

2013第十五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇

景觀偏好與情緒體驗對風景願付價格之研究 —以日月潭國家風景區為例

黃宜瑜 東海大學景觀學系 助理教授

侯錦雄 虎尾科技大學文理學院 院長

呂美蓉 東海大學景觀學系 研究生

發表日期：2013.8.28

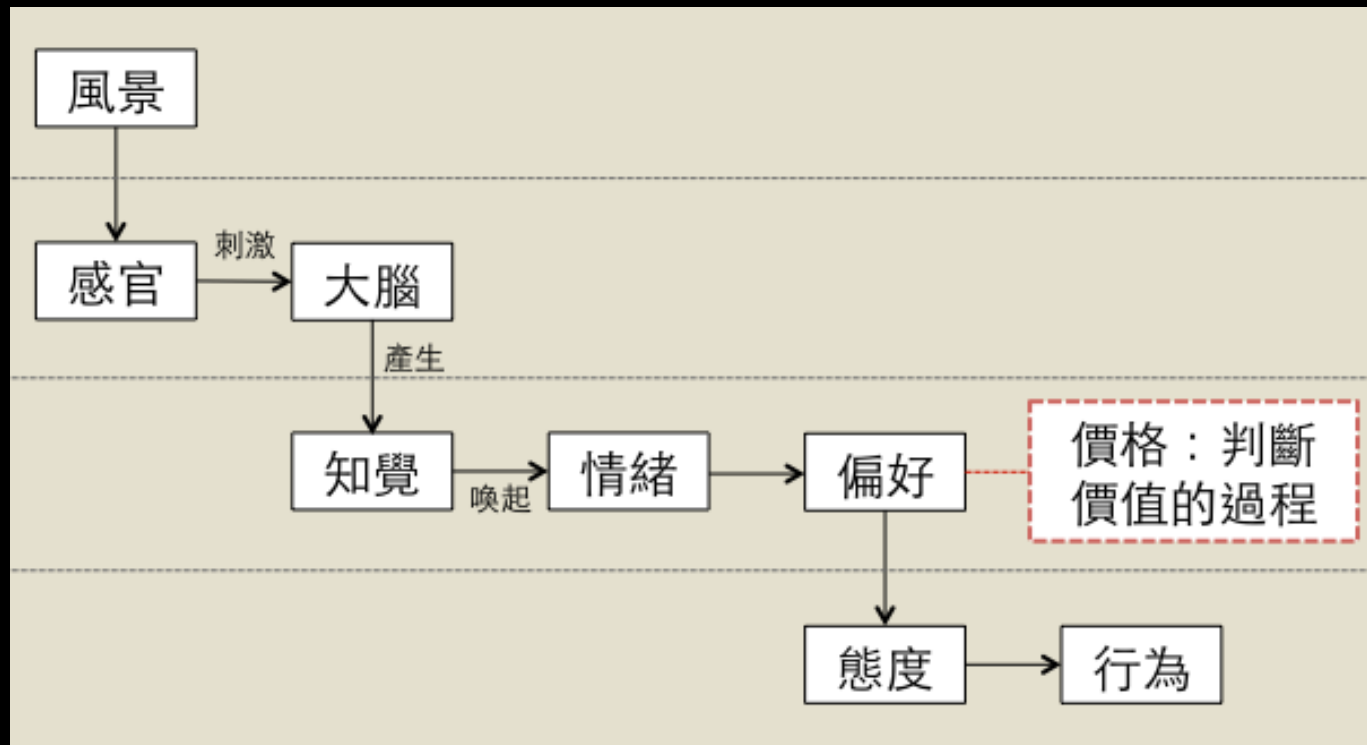
計畫編號：NSC 100-2632-H-029-002-MY3¹

問題意識形成、研究目的

- **國家風景區收費之可行性評估** 觀光遊憩需求大增，為提昇國家風景區的品質與永續經營管理，交通部觀光局正進行國家風景區收費之可行性。
- **自然賞景活動為旅遊時最主要的遊憩活動** 民眾旅遊時主要從事的遊憩活動以自然賞景活動的比例最高，佔約六成(59.8%)。其中又以觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光，溪流瀑布等(38.8%)、森林步道、登山、露營(29.3%)、觀賞植物等(21.0%)為最高（交通部觀光局統計資料）。
- **旅遊地景緻為遊客造訪旅遊目的地的重要吸引力** 遊客在旅遊過程中相當注重旅遊地景緻與其所帶來的感受。在人與自然景觀的互動關係中，最重要的便是個人本身的美學(景觀偏好)與情緒體驗之因素(Shafer & Mietz, 1970)。
- **不同風景會對遊客產生不同的價值**



文獻回顧



風景價值

轉換為具體的數據

評值

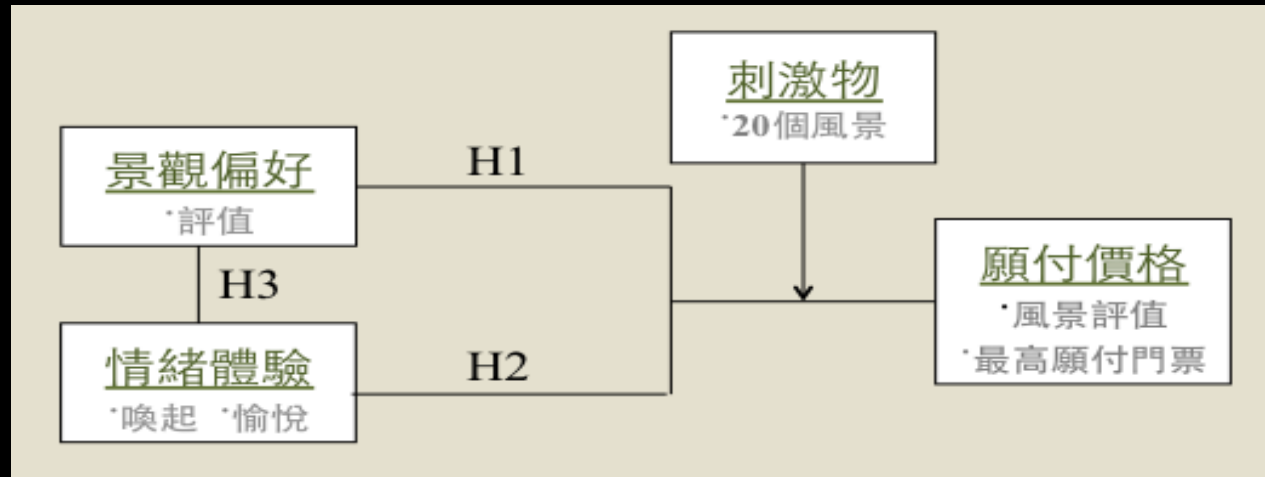
價格

研究目的 探討遊客個人之景觀偏好與情緒體驗對願付價格之影響。

研究目的、架構、假設

- 研究目的 (一) 探討景觀偏好與願付價值間之關係
(二) 探討情緒體驗與願付價值間之關係
(三) 探討景觀偏好與情緒體驗間之關係

- 研究架構



- 研究假設H1 景觀偏好與願付價格有相關
- 研究假設H2 情緒體驗與願付價格有相關
- 研究假設H3 景觀偏好與情緒體驗有相關

研究工具

- **刺激物** 五大類型景觀(山水、設施、文化、遊憩、建物)、各選**4**張代表、再分為**AB**二組、每組**10**張、主要為日管處官網上之照片、再輔以少數個人拍攝之照片。

- **採自填結構式問卷**

- **共分為四部分**

可吸引注意與使情緒激動或興奮

(一)景觀偏好：以Kaplan & Kaplan (1982)景觀偏好理論，測量個人對每張風景照片的喜好程度、**1=不喜歡**~**5=非常喜歡**、共有**20**張照片、分**A B**兩組進行測試。

得到正面情緒與快樂的感覺

(二)情緒體驗：以Russell & Pratt(1980)情緒環狀圖為基礎，測量個人觀賞風景照片後產生的情緒感受、分為喚起&愉悅、**1=極弱**~**5=極強**。

(三)願付價格：個人心中願意為此風景付出之最高價格、以風景評值(**1~100**分)&門票價格(\$\$, CVM中之直接詢價法)進行測量。

(四)基本屬性：性別、年齡...等

刺激物

1.山水

2.設施

3.文化

4.遊憩

5.建物

A組



P01 貓囑山茶業改良場



P03 向山自行車道



P05 慈恩塔



P07 水里蛇窯



P09 明湖水庫



P02 車埕



P04 慈恩塔步道



P06 車埕火車站



P08 草埔濕地



P10 向山行政暨遊客中心

B組



P01 拉魯島



P03 水社大山步道



P05 文武廟



P07 日月潭纜車



P09 集集攔河堰



P02 泥炭土活盆地



P04 集集綠色隧道



P06 耶穌堂



P08 伊達邵碼頭



P10 水社遊客中心

來源：慈恩塔、向山行政暨遊客中心、文武廟、耶穌堂與伊達邵碼頭為攝影者傅學俞提供，其餘為潭國家風景區官方網站。

研究對象、抽樣、分析方法

- **研究對象** 日月潭國家風景區現地遊客
- **施測時間** 2013年7月19-20日
- **施測地點** 向山遊客中心、伊達邵碼頭、水社碼頭、玄光寺碼頭
- **問卷數量** 發放393份，37份廢卷，共獲得356份有效問卷
- **抽樣方式** 立意抽樣
- **分析方法** 描述性統計、Pearson積差相關



描述性統計

- 社經屬性 女性、19-29歲、學士/碩士、學生、未婚
- A組 \cong B組

變項	定義	A組	B組
		%	%
性別	男	38.8	39.9
	女	61.2	60.1
年齡	18歲以下	3.4	3.4
	19-29歲	66.9	67.4
	30-44歲	21.9	21.3
	45-59歲	7.3	7.3
	60歲以上	0.6	0.6
學歷	國中(含以下)	5.1	3.9
	高中職	9.0	11.2
	大專/學士	50.0	51.7
	碩士	34.8	32.6
	博士	1.1	.6

變項	定義	A組	B組
		%	%
職業	學生	36.0	37.1
	農林漁牧礦	2.8	3.4
	製造營造	9.6	9.6
	工商服務	11.8	13.5
	公共行政	4.5	3.9
	社會服務 個人服務業	11.8	7.9
	自由業	9.0	9.0
	退休	1.7	2.8
	其他	12.9	12.9
	婚姻	未婚	76.4
已婚		23.6	24.7

描述性統計

- **社經屬性**
無經常性收入、
北部/中部、
到日月潭1~4次
- **A組≅B組**

變項	定義	A組	B組
		%	%
月平均所得	無經常性收入	30.9	30.3
	20,000或以下	14.6	16.9
	20,001-30,000	18.5	16.9
	30,001-40,000	18.5	18.5
	40,001-50,000	6.7	3.9
	50,001-60,000	3.9	6.2
	60,001-70,000	3.9	3.9
	70,001-80,000	.6	1.1
	80,001-90,000	.6	.6
	90,000或以上	1.7	1.7
現居地	北部	41.6	45.5
	中部	44.9	41.6
	南部	12.4	12.4
	東部	.6	0
	離島	.6	0.6
最近一年造訪日月潭的次數	1次	47.2	49.4
	2-4次	34.3	33.7
	5-10次	10.7	10.1
	11次或以上	7.9	6.7

景觀偏好

- 評值
1: 極弱
5: 極強
- 偏好
1st 山水
2nd 設施
- 不偏好
1st 建物
2nd 文化

類別	編號/名稱	景觀偏好 平均數	排序	平均數	總排序
1 山水	A01. 貓囓山茶業改良場	3.7	4	3.7	1
	A02. 車埕	3.4	9		
	B01. 拉魯島	4.3	1		
	B02. 泥炭土活盆地	3.4	10		
2 設施	A03. 向山自行車道	3.9	3	3.5	2
	A04. 慈恩塔步道	3.3	11		
	B03. 水社大山步道	3.0	14		
	B04. 集集綠色隧道	3.9	2		
4 文化	A05. 慈恩塔	2.9	17	3.0	4
	A06. 車埕火車站	3.3	12		
	B05. 文武廟	2.8	18		
	B06. 耶穌堂	2.9	16		
遊憩	A07. 水里蛇窯	3.5	6	3.3	3
	A08. 草湳濕地	3.0	15		
	B07. 日月潭纜車	3.4	7		
	B08. 伊達邵碼頭	3.4	8		
5 建物	A09. 明湖水庫	3.2	13	2.9	5
	A10. 向山行政暨遊客中心	3.6	5		
	B09. 集集攔河堰	2.7	19		
	B10. 水社遊客中心	2.3	20		

情緒體驗

- 評值

1: 極弱

5: 極強

- 喚起、愉悅

1st : 山水

2nd : 設施

- 不喚起、不愉悅

1st : 建物

2nd : 文化

類別	編號/名稱	喚起因子				愉悅因子			
		平均數	排序	平均數	總排序	平均數	排序	平均數	總排序
1 山水	A01. 貓囑山茶業改良場	3.4	4	3.5	1	3.7	4	3.6	1
	A02. 車埕	3.2	12			3.2	11		
	B01. 拉魯島	4.1	1			4.1	1		
	B02. 泥炭土活盆地	3.2	9			3.3	9		
2 設施	A03. 向山自行車道	3.7	2	3.3	2	3.8	3	3.5	2
	A04. 慈恩塔步道	3.2	10			3.4	7		
	B03. 水社大山步道	2.9	15			2.9	14		
	B04. 集集綠色隧道	3.6	3			3.8	2		
4 文化	A05. 慈恩塔	2.9	14	2.9	4	2.7	17	2.8	4
	A06. 車埕火車站	3.2	11			3.1	12		
	B05. 文武廟	2.7	18			2.6	18		
	B06. 耶穌堂	2.9	16			2.8	16		
遊憩	A07. 水里蛇窯	3.3	7	3.2	3	3.2	10	3.2	3
	A08. 草湳濕地	2.8	17			2.9	15		
	B07. 日月潭纜車	3.4	5			3.4	6		
	B08. 伊達邵碼頭	3.3	8			3.3	8		
5 建物	A09. 明湖水庫	3.0	13	2.8	5	3.0	13	2.8	4
	A10. 向山行政暨遊客中心	3.4	6			3.5	5		
	B09. 集集攔河堰	2.5	19			2.5	19		
	B10. 水社遊客中心	2.1	20			2.1	20		
平均數		3.14				3.18			

最高願付門票價格

- 比例最高
1~50元 (近四成)
- 比例次高
0元 (近二成五)
- 比例次次高
50~100元 (近二成)

最高願付 門票價格	20張風景照片 累計人數	%
0元	892	25.1
1~50元	1393	39.1
51~100元	726	20.4
101~150元	244	6.9
151~200元	187	5.3
201元以上	118	3.3
累加次數	3560	100.0

類別	編號/名稱	風景評值				編號/名稱	願付門票價格				
		平均數	排序	平均數	總排序		平均數	排序	平均數	總排序	
山水	A01. 貓囓山茶業改良場	77.4	4	76.8	1	A01. 貓囓山茶業改良場	88.4	4	86.0	1	
	A02. 車埕	72.4	10			A02. 車埕	76.3	5			
	B01. 拉魯島	84.9	1			B01. 拉魯島	114.0	1			
	B02. 泥炭土活盆地	72.7	9			B02. 泥炭土活盆地	65.2	10			
設施	A03. 向山自行車道	79.7	2	74.6	2	A03. 向山自行車道	98.7	2	62.4	3	
	A04. 慈恩塔步道	72.9	8			A04. 慈恩塔步道	61.9	11			
	B03. 水社大山步道	67.8	15			B03. 水社大山步道	43.0	17			
	B04. 集集綠色隧道	77.8	3			B04. 集集綠色隧道	70.1	9			
文化	A05. 慈恩塔	68.6	14	67.5	4	A05. 慈恩塔	53.4	13	47.3	4	
	A06. 車埕火車站	71.9	11			A06. 車埕火車站	54.4	12			
	B05. 文武廟	63.8	18			B05. 文武廟	37.1	18			
	B06. 耶穌堂	65.7	17			B06. 耶穌堂	44.5	16			
遊憩	A07. 水里蛇窯	73.0	6	71.2	3	A07. 水里蛇窯	72.1	6	71.0	2	
	A08. 草湳濕地	67.3	16			A08. 草湳濕地	46.7	15			
	B07. 日月潭纜車	73.0	7			B07. 日月潭纜車	92.0	3			
	B08. 伊達邵碼頭	71.5	12			B08. 伊達邵碼頭	70.2	8			
建物	A09. 明湖水庫			<ul style="list-style-type: none"> 顏色表示：風景排名≠門票排名 → 不一致 黃色：門票排名 > 風景排名 → 較願意付費 紅色：門票排名 < 風景排名 → 較不願意付費 							
	A10. 向山行政暨遊客中心										
	B09. 集集攔河堰										
	B10. 水社遊客中心										
平均數		71.1				64.5					

假設檢定

- 研究假設H1 景觀偏好與願付價格有相關

變項	檢定方法	風景評值	最高願付門票價格
景觀偏好	Pearson相關	.618*** (.000)	.206** (.006)

- 檢定結果
 - 景觀偏好與風景評值間呈中度正相關
 - 景觀偏好與最高願付門票價格間呈低度正相關
- 結論 遊客雖會對自己比較偏好的風景給予較高的評價，但仍不願意為此種景觀付出較高門票費用。

假設檢定

- 研究假設H2 情緒體驗與願付價格有相關

變項		檢定方法	風景評值	最高願付門票價格
情緒 體驗	喚起因子	Pearson 相關	.547*** (.000)	.209** (.005)
	愉悅因子	Pearson 相關	.599*** (.000)	.215** (.004)

- 檢定結果

— 情緒體驗與風景評值間呈**中度正相關**

— 情緒體驗與最高願付門票價格間呈**低度正相關**

- 結論 遊客雖會對較能誘發喚起情緒或愉悅情緒的景觀給予較高的評價，
但仍**不願意**為此種景觀付出較高門票費用

假設檢定

- 研究假設H3 風景評值與最高願付門票價格有相關

變項	檢定方法	最高願付門票價格
風景評值	Pearson 相關	.278*** (.000)

- 檢定結果

— 風景評值與最高願付門票價格間呈低度正相關

- 結論 遊客對風景評值高的景觀仍不願意為其多付出門票的代價。

結論與建議

- **高達四分之一的抗議樣本** 認為國家風景區為**公共財**，民眾已經繳稅，因此，國家理當撥經費經營、維護管理。
- **四分之三願意付費小額費用** 但也有四分之三認為收費可以**控制遊客量**，提高遊憩品質與旅遊地品質。
- **偏好 >>> 願付價格** 在風景區收取門票費的議題上，喜歡**不代表**願意為此付出門票費用。
- **設施風景 <<< 遊憩風景** 若真的要收費，遊客較願以為**山水與遊憩景點**付費，比較不願意為**設施與建物**付費。

結論

1. 若管理處欲進行門票收費，需強力宣導、說明，且費用也不宜太高(例如50元)，以降低遊客反彈的聲浪。
2. 培養使用者付費觀念。
3. 利用收費調節遊客總量，維護遊憩品質。

