

新埔鄉村旅遊之遊憩效益評估

何文惠* 關雅文**

摘要

近年來政府致力觀光政策的推動，加上國民所得增加，國人愈發重視休閒活動的安排，藉以紓解壓力、放鬆心情。根據調查，自然賞景、文化體驗是最吸引國人的遊憩活動，使得純樸、自然、悠閒的鄉村旅遊逐漸受到遊客的歡迎。新埔是個純樸的客家鄉鎮，美麗的自然景致、獨特的美食小吃、傳統的家祠宗廟深具特色，豐富多元的資源若能融合在地文化，發展鄉村觀光旅遊，必能提升鄉村資源的附加價值，藉此帶來豐厚的觀光收入及效益。

本研究以「旅行成本法」(travel cost method, TCM) 評估新埔遊憩資源的整體遊憩效益。而旅行成本法無法直接估算單一地點多目標旅遊的特性，因此結合層級分析法 (analytic hierarchy process, AHP)，分別估算新埔「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「在地美食小吃」三項遊憩資源的遊憩效益。此外，新埔每年舉辦多項節慶活動，節慶活動的舉辦是否有助於提高新埔地區的旅遊效益？本研究運用旅行成本法結合條件行為法 (contingent behavior, CB)，評估節慶產業活動的舉辦對遊憩效益之影響。

研究結果顯示：最近一年受訪遊客至新埔旅遊的遊憩效益，每人每次為 4,254 元，每人每年 14,421 元，全年為 5.32 億元；依 AHP 權重值的計算方式得出「休閒農業資源」的消費者剩餘 (consumer's

* 新竹縣竹北市中正國小教師、國立新竹教育大學環境與文化資源學系碩士。

** 通訊作者，國立新竹教育大學環境與文化資源學系教授。E-mail: yawen.chiueh@gmail.com。

surplus, CS) 為 2.02 億元、「古蹟歷史文化」的 CS 值為 1.38 億元、「美食特產小吃」的 CS 值為 1.91 億元。未來一年假設有節慶活動的舉辦，每人每次的遊憩效益為 5,630 元，每人每年為 23,590 元，全年約為 7.04 億元，與最近一年的實證結果相比較，增加 32.3% 左右的 CS 值。由此可知，新埔地區推動鄉村休閒旅遊，若能加入節慶活動的舉辦，將更能吸引遊客前往旅遊，增加全年的遊憩效益。

關鍵字：鄉村旅遊、遊憩效益、旅行成本法、層級分析法、條件行為法

Evaluation of the rural tourism recreation value of Sinpu

Wen-Hui Ho*, Ya-Wen Chiueh**

ABSTRACT

Recently, simple, natural, and relaxing rural tourism has gradually attracted more and more tourists in Taiwan. Sinpu is a small Hakka town with a beautiful landscape, unique delicacies, and distinctive traditional family shrines and clan temples. If its rich resources can be integrated with the local culture to develop rural tourism, additional value can be added to the local resources. This can therefore bring in huge tourism income and benefits. This study uses the travel cost method (TCM) to evaluate the overall leisure benefits of Sinpu's leisure resources. TCM cannot directly evaluate the leisure benefits of a single location with multiple purposes. Therefore, TCM is combined with the analytic hierarchy process (AHP) to evaluate the leisure benefits of Sinpu's three leisure resources (i.e. leisure agricultural resources, historical and cultural monuments, and local delicacies). The present study also uses TCM combined with contingent behavior

* Master, Department of Environmental and Cultural Resources, National Hsinchu University of Education and Teacher, Chung Cheng Elementary School, Chu-Pei city, Hsin-Chu County.

** Professor, Department of Environmental and Cultural Resources, National Hsinchu University of Education, Taiwan.

(CB) to evaluate the influences of the many annual festivals and events held on Sinpu's leisure benefits.

As shown in the results, the leisure benefits of tourists' visiting Sinpu in 2012 were NT\$4,254 per person per visit, NT\$14,421 per person per year, and NT\$532 million in total for a whole year. By AHP calculation, the CS value of leisure agriculture resources is NT\$202 million; the CS value of historical and cultural monuments is NT\$138 million; and the CS value of local delicacies is NT\$191 million. Assuming that there are festivals held in the coming year, the leisure benefit is NT\$5,630 per person per visit, NT\$23,590 per person per year, and NT\$704 million in total for a whole year. Compared to 2012, the CS value increases by 32.3%. Therefore, promoting rural tourism for Sinpu along with holding festivals can attract tourists and increase the yearly leisure benefit.

Keywords: rural tourism, leisure benefit, travel cost method, analytic hierarchy process, contingent behavior

壹、緒論

隨著經濟發展，國民所得逐年提高，人民物質生活無虞之際，愈發重視提升精神層面的生活，休閒活動便成為人民生活的重要部分。國人休閒旅遊風氣的盛行，使得中央與各地方政府開始重視觀光政策的推動。而近年來由於都市化、工業化、汽車的普及與收入的增加等社會經濟發展的結果，引發許多都市居民及工廠勞工在週末假日有前往鄉村休閒旅遊的強烈需求，乃刺激鄉村旅遊業的興起（蔡宏進，2008）。農委會早在 2001 年即推動「一鄉一休閒農漁園區計畫」，結合農民力量活用社區總體營造的原則，整合並動員地方特色的人文歷

史、自然景觀、農產品及農村人力等各項資源，產生資源的加乘效果，¹ 這項政策希望能活絡農村經濟並提升農村休閒的風氣。

「新埔」一個曾經絢爛而後走向沒落的純樸客家小鎮，開墾至今將近有二百年的歷史。目前新埔鎮的產業發展主要以農業為主，務農人口將近七成，耕地面積佔全鎮面積的六成，是典型的農村型城鎮。新埔向來以板條香、柿餅Q、宗廟美聞名，加上自然的農村田園風貌，具有豐富多元的地方特色。

照門地區 1991 年獲行政院農業委員會水土保持局補助，地方政府與民間共同推動農村綜合發展計畫區的建設，2001 年獲評選為「農村新風貌計畫」示範區之一，2007 年更獲選行政院農委會「十大經典農漁村」的典範，成為遊客假日休閒的好去處。進入 21 世紀後，全球的觀光動向開始往文化相關的知性旅遊發展，而有深度、有人文歷史的文化資產旅遊，更是觀光旅遊市場最吸引人的觀光資源（曾昭儒，2011），新埔鎮擁有新竹縣內最豐富之古蹟文化，縣內 24 處古蹟，新埔就占了 8 處，新埔鎮宗祠客家文化導覽館於 2012 年完工，可帶領遊客更深入了解新埔地區的人文歷史及產業文化；柿餅產業文化季、水梨節、義民祭、板條節等各種新興的節慶活動，讓遊客能從參與活動中，認識客家文化的意義及精神；新埔的板條、柿餅、桔醬、煙腸等特產小吃，是新埔客家美食的代表，從「吃」的文化，是瞭解在地人民生活最直接且吸引人的方式，每到假日，新埔街上的板條店總是擠滿了大啖美食的饕客。

由於政府注意到國人對休閒旅遊趨勢及旅遊地區的轉變，由過去

1 資料來源：行政院農業委員會（2001）http://www.coa.gov.tw/show_news.php?cat=show_news&serial=1_diamond_20010809373800。

流動型態的大眾旅遊，轉變為定點深度旅遊；由走馬看花熱熱鬧鬧的旅遊轉為自然生態、文化知性之旅遊；由城市的觀光旅遊轉變為以鄉村地區為主的農業旅遊或農業體驗活動之「自然取向」旅遊（陳昭郎，2004）。新埔具有「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「美食特產小吃」及「節慶產業活動」等鄉村旅遊的特色，近年來吸引不少觀光旅遊人口。此外，新竹縣內八個指標性的旅遊景點之一，位於新埔的義民廟，2011 年的觀光人數比前一年增加了 19%，成長率位居縣內第二，可見新埔發展鄉村休閒旅遊的潛力。

旅遊效益不僅僅只是提升旅遊地市場的交易總量，其屬遊憩美質效益等非市場財效益須透過「非市場財評估法」加以衡量，而新埔發展鄉村旅遊活動能為新埔帶來多少的遊憩效益？張梨梅、闕雅文（2011）研究鹿港文化資產之遊憩效益時，發展以旅行成本法（TCM）結合層級分析法（AHP）分析單一地點多目標旅遊的特性；本研究為了解遊客對新埔的「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」及「美食特產小吃」等遊憩資源的偏好程度，藉此方法分別估算其遊憩效益。

此外，近年來節慶活動的舉辦一直被視為振興地方產業，能為地方帶來可觀經濟收益的良藥，在台灣一整年從南到北都能看到各地所舉辦的大小節慶活動；新埔鎮每年也有許多節慶活動，有些持續舉辦（如義民節、水梨節、柿餅節），有些活動（如板條節）卻已停辦，也許是因為無法確切得知其遊憩效益所致。Hanley et al. (2003)、Bhat (2003)、李俊鴻、黃錦煌（2009）等以條件行為法（contingent behavior, CB）估算旅遊品質或環境品質改變時所產生的遊憩效益變化，許多研究以旅行成本法評估節慶活動所帶來的遊憩效益，對於節慶活動舉辦前後遊憩效益之比較與影響卻少有深入研究，本研究將以旅行成本法結合條件行為法探討節慶舉辦與否之遊憩效益的前後差異。

因此，本研究將以「旅行成本法」(travel cost method, TCM) 評估新埔遊憩資源的整體遊憩效益；並將 TCM 結合 AHP 分別估算遊客對新埔的「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」及「美食特產小吃」的遊憩效益；最後運用 TCM 結合 CB，探討遊客對於節慶活動的舉辦是否影響其到新埔的旅遊意願，評估節慶產業活動的舉辦對遊憩效益之影響。

貳、文獻回顧

一、鄉村旅遊意涵

(一) 鄉村旅遊定義及資源

現代人生活緊張，工作壓力大，常藉由旅遊休閒活動來舒展身心、放鬆心情，尤其是遠離塵囂、親近大自然的鄉村旅遊活動，近年來鄉村旅遊 (rural tourism) 吸引大批遊客，成為新興又熱門的旅遊型態之一。早期台灣農村主要從事農業經濟生產活動為主，比較少涉及休閒活動產業的推動，隨著經濟成長、國民所得增加、休閒風氣的盛行，加上高度都市化的影響，人們嚮往回歸純樸的鄉村生活，於是鄉村旅遊逐漸盛行。

Pakurar 和 Olah (2008) 研究鄉村旅遊時指出，鄉村旅遊是專門介紹鄉村地區，並利用其地區景點，提供多元服務的一種旅遊產品。朱珮瑩 (2002) 認為非當地居民至非都市區域，在某種程度上與當地居民產生互動，或經由與當地自然環境、傳統習俗、歷史文化及農業資源等接觸，而產生休閒遊憩活動的觀光型態，即為鄉村旅遊。郭煥成 (2007) 認為鄉村旅遊是指以鄉村地區為活動場所，利用鄉村獨特的自然環境、田園景觀、生產經營型態、民俗文化風情、農耕文化、農舍村落等資源，為城市遊客提供觀光、休閒、體驗、健身、娛樂、購物、

渡假的一種新的旅遊經營活動。蕭堯駿（2009）指出至鄉村地區的旅遊行程達一半以上，且其旅遊內容可能為鄉村地區的各種產業型態之一，並與當地經濟產生聯結，具有高度的教育性，可稱之為鄉村旅遊。

遊客從事鄉村休閒旅遊，有些可能是為了親近自然，享受悠閒的田園生活；或是為了體驗純樸的鄉村生活，認識當地風土民情；或者只是純粹紓解壓力、放鬆心情。自然、美麗和獨特性的鄉村景致，使鄉村地區更具吸引力（Liu, 2010）。新埔是個純樸的客家小鎮，擁有豐富的自然田園景觀、兩百多年的傳統歷史與文化，這個條件正符合鄉村旅遊的特點，近年來吸引遊客前往旅遊渡假。

鄉村旅遊可為地方帶來不少經濟效益，例如增加當地就業市場、促進環境永續利用、帶動地方繁榮發展等。而發展鄉村旅遊前，必須先對當地的資源有充分了解，包括當地自然環境、人文特色及傳統產業。

朱珮瑩（2002）將鄉村觀光資源依生態面、生產面、生活面進行分類。生態面包括鄉野氣象、鄉野地理、鄉野動物及鄉野景觀；生產面包括農作物、農耕活動、農具、家禽家畜；生活面則是日常生活特色、文化產業活動、歷史特色。陳彥呈（2012）指出鄉村旅遊資源包括自然資源、人文資源與產業資源等，透過鄉村景觀、鄉村人文風情與地方復興傳統特色文化傳達獨特的鄉村性氛圍。

鄭心儀（2005）認為自然資源（山岳、湖泊、瀑布、特殊地理結構）與人文資源（產業、技術、生活文化等設施）融合而成為有觀光價值的鄉土景觀、歷史景觀。王宏榮（2008）更進一步具體的將鄉村旅遊資源加以分類，指出鄉村旅遊提供鄉村中具有美感及愉悅價值且能吸引旅遊者嚮往的各項資源，主要包含自然資源、人文資源及產業資源，而「鄉村性」為各種資源吸引力之核心。豐富而多樣性的遊憩

資源，才能滿足了遊客對於鄉村休閒旅遊的需求，本研究以新埔現有的觀光資源及回顧過去相關研究對鄉村旅遊資源的分類方式，將新埔的鄉村旅遊資源分為「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「在地美食小吃」、「節慶產業活動」，以此探討遊客對新埔遊憩資源的選擇偏好及遊憩效益。

（二）台灣鄉村旅遊相關研究

台灣鄉村旅遊發展至今，大約有四十年的時間。根據劉柏瑩（2004）、陳彥呈（2012）、Liu（2010）的研究，台灣鄉村旅遊的發展起於 1970 年代左右，因國民所得提高、交通便利、休閒需求增加而興起，主要以觀光果園、觀光花市型態存在；到了 1980 年代，因早期觀光果園規模較小，無法提供多樣化的遊憩體驗，不能滿足遊客需求，政府 1982 年大力推動「加強基層建設，提高農民所得方案」，並於 1983 年，成立「發展觀光農業示範計畫」積極推動觀光農園的發展；1986 年觀光農園結合農、林、漁牧、農業經營活動、農村生活及文化等資源，提供多樣化的休閒活動，轉為較多元化的綜合型態（如東勢林場）；接著農委會 1992～1997 年陸續推動休閒農業的計畫及實施管理辦法，休閒農場如雨後春筍般成立；2001 年政府公布「民宿管理辦法」，使民宿合法化，更帶來鄉村旅遊的觀光熱潮。

台灣對於鄉村旅遊的研究非常豐富，回顧過去鄉村旅遊的相關研究中，研究層面可分為兩個面向：

1. 鄉村旅遊的發展策略：

這方面的研究主要是希望透過深度訪談，瞭解鄉村旅遊發展現況並提出鄉村旅遊未來發展的策略與方向，發展獨特的鄉村旅遊活動，活絡地方的經濟。郭瑞坤、郭彰仁、鄭心儀（2007）在研究中指出，鄉村旅遊活化地區發展之策略，政府方面需訂立明確的鄉村旅遊發展

政策與法令、輔導產業轉型及社區營造、提供多元的支援與協助等；鄉村旅遊業者需善加利用鄉村特色資源、進行策略聯盟、創意開發以提升鄉村旅遊的吸引力。

邱垂呈（2012）提出發展永續鄉村旅遊的策略有：營造社區特色，強化景點之串連與整合；發展有機農業，推動生態旅遊；運用第三部門，整合公私部門；推動人力資源發展，落實導覽解說訓練，強化社區居民觀光意識；推動文化觀光；強化行銷宣傳；塑造鄉村風貌；推動綠色旅遊。徐敏珠（2011）在苗栗縣三灣鄉鄉村旅遊特色營造之研究中，提出五點觀光策略：旅遊資源的維護、營造特色步道、節慶活動之舉辦、區域化深度旅遊服務區、凝聚共識，整合資源。希望藉此兼顧自然保育與景觀的維護，提供休憩者一個良好的旅遊環境，進而促進鄉村旅遊的永續發展。王宏榮（2008）認為發展鄉村旅遊策略有：結合公部門與社區的推動機制、開發旅遊資源、提升旅遊服務品質、提供旅遊行程規劃、有效的營運管理等。

2. 鄉村旅遊對遊客的吸引力：

這方面研究多採問卷調查方式，透過遊客對鄉村旅遊之後，心中的感受性（例如期待值或滿意度），瞭解鄉村旅遊發展的情形及遊客需求。朱珮瑩（2002）以新竹縣為主要之研究範圍，探討遊客從事鄉村旅遊之動機、期望與滿意度，冀望在當地推動觀光之過程中，能先了解遊客至當地從事鄉野觀光之動機，知道遊客想要的是什麼，以及對現況之滿意程度，作為政府或地方持續推動觀光發展之參考。盧雅楣（2006）研究田尾公路花園發展鄉村觀光之供需現況，調查發現遊客類型以家庭旅遊為主；不同遊客之旅遊動機做比較，發現居住在中部地區之受訪者，在花卉消費、地區遊憩的需求上相較而言都比北部、南部地區來得高；旅遊型態屬於團體者對於滿足好奇的需求上高

於與家人、朋友同遊者；但在地區遊憩之需求上以與家人、朋友同遊者較團體旅遊者高。

回顧台灣過去鄉村旅遊的相關研究，除了概念的闡述，研究層面大多著墨於鄉村旅遊發展策略，或是調查遊客對鄉村旅遊的動機或滿意度，本研究試著從經濟面出發，以非市場財的評估方法——旅行成本法（TCM），估計遊客到新埔從事鄉村旅遊之整體的遊憩效益，並以層級分析法（AHP）了解遊客對新埔的遊憩資源偏好程度。

二、遊憩需求及其相關文獻探討

（一）旅行成本法

自然環境的資源提供人們釋放壓力、舒展身心的功能。人們經常在自然資源體系內從事遊憩活動而得到滿足（經濟學上稱之為「效用」），而效用的大小則是取決於自然資源特徵所能提供的服務品質，及消費者自己的遊憩活動量與品質（蕭代基等，2002），所以遊客從遊憩資源活動的體驗中，心裡所產生的滿足感，可稱之為遊憩效益。

遊憩資源屬於非市場財貨，它不像一般貨物或商品有其市場價格。所以，遊客從事旅遊活動，從遊憩資源中所產生的效益無法用貨幣價值直接計算出來，所以必須以替代市場價值的方法加以評估，常見的評估方法有旅行成本法（travel cost method, TCM）、特徵價格法（hedonic price method, HPM）、條件評估法（contingent valuation method, CVM）等。遊客至新埔從事鄉村旅遊，主要在於體驗鄉村旅遊的行程，如參與體驗活動、參觀古蹟宗祠、品嘗特產小吃，所以本研究針對新埔旅遊資源的使用價值，以旅行成本法加以評估其遊憩效益。

經濟學家 Hotelling 於 1947 年首次提出旅行成本法（TCM），用以評價非市場財貨價值，Clawson（1959）繼依據基本理論建立了旅遊成

本模型，用來評估某一特定的旅遊地點的遊憩效益，往後被許多學者廣泛應用於戶外遊憩場所的效益評估。旅行成本法的基本假設為，遊客去休閒場所或遊覽地所花費的旅行成本可以用於衡量他們的支付意願。也就是說，藉由觀察遊客的旅行成本，如交通成本、入場費用、食宿支出、購物或使用設施之費用，可以推估其旅遊需求函數（蔡承旺，2011；黃透騰，2007），據此計算遊客的消費者剩餘，估算出非市場資源的遊憩效益。

McConnel（1975）認為旅行是一種遊憩體驗，可將其視為一項家計單位的產出，因此旅行的成本應包含所有旅行的支出，如交通成本、門票、食宿及在現場的時間成本等；黃宗煌（1991）認為以旅行成本法推估遊憩效益時，旅行成本通常包含來回該遊憩區所需支出的食、住、行及門票費用。蕭代基（1987）則視旅行成本法為家計生產之引申投入需求函數，「旅行」的價格為遊客到達遊憩區所需的運輸成本、門票費，食宿及現場時間等成本皆不計入。爾後許多學者的相關研究，對於旅行成本的設算項目除了交通和時間機會成本外，還包括食宿、門票、現場其他花費等旅行支出，端看研究內容做適度調整。新埔各個遊憩景點並無收取門票費用，而食、宿在本研究中視為非因旅遊所必須新增之花費。據此，本研究旅行成本的計算只包括交通成本與時間機會成本。

旅行成本法普遍應用於評估戶外遊憩資源的價值。鄭蕙燕（1995）利用旅行成本法評估台灣北部休閒農場的遊憩經濟效益，研究發現當時總效益高達 15 億元，認為台灣發展休閒農場對於國民旅遊貢獻相當大；陳凱俐、張高誠（2003）針對宜蘭地區的休閒農業及產業文化活動進行貨幣效益及遊憩效益的估計，研究結果顯示休閒農業的遊憩效益相對於貨幣效益的比率為 53.09%，可見環境服務所提供的舒適功能

雖無市場價格，實則具有經濟價值。Bedate、Herrero 和 Sanz（2004）以旅行成本法評估西班牙四種文化資產的經濟價值，包括伊比利亞管風琴節、Urnena 城鎮、布爾戈斯博物館與帕倫西亞教堂，發現布爾戈斯博物館的遊憩效益最高，對遊客最具吸引力。Chae、Wattage 和 Pascoe（2012）應用旅行成本法評估倫迪被列為海洋保護區的遊憩效益，結果發現若此地列為保護區，將增加遊客前來造訪的次數及遊憩需求。林喻東和劉癸君（2002）評估阿里山森林遊樂區櫻花季之遊憩效益，研究結果發現短短一個月的活動，總遊憩效益高達 2 億 5 千萬左右，可見這項活動的舉辦對遊客具有相當的吸引力。

應用旅行成本法評估遊憩資源的類型相當廣泛，包括休閒農場、生態保護區、遊憩景點、節慶產業活動、文化資產等；本研究將以新埔地區為例，利用旅行成本法評估其遊憩效益，藉此瞭解新埔鄉村休閒旅遊發展的總體經濟效益，並提供給公部門及民間相關組織推動相關政策前後，進行成本效益分析之參考。

（二）層級分析法

層級分析法（AHP）是匹茲堡大學教授 Saaty（1997）所發展出來的。AHP 主要用在不确定情況下及具有多個評估準則的決策問題上，將複雜的問題系統化，由不同的層面加以層級分解，根據量化後的結果加以綜合評估（鄧振源，2005）。AHP 分析法可將層級結構化的指標項目，以成對比較的方式，蒐集評估者意見，透過模型分析取得各項指標的相對權重，適合用於實證評估（黃啓瑞，2011），其應用的範圍廣泛，如經濟消費行為、工業工程領域、健康醫學應用、評估指標方案等；至於旅遊方面，著重於旅遊指標的評估，蔡碧凡、陶卓民（2013）以 AHP 建構鄉村旅遊地的績效評價，評估發展鄉村旅遊對目的地的貢獻和成效；Qiao、Zhang 和 Feng（2008）以 AHP 進行生

態價值、景觀重要性、經濟和社會層面的分析，來評估旅遊開發地的適宜性；黃啓瑞（2011）以自然、環境、產品及服務四大構面，建構遊客對鄉村旅遊品質的偏好，Deng、King 和 Bauer（2002）開發旅遊地吸引力的評估系統等。

傳統旅行成本法僅能就單一旅遊地點進行遊憩效益評估，無法解決多地點或多目標旅遊特性，而單一旅遊地點多目標旅遊的經濟效益評估，相關研究的文獻較少。張梨梅、闕雅文（2011）應用旅行成本法結合層級分析法（analytic hierarchy process, AHP），分別算出「古蹟與歷史建築」、「小吃特產」、「傳統藝術」與「宗教活動」的個別遊憩效益，藉此瞭解遊客對鹿港文化資產的選擇偏好及觀光吸引力。

新埔風景自然優美且蘊含豐富的人文歷史風貌，擁有許多著名的旅遊景點，適合發展多目標旅遊。本研究以新埔現有的觀光資源及回顧過去相關研究對鄉村旅遊資源的分類方式，將新埔的鄉村旅遊資源分為「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「在地美食小吃」、「節慶產業活動」等四項，運用層級分析法建立層級結構，進行成對因子的比較，取得各項資源的相對權重，進一步應用旅行成本法估算出各項資源的遊憩效益，以瞭解遊客對新埔鄉村旅遊資源的偏好程度。

（三）條件行為法

環境資源具有使用價值與非使用價值，利用旅行成本法可以估算出旅遊資源的遊憩效益，但無法直接評估環境品質變化時的遊憩價值。旅行成本法常結合條件評估法（contingent valuation method, CVM）評估環境資源非使用價值；黃錦煌（2011）認為條件評估法（CVM）需詢問受訪者在某一情況的假想市場下的願付價格或願意接受補償額度，其實際的行為或態度並無任何改變，而條件行為法（contingent behavior, CB）是探討受訪者在某些假設條件改變下的預期行為，可

以用來估計行為或非市場財使用水準的改變。所以利用條件行為法便可估算旅遊品質或環境品質改變時所產生的遊憩效益變化。

過去 Hanley et al. (2003) 利用條件評估法估計蘇格蘭西南部沿岸水質改善方案所帶來的遊憩效益，當中提出「水質改善是否會去游泳及游泳次數」的假設問題，研究發現：水質品質的改善，將因此增加遊客前往海灘旅遊的遊憩需求，估計每人每年的消費者剩餘將增加 5.81 英鎊，總效益每年可達 1.25 億英鎊。Bhat (2003) 結合顯示性（旅行成本法）和敘述性（假設行為）的方法評估佛羅里達群島珊瑚礁的保護與經營政策，研究中提出三種環境品質改善方案：分別增加魚群豐富性、水質清澈度及珊瑚礁品質，比較遊客在品質改善方案前後所帶來的效益值，研究結果顯示，三種方案均能增加遊客的旅行次數及提升經濟效益。

Alberini et al. (2007) 以旅行成本法結合條件行為法估計威尼斯潟湖釣魚活動的經濟價值。針對環境品質的看法，釣客都知道漁獲率受水質和外來物種的潛在影響，而研究中分別建構「旅行成本提高 20%—100%，捕獲率不變」、「旅行成本提高 20%—100%，捕獲率增加 50%」及「旅行成本不變，捕獲率增加 50%」三種假設方案，探討支出與魚群捕獲率影響經濟效益的情形。結果發現旅行成本增加，釣客將維持原本行程或採取少去的原則；如果捕獲率增加 50%，將使釣客增加旅次從事當地遊憩活動，遊憩效益每年增加約 237 萬歐元。

李俊鴻、黃錦煌 (2009) 利用顯示性偏好 (RP) 與敘述性偏好 (SP) 的方法來建立遊憩需求模型，以增加「活動場地空間」、「停車位」、「接駁車」等假設情境，評估節慶活動遊客擁擠知覺降低的經濟效益。研究中發現無論是增加活動場地空間、停車位與接駁車方案，節慶活動遊憩需求結構皆有顯著的改變；其中以增加「活動場地空間」

的方案所提升的遊憩效益最高，將增加 85.42% 的遊憩效益。李俊鴻（2010）以條件行為法評估文化園區遊客旅遊品質提升方案實施所提升經濟效益的效果，以「改善旅遊動線規劃」的旅遊品質提昇方案最高，其次依序為「提升服務品質」、「改善基礎設施」及「強化遊憩體驗」等政策方案；陳郁蕙、李俊鴻、陳雅惠（2011）利用條件行為法，針對森林遊樂區遊客提出旅遊品質改善方案之遊憩需求，發現各品質改善方案均能顯著提高遊客前往森林遊樂區旅遊的經濟效益，其中「提昇民眾服務品質」方案對於提高經濟效益之效果較其他方案高。

蔡承旺（2011）研究陸客至金門自由行之經濟效益，將「閩南與傳統民俗建築」與「戰爭遺跡與戰地文化」設定為特徵品質資源，並假設若無此兩項觀光遊憩資源，受訪者對金門觀光需求之影響；Chieh 和 Huang（2011）以 TCM 結合 CB 評估有機草莓園的遊憩價值，研究結果發現「假設全面改為有機草莓園」情況下，全年之遊憩效益將增加，因施行有機農法而增加之遊憩效益值達到 16.06 億元，遠高於每年 5 億元的草莓生產價值。

從以上文獻中可以發現，應用條件行為法探討旅遊或環境品質改善的研究的層面相當廣泛，包括湖泊水質改善、休閒旅遊品質改善、旅遊地環境品質提升或提出假設情境比較真實與假設之旅遊次數變化的情形等。新埔每年舉辦多項節慶活動，希望能傳承文化（義民節）或提升在地產業經濟（水梨節、柿餅節）（新埔鎮公所，2009）。根據過去文獻，探討節慶活動所帶來遊憩效益的相關研究為之不少，如劉癸君等（2006）以旅行成本法、條件評估法估算阿里山國家森林遊樂區「日出、印象」跨年音樂會的遊憩效益；林綉芬（2006）探討苗栗客家桐花祭之經濟效益；黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊（2006）評估台灣咖啡節之遊憩效益；李俊鴻（2008）探討舉辦綠色博覽會的經濟效

益；郭柏村（2007）以 2006 梅飛色舞—湯之趣的主題活動評估其所帶來的活動效益；李杰憲（2012）以 2008 年雙溪鄉綠野遊蹤鐵馬行活動及山藥節大餐活動，評估雙溪鄉遊憩活動之經濟效益等。

近年來，全台各地相繼舉辦各種結合地方產業的節慶活動，希冀藉此提升地方知名度，吸引遊客前往旅遊，為地方增加經濟收益。這些研究大多以旅行成本法評估節慶活動的本身帶來多少經濟效益，對於舉辦活動前後之遊憩效益比較與影響並無深入研究。本研究除了以旅行成本法建立遊客至新埔從事鄉村旅遊的遊憩需求外，並結合條件行為法，假設一個情境：節慶活動的舉辦是否增加遊客到訪新埔的次數，藉此瞭解「節慶產業活動」這項旅遊資源是否影響新埔整體遊憩效益的變化。

參、研究區概況

一、自然環境與人文歷史

新埔鎮位於新竹縣的東北方，全鎮面積三分之二以上為丘陵地形，沿山多種植茶、綠竹、柑橘、水梨等作物。當地人依著地勢群聚於丘陵凹凸處，形成許多特殊的「窩湖」聚落。每年 9 至 12 月吹起狂猛的東北季風，當地人士稱之為「九降風」，九降風猶如一座大型烘乾機，創造了新埔聞名全台的柿餅產業；得天獨厚的丘陵地型，配合乾燥少雨的氣候以及每年 9 至 12 月的九降風，所生產的柿餅特別香 Q 好吃，遠近馳名。

新埔舊稱「吧哩嚨」（出自古語之譯音，原意不詳），原為平埔族打獵的荒埔。最早來新埔地區開墾之漢人，可追溯到約 280 年前，居民以來自廣東惠州府陸豐縣、嘉慶州鎮平縣、潮州饒平的客家人居

多。兩百多年的開拓史，使得新埔充滿古樸的人文氣息，現今還保留全台最多的民宅古厝，例如劉氏家廟、上枋寮劉宅（雙堂屋）、潘宅、西河堂、陳家祠、范氏家廟等；傳統產業的老店也隨處可見，如板條店、豆腐店、紙糊店；還有許多客家鄉土民間信仰的廟宇牽動人民的生活，新埔的人文歷史豐富而多元。

二、新埔鎮的觀光遊憩資源

新埔是個純樸的農業鄉鎮，務農人口約占總人口數的七成，農地面積多達 14,932 公頃。當地居民 90% 是客家人，具有民風純樸、山明水秀、古蹟林立等特色，是個觀光休閒的好地方。本研究將新埔觀光遊憩資源分為「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「美食特產小吃」、「節慶產業活動」等四個部分。

（一）休閒農業資源

新埔有多處農遊景點，如 2001 年獲評選為「農村新風貌計畫」示範區之一，2007 年更獲選行政院農委會「十大經典農漁村」典範的「照門休閒農業區」，包括九芎湖與箭竹窩兩個區域，有多處休閒農場提供許多體驗活動，並擁有豐富的生態資源；如「多肉植物園」為具規模的仙人掌植物園，園內有多達 7000 多種造型千奇百怪的仙人掌及多肉植物盆栽；另有多處「休閒農場」，所生產的蔬果，曾榮獲農委會評定為品質優良的農產品，深受消費者歡迎；新埔柿餅加工區主要位於旱坑里，許多「柿餅園區」、「觀光果園」等除了製作柿餅外，更致力於推廣產業文化教育，常常在柿餅產季的時節，吸引絡繹不絕的遊客。

（二）古蹟歷史文化

開發兩百多年的新埔小鎮充滿著古樸的氣息，聚落發展較早，新埔鎮上的宗祠數量之多、建築之美，可說是全台之冠（劉敏耀，2005）。

台灣文化界有一句流行語：「想看傳統，請來新埔」，因新埔保留古厝最多，如伙房屋、雙堂屋、三合院，比比皆是（林柏燕，1997）。著名的有新埔劉家祠（劉氏家廟）、新埔上枋寮劉宅（雙堂屋）、新埔潘宅、張氏家廟、陳氏家祠、林氏家廟、范家祠，都列屬於縣定古蹟；建於清乾隆年間的枋寮義民廟，有兩百多年的歷史，也是全台義民廟的總廟，屬於縣定古蹟。廟內奉祀義民爺，每年農曆 7 月 20 日舉行義民節慶典，由桃竹苗區域十五大庄輪值爐主祭祀，百年以來成為客家人信仰中心；另外，許多傳統老店，例如：粿條店、豆腐店、紙糊店、冰店、茶室成為人們過往生活的記憶；和人們生活息息相關的信仰廟宇，如廣和宮、三聖宮等，這些民俗風情文化，為新埔增添更多懷舊與人文氣息。

（三）美食特產小吃

新埔有許多古早味美食，滿足許多饕客的味蕾。新埔粿條是客家傳統米食，以在來米為原料磨成漿，將米漿舀在鐵製的淺盤中蒸熟，冷卻後折疊起來，食用時切成條狀，質地細緻，口感香 Q；桔醬是客家美食中重要的沾料，製作主要原料是「酸桔」；煙腸又名灌腸、粉腸、水煙腸，是新埔另一出名的客家小吃；柿餅是新埔著名的季節性特產，因天候及地理條件的關係，新埔柿餅特別香 Q 美味，全台聞名。

（四）節慶產業活動

產業文化活動不但可活絡當地經濟效益，也提供休閒遊憩機會且帶動農業之旅遊發展，增加遊客休閒效益及帶來社會效益，義民節、水梨節及柿餅節為新埔地區代表性的節慶活動。新埔義民廟是竹塹地區客家人最重要宗教的信仰，每年參訪的遊客逐年增加，根據新竹縣政府 2011 年公布新竹縣內主要風景區遊客人數統計，參訪義民廟人數約 22 萬人次。農曆 7 月 20 日為義民中元祭典，每年由桃竹苗地區

十五大庄輪值祭典，活動盛大成為北台灣別具特色的祭典活動。這些活動中，較具代表性的有豎立燈蒿、大土爺開光、燃放水燈、獨特的挑擔奉飯習俗、廟旁吃糖粥祈求平安、宰殺神羊神豬獻午供等。每年祭拜的信徒和參觀的遊客湧入新埔鎮參加這一場祭典，除了求得心靈上的平安，也藉此認識客家人純樸敦厚、熱情好客的忠義精神。

政府於 2001 年起大力提倡「一鄉一休閒」的農村轉型輔導計劃，加上為迎接我國加入 WTO 挑戰，新埔鎮自 1998 年起，於每年 9 到 11 月間辦理「柿餅文化節」，至今已連續舉辦 14 屆，每年活動內容大致包括柿餅產業文化活動、農特產品展售園遊會、免費接駁車農遊柿餅加工區。希望藉此活動，打響新埔柿餅的名號，並結合新埔鎮觀光休閒產業之發展，將新埔鎮特產、風土文化人情、觀光旅遊資源介紹給廣大的民眾，促進新埔的觀光經濟發展。

仲夏 7 月是水梨盛產的季節，新埔水梨分布於南平、北平、旱坑、照門等各里，梨農們為了感念當初因柑橘沒落後，因有神農大帝的指點和加持改種水梨，使有今日成績，特將新埔梨命名為「神農梨」，²加深消費者的印象。為打響新埔水梨名氣，促銷及推廣新埔高品質的水梨，新埔農會自 2002 年起持續舉辦「新埔鎮水梨節」，每年活動內容包括水梨評鑑會及頒獎、水梨專賣區、農特產品展售、藝文表演、趣味競賽活動、有獎徵答等。

2 參考資料：新埔鎮水梨產業文化發展協會（2012）編印「新埔神農梨」活動摺頁。

肆、理論與實證模型之建立

一、研究架構

本研究將採「旅行成本法」及「層級分析法」進行遊憩效益的評估，並結合「條件行爲法」，研究遊客至新埔旅遊，假設有節慶活動的舉辦，對於遊憩效益之影響與變化，最後分析調查結果。研究架構如下：

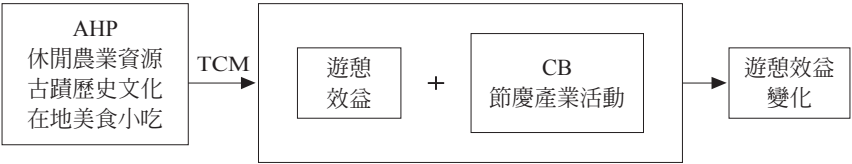


圖 1 研究架構

資料來源：本研究整理。

二、理論模型建立

(一) 旅行成本法基本模型

在經濟學中，消費者對某項財貨之需求係根據消費者在有限的預算限制之下，追求其消費之效用最大而得（鄭蕙燕，1995）。若將遊憩休閒視為一種財貨，可應用旅行本法評估其經濟效益，以消費者至各遊憩地點時的總旅行成本反應其至旅遊地活動的價格。假設遊客選擇旅遊及其他財貨，追求其效用極大化時，則其消費者行為模式為：

$$\begin{aligned} & \text{Max } U(Z, X) \\ \text{s.t. } & Y = TC \times Z + P_x \times X \end{aligned} \quad (1)$$

其中 Z ：遊客至遊憩地點之旅遊次數

X ：其他財貨消費量

Y ：遊客之所得

TC ：遊客到遊憩地點，每次旅遊之總成本

P_x ：其它複合財之價格

在實證研究上，影響旅遊需求的變數除了旅遊成本之外，也可能包含遊客的社經特徵變數，因此可得遊客對新埔地區的遊憩需求函數為：

$$Ti = f(TCi, Yi, SEi) \quad (2)$$

其中 Ti ：代表第 i 位遊客到新埔之旅遊次數

TCi ：代表第 i 位遊客到新埔旅遊所花費的旅行成本

Yi ：代表第 i 位遊客所得水準

SEi ：代表第 i 位遊客社經背景

遊憩需求的研究大多採取現場樣本為研究對象，而現場抽樣會產生樣本選擇偏誤的情形，如截斷及非負整數的問題，文獻上的評估研究以截斷波松迴歸模型（TOPIS）為較佳的選擇。而經常參與遊憩活動的遊客受訪機率比較高，容易產生內生分層的問題，Shrestha et al. (2002) 建議使用 On-Site Poisson 模型，能夠同時解決樣本資料截斷與內生分層的問題，On-Site Poisson 概似函數模型如下：

$$\ln L = \sum_{i=1}^N [z_i \beta (x_i - 1) - e^{x_i \beta} - \ln(x_i - 1) \lambda] \quad (3)$$

其中， x_i 為第 i 個受訪遊客的參訪次數， λ 則為隨機變數 x 的平均數與變異數， β 為參數向量。

而遊憩效益是指消費者在遊憩活動參與的過程中，其遊憩欲望或需求得到心理上的滿足，通常以消費者剩餘為評估方式；消費者剩餘的概念為遊客至遊憩地點對財貨的願付價格與其實際所支付價格的差額，依據 Shrestha et al. (2002) 第 i 位遊客之消費者剩餘 (CS) 可表示為：

$$CS_i = \int_{c^0}^{\infty} e^{\beta_0 + \beta_1 c} dc = \left[\frac{e^{\beta_0 + \beta_1 c}}{\beta_1} \right]_{c \rightarrow c^0}^{e \rightarrow \beta} = -\frac{X_i}{\beta_i} \quad (4)$$

其中， C 為旅行成本，旅遊次數 x 則服從指數需求函數， $x = e^{\beta_0 + \beta_1 c}$ ； β_0 為常數項； β_1 為遊客旅型成本的估計係數； c^0 為當期的旅遊成本。

(二) 層級分析法

AHP 主要應用於多屬性決策分析上，主要是將複雜的問題分解成各個組成要素，再加以分群形成層級式結構關係，接著同群中的要素兩兩相互比較，算出其相對權重（張魁峯，2009）。本研究將新埔歸納出「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「美食特產小吃」三項旅遊資源，建立層級結構（如圖 2），進行成對比較。根據 Satty (2005) 成對比較矩陣的元素，如下所示：

$$A = \begin{bmatrix} 1 & a_{af} & a_{ah} \\ 1/a_{af} & 1 & a_{fh} \\ 1/a_{ah} & 1/a_{fh} & 1 \end{bmatrix} \quad (5)$$

式中， a_{ij} 表示成對比較之要素， a 代表休閒農業資源、 h 代表古蹟歷史文化、 f 代表美食特產小吃。經決策分析軟體（Super Decision）求取成對比較矩陣（pairwise comparison matrix）的特徵值與特徵向量，並進行一致性比率 C.R.（consistency ratio, $C.R. \leq 0.1$ ）的檢測，再將成

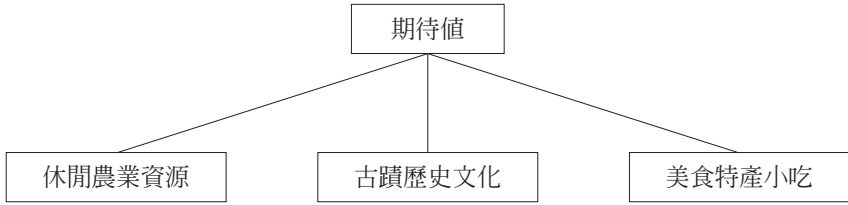


圖 2 研究層級架構圖

對比較的結果，利用決策分析軟體（Super Decision）、輔以 Excel 2010 軟體的分析及計算後，得出相對權重值。最後分別估算三項旅遊資源的遊憩效益，其遊憩效益計算方式為：

$$\begin{aligned}
 CS &= CS \times a\% + CS \times h\% + CS \times f\% \\
 a\% + h\% + f\% &= 100\%
 \end{aligned}
 \quad (6)$$

式中，CS 表示整年度的遊憩效益， $a\%$ 表示休閒農業資源的權重值， $h\%$ 表示古蹟歷史文化的權重值， $f\%$ 則表示美食特產小吃的權重值。

（三）條件行為法

旅行成本法可以估算出旅遊資源的遊憩效益，但無法直接評估環境品質變化時的遊憩價值，結合條件行為法，對遊客提出一個假設性的問題，便可評估遊憩效益的變化情形。「節慶活動的舉辦」是否可以提升遊憩效益的需求，本研究將此假設情境設為一個變數，建立遊客對新埔地區的遊憩需求函數如下：

$$T_{CB} = f(TC_{CB}, Y_{CB}, SE_{CB}) \quad (7)$$

其中 T_{CB} ：遊客「如果獲知節慶活動的訊息」，未來一年至新埔之旅遊次數

TC_{CB} ：遊客到新埔旅遊所花費的旅行成本

Y_{CB} ：遊客個人所得水準

SE_{CB} ：遊客社經背景

遊客「如果獲知節慶活動的訊息」增加其到訪次數，其消費者剩餘可表示為 CS_{CB} ，因節慶活動的舉辦而增加的遊憩效益則為：

$$CS_j = CS_{CB} - CS_i \tag{8}$$

其中， CS_{CB} ：有節慶活動舉辦時，遊客至新埔的遊憩效益

CS_i ：非節慶活動舉辦時，遊客至新埔的遊憩效益

CS_j ：節慶活動的舉辦，遊客至新埔所增加的遊憩效益

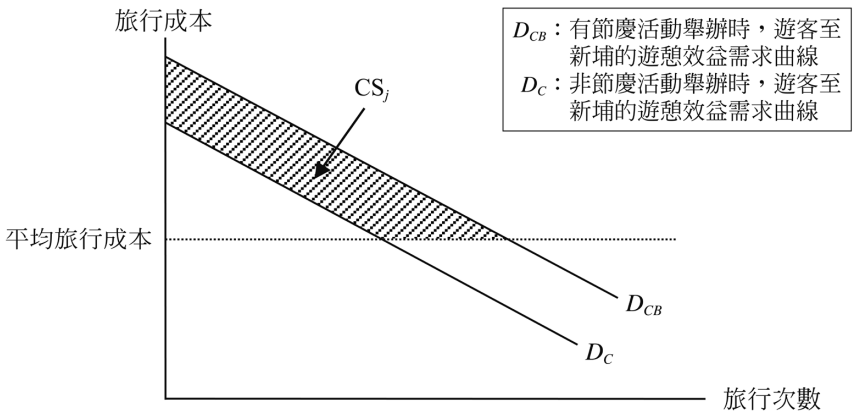


圖 3 不同環境品質下之遊憩效益需求曲線圖

資料來源：修改自蕭代基等（2002）。

三、問卷設計

本研究問卷內容分為四個部分，第一部分是「遊客旅遊行為」，包括遊客最近一年到新埔旅遊的次數、出發至新埔所花費的時間、使

用的交通工具、停留的時間、旅遊的方式、是否專程、最喜歡到新埔旅遊的季節、各項花費支出、對新埔各項旅遊資源的個別及整體滿意度。此外，為瞭解遊客對新埔旅遊資源的偏好程度，請遊客圈選對新埔遊憩資源期待數值，以層級分析法進行成對因子的比較，算出各項資源的權重。第二部分為「假設情境」，包括是否聽過或參加過新埔所舉辦的節慶活動、非節慶活動期間，未來一年到新埔旅遊次數、如果獲知節慶活動的訊息，未來一年到新埔旅遊次數的變化情形。第三部分「個人社經背景」，包括遊客之居住地、性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度、個人月支出及個人月所得。

本研究採問卷調查法，調查對象為實際至新埔從事遊憩活動且年齡 18 歲以上之遊客，以現場便利抽樣方式進行樣本選取，請有意願填寫問卷的遊客進行問卷調查填寫，為求更精確，並一對一進行問卷之扼要說明，填完後立即收回。調查時間為 2012 年 11 月 17 日至 2013 年 2 月 18 日（包含柿餅產季及寒假期間）之週休二日，調查地點為遊客人數較多的著名遊憩景點，包括旱坑柿餅加工園區、照門休閒農業區、義民廟等。

四、實證模型與變數設定

本研究依據前述之研究架構及理論模型，並考量遊客至新埔的旅遊特性及實際體驗，設定各項變數以估計新埔之遊憩效益；除了理論模型中旅行成本之變數、每月支出、教育程度、職業別、婚姻狀況、所得水準與社會經濟變數。另本研究依據問卷試訪結果，發現遊客對不同季節遊憩有其偏好，因此增加：受訪者喜歡至新埔旅遊的季節；而滿意度研究為休閒遊憩研究之重要面向，對於新埔旅遊後的滿意度亦為實證模型變數之一。試著了解這些變數是否影響遊客造訪新埔的

旅遊次數。本研究將旅遊需求實證模型分為分別設定為：

- (1) $T = f(TC, SPRING, WINTER, TOTAL, SAT, HEARD, JOIN, WOR, BUSS, TEA, FRE, SER, STAY, EDU, PAY)$
- (2) $T_i = f(TC, SPRING, WINTER, TOTAL, SAT, HEARD, JOIN, WOR, BUSS, TEA, FRE, SER, STAY, EDU, PAY)$
- (3) $T_j = f(TC, SPRING, WINTER, TOTAL, SAT, HEARD, JOIN, WOR, BUSS, TEA, FRE, SER, STAY, EDU, PAY)$

其中， T 為受訪者最近一年至新埔旅遊的次數； T_i 為受訪者未來一年無節慶活動至新埔旅遊的次數； T_j 為受訪者「如果獲知節慶活動的訊息」，未來一年至新埔旅遊的次數； TC 為受訪者之旅行成本； $SPRING$ 、 $WINTER$ 為受訪者最喜歡到新埔旅遊的季節； $TOTAL$ 為受訪者在新埔旅遊的現場花費； SAT 為受訪者至新埔旅遊後之整體滿意度； $HEARD$ 為受訪者曾經聽過新埔的節慶活動； $JOIN$ 為受訪者曾經參加過新埔的節慶活動； WOR 、 $BUSS$ 、 TEA 、 FRE 、 SER 為受訪者的職業； $STAY$ 為受訪者停留在新埔旅遊的時間； EDU 為受訪者之教育年數； PAY 為受訪者之每月支出。

伍、問卷調查與實證結果分析

本研究於 2012 年 11 月 17 日至 2013 年 2 月 18 日之週休二日，至新埔的柿餅加工區、照門休閒農業區、義民廟等旅遊景點進行實地調查訪問。共發出 280 份問卷，全數回收，扣除回答不完整及不合理的問卷 16 份，總計有效樣本數為 264 份。依「遊客之旅遊行為」及「遊客個人社經背景」進行統計分析如下：

一、遊客之旅遊行爲

受訪遊客由居住地或上一旅遊地出發至新埔旅遊的距離以 0-30 公里者最多，占受訪人數的 55.3%，其次爲 51-100 公里及 31-50 公里者，分別占 25%、12.5%，101 公里以上者合計 6.7%，平均旅行距離爲 40.49 公里。

在受訪遊客至新埔旅遊單程所花的交通時間方面，以 1 小時內者爲最多，占受訪人數的 62.9%，其次爲 1.5 小時者，占 25.4%，平均單程旅行時間爲 1.29 小時。可見至新埔旅遊的觀光客以本縣或鄰近縣市爲主，長程者較少。交通工具的使用方面，以自用汽車所占的比例最多，占 88.6%，其次爲遊覽車及機車，分別占 5.7% 及 4.2%，可見大部分受訪者以自用汽車爲主要旅遊之交通工具。

遊客在新埔停留的時間方面，以 2-3 小時者爲最多，占受訪者的 34.8%，其次爲 1-2 小時及 3-4 小時，分別爲 29.5%、12.9%，平均停留的時間爲 2.9 小時。在遊客前往新埔旅遊方式中，以家庭旅遊爲最多數，占受訪者的 67.8%，其次爲朋友結伴出遊，占 23.1%，其他如團體旅遊及單獨旅遊者別爲 6.1% 及 1.9%。可見大部分遊客的出遊結伴對象多爲家人或朋友。遊客最喜歡到新埔旅遊的季節爲秋季，占受訪者的 63.3%，其次爲春季、冬季及夏季，分別占 14.8%、14.4%、7.2%，可能是因爲新埔在秋季盛產柿餅，爲此鄉鎮季節性的觀光特色，吸引遊客前來旅遊。

遊客到新埔旅遊的花費包括 DIY 體驗、購買農產品、美食小吃、特產伴手禮及其他花費，總計花費以 500 元以內的比例最多，占受訪者的 56.6%，其次是 501-1000 元，占受訪者的 24.6%，花費在 1001-1500 元者占 11.4%，1501-2000 元者占 9.8%，2001-2500 元者占 3.4%，

2501-3000 元者占 2.3%，花費在 3001 元以上者占 1.9%。

本研究將新埔的三項遊憩資源：休閒農業資源、古蹟歷史文化及美食特產小吃，於問卷中設計兩兩成對比較的問題，請遊客圈選兩項資源比較後，對其吸引的相對重要程度。再依所蒐集的有效問卷資料，經決策分析軟體求取成對比較矩陣的特徵值與特徵向量，並進行一致性比率 C.R. ($C.R. \leq 0.1$) 的檢測。最後利用 Excel 2010 軟體的分析及計算後，得出三項資源的權重值。其中以休閒農業資源的權重值最高，其次是美食特產小吃，第三為歷史古蹟文化。

表 1 遊客對新埔各項遊憩資源之期待值

遊憩資源	權重值
休閒農業資源	0.38
美食特產小吃	0.36
歷史古蹟文化	0.26
合 計	1

資料來源：本研究整理。

遊客到新埔旅遊，對各項遊憩資源的整體滿意度，以「滿意」所占的比例最高，占有受訪者的 79.9%，其次是「非常滿意」及「普通」者，分別占 13.6% 及 6.4%，可見遊客對新埔的整體觀光遊憩資源具有高度的評價。

最近一年遊客至新埔旅遊的次數以 1 次為最多，占受訪者的 50.8%，其次是 2 次及 3 次，分別占 17.8% 及 12.5%，平均到訪次數為 3.39 次。未來一年非節慶舉辦期間，遊客預計到訪次數以 1 次為最多，占 35.2%，其次是 2 次，占 26.5%，0 次的占 10.2%，平均到訪次

數為 3.17 次；至於未來一年遊客若得知節慶活動的訊息，其預計到訪次數以 2 次為最多，占 33.7%，其次是 1 次及 3 次，分別占 20.8% 及 13.6%，平均到訪次數為 4.19 次。從未來一年新埔「非節慶舉辦活動期間」及「若有節慶活動」兩者到訪次數的比較中，發現節慶活動的舉辦能吸引遊客增加其到訪次數，而未來一年「非節慶舉辦活動期間」與最近一年遊客到訪新埔的次數比較，若無節慶活動將降低遊客重遊意願，而不再造訪的比例有 10.7% 之多。可見新埔多舉辦節慶活動，將有助於提高遊客的重遊意願。

二、遊客個人社經背景

受訪遊客中，女性有 150 人，占全部樣本數的 56.8%，男性有 114 人，占 43.2%，女性受訪者的比例高於男性。依現場發放問卷觀察，女性受訪意願較高，而朋友結伴出遊女性人數也略高於男性。年齡的分布情形方面，受訪者以 31-40 歲的比例最多，占全部樣本數的 43.9%，41-50 歲的占 25%，21-30 歲的占 15.2%，51-60 歲的占 11.7%，61 歲以上及 20 歲以下，各占 2.7% 及 1.5%，平均受訪年齡為 39.7 歲，與「100 年國人旅遊狀況調查報告」中的國內旅次之旅客的平均年齡為 40 歲的結果差距不大。受訪遊客中，已婚者比例高於單身者，已婚者占全部樣本的 78.4%，單身者占 21.6%。調查結果顯示受訪者的旅遊方式以家庭旅遊為最多數，依現場訪問的觀察，親子旅遊的情形為多，故已婚者的比例高於單身者。

職業方面，受訪者以從事工業為最多，占 26.5%，公教占 17.4%，服務業占 15.2%，商業占 12.1%，家管占 8.3%，自由業占 5.7%，學生占 4.2%，退休者占 3.4%，農業及軍警均為 1.5%。教育程度以專科或大學畢業比例最多，占受訪者的 60.2%，研究所以上程度者占 22%，

高中職占 14%，國中占 3%，國小及以下者占 0.8%。

個人月所得方面，受訪者以 5-6 萬元的比例最多，占 18.2%，3-4 萬元占 17.4%，4-5 萬元占 15.9%，2-3 萬元占 11.4%，1-2 萬及 6-7 萬元各占 7.2%，10 萬元以上占 6.2%，7-8 萬元占 6.1%，1 萬元以下占 4.5%，9-10 萬元占 4.2%，8-9 萬元占 1.9%。平均個人月所得為 50,057 元，略高於行政院主計處統計 2012 年平均國民月所得 43,754 元，可能收入較高者安排休閒旅遊的意願較高。個人月支出方面，受訪者以 1-2 萬元的比例最多，占 31.4%，2-3 萬元占 22.7%，1 萬元以下占 15.5%，3-4 萬元占 13.6%，4-5 萬元占 6.8%，5-6 萬元占 2.7%，7-8 萬元占 2.3%，6-7 萬元占 1.9%，9-10 萬元占 0.8%，8-9 萬元占 0.4%，10 萬元以上占 2%，平均個人月支出為 27,027 元，略低於行政院主計處統計 2012 年平均國民消費支出 30,320 元。

三、實證分析結果

本研究採「旅行成本法」、「層級分析法」，並結合「條件行為法」建立遊憩需求模型，進一步評估遊客至新埔旅遊之遊憩效益。以「現場波松模型」(On-Site Poisson) 為實證模型，並利用 Limdep 9.0 計量軟體以最大概似法進行估計，結果發現影響受訪遊客前往新埔旅遊次數的顯著變項包括：旅行成本 (TC)、春季 (SPRING)、冬季 (WINTER)、現場花費 (TOTAL)、整體滿意度 (SAT)、曾聽過節慶 (HEARD)、曾參加過節慶 (JOIN)、婚姻狀況 (MARRY)、工業 (WOR)、商業 (BUSS)、公教 (TEA)、自由業 (FRE)、服務業 (SER)、教育程度 (EDU)、停留時間 (STAY)、個人支出 (PAY) 等變數，說明如下：

旅行成本 (TC) 的符號為負，其意義代表旅行成本花費的愈少，

使得遊客增加前往新埔旅遊的次數，符合理論預期，與過去遊憩效益的實證研究結果亦相同（Chiueh and Huang, 2011；林喻東、劉癸君，2002；陳宛君、廖學誠，2007）。春季（SPRING）的符號為正，冬季（WINTER）的符號為負，推測原因為春天氣候舒適宜人，適合外出從事戶外休閒活動，增加遊客前往新埔旅遊意願，冬天氣候寒冷，降低遊客前往旅遊次數。現場花費（TOTAL）的符號為負，代表遊客現場花費愈多，前往新埔旅遊的次數愈少。推測原因可能是遊客前往新埔旅遊，已一次滿足其在美食、伴手禮及其他旅遊相關的花費，所以花費愈多，旅遊次數則較少。整體滿意度（SAT）的符號為正，其意義為對新埔的整體遊憩資源的滿意度愈高，遊客前往新埔旅遊的次數愈多。過去李俊鴻、陳吉仲（2007）、李俊鴻、黃錦煌（2009）的研究亦得到相同結果，對遊憩資源的滿意度愈高，會增加遊客到訪的次數。曾聽過節慶（HEARD）的符號為正，代表曾聽過新埔義民節、水梨節和柿餅節等節慶活動的遊客，前往新埔旅遊的次數則較多。曾參加過節慶（JOIN）的符號為正，代表以前參加過新埔義民節、水梨節和柿餅節等節慶活動的遊客，其前往新埔旅遊的次數則較多。本研究發現，曾聽過或曾參加過旅遊地節慶活動的遊客，會增加遊客到訪該地的旅遊次數，推測可能節慶活動具有獨特性，故吸引遊客增加前來造訪的意願；所以豐富節慶活動的內容以及加強節慶活動的行銷，將能增加活動的遊憩效益。

婚姻狀況（MARRY）的符號為負，其意義為單身者，前往新埔旅遊的次數較少，已婚者前往新埔旅遊的次數較多，此結果與李杰憲（2012）研究雙溪鄉遊憩效益的結果相同。可能是因為已婚者重視親子及家庭旅遊，所以會增加其休閒旅遊次數。工業（WOR）、商業（BUSS）、公教（TEA）、自由業（FRE）、服務業（SER）的符號為正，

表 2 新埔旅遊需求模型之估計結果

	最近一年到訪次數 NUMBER	未來一年若無節慶活 動到訪次數 VIST	未來一年假設有節慶活 動到訪次數 FVIST
常數項	0.91079447	1.13793797	1.44288114
ONE	(2.181)**	(2.634)***	(3.917)***
旅行成本	-0.00079687	-.00115660	-0.00074426
TC	(-3.336)***	(-4.015)***	(-3.773)***
春季	0.35357131	0.40992048	0.32615539
SPRING	(3.742)***	(4.329)***	(3.913)***
冬季	-0.38342542	-0.36447033	-0.28054170
WINTER	(-3.061)***	(-2.838)***	(-2.668)***
現場花費	-0.00015851	-0.00022968	-0.00014367
TOTAL	(-3.240)***	(-4.188)***	(-3.285)***
整體滿意度	0.26755087	0.21191870	0.18217813
SAT	(3.203)***	(2.410)**	(2.457)**
曾聽過節慶	0.39025738	0.37885721	0.31830338
HEARD	(2.304)**	(2.258)**	(2.332)**
曾參加過節慶	0.92288529	0.76920339	0.63643635
JOIN	(12.031)***	(9.837)***	(9.560)***
婚姻狀況	-0.44234025	-0.53084704	-0.40495980
MARRY	(-4.343)***	(-4.973)***	(-4.527)***
工業	0.82164525	0.89454874	0.65607727
WOR	(7.899)***	(8.285)***	(7.230)***
商業	0.41264157	0.33303421	0.23930731
BUSS	(3.097)***	(2.289)**	(1.982)**
公教	0.45154086	0.45999426	0.40856828
TEA	(3.700)***	(3.595)***	(3.881)***
自由業	0.33144055	0.42112462	0.27337009
FRE	(1.988)**	(2.496)**	(1.858)*
服務業	0.28945136	0.38150064	0.21309347
SER	(2.196)**	(2.805)***	(1.854)*

表 2 新埔旅遊需求模型之估計結果（續）

	最近一年到訪次數 NUMBER	未來一年若無節慶活 動到訪次數 VIST	未來一年假設有節慶活 動到訪次數 FVIST
教育程度	-0.09309850	-0.08757629	-0.07220147
EDU	(-6.540)***	(-5.898)***	(-5.537)***
停留時間	-0.05482580	-0.04896754	-0.04585598
STAY	(-2.533)**	(-2.166)**	(-2.466)**
個人支出	-0.148337D-05	-0.395385D-06	-0.208027D-05
PAY	(-.693)	(-.175)	(-1.104)
Log likelihood function	-742.0725	-730.9720	-766.4150
Chi squared	500.3123	457.0791	391.8806
Degrees of freedom	16	16	16
平均數 Mean	3.39	3.17	4.19
樣本數（人）	264	264	264

資料來源：本研究統計整理。

說明：（ ）內為 t 值。

* 表示在 90% 的信賴水準下具顯著性。

** 表示在 95% 的信賴水準下具顯著性。

*** 表示在 99% 的信賴水準下具顯著性。

其意義為職業為工、商、公教、自由業、服務業的遊客，前往新埔旅遊的次數較多。教育程度（EDU）的符號為負，表示教育程度愈高的遊客，則減少至新埔旅遊的次數。過去旅遊需求的研究亦得到相同結果（Shrestha et al., 2002；李杰憲，2012；李俊鴻、陳吉仲，2007；陳宛君、廖學誠，2007），可能是因為近年來，教育程度愈高的遊客，其工作的時間愈長，休閒旅遊的時間變少的關係。停留時間（STAY）的符號為負，與預期不符。推測原因，可能是遊客在新埔停留的時間愈久，已遊遍多數景點，一年的旅遊次數相對較少。個人支出（PAY）

變項的結果雖不顯著，但符號為負，與預期相同，表示個人月支出愈多的遊客，在旅遊上的消費支出的比例變少，相對的也減少了其旅遊的次數。

遊憩效益的推估通常以消費者剩餘（consumer surplus, CS）為評估方式，消費者剩餘是指遊客至遊憩地點對財貨的願付價格與實際所支付價格的差額，新埔鄉村旅遊之經濟效益計算說明如下：

$$\text{每人每次 CS 值} = - \left(\frac{\text{全年旅行次數}}{\text{旅行成本係數}} \right)$$

$$\text{每人每年 CS 值} = - \left(\frac{\text{全年旅行次數}}{\text{旅行成本係數}} \right) \times \text{全年旅行次數}$$

$$\text{全年 CS 值} = \text{每人每次 CS 值} \times 125,000 \text{ 人次的遊客}$$

依據 AHP 權重值的計算方式得出休閒農業資源、古蹟歷史文化、美食特產小吃的權重值，三項遊憩資源的消費者剩餘估算方式如下：

$$\text{休閒農業資源 CS 值} = \text{全年 CS 值} \times 0.38$$

$$\text{古蹟歷史文化 CS 值} = \text{全年 CS 值} \times 0.26$$

$$\text{美食特產小吃 CS 值} = \text{全年 CS 值} \times 0.36$$

經由上述統計結果得知，最近一年新埔鄉村旅遊的遊憩效益，每人每次的消費者剩餘（CS 值）為 4,254 元，每人每年 CS 值為 14,421 元，一年以十二萬五千名遊客計算，全年 CS 值約為 5.69 億元；依 AHP 權重值的計算方式得出休閒農業資源的 CS 值約為 2.16 億元、古蹟歷史文化的 CS 值約為 1.48 億元、美食特產小吃的 CS 值約為 2.05 億元。

未來一年若無節慶活動的舉辦，新埔鄉村旅遊的遊憩效益，每人每次的消費者剩餘（CS 值）為 2,741 元，每人每年 CS 值為 8,689 元，

一年以十二萬五千名遊客計算，全年 CS 值約為 3.43 億元；依 AHP 權重值的計算方式得出休閒農業資源的 CS 值約為 1.30 億元、古蹟歷史文化的 CS 值約為 0.89 億元、美食特產小吃的 CS 值約為 1.23 億元。

未來一年假設有節慶活動的舉辦，新埔鄉村旅遊的遊憩效益，每人每次的消費者剩餘（CS 值）為 5,630 元，每人每年 CS 值為 23,590 元，一年以十二萬五千名遊客計算，全年 CS 值約為 7.04 億元；依 AHP 權重值的計算方式得出休閒農業資源的 CS 值約為 2.67 億元、古蹟歷史文化的 CS 值約為 1.83 億元、美食特產小吃的 CS 值約為 2.53 億元。

比較上述研究結果，未來一年新埔若無節慶活動的舉辦，會降低遊客重遊的意願，全年遊憩效益與最近一年比較，減少了 36% 左右；未來一年假設有節慶活動的舉辦，全年遊憩效益與最近一年比較，增加 32.3% 左右；未來一年有無節慶活動的舉辦，全年遊憩效益相差高達 3.61 億元。從研究結果顯示，新埔地區推動鄉村休閒旅遊，假設能加入節慶活動的舉辦，將能吸引遊客前往旅遊，增加全年的遊憩效益。

表 3 新埔地區受訪者遊憩效益推估比較 單位：元（新台幣）

	最近一年	未來一年 若無節慶活動	未來一年 假設有節慶活動
每人每次 CS 值	4,254	2,741	5,630
每人每年 CS 值	14,421	8,689	23,590
全年 CS 值	569,250,000	342,625,000	703,750,000
休閒農業資源 CS 值	216,315,000	130,197,500	267,425,000
古蹟歷史文化 CS 值	148,005,000	89,082,500	182,975,000
美食特產小吃 CS 值	204,858,000	123,345,000	253,350,000

資料來源：本研究統計整理。

陸、結論與建議

本研究以「旅行成本法」(travel cost method, TCM) 評估新埔遊憩資源的整體遊憩效益，並結合層級分析法 (analytic hierarchy process, AHP)，分別估算新埔「休閒農業資源」、「古蹟歷史文化」、「在地美食小吃」三項遊憩資源的遊憩效益。此外，運用旅行成本法結合條件行為法 (contingent behavior, CB)，評估節慶產業活動的舉辦對遊憩效益之影響。

依據調查結果得知，最近一年新埔鄉村旅遊的遊憩效益，每人每次的消費者剩餘 (CS 值) 為 4,254 元，每人每年 CS 值為 14,421 元，一年以十二萬五千名遊客計算，全年 CS 值約為 5.69 億元。

在三項遊憩資源方面的遊憩效益，實證結果顯示，休閒農業資源的 CS 值最高，美食特產小吃次之，第三為古蹟歷史文化。新埔「休閒農業資源」及「美食特產小吃」經常結合節慶活動的舉辦，為遊客所熟悉，故合計 CS 值佔了整體遊憩效益的 74%；然而在訪問的過程中，許多遊客表示對新埔的歷史古蹟充滿期待，但當地可供諮詢的相關資訊不足。建議公部門或民間組織能加強導覽或解說資源服務遊客，以在地歷史文化的特色吸引遊客，提升觀光的品質效益，將能吸引更多的遊客造訪。

新埔未來一年若無節慶活動，與過去一年比較，受訪遊客至新埔旅遊的個人平均旅遊次數將減少；若有節慶活動的舉辦，遊客平均旅遊次數增加。由此可知，新埔發展鄉村旅遊，結合在地產業或具有文化特色的節慶活動，將吸引遊客再度前往新埔旅遊的意願。未來一年遊客若得知有節慶活動的舉辦，全年遊憩效益與最近一年比較，增加

32.3% 左右；有無節慶活動的舉辦，全年遊憩效益值相差一倍以上。所以新埔地區發展鄉村旅遊，假設能持續推動節慶活動的舉辦，將能吸引遊客前往旅遊，增加全年的遊憩效益。

目前國內外應用條件行為法的實證研究為數不少，大多探討旅遊環境品質提升方案或提出假設情境，比較真實與假設情境之旅遊次數變化的情形；本研究以節慶活動舉辦與否的遊憩效益前後之比較，實證節慶活動的舉辦確實大幅提升鄉村旅遊遊憩效益，有助於鄉村旅遊的發展。

本研究利用旅行成本法（TCM）結合層級分析法（AHP）評估新埔在「休閒農業資源」、「歷史古蹟文化」、「美食特產小吃」三項遊憩資源的個別遊憩效益值；並進一步將旅行成本法（TCM）結合條件行為法（CB），比較有無節慶活動對旅遊效益之影響，以衡量遊客至新埔旅遊之遊憩效益，是適切及有效的評估方法。

新竹縣近幾年大力發展觀光，推動「山、湖、海」的觀光特色，有些鄉鎮和新埔一樣具有鄉村旅遊特性，本研究並無考慮「替代地點」的問題，是否影響遊憩效益結果，值得未來加以研究。從實證研究結果得知，新埔具有發展鄉村旅遊的觀光潛力，而節慶活動的舉辦確實能提升遊客重遊新埔的意願，並增加全年之遊憩效益。新埔每年舉辦的水梨節、義民節和柿餅節等各個節慶活動本身能帶來多少的遊憩效益，未來可再進一步研究分析與比較。

參考資料

Alberini, A., V. Zanatta, and P. Rosato

2007 "Combining Actual and Contingent Behavior to Estimate the Value of Sports

- Fishing in the Lagoon of Venice,” *Ecological Economics* 61(2-3): 530-541.
- Bedate, A., L. C. Herrero, and J. A. Sanz
2004 “Economic Valuation of the Cultural Heritage: Application to Four Case Studies in Spain,” *Journal of Cultural Heritage* 5: 101-111.
- Bhat, M. G.
2003 “Application of Non-market and Valuation to the Florida Keys Marine Reserve Management,” *Journal of Environmental Management* 67(4): 315-325.
- Chae, D. R., P. Wattage, and S. Pascoe
2012 “Recreational Benefits from a Marine Protected Area: A Travel Cost Analysis of Lundy,” *Tourism Management* 33(4): 971-977.
- Chiueh, Y. and W. T. Huang
2011 “Evaluation of the Recreation Value of Tourist Strawberry Gardens with Organic Farming in Dahu: An Appreciation of CB Combined with TCM,” *African Journal of Agricultural Research* 6(27): 5953-5958.
- Clawson, M.
1959 “Methods of Measuring the Demand for and Value of Outdoor Recreation,” Reprint No. 10, Resources for the Future. Washington, D.C.: Resources for the Future.
- Deng, J. Y., B. King, and T. Bauer
2002 “Evaluating Natural Attractions for Tourism,” *Annals of Tourism Research* 29(2): 422-438.
- Hanley, N., D. Bell, and B. Alvarez-Farizo
2003 “Valuing the Benefits of Coastal Water Quality Improvements Using Contingent and Real Behaviour,” *Environmental and Resource Economics* 24(3): 273-285.
- Liu, C. Z.
2010 “Rural Development and Rural Tourism in Taiwan,” *Asian Journal of Arts and Sciences* 1(2): 211-227.
- McConnell, K. E.
1975 “Some Problem in Estimating the Demand for Outdoor Recreation,” *American Journal of Agricultural Economics* 74(4): 918-925.
- Pakurar, M. and J. Olah
2008 “Definition of Rural Tourism and Its Characteristics in the Northern Great Plain Region. Analele Universității Din Oradea, Fascicula: Ecotoxicologie,” *Zootehnie Și Tehnologii De Industrie Alimentară* 7: 255-260.

- Qiao, L., Y. Zhang, and L. Feng
 2008 “A Model of Suitability Evaluation of Tourism Development for the Suburban Mining Wasteland & Its Empirical Research,” *Ecological Economy* 4: 338-345.
- Saaty, T. L.
 1997 “A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structures,” *Journal of Mathematical Psychology* 15(3): 234-281.
 2005 “Making and Validating Complex Decisions with the AHP/ANP,” *Journal of Systems Science and Systems Engineering* 14(1): 1-36.
- Shrestha, R. K., A. F. Seidl, and A. S. Moraes
 2002 “Value of Recreational Fishing in the Brazilian Pantanal: A Travel Cost Analysis Using Count Data Models,” *Ecological Economics* 42(1-2): 289-299.
- 王宏榮
 2008 〈高雄縣大樹鄉發展鄉村旅遊之研究〉，國立中山大學社會科學院高階公共政策研究所碩士論文。
- 朱珮瑩
 2002 〈遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究——以新竹縣為例〉，世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 行政院農業委員會
 2001 〈農委會九十年「一鄉一休閒農漁園區計畫」正積極順利推展中〉。2012年12月1日，取自 http://www.coa.gov.tw/show_news.php?cat=show_news&serial=1_diamond_20010809373800。
- 李杰憲
 2012 〈雙溪鄉遊憩活動之經濟效益評估〉，《鄉村旅遊研究》5(2): 1-14。
- 李俊鴻
 2008 〈節慶活動遊客參與動機及經濟效益探討——以綠色博覽會為例〉，《農業經濟半年刊》83: 59-94。
 2010 〈遊客對文化資產目的地意向、選擇行為及旅遊品質提昇方案之經濟效益探討〉，行政院國家科學委員會專題研究計畫。
- 李俊鴻、陳吉仲
 2007 〈節慶活動遊客旅遊需求及遊憩效益評估——以綠色博覽會為例〉，《農業與經濟》39: 137-166。
- 李俊鴻、黃錦煌
 2009 〈節慶活動遊客擁擠知覺降低之經濟效益評估〉，《農業經濟叢刊》15(1): 81-113。

林柏燕（編）

1997 《新埔鎮誌》。新竹：新埔鎮公所。

林喻東、劉癸君

2002 〈阿里山森林遊樂區櫻花季之效益評估——以旅遊成本法為例〉，《林業研究季刊》24(3): 19-28。

林綉芬

2006 〈客家桐花祭之效益評估——以苗栗縣為例〉，國立屏東科技大學農企業管理研究所碩士論文。

邱垂呈

2012 〈台灣永續鄉村旅遊之研究——以花蓮縣吉安鄉為例〉，亞洲大學休閒與遊憩管理研究所碩士論文。

徐敏珠

2011 〈苗栗縣三灣鄉鄉村旅遊特色營造之研究〉，中華大學營建管理研究所碩士論文。

張梨梅、闕雅文

2011 〈鹿港鎮文化資產之遊憩效益評估〉，《高雄應用科技大學學報》41: 111-133。

張魁峯

2009 《Super Decisions 軟體操作手冊》。臺北：鼎茂。

郭柏村

2007 〈活動效益評估之研究——以 2006 梅飛色舞一湯之趣為例〉，《商業現代化學刊》4(2): 95-106。

郭煥成

2007 〈鄉村旅遊發展現狀、特徵與途徑〉，《鄉村旅遊研究》1(1): 1-27。

郭瑞坤、郭彰仁、鄭心儀

2007 〈以鄉村旅遊活化地區發展之策略研究〉，《觀光研究學報》13(1): 23-45。

陳宛君、廖學誠

2007 〈應用旅遊成本法分析宜蘭縣英士、玉蘭及崙埤社區的遊憩效益〉，《中華林學季刊》40(3): 341-355。

陳彥呈

2012 〈鄉村遊客旅遊意象之研究——以無米樂社區為例〉，國立臺中教育大學區域與社會發展學系研究所碩士論文。

陳昭郎

2004 〈休閒產業之未來展望〉，發表於「農會轉投資公司之經營發展研討會」，臺北：臺北市農會，2010.08.20。

陳郁蕙、李俊鴻、陳雅惠

- 2011 〈森林遊樂區遊客旅遊品質提昇之經濟效益評估——以溪頭森林遊樂區為例〉，《農業經濟叢》16(2): 1-40。

陳凱俐、張高誠

- 2003 〈休閒農業及產業文化活動之經濟效益評估——以宜蘭縣為例〉，《宜蘭大學學報》1: 91-103。

曾昭儒

- 2011 〈地方文化行銷策略研究——以新竹縣新埔鎮客家古蹟文化為例〉，國立臺北大學公共行政暨政策學系研究所碩士論文。

黃宗煌

- 1991 〈如何評估遊憩效益——旅遊成本法（一）〉，《環保與經濟》22: 64-67。

黃啓瑞

- 2011 〈鄉村旅遊品質偏好之研究——以南投縣為例〉，國立中興大學應用經濟學研究所博士論文。

黃透騰

- 2007 〈有機觀光果園之遊憩需求與經濟效益評估——以大湖地區觀光草莓園為例〉，國立新竹教育大學區域人文社會學系研究所碩士論文。

黃錦煌

- 2011 〈觀光產業發展影響居民態度之分析——條件行為之應用〉，《應用經濟論叢》90: 183-208。

黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊

- 2006 〈台灣咖啡節遊憩效益評估之研究〉，《戶外遊憩研究》19(3): 1-21。

新埔鎮公所

- 2009 〈新埔鎮公所全球資訊網〉。2012年12月1日，取自：http://www.sp.gov.tw/ch/04service/ser_07_list.asp。

新埔鎮水梨產業文化發展協會

- 2012 〈新埔神農梨活動摺頁〉。新竹：新埔鎮水梨產業文化發展協會。

劉柏瑩

- 2004 〈鄉村生態旅遊永續發展指標之建構〉，國立台北護理學院旅遊健康研究所碩士論文。

劉癸君、林喻東、高君邁、沈勇強

- 2006 〈阿里山國家森林遊樂區「日出、印象」跨年音樂會之效益評估——以旅行成本法、條件評估法為例〉，《台灣林業》32(5): 32-37。

劉敏耀

- 2005 《新竹縣文化資產資料手冊》。新竹：新竹縣文化局。

蔡宏進

- 2008 〈鄉村旅遊開發、綠色環境保護與社會文化策略〉，《農業推廣文彙》52: 237-248。

蔡承旺

- 2011 〈開放陸客赴金門自由行之效益測定——旅行成本法應用〉，《休閒產業管理學刊》4(2): 18-36。

蔡碧凡、陶卓民

- 2013 〈基於 AHP 的鄉村旅遊地績效評價體系構件研究〉，《鄉村旅遊研究》7(1): 43-49。

鄭心儀

- 2005 〈以鄉村旅遊活化地區發展之策略研究〉，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

鄭蕙燕

- 1995 〈台灣地區休閒農場遊憩經濟效益之估測〉，《台灣經濟》228: 57-62。

鄧振源

- 2005 《計畫評估：方法與應用》。基隆：海洋大學運籌規劃與管理研究中心。

盧雅楣

- 2006 〈探討田尾公路花園鄉村觀光之發展〉，南台科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。

蕭代基

- 1987 〈旅行成本法：投入需求函數或產出需求函數〉，中國經濟學會（編）《中國經濟學會年會論文集》，161-173 頁。臺北：中國經濟學會。

蕭代基、鄭蕙燕、吳珮瑛、錢玉蘭、溫麗琪

- 2002 《環境保護之成本效益分析：理論、方法與應用》。臺北：俊傑。

蕭堯駿

- 2009 〈鄉村生態旅遊永續之關鍵要素——以白河和桃米為例〉，國立臺南大學生態旅遊研究所碩士論文。