

東勢客家文化園區旅遊服務提升之經濟效益評估

一、研究背景與動機

台中市東勢有 77.2% 人口為客家族群，為中部最大客家聚落，東勢客家文化園區位於東勢市區中，於 2004 年正式啟用成為東勢客家文化園區，並於 2008 年委外經營，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。東勢園區一方面推銷東勢客家文化特色，以吸引遊客增進觀光收入，故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。然而，如同一般觀光旅遊景點的發展過程，全臺客家文化園區至今已吸引不少遊客，同時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受到影響，以致遊客降低重訪意願。過去遊憩價值評估應用上已累積不少實證研究，如國家公園(林晏州、林寶秀，2007；Gurluk & Rehber, 2008)、生態保護區(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(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)。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。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。本研究目的主要以條件行為法(CBA)推估客家文化園區活動品質提升後之經濟效益，並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。

二、文獻回顧

(一) 東勢客家文化園區

客家文化園區目前經營方向朝著活潑、多元的行銷策略，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。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，以吸引更多遊客參訪與園區內產品的消費，並連結地區居民與外來遊客以帶來經濟社會文化的附加價值。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）、客庄節慶活動體驗及滿意度（羅晴郁，2010）、動機與休閒體驗（孫光興，2007），而李美珠（2014）、孫光興（2007）、梁育誠（2010）。相關研究皆指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。

（二）服務品質提升之經濟效益

回顧過去常見的兩種衡量休閒遊憩經濟效益研究方法，Clawson and Knetsch (1966)提出具顯示性偏好法的旅遊成本法，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的條件評估法，針對不存在市場的非市場財貨，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。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，如國家公園(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)。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，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。

三、研究方法

（一）問卷設計與研究抽樣

本研究依據文獻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支出，第二部分探討東勢客家文化園區之環境設施與旅遊服務滿意度，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。本計畫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，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。

（二）資料分析方法

本研究採用計量經濟軟體 Limdep 8.0、SAS 8.1做為分析的主要工具，並採敘述性統計、項目分析、信度與效度檢驗、經濟效益實證評估方法。本研究繼而以條件行為法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(陳郁蕙等，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。

四、結果分析

(一) 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%。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；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%；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%)；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%)；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%等

(二) 品質提昇經濟效益

本研究在加強「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，而消費者剩餘(CS)的目前情況為28,467元/年/人，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，而消費者剩餘的目前情況為215,848元/年/人，「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，而平均每位遊客的年經濟效益將能提昇50.59%。

再則，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，而消費者剩餘的目前情況為27,992元/年/人，「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，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，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，平均每位遊客的

年經濟效益將可增加25.05%。上述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」。

五、結論與建議

本研究之相關貢獻，於學術方面，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。

於實務方面，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。