限制參加入數、強調文化及自然資源與保育回饋等特性的深入型生態觀光(賴威任，2002)。而從楊文燦、鄭琦玉的研究也發現：遊客對「設施衝擊」、「擁擠」、「自然資源衝擊」、「環境衝擊」的認知與其整體滿意度呈顯著的負相關(楊文燦、鄭琦玉，1995)。林祐菁指出遊客對遊憩設施滿意度則因年齡、教育程度、職業、訪問地點及停留時間等遊客特性而有顯著不同(林祐菁，2002)。綜觀其說，影響態度的原因有來自內部與外部，而這兩項所產生滿意程度的內容與程度將是影響對此產品或產業的態度。



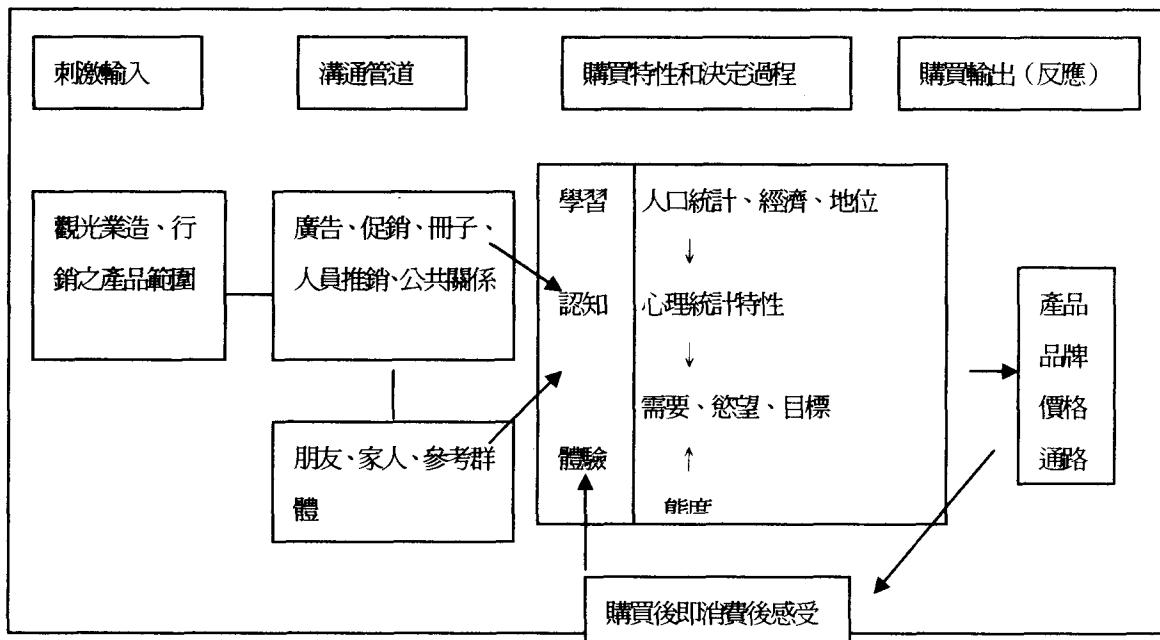
資料來源：Holvand, Janis與Kelly (1953)

## (三)、態度與遊客行為傾向的關係（重遊與介紹他人的意願）

除了前面分析影響態度的因素外，文獻中也發現態度與行為傾向有著一定的關係。賴佩莉(2003)探討遊客特性、旅遊行為特質與活動前後體驗之關係時指出：參加鯨豚旅遊之遊客的整體滿意度，主要受到顧客服務、賞鯨體驗、價格、鯨豚能見度、解說詳盡、接洽態度、價格合理性等變項的影響；而遊客之重遊意願則受到賞鯨體驗、價格、顧客服務，鯨豚能見度、價格合理性和解說技巧等變項之影響，此外，整體滿意度與重遊意願二者之間則為正相關(賴佩莉，2003)。所以從國內的研究中可以發現，遊客對生態旅遊之態度是可以預測由在旅遊時或是旅遊後的表現行為（黃淑君、鄭朝誠、王浩全



2001）。國外的消費者行為研究也有同樣發現。Middleton (1994) 研究結果指出消費者在經過一聯串的消費過程後，最後將其整個過程變成經驗值，這個經驗值就會影響下一次的購買行為以及對此行業所產生的支持程度。這也符合此研究的假設：遊客對生態旅遊的態度對行為傾向是有影響的。



資料來源：購買者行為之刺激---反應模式 Middleton (1994)

## 參、研究方法與設計

### 一、研究架構與假設

#### (一)、研究架構

由於不同的個體看待相同事件時會產生不同的知覺(Robbins, 1996)，個人經過體驗後的滿意度，也會受到其社會因素、心理狀況、當時氣氛與群體互動等因素之影響(Crompton and Love, 1995；Baker and Crompton, 2000)；而且遊憩滿意度是遊客個人對於活動與體驗的主觀評價，通常會受到遊憩過程中各種主、客觀因素之影響(Dorfman, 1979)；遊客對環境的知覺是影響其滿意度的相關因素之一(葉柏孜, 2002)，而且旅遊目的地的遊憩設施與活動、餐飲與住宿服務、自然資源環境、環境設施、解說服務等則會正向影響遊客的整體滿意度與遊憩體驗(高崇倫、林香君、黃宗成, 2000；田家駒, 2002；林憬, 2003)。除了評估遊客的旅遊態度外，其行為傾向（重遊率與介紹他人意願）也是遊憩行為中的一個重要指標，因為它可以成為日後評估遊客與雇主間的互動關係。生態旅遊需要藉著解說教育的方法讓遊客明瞭該地區的特色，這也代表雇主與遊客的互動情形將是影響遊客的行為傾向必要因素。台灣的兩位學者曹勝雄與林慧玲在旅行社業務人員關係行銷之研究的報告中指出倘若當雙方(業務員與顧客)能持續的互動，則

關係品質將不斷的提升，這不但可以增加業務人員的銷售機會，更會促使忠實顧客不斷的介紹新顧客前來(曹勝雄、林慧玲，1998)。因此，本研究認為到休閒農業園區遊客之屬性、旅遊特性分別會影響遊客對生態旅遊的態度，而且遊客的態度將會影響其行為傾向。綜合上述，本研究之架構，如下圖所示。

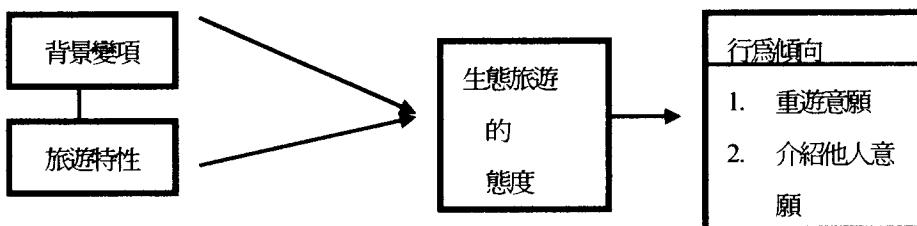


圖 3-1 研究架構

## (二)、研究假設

本研究根據上述的文献整理與斯托克架構，希望瞭解不同背景變項的遊客其旅遊特性的差異；並由遊客背景變項及旅遊特性探究遊客對生態旅遊態度之差異情形，進而探討遊客生態旅遊態度對旅行行為意向的關係。因此，本研究之假設如下：

1. 不同背景變項的遊客其旅遊特性有差異。
2. 不同背景變項的遊客對生態旅遊的態度有差異。
3. 不同旅遊特性的遊客對生態旅遊的態度有差異。
4. 遊客對生態旅遊的態度對行為傾向有影響。

## 二、研究方法與問卷設計

本研究採用問卷調查，問卷係根據研究目的之相關文獻探討而編纂成。問卷結構主要分為背景資料、旅遊特性、生態旅遊態度及行為傾向等四部分。

### (一)、背景資料

包括遊客之基本資料：性別、職業、婚姻狀況、居住地、年齡、教育程度、收入等。

### (二)、旅遊特性

包括受訪者之旅遊次數、旅遊資訊來源、停留時間、遊伴性質、同行人數、遊憩動機、交通工具等六項。

### (三)、生態旅遊態度

生態態度的問卷包含兩個部份，第一個部份為生態認知，係參考自 Whelan(1991)與 WTO(2001)等提出有關生態旅遊發展模式之觀念，經與生態旅遊業者訪談之後，配合調查地區之生態資源與特性，由研究者自行設計與發展為 8 題問項，本研究引用相關文獻並加入生態資源的特性，可以有效地衡量遊客對生態旅遊特質的認識與知覺；第二部份為生態旅遊滿意度量。一般而言戶外遊憩活動通常是以遊客的滿意度作為遊憩品質衡量之參考，雖然「品質績效」比「滿意度」更強烈地影響遊客的行為與意向，但是由於品質是受控於提供者的客觀因素(Baker and Crompton, 2000)，然而本文是以遊客為觀點，因此以遊客「滿意度」的主觀知覺來衡量生態遊客之遊憩體驗。本研究所發展之生態旅遊體驗問卷，係參考多位專家及學者等提出有關生態旅遊發展模式之觀念，有關生態旅遊滿意度之衡量問項，包括：受訪者對生態資源、服務設施、環境教育、人員服務、滿意度等五個層面的滿意



程度。

兩個部份的衡量均採用 5-point Likert scale(1=非常不同意，5=非常同意)來測量。

#### (四)、行爲意向

遊客行爲意向的兩個變項，一為其個人重遊意願，另一為介紹他人前來該園區從事生態旅遊之意願。

#### (五)、問卷調查與抽樣

本研究以問卷調查法為主，探討遊客對休閒農業園區生態的態度，問卷調查的實施以前者選定的休閒農業園區的遊客為研究對象。進行問卷調查前由研究者說明研究目的、注意事項及問卷填寫方式，然後由受訪者依照自己的實際情形與認知在問卷上填寫。

由於本研究範圍是在休閒農業園區或休閒農場有發展生態旅遊的地方為主，其中考慮的因素有：(1)該地豐富的生態自然或提供較完善的生態解說服務，(2)在平日或假日均有為數不少的生態遊客。由前兩項的考慮因此選擇台灣北部的宜蘭縣、東部的台東縣與中部的南投縣為主要的研究範圍，其他的區域，將留給有興趣研究類似主題的研究者的後續研究。

抽樣的對象以 2004 年 2 月 3 日至 2 月 28 日前來這三個園區旅遊的遊客為主，在施測過程為顧及遊客差異的事實，本研究採立意取樣 (purposive sampling) 方式進行，根據研究者個人的判斷，選取最適合研究需要的樣本，選擇樣本時，沒有任何具體抽樣架構，只要研究者認為適當，便可選為樣本。施測過程則主要是由研究者或訪員進行施測，受訪者填寫問項時研究者會協助釋疑，問卷填寫完畢並由研究者檢視是否有遺漏。

本研究樣本的分佈為：北部宜蘭縣頭城鎮頭城農場 195 份、中部南投縣埔里鎮桃米社區 66 份、東部台東縣鹿野休閒農業區 148 份，總共有效樣本為 405 份。

### 肆、研究結果

#### 一、樣本特性分析

(一) 性別：女性 (61%)、男性 (39%)，女性所佔的比例高於男性 20 個百分點以上，表示女性較喜愛從事生態旅遊。

(二) 婚姻：未婚 (52.1%)、已婚 (47.9%)，兩者相差不到 5 個百分點。

(三) 居住地：北部 (57.5%)、南部 (27.4%)、東部 (8.9%)、中部 (6.2%)。

(四) 教育程度：大專程度 (59.8%)、高中職 (22.2%)、國中 (4.4%)、國小 (3.0%)、碩士以上 (10.6%)，而大專程度並且大專與高職兩者加起來超過 80%。從此數據可以推論台灣從事生態旅遊的人口是以一般社會中間層為主，這對以後生態旅遊的發展是有利的。

(五) 訪客的收入：每個月 2 萬至 4 萬 (33.1%)、4 萬至 6 萬 (24.9%)、無收入 (17.5%)、2 萬以下 (13.1%)、6 萬至 8 萬 (5.4%)、8 萬以上 (5.9%)，最高的兩個組群佔全部的 68%。可是無收入的遊客 (17.5%) 也有相當的比例，所以可以發現台灣民眾重視生態旅遊的程度以及其重要性。

(六) 年齡層分佈：21 歲至 30 歲 (37.3%)、31 歲至 40 歲 (28.9%)、41 歲至 50 歲 (14.1%)、20 歲以下 (11.9%)、50 歲以上 (7.9%)，比率最高的兩個族群的總和為全體的 2/3。由此可得知從事生態旅遊

的年齡層是屬於年輕人與上班族的組群。年輕人因為喜好大自然，而上班族因為參加生態旅遊可藉著身在自然界減輕工作壓力並且創造工作的活力。

(七) 職業的分佈：以學生 (20.2%)、軍警公教人員 (25.7%) 及從商 (28.6%) 為主要的三大分佈，其他組群所佔的比例均小於 8%，這也顯示生態旅遊是屬於中產階級的一種旅遊活動，並且涵蓋學生的組群。總之，由背景因素的分析可得知，在休閒農業園區從事生態旅遊的遊客以女性較多，且以較高教育程度的年輕組群為主。

## 二、旅遊特性分析

由旅遊特性的六項變數因素（旅遊次數、旅遊資訊來源、停留時間、遊伴性質、遊憩動機、交通工具），得知以下結果：

- (一) 旅遊次數：本次的訪問中第一次者 (47.9%)、第二次 (32.8%)、第三次 (10.6%)、第四次 (8.6%)，第一次與第二次所佔的比例兩者加起來超過 80%。
- (二) 資訊來源：他人推薦 (49.1%)、電腦網絡 (17.3%)、報紙 (12.8)、電視 (11.9%)、旅行社 (8.9%)，其中以他人推薦最為顯著，而電腦網絡次高，可以發覺生態旅遊還是以口碑傳遞為主但是網絡的傳播未來將可能成為最快速且影響力的傳播媒介。
- (三) 主要動機：以親近自然 (29.4%)、舒緩壓力 (25.2%) 以及團體活動 (21.7%) 為主，由此可知遊客參與生態旅遊的態度是以能夠亲近大自然為主。
- (四) 交通工具：以汽車 (50.9%) 與遊覽車 (37.3%) 為最顯著。
- (五) 停留時間：以停留半天時間 (38%)、兩天 (35.3%) 以及一天 (25.4%) 為主要分佈，這顯示遊客逐漸願意花多一點時間瞭解每個地區的生態背景。
- (六) 旅遊性質：以家人 (34.3%)、團體旅遊 (33.8%) 及親戚朋友 (23.2%) 三大性質為主。

總之，由遊客旅遊特性的六項分析可知，遊客對於生態旅遊的需求還是在初期的自然欣賞與一般旅遊無異，所以專門的生態教育以及對於導覽生態旅遊的功能需要再加強。

## 三、因素分析 (FACTOR ANALYSIS)

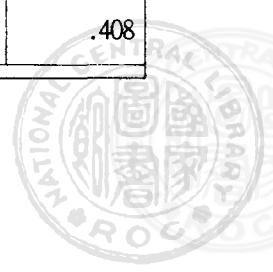
本研究利用問卷中的 22 個問題做因素分析，得知生態的態度有六個構面並確保六個構面的信度 ( $\alpha > 0.77$ )。如下表所示：

表 4-1 轉換後的因素矩陣

Rotated Component Matrix(a)						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
人文資源	.779	3.330E-02	.133	4.894E-02	.135	2.580E-02



解說設施	.772	.204	-1.117E-02	-1.532E-02	.204	.146
解說服務	.665	.376	.230	2.090E-02	-6.334E-02	8.182E-02
保育觀念	.658	.278	.233	8.191E-02	5.132E-02	.102
自然資源	.657	.125	.180	.120	.133	.116
觀賞力	.567	5.989E-03	.523	3.663E-02	.187	.117
體驗當地文化	.564	6.276E-02	.472	2.465E-02	.116	.108
文化交流	.472	.313	.318	8.244E-02	.333	-1.528E-02
住宿品質感到滿意	8.291E-02	.822	.149	-6.825E-02	7.445E-02	5.820E-02
解說感到滿意	.214	.785	.258	1.891E-02	9.156E-02	-1.666E-02
住宿感到滿意	6.915E-02	.776	4.505E-02	-6.718E-02	.251	6.697E-02
互動關係良好	.226	.729	.235	5.471E-02	6.420E-02	-3.815E-02
不會擁擠	.221	.574	8.433E-02	.189	.361	-.101
田園景觀	.183	.253	.718	8.580E-02	.246	4.937E-02
清靜環境	.161	.215	.693	.108	.355	-5.051E-02
環境教育	.227	.333	.656	.118	.215	3.217E-02
遊憩吸引力	.439	6.734E-02	.603	9.694E-02	-2.605E-02	.170
生態教育	.287	.448	.566	9.889E-02	.138	.117
生態原貌	1.347E-02	-3.588E-02	.163	.826	.118	8.915E-02
知性旅遊	7.325E-02	-4.617E-02	.142	.807	.100	.124
事前教育	3.712E-02	.160	6.927E-02	.624	-.120	.289
使用頻率	8.770E-02	-7.414E-03	-5.727E-02	.624	-6.882E-02	.408



遊憩設施	.167	.148	.297	8.002E-02	.753	1.410E-02
基礎設施	7.496E-02	.122	.398	-3.549E-02	.731	.149
安全標語	.314	.432	2.995E-02	-5.031E-02	.652	7.313E-03
地方特色	.186	.509	.142	2.309E-02	.574	1.712E-02
發展的利益	7.250E-02	5.895E-03	.171	.177	7.184E-03	.829
市場潛力	.137	-5.962E-02	.112	.186	6.162E-02	.784
保存資源	.154	9.262E-02	-3.428E-02	.260	7.243E-02	.690
承載量	8.873E-02	-1.175E-02	-3.682E-02	.507	-5.378E-03	.514

(1) 生態永續發展 ( $\alpha = 0.79$ )：生態永續的發展包括當地的生態發展的均衡利益，其中包括重視生態旅遊的資源保存、土地的承載量、長久發展的利益，同時考慮到當地對於外界之市場考量以及避免因遊客的大量湧進而導向「自我毀滅」的方向。

(2) 生態教育 ( $\alpha = 0.77$ )：生態旅遊除了欣賞大自然外還有一項重責大任那就是生態教育。它使得遊客能夠認識生態的重要性，所以事前的教育民眾生態的演變及如何與大自然共存是必須的，它讓遊客明瞭自然與遊客共存的原則為降低破壞其原有的原貌以及維護自然界所需的恢復時間（降低使用頻率），藉此維護生態環境以及達到生態旅遊的真正用意。

(3) 生態設施 ( $\alpha = 0.83$ )：生態設施包括基本的硬體與軟體的設施，這些基礎的設施包括簡易的合乎遊客需求的遊憩設備與安全的標示，除此之外，也包括餐飲部份是否合乎生態。例如：在生態旅遊地區是否有用合乎環保以及降低大自然的餐飲設備，或者利用簡單的植物呈現出簡單又養身的佳餚。

利用原有的樹木設有簡易的安全標語以及只是標語或者利用木塊做成簡易型的休息地方。一切簡易又必需的設施維護遊客基本的安全。

(4) 生態環境 ( $\alpha = 0.86$ )：遊客對生態環境的需求之一，是需要達到合乎清靜、乾淨與符合大自然的基本要求才能夠成為有吸引力的遊憩場所。除此之外，生態環境除了提供幽雅的環境外還需達到有教育的功能，他與生態教育不同之處在於環境本身擁有靜態的教育功能而無須人為的解說，並且自動讓遊客體會維護生態環境的重要。

(5) 生態旅遊服務品質 ( $\alpha = 0.87$ )：生態旅遊的品質主要指遊客對於參與生態旅遊時的服務品質，也就是指遊客當時參與時對於解釋員的互動關係以及對於當時的周遭硬體與軟的感受。服務品質將影響遊客對於此次活動的感受與對於生態旅遊的正確觀感有著很大的影響。



(6) 生態資源 ( $\alpha = 0.88$ )：生態資源除了一般人所指自然資源外也包含人文資源，有涵蓋解說員的軟體內容與服務項目。例如：遊客在體驗生態旅遊外除了欣賞自然資源外也透過解說員的內容明瞭以前發生在這塊土地的自然與人文歷史，這些都是生態資源。

#### 四、背景因素與旅遊特性交叉分析

在背景因素與旅遊特性的分析中，性別與婚姻的變項運用 Independent Sample T Test 的檢定方法，其他的變項則運用 One Way ANOVA 的檢定方法。為減少表格，故檢定結果以空白與\*符號表示。當 P 值小於 0.05 者則以一個\*符號表示、當 P 值小於 0.001 以兩個\*\*符號表示、當 P 值等於 0.000 者則以三個\*\*\*符號表示、空白之處表示無顯著的差異。分析結果如下表所示：

表 4-2 背景因素與旅遊特性分析表

變項	性別	婚姻	居住地	教育程度	收入	年齡	職業
旅遊次數	*	*					
資訊方式				*			*
停留時間			***				***
遊伴性質			**				**
遊憩動機			**				
交通工具			***				**

\*  $P < 0.05$ ; \*\*  $P < 0.01$ ; \*\*\*  $P = 0.000$

由表中顯示：性別與旅遊次數、婚姻與旅遊次數、居住地與停留時間、居住地與遊伴性質、居住地與遊憩動機、居住地與交通工具、教育程度與資訊方式、職業與資訊方式、職業與停留時間、職業與交通工具、職業與性質皆有顯著的差異。由此可知職業與居住地是影響旅遊特性的重要因素。

#### 五、遊客背景與生態旅遊態度的構面之交叉分析

在遊客背景與生態旅遊態度的構面之交叉分析，運用 One Way ANOVA 的檢定方法，結果的表示如上述。分析結果如下表所示：

表 4-3 遊客背景與生態旅遊態度的構面之分析表

變項	性別	婚姻	居住地	教育程度	收入	年齡	職業
生態永續發展							*
生態教育							
生態設施				*			
生態環境					*		
生態旅遊服務品質			*				
生態資源				**	**		

\*  $P < 0.05$ ; \*\*  $P < 0.01$ ; \*\*\*  $P = 0.000$

由表中可得知，只有居住地與生態旅遊服務品質、教育程度與生態設施、教育程度與生態資源、收入與生態環境、收入與生態資源、職業與生態永續發展達顯著的差異。

## 六、旅遊特性與生態旅遊態度的構面之分析

本研究所採用的檢定方法與結果的表示方法如同上述，分析結果如下表。

表 4-3 旅遊特性與生態旅遊態度的構面之分析表

變項	旅遊次數	資訊方式	停留時間	遊伴性質	遊憩動機	交通工具
生態永續發展						
生態教育						
生態設施			**			*
生態環境	*		*			
生態旅遊服務品質			***			
生態資源	**		*			*

\*  $P < 0.05$ ; \*\*  $P < 0.01$ ; \*\*\*  $P = 0.00$

由表 4-3 得知，旅遊次數與生態資源、旅遊次數與生態環境、停留時間與生態設施、停留時間與生態環境、停留時間與生態旅遊服務品質、停留時間與生態資源、交通工具與生態設施、交通工具與生態資源有顯著的差異，其他變數均無顯著的差異。由停留時間與生態旅遊滿意度的分析中可看出停留時間越長對於環境、服務品質與資源的滿意度愈有顯著的差異。

## 七、生態旅遊態度對行為意向之影響

本研究為進一步瞭解遊客生態旅遊態度的六個構面，對生態旅遊行為意向之影響情形，分別以自變項（1）重遊意願與（2）介紹他人意願與六個構面做回歸分析。分析結果如下

表 4-4 影響遊客重回意願因素之回歸分析表

變項	B	Beta	F	P
生態資源	2.951E-02	.168	3.100	.002
生態旅遊服務品質	6.992E-02	.301	6.102	.000
生態環境	7.687E-02	.283	4.885	.000
生態教育	3.546E-02	.089	1.916	.056
生態設施	9.515E-03	.031	.606	.545
生態永續發展	-1.930E-02	-.058	-1.234	.218
常數	-.269	$R^2=0.449$ ; $F=54.113$ ; $P=.000$		

分析結果發現在六個構面中僅生態資源、生態旅遊服務品質、生態環境三項是有顯著的影響，而且此六變項對重遊意願的解釋力為 44.9%

表 4-5 影響遊客介紹他人意願因素之回歸分析表

變項	B	Beta	F	P



生態資源	2.855E-02	.168	2.910	.004
生態旅遊服務品質	5.632E-02	.250	4.767	.000
生態環境	6.932E-02	.264	4.273	.000
生態教育	3.083E-02	.080	1.616	.107
生態設施	1.225E-02	.042	.757	.449
生態永續發展	-2.431E-02	-.076	-1.508	.132
常數	.387	$R^2=.375$ ; $F=39.863$ ; $P=.000$		

在六人變項中影響介紹他人意願最顯著者有生態資源、生態旅遊服務品質、生態環境三項，而其解釋力達到 39.86 %。

綜觀兩個應變項（重遊與介紹他人意願）與六人構面的回歸分析結果可知，遊客對生態旅遊的態度著重於生態資源、服務品質以及環境構面上，尚未注重生態認知內涵。以此推論台灣的生態旅遊尚處於初期觀賞自然的觀點，尚未對於生態認知（生態永續發展與教育）的部分有顯著的重視程度。不過從表 4-4 可以看出遊客對於生態教育接近顯著值 ( $P < 0.05$ )。這也可表示遊客對於教育的功能逐漸重視。

## 伍、結論與建議

### 一、結論

台灣處於熱帶與副熱帶緯度的一個特殊地理位置，它的高度也造就樹木以及植物層從熱帶、溫帶一直遍佈到寒帶都出現在這個島嶼，因其特殊的緯度與高度，蘊藏許多生物與動物的發展，實在非常具備發展生態旅遊的條件。因此為瞭解台灣生態旅遊現今的發展狀況於是選擇擁有發展生態旅遊的休閒農業園區作為研究對象，茲將研究發現摘述如下：

- (1) 由遊客的背景因素分析可知，台灣生態旅遊的遊客年齡普遍處於年輕與壯年的族群，其教育程度也在高中職至專科，他們的社會地位大都屬於中產階級並且女性愛好參與的程度高於男性許多，這顯示生態旅遊普遍受到社會大眾的喜愛與重視。
- (2) 由旅遊特性因素的分析得知，遊客並不瞭解生態旅遊的真正意義，而是將生態旅遊視為一種接近大自然的旅遊方式，其目的不外乎調解身心、增進家人感情為主，未達到教育遊客認識該地區之人文以及自然資源的功能，但是由於生態環境具有很大的吸引力所以逐漸有訪客願意多花時間瞭解，也可以利用此優勢慢慢將國人的生態旅遊品質提昇。
- (3) 遊客的行為意向以生態資源、服務品質與生態環境為主，由於解說教育的內容還停留介紹自然資源為主，尚未將人文資源以及其他重要觀念關注在解說的技巧中，所以對於生態認知的教育還有很大的發揮空間。

### 二、建議

由於台灣的生態旅遊仍處啟蒙階段，所以業者與輔導單位仍有許多的發揮空間，若是可以將台灣豐富的自然與人文資源透過生態旅遊方式則可以吸引更多國內外的觀光客，且帶給業者與政府許多的益處。因此以下 2 點建議提供業者與輔導單位的參考：



- (1) 業者首先要提昇解說的功能與技巧，藉著帶領當地的人文與自然資源可以產生遊客與解說者的互動，也讓遊客明瞭生態的重要性，並且引導他們喜愛這片土地，逐漸使遊客因好奇與喜愛的原因而提昇其生態旅遊的重遊意願，遊客也因此成為生態的喜愛者變成維護者，當遊客成為該地區的生態發言者自然可以提昇介紹他人的意願，這種良性的互動可讓遊客逐漸明瞭生態的重要性以及提昇生態旅遊的認知。
- (2) 政府單位需要輔助業者對於解說所需的軟體，例如：協助產於該地區自然與人文資源的收集，結合在地組織的力量凝聚對於生態的維護，透過非營利組織協助當地解說人員提昇解說的功能與技巧。這樣不但可以增加觀光產量、增加在地工作機會、提昇居民的收入，更重要是降低城鄉差距增加社區居民的收入並且吸引年輕人回鄉努力工作。

## 陸、參考文獻

1. 行政院經濟建設委員會，(2001)，「國內旅遊發展方案」。
2. 行政院交通部觀光局，(2001)，「二十一世紀台灣發展觀光戰略」。
3. 王鑫，(2000)，「生態旅遊與永續旅遊」，推動永續生態觀光研討會，交通部觀光局主辦，中華民國自然步道協會，25-37。
4. 田家駒，(2002)，「生態旅遊地區遊客環境識別與行為之研究－以福山植物園為例」，國立台灣大學地理環境資源學研究所，碩士論文。
5. 吳昂謹，(2003)，「原住民保留地發展生態旅遊之效益初探－以南投縣信義鄉之巴庫拉斯為例」，逢甲大學土地管理學系，碩士論文。
6. 宋秉明，(2000)，「永續觀光發展的原則與方向」，第一屆觀光休閒餐旅管理研討會論文集，1-11，中國文化大學觀光事業研究所主辦。
7. 李思屏，(2001)，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，國立臺灣大學園藝學研究所，碩士論文。
8. 汪家夷 (2002)，「生態旅遊之土地分區研究－以惠蓀林場為例」，朝陽科技大學休閒事業管理系，碩士論文。
9. 林祐菁，(2002)，「遊客對環境衝擊知覺與遊憩設施滿意度之研究－以太魯閣國家公園為例」，鄉土文化研究所，碩士論文。
10. 林憬，(2003)，「運用LISREL模式探討遊客滿意度之研究－以花蓮縣為例」，國立東華大學企管學系碩士班，碩士論文。
11. 高崇倫、林香君、黃宗成，(2000)，「遊客對休閒農場遊憩體驗之研究－以武陵農場為例」，第一屆觀光休閒餐旅管理研討會論文集，88-104，中國文化大學觀光事業研究所主辦。
12. 曹勝雄、林慧玲，(1998)，「旅行社業務人員關係行銷之研究」，戶外遊憩研究，11(4)，1-16。
13. 郭岱宜，(1999)，生態旅遊－21世紀旅遊新主張，台北：揚智文化。



14. 黃淑君,鄭窮誠,王浩全, (2001), 「捷運淡水線線形公園與沿線居民生活品質關係之研究」,戶外遊憩研究, 14 (3), 37-56。
15. 陳昭郎, (2003), 「休閒農場服務品質評估指標之研究」,行政院農業委員會九十二年度科技研究計畫研究報告, 國立台灣大學農業推廣學系。
16. 陳昭郎, (2003) ,「休閒農漁業概論」,鄉村綠色生態教育訓練研習手冊, 54-63, 行政院農業委員會、國立台灣大學, 92 年 9 月 1-2 日。
17. 楊文燦, 鄭琦玉(1995), 「遊憩衝擊認知及其與滿意度關係之研究」,戶外遊憩研究, 8(2), 109-132。
18. 葉柏政, (2002), 「影響市民農園承租者承租滿意度因素之研究」,朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班, 碩士論文。
19. 賴佩莉, (2003), 「花蓮港賞鯨豚旅遊滿意度之研究」,國立花蓮師範學院, 鄉土文化研究所, 碩士論文。
20. 賴威任, (2002), 環境態度、生態觀光感知、人口結構變數對生態觀光產品選擇之研究,中國文化大學觀光事業研究所, 碩士論文。
21. 謝文豐, (1998), 「遊客對生態觀光環境知覺之研究-以恆春生態農場為例」,中國文化大學觀光事業研究所, 碩士論文。
22. 謝淑芬, (1994), 「觀光心理學」,台北市:五南圖書有限公司
23. 嚴春華, (1989), 「遊客暨經營管理者對遊客不當行為之探討-以陽明山國家公園為例」,國立台灣大學園藝研究所, 碩士論文。
24. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 785-804.
25. Crompton, J. L., & Love, L. L. (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of festival. *Journal of Travel Research*, 34 (1), 11-25.
26. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction. *Environment & Behavior*, 11 (4), 483-510.
27. Holwand, C., Janis, I., & Kelly, H.H. *Communication and Personality*, New Haven, Conn.: Yale University Press, 1953.
28. Honey, M., (2001), *Ecotourism and Sustainable Development: Who owns Paradise?* 李雪麗等譯,台北:地景出版社。
29. Katz, D. & Stotland, E. *A preliminary statement of a theory of attitude structure & change*. In S. Koch(Ed.), *Psychology: A study of a science* (Vol. 3). New York: McGraw Hill, 1959.
30. Middleton, V.T.C. (1994), *Marketing for Travel and Tourism*, 2<sup>nd</sup> edn. Butterworth-Heinemann, London.
31. Razecki, D.W. *Attitudes: Themes & advances*. Sunderland, MA: Sinauer, 1982.
32. The World Tourism organization, (2001), *Guide for local authorities on developing sustainable*



- tourism*, Madrid, Spain: WTO, 21-22.
33. Whelan, T., (1991), Ecotourism and its role in sustainable development. In Whelan, T. ed., *Nature and tourism: managing the environment*. Washington, DC: Island Press.

