

# 客家委員會獎助客家學術研究計畫報告

東勢客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估

Evaluating Economic Benefits of Quality Improvement in  
Dongshin Hakka Cultural Park

申請人：謝奇明

中華民國 107 年 11 月

本報告係接受客家委員會獎助完成

## 中文提要

東勢客家文化園區位於中部最大客家聚落—東勢區內，近幾年結合在地文化、產業、社團與活動，以「客家文化、東勢產業、休憩運動」作為經營主題，園區並結合緊鄰之東豐自行車綠廊，成為居民與遊客喜愛的旅遊景點。然如同一般觀光景點的發展過程，園區至今雖已吸引不少遊客卻也讓遊客產生不少負面觀感，如交通、擁擠、園區導引等軟硬體設施不足或服務品質不佳等問題，進而園區整體品質與滿意度受到影響，進而降低遊客重訪意願。據此，本研究目的欲瞭解東勢客家文化園區旅遊體驗品質的主要缺口，進而推估客家文化園區活動品質提升後（包括：改善體驗與活動內容、提昇導覽解說品質、改善設施與環境、改善園區標示與引導等四改善品質案）之經濟效益，以建立遊客旅遊需求經濟模型，並分析各項服務品質改善後的經濟效益差異。本研究從旅遊經濟效益層面，具體評估東勢客家文化園區訪客的遊憩效益，將成為少數能將條件行為法(CBA)運用於評估客家文化園區旅遊品質提升之經濟效益的實證研究，應可補足相關文獻的不足，另從遊客體驗角度提供經營管理者發掘服務設施與活動提供上的優缺點，希冀研究結果能在學術與實務方面成為未來評估客家文化園區服務提升經濟效益，及永續經營管理與發展的參考依據。

**關鍵詞：**客家文化園區、服務品質提升、條件行為法、經濟效益評估

# 目次

中文提要.....	i
目次.....	ii
表次.....	iii
圖次.....	iii
<b>第一章 緒論.....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的及價值.....	3
<b>第二章 文獻回顧.....</b>	<b>4</b>
第一節 東勢客家文化園區.....	4
第二節 服務品質提升之經濟效益.....	6
<b>第三章 研究方法.....</b>	<b>10</b>
第一節 問卷設計.....	10
第二節 研究抽樣.....	11
第三節 資料分析方法.....	11
第四節 研究架構.....	12
<b>第四章 結果分析.....</b>	<b>13</b>
<b>第五章 結論與建議.....</b>	<b>17</b>
<b>參考文獻.....</b>	<b>18</b>
(一) 英文文獻.....	18
(二) 中文文獻.....	18

## 表次

表 1 遊客社經背景分析 (N=407) .....14

表 2 東勢客家文化園區各項品質提昇經濟方案之經濟效益估計結果.....16

## 圖次

圖 1 本研究理論架構－東勢客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估.....12

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

台中市東勢有 77.2%的人口是客家族群，為中部最大客家聚落，故可視為客庄並成為客家文化重點發展區，而東勢客家文化園區正是位於東勢市區中，舊時為台鐵東勢線的東勢車站，過去是中部林業的重要運輸中繼站點，台鐵停駛後經過整建後，於 2004 年 12 月 25 日正式啟用成為東勢客家文化園區，並於 2008 年委外經營，經由外部資金挹注及多元化的營運方式，東勢客家文化園區目前結合附近東豐綠色走廊、東勢林場、東勢林業文化園區、軟埤坑休閒農業區、石岡土牛客家文化館等鄰近景點，以產生旅遊群聚效應，並成為全台遊客與當地居民休閒旅遊區（臺中市政府客家事務委員會，2015）。依據臺中市政府客家事務委員會於 2015 年的遊客意見調查顯示，東勢客家文化園區內設施及服務等的滿意度方面，共計有園區內活動場地引導、活動相關諮詢服務、活動場地之清潔維護、園區內展示文物豐富性、園區導覽解說服務、騰雲號蒸汽火車之旅等六大項目，其滿意度依序為：騰雲號蒸汽火車之旅（77%）、導覽解說服務及展示文物豐富度（75%）、活動場地清潔度（73%），而滿意度最低者則是活動場地的引導（69%）（臺中市政府客家事務委員會，2015）。東勢客家文化園區自開始營業至今已近十年光景，近幾年則以多樣化的主題或節慶活動以形塑園區的特色，例如創造以「客家文化、東勢產業、休憩運動」為經營定位；以「東勢、客家、鐵道、自行車、新丁板、旅客團、市集」作為活動主軸，結合在地文化、產業、社團與活動進行活動之舉辦，其中，尤以「新丁板節」為臺中市東勢客庄流傳百年的民俗活動，父母為求得子女，故以「米板」供品祈求客家土地公土地婆庇佑，而求得新丁後則向神明還願，此米板供品稱為「新丁板」（台中市客家委員會，2017）。此外，去年 2016 年也舉辦東豐綠廊路跑活動，為一結合東勢在地客家美食、傳統文化、遊憩景觀的路跑活動。（臺中市政府客家事務委員會，2015）。上述東勢客家文化園區等景點一方面推銷東勢客家文化特色，以吸引遊客增進觀光收入，進而促進地方經濟的繁榮，因此，東勢客庄在推廣台中地區客家文化特色旅遊中，東勢客家文化園區可扮演一重要角色。

如同一般觀光旅遊景點的發展過程，全臺灣的客家文化園區至今已吸引不少遊客，同時其體驗與服務也讓遊客產生不少負面觀感，如交通、擁擠、園區導引等，或者因為遊客眾多而導致遊憩軟硬體設施不足或服務品質的不佳等問題，進而使客家文化園區參訪的整體品質與滿意度受到影響，以致遊客降低重訪意願。若要各地客家文化園區能永續經營與發展，除了要有足夠經費，還要有人力、物力等各項人員配合，還需園區自身的有限經費與資源的有效分配與運用以提供給民眾豐富且印象深刻的參訪體驗。而不少因素如

教育及娛樂性及價格（李美珠，2014）或上述東勢客家文化園區滿意度較低的活動場地清潔與場地動線與引導，皆為未來園區與相關單位必須正視與思考的議題。

過去國內外在遊憩價值評估應用上已累積不少實證研究，研究場域如國家公園(賴明洲等人，2003；廖祥亨，2003；陳依筠，2005；林晏州、林寶秀，2007；Gurluk & Rehber, 2008)、生態保護區(陳麗琴等人，2002；黃成輝，2003；Shrestha, et al., 200；李香玉，2004；鄧福麒，2004；黃敏治，2004；胡志平，2006；Ahmed et al., 2007)、風景區(謝君宜，2005；黃錦煌，2006)、森林遊樂區(張偉祐，2000；劉癸君，2003；Prayaga, et al., 2010；Vesterinen, et al., 2010；Scarpa, 2002；李柏儒，2007)，及文化旅遊活動(李俊鴻、黃錦煌，2011)。具體而言，如李俊鴻與黃錦煌（2011）研究指出，若能改善文化宗教觀光旅遊品質如：「強化遊憩體驗」、「提昇服務品質」與「改善基礎設施」等，遊客經濟效益在品質改善下將明顯提升，尤以「強化遊憩體驗」的效益最顯著，其次為「提昇服務品質」與「改善基礎設施」。近年來，國內關於客家文化園區的遊客體驗、旅遊服務及滿意度方面受到重視(梁仲正、陳啟明、邱政鋒，2009；羅晴郁，2010；梁育誠，2010；黃春梅，2012；陳鳳珠，2012；李美珠，2014)，然而，目前國內針對客家文化園區遊客進行旅遊品質提昇後的經濟效益評估之研究仍付諸闕如，需要學界投入與補充，換言之，本研究探討如何改善服務品質及提高旅遊體驗，使得客家文化園區遊客的遊憩效益提高，於學術與實務上皆有其必要性。

綜合上述，透過本研究之執行可進一步從需求角度進行遊客旅遊服務提升的遊憩效益評估，而客家文化園區應常思考提供或改善那些服務設施以吸引初客來訪或促進常客重遊，從遊客與經營者做一供需聯結，應是未來各地客家文化園區永續經營管理與發展的重要的課題。

## 第二節 研究目的及價值

基於上述研究背景與動機，本研究擬定以下研究目的：

- (1) 瞭解遊客於未來 2018 年參與東勢客家文化園區之旅遊體驗，及其人口社經與旅遊行為等特性與分配狀況；
- (2) 檢視目前探討客家文化園區旅遊體驗，以及使用條件行為法(CBA)評估旅遊品質提升之經濟效益的相關文獻；
- (3) 瞭解東勢客家文化園區旅遊體驗品質的主要缺口，進而推估客家文化園區活動品質提升後（包括：改善體驗與活動內容、提昇導覽解說品質、改善設施與環境、改善園區標示與引導等四改善品質案）之經濟效益，以建立遊客旅遊需求經濟模型；
- (4) 探討不同知覺服務品質群體在社經背景與旅遊行為變數間的差異，並分析各項服務品質改善之經濟效益差異，據此調查分析結果提出對東勢客家文化園區改善及提升服務品質等相關建議。

本研究之研究價值方面研究價值：

- (1) 學術方面可補足相關文獻的不足，以提供客家文化園區服務品質提升的相關研究參考。過去客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估的參考文獻與實證研究相當缺乏，預計研究實證發現將可強化相關文獻。
- (2) 實務方面可具體估算出東勢客家文化園區之遊憩效益，並推估不同旅遊需求的差異情形。本研究將成為少數能將條件行為法(CBA)運用於評估客家文化園區旅遊品質提升之經濟效益的實證個案研究，包括從體驗設施與活動、導覽解說、園區環境清潔、標示與引導等會直接影響遊客實際體驗感受與需求的服務層面提升。



## 第二章 文獻回顧

首為回顧東勢客家文化園區之相關文獻，次為探討服務品質提升之經濟評估運用於一般旅遊或文化觀光旅遊上的相關研究，分述如下：

### 第一節 東勢客家文化園區

臺灣許多縣市皆設有客家文化館，形成豐富的客家文化館舍網絡與呈現，而從北到南不同縣市的客家文化館舍，更呈現出多元的客家在地文化與族群差異，讓國人有更多機會接觸與體驗客家文化（蔡依婷，2016）。東勢客家文化園區位於東勢區（前身為東勢鎮），位於臺中縣中部偏東，東鄰和平鄉，西連石岡鄉、后里鄉；南毗新社鄉，亦為臺灣中部鄰接山界地區之一大聚落，故又稱為山城（陳炎正，1995）東勢地處平地與山地交界處，東勢的發展過程與林業脫離不了關係，從早期林業與鐵路的開發至客家的移民，逐漸成為附近山城地區的行政及商業中心，後期更成為中部橫貫公路的入口與全國林業發展重鎮（范明煥，2011）。關於東勢客家文化園區歷史方面，客家文化園區乃建於東勢舊火車站原址，東勢火車站於 1991 年停駛並閒置，直到九二一地震後，在地居民與客家相關組織積極向縣府爭取設立為客家文化園區，並於 2004 年正式成立客家文化館舍，成為東勢地區傳承客家文化的機構（客家委員會，2017）。同時，縣府拆除東豐鐵道以改建成全長 12.4 公里的自行車專用道，即為知名的東豐自行車綠廊，成為全國第二條腳踏車專用道，並以東勢客家文化園區為終點站（范明煥 2011）。依據《東勢舊車站暨客家文化園區 104 年營運績效總體報告書》所主張，「東勢客家文化園區主要在於協助東勢在地文化、產業、社團與活動之整合，持續調整整體行銷方式，增加園區經營的優勢，此外，2015 年園區營運重點在於招攬國內外旅行團遊客、文化市集招商、網路行銷傳播等，並全力配合推動政府與在地團體之活動運作；館內除了新增客家主題文物展的豐富性，亦不定期配合在地團體、學校舉辦特展，並全力協助各級單位辦理大型客家活動。」（玉荷堂國際開發有限公司，2016）。此外，目前園區經營方向朝著活潑、多元的行銷策略，如規劃東勢套裝旅遊行程向國內外旅行業者合作，規劃各式導覽及 DIY 課程，吸引年輕族群參與，並應用網路媒體如 Facebook 行銷活動宣傳，並於螢火蟲季、油桐花季、新社花海節等重要活動與節慶時，主動向旅行業者發送宣傳摺頁等；或結合在地農夫市集，增進社區凝聚力和彼此關係，行銷客庄在地農特產品，提供在地參與機會；最後，園區亦以創意方式開發騰雲號火車

相關文創商品與園區自創農特產品(芝麻醬),以吸引更多遊客參訪與園區內產品的消費;總之,東勢客家文化園區以五大項目為營運主軸,包含深耕在地化、資訊科技化、活動藝文化、園區公益化與內容多元豐富化(葉依婷,2016),除了讓東勢客家文化園區繼續成為台中東勢地區客家族群林業與鐵道文化的保留與見證,更連結地區居民與外來遊客以帶來經濟社會與文化方面的附加價值。

目前國內關於客家文化園區營運管理與遊客體驗研究逐漸受到重視,營運管理方面包括:客家文化園區的營運模式與文化展示(余思嫻,2015;葉依婷,2016)、客家文化園區創新管理(林建雄,2016)、客家文化園區經營績效評估(姜尚禮,2009)。另外,現存文獻關於遊客體驗的研究包括:遊客行為意向(陳銘,2015)、體驗行銷與重遊意願(游之瑋,2014)、旅遊動機與阻礙因素(李月碧,2014)、客家文化園區服務品質、滿意度或行為意圖(李美珠,2014;黃春梅,2012)旅遊體驗、旅遊意象、滿意度與重遊意願(陳鳳珠,2012)、客庄節慶活動體驗及滿意度(羅晴郁,2010)、動機、滿意度與行為意向(梁育誠,2010)、休閒效益(林怡秀,2009)、動機與休閒體驗(孫光興,2007)、遊客滿意度、旅遊行為與吸引力關係(梁仲正、陳啟明、邱政鋒,2009)、休閒涉入、休閒體驗與地方依附關係關聯性(田玉鳳,2011)。服務品質及滿意度方面,過去客家文化園區之服務品質或滿意度的調查中,具體發現有服務失敗或失誤的發生以致滿意度較低的例子,例如李美珠(2014)對於客家文化園區教育及娛樂性、價格、資源浪費、便利性等四項服務,列為需要改善之項目,故遊客體驗品質若較低,出現服務缺口或缺乏,則將減少客家文化園區的重遊意願。此外,服務滿意度較高的實證研究,如孫光興(2007)於臺北縣客家文化園區調查中發現出遊客最滿意園區「環境乾淨舒適」、「建築物外觀很有特色」;梁育誠(2010)調查六堆客家文化園區之遊客知覺服務滿意度,其高低依序為:環境規劃、休閒社交、文化教育、服務設施。上述結果顯示出遊客知覺服務品質愈高,則遊客重訪意願就愈高,繼而提升客家文化園區旅遊的經濟效益,例如陳鳳珠(2011)於六堆文化園區的遊客調查中發現,解說滿意度可高度預測出重遊意願。

## 第二節 服務品質提升之經濟效益

產業觀光提供的服務包含有非市場財貨，例如文化、歷史與遺跡等體驗，其遊憩經濟效益的衡量研究國內外皆少見，關於產業觀光服務品質提昇後之經濟效益衡量更是鮮少被探討，而有效的經濟效益衡量結果，可供產業觀光永續經營的依據。回顧過去常見的兩種衡量休閒遊憩經濟效益研究方法，由早期 Clawson and Knetsch (1966)提出具顯示性偏好法(Revealed Preferences Method, RP)的旅遊成本法(Travel Cost Method, TCM)，針對旅遊地藉由使用遊憩資源所花費的實際遊憩成本(如時間、支出)來替代使用價格，繼而估計能產生遊憩效益之遊憩資源的需求及價格。另一種評估方法為 Randall and Eastman (1974)提出具敘述性偏好法(stated Preferences Method, SP)的條件評估法(Contingent Valuation Method, CVM) 針對不存在市場的非市場財貨(如公共財、環境財)，運用問卷調查的方式，導出遊客不同情境下心中的願付價值，以評估資源的效益。

過去國內外在休閒遊憩價值評估已累積不少文獻，國外研究多探討自然環境資源為基礎的遊憩活動，例 Chae, Wattage, and Pascoe (2012)提出以英國 Lundy 成立海洋環境不捕獲保護區的概念，即為利用旅遊成本模型來估計 Lundy 地區的遊憩效益，結果顯示消費者剩餘提昇而支持海洋保護區的劃定，其他國內外運用 TCM 推估戶外遊憩資源價值之研究，常見遊憩地有：國家公園(詹雅文，2001；游惠如，2004；廖珮吟，2006；Gurluk & Rehber, 2008)、生態保護區(陳麗琴等人，2002；黃成輝，2003；Shrestha, Seidl, & Moraes, 2002)、風景區(謝君宜，2005；黃錦煌，2006)、森林遊樂區(張偉祐，2000；劉癸君，2003；Prayaga, Rolfe, & Stoeckl, 2010; Vesterinen, et al., 2010)、以及與本研究相關的文化觀光產業活動。於 CVM 方法運用方面，國內國研究場域包括：國家公園(賴明洲等人，2003；廖祥亨，2003；陳依筠，2005；林晏州、林寶秀，2007)、生態保護區(李香玉，2004；鄧福麒，2004；黃敏治，2004；胡志平，2006；Ahmed et al., 2007) 與森林遊憩區(張偉祐，2000；Scarpa, 2002；李柏儒，2007)等。

TCM 與 CVM 兩種評估方法各有其優缺點，例如 TCM 只能評估有實際遊憩行為遊客的願付價格，或者只調查單一遊憩地點，而未考量替代景點，甚至也未考慮遊憩資產的非遊憩價值，造成估算上的偏誤；CVM 雖可考量資源的非遊憩價值，但並非所有受訪遊客都實際了解評估的財貨內涵，而造成研究上的一些偏誤(陸雲，1990)。故後續學者將其合併以符合研究需要，Cameron (1992)率先結合 TCM 與 CVM 兩種方法成為整合模型(Egan, 2004)，後續國內外研究也結合 RP 與 SP 等旅遊資料的方法，以評估旅遊之遊憩效

益，相關研究結果也支持此結合法的評估效能(陳凱俐、溫育芳，1995；黃世賢，1995)。過去在旅遊品質提昇以促進經濟效益的相關研究上，Whitehead et al. (2000) 指出具顯示性偏好的 TCM 法在計算遊憩場域與活動的消費者剩餘中，只計算需求函數以下與隱含價格之上的面積部分(Freeman, 1993)，而環境品質提昇部分可藉增加魚隻捕獲率，而使需求函數線的右移，而品質改善後的增加存於此需求函數的移動與隱含價格以上的面積，故使得 TCM 法存有估算上的困難，因而建議結合 RP 與 SP 法去推估品質改善後的遊憩效益。而 Cameron (1992)首先結合 TCM 與 CVM 估算美國德州鹽水地區遊憩漁業之非市場財貨需求，結果發現此兩種方法結合之下，對於結合非使用者的 SP 與使用者的 RP，進而去測量非使用者之需求上特別有用處。

Englin and Cameron (1996) 亦結合 TCM 與條件行為法(Contingent Behavior Method, CBM)之資料，利用 Panel 資料方法以控制受訪者差異性，進而建立美國內華達之釣魚遊憩需求模型，並調查若遊憩資源品質增加、所得增加與替代品等因素下，釣客對於三種旅遊成本假設情境(增加 25%、50% 與 100%)，是否會影響其釣魚次數的，結果證實結合實際(RP)與假設性(SP)資料的模型可減少估計誤差。Whitehead (2005)另外使用結合模型，以美國北卡羅來納州橫跨 Neuse River 十二郡的民眾為對象，政府若實施控制污染、監督河水品質、保護魚類棲息地，與教育民眾減少污染等品質提昇計畫，以確保河水品質使得釣魚、游泳與喝濾水等行為是安全無虞，並詢問在此假設情境下民眾對於願付的價格，結果顯示河水品質改善下會影響民眾的遊憩需求。Poor and Breece (2006)以圍繞馬里蘭州與維吉尼亞州的 Chesapeake 海灣華為研究場域，以包船垂釣遊憩參與者為受訪對象，在海水品質提昇的假設情境下，運用 CBM 來推估海灣水質改善的經濟福利。實證結果發現，包船垂釣者不僅對當地經濟有貢獻外，也對於 Chesapeake 海灣水資源效用有正面的非市場財貨價值，而在兩種模型的旅遊成本限制下，垂釣參與者個人的消費者剩餘，分別是美金\$200 與\$117，而在海水品質提昇下個人的平均消費者剩餘，分別是美金\$75 與\$44。Whitehead et al (2011)最近的研究中，以北卡羅來納州包船垂釣為對象建立起遊憩 RP 與 SP 結合需求模型，在每人出船費用增加美金 50 元與 100 元之下，又分別估計其對 snapper-grouper 斑魚 and king mackerel 兩種魚獲袋數內魚隻數目的限制，研究結果顯示若 snapper-grouper 數目從 15 限制為 7，將會降低垂釣品質，而使包船漁業價值減低 29%，並進而導致船釣需求次數減少約 25%，造成每年 4 千 5 百萬美元的損失，約略是總值的 54%。

綜合上述，大多研究多著重於海洋與湖泊資源的環境品質提昇，於其他非水資源遊憩的 CBM 文獻上，尚包含有鄉村旅遊旅、登山、森林資源遊憩。

Rosenberger and Loomis (1999)結合 TCM 與 CVM 建構遊客對於牧場空間之遊憩求模型，探討牧場開放給遊客的空間使用，若轉變成都市計畫或渡假用地，因知覺到遊憩品質可能會有變化，結果 25% 遊客會減少旅遊次數，而 23% 則會增加旅遊。Grijalva et al. (2002)調查美國德州 Hueco Tanks 遊客對於限制入山與四種登山政策下(分別開放四座、三座、兩座與一座)，是否會影響其旅遊次數與未來行為意圖，研究利用 CBM 需求模型估算三種爬山資料(政策制訂前登山資料、限制下的登山資料、政策實施後的登山資料)，結果顯示遊客對於限制範圍有顯著的敏感性，並證實政策改變顯著影響參與者的消費者剩餘，以支持 CBM 於資料估計的有效性。至於提昇森林資源遊憩品質以增加經濟效益的研究方面，以國內學者陳郁蕙、李俊鴻與陳雅惠(2011)為近期之代表研究，此研究以 CBA 評估溪頭森林遊樂區在五種旅遊品質提昇方案下的遊憩效益，同時並建構森林遊樂區旅遊品質提昇的 Panel 遊憩需求模型，繼而推估影響遊憩需求的相關因素。其中改善方案包含有：「強化遊憩體驗」、「建構森林遊樂區資源品質維護」、「提昇民眾服務品質」、「改善基礎設施」及「建構環境衝擊控制」。結果顯示若品質改善之下，遊客前往旅遊的遊憩需求將不具價格彈性，其他森林遊樂區的替代彈性低，遊客所得的變化將減少對旅遊需求的影響。其中以「提昇民眾服務品質」最能顯著提高遊客前往溪頭旅遊的經濟效益。

關於文化觀光旅遊方面，國外在旅遊品質提昇以促進經濟效益的相關研究，Alberini and Longo (2006) 結合 SP 與 RP 評估法，並首次運用於文化宗教遺跡旅遊地的價值評估，研究建立旅遊需求的經濟模型，並調查旅遊亞美尼亞四處不同景點的遊客，四處分別是神廟、宗教聖地、修道院，及另處於峻秀景觀的修道院。提出對歷史古蹟的維護，以及加強「文化體驗」、「基礎設施品質」與「服務品質」等改進方案。結果顯示：上述三個改善方案對於四景點的旅遊需求有顯著影響；遊客認為改善「服務品質」與「文化體驗」所增加的經濟效益是一樣顯著的，但兩者皆大於「基礎設施品質」。國內在旅遊品質提昇以促進經濟效益之文化觀光研究運用上，李俊鴻與黃錦煌(2011)運用 CBA 研究文化宗教觀光地 大龍峒保安宮，探討旅遊品質提昇下的經濟效益，提出三個改善品質方案：「強化遊憩體驗」、「提升服務品質」與「改善基礎設施」，結果發現「強化遊憩體驗」的效益最顯著，其次為「提升服務品質」與「改善基礎設施」。李俊鴻、黃錦煌(2009)於其節慶活動遊客擁擠知覺降低之經濟效益評估研究中，提出強化遊憩體驗、提昇服務品質、改善基礎設施等品質改善方案，同時建立節慶活動旅遊品質提昇的遊憩需求模型，採取 RP 與 SP 合併方法估算旅遊品質後的經濟效益，結果發現上述各項方案皆會顯著影響遊憩效益增加；而節慶活動遊客擁擠知覺降低所提升遊憩效益的效果以增加「活動場地空間」的方案最高，其次依序為「停車位」、「接駁

車」等方案。

綜觀上述，本研究以東勢客家文化園區及其遊客為研究對象，論述遊客前往客家文化園區接觸與體驗的遊憩資源與服務，進而產生效用與遊憩效益。強化客家文化園區的遊憩服務品質，應是各地政府輔導單位與各個客家文化館舍經營管理者關注的議題，藉由改善服務品質可相當程度滿足遊客的需求，並提高遊客遊憩的價值與重遊推薦意願；另一方面，優良服務品質可以彰顯客家文化館舍的客家文化價值，進而穩定維持客家文化園區之教育與遊憩功能的提供。本研究參考東勢客家文化園區滿意度調查結果，及過去經濟效益評估相關研究所採用之服務品質改善構面，進而列舉了幾個主要項目，包含：「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」、「改善園區標示與引導」，以做為提升東勢客家文化園區旅遊品質之遊憩效益下的四個改善品質方案。其次，客家文化園區遊客體驗活動與服務等，較無法完全經由市場交易表現其經濟價值，故以非市場財評估法為主，所以本研究參酌文化遺跡觀光之相關研究(Alberini & Longo, 2006; 李俊鴻, 2009, 2011)，採取條件行為法(Contingent Behavioral Analysis)，亦即結合 SP 與 RP，建立東勢客家文化園區品質改善之遊憩效益評模型，藉由調查現在與未來不同品質水準下，遊客對於東勢客家文化園區旅遊次數的變化，進而推算出品質改善後在遊憩效益的變化情形。

## 第三章 研究方法

### 第一節 問卷設計

本研究將依據相關文獻(李俊鴻、黃錦煌，2011；鍾寧，2014；廖千金，2013)與專家學者諮詢所得建議，以編制出量化問卷，問卷結構將包含：第一部份探討遊客旅遊行為與其支出花費，第二部分探討東勢客家文化園區之環境設施與旅遊產品服務滿意度，第三部份探討在「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」、「改善園區標示與引導」等四個改善品質方案下之遊憩效益，第四部份為社經資料之填寫。其中第二部份採 Likert 五點尺度，由受訪者依同意程度分別給予 1 分（非常不同意）、2 分（不同意）、3 分（普通）、4 分（同意）、5 分（非常同意）。其中，改善品質方案下之經濟效益評估之相關題項如下所示：

假設東勢客家文化園區擬改善目前服務現況，透過「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」、「改善園區標示與引導」等四方案來提昇遊客參與文化園區的旅遊品質，請您在此情境下回答各項問題。

- (1) 在「改善體驗與活動內容」的情境下(包括：發展系列活動、強調活動主題特別性、加強活動內容深度、融入當地客家文化特色等)，您未來是否願意增加旅遊園區的次數？  
是，增加的次數為 一次 二次 三次 四次  
其他（請說明）\_\_\_\_\_
- 否（請說明）\_\_\_\_\_
- (2) 在「提昇導覽解說品質」的情境下(包括：提升解說人員專業知識、口語表達、互動性等)，您未來是否願意增加旅遊園區的次數？  
是，增加的次數為 一次 二次 三次 四次  
其他（請說明）\_\_\_\_\_
- 否（請說明）\_\_\_\_\_
- (3) 在「改善設施與環境」的情境下(包括：適當活動場地、公廁及環境衛生清潔、會場販售行為管理等)，您未來是否願意增加旅遊園區的次數？  
是，增加的次數為 一次 二次 三次 四次  
其他（請說明）\_\_\_\_\_
- 否（請說明）\_\_\_\_\_
- (4) 在「改善園區標示與引導」的情境下(包括：交通管制、良好動線規劃、增設清楚明確之指標或告示牌等)，您未來是否願意增加旅遊園區的次數？

是，增加的次數為 一次 二次 三次 四次

## 第二節 研究抽樣

本計畫將以東勢客家文化園區內為研究場域，研究對象則選擇以年滿 20 歲(含)以上之成年人，本研究將採用結構式問卷來取得研究所需的資料，預試問卷擬發放 50 份，正式問卷預計回收至少 400 份以上的有效樣本問卷，以作為敘述性統計、信效度分析，以及品質提升經濟效益等，進而驗證研究架構及其相關假設。

## 第三節 資料分析方法

本研究將依據研究目的，對根據理論提出之模式架構進行推估，資料蒐集整理後採用統計軟體SPSS 22.0、計量經濟軟體 Limdep 8.0、SAS 8.1(Statistical Analysis Software)做為分析的主要工具，採取的統計方法與資料處理分述如下：

### 1. 敘述性統計(Descriptive Analysis)

本研究利用描述性統計，針對受訪者之人口社經變數，包括：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、個人月收入、居住地等；旅遊行為變數，包括旅遊次數、同行人數、旅遊資訊來源、交通工具等，估算其平均值、標準差與百分比分配等，以瞭解遊客基本資料的特性與分配狀況。

### 2. 項目分析(Item Analysis)

本研究將針對知覺服務構面的預試題目，運用項目分析以確認題項的適切性，其步驟包含：項目總分相關(item-total correlation)與校正項目總分相關(corrected item-total correlation)；鑑別度項目檢驗方面將利用t-value平均數與臨界比(critical ration)以檢驗題目是否具鑑別度，進而判斷各題項是否適切(邱皓政，2006)；分析偏態(skewness)與峰度(kurtosis)，並剔除極端值(Kline, 1998)，上述分析乃將極端值刪除並保留合適題項，以進行模型的推估。

### 3. 信度與效度檢驗(Reliability and Validity Test)

信度方面，本研究將採取內部一致性度(internal-consistency reliability)之Cronbach  $\alpha$ 係數，以對各提項變數進行一致性程度的檢驗，以達0.6之建議的標準值(Fornell & Larcker, 1981)。而效度方面，問卷題項之編制將以具信效度之相關文獻量表為基礎，繼而邀請具客庄客家文化園區實務經驗者進行專家效度審核



(吳明隆，2011)，以使量表應具備內容效度(content validity)。

#### 4. 經濟效益實證評估方法

本研究將以條件行為法(Contingent Behavior Approach; CBA)探討旅遊服務提升後的經濟效益，首先在遊客旅遊需求偏好一致的假設下，設定不同旅遊服務提升的方案，並檢定旅遊服務提升的遊憩需求是有結構性的改變，最後再估算改善方案下旅遊需求的價格彈性、交叉彈性、所得彈性，以及旅遊服務提升下的經濟效益(陳郁蕙、李俊鴻、陳雅惠，2011)，最後並探討不同遊客社經背景、遊客行為變數，分別在旅遊需求上的差異。

### 第四節 研究架構

綜合研究目的與文獻回顧，本研究將採取量化方式評估經濟效益為主，本研究旨在探討遊客參訪東勢客家文化園區後的知覺服務品質，及旅遊服務提升後（包括：改善體驗與活動內容、提昇導覽解說品質、改善設施與環境、改善園區標示與引導等方案）所帶來的經濟效益影響，故整體研究概念架構如圖1示。

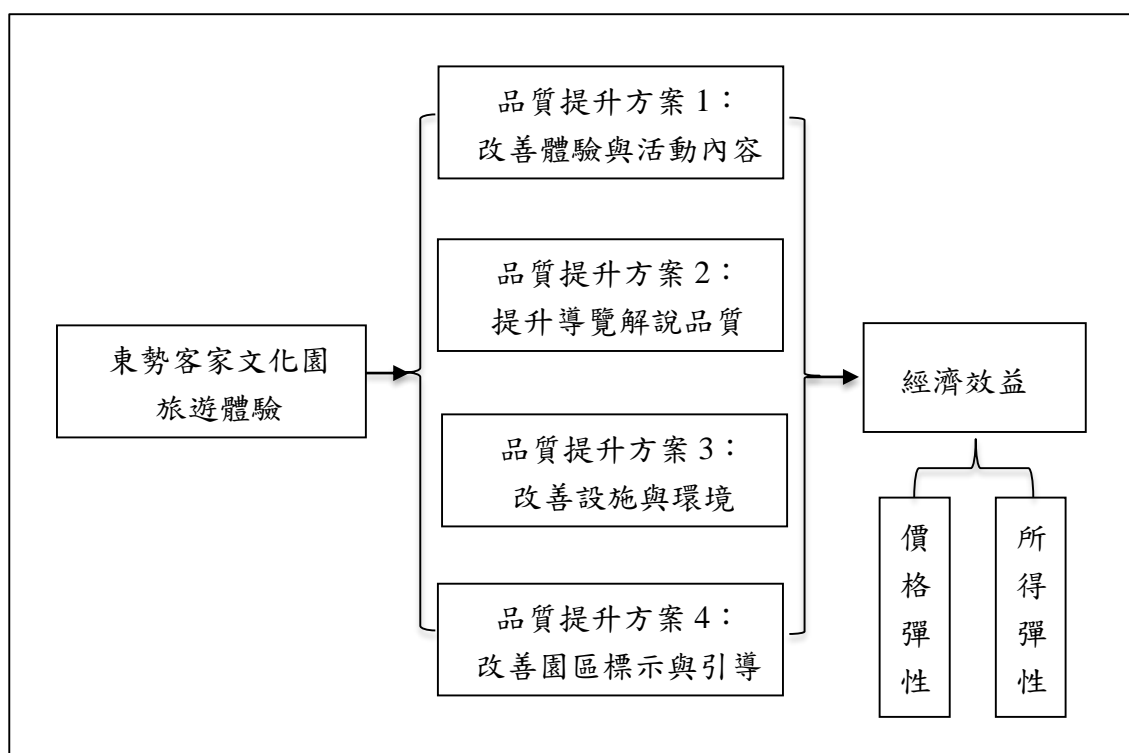


圖 1 本研究理論架構—東勢客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估

## 第四章 結果分析

### 4.1. 敘述性統計分析

本研究施測時間為2018年6月1日至7月15日，於東勢客家文化園區內現場發放，共計發出500份問卷，回收458份，其中有效問卷407份，有效問卷率88.9%。依據有效問卷，本節以描述性統計加以分析和整理遊客基本背景及旅遊特性之敘述性分析

此部份的描述性統計分析為東勢客家文化園區遊客基本資料，包含性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地區等七項，詳細的敘述性統計內容如表1所示。

由下表可知，在性別上女性（55.0%）較男性（44.96%）多；年齡的分布，受訪者年齡層以18~29歲佔45.5%為最多，其次依序為30~39歲佔36.6%、40~49歲佔14.0%、50~59歲佔2.5%，及60歲以上者佔1.5%；婚姻狀況部份已婚者（51.4%）較未婚者（48.6%）多；教育程度方面，受訪者為大專院校者佔71.9%為最多，其次分別為碩士或以上14.0%、高中職7.9%，最後為國中及以下佔6.1%；遊客職業分布，受訪者以服務業（30.2%）最多，其次為科技業（15.0%）、工業（11.5%）、學生（10.6%）、商業（10.6%）、家管（6.6%）、軍公教（6.4%）、自由業（5.2%）、退休人員（2.2%）和農業（1.7%）；個人平均月收入，以2萬元~4萬元（含）元佔52.3%最多，其次為2萬元（含）以下（23.3%）、4萬元~6萬元（19.9%）、6萬元~8萬元（3.4%）、8萬元~10萬元（0.5%）、10萬元以上（0.5%）；居住地區的分布，受訪者居住於台中市佔45.9%為最多，其次為新北市佔10.6%、台北市佔9.1%、彰化縣佔7.1%、苗栗縣6.9%等如表1所示。

表 1 遊客社經背景分析 (N=407)

問項/類別	次數	百分比	問項/類別	次數	百分比
<b>性別</b>					
男	183	44.96 %	女	224	55.0 %
<b>年齡</b>					
18~29 歲	185	45.5 %	30~39 歲	149	36.6 %
40~49 歲	57	14.0 %	50~59 歲	10	2.5 %
60 歲以上	6	1.5 %			
<b>婚姻狀況</b>					
未婚	198	48.6 %	已婚	209	51.4 %
<b>教育程度</b>					
國中(含)以下	25	6.1%	高中職	32	7.9%
專科	41	10.1 %	大學	252	61.9 %
研究所(含)以上	57	14.0 %			
<b>職業</b>					
軍公教	26	6.4 %	服務業	123	30.2%
科技業	61	15.0 %	工業	47	11.5%
商業	43	10.6 %	農業	7	1.7 %
學生	43	10.6 %	家管	27	6.6%
退休人員	9	2.2 %	自由業	21	5.2 %
<b>個人平均月收入</b>					
2 萬元(含)以下	95	23.3 %	2 萬元~4 萬元(含)	213	52.3 %
4 萬元~6 萬元(含)	81	19.9 %	6 萬元~8 萬元(含)	14	3.4%
8 萬元~10 萬元(含)	2	0.5 %	10 萬元以上	2	0.5 %
<b>目前居住地</b>					
基隆市	7	1.7 %	台北市	37	9.1 %
新北市	43	10.6 %	桃園縣	23	5.7%
新竹縣/市	26	6.4 %	苗栗縣	28	6.9 %
台中市	187	45.9 %	彰化縣	29	7.1 %
雲林縣	6	14.7 %	嘉義縣/市	8	2.0 %
台南市	4	0.9 %	高雄市	4	0.9 %
屏東縣	3	0.7 %	宜蘭縣	2	0.4 %

## 4.2. 品質提昇經濟效益

本研究參考相關文獻及東勢客家文化園區發展現況，歸納出東勢客家文化園區所面臨的問題，並依據此提出四項旅遊品質提昇方案，評估其對東勢客家文化園區旅遊需求之影響，並建立東勢客家文化園區旅遊需求模型，透過「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」、「改善園區標示與引導」等四種假設情境納入東勢客家文化園區旅遊品質提昇的Panel遊憩需求模型。結果發現，四項旅遊品質提昇方案皆能顯著提高遊客前往東勢客家文化園區的旅遊意願以及旅遊需求，如表2所示。

在加強「改善體驗與活動內容」的方案中，目前旅遊品質和設置「改善體驗與活動內容」遊憩衝擊方案的旅遊需求平均數分別為 1.53 與 3.25 次/年/人（表 2），而消費者剩餘 (CS) 的目前情況為 28,467 元/年/人（表 2），但在「改善體驗與活動內容」的品質提昇經濟方案下將增加為 35,225 元/年/人，而在 1%的顯著水準下亦十分顯著（t 值為 4.28），可知「改善體驗與活動內容」方案將可顯著提昇東勢客家文化園區的經濟效益，而平均每位遊客的年經濟效益將可增加 23.74%。

其次，在強化「提昇導覽解說品質」改善方案下，遊客對東勢客家文化園區的旅遊需求將增加為 3.41 次/年/人（表 2），而消費者剩餘的目前情況為 215,848 元/年/人（表 2），「提昇導覽解說品質」品質提昇經濟方案下消費者剩餘將增加為 325,046 元/年/人，在 1%的顯著水準下 t 值亦十分顯著（t 值為 5.03），可知「提昇導覽解說品質」方案將可顯著提昇東勢客家文化園區的經濟效益，而平均每位遊客的年經濟效益將能提昇 50.59%。

另在在加強「改善設施與環境」改善方案下，遊客對東勢客家文化園區的旅遊需求將增加為 3.38 次/年/人（表 2），而消費者剩餘的目前情況為 27,992 元/年/人（表 2），「改善設施與環境」品質提昇經濟方案下消費者剩餘將增加為 32,845 元/年/人，在 1%的顯著水準下 t 值亦十分顯著（t 值為 4.57），可知「改善設施與環境」方案將可顯著提昇東勢客家文化園區的經濟效益，而平均每位遊客的年經濟效益將能提昇 17.33%。

最後，從改善「改善園區標示與引導」方案的分析結果來看，在此方案提出下遊客前往東勢客家文化園區的旅遊需求則提昇為 3.36 次/年/人（表 2），而在目前旅遊品質的消費者剩餘為 20,425 元/年/人，至於「改善園區標示與引導」方案下，消費者剩餘將提昇為 25,542 元/年/人，而在 1%的顯著水準下，此品質提昇經濟方案對經濟效益的提昇亦具有相當明顯的效果（t 值為 3.94），而平均每位遊客的年經濟效益將可增加 25.05%。

綜上所述，由東勢客家文化園區品質提昇經濟方案之經濟效益評估結果顯示，無論「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」及「改善園區標示與引導」等方案對於前往東勢客家文化園區遊客的旅遊效益皆有顯著且正向影響效果，尤其以「提昇導覽解說品質」對提昇經濟效益的成效相對較大，其次依序為「改善園區標示與引導」、「改善體驗與活動內容」及「改善設施與環境」等東勢客家文化園區品質提昇經濟方案。因此相關單位若能針對上述四項提出相對應策略並規劃出上述各項提昇經濟方案，將能進一步提高東勢客家文化園區之經濟效益，對其永續經營管理將有莫大助益。

表 2 東勢客家文化園區各項品質提昇經濟方案之經濟效益估計結果

東勢客家文化園區永續 經濟方案	旅遊需求 平均數	t 值	效益值 (元)	經濟效益 95% 信賴區間 (元)
目前情況	1.53	4.28***	28,467	(26,254 , 29,366)
「改善體驗與活動內 容」方案	3.25		35,225	(32,547 , 41,579)
目前情況	1.64	5.03***	215,848	(201,257 , 236,448)
「提昇導覽解說品質」 方案	3.41		325,046	(310,411 , 348,217)
目前情況	1.72	4.57***	27,992	(25,878 , 29,214)
「改善設施與環境」方 案	3.38		32,845	(31,224 , 34,763)
目前情況	1.63	3.94***	20,425	(19,224 , 22,158)
「改善園區標示與引 導」方案	3.36		25,542	(24,269 , 28,687)
*p < 0.05, **p < 0.01, *** p < 0.001				

## 第五章 結論與建議

本研究旨在瞭解東勢客家文化園區旅遊體驗品質的主要缺口，進而推估客家文化園區活動品質提升後（包括：改善體驗與活動內容、提昇導覽解說品質、改善設施與環境、改善園區標示與引導等四改善品質案）之經濟效益，以建立遊客旅遊需求經濟模型，並分析各項服務品質改善後的經濟效益差異。本研究從旅遊經濟效益層面，具體評估東勢客家文化園區訪客的遊憩效益，並應用條件行為法(CBA)運用於評估客家文化園區旅遊品質提升之經濟效益，可從遊客體驗角度提供經營管理者發掘服務設施與活動提供上的優缺點，其相關貢獻，分述如下：

(1) 學術方面：本研究嘗試建構客家文化園區活動品質提升之「遊客旅遊需求經濟模型」，從遊客旅遊體驗與需求的角度，探討遊客參訪客家文化園區服務設施與活動後的知覺與感受，並據此提出與分析「改善體驗與活動內容」、「提昇導覽解說品質」、「改善設施與環境」、「改善園區標示與引導」等四個改善品質方案下的經濟效益，由於客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估的參考文獻與實證研究相當缺乏，預計研究實證發現將應可補足相關文獻的不足，以提供客家文化園區服務品質提升的相關研究參考。

(2) 實務方面：本研究從旅遊經濟效益評估的層面，進一步瞭解客家文化園區訪客之消費支出等需求因素(如旅行成本、所得和旅遊目的等變數與金額)，並利用客家文化遊憩之 On-Site Poisson 需求模型，作為非市場財效益評估之方法，以具體估算出東勢客家文化園區之遊憩效益，後續研究更可進一步推估不同社經背景或旅遊行為群群在旅遊需求的差異情形。本研究將成為少數能將條件行為法(CBA)運用於評估客家文化園區旅遊品質提升之經濟效益的實證個案研究，包括從體驗設施與活動、導覽解說、園區環境清潔、標示與引導等會直接影響遊客實際體驗感受與需求的服務層面提升，希冀研究結果能成為未來評估客家文化園區服務提升經濟效益，以及永續經營管理與發展的參考依據。

本研究因受限於成本因素，調查對象僅為調查期間內前往東勢客家文化園區旅遊體驗之遊客，以瞭解遊客知覺之服務品質及旅遊行為（例如旅遊次數、食宿與購買紀念品等相關旅遊支出）等相關資訊，建議未來研究可考慮計劃性的抽樣問卷調查，將有助於全面性的了解遊客的意見。其次，影響客家文化園區知覺服務品質的因素可能不少，本研究僅參考過去相關文獻與近期之東勢客家文化園區滿意度調查分析結果，作為編制量表與題項之依據來源，無法涵蓋到所有構面，故此亦為本研究限制之一。

## 參考文獻(僅列重要參考文獻)

### (一) 英文部分

- Chae, D. R., Wattage, P., & Pascoe, S. (2012). Recreational benefits from a marine protected area: A travel cost analysis of Lundy. *Tourism Management*, 33(4), 971-977.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press.
- Fornell, C. R. & Larcker, F. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-51.
- Prayaga, P., Rolfe, J., & Stoeckl, N. (2010). The value of recreational fishing in the Great Barrier Reef, Australia: a pooled revealed preference and contingent behaviour model. *Marine Policy*, 34(2), 244-251.
- Shrestha, R. K., Seidl, A. F., & Moraes, A. S. (2002). Value of recreational fishing in the Brazilian Pantanal: a travel cost analysis using count data models. *Ecological economics*, 42(1), 289-299.
- Randall, A., Ives, B., & Eastman, C. (1974). Bidding games for valuation of aesthetic environmental improvements. *Journal of environmental Economics and Management*, 1(2), 132-149.

### (二) 中文部分

- 台中市客家委員會 (2017)。新丁粄節活動緣起。2017 年 9 月 18 日，取自：  
<http://www.sindingban.com.tw/index.html>
- 林怡秀 (2011)。六堆客家文化園區遊客休閒效益之研究。康寧大學運動休閒及休閒管理學類碩士論文，未出版，台南。
- 田玉鳳 (2012)。六堆客家文化園區遊客之休閒涉入、休閒體驗與地方依附關係之研究。亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文，未出版，台中。
- 吳明隆 (2011)。論文寫作與量化研究，五南，台北。
- 李美珠 (2014)。應用 TRIZ 創新方法於客家文化園區服務品質改善。育達科技大學企業管理所碩士論文，未出版，苗栗。
- 李月碧 (2007)。遊客旅遊動機與阻礙因素之研究—以屏東六堆客家文化園區為例。大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 陳銘 (2015)。客家博物館遊客行為意向之研究-以六堆客家文化園區為例。國立屏東大學碩士論文，未出版，屏東。
- 余思嫻 (2015)。東勢客家文化園區的文化治理與營運管理。國立聯合大學客家語言與傳播研究所碩士論文，未出版，苗栗。

- 黃春梅 (2013)。六堆客家文化園區服務品質、遊客滿意度與行為意向之研究。國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士學位學程碩士論文，未出版，屏東。
- 客家委員會 (2017)。客庄景點。2017 年 8 月 24 日，取自：  
<http://web3.hakka.gov.tw/ct.asp?xItem=11914&ctNode=1922&mp=1914>
- 邱皓政 (2006)。量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析，五南公司，台灣台北。
- 游之瑋 (2014)。苗栗客家文化園區體驗行銷與重遊意願之探討。國立聯合大學資訊與社會研究所，未出版，苗栗。
- 葉依婷 (2016)。營運模式與文化展示：以石岡土牛客家文化館與東勢客家文化園區為例。交通大學客家文化學院客家社會與文化學程碩士論文，未出版，新竹。
- 廖千金 (2013)。主題樂園服務行銷金三角階層關係及品質提升經濟效益之研究。國立東華大學高階經營管理碩士論文，未出版，花蓮。
- 鍾寧 (2014)。行銷台灣燈會與提昇品質之探討。國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系碩士論文，未出版，花蓮。
- 孫光興 (2006)。民眾參與藝文活動之動機與休閒體驗之研究—以台北縣客家文化園區為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文，未出版，彰化。
- 陳鳳珠 (2011)。旅遊體驗、旅遊意象、滿意度與重遊意願之相關探討-以六堆客家文化園區為例。亞洲大學經營管理學系碩士論文，未出版，台中。
- 姜尚禮 (2009)。台北縣客家文化園區經營績效評估之研究--以平衡計分卡觀點。國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文，未出版，中壢。
- 梁育誠 (2010)。遊客旅遊動機、滿意度與行為意向之研究—以六堆客家文化園區為例。國立屏東教育大學生態休閒教育教學碩士論文，未出版，屏東縣。
- 羅晴郁 (2010)。客庄十二節慶遊客遊憩體驗及滿意度之研究—以收冬戲為例。國立聯合大學經濟與社會研究所碩士論文，未出版，苗栗。



## 本研究完成之工作項目說明：

計畫書所提之預期完成之工作項目，本研究完成工作項目之頁數及內容，如粗體字所述：

- (1) 蒐集整理目前關於客家文化園區旅遊體驗，以及使用條件行為法(CBA)評估旅遊品質提升之經濟效益的相關文獻。
- (2) 依據過去文獻與報告彙整出瞭解東勢客家文化園區旅遊體驗品質的主要缺口，並提出客家文化園區旅遊品質提升後之主要改善方案。

### **P10-11 (第一節 問卷設計)**

- (3) 依據條件行為法建構東勢客家文化園區之遊客旅遊需求經濟模型。
- (4) 進行專家學者與遊客對於問卷初稿提供意見，並施行問卷前測、項目分析及問卷項目修正；正式問卷之調查實施。
- (5) 完成旅遊需求的經濟模型分析，並推算出品質改善後在各方案下遊憩效益的變化情形。

### **P13-16 (第四章 結果分析)**

- (6) 依據旅遊需求經濟效益之評估結果，提出對東勢客家文化園區的相關實務建議。。

### **P17 (第五章 結論與建議)**