

# 遊客對墾丁國家公園休閒產業觀光效益之研究

葉景谷<sup>1</sup>、周財勝<sup>2</sup>、黃郁琦<sup>3</sup>

## 摘要

本研究調查對象為墾丁國家公園的遊客為研究對象，本研究正式問卷於 2010 年 08 月 7 至 14 日為期八天，採便利取樣方式在墾丁國家公園發放問卷共計發出 300 份問卷，回收問卷 282 份，經刪除無效問卷後，獲得有效問卷為 237 份，有效回收率為 84%。本研究使用統計分析工具 SPSS for Windows 12.0 統計軟體進行統計分析，採用方法如下：描述性統計分析來瞭解墾丁國家公園地區遊客的基本特性、T 檢定以及單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 探討不同人口背景變項在墾丁觀光效益的構面因子之間的差異情形。本研究的顯著水準定為  $\alpha=0.05$ ，本研究結果發現不同個人收入之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之「當地效益」構面達顯著差異 ( $p<0.05$ )，經 Scheffè 事後比較得知個人收入「20,000 元(含)以下」( $M=3.85$ ) 之遊客在「當地效益」構面中，高於「20,001 至 40,000 元」( $M=3.56$ )；其他構面則不同個人收入，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之「經濟效益」構面、「遊客效益」構面皆看不出呈顯著差異。

**關鍵字：**墾丁國家公園、休閒產業、觀光效益

<sup>1</sup> 葉景谷，國立台東大學助理教授，bruce@nttu.edu.tw

<sup>2</sup> 周財勝，國立台東大學副教授，george200078213@yahoo.com

<sup>3</sup> 黃郁琦，國立政治大學副教授，ychuang@nccu.edu.tw



## 壹、緒 論

### 一、研究動機

自 2001 年實施周休二日，增加民眾休閒活動，同時也提升國民利用假日進行休閒運動的意願，以及 21 世紀休閒觀光事業是公認最具有發展潛力的無煙函產業，隨著台灣經濟的發展，國民的生活水準普遍提升，加上休閒意識的興貴，民眾對運動休閒需求也日益升高（陳昭元，2010）。墾丁國家則位於恆春半島南半部，墾丁國家公園地理上屬於熱帶性氣候區，終年氣溫和暖，熱帶植物衍生，四周海域，海水清澈，甚少污染，因而珊瑚繁盛，多采多姿之熱帶魚群遨遊其間；又本區遠離大都市，未受都市文化之影響，人口較少，自然景緻保存優良（墾丁國家公園管理處，2010）。墾丁國家公園自成立以來由於得天獨後的地理環境，以及豐富的海洋資源，非常適合觀光與海洋休閒運動的拓展，其觀光相關活動相當的多元化，涵蓋陸、海、空域的活動，每年暑假期間吸引不少的國內、外遊客造訪這美麗的「國境之南」半島（尤若弘、何篤光、沈志堅，2009）。

從墾丁地區一年四季旅客皆絡繹不絕，為台灣地區重要的海域遊憩區，墾丁多年來持續的開發，民宿、飯店、商家、水陸活動已趨向於飽和狀態，部份遊客能明顯感受過度商業化的氣息存在，而在營利事業發酵的狀態下，遊客本身所能得到的旅遊品質，間接受到影響，旅遊行前期望也可能產生差異（劉志鈺、賈凡、張志青，2009）。許多研究指出自然資源管理應考量人對特定自然地區或景觀的價值或依戀（Brown, 2005; Brown & Raymond, 2007; Williams & Patterson, 1996）。一個旅遊目的地猶如一項產品，像其他產品一樣也需要定位與行銷（Kotler, Bowen & Makens, 1999）。地方觀光的發展與推動是持續性的，欲

發展適合的地方觀光行銷策略，首要必須先能確立目標市場，避免散彈打鳥，浪費資源 (Kotler, Bowen & Makens, 1999)。

觀光效益就是要達到一定的觀光效果以招攬遊客，能夠凝聚社區意識，傳承既有文化，對於整體經濟、社會、環境、文化的發展也有不同的效益產生，所達到的功效 (林正忠，2003)。所以本研究以墾丁國家公園的地理環境優勢來針對遊客對墾丁國家公園的觀光效益之看法作為對效益的認定，所以要如何形塑的意象有效的傳達給遊客來吸引更多的遊客至此遊玩為一個重要的課題。因此，瞭解遊客對於墾丁國家公園觀光效益的情形，以作為提升該地區休閒觀光市場競爭力之重要依據，進而對墾丁觀光產業帶來更大的助益，此為本研究主要的動機。

## 二、研究目的

- (一) 瞭解墾丁國家公園遊客的性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業與個人收入等人口統計變項之情況。
- (二) 探討遊客對墾丁國家公園休閒產業觀光效益之現況。
- (三) 分析不同遊客的人口統計變項在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異情形。

## 貳、研究方法

### 一、研究對象

本研究調查對象為墾丁國家公園遊客為母群體，本研究問卷分為預試問卷與正式問卷，預試對象為曾經去過墾丁國家公園遊客為對象，共計 100 位進行

預試於 2010 年 6 月 5 至 29 日，回收率 100%。正式問卷於 2010 年 8 月 7 至 14 日為期八天，採便利取樣方式在墾丁國家公園發放問卷共計發出 300 份問卷，回收問卷 282 份，經刪除無效問卷後，獲得有效問卷為 237 份，有效回收率為 84%。

## 二、研究工具

本研究以修正「墾丁國家公園休閒產業觀光效益」之研究問卷，問卷內容共三個部份：

### （一）人口統計變項

本研究為了瞭解墾丁國家公園遊客的人口統計變項情形，在考量實際情況，以性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業、個人收入等 6 個變項作為代表本研究之人口統計變項。

### （二）墾丁國家公園休閒產業觀光效益量表之信度與效度分析

本研究參考林正忠（2003）鹽水蜂炮民俗活動觀光效益之研究、薛彥清（2007）澎湖海上花火節之觀光效益研究，以及陳昭元（2010）龍潭端午節龍舟競賽觀光效益影響之研究修編而成，再加入休閒觀光與旅遊景點的特性並定出問卷構面為本研究的「墾丁國家公園休閒產業觀光效益量表」並邀請相關領域之專家學者審閱修正，因此本問卷以具有一定程度的內容效度。為了要證實研究者所設計的測驗的確在某一潛在的特質，並釐清潛在特質的內在結構，能將一群具有共同特性的測量分數，抽離出背後潛在構念的統計分析技術，便是

因素分析（邱浩政，2006）。進行因素分析得到 KMO 值為 0.81 如表 1。根據學者 Kaiser (1974) 的觀點，如果 KMO 值小於 0.5 時，較不適宜進行因素分析，而此預測問卷的 KMO 值為 0.81，表示可以進行因素分析。此外，從 Bartlett 球形檢定的卡方值為 1056.19（自由度為 120）以及顯著性為.00 達顯著，代表母體的相关矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。

表1 KMO與Bartlett檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數		.81
Bartlett球形檢定	近似卡方分配	1056.19
	自由度	120
	顯著性	.00

進行因素分析後，在含Kaiser常態化的Varimax法下的旋轉方法，初始特徵值中大於1的共有4個，呈現於「平方和負荷量萃取」欄中，也就是說原有的16題問項可以歸納出三個構面 (Eigenvalue > 1)，累積解釋變異量為51.47%（如表2）。共計刪除因素負荷量小於.50之題目2題（第7、15題）並修訂為14題，最後萃取特徵值大於1的因素共3個，「墾丁國家公園休閒產業觀光效益」量表被分為3個因素依序分別命名為「當地效益」構面、「經濟效益」構面與「遊客效益」構面如表2。刪除第7、15題的題目後，再次重新整理與題目編碼，並呈現休閒產業觀光效益構面與題項對應表共計14題如表3所示。本量表主要是測量遊客對墾丁國家公園休閒產業觀光效益的程度，其信度分析Cronbach's  $\alpha$ 分別為0.77、0.70與0.76，其總量表為0.81如表4。本量表以李克特五點式量表設計與計分，從「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」及「非常不同意」。分別給予5、4、3、2及1的分數。全部題項採正向題及封閉式問答，量表各題項之得分相加可得墾丁國家公園休閒產業觀光效益量表的分數，分數愈高，表示遊客對墾丁國家公園休閒產業觀光效益的認同程度就愈高。

表 2 墾丁國家公園休閒產業觀光效益量表因素分析摘要表

題 項	因素一	因素二	因素二
05. 提升墾丁國家公園的知名度	.70		
16. 提高遊客對觀光目的地帶來正面的形象	.70		
02. 墾丁國家公園可帶來更高的旅遊需求高峰	.67		
11. 持續提升墾丁國家公園觀光遊客的成長率	.62		
12. 墾丁國家公園是民眾最想要的觀光景點之一	.60		
01. 持續提升墾丁國家公園為國際重點觀光景點	.55		
15. 傳承墾丁國家公園當地傳統文化	.47		
04. 發揮現有旅遊景點的最大效用及創造更多收入		.81	
03. 使墾丁國家公園當地產業經濟提升		.79	
08. 吸引有高生產利潤的訪客，尤其是重複消費者		.63	
07. 使墾丁國家公園當地人收入增加		.41	
14. 遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意			.64
06. 遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇			.59
10. 遊客會期待再次到墾丁國家公園旅遊的意願			.57
13. 遊客對於墾丁國家公園的休閒娛樂感到滿意			.56
09. 遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇			.56
特 徵 值%	4.40	1.93	1.89
解 釋 變 異 量%	27.55	12.07	11.84
累積解釋變異量%	27.55	39.62	51.47

表 3 墾丁國家公園休閒產業觀光效益構面與題項對應表

因素構面	初稿題項	正式題項
當地效益	05	05. 提升墾丁國家公園的知名度
	16	14. 提高遊客對觀光目的地帶來正面的形象
	02	02. 墾丁國家公園可帶來更高的旅遊需求高峰
	11	10. 持續提升墾丁國家公園觀光遊客的成長率
	12	11. 墾丁國家公園是民眾最想要的觀光景點之一
	01	01. 持續提升墾丁國家公園為國際重點觀光景點
經濟效益	04	04. 發揮現有旅遊景點的最大效用及創造更多收入
	03	03. 使墾丁國家公園當地產業經濟提升
	08	07. 吸引有高生產利潤的訪客，尤其是重複消費者
遊客效益	14	13. 遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意
	06	06. 遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇
	10	09. 遊客會期待再次到墾丁國家公園旅遊的意願
	13	12. 遊客對於墾丁國家公園的休閒娛樂感到滿意
	09	08. 遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇

表 4 墾丁國家公園休閒產業觀光效益構面信度分析摘要表

因素構面	題 項	Cronbach's $\alpha$
當地效益	05. 提升墾丁國家公園的知名度	0.77
	14. 提高遊客對觀光目的地帶來正面的形象	
	02. 墾丁國家公園可帶來更高的旅遊需求高峰	
	10. 持續提升墾丁國家公園觀光遊客的成長率	
	11. 墾丁國家公園是民眾最想要的觀光景點之一	
	01. 持續提升墾丁國家公園為國際重點觀光景點	
經濟效益	04. 發揮現有旅遊景點的最大效用及創造更多收入	0.70
	03. 使墾丁國家公園當地產業經濟提升	
	07. 吸引有高生產利潤的訪客，尤其是重複消費者	
遊客效益	13. 遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意	0.76
	06. 遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇	
	09. 遊客會期待再次到墾丁國家公園旅遊的意願	
	12. 遊客對於墾丁國家公園的休閒娛樂感到滿意	
總 量 表	08. 遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇	0.81
	14	



### 三、資料處理

本研究採用問卷調查方式進行，以及統計分析方法包括描述統計、因素分析、獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 等統計方法處理資料，本研究中之統計顯著水準設為  $\alpha=.05$ 。

## 參、結果與討論

### 一、人口統計變項背景分析

本研究在人口統計變項背景分析，共細分為 6 大項，數據統計結果詳述如下表 5 所示。(一) 就性別而言，「男性」遊客有 136 人，佔 57.4%；「女性」有 101 人，佔 42.6%；可知本研究之應答者以『男性』居多，顯示男性比較有意願面對問題的探究。(二) 就年齡而言，「18 歲(含)以下」遊客有 33 人，佔 13.9%；「18 歲至 30 歲」遊客有 97 人，佔 40.9%；「31 歲至 40 歲」遊客有 92 人，佔 38.8%；「41 歲至 50 歲」遊客有 30 人，佔 12.7%；「51 歲(含)以上」遊客有 28 人，佔 11.8%；可知「18 歲至 30 歲」為本研究應答者居多。(三) 就教育程度而言，「國中(含)以下」遊客有 45 人，佔 19%；「高中職」遊客有 71 人，佔 30%；「大學(含)專科」遊客有 92 人，佔 38.8%；佔 30%；「研究所(含)以上」遊客有 29 人，佔 12.2%；可知本研究應答者，教育程度以「大學(含)專科」居多。(四) 就婚姻狀況而言，「已婚」遊客有 64 人，佔 27%；「未婚」遊客有 173 人，佔 73%；可知本研究應答者，婚姻狀況以「未婚」居多。(五) 就職業而言，「學生」遊客有 103 人，佔 43.5%；「公務人員」遊客有 33 人，佔 13.9%；「工」遊客有 49 人，佔 20.7%；「商」遊客有 45 人，佔 19%；「農漁牧」遊客有 7 人，

佔 3%；可知本研究應答者，職業方面以「學生」居多。(六)就個人月收入而言，「20,000 元(含)以下」遊客有 128 人，佔 54%；「20,001 至 40,000 元」遊客有 53 人，佔 22.4%；「40,001 至 60,000 元」遊客有 40 人，佔 16.9%；「60,001 元(含)以上」遊客有 16 人，佔 6.8%；可知本研究應答者，個人月收入方面以「20,000 元(含)以下」居多。

表 5 人口背景變項分析 (N=237)

變 項	組 別	次 數	百分比
性 別	男性	136	57.4
	女性	101	42.6
年 齡	18 歲(含)以下	33	13.9
	18 歲至 30 歲	97	40.9
	31 歲至 40 歲	92	38.8
	41 歲至 50 歲	30	12.7
	51 歲(含)以上	28	11.8
教育程度	國中(含)以下	45	19
	高中職	71	30
	大學(含)專科	92	38.8
	研究所(含)以上	29	12.2
婚姻狀況	已婚	64	27
	未婚	173	73
職 業	學生	103	43.5
	公務人員	33	13.9
	工	49	20.7
	商	45	19
	農漁牧	7	3
個人月收入	20,000 元(含)以下	128	54
	20,001 至 40,000 元	53	22.4
	40,001 至 60,000 元	40	16.9
	60,001 元(含)以上	16	6.8

## 二、墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之平均數差異比較分析

(一) 本研究在墾丁國家公園休閒產業觀光效益構面計分為三個構面，各構面以代表題數加總後平均分數高低加以判斷，最高5分最低1分。各構面以「遊客效益」構面 $M=3.90$ 為最高，其次依序為「當地效益」構面 $M=3.65$ 、「經濟效益」構面 $M=3.61$ 、整體墾丁國家公園休閒產業觀光效益 $M=3.72$ ，可知本研究應答者對於遊客效益最為重視，本研究各構面平均數與排序統計如表6所示。

表 6 墾丁國家公園觀光效益各構面平均數統計表 (N=237)

構 面	平均數	標準差	排 序
當地效益	3.65	.63	2
經濟效益	3.61	.64	3
遊客效益	3.90	.52	1
整體墾丁國家公園休閒產業觀光效益	3.72	.54	

(二) 本研究在墾丁國家公園休閒產業觀光效益題項總共有14題，各題項以平均分數高低加以判斷，最高5分最低1分。經過描述性統計分析後，本研究歸納出前三名最受到認同的題項，分別為「遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇」 $M=4.20$ 為最高，其次依序為「遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇」構面 $M=4.05$ ，與「遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意」構面 $M=3.84$ ，可知本研究應答者對於墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇、墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇與墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意等三個題項都是最被重視也最認同，本研究的各題項平均數與排序統計表如表7所示。

表7 墾丁國家公園休閒產業觀光效益各題項平均數統計表 (N=237)

題 項	平均數	標準差	排序
06.遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇	4.20	.59	1
09.遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇	4.05	.69	2
14.遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意	3.84	.68	3
13.遊客對於墾丁國家公園的休閒娛樂感到滿意	3.71	.81	4
12.墾丁國家公園是民眾最想要的觀光景點之一	3.69	.63	5
10.遊客會期待再次到墾丁國家公園旅遊的意願	3.69	.76	6
02.墾丁國家公園可帶來更高的旅遊需求高峰	3.68	.75	7
01.持續提升墾丁國家公園為國際重點觀光景點	3.66	.81	8
16.提高遊客對觀光目的地帶來正面的形象	3.64	.74	9
11.持續提升墾丁國家公園觀光遊客的成長率	3.63	.74	10
05.提升墾丁國家公園的知名度	3.62	.76	11
04.發揮現有旅遊景點的最大效用及創造更多收入	3.62	.77	12
03.使墾丁國家公園當地產業經濟提升	3.62	.79	13
08.吸引有高生產利潤的訪客，尤其是重複消費者	3.60	.74	14

### 三、不同人口統計變項在墾丁國家公園休閒產業觀光效益差異分析

#### (一) 不同性別在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析

統計結果顯示(表8)，不同性別之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益各子構面，均未達顯著水準，亦即性別不同，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上均無顯著差異。

表 8 不同性別在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表 (N=237)

構面	性別	個數	平均數	標準差	自由度	t 值
當地效益	男性	136	3.68	0.65	235	0.26
	女性	101	3.65	0.60		
經濟效益	男性	136	3.66	0.64	235	0.14
	女性	101	3.65	0.64		
遊客效益	男性	136	3.76	0.50	235	1.23
	女性	101	3.68	0.55		

\* $p < .05$ 

## (二) 不同年齡在墾丁國家公園觀光效益之差異分析

統計結果顯示(表 9)，不同年齡之遊客，在墾丁國家公園觀光效益上各子構面，均未達顯著水準，亦即年齡不同，在墾丁國家公園觀光效益上均無顯著差異。

表 9 不同年齡在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表 (N=237)

構面	年齡	個數	平均數	標準差	自由度	F 值
當地 效益	18 歲(含)以下	33	3.87	0.66	組間 4	1.63
	19-30 歲	97	3.57	0.56	組內 232	
	31-40 歲	49	3.68	0.73		
	41-50 歲	30	3.75	0.67		
	51 歲(含)以上	28	3.66	0.52		
經濟 效益	18 歲(含)以下	33	3.77	0.75	組間 4	.50
	19-30 歲	97	3.59	0.53	組內 232	
	31-40 歲	49	3.68	0.74		
	41-50 歲	30	3.68	0.66		
	51 歲(含)以上	28	3.67	0.66		
遊客 效益	18 歲(含)以下	33	3.87	0.55	組間 4	.90
	19-30 歲	97	3.68	0.46	組內 232	
	31-40 歲	49	3.74	0.54		
	41-50 歲	30	3.68	0.63		
	51 歲(含)以上	28	3.75	0.55		

\* $p < .05$

### (三) 不同教育程度在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析

統計結果顯示(表 10)，不同教育程度之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上各子構面，均未達顯著水準，亦即教育程度不同，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上均無顯著差異。

表10 不同教育程度在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表 (N=237)

構面	教育程度	個數	平均數	標準差	自由度	F 值
當地 效益	國中(含)以下	45	3.83	0.68	組間 3	2.35
	高中職	71	3.67	0.59	組內 233	
	大學(含)專科	92	3.55	0.60		
	研究所(含)以上	29	3.77	0.67		
經濟 效益	國中(含)以下	45	3.71	0.74	組間 3	1.10
	高中職	71	3.74	0.59	組內 233	
	大學(含)專科	92	3.57	0.63		
	研究所(含)以上	29	3.65	0.65		
遊客 效益	國中(含)以下	45	3.84	0.53	組間 3	.87
	高中職	71	3.69	0.44	組內 233	
	大學(含)專科	92	3.71	0.53		
	研究所(含)以上	29	3.72	0.67		

\* $p < .05$

### (四) 不同婚姻狀況在墾丁國家公園休閒產業觀光效益差異分析

統計結果顯示(表 11)，不同婚姻狀況之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益各子構面，均未達顯著水準，亦即婚姻狀況不同，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上均無顯著差異;其研究結果與林正忠(2003)、陳昭元(2010)和薛彥清(2007)的研究結果相符。

表 11 不同婚姻狀況在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表

構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	自由度	t 值
當地 效益	已婚	64	3.71	.61	235	.59
	未婚	173	3.65	.63		
經濟 效益	已婚	64	3.69	.65	235	.50
	未婚	173	3.64	.64		
遊客 效益	已婚	64	3.70	.60	235	-.51
	未婚	173	3.74	.49		

\* $p < .05$ 

## (五) 不同職業在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析

統計結果顯示(表 12)，不同職業之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上各子構面，均未達顯著水準，亦即職業不同，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上均無顯著差異；其研究結果與林正忠(2003)、陳昭元(2010)和薛彥清(2007)的研究結果相符。

表 12 不同職業在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表

構面	職業	個數	平均數	標準差	自由度	F 值
當地 效益	學生	103	3.68	0.61	組間 4	.69
	公務人員	33	3.51	0.52	組內 232	
	工	49	3.69	0.73		
	商	45	3.73	0.60		
	農漁牧	7	3.57	0.67		
經濟 效益	學生	103	3.66	0.61	組間 4	.19
	公務人員	33	3.57	0.53	組內 232	
	工	49	3.69	0.76		
	商	45	3.68	0.65		
	農漁牧	7	3.64	0.74		
遊客 效益	學生	103	3.73	0.47	組間 4	.11
	公務人員	33	3.74	0.53	組內 232	
	工	49	3.75	0.58		
	商	45	3.68	0.55		
	農漁牧	7	3.78	0.75		

\* $p < .05$

## (六) 不同個人收入在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析

統計結果顯示(表 13)，不同個人收入之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之「當地效益」構面達顯著差異 ( $p<.05$ )，經 Scheffè 事後比較得知個人收入「20,000 元(含)以下」( $M=3.85$ ) 之遊客在「當地效益」構面中，高於「20,001 至 40,000 元」( $M=3.56$ )，此結果與陳昭元(2010)的研究結果相符。其他構面則不同個人收入，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之「經濟效益」構面、「遊客效益」構面皆看不出呈顯著差異。

表13 不同個人收入在墾丁國家公園休閒產業觀光效益之差異分析表

構面	個人收入	個數	平均數	標準差	自由度	F 值	Scheffe 法 事後比較
當地 效益	20,000 元(含)以下	53	3.85	0.66	組間 3	3.02 *	1>2
	20,001 至 40,000 元	128	3.56	0.61	組內 3		
	40,001 至 60,000 元	40	3.75	0.58	3		
	60,001 元(含)以上	16	3.68	0.65	3		
經濟 效益	20,000 元(含)以下	53	3.74	0.71	組間 3	1.85	
	20,001 至 40,000 元	128	3.60	0.60	組內 3		
	40,001 至 60,000 元	40	3.80	0.63	3		
	60,001 元(含)以上	16	3.43	0.68	3		
遊客 效益	20,000 元(含)以下	53	3.83	0.47	組間 3	1.01	
	20,001 至 40,000 元	128	3.69	0.51	組內 3		
	40,001 至 60,000 元	40	3.76	0.59	3		
	60,001 元(含)以上	16	3.65	0.59	3		

\*  $p<.05$ 

註：1. 20,000元(含)以下；2. 20,001至40,000元；3. 40,001至60,000元；4. 60,001元(含)以上



## 肆、結論與建議

### 一、結論

#### (一) 瞭解墾丁國家公園遊客的人口統計變項之情況

經背景特性調查分析顯示，受訪之遊客以「男性」居多，年齡以「18 歲至 30 歲」居多，教育程度以「大學（含）專科」程度居多，婚姻狀況以「未婚」居多，職業以「學生」比例最高，個人月收入方面以「20,000 元(含)以下」居多。

#### (二) 探討遊客對墾丁國家公園休閒產業觀光效益之現況

本研究在墾丁國家公園休閒產業觀光效益構面計分為 3 個構面，各構面以代表題數加總後平均分數高低加以判斷，最高 5 分最低 1 分。各構面以「遊客效益」構面  $M=3.90$  為最高，其次依序為「當地效益」構面  $M=3.65$ ，與「經濟效益」構面  $M=3.61$ ，以及整體墾丁國家公園休閒產業觀光效益  $M=3.72$ ，可知本研究應答者對於遊客效益最為重視，因為遊客主要是利用假日期間來旅遊與渡假，所以遊客會較注重遊客效益為主，其中包含受訪者對於遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇、墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意、遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇、遊客對於墾丁國家公園休閒娛樂感到滿意以及遊客會期待再次到墾丁國家公園旅遊的意願等遊客效益，所以墾丁國家公園旅遊景點與休閒娛樂的選擇繁多，遊客旅遊完也感到相當滿意，進而會有期待再次墾丁國家公園旅遊的意願。

本研究在墾丁國家公園休閒產業觀光效益題項總共有 14 題，各題項以平均分數高低加以判斷，最高 5 分最低 1 分。經過描述性統計分析後，本研究歸納

出前三名最受到認同的題項，分別為「遊客有更多墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇」 $M=4.20$  為最高，其次依序為「遊客有更多墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇」構面  $M=4.05$ ，與「遊客對於墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意」構面  $M=3.84$ ，可知本研究應答者對於墾丁國家公園當地旅遊景點的選擇、墾丁國家公園當地休閒娛樂的選擇與墾丁國家公園觀光旅遊景點感到滿意等三個題項都是最被重視也最認同，所以遊客可以有更多的選擇來決定想要去的旅遊景點和想要從事的休閒娛樂，也是民眾為何在假日都會至墾丁度假的主要原因之一。

### (三) 分析不同遊客的人口統計變項在墾丁國家公園休閒產業觀光效益差異情形

墾丁國家公園休閒旅遊的地方與種類相當多也相當有趣，所以遊客可以擁有旅遊體驗與休閒娛樂可滿足不同性別之遊客；墾丁國家公園休閒旅遊景點是老少咸宜的景點，所以參與墾丁國家公園旅遊是沒有年齡上的限制；墾丁國家公園為國際觀光景點勝地是很吸引遊客至此觀光，因此在不同教育程度之遊客均無顯著差異；墾丁國家公園休閒娛樂種類相當多，遊客可有多重選擇，故在不同婚姻狀況及不同職業之遊客於休閒產業觀光效益上研究顯示均無顯著差異。

在不同個人收入之遊客，在墾丁國家公園休閒產業觀光效益上之「當地效益」構面達顯著差異 ( $p<.05$ )。本研究經 Scheffè 事後比較得知個人收入「20,000 元（含）以下」之遊客在「當地效益」構面高於「20,001 至 40,000 元」，此研究結果顯示在 20,000 元（含）以下收入的遊客比較注重當地觀光的效益高於 20,001 至 40,000 元的遊客，在 20,000 元（含）以下收入的遊客於本研究的受訪者大多數為學生族群，與一般上民眾有相當的落差達顯著差異。因此可知，墾

丁國家公園為重點觀光景點，是民眾最想要的觀光景點之一，其具正面的觀光效益層面。交通部運研所(2002)預測西元 2040 年墾丁地區遊客數將成長至 740 萬~983 萬人次，平均年成長率為 0.8%~1.5%，假日遊客量為 5 萬~6.6 萬人次，平常日為 2.3 萬~3 萬人次。有此可知，墾丁國家公園的知名度已經擁有國際化的水準，因此遊客對於墾丁國家公園觀光景點都有正面的看法，並帶動當地觀光的效益。

## 二、建議

黃永鈴、鄭瑞萍(2010)指出暑假期間的各景點總是擠滿遊客，以墾丁來說，這陣子志工發現，遊客多時的垃圾量暴增至少一倍以上，為了保護環境，恆春地區的慈濟志工不怕累，更加緊腳步做環保。志工呼籲遊客，不要製造太多垃圾，享受環境，也要愛護這片大地。所以建議政府單位必須做好環境保護宣傳與對環境的品質管理，讓墾丁永遠成爲一個自然豐富的寶地，如果還不好好的管理與保護，將會在 10 年或 20 年後就再也無法看到墾丁的豐富資源了。

在本研究中主要是針對墾丁國家公園觀光效益進行調查研究，以了解當地的觀光效益現況，後續研究者可增加其他研究變項或研究地點來作分析與探討。

## 參考文獻

尤若弘、何篤光、沈志堅(2009)。墾丁地區水域休閒運動遊客滿意度調查研究。

*海洋休閒管理學刊*，2，13-27。

交通部運研所(2002，9月)。興建與營運屏東大鵬灣至恆春、墾丁地區軌道系

統可行性研究。資料引自 <http://hljluis.pixnet.net/blog/post/31104542>

邱浩政(2006)。社會與行爲科學的量化研究與統計分析。臺北市：五南圖書

出版股份有限公司。

林正忠 (2003)。鹽水蜂炮民俗活動觀光效益之研究—以 2003 年活動為例。未出版碩士論文，國立台南大學鄉土文化研究所，台南市。

陳昭元 (2010)。龍潭端午節龍舟競賽觀光效益影響之研究。未出版博士論文，中國文化大學體育研究所，台北市。

黃永鈴、鄭瑞萍 (2010)。暑假墾丁遊客暴增，志工穿梭忙回收。2010 年 7 月 16 日，取自 <http://www.newdaai.tv/?view=print&id=58882>

劉志鈺、賈凡、張志青(2009)。墾丁地區遊客特性與旅遊滿意度之研究。國立虎尾科技大學學報，28(1)，127-138。

薛彥清 (2007)。澎湖海上花火節之觀光效益研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學體育研究所，台北市。

墾丁國家公園管理處 (2010)。認識墾丁，資源介紹。資料引自 <http://www.ktnp.gov.tw>

Brown, G. (2005). Mapping spatial attributes in survey research for natural resource management: Methods and applications. *Society and Natural Resources*, 18(1), 17-39.

Brown, G., & Raymond, C. (2007). The relationship between place attachment and landscape values: Toward mapping place attachment. *Applied Geography*, 27, 89-111.

Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity, *psychometrika*, 39, 31-36.

Kotler, P., Bowen. J., & Makens, J. (1999). *Marketing for hospitality and tourism*(2nd ed). UK: Prentice-Hall.

Williams, D. R., & Patterson, M. E. (1996). Environment meaning and ecosystem management: Perspectives from environmental psychology and human geography. *Society and Natural Resources*, 9(5), 507-521.