

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系  
碩士論文

指導教授：張凱智 博士

The logo of National Taitung University is a circular emblem. It features a central stylized 'N' and 'T' intertwined. The Chinese characters '國立臺東大學' are written in a circular path around the top, and 'National Taitung University' is written in a circular path around the bottom. The entire logo is rendered in a light blue, semi-transparent watermark style.

水湳洞聚落遊憩體驗價值之研究  
—以方法目的鏈為例

研究生：呂彥君 撰

中華民國一〇七年八月



國立臺東大學文化資源與休閒產業學系

碩士論文



水湳洞聚落遊憩體驗價值之研究  
—以方法目的鏈為例

研究生：呂彥君 撰

指導教授：張凱智 博士

中華民國 一〇七年八月

國立臺東大學  
學位論文考試委員審定書

系所班：文化資源與休閒產業學系暑期碩士班

本班 呂彥君 君

所提之論文水湳洞聚落遊憩體驗價值之研究—以方法目的鏈為例

業經本委員會通過合於  碩士學位論文 條件

論文學位考試委員會：

林俊銘

(學位考試委員會召集人)

許玉屏

張崧年

(指導教授)

論文學位考試日期：107年8月10日

國立臺東大學

附註：本表一式三份經學位考試委員會簽名後，分別送交系所辦公室及註冊組存查。



## 誌謝辭

不可思議的歷程——我，完成論文了！

曾經對研究懷抱浪漫的憧憬，在每一個階段都在掙扎著，想饒過自己，又不想放棄，在理想與現實裡努力取得平衡。感恩呂同學堅持到了最後，送給自己這份畢業禮物。

老闆每次 meeting 都問我對論文的看法，「怎麼樣？感覺如何？」我從毫無自信，透過一再燒腦修改，逐漸蛻變，總算能在口試前最後一次 meeting 笑著回應：「我不知道這對別人來說的價值如何，但它確實帶给了我個人的價值！」

與其說通過口試，我更想告訴自己：「恭喜你通過了自己的心！」

套一句同組夥伴說的：真不知道我是怎麼樣就走到了這裡。很幸運身邊擁有無數的貴人，研究所修業與撰寫論文期間，幫了我太多太多：

特別感恩全台東最樂觀的老闆——凱智老師，願意無條件相信我，讓我用最自在的步調，一點一點的推進，讓我的論文從「做完」到「做好」；感恩立群老師、俊銘老師，用心審查我的論文，給予我最實質建議與回饋，以此鷹架，帶我成長；感恩賴桑的豪邁與細膩，允文允武，還會推拿；感恩永權老師，待我們如己出；感恩東大文休所的每一位教授、親切的慈君助教和工讀生妹妹！

感恩水滴洞聚落，讓我這五年間，遇見了一切美好！進行研究的期間，感恩親友團大力協助，感恩每一位接受我訪談與填寫問卷的遊客，以及將問卷傳遞出去的貴人們，感恩濂洞最忠實的替代役家瑋提供無數支援，因為你們，使我的論文得以完成。感恩我的服務學校——濂洞國小，柯校長、黃校長與每一位教職員夥伴，這些日子的體諒與支持。

感恩我的室友、凱爸家族夥伴和可愛又迷人的所有同學，讓我重新回到學生生活，對你們有太多的愛，難以言喻，而你們將成為我生命中燦爛美好的記憶！感恩史懷哲的家人——羿儒，謝謝妳把東大文休所介紹給我！

感恩我的家人總是尊重我的每一份決定，無條件支持我，祝福我。當我在外追逐夢想時，有「家」，足以堅強！

感恩我自己！從一位需要同伴才願意行動的孩子，至今能夠一個人鼓起勇氣去闖蕩。我知道，隻身來到台東進修，對你來說並不容易，感謝你給了自己機會，而且，你做到了！愛你，直到永遠！

感恩台東！藍天、千變萬化的雲、寬闊的海、暖陽與風，充滿人情味的部落、隨興悠閒的人們、隱藏各處的在地美食，很高興認識你們，謝謝指教！

感恩 妙禪師父！讓我擁有無數恩典，隨順圓滿，因為 祢，我必不致缺乏！

你若問我，論文是什麼味道？對我來說，是一碗泡麵、兩份微波食品、提神珍珠奶茶，和無數份台東早餐。

呂彥君謹誌於

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系

中華民國一〇七年八月十三日

# 水湳洞聚落遊憩體驗價值之研究

## — 以方法目的鏈為例

作者：呂彥君

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系碩士班

### 摘 要

近年來，國內遊憩活動蓬勃發展，「遊憩」已成為國人的休閒娛樂，而「秘境」的探索更蔚為風潮。「水湳洞聚落」擁有礦業歷史遺跡與獨特風景，雖鄰近九份與金瓜石，卻鮮少受到注目。本研究以新北市瑞芳區水湳洞聚落之遊客為研究對象，使用方法目的鏈模式來探究在聚落遊憩時，水湳洞的遊客所認知聚落觀光具有之遊憩「屬性」、「結果」及「個人價值」，並進一步探討不同個人背景及遊憩特性的遊客對於水湳洞聚落遊憩體驗方法目的鏈是否具差異性。本研究於第一階段以質性研究進行軟式階梯法訪談遊客，第二階段將質性研究結果作為基礎，發展成量化研究問卷，採取便利取樣方式針對聚落遊客進行問卷，回收有效問卷共計 292 份，有效樣本回收率 97.33%。由實證研究結果可得知，遊客透過水湳洞聚落「遊憩屬性」之規劃，尤其是「遊憩屬性」，再經由「遊憩結果」，更能達到「個人價值」。因此，本研究驗證了方法目的鏈的「屬性」、「結果」、「價值」階層的因果連結關係存在於水湳洞聚落遊憩體驗中。在學術貢獻上，本研究建構了具有實證結果的遊憩體驗價值模式。在實務貢獻上，藉由了解遊客造訪水湳洞聚落之遊憩屬性與價值，提供水湳洞聚落觀光發展實質的建議，期望其觀光產業得以永續經營。

**關鍵字：**水湳洞、聚落、遊憩體驗價值、方法目的鏈

**A Research on the Value of Recreation Experience**  
**in Shueinandong Settlement**  
**— From the Perspective of the Means-End Chain Model**

Lu, Yen-Chun

**Abstract**

In recent years, domestic tourism has prospered. "Recreation" has become a leisure and entertainment of Taiwanese people. The exploration of "secret circumstances" has become even more popular. The "Shueinandong settlement" has historical mining heritage and distinctive scenery. Although it is located close to Jiufen and Jinguashi, the settlement has been less attention by the public. The subjects of this study are the tourists from the Shueinandong settlement in Ruifang District of New Taipei City. The major purposes of this dissertation is to investigate the relationship between 'attributes', 'consequences' and 'values' of tourism within the Shueinandong tourists, and further examine the variety of different individual backgrounds and tourism characteristics of Shueinandong tourists by using Means-End Chain model. In the first phase of study, a qualitative research is conducted by using soft laddering technique to interview visitors. In the second phase of study, the result of qualitative research is used as the foundation of generating quantitative questionnaire which targeting on settlement tourists with convenient sampling method. Overall, a total of 292 valid questionnaires were distributed, the effective response rate was 97.33%. The research results in showing that by the plan

of ‘tourism attributes’ and ‘tourism consequences’ can better achieve ‘personal values’. Therefore, the research has proved that ‘attributes’, ‘consequences’ and ‘values’ in Means-End Chain Theory are linked relationship in the tourism experience of Shueinandong settlement. In terms of academic contribution, this research constructs a value pattern of tourism experience with empirical result. In terms of practical contribution, by means of understanding the tourism attributes as well as values provides essential suggestions to Shueinandong settlement development of tourism. It is expected to manage its tourism industry with sustainability.

***Keywords : Shueinandong, Settlement, the Value of Recreation Experience, Means-End Chain***

# 目次

誌謝辭 .....	i
摘 要 .....	ii
Abstract.....	iii
目次 .....	v
表目次 .....	vii
圖目次 .....	ix
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	3
第三節 研究範圍及對象 .....	4
第四節 研究流程 .....	10
第二章 文獻探討 .....	11
第一節 聚落觀光 .....	11
第二節 遊憩體驗價值 .....	14
第三節 方法目的鏈 .....	20
第三章 研究設計 .....	25
第一節 研究架構 .....	25
第二節 研究假設 .....	26
第三節 研究方法 .....	26
第四節 質性研究 .....	28
第五節 量化研究 .....	40
第四章 研究結果與討論 .....	47
第一節 問卷回收與資料處理 .....	47
第二節 構面之因素分析及信度分析 .....	50

第三節 遊客個人背景對於方法目的鏈之差異性分析 .....	60
第四節 遊客遊憩特性對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	68
第五節 水湳洞聚落遊憩體驗之方法目的鏈模式 .....	72
第六節 假設驗證結果 .....	77
第五章 結論與建議 .....	79
第一節 結論 .....	79
第二節 建議 .....	82
第三節 研究限制與後續研究建議 .....	85
參考文獻 .....	87
附錄一 質性問卷 .....	93
附錄二 量化問卷 .....	97
附錄三 質性研究訪談逐字稿摘要 .....	101



## 表目次

表 2-1-1 聚落觀光之相關實證研究統整表 .....	12
表 2-2-1 遊憩體驗之相關實證研究 .....	15
表 2-2-2 體驗價值的表現形式 .....	18
表 2-2-3 體驗價值之相關實證研究 .....	19
表 2-3-1 方法目的鏈之概念性定義與操作型定義 .....	21
表 3-2-1 研究假設 .....	26
表 3-3-1 研究方法比較 .....	27
表 3-4-1 質性研究樣本結構分析-遊客個人背景 .....	31
表 3-4-2 質性研究樣本結構分析-遊客遊憩特性 .....	32
表 3-4-3 質性訪談遊憩屬性要素彙整表 .....	34
表 3-4-4 質性訪談遊憩結果要素彙整表 .....	36
表 3-4-5 質性訪談個人價值要素彙整表 .....	37
表 3-4-6 信度公式 .....	38
表 3-4-7 專家相互衡量信度 .....	39
表 3-5-1 「遊憩屬性」構面題項 .....	40
表 3-5-2 「遊憩結果」構面題項 .....	41
表 3-5-3 「個人價值」構面題項 .....	42
表 3-5-4 構面信度分析 .....	43
表 3-5-5 量表內部一致性信度分析衡量標準 .....	44
表 3-5-6 KMO 的判斷原則 .....	45
表 3-5-7 皮爾森 (Pearson) 相關分析 .....	46
表 4-1-1 遊客個人背景樣本結構分析 .....	47
表 4-1-2 遊客遊憩特性樣本結構分析 .....	49
表 4-2-1 KMO 與 Bartlet 球形檢定結果彙整 .....	50
表 4-2-2 樣本數與負荷量關係 .....	51

表 4-2-3 遊憩屬性構面之因素分析 .....	51
表 4-2-4 遊憩結果構面之因素分析 .....	53
表 4-2-5 個人價值構面之因素分析 .....	54
表 4-2-6 構面因素命名 .....	55
表 4-2-7 遊憩屬性構面之同意度分析 .....	56
表 4-2-8 遊憩結果構面之同意度分析 .....	57
表 4-2-9 個人價值構面之同意度分析 .....	58
表 4-3-1 性別對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	60
表 4-3-2 年齡對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	61
表 4-3-3 教育程度對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	62
表 4-3-4 職業類別對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	63
表 4-3-5 婚姻狀況對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	65
表 4-3-6 個人平均月所得對於方法目的鏈模式之差異性分析 .....	66
表 4-3-7 居住地點在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	67
表 4-4-1 旅遊次數在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	68
表 4-4-2 停留時間在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	69
表 4-4-3 同行人員在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	70
表 4-4-4 資訊來源在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	71
表 4-4-5 交通工具在方法目的鏈模式之差異性分析 .....	72
表 4-5-1 「屬性」、「結果」與「價值」相關係數 .....	73
表 4-5-2 「旅遊結果」層級迴歸分析表 .....	74
表 4-5-3 「個人價值」層級迴歸分析 .....	75
表 4-5-4 「屬性」對於「個人價值」之影響係數 .....	76
表 4-6-1 研究假設驗證結果 .....	77

## 圖目次

圖 1-3-1 瑞芳區行政區域劃分圖 .....	4
圖 1-3-2 陰陽海 .....	5
圖 1-3-3 黃金瀑布 .....	6
圖 1-3-4 水湳洞選煉廠與礦業遺址 .....	6
圖 1-3-5 水湳洞漁港 .....	7
圖 1-3-6 山城美館 .....	8
圖 1-3-7 濂洞國小 .....	8
圖 1-3-8 水湳洞聚落文化資產地圖 .....	9
圖 1-4-1 研究流程圖 .....	10
圖 2-3-1 方法目的鏈模式 .....	22
圖 3-1-1 研究架構 .....	25
圖 3-4-1 內容分析流程圖 .....	33
圖 4-5-1 水湳洞聚落遊憩體驗價值認知結構 .....	76
圖 5-1-1 水湳洞聚落遊憩體驗價值之方法目的鏈連結 .....	81

# 第一章 緒論

本章緒論內容共分為四節，第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的，第三節為研究範圍與對象，第四節為研究流程。

## 第一節 研究背景與動機

觀光遊憩是自古以來皆有的活動，隨著經濟成長，國民所得提高，教育普及化，與勞動時間降低，觀光遊憩的需求日益增加，成為普遍的社會現象。

近年來，國內遊憩活動蓬勃發展，「遊憩」已成為國人的休閒娛樂。交通網絡與媒體通路的發達，使得遊客能夠造訪的地區更加廣泛且深入，甚至出現了「秘境」的探索風潮，具有其獨特人文歷史、生態資源、產業型態……等等的特色景點，吸引大量遊客湧入朝聖。

根據中華民國交通部觀光局 2017 年國人旅遊狀況調查統計（交通部觀光局，2018），國人國內旅遊比率高達 91.0%，2017 年國人國內旅遊次數計 1 億 8,345 萬旅次，雖受當年度國內天災與出國比率增加等外在因素影響，較 2016 年減少 3.64% 的國內旅遊次數，但 2017 年國人國內旅遊次數仍居歷年第二高，表示國人從事旅遊活動的普遍性高。觀察國人的旅遊目的，主要因「觀光、休憩、度假」目的旅遊者占 80.7% 為最多，而旅遊時主要從事的遊憩活動以「自然賞景活動」的比率（63.7%）最高，特別是觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布等遊憩活動的選擇。

統計資料中發現（交通部觀光局，2018），國人在國內多數採取「自行規劃行程」的旅遊方式（占 88.9%），其他旅遊方式均低於 4%，顯示旅客傾向更自主的安排旅遊行程，選擇投其所好的內容。國人旅遊資訊來源的獲取方式則以「親友、同事、同學」為主占 49.8%，而透過「電腦網路」與「手機上網」的比率也較往年增加。過去「大眾、被動式」的觀光方式已轉為「小眾、自助式」的遊憩規劃。如此一來，遊憩景點是否能符合旅客需求，以及遊憩後的感受，便成為觀光發展的重點。

台灣鄉土誌（2000）記載，新北市的瑞芳地區位在台灣的東北方，境內幾乎都是丘陵地或小山巒，雖扮演著山區與平地間重要的轉運站，但因沒有豐饒的山產或貨品，當時僅是個普通的驛站。直到清光緒年間，九份和金瓜石發現金礦，自此掀起了近百年的淘金熱潮，整個地區人聲鼎沸，華麗樓房開始矗立在這原本貧瘠的土地上，商業貿易更趨活絡，人稱「黃金迷夢」。然，隨著 1987 年「臺灣金屬鑛業股份有限公司」結束營業，礦業吹熄燈號，當地就業機會減少，人口大量外移，繁榮一時後即步入蕭條，成為一座苟延殘喘在終年陰雨中的村落（劉還月，1997）。近年來，國人休閒型態的選擇，隨著民眾對在地文化的重視與政府

於2001年強調生態旅遊的政策後，這些長年被人遺忘的地區，開始受到遊客關注。此類型的傳統聚落，原本僅是產業發展與居民生活的地方，因其具有特殊的人文地景資源，富觀光發展之潛力，曾經的繁華與如今的滄桑皆成為它獨特的魅力，形成深具代表性的觀光資源。

根據新北市政府觀光旅遊局統計年報資料（交通部觀光局，2018），2017年「水湳洞遊客中心」的遊客人數為757,100人次，較前一年705,693人次，增加51407人次，而2017年「瑞芳風景特定區」的遊客人數則高達4,751,400人次，較前一年4,322,675人次，增加了428,725人次，為新北市當年度遊客人數最多的主要觀光遊憩據點，可看出瑞芳地區的觀光人潮不少，且遊客人數都較往年增加。不過數據顯示，「瑞芳風景特定區」的遊客人數遠高於「水湳洞遊客中心」近40萬人次。

如上面統計觀光資料所呈現的，位在瑞芳地區的九份與金瓜石一帶，近期受到媒體青睞，成為熱門的觀光地區，人潮絡繹不絕，茶館、餐飲店家、紀念品店林立，商業化氣息濃厚。而同樣擁有礦業歷史的「水湳洞聚落」，因不同的地勢環境而造就了與九份、金瓜石不同的情調，熱鬧的九份，寧靜的金瓜石，而擁有開闊視野與獨特風景的「水湳洞聚落」，則鮮少受到注目（高挺育，2009），隱匿在基隆山的另一側，儘管如此，仍有部分遊客特地前來此地遊玩，或在無意間發現此處，而開始將水湳洞聚落的遊憩資訊傳播出去。

研究者目前服務於新北市瑞芳區濂洞國小，而服務單位即座落在水湳洞聚落的這座山城裡。櫛比鱗次的高低矮房是瑞芳山城獨特的建築風貌，過去繁榮時代所遺留下的礦業遺跡，蜿蜒的小巷，拾階而上是盡收眼底的山景與海景，它的迷人之處和觀光魅力，吸引著我。在水湳洞聚落裡，也曾聽過不少遊客望著美景讚嘆：「我就是喜歡這裡什麼都沒有樣子，千萬別成為第二個九份！」但當地的居民與商家對於水湳洞聚落的發展，又會是什麼想像？看著每到假日的九份老街——這個各國遊客與台灣各地遊客都指名來到的觀光名勝景點，蜿蜒的小巷，懸掛著大紅燈籠，人滿為患，商機無限。難道「水湳洞聚落」真要複製九份的成功經驗才能吸引觀光遊憩的人潮嗎？因為真心喜歡水湳洞聚落的風情，願聚落能保有它吸引他人的遊憩屬性，而不是為了觀光而放棄其特色，走上大眾齊一化的觀光發展方向，所以想透過質性研究找出探討水湳洞聚落的遊憩「屬性—結果—價值」之層級，並透過量化研究來實證遊客的遊憩體驗價值，為聚落找到觀光發展上屬於自己的定位，提供其發展建議。

不論是觀光遊憩的規劃、經營或行銷上，在發想遊憩活動時，「遊客在想些什麼？」是最經常被提出的討論的，甚至進而分析出「哪些遊憩屬性會受歡迎？」、「遊客透過遊憩活動獲得的結果與價值是什麼？」為使水湳洞聚落觀光發展不落於遊憩商品化，了解遊客內在價值導向的遊憩發展更顯重要。

遊憩是遊客在閒暇時從事具有吸引力的活動，能從中體驗到自由、愉悅、個人滿足等，其中的遊憩體驗則是一種心理滿足狀態，具有多重面向的特性（Fennell, 2002）。而「遊憩體驗價值」則是探究遊客遊憩體驗的過程及體驗所獲得的遊憩效益，進而連結到心中的最終個人價值。遊憩體驗價值是非常重要的，因為會影響到遊客為何會選擇來到此遊憩地，以及其再遊意願和主動推薦的因素（藍天雄、王義雄，2018）。本研究選擇採用學者Gutman所提出的「方法目的鏈（Means-end chain）」模式，希望透過質性訪談以及量化統計的方式，協助水湳洞聚落釐清遊客的遊憩體驗價值導向，以此做出更適當的遊憩規劃決策。

水湳洞聚落曾在民國91年獲得文建會與金瓜石聚落（當時水湳洞聚落被劃分在一起）評選為「台灣十二個世界遺產潛力點」，表示當地珍貴的自然文化遺產被認為是值得世界共同維護的；水湳洞聚落內龐大的礦業遺址——十三層選煉廠，在2001年曾獲選為台灣歷史建築251景之中，並曾角逐「台灣歷史建築百景」（林宗聖，2004）；陰陽海曾被美國某雜誌譽為「世界奇觀」（劉還月，1997）。由此可證，水湳洞聚落的自然文化資源是如此獨特，因此探討遊客來到水湳洞聚落的遊憩體驗價值是非常具有研究價值的，故本研究選擇水湳洞聚落作為研究實證的場域。期盼透過實證研究找出遊客來到水湳洞聚落的遊憩體驗價值，為聚落提供觀光發展上的實質建議。

在上文敘及之背景下，「水湳洞聚落」雖具有其觀光發展潛力，在過去探討瑞芳地區的文獻，多關注在九份、金瓜石一帶，就連地方政府的觀光導覽手冊也是，而少數以「水湳洞聚落」來探討的文獻，如：學者王逢君（2008）以礦業文化景觀作為討論方向，輔以世界遺產案例，研究結果指出，目前在金瓜石和水湳洞聚落景觀中的礦業資產雖有受損，但仍具備之真實性、完整性、歷史價值與科學價值，該區域仍具有作為文化景觀的潛力；學者蕭百興（2015）透過文獻蒐集及田野調查，對水湳洞聚落的「文化地景」進行歷史、地理的考察，並在此基礎上提出空間活化再利用的參考性作法。過去之研究，多是針對水湳洞聚落其文化、歷史與地理之面向做討論，對於遊客造訪此聚落的遊憩體驗價值並未深入了解。因此，本研究想應用「屬性—結果—價值」方法目的鏈理論（Means-end chain approach, MEC），以到訪水湳洞聚落之遊客為對象，探討遊客對水湳洞聚落的遊憩體驗價值，期望能藉此提供當地聚落之觀光發展方向，給予更實質的建議，對聚落有所助益。

## 第二節 研究目的

根據本研究之背景與動機，研究者將以方法目的鏈理論探究遊客在造訪水湳洞聚落觀光的決策考量，了解吸引遊客造訪此地遊憩的主要原因為何？並再深入探討透過水湳洞聚落之遊憩，遊客會得到哪些遊憩體驗效益與個人價值？而就水湳洞聚落本身來說，其觀光發展的方向是否能符合遊客之期待？

本研究具體之研究目的說明如下：

- 一、以方法目的鏈理論之建構，探討分析「屬性」、「結果」、「價值」三個層級之因果關係是否存在於水湳洞聚落遊憩體驗中。
- 二、探討不同個人背景、遊憩特性的遊客，對水湳洞聚落遊憩體驗價值認知的差異性。

### 第三節 研究範圍及對象

#### 一、 研究範圍

##### (一) 研究範圍

本研究選定新北市瑞芳區的水湳洞聚落作為實證研究的範圍。行政區域畫分上，水湳洞聚落位於新北市瑞芳區，瑞芳區的地理位置位於基隆山與東北角海岸，全區群山環繞，平野稀少，除了面積有限的濱海地區與河階地外，境內多為山坡地。水湳洞聚落在清末年間屬於水湳洞庄，日治時期屬於瑞芳庄（街），光復後劃分在瑞芳鎮，原來僅有濂洞里，1970年之後增加了濂新里（鍾溫清，2002）。現今行政區改為瑞芳區，水湳洞聚落約包含濂洞里與濂新里。瑞芳區行政區域劃分如圖1-3-1。

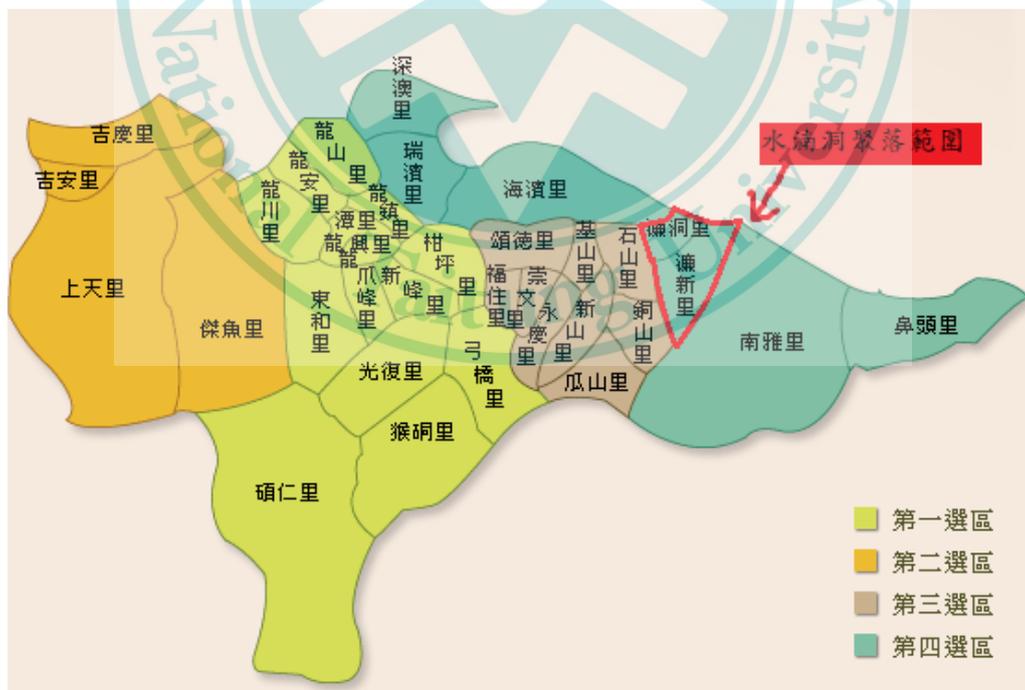


圖 1-3-1 瑞芳區行政區域劃分圖

資料來源：參考瑞芳區公所網頁「行政區域圖」，

網址：[http://www.ruifang.ntpc.gov.tw/content/?parent\\_id=10015](http://www.ruifang.ntpc.gov.tw/content/?parent_id=10015)

水湳洞聚落位於台灣的東北角，在九份溪出海口兩岸，為河谷地形，因鄰近海岸有明顯的季風型氣候特徵，風雨綿延強勁。日治初期，水湳洞聚落設置十三層選煉廠後，才陸續有居民遷入。「水湳洞」的地名來自選煉廠巨岩旁的海蝕洞，從山上流出的溪流於早期形成了「湳仔地」，故得此名（水金九文化行旅，2018）。

水湳洞這個與礦產密切相關的聚落，屬於基隆火山群，具有特殊的地形景觀與海岸。人文景觀特色與聚落配合自然地形而發展，展現礦山文化之美，傳統建築為獨特的油毛氈黑屋頂、石牆，石階與巷弄錯綜複雜，曾歷經風華的礦業遺址坐落在山城，述說著水湳洞過去的總總。

水湳洞從日據時代發展礦產以來，水湳洞聚落為金瓜石礦產的礦石選煉區，金瓜石為礦產區；而九份地區的金礦業管理方式與金瓜石、水湳洞不同，且九份的觀光產業發展較早。雖然新北市政府將「水湳洞、金瓜石、九份」三個聚落共同打造為國際觀光景點，但本研究考量三個聚落的礦業開採歷史、文化產業發展形式、自然資源與座落位置皆並不盡相同，觀光發展上也各有其特性與限制，故選擇了水湳洞聚落為研究區域，未納入金瓜石與九份。

曾經輝煌的黃金山城，在光復後，礦產資源逐漸枯竭，臺灣金屬礦業股份有限公司遂在1987年結束營業，居民陸續搬離，留下來的多為年長者或臺金公司的舊員工居多。目前的水湳洞尚保有歷史所遺留下的空間形式，因自然與人文景觀特殊，吸引大批遊客前往觀光，觀光遊憩在水湳洞正持續發展中。

### （一）聚落觀光資源

水湳洞聚落觀光景點包括陰陽海、黃金瀑布、水湳洞選煉廠與礦業遺址、水湳洞漁港、山城美館與濂洞國小等，圖文說明如下：

#### 1. 陰陽海（如圖1-3-2）：



圖 1-3-2 陰陽海

資料來源：呂彥君／攝

陰陽海的實際名稱為「濂洞灣」，呈現半圓形的海灣，因當地地質富含黃鐵礦，經年累月沖刷，使得河水中的黃鐵礦與三價鐵離子化合物（ $\text{Fe}^{3+}$ ），流入海中形成黃褐色懸浮物，而天然的漏斗狀淺海灣，海流擴散能力不足，形成了漸層式的黃藍相間海水，為特殊海岸地貌景觀（科學月刊，2009）。而那金黃色的海灣，在水湳洞聚落懷裡閃耀著，與外海的藍色海水形成的陰陽現象，更被譽為基隆火山的黃金十大傳奇之一（林宗聖，2004）。

## 2. 黃金瀑布（如圖1-3-3）：



圖1-3-3 黃金瀑布

資料來源：陳慧珍／攝

行過蜿蜒的金水公路後，令人為之一亮的特殊景觀，即是閃爍金色光芒的黃金瀑布。黃金瀑布的特殊，在於整個溪床呈現出的金黃色調。形成的原因，則是因為東北角豐沛的雨水流經礦區，地下水滲入地層與黃鐵礦及硫砷銅礦接觸後，所產生的氧化還原作用及鐵催化作用，造成金黃色的酸礦水。因其地勢落差大而形成天然瀑布奇景，黃金瀑布的水流也是陰陽海的重要源頭之一。特別要注意的是，此流水中具有砷，對人體有害，僅可觀賞，不能涉水遊玩（陳斐翡，2004）。

## 3. 水湳洞選煉廠與礦業遺址（如圖1-3-4）：



圖1-3-4 水湳洞選煉廠與礦業遺址

資料來源：何育志／攝

這座大型選煉場——水湳洞選煉廠遺址，俗稱十三層遺址，沿著水湳洞聚落的山勢而建。這座極具代表性的遺址建於日治時代1933年落成，作為揀選礦石之途，為瑞芳地區採銅工業的歷史見證。礦場內包含：碎礦工廠、氫化工廠、磨礦場與浮選工廠等等，採機械化作業。另外，盤旋在山坡上的水泥長龍，自十三層遺址向上延伸，這醒目的管狀物即是長仁三坑的廢煙道，昔日的功能是将煉銅過程所產生的廢氣排放到山後無人居住之處，避免對當地居民造成傷害。以水泥製成並沿山盤桓而上的廢煙道，總長度約有2km，堪稱是世界上最長的煙囪（陳斐翡，2004）。

這些礦業遺址在1987年台金公司結束營業後，已廢棄多年，但它們特殊的建築景觀，不少遊客慕名而來，也是廣告或MV拍攝的熱門場景，為喧騰一時的「水湳洞秘境」。不過，因礦區與煙內內仍殘存有有毒物質，且年久失修，目前封閉不得進入，僅能從旁觀賞。

#### 4. 水湳洞漁港（如圖1-3-5）：



圖1-3-5 水湳洞漁港

資料來源：陳慧珍／攝

水湳洞漁港位在台2線濱海公路旁，為金瓜石金銅礦務局的排水口，於在1958年開始建港，目前港區面積約有1300平方公尺，提供中型及小型漁船停泊。水湳洞漁港與陰陽海相鄰，漁港內部份海水也是藍色與黃色分開，呈現強烈的對比，同樣是陰陽海景觀的一部份（新北市觀光旅遊網，2018）。

另外，新北市觀光旅遊網（2018）介紹，與水湳洞漁港遙遙相望的觀景台叫做「長仁亭」，位在長仁社區，居高臨下的視野相當棒，可觀賞到水湳洞漁港、十三層遺址、水湳洞聚落（濂洞里範圍為主），以及濱海公路等景觀，「長仁亭」是觀賞水湳洞漁港的最佳位置。

5. 山城美館（如圖1-3-6）：



圖1-3-6 山城美館

資料來源：林文清／攝

山城美館為水湳洞聚落藝術家的一處據點，2009年3月由當地的藝術家們在水湳洞聚落成立，做為藝術創作者固定的展覽空間，也提供了當地藝術家與遊客之間的交流平台。原名為三層樓（山城樓），後來因其展示美的事物，更名為「山城美館」（劉珮君，2011）。進入山城美館內無需購票，此為免費的展演平台，進行作品交流與公平貿易，遊客可免費參觀與購買商品。

6. 濂洞國小（如圖1-3-7）：



圖1-3-7濂洞國小

資料來源：濂洞國小提供

新北市瑞芳區的迷你小學，位在水湳洞山城裡，因擁有絕佳觀景位置，面向陰陽海，背靠基隆山，以及一座長達兩層樓高的室內溜滑梯而聞名國際，在放學與假日時分，遊客人潮不斷，也是水湳洞聚落的另類觀光景點。

綜合以上，水湳洞聚落是一處具有自然景觀、人文歷史、礦產遺址等觀光資源多元化的區域，這些年來推展觀光，尚未成熟穩定，適合作為本研究之研究場域。水湳洞聚落文化資產地圖，如圖1-3-8。



#### 第四節 研究流程

本研究之研究流程如下圖 1-4-1 所示，一開始先確立動機與目的，透過蒐集與彙整專家學者的相關文獻，擬定出本研究之研究方向，並建立出研究架構與發展研究假設。

研究方法為：第一階段先以質性研究方式進行一對一的階梯訪談，將訪談內容以內容分析法歸納在「屬性、結果、價值」層級中；第二階段將質性研究萃取之層級元素結果建立問卷並發放，以 SPSS 22.0 版統計軟體分析回收問卷分析其結果，驗證所建立的研究假設並加以解釋，最後提出結論與建議。

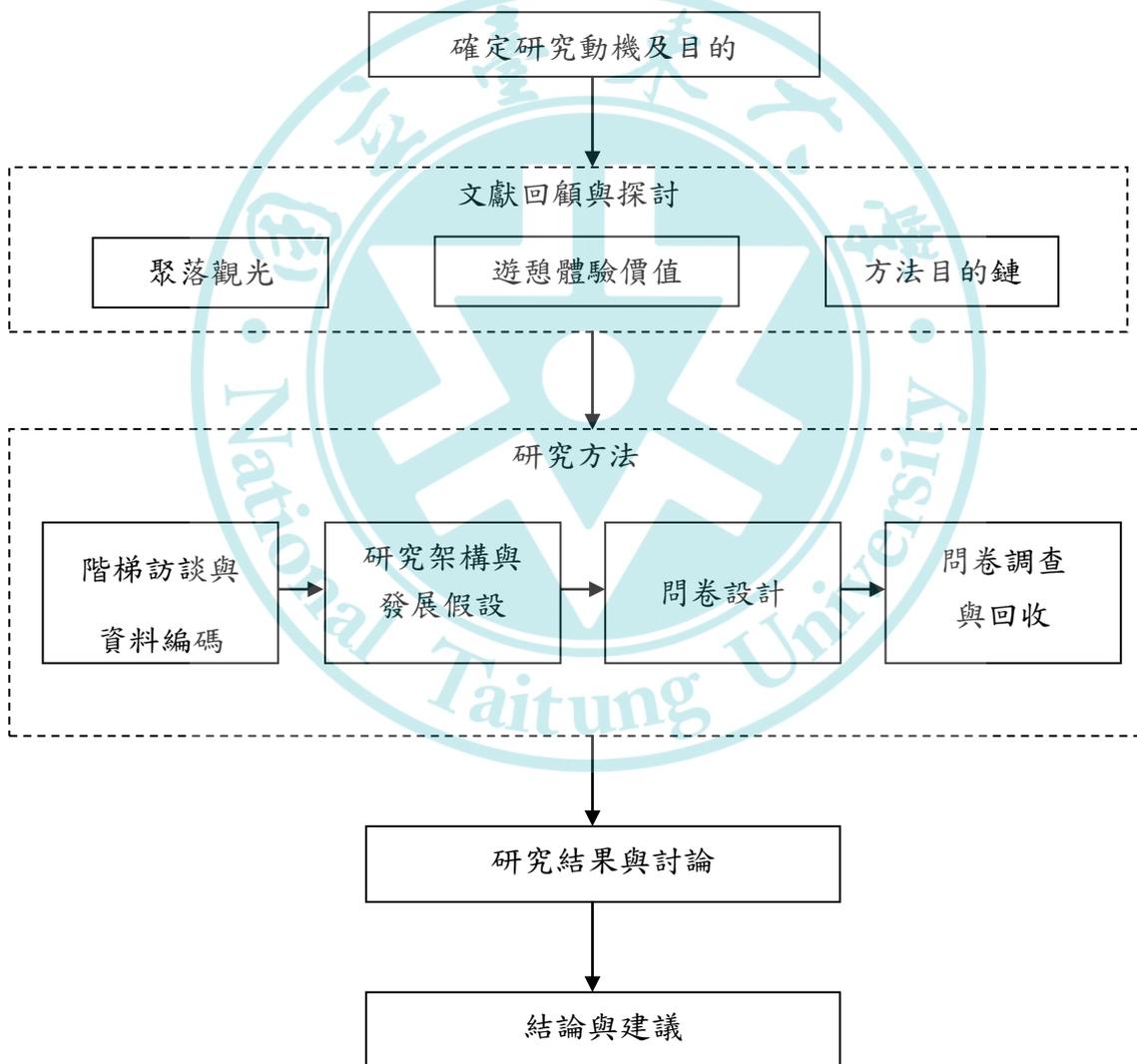


圖 2-4-1 研究流程

## 第二章 文獻探討

本章內容共分為四節，第一節是聚落觀光，第二節是遊憩體驗，第三節有關於價值的討論，第四節則是方法目的鏈模式，分別針對其定義及相關研究做彙整。

### 第一節 聚落觀光

#### 一、聚落觀光定義

##### (一) 聚落的定義

聚落 (Settlement) 泛指人口聚集之地，小至一家一戶，大至城市都能稱作聚落，規模包含三層級：村落、鄉街及都市，以人口聚集規模來做區分 (陳正祥，1959)。

一般聚落多屬自然發展的性質，人口聚集主要依據三項原則：生產方式、防禦自衛及親屬聯繫 (林瓊華、林晏州，1995)。

水湳洞聚落，位於台灣東北角的區域，在行政區的劃分上，是屬於新北市瑞芳區的範圍，現今包含了濂新里和濂洞里。本研究中所討論的「水湳洞聚落」，本為村落此一層級，主要因當時礦業的生產需求而形成。

##### (二) 聚落觀光的定義

聚落原為當地居民生活的所在，觀光發展將對當地經濟環境產生影響，正面影響即是創造就業機會與收入，外來資金進駐，進而改善當地的經濟環境，負面影響則可能會造成物價與房地價的漲幅，觀光活動對當地生態與生活樣貌的干擾。地區的觀光發展是著重在觀光需求的方面，從觀光供給的方面來作發展的規劃，Dale and Oliver (2002) 指出觀光發展乃「描述一個地區或國家透過觀光的發展歷程」，或指「興建旅館、渡假中心或觀光名勝景點等特定用途的場所」。因此聚落若欲規畫其觀光發展，必須先了解其觀光發展之目的與原則，以利規劃。

社區指的是一群有共同文化的人，居住於同一區域，進而衍生的互動影響，包含「共同文化」和「共同地域」兩個基本屬性 (Popenoe & David, 1983)。而聚落則泛指人群定居生活的地方，因此社區亦屬於聚落的一種形式。學者林瓊華、林晏州 (1995) 談到，社區觀光是以建立社區營造的基礎來發展觀光，居民與地方組織共同參與決策，共享經濟利益與福祉，運用當地自然與人文資源等特色，由下而上式來推行觀光活動，並以達到社區永續發展為最大目標。而本研究中的聚落觀光，其發展目標亦是如此。

##### (三) 聚落觀光發展的意涵與構面

近年來興起了一種新的概念與實踐——社區博物館，讓博物館的功能透過文化

和歷史的角度，走入社區，同時讓社區基層的日常文化及關懷常民生活的情操，走入博物館。而「修正型社區博物館」是特別針對已喪失或不具經濟體系與發展能力，且人口外移嚴重，亟需發展文化產業的社區（宋秉明，2002）。水湳洞聚落其地方發展資源較為貧乏，公共設施與觀光建設較不足。學者宋秉明（2002）提出結合聚落文化產業的新思維，將經濟層面帶入，才能打造聚落的經濟利基。修正型社區博物館加入了「遊客的需求」的成分，同時顧及市場機制、居民的生活品質、社區的文化保存，藉由觀光發展的模式，與社區文化產業的精神結合。

綜合上述，聚落觀光的發展模式與一般大眾旅遊景點的差異在於其以聚落營造為基礎，顧及當地居民利益、地方組織決策、意識價值等，來進行規劃及聚落永續性考量的觀光發展模式。而對於聚落本身而言，其觀光發展是否符合遊客的需求是一項很重要的課題，在思考如何為聚落帶入更多觀光資源前，應了解遊客對於該聚落的看法與遊憩後的體會，方能在規劃面更符合遊客的期待。另外，同時反思聚落對於自身的文化、產業、土地與環境等各項資源，該如何加以保存及對外表達，最終聚落才能達到永續發展的最終目標。

（四）有關聚落觀光之相關實證研究國內已有許多學者專家論述，本研究將其整理如表 2-1-1。

表 2-1-1 聚落觀光之相關實證研究統整表

作者	研究目的	研究結果
許功明 (1994)	探討在 1.文化歷史遺產和 觀光的實質經濟效益 2.居 民未來的生活 3.社區整體 發展，三者之間有無完善 結合的可能。	在觀光的影響下，居民生活的主導者變成觀光客，不但改變了居民彼此的關係，社區整體的形象也有自我凍結之虞。
林瓊華、 林晏州 (1995)	在發展程度不同的九份、 金瓜石聚落進行調查，研 究目的為瞭解觀光遊憩發 展對於傳統聚落景觀意象 的影響。	研究結果顯示，觀光遊憩發展對當地景觀意象造成了顯著影響，並以「商業開發程度」之影響較顯著。
廖均桓 (2014)	研究區域為台灣的三條老 街，觀察發展觀光業後， 地方鄉鎮社會與其經濟會 產生的改變。	地方鄉鎮在發展觀光業後，會遇到旅遊淡旺季的問題，因而觀光產生的就業機會多以兼職工作為主；觀光發展後，地方房價上漲，房東為主要的受益者，而鄉鎮年輕人口仍然往都市發展。

作者	研究目的	研究結果
郁孟庭、 林晏州 (2014)	探討澎湖西嶼二崁傳統聚落發展觀光後對於居民生活品質認知之影響。	研究結果顯示，居民們對於二崁聚落觀光發展後所帶來的生活品質影響多為正向的：觀光對於聚落發展能調劑身心、增進社區凝聚力、帶來經濟助益，但仍有部分的居民未參與且對觀光發展後造成的噪音及環境整潔有微詞。
柯一青 (2015)	分析臺灣社區營造 (Community Building) 政策的發展，及論述文化創意產業 (Cultural and Creative Industry) 轉變的過程，並給予各類文創產業實踐的建議。	地方觀光文化產業與地方傳統產業是具關聯性的，以觀光行銷方式來吸引遊客作深度旅遊，而政府主導地方的觀光行銷偏向產品行銷，與文化關聯性低，遊客僅將地名和產品作聯結，雖有在地性產業，但與文化的聯結卻是疏離的。
廖淑容 (2017)	調查和分析商家與遊客的觀光發展供需，從產業關聯、經濟波及與連漪效應角度來檢視，歸納相關文獻後建立分析的基礎，以內灣為個案來討論鄉村觀光經濟及消費間的連結關係。	研究發現，鄉村觀光在空間發展的系統上若能產生連結，其經濟效益相對容易對地方發展產生正向貢獻。就地區性的經濟發展來說，觀光發展具特色基礎和市場差異性，確實能夠為地區帶來整體的經濟效益；然，內灣商圈為商業利益快速發展後形成同質性的，顯然抑制了原來具特色的觀光效果，降低遊客的消費意願與對於消費認知的期待落差。

資料來源：本研究整理。

小結：

現階段關於聚落觀光之相關研究中，發現聚落觀光發展後，為聚落帶來的生活品質影響雖為正向，帶動地方經濟，也有因為在觀光導向的發展下，使聚落生活受到觀光客來主導，造成環境破壞、地方文化疏離等影響。

過去文獻多以居民參與態度、觀光遊憩發展情形、聚落自主性或觀光衝擊方面的論述為多，少有以遊客之遊憩觀點來探討聚落的觀光發展；因此本研究希望以探索遊客之遊憩體驗價值角度，使聚落遊憩發展意涵更加完整。

## 第二節 遊憩體驗價值

### 一、遊憩體驗的定義

遊憩的英文為 Recreation，源自 Re-create 而來，含有再創造的意思，即是參與活動後獲得一種更新（Refreshment）、恢復（Restoration）身心的體驗，而露營、野外踏青、唱歌等均屬於遊憩活動。參與者除了身心愉悅、重獲清新外，同時從大自然的景物獲得某種程度上的啟發，舉例來說：登山後體會到了大自然的偉大，進而感到謙卑；透過歌唱心生感觸，體會到珍惜所愛的人；野外踏青後，體會到生態保育的重要性等等（歐勝榮，2007）。因此，從事遊憩活動不僅是一種消費行為，還包含體驗的獲得，及自我詮釋從事遊憩活動對自身的意義。

學者對於遊憩的定義有各種說法，綜合來說，遊憩的內涵可說是一些要素依序串連而成，根據學者歐勝榮（2007）的歸納如下：

- (一) 依時間而言：時間是最前提，也是最基本的要素。此為去除日常生活所需的時間後，可自由運用的剩餘時間，亦即「閒暇（Discretionary time）」。
- (二) 依活動而言：「遊憩活動（Recreation activity）」是在免去責任與義務之後，所從事較個人偏好、較自由的活動。
- (三) 依場地而言：「遊憩場所（Recreation setting）」為適合從事所選遊憩活動之場所。
- (四) 依行動而言：「遊憩參與（Recreation participation）」強調個人的自由意願、存在感及實際行動。
- (五) 依體驗而言：「遊憩體驗（Recreation experience）」著重在個人參與遊憩活動內心當時的感受。
- (六) 依效益而言：「遊憩效益（Recreation benefit）」著重在個人參與後，一段時間內所衍生較為長久的利益，包含身心健全、親子與人際關係、保育觀念的養成或實踐等等。

由此可知，遊憩是遊客在閒暇時從事具有吸引力的活動，能體驗自由、愉悅、個人滿足等，而其中的「遊憩體驗」則是一種心理滿足狀態，具有多重面向的特性（Fennell，2002）。

體驗 (Experience) 分成了五種形式, Schmitt (1999) 區分為感官 (Sense)、思考 (Think)、感知 (Feel)、行動 (Act) 及關聯 (Relate) 等。學者 Joy and Sherry (2003) 認為體驗是指親身經歷活動的過程, 在感官或心理上所產生的情緒。因此, 體驗不僅是單純的感受, 而是對於特定的事件、行動或空間產生關聯性思考後所得的感知過程。

綜合上述的定義, Ittelson (1978) 指出在不同的「活動」與「環境」之組合將會產生不同的體驗, 而環境是經由活動的過程產生體驗。當遊客在從事遊憩活動時, 從環境中獲得訊息, 經處理後, 對個別或整體事項得到的判斷, 以及呈現之生理與心理狀態, 即為遊憩體驗。在遊憩體驗的歷程中, 現場體驗是最為重要的 (Clawson & Knetsch, 1969)。Driver and Tocher (1970) 同樣提到, 此種經驗是個人於非義務時間內自願參與, 得到的內在報償 (Intrinsically re-warding)。Ellis, Voelkl and Morris (1994) 指出, 在建構遊客體驗模式時, 同樣可將情感與自我確認等構面, 作為測量遊客遊憩體驗感受的工具。

由此可見, 遊客參與遊憩活動僅是為了達成某種目標, 或滿足某種心理需要的方式, 遊客真正所需的是遊憩體驗。因此, 當環境的設施與活動無法滿足遊客使用需求, 將降低遊客來訪的意願和遊憩品質 (陳肇堯, 1999)。

本研究所探討的遊憩體驗, 重視這些主觀感受透過參與遊憩的過程, 得到的綜合分析、感受與回憶, 所建構成的感知結果。主要是想了解水湳洞聚落的遊客在遊憩體驗過程中所獲得的滿足——主觀上認為具有價值性。

## 二、有關遊憩體驗之相關研究

有關遊憩體驗之相關研究, 如表 2-2-1。

表 2-2-1 遊憩體驗之相關實證研究

作者	研究目的	研究結果
陳美吟 (1985)	遊憩體驗之研究 —以楓林瀑布、擎天崗、太平山實力調查。	體驗內容的類型分為：探索挑戰、愉悅感、敬畏感、寧靜感、輕鬆調劑等。在遊憩需求體驗歷程架構上, 發現遊客的遊憩需求與遊憩動機受到過去經驗、個人特質等影響, 遊客自身對從事遊憩有不同的期望, 進而產生遊憩行為。從事遊憩後, 因環境特色、活動種類與實際情況等影響, 會有不同的遊憩體驗, 並影響其遊憩滿意度與回饋行動。

作者	研究目的	研究結果
陳水源 (1989)	遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究。	根據社會與心理環境對遊客的影響，提出其所產生的主要體驗項目有：適宜健身運動、與大然接觸、學習與他人相處、家庭團聚、安全感、學習自立、逃避個人與社會壓力、逃避實質壓力、冒險犯難、磨練領導能力、一般性研習、自我成就之實現及結交新朋友。
吳運全 (2002)	以綠島為例，主要探討環境態度與遊憩體驗關係。	研究發現參加綠島生態旅遊的遊客具有五種體驗類型：生態愉悅感、新奇與挑戰感、自我追尋與人際建立感、放鬆調劑感以及逃離感；同時指出，正向的環境態度與心理體驗有關，在自然地區心理體驗越深刻，其生態行為也會越正向。當遊客在戶外環境體驗時間越長，其體驗結果就越能影響個人的環境態度。
陳冠宏 (2004)	探討遊客在龍門露營區遊憩活動體驗研究之「遊憩活動體驗項目」。	在因素分析後，獲得六個組成構面，分別為：自我成長體驗、活動愉悅體驗、休閒放鬆體驗、認知技能體驗、人際關係體驗及遊憩樂趣體驗。研究發現，「活動愉悅體驗」是影響「遊憩活動體驗整體滿意度」之最大構面。
劉倩茹 (2009)	探討休閒農業區中，遊客特性和遊憩體驗需求度之間的關係，也針對遊客對遊憩體驗後的滿意程度進行調查研究。	研究結果發現，多元化的遊客特性會影響遊客的遊憩體驗需求度與滿意度。整體來說，休閒農業區經營者應重視的課題包含：農場景觀、農業體驗DIY、農場的環境整潔、連外交通的便利性、導覽人員的解說內容與服務態度、景觀遊憩據點的文化教育性與維護狀況、自行車行程的路線安排、自行車道的安全性。
李宜穎 (2011)	探討六堆嘉年華遊客之遊憩動機、遊憩體驗對滿意度與重遊意願的關聯研究。	此研究將遊憩體驗構面分為五種：生理、安全、社會、知識及自我滿足。研究結果發現，遊憩動機、遊憩體驗及重遊意願有顯著正相關。

作者	研究目的	研究結果
張志銘、 陳文信、 祁崇溥、 施國森 (2018)	探討天馬牧場的 遊客在休閒涉 入、遊憩體驗與休 閒效益三者之間 的關係。	研究結果發現：整體「休閒涉入」會正向影響「休閒效益」；整體「休閒涉入」會正向影響整體「遊憩體驗」；整體「遊憩體驗」會正向影響整體「休閒效益」。因此，要有好的社交體驗、情感體驗、思考體驗、感官體驗、關連體驗，可以從吸引力與自我表現的休閒涉入參與。

資料來源：本研究整理。

小結：

綜合上述研究，當遊客受到過去的經驗和當時的環境影響，產生遊憩的動機、期望與行為，在經歷不同的遊憩過程的當下與事後，以心理和生理的過去與當時經驗，做了綜合分析後，得到之結論與回饋，即為遊憩體驗。

而遊憩體驗的類型與內容多元，會受到不同的遊客特性而影響其遊憩體驗需求度與滿意度，活動愉悅體驗對於遊憩活動體驗整體滿意度影響層面大。在過去研究中發現，遊憩動機、遊憩體驗及重遊意願之間，具有顯著正相關。因此，遊憩活動經營者應注重更全面、多元的面向，提供遊客良好的遊憩體驗。

本研究之遊憩體驗為遊客參與水湳洞聚落遊憩過程中生理或心理上之「體驗」效益或目的，而藉由分析遊客遊憩體驗的過程及體驗所獲得的遊憩效益，進而連結到遊客心中的最終個人價值。

### 三、體驗價值的定義

價值 (Value) 是個人內心恆久的信念，此信念是個人偏好的行為模式基礎，以及最終存在的目的狀態 (Rokeach, 1968)；張益銘 (2007) 指出價值是抽象的概念，不僅是在生活中對於某事物的正負面評價，也能成為判斷事物或選擇個體的心理準則，提供自身行為的方向。

而根據上述文獻可以了解，體驗是一種感知過程，在經歷特定事件、行動或空間所產生的關聯性思考後所獲得。而體驗價值則是透過個人實際參與後，所獲得的信念。

從過去的文獻中，學者Schmitt (1999) 率先提出了「體驗行銷」的概念；相較於傳統行銷著重在產品的性能與利益，體驗行銷則是將焦點放在顧客體驗上，提供其感官、情感、思考、行動與關聯上的價值。而「體驗價值」是體驗行銷所衍生而來，因此，好的體驗行銷將能夠為消費者帶來正向的體驗價值 (林耀南，

2010)。林耀南(2010)提出，體驗價值即是消費者在參與體驗過程中，對於產品、服務及體驗互動，會提升或降低其消費觀點與價值。所以，企業為了加深消費者對於品牌的印象和認同，應舉辦活動並使參與者獲得好的體驗價值，便能吸引消費者持續關注該企業的產品或活動。水湳洞聚落若想讓到訪遊客獲得好的遊憩體驗價值，應規劃合適的遊憩屬性供遊客體驗，加深遊客對於聚落的印象與認同。

至於，體驗價值的表現形式，學者Holbrook(1994)提出以下三種形式，如表2-2-2。

表2-2-2 體驗價值的表現形式

表現形式	內容
情感價值	透過提供的商品，使顧客產生愉快等積極情感，進而使顧客覺得從商品中得到了那部份的價值。
心理價值	顧客消費此商品時，心理感知風險低，進而使顧客覺得從商品中得到了那部份的價值。
知識／信息價值	顧客在消費商品時，得到了自己想了解的信息，或是從消費商品中增長了所需要的知識，而使顧客覺得從消費商品帶來了價值。

資料來源：本研究整理。

根據 Holbrook (1994) 的研究，認為顧客體驗價值包含了四個特質：互動性 (Interactivity)、相對性 (Relativism)、情感反應 (Affectivity) 和來自消費經驗之基礎 (Agrounding on the consumption experience) 等，而這樣的經驗感受與互動、相對的偏好觀念，最終顧客的評價則是來自購買產品或放遊帶給他們的體驗或經驗 (姜竹音, 2010)。本研究中的體驗價值，是以遊客為對象，探討遊客來到水湳洞聚落遊憩後，透過這些體驗或經驗，獲得的最終價值。

Mathwick, Malhotra and Rigdon (2001) 依據學者 Holbrook (1994) 的構面模式提出了體驗價值模型，認為體驗價值可以提供外在和內在利益，其中外在利益是屬於物質層次的，通常來自於完成某個任務或工作而獲得，內在利益是屬於心靈層次的，則是在滿足自己目標過程中的經驗中而獲得。

#### 四、體驗價值之相關研究

有關體驗價值之相關研究，如表 2-2-3。

表 2-2-3 體驗價值之相關實證研究

作者	研究目的	研究結果
陳美芬、 陳麗雪 (2013)	以台東縣為研究範圍，探討農村旅遊中所具有的吸引力、遊客對農村旅遊的體驗感受、旅遊吸引力對體驗價值之影響等課題。	體驗內容的類型分為：探索挑戰、愉悅感、敬畏感、寧靜感、輕鬆調劑等。在遊憩需求體驗歷程架構上，發現遊客的遊憩需求與遊憩動機受到過去經驗、個人特質等影響，遊客自身對從事遊憩有不同的期望，進而產生遊憩行為。從事遊憩後，因環境特色、活動種類與實際情況等影響，會有不同的遊憩體驗，並影響其遊憩滿意度與回饋行動。
林喜雯、 陳惠美、 陸洛 (2015)	透過方法目的鏈模式來探討登山活動之體驗價值，比較登山與健行者重視的活動屬性、獲得的立即結果和追求價值差異。	顯示登山與健行者皆追求高層次之終極價值，包含自我實現、美好生活、健康與社會支持是兩者共同追求之四種價值。此外，登山者還特別重視環境倫理之價值。
藍天雄、 王義雄 (2018)	探討遊客參與旅遊後，其遊憩吸引力和體驗價值與忠誠度和滿意度之間的影响。	研究結果發現，遊憩吸引力會影響忠誠度和滿意度，體驗價值同時也會影響忠誠度和滿意度，最後滿意度會影響忠誠度，導致滿意度成為中介因素，影響體驗價值對忠誠度的關係。當遊客體驗旅遊的過程與最初目的一致時，會提升旅遊體驗後的知覺及行前的期待感，進而影響其忠誠度與滿意度，與再遊意願及主動推薦等因素。

資料來源：本研究整理。

小結：

綜合上述研究，當遊客受到過去的經驗和當時的環境影響，透過個人實際參與後，產生遊憩的動機與體驗價值，獲得信念。到訪水湳洞聚落的遊客可能因其理性的比較或感性的認知而產生對於聚落遊憩體驗的價值，而其遊憩體驗價值之產生，可能來自於各種遊憩屬性、所獲得的遊憩效益，亦或是所連結到的個人價值，因此，需要透過實證研究來了解遊客的遊憩體驗經驗，才能挖掘出真正的個人價值。

關於「遊憩體驗」與「體驗價值」在過去的文獻中多有論述，透過文獻的整理與探討後，可歸納出遊客透過遊憩活動，不僅是體驗活動本身，更重視體驗後的內心感受，以及對自身的意義，為一種心理滿足的狀態。而感受與意義是主觀的、多種表現形式的體驗價值。於本研究中，將「遊憩體驗價值」定義為遊客實際體驗遊憩活動後，所得到的感受，透過自我詮釋遊憩活動對自身的意義後，進而產生其自我的價值信念，即為遊憩體驗價值。

### 第三節 方法目的鏈

#### 一、理論介紹

方法目的鏈是根據「期望價值理論」(Expectancy-value theory)所發展延伸的。期望價值理論是一種以個人期望為主的動機理論，Vroom (1964)認為個體是在有信念與預想的狀態下採取某種行為，此種狀態會影響行為後所產生的結果，可透過下列兩個因素來解釋人的行為是否受到動機 (Motivation) 的刺激：

1. 期望 (Expectancy)：對行為知覺可能達成的預期成果。
2. 價值 (Value)：對個人吸引力的大小。

Gutman 於 1982 提出「方法目的鏈」(Means-end chain, 簡稱 MEC)，用來探討個人價值與產品選擇關係的消費行為理論。Gutman 主張消費者透過購買並藉由某些產品屬性所產生的體驗結果，來達到其最終期望獲得的價值。

「方法目的鏈」模式中的方法 (Means) 是指產品或所從事的活動，如：某樣特定商品、逛街、與親友聚餐等；目的 (End) 則是指所連結的價值狀態，如：開心、放鬆愉悅、幸福感等。

其理論是由屬性 (Attributes)、結果 (Consequences) 與價值 (Values) 三個部分所構成，主要概念為消費者將產品屬性視為達到「目的」的「方法」，此「目的」可能是一項具體的結果或是抽象的價值，它反映出價值趨向，並透過產品的屬性產生結果 (林勤豐、葉明義、邱兆民，1999)。

將「方法」到「目的」之發展層級鏈結成「方法目的鏈」，將可探究消費者如何經由對產品或服務的選擇，以滿足欲追求的目的狀態。Gutman 認為消費者會賦予每項產品或服務某些意義，這些意義與個人的內心價值存在了某種關聯性。依此，藉由對產品屬性的偏好，消費者經由消費結果的感受，進而滿足其價值需求的偏好感受，並發展出個人價值觀（Gutman，1982）。因此，可藉由消費者對於具體的產品屬性的選擇行為，探討其內心抽象的價值意涵。

總體來說，方法目的鏈模式是由「屬性」、「結果」及「價值」三個階層所組成，其概念性定義與操作型定義分述如下表 2-3-1：

表 2-3-1 方法目的鏈之概念性定義與操作型定義

階層	概念性定義	操作型定義
屬性	對事物特性的認知，是消費者對於商品或服務的認識程度，包含具體屬性與抽象屬性。	遊客對前往水湳洞聚落遊憩考慮的要素，包含遊客在聚落中所從事的所有遊憩型態、活動、體驗項目，以及遊憩過程中所感受到的任何事物。
結果	屬性所引發的結果，亦指消費後直接或間接所產生的結果，包含功能性結果與心理性結果。	遊客前往水湳洞聚落遊憩考慮的要素經由遊憩體驗所產生的結果，為遊憩體驗效益。
價值	價值對滿足程度的最終需求，是一種主觀認知，也是心中渴望的最終存在狀態。	遊客在水湳洞聚落遊憩體驗後所連結到最終的個人價值，亦為體驗後的結果在滿足程度方面再提昇的感受，同時是遊客對水湳洞聚落遊憩體驗在心中比較高層次的最終需求。

資料來源：本研究修改自詹定宇、彭西鄉（2010）

綜合上述，方法目的鏈模式（Olson & Reynolds，1983）其產品本身所具備的屬性即為「方法」，「目的（目標）」則是結果及價值，消費者經由產品的屬性則可以達到想要的目標結果或效益，而較高層級的目標則代表了消費者心中更深層的動機。換而言之，水湳洞聚落促使遊客前來的遊憩屬性即為「方法」，「目的」則是遊客經由遊憩體驗所產生的遊憩體驗效益，以及所連結到最終的個人價值。

## 二、方法目的鏈模式層級

Gutman (1982) 提出的方法目的鏈理論主要依循兩個假說：

(一) 價值是主要導致消費者行為的因素。

(二) 消費者選擇商品時，會依循個人的價值分類商品，簡化決策的過程。

於此理論，「價值」被定義為消費者所渴望的最終存在狀態，當一個人在描述其個人價值時，即是在敘述內在最理想的目標價值。

Gutman (1982) 對於價值提出更加完整的方法目的鏈之測量模式，主要有三個部分：方法目的鏈結、矩陣和輸入輸出。方法目的鏈結由分組層級、結果層級和價值層級構成，分組層級是產品的屬性、結果層級和價值層級是產品能帶給消費者什麼意義；情境和產品是此系統的輸入項，最後考慮選擇的產品則是輸出；整個矩陣代表方法目的鏈結依不同層級所分類出的產品和選擇的過程情境。

Olson and Reynolds (1983) 將方法目的鏈由Gutman (1982) 原來提出的「屬性、結果、價值」三個階層，依抽象程度再細分為具體屬性和抽象屬性、功能性結果和(社會)心理性結果、助益性價值(工具性價值)和最終價值等六個子層級，而形成「方法目的鏈模式」，如圖2-3-1所示。

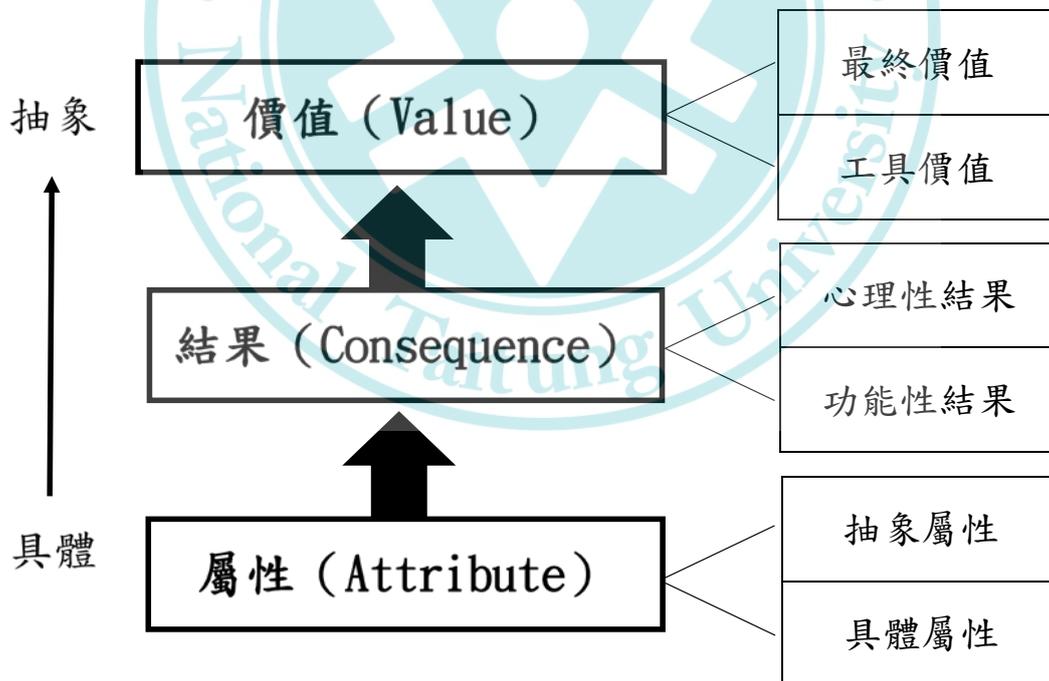


圖 2-3-1 方法目的鏈模式

資料來源：整理自 Olson and Reynolds (1983)

由以上文獻所示，當「方法」到「目的」的發展層級鏈結成「方法目的鏈」，包含「屬性」、「結果」及「價值」三個階層，經由此模式架構，便能更了解產品相關屬性、鏈結關係，與消費者所重視的因素及價值。

### 三、應用方法目的鏈模式於遊憩體驗之相關研究

自從學者 Gutman 於 1982 年提出方法目的鏈理論以後，此理論架構被廣泛應用在商業模式中顧客的認知結構研究，主要在探討顧客購買的行為動機與研究產品在顧客心中的價值等，相關研究如：學者林勤豐、葉明義、邱兆民（1999）以方法目的鏈模式建構行銷研究變數與行銷策略；學者嚴秀茹、李有仁、蕭丞傑、李國書（2006）運用方法目的鏈探討顧客關係利益的階層關係，並進一步比較二地消費者特性的差異；學者扈夏蒙、楊洪君（2016）運用科學有效的方法讓設計在設計過程中充分融合消費者的想法。

而學者 McIntosh and Thyne（2005）表示，方法目的鏈相當適合應用在觀光研究領域上，包括探討不同遊憩型態的內涵與價值、目的地的選擇、休閒遊憩的決策等等。有關應用方法目的鏈模式於遊憩體驗之相關研究，如：Gengler, Klenosky and Mulvey（1995）應用方法目的鏈模式來探討遊客選擇滑雪目的地之決策行為；Frauman and Cunngham（2001）探討使用綠色步道的利益與個人價值；曾光華、陳貞吟、張永富（2004）探討遊客在歷史遺跡、古文物或舊城鎮旅遊的懷舊體驗，解析旅客體驗的屬性、利益和價值；詹定宇、彭西鄉（2010）應用在探索遊客參與蜜月旅行的考量要素與主要價值目標；梁榮達（2013）以方法目的鏈探討有機消費族群購買有機商品體驗的內涵與價值；李曄淳（2014）探討休閒農場滿足消費者經由農場提供的服務屬性，透由結果，連結到心中最終價值；張宏政（2017）以嗅覺體驗形成「客庄好味道」來論述主題，並應用方法目的鏈模式來探討「味道」衍生之認知、情感與價值等意義；王立燕（2017）以方法目的鏈為基礎來研究冰雪體育旅遊消費者的價值。

遊客對於遊憩活動的決策，會依照其個人價值為準則，透過方法目的鏈模式來探索遊憩的屬性與效益，獲知遊客的內心價值，將更明白遊憩產品屬性的意義及重要程度。水滴洞聚落的遊憩屬性同屬於遊憩產品的一環，透過文獻能了解，目前已有許多研究應用方法目的鏈理論於探討遊客的遊憩體驗與其內在價值。因此，本研究認為運用「方法目的鏈」模式探討水滴洞聚落遊憩體驗價值是合適的。

小結：

透過本節方法目的鏈之介紹與文獻整理，可獲知，顧客購買商品或遊客選擇遊憩地點的決策上，會受到個人價值判斷而不同；聚落觀光包含了聚落屬性資源與遊客行為，透過方法目的鏈來探討遊客獲取價值的歷程，可供聚落遊憩發展之調整與規劃參考，並期望研究結果能對於聚落觀光發展目標的建立，有所助益。



### 第三章 研究設計

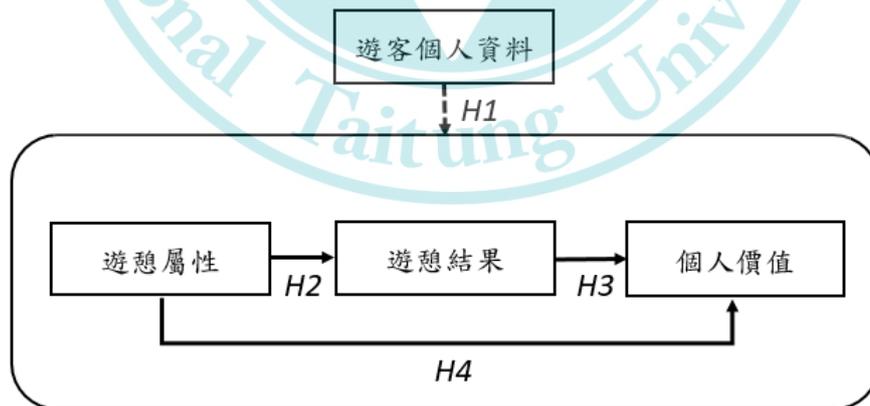
本章研究設計共分為四節，第一節為研究架構，第二節提出研究假設，第三節說明本研究之研究方法，第四節說明質性研究內容，第五節說明量化研究內容

#### 第一節 研究架構

本研究主要目的希望探討遊客在水湳洞聚落遊憩體驗之渴望與最終價值，了解「屬性—結果—價值」之因果關係是否存在於聚落觀光遊憩體驗中，以及遊客的個人背景與遊憩特性對於聚落觀光遊憩體驗是否存在差異性。因此，本研究以方法目的鏈為基礎，並採階梯法（Laddering method）為蒐集資料的主要方式和分析方法，探討水湳洞聚落遊憩的產品屬性、消費結果與最終價值的不同層級連結，呈現整體的結構模式。

基於第一章之研究動機及目的，及第二章以文獻探討相關構念後，發展出本研究之研究架構，如圖 3-1-1 所示。

學者 Gutman (1982) 提出方法目的鏈理論，認為「屬性—結果—價值」為價值的核心理念，來證實消費者透過消費的過程與其個人價值作連結，使其對於購買的商品或服務產生認知的屬性，而消費者之所以購買與使用產品和服務，是為了達成個人渴望目標。本研究將之運用於聚落觀光上，希望探討遊客在參與水湳洞聚落遊憩體驗之渴望與最終價值。



方法目的鏈模式

註：

- > 表示遊客個人資料在三個層級之差異性
- 表示三個層級間的因果連結關係

圖 3-1-1 研究架構

## 第二節 研究假設

本研究於假設中認為遊客參與聚落觀光，會透過所獲得的遊憩效益而連結到個人價值；Gutman and Miaoulis (2003) 提及，「屬性－結果－價值」除了本身的連結關係外，這三個階層之間存在著各種形式的可能，這表示除了存在於「屬性－結果」與「結果－價值」之因果連結外，在方法目的鏈模式中，也可能存有「屬性－價值」間的連結關係；由此，研究者推導出本研究假設，如表 3-2-1。

表 3-2-1 研究假設

研究假設	
H1 假設一	遊客個人資料對水滴洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性」、「遊憩結果」與「個人價值」有顯著差異。
H2 假設二	水滴洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性」對「遊憩結果」具有顯著且正向影響。
H3 假設三	水滴洞聚落遊憩體驗之「遊憩結果」對「個人價值」有顯著且正向影響。
H4 假設四	水滴洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性」對「個人價值」有顯著且正向影響。

資料來源：本研究整理。

## 第三節 研究方法

質性研究屬於探索型態，旨在探討不同消費者對於自身行為所做的解釋或認定，雖獲得的結果較為主觀、樣本數小且代表性較不足，但透過研究過程中所收集的軟性 (soft) 資料能有豐富的描述；而量化研究則是以結構性問卷、蒐集大量樣本後進行統計、描述、因果的預測性分析，能將所觀察到的現象建立一個模型來解釋，能客觀性的驗證事實或預測的假設，然必須先有質性研究作為依據。

運用質性研究或量化研究來研究消費者的行為，各有其優缺點，根據學者將兩種研究方法進行比較所產生的表 3-3-1 (引自黃盈裕，2001)，能呈現出質性與量化研究的差異性，以及兩者不同的優缺點與適用性。

本研究目的在於以「方法目的鏈模式」來建構遊客對於水滴洞聚落遊憩體驗「屬性－結果－價值」之因果連結關係，而「屬性－結果－價值」的概念源自於

遊客的個人情感及認知價值。本研究希望能同時採用質與量的途徑進行研究，因此會先以質性研究對遊客進行階梯法（Laddering）的深度訪談，考量質性研究存有樣本小、代表性不足的侷限性，研究者再將逐字稿內容整理出「屬性」、「結果」、「價值」三個層級的元素內容，將此三個層級的元素轉為量化研究的基礎後，發放限制型的量化問卷（Closed questionnaire），提高樣本數，並以統計分析及進行假設驗證，增加本研究效度。

表 3-3-1 研究方法比較

因素/特性	質性研究	量化研究
研究目標/目的	發現新構想、理念及感覺	驗證事實、評估、關係及預測等
研究型態	大多是探索性	描述性與因果性
研究問題	開放式、半結構式、未結構化、深度調查	大多是結構化
執行時間	執行時間較短	執行時間較長
代表性	樣本數小（代表性低）	樣本數大（代表性高）
分析型式	詢問、主觀性、內容分析及解釋性等	統計的、描述的、因果預測性及關係
研究者的能力	需具備相互溝通、觀察及解釋能力	需具備科學的、統計的程序及部份主觀的解釋能力
結果的普遍性	普及性甚小、僅是初步發掘及了解	普及性甚佳，可作為事實的推論及關係的評估

資料來源：Hair, Bush and Ortinau（2000）；引自黃盈裕（2001）

## 第四節 質性研究

### 一、階梯法 (Laddering)

Reynolds 與 Gutman 在 1988 年所提出的階梯法是最常被用來完成方法目的鏈理論的方法。階梯法採一對一訪談技術，透過開放式的問項直接訪談逐步引導出顧客如何利用產品屬性，轉換為與其本身具有意義的連結關係，此方法包括對受訪者進行持續的提問「為什麼這個對你而言很重要呢？」等問題，直到無法回答為止，目的是希望能區分出「屬性—結果—價值」三個層級間的重要元素與連結關係 (Reynolds & Gutman, 1988; 張益銘, 2007)。

階梯法可分為硬式階梯法 (Hard laddering) 及軟式階梯法 (Soft laddering) 兩種。

#### (一) 硬式階梯法：

以電腦或問卷的填答方式，限制受訪者按照「屬性」、「結果」和「價值」，一層一層依序由具體到抽象的回答問題，進而蒐集資料，其可先預設好題目，避免訪談員訪談時的錯誤，或需要大量樣本難以進行深度訪談時，使用硬式階梯法可以使時間與成本減少；然而缺點是較難以進行深度訪談 (Botschen & Hemetsberger, 1988; 張益銘, 2007)。

#### (二) 軟式階梯法：

透過一對一的深度訪談，訪談員以自由誘導 (Free elicitation) 的方式，讓受訪者自由的回答，來獲取所需的資料 (陳瑞娟, 2008)。由於訪談員可透過此方式做更深入的追問，因而可獲取較豐富且完整的資料，方便於內容分析對於編碼的定義 (Reynolds & Gutman, 1988)。

由於遊憩的體驗認知與價值是個人主觀性的想法及感受，本研究之質性研究階段主要是在探究出遊客對於聚落旅遊「屬性」、「結果」、「價值」元素內容，作為後續量化研究的基礎，因而採用軟式階梯法方式進行訪談是較為適當的。

另外，在進行階梯訪談時，可採用以下之訪談技術，讓受訪者更能準確與完整的表達出心中的想法 (Reynolds & Gutman, 1988)：

- (一)喚起情境背景：以與主題相關問題將受訪者帶入特定情境中，使受訪者與真實情境有連結。
- (二)假設缺少某項物件或存在某項物件的情況：鼓勵受訪者思考—若缺少一個預計中的產品或特性或結果，會有什麼不一樣的想法或感受。
- (三)負面階梯：藉由訪問受訪者為什麼不去做某件事情或不想思考某些事物的

原因，來探究受訪者對某一事物的反應和感覺是什麼。

(四)與過去對比：使受訪者回歸到過去的時空狀態比較起現在的情境，在使用或想法上有何不同。

(五)以第三人觀點詢問：此方法會使受訪者在表達時感覺更自在。當受訪者難以表達他們的動機時，詢問假設其他受訪者認識的人在類似情況下可能會產生的感受。

(六)改變技術：受訪者回答不出來時，適當的沉默會使受訪者思考更適切的答案；而重複受訪者說的話可使受訪者再一次明確確定自己的答案及表達。

## 二、訪談問卷設計

質性問卷內容主要在探討遊客最終決策的主要價值，分為以下兩個部分，第一個部分為遊客的個人資料（包含個人背景與遊憩特性），第二部分為為遊客所重視的遊憩屬性。

### (一) 遊客的個人資料

#### 1. 遊客的個人背景

透過訪問勾選的方式了解消費者的基本資料，包括性別、年齡、教育程度、職業類別、婚姻狀況、個人平均月所得、居住地，共計七題。

#### 2. 遊客的遊憩特性

以勾選的方式讓遊客選擇，包括過去是否曾到水滴洞聚落遊憩的經驗及次數、同行人員、資訊來源、停留時間、主要交通工具，共計五題。

### (二) 遊憩體驗之屬性與價值

根據 Reynolds 與 Gutman (1988) 透過階梯法導出屬性的差異有三種方法：1. 三方分類法 (Triadic sorting)；2. 喜好—消費差異法 (Preference-consumption differences)；3. 場合差異法 (Differences by occasion)。至少要包含其中兩種方法以上，才能確保沒有忽略重要的屬性。

本研究採用「喜好—消費差異法」及「場合差異法」來導出屬性差異，題項內容包含有：

1. 選擇「水滴洞聚落旅遊」最重要的原因為何？
2. 「水滴洞聚落」相較其他聚落之遊憩經驗，吸引您的特色為何？
3. 「水滴洞聚落」相較其他聚落之遊憩經驗，給您的感覺有何不同？

再根據受訪者回答的「屬性內容」進行階梯訪談，談訪中以不斷詢問「為什麼這個因素對你來說很重要？」、「這個因素帶來你什麼意義或幫助？」以及「這個結果帶給你什麼影響？」一步步導出遊客心中所渴望或重視的價值，直到受訪者無法回答時即結束訪談。

### 三、抽樣與訪談方法

#### (一) 訪談方法

本研究以方法目的鏈理論為基礎，設計半結構式的訪談大綱，採用階梯法一對一深度訪談方式，當面或電話訪談進行研究。訪談過程中以受訪者感到舒適、自在為前提，與每位受訪者訪談時間約為 20 分鐘到 1 個小時。事前徵詢受訪者同意進行全程錄音，以便事後建立逐字稿；訪談前，先請受訪者填寫個人基本資料，作為研究後續統計分析的基礎。

在訪談前會事先說明本研究之研究目的、界定研究範圍與訪談方式，訪談過程中，先請受訪者提出水湳洞聚落的特色及遊憩目的，再根據研究者所預定之研究主題，使用半結構式的訪談大綱進行訪談，過程中會依照實際狀況，將訪談題目做彈性調整。階梯法的訪談中，訪談者將依據受訪者所提出的重點不斷的進行「為什麼這個對你而言是重要的？」此問題繼續追問(Reynolds & Gutman, 1988)，直到受訪者重複相同答案或因無法接續回答而答「不知道。」時，則停止詢問，接著進行下一階段訪談或結束訪問。

#### (二) 抽樣方法

本研究採取便利抽樣與滾雪球抽樣方式進行深度訪談，在現場尋找已處於休息狀況之遊客為主，事先詢問是否方便進行訪談；另外，透過朋友介紹近 1 年內於該聚落遊憩過之遊客，事先徵得受訪者同意，以電話或當面進行訪談。訪談人數原來預計 15 位，訪談日期規劃從 2018 年 3 月 10 日到 3 月 25 日，共計 16 個訪談日，最後總共訪談了 17 位遊客。

學者 Watkins and Gnoth (2011) 指出使用軟式階梯法的基本受訪人數至少為 12 位；依據質性研究的理論飽和 (Theoretical saturation) 原則說明，若抽樣數訪談的內容資料已達飽和狀態，也就是即便再增加受訪者訪談，對於資料內容的飽和度與完整度已有限時，即可停止收集。因此，本研究以受訪者的回答內容已無法提出更有意義的答案，即表示資料已達到飽和，研究者依據質性受訪者所填答與訪談之內容作分析，並進行研究的下一個階段。

研究者依據質性受訪者所填答之遊憩屬性資料，整理如表 3-4-1，其中性別以男性比例較高，佔總樣本數的 58.8%；年齡以 21 歲~30 歲居多，佔總樣本數的 41.2%；教育程度以大學居多，佔總樣本數 58.8%；職業類別則以服務業佔多數，佔總樣本數 23.5%；婚姻狀況以未婚為多，佔總樣本數 47.1%；個人平均月所得集

中在 40,001~60,000 元間，佔總樣本數 35.3%。

表 3-4-1 質性研究樣本結構分析-遊客個人背景

項目	類別	人數	百分比 (%)
性別	男性	10	58.8 *
	女性	7	41.2
年齡	21 歲~30 歲	7	41.2 *
	31 歲~40 歲	5	29.4
	41 歲~50 歲	2	11.8
	51 歲~60 歲	1	5.9
	61 歲以上	2	11.8
	教育程度	高中 (職)	1
專科		1	5.9
大學		10	58.8 *
研究所 (含) 以上		5	29.4
職業類別		學生	1
	服務業	4	23.5 *
	軍警公教	2	11.8
	資訊/科技	3	17.6
	醫療	1	5.9
	自由業	3	17.6
	家管	1	5.9
	工	2	11.8
	婚姻狀況	未婚	8
已婚，無小孩		3	17.6
已婚，有小孩		6	35.3
個人平均月所得	20,000 元以下	1	5.9
	20,001~40,000 元	5	29.4
	40,001~60,000 元	6	35.3 *
	80,001~100,000 元	2	11.8
	100,001 元以上	3	17.6

資料來源：本研究整理。\*表示該類別佔比最高值。

有關本研究質性受訪者所填答的遊憩特性資料，整理如表 3-4-2，其中旅遊次數以第 4 次（含以上）比例較高，佔總樣本數的 47.1%；同行人員以親戚家人及同事/同學/朋友兩類別的比例最高，各佔總樣本數的 35.3%；資訊來源以他人推薦為主，佔總樣本數的 47%；曾在社群網站上獲得旅遊資訊以回答「是」居多，佔總樣本數的 58.9%；停留時間以當天來回，停留 4 小時以下居多，佔總樣本數的 41.2%；交通工具以自行開車為最多，佔總樣本數的 58.8%；居住地以北部為最高，佔總樣本數的 70.6%；另外，居住在水湳洞聚落鄰近一帶以回答「否」居多，佔總樣本數的 96.0%。

表 3-4-2 質性研究樣本結構分析-遊客遊憩特性

項目	類別	人數	百分比 (%)
旅遊次數	第 1 次	6	35.3
	第 2 次	2	11.8
	第 3 次	1	5.9
	第 4 次 (含以上)	8	47.1 *
同行人員	獨自前往	3	17.6
	親戚家人	6	35.3 *
	同事/同學/朋友	6	35.3 *
	情侶	2	11.8
資訊來源	網路資訊	3	17.6
	他人推薦	8	47.1 *
	地緣方便	4	23.5
	其他	2	11.8
曾在社群網站上 獲得旅遊資訊	是	10	58.8 *
	否	7	41.2
停留時間	當天來回， 停留 4 小時以下	7	41.2 *
	當天來回， 停留超過 4 小時	6	35.3
	2 天	4	23.5
交通工具	自行開車	10	58.8 *
	機車	3	17.6
	火車	4	23.5
居住地	北部	12	70.6 *
	中部	1	5.9
	南部	4	23.5

項目	類別	人數	百分比 (%)
居住在水湳洞聚落鄰近一帶	是	1	6.0
	否	16	94.0 *

資料來源：本研究整理。\*表示該類別佔比最高值。

#### 四、質性研究資料分析

MEC 理論是將「內容分析法」做為階梯訪談資料最初的分析工具 (Reynolds & Gutman, 1988)。「內容分析法」是針對明顯的溝通內容，做客觀且有系統的量化，再加以描述 (Berelson, 1952)。「內容分析法」可以在各式文件中找尋且研究一些較深入式的問題，將定性資料轉變為定量資料後，開始進行分析，在分析過程即將質性轉為量化 (Bos & Tarnai, 1999)。

本研究以「內容分析法」作為分析訪談資料的工具。內容分析流程如下：

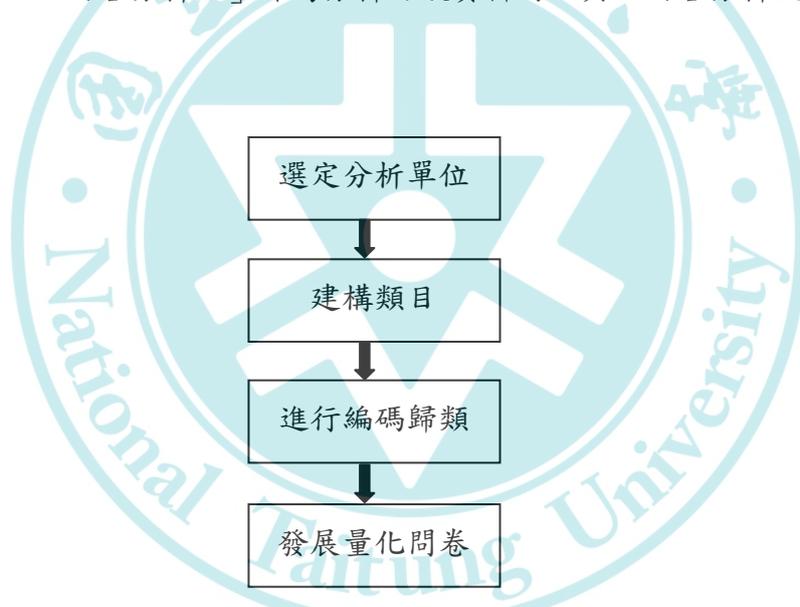


圖 3-4-1 內容分析流程圖

##### (一) 選定分析單位

本研究以質性深度訪談的 17 位遊客之訪談內容作為分析單位。

##### (二) 建構類目

學者王石番 (1990) 參考專家學者意見，整理出的建構類目為：符合研究目的、窮盡、互斥、獨立、單一分類原則、功能性、可操縱性及合乎信效度等八項原則。本研究依據此原則與文獻探討相關理論內容，建構出「遊憩屬性」、「遊憩結果」與「個人價值」三個類目。

### (三) 編碼與歸類

此步驟是依所建構出的類目，先將受訪者的訪談內容依據「屬性」、「結果」與「價值」之操作型定義歸納出關鍵詞，個別加以編碼，再請編碼員依照研究者所訂定的編碼規則將各要素歸納所屬項目中。為確保歸類結果的一致性，歸類結果由其他編碼員再行檢查 (Reynolds & Gutman, 1988)。故本研究除了研究者本身參與編碼外，同時由三位對於內容分析法、方法目的鏈模式及聚落遊憩體驗有一定了解的人員擔任編碼員。

編碼員依操作型定義個別將逐字稿內意思相近的關鍵詞進行統整、歸類與命名，最後將各因素編入「屬性」、「結果」與「價值」中 (A 代表屬性；C 代表結果；V 代表價值)。

本研究依據「內容分析法」所得之結果，彙整如表 3-4-3、表 3-4-4、表 3-4-5。

表 3-4-3 質性訪談遊憩屬性要素彙整表

訪談描述語	編碼	遊憩屬性項目
一整片天空和海、風景很漂亮、聚落的地理位置、依山傍海、空氣新鮮、陰陽海、黃金瀑布、風光明媚、海岸線深刻烙印在記憶中	A01	自然的環境氛圍
陰陽海很特別、海跟岸邊的景觀很特別、獨特性、水湳洞有很多知名又有特色的景點是別的地區所沒有的、與眾不同、當地特色是其他地方無法取代的、全台灣唯一的金礦山、廢煙道、金水公路的髮夾彎、獨一無二	A02	景觀獨特性
廢墟似的龐大建築物、建築依著山、建築物很特別、建築很酷，沿著山壁建造、群落民屋	A03	具特色建築
人文歷史的背景比較充足、文化旅遊、當地的文化與歷史都有其特色、礦業公司的遺跡、廢煙道、坑道、這裡有很多遺址、產金與礦工文化、被遺忘的歷史、水湳洞聚落的建築是台灣時代變遷中一個很重要的過程	A04	礦業歷史背景
甜蜜屋餐點好吃、想吃東西、朝聖最有名的那幾家、吃到粿和冰	A05	聚落內的美食

訪談描述語	編碼	遊憩屬性項目
故鄉的情懷、舊的景物、保有它自己原始的樣子、 這個聚落本身具有的樣子、傳統的理髮廳、小巷 子、較原始、希望水湳洞保有它現在的樣子	A06	時代感
居民親切、沒有很多人、民風淳樸、質樸、居民彼 此串門子、民宿的女主人親切溫暖、不是一個刻意 開發的旅遊景點、人情味	A07	居民親切淳樸
旅遊的可能性、很多探索的可能性、主要的觀光價 值來自於休閒娛樂，非常豐富、基本上夏天我可以 來這邊一票玩到底、濂洞國小的溜滑梯、旅遊景點 可山可海，也就造成許多選擇性的聯結	A08	聚落內旅遊景 點多元
鄰近的金瓜石黃金博物館、南雅奇岩、金水九區域 性的旅遊、不厭亭、順路去鄰近其他景點、可以在 附近的地方停留一會兒，欣賞這附近的自然風貌或 其他的景觀，我覺得對整個水湳洞地區的旅遊都是 會有幫助的	A09	鄰近其他景點
寧靜、很安靜、晚上很靜謐、沒有這麼壅擠、喜歡 人少的地方、質樸的美	A10	寧靜
拍照、空拍、拍下夜景的照片、喜歡攝影、有些拍 攝下的景點，事後被封閉了，透過照片可以記錄下 我曾經來過	A11	攝影取景元素
沒有去過、聽過朋友的介紹，想要親自去看看、想 要來探索一些新的旅遊景點、冒險禁地或秘境、在 地人帶我去只有在地人才會去的景點	A12	新景點或秘境
交通便利、容易、方便、離市區只有半小時車程	A13	鄰近市區，車程 便利
短期的、大台北地區的旅行、short trip、周休二日 能夠在大台北地區做簡單的旅行、兩天一夜	A14	適合短期旅遊
登山健行、玩水、運動、特別的步道、吸引登山客 或用步行旅行的人、大自然氣息很重、利用假日帶 孩子來看看山，看看海、龍洞攀岩場、潛水	A15	親近大自然，適 合戶外活動

資料來源：本研究整理。

表 3-4-4 質性訪談遊憩結果要素彙整表

訪談描述語	編碼	遊憩結果項目
勾起我當年的回憶、回憶童年、回憶起小時候念書的回憶、想起以前沒想起的事情、以前經歷過好的事情、在人少的地方，你會安靜下來，這些感覺就會回來，很舒服	C01	勾起美好回憶
想回到這裡來住、嚮往這裡、很值得居住在這裡的地方、往後看到這些照片，還會想再來到這裡	C02	想再回到這裡
心情非常輕鬆、不容易去想東想西、紓解工作壓力、不會囤積疲勞和壓力、平靜感、調劑身心	C03	放鬆、紓壓
很神祕、很未知、探險的味道、冒險	C04	景點神秘未知
好奇、產生興趣、期待水滴洞聚落的其他景點、想深入了解	C05	充滿好奇
心情愉悅、舒展身心、小朋友開心，我也會開心、神清氣爽、適當運動後，分泌多巴胺，使人愉悅	C06	愉快
與大自然對話、多多親近大自然、認識一些動物、植物、比較容易注意到周遭的景色	C07	親近自然
讓自己身體好、身體很爽、對身心都有所幫助、健康、增強心肺功能，促進新陳代謝	C08	促進身體健康
紀念、回憶、分享、記住這瞬間、聊這些回憶、讓我的小孩留下這樣的印象、跟朋友旅遊的回憶、到老的話想起來就很好玩、讓朋友了解原來北台灣不只有九份，還有水滴洞這個地方	C09	分享回憶或旅遊經驗
和親友有更多溝通、交換意見、表達想法以及相處、互動的可能性、和朋友可以互相照應、可以刺激不同的話題、感情也有加溫的效果	C10	促進親友間的互動與情誼
雖然它是廢棄的，對我來說卻是新的東西，有一種現實的衝擊感、體驗別人的生活片段、聽到當地人的故事和他所經歷的人生、當水滴洞聚落茁壯起來，能夠讓台灣更多元化	C11	體驗不同生活
百聞不如一見、知識的長進、可以回憶過去所讀過的歷史，更有現實感、驗證事實、實地去探索、認識到古早礦工的辛苦、更了解自己居住的地方（指台灣）、見證了一個時代的結束、	C12	增廣見聞
遠離塵囂、脫離嚴謹的學術環境、不會有牽絆	C13	遠離塵囂

訪談描述語	編碼	遊憩結果項目
蒐集到一塊旅遊拼圖、炫耀自己去過這樣的秘境、變成專業的旅遊達人、獨特的回憶	C14	特別旅遊經驗
餐點太好吃了，完全療育我、甜蜜屋餐點好吃	C15	用餐經驗佳

資料來源：本研究整理。

表 3-4-5 質性訪談個人價值要素彙整表

訪談描述語	編碼	個人價值項目
心曠神怡、豁然開朗、身心靈都能得到滋養、帶給心靈上充實、飽滿、給我滿滿的能量	V01	身心靈充電
心境上能夠比較平靜、得到緩衝，真正得到休息的感覺、感受是比較平穩的、追求心靈的安靜	V02	心靈上平靜
更關注環境、釐清自己對土地和自然環境是用什麼角度去看待它、可以用更多元的方式去看待一整個自然環境、跟自然產生更多連結、尊重當地、環境的永續性	V03	尊重自然環境
當你了解特殊的土地文化和土地倫理之後，你會對你生長的地方、你居住的地方或是你喜歡的地方，更關心它，你會找到更多關注它的議題，或者是發展它，或者是讓它呈現出更不一樣的價值、用更公允的角度去看待每一項土地政策、更加關心正在開發或正在改變的地方，用更嚴謹的角度去看待它	V04	關注土地與環境政策
更關注到自己、了解到自己很多很多想法、自己感覺到自己、靜靜的享受自己心裡的感觉、	V05	沉澱思緒
增加自信、克服自己恐懼心，增強專注力、自我認同感、能肯定自己	V06	更有自信
燃起希望、正面的感受、想做不一樣的事情、想起夢想	V07	燃起希望
特別的珍惜在水滴洞聚落的印象、想到這裡的美好、活在美好的回憶裡、回想當初很快樂或是任何印象深刻的事情，進而讓回味的當下心情輕鬆、擁有共同的美好回憶	V08	創造美好回憶

訪談描述語	編碼	個人價值項目
加深我和我的父母之間情感的連結、享受到朋友的善意、盡一個當爸爸的責任、增進彼此的了解、讓兩性關係更加美好	V09	昇華關係
迎接下個忙碌的禮拜、繼續奮鬥的力量、積極的感覺、更能吃苦	V10	重新出發
真正的快樂、心充飽電、維持快樂的感覺好一陣子、快樂會有加乘效果	V11	真正的快樂
幸福感、覺得很幸福	V12	幸福感
更懂得珍惜、很慶幸自己有去過、年輕不要留白	V13	懂得珍惜
能夠換一個角度看事情的轉折、轉念、體會到事情還是有很單純的一面、	V14	轉念
讓自己的感覺更敏銳、更能注意到周遭的事物	V15	注意周遭人事物

資料來源：本研究整理。

#### (四) 信度分析

本研究採用王石番（1990）之「編碼員間信度（Interjudge reliability）」方法檢驗信度。王石番（1990）認為，由於分析信度受編碼員的技術、洞察力、經驗、類目與編碼規則的清晰性以及研究資料的繁簡難易影響。因此，蒐集資料後，各編碼員針對此研究理論相關資訊進行了解並互相討論取得共識，完成編碼。

以「編碼員間信度」方法檢測信度，當編碼員之間對於類目分類的一致性愈高，則內容分析的一致性也愈高（楊國樞、葉明華，1997），內容信度超過 0.85 以上即達到滿意標準。編碼員相互同意及信度公式如下：

表 3-4-6 信度公式

編碼員兩兩相互同意度 = $\frac{2M}{n1+n2}$	M：雙方相互同意的題數
	N：編碼員總人數
信度 = $\frac{N \times \text{平均相互同意度}}{1 + (N-1) \times \text{平均相互同意度}}$	n1：編碼員 1 的同意題數
	n2：編碼員 2 的同意題數

資料來源：本研究整理。自王石番（1990）

本研究之編碼員，除研究者本身外，另由具碩士學歷之兩位同事擔任。首先由研究者自行進行編碼，再由兩位編碼員進行重複的互相檢視，以提高資料分析的可信程度，三位編碼員的相互同意度與相互衡量信度如表 3-4-7 所示，本研究的信度高達 0.98，達到 Kassarian (1977) 所建議，內容分析的信度須達到 0.85 以上的標準，足以顯示本研究良好，在可接受的水準以上。

表 3-4-7 專家相互衡量信度

編碼員	編碼員 A	編碼員 B
編碼員 B	0.98	
編碼員 C	0.92	0.95
平均相互判斷同意度： $(0.98+0.92+0.95) / 3=0.95$		
信度： $(3 \times 0.95) / (1+2 \times 0.95) = 0.98$		

資料來源：本研究整理。

#### (五) 研究倫理

根據學者林天佑 (1996) 提出的研究倫理原則，研究倫理是進行研究所必須遵守的規範：

1. 尊重個人的意願：任何被選為研究對象的人，基於保障個人的基本人權，都有拒絕接受研究的權利。也就是說，未經當事人的同意下，研究者不得逕自對其進行研究。
2. 確保個人隱私：進行研究時，遵守匿名性及私密性原則，保障同意接受研究者的私人興趣及特質。第一，研究者無法從所蒐集到的資料來判斷出提供此資料的個人身分；第二，外界無法探悉某特定對象所提供的資料。
3. 遵守誠信原則：研究進行中，遵循誠信原則的社會規範，不做出隱瞞自己身分、研究目的、研究程序等不道德之行為。
4. 客觀分析與報導：研究者應客觀的將獲得的所有相關資料，依照研究設計客觀分析，不可以刻意排除負面的，或非預期的研究資料，使讀者能完整的掌握到研究結果。

本研究遵守以上原則，明確告知受訪者研究者之身份與研究目的，並尊重受訪者之意願，在獲得對方同意後，才開始進行訪談或填答問卷；於質性訪談的過程前，事先徵詢受訪者的同意後才進行錄音，並確認受訪者有意願將受訪內容提供給本研究使用；研究過程，為確保受訪者隱私，將受訪者採編碼方式而不具名，採訪獲得的所有資料僅供本研究使用，不為他途；本研究遵守誠信原則，並客觀分析與呈現研究結果。

## 第五節 量化研究

本研究將以內容分析法所獲得的各項要素為基礎，結合第二章所探討的各項構念，再發展出本研究的正式問卷。

### 一、各變數之操作性定義與衡量

本研究主要研究對象為「水湳洞聚落」的遊客，主要的研究變數有：遊憩屬性、遊憩結果、個人價值、遊客個人資料（含個人背景及遊客遊憩特性）等，各變數的操作型定義及衡量方法依序說明如下：

#### （一）遊憩屬性

本研究之「遊憩屬性」是指遊客對於水湳洞聚落遊憩產品所產生的認知，內容包含具體屬性及抽象屬性。根據質性階段的內容分析法所獲得的結果，萃取了15個問卷題項，如表3-5-1。以李克特量表（Likert scale）五點尺度作為問卷衡量方法，分為「非常不同意」、「有些不同意」、「普通」、「有些同意」及「非常同意」五點，分別以數字1-5表示，數字愈大，表示同意度愈高。

表 3-5-1 「遊憩屬性」構面題項

研究變數	題項內容	衡量方法
遊憩屬性	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 我認為聚落的自然環境氛圍佳，很吸引我。</li><li>2. 我認為聚落的景觀獨特性（如：陰陽海、廢煙道、十三層遺址……等等）很吸引我。</li><li>3. 我認為聚落內具有特色的建築物（如：依山勢而建的房屋、日式宿舍群）很吸引我。</li><li>4. 我認為聚落的礦業歷史背景很吸引我。</li><li>5. 我認為聚落內的美食（如：甜蜜屋、山城食堂、老頑童蔬食等等）很吸引我。</li><li>6. 我認為聚落呈現的時代感很吸引我。</li><li>7. 我認為聚落內居民親切純樸，很吸引我。</li><li>8. 我認為聚落內的旅遊景點多元（如：自然景觀、歷史建物、濂洞國小等等），很吸引我。</li><li>9. 我認為此聚落鄰近其他旅遊景點（如：九份、金瓜石、不厭亭、南雅奇岩）很吸引我。</li><li>10. 我認為聚落的寧靜很吸引我。</li><li>11. 我認為聚落內具備可攝影取景的元素很吸引我。</li><li>12. 我認為能在聚落內探索新景點或秘境很吸引我。</li></ol>	五點尺度

研究變數	題項內容	衡量方法
	13. 我認為聚落鄰近市區，車程便利很吸引我。	
	14. 我認為聚落適合短期旅遊，很吸引我。	
	15. 我認為聚落親近大自然，適合戶外活動（如：登山健行、玩水、攀岩）很吸引我。	

資料來源：本研究整理。

### （二）遊憩結果

本研究所指「遊憩結果」是指遊客在水湳洞聚落遊憩體驗的過程中，透過參與聚落遊憩型態和活動等，直接或間接得到的生理或心理方面的益處。研究者根據內容分析法所得的結果，萃取了 15 個問卷題項，如表 3-5-2。以李克特量表(Likert scale) 五點尺度作為問卷衡量方法，分為「非常不同意」、「有些不同意」、「普通」、「有些同意」及「非常同意」五點，分別以數字 1-5 表示，數字愈大，表示同意度愈高。

表 3-5-2 「遊憩結果」構面題項

研究變數	題項內容	衡量方法
遊憩結果	16. 此次旅遊讓我勾起美好的回憶。	五點尺度
	17. 此次旅遊後，讓我想再回到這裡。	
	18. 此次旅遊讓我有放鬆、紓壓的感受。	
	19. 此處的旅遊景點讓我感覺神秘、未知。	
	20. 此處的旅遊景點讓我感覺充滿好奇。	
	21. 此次旅遊讓我感覺愉悅。	
	22. 此次旅遊使我親近自然。	
	23. 此次旅遊能促進我身體健康。	
	24. 此次旅遊讓我能分享回憶或旅遊經驗。	
	25. 此次旅遊促進我與親友間的互動。	
	26. 此次旅遊讓我體驗到不同的生活環境。	
	27. 此次旅遊讓我增廣見聞。	
	28. 此次旅遊讓我遠離塵囂。	
	29. 此次旅遊讓我獲得特別的旅遊經驗。	
	30. 此次旅遊讓我覺得用餐經驗佳，餐點美味。	

資料來源：本研究整理。

### （三）個人價值

本研究所指的「個人價值」即為遊客透過遊憩體驗，個人所獲得其人生或生

活的最終價值。研究者根據內容分析法所得的結果，萃取了 15 個問卷題項，如表 3-5-3。以李克特量表 (Likert scale) 五點尺度作為問卷衡量方法，將「非常不同意」、「有些不同意」、「普通」、「有些同意」、「非常同意」，分別以數字 1-5 表示，數字愈大表示同意度愈高。

表 3-5-3 「個人價值」構面題項

研究變數	題項內容	衡量方法
個人價值	31. 旅遊後帶給我身心靈充電的價值。 32. 旅遊後讓我有心靈上平靜的價值。 33. 旅遊後帶給我更尊重自然環境的價值。 34. 旅遊後帶給我更關注土地與環境政策的價值。 35. 旅遊後帶給我沉澱思緒的價值。 36. 旅遊後帶給我更有自信的價值。 37. 旅遊後讓我有燃起希望的價值。 38. 旅遊後帶給我創造美好回憶的價值。 39. 旅遊後帶給我昇華人與人之間的關係的價值。 40. 旅遊後帶給我重新出發的價值。 41. 旅遊後帶給我真正的快樂的價值。 42. 旅遊後帶給我幸福感的價值。 43. 旅遊後帶給我懂得珍惜的價值。 44. 旅遊後帶給我轉念的價值。 45. 旅遊後帶給我更能注意到周遭人事物的價值。	五點尺度

資料來源：本研究整理。

#### (四) 遊客個人資料

此題項分為兩個部分，總共十二題。其中一部分為「個人背景資料」，包含遊客的性別、年齡、教育程度、職業類別、婚姻狀況、個人平均月所得、居住地點等類別，共計七題；另一部分則是「遊憩特性」，包含：旅遊過的次數、旅遊停留時間、同行人員、旅遊資訊來源、主要交通工具，共計五題。

## 二、問卷前測

本研究於 2018 年 4 月 7 日到 4 月 15 日 9 天期間在正式問卷現場進行預試發放，得到有效問卷共計 32 份後，將受試者填答後之建議進行問卷修改，最後再將統計數據進行信度分析，分析結果以 *Cronbach's α* 值來判定。研究者將「遊憩屬性」、「遊憩結果」及「個人價值」等三個構面進行信度分析，各構面  $\alpha$  值均已達 0.87 以上；*Cronbach's α* 值若大於 0.7，則表示問卷題項間的一致性已具可信賴性及穩定性 (邱皓政, 2010)，經分析後，本問卷已達滿意之標準，可正式發放問卷。

量化問卷之構面信度分析如表 3-5-4。

表 3-5-4 構面信度分析

構面	Cronbach's $\alpha$ 值	刪除題項
遊憩屬性	.914	無
遊憩結果	.914	無
個人價值	.951	無

資料來源：本研究整理。

### 三、問卷正式發放

本研究在探討「水湳洞聚落遊憩」的價值認知結構，並探討不同的遊客在三個層級中所重視的要素是否有所差異。在確立問卷內容後，以便利抽樣方式在水湳洞聚落不同的旅遊景點進行問卷調查，本研究問卷發放期間為 2018 年 6 月 1 日至 7 月 6 日，實地發放問卷數為 300 份，扣除無效問卷 8 份，有效問卷 292 份，有效回收率達 97.33%；於現場回收問卷的同時，研究者與受訪者透過聊天的方式，了解其遊憩經驗，並分享當地其他的旅遊景點，希望能藉此更了解受訪者的想法，並為當地觀光做行銷。

在樣本數量的決定上，研究者依據學者 Roscoe (1975) 所提出的樣本適用性四項原則為參考標準：

- (一) 適合做研究的樣本數為三十個至五百個之間較為恰當。
- (二) 樣本數分成數個子樣本群時，每個子樣本群內，不應少於三十個。
- (三) 從事多變量研究時，樣本數應大於研究中的變數，以十倍（或以上）為佳。
- (四) 對於有實驗控制的簡單實驗研究，樣本數在十個至二十個間較為適當。

為顧及受訪者回答不完整或相互矛盾等無效問卷需刪除，因此本研究將目標樣本數增加為 250 份以上，以達到研究的有效性。

#### 四、 量化研究資料分析

資料分析方法分為三個部份：第一部份以 SPSS 22.0 版統計軟體進行構面信度分析與大量遊客資料分析，接著以 T 檢定與單因子變異數分析不同遊客的個人資料是否有差異，採用 *Scheffé* 多重檢定判別顯著性；第二部份以 Pearson 相關係數分析驗證三個層級之間的相關性；第三部分以迴歸分析來解釋一個或多個自變數對依變數的整體預測力。

##### (一) 描述性統計 (Descriptive statistics analysis)

描述性統計是將蒐集的原始問卷資料，經整理後，轉化成為有意義的資訊或統計量，內容主要包含：次數分配 (Frequency distribution)、比例 (Proportions)、平均數 (Mean)、標準差 (Standard deviation; SD) 等，目的是為了簡化分析資料，了解樣本的分布概況等。本研究運用描述性統計來分析水滴洞聚落的遊客個人基本資料，以及分析其遊憩「屬性」、「結果」、「價值」各構面同意度的分布情況。

##### (二) 信度分析 (Reliability analysis)

信度 (Reliability) 即在探討量表的正確性和準確性，也就是測驗結果的穩定性和一致性。在本研究中所採用的分析方法是學者 Cronbach 所提出的  $\alpha$  係數，其適合針對李克特 (Likert) 量表進行信度分析，當  $\alpha$  值愈高，顯示量表內各變項的相關性則愈高，量表內部一致性信度分析衡量標準，如下表 3-5-5 (吳明隆, 2009)。

表 3-5-5 量表內部一致性信度分析衡量標準

內部一致性 信度係數值	層面或構念	整體量表
$\alpha$ 係數 $\leq .50$	不理想，捨棄不用	非常不理想，捨棄不用
$.50 \leq \alpha$ 係數 $> .60$	可以接受， 增列題項或修改語句	不理想， 重新編製或修訂
$.60 \leq \alpha$ 係數 $> .70$	尚佳	勉強接受， 最好增列題項或修改語句
$.70 \leq \alpha$ 係數 $> .80$	佳 (信度高)	可以接受
$.80 \leq \alpha$ 係數 $> .90$	理想 (甚佳、信度很高)	佳 (信度高)
$\alpha$ 係數 $\geq .90$	非常理想 (信度非常高)	非常理想

資料來源：吳明隆 (2009)

### (三) 因素分析 (Factor analysis)

因素分析是一種包含縮減空間(構面)的技術,主要目的在於將多個變項依照其相關程度,縮減成幾類主要的因素,以簡化變項之間的複雜性,希望能建構對原變項的最大可能解釋變異量。

本研究利用因素分析縮減資料,進行萃取成份,透過 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 取樣適切性量數,並以 Bartlett 球形來檢定,取特徵值大於 1 為萃取成份的指標,透過主成份因素分析法 (Principal Component Analysis, PCA) 及最大變異轉軸法 (Varimax) 進行直交轉軸 (Orthogonal rotation),萃取出主要共同因素,即特徵值 (Eigenvalue) 大於 1 的因素,將轉軸所得之因素負荷量在 0.50 以上的變數作為歸類的依據,再以 Cronbach's  $\alpha$  值檢驗各因素間的問題一致性程度 (邱皓政, 2010)。

Bartlett 球形檢定則是用來檢驗相關矩陣是否具有顯著的相關係數。顯著的 Bartlett 球形檢定,代表相關係數足以作為因素分析抽取之因素;亦即,KMO 係數愈大,代表了變項間的共同因素愈多,愈適合進行因素分析 (邱皓政, 2010),如表 3-5-6。

本研究主要針對水湳洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性」、「遊憩結果」及「個人價值」進行因素構面的萃取,以利後續研究資料的統計分析。

表 3-5-6 KMO 的判斷原則

KMO 統計量	因素分析適合性
.90 以上	非常適合的 (Marvelous)
.80 以上	良好的 (Meritorious)
.70 以上	中度的 (Middling)
.60 以上	普通的 (Mediocre)
.50 以上	不太適用的 (Miserable)
.50 以下	不能使用的 (Unacceptable)

資料來源：邱皓政 (2010)

### (四) 單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 與獨立樣本 T 檢定 (Independent Sample t-test)

當自變數只有一個,而該類別之變項超過兩種水準時,便採用單因子變異數分析,並同時檢定兩組以上的樣本平均數之間的差異性。本研究利用單因子變異數分析來探討遊客之個人資料對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」及「價

值」是否具有顯著差異。接著，利用 *Scheffé* 多重比較法來進行事後多重比較。

獨立樣本 T 檢定則是用來比較兩個獨立樣本測量值的平均數，以及其在相同測量的反應上是否具有顯著差異性。本研究利用獨立樣本 T 檢定來探討「性別」對於水湍洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」及「價值」是否具有顯著差異。

#### (五) 皮爾森 (Pearson) 相關分析

相關分析是測量兩變項之間關係密切程度的一種指標。計算時並不區別自變項與依變項，屬於對稱性的測量 (何金銘, 2001)。本研究以 Pearson 相關分析來檢定「遊憩屬性」、「遊憩結果」及「個人價值」之間的關係，而相關係數之強度大小意義，如表 3-5-7。

表 3-5-7 皮爾森 (Pearson) 相關分析

相關係數範圍 (絕對值)	變項關聯程度
1.00	完全相關
.70 至 .99	高度相關
.40 至 .69	中度相關
.10 至 .39	低度相關
.10 以下	微弱或無相關

資料來源：邱皓政 (2010)

#### (六) 線性迴歸

線性迴歸分析是用來解釋一個或多個自變數對依變數的整體預測力，又稱為「解釋型迴歸分析」。而強迫進入變數法 (Enter) 為一種解釋型 (Explanation) 的迴歸分析，可以根據變項的數目來求出所有可能迴歸模式，再從中挑選一個最精簡的迴歸分析，從各預測變項中的標準化迴歸係數 (Standardized regression coefficient) Beta 值 ( $\beta$ ) 的絕對值高低，來判斷預測變項對效標變項之影響力 (吳明隆, 2009)。本研究想藉由線性迴歸來了解「遊憩屬性」對於「遊憩結果」、「遊憩屬性」對於「個人價值」，以及「遊憩結果」對於「個人價值」的解釋力與預測力，並整理出三個層級之間的因果關係路徑關係圖。

## 第四章 研究結果與討論

本章內容共分為六節，第一節為問卷回收與資料處理，第二節為構面之因素分析及信度分析，第三節為遊客個人背景對於遊憩價值認知架構之差異，第四節為遊客遊憩特性於遊憩價值認知架構之差異，第五節為水湳洞聚落遊憩體驗之方法目的鏈模式，第六節為假設驗證結果。

### 第一節 問卷回收與資料處理

#### 一、遊客個人背景及遊憩特性之分析

本研究問卷發放時間從 2018 年 6 月 1 日至 7 月 6 日，實地發放問卷為 300 份，扣除無效問卷 8 份，有效問卷 292 份，有效回收率達 97.33%。有效問卷經敘述性統計分析，樣本結構概況分析如表 4-1-1 及表 4-1-2。

由表 4-1-1 遊客個人背景樣本結構分析可知，受訪者性別以女性遊客居多佔 60.6%，而男性佔 39.4%；年齡分佈主要以 31 歲到 40 歲居多佔 28.1%，次為 21 歲到 30 歲佔 26%，整體來看，21 歲至 60 歲此年齡區間所佔比例相近；教育程度為大學比例最高佔 51.7%；職業以軍警公教為多數佔 23.3%，其次為服務業 20.5%；婚姻狀況顯示以未婚佔 47.3% 為最多，其次是已婚有小孩佔 39%；個人平均月所得以 20,001 到 40,000 元為最多佔 35.3%，其次是 40,001 元到 60,000 元佔 31.2%；而居住地則以鄰近水湳洞聚落的北部地區為最多佔 80.1%，明顯高於其他地區。

表 4-1-1 遊客個人背景樣本結構分析

項目	類別	人數	百分比 (%)	註記
性別	男	115	39.4%	
	女	177	60.6%	*
年齡	20 歲以下	2	7 %	
	21 歲到 30 歲	76	26%	
	31 歲到 40 歲	82	28.1%	*
	41 歲到 50 歲	69	23.6%	
	51 歲到 60 歲	50	17.1%	
	61 歲以上	13	4.5%	

項目	類別	人數	百分比 (%)	註記
教育程度	國中以下	3	1%	
	高中(職)	46	15.8%	
	專科	41	14.0%	
	大學	151	51.7%	*
	研究所(含)以上	51	17.5%	
職業類別	學生	10	3.4%	
	服務業	60	20.5%	
	軍警公教	68	23.3%	*
	傳播/設計/藝文	16	5.5%	
	金融業	12	4.1%	
	資訊/科技	32	11%	
	醫療	7	2.4%	
	自由業	21	7.2%	
	家管	21	7.2%	
	工	15	5.1%	
	其他	30	10.3%	
	婚姻狀況	未婚	138	47.3%
已婚, 無小孩		36	12.3%	
已婚, 有小孩		114	39.0%	
其他		4	1.4%	
個人平均月所得	20,000 元以下	22	7.5%	
	20,001 元到 40,000 元	103	35.3%	*
	40,001 元到 60,000 元	91	31.2%	
	60,001 元到 80,000 元	31	10.6%	
	80,001 元到 100,000 元	23	7.9%	
	100,001 元以上	22	7.5%	
居住地點	北部	234	80.1%	*
	中部	21	7.2%	
	南部	31	10.6%	

項目	類別	人數	百分比 (%)	註記
	東部	3	1%	
	其他	3	1%	

註記：\*表示該類別佔比最高值。

由表 4-1-2 遊客遊憩特性樣本結構分析可知，受訪者近一年內到水湳洞聚落旅遊過的次數大多為 1 次佔 45.2%，其次是 4 次（含）以上佔 26.4%；旅遊停留時間以 1 天 37% 居多，其次是半天佔 34.6%；同行人員中以親戚／家人 50.3% 最高，其次是同事／同學／朋友佔 35.3%；而旅遊資訊來源的部分以口耳相傳（親友或他人）70.9% 居高，其次是網際網路 15.1%；交通工具則以自行開車 73.3% 居多，其次為機車 12.7%。

表 4-1-2 遊客遊憩特性樣本結構分析

項目	類別	人數	百分比 (%)	註記
請問您近一年內到水湳洞聚落旅遊過的次數？	1 次	132	45.2%	*
	2 次	63	21.6%	
	3 次	20	6.8%	
	4 天（含）以上	77	26.4%	
請問您最近一次旅遊時間停留多久？	半天	101	34.6%	*
	1 天	108	37%	
	2 天	51	17.5%	
	3 天	15	5.1%	
	4 天（含）以上	17	5.8%	
請問您此次旅遊最主要的同行人員為何？	獨自前往	21	7.2%	*
	親戚／家人	147	50.3%	
	同事／同學／朋友	103	35.3%	
	情侶	19	6.5%	
	其他	2	0.7%	
請問您得知此地區旅遊最主要的資訊來源為何？	口耳相傳（親友或他人）	207	70.9%	*
	網際網路	44	15.1%	
	旅遊書籍	2	0.7%	

項目	類別	人數	百分比 (%)	註記
	報紙與雜誌	1	0.3%	
	電視與節目介紹	7	2.4%	
	廣告(印刷品、廣播、媒體)	2	0.7%	
	其他	29	9.9%	
請問您參與此次旅遊最主要的交通工具為何?	自行開車	214	73.3%	*
	計程車	3	1%	
	火車	18	6.2%	
	巴士	19	6.5%	
	機車	37	12.7%	
	其他	1	0.3%	

資料來源：本研究整理。

## 第二節 構面之因素分析及信度分析

本節研究重點，第一部份針對水湳洞聚落遊憩之方法目的鏈模式各個構面進行因素分析，並對所萃取出因素構面進行分類和命名，最後進行信度(Cronbach's  $\alpha$ ) 值檢驗；第二部份則將因素構面的項目進行同意度分析及排序。

### 一、因素分析

本研究因為各構面題項多，不利討論，因此透過因素分析，精簡資料，以利後續的討論。在進行因素分析前，先進行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適切性，並以 Bartlett 球形檢定來確定分析的結果是否適合進行因素分析。經檢定得知，「遊憩屬性」、「遊憩結果」及「個人價值」三個構面的 KMO 值皆大於 0.8，且三個構面的 Bartlett 球形檢定值皆已達到  $p=0.000$  的顯著水準，如表 4-2-1 所示。此結果表示各因素之間具有一致性，適合進行因素分析。

表 4-2-1 KMO 與 Bartlett 球形檢定結果彙整

	遊憩屬性	遊憩結果	個人價值
KMO 值	.940	.941	.940
Bartlett 球形檢定值	2041.381	3278.422	2041.381
顯著性	$p=.000$	$p=.000$	$p=.000$

資料來源：本研究整理。

因此，研究者便針對三個構面的各個變數以主成份因素法進行因素分析，為尋求明確的因素結構來區別不同因素，運用最大變異法（Varimax）進行轉軸分析（邱皓政，2010）。有關因素負荷量標準的取捨，Hair et al.（2006）認為應先確定樣本數的大小，再建議樣本數與因素負荷量之間的關係（張益銘，2007），如表 4-2-2 所示。

表 4-2-2 樣本數與負荷量關係

樣本數	50	60	70	85	100	120	150	200	250	350
因素負荷量	0.75	0.70	0.65	0.60	0.55	0.50	0.45	0.40	0.35	0.30

資料來源：張益銘（2007）

本研究之樣本數達 292 份，根據學者的建議，因素負荷量 0.35 以上便可接受，然而為求研究上的嚴謹，故採用因素負荷量達 0.5 以上的變數進行分類。有關三個構面因素分析結果之重要指標與數據，研究者將其整理如表 4-2-3、表 4-2-4 與表 4-2-5。

表 4-2-3 遊憩屬性構面之因素分析

因素	包含問項	因素負荷量	$\alpha$ 值	特徵值	解釋變異量 (%)	累積解釋變異量 (%)
因素一	A2：景觀獨特性	0.829	0.916	5.666	37.775	37.775
	A3：具特色建築	0.753				
	A1：自然的環境氛圍	0.749				
	A4：礦業歷史背景	0.736				
	A8：聚落內旅遊景點多元	0.675				
	A11：攝影取景元素	0.672				
	A9：鄰近其他景點	0.670				
	A10：寧靜	0.658				
	A12：新景點或秘境	0.649				

因素	包含問項	因素負荷量	$\alpha$ 值	特徵值	解釋變異量 (%)	累積解釋變異量 (%)
	A14：適合短期旅遊	0.642				
	A15：親近大自然， 適合戶外活動	0.559				
因素二	A13：鄰近市區，車 程便利	0.767	0.671	2.621	17.474	55.250
	A5：聚落內的美食	0.722				
	A6：時代感	0.549				
	A7：居民親切純樸	0.533				

資料來源：本研究整理。

表 4-2-4 遊憩結果構面之因素分析

因素	包含問項	因素 負荷量	$\alpha$ 值	特徵值	解釋 變異量 (%)	累積解 釋變異 量 (%)
因素一	C24：分享回憶或旅遊 經驗	0.851	0.944	8.886	59.240	59.240
	C18：放鬆、紓壓	0.821				
	C21：愉快	0.818				
	C16：勾起美好回憶	0.811				
	C17：想再回到這裡	0.801				
	C22：親近自然	0.800				
	C29：特別旅遊經驗	0.796				
	C26：體驗不同生活	0.788				
	C20：充滿好奇	0.785				
	C28：遠離塵囂	0.774				
	C27：增廣見聞	0.771				
	C25：促進親友間的互 動與情誼	0.769				
	C23：促進身體健康	0.741				
	C19：景點神秘未知	0.677				
	C30：用餐經驗佳	0.463				

資料來源：本研究整理。

表4-2-5 個人價值構面之因素分析

因素	包含問項	因素負荷量	$\alpha$ 值	特徵值	解釋變異量(%)	累積解釋變異量(%)
因素一	V41：真正的快樂	0.855	0.959	9.613	64.089	64.089
	V42：幸福感	0.845				
	V35：沉澱思緒	0.837				
	V44：轉念	0.822				
	V43：懂得珍惜	0.816				
	V32：心靈上平靜	0.813				
	V37：燃起希望	0.813				
	V36：更有自信	0.802				
	V40：重新出發	0.800				
	V39：昇華關係	0.787				
	V31：身心靈充電	0.780				
	V38：創造美好回憶	0.778				
	V45：注意周遭人事物	0.774				
	V33：尊重自然環境	0.739				
	V34：關注土地與環境政策	0.738				

資料來源：本研究整理。

## 二、因素命名

### (一)遊憩屬性構面：

因素一：包括「A2：景觀獨特性」、「A3：具特色建築」、「A1：自然的環境氛圍」、「A4：礦業歷史背景」、「A8：聚落內旅遊景點多元」、「A11：攝影取景元素」、「A9：鄰近其他景點」、「A10：寧靜」、「A12：新景點或秘境」、「A14：適合短期旅遊」及「A15：親近大自然，適合戶外活動」共十一個變數。本構面的特徵值為 5.666，解釋變異量為 37.775，Cronbach's  $\alpha$  值 0.916。因內容屬於遊客認知之水湳洞聚落必然具有的遊憩資源、條件、特色等，故將其命名為「必然性屬性」因素。

因素二：包括「A13：鄰近市區，車程便利」、「A5：聚落內的美食」、「A6：時代感」及「A7：居民親切純樸」共四個變數。本構面的特徵值為 2.621，解釋變異量為 17.474，Cronbach's  $\alpha$  值 0.671。因內容屬於未必每一位遊客都會體驗到的遊憩資源、條件、特色等，故將其命名為「選擇性屬性」因素。

(二)遊憩結果構面：

因素一：包括「C24：分享回憶或旅遊經驗」、「C18：放鬆、紓壓」、「C21：愉快」、「C16：勾起美好回憶」、「C17：想再回到這裡」、「C22：親近自然」、「C29：特別旅遊經驗」、「C26：體驗不同生活」、「C20：充滿好奇」、「C28：遠離塵囂」、「C27：增廣見聞」、「C25：促進親友間的互動與情誼」、「C23：促進身體健康」、「C19：景點神秘未知」及「C30：用餐經驗佳」共十五個變數。本構面的特徵值為 8.886，解釋變異量為 59.240，Cronbach's  $\alpha$  值 0.944。由於這些變數直接反應了水湳洞聚落之遊客在遊憩體驗時，心理與生理所獲得的立即性感受與功能，故將其命名為「遊憩效益」因素。

(三)個人價值構面：

因素一：包括「V41：真正的快樂」、「V42：幸福感」、「V35：沉澱思緒」、「V44：轉念」、「V43：懂得珍惜」、「V32：心靈上平靜」、「V37：燃起希望」、「V36：更有自信」、「V40：重新出發」、「V39：昇華關係」、「V31：身心靈充電」、「V38：創造美好回憶」、「V45：注意周遭人事物」、「V33：尊重自然環境」及「V34：關注土地與環境政策」共十五個變數。本構面的特徵值為 9.613，解釋變異量為 64.089，Cronbach's  $\alpha$  值 0.959。這些變數均是遊客在體驗水湳洞聚落遊憩資源後連結到內心的最終價值，因此將其命名為「個人價值」因素。

表 4-2-6 構面因素命名

遊憩屬性 (2)	遊憩結果 (1)	個人價值 (1)
必然性屬性	旅遊效益	個人價值
選擇性屬性		

資料來源：本研究整理。

### 三、遊憩體驗價值之同意度分析及排序

#### (一) 遊客對於遊憩屬性構面之同意度分析：

依據因素分析所萃取出二個因素構面進行同意程度高低排序，遊客在兩個構面中同意程度較高是「必然性屬性」，總平均值 4.50；其次是「選擇性屬性」，總平均值 3.98。遊憩屬性構面分析結果如表 4-2-7 所示。

遊客雖然無法一一體驗過水湳洞聚落內的所有遊憩項目（即遊憩屬性），但就其遊憩經驗填答問卷之同意度結果如表 4-2-7 所示。

在「必然性屬性」中，遊客同意程度以「景觀獨特性」平均值 4.70 為最高，其他項目「自然的環境氛圍」、「鄰近其他景點」、「寧靜」、「聚落內旅遊景點多元」、「適合短期旅遊」、「親近大自然，適合戶外活動」、「攝影取景元素」、「具特色建築」、「新景點或秘境」及「礦業歷史背景」均達到平均值 4.00 以上；顯示遊客於水湳洞聚落遊憩體驗獲得高滿意度的「必然性屬性」。

在「選擇性屬性」中，遊客同意程度以「時代感」平均值 4.20 為最高，其次是「居民親切純樸」(4.17)，平均值達 4 以上；相較之下，「聚落內的美食」(3.89)、「鄰近市區，車程便利」(3.68) 同意度則較低。

整體來說，遊憩屬性之總平均數達 4.36，可見得到水湳洞聚落遊憩資源具備的休閒遊憩條件與吸引力獲得遊客高度認同。

表 4-2-7 遊憩屬性構面之同意度分析

因素	包含問項	平均數	標準差
聚落屬性 1		<b>4.50</b>	<b>.54</b>
	A2：景觀獨特性	4.70	.63
	A1：自然的環境氛圍	4.58	.67
	A9：鄰近其他景點	4.56	.77
	A10：寧靜	4.54	.72
	A8：聚落內旅遊景點多元	4.50	.74
	A14：適合短期旅遊	4.50	.67
	A15：親近大自然，適合戶外活動	4.49	.77
	A11：攝影取景元素	4.49	.73
	A3：具特色建築	4.44	.77
	A12：新景點或秘境	4.42	.77
	A4：礦業歷史背景	4.29	.87

因素	包含問項	平均數	標準差
聚落屬性2		<b>3.98</b>	<b>.66</b>
	A6：時代感	4.20	.82
	A7：居民親切純樸	4.17	.86
	A5：聚落內的美食	3.89	.99
	A13：鄰近市區，車程便利	3.68	1.03

資料來源：本研究整理。

### (二) 遊客對於遊憩結果構面之同意度分析：

由分析結果如表 4-2-8 可以得知，在遊憩結果構面中，以「放鬆、紓壓」的平均值 4.71 為最高，其次為「愉快」(4.67)、「親近自然」(4.65)、「遠離塵囂」(4.62)、「分享回憶或旅遊經驗」(4.62)、「促進親友間的互動與情誼」(4.59)、「想再回到這裡」(4.57)、「勾起美好回憶」(4.51)、「促進身體健康」(4.46)、「體驗不同生活」(4.46)、「特別旅遊經驗」(4.45)、「充滿好奇」(4.30)、「增廣見聞」(4.28) 及「景點神秘未知」(4.19) 等題項，均達到有些同意及非常同意之間。相較之下，「用餐經驗佳」(3.88) 此項目則為構面平均值較低的項目。

整體來說，遊憩結果之總平均數達 4.50，由此可以看出於水湳洞聚落遊憩體驗所獲得的遊憩效益獲得遊客的高度肯定。

表 4-2-8 遊憩結果構面之同意度分析

因素	包含問項	平均數	標準差
因素一		<b>4.46</b>	<b>.54</b>
	C18：放鬆、紓壓	4.71	.58
	C21：愉快	4.67	.60
	C22：親近自然	4.65	.63
	C28：遠離塵囂	4.62	.64
	C24：分享回憶或旅遊經驗	4.62	.63
	C25：促進親友間的互動與情誼	4.59	.67
	C17：想再回到這裡	4.57	.67
	C16：勾起美好回憶	4.51	.71
	C23：促進身體健康	4.46	.76
	C26：體驗不同生活	4.46	.73
	C29：特別旅遊經驗	4.45	.74
	C20：充滿好奇	4.30	.78
	C27：增廣見聞	4.28	.82

因素	包含問項	平均數	標準差
	C19：景點神秘未知	4.19	.86
	C30：用餐經驗佳	3.88	.95

資料來源：本研究整理。

### (三) 個人價值構面之同意度分析：

遊憩個人價值構面之同意度由表4-2-9可知，由分析結果可得知，在個人價值構面中，以「尊重自然環境」平均值4.56為最高，其他各項目為「創造美好回憶」(4.52)、「身心靈充電」(4.52)、「心靈上平靜」(4.49)、「幸福感」(4.39)、「關注土地與環境政策」(4.36)、「沉澱思緒」(4.36)、「真正的快樂」(4.32)、「懂得珍惜」(4.30)、「注意周遭人事物」(4.21)、「昇華關係」(4.21)、「重新出發」(4.11)、「燃起希望」(4.01)、「轉念」(4.01)與「更有自信」(4.00)等，所有項目均介於有些同意及非常同意之間。

整體來說，總平均值達4.29，同意度顯然皆達到有些同意與非常同意之間。表示，遊客在水湓洞聚落從事遊憩體驗後，能連結到遊客最終之個人價值，並獲得遊客的高度認可。

表 4-2-9 個人價值構面之同意度分析

因素	包含問項	平均數	標準差
個人價值		<b>4.29</b>	<b>.65</b>
	V33：尊重自然環境	4.56	.76
	V38：創造美好回憶	4.52	.70
	V31：身心靈充電	4.52	.65
	V32：心靈上平靜	4.49	.70
	V42：幸福感	4.39	.76
	V34：關注土地與環境政策	4.36	.85
	V35：沉澱思緒	4.36	.79
	V41：真正的快樂	4.32	.78
	V43：懂得珍惜	4.30	.86
	V45：注意周遭人事物	4.21	.84
	V39：昇華關係	4.21	.83
	V40：重新出發	4.11	.87
	V37：燃起希望	4.01	.93
	V44：轉念	4.01	.92

因素	包含問項	平均數	標準差
	V36：更有自信	4.00	.93

資料來源：本研究整理。

小結：

綜合以上，分析水湳洞聚落遊憩之「屬性、結果與價值」各個構面，「必然性屬性」、「遊憩效益」與「個人價值」的總平均值達到 4.00 以上，顯示水湳洞聚落之遊客高度認同此三部份的元素內容；而「選擇性屬性」總平均值達到 3.98（趨近於 4），表示遊客仍然正向認同於此遊憩屬性，而該屬性各變數的標準差數值大，反映出遊客間填答的離散程度高，滿意程度可能因體驗與否相關。



### 第三節 遊客個人背景對於方法目的鏈之差異性分析

本節研究重點為運用  $t$  檢定及單因子變異數分析驗證不同遊客個人背景資料，對於水湳洞聚落之遊憩屬性、結果、個人價值三個層級之間是否存在顯著差異，內容包含有性別、年齡、教育程度、職業類別、婚姻狀況、個人平均月所得、居住地等。若有顯著差異 ( $p \leq 0.05$ )，則進一步運用 *Scheffé* 比較法來進行事後比較，並將結果驗證本研究假設一。研究結果分述如下：

#### 一、性別對於方法目的鏈模式之差異性

以獨立樣本  $t$  檢定分析受訪遊客的「性別」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」及「價值」各個構面之差異性，如表 4-3-1。

由差異性分析表得知，水湳洞聚落的遊客「性別」對於遊憩體驗之「屬性」、「結果」及「價值」各構面並無顯著差異。因此，研究顯示，水湳洞聚落的遊客不會因「性別」的不同而對所追求的遊憩體驗與個人價值有所差異。

表 4-3-1 性別對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	
屬性	必然性屬性	男	115	4.460	0.530	0.008	0.312
		女	177	4.525	0.552		
	選擇性屬性	男	115	3.948	0.619		
		女	177	4.006	0.687		
結果	遊憩效益	男	115	4.413	0.541	0.238	0.199
		女	177	4.498	0.549		
價值	個人價值	男	115	4.250	0.644	0.000	0.382
		女	177	4.319	0.660		

資料來源：本研究整理。

## 二、年齡在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「年齡」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異。由表 4-3-2 可得知，年齡對於遊憩結果「遊憩效益」有顯著差異；經 *Scheffé* 法事後比較檢定得知：「21 歲~30 歲」的遊客族群在「個人價值」顯著性大於「31 歲~40 歲」遊客。

表 4-3-2 年齡對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		20 歲 以下 (1)	21 歲 ~30 歲 (2)	31 歲 ~40 歲 (3)	41 歲 ~50 歲 (4)	51 歲 ~60 歲 (5)	61 歲 以上 (6)	F 值	<i>Scheffé</i> 事後 比較
屬性	必然性 屬性	3.500 (0.193)	4.567 (0.352)	4.343 (0.658)	4.606 (0.447)	4.513 (0.640)	4.636 (0.461)	3.837	—
	選擇性 屬性	3.375 (1.591)	4.007 (0.599)	3.881 (0.741)	4.073 (0.588)	3.985 (0.701)	4.096 (0.506)	1.080	—
結果	遊憩效益	3.867 (0.849)	4.608 (0.373)	4.302 (0.670)	4.520 (0.431)	4.447 (0.634)	4.518. (0.447)	3.282*	(2)> (3)
價值	個人價值	3.100 (0.047)	4.352 (0.591)	4.148 (0.732)	4.427 (0.523)	4.305 (0.717)	4.262 (0.623)	2.951	—

1. \* $p < 0.05$ 。
2. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。
3. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

### 三、教育程度在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「教育程度」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異。由表 4-3-3 所示，教育程度對於「屬性」與「價值」有顯著差異；經 *Scheffé* 法事後檢定得知：「高中（職）」的遊客族群在「個人價值」顯著性大於「研究所(含)以上」遊客。

表 4-3-3 教育程度對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	國中 以下 (1)	高中(職) (2)	專科 (3)	大學 (4)	研究所 (含)以 上 (5)	F 值	<i>Scheffé</i> 事後 比較	
屬性	必然性 屬性	3.970 (0.430)	4.678 (0.471)	4.572 (0.693)	4.448 (0.547)	4.465 (0.412)	0.038*	—
	選擇性 屬性	3.667 (0.764)	4.092 (0.735)	4.220 (0.731)	3.940 (0.600)	3.838 (0.659)	0.035*	—
結果	遊憩效益	4.200 (0.240)	4.597 (0.412)	4.559 (0.697)	4.419 (0.561)	4.420 (0.464)	0.195	—
價值	個人價值	3.511 (0.329)	4.568 (0.498)	4.413 (0.749)	4.265 (0.618)	4.069 (0.702)	0.000***	(2)>(5)

1. \* $p < 0.05$ , \*\*\* $p < 0.001$ 。

2. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。

3. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

#### 四、職業類別在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「職業類別」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異。如表 4-3-4 所示，結果發現不同職業類別的遊客，對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」並無顯著差異，不會因「職業」的不同而對所追求的遊憩體驗與個人價值有所不同。

表 4-3-4 職業類別對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		平均數	(標準差)	F 值	Scheffé 事後比較
必然性 屬性	學生(1)	4.236	(0.602)	0.257	—
	服務業(2)	4.566	(0.474)		
	軍警公教(3)	4.418	(0.658)		
	傳播/設計/藝文(4)	4.534	(0.420)		
	金融業(5)	4.174	(1.065)		
	資訊/科技(6)	4.522	(0.433)		
	醫療(7)	4.649	(0.354)		
	自由業(8)	4.445	(0.542)		
	家管(9)	4.627	(0.391)		
	工(10)	4.606	(0.352)		
	其他(11)	4.584	(0.387)		
屬 性 選擇性 屬性	學生(1)	3.675	(1.047)	0.446	—
	服務業(2)	4.083	(0.692)		
	軍警公教(3)	3.875	(0.625)		
	傳播/設計/藝文(4)	4.000	(0.645)		
	金融業(5)	3.791	(0.981)		
	資訊/科技(6)	4.023	(0.616)		
	醫療(7)	3.857	(0.690)		
	自由業(8)	3.869	(0.437)		
	家管(9)	4.095	(0.544)		
	工(10)	4.166	(0.564)		
	其他(11)	4.091	(0.654)		

MEC 模式		平均數	(標準差)	F 值	Scheffé 事後比較
遊憩效益	學生(1)	4.366	(0.633)	0.115	—
	服務業(2)	4.536	(0.462)		
	軍警公教(3)	4.345	(0.666)		
	傳播/設計/藝文(4)	4.550	(0.403)		
	金融業(5)	4.072	(1.046)		
	資訊/科技(6)	4.435	(0.475)		
	醫療(7)	4.647	(0.268)		
	自由業(8)	4.485	(0.501)		
	家管(9)	4.644	(0.346)		
	工(10)	4.582	(0.380)		
	其他(11)	4.522	(0.413)		
個人價值	學生(1)	4.253	(0.864)	0.226	—
	服務業(2)	4.383	(0.565)		
	軍警公教(3)	4.160	(0.736)		
	傳播/設計/藝文(4)	4.233	(0.566)		
	金融業(5)	4.050	(1.099)		
	資訊/科技(6)	4.125	(0.653)		
	醫療(7)	4.466	(0.685)		
	自由業(8)	4.403	(0.543)		
	家管(9)	4.485	(0.480)		
	工(10)	4.524	(0.493)		
	其他(11)	4.353	(0.545)		

1. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。

2. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

## 五、婚姻狀況在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「婚姻狀況」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，由表 4-3-5 差異性分析表得知，水湳洞聚落的遊客的「婚姻狀況」對於遊憩體驗之「屬性」、「結果」與「價值」各構面並無顯著差異。因此，研究顯示，水湳洞聚落的遊客不會因「婚姻狀況」的不同而對所追求的遊憩體驗與個人價值有所差異。

表 4-3-5 婚姻狀況對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	未婚 (1)	已婚，無 小孩(2)	已婚有 小孩(3)	其他 (4)	F 值	Scheffé 事後 比較	
屬性	必然性 屬性	4.428 (0.589)	4.505 (0.687)	4.584 (0.416)	4.523 (0.516)	1.722	—
	選擇性 屬性	3.924 (0.673)	4.000 (0.739)	4.059 (0.612)	3.688 (0.800)	1.151	—
結果	遊憩效益	4.425 (0.611)	4.409 (0.709)	4.529 (0.387)	4.483 (0.390)	0.901	—
價值	個人價值	4.213 (0.700)	4.313 (0.795)	4.389 (0.528)	4.067 (0.653)	1.699	—

1. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。
2. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

## 六、個人平均月所得在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「平均月所得」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，結果發現遊客之平均月所得，對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」並無顯著差異。因此可得知，遊客不會因「個人平均月所得」之不同而對所追求的水湳洞聚落遊憩體驗與個人價值有所不同。如表 4-3-6 所示。

表 4-3-6 個人平均月所得對於方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		20,000 元 以下 (1)	20,001~ 40,000 元 (2)	40,001~ 60,000 元 (3)	60,001~ 80,000 元 (4)	80,001~ 100,000 元 (5)	100,001 元以上 (6)	F 值	Scheffé 事後 比較
屬性	必然性 屬性	4.298 (0.524)	4.502 (0.630)	4.578 (0.373)	4.587 (0.352)	4.328 (0.865)	4.422 (0.461)	1.722	—
	選擇性 屬性	3.796 (0.868)	4.015 (0.660)	4.028 (0.587)	4.032 (0.580)	3.815 (0.883)	3.943 (0.556)	0.829	—
結果	遊憩 效益	4.406 (0.566)	4.463 (0.614)	4.512 (0.420)	4.579 (0.385)	4.296 (0.879)	4.346 (0.360)	1.108	—
價值	個人 價值	4.176 (0.716)	4.321 (0.660)	4.340 (0.631)	4.440 (0.467)	4.078 (0.881)	4.146 (0.585)	1.158	—

1. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。
2. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

## 七、居住地點在方法目的鏈模式之差異性分析

以單因子變異數分析探討受訪遊客的「居住地點」對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，結果發現，遊客之居住地點對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」並無顯著差異。因此可得知，遊客不會因「居住地點」之不同而對所追求的水湳洞聚落遊憩體驗與個人價值有所不同。如表 4-3-7 所示。

表 4-3-7 居住地點在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		北部 (1)	中部 (2)	南部 (3)	東部 (4)	其他 (5)	F 值	Scheffé 事後 比較
屬性	必然性 屬性	4.495 (0.540)	4.636 (0.402)	4.440 (0.680)	4.455 (0.241)	4.576 (0.319)	0.447	—
	選擇性 屬性	3.970 (0.687)	4.112 (0.723)	4.000 (0.661)	3.917 (0.722)	3.917 (0.804)	0.263	—
結果	遊憩 效益	4.450 (0.540)	4.622 (0.407)	4.467 (0.694)	4.400 (0.416)	4.556 (0.329)	0.509	—
價值	個人 價值	4.270 (0.657)	4.549 (0.483)	4.245 (0.749)	4.467 (0.176)	4.533 (0.371)	1.080	—

1. (a)代表平均數，標準差以（括弧）表示。
2. 評量尺度為李克特量表（Likert scale）五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

小結：

綜合上述，以探索性因素分析遊客個人背景變項對於水湳洞聚落遊憩「屬性」、「結果」、「價值」各個構面之差異分析，發現不同「年齡」之遊客在「個人價值」有顯著差異；不同「教育程度」之遊客亦在「個人價值」有顯著差異。其他變項「性別」、「職業類別」、「婚姻狀況」、「個人平均月所得」及「居住地點」等項目則無顯著差異。故將此結果驗證於本研究假設一，獲得部份支持。

#### 第四節 遊客遊憩特性對於方法目的鏈模式之差異性分析

本節研究重點為運用單因子變異數分析，驗證不同遊客遊憩特性變項對於水湳洞聚落遊憩之「屬性」、「結果」、「個人價值」三個層級之間是否存在顯著差異，內容包含有遊憩「旅遊次數」、「停留時間」、「同行人員」、「資訊來源」及「交通工具」等五個項目。若有顯著差異 ( $p \leq 0.05$ )，再進一步運用 *Scheffé* 比較法進行事後比較，其最後結果將驗證本研究假設二。研究結果分述如下：

##### 一、旅遊次數在方法目的鏈模式之差異性分析

探討受訪遊客之到水湳洞聚落「旅遊次數」對於遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，發現分析的結果並無顯著差異。因此可知，遊客不會因「旅遊次數」的不同而對所追求的水湳洞聚落遊憩體驗與個人價值有所不同。如表 4-4-1 所示。

表 4-4-1 旅遊次數在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		1 次 (1)	2 次 (2)	3 次 (3)	4 次(含) 以上(4)	F 值	<i>Scheffé</i> 事後 比較
屬性	必然性 屬性	4.468 (0.512)	4.496 (0.579)	4.400 (0.540)	4.582 (0.566)	0.961	—
	選擇性 屬性	3.983 (0.677)	4.016 (0.640)	3.950 (0.701)	3.964 (0.650)	0.088	—
結果	遊憩效益	4.456 (0.529)	4.442 (0.583)	4.450 (0.477)	4.500 (0.570)	0.159	—
價值	個人價值	4.260 (0.657)	4.224 (0.684)	4.363 (0.629)	4.383 (0.627)	0.903	—

1. (a)代表平均數，標準差以(括弧)表示。
2. 評量尺度為李克特量表 (Likert scale) 五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

## 二、停留時間在方法目的鏈模式之差異性分析

探討受訪遊客之「停留時間」對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，發現分析的結果並無顯著差異。因此可見，遊憩「停留時間」因素不影響遊客在水湳洞聚落中之遊憩體驗認知與價值。如表 4-4-2 所示。

表4-4-2 停留時間在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式		半天 (1)	1 天 (2)	2 天 (3)	3 天 (4)	4 天(含) 以上(5)	F 值	Scheffé 事後 比較
屬性	必然性 屬性	4.468 (0.558)	4.452 (0.622)	4.535 (0.375)	4.691 (0.423)	4.717 (0.356)	1.499	—
	選擇性 屬性	3.901 (0.662)	4.026 (0.653)	3.995 (0.623)	4.150 (0.772)	4.015 (0.726)	0.752	—
結果	遊憩效益	4.364 (0.537)	4.452 (0.636)	4.562 (0.397)	4.627 (0.422)	4.706 (0.315)	2.489*	—
價值	個人價值	4.182 (0.659)	4.314 (0.682)	4.298 (0.569)	4.404 (0.774)	4.682 (0.378)	2.421*	—

1. \* $p < 0.05$ 。
2. (a)代表平均數，標準差以(括弧)表示。
3. 評量尺度為李克特量表 (Likert scale) 五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

## 三、同行人員在方法目的鏈模式之差異性分析

探討受訪遊客之主要「同行人員」對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，顯示不同的同行人員對於水湳洞聚落遊憩體驗之「個人價值」具有顯著差異；經 Scheffé 法事後比較檢定得知，以「親戚／家人」為主要同行人員之遊客顯著性高於以「同事／同學／朋友」為主要同行人員之遊客，如表 4-4-3 所示。

表4-4-3同行人員在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	獨自 前往 (1)	親戚/ 家人 (2)	同事/同 學/朋友 (3)	情侶 (4)	其他 (5)	F 值	Scheffé 事後 比較	
屬性	必然性 屬性	4.6667 (0.376)	4.553 (0.426)	4.402 (0.654)	4.407 (0.764)	4.727 (0.386)	1.924	—
	選擇性 屬性	4.131 (0.674)	4.036 (0.595)	3.905 (0.741)	3.882 (0.642)	3.500 (0.707)	1.237	—
結果	遊憩效益	4.571 (0.415)	4.511 (0.421)	4.385 (0.656)	4.446 (0.823)	4.200 (0.283)	1.145	—
價值	個人價值	4.387 (0.557)	4.420 (0.533)	4.109 (0.754)	4.235 (0.811)	3.767 (0.141)	4.067*	(2)>(3)

1. \* $p < 0.05$ 。
2. (a)代表平均數，標準差以(括弧)表示。
3. 評量尺度為李克特量表 (Likert scale) 五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

#### 四、 遊憩資訊來源在方法目的鏈模式之差異性分析

探討受訪遊客之旅遊「資訊來源」對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，發現分析的結果並無顯著差異。因此，「資訊來源」將不影響遊客在水湳洞聚落中之遊憩體驗認知與價值。如表 4-4-4 所示。

表4-4-4 資訊來源在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	口耳相傳 (1)	網際網路 (2)	旅遊書籍 (3)	電視與節目介紹 (4)	廣告 (5)	其他 (6)	F 值	Scheffé 事後比較
屬性	必然性	4.506	4.459	4.727	4.403	3.955	0.641	—
	屬性	(0.513)	(0.572)	(0.386)	(0.460)	(0.064)		
結果	選擇性	4.011	3.932	3.500	4.036	3.000	1.263	—
	屬性	(0.663)	(0.574)	(0.000)	(0.393)	(0.000)		
結果	遊憩效益	4.497	4.396	4.767	4.552	3.800	1.317	—
		(0.504)	(0.603)	(0.330)	(0.485)	(0.094)	(0.745)	
價值	個人價值	4.309	4.285	4.467	4.362	3.633	0.607	—
		(0.623)	(0.699)	(0.094)	(0.566)	(0.424)	(0.654)	

1. (a)代表平均數，標準差以(括弧)表示。
2. 評量尺度為李克特量表 (Likert scale) 五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

#### 五、 交通工具在方法目的鏈模式之差異性分析

探討受訪遊客主要的「交通工具」對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各個構面是否存在不同的差異，結果如表 4-4-5 所示。顯示不同的交通工具對於水湳洞聚落遊憩「必然性屬性」與「遊憩效益」具有顯著差異；經 Scheffé 法事後比較檢定得知，以「自行開車」、「火車」、「巴士」、「機車」等四類為主要交通工具之遊客在「必然性屬性」與「遊憩效益」顯著性高於以「計程車」為主要交通工具之遊客，如表 4-4-5 所示。

表4-4-5 交通工具在方法目的鏈模式之差異性分析

MEC 模式	自行車 開車 (1)	計程車 (2)	火車 (3)	巴士 (4)	機車 (5)	F 值	Scheffé 事後 比較
屬性	必然性 屬性	4.511 (0.510)	3.121 (1.617)	4.566 (0.388)	4.354 (0.765)	4.575 (0.395)	5.792*** (1), (3), (4), (5) > (2)
	選擇性 屬性	3.987 (0.671)	3.417 (1.127)	4.153 (0.494)	3.803 (0.654)	3.993 (0.625)	1.211 —
結果	遊憩效益	4.454 (0.510)	3.333 (1.629)	4.648 (0.350)	4.379 (0.818)	4.580 (0.439)	4.465** (1), (3), (4), (5) > (2)
價值	個人價值	4.288 (0.635)	3.244 (1.386)	4.463 (0.406)	4.242 (0.858)	4.369 (0.610)	2.455* —

1. \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ 。
2. (a)代表平均數，標準差以(括弧)表示。
3. 評量尺度為李克特量表 (Likert scale) 五點尺度，1 代表非常不同意，2 代表有些不同意，3 代表普通，4 代表有些同意，5 代表非常同意。

小結：

本節研究使用單因子變異數分析水滴洞聚落遊客遊憩特性對於遊憩體驗之「屬性」、「結果」、「價值」各構面是否存在不同的差異，結果顯示在「同行人員」方面，「個人價值」具有顯著差異；在「交通工具」方面，「必然性屬性」與「遊憩效益」達到顯著差異，其他變項包含遊憩「次數」、「停留時間」及「資訊來源」則無顯著差異。將此研究結果驗證於本研究假設二，獲得部份支持。

## 第五節 水滴洞聚落遊憩體驗之方法目的鏈模式

本節為驗證方法目的鏈模式之間的因果連結關係，研究者先就水滴洞聚落之「屬性」、「結果」與「價值」三個層級之間的各项因素進行 Pearson 相關係數分析，驗證層級之間存在之關聯性；接著再使用線性迴歸分析，探討三個層級之間存在的預測力及影響力，驗證以方法目的鏈探討遊客對於水滴洞聚落遊憩體驗之價值認知模式。

### 一、「旅遊屬性」、「旅遊結果」與「個人價值」之關聯性分析

以 Pearson 相關係數對「屬性」、「結果」與「價值」三個層級進行關聯測量，結果如表 4-5-1。由表得知，各變數之間彼此呈現高度相關。

「必然性屬性」與「選擇性屬性」相關係數為 0.621，「必然性屬性」與「遊憩效益」相關係數為 0.879，「必然性屬性」與「個人價值」相關係數為 0.722，均呈顯著正相關；其中與「遊憩效益」的相關係數值高於另外兩個變數。

「選擇性屬性」與「必然性屬性」相關係數為 0.621，「選擇性屬性」與「遊憩效益」相關係數為 0.627，「選擇性屬性」與「個人價值」相關係數為 0.588，均呈顯著正相關；其中與「遊憩效益」的相關係數值高於另外兩個變數。

「遊憩效益」與「必然性屬性」相關係數為 0.879，「遊憩效益」與「選擇性屬性」相關係數為 0.627，「遊憩效益」與「個人價值」相關係數為 0.799，均呈顯著正相關；其中與「必然性屬性」的相關係數值高於另外兩個變數。

「個人價值」與「必然性屬性」相關係數為 0.722，「個人價值」與「選擇性屬性」相關係數為 0.588，「個人價值」與「遊憩效益」相關係數為 0.799，均呈顯著正相關；其中與「遊憩效益」的相關係數值高於另外兩個變數。

此結果表示遊客所獲得的「旅遊屬性」愈強，愈能連結到高度的「遊憩效益」，尤其是透過「必然性屬性」元素，反之亦同。

「遊憩效益」與「必然性屬性」、「遊憩效益」與「個人價值」、「個人價值」與「必然性屬性」三組變數之間相關係數均介於 0.70 至 0.99，屬高度相關；而「選擇性屬性」與「個人價值」之相關係數

各變數之間相關係數均高於 0.6，達高度相關；而「遊憩效益」與「選擇性屬性」、「選擇性屬性」與「個人價值」二組變數之間相關係數則介於 0.40 至 0.69 之間，為中度相關。

綜合上述，可得知「必然性屬性」、「選擇性屬性」、「遊憩效益」與「個人價值」層級間的各個因素，兩兩之間呈現顯著正向關係，充分顯示水湳洞聚落之「必然性屬性」、「選擇性屬性」、「遊憩效益」與「個人價值」層級間，各因素間具有相互顯著的正向相關性。

表 4-5-1 「屬性」、「結果」與「價值」相關係數

	必然性屬性	選擇性屬性	遊憩效益	個人價值	
屬性	必然性屬性	1			
	選擇性屬性	.621***	1		
結果	遊憩效益	.879***	.627***	1	
價值	個人價值	.722***	.588***	.799***	1

資料來源：本研究整理。

註：\*\*\* $p < 0.001$ 。

## 二、「旅遊屬性」、「旅遊結果」與「個人價值」各層級間之因果關係驗證

為驗證水湳洞聚落遊憩體驗方法目的鏈各個層級之間的因果連結關係，本研究對「屬性」、「結果」與「價值」各構面進行線式迴歸與共線性診斷，將其分為三個階段進行分析。

### (一) 第一階段

探討遊憩「屬性」層級對於「結果」層級的鏈結關係。

分析結果如表 4-5-4，進行共線性診斷後，允差值為 0.614>0.1，VIF 值為 1.628>0，符合標準，發現無共線性問題 (Hair et al., 2006)。

經迴歸分析後，顯示「必然性屬性」與「選擇性屬性」對於「遊憩效益」的預測力達到顯著水準，解釋變異的能力 78.2%，可得知，水湳洞聚落「遊憩屬性」之規劃對於遊客來到水湳洞聚落遊憩體驗之效益具有顯著的影響力及預測力；換句話說，為使遊客體驗獲得高滿意度之「遊憩效益」則需仰賴「遊憩屬性」的良好規劃，尤其是「必然性屬性」帶來的影響更為重要。

表4-5-2「旅遊結果」層級迴歸分析表

依變數	自變數	層級	路徑係數	t value	F value	AdjR <sup>2</sup>	允差	VIF
遊憩效益	必然性	屬性 屬性	0.797	22.838***	523.287***	.782	0.614	1.628
	選擇性		0.132	3.776***	523.287***			

註：\*\*\* $p < 0.001$ 。

### (二) 第二階段

探討遊憩價值層級遊憩「屬性」、「結果」對於「個人價值」層級的鏈結關係。

分析結果如表 4-5-5，進行共線性診斷後，允差值為 0.219, 0.585, 0.216>0.1，VIF 值為 4.566, 1.708, 4.621>0，符合標準，發現無共線性問題 (Hair et al., 2006)。迴歸分析顯示「必然性屬性」與「選擇性屬性」對於「個人價值」的預測力達到顯著水準。由此可推論，從「遊憩屬性」所包含的內容會直接影響所要達到遊客所期望的「個人價值」；換句話說，「遊憩屬性」因素所包含的為遊客選擇水湳洞聚落遊憩體驗的考量，良好的觀感會促使遊客個人的體驗價值提升。

而在水滄洞聚落之「遊憩效益」因素，能夠顯著的解釋「個人價值」，進一步從路徑係數看，顯示「遊憩效益」的影響程度高於「必然性屬性」與「選擇性屬性」，由此可推論，遊客經由「遊憩效益」之中介，更能達到遊憩體驗之「個人價值」。

第二階段之解釋變異能力為 64.7%，顯示具預測能力。

表4-5-3 「個人價值」層級迴歸分析

依變數	自變數	層級	路徑 係數	t value	F value	AdjR <sup>2</sup>	允差	VIF		
個人 價值	必然性 屬性	屬性	0.044	0.596	236.225***	.647	0.585	1.708		
	選擇性 屬性	屬性	0.139	3.057**						
	遊憩 結果	結果	0.673	8.987***	20.116***				0.216	4.621
	效益									

註：\*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ 。

### (三) 第三階段

探討遊憩價值層級「屬性」對於「個人價值」層級的連結關係。

分析結果如表 4-5-6 所示，「必然性屬性」對於「個人價值」的直接效果為 0.044，「必然性屬性」對於「個人價值」(透過遊憩效益)的間接效果為 0.536；「選擇性屬性」對於「個人價值」的直接效果為 0.139，「選擇性屬性」對於「個人價值」(透過遊憩效益)的間接效果為 0.089。由此可見，「必然性屬性」在「遊憩效益」的影響下，會更容易連結至「個人價值」；然，「選擇性屬性」對應「個人價值」的直接效果和間接效果均不高。

因而，由實證分析可得知，遊客透過水滄洞聚落「遊憩屬性」之規劃，尤其是「必然性屬性」，再經由「遊憩效益」，更能達到「個人價值」。

由此，也驗證了方法目的鏈的「屬性」、「結果」、「價值」階層的因果連結關係存在於水滄洞聚落遊憩體驗價值中。

表 4-5-4 「屬性」對於「個人價值」之影響係數

假設路徑	直接效果	間接效果	整體效果
必然性屬性→個人價值	.044	-	.044
必然性屬性→個人價值（透過遊憩效益）	-	.536	.536
選擇性屬性→個人價值	.139	-	.139
選擇性屬性→個人價值（透過遊憩效益）	-	.089	.089

資料來源：本研究整理。

小結：

研究者為驗證假設二至假設四，關於「遊憩屬性」、「遊憩結果」以及「個人價值」三個層級間的因果連結關係。首先，本研究進行 Pearson 相關係數分析，分析結果為三個層級間確實存在著高顯著的相關性；再針對「遊憩屬性」、「遊憩結果」與「個人價值」各構面進行線式迴歸分析，探討各層級之連結關係，結果顯示「遊憩屬性」對「遊憩結果」確實具有顯著影響，而「遊憩屬性」透過「遊憩結果」對「個人價值」更是具有顯著影響力。

由研究分析結果整理出三個層級之間的因果路徑關係模式，亦構為本研究所聚焦的水湳洞聚落遊客遊憩體驗價值認知結構，研究者將其整理如圖 4-5-1 所示。

因此，實證結果為假設二至假設四獲得支持，驗證了方法目的鏈模式存在於水湳洞聚落憩體體驗價值中。

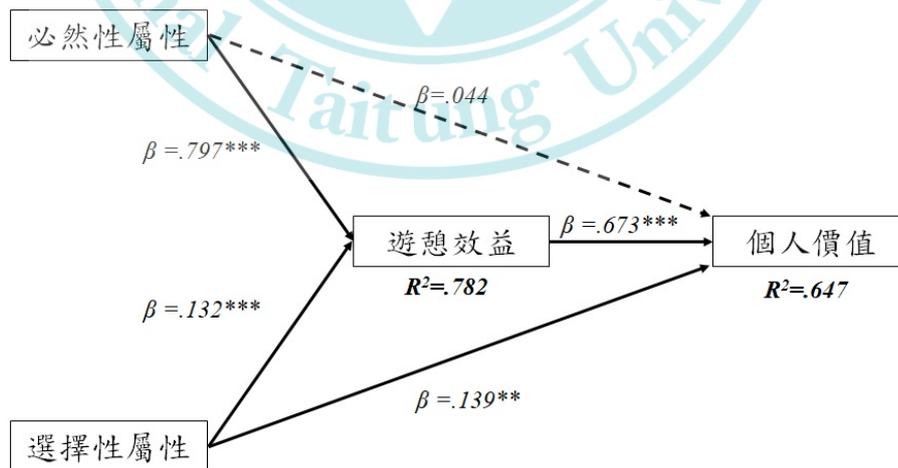


圖 4-5-1 水湳洞聚落遊憩體驗價值認知結構

註：1. \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ 。

2. 虛線 ---→ 表示不顯著，實線 ——→ 表示顯著。

## 第六節 假設驗證結果

本節主要目的為驗證本研究之研究假設，探討遊客不同的個人背景與遊憩特性對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性、結果、價值」之連結關係，以及「遊憩屬性」、「遊憩結果」與「個人價值」之間的關聯性，研究假設之驗證結果如表 4-6-1 所示。

表 4-6-1 研究假設驗證結果

	研究假設	驗證結果
H1 假設一	遊客個人資料對水湳洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性—必然性屬性與選擇性屬性」、「遊憩結果」與「個人價值」有顯著差異。	部份成立
H2 假設二	水湳洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性—必然性屬性與選擇性屬性」對「遊憩結果」具有顯著且正向影響。	假設成立
H3 假設三	水湳洞聚落遊憩體驗之「遊憩結果」對「個人價值」有顯著且正向影響。	假設成立
H4 假設四	水湳洞聚落遊憩體驗之「遊憩屬性—必然性屬性與選擇性屬性」對「個人價值」有顯著且正向影響。	部份成立

資料來源：本研究整理。



## 第五章 結論與建議

本章節依據第二章文獻探討的相關理論以及第四章的研究結果為基礎，在第一節先說明本研究之結論，第二節敘述研究建議，第三節說明研究限制與後續研究建議。

### 第一節 結論

區域性的觀光發展注重在觀光的需求面，並從觀光的供給面來規劃發展面向；而在水湳洞聚落中，若期待藉由觀光做為轉型發展的契機，甚至透過觀光所帶來的效益，進而改善當地的經濟與生活條件，此時，瞭解造訪水湳洞聚落之遊客的遊憩體驗價值是有其必要性的。

本研究以「方法目的鏈」模式，來探討遊客對於水湳洞聚落遊憩體驗之「屬性」、「結果」及「價值」層級之認知價值，得到下列結論：

一、對於到訪水湳洞聚落的遊客而言，方法目的鏈之「屬性」、「結果」及「價值」層級模式是存在於聚落遊憩體驗過程中。

本研究以到訪水湳洞聚落的遊客為研究對象，以迴歸分析方式探討「遊憩屬性」、「遊憩效益」及「個人價值」三個層級是否確實存在因果連結關係，而研究結果確實符合 Gutman (1982) 提出的方法目的鏈模式。因此，本研究驗證了方法目的鏈模式之「屬性」、「結果」及「價值」層級存在於水湳洞聚落遊憩體驗過程中。

## 二、水湳洞聚落遊憩體驗之方法目的鏈層級「屬性」、「結果」、「價值」構面分析

本研究以方法目的鏈模式為理論基礎，萃取出水湳洞聚落遊憩體驗的「遊憩屬性」共有 15 項，再依屬性細分為「必然性屬性」有 11 項，「選擇性屬性」有 4 項；「遊憩效益」共有 15 項；「個人價值」同樣共有 15 項。水湳洞聚落遊憩體驗價值之方法目的鏈連結圖，如圖 5-1-1 所示。

就「遊憩屬性」而言，水湳洞聚落最讓造訪遊客印象深刻的「必然性屬性」，是聚落的景觀獨特性，再者是自然的環境氛圍、鄰近其他景點以及寧靜等要素；另外在「選擇性屬性」中，同意度最高的是聚落呈現的時代感，其次是居民親切純樸等要素。

另外水湳洞聚落「遊憩屬性」的其它要素同樣是相當具有吸引力的，包含：聚落內旅遊景點多元、適合短期旅遊、親近大自然，適合戶外活動等各要素，均獲得遊客認同。

透過研究，可以瞭解，遊客選擇來到水湳洞聚落遊憩體驗，除了聚落的景觀獨特性與自然的環境氛圍外，聚落內和鄰近區域的旅遊景點多元、具吸引力，都能讓遊客藉此體驗到不同遊憩型態與價值感受。若能整合內部的遊憩資源，加以規劃與宣傳，對於水湳洞聚落的觀光發展定有助益。

就「遊憩效益」而言，在遊憩體驗的過程，遊客能感受到放鬆、紓壓、愉快、親近自然、遠離塵囂、分享回憶或旅遊經驗等遊憩效益；而在遊憩體驗後，將連結到「個人價值」的尊重自然環境、創造美好回憶、身心靈充電、心靈上平靜、幸福感、關注土地與環境政策和沉澱思緒等等的最終價值。

方法目的鏈模式強調：「價值」是導致消費者行為的因素，而消費者會依照個人價值來分類及簡化選擇決策的過程。因此，「遊憩效益」與「個人價值」的內涵同樣會成為遊客選擇旅遊地所考量的因素。

個人價值 4.29	平均值均高於 4	
	V33：尊重自然環境 4.56	V43：懂得珍惜 4.30
	V38：創造美好回憶 4.52	V45：注意周遭人事物 4.21
	V31：身心靈充電 4.52	V39：昇華關係 4.21
	V32：心靈上平靜 4.49	V40：重新出發 4.11
	V42：幸福感 4.39	V37：燃起希望 4.01
	V34：關注土地與環境政策 4.36	V44：轉念 4.01
	V35：沉澱思緒 4.36	V36：更有自信 4.00
	V41：真正的快樂 4.32	



遊憩效益 4.46	平均值高於 4	
	C18：放鬆、紓壓 4.71	C16：勾起美好回憶 4.51
	C21：愉快 4.67	C23：促進身體健康 4.46
	C22：親近自然 4.65	C26：體驗不同生活 4.46
	C28：遠離塵囂 4.62	C29：特別旅遊經驗 4.45
	C24：分享回憶或旅遊經驗 4.62	C20：充滿好奇 4.30
	C25：促進親友間的互動與情誼 4.59	C27：增廣見聞 4.28
	C17：想再回到這裡 4.57	C19：景點神秘未知 4.19
	平均值介於 3 到 4	
	C30：用餐經驗佳 3.88	



遊憩屬性 4.36	平均值高於 4	
	A2：景觀獨特性 4.70	A6：時代感 4.20
	A1：自然的環境氛圍 4.58	A7：居民親切純樸 4.17
	A9：鄰近其他景點 4.56	
	A10：寧靜 4.54	
	A8：聚落內旅遊景點多元 4.50	
	A14：適合短期旅遊 4.50	
	A15：親近大自然，適合戶外活動 4.49	
	A11：攝影取景元素 4.49	
	A3：具特色建築 4.44	
A12：新景點或秘境 4.42		
A4：礦業歷史背景 4.29		
平均值介於 3 到 4		
必然性屬性	無	選擇性屬性
		A5：聚落內的美食 3.89
		A13：鄰近市區，車程便利 3.68

圖 5-1-1 水滴洞聚落遊憩體驗價值之方法目的鏈連結

### 三、水湳洞聚落「遊憩屬性」、「遊憩效益」及「個人價值」各層級之因果驗證

本研究探討了水湳洞聚落遊憩體驗價值方法目的鏈層級之因果關係，顯示「遊憩屬性」對於「遊憩效益」，「遊憩效益」對於「個人價值」，皆呈現正向影響；而「遊憩屬性」若透過了「遊憩效益」，則更能影響「個人價值」。

由此可知，為了取得遊客對於水湳洞聚落遊憩體驗的高度認同，聚落內需妥善規畫其「遊憩屬性」；當遊客在遊憩體驗時，感受到深刻的「遊憩效益」，將更能連結到其最終的「個人價值」；此外，「遊憩屬性」所包含的因素，同樣是遊客選擇來到水湳洞聚落遊憩體驗的考量，良好的觀感將連帶提升遊客遊憩體驗之「個人價值」。

另一方面，在迴歸分析上，本研究也發現了「遊憩屬性」此一層級，遊客透過「必然性屬性」(相較於「選擇性屬性」)更能連結到「遊憩效益」，進而影響「個人價值」層級，這部份顯示了觀光發展單位應更重視「必然性屬性」的維護與提升，方能滿足遊客所期望的「個人價值」；於此同時，也應該加強規劃「選擇性屬性」的要素，使水湳洞聚落能夠更全面的提升遊憩屬性，使遊客獲得更高的「個人價值」。

## 第二節 建議

本研究根據質性與量化實證研究之發現與結論，提出下列建議，盼能提供有關單位作為水湳洞聚落經營管理上的參考，本研究建議如下所述：

### 一、對地方產業與社區發展協會的建議

#### (一) 深化「遊憩屬性」

水湳洞聚落之「遊憩屬性」將直接影響「遊憩結果」與「個人價值」，而遊客在選擇遊憩產品時，也會考量到「獲得的價值」為何，來決定遊憩地。根據訪談與量化研究之結果，可以瞭解遊客對於水湳洞聚落的原始風貌與資源是具有相當高的同意度，若社區發展協會或觀光業者欲發展當地觀光產業，宜思考如何在現有的屬性資源中，保有其特性，加以維護之，並設法提升或加強其遊憩效益。

在本研究結果中，水湳洞聚落遊憩屬性之各項元素，遊客同意度普遍偏高，惟「選擇性屬性」之其中兩個項目同意度較低。地方產業可針對遊客同意度較低的項目，加以思考該如何改善。舉例來說：

#### 1. 在「聚落內的美食」方面：

遊客之回應呈現兩極化，曾在聚落內用餐者同意度較高，但仍有一部分遊客表示不清楚水湳洞聚落有餐廳或認為用餐的選擇太少。就水湳洞聚落之現況討論，確實沒有美食街的規模，而著名的餐廳「甜蜜屋」雖顧客眾多，但該餐廳僅於假日營業；其他幾家可供用餐的餐廳未經整

合，少有人知。

地方產業可規劃更完善的用餐環境，與更多元的用餐選擇，讓遊客能夠停留在此遊憩的時間加長，進而提升遊憩體驗價值，亦能帶動地方產業經濟。

## 2. 在「鄰近市區，車程便利」方面：

研究中發現，高達七成以上的遊客都是「自行開車」前來，可見水湳洞聚落的聯外大眾運輸網絡稍嫌不足。雖部分遊客認為從北部開車到水湳洞聚落車程時間短，實屬便利，但亦能從中看出對於採其他交通方式的遊客來說，不甚便利。

地方產業應妥善規劃交通動線，提供遊客相關交通資訊；向地方政府積極爭取交通改善措施，帶動整體聚落便利性，不但有助於觀光產業，對於聚落內居民而言更是一大助益。

### (二) 重視遊客之遊憩體驗價值，並善用多元行銷通路

根據本研究受訪遊客之樣本統計表得知，水湳洞聚落之遊客獲取旅遊訊息的主要來源為口耳相傳（親友或他人），此結果一方面顯示了遊憩體驗價值的重要，有良好的遊憩體驗價值，可能會為聚落帶來更多的遊客，但另一方面也代表水湳洞聚落在其他的行銷通路稍嫌薄弱，如：網際網路、報紙與雜誌、廣告等等。

因此，建議地方產業或社區發展協會可建置專屬水湳洞聚落的遊憩網頁或粉絲專頁，於網路通路上，定期與不定期的更新遊憩資訊，並整合與水湳洞聚落相關之網頁，透過網路搭建起與遊客溝通的平台；而在公部門架設的網路平台，如新北市觀光旅遊網或交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區網頁也要確實維繫，將水湳洞聚落意象或活動更新，讓已有旅遊意願並著手規劃的遊客獲得足夠資訊。除此之外，還可以增加其他通路上的行銷規劃，如：旅遊書籍、報章雜誌、電視與節目介紹、廣告（印刷品、廣播、媒體）等等，提升遊客對於水湳洞聚落的遊憩意象。

### (三) 結合水湳洞聚落的在地居民共同參與觀光產業

依據本研究結果，遊憩屬性中的「居民親切淳樸」也成為遊客重視的區塊，顯示顯示遊客不再只是追求物質上的滿足，更包含了心理層面的深度旅遊體驗，透過與當地居民互動，產生對話或分享生活方式，都能為遊客帶來「價值」。

建議水湳洞聚落的居民能多參與聚落事務及各項發展活動，以聚落總體營造為基礎，不再成為旁觀者或被窺視的對象，而是透過更積極參與的方式，認同自己的聚落，以其產業文化為榮；如此，除了遊客與居民的對談中，能降低負面的觀光衝擊，更能創造以在地文化產業為主觀光價值。另外，聚落觀光發展也應以當地居民之權益做考量，讓居民感受到「自發、互動、共好」的正面效益。

聚落內亦可培育在地導覽人員，除了能夠增加水湳洞居民參與觀光產業，也能帶領遊客深度旅遊，探索體驗在地文化與自然資源，將更深化「遊憩效益」與「個人價值」。因本研究發現水湳洞聚落之遊客對於其「遊憩效益」與「個人價值」同意度高，然在統計數據中，七成以上的受訪遊客都是半日或一日之行程規劃，在聚落內的停留時間短，而訪談過程中，部分遊客反映僅停留單一景點後即返程，不清楚還有哪些景點可以安排。由此可見，若是水湳洞聚落內能夠整合遊憩景點，並培育在地導覽人員，可為聚落帶來更大的觀光助益與經濟效益。

## 二、其他建議

在「小眾、自助式」的聚落觀光遊憩方式逐漸興起的今日，公部門所扮演的角色更為重要。由於水湳洞聚落從事觀光相關產業的業者，大多是零星散戶，或外地前來投資的業者，各自為政，此處極需要公部門的行政單位參與規劃，投入並整合資源。建議如下：

### （一）「產、官、學」攜手的合作機制

在地居民與業者實際了解水湳洞聚落觀光產業現況的需求及困境，運用學者的專業進行實證研究，提供具體有效的建議，再由政府單位依據實際情況提供資金或政策上的協助。若能具備輔導機制，由專家學者和公部門協助水湳洞聚落建立更完整的組織架構，聚落內的居民可獨立自主，並提升其遊憩行銷素質，三方之間的相互結合，也將關係到聚落的觀光發展和成效。

### （二）建立國際性的遊憩資訊平台

由本研究結果發現，遊客遊憩特性之「居住地」中，北部遊客來到水湳洞聚落的比例最高，可能的原因為交通與距離較為便利；反觀鄰近的九份一帶，已成為台灣著名的遊憩景點之一，國際性遊客不遠千里而來，由此可知，外國遊客對於此區域的遊憩屬性是感興趣的。

建議主管機關建立國際性的遊憩資訊平台，提供國際旅客更適合的遊憩資訊，帶動觀光產業加以拓展。例如：編纂外文的旅遊專書，深度介紹水湳洞聚落；或在官方網站，如交通部觀光局或新北市觀光旅遊網上，提供更友善、適當的介面；或邀請外國朋友進駐水湳洞聚落，與當地產生互動，讓水湳洞聚落的美好透過部落格傳遞出去，讓國際人士能獲得相關資訊，使水湳洞聚落成為更多人喜愛選擇的遊憩地點。

### 第三節 研究限制與後續研究建議

根據本研究的研究結果與討論，研究者針對水湳洞聚落遊憩體驗價值之探索提出該研究限制與後續的研究建議，期望有助於水湳洞聚落觀光之發展與遊客遊憩體驗價值之提升。

#### 一、建議從不同的訪談對象進行研究，提供更多元的探討面向

本研究在質性訪談與量化研究的訪談對象，是針對遊客的看法來進行瞭解。然而，就水湳洞聚落遊憩發展而言，遊客與在地居民會有不同的看法與立場，舉例來說：遊客參與聚落的遊憩體驗是在於可能獲得的遊憩效益與價值，而居民則帶有對當地的情感，以及生活上的需求與期待。因而建議未來之研究，可各別探討在地居民與外來遊客對於水湳洞聚落遊憩體驗之價值意涵，或對於觀光發展上各自的期待。

#### 二、藉由質性訪談深入瞭解遊客對於水湳洞聚落之遊憩體驗價值

因本研究透過質性訪談將訪談內容編碼，設計量化研究問卷來發放，在前期訪談的過程中，研究者即能與訪談對象進行深入的對話，透過量化研究問題的結構化設計，能將研究對象擴及百人，提供更普及性的研究結果，但深入的對談則未能再繼續。建議未來之研究，可藉由質性訪談，深入探討各個遊客對於水湳洞聚落遊憩體驗之價值意涵，輔以本研究之發現。

#### 三、研究範圍可擴及不同的聚落，瞭解每個聚落的遊憩體驗價值之異同

本研究因以單一聚落遊客為研究對象，然每個聚落的歷史背景、屬性條件、發展型態皆有其特色，建議未來可進一步比較與探討其他聚落或不同型態聚落之遊憩體驗價值。



## 參考文獻

### 一、中文部份

#### (一) 圖書

- Dale, G. and Oliver, H. 著，王昭正譯 (2002)。旅遊與觀光概論。台北市：弘智文化。
- 王石番 (1990)。傳播內容分析法—理論與實證。臺北：幼獅文化。
- 何金銘 (2001)。統計法輯要。臺南：復文圖書。
- 吳明隆 (2009)。SPSS 操作與應用問卷統計分析實務。臺北：五南圖書。
- 林宗聖 (2004)。黃金十大傳奇。臺北：人人出版社。
- 邱皓政 (2010)。量化研究與統計分析：SPSS 資料分析範例。臺北：五南圖書。
- 高挺育 (2009)。在水金九與藝術家邂逅。臺北：臺北縣政府文化局。
- 陳正祥 (1959)。臺灣地名手冊。南投：臺灣省文獻會。
- 陳斐翡 (2004)。黃金城。傳奇：金瓜石。臺北：秋雨文化。
- 劉還月 (1997)。台灣鄉土誌。臺北：常民文化。
- 歐勝榮 (2007)。休閒遊憩：理論與實務。臺北縣：前程文化。
- 鍾溫清 (2002)。瑞芳鎮誌。臺北：瑞芳區公所。

#### (二) 期刊論文

- 王立燕 (2017)。基於方法目的鏈的冰雪體育旅遊消費者價值研究。體育成人教育學刊，(3)，36-40。
- 王逢君 (2008)。評估區域作為文化景觀的潛力—以金瓜石與水湳洞為例 (未出版之碩士論文)。國立成功大學：台南市。
- 吳運全 (2002)。環境態度與遊憩體驗關係之研究—以綠島生態旅遊為例 (未出版之碩士論文)。國立體育學院：桃園市。
- 宋秉明 (2002)。社區觀光發展的形成—從修正型社區博物館的概念切入。觀光研究學報，8 (1)，71-83。
- 李宜穎 (2011)。遊憩動機、遊憩體驗對滿意度與重遊意願之關聯性研究—以六堆嘉年華為例 (未出版之碩士論文)。屏東教育大學：屏東市。
- 李曄淳 (2014)。應用於探討休閒農場滿足消費者休閒需求及提升體驗價值 (未出版之碩士論文)。高雄科技應用大學：高雄市。
- 林天佑 (1996)。認識研究倫理。教育資料與研究，(12)，57-63。
- 林喜雯、陳惠美、陸洛 (2015)。山岳活動體驗價值之探索：登山與健行之比較。臺灣運動心理學報，15 (1)，1-31。
- 林勤豐、葉明義、邱兆民 (1999)。「方法目的鏈」研究法建構行銷研究變數與行銷策略之探討。中華管理評論，2 (6)，107-128。

- 林瓊華、林晏州 (1995)。觀光遊憩發展對傳統聚落景觀意象之影響。**戶外遊憩研究**, 8 (3), 47-66。
- 林耀南 (2010)。服務品質、體驗價值、關係品質與顧客忠誠度關係之研究。**復興崗學報**, (99), 103-123。
- 姜竹音 (2010)。澎湖群島發展海洋餐飲觀光之顧客價值創新策略。**島嶼觀光研究**, 3 (1), 114-124。
- 柯一青 (2015)。臺灣在地化社區營造與文化創意產業發展分析。**文化創意產業研究學報**, 5 (1), 19-27。
- 郝孟庭、林晏州 (2014)。澎湖二崁聚落觀光發展對居民生活品質影響之探究。**島嶼觀光研究**, 7 (4), 1-26。
- 張宏政 (2017)。以嗅覺體驗創意形成客家文化浪漫旅遊之意象。**農業推廣文集**, (62), 131-140。
- 張志銘、陳文信、祁崇溥、施國森 (2018)。遊客休閒涉入、遊憩體驗、休閒效益之關係：以臺中天馬牧場為例。**運動與遊憩研究**, 12 (3), 1-17。
- 張益銘 (2007)。以方法一目的鏈模式探討部落格之顧客價值認知結構 (未出版之碩士論文)。國立嘉義中正大學：嘉義縣。
- 扈夏蒙、楊洪君 (2016)。概念設計階段用戶需求到產品屬性的轉化方法研究。**設計**, (1), 68-71。
- 梁榮達 (2013)。以方法目的鏈探討有機消費族群購買有機商品體驗的內涵與價值。**台灣農學會報**, 14 (6), 565-580。
- 許功明 (1994)。遺產觀光與經營的省思—從舊好茶聚落談起。**博物館學季刊**, 8 (2), 19-24。
- 陳水源 (1989)。遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究。**戶外遊憩研究**, 1 (3), 25-51。
- 陳冠宏 (2004)。遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究 (未出版之碩士論文)。世新大學：臺北市。
- 陳美吟 (1985)。遊憩體驗之研究-以楓林瀑布、擎天崗、太平山實力調查 (未出版之碩士論文)。國立台灣大學：臺北市。
- 陳美芬、陳麗雪 (2013)。農村旅遊吸引力與體驗價值之研究。**農業推廣文集**, (58), 33-49。
- 陳肇堯 (1999)。應用市場區隔理論探討不同類型遊憩區遊客旅遊特性之差異。**戶外遊憩研究**, 12 (3), 1-20。
- 曾光華、陳貞吟、張永富 (2004)。以方法目的鏈探討旅客懷舊體驗的內涵與價值。**戶外遊憩研究**, 17(4), 43-69。
- 黃盈裕 (2001)。顧客價值的方法目的鏈結構模式之研究-以童裝之消費經驗為例 (未出版之博士論文)。國立中山大學：高雄市。
- 楊國樞、葉明華 (1997)。中國人的家族主義：概念分析與實證衡鑑。**中央研究院民族研究所集刊**, 83, 169-225。

- 詹定宇、彭西鄉 (2010)。蜜月旅行價值內涵之研究：方法目的鏈之應用。戶外遊憩研究，23(1)，1-25。
- 詹定宇、彭西鄉 (2010)。蜜月旅行價值內涵之研究：方法目的鏈之應用。戶外遊憩研究，23 (1)，1-25。
- 廖均桓 (2014)。觀光業對於鄉鎮社會與經濟影響 (未出版之碩士論文)。國立臺北大學：臺北市。
- 廖淑容 (2017)。鄉村文化觀光之經濟議題的研究—以新竹內灣商圈為例。臺灣土地研究，20 (1)，1-35。
- 劉倩茹 (2009)。遊客對休閒農業規劃之遊憩體驗需求與滿意度研究—以南投縣竹山鎮富州休閒農業區為例 (未出版之碩士論文)。國立中興大學：台中市。
- 劉珮君 (2011)。從礦產業到文化產業：濱海山區聚落金瓜石的變遷 (未出版之碩士論文)。國立臺灣海洋大學：基隆市。
- 蕭百興 (2015)。臺灣東北角南雅邊陲農業漁港之文化地景初探—一個歷史地理的考察。華梵藝術與設計學報，10，177-192。
- 藍天雄、王義雄 (2018)。遊憩吸引力與體驗價值之研究—以某渡假村為例。觀光與休閒管理期刊，6 (1)，109-120。
- 嚴秀茹、李有仁、蕭丞傑、李國書 (2006)。顧客關係利益之階層探析：方法目的鏈之應用。管理評論，25 (1)，95-119。

### (三) 網路資源

- 水金九文化行旅 (2018)。水湳洞。  
取自：<http://sueijinjiou.com/>
- 交通部觀光局行政資訊網 (2018)。2017 年國人旅遊狀況調查。  
取自：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>
- 交通部觀光局行政資訊網 (2018)。2017 年國內主要觀光遊憩據點遊客人數月別統計。取自：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>
- 科學月刊 (2009)。海洋污染—來自人類的排放物。  
取自：[http://scimonth.blogspot.com/2009/11/blog-post\\_2808.html](http://scimonth.blogspot.com/2009/11/blog-post_2808.html)
- 新北市觀光旅遊網 (2018)。水湳洞漁港。  
取自：[https://tour.ntpc.gov.tw/zh-tw/Attraction/Detail?wnd\\_id=60&id=112833](https://tour.ntpc.gov.tw/zh-tw/Attraction/Detail?wnd_id=60&id=112833)
- 瑞芳區公所 (2018)。行政區域圖。  
取自：[http://www.ruifang.ntpc.gov.tw/content/?parent\\_id=10015](http://www.ruifang.ntpc.gov.tw/content/?parent_id=10015)

## 二、西文部份

- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, I11. The Free Press.
- Bos, W. and Tarnai, C. (1999). Content analysis in empirical social research. *International Journal of Educational Research*, 31, 659–671.
- Botschen, G. and Hemetsberger, A. (1988). Diagnosing Means-End structures to determine the degree of potential marketing program standardization, *Journal of Business Research*, 42(2), 151-159.
- Clawson, M. and Knetsch (1969). Alternative method of estimating future use. *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), 36.
- Driver, B. L. and Tocher, R. C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation engagement, with implications for planning. In: *Elements of Outdoor Recreation Planning*. 9-31, The University of Michigan Press.
- Ellis, G. D., Voelkl, J. E. and Morris, C.(1994). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24,207-224.
- Fennell, D. A. (2002). Ecotourism program planning. Wallingford, Oxon: CABI..
- Frauman, E. and Cunnngnam, P. (2001). Using a Means-End Approach to understanding the factors that influence greenway Use. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(3), 93-113.
- Gengler, C. E., Klenosky D. B. and Mulvey M. S. (1995) Improving the graphic representation of means-end results. *International Journal of Research in Marketing*, 12(3), 245-256.
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46, 60-71.
- Gutman,J. and Miaoulis, G. (2003). Communication a quality position in service delivery: An application in higher education. *Managing Service Quality*, 13(2), 105-112.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham. R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. NJ: Prentice Hall.
- Holbrook, M. B. (1994). The nature of customer value: An axiology of services in the consumption experience. *Service Quality: Newdirections in theory and practice*. California: Sage Publications.

- Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), 193-213.
- Joy, A. and Sherry, J. (2003). Speaking of art as embodied imagination amultisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of consumer Research* Gainesville, 30(2), 259.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4(1), 8-18.
- Mathwick, C., Malhotra, N. and Rigdon, E. (2001) Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment. *Journal of Retailing*, 77, 39-56.
- McIntosh, A. J. and Thyne, M. A. (2005). Understanding Tourist Behaviour Using Means-End Chain Theory. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 259-262.
- Olson, J. C. and Reynolds, T. J. (1983). Understanding consumers' cognitive structures: implications for advertising strategy. *Advertising and Consumer Psychology*, 77-90.
- Popenoe, David (1983). *Sociology*. Prentice Hall, ISBN 10 : 0138207534.
- Reynolds, T. J. & Gutman, J. (1988). Laddering Theory, Method, Analysis, & Interpretation. *Journal of Advertising Research*, 28(1), 11-31.
- Rokeach, M. J. (1968). *Beliefs, attitudes, and values*. San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*. NY: Rinehart and Winston.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing* 15(1), 53-67.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. NY: John Wiley & Sons.
- Watkins, L. J. and Gnoth, J. (2011). Japanese tourism values: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 50(6), 654-668.



## 附錄一 質性問卷

### 水湳洞聚落遊憩體驗價值探索之研究階梯訪談問卷

親愛的先生/小姐：

您好！非常感謝您願意撥出時間接受訪談，提供寶貴的意見。這是一份學術性問卷，本研究主要探討到訪水湳洞聚落之遊客遊憩體驗價值。在訪談過程中，若有從未探究過的問題，研究者將會與您討論，請放鬆心情，自在回答您本身的經驗和想法即可。

本研究採取不記名的方式，絕不會將您的個人資料外洩，請放心受訪，由衷感謝您的協助！

敬祝 萬事如意！ 健康快樂！

國立臺東大學 文化資源與休閒產業學系碩士班

指導教授：張凱智 博士

研究生：呂彥君 敬上

第一部份：個人背景資料，請在適當的□內打 V。

1. 性別：男性 女性
2. 年齡：20歲以下 21歲~30歲 31歲~40歲  
41歲~50歲 51歲~60歲 61歲以上
3. 教育程度：國中以下 高中(職) 專科 大學 研究所(含)以上
4. 職業類別：學生 服務業 軍警公教 傳播/設計/藝文  
金融業 資訊/科技 醫療 自由業  
退休人員 家管 其他：\_\_\_\_\_
5. 婚姻狀況：未婚 已婚，無小孩 已婚，有小孩 其他：\_\_\_\_\_
6. 個人平均月所得：(若無收入則以每個月的生活費為主)  
20,000元以下 20,001元~40,000元 40,001元~60,000元  
60,001元~80,000元 80,001元~100,000元 100,001元以上

第二部份：遊憩特性，請在適當的□內打 V。

1. 請問您過去是否曾到水湳洞聚落從事旅遊活動？

有，(包括這次)共\_\_\_\_次      沒有，這是第一次來

2. 請問您覺得水湳洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

3. 請問您此次選擇水湳洞聚落旅遊最主要的目的為何？

4. 請問您此次旅遊同行人員為何？(單選題)

獨自前往      親戚家人      同事／同學／朋友      情侶      其他\_\_\_\_\_

5. 請問您得知此地區旅遊最主要的資訊來源為何？(單選題)

廣告宣傳      網路資訊      旅遊節目      親友推薦      地緣方便      其他\_\_\_\_\_

6. 請問您是否曾在社群網站(如：FB、Instagram、Youtube等)獲得水湳洞聚落的旅遊資訊？

是      否

7. 請問您此次旅遊時間停留多久？

當天來回(\_\_\_\_小時)      1天      2天      3天      4天(含以上)

8. 請問您此次旅遊最主要的交通工具為何？

自行開車      機車      火車      計程車      客運      其他\_\_\_\_\_

9. 請問您的居住地為？

北部(請接續回答第10題)      中部      南部      東部

離島      其他\_\_\_\_\_

10. (非北部居民，無須作答)

呈上題，若居住於北部地區，您的居住地是否於水湳洞聚落鄰近一帶(包含新北市瑞芳區與貢寮區、基隆市)？

是      否

為了瞭解您在遊憩過程中的體驗感受，請依循引導回答，過程中研究者會以「為什麼對你是重要的？」追問，直到您無法再回答方可結束。

### 第三部份：水湳洞聚落的旅遊價值

#### (一) 導出差異階段

1. 選擇「水湳洞聚落旅遊」最重要的原因為何？
2. 「水湳洞聚落」相較其他聚落之遊憩經驗，吸引您的特色為何？
3. 「水湳洞聚落」相較其他聚落之遊憩經驗，給您的感覺有何不同？

#### (二) 階梯訪談階段

1. 承「導出差異階段」的部分，最重要的因素為何？
2. 承上題，為什麼這個因素對你很重要？
3. 承上題，這個因素為你帶來什麼幫助或意義？
4. 承上題，這個結果對你產生什麼影響？

問卷到此結束，感謝您寶貴的意見！



## 附錄二 量化問卷

### 水湳洞聚落遊憩體驗價值之問卷

親愛的先生/小姐，您好：

非常感謝您願意撥出時間填寫這份問卷，提供寶貴的意見。這是一份學術研究問卷，本研究主要探討到訪「水湳洞聚落」之遊客的遊憩體驗價值，水湳洞聚落觀光景點包括陰陽海、黃金瀑布、水湳洞選煉廠與礦業遺址、水湳洞漁港、山城美館與濂洞國小等等區域。本研究採取不記名的方式，絕不會將您的個人資料外洩，請安心填答，由衷感謝您的協助！

敬祝 萬事如意！平安快樂！

國立臺東大學 文化資源與休閒產業學系碩士班

指導教授：張凱智 博士

研究生：呂彥君 敬上

#### 第一部份：遊憩屬性

探討您於「水湳洞聚落」遊憩經驗中，您對  
聚落遊憩屬性或功能的同意程度，請依您個人的觀點，於下列勾選其中一個選項。

- ⑤ 非常同意      ④ 有些同意      ③ 普通      ② 有些不同意      ① 非常不同意

1. 我認為聚落的 <u>自然環境氛圍佳</u> ，很吸引我	<input type="checkbox"/>				
2. 我認為聚落的 <u>景觀獨特性</u> （如：陰陽海、廢煙道、十三層遺址……等等）很吸引我	<input type="checkbox"/>				
3. 我認為聚落內具有特色的建築物（如：依山勢而建的房屋、日式宿舍群）很吸引我	<input type="checkbox"/>				
4. 我認為聚落的 <u>礦業歷史背景</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
5. 我認為聚落內的 <u>美食</u> （如：甜蜜屋、山城食堂、老頑童蔬食等等）很吸引我	<input type="checkbox"/>				
6. 我認為聚落呈現的 <u>時代感</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
7. 我認為聚落內 <u>居民親切純樸</u> ，很吸引我	<input type="checkbox"/>				
8. 我認為聚落內的 <u>旅遊景點多元</u> （如：自然景觀、歷史建物、濂洞國小等等），很吸引我	<input type="checkbox"/>				

9. 我認為此聚落 <u>鄰近其他旅遊景點</u> （如：九份、金瓜石、不厭亭、南雅奇岩）很吸引我	<input type="checkbox"/>				
10. 我認為聚落的 <u>寧靜</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
11. 我認為聚落內 <u>具備可攝影取景的元素</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
12. 我認為能在聚落內 <u>探索新景點或秘境</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
13. 我認為聚落 <u>鄰近市區，車程便利</u> 很吸引我	<input type="checkbox"/>				
14. 我認為聚落 <u>適合短期旅遊</u> ，很吸引我	<input type="checkbox"/>				
15. 我認為聚落 <u>親近大自然，適合戶外活動</u> （如：登山健行、玩水、攀岩）很吸引我	<input type="checkbox"/>				

## 第二部份：旅遊結果

探討您於「水湳洞聚落」遊憩經驗中，您對聚落遊憩結果或效益的同意程度，請依您的個人觀點於下列勾選其中一個選項。

- ⑤ 非常同意     
 ④ 有些同意     
 ③ 普通     
 ② 有些不同意     
 ① 非常不同意

16. 此次旅遊讓我 <u>勾起美好的回憶</u>	<input type="checkbox"/>				
17. 此次旅遊後，讓我想再回到這裡	<input type="checkbox"/>				
18. 此次旅遊讓我有 <u>放鬆、紓壓</u> 的感受	<input type="checkbox"/>				
19. 此處的旅遊景點讓我感覺 <u>神秘、未知</u>	<input type="checkbox"/>				
20. 此處的旅遊景點讓我感覺 <u>充滿好奇</u>	<input type="checkbox"/>				
21. 此次旅遊讓我感覺 <u>愉悅</u>	<input type="checkbox"/>				
22. 此次旅遊使我 <u>親近自然</u>	<input type="checkbox"/>				
23. 此次旅遊能促進我 <u>身體健康</u>	<input type="checkbox"/>				
24. 此次旅遊讓我能 <u>分享回憶或旅遊經驗</u>	<input type="checkbox"/>				
25. 此次旅遊促進我與親友間的 <u>互動</u>	<input type="checkbox"/>				
26. 此次旅遊讓我 <u>體驗到不同的生活環境</u>	<input type="checkbox"/>				
27. 此次旅遊讓我 <u>增廣見聞</u>	<input type="checkbox"/>				
28. 此次旅遊讓我 <u>遠離塵囂</u>	<input type="checkbox"/>				
29. 此次旅遊讓我 <u>獲得特別的旅遊經驗</u>	<input type="checkbox"/>				
30. 此次旅遊讓我覺得 <u>用餐經驗佳，餐點美味</u>	<input type="checkbox"/>				

### 第三部份：個人價值

探討您於「水湳洞聚落」遊憩經驗中，您所獲得的個人價值的同意程度，請依您的個人觀點於下列勾選其中一個選項。

- ⑤ 非常同意  
 ④ 有些同意  
 ③ 普通  
 ② 有些不同意  
 ① 非常不同意

31. 旅遊後帶給我 <u>身心靈充電</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
32. 旅遊後讓我有 <u>心靈上平靜</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
33. 旅遊後帶給我 <u>更尊重自然環境</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
34. 旅遊後帶給我 <u>更關注土地與環境政策</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
35. 旅遊後帶給我 <u>沉澱思緒</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
36. 旅遊後帶給我 <u>更有自信</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
37. 旅遊後讓我有 <u>燃起希望</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
38. 旅遊後帶給我 <u>創造美好回憶</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
39. 旅遊後帶給我 <u>昇華人與人之間的關係</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
40. 旅遊後帶給我 <u>重新出發</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
41. 旅遊後帶給我 <u>真正的快樂</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
42. 旅遊後帶給我 <u>幸福感的價值</u>	<input type="checkbox"/>				
43. 旅遊後帶給我 <u>懂得珍惜</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
44. 旅遊後帶給我 <u>轉念</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				
45. 旅遊後帶給我 <u>更能注意到周遭人事物</u> 的價值	<input type="checkbox"/>				

**第四部份：個人背景資料，請在適當的□內打 V。**

7. 性別：男性 女性
8. 年齡：20歲以下 21歲~30歲 31歲~40歲  
41歲~50歲 51歲~60歲 61歲以上
9. 教育程度：國中以下 高中(職) 專科 大學 研究所(含)以上
10. 職業類別：學生 服務業 軍警公教 傳播/設計/藝文  
金融業 資訊/科技 醫療 自由業  
退休人員 家管 工 其他：\_\_\_\_\_
11. 婚姻狀況：未婚 已婚，無小孩 已婚，有小孩 其他：\_\_\_\_\_
12. 個人平均月所得：(若無收入則以每個月的生活費為主)  
20,000元以下 20,001元~40,000元 40,001元~60,000元  
60,001元~80,000元 80,001元~100,000元 100,001元以上
13. 您的居位地點？  
北部 中部 南部 東部 離島 其他：\_\_\_\_\_

**第五部份：遊憩特性，請在適當的□內打 V。**

1. 請問您近一年內到水湳洞聚落旅遊過的次數？  
1次 2次 3次 4次(含)以上
2. 請問您最近一次旅遊時間停留多久？  
半天 1天 2天 3天 4天(含)以上
3. 請問您此次旅遊最主要的同行人員為何？(單選題)  
獨自前往 親戚/家人 同事/同學/朋友 情侶 其他：\_\_\_\_\_
4. 請問您得知此地區旅遊最主要的資訊來源為何？(單選題)  
口耳相傳(親友或他人) 網際網路 旅遊書籍 報紙與雜誌  
電視與節目介紹 廣告(印刷品、廣播、媒體) 其他：\_\_\_\_\_
5. 請問您參與此次旅遊最主要的交通工具為何？(單選題)  
自行開車 計程車 火車 巴士 機車 單車 其他：\_\_\_\_\_

**填答結束，非常感謝您的意見！**

### 附錄三 質性研究訪談逐字稿摘要

受訪者：01

問：請問你選擇「水滴洞聚落」旅遊最主要的原因是什麼？

答：來拜訪友人。

問：請問你覺得「水滴洞聚落」有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：風景很好，而對我個人而言最重要的是這裡的人文環境。因為我以前在這裡待過兩年半的時間，所以對這裡有故鄉的情懷，就會常常想要回來。

問：這裡的故鄉情懷為什麼對你來說很重要？

答：人喔，年紀大了以後，會不斷回憶他以前的生活。因為我一出社會就到水滴洞來，所以對這裡有特別的感情。再加上這裡原本是一個很封閉的社區，這裡的人情、溫暖是別的地方找不到的。雖然現在人口外流，沒有當年的溫馨，但是這裡舊的景物還是會勾起我當年的回憶。

問：「回憶從前的生活」對你有什麼重要的？

答：這個地方很容易想起以前的生活，年紀大了，就會希望能找回那種感覺。

問：「來到這裡，回憶當年」對你會有什麼影響或意義？

答：因為當年這裡是封閉的地方，所以你會全心投入在這個地方。因此回到這裡，就會勾起這樣的感覺，會有種甜蜜，甚至會想回到這裡來住。

問：所以「甜蜜」的感覺對你產生什麼影響？

答：溫馨。

問：題外話想問一下老師，你當年在這裡生活時，水滴洞是繁榮的。如果以後水滴洞聚落要在發展觀光，你覺得它有什麼特色可以吸引到別人或吸引到你想要來這裡旅遊？

答：當年這裡會繁榮因為有台灣獨一無二的大公司在開採礦，那時候光是員工就佔了整個社區的一大部分，甚至現在居民也多數都是當年留下來的員工。如果說現在想回到當年那個盛況是不太可能的，而現在要吸引更多的觀光客回來，我想最重要的是這裡的風景、自然環境。現在已經有這個條件了，如果政府可以將這裡開闢成能夠體驗住宿在舊有的宿舍建築區，成為觀光的地方，我想會蠻有條件吸引遊客的。因為這裡不論空氣、自然環境都太好了。尤其是風景，從這裡望過去，陰陽海就連在國外都很難找到這樣的景色。

問：所以老師覺得水滴洞聚落除了陰陽海，還有哪些地方會讓旅客有興趣？

答：礦業公司的遺跡、黃金瀑布，還有太多景點了。現在新北市政府規劃「水金九」的區域性旅遊，就把水滴洞排在第一。從金瓜石下來，光繞金水公路的髮夾彎，空拍或站在這裡往上看彎彎曲曲的路，哇！多漂亮！太多景點可以吸引觀光客了。鄰近的金瓜石黃金博物館，全台灣唯一，整座的金礦山可以看。而從濱海公路一路開，還能到南雅奇岩去，對於我們這個年紀已走遍世界各地景點的人，仍然覺得這整個海岸真的是太美了！

答：老師您平均多久回來水湳洞聚落一次？

問：一年不只一次，有時候帶家人、帶同學或朋友來。今年我預計帶師範的同學來水湳洞聚落開同學會。

問：為什麼會想選擇在水湳洞聚落辦同學會？

答：因為我的同學沒來過這裡，而我寫了以前在這裡的生活記錄，而我的同學都看過，就很嚮往這裡。

問：你們會住一晚還是當日來回？

答：目前是安排一天的行程。

備註：老師在濂洞國小服務期間（兩年半），水湳洞聚落是相對鄰近區域較為繁榮的地方，有鐵路、住宿、餐飲、電影院皆具備。後來因為家人都在新竹的緣故而調校。

## 訪談結束

### 受訪者：02

問：請問你覺得「水湳洞聚落」有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：景色。以前只知道金瓜石和九份，沒聽過水湳洞。造訪它之後，印象最深刻的是，它沒有像金瓜石和九份那麼多觀光客、很擁擠（尤其是九份老街），很寧靜，一個面海背山的聚落，這是最喜歡它的地方。再來就是陰陽海的海很特別，整座山有很多寶藏可以發掘。

問：為什麼「寧靜」對你來說很重要？

答：我不喜歡人群很多，很熱鬧的地方，就會覺得那種地方去一次就夠了，除非它真的讓我很喜歡。我想去散心、旅行，有時候是短期的、大台北地區的旅行，是為了 *hide away, away from* 平常的日常工作，所以會想選擇寧靜、放鬆又有自然美景或人文的地方，做個一、兩天的 *short trip*。

答：水湳洞也不會讓人覺得是一個很觀光的地方，它保有它自己原始的樣子。我覺得這是優點，但是比較少開發這些觀光資源的話，也有它的缺點，因為很多人不知道這個地方，比較可惜。

問：為什麼「放鬆」對你來說很重要？

答：因為我在台北工作，都市生活很緊湊，每個人擁有的空間很有限，生活比較單調，生活範圍就是工作和住宿的地方。假日到水湳洞去，你會覺得你擁有整片海，擁有整片山，有一種心曠神怡的感覺。

問：妳剛剛提到「大台北地區」的短期旅遊，所以水湳洞聚落對你而言，臨近於居住地是重要的？

答：是重要的，因為周休二日，所以能夠做一個簡單的旅行在大台北地區。到水湳洞據我所知，有火車，也有巴士，是很方便的。

問：為什麼陰陽海的景觀獨特對你來說是重要的？

答：陰陽海的景觀很特別，再來是它的海水是藍的，因為我覺得現在很少可以看到這麼漂亮、這麼

藍的海了，就像縱使福隆有海，但我覺得它的很不漂亮，而且我也很少去福隆。水湳洞的海是礁岩的海，海跟整個岸邊的景觀很特別。去水湳洞最幸福的一件事情就是看到那片海，讓人很放鬆。

問：那山呢？山帶給你什麼感覺？

答：山會給我一種很神祕的感覺。水湳洞的山和海都很美。山彷彿只能踏上它的外觀，它有一層很深厚的面紗，無法揭開，這是水湳洞的山給我的感覺。

問：神秘感能為你帶來什麼幫助或意義？

答：神秘感會有很多探索的可能性。比如說，你今天去到某一個地方，下次再去到它的其他地方，有很多探索的可能性。而且它很大，也很 unknown，很未知。

問：探索未知會對你產生什麼影響？

答：就會有新鮮感，每次都會有不同的發現，這就是吸引我去很多次都不會膩的原因吧！

問：請問妳這次選擇「水湳洞聚落旅遊」最重要的原因為何？

答：每次去都是因為是去找當地的朋友。有一次是和老公和他的朋友自己去的原因，是因為大家說想要假日出去玩，水湳洞聚落去個兩天一夜，容易，又有很多旅遊的可能性，可以九份搭配金瓜石，做一個金水九區域性的旅遊，又是一個晚上很靜謐，隔天又可以去爬山或玩水的地方。

問：和親友旅行對你來說為什麼很重要（可著重在和老公那次）？

答：平常的生活被工作占據了大多數的時間，回到家的家庭生活也是很有限的，不太會有特別相處的樂趣。假日有更多時間玩樂、探索的話。譬如說，我們看的美景，可以分享彼此對美景的看法，有更多溝通、交換意見、表達想法以及相處，整體而言就是互動的可能性。

問：妳剛剛提到水金九區域性旅遊，所以鄰近其他旅遊景點，對你來說為什麼很重要？

答：鄰近其他旅遊景點可以有更多安排的空間，不只去水湳洞，可以搭配其他的地方，依據每次的需求，獲得不同的感受。上一次住在水湳洞，隔天去鄰近的黃金博物館，本來想去茶壺山爬山但改行程，這些地方很接近，行程上好安排也比較多變化。

問：行程變化性為你帶來什麼幫助或意義？

答：讓每次的旅行都不太一樣，不會固定的形式，能有不同的回憶。

問：創造不同的回憶對你來說為什麼很重要？

答：不喜歡一成不變，會讓我覺得都是固定的行程。如果能夠創造不一樣的回憶，就像不同的拼圖拼出不同的色彩，對我來說會很精彩。

問：精采的生活對妳來說為什麼很重要？

答：因為生命很可貴，很短暫，每一次的精采都很重要。

問：回溯前面的回答，這裡的人文歷史有哪些吸引到妳的部分？

答：就歷史的層面來講，水湳洞本身和礦坑有緊密的連結，這是一段特別的歷史。人文方面，一方面是有當地朋友的地緣關係，另外是在這邊看到的人文不是商人創造出來的人文，而是這個

聚落本身具有的樣子，這是這邊具有的人文特色。

問：聚落本身具有的樣貌為什麼讓你覺得重要？

答：特色阿，這個聚落本身的建築依著山，然後它的生活方式都是在都市不容易看到的景象，譬如傳統的理髮廳。因為都市生活講求快速方便，會讓很多東西變得很相似，沒有自己原本的樣子。

問：礦業的歷史和遺跡帶給你什麼影響？

答：我覺得它已經快要變成被遺忘的歷史了。因為整個社會的轉型，可能很少人會去提及或是記得台灣曾經有那段的淘金歲月，而且因為有一些東西現在看不到了，就比較少被知道。

問：水湳洞所遺留的遺跡能見證那段時期對你而言的重要性是什麼？

答：這些歷史遺跡的存在就見證了那個時期，但很可惜很多東西已不復存在。

問：反映出台灣人的個性會對你來說對你產生什麼影響？

答：現在的人不太會去追求獨特性或獨特的意見，所以不會產生特別的文化，就像講到台灣不會特別想到什麼。可是我覺得講到礦業、台灣牛就好像可以講很多，比較有特色。

## 訪談結束

## 受訪者：03

問：請問你覺得「水湳洞聚落」有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：水湳洞很多知名又有特色的景點，是別地區所沒有的。而且有很多景點蘊含以前淘金的歷史文化遺跡和記憶，讓人走一趟除了看風景之外，還能知道它以前的歷史。

問：水湳洞聚落擁有別的地方沒有的景點對你來說為什麼很重要？

答：廢煙道。廢煙道感覺就是人煙罕至的景點，雖然廢棄了但還是保存蠻完整的，看著它可以遙想當初冶煉業的發達。

問：廢煙管這個景點為你帶來什麼幫助或意義？或是帶給你什麼感受？

答：因為要爬上去煙管，所以有運動到身體是好的，另外在管子上擁有良好的視野能看到壯闊的山脈讓人有種豁然開朗的感覺，使得身心靈都能得到滋養。

問：身心靈都能得到滋養對你來說為什麼很重要？

答：因為平常壓力太大需要滋養。

問：了解以前淘金的歷史文化遺跡和記憶為什麼對你來說很重要？

答：感覺才符合我這種文青派，到每個景點不只是走馬看花之外，還要瞭解它以前的歷史和發生過什麼事的深度旅遊，這樣才能算是來過。

問：深度旅遊為你帶來什麼幫助或意義？

答：讓人生更有深度。

問：讓人生更有深度對你會產生什麼影響？

答：老了才有東西能拿出來說嘴。

問：你最近一次是跟誰來玩呢？

答：帶爸爸來。

問：那你為什麼會想帶爸爸再來到水湳洞？

答：臨時去的，想去不厭亭。

問：所以你們是要去不厭亭，然後順道過來水湳洞走走？還是？

答：對，上次是因為排這樣順路，從深坑那邊上去，不厭亭，九份，水湳洞。

問：所以鄰近其他景點對你來說是重要的嗎？

答：都不錯啊，蠻有特色的。

問：水湳洞聚落鄰近其他景點為什麼對你來說是重要的？

答：水湳洞和九份老街，都是歷史留下來的資產，訴說當時淘金熱時許多居民都住在那邊。去九份  
還可以吃粿和冰。

問：可以吃到粿和冰為什麼對你很重要？

答：就是想吃東西，朝聖最有名的那幾家。

## 訪談結束

## 受訪者：04

問：請問你覺得「水湳洞聚落」有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：特殊的自然景觀。

問：為什麼特殊的自然景觀 對你來說很重要？

答：因為最能做為表現當地的特色，水湳洞的海岸線深刻烙印在記憶中呀！

問：為什麼水湳洞的海岸對你來說是重要的？

答：很美啊！

問：風景很美會為你帶來什麼幫助或意義呢？

答：因為是週末的小旅行，最需要的是遠離塵囂的自然風景，可以使人放鬆。

問：放鬆會對你產生什麼影響呢？

答：充電滿滿。

問：充電滿滿為什麼對你來說很重要？

答：可以繼續迎接下個忙碌的禮拜。

問：請問你會選擇水湳洞聚落旅遊最重要的原因是什麼？

答：親友介紹。

問：水湳洞聚落還有什麼吸引你的地方嗎？

答：廢煙道。

問：廢煙道對你來說為什麼很重要？

答：因為屬於當地的歷史人文一部分。

問：為什麼當地的歷史人文對你來說很重要？

答：這也是在評估旅遊景點重要的面向。

問：怎麼說？

答：因為是當地的特色，其他地方無法取代。真的想進去，可惜受到管制了。

問：吸引你想進去的原因是什麼？

答：好奇廢煙道的作用，也想拍照。

問：那好奇對你來說為什麼很重要？

答：就是指對旅遊景點產生興趣，才會想深入了解。

問：拍照為什麼對你來說很重要呢？

答：到此一遊的紀念。

問：到此一遊的紀念對你會產生什麼影響？

答：可以回憶及分享給其他親友的方式。

問：透過照片想分享給親友的是什麼？

答：快樂！

## 訪談結束

## 受訪者：05

問：請問你覺得「水湳洞聚落」有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：山城。高高低低的地型，居民彼此串門子的時候蠻有趣的。從屋裡或門口庭院望出去的景色也挺有意思。最美的就是傍晚路燈亮起來的時候了。

問：為什麼高高低低的地形對你來說很重要？（可以講感受）

答：視覺上有層次感跟探險的味道啊。想想高雄博愛路上的路燈直直的排排站，這稀奇嗎？

另外不管是從樓上坐電梯到樓下串門子（垂直移動）或從家裡到隔壁找朋友（平行移動）都很正常，但從山下穿過大陸坡跟髮夾彎還有樹跟草，或者叫一下鄰居等他開門探頭（對角線），都讓我覺得很不錯。而且傍晚亮起來的路燈，就像七層生日蛋糕隨機點燃蠟燭一樣，神美。

問：為什麼探險的味道對你來說很重要？

答：因為我是去玩的啊。

問：探險的味道為你帶來什麼幫助或意義？

答：新鮮感。如果我長期居住在那裡，可能就覺得博愛路的路燈很不一樣。這也是接上題。

問：探險對你產生什麼影響？

答：體驗別人的生活片段，也享受到朋友的善意，知道某個有點遙遠的角落有一群可愛值得懷念的人。一個人在原來的地方久了會習慣，覺得平凡。冒險嚐鮮讓我回頭看自己的家，知道它的特別，也更懂一點珍惜。

問：居民彼此串門子的時候對你來說為什麼很重要？

答：因為我住大樓，平時也沒跟鄰居串門子的習慣。串門子真是件超有人情味的事啊！就算是醬油的牌子不一樣都有點稀奇呢，而且是有民宿的女主人做一頓早餐請妳吃還可以談天說地的這種串門子，你說好不好呢？

問：人情味會為你帶來什麼幫助或意義？

答：不要過濃或過淡都很好。讓我更懂得分享跟信任。

問：有民宿女主人的款待對你來說為什麼很重要？

答：她的故事，所經歷的人生，讓我發現我談不上什麼叛逆或是強悍。記得客廳有一張全家福，我問她她的長輩是不是外國人，結果是欸。一張照片也連結著千里之外另一段複雜的故事吧。

問：讓你發現你談不上什麼叛逆或是強悍對你產生什麼影響？

答：就不會覺得自己有什麼特別異樣啦，包袱更少，哈哈！

問：為什麼傍晚亮起來的路燈對你來說很重要？

答：這路燈顏色很暖和，也有一瞬間讓夜晚熱鬧起來的感覺。讓我想到家家戶戶的燈火，願他們的家都因為這一盞一盞燈而溫暖，而平安。這跟個人的信仰有關，那畫面提醒我，要快點燈，讓家家戶戶燃起希望，遙長苦難的靈性都能天家相聚。

問：有一瞬間讓夜晚熱鬧起來對你帶來什麼幫助或意義？

答：驚喜的感覺，沒什麼幫助或特別意義。

問：驚喜的感覺對你產生什麼影響

答：記住這瞬間囉！讓我多年後和同行朋友的聊這些回憶，不至於被她說沒認真玩。

## 訪談結束

### 受訪者：06

問：請問你選擇「水湳洞聚落」旅遊最主要的原因是什麼？

答：探索新景點，舒展身心。

問：為什麼探索新景點對你來說很重要？

答：因為還有很多地方沒有去過，每個地方都有它的特色，身為在地的台灣人，好像很常都是在南部打滾，所以有機會就會想到處走走看看。

問：請問到處走走看看會為你帶來什麼幫助或意義？

答：會更了解自己居住的地方（指台灣）。

問：更了解自己居住的地方會對你產生什麼影響？

答：去玩之後會變得比較輕鬆，而且有一種豁然開朗的感覺，原來水滴洞長這個樣子，原來朋友口中描述的就是這個感覺，百聞不如一見。

問：透過這趟旅遊，讓你體驗到百聞不如一見，終於見到你想像中的水滴洞聚落，為你帶來什麼幫助或意義？

答：現在想起來，會有一種很慶幸我有去過水滴洞的感覺。因為它現在有些景點已經封閉，而且當時去旅遊時，水滴洞聚落還沒有這麼受到關注，旅遊人數還沒這麼腐爛的時候去。所以是比較原味，沒有太多人在那裏踐踏過，較原始的感覺。

問：這個景點比較原味、原始，沒有太多人潮的感覺對你來說為什麼很重要？

答：因為它不是一個刻意開發的旅遊景點，反倒能深度旅遊。因為由在地人帶我去了只有在地人才會去的景點，如果是我自己去，可能就只是到老街，或者是網路上可以查到的大眾景點，而我喜歡的是在地的或有去過的人才知道的景點。

問：深度旅遊會為你帶來什麼幫助或意義？

答：意義就是感覺我有蒐集到一塊旅遊拼圖，現在看起來是很多人沒有的，因為它已經結案了（被封閉了）。

問：蒐集到別人沒有的旅遊拼圖會對你產生什麼影響？

答：限量版，我會覺得特別的珍惜在水滴洞聚落的印象。

問：回到前面，請問你覺得一個沒有刻意開發的景點對你來說為什麼很重要？

答：去之前沒有覺得水滴洞聚落對我來說很重要，只有聽過朋友的介紹，覺得很新奇，很嚮往，想要親自去看看。因為當時從網路上了解，水滴洞聚落是個舊的礦區。九份、金瓜石以前也是採礦的地方，來了之後，就覺得它們有點變了調，去了也只是逛老街、吃芋圓，看不到當初礦場的味道。每個地方的老街對我來說其實都差不多，就只是換個地方逛，採點的感覺。

問：看到了水滴洞聚落遺留下的舊礦區，對你來說有什麼幫助？

答：雖然它是廢棄的，對我來說卻是新的東西。實地去看以前曾經存在的環境，有一種現實的衝擊感。因為以前沒看過，自己對這些有沒什麼概念，當自己到了當地，親身體驗，爬上了廢煙道、廢廠房的屋頂看整個聚落。在來得及之前，很慶幸自己有去過。

問：水滴洞聚落讓你印象深刻的是哪些事物？

答：廢煙道、在廢棄廠房的屋頂看夜景、海上抓小卷的船、拍下夜景的照片。

問：為什麼廢煙道對你來說是重要的？

答：因為它是一個曾經存在的歷史，而且全台灣只有當地才有的景點。在地特有的景色，獨一無二。

問：造訪台灣獨一無二的景點，會帶給你什麼幫助或意義？

答：新奇，期待水滴洞聚落的其他景點，好奇還有什麼我不知道的地方，就像期待著下一道會上什麼菜。也會感到驚喜。

問：夜景和海上抓小卷的船為什麼對你來說很重要？

答：視野遼闊可以看到整個聚落。晚上看到抓小卷的船，也正是他們準備要上工的時候，景色還蠻印象深刻的。水湳洞聚落的早、中、晚三個時段的景色我都有從不同角度欣賞到。

問：視野遼闊為你帶來什麼幫助或影響？

答：調劑身心，多了一個好的印象，可以炫耀自己去過這樣的秘境。同時也見證了一個時代的結束，現在感覺擁有了獨特的回憶，用講的別人也不會懂。

## 訪談結束

### 受訪者：07

問：請問你選擇「水湳洞聚落」旅遊最主要的原因是什麼？

答：因為今天天氣不錯，所以想帶小孩來溜一下濂洞國小的特色溜滑梯。

問：為什麼「國小的特色溜滑梯」對你來說很重要？

答：其實我們有在蒐集各式各樣的特色溜滑梯，像是彰化、宜蘭或北部地區比較具有特色的溜滑梯，譬如說石頭溜滑梯這類的我們都蠻喜歡的。因為發現現在很多社區或公園的遊樂設施，都是比較罐頭式的，比較制式。像濂洞國小的溜滑梯就很有特色。

問：「蒐集特色溜滑梯」對你來說有什麼幫助或意義？

答：像是在回憶童年吧！以前小時候我爸媽也會帶著我到處去玩，玩那種滑石子的溜滑梯，所以我也想讓我的小孩留下這樣的印象。

問：那「回憶童年」這件事會為你帶來什麼影響？

答：會加深我和我的父母之間情感的連結。

問：加深跟父母的情感？你的意思是，雖然你是帶自己的孩子來玩，但是會連結到你和你父母之間的情感？

答：對，我跟我父母之間的情感。所以我也希望，未來我的孩子看到這類的特色溜滑梯時，會想到小時候爸媽（指自己）也會帶著我到處去蒐集這些溜滑梯，會想到父母。

問：請問帶孩子來「親子旅遊」為什麼對你來說很重要？

答：現代人比較忙碌，沒有這麼多時間可以陪小孩。我以前也是在漁村長大，不會一下課就去補習，但是現在結婚之後都是住在都市，因為擔心小孩會跟不上同學等競爭力問題，變成下課後我們會讓他們學一些才藝，而他們的童年似乎就缺少了一些東西。

問：所以有一種在「找童年」的感覺？

答：對，對，對。

問：你覺得像這樣「找童年」對你來說什麼樣的幫助或影響？

答：其實就是很單純想讓小孩的童年有一些好的回憶。不希望長大後別人問他以前在玩什麼，他的印象都是讀書、學才藝，也可能都不是他喜歡的，而是父母的期望。不希望他們留下這樣的印象。

問：所以「給孩子建立好的童年回憶」會對你產生什麼樣的影響或感受？

答：還蠻幸福的，會有幸福感。

問：請問水湳洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

答：風景優美。

問：為什麼「風景優美」對你來說很重要？

答：因為每個人都喜歡欣賞美的事物。就像我剛剛提到，我們現在都生活在都市，都市都是高樓大廈，大家都蠻注重休閒娛樂的，所以到戶外去走走看看，對身心都有所幫助。

問：所以「對身心都有所幫助」會為你帶來什麼影響？

答：心胸會比較開闊，會比較健康。不容易去想東想西，每天不會只是想要忙著賺錢。

## 訪談結束

## 受訪者：08

問：請問你選擇「水湳洞聚落」旅遊最主要的原因是什麼？

答：濂洞國小的溜滑梯。

問：為什麼「濂洞國小的溜滑梯」對你來說很重要？

答：因為小朋友可以來體驗一下溜滑梯的樂趣。

問：你覺得「小朋友來體驗溜滑梯」會為你帶來什麼樣的幫助或意義？

答：小朋友開心吧！

問：那「小朋友開心」會為你帶來什麼影響？

答：因為他們開心，我也會開心。也可以讓他們多接觸戶外，走走逛逛，看一些風景。

問：「接觸戶外」對你來說為什麼很重要？

答：多多親近大自然。

問：「多親近大自然」對你來說有什麼幫助？

答：讓孩子認識一些動物、植物。

問：那「孩子認識動、植物」會為你帶來什麼影響？

答：能讓孩子們的心胸比較開闊。

問：請問水湳洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

答：風景很美。

問：「風景很美」對你來說為什麼很重要？

答：出來玩就是要看風景阿，才會有吸引你的地方。

問：那「出來玩看美的風景」會為你帶來什麼樣的幫助或意義？

答：可以放鬆心情。

問：「放鬆心情」會為你帶來什麼影響？

答：可以紓解工作壓力。

問：「紓解工作壓力」對你來說為什麼很重要？

答：這樣才有繼續奮鬥的力量。

## 訪談結束

### 受訪者：09

問：請問你會選擇水湳洞聚落旅遊最重要的原因為何？

答：因為離台北近，就可以看海看山。

問：離台北近對你來說為什麼很重要？

答：因為當時住台北，想遠離台北的塵囂，水湳洞聚落很靠近台北，是一天輕旅行很適合的地方。

問：遠離台北的塵囂為你帶來什麼幫助或意義？

答：有很大的幫助，近近的就到了可以看大自然的地方，因為我喜歡海，背山面海是很舒服的地方。

問：看大自然，看到海，會對你產生什麼影響？

答：放鬆，覺得可以心情很平靜，很開闊。

問：心情很平靜會對你產生什麼影響？

答：忙碌的生活中找到平靜舒服，對我的影響是充電。

問：水湳洞聚落相較於其他聚落，帶給你旅遊的感覺有什麼不同？

答：因為很純樸，很寧靜，接近台北，但又沒有台北的氣氛，所以喜歡到這個地方旅行，它也很有  
人情味。

問：有人情味會為你帶來什麼意義呢？

答：在旅行過程中，人情味多一點，可以讓旅行更有樂趣，因為人情味可以更探索這個地方。

問：旅行更有樂趣，對你而言會有什麼價值感嗎？

答：旅行透過人而對當地有連結，那個連結是旅行差別最大的地方，這樣的價值是讓旅行不在是旅  
行，更是探索當地的方式。

問：透過人而對當地有連結會對你產生什麼影響？

答：對這個地方的不同感受與回憶。

問：對這個地方有不同的感受與回憶，為你帶來什麼感覺？

答：不是對這個城市，是對旅行的記憶。

答：主要是對旅行的記憶，對於地點倒未必。

問：聚落很寧靜為你帶來什麼意義？

答：平靜、安定、回家的感覺。

問：平靜會對你產生什麼價值？

答：這個社會缺少的，也是現在忙碌社會中可貴的。

問：對旅行的記憶對你有什麼價值呢？

答：回憶。跟人的記憶還是比較主要。

問：跟人的記憶還是比較主要，可以再多描述一點嗎？

答：跟朋友家人的記憶，只是透過地點去加強及換環境的感受。

問：跟朋友家人的記憶對你來說為什麼很重要？

答：因為那是家人阿，朋友阿，是生活上不同的記憶及回憶。

答：價值，無法回答，對我來說就無價啊！

問：如此一來，會使你和家人、朋友的關係更親近嗎？

答：對。

問：所以讓你感到無價？

答：沒錯，這可以增加彼此間的回憶。

問：請問水湳洞聚落還有哪些吸引你的因素嗎？

答：就比較清靜簡單，有朋友住在附近，然後會很快能夠到達郊區，接近大自然。

問：和朋友一起旅行對你個人會帶來什麼意義？

答：增加豐富的回憶，及情感的連結。

## 訪談結束

## 受訪者：10

問：請問你選擇「水湳洞聚落」旅遊最主要的原因是什麼？

答：主要是親子旅遊，另外也是因為這裡的大自然氣息很重，想利用假日帶孩子來看看山，看看海，還不錯！

問：「親子旅遊」對你來說為什麼很重要？

答：因為我們住在台北市，小朋友平常都在市區，要找到一個沒有很密集的地方比較難找，就只能往外縣市跑。想找到一個比較沒有這麼壅擠的地方。而水湳洞這裡沒有這麼壅擠，景色也蠻好的。

問：那找到沒有這麼壅擠，景色又美的地方對你來說會有什麼幫助？

答：蠻舒服的。有一種放鬆的感覺。在這裡的氣息蠻舒服的，呼吸起來也很舒服，空氣清新。這裡

跟去宜蘭比較郊區的地方感覺蠻像的。

問：請問「放鬆」會為你帶來什麼影響？

答：一個禮拜上班下來，利用周末出來放鬆。就不會囤積疲勞和壓力，明天再繼續開始工作。而來到這裡就不會有太多瑣事，不用思考，風景很好，很舒服。小朋友很高興，對我來說就是雙贏。

問：「小朋友高興」對你來說為什麼很重要？

答：因為他是我生命的一部分啊！就像我老婆開心，我也覺得很重要！

問：那來這裡旅遊，老婆與孩子開心會對你帶來什麼幫助或意義？

答：可以製造一個不錯的回憶。

問：製造不錯的回憶會對你產生什麼影響？

答：讓我的孩子年輕不要留白，相對的，自己也在盡一個當爸爸的責任。

## 訪談結束

## 受訪者：11

問：請問您覺得水湳洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

答：坑道跟一些海景、山景。

問：在這趟旅遊中，水湳洞的坑道對你來說為什麼很重要？

答：因為讓我認識到古早礦工的辛苦。

問：認識到古早礦工的辛苦會為你帶來什麼幫助或意義？

答：有，跟我現在的工作比起來，我更能吃苦了，哈哈！

問：你的意思是，體認到礦工過去的辛勞，能夠使你更珍惜現在的工作嗎？

答：從中體會到現在吃的苦根本不算什麼。

問：這一次選擇水湳洞聚落旅遊最主要的目的為何？

答：和朋友一起出遊。

問：為什麼和朋友一起出遊對你來說很重要呢？

答：可以互相照應阿。

問：這趟旅遊的互相照應為你帶來什麼幫助或意義？

答：自己開車跟副駕駛有人陪聊天，差很多欸，比較不會累阿！

問：所以和朋友一起出遊比較不孤單？是這樣嗎？

答：對呀。

問：請問你還會願意再來水湳洞聚落旅遊嗎？

答：會阿，當然！

問：請問會使你再願意來旅遊的主要因素有什麼？

答：跟朋友旅遊，還有去吃「甜蜜屋」餐廳阿。

問：為什麼甜蜜屋對你來說是來到水滴洞的吸引因素？

答：餐點好吃，印象深刻的有墨魚披薩和黑麥啤酒。

問：吃到好吃的餐點為你帶來什麼幫助或意義？

答：心情好。

問：心情好會對你產生什麼影響呢？

答：就愉悅阿，整天都神清氣爽！

問：水滴洞聚落相較於其他聚落，它給你的旅遊感覺有什麼不同？

答：因為那邊都是跟朋友旅遊的回憶。

問：回憶為什麼對你來說很重要？

答：因為回憶就是很重要阿，到老的話想起來就很好玩！

問：回憶會為你帶來什麼幫助或意義？

答：這有點深奧，不太會回答。

## 訪談結束

## 受訪者：12

問：請問您覺得水滴洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

答：空氣很好，景色很好，剛好可以看到海，又很安靜。來到這附近的感覺就是很安靜。

問：安靜為什麼對你來說很重要呢？

答：在市區很吵，人很多，事情很多，車也很多。我自己本身也很喜歡學校，所以剛好發現這裡有間小學，又有好玩的溜滑梯。

問：這裡的安靜對你來說會有什麼幫助或意義？

答：舒緩工作壓力，回憶起小時候念書的回憶。

問：回憶到童年對你來說會有什麼影響？

答：對心境上有很大的幫助，心境上能夠比較平靜。在市區可能去哪裡距離都很近，在很有限的時間做著有限的事情，譬如：工作、上班、吃飯，甚至下班後還是會有工作的事會找上自己。因此在市區，包含空氣、環境所有看到的東西都會形成壓力。來到水滴洞聚落就會覺得安靜、空氣新鮮，還有一整片天空和海。

問：這裡的景色很好對你來說為什麼很重要？

答：這裡和市區最大的差別就是，沒有這麼多的房子和車子。有時候我會喜歡人少的地方，你比較容易注意到周遭的景色。其實在市區也有很好的旅遊方式，可是你在壓力底下，很多時候你

只是經過，沒有時間去看。在市區我也沒有覺得不好，我特別喜歡台北市年假的時候，因為台北市就變得很少人，然後你就會有機會重新去注意你周遭的房子，甚至你會用走路去看這些事情，人多，就會變得忙碌，也就沒有時間去靜下來觀察這些事物。

問：所以，人少這件事，對你來說是重要的？

答：有，沒錯，平常人太多了。人少可以讓自己的感覺更敏銳，平常的感覺都是基於人跟人的互動，你很少自己感覺到自己的時候，自己感覺到舒服、愉悅，或者想起以前沒想起的事情，甚至是以以前經歷過好的事情，自己是有感覺的，但平常不會跳出來，那個感覺是很開心的。而人少的地方，你會安靜下來，就算這些感覺沒有很明顯，但是這些感覺就會回來，會很舒服。

問：請問讓自己更有感受這會對你產生什麼影響？

答：最主要的是，我如果必須要回到平時高壓的工作下，這樣的感受可以讓我得到緩衝，真正得到休息的感覺。即使要再回到有壓力的環境，你會想到自己最初是怎麼面對這些壓力的 mindset（心境），有了心理的建設，會讓自己對工作的看法不同，轉念的感覺。

問：轉念的感覺？

答：會比較注意別的事情，而不是只關注在壓力。或者是會換一個方式去解讀，不會一直去在意不斷累積上來的壓力。

問：這次會選擇水滴洞聚落旅遊，最主要的因素是？

答：為了濂洞國小的溜滑梯。我們中午吃飽飯，就直接從台北開車過來濂洞國小了。

問：為什麼濂洞國小的溜滑梯對你來說很重要？

答：曾經帶孩子們來過。小時候就覺得溜滑梯是很好玩的事情，而且石頭的溜滑梯很少，透過網路上看到濂洞國小的溜滑梯訊息，帶孩子們來過一次，看他們玩就會覺得很好玩。所以看到他們開心，就會想帶他們再來玩。

問：小孩來到這裡玩得很開心，對你來說會有什麼幫助？

答：我也會覺得很開心。小朋友也是讓我能夠換一個角度看事情的轉折。當我注意到小朋友，我就會覺得事情沒有這麼複雜，或者體會到事情還是有很單純的一面。看到他們開心，我心裡也開心。同樣的，回到工作上面，就會有得到休息的感覺。剛剛提到，平靜會得到休息，而看到孩子們快樂，就會讓我進一步得到積極的感覺。我自己的休息感受是比較平穩的，但看到他們開心，正面的感受就會再增加，心裡很愉快。

問：你們以前來到這裡，有去其他景點嗎？

答：幾乎都是直接來濂洞國小玩溜滑梯。有一次是玩了這裡以後要吃飯，但是對附近的餐廳不熟，好像沒有什麼吃的，就會往九份去用餐。可是九份給我的感覺就不好，人太多，停車不方便。

問：如果九份跟水滴洞要選擇一處旅遊，你會怎麼選擇？

答：當然是水滴洞！如果這裡能有個簡單可以用餐的地方，我們都會很樂意去那裏，寧可不去九份。而我們發現東北角這一帶，比較不會像北海岸會有很多一些景觀咖啡廳、簡餐，感覺比較少，不知道是不是因為地形或什麼因素。

另外，談到觀光的发展，其實我們並不想要這幾年看到觀光地區的发展。我想大部分的人都不想看到那樣的发展。

問：所以你不希望這邊有商業化的发展？

答：對，因為我覺得目前看到所有商業化的发展，沒有一個成功的案例，包含大陸客來，這些商業化的发展就是令人反胃。包含六合夜市，現在可能連來觀光的人都不見得想去，更不用說在地人了。當初去迎合這些商業的需要，放棄了本來的樣貌，等到大家都討厭它的改變後，該怎麼回到最初的狀態？我覺得這些產業都是迷失的。

問：所以你覺得現在這裡沒有发展商業的觀光.....？（被打斷）

答：這可能就是水湳洞這裡的特色。

問：這裡若需要发展，居民才得以有生存空間留下來，你會希望它怎麼发展？

答：之前我們來有住在水湳洞聚落裡的民宿，老闆提到，他是因為喜歡潛水，所以留了下來。我覺得這樣很好，你對地方有熱情，才去做這樣的事情。至少出發點是好的，而不是為了操作商業化的經營。

問：所以你希望聚落的发展是？

答：當然是希望可以與當地的自然做結合，不要過多的破壞。不然我們就沒有再來的理由了，如果它又變得跟其他景點一樣的話。

問：總結來說，你希望水湳洞聚落的发展可以維持它現在的樣貌，是嗎？

答：是的，雖然說這樣很不負責任（關於聚落居民的生存空間），但就我只是個過客的立場，我還是希望它能繼續維持這麼好的空間、這麼少的人、不用很多的的店家但有值得一訪的。如果是我自己一個人或是夫妻兩人，我會有念頭想搬來這裡住一段時間，但現在考量到孩子的就學與未來发展，暫時找不到理由搬過來。當我人生來到了一個追求心靈的安靜時，這可能會是我的選擇。可以每天自己來學校溜滑梯（笑）、散步，我也覺得可以。

問：所以，你希望水湳洞聚落維持現在的樣貌，對你來說會有什麼幫助或意義。

答：有阿，當有一個地方我去了很開心，想起來也會覺得很開心。我來過了，就算我回去了，還是會想到這裡的美好。就像去了海邊，會想起小時候爸媽帶我們去海邊。最後，我們都活在美好的回憶裡。

問：這些美好的回憶對你會產生什麼影響？

答：來到了這裡，說不定會讓我想做不一樣的事情。可能來到了這裡，我會想和我的太太一起經營一家店，做一些平常不會做的事情。譬如說我以前很喜歡音樂，在我學生時期，我甚至覺得我寧可放棄本來要走的那條很好的路，我可以帶一把吉他去闖。而這裡，會讓我想要去做我本來想做，卻一直沒完成的事情。

問：會讓你讓你想起夢想？

答：是的，就是如此。

**訪談結束**

## 受訪者：13

問：請問你選擇水滴洞聚落旅遊最主要吸引你的原因為何？

答：起初是拜訪朋友，第二次是因為水滴洞是小山城又能看到海，讓人覺得很舒服，還有甜蜜屋也是原因之一。

問：舒服的感覺為你帶來什麼幫助或意義？

答：平常在都市生活，和高壓的工作，讓精神比較緊繃。去那旅遊帶來的舒服是讓心情非常輕鬆，感覺到真正的快樂。讓心充飽電再回都市被折磨。

問：甜蜜屋為什麼在這趟旅程中對你來說是重要的？

答：他們的餐點太好吃了阿！那個派和甜點完全療育我，會有幸福感。

問：幸福感會對你產生什麼影響？

答：幸福感可以幫我把壓力趕走，讓心情很輕鬆，維持快樂的感覺好一陣子。

問：甜蜜屋除了餐點好吃，還有其他吸引你的特點嗎？

答：建築也很酷，沿著山壁建造。

問：當地很酷的建築會對你產生什麼幫助或意義？

答：可以增進自己對美和設計的 sense 吧！

問：增進自己對美和設計的 sense 對你會產生什麼影響呢？

答：可以增進像是買衣服的搭配，家裡佈置更好看。

問：和朋友一起旅遊對你來說為什麼很重要？

答：我覺得快樂會有加乘效果，也可以增進友誼，有人可以幫忙拍照。

問：增進友誼為你帶來什麼幫助或意義？

答：我覺得是讓自己覺得不是一個人，能隨時找人談心。

問：能隨時找人談心對你會產生什麼影響？

答：當面臨壓力，或是重大抉擇，有信任的朋友可以訴苦，可以聆聽意見。

問：請問拍照為什麼對你來說是重要的？

答：在以後的日子可以回味旅程。

問：回味旅程能為你帶來什麼幫助或意義呢？

答：可以回想當初很快樂或是任何印象深刻的事情，進而讓回味的當下心情輕鬆。

## 訪談結束

## 受訪者：14

問：請問您此次選擇水滴洞聚落旅遊最主要的目的為何？

答：到一個遠離塵囂的地方散散心。

問：請問遠離塵囂這件事為什麼對你來說很重要？

答：因為我住在台北市，每天看熙攘來往的人們和車，所以很喜歡到遠離市區的地方走走。

問：到遠離市區的地方為你帶來什麼幫助或意義呢？

答：感覺很放鬆，好像到了一個沒有煩憂的世界。

問：放鬆能對你產生什麼影響？

答：會讓我的心情更好，重新出發的時候感到清新。

問：請問您覺得水滴洞聚落有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：水滴洞聚落人為的建築和物品很少，感覺還處在很自然的狀態，這是我最喜歡的特點。

問：聚落裡呈現自然的狀態為什麼能吸引你？

答：我是一個很喜歡大自然的人，但是我生活在都市當中，能夠接近大自然的機會並不多。所以有機會能夠到水滴洞聚落，給我一種很新鮮的感受。

問：新鮮感能為你帶來什麼幫助或意義呢？

答：休息是為了走更長遠的路，這樣的休閒方式給我滿滿的能量，讓我重新再出發時感覺充滿活力。

問：請問你這趟旅行，是和誰同行呢？

答：我和我的先生。旅行當天，剛好是我從我的國小教職退休的第一天。

問：和先生一同旅行對你來說為什麼很重要？

答：可以離開我們原來熟悉的環境，在一個清新的環境，有不同的體會和心情，可以刺激不同的話題。

問：透過這趟旅行刺激不同的話題會對你產生什麼影響？

答：增進彼此的了解，也開發自己對於不同事情的體驗和體會。

## 訪談結束

## 受訪者：15

問：請問您選擇水滴洞聚落旅遊最主要的原因為何？

答：因為之前我會去玩的地方通常是九份那裏。水滴洞大概是三年前，我男朋友帶我來這邊之後讓我認識了這個地方。

問：你之前都是去九份，後來來到了水滴洞。你覺得水滴洞聚落吸引你的特點為何？

答：因為我覺得九份那邊已經被觀光客和商家炒作的很商業化，人太多。而水滴洞這邊有它一種質樸的美，很安靜，比較適合非團體客，而是自己想要來探索一些新的旅遊景點的旅客。

問：那你覺得這裡的質樸與安靜會為你帶來什麼幫助或意義？

答：因為我是個喜歡安靜想事情的人，不喜歡吵雜的環境，讓人覺得心情很浮躁。我喜歡旅遊的時候可以讓我靜靜的享受自己心裡的感覺，還有我身處環境的整個氛圍。不喜歡混亂的環境干

擾我的思想。

問：安靜想事情對你產生什麼影響？

答：讓我心情沉澱，思考，我喜歡靜靜地欣賞周圍的風景，越自然的環境越好。九份那邊已經太人工、太商業化了，我不喜歡。

問：你覺得可以靜靜地欣賞周圍的風景對你產生什麼影響？

答：我不管去哪裡旅遊，我都是喜歡慢活、慢遊的人。我不喜歡被時間綁住，所以我覺得這樣的環境對我來說很適合。

問：慢遊會為你帶來什麼幫助或意義？

答：一般人應該都不會喜歡走馬看花的行程，很膚淺的去了解一個地方的人文或生態。慢遊，當你想多了解這個地方的歷史、人文，你可以多花些時間在這個部分，不管是秘境，或小巷子，或是歷史古蹟，都可以花自己想要的時間去了解和探索。

問：認識這些人文會對你帶來什麼幫助？

答：我本來就很喜歡這方面的東西。當然就是知識的長進，另外還可以跟我其他的外國同事、朋友分享我拍的照片，讓他們了解原來北台灣不只有九份，還有水湳洞這個地方。我覺得可以把水湳洞聚落介紹給其他人，讓他們除了去九份以外，在北台灣的旅遊景點有另外新的選擇。

問：跟男朋友一起來旅遊為什麼對你來說很重要？

答：因為我們都很喜歡攝影，我們常常會在同一個地方，各自取景，再彼此分享照片。我覺得這個經驗是很難得的。

問：你覺得你們拍攝不同的角度，再彼此分享照片，會為你帶來什麼幫助或意義？

答：除了在攝影技巧會有所提升外，對於感情也有加溫的效果。每一次和男友來，我們去了不同的地方，對於去的地方會有不同的認識，透過鏡頭有了新的解讀。因為有可能這次來的時候是晴天，下次來是雨天，那透過鏡頭的詮釋，下一次再來回味照片時，我們之間就會擁有共同的美好回憶。

問：當你看到彼此對於同樣的地方有不同的看法，這件事情對你來說為什麼是重要的？

答：因為是不同的個體，對不同的東西本來就會有不同的解釋方法。譬如說他對於秘境或探險很有興趣，而我對於歷史古蹟本身的探索。我們會針對不同的興趣去討論。

問：討論後會有什麼幫助？

答：可以增加更多的話題，因為喜歡的東西不一樣，藉由同樣的地點，討論出不同的話題。也會因此更了解彼此的興趣，更尊重對方。我覺得男女朋友有時候不見得興趣要相同，而是藉由討論不同的主題，更了解對方的喜好。

問：請問您覺得水湳洞聚落有別於其他聚落，最能吸引你的特點為何？

答：它的自然景觀不太一樣，而知道這個地方的人(觀光客)相較起來不是那麼多，商業氣息不重，回到剛剛說的，也就比較安靜。

問：自然景觀為什麼對你來說很重要？

答：不管是台灣或是世界上的任何景點，過於的人工化都是一種破壞。其實我很希望水湳洞可以保有它現在這個樣子，不要被過度的開發或破壞，就算是政府想要去發展這裡，我也希望地方政府可以依照它原來的樣貌去推廣，而不是說用過度人為開發的方式讓更多人知道這個地方。

問：那你覺得呢？如果它真的要推展觀光，你希望怎麼做才能符合你的期待？

答：可以著重在人文，而我知道這附近有一些特別的步道，也許可以吸引登山客或用步行旅行的人來到這裡。

問：你看到這個地方保有它原來的樣子，會為你帶來什麼幫助或意義？

答：我覺得很重要啊！會有平靜感。如果我是住在這裡的人，我不會希望這個地方會因為要吸引外來客而對我所居住的環境會有太多不同的建設，還是希望原有的樣貌。

問：平靜會為你帶來什麼影響？

答：平靜可以帶給心靈上充實、飽滿。因為我的工作型態在時間上是很混亂的，所以心靈的平靜對我來說是很重要的事情。每次我回到台灣，都想找一處讓我可以心情平靜的地方沉澱我在國外的時差或工作上的繁忙，藉由像水湳洞這樣的環境，可以讓我心情再度沉澱。

問：妳來過這個多次，也去了水湳洞鄰近的許多景點遊玩。所以水湳洞鄰近其他適合旅遊的景點，對你來說是重要的嗎？

答：應該也算是重要的。就像所謂的配套形式。假設今天去了水湳洞做了小小的旅行，我可以在附近的地方停留一會兒，欣賞這附近的自然風貌或其他的景觀，我覺得對整個水湳洞地區的旅遊都是會有幫助的。只是還是一句話，不要過度開發。

問：所以非單點、區域性的配套旅遊方式對你帶來什麼幫助或意義？

答：其實我剛剛提到我喜歡慢遊，所以我並沒有很喜歡在同一天之內很快速的從一個點轉換到下一個景點，只是說如果在這個區域不是很大的情況下，可以採取配套的旅遊。如果移動範圍很大，我寧願一天都待在水湳洞，再另外找一天再到其他地方，而不是跳著走，反而什麼都沒體驗到，這不是我想要的旅遊方式。

問：所以旅遊景點之間距離不要太遠，對你來說是重要的？

答：會覺得比較放鬆、可行的。因為我的時差很混亂，所以我喜歡安安靜靜在一個地方享受寧靜。

## 訪談結束

## 受訪者：16

問：請問您此次選擇水湳洞聚落旅遊最主要的原因為何？

答：來這邊拍照、冒險。

問：為什麼拍照對你來說很重要？

答：因為我喜歡攝影，剛好這裡的風景和地理環境都很適合拍出不錯的照片，所以喜歡來這裡玩。

問：請問攝影會為你帶來什麼幫助或意義？

答：可以保存一些美好的事物，然後可以 PO 到網路上面和朋友分享這裡的景觀。

問：請問 PO 到網路上和朋友分享對你會產生什麼影響？

答：我就好像變成專業的旅遊達人了。

問：那你覺得保存美好的事物對你會產生什麼影響？

答：有些拍攝下的景點，事後被封閉了，透過照片可以記錄下我曾經來過。如果朋友沒辦法來到這裡，我有這些照片可以讓他們觀賞，了解這邊的景觀大致的情況。

問：所以你的意思是，可以記錄下以後可能不能再訪的地方？

答：對阿，譬如像廢煙道。

問：那你覺得記錄下這些可能一般人不會有機會到達的地方，會對你帶來什麼樣的幫助或意義？

答：當有外地的朋友來到這裡，我可以告訴他們一些這裡的歷史，或是之前的景觀是如何，但現在因為哪些因素而不得再進入。類似講述歷史。

問：拍下水涵洞聚落的照片帶給你什麼感受？

答：因為風景很漂亮，拍成照片當作紀錄，往後看到這些照片，還會想再來到這裡。也可以算是釋放壓力，拍照對我來說是紓壓、放鬆的一種方式，可以脫離原來嚴謹的學術環境下。出來拍照、騎車有助於身心的舒緩。

問：你前面提到，你會來到水涵洞聚落有一個主要的原因是冒險，請問冒險為什麼對你來說很重要？

答：冒險喔，這樣講不知道會不會不太好……會有一種快感。特別是去一些原本沒有封閉後來卻被封閉的地方，因為以前有去過知道沒有危險性，所以就挑戰嘗試再訪，如果挑戰成功，就會帶來一種莫名的快感。

問：那你覺得挑戰了這些所謂的禁地或秘境，會為你帶來什麼幫助或意義？

答：因為某些地方原來是開放的，我進去過、也拍過照，現在被封閉了，我會感到遺憾。反而會讓我再回到那個地方，看看景物是否依舊。

問：這樣的結果對你產生什麼影響？

答：增加自信吧！因為別人不敢進去，而我成功了。感覺自己好像比較厲害，也可以在朋友之間分享闖進去的過程。

問：冒險後的快感會為你帶來什麼幫助或意義？

答：基本上快感只是一瞬間的，主要是能夠再回到那個景點，我可以再重新拍照記錄當下的景致，風景的美好對我來說比較重要，因為我個人很喜歡拍照。某些景點我覺得安全性沒有疑慮，很遺憾被封閉了。

問：請問您覺得水涵洞聚落有別於其他社區，最能吸引你的特點為何？

答：這裡有很多遺址。而上面還有九份、金瓜石，這裡都有歷史的因素，也是我會來到這裡的原因之一。風景好沒錯，很多地方也都風景好。但因為這裡存有歷史的因素，會讓人想要來探索，尤其又有一些遺留下來的遺跡。

問：所以你覺得除了美的風景，它還包含了歷史的內涵對你來說是重要的？

答：對。因為這是屬於當地的特色，歷史是沒辦法被複製的。相較起老街，很多旅遊景點都有觀光老街，但是真正的歷史是無法被復刻出來的。

問：那你覺得了解當地獨特的歷史對你來說會有什麼幫助？

答：應該是說，以前都是在課本上看到的東西，過去只能想像，但是當自己來到這裡，再搭配上當下的景觀，可以再回憶過去所讀過的歷史，會更有現實感。

問：這個結果會為你帶來什麼影響？

答：想要去驗證事實。不只是從書本上讀到或是聽別人說，而是實地去探索。

問：驗證事實為什麼對你來說很重要？

答：因為每個人的觀點不同，當你真正到了那個地方，去體驗當下的情境，或者去訪問當地的人，會得到跟書本上歷史學家或旅遊部落客寫的東西有完全不一樣的答案。能有自己的體會，不再只是聽說。

問：水湳洞聚落還有哪些吸引你的地方？

答：一開始會想來這裡是因為陰陽海，因為聽說它很美。但是實際來到這裡，看到陰陽海以後，又覺得還好。主要是水湳洞聚落的地理位置，依山傍海，搭配上藍天白雲，好天氣拍起來的照片就很美。

問：拍到了好照片會對你來說有什麼幫助？

答：很開心。

問：如果是陰天呢？你曾經有在天氣不佳時來過嗎？

答：有，陰天拍起來的感覺會讓人感到鬱悶、沉悶，會讓我想起電影《悲情城市》，雖然也有另一種美，但我不喜歡。所以我還是喜歡這裡的晴天。

問：水湳洞的晴天會為你帶來什麼幫助或影響？

答：釋放壓力囉！因為課業壓力的關係，來到這裡走一走，有助於身心的舒緩、放鬆。

問：你來到水湳洞聚落旅遊的次數有多少次？

答：算一算應該也有十幾次吧！

問：你都是和誰一起來旅行？

答：有時候是自己，有時是跟女友，有時是和家人。

問：請問自己一個人旅遊對你來說為什麼是重要的？

答：可以比較無拘無束，不用考慮到其他人的感受，想做什麼就做什麼。

問：無拘無束對你來說會有什麼幫助？

答：假如說我要闖一些禁地時，就不會有人阻擋我，不會有牽絆。

問：沒有牽絆會為你帶來什麼影響？

答：就沒有後顧之憂，做自己想做的事情。假如因為闖了禁地被抓，就我一個人承擔就好。

問：請問跟女友一起旅遊對你來說為什麼是重要的？

答：增加感情。

問：增加感情對你來說會有什麼幫助或意義？

答：讓兩性關係更加美好，使關係獲得潤滑，減少衝突，我的生活就會過得更好。

問：為什麼來到水湳洞聚落可以增加與女友的感情？

答：因為女朋友喜歡來，她喜歡大自然和美的風景，這裡很適合她。

問：請問跟家人一起旅遊對你來說為什麼是重要的？

答：因為我的表姊對於當地環境很熟悉，知道一些秘境，有她帶著冒險很不錯！

問：有人一起和你冒險對你來說會有什麼幫助或意義？

答：同舟共濟，共患難的感覺。

問：同舟共濟會為你帶來什麼影響？

答：會更大膽，比較有支持的作用，假如是自己去探險，可能到某些地方就會停下來了，但是假如有人陪伴一起，能夠再更深入探索某一些景點。能夠堅持下去，比較不會擔心。

## 訪談結束

## 受訪者：17

問：請問您選擇水湳洞聚落旅遊最主要的目的為何？

答：主要是為了爬山、走步道。

問：請問爬山對你來說為什麼很重要？

答：追求健康、心理治療。

問：追求健康能為你帶來什麼幫助或意義？

答：戶外運動能增強心肺功能，促進新陳代謝，登山也是一種團體治療的方式。

問：團體治療對你會產生什麼影響？

答：這是心理治療，尤其是焦慮憂鬱症患者，可因適當運動後，腦分泌多巴胺，使人愉悅。

問：水湳洞聚落相較於其他聚落旅遊吸引你的特色為何？

答：追尋歷史。台灣因歷史上或地形上的原因，曾發生過許多歷史事件，或產生多樣的文化。而附近近有獨特的山石，茶壺山是整塊的礦石山。

問：請問追尋歷史對於你來說為什麼很重要？

答：產金、礦工文化。

問：茶壺山對於你來說為什麼很重要？

答：茶壺山高度約數百初，走路可長可短，3~7小時，一天內可完成。山勢奇特，有360度，視野極佳，且有挑戰性。旁鄰九份、南雅奇石、鼻頭角，旅遊景點可山可海，也就造成許多選擇性的聯結。

問：旅遊景點能有許多選擇性聯結對你產生什麼影響？

答：茶壺山後是地勢奇特、深具挑戰性的「劍龍稜」和「半屏山」，以及鄰近黃金神社與黃金博物館，旅遊的選擇性增加，又成一趣。

問：請問有挑戰性的行程帶給你什麼感受或意義呢？

答：克服自己恐懼心，增強專注力，也能肯定自己。

問：克服自己恐懼心會對你產生什麼影響呢？

答：山本就有些危險度，如何超越就看各人條件與訓練過程，也不是每人都可一次到位，也要按部就班的選擇適當的山嘗試。

問：請問肯定自己對你來說會產生什麼影響？

答：一個人無法在沒目標、沒成就感中感覺自己的存在，或是獲得自我認同感，而爬山可完成自我認同感。

問：請問水湳洞聚落還有哪些吸引你的特點呢？

答：依山畔水的獨特風格。這一帶的地質與地形、文化與歷史、景觀與觀光都有其特色。

問：水湳洞具有獨特風格對你來說為什麼很重要？

答：群落民屋，可惜的不顯眼。倒是台金公司，廢墟似的龐大建築物，位置良好，如能改局、運用，如規劃成觀景台、個性化餐廳、民宿、商場、導覽等，應可進一步發展觀光事業。說到水湳洞聚落的建築，更奇的是，先祖好像都同來一處，風水做的一模一樣（墳墓型式）。這一帶在歷史上曾經是戰俘集中營。

問：請問如果水湳洞聚落要發展觀光，你會希望以什麼形式來發展？

答：導覽。重啟當年挖金礦的狀況，帶遊客實地參觀洞口、排煙管、認識礦石的區別……等等。當然，這要花費一番心思。周邊設施也要建立給旅人方便、舒適的環境，尤其是水湳洞、金瓜石這一區域獨特的岩塊區。就像在尼泊爾，他們的觀光完全靠山吸引國際遊客健行來賺取外匯。

**訪談結束**