

彰化縣 112 學年度國民中小學學生獨立研究作品徵選

作品說明書（封面）

作品編號：（由承辦單位編列）

組別：
 國小組
 數學類
 自然、科技類
 國中組
 人文社會類

作品名稱：

今遇良「員」—

員林人對在地觀光景點的喜愛與認同感之研究

◎封面切勿出現校名、作者、校長及指導者姓名，違者不予收件。

第一階段 研究訓練階段

一、近兩年學校獨立研究課程之規劃

本校一直將獨立研究課程納入資優教育核心課程，並配合學習內容，由教師逐步引導自學習知識延伸、找尋研究主題、設計相關研究過程。另獨立研究的實施，也提供了資優學生對於人文社會議題有興趣者一個良好的發揮空間，因此，積極鼓勵人人皆可參與獨立研究，故本校訓練及規劃大致如下：

(一) 成立資優討論室

本校為鼓勵資優學生投入獨立研究及科展，設立專屬的研究室，研究室內提供電腦、印表機、單槍及各類相關書籍，使資優學生能有獨立的空間可以進行資料查詢、小組討論、發表演練及簡易實驗。

(二) 每學期辦理資優教育講座

辦理不同內容（科學、生態、數學、語文、情意）的資優教育講座，透過與教授及講師對話的過程，為資優學生注入不同的創意思維。

(三) 辦理資優教育校外教學參觀

輔導室每學期規劃一至二次的資優班校外教學參觀活動，參觀內容包含公共圖書館及博物館運用、大學科學中心、科學展覽會及高中資優（科學）班成果發表會…等，期望透過辦理資優參訪活動，強化資優學生資源運用能力並增長見聞，以儲備獨立研究創作的能量。

(四) 辦理教師增能研習

輔導室於每學年規劃辦理資優教育增能研習，邀請於獨立研究指導領域專家或具豐富實務經驗的教師到校分享獨立研究指導理論及實務，期望透過教師增能，可拓展師生研究的觸角及能力，以不同的視野去探索研究問題，並期在研究過程中達到師生共學、共思及共贏的成效。

二、學校如何提供該生獨立研究訓練

(一) 辦理獨立研究說明會

本校每年為學生辦理獨立研究說明會，讓學生能了解獨立研究的研究過程及方法，包含如何找研究題目、找相關指導老師、研究相關書籍資料、各科研究方法的介紹、內容撰寫的架構等，並且架設本校獨立研究網站，提供指導老師及學生交流的專區。

(二) 辦理複審說明會、模擬複審訓練

針對進入獨立研究複審的同學辦理複審說明會，指導學生如何製作簡報並說明複審的注意事項；另外聘請學校各科有經驗的老師們共同為學生做模擬複審的答問訓練，指導學生上台的台風、口語的流暢性並且加強學生研究內容的邏輯性。

(三) 辦理資優班週會

於每學期辦理資優班週會，請資優班同學上台發表學習成果，經由此過程使學生逐步演練口說報告能力及電腦簡報軟體運用。另在發表過程中，接受其他資優班同學的詢問，以訓練學生批判性、邏輯性思考。

(四) 辦理獨立研究成果發表會

邀請當年度獨立研究獲獎同學說明獨立研究參賽歷程及心得，並進行研究報告發表，透過分享交流增強校內學生參與獨立研究的意願，並以同儕支持提升學生在研究歷程中相互支持、並提升批判性思考及解決問題的能力。

由於上述措施的推動，本校資優學生參與獨立研究文件數量逐年增加，且年年獲獎，平日之耕耘已有豐碩的成。

第二階段 獨立研究階段：

一、研究動機：

本組組員在台灣最大的網路社群「PTT」的討論區中注意到了有關「台灣最無聊縣市」議題的投票，沒想到彰化被票選為全台最無聊縣市第一名。我們的家鄉真的不好玩嗎？我們家鄉的觀光發展到底出了什麼問題？我們開始有這樣的思考。因為本組的組員都是員林人，所以我們決定以所在的員林為研究區，找出產生此問題的發生原因。

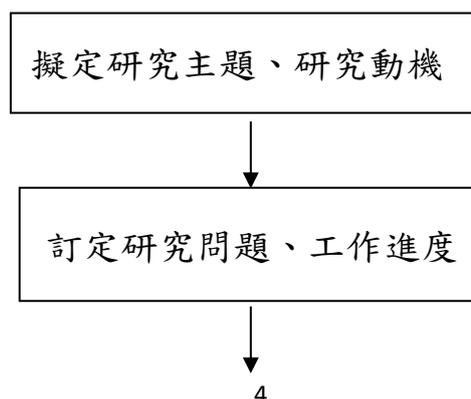
其中，什麼是員林觀光的代表？當我們所以當我們在 Instagram, facebook 和 Dcard 等各種社群媒體上發現，當提到員林的觀光，大家普遍想到的都是員林的美食。相對的關於員林景點的報導或介紹是少之又少，但是關於員林美食的報導與討論卻非常的多，其中更有多 Youtuber 介紹員林時，更大幅地報導介紹了許多。導致大家一說到員林便只想到各種美食。

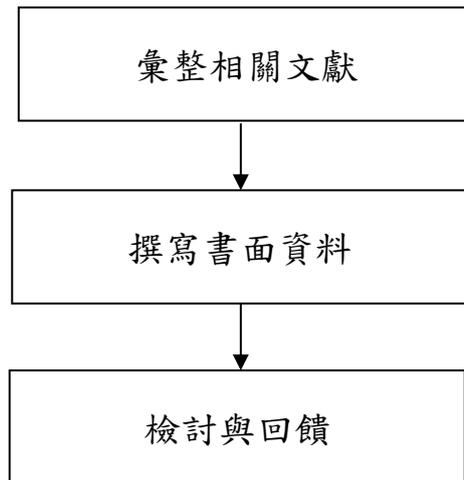
因此，我們想調查員林的本地人對地景的了解度、做出統整，以便更好的推廣員林的各地景點。並希望透過本次研究能更深入了解員林人喜不喜歡員林的觀光景點，對於在地的觀光景點有沒有認同感，並期待能夠提出改善員林觀光景點規劃的改善方法，期許能為在地的觀光發展盡一份心力。

二、擬定正式計畫、研究問題及工作進度：

(一) 擬定正式計畫：

1. 研究程序：





2. 研究工具：

(1) 電腦網路：

我們利用各個網站，包括員林市公所以及別人的推薦景點，找尋我們所需要的景點資料，並找出各個網站中皆有提到或出現頻率較高的景點

(2) 問卷(google 表單)：

為了了解員林人對於員林市地景的認同感，我們採取較為方便的 google 表單作為問卷。

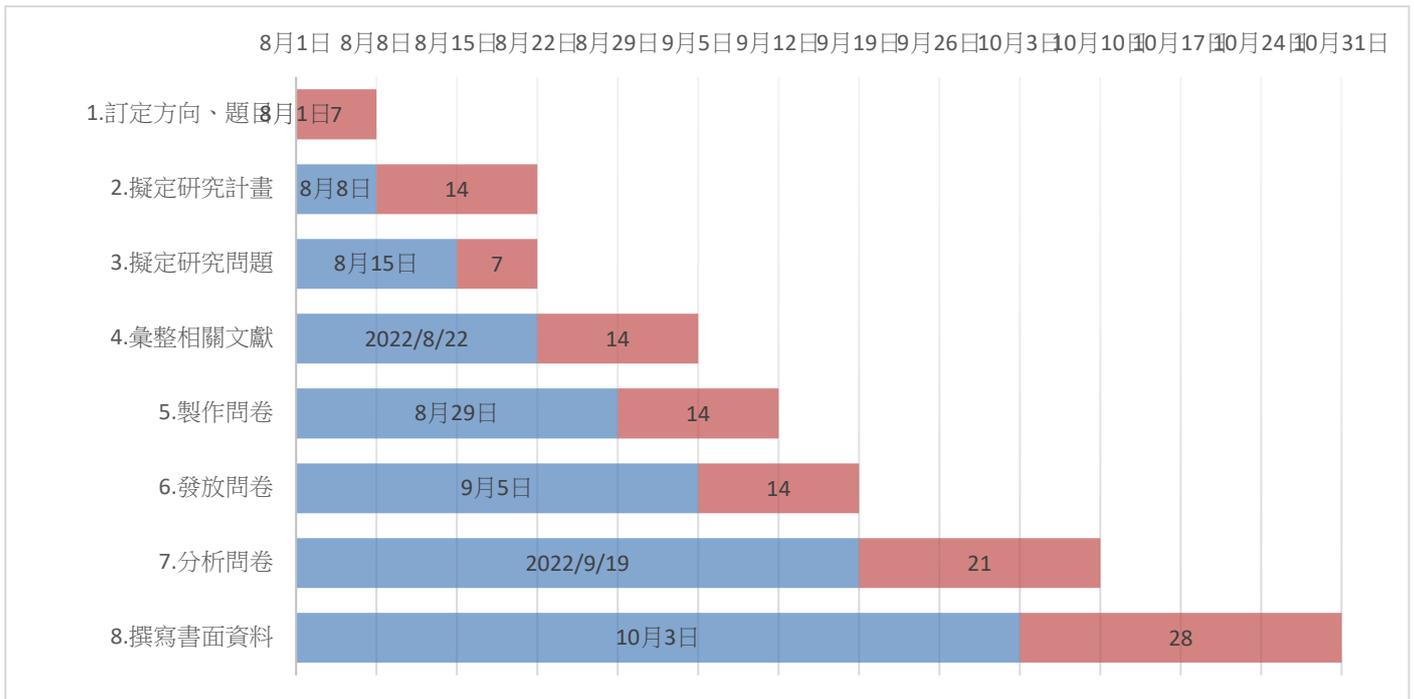
(3) Excel(分析作圖)：

我們利用 Excel 將表單結果的數據作成圓餅圖，並用圖表呈現分析

(二) 研究問題：

1. 歸納整理員林市的重要觀光景點
2. 調查分析員林人對於員林市觀光景點的認同感
3. 對於員林市觀光景點規劃給予建議

(三)工作進度表：



三、彙整相關文獻：

(一)員林市的自然地景與文化地景

地景(又稱景觀)是指地表上一切視覺可見的有形景物一般而言，有些地景是經由自然作用產生，有些則為人類利用資源造成的結果，前者可稱為「自然地景」，後者則稱為「文化地景」。

自然地景的定義:自然地景泛指自然作用創造的可見形象，例如：一般的天象、地質、地形、及動植物等。(何立德，2009)自然地景的概念多著重於對自然物質與作用的認識與探討，而文化地景方面，則多研究形塑地景背後的社會、文化、經濟、政治等驅動力。

文化地景的定義:具有某種文化偏好的人類社群，和他們所在的特殊自然環境背景之間交互運作下的一種具體的、有特色的產物，它是許多時期的自然演變和許多世代的人類努力的遺產。(Wagner and Mikesell, 1962)，自然地景的概念多著重於對自然物質與作用的認識與探討，文化地景方面，則多研究形塑地景背後的社會、文化、經濟、政治等驅動力。

一個地區的自然地景與文化地景通常容易成為該地為重要的觀光資源。故在本研究中我們與之列入重要的調查分析對象。

(二)員林市觀光產業的發展:

員林市位於彰化縣平原東南邊，以西為彰化隆起的海岸平原、海拔高度約為 24 公尺左右，有紅壤的分布，地質肥沃，又有八堡圳流經此地，故農業發達。以東與南投縣交界處有座百果山，為八卦臺地，地勢陡峭。其中，員林市屬於是南彰化的經濟和文化中心、彰化縣的第二個縣轄市(民國三十九年成立彰化縣政府，並劃區有 2 個縣轄市：彰化市、員林市)，在日治時期就非常繁華。現今有許多當時留下了許多建設，造就了員林市現今有相當多的古蹟與文化。

在商業方面，員林市是一直以來是南彰化美食文化與流行資訊的重鎮，商圈以光明街為主軸，與中山路、中正路等街道商店形態多元，美食資源豐富，加上小吃、飯店等商家林立，讓商圈巷道的純樸特質集結彰化縣內文化、藝術深厚的人文氣息。且員林街區因附近物品交易多元化，於是商鋪、醫院、旅館、飲食店、運輸公司行號林立，商況繁榮。商業一直以來也是員林市重要的產業活動。

員林市公所近幾年亦以其為主軸，努力推廣觀光產業，包含員林市的美食、蜀葵花田花季等活動，於此不遺餘力。

依此脈絡，員林市的商業活動以及美食文化所帶來許多的觀光效益，我們亦在本研究中列為研究的重點項目。

四、資料分析

本研究表單以員林市的各觀光景點為例，主要探討員林人的年齡分布對於員林市的環境體驗與認同度兩大面向，共同建構本研究架構。我們以 Google 表單進行問卷調查，剔除無效問卷(非員林人)，共收回了 622 份有效問卷，並以 Excel 軟體加以統計分析。

因本研究研究對象為「員林人」，我們所定義的員林人為員林為主要生活圈的人。其中在員林工作或就學者，即便不設籍在員林者

亦屬之。

問卷中我們將員林的觀光資源做了四項分類：自然資源(自然地景)、古蹟、美食、商圈(皆為文化地景)。而其中關於景點的選擇，我們找了員林比較著名的自然地景為舉例：

(1)自然資源：藤山步道是員林地區最具人氣的休閒步道。藤山步道全段由水泥鋪設舒適平緩且公共設施完善，鄰近有多條路線相接，難度非常低適合全家大小郊山健走。選擇「藤山步道」作為自然地景的舉例，是因在進出大小網站後，我們搜集了網友們的建議及官方推薦，總和了大家的旅遊經驗和想法，發現藤山步道一直為大多觀光客印象深刻的景點，坡度不陡的它吸引許多想散步的遊客到此參訪，這樣令人心曠神怡的景點也成了我們「自然地景的代表」。

(2)古蹟：關於文化地景，我們選擇了興賢書院(古蹟)。「興賢書院」座落於員林公園裡，其前身為文內的興賢社社學為員林地區最早的教育設施，是文建會評定的三級古蹟。選擇興賢書院作為古蹟舉例是因為其建設在員林公園內，組員從小去公園玩回家前，都會進興賢書院參拜。因此選擇我們最熟悉的它，作為「古蹟」的代表。

(3)美食：員林市為美食之都。各大網站以及社群平台都大肆競相報導關於員林的美食資訊：包含滷肉飯、牛肉麵、拉仔麵等。其中，蜜餞為員林自古以來的名產，因百果山的氣候和水土適合各種水果生長，產量多、品質好，集結各式各樣的水果發展出蜜餞。蜜餞作為「美食」的舉例是因為它是一代人心中的人員林特色，雖然其發展較其他沒落，卻不改在員林人心中的地位。

(4)商圈：關於商圈的部分，光明街是一個位於彰化縣員林市以光明街為中心的商圈，也是員林地區最重要的消費商圈，因其鄰近員林車站，以及客運站，所以對外交通十分便利。而選擇光明街作為

「商圈」的舉例是因為每逢週末，我們都會約著三五好友或家人一起去光明街逛街，不僅離住家近，也有琳瑯滿目的商品，成了我們閒暇時候的去處。因此以它作為「商圈」的代表。

在本問卷第三部分「員林特色」以及第四部分「對於員林景點的認同感」皆利用李克特五點量表做為選項。此部分皆用李克特量表採取五個等級的選項，從數值 1 表示強烈反對的態度（非常不同意）；強度 2 是（不同意）；3（既不同意也不反對）；4（同意）和 5（非常同意）等強烈有利的態度。

對於此表單的分析，我們分成兩部分，第一部分是依照題目去分析（即三個年齡層的數據），第二部分為各個年齡層的數據分析。

以下為本研究結果分析：

(一)基本資料：

1. 受訪者年齡：

表 1

幼年(14 歲以下 含)	309 人 (47.1%)
壯年(15 到 64 歲)	338 人 (51.5%)
老年(65 歲以上)	9 人(1.4%)

2. 受訪者是否居住在員林市：

表 2

是	525 人 (80%)
否	131 人 (20%)

3. 受訪者生活範圍（就業、就學）是否在員林市？

（此題為第二題投否的 131 人作答）

表 3

是	97 人 (74%)
否	34 人 (26%)

(二) 第一部分結果分析：

此部分為員林人，不分年齡對於員林市景點的喜愛度與認同感

圖表分析：

<p>下列何者最能代表員林的特色？</p> <table border="1"> <caption>圖 1 數據</caption> <thead> <tr> <th>特色</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>美食</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>自然觀光景點</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>古蹟</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>商圈</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>購物商圈</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 1</p>	特色	百分比	美食	83%	自然觀光景點	24%	古蹟	16%	商圈	10%	購物商圈	3%	<p>分析：對於下列何者最能代表員林的特色中三個年齡層在「員林的各種美食」中所佔的票數最多共 50%。而古蹟有 16%；自然觀光景點 24%；購物商圈 10%，購物商圈所佔的比例最少。</p>
特色	百分比												
美食	83%												
自然觀光景點	24%												
古蹟	16%												
商圈	10%												
購物商圈	3%												
<p>1. 員林的購物商圈很吸引你？(例如：光明街)</p> <table border="1"> <caption>圖 2 數據</caption> <thead> <tr> <th>反應</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常同意</td> <td>19.6%</td> </tr> <tr> <td>同意</td> <td>19.1%</td> </tr> <tr> <td>普通</td> <td>41.3%</td> </tr> <tr> <td>不同意</td> <td>12.2%</td> </tr> <tr> <td>非常不同意</td> <td>7.7%</td> </tr> </tbody> </table> <p>圖 2</p>	反應	百分比	非常同意	19.6%	同意	19.1%	普通	41.3%	不同意	12.2%	非常不同意	7.7%	<p>分析：此問題的結果顯示，大部分參與者認為員林的購物商圈對他們的吸引力普通，共佔了全部的 41.3%；有 19.6% 的參與者被員林購物商圈深深吸引，對它十分認同；19.1% 同意員林的購物商圈具一定吸引力；12.2% 不認同它的吸引力；7.7% 則對此表示非常不贊同。</p>
反應	百分比												
非常同意	19.6%												
同意	19.1%												
普通	41.3%												
不同意	12.2%												
非常不同意	7.7%												

呈第一題，你是否會推薦其他人來
員林的購物商圈？

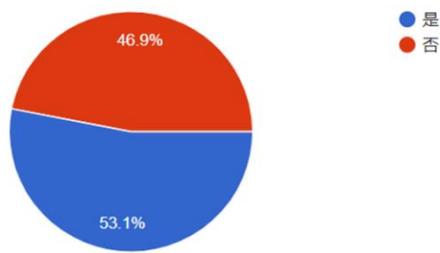


圖 3

53.1%的參與者願意推薦其他人來參訪員林的購物商圈，46.9%的人則不主動推薦。由此可知，大部分參與者對員林購物商圈表示認同。

2. 員林的自然地景很吸引你？(例如：藤山步道、百果山)

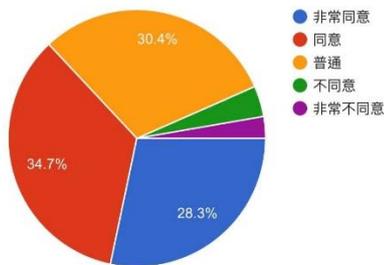


圖 4

分析：此問題結果顯示，同意自然地景吸引力的參與者有34.7%；普通的有30.4%；非常認同員林自然地景的參與者有28.3%；表達反面意見的（不同意、非常不同意）共有6.6%。由此結果可間接推論員林自然地景認同度大於員林購物商圈的認同度（正面回應較多）。

呈第二題，你是否會推薦其他人來
參訪員林的自然地景？

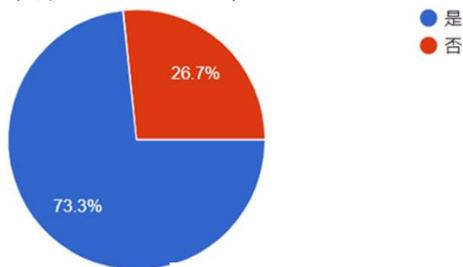


圖 5

分析：多數參與者願意向他人推薦參訪員林自然地景，共佔73.3%；而不認同則佔26.7%。推測大家對員林自然地景也普遍認同。

3. 員林的美食很吸引你？(例如：劉肉圓、夢幻三家、老周牛肉麵、北門肉粽、阿興拉仔麵)

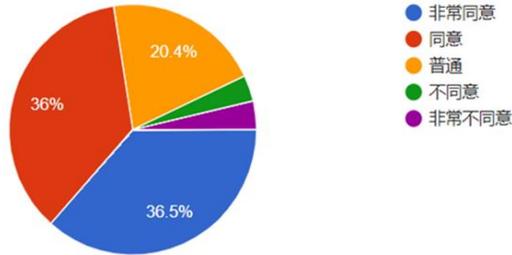


圖 6

分析：此問題結果顯示，被員林美食吸引的參與者所佔比例不小，非常同意佔 36.5%；回答同意的參與者佔 36%；意見中立的（普通）則有 20.4%；而不認同員林美食吸引力的（不同意、非常不同意）佔 7.1%。此結果與我們推測的結果相同。

呈第三題，你是否會推薦其他人來吃員林的美食？

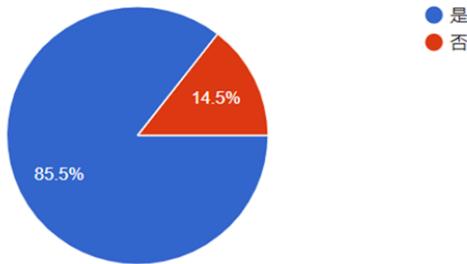


圖 7

分析：85.5%參與者表示樂意推廣員林美食；不主動推薦的則佔 14.5%。由此可知，員林美食受歡迎原因多為大家願意向外推廣的態度及效率。

4. 員林的古蹟很吸引你？(例如：興賢書院、員林神社)

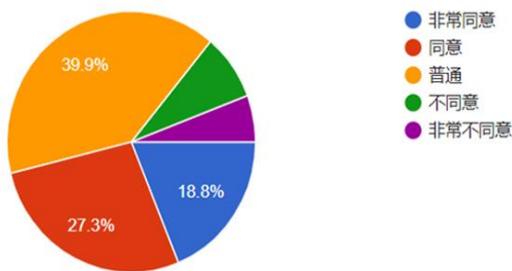


圖 8

分析：對員林古蹟認同問題表達中立的的比例大，有 39.9%；承認有吸引力的參與者佔 27.3%；非常同意員林古蹟有吸引遊客潛力的佔了 18.8%；不同意有 8.2%；非常不同意 5.8%。

呈第四題，你是否會推薦其他人來參觀員林的古蹟？

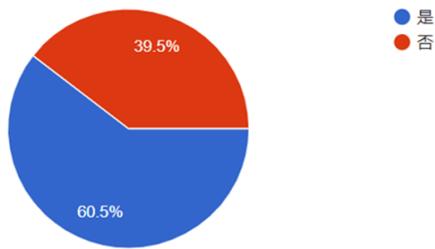


圖 9

分析：願意推薦其他人來員林古蹟的參與者佔 60.5%；反之有 39.5%。

員林的觀光景點你不會想主動去參訪？

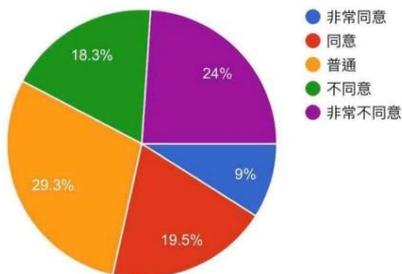


圖 10

分析：根據「員林的觀光景點你不會想主動去參訪」，本題屬於「負面題型」。而回答正面選項的大約有 42%（不同意、非常不同意），回答負面的選項則有大約 29%（同意、非常同意）而保持中立的選項則有 29%。

(三) 第二部分結果分析：

第二部分的結果分析，我們將員林人依照年齡分成三部分，企圖從不同年齡層當中找出異同。

1. 幼年人口：

下列何者最能代表員林的特色？

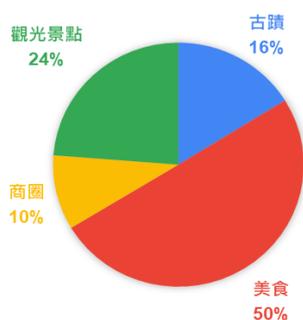


圖 11

分析：對於下列何者最能代表員林的特色中幼年人口在「員林的各種美食」當中所佔的票數最多共 50%；而古蹟有 16%；自然觀光景點 24%；購物商圈 10%，購物商圈所佔的比例最少。

1. 員林的購物商圈很吸引你？(例如：光明街)

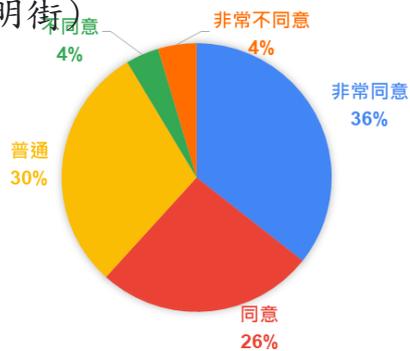


圖 12

分析：由圖可知，有 36% 的受訪者非常認同購物商圈的吸引力，有 26% 的受訪者認為購物商圈有一定的吸引力，而有 30% 的受訪者持中立意見，認為購物商圈無法吸引自己的受訪者共有 8%。

呈第一題，你是否會推薦其他人來員林的購物商圈？

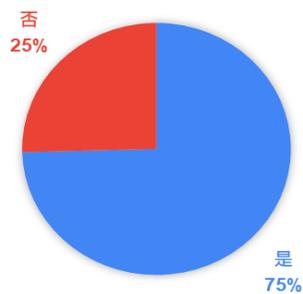


圖 13

分析：有 75% 的受訪者會推薦員林的購物商圈，而 25% 的受訪者並不會推薦。大部分受訪者願意推廣員林的購物商圈，可推論出員林的幼年人口對於本地的購物商圈有著極高的認同度。

2. 員林的自然地景很吸引你？(例如：藤山步道、百果山)

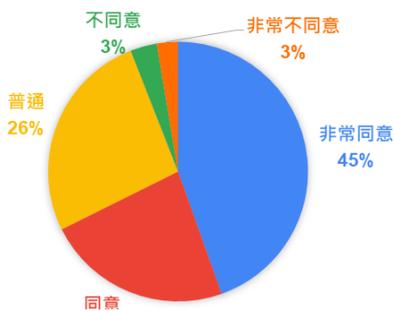


圖 14

分析：有 45% 的受訪者非常認同，有 23% 同意，認為普通的有 26%，認為不同意跟非常不同意的各有 3%。可看出認為自然地景能吸引自己的員林的幼年人口較多。

呈第二題，你是否會推薦其他人來參訪員林的自然地景？

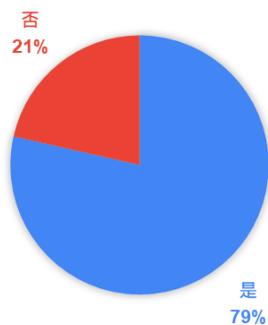


圖 15

分析：有 79% 的受訪者會推薦員林的自然地景，而 21% 的受訪者並不會推薦。大部分受訪者願意將員林的自然地景推薦給他人，可推論出員林的幼年人口對於本地的自然地景有著極高的認同感。

3. 員林的美食很吸引你？(例如：劉肉圓、夢幻三家、老周牛肉麵、北門肉粽、阿興拉仔麵)

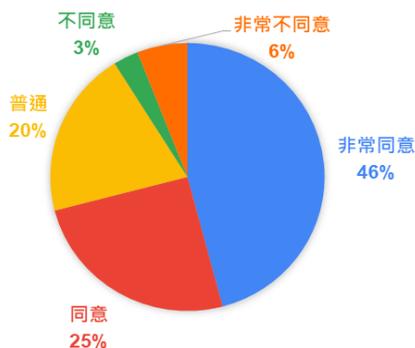


圖 16

分析：有 46% 的受訪者非常同意，有 25% 的受訪者認為同意，認為普通的有 20%，不同意的有 3%，非常不同意的有 6%。可看出多數的員林幼年人口認為在地的美食能吸引自己。

呈第三題，你是否會推薦其他人來吃員林的美食？

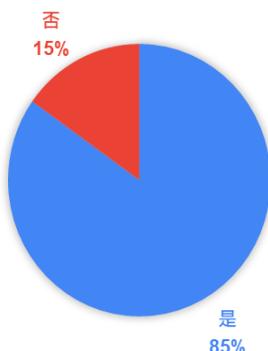


圖 17

分析：有 85% 的受訪者會推薦員林的美食，而 15% 的受訪者並不會推薦。大部分受訪者願意將員林的美食推薦給他人，可推論出員林的幼年人口對於當地的美食有著極高的認同感。

4. 員林的古蹟很吸引你？(例如：興賢書院、員林神社)

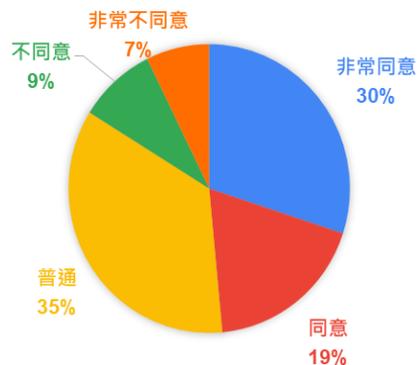


圖 18

分析：30%的受訪者非常同意，19%的受訪者認為同意，而認為普通的佔最多數共有 35%，不同意的有 9%，非常不同意的有 7%。

可看出員林的幼年人口認為員林古蹟吸引力普通的較多。

呈第四題，你是否會推薦其他人來參觀員林的古蹟？

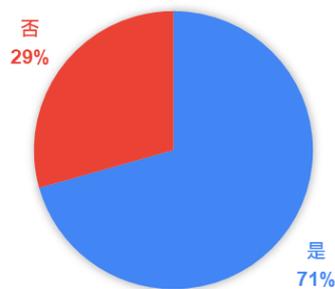


圖 19

分析：有 71%的受訪者會推薦員林的古蹟，有 29%的並不會推薦。

大部分受訪者願意將員林的古蹟推薦給他人，可推論出員林的幼年人口對於當地的古蹟有著極高的認同感。

5. 員林的觀光景點你不會想主動去參訪？

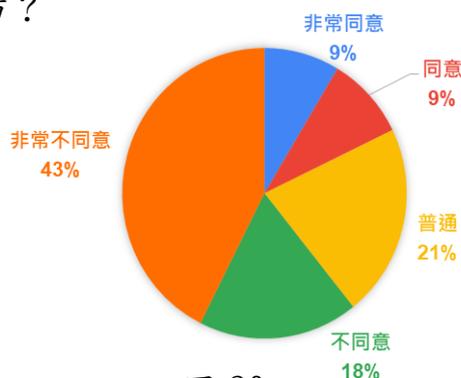
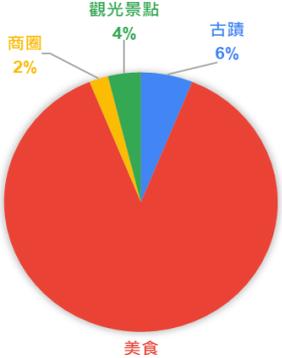
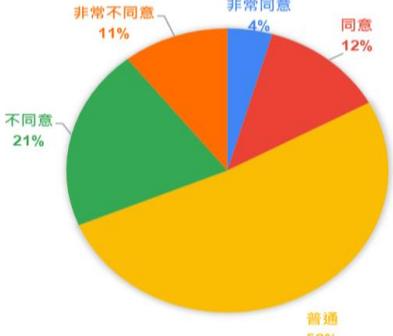
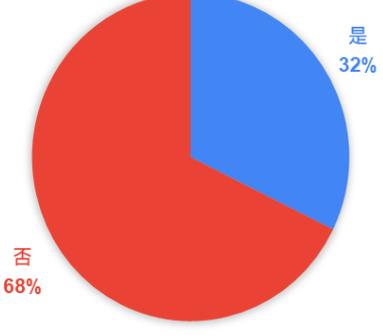


圖 20

分析：認為非常不同意的有 43%，不同意的有 18%，普通的有 21%，同意與非常同意的皆有 9%。

由於此題為反面問題，投非常不同意與不同意的佔多數，因此能看出較多的員林幼年人口願意主動參訪觀光景點。

2. 壯年人口圖表分析：

<p>何者最能代表員林的特色？</p>  <p>圖 21</p>	<p>分析：對於下列何者最能代表員林的特色中壯年人口在「員林的各種美食」當中所佔的票數最多共 88%；「員林的古蹟」6%；「員林的觀光景點」4%；「員林的購物商圈」2%。</p>
<p>1. 員林的購物商圈很吸引你？(例如：光明街)</p>  <p>圖 22</p>	<p>分析：員林購物商圈認同問題表達中立的比例最多，有 52%；承認有吸引力的參與者佔 12%；非常同意員林員林購物商圈有吸引遊客潛力僅佔了 4%；不同意則有 21%；非常不同意佔 11%。</p>
<p>呈第一題，你是否會推薦其他人來員林的購物商圈？</p>  <p>圖 23</p>	<p>分析：願意推薦其他人來員林的購物商圈的參與者佔 32%；反之有 68%；猜測因上述的原因導致員林有很大一部的人是不願意在員林消費的。</p>

2. 員林的自然地景很吸引你？(例如：藤山步道、百果山)

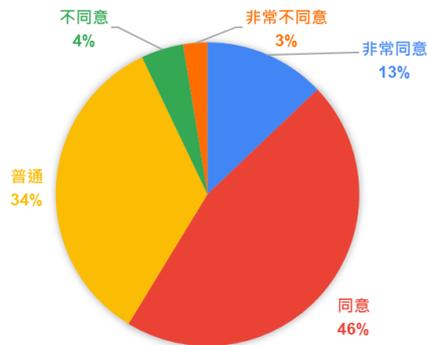


圖 24

分析：壯年人口結果顯示，非常同意自然地景吸引力的參與者有 13%；同意 46%；普通的則佔 34%；表達反面意見的（不同意、非常不同意）共有 7%

呈第二題，你是否會推薦其他人來參訪員林的自然地景？

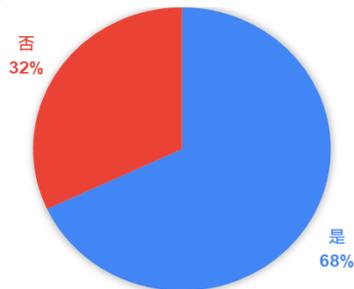


圖 25

分析：多數參與者願意向他人推薦參訪員林自然地景，共佔 68%；而不認同則佔 32%。推測大家對員林自然地景也普遍認同。

3. 員林的美食很吸引你？(例如：劉肉圓、夢幻三家、老周牛肉麵、北門肉粽、阿興拉仔麵)

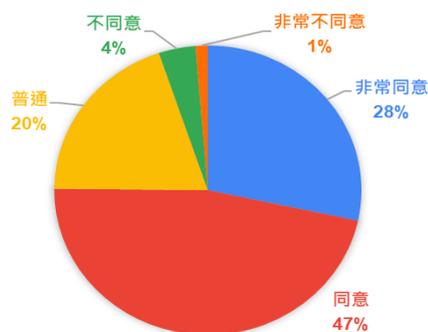


圖 26

分析：壯年人口結果顯示，被員林美食吸引的參與者所佔比例不小，回答正面（非常同意、同意）的比例佔了 75%；意見中立的（普通）則有 20%；而負面的比例（不同意、非常不同意）則僅佔 5%

呈第三題，你是否會推薦其他人來吃員林的美食？

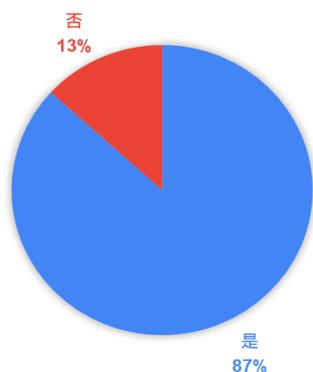


圖 27

分析：7%參與者表示樂意推廣員林美食；不主動推薦的則佔 13%；有此可知，大家對於員林美食是有自信的，樂意推薦外地人來。

4. 員林的古蹟很吸引你？(例如：興賢書院、員林神社)



圖 28

分析：對員林古蹟認同問題表達正面（同意、非常同意）的比例大，有 45%；中立佔 44%；反面（不同意、非常不同意）則佔 11%

呈第四題，你是否會推薦其他人來參觀員林的古蹟？

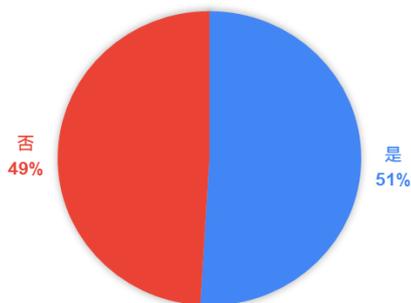


圖 29

分析：願意推薦其他人來員林古蹟的參與者佔 51%；反之有 49%；

5. 員林的觀光景點你不會想主動去參訪。

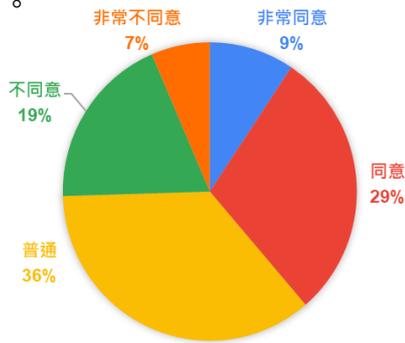


圖 30

分析：認為非常不同意的有 43%，不同意的有 18%，普通的有 21%，同意與非常同意的皆有 9%

3. 老年人口的圖表分析：

下列何者最能代表員林的特色？

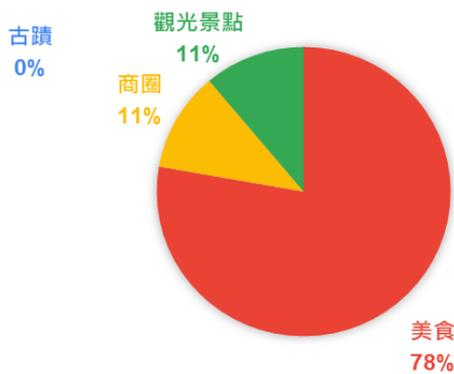


圖 31

分析：觀光景點佔 11%，購物商圈佔 11%，而美食比例最高，佔了 78%，古蹟則不被長輩認為可以代表員林特色，所佔比例為 0%。

1. 員林的購物商圈很吸引你？(例如：光明街)



圖 32

分析：長輩們對購物商圈認同表示同意的佔 11%，非常不同意的同樣有 11%，普通為最多數，佔有 78%，不同意及非常同意皆為 0%。

呈第一題，你是否會推薦其他人來員林的購物商圈？

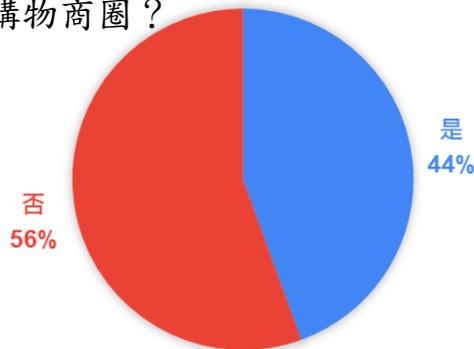


圖 33

分析：願意向外推廣購物商圈景點的老年人佔 44%，而大部分參與者則不主動推廣，佔了 56%。由此可見對於購物商圈景點大家表達出較不認同，因此推廣較不積極。

2. 員林的自然地景很吸引你？(例如：藤山步道、百果山)



圖 34

分析：老年人對自然地景的認同度為：非常同意 11%，佔比最大的同意有 45%，普通佔 33%，非常不同意則佔 11%，有 0%不同意。

呈第二題，你是否會推薦其他人來參訪員林的自然地景？

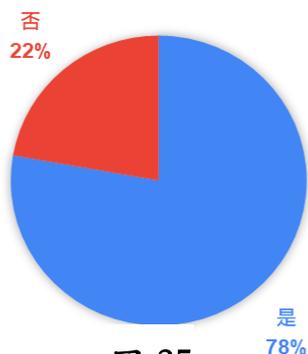


圖 35

分析：樂意幫助推廣活動參與者佔 78%，不樂意的則有 22%，推測與購物商圈相比較受長輩認同。

3. 員林的美食很吸引你？(例如：劉肉圓、夢幻三家、老周牛肉麵、北門肉粽、阿興拉仔麵)

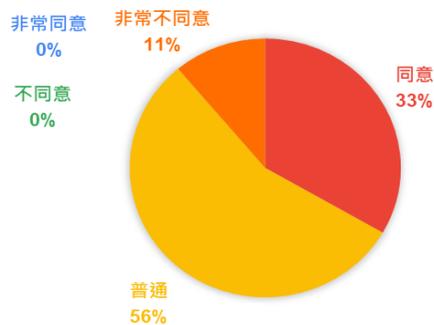


圖 36

分析：對於員林美食認同感，表示同意的佔 33%，中立的佔 56%，非常不同意則有 11%，非常同意及不同意皆為 0%。

呈第三題，你是否會推薦其他人來吃員林的美食？)

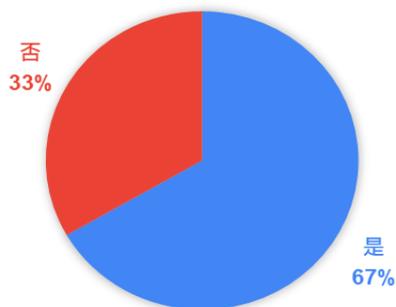


圖 37

分析：願意向他人推薦員林美食的參與者佔 67%，不願意者佔 33%。

4. 員林的古蹟很吸引你？(例如：興賢書院、員林神社)

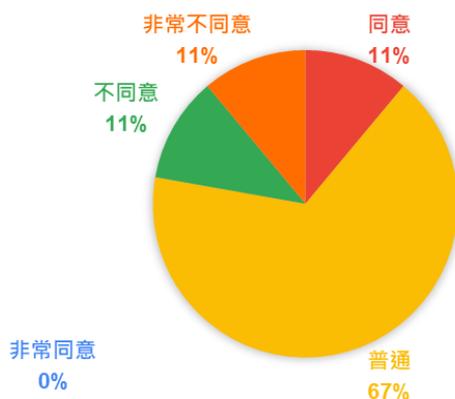


圖 38

分析：對於員林古蹟認同感，表示同意的佔 11%，中立的佔 67%，非常不同意則 11%，不同意 11%非常同意為 0%。

第四題，你是否會推薦其他人來參觀員林的古蹟？

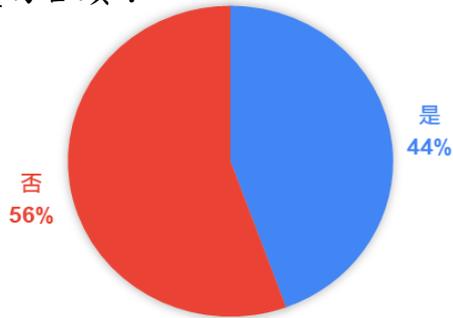


圖 39

分析：願意向他人推薦員林古蹟的參與者佔 44%，不願意者佔 56%。

5. 員林的觀光景點你不會想主動去參訪？

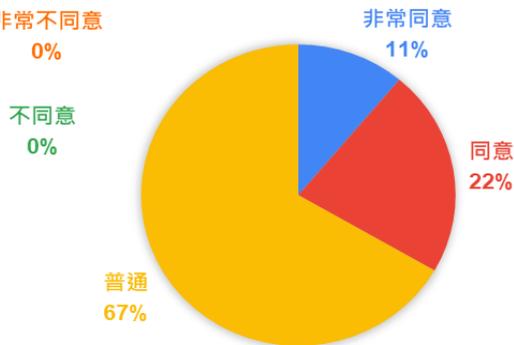


圖 40

分析：認為非常不同意及不同意者有 0%，普通的有 67%，同意有 11%與同意的 22%。

五、研究結果與討論：

(一)員林人對員林景點喜愛與認同分析：

在「員林的觀光景點你不會想主動去參訪」(圖 10)中，三個年齡層回答正面選項共有 42%，中立有 29%，負面選項共有 29%；得出員林的大多數人還是會主動想要去參訪員林的觀光景點，推測是因為員林畢竟是自己家鄉，對員林更是多了一份參訪的熱忱。

在三個年齡層分析中可以從「何者最能代表員林的特色」圓餅圖(圖 1)發現三個年齡層在「美食」中比例佔了最多，總共佔了 83%，所以得出各個年齡層都覺得「美食」是最能代表員林的特色，而其他的商圈、古蹟、自然觀光景點的比例明顯表現相對於「美食」遜色，

推測其原因是「吃」對每個人來說是生活每天的必需，而對於員林人，「員林的美食」自然成為大家最常接觸到的，也因為許多網路或是電視的推廣，讓員林美食能夠遠近馳名。員林美食不僅僅是在地人的回憶，更是外地人造訪員林的理由。

在「員林購物商圈很吸引你」(圖 2)當中，三個年齡層給出的答案在「普通」的選項佔了最多，總共 41%，得出大家對於「員林購物商圈」的吸引力大部分都保持中立，推測是因為員林購物商圈並沒有多元化的選擇，因此讓消費者覺得員林的購物商圈逛來逛去也只有那些販賣日常生活用品的小店或是一條關了許多家店的小街，讓這些員林人對於購物商圈的吸引力稍弱了些。

而在「是否會推薦其他人來員林的購物商圈」(圖 3)中，會推薦的比例 53%略勝於不會推薦的 47%，這與上述員林人對於購物商圈的吸引力「保持中立」的結果產生了小矛盾。而員林人為什麼覺得購物商圈的吸引力普通又會推薦其他人來呢?推測是因為雖然員林人覺得員林的購物商圈沒有吸引力，但如果外地人來造訪，員林人也會抱持著想帶他們去逛街或購物的想法，讓來員林的外地人又多了一個造訪的地點。

在「員林的自然地景很吸引你」(圖 4)當中，三個年齡層給出的答案在「同意」與「非常同意」的選項佔了最多，總共 63%，得出大家對於「員林的自然地景」的吸引力大部分都感到認同，推測是因為員林人平日的休閒活動大部分都是去健行或爬山等的戶外自然地景中活動，所以「員林自然地景」是否有吸引力對於大部分的員林來說是感到認同的。

而在「是否會推薦其他人來參訪員林的自然地景」(圖 5)中，會推薦的比例 73%勝於不會推薦的 27%。得出大部分的員林人會推薦外地人來造訪自然地景，這與上述的大部分員林人認同自然地景是相符的，推測是因為這些自然地景對員林人來說是假日的休閒去處，帶給了他們假日的放鬆以及樂趣，所以他們也同樣會推薦外地

人來參訪。

在「員林的美食很吸引你」(圖 6)當中，三個年齡層給出的答案在「同意」與「非常同意」的選項佔了最多，總共 73%，得出大家對於「員林美食」的吸引力大部分都感到認同，推測是因為員林有各式各樣的美食供員林人選擇，不僅有員林有名的蜜餞以及肉圓、拉仔麵等等的各式小吃；員林美食中異國料理的多樣性選擇也不在話下。所以員林人普遍都認同員林的美食。

而在「是否會推薦其他人來吃員林的美食」(圖 7)中，會推薦的比例 53%勝於不會推薦的 47%，這結果符合上述的員林人認同美食是具有吸引力的，推測是因為根據上述的分析我們發現員林的美食是最能代表員林的特色，而外地人造訪員林也會品嚐最具員林特色的「美食」。

在「員林的古蹟很吸引你」(圖 8)當中，三個年齡層給出的答案在「普通」的選項佔了最多，總共 40%，得出大家對於「員林古蹟」的吸引力保持中立的多。推測是因為大家對於員林古蹟的熟悉度並沒有很廣，員林的古蹟也不是隨處可見，甚至大家印象中的古蹟也只有那一兩個。員林古蹟是否有吸引力對我們員林人來說大家普遍並沒有很認同。

而在「是否會推薦其他人來參觀員林的古蹟」(圖 9)中，會推薦的比例 60%竟勝於不會推薦的 40%，這明顯與上述員林人對於員林古蹟的吸引力保持中立有矛盾，明明員林人覺得古蹟沒那麼有吸引力，為什麼又會推薦外地人來參觀「員林的古蹟」呢？本題與上述「購物商圈」有相同的矛盾，員林人也覺得購物商圈的吸引力普通而大部分的員林人卻又會推薦外地人去。推測是因為可能推薦他們去參觀員林古蹟的目的與上述的「購物商圈」相同，既然外地人都已經來造訪員林了那不如也帶他們去逛逛員林幾個比較著名的古蹟，讓他們多一個參訪觀光地景的選擇。

(二)不同年齡層對於員林市景點喜愛與認同分析

1. 幼年人口:

在「員林的觀光景點你不會想主動去參訪」(圖 20)中,以「普通」佔了最多,其次是「同意」,得出壯年人口普遍都對於想不想主動去參訪,保持了中立,不難看出普遍的幼年人口認為「員林的觀光景點」並沒有吸引力,推測是因為幼年人口並沒有對員林觀光景點有深入的了解,沒有常常去接觸或參訪。

幼年人口在「何者最能代表員林的特色」(圖 11)中是以「美食」的比例最高,共 50%,而比例最低則是 10%的「商圈」,推測幼年人口的「商圈」比例最低是因為幼年人口並非消費的主力,因此並不會對購物或是消費有很大的貢獻或是動力。

在幼年的圓餅圖裡問到「員林的購物商圈很吸引你」(圖 12)中幼年人口給出的答案在「非常同意」的選項佔了最多,共佔 36%,得出幼年人口對於「員林購物商圈」的吸引力大部分都感到認同,但卻與上述「何者最能代表員林的特色」不符,明明上述的「購物商圈」比例佔最低,但到了「何者最能代表員林的特色」圖表中比例卻是四個中最低的,推測是因為員林的幼年人口可能覺得員林的購物商圈很吸引他們,但卻不認為購物商圈是最能代表員林的特色。

2. 壯年人口:

在「員林的觀光景點你不會想主動去參訪」(圖 30)中,以「普通」佔了最多,其次是「同意」,得出壯年人口普遍都對於想不想主動去參訪,保持了中立,不難看出普遍的壯年人口認為「員林的觀光景點」並沒有吸引力。壯年人口是觀光效益的主力,所以推測是因為員林的面積狹小,經濟觀光類的發展也並沒有均衡發展,導致帶來的觀光效益並不高。

壯年人口的分析如下,壯年人口在「何者最能代表員林的特色」(圖 21)中是以「美食」的比例最高,共 88%,比例最低的是「商圈」

僅有 2%，推測是因為壯年是人口中主要的消費主力，而員林因為缺乏了百貨公司或是大型購物商場等消費地點，也減少了壯年人口在員林購物商圈消費的意願。

在壯年的圓餅圖裡問到「員林的購物商圈很吸引你」(圖 22)中壯年人口給出的答案在「普通」的選項佔了最多，共佔 52%，得出大家對於「員林購物商圈」的吸引力大部分都保持中立，推測是因為員林的商場建設不足導致壯年人口的消費力減弱。

3. 老年人口：

在「員林的觀光景點你不會想主動去參訪」(圖 40)中，以「普通」佔了最多，其次是「同意」，得出老年人口普遍都對於想不想主動去參訪，保持了中立，不難看出普遍的老年人口認為「員林的觀光景點」並沒有吸引力。推測是因為老年人口的活動並沒有幼年或是壯年旺盛，導致老年人的觀光效益不高。

老年人口在「何者最能代表員林的特色」(圖 31)中也是以「美食」的比例最高，共 78%，而古蹟的部分為 0%，推測是因為老年人對於員林的古蹟並沒有太多了解或是對古蹟有很大的興趣，因此不認為古蹟代表員林特色。

在老年的圓餅圖裡問到「員林的古蹟很吸引你」(圖 38)中老年人口給出的答案在「普通」的選項佔了最多，共佔 62%，得出老年人口對於「員林古蹟」的吸引力大部分都保持中立，比例最低的是「古蹟」為 0%，推測是因為員林較著名的古蹟為興賢書院，而會去興賢書院參拜的大多為考生，即使老年人有拜拜的習慣，也較常在住家附近的廟宇或者自家的神明廳。

(三) 規劃建議：

根據以上的結果與分析，對於員林市的觀光景點我們給予以下幾點建議：

1. 美食不論在各年齡層都是最有認同感、最具代表性也最喜愛的，所以美食在這部分應多規劃，例如可以加強員林美食的宣傳，請名人或新聞媒體的推廣與介紹，可以讓更多的外地人瞭解員林最具代表性的美食，也可順便帶來觀光效益。
2. 自然地景在三個年齡層中認同度也都不錯，員林或許可以多舉辦自然地景中的活動，或是舉辦花季讓有花季和活動的日子可以人潮滿滿，不僅僅是讓本地人可以多一個休閒去處，也讓外地人知道原來員林有這麼一個好玩的觀光景點。
3. 商圈在壯年人中應是消費主力，但從分析中卻顯示壯年人口對於員林的商圈認同度並不高，並有許多人是並不推薦外地人來參訪，建議員林市公所應多思考如何把消費主力留在員林而不是外流。員林可以購物商圈的的規模擴大或是增設百貨公司並給出福利，讓員林人願意在員林消費的意願大於別的縣市。
4. 古蹟在三個年齡層當中吸引力並不高，可是卻願意推薦其他人來才參訪，可見其實員林人對於古蹟還是有認同度的，只是不想主動去參訪而已。可以積極推廣古蹟的歷史發展或是故事，讓大家更了解原來員林的古蹟是一個那麼有故事的觀光景點。

六、評鑑與檢討：

(一) 研究動機部分：

原本研究者是想以彰化縣為研究主題，卻因為範圍過大，且對其他鄉鎮較不熟悉，經過組員及指導老師的再三討論，把主題縮小到研究者的家鄉——員林市。

(二) 擬訂正式計畫、研究問題及工作進度表的部分：

研究者在擬定研究問題的時候，遲遲想不出延續研究內容的關鍵，直到進行一部份調查，才慢慢找出研究的主軸，並訂定出最貼近的問題。

(三) 彙整相關文獻部分：

當初在彙整文獻的時候參考了網站上的資料，因不能照抄，所以將文字加以修飾，但須較高的文學造詣，且須了解網站上的文字內容，而擷取有效資訊並換句話說對研究者來說有一定的壓力。

（四）資料分析部分：

因研究者沒有數據統計的經驗，曾一度在數據分析的部份卡關，詢問了指導老師後，了解了 Excel 方便的統計功能，這讓從前並不清楚此系統的研究者獲益良多。

（五）研究結果與討論部分

由於老年人口樣本數據較少，讓研究者不禁推想其原因，而最終推測出使老年人口填寫的問卷量不多的原因可能與「長輩對 3C 產品的使用度」有關，不善使用 3C 產品的長輩將影響對此研究的參與度，進而使數據比例較低；研究者未來若欲進行相關研究，可以紙本問卷代替線上問卷供年長者作答，並到長輩參與度較高的地方發放，如社區大學或公園等，以提高收集數據的效率及數量。

另外，因問卷蒐集資料的方式有所限制，故只從問卷當中難以得知研究對象喜愛在地觀光景點的具體原因以及對於觀光景點的建議。在後續研究的部分宜再加入質性訪談，以便更深入了解員林人對於在地觀光景點的想法。

七、參考資料：

員林市公所

<https://town.chcg.gov.tw/yuanlin/00home/index03.aspx>

百果山

https://town.chcg.gov.tw/files/%E7%99%BE%E6%9E%9C%E5%B1%B102_58_1090314.pdf \

員林導遊網站

<https://zh.wikivoyage.org/zh-tw/%E5%93%A1%E6%9E%97>

國家教育研究院辭書

<https://pedia.cloud.edu.tw/Entry/Detail/?title=%E5%9C%B0%E6%99%AF&search=%E7%95%B6%E5%9C%B0%E6%99%AF%E8%89%B2>

台灣地景保育網

http://140.112.64.54/zh_tw/Knowledgelandscape/%E5%9C%B0%E6%99%AF%E5%A4%9A%E6%A8%A3%E6%80%A7-40486765

地景多樣性與地景保育

<https://ejournal.stpi.narl.org.tw/sd/download?source=9807/9807-03.pdf&v1Id=2E40C1C0-5FA2-4B27-BC42-2C2BCB262877&nd=0&ds=0>