

遊客遊憩選擇，廠商利潤與當地住民利益之分析：以生態旅遊為例

楊琮泰, 李堯賢, 陳煌儒, 孔秀琴

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本文探討遊客遊憩選擇與其生活型態以及當地住民人數與農產品異質程度對風景區域內之當地住民利益，經營休閒遊憩廠商利潤，以及廠商利潤回饋當地住民比例之影響效果。我們獲得當遊客的互動具有正向的人潮效果而且遊客是慕名廠商的專屬景點而去風景區域時，廠商所獲得的利潤水準會高於其在慕名風景區域效果下的利潤水準。再者，當遊客的人潮效果是屬於溫和的正向人潮效果與相對較大的負向人潮效果時，當地住民在慕名廠商效果下所得到的利益會高於在慕名風景區域效果下的利益。這正可顯示當地住民與廠商在特定風景區域從事生態旅遊經營活動時，若廠商專屬的景點遊憩具有慕名效果，則成立夥伴關係或社區聯盟合作關係是具有誘因的，因為以廠商專屬的遊憩景點吸引遊客所產生的利益，對當地社區的整體利益而言是相對較為有利。此外，本文亦分析遊客的人潮效果，農產品的異質性，以及不同慕名效果皆會對廠商給予當地住民的利潤回饋比例產生不同的影響效果。

關鍵字：遊客遊憩選擇，網路外部性，利潤回饋比例，當地住民利益，生態旅遊