

## 地方依附在生態旅遊地管理上的意涵 —以陽明山國家公園為例

林裕強<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>國立台灣師範大學地理系；<sup>2</sup>通訊作者 E-mail: [yclin@mail.knu.edu.tw](mailto:yclin@mail.knu.edu.tw)

**[摘要]** 過去研究常透過永續指標、承載量、遊客守則等防範措施的制訂來管理生態旅遊地，本研究則試著從人地關係的觀點，探討遊客地方依附程度的強弱對於生態旅遊地的管理可能有的意涵。以問卷方式調查陽明山國家公園二子坪步道及陽明公園的遊客共 284 份，結果顯示高年齡、高收入、退休及家庭主婦族群，或是從事生態旅遊的遊客有較強的地方依附程度，而依附程度較強的遊客伴隨而來的是有較高程度的負責任環境行為，以及比較願意重複到訪該地、會對親朋好友推薦該地方、並較願意支付費用等較強的行為意圖；另外也發現地方認同與行為意圖、負責任環境行為之間的相關程度比地方依賴還高。這些皆表示管理單位除了制訂防範措施來保護環境資源以外，如果能夠嘗試去提升遊客對於地方的依附程度，便可能從遊客行為面來減低生態資源受到的負面壓力，並因此適當增加資源保育與維護所需的經費，而這其中，情感性依附所帶來的功效，又比功能性依附還大。

**關鍵字：**生態旅遊，地方依附，負責任環境行為，行為意圖

## Meanings of Place Attachment to Ecotourism Sites Management: a Case Study of Yangmingshan National Park

Yu-Chiang Lin<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Department of Geography, National Taiwan Normal University; <sup>2</sup>Corresponding author E-mail: [yclin@mail.knu.edu.tw](mailto:yclin@mail.knu.edu.tw)

**ABSTRACT** Past researchers usually used planning tools like sustainable indicators, carrying capacity, and tourist guidelines to manage ecotourism sites. This study attempts to explore the meanings of place attachment to ecotourism sites management from a perspective of man-land relationship. An questionnaire survey was conducted at Yangmingshan National Park to collect data from visitors and 284 valid questionnaires were obtained. Results reflect visitors who were older, high-income earners, or ecotourists have greater intensity of place attachment. The stronger place attachment the visitors have, the higher level of environmental responsible behavior (ERB) and behavior intention they'll be. It indicates that if management administrations could promote the sense of place attachment for visitors, they may minimize the stress of environment, and boost resource management and conservation funding from their entrance fees. Not just set carrying capacity for these sites.

**Keywords:** ecotourism, place attachment, environmental responsible behavior, behavior intention

## 前言

對於一個生態旅遊地而言，除了透過承載量的管制、永續指標的監測等防範措施外，有沒有更為積極的途徑可以協助生態旅遊進行管理，以達成其所追求的目標？

生態旅遊是指遊客到自然地區進行一種以環境為主的責任旅遊，小心的不去造成負面衝擊，並藉著經濟消費來協助當地資源保育及為居民製造社會、經濟利益(Ceballos-Lascurain 1996)。由此可見生態旅遊的精神是追求資源、當地社區與觀光發展三者之間微妙的平衡(Tsaur *et al.* 2006)，透過高品質的自然體驗可使遊客增加環境意識，進而提倡資源保育(Orams 1995, Bottrill and Pearce 1995)。而如果能以適當觀光收入支持，除了可以有更多的經費來協助資源的維護(More and Stevens 2000)，觀光客帶來的收益也能適當幫助當地政府改善社會福利、交通及設施(Cater 1994, Ross and Wall 1999a)。

生態旅遊試著將遊客引入了自然地區，但過多觀光發展帶來的遊憩壓力卻也可能導致生態資源無法恢復的損壞(WTO 1996)。就國內生態旅遊發展的情況而言，目前只要是到戶外景點進行的旅遊，幾乎都標榜是生態旅遊（行政院永續發展委員會 2005），但經營者對於自然環境的限制缺乏認知，卻導致許多旅遊地點受到超限的開發，例如綠島、清境農場、谷關、及內灣等。

因此行政院永續發展委員會(2005)提出了生態旅遊白皮書，希望從政策面的考量來採取必要的管理與防範措施，避免更多生態旅遊據點步上過渡開發與破壞的後塵，而學術界也常透過永續指標(如 Ross and Wall 1999a, b, Tsaur *et al.* 2006)、承載量(如林晏州 2003, 曹勝雄等 2004)、遊客守則(朱芝緯、王鑫 2000)等的制訂來管理遊客的衝擊。但除了這些限制與控管措施之外，有沒有更為

積極的途徑可以協助來達成目標，促進生態旅遊地開發與保育之間的平衡？

地方依附(place attachment)意指人對於地方產生了情感與功能上的依賴(Tuan 1977, 呂怡儒 2001, Williams and Vaske 2003)，如果遊客對於生態旅遊景點產生了依附感，或許也可能對於景點有更多負責任的環境行為及更高的忠誠度。諸多學者已經提出一般遊憩區若能滿足遊客特定活動需求或心靈滿足，便有發展出地方依附關係的可能(Moore and Graefe 1994, McCool and Martin 1994, Hammit and Cole 1998, 劉俊志 2004)，而生態旅遊者的旅遊方式是更為深入文化與環境內涵(Ceballos-Lascurain 1988, Kurt 1989)，因此本研究推論生態旅遊者與一般遊客對於景點的地方依附程度應有所不同。而 Vaske and Kobrin (2001)曾提出青少年如果在日常生活中對當地自然資源有較強依附感會影響到負責任的環境行為，故可推論依附程度比較強的遊客也會比較主動減少對環境造成壓力。另外，地方依附意指對地方具有永恆的期待且願意去促進地方的發展(Tuan 1977, 蔡秀玲 1998, 呂怡儒 2001)，這或許也意味著擁有較強地方依附感的遊客會有較高的再遊意願、願付價格等行為意圖(Behavior Intention)。

上述關係如果能夠得到肯定的答案，則相關生態旅遊地的管理單位未來在做景點規劃管理時，除了利用限制遊客的入園數量、設定環境管制規章等措施來尋求生態旅遊地開發與保育之間的平衡之外，也可嘗試從地方依附的角度切入，去提升遊客對於生態景點的依附程度，這樣便可能從遊客行為面來減低生態資源受到的負面壓力，並因此適當增加資源保育與維護所需的經費。

## 文獻回顧

### 一、地方依附

最初心理學研究的依附概念是源自於嬰兒對母親產生的依附行為，後續研究發現人也會對觀念、人、事、物、文化、過去的經驗或是地方產生依附的情感。而地方依意指對地方具有正面的情感，獲得來自地方的滿足，對地方具有永恆的期待且願意去維持或促進地方的發展(Tuan 1977, 蔡秀玲 1998, 呂怡儒 2001)。

地方依附在前人的研究中多認為是從地方獲取的一種感情信念的過程，當地方承載了個人的情感與人際關係，給予生命特殊的意義與價值，對地方發展出認同及歸屬感，則會發展出地方認同(place identity)(Shamai 1991, Giuliani and Feldman 1993, Moore and Graefe, 1994 李英弘、林朝欽 1997)。地方認同被認為是自我認同的一部份(Proshansky *et al.* 1983)，可以提高自尊(Korpela 1989)，增加對於地方的歸屬感(Relph 1976, Tuan 1980)。

另一方面，有學者認為一個地方的功能，若可以滿足特定的需求或活動，對地方產生功能性依賴的情緒，則會發展出地方依賴(place dependence)(Giuliani and Feldman 1993, Riley 1992, Stokols and Shumake 1981, Williams and Vaske 2003)。地方依賴則是一種功能性的依附(a functional attachment)，表示了一個地方所能提供特定目的及活動之重要性，或是在與其他地方相較下，可以滿足特定需求目的之能力(Stokols and Shumaker 1981, Williams and Vaske 2003)，這種功能性的依賴是取決於實質環境的特性；例如當這個地方的距離比較近，允許人們時常去拜訪時，則功能性的地方依賴程度會逐漸增加。Williams and Vaske (2003)以輕艇活動為例，說明地方依賴的產生，在一條較小且坡度等級二及三的小河中，雖然不是一個良好的輕艇活動的場所，但是如果這個地方距離其所居住的地方較近，而可以使其經常在河流中練習操艇的技能，於是地方依

賴就可能在這樣的環境關係中產生。

綜上所述，本研究將地方依附定義為遊客對旅遊景點具有正面的情感，在遊程中獲得滿足，對該景點具有永恆的期待且願意去維持或促進該地的發展，這種依附屬於情感性的部分稱為地方認同，屬於機能性依附的部分稱為地方依賴。

以往地方依附的研究，通常是在於人造的環境之中，如：家、鄰近地區、社區等尺度。但是由於對自然資源的重視，也開始有遊客及居民對於戶外遊憩區的地方依附關係研究，並證實了如果遊憩區能滿足遊客特定活動需求或心靈滿足，並吸引遊客能夠經常的前來活動，便有發展出地方依附關係的可能(Moore and Graefe 1994, McCool and Martin 1994, Hammit and Cole 1998, 劉俊志 2004)。

有別於一般遊憩活動，從事生態旅遊遊程的遊客是更進一步到相對未受干擾的自然區域旅行，有特定的研究主題，且深入的欣賞或體驗其中的野生動、植物景像，並關心該區域內所發現的精神文化內涵(Ceballos-Lascurain 1988)，而且生態旅遊須有適當的事先計畫，引導遊客更深入瞭解地方文化(Kutay 1989)。因此本研究推論，生態旅遊者會投注較多的精力去關注生態資源，才可能進一步體會到地方的環境價值及文化內涵，並獲得地方所給予的情感回饋，因此比從事一般大眾遊憩活動的遊客會有較強的地方依附程度，故提出假設 H1 如下，H1:生態旅遊者的地方依附程度比一般遊客高

## 二、負責任的環境行為

負責任的環境行為(Environmentally Responsible Behavior, ERB)：或稱為環境行動，意指個人或團體採用來預防或解決環境問題的途徑(Marcinkowski 1988)。Vaske and Kobrin (2001)提到了人們在個人日常的生活

中對當地自然資源的依附感如何影響到負責任的環境行為，研究結果指出地方依附很顯著的和 ERB 有關係。這個模式說明了個人和自然場所的連結會促進日常生活中負責任環境行為的發展，也就是說如果個人對當地自然資源有比較強的依附感，會影響到個人生活的其他部分，使其更有可能表現出環境負責任的行為。不過該研究的調查對象是 14~17 歲的青少年，且研究區域是青少年居住的社區，與本研究有所不同，如果將調查對象調整成一般生態旅遊者，研究區域改成前往的旅遊景點，結果是否仍然相同，便需要進一步深入探討。

由此，本研究推論遊客對於前往的旅遊地區如果有比較強烈的地方依附程度，則可能會表現出較多的負責任環境行為，故提出假設 H2~H3 如下，

H2:地方依賴程度越高，負責任環境行為程度越高

H3:地方認同程度越高，負責任環境行為程度越高

### 三、行為意圖

行為意圖意指一個人主觀判斷其未來可能採取行動的傾向(Folkes 1988)，行為意圖通常列入心理學與消費者行為中的態度理論探討，雖然意圖與行為間的連結並不一定完美無缺，但意圖確實可以相當準確的預測未來的行為。Engel *et al.* (2001)針對信念、知覺、態度、行為意圖與行為之關係所提出的模式中，認為消費者對某一標的物的整體評估，是由其對該標的物的信念與知覺所決定，消費者對某一標的物的態度會進而決定消費者的行為意圖，而消費者的行為意圖則會進一步地影響其最終行為。Baker and Crompton (2000)則認為，行為其實可從意圖預測出來，如果能對意圖進行適當的量測，則所得到的資料結果其實會與大部分實際的行為非常地接近。

Zeithaml *et al.* (1996)提出行為意圖之衡量構面為「忠誠度(loyalty)」、「轉移(switch)」、「付出(pay more)」、「外部回應(external response)」以及「內部回應(internal response)」等五個構面。把這種方法應用於旅遊目的地上，忠誠度指的就是重複到訪(Oppermann 2000)。轉移指的就是在從事類似的活動時，會不會考慮前往其他地區。付出則是如果該旅遊目的地收取更多的費用，遊客是否仍然願意前來。外部回應與內部回應原本談的是當消費者遇到服務失誤時會選擇向其他顧客反應還是只向這家公司抱怨，不過一般遊憩景點並不一定有服務行為發生，就算有常駐的景點管理人員在遊客中心，遊客也不一定與管理人員有直接的服務關係，因此本研究選擇以忠誠度、轉移、付出三個構面來衡量遊客的行為意圖。

對旅遊景點產生地方依附的遊客顯示其對該地方具有正面的情感，在遊程中獲得滿足，願意去促進該地的发展，因此本研究假設地方依附程度越強的遊客其忠誠度較高、願意付出較多費用促進該地發展，也就是行為意圖越高，故提出假設 H4~H5 如下，

H4:地方依賴程度越高，行為意圖程度越高

H5:地方認同程度越高，行為意圖程度越高

綜合以上假設 H1~H5，本研究提出研究架構如下圖 1。

## 研究區概述

陽明山國家公園位處台北盆地北緣，海拔高度自 200 公尺至 1,120 公尺。國家公園成立於民國 74 年，為台灣第三座成立的國家公園，面積總計 11,455 公頃(陽明山國家公園 2006a)，陽明山國家公園因受緯度及海拔之影響，氣候分屬亞熱帶氣候區與溫帶氣候區，且季風型氣候極為明顯，造就園區動植物資源豐富。另外大屯火山群，也造成許

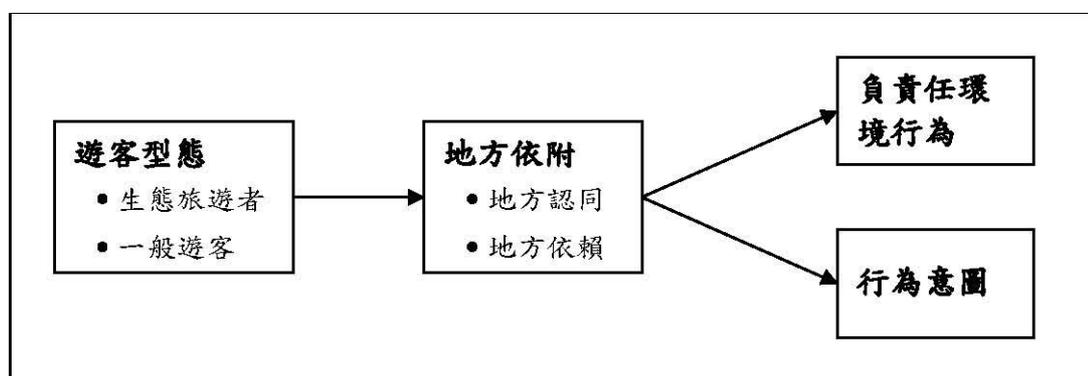


圖 1. 研究架構圖

多特殊地質地形景觀，同時也因為火山地質，影響早期人文歷史活動豐富。陽明山國家公園的多樣性資源環境，便具有成為生態旅遊地點的基本條件。

陽明山國家公園目前擁有大屯山步道系統、七星山步道系統、擎天崗步道系統、人車分道系統等四大步道系統，二子坪步道屬於大屯山步道系統之一環(圖 2)，具有豐富自然資源，尤其以植物、鳥類與蝴蝶資源尤為豐富，為陽明山國家公園適合推廣生態旅遊與環境教育之步道。陽明山國家公園成立之初即發現二子坪、面天山一帶蝴蝶與鳥類資源豐富，極有潛力成為北部地區賞蝶與賞鳥最佳的環境教育地區。並於 1987 年進行陽明山國家公園大屯山蝴蝶走廊規劃可行性之研究，而 1991 年進行陽明山國家公園大屯山區蝴蝶花廊、賞鳥步道及二子坪遊憩區規劃設計與經營管理，二子坪步道及蝴蝶走廊隨之建置。2002 年，陽明山國家公園規劃二子坪步道成為無障礙步道，同時提供簡易服務站、講解平台、點字解說牌、休憩涼亭、無障礙廁所服務設施，成為全國第一條保護區內無障礙自然步道（楊東霖 2004），除提供基本硬體設施與軟體解說外，國家公園也於步道建置完成後辦理多次生態旅遊自然體驗活動。

前往二子坪的遊客需步行至少 1700 公尺，若抵達二子坪後繼續前往面天山、向天山等，來回至少需要半天以上的時間，因此

一般遊客較不會進來，多是已對附近步道路徑稍做資訊蒐集與瞭解的遊客才會前往，有鑑於此，本研究以來到二子坪活動的遊客作為生態旅遊者之研究對象。

除此之外，為了比較生態旅遊者在地方依附、地方認同、行為意圖、負責任的環境行為等各構面上是否有較高程度的表現，本研究另選定陽明公園為一般遊客的調查對象，陽明公園由台北市政府公園路燈管理工程處管理，公園內以人造建築、植物為主要景觀，備有停車場且鄰近公車總站，交通易達性很高，來此遊客以大眾旅遊為主，因此本研究以陽明公園為一般遊客之調查對象。

## 研究方法

### 一、問卷設計

本研究之調查母體界定為前來陽明山進行旅遊的遊客，調查其對於當天參訪地區的地方依附程度，以及行為意圖、負責任環境行為。研究問卷主要分成四個部分，第一部份是地方依附程度的問項，第二部份是關於遊客行為意圖的問項，第三部份是負責任環境行為問項，最後一部份則是基本遊客統計資料。其中第一到第三部分為本研究主要研究構面，問卷測量尺度係採李克特(Likert scale)四點評量表，就受訪者之同意程度，依序為 1 分至 4 分，分別代表「非常不同意」、「不同意」、「同意」、「非常同意」，並設定

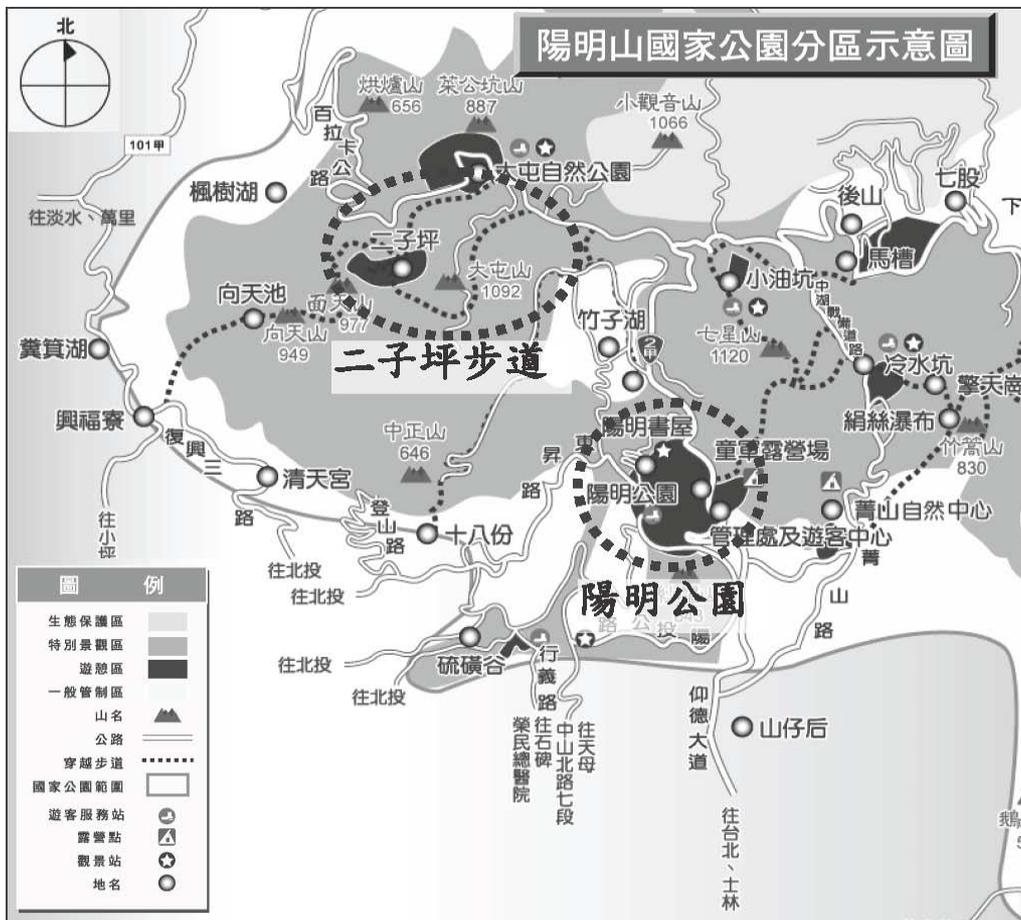


圖 2. 陽明山國家公園分區示意圖資料來源：修改自陽明山國家公園(2006b)，陽明山國家公園分區圖，線上資料[<http://www.ymsnp.gov.tw/web/travel5.aspx>]

「無意見」選項(0分)。以下分別就各項目之測量變項逐一作說明。

1. 地方依附 Williams and Vaske (2003)以科羅拉多州立大學、伊利諾大學學生，以及前往 Shenandoah 國家公園、羅傑山休閒區遊覽的遊客為對象，發展了一份衡量地方依附程度的量表，將地方依附分成「地方依賴」跟「地方認同」兩個構面，在研究中證實該量表有良好的效度，且能適當運

用在不同類型的景點，因此本研究適當修正該量表後，以之作為測量遊客地方依附程度的問卷，問卷測量變項如表 1 所示。

## 2. 行為意圖

運用 Zeithaml *et al.* (1996)提出之行為意圖衡量構面，並將其修改如表 2，以忠誠

度、轉移、付出三個構面來衡量遊客的行為意圖。

## 3. 負責任環境行為

參酌 Vaske and Kobrin (2001)提出的七個用來測量 ERB 的變數，本研究將題目適當修改為切合陽明山環境議題，如表 3 所示。

## 二、調查時間及抽樣方法

本研究問卷發放時間為 2006 年 4 月 19(三)日及 4 月 30 日(日)兩天，問卷發放地點為陽明山國家公園中二子坪及陽明公園兩個地點，利用實地訪查，採便利抽樣的方式進行，總計調查了 288 份，有效問卷為 284 份，有效問卷率是 98.6%，其中有 148 份是

表 1. 地方依附問卷項目

地方依賴
1. 就您所從事的活動而言，沒有別的地方比得上陽明山
2. 相較於其他地方，沒有比陽明山更讓我滿意的了
3. 與其他地方相較，在陽明山從事這些活動，對我而言是比較重要的
4. 來陽明山從事這些活動，是沒有其他地方可以取代的
5. 就從事此類活動而言，陽明山是最好的地方地方認同
地方認同
6. 陽明山是我情感的一部分
7. 陽明山對我而言是非常特別的
8. 我對陽明山有強烈地認同感
9. 我覺得我和陽明山是緊密結合在一起的
10. 來到陽明山可以讓我找到自我
11. 陽明山對我而言是很有意義的

表 2. 行為意圖問項

1. 我會向其他人宣傳陽明山的優點
2. 親戚朋友請我推薦進行這些活動的地方，我會推薦陽明山
3. 我會將陽明山列為進行這些活動的第一選擇
4. 我以後會減少來陽明山從事這些活動的次數
5. 如果有其他更好的地區可以選擇，我會選擇到別的地方進行這些活動
6. 如果以後到陽明山從事這些活動，都要付費才能進行，我也願意

表 3. 負責任環境行為量表

1. 我會試著去瞭解與學習可以解決陽明山環境問題的方法
2. 我會和親朋好友談論陽明山的環境問題
3. 我願意「鼓勵或說服」來陽明山從事活動的人，去採取行動來改善陽明山的環境問題
4. 在陽明山從事活動時看到垃圾，我會隨手撿拾，以維護環境清潔
5. 在陽明山從事活動後的垃圾，我會做好分類再丟棄
6. 在陽明山從事活動，即使不需付水費，我還是會節省用水
7. 我會運用大眾運輸工具來陽明山，以減少陽明山的承載壓力

二子坪遊客，有 136 份是陽明公園(見表 4)。

### 三、問卷信度檢測

本研究為確保問卷調查工具之可靠性，故運用 SPSS(Statistical Package for Social Science)先行以信度分析之量尺法進行量表檢測，根據「刪除項目後之量尺摘要」的結果，將導致構面信度值降低之問項予以刪除。最後刪除行為意圖的 4~6 項，以及負責任環境行為的第 7 項。刪除此 4 個問項以後，問卷之各構面信度 Cronbach's  $\alpha$  值都在 0.75 以上(見表 5)，符合問卷內部一致性之基本要求。

### 四、問卷效度檢測

本研究工具係參考相關理論基礎及引用自實證文獻，透過信度分析刪去不適當的項目，關於研究構面之建構效度(construct validity)則以驗證性因素分析進行行為意圖、負責任環境行為與地方依附等構面之效度檢測。

根據 Jöreskog 與 Sörbom (1984)建議刪除標準化後殘差值過高或因素負荷量太低的問項，保留標準化後因素負荷量在 0.40 以上之問項作為測量模型之觀察變數，經過驗證性因素分析結果顯示各個構面的所有問項之因素負荷量均大於 0.4，因此所有問項均保留，而這也顯示該問項具有良好的建構

表 4. 問卷回覆統計表

		份數	百分比
有效問卷	二子坪	148	51.4
	陽明公園	136	47.2
	小計	284	98.6
無效問卷		4	1.4
總和		288	100.0

表 5. 主要構面信度檢測

構面	Cronbach's $\alpha$
地方依賴	0.9003
地方認同	0.9134
行為意圖	0.8445
負責任環境行為	0.7630

效度。

分數，以之再進行後續分析。

## 研究結果

### 一、遊客統計資料分析

基本統計資料整理如表 6 所示，由表中可見女性答卷者(56.5%)較男性(43.5%)為多，實地調查所見來訪遊客確實女性比男性為多，加上男性拒答率有較高的傾向，造成男女比例稍有差異。年齡方面大體平均，除了十八歲以下與六十歲以上較少外，其他年齡層都有 15~25%的比例，這之中又以 31~40 歲(25.6%)稍多。學歷方面以大專學為主，佔了 57.1%，顯見受訪者普遍有較高的教育程度。收入以 2~4 萬(31.3%)為最多職業則大致平均分配只有工商貿易(23.4%)與退休(16.4%、學生(16%較多，至於不同遊客統計變數對於各項研究構面是否有影響，後續會運用 SPSS 軟體進行 t 檢定及 ANOVA 分析來釐清。

### 二、各因素構面分析

在問卷效度檢測之中，本研究透過驗證性因素分析而確認了建構效度，而若以各構面為基礎，分別利用因素分析，限定萃取因素為一個，將構面內所有變項轉換成一個新的代理變數，則可以成為代表這個構面的新

### 三、遊客統計變數對主要構面之分析

分別就五個遊客統計變數以 t-test(性別)及 ANOVA 分析(其餘四項)來與主要構面作探討(見表 7)，針對有顯著差異者，再以 Scheffe 法作事後比較。

#### 1. 性別

從表 7 中可以見到，性別方面在各主要構面都沒有顯著差異，表示性別的不同對於各構面都沒有影響。

#### 2. 年齡

年齡在前三個構面有顯著差異，因此分別以 Scheffe 法作事後比較(表 8)。就地方依賴這個變數而言，18 歲以下的依賴程度顯著較低，而 51~60 以及 61 以上這兩個族群則顯著較高。

就地方認同這個變數而言，在事後比較裡也與地方依賴有同樣的結果，而且 18 歲以下族群的地方認同程度比起 51~60 與 60 歲以上的兩個族群差距更大。

行為意圖從事後比較中可以發現 18 歲以下仍然是平均分數最低的，顯示該族群較沒有重遊意願，也不願意推薦他人前來旅遊。41~50、51~60 及 60 歲以上三個族群有較高程度的行為意圖，這從訪談中得知高年齡族群來訪的次數普遍較高便可以得到印

表 6. 遊客統計變項表

變數	次數	百分比	變數	次數	百分比	
性別	男	118	收入	無收入	57	22.3
	女	153		<2萬	13	5.1
年齡	18以下	22	2萬~4萬	80	31.3	
	19~30	64	4~6萬	64	25.0	
	31~40	70	6~8萬	23	9.0	
	41~50	56	>8萬	18	7.0	16.0
	51~60	43	職業	學生	43	
	>61	18		軍公教人員	27	10.0
	學歷	<國中		28	餐旅服務	27
高中職		54		專業技術	35	13.0
大專學		152	工商貿易	64	23.8	
>研究所		31	退休、家庭主婦	44	16.4	
			自由業	14	5.2	
		其他	15	5.6		

表 7. 遊客統計變數對主要構面

	性別 a	年齡 b	學歷 b	收入 b	職業 b
地方依賴	-0.583	4.117**	1.409	1.406	1.638
地方認同	1.432	10.683**	1.549	2.544*	3.255*
行為意圖	-0.355	4.864**	2.363	2.084	1.150
負責任環境行為	0.670	2.209	1.368	0.565	0.966

註：a. 欄內數值為 t 檢定值，\*表示  $p < 0.05$ ，\*\*表示  $p < 0.01$

b. 欄內數值為 F 檢定值，\*表示  $p < 0.05$ ，\*\*表示  $p < 0.01$

表 8. 年齡在主要構面的事後比較(Scheffe 法)年齡地方依賴地方認同行為意圖

年齡	地方依賴	地方認同	行為意圖
18 以下	-0.550a	-0.980a	-0.947a
19~30	-0.218ab	-0.479ab	-0.095ab
31~40	-0.218ab	-0.182abc	-0.142ab
41~50	0.124ab	0.354 bc	0.369c
51~60	0.407 b	0.565 c	0.211c
>61	0.445 b	0.539 c	0.043c

註：1. 欄中顯示的是各年齡組別在各構面的平均分數

2. a、b、c 表示各年齡組別所屬之同質子集

證。

### 3. 學歷

學歷在各主要構面都沒有顯著差異，表示學歷的不同對於各構面都沒有影響。

### 4. 收入

收入在地方認同這個構面有顯著差異，經過 Scheffe 法事後比較(表 9)可以發現收入<2 萬的遊客地方認同感顯著較低，6~8 萬的遊客顯著較高。而綜覽有收入的族群之

中，可以概略發現收入似乎與地方認同程度有正比的傾向。

### 5. 職業

職業在地方認同這個構面有顯著差異，經過 Scheffe 法事後比較(表 10)可以發現學生與退休、家庭主婦族群達到顯著差異，學生的地方認同感明顯較低，而退休及家庭主婦顯著較高。

表 9. 收入在地方認同構面的事後比較(Scheffe 法)

收入	地方認同
無收入	-0.138 <sup>ab</sup>
<2 萬	-0.537 <sup>a</sup>
2 萬~4 萬	-0.108 <sup>ab</sup>
4~6 萬	0.042 <sup>ab</sup>
6~8 萬	0.708 <sup>b</sup>
>8 萬	-0.061 <sup>ab</sup>

註：1. 欄中顯示的是各收入組別在地方認同的平均分數  
2. a、b 表示各收入組別所屬之同質子集

表 10. 收入在地方認同構面的事後比較(Scheffe 法)

職業	地方認同
學生	-0.597a
餐旅服務	-0.245ab
工商貿易	-0.156ab
專業技術	-0.061ab
自由業	0.057ab
其他	0.136ab
軍公教人員	0.225ab
退休家庭主婦	0.510 b

註：1. 欄中顯示的是各收入組別在地方認同的平均分數  
2. a、b 表示各收入組別所屬之同質子集

表 11. 不同據點遊客對主要變數之 t 檢定

構面	t 值	顯著性 (雙尾)	平均差異 (註)
地方依賴	5.6	0.00	0.7
地方認同	4.5	0.00	0.6
行為意圖	3.2	0.00	0.4
環境行為	2.7	0.01	0.4

註：平均差異 = 二子坪 - 陽明公園

表 12. 各構面之相關分析表

	地方依賴	地方認同	行為意圖	環境行為
地方依賴	1.00			
地方認同	0.63**	1.00		
行為意圖	0.59**	0.72**	1.00	
環境行為	0.38**	0.50**	0.48**	1.00

註：1. 表中數值為 Pearson 相關係數  
2. \*\*表示顯著水準 < 0.01

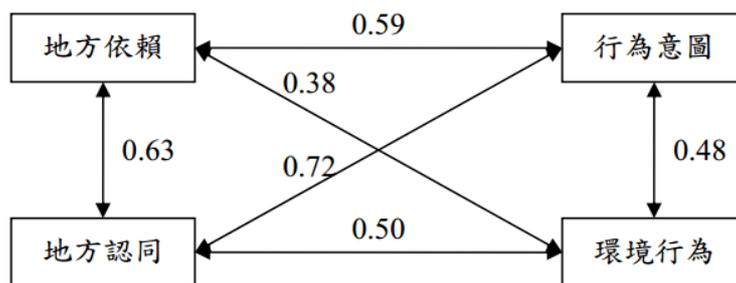
#### 四、不同據點遊客對主要構面之差異性分析

本研究選擇二子坪遊客代表生態旅遊者，陽明公園代表以大眾旅遊為主的一般遊客，因此以兩個據點的遊客分別對主要變數進行 t 檢定，以瞭解生態旅遊者在各項構面上是否都有較高的傾向。從表 11 中可以發現，在四個構面上二子坪都有顯著較高的

分數，這說明了生態旅遊者有較高的地方依賴感、地方認同感、行為意圖及負責任環境行為，從這裡我們也證實了假設『H1: 生態旅遊者的地方依附感比一般遊客高』。

#### 五、各構面之相關分析

以各構面的代理變數進行 Pearson 相關



註：1. 表中數值為 Pearson 相關係數  
2. 顯著水準皆  $< 0.01$

圖 3. 各構面關係圖

分析，結果如表 12 及圖 3 所示，各個變數之間在統計上都呈現顯著相關( $p < 0.01$ )，其中地方認同與行為意圖之間呈現高度相關( $0.7 \leq |r| \leq 1.0$ )，地方依賴與環境行為呈現低度相關( $0.2 \leq |r| < 0.4$ )，其他變數之間則呈現中度相關( $0.4 \leq |r| < 0.7$ )。從這些統計的結果，本研究傾向於接受研究假設 H2~H5，意謂著當地方依賴程度越高時，行為意圖程度也可能越高；地方認同程度越高，行為意圖程度越高；地方依賴程度越高，負責任環境行為程度越高；以及地方認同程度越高，負責任環境行為程度也可能越高。另外，本研究也在此處發現地方認同與行為意圖、負責任環境行為之間的相關程度比地方依賴還要高。

## 討論

就遊客統計變數與各主要構面的關係來看，首先本研究發現較年輕族群(尤其是 18 歲以下)的地方依賴程度、地方認同程度、行為意圖等顯著較低，而高齡族群(尤其是 51~60 及 61 以上)則顯著較高。從地方依賴這個變數來看，可能是因為 18 歲以下的年輕人比較喜歡嘗鮮，喜歡的活動種類比較廣泛，不容易多次拜訪同一個景點，所以比較產生不了對特定地方的依賴。而 51 歲以上

的遊客，不管在二子坪或是陽明公園，透過與他們深入的訪談可以得知有許多人幾乎是每天或每週數次上山來運動的，而且訪談之間常開心的向研究者表達這個地方空氣好、風景佳、步道設計完善等等很適合來爬山健身，顯見這個地點對於他們而言已經具有特殊的機能性存在，所以有較高的地方依賴程度。

至於地方認同方面，多位學者曾經提到(Moore and Graefe 1994, McCool *et al.* 1994)地方認同不像地方依賴可以在短時間中發展出來，必須要在經過持續性的造訪與長時間的活動後，才會發展出相較強烈的地方認同感，這或可以解釋為何 18 歲以下族群的地方認同程度會如此的低，而時常造訪陽明山的兩個高齡族群的地方認同程度會相對高出許多。研究者在調查期間也常聽高齡受訪者談起其過去對於二子坪或陽明公園的種種記憶，顯示這些地方與他們的生命歷程已經有所連結，承載了他們個人特殊的感情，這可以說就是地方認同感的展現。

如果綜覽所有收入組別可以概略發現收入高低似乎與地方認同程度有正比的傾向，這或許可以用馬思洛的需求理論(曹勝雄 2001)來做解釋，收入較低者會傾向於停留在較低層次的基本生理、安全等需求，而收入高者有相對較高的能力去追尋心裡上的歸

屬、自尊、自我實現需求，因此比較有可能有多餘精神關注不屬於基本需求的事物，多花時間在大自然、休閒等興趣上，進而對有興趣的地點產生地方認同的情感。

遊客的職業方面，學生的地方認同感明顯較低，可能因學生前來旅遊的次數大多不會太多，而退休及家庭主婦卻是幾乎每週上來數次所以認同感顯著的較高，這也可由前述多位學者(Moore and Graefe 1994, McCool and Martin 1994)提到的地方認同感必須要在經過持續性的造訪與長時間的活動後才會比較強烈，而得到證實。

從生態旅遊者與一般遊客的比較來看，可以發現生態旅遊者的地方依賴感、地方認同感皆顯著的高於一般大眾旅遊，而且從事生態旅遊者有較高的行為意圖(即忠誠度)，除了自己願意一再前來，也希望推薦他人前來參訪，更重要的是，從統計結果顯示這些遊客會有較多的負責任環境行為，能夠適當減輕因為旅遊活動帶來的環境衝擊。

而就各個主要變數之間的關係來看，遊客地方依附程度越高者，其行為意圖與負責任環境行為程度越高，如果再將地方依附細分成機能性層面的依附(地方依賴)與精神層面的依附(地方認同)，可以發現一個有趣的訊息，地方認同與行為意圖、環境行為的相關程度都較地方依賴還高，似乎透露著如果是從精神層面的依附來認同這個景點，更能夠對該景點帶來正向的幫助，並減輕環境的負擔。

從以上可以得知生態旅遊景點管理單位應當試著把目標客源鎖定在真正生態旅遊者，或是致力於強化遊客與景點之間的地方依附情感的程度，而非僅在遊憩地點強加一些格格不入的人為遊憩設施。

至於如何尋找地方依附感程度較強的生態旅遊者或如何加強遊客對於景點的感情，許多學者研究過地方依附感的前因變項，發現涉入程度較高者(Kyle *et al.* 2003)、

專門化程度較高者(歐陽慧真 2002)等會有較高的地方依附程度。而 Stewart (1998)也曾探討如何透過遊憩地區的解說活動，加強地方感的建立，使人們對遊憩地區，或是文化襲產產生移情作用，將人與地方的關係建立起來。

所以我們應當盡量使生態旅遊者對於其遊憩地點產生地方依賴及地方認同，遊客或許因而會重複到訪該地、會對親朋好友推薦該地方、並較願意支付費用，這些都可以直接對景點維護經費與居民經濟利益有更大幫助；另外，透過提高遊客的地方依附程度或可使遊客更有負責任的環境行為，也可降低環境負面行為的產生，減低景點資源的承載壓力，此實為當前生態旅遊經營管理上的重要課題之一。

## 結論

本研究至此已初步證實地方依附與負責任環境行為、行為意圖之間的關係，期望能為生態旅遊管理帶來適當意涵。但為了使國家公園朝向永續發展的方向來經營管理，我們仍然需要分別從管理條件、管理行動、保育工作、研究工作、解說工作及遊憩管理等因子來定期評量管理的績效(郭乃文 2000)，也更需要全面性考量管理人員、地方居民、遊客等權益關係人的意見來確保區域內生態旅遊活動的永續發展(Ross and Wall 1999a, b, Tsaor *et al.* 2006)。更進一步的，未來研究若能試著探討上述關係權益人之地方依附程度是否也能對這些管理績效因子帶來效益，可以更為凸顯地方依附概念對於生態旅遊管理的重要性。

陽明山國家公園十分接近於大台北都會地區，高齡退休族群的遊客比例相對偏高，因此來訪的遊客屬性或許不完全等同於其他國家公園的生態旅遊景點，這是必須特別提出之處。此外，本文以陽明山國家公園

內二子坪步道的遊客為生態旅遊遊客的代表，但是二子坪並未有原住民居住其間或於該處提供解說等勞務的服務，此與國際自然保育聯盟(IUCN) (Ceballos-Lascurain 1996)所提出的生態旅遊定義不盡相符，建議後續研究能夠以更完整的生態旅遊景點為基地做更深入的探討。

## 引用文獻

- 王鑫。2001。保護區管理的新作法－參與和國家系統規劃，「保護區管理的國際新趨勢」
- 研討會論文集，27- 44 頁。行政院永續發展委員會，2005。生態旅遊白皮書，內政部營建署網站，線上資料
- [[http://www.cpami.gov.tw/pwi/cp/cp\\_4.php](http://www.cpami.gov.tw/pwi/cp/cp_4.php)]。朱芝緯、王鑫。2000。生態旅遊遊客守則之研究－以墾丁國家公園為例，戶外遊憩研究，13(3):1-22。
- 李英弘、林朝欽。1997。地方情感概念在戶外遊憩研究上之探討，休閒與遊憩行為（中華民國戶外遊憩學會編），281-294 頁，田園城市文化事業有限公司，台北。
- 呂怡儒。2001。台北近郊森林地方感之研究，國立台灣大學森林學研究所碩士論文，共 113 頁。
- 林晏州。2003。玉山國家公園步道遊憩承載量及經營管理策略之研究，國家公園學報，13(2):27-48。
- 郭乃文。2000。台灣地區非都市土地環境管理與永續發展：以國家公園規劃與經營，國立台灣大學環境工程研究所博士論文，共 222 頁。
- 楊東霖。2004。陽明山國家公園生態旅遊策略之研究，私立中國文化大學景觀學系碩士論文，共 79 頁。
- 陽明山國家公園。2006a。陽明山國家公園網站，線上資料
- [<http://www.ymsnp.gov.tw>]。
- 陽明山國家公園，2006b。陽明山國家公園分區圖，線上資料
- [<http://www.ymsnp.gov.tw/web/travel5.aspx>]
- 。劉俊志。2004。居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依附差異探討，國立東華大學
- 自然資源管理研究所碩士論文，共 90 頁。
- 蔡秀玲。1998。依附理論在諮商中的應用，輔導季刊，36(1):25-31。
- 曹勝雄。2001。何謂觀光行銷，觀光行銷學，p.4，揚智文化事業股份有限公司，台北。
- 曹勝雄、陳彥伶、王志宏。2004。生態旅遊地承載量指標及其應用，旅遊管理研究，4(1):1-16。
- 歐陽慧真。2002。賞鳥者專門化程度與場所依戀關係之研究－以七股溼地為例，東海大學景觀學系研究所碩士論文，共 112 頁。
- Baker, D. A. & John L. Crompton. 2000. Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, *Annals of Tourism Research* 27(3):785-804.
- Bottrill, C., & D. Pearce. 1995. Ecotourism: Towards a key elements approach to operationalising the concept. *Journal of Sustainable Tourism* 3:1: 45-54.
- Cater, E. 1994. Ecotourism in the third world: problems and prospects for sustainability. In E. Cater, & G. Lowman (Eds.), *Ecotourism: A sustainable option?* pp. 69-86. Chichester:Wiley.
- Ceballos-Lascurain, H. 1988. Ecotourism as a worldwide phenomenon. Lindberg, K. & D. E. Hawkins(Ed.). *Ecotourism a guide for planners and manager* pp. 12-14.
- Ceballos-Lascurain, H. 1996. Tourism, ecotourism and protected areas. Gland, Switzerland: IUCN.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, and P.W. Miniard. 2001. *Consumer Behavior*, 9th ed., N.Y.: Rinehart and Winston.
- Folkes, V. S. 1988. Recent Attribution Research in Consumer Behavior: A Review and New Directions. *Journal of Consumer Research* 14:548-565.
- Giuliani, M.V. & R. Feldman. 1993. Place attachment in a developmental and cultural

- context. *Journal of Environmental Psychology* 13:267-274.
- Hammit, William E. & David N. Cole. 1998. *Wildland recreation: ecology and management* (2nd ed), New York: John Wiley & Sons.
- Jöreskog, K., & Sörbom, D. 1984. *Analysis of linear structural relationship by maximum likelihood*. Chicago: Scientific Press.
- Korpela, K.M. 1989. Place identity as a product of environmental self-regulation. *Journal of Environmental Psychology* 9:241-256.
- Kutay, K. 1989. The New Ethic in Adventure Travel. *The Environmental Journal* 12:468-475.
- Kyle, G. T., A. R. Graefe, R. Manning, & J. Bacon. 2003. An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian. *Journal of Leisure Research* 35(3):249-273.
- Marcinkowski, T, J. 1988. An Analysis of Correlates and Predictor of Environment Behavior. *Dissertation Abstracts International* 49(12):36-67.
- McCool, S.F., & S.R. Martin. 1994. Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research* 22(3):29-34.
- Moore, R.L., & A.R. Graefe. 1994. Attachment to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Science* 16:17-31.
- More, T., & T. Stevens. 2000. Do user fees exclude low-income people from resource-based recreation? *Journal of Leisure Research* 32(3):341-357.
- Oppermann, M. 2000. Tourism destination loyalty, *Journal of Travel Research* 39:78-84.
- Orams, M. B. 1995. Using interpretation to manage nature-based tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 4(2):81-94.
- Proshansky, H.M., A.K. Fabian, & R. Kaminoff. 1983. Place identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environment Psychology* 3:57-83.
- Relph, E. 1976. *Place and placelessness*, p.156. London: Pion Limited .
- Riley, R. B. 1992. Attachment to the ordinary landscape. In Altman, Irwin & Setha M. Low (Ed.), *Place Attachment*, p13-35, New York: Plenum Press .
- Ross, S., & G. Wall. 1999a. Evaluating ecotourism: The case of North Sulawesi, Indonesia. *Tourism Management* 20(6): 673-682.
- Ross, S., & G. Wall. 1999b. Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management* 20(1):123-132.
- Shamai, S. 1991. Sense of place: An empirical measurement. *Geoforum* 22:347-358.
- Stewart, E.J. Bronwyn M. Haryward & Patrick J. Devlin. 1998. The "place" of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation. *Tourism Management* 19(3):257-266.
- Stokols, D. & S. A. Shumaker. 1981. People in places: a transactional view of settings. In J. Harvey (Ed), *Cognition, Social Behavior, and the Environment*, pp. 441-488. New Jersey: Erlbaum, Hillsdale.
- Tsaur, Sheng-Hsiung, Yu-Chiang Lin & Jo-Hui Lin. 2006. Evaluating Ecotourism Sustainability from the Integrated Perspective of Resource, Community and Tourism, *Tourism Management* 27(4):640-653.
- Tuan, Y.F. 1977. *Space and place: the perspective of experience*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuan, Y.F. 1980. Rootedness versus sense of place. *Landscape* 24(1):3-8.
- Vaske, Jerry J. & Katherine C. Kobrin. 2001. Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education* 32(4):16-21.
- Williams, D. R. & J. J. Vaske. 2003. The measurement of place attachment: validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science* 49(6):830-840.
- WTO, (The World Tourism Organization). 1996. What tourism managers need to know: A practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism. Madrid, Spain: The World Tourism Organization.
- Zeithaml, V. A., L. L. Berry, & A. Parasuraman. 1996. The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing* 60(2):31-46.