

## 壹、前言

台南縣溪河縱貫，蘊含豐沛生命力，水庫湖泊數量居全台之冠，特殊的水庫集群地理景觀，除了具有防洪發電功能，優質的山水美景，更成為台南縣獨特的觀光遊憩資源，深具發展潛力。台南縣對於觀光發展及休閒產業的推動也不遺餘力，自九十二年開始，積極推動及建請中央於台南縣東部的平原、丘陵、山區範圍劃設成立國家級風景區（概略範圍約是北至台南白河鎮、嘉義大埔鄉，東至南化鄉，南至左鎮鄉、新化鎮，西臨第二高速公路及烏山頭風景區），努力推動劃設至今，於 94 年 10 月 19 日於經建會會議中原則通過「西拉雅國家風景區」之設置，並於 94 年 11 月 07 日提院審查定案，依據發展觀光條例及國家風景區管理規則於 94 年 11 月 26 日由總統親自掛牌成立「西拉雅國家風景區」管理處，並將管理處辦公室暫設置烏山頭風景區內。

西拉雅國家風景區跨越台南縣及嘉義縣，大略由國道三號與省道台三線構成本風景區內之縱向交通路線，而行政區則涵蓋台南縣左鎮鄉、楠西鄉、大內鄉、山上鄉、玉井鄉及嘉義縣大埔鄉全鄉，以及台南縣白河鎮、新化鎮、新市鄉、善化鎮、官田鎮、六甲鄉、柳營鄉、東山鄉、南化鄉部分區域，共計 15 個鄉鎮。陸域面積 88,070 公頃，水域面積 3,380 公頃，合計面積約 91,450 公頃，為典型的水庫風景區，且為台灣第十三個「國家級」風景特定區。西拉雅國家風景區主要包括曾文系統、左鎮系統、關子嶺系統、烏山頭系統、虎頭埤系統，其五遊憩系統內各有不同的觀光資源類型。

就水資源來看，西拉雅國家風景區由北至南有各具特色的鹿寮、白河、曾文、尖山埤、烏山頭、虎頭埤、鏡面等七座水庫。其中位於曾文溪上游的曾文水庫，壩高 133 公尺，是全台最大水庫，景觀壯闊秀麗；橫跨官田、六甲、東山的烏山頭水庫，湖光山色相映成趣，水庫大壩是世界僅存國寶級「沖淤式土石壩」，由日籍技師八田與一設計，民國 19 年啟用至今依舊肩負著灌溉重任，為全世界三大水利工程之一；虎頭埤水庫是全台最悠久的水庫，兩年前經縣府重新整修，波光粼粼，展現不同風貌，今年再新增太陽能船等，讓新賣點促銷老景點；尖山埤水庫因台糖投資興建的江南渡假村，現已成為熱門住宿景點，觀光客明顯增加；另外還包括白河、鹿寮水庫，也都是水色宜人，深具觀光發展潛力。而就溫泉資源方面，區內有關子嶺泥泉、六重溪溫泉、龜丹溫泉、水澆溫泉等，在國內溫泉的特性與遊客評價中，「關子嶺泥泉」除了是全國獨一無二的泥泉外，與陽明山溫泉、北投溫泉、四重溪溫泉並列為台灣四大溫泉。

此外，西拉雅國家風景區內尚有重要的考古文物，包含有菜寮溪化石、六甲水流東化石、六重溪河床化石等，其中「菜寮溪化石」更是以發現全國最古老人類化石—「左鎮人化石」而著稱，並在地質上有「草山月世界」獨特的青灰岩惡地之地形最具代表性。而就西拉雅文化之發展淵源，本區內包含白河六重溪、東山吉貝耍、官田番仔田、大內頭社

等幾個重要的歷史部落，以及保有眾多保存完好的平埔公廨更讓本區的「西拉雅文化」深具代表性，不僅為平埔族文化發源地，同時所保有的傳統西拉雅族的夜祭儀式活動、走鏢運動更是為著名。而就本區的產業方面，除白河蓮子、東山龍眼及洋香瓜、玉井芒果、官田菱角等著名產品，各鄉鎮還依節令配合舉辦白河蓮子節、南寮椪柑節、走馬瀨牧草節、梅嶺梅花祭等地方節慶活動；加上現有的烏山台灣彌猴保護區、大內走馬瀨農場，以及別具歷史意義的鹿陶洋江家古厝、台南古水道等人文與生態的觀光景點，皆深具旅遊潛力。

西拉雅國家風景區包含五個子旅遊系統，其中關子嶺遊憩系統包括白河鎮、東山鄉為系統範圍，旅遊資源眾多含蓋白河水庫、鹿寮水庫、大凍山系、關子嶺溫泉...等。具溫泉、廟宇及風景等各類文化及宗教觀光型之遊憩活動。目前關子嶺地區富含眾多餐飲住宿地點，極適合開發為國外觀光客旅遊地點。

然而，觀光遊憩事業的推動與開發，自規劃設計到開發完成後的經營管理，每個階段均以滿足遊客、維持高品質的遊憩環境為目標，而觀光遊憩規劃目的，即在開發一處可滿足遊客需求之遊憩環境，因此，風景區從規劃細部設計到經營管理的過程，無論在開發前的遊憩需求分析，進而提供決策者與規劃者評估開發類型、開發規模、開發設施數量及開發效益，抑或是開發完成後的評估檢討，以瞭解實質規劃與其經營管理策略有無需要修正，在遊憩需求之研究上均扮演著重要角色。遊憩需求之相關研究中，遊憩需求與意向分析，即代表著旅遊品質的維持概念。遊憩需求與意向分析之意義與分析目的，在於規劃初期之基地分析中，透過對於遊客的動機、偏好、決策行為與意向等影響遊憩之因素進行分析，以瞭解個人參與遊憩活動之需求，或所偏好之遊憩類型，進而協助決策者與規劃者，提供確實的遊憩機會，一方面有助於提昇滿意度一方面亦可避免供非所需而造成的資源誤用。

為能進一步掌握遊客動向、瞭解遊客需求，平衡遊客及遊憩資源間的供需狀態，以永續經營方式確保風景區之自然生態與遊憩品質，故而需利用現有風景區之旅遊現況調查，作為開發目標與經營管理策略之修正，進一步提昇遊憩區的吸引力與遊憩品質。

## 貳、關子嶺旅遊風景區介紹

關子嶺遊憩系統，轄區內重要觀光據點為關子嶺風景區、白河水庫、鹿寮水庫、水火同源、大仙寺、六重溪溫泉、永安高爾夫球場、仙湖休閒農場等。關子嶺水火同源及特有的泥漿溫泉，白河荷園，小舟滿載蓮花輕唱採蓮謠，東山登山健行與生態觀光，溫泉養生、水庫休憩與蓮花產業體驗的勝地。



圖 1 關子嶺遊憩系統

資料來源：<http://www.siraya-nsa.gov.tw/welcome.aspx> (交通部觀光局西拉雅國家風景區)

## 一、產業觀光資源

### 1. 蓮花公園

位於玉豐里頂山仔腳部落北側的蓮花公園，佔地約四公頃多，內有連綿一片的蓮花池及多樣植栽，民國八十五年建造賞蓮亭後，相關設施均是依照自然生態所規劃，兼具園林教學之功能又景色宜人。是到白河賞蓮的遊客必去景點。

### 2. 觀光民宿果園(白河陶坊)

白河陶坊位於白河鎮東北角，為當地藝術家林文嶽所成立的蓮花藝廊，內部設施相當古樸，且不時可聽到潺潺的流水聲，在這裡可以自己彩繪蓮衣及玩陶，享受創作的樂趣。

### 3. 六溪影城

位於白河鎮六溪里，佔地約兩公頃，創建於民國八十年，影城內的主要建築為台灣光復初期的傳統建築，迄今仍保有古早味商店街、廣場及各項電視劇場景。目前已有位林務局先生買下，將此地結合鄰近觀光資源，重新打造成當地重要觀光景點。

#### 4. 東山咖啡

日據時代日本人看台灣氣候土壤適合栽植咖啡，遂自國外引進「阿拉比卡」，於 1941 年台灣種植，由於品質風味絕佳，造成咖啡在台灣的全盛時期，而近十年又因受到國人青睞，打響東山咖啡的知名度，已成為國人喝咖啡賞景的重要據點。

## 二、自然觀光資源

#### 1. 白河水庫

位於白河鎮東側，急水溪上游之溪谷上，原建設是為解決白河及東山農田灌溉及居民飲水問題而興建。現今因集水區山坡地過度開發，導致水庫淤積嚴重，使得其功能減弱，但水庫中林木蒼翠、風光宜人、綠草如茵，仍是郊遊烤肉的好去處。

#### 2. 鹿寮水庫

位在白河鎮與嘉義縣交界處，水庫集水區內群山環繞，景色宜人。但目前因安全考量並未對外開放，因此環境生態保存得相當完整，有豐富的鳥類及生物棲息，冬季時有數十種候鳥前來避冬，是一極佳的賞鳥地點，且夏季時集水區周邊隨處可見螢火蟲，因此是一個親近自然的好據點。

#### 3. 竹仔門綠色隧道

白河現今擁有的綠色隧道共有二條，皆以竹門為出發點，一通往昇安(南 92-1 線)，一通往玉豐(南 90 線)，隧道兩旁主要都是老芒果樹群，與其他地區的綠色隧道比較起來，竹仔門綠色隧道因兩旁的蓮田相鄰而顯得更具特色。內部還設有自行車車行路線，道路鋪面還使用紅地磚讓單車與汽車分道而行，讓遊客可以安全且悠閒地欣賞地方美景。

#### 4. 蓮埤

蓮埤位在白河鎮西北方，南 86 鄉道與 165 縣道交會處之東側，整體面積約 10 公頃，過去生長許多野生蓮花，因而成為周邊窮苦居民的生計來源。

#### 5. 關子嶺泥漿溫泉

白水溪由東向西流貫，使得溫泉區形成三個流階地形，而溫泉老街則位在低階台地，道路兩旁有許多從日據時代經營至今的溫泉旅館，這類型的旅社大多保有榻榻米的住房，

設備雖舊，卻有思古懷幽之情。

#### 6. 紅葉公園

位在關子嶺地區之右側山坡上，因遍植香樹、槭樹、櫻花...等紅葉種植而得名，園區內有日治時期所種植的五株高大的老楓樹，每年入秋時分，園內一片火紅，景緻相當迷人。

#### 7. 嶺頂公園

嶺頂公園在溫泉老街區上方，位在高階台地，東側連接新興的溫泉商圈。早期日本人將地開闢為小型的高爾夫球場，現今為小型公園，公園面積雖不大，但花木扶疏、景色宜人。

#### 8. 寶泉公園

跨越了警光山莊旁的寶泉橋，可見到關子嶺溫泉的源頭以及簡單的公園設施，設置有休憩步道、平台等，並連結至新好漢坡，是關子嶺舊溫泉區的一個小型休憩據點。其重要的意義在於關子嶺的溫泉頭位於此，也是當地各人行步道的節點。

#### 9. 好漢坡

175 縣道上的芳谷溫泉旅社旁，有一連接至嶺頂公園的石階迄今已有七、八十年歷史，古稱三百階，又稱三百棧，是日本人為了復健、鍛鍊傷兵而建造的。此地可飽覽關子嶺風光，且可考驗遊客體力及耐力的遊憩景點。

#### 10. 新好漢坡

新好漢坡路線，全長一五八公尺，由舊有荒廢步道加上整修而成，減少對自然環境的破壞，入口處位於關子嶺寶泉公園上方，沿山勢蜿蜒直上至南 175 線自來水廠附近，坡度不陡，適合老中青攀爬，沿途風光明媚、林相豐富。

#### 11. 水火同源

又稱水火洞，因岩縫中會噴出火焰而得名。此區地下深處之岩層蘊藏天然氣，又因六重溪斷層通過，岩層則發生地殼變動形成摺曲，而岩層破裂使得地下深處的天然氣便沿著岩層而上移，形成今日水中有火，火中有水的奇景。

#### 12. 碧雲寺

為縣定三級古蹟，位在山腰上，背倚枕頭上，面向嘉南

平原。碧雲寺整棟建築以大理石鋪設，使得該寺顯得神聖莊嚴，寺內供奉觀音菩薩，後殿是大雄寶殿，廟屋飛簷及樑柱處處雕龍畫棟

### 13. 大仙寺

大仙寺總面積 60 餘頃，為台灣少見的大寺廟，是昔日南台灣的佛教中心，寺廟內部有正殿、觀音寶殿、三寶殿，右側有地藏殿、安壽堂和延壽堂。每年農曆四月初八浴佛節都會舉行甘茶浴活動。

### 14. 大凍山步道

大凍山標高 1234 公尺，為台南第一高峰，從關子嶺頂通往仙祖廟的登山路可達大凍山，全程約六公里，爬升高度約有 940 公尺，步道全程都是一部車之寬度，有柏油路、水泥路、砂石路及泥土路，兩旁栽植有檳榔樹、桂竹、梅子等各種植物，生態資源豐富，景觀秀麗，是假日登山出遊健行的好去處。

### 15. 東山登山步道系統

東山鄉境內東部之主要地形為山岳，因此自然形成許多的登山步道，是許多週邊地區居民假日休閒的好去處。主要登山路線包括大小獅嶺登山步道系統、林安森林步道等，是推動大自然體驗休閒健身旅遊之資源。

### 16. 永安高爾夫球場

永安高爾夫球場位在南 99 鄉道北邊的斑枝花坑，佔地 108 公頃，27 球洞劃分為 3 個球道，各有不同的景觀特色。最早是永安旅行社承租東山鄉有地所闢建而成，民國 82 年又興建高爾夫鄉村渡假俱樂部，內闢有旅館、露營烤肉區、網球場... 等休閒設施。

表 1 關子嶺系統觀光景點與服務設施整理表

	資源	觀光景點	服務設施
白 河 鎮	自然	關子嶺風景區	沐浴休憩、溫泉體驗、餐飲、溫泉館、溫泉飯店
		水火同源	觀賞泥火山
		白河水庫	郊遊、烤肉
		鹿寮水庫	賞鳥、戲水(親水公園內)
		大凍山	台南縣百岳，賞蝶、攝影、戶外野餐
		竹門綠色隧道	交通道路、賞蓮
		蓮埤	蓮田景觀欣賞
		南 98 道路景觀	蓮花遍佈
		大凍山步道	觀景、賞蝶、健行
	生態	大安森林公園	賞景、林間漫遊
		紅葉公園	人行步道、賞楓葉
		嶺頂公園	好漢坡、溫泉展示館、觀樹、賞景、爬坡
	人文	白水溪庄	平埔族部落之一、體驗平埔文化、消費地方特產
		六重溪平埔公廨	平埔族聚落、體驗平埔文化
		大仙寺	三級古蹟、佛教中心、祭拜
		碧雲寺	縣定古蹟、聞名古剎之一、祭拜
		崁頂福安宮	全國最大的土地公廟、祭拜
		平埔族文化園區	體驗平埔文化
		溫泉老街	老街懷舊
產業		白河陶坊	陶藝欣賞、品茗
人工	枕頭山遊憩區	生態遊憩	
	六溪影城	影片拍攝、導覽解說、住宿	
東 山 鄉	自然	水濂洞	觀景、戲水
		林安森林步道	健行步道
		崁頭山步道	健行步道
	人文	孚佑宮(青山仙公廟)	觀景、祭拜、觀鳥、賞蝶
		碧軒寺	祭拜
	產業	仙湖休閒農場	住宿、餐飲、觀景、解說
	東山咖啡(茄苳九湖)	賞景、喝咖啡、飲食	

資料來源：參考台南縣觀光網站、自行整理

表 2 關子嶺系統住宿停車設施

地區	住宿	餐飲	停車場
關子嶺地區	統茂溫泉會館 景大山莊 青雅溫泉旅館 儷景溫泉會館 阿嬤ㄟㄉㄤ 三叔公的家 丞翔園 木成菇之鄉溫泉 白河六溪影城 白河休閒農場 沐春養生會館 茂勝農場	沐春養生會館 烏樹林休閒博物館 荷鄉香蓮園 金廚蓮鄉餐廳 新興園餐廳 毓軒園 運達利餐廳 蓮緣香水蓮花園 醉月軒餐廳 蟬園 白荷蓮香亭	白河水庫 六溪影城 白河鎮內國中、小 小南海普陀禪寺 蓮花資訊館 火山碧雲寺 紅葉公園 烏樹林休閒博物館 白荷陶坊
東山	永安高爾夫球場 仙湖農場	東山咖啡園 東山鴨頭 仙湖農場 永安高爾夫球場	永安高爾夫球場 南元休閒農場 仙湖農場 孚祐宮

資料來源：參考台南縣觀光網站、自行整理

## 參、研究方法

歷年進行之旅遊服務改善措施及工程，多為專家學者及機關以「供給者」角度思索，欠缺融入「需求者-遊客端、商家端」意見，本研究期由「需求者」進行關子嶺地區各季旅服務需求調查，並研提關子嶺地區旅遊服務需求分析及建議，俾利於規劃時能同時兼顧需求面及供給面，並作為未來進行設施改善地點、項目及產業聯盟操作參考。

旅遊服務需求調查旨在瞭解遊客旅遊，對觀光遊憩區之旅遊品質評價、旅遊型態、消費支出、遊憩需求等，從使用者觀點，取得直接、客觀資訊，供經營管理單位提升遊憩品質與擬定經營管理策略之參考。以下針對旅遊服務需求調查之內容、對象、問卷設計、抽樣方法、時間與地點等說明如下。

### 一、研究目的

本計畫研究目的主要為針對關子嶺旅遊風景區旅遊服務需求進行調查，首先針對操作性名詞定義：

本規劃主要為探討遊客在關子嶺旅遊風景區，受何種旅遊吸引力而來及決策行為為何？並藉由遊客實際的旅遊方式、目的、體驗與滿意度、重遊意願、消費模式等因子在遊憩體驗歷程中相互關係的探討，對關子嶺風景區遊客進行結果分析；以及透過商家對遊憩區現況滿意度與未來展望意見整合，期望能提供經營管理者未來在風景區經營管理與發展之參考。

1. 瞭解參與關子嶺旅遊風景區旅遊的遊客組成與特性。
2. 運用獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析...等統計分析瞭解關子嶺旅遊風景區旅遊在遊憩吸引力、旅遊決策、行為、旅遊偏好與滿意度之感受以及未來展望。
3. 瞭解關子嶺風景區商家對遊憩區現況滿意度與未來展望意見，提供經營管理者未來對風景區經營管理參考。

## 二、 調查對象

休閒(Leisure)就是指「人們離開日常工崗位，自由自在的去打發時間，並尋求工作外精神上或物質上的滿足」。本次針對調查對象「遊客」則定義為『民眾在不受工作或責任約束的自由時間條件下，以前往關子嶺國家風景區內旅遊目的地，從事區內各項休閒遊憩活動(如生態旅遊、文化懷舊、生活體驗等)，以滿足生、心理之體驗者』，調查對象並包含白河鎮公所相關人員。

針對「商家」之調查對象，則包含在風景區內，實際從事商業經營之業者單位。

## 三、 問卷調查內容

問卷調查項目內容參酌「國家風景區遊客意向及人次推估研究作業原則」與「國家風景區滿意度調查實施計畫」、「遊客調查統計作業參考手冊」進行遊客意向、遊憩行為與滿意度之間卷設計加以修改，本規劃之間卷設計，包含商家及遊客二類。

### ■ 遊客旅遊服務需求調查：

遊客旅遊服務需求調查共區分為六大問題面向，包含遊客旅遊決策、遊客遊憩行為、遊客滿意度、旅遊消費行為、旅遊基本資料、未來展望(見附錄一)。

1. 遊客旅遊決策：風景區背景了解情形、資訊來源、旅遊出發地、主要旅遊性質、旅遊資訊與來源、旅遊方式、旅遊使用交通工具、旅遊吸引力等了解。
2. 遊客遊憩行：針對遊客進行包含旅遊景點之了解、最偏好或認為需要改善之景點與原因、到訪旅遊頻率、旅遊停留時間、旅遊整體品質改善情形、住宿方式、旅遊同伴與人數及旅遊動機之了解。

3. 遊客滿意度：針對遊客進行包含環境整潔及維護、導覽設施或解說服務、旅遊資訊提供服務、引導指標及動線安排、聯外大眾運輸方便性、停車方便性、門票或活動收費、廁所清潔程度、餐飲(價格/態度/衛生)、特產品(價格/態度/特色)、及整體評價之滿意度情形了解與分析。
4. 遊客消費行為：為針對遊客個人及團體旅遊型式之各式消費情形，包含交通花費、飲食花費、購物花費、娛樂花費、住宿費用及全程預估總花費之情形進行了解與分析。雖然此些問項無法明確計算出整個旅遊總經濟效益之全貌，然仍可約略得觀光遊憩活動的導入，是否可能創造出可觀的經濟效益。
5. 遊客基本資料：為針對受訪遊客其自身性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入、婚姻狀況等情形進行了解，並得以此與其他各項旅遊需求進行交叉分析。
6. 未來展望：了解遊客對於旅遊風景區未來應致力發展的旅遊方向，以及建議可增設之旅遊服務內涵進行了解與分析。

■ 商家調查：

商家需求調查共區分為四大問題面向，包含商家之社會經濟背景屬性、對於關子嶺風景區整體環境滿意度、西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度以及認為關子嶺風景區待改善的項目(見附錄二)。

1. 商家之社會經濟背景屬性：了解受訪商家，填寫者之性別、年齡、教育程度、居住時間、店面經營型態、曾經參與之商圈活動。
2. 關子嶺風景區整體環境滿意度：了解商家對於關子嶺風景區，本身環境整潔及維護、導覽設施或解說服務、旅遊資訊提供服務、引導指標及動線安排、聯外大眾運輸方便性、停車方便性、門票或活動收費、廁所清潔程度、旅遊安全性、餐飲(價格/態度/衛生)、特產品(價格/態度/特色)、以及對當地之整體評價態度分析。
3. 西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度：分別對商家進行關子嶺風景區環境景觀已獲改善、溫泉老街入口意象充足、嶺頂公園遊客資訊站資訊充足、紅葉公園景觀優美、白河綠色隧道環境優美、水火同源周邊服務設施充足、大仙寺周邊環境設施充足、碧雲公園周邊環境設施充足、有配合節慶舉辦相關主題活動、有整合業者共同促銷產品、有結合附近景點吸引遊客來此消費、有提升當地整體形象、帶來當地環境的髒亂、造成當地交通的擁擠之狀況進行了解。

4. 認為關子嶺風景區待改善的項目：詢問商家對於各項管理面向，包含輔導商家行銷管理、環境之整體性改造、當地特色伴手禮之設計及研發、景點的再開發、商家提供產品差異化集中化、服務品質提供（住宿、餐飲、禮儀）、業者異業結盟及其他，需待改善之內涵與建議。

## 肆、問卷抽樣設計

### 一、抽樣對象與方法

以西拉雅國家風景區-關子嶺地區，選定之 4 個重要據點，且年齡為 20 歲以上之成年遊客或商家。在抽樣方法使用上，本研究採便利抽樣(convenience sampling)選取受訪者。

1. 遊客旅遊服務需求調查：資料收集分二季進行，每季各分為 2 天進行調查。
  - (1) 第一季調查時間為 98 年 6 月 20 及 21 日。調查時間自上午 10:00 至下午 17:00，共投入 10 名訪員(含研究助理)，成功調查 260 名受訪者（此為活動期間受訪總人數）。
  - (2) 第二季為 98 年 9 月 26 及 27 日。調查時間自上午 10:00 至下午 17:00，共投入 10 名訪員(含研究助理)，成功調查 271 名受訪者（此為活動期間受訪總人數）

正式調查前，研究主持人於調查前進行訪員招募，並於調查前一週進行調查訓練工作，訓練工作會由主持人於會中詳細說明本調查之目的、問題內容與設計背景，以及調查過程應注意事項(如，調查論理、訪員之責任與義務...等)。

2. 商家需求調查
  - (1) 第一季調查：透過實際駐地調查，以完成關子嶺商家需求調查，調查期間自 98 年 6 月 1 日 6 月 25，成功調查 50 間受訪商家。
  - (2) 第二季調查：透過實際駐地調查，以完成關子嶺商家需求調查，調查期間自 98 年 8 月 1 日 9 月 30，成功調查 50 間受訪商家。

## 二、調查地點

本研究選定此季問卷發放之重要遊憩據點如下，遊客旅遊需求調查景點分布如下：

1. 水火同源：又稱水火洞，因岩縫中會噴出火焰而得名。此區地下深處之岩層蘊藏天然氣，又因六重溪斷層通過，岩層則發生地殼變動形成摺曲，而岩層破裂使得地下深處的天然氣便沿著岩層而上移，形成今日水中有火，火中有水的奇景。
2. 大仙寺：大仙寺總面積 60 餘頃，為台灣少見的大寺廟，是昔日南台灣的佛教中心，寺廟內部有正殿、觀音寶殿、三寶殿，右側有地藏殿、安壽堂和延壽堂。每年農曆四月初八浴佛節都會舉行甘茶浴之活動。
3. 碧雲寺：為縣定三級古蹟，位在山腰上，背倚枕頭上，面向嘉南平原。碧雲寺整棟建築以大理石鋪設，使得該寺顯得神聖莊嚴，寺內供奉觀音菩薩，後殿是大雄寶殿，廟屋飛簷及樑柱處處雕龍畫棟，刻工細膩。
4. 關子嶺溫泉區：包含溫泉老街、寶泉公園、好漢坡、新好漢坡等腹地範圍。



圖 1 關子嶺風景區旅遊景點分佈圖 ● 為標示遊客服務需求調查景點

### 三、資料分析程序

本規劃利用敘述性統計，透過次數分配表、百分比與平均數等統計說明方式，以了解該年度關子嶺國家風景區內抽樣之遊客組成，其包含基本社經背景屬性、旅遊型態(如旅遊資訊來源、停留天數、交通工具等資訊)及對風景區服務設施之偏好與滿意度等評價。透過獨立樣本 t 檢定及單因子變異數分析，檢測不同族群之遊客，對風景區服務設施偏好與滿意度看法是否有顯著差異。

由於本調查之核心目的為了解遊客對關子嶺旅遊風景區旅遊服務需求看法，因此進一步：

1. 討論民眾對關子嶺國家風景區旅遊意象及看法
2. 分析受訪者取得旅遊資訊之管道以釐清何種資訊管道較有效率；
3. 檢驗是否有任何因素是吸引受訪者參訪之重要因素；
4. 分析在風景區各項旅遊資源，何者得到較多之參與或注意；
5. 檢驗受訪者對風景區提供之軟、硬體服務項目之滿意程度，及認同之意義程度；
6. 檢驗受訪者對活動項目之相關服務看法，是否有加強或提升服務品質之必要性。
7. 最後，分析風景區訪客之消費(如留宿行為、消費項目與金額)

## 伍、遊客旅遊服務需求調查

### ● 遊客旅遊決策

#### 一、遊客基本資料

本次研究調查分二季調查，共計完成 531 份有效問卷。

表 3 受訪遊客屬性

變項名稱	人數	有效百分比	變項名稱	人數	有效百分比
<b>年齡</b>			<b>性別</b>		
20-29 歲	244	46.0	男	318	59.9
30-39 歲	143	26.9	女	213	40.1
40-49 歲	70	13.2	合計 531		
50-59 歲	62	11.7	<b>教育程度</b>		
60-69 歲	9	1.7	國小或自習	11	2.1
70 歲以上	3	0.6	國(初)中	29	5.5
合計 531			高中職	172	32.4
			大學(專科)	273	51.4
			研究所以上	42	7.9
			遺漏值	4	0.8
			合計 531		
<b>職業</b>			<b>個人月收入</b>		
學生	134	25.2	二萬以下	197	37.1
軍警	15	2.8	二萬至四萬	208	39.2
公教人員	40	7.5	四萬至六萬	84	15.8
公司職員	76	14.3	六萬至八萬	19	3.6
工	55	10.4	八萬至十萬	8	1.5
自行經商	28	5.3	十萬元以上	9	1.7
農漁牧業	15	2.8	遺漏值	6	1.1
自由業	43	8.1	合計 531		
家管	31	5.8	<b>婚姻狀況</b>		
退休人員	9	1.7	已婚有小孩	191	36.0
商/服務業	69	13.0	已婚沒小孩	39	7.3
其他	16	3.0	單身有小孩	13	2.4
合計 531			單身	283	53.3
			遺漏值	5	0.9
			合計 531		

#### 1. 性別

兩季調查針對所有受訪者之性別分析，男性受訪者人數多於女性受訪者，男性為 318 位，佔 59.9%，女性為 213 位，佔 40.1%。

#### 2. 年齡

兩季調查在年齡方面，主要青壯年訪客居多。多數受訪者分布在 20-29 歲與 30-39 歲二個年齡層，分別佔所有受訪人數之 46.0%與 26.9%，二者共佔 72.9%。

#### 3. 教育程度

在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大

學(專科)學歷，佔 51.4%。

#### 4. 職業

在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 25.2%，其次為公司職員，比例為 14.3%，再其次為商/服務業，比例為 13.0%。

#### 5. 個人月收入

在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 39.2%，其次為 2 萬元以下者，分別為 37.1%。

#### 6. 婚姻狀況

在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 53.3%，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)，比例約合計為 43.3%。

## 二、西拉雅國家風景區了解程度

彙整兩季的調查資料，在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，整體行銷的效果為成功的。另外針對資訊取得方式管道分析，以「高速公路招牌」最多，為 20.5%，其次為「旅遊雜誌」，為 10.7%。其他：包括教學課程上、朋友、當地資訊...等，表示未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

## 三、旅客出發地

在受訪者比例中，29.2%之受訪者來自台南縣市為最多；其次為 18.5%之受訪者來自嘉義縣(市)，14.1%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 7 成。由此可知，來自西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，顯示西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，可再大力推行。

表 4 遊客出發地分布

居住地分類	旅遊人數	有效百分比(%)
台南縣(市)	151	29.2
嘉義縣(市)	98	18.5
高雄縣(市)	75	14.1
北部地區	76	14.2
中部地區	109	20.5
南部地區	340	64.1
離島地區	6	1.2
合計	531	100

#### 四、 旅遊性質與目的

調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(49.6%)，其次以探訪親友為目的(24.4%)，其次健身渡假運動(13.3%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此在觀光旅遊或健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略的推行。

表 5 旅遊性質

性質	數量	有效百分比(%)
純觀光旅遊	307	58.6
健身渡假運動	79	15.1
宗教性旅行	5	1.0
探訪親友	79	15.1
生態旅遊	21	4.0
會議或學習型旅遊	2	0.4
商(公)務兼旅行	27	5.2
其他	4	0.8
總計	524	100

#### 五、 資訊取得管道(複選)

在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(40.7%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 19.5%，再其次為平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)14.1%。表示風景區旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，透過平面、書面資料等多方的旅遊資訊提供，其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。目前遊客透過電子媒體、旅行社及相關展覽資料的資訊取得比例較低，此為未來可再持續加強與著重宣傳效力的地方。

在旅遊方式的分析上，最多的旅遊方式為「家庭旅遊」，比例約為 25.2%，其次為「同學戶外教學、旅行」比例約為 21.1%，再其次為「個人旅遊」，比例約為 14.3%。

表 6 資訊取得方式(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)	77	14.1
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	47	8.6
觀光、遊憩政府單位(包括索取旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	107	19.5
電腦網路	64	11.7
旅行社	15	2.7
旅遊展覽	15	2.7
親友、同事、同學	223	40.7
合計	548	100

表 7 旅遊型態分佈(單選)

旅遊方式	數量	有效百分比(%)
旅行社套裝旅遊	30	5.6
<b>同學戶外教學、旅行</b>	<b>112</b>	<b>21.1</b>
員工、同事旅遊	50	9.4
宗教朝聖	48	9.0
參加其他團體舉辦的旅遊	15	2.8
個人旅遊	76	14.3
<b>家庭旅遊</b>	<b>134</b>	<b>25.2</b>
情侶、夫妻旅遊	57	10.7
其他	9	1.7
合計	531	100

## 六、 主要抵達交通工具(複選)

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 70.8%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次為機車，使用比率約為 11.3%，再其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的多人座遊覽車，佔 10.6%。然而，這些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

表 8 使用交通工具(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
自小客車	<b>381</b>	<b>70.8</b>
遊覽車	57	10.6
公、民營客運	9	1.7
機車	<b>61</b>	<b>11.3</b>
火車	7	1.3
計程車	1	0.2
自行車	12	2.2
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	10	1.9
合計	538	100

## 七、 景點選擇原因(複選)

遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內景觀優美(19.2%)，其次是泡湯(16.7%)，再其次則是順道經過進來玩(12.6%)。表示當地之旅遊資源是相當鮮明的，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養性」、「文化」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

表 9 旅遊景點選擇原因(複選)

方式	序列	數量	有效百分比(%)
泡湯	2	149	16.7
具高知名度		64	7.2
景觀優美	1	171	19.2
行銷推廣活動或節慶表演		14	1.6
品嚐當地美食		63	7.1
交通便利		32	3.6
距離遠近、假期長短		62	7.0
親朋好友推薦		87	9.8
運動健身		38	4.3
文化宗教巡禮		80	9.0
學校、公司或參加團體安排		20	2.2
順道經過進來玩	3	112	12.6
合計		892	100

## ◎ 遊客遊憩行為

### 八、 景點偏好(複選)

遊客選擇偏好景點，以水火同源為最偏好，佔 23.5%，其次為碧雲寺，佔 20.1%，再其次為大仙寺 16.9%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。

透過包括平面資料、雜誌、網路等管道宣傳風景區之旅遊資源，除滿足遊客對於既有景點之認識了解，另外為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂需求則為持續吸引遊客前往的動力。

表 10 旅遊景點偏好(複選)

景點名	個數	有效百分比
關子嶺溫泉	227	14.0
溫泉老街	133	8.2
水火同源	382	23.5
白河水庫	63	3.9
大仙寺	274	16.9
碧雲寺	326	20.1
紅葉公園	85	5.2
嶺頂公園	49	3.0
寶泉公園	16	1.0
大凍山	24	1.5
新、舊好漢坡	25	1.5
枕頭山	21	1.3
合計	1625	100

## 九、 到訪次數

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 56.1%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行並加強宣傳的，同時透過多種旅遊體驗的創造，刺激遊客再遊意願。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 32.0%)。

表 11 最近一年到訪關子嶺次數

時間	數量	有效百分比
第一次	298	56.1
2-4 次	170	32.0
5-7 次	23	4.3
8 次以上	40	7.5
總計	531	100

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 67.8%，包含改善很多(33.4%)，稍有改善(34.4%)與差不多(31.8%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

表 12 景點服務品質比較

方式	數量	有效百分比
改善很多	103	33.4
稍有改善	106	34.4
差不多	98	31.8
較差	1	0.3
合計	308	100

## 一〇、 停留時間

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 69.1%，其次是一整天，佔 19.0%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。

在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 56.0%，其次為親友家或民宿，約為 22.0%。由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

表 13 風景區停留時間

時間	數量	有效百分比
半天以內	367	69.1
一整天	101	19.0
2 天	47	8.9
3 天	14	2.6
4 天以上	2	0.4
總計	531	100

表 14 選擇住宿方式

方式	數量	有效百分比
旅館	56	56.0
民宿	13	13.0
親友家(含自家)	22	22.0
香客大樓	9	9.0
總計	100	100

### 一一、 同行人數(含自己)

在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(58.3%)，其次為 6-10 人(16.6%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體，在抽樣調查日中，遊客屬性多具有文化宗教團體進香拜拜之目的，比例也不低，約為(10.6%)。建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產...等多面向之旅遊風光。

表 15 旅遊同行人員(含自己)

同行人數	數量	有效百分比
自己一人	42	7.9
2-5 人	309	58.3
6-10 人	88	16.6
11-20 人	28	5.3
21-30 人	7	1.3
30 人以上	56	10.6
合計	531	100

## ◎ 旅遊滿意度

### 一二、 主要旅遊動機(複選)

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以擺脫壓力，放鬆心情(24.5%)，其次為接近大自然(23.0%)，再其次為增進和家人與朋友間的情感(14.2%)。配合遊客選擇最偏好的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。另外，發展適合全家旅遊的行程與遊憩資源，以增進家人與朋友情感，更能滿足遊客旅遊需求動機。

表 16 旅遊動機(複選)

動機	數量	有效百分比
擺脫壓力，放鬆心情	310	24.5
接近大自然	291	23.0
增進家人與朋友情感	180	14.2
認識志趣相同的人	35	2.8
運動健身	81	6.4
體驗生態旅遊	62	4.9
避免無聊、出來走走打發時間	112	8.8
好奇、增廣見聞	53	4.2
吃特產與美食	68	5.4
想要獲得心靈慰藉	64	5.1
其他	11	0.9
合計	1267	100

### 一三、 遊客滿意度

本題組舉列十一個可能影響遊客旅遊滿意度的影響因素，請受訪遊客一一指出對該項目之滿意度。在答案的選項上，由「非常滿意者」至「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的評價。同時將所有受訪者對同一滿意度影響因素累加後，計算其單項平均數。分數計算上，若平均值在 3 以上，愈高即表示多數受訪遊客接受該項目能提供另人滿意的服務，若平均值在 3 以下，愈低即表示受訪遊客認為該項目仍有再改善的空間。

如下表 17 所示，遊客認為多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。根據調查結果，遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」(mean=3.8249)及「環境整潔及維護」(mean=3.8079)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路...等的整潔維護皆頗滿意。

而關子嶺風景區的另一項特點，在賞景、自然生態旅遊或宗教朝聖為主的前提下，多數景點皆可免費進入，少數需支付門票費用的景點，票價也不高，就算對學生也不會構成沉重負擔，故遊客在「門票或活動收費」的滿意度也不錯(mean=3.6591)。另外，廁所清潔的維持細節，更可以突顯風景區開發與管理的用心，遊客對此，並多持正面的滿意態度(mean=3.6535)。

但相反的，風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度則相對較低，其平均值分別為(mean=3.4444)與(mean=3.4821)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可及性，儘可能滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性與指標說明，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

另外，風景區販賣之餐飲與特產品，在價格、消費態度與特色表現上，平均值分別為(mean=3.5311)與(mean=3.5047)，相對其他各項滿意度亦較低一些。餐飲服務與特產的提供在風景區，新鮮、即時與具多元服務品質是一大優點，但因用餐環境良莠不齊，包括舒適度、衛生與服務態度也需注意維持在一定水準之上，另外，開發多元、具特色又平價的特產品也為未來值得努力的方向。

表 17 遊客對風景區服務滿意度

項目	平均值	由高至低 排序	由低至高 排序
1. 環境整潔及維護	3.8079	2	
2. 導覽設施或解說服務	3.4444		1
3. 旅遊資訊提供服務	3.5217		
4. 引導指標及動線安排	3.5650		
5. 聯外大眾運輸方便性	3.4821		2
6. 停車方便性	3.8249	1	
7. 門票或活動收費	3.6591	3	
8. 廁所清潔程度	3.6535	4	
9. 餐飲(價格/態度/衛生)	3.5311		
10. 特產品(價格/態度/特色)	3.5047		3
總平均			

註：在答案的選項上，由「非常滿意者」、「滿意」、「普通」、「不滿意」及「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的登錄。

#### 一四、對風景區整體滿意度

整體來看，遊客對於風景區的滿意程度頗高，非常滿意(8.7%)與滿意 54.2%)合計超過 6 成以上，普通者為(36.3%)，由此看來，遊客普遍對風景區的旅遊滿意度評價不錯。此也反應在有超過 9 成的遊客，願意再重遊風景區各旅遊景點。

然而，也有 7.4%遊客表示不願意重遊本國家風景區，最主要原因

為「缺乏特色」(28.6%)。其次為「商店街不具吸引力」(14.3%)及交通不便(14.3%)。由此看來，儘管遊客對風景區整體滿意度普遍頗高，但風景區管理的部分細節，包括風景區特色景點與旅遊內容的再開發、旅遊與用餐環境、旅遊資訊與導覽等服務的提供與否，風景區可及性的提高與否...等，皆影響著遊客的滿意度評價與重遊意願。若希望有效提昇遊客滿意度與重遊意願，未來更應致力朝此方向著手進行改善。

表 18 整體風景區滿意度

方式	數量	有效百分比
非常滿意	46	8.7
滿意	288	54.2
普通	193	36.3
不滿意	3	0.6
非常不滿意	1	0.2
合計	531	100

針對風景區整體分數的評價結果顯示，有接近五成的遊客給風景區 90-100 分的最高分數，比例接近五成；總體來說，遊客對於風景區的評價，接近九成為 70 分以上，顯示遊客對於風景區多具有正面的評價。

表 19 風景區評價整體分數

方式	數量	有效百分比
90-100 分	258	48.6
81-90 分	82	15.4
71-80 分	112	21.1
61-70 分	66	12.4
51-60 分	7	1.3
41-50 分	2	0.4
31-40 分	3	0.6
21-30 分	0	0
11-20 分	1	0.2
合計	531	100

表 20 重遊意願態度

方式	數量	有效百分比
願意重遊	510	96.0
不願意重遊	21	4.0
<b>不願意重遊原因</b>		
1.景點缺乏特色	6	28.6
2.太髒亂	1	4.8
3.人太多、太擁擠	1	4.8
4.交通不便	3	14.3
5.缺乏遊客服務設施	2	9.5
6.服務品質不佳	0	0.0
7.無提供多樣化產品選擇	2	9.5
8.商店街不具吸引力	3	14.3
9.業者無提供套裝遊程	0	0.0
10.住宿價格太高	0	0.0
11.交通費用太高	1	4.8
12.餐飲價格太高	0	0.0
13.門票或活動收費價格太高	0	0.0
14.其他	2	9.5
其他	21	100

## ◎ 遊客消費行為

### 一五、 個人旅遊平均花費

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 106 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 24.1%。其次，花費總金額則落在 2,001-3,000 元間，佔總個人旅遊遊客總數之 23.6%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 14 人(3.2%)。

分別細看總消費金額，若依消費項目劃分發現，遊客至風景區消費主要的花費項目內容包括交通費用、飲食費用、購物花費(包括紀念品、特產等)、娛樂花費與住宿費用。遊客在交通費用的花費上，多落在 500-1,000 元的花費區間，約佔 51.2%，其次為 1,000-2,000 元的花費區間，約佔 20.8%；飲食費用的花費，多落在 500-1,000 元的使用區間，約佔 54.0%，其次為 1,000-2,000 元，約佔 20.0%；購物費用的花費，多落在 1-500 元的使用區間，約佔 39.8%，其次為 500-1,000，約佔 38.6%；娛樂費用的花費，多落在 1-500 元的使用區間，約佔 42.5%，其次 500-1,000，約佔 33.0%；住宿費用的花費，多落在 1-500 元的使用區間，約佔 62.7%。

表 21 個人旅遊平均花費金額

花費項目	交通費用		飲食費用		購物花費 (紀念品、特產等)		娛樂花費		住宿費用		全程預估總花費	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
0元	14	30%	14	30%	14	30%	14	30%	14	30%	14	32%
1-500元	57	121%	53	112%	188	398%	201	425%	294	627%	33	75%
500-1000元	241	512%	256	540%	182	386%	156	330%	53	113%	93	21.1%
1001-2000元	98	208%	95	200%	60	127%	65	137%	35	75%	106	241%
2001-3000元	53	113%	37	78%	20	42%	25	53%	32	68%	104	23.6%
3001-4000元	7	15%	15	32%	5	11%	9	19%	34	72%	58	13.2%
4001元以上	1	0.2%	4	0.8%	3	0.6%	3	0.6%	7	1.5%	32	7.3%
合計	471		474		472		473		469		440	

### 一六、團體旅遊平均花費

團體旅遊遊客之消費團費，金額普遍在 2,000 元以下，合計超過 9 成，團費平均消費金額最普遍約為 1-500 元間，佔 39.1%，除團費花費外，遊客另外也花費金額不等的額外消費，花費金額普遍在 1-500 元以內，約佔 35.2%。

團體遊客每人全程預估總花費金額，據結果顯示，有接近 8 成遊客會花費 1-2,000 元左右金額，最多落在 500-1,000 元之間(佔 22.7%)。回顧先前，遊客對於當地提供的飲食餐飲與特產品，在滿意度的呈現上相對較低，不過，由於飲食、購物花費...等皆為遊客為風景區創造消費經濟的重要管道，未來風景區對於餐飲、特產的管理，包括價值、品質、服務、衛生、環境...等，再改善空間仍然頗大。期望透過服務品質的專業提升，以帶動地方產業的轉型，如此，對於希望推動無煙囱工業的用心與經營，經濟效益方可帶動地方發展。

表 22 團體旅遊者平均花費

花費項目	團費平均(%)		其他額外消費%		全程預估總花費%	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
0元	27	21.1%	36	28.1%	27	21.1%
1-500元	50	39.1%	45	35.2%	23	18.0%
500-1,000元	19	14.8%	32	25.0%	29	22.7%
1,001-2,000元	27	21.1%	10	7.8%	23	18.0%
2,001-3,000元	3	2.3%	3	2.3%	20	15.6%
3,001-4,000元	1	0.8%	0	0.0%	2	1.6%
4,001元以上	1	0.8%	2	1.6%	4	3.1%
合計	128	100	128	100	128	100

## 一七、 未來至關子嶺旅遊願意支付消費金額

遊客未來到關子嶺風景區，願意支付的金額最多為 500-1,000 元，有 188 人，約佔 35.4%，其次為 1,001-2,000 元，有 134 人，佔 25.2%。這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若增加相關之改善的服務及設施，亦或發展新的旅遊型態與資源，便可能提高遊客願付金額之潛在力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

表 23 未來至關子嶺旅遊願付金額

願支付金額	數量/百分比	
0 元	34	6.4
1-500 元	95	17.9
<b>500-1,000 元</b>	<b>188</b>	<b>35.4</b>
<b>1,001-2,000 元</b>	<b>134</b>	<b>25.2</b>
2,001-3,000 元	49	9.2
3,001-4,000 元	15	2.8
4,001 元以上	16	3.0
總計	531	100%

## ◉ 未來展望

### 一八、 未來發展方向

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 313 人(28.6%)。也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 239 人(佔 21.9%)，因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。其次為發展地方產業觀光，需有效整合觀光景點資源並進行串連，因此若能從每季之產業特性，進行產業觀光的發展，必能使得當地之景點更別具特色。另外，透過親子同樂與聯繫家庭關係旅遊型態的開發，更可為風景區發展觀光的另一型態。

表 24 未來發展方向(複選)

方式	數量	有效百分比
發展水城觀光、賞景、生態之旅	313	28.6
發展西拉雅文化	216	19.8
發展自然、人文解說教育	239	21.9
發展地方產業觀光化	189	17.3
改善聯外及區內交通狀況	136	12.4
總計	1093	100

## 一九、提升前來意願因素

對於風景區內，未來應如何提升其旅遊意願方面，遊客最認同增加休閒娛樂設施，有 202 人(佔 12.0%)，其次為增設遊客服務中心，有 198 人，(佔 11.7%)。第三則為增設解說導覽服務，有 94 人(佔 11.1%)。顯示遊客至風景區旅遊，對於旅遊資訊、導覽解說等疑問，希望尋求解決的需求不小。另外，對於風景區資源的再開發，亦為提高遊客重遊意願的重要因素。此亦反應出遊客對於更完善的遊憩設施，包括自行車道、旅遊活動、休閒設施等，需求意願頗高的原因。對此需求，未來建議可從相關的硬體設施進行，以及解說中心等軟體服務，以提升遊客到訪的意願，並能創造當地更多元化遊憩方式。

表 25 影響重遊意願因素(複選)

方式	排序	數量	有效百分比
遊客服務中心	2	198	11.7
觀光巴士		165	9.8
解說導覽服務		165	9.8
特產購物		88	5.2
完善自行車道、人行步道	3	169	10.0
完善的住宿設施		100	5.9
多元豐富的旅遊活動	4	166	9.8
休閒娛樂設施	1	202	12.0
餐飲設施		112	6.6
醫療服務		101	6.0
交通指標系統		103	6.1
遮蔭設施的增設		109	6.5
其他建議		10	0.6
總計		1688	100

## 二〇、遊客特質與旅遊意向之差異分析

為了解不同遊客基本屬性對遊客滿意度，以及遊客旅遊特性的不同之影響，規劃以下透過變異數分析、T 檢定等方式，藉以判定不同遊客或旅遊因子間，是否存在顯著性關連，了解其間關係變化。針對第一期、第二期調查的結果分析，指出第一期調查資料中，對遊客滿意度中在性別、教育程度、個人月收入及婚姻狀況上有顯著差異；第二期調查資料中，主要在性別、年齡、教育程度及個人月收入上有顯著差異。由此可了解，第一期的遊客主要因婚姻狀況而產生不同的族群的意見差異，而第二期遊客主要因年齡而產生不同族群的意見差異。

表 26 遊客基本資料對遊客滿意度檢定分析

項目	性別	教育	月收入
1. 環境整潔及維護			**
2. 導覽設施或解說服務	*	***	
3. 旅遊資訊提供服務	**	**	
4. 引導指標及動線安排		***	
5. 聯外大眾運輸方便性	*	***	
6. 停車方便性			
7. 門票或活動收費			
8. 廁所清潔程度		**	
9. 餐飲(價格/態度/衛生)	**	***	*
10. 特產品(價格/態度/特色)	***	*	
11. 整體評價		***	

\*\*表示有 95%顯著水準      \*\*\*表示有 99%顯著水準

### (一) 性別偏好差異

針對風景區滿意度之分析，性別與遊客滿意度之檢定，主要在「導覽設施或解說服務」、「旅遊資訊提供服務」、「聯外大眾運輸方便性」、「餐飲(價格/態度/衛生)」、「特產品價格態度特色」等項目產生差異。

#### 1. 導覽設施或解說服務：

在滿意度呈現上，以男性較為滿意。這與第二期結果相同，其結果可能與男性較多接觸導覽設施，而當地的導覽及解說設施完備，也使得男性較為滿意。

#### 2. 聯外大眾運輸方便性：

在聯外大眾運輸方便性滿意度上，以男性較為滿意。這可能與男性多半為交通使用者，因此在滿意度上，男性會相對滿意。

3. 餐飲(價格/態度/衛生)：在餐飲(價格/價格/態度)滿意度上，以女性較為滿意。這可能與女性主要注重餐飲價格與衛生者，因此在滿意度上，女性會相對滿意。

4. 特產品價格態度特色：在特產品價格態度特色滿意度上，以男性較為滿意。這可能與男性主要注重特產品價格態度特色者，因此在滿意度上，男性會相對滿意。

## (二) 教育程度偏好差異

針對風景區滿意度之分析，教育程度與遊客滿意度之檢定，主要在「導覽設施或解說服務」、「引導指標及動線安排」、「聯外大眾運輸方便性」、「廁所清潔程度」、「餐飲(價格/態度/衛生)」、「特產品(價格/態度/特色)」、「整體評價」等項目產生差異。

1. 導覽解說方面：以高中職之教育程度者滿意度普通，以大學教育程度者滿意程度高，其次為高中職者。
2. 引導指標及動線部分：以國/高中教育程度者滿意度最高，其次為大專教育程度，可見一般民眾在引導指標的滿意度上，都呈現不錯的滿意程度。
3. 聯外大眾運輸方便性：以大專教育程度者，認為普通，而高中(職)教育程度者，為較為滿意。
4. 廁所清潔程度：以高中(職)及大專教育程度者最為滿意，而研究所以上者則不滿意的程度較高。
5. 餐飲(價格/態度/衛生)：以大專教育程度滿意程度較高，研究所以上者較呈現普通的滿意程度。
6. 特產品的價格、特色等：以高中職及大專教育程度者最為滿意，相對的，高中以下教育程度者，對此滿意度較低。
7. 整體評價：整體還是以大專及高中職教育程度最為滿意，因此除了對其他教育程度者更加改善外，更可以提升大專及高中職的群體，將滿意度提高。

## (三) 個人月收入差異

1. 環境整潔及維護：對於個人月收入中，以 2 萬至 4 萬元者最為滿意，其次為 4-6 萬元以下者，這可能與當地環境屬於生態自然的部分，因此較受中等程度收入者滿意。
2. 餐飲(價格/態度/衛生)：對於個人月收入中，以 2 萬至 4 萬元者最為滿意，其次為 2 萬元以下者，這可能與當地餐飲較屬於物美價廉的部分，因此較受大眾群族滿意。

## 陸、商家服務需求調查

### 一、商家背景屬性

本次研究於二期調查期間，共計完成 100 份有效商家問卷。

#### (一) 基本背景

針對商家的基本背景介紹，在性別上，男生佔 47%、女生佔 53%，年齡以 50-59 歲居多，佔 37%；教育程度以高中職居多，佔 51%。

#### (二) 店面經營

在調查的商家中，多為居住 5-10 年以上為多，表示當地的商家都設置多年，約佔 36%。店面開設經營權利也以自有的為多，佔 57%，類別也以餐飲小吃類以及住宿飯店類為最多，皆佔 35%。

#### (三) 商圈參與活動情形

針下商家參與商圈的活動的詢問上，過去皆曾經參與過活動者，佔 64%，而未曾參與之商家，則約佔 36%，商家過去未曾參與商圈辦理活動，可能與參與的成效不佳或無相關誘因而導致的結果有關。儘管商家商圈參與比例不低，但需注意的是，在曾參與商圈活動的商家中，目前約有 44% 比例商家表示目前並無參與的動作。

另外針對過去是否聽過西拉雅國家風景區名稱進行商家調查，有聽過者佔多數，約為 64%，顯示整體而言商家對於風景區的認識程度仍有再努力與改善的空間。因此建議在未來整體活動規劃上，仍可再針對風景區整體名號宣傳、商家凝聚力的提升以及商圈活動熱絡程度的增加進行努力。

## 二、商家對風景區整體環境滿意度

商家對風景區整體環境上，以「餐飲(價格/態度/衛生)」最為滿意，平均數為 3.62，其次滿意的項目為「特產品(價格/態度/特色)」，平均數為 3.59；再其次為「旅遊安全性」，平均數為 3.38。相反的，受訪商家以「廁所清潔程度」，平均數為 3.11、「門票或活動收費」，平均數為 3.15、及「引導指標及動線安排」，平均數為 3.18 為較不滿意的項目。

關子嶺風景區旅遊資源豐富，因而得以吸引遊客遠道而訪，然除了旅遊資源的完備，透過其他細微的服務，包括廁所清潔衛生的維持、引導動線的資訊提供與導覽或解說服務的加入等，皆為再提高遊客滿意度的重要條件。

表 27 商家對風景區整體環境滿意度

項目	平均數	滿意度高 (排序)	滿意度低 (排序)
1. 環境整潔及維護	3.33		
2. 導覽設施或解說服務	3.22		4
3. 旅遊資訊提供服務	3.24		
4. 引導指標及動線安排	3.18		3
5. 聯外大眾運輸方便性	3.27		
6. 停車方便性	3.23		
7. 門票或活動收費	3.15		2
8. 廁所清潔程度	3.11		1
9. 旅遊安全性	3.38	3	
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	3.62	1	
11. 特產品(價格/態度/特色)	3.59	2	
12. 對於當地整體評價	3.62		

### 三、 西拉雅風景區管理處對關子嶺產生的改變及效益

#### (一) 商家對風景區建設改善的認知

商家對於西拉雅國家風景區管理處所進行之改善態度，以「有結合附近景點吸引遊客來此消費」的改善認知最明顯，平均數為 3.71；其次為「有整合業者共同促銷產品」，平均數為 3.68，再其次為「有配合節慶舉辦相關主題活動」，平均數為 3.62。顯示透過關子嶺商圈的聯合行銷、咖啡節慶活動辦理…等活動，對於吸引遊客前往旅遊消費已有具體貢獻，藉此，並能有效促整商品販商，對於商家的經營產生具體的正面效益。

而針對風景區建設改善，最為缺乏的部分為：「造成當地交通的擁擠」，平均數為 2.68，其次為「帶來當地環境的髒亂」，平均數為 2.75。觀光旅遊活動的帶入，常不可避免的會產生環境、交通、空氣、甚至治安等負面影響。對於環境髒亂、交通阻塞或混亂的問題，建議應透過更完善的環境清潔人員部署、愛護環境的推廣宣傳教育，加派交通指揮，或分流管制等管理方式的導入，以進行問題的改善。

表 28 商家對風景區建設改善的認知

項目	平均數
關子嶺風景區環境景觀已獲改善	3.52
溫泉老街入口意象充足	3.42
嶺頂公園遊客資訊站資訊充足	3.33
紅葉公園景觀優美	3.41
白河綠色隧道環境優美	3.37
水火同源周邊服務設施充足	3.45
大仙寺周邊環境設施充足	3.42
碧雲公園周邊環境設施充足	3.47
<b>有配合節慶舉辦相關主題活動</b>	<b>3.62</b>
<b>有整合業者共同促銷產品</b>	<b>3.68</b>
<b>有結合附近景點吸引遊客來此消費</b>	<b>3.71</b>
有提升當地整體形象	3.54
帶來當地環境的髒亂	2.75
造成當地交通的擁擠	2.68

註：此部分之「帶來當地環境的髒亂」、「造成當地交通的擁擠」二題為負向題目，因此予以反向給分，分數愈低者為愈同意，則是愈帶來負面的影響。

## (二) 商家對當地增加效益的認知

### 1. 增加商店的消費客源認知

在增加客源的消費客源認知中，以 1-3 成最多，佔 53.0%，無增加任何消費客源者只有 2.0%，表示西拉雅國家風景區的設立，對於增加消費客源具有一定貢獻。

表 29 增加商店的消費客源認知

項目	次數	百分比
7-9 成	5	5.0
3-5 成	15	15.0
1-3 成	53	53.0
1 成以下	25	25.0
皆無	2	2.0

### 2. 增加遊客數量認知

在增加遊客數量的消費認知中，以增加 1-3 成最多，佔 57.0%，其次為增加 3-5 成，佔 17.0%，認為無增加任何遊無者只佔 4.0%。表示西拉雅國家風景區的設立，相對對於增加當地遊客數量具有正面的貢獻。

表 30 增加遊客數量認知

項目	次數	百分比
7-9 成	2	2.0
3-5 成	17	17.0
1-3 成	57	57.0
1 成以下	20	20.0
皆無	4	4.0

## 3. 增加外來投資認知

在增加外來投資認知上，商家普遍認同外來投資增加的效果。增加數量以 1-3 成最多，佔 57.0%，其次為佔 3-5 成，佔 23.0%。認為完全無增加外來投資效益者，僅佔 5.0%。顯示西拉雅國家風景區的設立，相對於增加外來投資數量具有正面的貢獻。

表 31 增加外來投資認知

項目	次數	百分比
7-9 成	5	5.0
3-5 成	23	23.0
1-3 成	57	57.0
1 成以下	10	10.0
皆無	5	5.0

## 4. 增加經濟成長、當地房價認知

在增加經濟成長的商家認知，以 1-3 成最多，佔 49.0%，其次為佔 3-5 成，佔 33.0%。在提升當地房價的商家認知上，以 1-3 成最多，佔 43.0%，其次為佔 3-5 成，佔 31.0%。表示國家風景區的設立，已有影響當地的經濟及房價，可以預估未可增加效益的層面可以持續提高。

表 32 增加經濟成長認知

項目	次數	百分比
7-9 成	5	5.0
3-5 成	33	33.0
1-3 成	49	49.0
1 成以下	10	10.0
皆無	3	3.0

表 33 增加當地房價提高認知

項目	次數	百分比
7-9 成	2	2.0
3-5 成	31	31.0
1-3 成	43	43.0
1 成以下	15	15.0
皆無	9	9.0

## 5. 對當地整體發展效益

西拉雅國家風景區的設立，對當地整體發展的效益，商家皆認為對當地具有整體的正面效益。

## 四、 關子嶺風景區待改善項目

針對風景區待改善的項目中，以「服務品質提供(住宿、餐飲、禮儀)」，佔 16.3%比例最高。其次為「當地特色伴手禮設計與研發」，比例約為 15.6，再其次為「商家提供產品差異化集中化」，比例約為 15.3。

關子嶺風景區以著名的溫泉、健行、寺廟等旅遊資源吸引遊客前往，然多元的旅遊體驗需透過創意發想的導入，創造出新的旅遊體驗，包括旅遊、餐飲、特產品、住宿體驗等皆然。

表 34 關子嶺風景區待改善項目

項目	次數	百分比
輔導商家行銷管理	35	11.9
環境之整體性改造	43	14.6
<b>當地特色伴手禮設計與研發</b>	<b>46</b>	<b>15.6</b>
景點的再開發	39	13.3
商家提供產品差異化集中化	45	15.3
<b>服務品質提供</b>	<b>48</b>	<b>16.3</b>
業者異業結盟	36	12.2
其他	2	0.7

## 柒、 結論與建議

隨著國人對休閒活動日益重視，觀光旅遊已為一種休閒活動的模式之一。此種種現象不僅說明國人對旅遊需求日益漸增，更為休閒旅遊市場刻劃出壯闊的版圖，這一幅瑰麗藍圖背後隱藏的是無限的商業機會及利益。因此，本研究針對旅遊服務需求調查之初始動機在藉由瞭解消費者內心深層的旅遊動機、遊客在出發前會透過哪些管道蒐集據點旅遊資訊？遊客偏好、消費行為及遊客遊憩滿意度評價？又有哪些原因會影響遊客重遊旅遊目的？以提供管理單位作為吸引遊客並改善風景區內觀光據點軟、硬體服務依據。

鑑於遊客旅遊動機的不同將產生不同之需求。因此，透過本調查掌握遊客前往風景區旅遊之遊憩活動模式、遊客特性及其對遊憩、餐飲住宿與服務之需求與滿意度，期望可作為未來風景區遊憩設施改善及加強產業服務管理之參考。

### 一、 結論

#### 1. 風景區受訪遊客背景

風景區在受訪者之性別而言，男性受訪者人數多於女性受訪者，在年齡方面，主要青壯年訪客居多。在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大學(專科)學歷，佔 51.4。在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 25.2%，其次為公司職員，比例為 14.3%。在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 39.2。在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 53.3，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)。

透過旅客出發地之調查，29.2%之受訪者來自台南縣市為最多；其次為 18.5%之受訪者來自嘉義縣(市)，14.1%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 7 成。表示西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，推測西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，仍可再大力推行。

#### 2. 旅遊資訊取得來源

在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，表示整體行銷是成功的。在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(39.5%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 16.5%，表示其旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，此部分表示遊客開始會注重其摺頁內容。其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。未來也可以從此部分進行改善方向。再其次為平面媒體(如

旅遊叢書、報章雜誌等) 14.3%。未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點之串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

### 3. 旅遊性質與目的

調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(49.6%)，其次以探訪親友為目的(24.4%)，其次健身渡假運動(13.3%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此在觀光旅遊或健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略的推行。

呼應遊客選擇至此旅遊的原因，遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內景觀優美(19.2%)，其次是泡湯(16.7%)，再其次則是順道經過進來玩(12.6%)。表示當地之旅遊資源是相當鮮明的，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養生」、「文化」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

### 4. 使用交通工具

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 70.8%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次為機車，使用比率約為 11.3%，再其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的多人座遊覽車，佔 10.6%。然而，這些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

### 5. 旅遊景點偏好

遊客選擇偏好景點，以水火同源為最偏好，佔 23.5%，其次為碧雲寺，佔 20.1%，再其次為大仙寺 16.9%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂特點實屬必需。

而呼應遊客至風景區之旅遊需求與動機，在景點規劃與風景區遊客內容的設計上，應可朝向「健康」、「攸閒」、「泡湯」、「怡情」等方向。

## 6. 遊客到訪次數與服務品質改善情形

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 56.1%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行並加強宣傳的，同時透過多種旅遊體驗的創造，刺激遊客再遊意願。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 32.0%)。

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 67.8%，包含改善很多(33.4%)，稍有改善(34.4%與差不多(31.8%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

## 7. 遊客景點停留時間與同行人數

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 69.1%，其次是一整天，佔 19.0%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 56.0%，其次為親友家或民宿，約為 22.0%。由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(58.3%)，其次為 6-10 人(16.6%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體，在抽樣調查日中，遊客屬性多具有文化宗教團體進香拜拜之目的，比例也不低，約為(10.6%)。建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產…等多面向之旅遊風光。

建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產…等多面向之旅遊風光。另外，由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

## 8. 旅遊偏好活動項目

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以

擺脫壓力，放鬆心情(24.5%)，其次為接近大自然(23.0%)，再其次為增進和家人與朋友間的情感(14.2%)。配合遊客選擇最偏好的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。另外，發展適合全家旅遊的行程與遊憩資源，以增進家人與朋友情感，更能滿足遊客旅遊需求動機。

## 9. 遊客滿意度

遊客認為多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。根據調查結果，遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」(mean=3.8249)及「環境整潔及維護」(mean=3.8079)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路…等的整潔維護皆頗滿意。

而關子嶺風景區的另一項特點，在賞景、自然生態旅遊或宗教朝聖為主的前提下，多數景點皆可免費進入，少數需支付門票費用的景點，票價也不高，就算對學生也不會構成沉重負擔，故遊客在「門票或活動收費」的滿意度也不錯(mean=3.6591)。另外，廁所清潔的維持細節，更可以突顯風景區開發與管理的用心，遊客對此，並多持正面的滿意態度(mean=3.6535)。

但相反的，風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度則相對較低，其平均值分別為(mean=3.4444)與(mean=3.4821)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可及性，儘可能滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性與指標說明，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

另外，風景區販賣之餐飲與特產品，在價格、消費態度與特色表現上，平均值分別為(mean=3.5311)與(mean=3.5047)，相對其他各項滿意度亦較低一些。餐飲服務與特產的提供在風景區，新鮮、即時與具多元服務品質是一大優點，但因用餐環境良莠不齊，包括舒適度、衛生與服務態度也需注意維持在一定水準之上，另外，開發多元、具特色又平價的特產品也為未來值得努力的方向。

## 10. 旅遊平均花費情形

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據

調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 106 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 24.1%。其次，花費總金額則落在 2,001-3,000 元間，佔總個人旅遊遊客總數之 23.6%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 14 人(3.2%)。團體旅遊遊客之消費團費，金額普遍在 2,000 元以下，合計超過 9 成，團費平均消費金額最普遍約為 1-500 元間，佔 39.1%，除團費花費外，遊客另外也花費金額不等的額外消費，花費金額普遍在 1-500 元以內，約佔 35.2%。遊客未來到關子嶺風景區，願意支付的金額最多為 500-1,000 元，有 188 人，約佔 35.4%，其次為 1,001-2,000 元，有 134 人，佔 25.2%。這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若增加相關之改善的服務及設施，亦或發展新的旅遊型態與資源，便可能提高遊客願付金額之潛在力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

## 11. 風景區未來發展期望

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 313 人(28.6%)。也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 239 人(佔 21.9%)，因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。其次為發展地方產業觀光，需有效整合觀光景點資源並進行串連，因此若能從每季之產業特性，進行產業觀光的發展，必能使得當地之景點更別具特色。另外，透過親子同樂與聯繫家庭關係旅遊型態的開發，更可為風景區發展觀光的另一型態。

## 12. 風景區對於當地增加效益認知

在增加客源的消費客源認知中，以 1-3 成最多，佔 53.0%，無增加任何消費客源者只有 2.0%；在增加遊客數量的消費認知中，以增加 1-3 成最多，佔 57.0%，其次為增加 3-5 成，佔 17.0%，認為無增加任何遊無者只佔 4.0%；在增加外來投資認知上，商家普遍認同外來投資增加的效果。增加數量以 1-3 成最多，佔 57.0%，其次為佔 3-5 成，佔 23.0%。認為完全無增加外來投資效益者，僅佔 5.0%；在增加經濟成長的商家認知，以 1-3 成最多，佔 49.0%，其次為佔 3-5 成，佔 33.0%。在提升當地房價的商家認知上，以 1-3 成最多，佔 43.0%，其次為佔 3-5 成，佔 31.0%。表示風景區的設立，對於當地商店消費客源、遊客數量、外來投資、經濟成長以及當地房價的增加，皆具有正面提升效果。

### 13. 商家針對商圈輔導可予以協助，並改當當地交通引導系統

針對商家之建議，在環境滿意度上，認為較不滿意的原因，主要以廁所清潔程度、門票或活動收費及引導指標及動線安排。商家期待透過更多旅遊資訊的提供及完整的宣傳效果，以帶來更多的遊客。此部分是需要風景區再進行改善的部分，建議可從增加交通指標、旅遊資訊服務站、等更多細微設施的環境改善進行調整。另外在商圈輔導的部分，商家希望可以從行銷管理、伴手禮特色研發…等部分進行設計，以創造關子嶺地區特有之特產、意象及商品等，使得當地能更有觀光之立基點，達到永續觀光的發展策略。

## 二、 建議

關子嶺風景區是屬於傳統觀光休閒型的旅遊地區，若要搭配生態旅遊項目來促進現有產業的發展，公部門、社區組織、當地業者與居民都必須共同達成未來發展之共識，引導遊客以深度旅遊方式、尊重大自然的態度來對待、欣賞此地之自然景觀，確實擬定關子嶺地區未來永續觀光之具體方案，以達成現有資源永續利用為目標。

### 1. 自然人文資源的開發、宣傳與調查

前往關子嶺風景區遊客對於旅遊資源普遍因欠缺資訊及當地歷史傳統特色介紹而感較不滿意。顯見關子嶺地區在人文資源方面的解說及推廣行銷相對薄弱，公共設施、路樹缺乏一致性、旅遊指示標誌不清，應增加休憩設施等，建議公部門能注意加強改善。另外，找尋失落且屬於關子嶺地區風格的產品，透過行銷包裝，把關子嶺地區的獨特風貌顯現出來。並推廣當地的飲食文化，輔導店家往優質商店方向發展，進而提升關子嶺地區餐飲品質與服務形象，對整體環境是有正面意義與幫助的。

### 2. 對需要做評估

無論是原先很少或沒有觀光活動，而具有潛力之新開發地區的實質規劃和發展，或是已有明顯觀光活動，且其土地利用和設施已具某些型態，而要再加以改造的地區，對於基本公共設施與上層設施之規劃和發展的考慮應對需求作評估。例如：瞭解有多少數量和型態的觀光旅客需要何種渡假區、會議設施、旅館等，或者預測假如增加新的機場、碼頭或旅館附設府總會、賭場等。也就是說，先作市場研究，無論是在行銷及發展新的或現有設施時，只有在市場經過評估後，實質發展的大小、型態等，方能作有意義、合理表現。

### 3. 與社區結合

關子嶺地區觀光發展能否永續經營，應建立起並發揮社區組織、當地居民與業者對居住地的情懷，強調生命共同體的意識、主動參與改造。應由公部門主動邀請地方居民解決地方事務，協助人文資源的建立、史料蒐集或在生態環境保護議題上，由社區組織管理，才能達到生態保育功能。加強取締破壞生態環境行為，明確劃設生態保護區範圍，關子嶺地區最重要且吸引人的資源在生態資源的豐富，目前關子嶺地區雖劃設紅葉公園區域、大凍山沿線一帶為森林資源保護區，但保育效果有限，實有擴大保護區範圍必要性。未來應在規劃中將關子嶺地區生態及人文教育納入自然教育體系，運用校外教學、學術研究等活動形式，提供補助以鼓勵學生團體來關子嶺地區進行戶外教學活動。冬季可舉辦泡湯認識研習營結合自然生態旅遊等活動，吸引非觀光目的之旅客。

### 4. 休閒旅遊與環境保育並重

透過遊客意向調查，遊客對於關子嶺風景區未來展望與建議，目前仍期待持續發展之內容，包括「發展水城觀光、賞景、生態之旅」並「能增加自然、人文解說教育之發展」，亦期待增設相關「自行車道、人行步道」、「設計多元豐富旅遊活動」與「相關休閒娛樂設施」等貼心的細部建設，如無障礙空間與散步步道...等。然而，關子嶺景區腹地範圍廣泛，可謂生態保育的重要區域，而在休閒旅遊活動的導入上，為兼顧兩者的平衡，應明確劃分出活動空間與保育空間，以符合不同層次之需求。對此建議：

#### (1) 劃分保育與觀光區，維持生態環境永續發展

即將環境依性質及需求，劃分出(1)保育區：強調禁止開發，以研究與保育性質為主之區域；(2)過渡區：為保育區外圍，透過適度管制，以提供復育及適度觀賞機能；以及(3)觀光區：結合當地環境資源，發展旅遊觀光活動。

#### (2) 環境保育系統與觀光遊憩系統並進，發展豐富休閒園區

關子嶺旅遊風景區擁有深厚發展潛力，對於當地的經營管理，也非僅侷限於自然環境的保育或維護上，亦須要有主題目標及整合型的運作系統帶動區域經濟發展。若能加以結合，將自然與人文資源整合運用，將更能創造與風景區共生的觀光旅遊業。因此，除了強調當地擁有的豐富自然性資源，更可進一步結合泡湯、自然、人文、宗教、美食之多元觀光活動辦理單位、社區總體營造、文化、景觀與交通部門。並延伸善加利用雲林縣、嘉義縣與台南縣市濱海地區所擁有的眾多旅遊資源，豐富其旅遊內容，以延長遊客至此駐留時間及旅動線，創造出遊客與地方的雙贏局面。

#### (3) 現況景觀改造

關子嶺地區天然地形景觀是最引人入勝、驕傲的部分，但是整體景觀上，卻是遊客到訪後印象較差的部分。遊客對於鐵皮屋充

斥、招牌凌亂、交通的雜亂、街道景觀毫無美感及未整體規劃，成為不願再來的主因，關子嶺地區既要成為休閒觀光與生態旅遊度假區，建築及街景改變並塑造特色是有迫切性的必要。

## 5. 休閒旅遊內容設計豐富化

透過調查發現，遊客對於關子嶺旅遊風景區仍有包括希望「增設設施、增加導覽」、「指示標誌要明顯」、「交通不便」、「希望可以提供溫泉相關服務」、「餐飲部分較不足、品質不齊」等期望事項。風景區內該如何持續創造豐富而多元的旅遊內容，顯然成為吸引遊客重遊的重要因素。儘管西拉雅國家風景區內擁有十分豐富的旅遊資源，但仍需要透過對景點的包裝與行銷動作，方能更有效的接觸潛在遊客群並提升遊客旅遊忠誠度。

### (1) 由「點」至「地方」旅遊路線串連

西拉雅國家風景區過去仍多著重於重要景點的觀光，即以單點式活動方式居多。因此，建議應超越單一點的開發模式，以「地方」作整體思考，亦即在一定範圍內，利用地方現有的空間特性、故事、歷史、生態等多元資源，發展出最具競爭優勢的主題，區隔地方特色，如強調水庫大壩世界國寶級珍寶、獨一無二泥漿溫泉登山健身行、攸久歷史考古文物與化石發掘，以及節令豐收農特產品產銷販售及相關體驗活動...等，以增加遊客對地方的熟識度。

### (2) 特色旅遊區域的形成與串連

特色旅遊區域之範圍尺度不定，但應以可自主成為完整旅遊活動或完整套裝動線之景點為主，並以一或數個主題景點，包括某個地景景觀、水庫集水區、化石文化、地形景觀等，作為引人入勝的啟動點，再連接其他資源，形成較完善的觀光環境，包括資訊取得、公共服務設施、餐飲服務等。此外，藉由特色旅遊區域的串連，使旅遊動線得以完整的延伸至其它零星景點。其間透過不同交通運具及完善的道路指引輔助，以形成一具豐富旅遊資源的「特色旅遊區」將為關鍵。

### (3) 整體性觀光規劃

透過調查顯示，遊客對關子嶺旅遊風景區的過夜停留態度，偏好選擇當地的旅館、民宿(優於選擇親友家)。此結果發現實為管理處推行多日遊程的最佳優勢，此亦突顯針對過夜停留的夜間觀光活動與住宿品質的管理，具積極規劃之必要。

此外，風景區內除以區帶發展概念形成整體性之觀光規模，另外可將觀光相關產業進行水平整合(如：旅行社、餐飲、住宿、農特產品、運輸業者)，再與區域資源作串聯整合(如嘉義阿里山國家風景區、台南雲嘉南濱海國家風景區、台南市文化古蹟...)等，以擴大風景區之整體力量。本規劃建議西拉雅國家風景區未來應致力強化觀光遊憩形象，塑造本身之主題性，以加深遊客印象，並推出多日之主題式套裝旅遊活動，同時與周遭著名觀光景點資源配合，

以增加遊客觀光遊憩活動之多樣性，滿足遊客需求，並延長旅遊停留天數，增加消費機會，而非僅只為短暫的停留與經過。

## 6. 符合觀光客以及當地居民需求，且觀光活動需與其他活動具有相容性

透過調查發現，遊客對於西拉雅國家風景區管理處，最滿意的軟、硬體服務設施建設為：「停車方便性」、「環境整潔及維護」與「門票或活動收費」；然而，相反的，在「旅遊資訊提供服務」、「導覽設施或解說服務」、「餐飲(價格/態度/衛生)」...等服務的滿意度較低。此外，透過開放性問題了解，遊客認為風景區內仍有值得改善的環境建設內容包括：建議應增設設施、增加導覽；指示標誌要明顯；積極進行環境的美化；聯外交通不便與大眾運輸工具仍不便；希望增加相關溫泉相關服務；路標指示不明；旅遊手冊的領取設置以及解說人員的服務導入。

顯然，具有完善觀光遊憩及公共服務設施之區域，方能有效吸引遊客，帶來消費，進而繁榮地方。然而，在設施的投入上，亦非漫無目的的四處興建，而應先考量上述特色旅遊區域的所在及其串連之區域，嚴選出重要的旅遊觀光區域進行興建，方能達到最高的使用效能。

在設施興建上須符合觀光客以及當地居民的需求，且觀光活動須與其他活動具有相容性。基於有時設施規劃不當，會破壞自然景觀，有效力的觀光單位之參與規劃過程是很重要的。

## 7. 積極編製鄉土教材、建立生態村

區內的各地都有其特色，只是可能未經發掘或未受重視，多年來，並未真正朝發揚地方精華之方向去營造。生態、環境資源的破壞，大多來自對資源的不了解，再加上居民對於動、植物、環境等各種資源的價值與生態意義，以致破壞了整體棲息地。因此，可將各項生態、環境資料結合人文史料編成鄉土教材、好讓遊客與居民了解當地資源及保護的重要性與迫切性。

## 8. 對計畫發展或替選方案所需之土地、資金及勞力資源作評估

因為土地可作為農業、工業、住宅等的發展之用，也可作為觀光發展之用，何者有利須予以評估。而所需投資的資金，如為公共財源，可作投資醫院、學校之用，若屬私人財源，可作其它型式之商業活動之用，若用作觀光發展，是否更為有利，也需予以評估。此外，發展觀光所需勞力之數量和品質，與其他產業之就業關係也應做評估。

### (1) 觀光客移動管理

有效的觀光管理，牽涉行銷、資訊與解說、規劃控制，及觀光

旅客移動之管理等。亦即觀光牽涉到人與地方，其中設施之規劃與環境相調和，只是成功的一部分，在管理上讓觀光客知曉吸引力之所在更顯重要。

此外，也應對於觀光客之移動進行管理，以避免負荷過重並保護敏感地區。也就是說，為確保觀光發展能對當地最大利益，而將負面影響減到最低，建立觀光產業發展的目標極為重要：目標要能實際有效，就需是可行的且獲大眾支持的目標。對觀光發展而言，這就表示所提出之計畫必須實際且在競爭市場中對觀光客具吸引力。但是要發展出令人滿意的觀光產品，及可被接受的形象，則需要許多部門的合作，所獲支持愈廣，目標成功的機會就愈大。

## (2) 提昇環境與公共設施品質

每當星期假日時，遊客大量湧入風景區，勢必會對遊憩區品質造成影響，如何提升遊客滿意度一直為國內各風景區與遊憩景點列為首重之課題。因此，本規劃提出下列幾點建議：

- ◇ 服務收費方面：遊客目前對於關子嶺風景區之收費標準與制度普遍較為滿意。建議對於部分公共設施亦可採取使用者付費觀念，藉由宣導「少許付費可獲得高品質盥洗環境」之觀念，或可尋求鄰近商家或民間企業認養之管道，代替向遊客收取清潔費之方式。
- ◇ 志工徵募提升導覽解說品質：對於導覽解說品質的提升，除強化遊客服務中心的功能，並可透過培養在地解說員，徵求當地居民或學生加入志工與解說員之行列，協助社區觀光產業振興、解說環境資源及進行環境維護宣導工作。對於加入志工可給予良性正面鼓勵，並吸引民眾加入，培養其對環境永續保育及合理使用之觀念。
- ◇ 另外，西拉雅風景區擁有的民間觀光發展組織繁多，亦具相當之服務熱誠，對於區域發展同樣抱持期待，因此，政府單位可積極協助培植現有已具規模之地方團體或社區成為推廣觀光尖兵，輔以適當教育訓練與解說技術，形成地方觀光推動重要力量，或做為培訓地方居民之講師，一同形成觀光發展之共識。社區與民間團體之組織，也為委託經營管理與認養公共設施之優良對象，基於其專業訓練與對家鄉土地的特殊情感，對於經營、解說、維護與管理工作將盡力而為，使其更有效的人力資源利用。
- ◇ 環境教育推廣：為提昇民眾對環境教育認知，可藉由提供完善的解說教育設施進行推廣，於旅遊服務中心設置自然資源、人文資源、旅遊資訊等解說設施，以影片、照片展示、模型、標本、燈箱、互動式解說設施等多媒體型態進行解說；配合自然及人文資源，透過完整的遊程安排，並由解說人員深入介紹；鼓勵漁村體驗、鹽田產業文化體驗、鄉土活動、民宿...等活動行銷之推廣；各據點則需著

重解說牌的設置，並力求解說內容深入淺出，以寓教於樂，加深遊客興趣與印象。

### (3) 交通服務設施方面

強化重要道路和較偏遠遊憩區的指標系統，從各個動線的入口道路至國道交流道，建議增設指標系統，以提升遊客進入西拉雅國家風景區之可及性。並著重發展汽車旅遊之相關配套設施。

- ◇ 加強與管理者之聯繫，協助各據點串聯之功能，確定落實本案進行遊程串連之用意，並加強交通運具與遊憩據點之結合。配合旅遊景點之定位與導航系統的構想加入，亦能有效降低遊客在景點與景點串連間的麻煩與尋找時間，增加旅遊過程的樂趣與意願。
- ◇ 透過廣泛之行銷技巧與持續不斷的乘客量監控，預測市場潛力，再依乘客量預測所獲得之收入預估值做為將來各項交通設施發展之基本考量因子。
- ◇ 配合鐵路與公路交通進行聯合行銷，配合高鐵一日生活圈之方便性，合作進行遊程設計之內容規劃與接駁，避免轉運等待時間過於冗長，間接降低旅遊意願。
- ◇ 結合各種運具或區間票券，以觀光護照或搭配住宿套票可享優惠方式進行促銷，並刺激遊客搭乘率及使用率的增加，減少反覆購票，提高旅遊便利性。
- ◇ 結合觀光遊憩地方特色，擺脫純粹「交通工具」的基本功能，尋求與其他設施形象結合，亦即增加其「路程內容」和「目的地」之吸引力或趣味性，建議可提供專屬的觀光巴士，與周邊遊憩據點或餐飲住宿結合，塑造更具豐富與具意義的運輸產品。
- ◇ 強化主要道路意象，塑造不同之景觀風貌，讓遊客可享受景觀道路之美。

### (4) 強化住宿與餐飲設施

住宿設施的品質欠佳與數量不足、缺乏環境舒適的用餐環境皆為遊客認為西拉雅國家風景區內仍需值得進行環境改善部分。因此，針對上述問題提出下列幾點對策：

- ◇ 鼓勵住宿與餐飲業者：其設施內容及營運方式需朝向地方特色與精緻化經營策略發展，使業者間能獲得互動良好的良性競爭，共同為特色塑造、傳統文化展現努力。
- ◇ 攤販的管理與改善。訂定攤販設置的地點與時段，要求業者營業設備與販售之物品能整齊排列、並保持周邊環境整潔，以提供遊客乾淨且衛生的遊憩環境。
- ◇ 公部門行政單位：風景區管理當局可與觀光專業規劃團隊

配合，共同開設民宿與餐飲訓練課程，以強化住宿與餐飲設施品質，並在住宿或餐廳入口，設置公部門認可之合法餐飲、住宿形象標章，取得合法之經營許可，使遊客消費更能獲得保障。

- ◇ 管理單位應能定期抽樣檢查風景區內住宿設施與餐廳之消防安全、餐飲衛生、廢棄物處理等重點項目，並嚴格把關，督促未合格業者進行改善。

## 9. 加強整合行銷傳播宣傳

面臨資訊快速流通與多元變化時代，西拉雅國家風景區未來旅遊資訊的傳播，應加強整合行銷傳播工具的宣傳，充份運用所有可接觸到遊客之媒體管道，如電子媒體(包含新聞、旅遊節目、網路資訊)與平面媒體(包含報紙、旅遊雜誌、書籍)的介紹，以提供遊客更豐富、更即時之旅遊資訊服務，並依照西拉雅國家風景區不同主題性活動，以創造更多元豐富的旅遊體驗。

### (1) 提昇西拉雅國家風景區遊憩區吸引力

- ◇ 讓遊客可以隨時在車站、政府單位、地區服務中心、網路上等易於接觸的地方取得折頁、簡介等資訊。
- ◇ 資源環境整理，保持良好之整體意象，提升遊客旅遊及重遊之意願。
- ◇ 強化旅遊市場定位，確認主題以塑造明確主題特色，誘發具偏好客群之旅遊或重遊意願。
- ◇ 初期可透過舉辦全國性之徵選比賽，如入口意象地標競圖、紀念品創作設計比賽等，快速建立全國觀光族群對此地區第一印象。
- ◇ 依據資源、旅遊及活動特性間之差異性，強化景點串連。

### (2) 豐富套裝旅遊行程設計

- ◇ 配合不同客層規劃各式套裝遊程，建議未來於各地之解說摺頁或網頁上可以此提供遊程資訊遊客，並發行套裝遊程護照或優惠券、推廣區內各項觀光活動。
- ◇ 評估旅遊市場需求，重複審查供給與參與情形，隨時檢討現有遊程與旅遊意願，定時更新最適合本區發展之遊程計畫。
- ◇ 建立長期行銷管道，配合各式軟、硬體建設服務，以提供最完善區內旅遊風貌。

### (3) 住宿餐飲特色強化

- ◇ 建議由餐飲、旅館、飯店及休閒業者與地方政府結合，依照四季節令變化共同推出行銷活動，如春耕、夏做、秋收等，並再配合安排文化節慶活動之體驗與解說，享受令遊

客記憶深刻的文化與自然環境體驗活動。

- ◇ 旅遊淡季時推出折扣優惠，結合相關旅行業者，給予固定性折扣，以增加旅遊機會，並減緩淡旺季之差距。
- ◇ 強化並結合現有各景點或業者自行安排之遊程，經當地業者的參與解說，讓遊客更能體驗深度之旅。
- ◇ 創造滿足適於各類遊客屬性之餐飲與住宿偏好，使遊客得到完整滿足的遊憩體驗。
- ◇ 各餐飲住宿類型均應針對各客層進行行銷，藉由市場定位，配合建物意象、內部裝潢設計等，創造出各具特色的餐廳住宿設施，由此亦可作為市場區隔，避免產生惡性競爭，並產生多樣性的遊憩體驗，增加遊客的重遊意願。

#### (4) 媒體行銷

- ◇ 電視媒體：配合有線、無線電視節目之拍攝，將西拉雅國家風景區之特有人文風情、自然資源定期介紹予大眾，或透過大型活動強化宣傳，並委託專業攝影工作者進行深入之專題介紹。
- ◇ 網際網路：提供一具完整資訊的網頁設計，將相關之旅遊活動、資源特性、遊憩據點與相關餐飲住宿資訊進行完整的介紹，藉由網路流通至各地。就目前接收旅遊資訊管道而言，網路及資訊設備行銷仍具有即時性、方便性及影音魅力等優點，在網站資訊提供上，也可打破一般傳統的單向式、靜態的溝通方式，可與資訊流覽者選出主要旅客停留據點、景點或具特色區域，設置互動式導覽資訊平台，亦可在有限的解說人力及時間下，提供更完善的旅遊簡介。
- ◇ 期刊雜誌：配合國內外各旅遊期刊、雜誌進行專刊特輯報導，或由西拉雅國家風景區定期出版簡訊告知遊客近期相關活動與建設等資訊，藉由不斷的新鮮話題與變化，喚起遊客記憶，並提高重遊意願，亦可依資源主題集結出版專書，完整的將區內資源呈現予遊客。

**【附錄一】2009 關子嶺地區旅遊服務需求調查  
(第一季調查)**

## 壹、遊客旅遊服務需求調查

### ◎ 遊客旅遊決策

#### 一、遊客基本資料

本次研究調查於第一期共計完成 260 份有效問卷。

表 1 受訪遊客屬性

變項名稱	人數	有效百分比	變項名稱	人數	有效百分比
<b>年齡</b>			<b>性別</b>		
20-29 歲	122	46.9	男	148	56.9
30-39 歲	72	27.7	女	112	43.1
40-49 歲	27	10.4	合計 260		
50-59 歲	32	12.3	<b>教育程度</b>		
60-69 歲	5	1.9	國小或自習	6	2.3
70 歲以上	2	0.8	國(初中)	11	4.2
合計 260			高中職	74	28.5
			大學(專科)	144	55.4
			研究所以上	25	9.6
<b>職業</b>			合計 260		
學生	64	24.6	<b>個人月收入</b>		
軍警	4	1.5	二萬以下	95	36.5
公教人員	21	8.1	二萬至四萬	104	40.0
公司職員	43	16.5	四萬至六萬	41	15.8
工	28	10.8	六萬至八萬	11	4.2
自行經商	13	5.0	八萬至十萬	3	1.2
農漁牧業	4	1.5	十萬元以上	6	2.3
自由業	18	6.9	合計 260		
家管	12	4.6	<b>婚姻狀況</b>		
退休人員	4	1.5	已婚有小孩	92	35.4
商/服務業	38	14.6	已婚沒小孩	17	6.5
其他	11	4.2	單身有小孩	8	3.1
合計 260			單身	143	55.0
			合計 260		

#### 1. 性別

在受訪者之性別而言，男性受訪者人數多於女性受訪者，男性為 148 位，佔 56.9%，女性為 112 位，佔 43.1%。

#### 2. 年齡

在年齡方面，主要青壯年訪客居多。多數受訪者分布在 20-29 歲與 30-39 歲二個年齡層，分別佔所有受訪人數之 46.9%與 27.7%，二者共佔 74.6%。

#### 3. 教育程度

在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大學(專科)學歷，佔 55.4%。

## 4. 職業

在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 24.6%，其次為公司職員，比例為 16.5%，再其次為商/服務業，比例為 14.6%。

## 5. 個人月收入

在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 40.0%，其次為 2 萬元以下者，分別為 36.5%。

## 6. 婚姻狀況

在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 55.0%，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)，比例約合計為 38.5%。

## 二、 西拉雅國家風景區了解程度

在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，表示整體行銷是成功的。另外從何得知的，以網站資訊占最多，為 24.9%，其次為其他：包括教學課程上、朋友、當地資訊...等，表示未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點之串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

## 三、 旅客出發地

在受訪者比例中，34.2%之受訪者來自台南縣市，為最多；其次為 19.2%之受訪者來自嘉義縣(市)，17.7%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 7 成。由此可知，來自西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，顯示西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，仍可再大力推行。

表 2 遊客出發地分布

居住地分類	旅遊人數	有效百分比(%)
台南縣(市)	89	34.2
嘉義縣(市)	50	19.2
高雄縣(市)	46	17.7
北部地區	29	11.1
中部地區	38	14.61
南部地區	193	74.23
離島地區	0	0
合計	260	100%

#### 四、 旅遊性質與目的

調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(68.1%)，其次以健身渡假運動為目的(16.8%)，其次為宗教性旅遊(5.1%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此針對健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略。

表 3 旅遊性質

性質	數量	有效百分比(%)
純觀光旅遊	175	68.1
健身渡假運動	44	16.9
宗教性旅行	14	5.1
探訪親友	13	4.7
生態旅遊	9	3.1
會議或學習型旅遊	2	0.8
商(公)務兼旅行	2	0.8
其他	1	0.4
總計	260	100

#### 五、 資訊取得管道 (複選)

在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(39.5%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 16.5%，表示其旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，此部分表示遊客開始會注重其摺頁內容。其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。未來也可以從此部分進行改善方向。再其次為平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)14.3%。

旅遊方式也多屬家庭旅遊，比例約為 32.7%，同學戶外教學、旅遊者約為 21.2%，個人旅遊者約為 16.9%。其他方面，則包括情侶夫妻旅遊、員工旅遊、旅行社套裝旅遊等。

表 4 資訊取得方式(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)	41	14.3
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	25	8.6
觀光、遊憩政府單位(包括索取旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	48	16.5
電腦網路	38	13.1
旅行社	4	1.4
旅遊展覽	7	2.4
親友、同事、同學	115	39.5
其他	13	4.5
合計	291	100

表 5 旅遊型態分佈(單選)

旅遊方式	數量	有效百分比(%)
旅行社套裝旅遊	8	3.1
同學戶外教學、旅行	55	21.2
員工、同事旅遊	19	7.3
宗教朝聖	4	1.5
參加其他團體舉辦的旅遊	7	2.7
個人旅遊	44	16.9
<b>家庭旅遊</b>	<b>85</b>	<b>32.7</b>
情侶、夫妻旅遊	33	12.7
其他	5	1.9
合計	260	100

## 六、 主要抵達交通工具 (複選)

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 74.6%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次為機車，佔 14.6%。再其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的 40 人座遊覽車，佔 3.7%。然而，這些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

表 6 使用交通工具(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
<b>自小客車</b>	<b>200</b>	<b>74.6</b>
遊覽車	10	3.7
公、民營客運	7	2.6
機車	39	14.6
火車	5	1.9
自行車	2	0.7
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	2	0.7
其他	3	1.1
合計	268	100

## 七、 景點選擇原因 (複選)

遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內之泡湯(21.1%)，其次是景觀優美(20.1%)，再其次則是順道經過進來玩(12.6%)。表示當地之旅遊資源是相當鮮明的，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養性」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

表 7 旅遊景點選擇原因

方式	序列	數量	有效百分比(%)
泡湯	1	92	21.1
具高知名度	5	34	7.8
景觀優美	2	88	20.1
行銷推廣活動或節慶表演	11	6	1.4
品嚐當地美食	6	33	7.6
交通便利	9	16	3.7
距離遠近、假期長短	4	38	8.7
親朋好友推薦	7	31	7.1
運動健身	10	14	3.2
文化宗教巡禮	8	20	4.6
學校、公司或參加團體安排	12	4	0.9
順道經過進來玩	3	55	12.6
其他	11	6	1.4
合計		437	100

## ◎ 遊客遊憩行為

### 八、 景點偏好

遊客選擇偏好景點，以水火同源為最偏好，佔 26.8%，其次為碧雲寺，佔 18.8%，再其次為關子嶺溫泉區 15.2%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，可因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂特點實屬必需。

表 8 旅遊景點偏好

景點名	個數	有效百分比
關子嶺溫泉	117	15.2
溫泉老街	65	8.4
水火同源	207	26.8
白河水庫	31	4.0
大仙寺	106	13.7
碧雲寺	145	18.8
紅葉公園	34	4.4
嶺頂公園	26	3.4
寶泉公園	55	0.6
大凍山	9	1.2
新、舊好漢坡	13	1.7
枕頭山	4	0.5
其他	9	1.2
合計	771	100%

## 九、 到訪次數

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 48.8%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行的。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 35.8%)。

表 9 最近一年到訪關子嶺次數

時間	數量	有效百分比
第一次	127	48.8
2-4 次	93	35.8
5-7 次	10	3.8
8 次以上	30	11.5
總計	260	100%

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 74.8%，包含改善很多(24.8)，稍有改善(24.3 與差不多(25.7%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

表 10 景點服務品質比較

方式	數量	有效百分比
改善很多	52	24.8
稍有改善	51	24.3
差不多	54	25.7
較差	53	25.2
合計	210	100%

## 一〇、 停留時間

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 56.2%，其次是一整天，佔 36.5%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 54.7.0%，其次為親友家，約為 28.3%，再其次則為民宿，約佔 9.4%。由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

表 11 風景區停留時間

時間	數量	有效百分比
半天以內	146	56.2
一整天	95	36.5
2 天	16	6.2
3 天	1	0.4
4 天以上	2	0.8
總計	260	100%

表 12 選擇住宿方式

方式	數量	有效百分比
旅館	29	54.7
民宿	5	9.4
露營	0	0
親友家(含自家)	15	28.3
香客大樓	1	1.9
其他	3	5.7
總計	53	100%

### 一一、 同行人數(含自己)

在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(64.6%)，其次為 6-10 人(18.8%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體(31-40 人)，在抽樣調查日中，約佔 2.7%，遊客屬性多為文化宗教團體進香拜拜之目的。建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產...等多面向之旅遊風光。

表 13 旅遊同行人員

同行人數	數量	有效百分比
自己一人	20	7.7
2-5 人	168	64.6
6-10 人	49	18.8
11-20 人	15	5.8
21-30 人	1	0.4
31-40 人	7	2.7
41 人以上	0	0
合計	260	100%

## ◎ 旅遊滿意度

### 一二、 偏好活動項目

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以接近大自然(26.7%)並可以擺脫壓力，放鬆心情(26.7%)。再其次為增進和家人與朋友間的情感(16.1%)。配合遊客選擇最偏好的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。

表 14 旅遊動機 (複選)

動機	數量	有效百分比
擺脫壓力，放鬆心情	157	26.0
接近大自然	161	26.7
增進家人與朋友情感	97	16.1
認識志趣相同的人	9	1.5
運動健身	37	6.1
體驗生態旅遊	25	4.1
避免無聊、出來走走打發時間	55	9.1
好奇、增廣見聞	15	2.5
吃特產與美食	31	5.1
想要獲得心靈慰藉	15	2.5
其他	2	0.3
合計	604	100

### 一三、 遊客滿意度

本題組舉列十一個可能影響遊客旅遊滿意度的影響因素，請受訪遊客一一指出對該項目之滿意度。在答案的選項上，由「非常滿意者」至「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的評價。同時將所有受訪者對同一滿意度影響因素累加後，計算其單項平均數。分數計算上，若平均值在 3 以上，愈高即表示多數受訪遊客接受該項目能提供另人滿意的服務，若平均值在 3 以下，愈低即表示受訪遊客認為該項目仍有再改善的空間。

如下表 15 所示，遊客認為多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。根據調查結果，遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」及「環境整潔及維護」(mean=3.81)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路...等的整潔維護皆頗滿意。

而關子嶺風景區的另一項特點，在賞景、自然生態旅遊或宗教朝聖

為主的前提下，多數景點皆可免費進入，少數需支付門票費用的景點，票價也不高，就算對學生也不會構成沉重負擔，故遊客在「門票或活動收費」的滿意度(mean=3.71)也不錯。

另外，風景區販賣之特產品，在價格、消費態度與特色表現上，也頗受遊客滿意(mean=3.69)，相對餐飲服務滿意度(mean=3.47)滿意度較高。餐飲服務與特產的提供在風景區，新鮮、即時與具多元服務品質是一大優點，但因用餐環境良莠不齊，包括舒適度、衛生與服務態度也需注意維持在一定水準之上，另外，開發多元、具特色又平價的特產品也為未來值得努力的方向。

此外，風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度亦較低，其平均值分別為(mean=3.38)與(mean=3.39)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可及性，儘可能的滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

表 15 遊客對風景區服務滿意度

項目	平均值	由高至低 排序	由低至高 排序
11. 環境整潔及維護	3.81	1	
12. 導覽設施或解說服務	3.38		1
13. 旅遊資訊提供服務	3.47		4
14. 引導指標及動線安排	3.55		5
15. 聯外大眾運輸方便性	3.39		2
16. 停車方便性	3.81	1	
17. 門票或活動收費	3.71	2	
18. 廁所清潔程度	3.63	4	
19. 旅遊安全性	3.46		3
20. 餐飲(價格/態度/衛生)	3.47		4
21. 特產品(價格/態度/特色)	3.69	3	
總平均			

註：在答案的選項上，由「非常滿意者」、「滿意」、「普通」、「不滿意」及「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的登錄。

#### 一四、對風景區整體滿意度

整體來看，遊客對於風景區的滿意程度頗高，非常滿意(6.9%)與滿意 58.8%)合計超過 6 成以上，普通者為(34.2%)，由此看來，遊客普遍對風景區的旅遊滿意度評價不錯。此也反應在有近 9 成的遊客，願意再重遊風景區各旅遊景點。

然而，也有 8.5%的遊客表示不願意重遊本國家風景區，最主要原因為「缺乏特色」(36.4%)，其次為「太髒亂」(13.6%)，再其次為「交通不便」9.1%與「花費太高」(9.1%)。由此看來，儘管遊客對風景區

整體滿意度普遍頗高，但風景區管理的部分細節，包括風景區特色景點與旅遊內容的再開發、旅遊與用餐環境、旅遊資訊與導覽等服務的提供與否，風景區可及性的提高與否...等，皆影響著遊客的滿意度評價與重遊意願。若希望有效提昇遊客滿意度與重遊意願，未來更應致力朝此方向著手進行改善。

表 16 整體風景區滿意度

方式	數量	有效百分比
非常滿意	18	6.9
滿意	153	58.8
普通	89	34.2
不滿意	0	0
非常不滿意	0	0
合計	260	100%

表 17 重遊意願態度

方式	數量	有效百分比
願意重遊	238	91.5
不願意重遊	22	8.5
缺乏特色	8	36.4
太髒亂	3	13.6
人太多、太擁擠	1	4.5
交通不便	2	9.1
環境設備差	1	4.5
氣候不佳	1	4.5
花費太高	2	9.1
其他	4	18.2
合計	258	100%

## ◎ 遊客消費行為

### 一五、 個人旅遊平均花費

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 48 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 18.5%。其次，花費總金額則落在 1-500 元間，佔總個人旅遊遊客總數之 18.1%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 20 人(7.7%)。

分別細看總消費金額，若依消費項目劃分發現，遊客至風景區消費，主要的花費項目內容依金額多寡與比重，由高至低排序，分別為交通費用>飲食費用>購物花費(包括紀念品、特產等)>娛樂花費，各細項平均花費的金額為 1-500 元間。

整體而言，遊客於關子嶺風景區旅遊，花費金額多控制在 3000 元以下(佔 74.3%)。

表 18 個人旅遊平均花費金額

花費項目	交通費用		飲食費用		購物花費 (紀念品、特產等)		娛樂花費		住宿費用		全程預估總花費	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
0元	28	108%	33	127%	86	35.1%	111	389%	148	570%	20	7.7%
1-500元	126	485	119	458%	97	373%	80	308%	22	85%	47	18.1%
500-1000元	53	20.4%	49	18.8%	38	14.6%	35	13.5%	19	7.3%	46	17.7%
1001-2000元	31	11.9%	29	11.2%	17	6.5%	19	7.3%	22	8.5%	48	18.5%
2001-3000元	5	1.9%	13	5.0%	4	1.5%	9	3.5%	25	9.6%	32	12.3%
3001-4000元	1	0.4%	4	1.5%	3	1.2%	2	0.8%	6	2.3%	27	10.4%
4001元以上	3	1.2%	0	0	2	0.8%	1	0.4%	5	1.9%	27	10.4%
遺漏值	13	5.0%	13	5.0%	13	5.0%	13	5.0%	13	5.0%	13	5.0%
合計	260		260		260		260		260		260	

### 一六、團體旅遊平均花費

團體旅遊遊客平均花費，金額普遍在 2,000 元以下，合計約超過 7 成。其中最多花費金額落在 500-1,000 元間，佔 43.24%，其次為 1-500 元，約佔 19.04%。而除團費花費外，遊客另外也花費金額不等的額外消費，花費金額普遍在 1,000 元以內，主要花費落在 500-1000 元間，佔 38.10%，其次為 500 元以下及 1001-2000 元間，各佔 21.43%。

團體遊客每人全程預估總花費金額，據結果顯示，有超過 9 成以上遊客會花費 1000 元以上不等的金額，最多落在 500-1000 元間(佔 28.58%)與 1001-2000 元間(佔 21.43%)。回顧先前，遊客對於當地提供的飲食餐飲與特產品，在滿意度的呈現上相對較低，不過，由於飲食、購物花費...等皆為遊客為風景區創造消費經濟的重要管道，未來風景區對於餐飲、特產的管理，包括價值、品質、服務、衛生、環境...等，再改善空間仍然頗大。期望透過服務品質的專業提升，以帶動地方產業的轉型，如此，對於希望推動無煙囱工業的用心與經營，經濟效益方可帶動地方發展。

表 19 團體旅遊者平均花費

花費項目	團費平均(%)		其他額外消費%		全程預估總花費%	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
1-500元	8	19.04	9	21.43	7	16.67
500-1,000元	19	43.24	16	38.10	12	28.58
1,001-2,000元	6	15.29	9	21.43	9	21.43
2,001-3,000元	6	15.29	5	11.90	6	15.29
3,001-4,000元	1	2.38	2	4.76	5	10.90
4,001元以上	2	4.76	1	2.38	3	7.13

## 一七、 未來至關子嶺旅遊願意支付消費金額

遊客未來到關子嶺風景區，願意支付的金額最多為 500-1000 元，有 74 人，約佔 28.5%，其次為 1001-2000 元，有 69 人，佔 26.5%。相較現今個人與團體的花費，金額差異不大，這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若增加相關之改善的服務及設施，就有提高願付金額之潛力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

表 20 未來至關子嶺旅遊願付金額

願支付金額	數量/百分比	
0 元	16	6.2
1-500 元	47	18.1
<b>500-1,000 元</b>	<b>74</b>	<b>28.5</b>
<b>1,001-2,000 元</b>	<b>69</b>	<b>26.5</b>
2,001-3,000 元	31	11.9
3,001-4,000 元	10	3.8
4,001 元以上	13	5.0

## ◉ 未來展望

### 一八、 未來發展方向

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 164 人(29.0%)。也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 118 人(佔 20.8%)，因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。另其次為發展地方產業觀光，因當地的產業、特產勝名，因此若能從每季之產業特性，進行發展產業觀光，必能使得當地之景點更別具特色。

表 21 未來發展方向(複選)

方式	數量	有效百分比
發展水城觀光、賞景、生態之旅	164	29.0
發展西拉雅文化	104	18.4
發展自然、人文解說教育	118	20.8
發展地方產業觀光化	108	19.1
改善聯外及區內交通狀況	72	12.7
其他具體建議	0	0
總計	566	100%

### 一九、提升前來意願因素

對於風景區內，未來應如何提升其旅遊意願方面，遊客最認同增加完善自行車導、人行步道，有 101 人(佔 12.0%)，其次為多元豐富的旅遊活動，有 98 人，(佔 11.6%)。第三則為休閒娛樂設施，有 97 人(佔 11.5%)。因此表示遊客對於更完善的自行車道、旅遊活動、休閒設施等，最為需要，未來建議可從相關的硬體設施進行，以及解說中心等軟體服務，以提升遊客到訪的意願，並能創造當地更多元化的遊憩方式。

表 22 影響重遊意願因素(複選)

方式	排序	數量	有效百分比
遊客服務中心	4	86	10.2
觀光巴士	4	86	10.2
解說導覽服務	5	71	8.4
特產購物	11	37	4.4
完善自行車道、人行步道	1	101	12.0
完善的住宿設施	10	39	4.6
多元豐富的旅遊活動	2	98	11.6
休閒娛樂設施	3	97	11.5
餐飲設施	7	58	6.9
醫療服務	9	47	5.6
交通指標系統	6	64	7.6
遮蔭設施的增設	8	57	6.8
其他建議	12	2	0.2
總計		843	100%

## 二〇、 開放性建議內容

遊客對於關子嶺家風景區主要提供建議大多集中在「風景區內軟、硬體設施建議」、以及「旅遊資源建議」方面。而在軟硬體設施建議上，以增加指標、環境改善及交通上之建議等較多，因此在未來可以增加其相關觀光巴士的做法、其他觀光景點之引導系統進行修正，以增加遊客到訪的次數，並能提供西拉雅國家風景區內更完善、永續的經營目標。

表 23 開放性建議內容彙整

型態	意見內容
風景區內軟、硬體設施建議	增設設施、增加導覽
	指示標誌要明顯
	美化環境
	交通不便，可參考草嶺小型巴士
	可以提供溫泉相關服務
	從好漢坡上那條路，可增加一個商店街
	路標指示不明，很多人常迷路
旅遊資源建議	餐飲部分較不足、品質不齊
	重視鄉土人文旅遊
	建議提供此區旅遊手冊
	沒有完善的解說人員

## 二一、 遊客特質與旅遊意向之差異分析

為了解不同遊客基本屬性對遊客滿意度，以及遊客旅遊特性的不同之影響，規劃以下透過變異數分析、T 檢定等方式，藉以判定不同遊客或旅遊因子間，是否存在顯著性關連，了解其間關係變化。

表 24 遊客基本資料對遊客滿意度檢定分析

項目	性別	教育	月收入	婚姻狀況
12. 環境整潔及維護				
13. 導覽設施或解說服務		**		**
14. 旅遊資訊提供服務				*
15. 引導指標及動線安排		**		*
16. 聯外大眾運輸方便性		**		**
17. 停車方便性				
18. 門票或活動收費			**	
19. 廁所清潔程度				
20. 餐飲(價格/態度/衛生)	*			
21. 特產品(價格/態度/特色)		*		
22. 整體評價		**		*

\*\*表示有 95%顯著水準

\*\*\*表示有 99%顯著水準

### (一) 性別偏好差異

針對西拉雅國家風景區-關子嶺風景區之遊客，基本特性與遊客滿意度因素之檢定上，在性別偏好的差異上，性別的影響，主要以餐飲服務滿意度為主(包括價格、態度、衛生等)部分，就男性受訪者之分析結果，較偏向不滿意之意象，相較於女性而言，滿意度較低。主要是因為男性較在意價錢與價值之平衡，因此，男生較易表現出非常滿意與非常不滿意之差異。因此，針對餐飲部分的改善，可能需要增加多點特色之餐飲及改善餐飲環境，才能達到餐飲服務之品質。

### (二) 教育程度偏好差異

針對風景區滿意度之分析，教育程度與遊客滿意度之檢定，主要在「導覽設施或解說服務」、「引導指標及動線安排」、「聯外大眾運輸方便性」、「特產品價格態度特色」、「整體評價」等項目產生差異。

1. 導覽解說方面：主要以國中以下之教育程度的遊客滿意度最高，其次為大專生。而學歷為碩士以上者，對此滿意度呈現最低。
2. 引導指標及動線部分：以國/高中教育程度者滿意度最高，其次為大專教育程度，可見一般民眾在引導指標的滿意度上，都呈現不錯的滿意程度。
3. 聯外交通：以大專及研究所教育程度或以上者，最為不滿意，他們表示其聯外交通都需要改善，包括大眾運輸工具等。
4. 特產品的價格、特色等：以高中職教育程度者最為滿意，相對的，高中以下教育程度者，對此滿意度較低。

### (三) 個人月收入差異

就遊客滿意度上之檢定，個人月收入中，以 6 至 8 萬之滿意度最高，而其次為 2 萬元以下的遊客。調查顯示，遊客在門票收費之滿意程度上，因風景區免費觀光旅遊景點不少，故滿意度頗高。

### (四) 婚姻狀況差異

婚姻狀況與導覽解說、引導指標及動線安排之滿意度上呈現差異性，特別在已婚有小孩及單身者，較為滿意，這表示單身及有小孩者的族群較需要有充足的導覽解說服務及引導指標，因此未來可以針對此部分進行策略性發展。未來在風景區內設置相關解說服務，建議可以雙語、互動式的方式呈現，提供親子之良好互動，並更能啟發遊客對於當地景點之興趣。

## 貳、商家服務需求調查

### 一、商家背景屬性

#### (一) 基本背景

針對商家的基本背景介紹，在性別上，剛好平均，各佔 50%，年齡以 40-49 歲居多，佔 26.0%；教育程度以高中職居多，佔 42.0%。

#### (二) 店面經營

在調查的商家中，多為居住 5 年以下及 15 年以上為多，表示當地的商家為新進駐及歷史悠久的商家各分半，約各佔 26%，如此可以顯示當地的商家，會呈現新舊二者差異的情形出現。店面開設也以承租為多，佔 58%，類別也以住宿飯店類為多，佔 41.2%，其次為餐飲小吃類，佔 32%。

在此經營的商家，以與他人合夥投資最多，佔 42%，而開店時間也以 4-7 年最多，佔 48%。表示當地的經營，以新創立為多。

#### (三) 其他參與活動

就參與商圈的活動上，曾經參與過活動者最多，佔 50%，其次為未曾參與者，佔 44%，另外無參與過者，是佔調查商家中，較少的部分。這表示商家都較無參加相關的活動，這可能與參與的成效不佳或無相關誘因而導致的結果。

另外在是否聽過西拉雅國家風景區上，有聽過者佔多數，為 52%，但也表示有另一半的商家無聽過西拉雅國家風景區，因此在整體活動上，可以有加強的空間。

## 二、商家對風景區整體環境滿意度

商家對風景區整體環境上，以「餐飲服務、整體評價」最為滿意，平均數為 3.68，其次滿意的項目為「當地的旅遊安全性」，平均數為 3.62；另外以「引導指標及動線」、「聯外大眾運輸方便性」、「停車方便性」為較不滿意的項目，平均數為 3.10。

而整體針對不滿意的原因，主要以導覽及引導指標之不足，有較多的不滿意的度部，因此，在關子嶺地區可以再針對較不滿意的地區進行改善。

表 25 商家對風景區整體環境滿意度

項目	平均數	不滿意原因
10. 環境整潔及維護	3.36	嶺頂公園雜草多無公園美名
11. 導覽設施或解說服務	3.20	沒看過任何設施或服務解說牌太少
12. 旅遊資訊提供服務	3.30	無解說手冊、資訊太少
13. 引導指標及動線安排	3.10	指標不明確
14. 聯外大眾運輸方便性	3.10	無連接其他風景區交通工具
15. 停車方便性	3.10	
16. 門票或活動收費	3.30	洗溫泉太貴
17. 廁所清潔程度	3.26	雖然乾淨但有臭味
18. 旅遊安全性	3.62	
10.餐飲(價格/態度/衛生)	3.68	好壞皆有
11.特產品(價格/態度/特色)	3.60	有何特產
12.對於當地整體評價	3.68	缺乏居民凝聚力

### 三、西拉雅風景區管理處對關子嶺產生的改變及效益

#### (一) 商家對風景區建設改善的認知

商家對於西拉雅國家風景區管理處所進行之改善態度，相較上列之滿意度中平均數有較高的認同度。整體而言，對於相關建設上，最認同「關子嶺風景區環境景觀已獲改善」，平均數為 3.76；其次認同者為「水火同源周邊服務設施充足」，平均數為 3.64。

而針對管理處對關子嶺地區較為缺乏的部分為：「造成當地交通的擁擠」平均數為 2.86、「嶺頂公園遊客資訊站資訊充足」、「提升當地整體形象」，分別為平均數 3.46。二者較為不足的部分，可以提供管理處可以改善的部分。

表 26 商家對風景區建設改善的認知

項目	平均數	不滿意原因
關子嶺風景區環境景觀已獲改善	3.76	
溫泉老街入口意象充足	3.52	不清楚
嶺頂公園遊客資訊站資訊充足	3.46	
紅葉公園景觀優美	3.52	沒有太多建設
白河綠色隧道環境優美	3.52	
水火同源周邊服務設施充足	3.64	照明設備不足
大仙寺周邊環境設施充足	3.58	
碧雲公園周邊環境設施充足	3.60	
有配合節慶舉辦相關主題活動	3.58	活動太少
有整合業者共同促銷產品	3.56	無法整合
有結合附近景點吸引遊客來此消費	3.60	
有提升當地整體形象	3.46	店家不太合作
帶來當地環境的髒亂	3.06	
造成當地交通的擁擠	2.86	

註：此部分之「帶來當地環境的髒亂」、「造成當地交通的擁擠」二題為負向題目，因此予以反向給分，分數愈低者為愈同意，則是愈帶來負面的影響。

## (二) 商家對當地增加效益的認知

### 1. 增加商家客源

在增加客源中，以 1-3 成最多，佔 52%，表示西拉雅國家風景區的設立，相對有增加當地客源。

### 2. 增加遊客數量

在增加遊客數量中，以 1-3 成最多，佔 50%，其次為佔 3-5 成，佔 20%。表示西拉雅國家風景區的設立，相對有增加當地遊客數量。

### 3. 增加外來投資

在增加遊客數量中，以 1-3 成最多，佔 48%，其次為佔 1 成以下，佔 20%。表示相對於遊客及客源上，外來投資是較為減少的，這可能與國家風景區尚成立不久有關。

### 4. 增加經濟成長、當地房價

在增加經濟成長中，以 1-3 成最多，佔 44%，其次為佔 3-5 成，佔 22%。而在當地房價上，以 1-3 成最多，佔 36%，其次為佔 3-5 成，佔 30%。表示國家風景區的設立，已有影響當地的經濟及房價，可以預估未可增加效益的層面可以提高。

### 5. 對當地整體發展效益

在增加客源中，以 1-3 成最多，佔 32%，其次為 3-5 成，佔 32%，

這表示西拉雅國家風景區的設立，其實對於整體的發展已產生正面的效益，也讓當地的居民、商家更有信心及期待去面對風景區的建設。

#### 四、 關子嶺風景區待改善項目

針對風景區待改善的項目中，以「當地特色伴手禮之設計與研發」、「異對結盟」中是商家最想改善的部分，佔 14.8%，分別有 31 個商家認同。其次為「輔導商家行銷管理」、「景點再開發」、「商家提供產品差異化集中」，分別各佔 14.4%。

此部分商家認為待改善的項目，幾乎相當接近，因此針對每一項的項目，商家都認為需要再進行改善及協助輔導，特別在整體的形象、行銷管理的部分，是商家認為管理處可以介入共同處理的部分，以期待此風景區能更有前瞻性及永續發展的願景。

## 參、 結論與建議

隨著國人對休閒活動日益重視，觀光旅遊已為一種休閒活動的模式之一。此種種現象不僅說明國人對旅遊需求日益漸增，更為休閒旅遊市場刻劃出壯闊的版圖，這一幅瑰麗藍圖背後隱藏的是無限的商業機會及利益。因此，本研究針對旅遊服務需求調查之初始動機在藉由瞭解消費者內心深層的旅遊動機、遊客在出發前會透過哪些管道蒐集據點旅遊資訊？遊客偏好、消費行為及遊客遊憩滿意度評價？又有哪些原因會影響遊客重遊旅遊目的？以提供管理單位作為吸引遊客並改善風景區內觀光據點軟、硬體服務依據。

鑑於遊客旅遊動機的不同將產生不同之需求。因此，透過本調查掌握遊客前往風景區旅遊之遊憩活動模式、遊客特性及其對遊憩、餐飲住宿與服務之需求與滿意度，期望可作為未來風景區遊憩設施改善及加強產業服務管理之參考。

### 一、 結論

#### 1. 風景區受訪遊客背景

風景區在受訪者之性別而言，男性受訪者人數多於女性受訪者，在年齡方面，主要青壯年訪客居多。在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大學(專科)學歷，佔 55.4%。在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 24.6%，其次為公司職員，比例為 16.5%。在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 40.0%。在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 55.0%，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)。

透過旅客出發地之調查，34.2%之受訪者來自台南縣市，為最多；其次為 19.2%之受訪者來自嘉義縣(市)，17.7%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 7 成。表示西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，推測西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，仍可再大力推行。

#### 2. 旅遊資訊取得來源

在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，表示整體行銷是成功的。在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(39.5%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 16.5%，表示其旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，此部分表示遊客開始會注重其摺頁內容。其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。未來也可以從此部分進行改善方向。再其次為平面媒體(如

旅遊叢書、報章雜誌等)14.3%。未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點之串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

### 3. 旅遊性質與目的

調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(68.1%)，其次以健身渡假運動為目的(16.8%)，其次為宗教性旅遊(5.1%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此針對健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略。此亦為本區旅遊發展之利基。

呼應遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內之泡湯(21.1%)，其次是景觀優美(20.1%)，再其次則是順道經過進來玩(12.6%)。表示當地之旅遊資源部分具有相當鮮明的吸引力，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養性」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

### 4. 使用交通工具

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 74.6%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次為機車，佔 14.6%。再其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的 40 人座遊覽車，佔 3.7%。然而，這些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

### 5. 旅遊景點偏好

遊客選擇偏好景點，以水火同源為最偏好，佔 26.8%，其次為碧雲寺，佔 18.8%，再其次為關子嶺溫泉區 15.2%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，可因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂特點實屬必需。

而呼應遊客至風景區之旅遊需求與動機，在景點規劃與風景區遊客內容的設計上，應可朝向「健康」、「攸閒」、「泡湯」、「怡情」等方向。

## 6. 遊客到訪次數與服務品質改善情形

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 48.8%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行的。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 35.8%)。

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 74.8%，包含改善很多(24.8)，稍有改善(24.3 與差不多(25.7%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

## 7. 遊客景點停留時間與同行人數

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 56.2%，其次是一整天，佔 36.5%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 54.7.0%，其次為親友家，約為 28.3%，再其次則為民宿，約佔 9.4%。在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(64.6%)，其次為 6-10 人(18.8%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體(31-40 人)，在抽樣調查日中，約佔 2.7%，遊客屬性多為文化宗教團體進香拜拜之目的。

建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產...等多面向之旅遊風光。另外，由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

## 8. 旅遊偏好活動項目

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以接近大自然(26.7%)並可以擺脫壓力，放鬆心情(26.7%)。再其次為增進和家人與朋友間的情感(16.1%)。配合遊客選擇最偏好的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。

## 9. 遊客滿意度

據調查結果顯示，遊客針對多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」及「環境整潔及維護」(mean=3.81)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路...等的整潔維護皆頗滿意。風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度亦較低，其平均值分別為(mean=3.38)與(mean=3.39)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可及性，儘可能的滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

整體來看，遊客對於風景區的滿意程度頗高，非常滿意(6.9%)與滿意 58.8%)合計超過 6 成以上，普通者為(34.2%)，由此看來，遊客普遍對風景區的旅遊滿意度評價不錯。此也反應在有近 9 成的遊客，願意再重遊風景區各旅遊景點。

## 10. 旅遊平均花費情形

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 48 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 18.5%。其次，花費總金額則落在 1-500 元間，佔總個人旅遊遊客總數之 18.1%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 20 人(7.7%)。

團體遊客每人全程預估總花費金額，據結果顯示，有超過 9 成以上遊客會花費 1000 元以上不等的金額，最多落在 500-1000 元間(佔 28.58%)與 1001-2000 元間(佔 21.43%)。

遊客未來到關子嶺風景區，願意支付的金額最多為 500-1000 元，有 74 人，約佔 28.5%，其次為 1001-2000 元，有 69 人，佔 26.5%。相較現今個人與團體的花費，金額差異不大，這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若增加相關之改善的服務及設施，就有提高願付金額之潛力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

## 11. 風景區未來發展期望

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最

主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 164 人(29.0%)。也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 118 人(佔 20.8%)，因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。另其次為發展地方產業觀光，因當地的產業、特產勝名，因此若能從每季之產業特性，進行發展產業觀光，必能使得當地之景點更別具特色。

對於風景區內，未來應如何提升其旅遊意願方面，遊客最認同增加完善自行車導、人行步道，有 101 人(佔 12.0%)，其次為多元豐富的旅遊活動，有 98 人，(佔 11.6%)。第三則為休閒娛樂設施，有 97 人(佔 11.5%)。因此表示遊客對於更完善的自行車道、旅遊活動、休閒設施等，最為需要，未來建議可從相關的硬體設施進行，以及解說中心等軟體服務，以提升遊客到訪的意願，並能創造當地更多元化的遊憩方式。

## 12. 商家針對商圈輔導可予以協助，並改善當地交通引導系統

針對商家之建議，在環境滿意度上，認為較不滿意引導指標及交通之部分，此部分是需要風景區可以再進行改善的部分，建議可從增加交通指標、旅遊資訊服務站等設施進行改善。另外在商圈輔導的部分，商家希望可以從行銷管理、伴手禮特色研發...等部分進行設計，以創造關子嶺地區特有之特產、意象及商品等，使得當地能更有觀光之立基點，達到永續觀光的發展策略。

## 二、 建議

本研究經調查，針對遊客與商家之服務需求態度進行分析，提出下列幾點經營管理建議，供管理單位未來提升關子嶺旅遊風景區遊憩與服務品質及觀光產業發展之參考。

### 1. 休閒旅遊與環境保育並重

透過遊客意向調查，遊客對於關子嶺風景區未來展望與建議，目前仍期待持續發展之內容，包括「發展水城觀光、賞景、生態之旅」並「能增加自然、人文解說教育之發展」，亦期待增設相關「自行車道、人行步道」、「設計多元豐富旅遊活動」與「相關休閒娛樂設施」等貼心的細部建設，如無障礙空間與散步步道...等。然而，關子嶺景區腹地範圍廣泛，可謂生態保育的重要區域，而在休閒旅遊活動的導入上，為兼顧兩者的平衡，應明確劃分出活動空間與保育空間，以符合不同層次之需求。對此建議：

### (1) 劃分保育與觀光區，維持生態環境永續發展

即將環境依性質及需求，劃分出(1)保育區：強調禁止開發，以研究與保育性質為主之區域；(2)過渡區：為保育區外圍，透過適度管制，以提供復育及適度觀賞機能；以及(3)觀光區：結合當地環境資源，發展旅遊觀光活動。

### (2) 環境保育系統與觀光遊憩系統並進，發展豐富休閒園區

關子嶺旅遊風景區擁有深厚發展潛力，對於當地的經營管理，也非僅侷限於自然環境的保育或維護上，亦須要有主題目標及整合型的運作系統帶動區域經濟發展。若能加以結合，將自然與人文資源整合運用，將更能創造與風景區共生的觀光旅遊業。因此，除了強調當地擁有的豐富自然性資源，更可進一步結合泡湯、自然、人文、宗教、美食之多元觀光活動辦理單位、社區總體營造、文化、景觀與交通部門。並延伸善加利用雲林縣、嘉義縣與台南縣市濱海地區所擁有的眾多旅遊資源，豐富其旅遊內容，以延長遊客至此駐留時間及流動線，創造出遊客與地方的雙贏局面。

## 2. 休閒旅遊內容設計豐富化

透過調查發現，遊客對於關子嶺旅遊風景區仍有包括希望「增設設施、增加導覽」、「指示標誌要明顯」、「交通不便」、「希望可以提供溫泉相關服務」、「餐飲部分較不足、品質不齊」等期望事項。風景區內該如何持續創造豐富而多元的旅遊內容，顯然成為吸引遊客重遊的重要因素。儘管西拉雅國家風景區內擁有十分豐富的旅遊資源，但仍需要透過對景點的包裝與行銷動作，方能更有效的接觸潛在遊客群並提升遊客旅遊忠誠度。

### (1) 由「點」至「地方」旅遊路線串連

西拉雅國家風景區過去仍多著重於重要景點的觀光，即以單點式活動方式居多。因此，建議應超越單一點的開發模式，以「地方」作整體思考，亦即在一定範圍內，利用地方現有的空間特性、故事、歷史、生態等多元資源，發展出最具競爭優勢的主題，區隔地方特色，如強調水庫大壩世界國寶級珍寶、獨一無二泥漿溫泉登山健身行、攸久歷史考古文物與化石發掘，以及節令豐收農特產品產銷販售及相關體驗活動...等，以增加遊客對地方的熟識度。

### (2) 特色旅遊區域的形成與串連

特色旅遊區域之範圍尺度不定，但應以可自主成為完整旅遊活動或完整套裝動線之景點為主，並以一或數個主題景點，包括某個地景景觀、水庫集水區、化石文化、地形景觀等，作為引人入勝的啟動點，再連接其他資源，形成較完善的觀光環境，包括資訊取得、公共服務設施、餐飲服務等。此外，藉由特色旅遊區域的串連，使旅遊動線得以完整的延伸至其它零星景點。其間透過不同交通運具及完善的道路指引輔助，以形成一具豐富旅遊資源的「特色旅遊區」將為關鍵。

### (3) 整體性觀光規劃

透過調查顯示，遊客對關子嶺旅遊風景區的過夜停留態度，偏好選擇當地的旅館、民宿(優於選擇親友家)。此結果發現實為管理處推行多日遊程的最佳優勢，此亦突顯針對過夜停留的夜間觀光活動與住宿品質的管理，具積極規劃之必要。

此外，風景區內除以區帶發展概念形成整體性之觀光規模，另外可將觀光相關產業進行水平整合(如：旅行社、餐飲、住宿、農特產品、運輸業者)，再與區域資源作串聯整合(如嘉義阿里山國家風景區、台南雲嘉南濱海國家風景區、台南市文化古蹟...)等，以擴大風景區之整體力量。本規劃建議西拉雅國家風景區未來應致力強化觀光遊憩形象，塑造本身之主題性，以加深遊客印象，並推出多日之主題式套裝旅遊活動，同時與周遭著名觀光景點資源配合，以增加遊客觀光遊憩活動之多樣性，滿足遊客需求，並延長旅遊停留天數，增加消費機會，而非僅只為短暫的停留與經過。

### 3. 投入低干擾之景觀與公共設施

透過調查發現，遊客對於西拉雅國家風景區管理處，最滿意的軟、硬體服務設施建設為：「停車方便性」、「環境整潔及維護」與「門票或活動收費」；然而，相反的，在「旅遊資訊提供服務」、「導覽設施或解說服務」、「餐飲(價格/態度/衛生)」...等服務的滿意度較低。此外，透過開放性問題了解，遊客認為風景區內仍有值得改善的環境建設內容包括：建議應增設設施、增加導覽；指示標誌要明顯；積極進行環境的美化；聯外交通不便與大眾運輸工具仍不便；希望增加相關溫泉相關服務；路標指示不明；旅遊手冊的領取設置以及解說人員的服務導入。

顯然，具有完善觀光遊憩及公共服務設施之區域，方能有效吸引遊客，帶來消費，進而繁榮地方。然而，在設施的投入上，亦非漫無目的的四處興建，而應先考量上述特色旅遊區域的所在及其串連之區域，嚴選出重要的旅遊觀光區域進行興建，方能達到最高的使用效能。在設施興建上，可區分為：

#### (1) 無償性設施

提供遊客服務之設施，如堤岸步道、觀景台、賞鳥及解說設施、停車場、植栽綠美化、指標系統、旅遊服務中心、公廁、入口意象...等，在此，應對旅遊特色區域界定清楚後，再予投入興建，方能提昇公共設施及遊憩環境品質。

#### (2) 有償性設施

包括具地方風味特色餐廳之興建、農特產販售、自行車之租賃、生態、人文采風旅遊等相關配套行程。此部分則可由公部門依促進民間參與公共建設之方式，甄選優良廠商，委由民間經營，或站在輔導開發的角色上，協助民間進行投資經營。

以上無論是無償性亦或有償性設施之興建，於興建前，仍應進

行完整的環境評估，以對當地自然環境干擾最低之設施興建為最前提。

#### 4. 服務與設施品質再提升

調查發現，儘管遊客重遊意願頗高，然而，對於遊客較不滿意並可能造成重遊意願降低的因素，實應皆予以發掘並求得改善。根據問卷結果，造成遊客不願重遊風景區的原因，最主要原因為「缺乏特色」，其次為「太髒亂」，再其次為「交通不便」與「花費太高」。由此看來，儘管遊客對風景區整體滿意度普遍頗高，但風景區管理的部分細節，包括風景區特色景點與旅遊內容的再開發、旅遊與用餐環境、旅遊資訊與導覽等服務的提供與否，風景區可及性的提高與否...等，皆影響著遊客的滿意度評價與重遊意願。若希望有效提昇遊客滿意度與重遊意願，未來更應致力朝此方向著手進行改善。

##### (1) 提昇環境與公共設施品質

每當星期假日時，遊客大量湧入風景區，勢必會對遊憩區品質造成影響，如何提升遊客滿意度一直為國內各風景區與遊憩景點列為首重之課題。因此，本規劃提出下列幾點建議：

- ◇ 服務收費方面：遊客目前對於關子嶺風景區之收費標準與制度普遍較為滿意。建議對於部分公共設施亦可採取使用者付費觀念，藉由宣導「少許付費可獲得高品質盥洗環境」之觀念，或可尋求鄰近商家或民間企業認養之管道，代替向遊客收取清潔費之方式。
- ◇ 志工徵募提升導覽解說品質：對於導覽解說品質的提升，除強化遊客服務中心的功能，並可透過培養在地解說員，徵求當地居民或學生加入志工與解說員之行列，協助社區觀光產業振興、解說環境資源及進行環境維護宣導工作。對於加入志工可給予良性正面鼓勵，並吸引民眾加入，培養其對環境永續保育及合理使用之觀念。
- ◇ 另外，西拉雅風景區擁有的民間觀光發展組織繁多，亦具相當之服務熱誠，對於區域發展同樣抱持期待，因此，政府單位可積極協助培植現有已具規模之地方團體或社區成為推廣觀光尖兵，輔以適當教育訓練與解說技術，形成地方觀光推動重要力量，或做為培訓地方居民之講師，一同形成觀光發展之共識。社區與民間團體之組織，也為委託經營管理與認養公共設施之優良對象，基於其專業訓練與對家鄉土地的特殊情感，對於經營、解說、維護與管理工作將盡力而為，使其更有效的人力資源利用。
- ◇ 環境教育推廣：為提昇民眾對環境教育認知，可藉由提供完善的解說教育設施進行推廣，於旅遊服務中心設置自然資源、人文資源、旅遊資訊等解說設施，以影片、照片展

示、模型、標本、燈箱、互動式解說設施等多媒體型態進行解說；配合自然及人文資源，透過完整的遊程安排，並由解說人員深入介紹；鼓勵漁村體驗、鹽田產業文化體驗、鄉土活動、民宿...等活動行銷之推廣；各據點則需著重解說牌的設置，並力求解說內容深入淺出，以寓教於樂，加深遊客興趣與印象。

## (2) 交通服務設施方面

強化重要道路和較偏遠遊憩區的指標系統，從各個動線的入口道路至國道交流道，建議增設指標系統，以提升遊客進入西拉雅國家風景區之可及性。並著重發展汽車旅遊之相關配套設施。

- ◇ 加強與管理者之聯繫，協助各據點串聯之功能，確定落實本案進行遊程串連之用意，並加強交通運具與遊憩據點之結合。配合旅遊景點之定位與導航系統的構想加入，亦能有效降低遊客在景點與景點串連間的麻煩與尋找時間，增加旅遊過程的樂趣與意願。
- ◇ 透過廣泛之行銷技巧與持續不斷的乘客量監控，預測市場潛力，再依乘客量預測所獲得之收入預估值做為將來各項交通設施發展之基本考量因子。
- ◇ 配合鐵路與公路交通進行聯合行銷，配合高鐵一日生活圈之方便性，合作進行遊程設計之內容規劃與接駁，避免轉運等待時間過於冗長，間接降低旅遊意願。
- ◇ 結合各種運具或區間票券，以觀光護照或搭配住宿套票可享優惠方式進行促銷，並刺激遊客搭乘率及使用率的增加，減少反覆購票，提高旅遊便利性。
- ◇ 結合觀光遊憩地方特色，擺脫純粹「交通工具」的基本功能，尋求與其他設施形象結合，亦即增加其「路程內容」和「目的地」之吸引力或趣味性，建議可提供專屬的觀光巴士，與周邊遊憩據點或餐飲住宿結合，塑造更具豐富與具意義的運輸產品。
- ◇ 強化主要道路意象，塑造不同之景觀風貌，讓遊客可享受景觀道路之美。

## (3) 強化住宿與餐飲設施

住宿設施的品質欠佳與數量不足、缺乏環境舒適的用餐環境皆為遊客認為西拉雅國家風景區內仍需值得進行環境改善部分。因此，針對上述問題提出下列幾點對策：

- ◇ 鼓勵住宿與餐飲業者：其設施內容及營運方式需朝向地方特色與精緻化經營策略發展，使業者間能獲得互動良好的良性競爭，共同為特色塑造、傳統文化展現努力。
- ◇ 攤販的管理與改善。訂定攤販設置的地點與時段，要求業

者營業設備與販售之物品能整齊排列、並保持周邊環境整潔，以提供遊客乾淨且衛生的遊憩環境。

- ◇ 公部門行政單位：風景區管理當局可與觀光專業規劃團隊配合，共同開設民宿與餐飲訓練課程，以強化住宿與餐飲設施品質，並在住宿或餐廳入口，設置公部門認可之合法餐飲、住宿形象標章，取得合法之經營許可，使遊客消費更能獲得保障。
- ◇ 管理單位應能定期抽樣檢查風景區內住宿設施與餐廳之消防安全、餐飲衛生、廢棄物處理等重點項目，並嚴格把關，督促未合格業者進行改善。

#### (4) 住宿餐飲特色強化

- ◇ 建議由餐飲、旅館、飯店及休閒業者與地方政府結合，依照四季節令變化共同推出行銷活動，如春耕、夏做、秋收等，並再配合安排文化節慶活動之體驗與解說，享受令遊客記憶深刻的文化與自然環境體驗活動。
- ◇ 旅遊淡季時推出折扣優惠，結合相關旅行業者，給予固定性折扣，以增加旅遊機會，並減緩淡旺季之差距。
- ◇ 強化並結合現有各景點或業者自行安排之遊程，經當地業者的參與解說，讓遊客更能體驗深度之旅。
- ◇ 創造滿足適於各類遊客屬性之餐飲與住宿偏好，使遊客得到完整滿足的遊憩體驗。
- ◇ 各餐飲住宿類型均應針對各客層進行行銷，藉由市場定位，配合建物意象、內部裝潢設計等，創造出各具特色的餐廳住宿設施，由此亦可作為市場區隔，避免產生惡性競爭，並產生多樣性的遊憩體驗，增加遊客的重遊意願。

### 5. 加強整合行銷傳播宣傳

面臨資訊快速流通與多元變化時代，西拉雅國家風景區未來旅遊資訊的傳播，應加強整合行銷傳播工具的宣傳，充份運用所有可接觸到遊客之媒體管道，如電子媒體(包含新聞、旅遊節目、網路資訊)與平面媒體(包含報紙、旅遊雜誌、書籍)的介紹，以提供遊客更豐富、更即時之旅遊資訊服務，並依照西拉雅國家風景區不同主題性活動，以創造更多元豐富的旅遊體驗。

#### (1) 提昇西拉雅國家風景區遊憩區吸引力

- ◇ 讓遊客可以隨時在車站、政府單位、地區服務中心、網路上等易於接觸的地方取得折頁、簡介等資訊。
- ◇ 資源環境整理，保持良好之整體意象，提升遊客旅遊及重遊之意願。
- ◇ 強化旅遊市場定位，確認主題以塑造明確主題特色，誘發

具偏好客群之旅遊或重遊意願。

- ◇ 初期可透過舉辦全國性之徵選比賽，如入口意象地標競圖、紀念品創作設計比賽等，快速建立全國觀光族群對此地區第一印象。
- ◇ 依據資源、旅遊及活動特性間之差異性，強化景點串連。

## (2) 豐富套裝旅遊行程設計

- ◇ 配合不同客層規劃各式套裝遊程，建議未來於各地之解說摺頁或網頁上可以此提供遊程資訊遊客，並發行套裝遊程護照或優惠券、推廣區內各項觀光活動。
- ◇ 評估旅遊市場需求，重複審查供給與參與情形，隨時檢討現有遊程與旅遊意願，定時更新最適合本區發展之遊程計畫。
- ◇ 建立長期行銷管道，配合各式軟、硬體建設服務，以提供最完善區內旅遊風貌。

## 6. 媒體行銷

- ◇ 電視媒體：配合有線、無線電視節目之拍攝，將西拉雅國家風景區之特有人文風情、自然資源定期介紹予大眾，或透過大型活動強化宣傳，並委託專業攝影工作者進行深入之專題介紹。
- ◇ 網際網路：提供一具完整資訊的網頁設計，將相關之旅遊活動、資源特性、遊憩據點與相關餐飲住宿資訊進行完整的介紹，藉由網路流通至各地。就目前接收旅遊資訊管道而言，網路及資訊設備行銷仍具有即時性、方便性及影音魅力等優點，在網站資訊提供上，也可打破一般傳統的單向式、靜態的溝通方式，可與資訊流覽者選出主要旅客停留據點、景點或具特色區域，設置互動式導覽資訊平台，亦可在有限的解說人力及時間下，提供更完善的旅遊簡介。
- ◇ 期刊雜誌：配合國內外各旅遊期刊、雜誌進行專刊特輯報導，或由西拉雅國家風景區定期出版簡訊告知遊客近期相關活動與建設等資訊，藉由不斷的新鮮話題與變化，喚起遊客記憶，並提高重遊意願，亦可依資源主題集結出版專書，完整的將區內資源呈現予遊客。

## 7. 關子嶺地區旅遊服務需求調查整合方向

### (1) 遊客旅遊服務需求調查

透過二期(1-6 月、7-12 月)之調查工作，本研究將整合兩季調查結果，進行綜整性遊客旅遊服務需求調查，包含遊客旅遊決策、遊客遊憩行為、遊客滿意度、旅遊消費行為、旅遊基本資料、未來

展望。

- ◇ 遊客旅遊決策：整合分析遊客對風景區背景了解情形、資訊來源、旅遊出發地、主要旅遊性質、旅遊資訊與來源、旅遊方式、旅遊使用交通工具、旅遊吸引力等了解。
- ◇ 遊客遊憩行：整合分析遊客對旅遊景點了解情徵、最偏好或認為需要改善之景點與原因、到訪旅遊頻率、旅遊停留時間、旅遊整體品質改善情形、住宿方式、旅遊同伴與人數及旅遊動機之了解。
- ◇ 遊客滿意度：整合分析遊客對環境整潔及維護、導覽設施或解說服務、旅遊資訊提供服務、引導指標及動線安排、聯外大眾運輸方便性、停車方便性、門票或活動收費、廁所清潔程度、餐飲(價格/態度/衛生)、特產品(價格/態度/特色)、及整體評價之滿意度情形。
- ◇ 遊客消費行為：整合分析針對遊客個人及團體旅遊型式之各式消費情形，包含交通花費、飲食花費、購物花費、娛樂花費、住宿費用及全程預估總花費之情形進行了解與分析。
- ◇ 遊客基本資料：整合分析受訪遊客其自身性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入、婚姻狀況等情形進行了解，並得以此與其他各項旅遊需求進行交叉比對分析。
- ◇ 未來展望：整合分析遊客對於旅遊風景區未來應致力發展的旅遊方向，以及建議可增設之旅遊服務內涵進行了解與分析。

## (2) 商家調查

透過二期(1-6 月、7-12 月)之調查工作，本研究將整合兩季調查結果，進行綜整性商家服務需求調查。透過調查以整合四大問題面向，包含商家之社會經濟背景屬性、對於關子嶺風景區整體環境滿意度、西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度以及認為關子嶺風景區待改善的項目。

- ◇ 商家之社會經濟背景屬性：整合分析了解受訪商家，填寫者之性別、年齡、教育程度、居住時間、店面經營型態、曾經參與之商圈活動。
- ◇ 關子嶺風景區整體環境滿意度：整合分析商家對於關子嶺風景區，本身環境整潔及維護、導覽設施或解說服務、旅遊資訊提供服務、引導指標及動線安排、聯外大眾運輸方便性、停車方便性、門票或活動收費、廁所清潔程度、旅遊安全性、餐飲(價格/態度/衛生)、特產品(價格/態度/特色)、以及對當地之整體評價態度分析。
- ◇ 西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度：整合分析商家進行關子嶺風景

區環境景觀已獲改善、溫泉老街入口意象充足、嶺頂公園遊客資訊站資訊充足、紅葉公園景觀優美、白河綠色隧道環境優美、水火同源周邊服務設施充足、大仙寺周邊環境設施充足、碧雲公園周邊環境設施充足、有配合節慶舉辦相關主題活動、有整合業者共同促銷產品、有結合附近景點吸引遊客來此消費、有提升當地整體形象、帶來當地環境的髒亂、造成當地交通的擁擠之狀況進行了解。

- ◇ 認為關子嶺風景區待改善的項目：整合分析商家對於各項管理面向，包含輔導商家行銷管理、環境之整體性改造、當地特色伴手禮之設計及研發、景點的再開發、商家提供產品差異化集中化、服務品質提供（住宿、餐飲、禮儀）、業者異業結盟及其他，需待改善之內涵與建議。

【附件一】遊客旅遊服務需求調查問卷設計

西拉雅國家風景區-關子嶺地區遊客意向問卷調查

親愛的 女士、先生您好：

「西拉雅國家風景區」(以下簡稱本風景區)已於民國 94 年 11 月宣布成立，本管理處爲了瞭解您對關子嶺遊憩區遊憩現況滿意度及對本區未來發展意見，特委託立德大學休閒管理學系團隊進行遊客意見調查，以作爲未來經營管理之參考。您的寶貴意見對於本風景區未來發展相當重要，煩請您費神填答。

感謝您的協助，並祝您平安、快樂！！

交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處  
立德大學 休閒管理學系 敬上

(一) 請問您來此之前知道「西拉雅國家風景區」之名稱嗎？

1是(續答 2.) 2否(續答 3.)

(二) 請問您得知西拉雅國家風景區是經何得知？

1旅遊雜誌 2電視媒體 3高速公路招牌 4網站資訊 5其他

(三) 請問您這次旅遊的出發地點為何地？請打「√」。

北部地區：	<input type="checkbox"/> 1 基隆市	<input type="checkbox"/> 2 台北縣(市)	<input type="checkbox"/> 3 桃園縣	<input type="checkbox"/> 4 新竹縣(市)	
中部地區：	<input type="checkbox"/> 5 苗栗縣	<input type="checkbox"/> 6 台中縣(市)	<input type="checkbox"/> 7 彰化縣	<input type="checkbox"/> 8 南投縣	<input type="checkbox"/> 9 雲林縣
南部地區：	<input type="checkbox"/> 10 嘉義縣(市)	<input type="checkbox"/> 11 台南縣(市)	<input type="checkbox"/> 12 高雄縣(市)	<input type="checkbox"/> 13 屏東縣	
東部及離島地區：	<input type="checkbox"/> 14 花蓮縣	<input type="checkbox"/> 15 台東縣	<input type="checkbox"/> 16 金門縣	<input type="checkbox"/> 17 連江縣	<input type="checkbox"/> 18 澎湖縣

(四) 請問您這次旅遊的主要性質目的是：

1純觀光旅遊  
2健身度假運動  
3會議或學習型旅遊  
4宗教性旅行  
5生態旅遊  
6商(公)務兼旅行  
7探訪親友  
8其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(五) 請問您這次選擇到關子嶺地區旅遊的相關資訊主要從哪裡獲得？(可複選)

1未曾索取(續答 6) 2平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等) 3電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等) 4觀光、遊憩政府單位(包括索取旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務) 5電腦網路 6旅行社 7旅遊展覽  
8親友、同事、同學 9其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(六) 請問您這次旅遊的方式是

1旅行社套裝旅遊 2同學朋友戶外教學、旅行 3員工、同事旅遊 4宗教朝聖 5參加其他團體舉辦的旅遊 6個人旅遊 7家庭旅遊  
8情侶、夫妻旅遊 9其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(七) 請問您這次至本據點主要利用的交通工具為?(可複選)

- 1□自小客車 2□40人座遊覽車 3□公、民營客運 4□機車 5□火車  
6□20人座小型巴士 7□出租汽車 8□計程車 9□自行車 10□旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車) 11□其他 \_\_\_\_\_(請記錄)

(八) 請問您選擇至關子嶺地區旅遊的原因?(可複選)

- 1□泡湯 2□具高知名度 3□景觀優美 4□行銷推廣活動或節慶、表演 5□品嚐當地美食 6□交通便利 7□距離遠近、假期長短 8□親朋好友推薦 9□運動健身 10□文化、宗教巡禮 11□學校、公司或參加的團體安排 12□順道經過進來遊玩 13□其他 \_\_\_\_\_

二、遊客遊憩行為

(一) 請問您這次在關子嶺已經(或預計)遊覽哪些景點?(可複選)

- 1□關子嶺溫泉(新溫泉區) 2□溫泉老街(舊溫泉區) 3□水火同源 4□白河水庫 5□大仙寺 6□碧雲寺 5□紅葉公園 6□嶺頂公園 7□寶泉公園 8□大凍山 9□新、舊好漢坡 10□枕頭山 11□其他 \_\_\_\_\_

(二) 以上最喜歡或最想去的景點? \_\_\_\_\_(景點編號) 為什麼?  
\_\_\_\_\_

(三) 以上最不喜歡或最不想去的景點? \_\_\_\_\_(景點編號) 為什麼?  
\_\_\_\_\_

(四) 請問最近一年,您一共到訪關子嶺幾次?

- 1□第1次 2□2-4次 3□5-7次 4□8次以上

(五) 請問您這次在關子嶺的遊程,預計停留時間為?

- 1□半天以內 2□一整天 3□2天 4□3天 5□4天以上

(六) 請問您在目前這個景點停留的時間,約為?

- 1□3小時以內 2□3小時以上,半天內 3□一整天 4□2天 5□3天以上

(七) 請問本景點過去您是否曾經到訪?

- 1□第1次來【請跳答(七)-1】 2□以前曾經來過

(七)-1 若為2次以上到訪者,您認為此據點整體服務品質與上次到訪比較?

- 1□改善很多 2□稍有改善 3□差不多 4□較差

(八) 請問您這次到關子嶺旅遊的主要住宿方式是?

- 1□當天來回,不住宿 2□旅館 \_\_\_\_\_ 3□民宿 4□露營 5□親友家(含自家) 6□香客大樓 7□其他 \_\_\_\_\_(請記錄)

(九) 請問您這次旅遊的同伴約幾人(含自己)?

1□自己一人 2□2-5 人 3□6-10 人 4□11-20 人 5□21-30 人 6□30 人以上

(十) 請問您這次來關子嶺之主要動機為何?(可複選)

1□擺脫壓力，放鬆心情      2□接近大自然      3□增進家人與朋友情感  
4□認識志趣相同的人      5□運動健身      6□體驗生態旅遊  
7□避免無聊、出來走走打發時間      8□好奇、增廣見聞  
9□吃特產與美食      10□想要獲得心靈慰藉      11□其他

三、遊客滿意度

(一) 請問您對(關子嶺地區)或目前所在景點在下列項目上的滿意度是?若回答「非常不滿意者」,原因為何?

項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	原因
1. 環境整潔及維護	5□	4□	3□	2□	1□	_____
2. 導覽設施或解說服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
3. 旅遊資訊提供服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
4. 引導指標及動線安排	5□	4□	3□	2□	1□	_____
5. 聯外大眾運輸方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
6. 停車方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
7. 門票或活動收費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
8. 廁所清潔程度	5□	4□	3□	2□	1□	_____
9. 餐飲(價格/態度/衛生)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
10. 特產品(價格/態度/特色)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
11. 整體評價	5□	4□	3□	2□	1□	_____

(二) 您對這次在關子嶺地區旅遊的整體滿意度是?

1□非常滿意      2□滿意      3□普通      4□不滿意      5□非常不滿意

(三) 請問您是否願意再重遊關子嶺地區? 1□願意      2□不願意【續答(三)-1】

(三)-1 填「不願意」者, 請問原因?

1□景點缺乏特色      2□太髒亂      3□人太多、太擁擠      4□交通不便  
5□缺乏遊客服務設施      6□服務品質不佳      7□無提供多樣化產品選擇  
8□商店街不具吸引力      9□業者無提供套裝遊程      10□住宿價格太高  
11□交通費用太高      12□餐飲價格太高      13□門票或活動收費價格太高  
14□其他 \_\_\_\_\_

## 四、遊客消費行為

## (一) 本次至關子嶺旅遊實際花費金額

	實際花費金額						
	0 元	1-500 元	501-1000 元	1001-2000 元	2001-3000 元	3001-4000 元	4001 元以上
1. 請概估個人平均旅遊的花費金額(參加團體旅遊者請跳填「2.」)							
01)交通費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
02)飲食費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
03)購物花費(包括紀念品、特產等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
04)娛樂花費(包括門票、泡湯等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
05)住宿費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
06)全程預估總花費	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
2. 報名參加團體旅遊者，請概估個人平均這次旅遊的花費金額？							
01)團費平均每人	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
02)其他額外消費(娛樂、購物等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
03)全程預估總花費	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□

## (二) 未來至關子嶺旅遊願意支付之價格

1□0 元 2□1-500 元 3□501-1,000 元 4□1,001-2,000 元  
5□2,001-3,000 元 6□3001-4,000 元 7□4,001 元以上

## 五、遊客基本資料

- 性別 1□男 2□女
- 年齡 1□20-29 歲 2□30-39 歲 3□40-49 歲 4□50-59 歲 5□60-69 歲  
6□70 歲以上
- 教育程度 1□國小或自習；2□國(初)中；3□高中(職)；4□專科或大學；  
5□研究所以上
- 職業  
1□學生 2□軍警 3□公教人員 4□公司職員 5□工 6□自行  
經商  
7□農漁牧業 8□自由業 9□家管 10□退休人員 11□商/服務業  
12□其他\_\_\_\_\_
- 個人月收入  
1□20,000 以下 2□20,001-40,000 元 3□40,001-60,000 元  
4□60,001-80,000 元  
5□80,001-100,000 元 6□100,000 以上
- 婚姻狀況 1□已婚有小孩 2□已婚沒小孩 3□單身有小孩 4□單身

六、未來展望

1.您認為未來本區應朝下列哪些方向發展？(可複選)

- 1發展水域觀光、賞景、生態之旅  
2發展西拉雅文化  
3發展自然、人文解說教育  
4發展地方產業觀光  
化  
5改善聯外及區內交通狀況  
6其他具體建議

2.您認為風景區可增加何種旅遊服務，以提昇您前來意願？(可複選)

- 1遊客服務中心  
2接駁巴士  
3解說導覽服務  
4特產購物  
5完善自行車道、人行步道  
6完善的住宿設施  
7多元豐富的旅遊活動  
8休閒娛樂設施  
9餐飲設施  
10交通指標系統  
11生態之旅設備  
13遮蔭設施的增設  
14其他具體建議

3.其他建議：

---

---

---

---

---

---

---

---

再次感謝您的填答！ 祝您旅遊愉快！！

## 【附件二】商家服務需求調查問卷設計

### 西拉雅國家風景區-關子嶺地區商家問卷調查

親愛的 女士、先生您好：

「西拉雅國家風景區」(以下簡稱本風景區)已於民國 94 年 11 月宣布成立，本管理處爲了瞭解您對關子嶺遊憩區遊憩現況滿意度及對本風景區未來發展意見，特委託立德大學休閒管理學系團隊進行遊客意見調查，以作爲未來經營管理之參考。您的寶貴意見對於本風景區未來發展相當重要，煩請您費神填答。

感謝您的協助，並祝您平安、快樂！！

交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處  
立德大學 休閒管理學系 敬上

#### 一、商家之社會經濟背景屬性(請於適當項目的□內勾選)

- (一) 填寫者性別：1□男 2□女
- (二) 填寫者年齡：1□20-29 歲 2□30-39 歲 3□40-49 歲 4□50-59 歲 5□60-69 歲 6□70 歲以上
- (三) 填寫者教育程度：1□國小或自習；2□國(初)中；3□高中(職)；4□專科或大學；5□研究所以上
- (四) 填寫者居住在關子嶺商圈有幾年：1□未曾居住於此；2□五年以下；3□五至十年；4□十至十五年；5□十五年以上
- (五) 您的店面是：1□自有；2□承租；3□其他\_\_\_\_\_
- (六) 此開店多久：1□一年內；2□1-3(含)年；3□4-7(含)年；4□8-10(含)年；5□10 年以上
- (七) 店面經營是：1□獨資經營；2□與他人合夥投資的；3□連鎖經營；4□其他\_\_\_\_\_
- (八) 店面經營是屬於：1□餐飲小吃類；2□住宿飯店類；3□泡湯休閒類；4□遊客紀念品類；5□其他(具體說明)\_\_\_\_\_
- (九) 是否曾經參與商圈活動：1□未曾參與；2□曾經參與，目前則無參與；3□目前仍有參與
- (十) 請問有聽過西拉雅國家風景區：1□是；2□否

## 二、對於關子嶺風景區整體環境滿意度

項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	原因
19. 環境整潔及維護	5□	4□	3□	2□	1□	_____
20. 導覽設施或解說服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
21. 旅遊資訊提供服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
22. 引導指標及動線安排	5□	4□	3□	2□	1□	_____
23. 聯外大眾運輸方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
24. 停車方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
25. 門票或活動收費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
26. 廁所清潔程度	5□	4□	3□	2□	1□	_____
27. 旅遊安全性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
11. 特產品(價格/態度/特色)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
12. 對於當地整體評價	5□	4□	3□	2□	1□	_____

## 三、西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度

項目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意	原因
12. 關子嶺風景區環境景觀已獲改善	5□	4□	3□	2□	1□	_____
13. 溫泉老街入口意象充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
14. 嶺頂公園遊客資訊站資訊充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
15. 紅葉公園景觀優美	5□	4□	3□	2□	1□	_____
16. 白河綠色隧道環境優美	5□	4□	3□	2□	1□	_____
17. 水火同源周邊服務設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
18. 大仙寺周邊環境設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
19. 碧雲公園周邊環境設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
20. 有配合節慶舉辦相關主題活動	5□	4□	3□	2□	1□	_____
21. 有整合業者共同促銷產品	5□	4□	3□	2□	1□	_____
22. 有結合附近景點吸引遊客來此消費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
23. 有提升當地整體形象	5□	4□	3□	2□	1□	_____
24. 帶來當地環境的髒亂	1□	2□	3□	4□	5□	_____
25. 造成當地交通的擁擠	1□	2□	3□	4□	5□	_____
26. 能增加商店的消費客源?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
27. 能增加當地遊客數量?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
28. 能增加外來的投資?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
29. 能增加當地經濟的成長?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
30. 能增加當地房價?約幾成	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
31. 西拉雅國家風景區對當地整體發展的效益為正面的影響	5□	4□	3□	2□	1□	_____

四、認為關子嶺風景區待改善的項目(可複選)

- 1輔導商家行銷管理，具體建議\_\_\_\_\_
- 2環境之整體性改造，具體建議\_\_\_\_\_
- 3當地特色伴手禮之設計及研發，具體建議\_\_\_\_\_
- 4景點的再開發，具體建議\_\_\_\_\_
- 5商家提供產品差異化集中化，具體建議\_\_\_\_\_
- 6服務品質提供(住宿、餐飲、禮儀)，具體建議\_\_\_\_\_
- 7業者異業結盟，具體建議\_\_\_\_\_
- 8其他\_\_\_\_\_

感謝您的填答!! 敬祝生意興隆!

**【附錄二】2009 關子嶺地區旅遊服務需求調查  
(第二季調查)**

## 壹、遊客旅遊服務需求調查

### ◎ 遊客旅遊決策

#### 一、遊客基本資料

本次研究調查於第一期共計完成 271 份有效問卷。

表 1 受訪遊客屬性

變項名稱	人數	有效百分比	變項名稱	人數	有效百分比
<b>年齡</b>			<b>性別</b>		
20-29 歲	122	45.0	男	170	62.7
30-39 歲	71	26.2	女	101	37.3
40-49 歲	43	15.9	合計 271		
50-59 歲	30	11.1	<b>教育程度</b>		
60-69 歲	4	1.5	國小或自習	5	1.8
70 歲以上	1	0.4	國(初中)	1842	6.6
合計 271			高中職	98	36.2
<b>職業</b>			大學(專科)	129	47.6
			研究所以上	17	6.3
			遺漏值	4	1.5
			合計 271		
學生	70	25.8	<b>個人月收入</b>		
軍警	11	4.1	二萬以下	102	37.6
公教人員	19	7.0	二萬至四萬	104	38.4
公司職員	33	12.2	四萬至六萬	43	15.9
工	27	10.0	六萬至八萬	8	3.0
自行經商	15	5.5	八萬至十萬	5	1.8
農漁牧業	11	4.1	十萬元以上	3	1.1
自由業	25	9.2	遺漏值	6	2.2
家管	19	7.0	合計 271		
退休人員	5	1.8	<b>婚姻狀況</b>		
商/服務業	31	11.4	已婚有小孩	99	36.5
其他	5	1.8	已婚沒小孩	22	8.1
合計 271			單身有小孩	5	1.8
			單身	140	51.7
			遺漏值	5	1.8
			合計 271		

#### 1. 性別

在受訪者之性別而言，男性受訪者人數多於女性受訪者，男性為 170 位，佔 62.7%，女性為 101 位，佔 37.3%。

#### 2. 年齡

在年齡方面，主要青壯年訪客居多。多數受訪者分布在 20-29 歲與 30-39 歲二個年齡層，分別佔所有受訪人數之 45.0%與 26.2%，二者共佔 71.2%。

### 3. 教育程度

在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大學(專科)學歷，佔 47.6%。

### 4. 職業

在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 25.8%，其次為公司職員，比例為 12.2%，再其次為商/服務業，比例為 11.4%。

### 5. 個人月收入

在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 38.4%，其次為 2 萬元以下者，分別為 37.6%。

### 6. 婚姻狀況

在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 51.7%，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)，比例約合計為 36.5%。

## 二、 西拉雅國家風景區了解程度

在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，表示整體行銷是成功的。另外從何得知的，以「高速公路招牌」最多，為 27.9%，其次為「旅遊雜誌」，為 15.3%。其他：包括教學課程上、朋友、當地資訊...等，表示未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點之串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

## 三、 旅客出發地

在受訪者比例中，24.4%之受訪者來自台南縣市，為最多；其次為 17.7%之受訪者來自嘉義縣(市)，10.7%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 5 成。由此可知，來自西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，顯示西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，仍可再大力推行。

表 2 遊客出發地分布

居住地分類	旅遊人數	有效百分比(%)
台南縣(市)	66	24.4
嘉義縣(市)	48	17.7
高雄縣(市)	29	10.7
北部地區	47	17.4
中部地區	71	26.2
南部地區	147	54.3
離島地區	6	2.3
合計	271	100

#### 四、 旅遊性質與目的

調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(49.6%)，其次以探訪親友為目的(24.4%)，其次健身渡假運動(13.3%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此在觀光旅遊或健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略。

表 3 旅遊性質

性質	數量	有效百分比(%)
純觀光旅遊	134	49.6
健身渡假運動	36	13.3
宗教性旅行	3	1.1
探訪親友	66	24.4
生態旅遊	13	4.8
會議或學習型旅遊	0	0
商(公)務兼旅行	15	6.0
其他	2	0.7
總計	270	100

#### 五、 資訊取得管道(複選)

在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(36.5%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 19.9%，表示其旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，此部分表示遊客開始會注重其摺頁內容。其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。未來也可以從此部分進行改善方向。再其次為平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)12.2%。

旅遊方式多屬「同學戶外教學、旅行」，比例約為 21.0%，家庭旅遊者約為 18.1%，宗教朝聖者約為 16.2%。

表 4 資訊取得方式(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等)	36	12.2
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	22	7.4
觀光、遊憩政府單位(包括索取旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	59	19.9
電腦網路	26	8.8
旅行社	1.1	3.7
旅遊展覽	8	2.7
親友、同事、同學	108	36.5
其他	26	8.8
合計	296	100

表 5 旅遊型態分佈(單選)

旅遊方式	數量	有效百分比(%)
旅行社套裝旅遊	22	8.1
<b>同學戶外教學、旅行</b>	<b>57</b>	<b>21.0</b>
員工、同事旅遊	31	11.4
宗教朝聖	44	16.2
參加其他團體舉辦的旅遊	8	3.0
個人旅遊	32	11.8
<b>家庭旅遊</b>	<b>49</b>	<b>18.1</b>
情侶、夫妻旅遊	24	8.9
其他	4	1.5
合計	271	100

## 六、 主要抵達交通工具(複選)

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 66.3%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的多人座遊覽車，佔 17.2%，再其次為機車，佔 8.1%。然而，這些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

表 6 使用交通工具(複選)

方式	數量	有效百分比(%)
<b>自小客車</b>	<b>181</b>	<b>66.3</b>
遊覽車	47	17.2
公、民營客運	2	0.7
機車	22	8.1
火車	2	0.7
計程車	1	0.4
自行車	10	3.7
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	8	2.9
合計	273	100

## 七、 景點選擇原因(複選)

遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內景觀優美(31.4%)，其次是進行文化宗教巡禮(22.7%)，再其次則是順道經過進來玩(21.6%)或泡湯(21.6%)。表示當地之旅遊資源是相當鮮明的，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養性」、「文化」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

表 7 旅遊景點選擇原因(複選)

方式	序列	數量	有效百分比(%)
泡湯	3	57	21.6
具高知名度	5	30	11.4
景觀優美	1	83	31.4
行銷推廣活動或節慶表演	8	8	3.0
品嚐當地美食	5	30	11.4
交通便利	7	16	6.1
距離遠近、假期長短	6	24	9.1
親朋好友推薦	4	56	21.2
運動健身	6	24	9.1
文化宗教巡禮	2	60	22.7
學校、公司或參加團體安排	7	16	6.1
順道經過進來玩	3	57	21.6
合計		461	100

## ◎ 遊客遊憩行為

### 八、 景點偏好(複選)

遊客選擇偏好景點，以碧雲寺為最偏好，佔 20.8%，其次為水火同源，佔 20.1%，再其次為大仙寺 19.3%，與關子嶺溫泉，12.7%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂特點實屬必需。

表 8 旅遊景點偏好(複選)

景點名	個數	有效百分比
關子嶺溫泉	110	12.7
溫泉老街	68	7.8
水火同源	175	20.1
白河水庫	32	3.7
大仙寺	168	19.3
碧雲寺	181	20.8
紅葉公園	51	5.9
嶺頂公園	23	2.6
寶泉公園	11	1.3
大凍山	15	1.7
新、舊好漢坡	12	1.4
枕頭山	17	2.0
其他	6	0.7
合計	869	100

## 九、 到訪次數

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 63.1%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行的。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 28.4%)。

表 9 最近一年到訪關子嶺次數

時間	數量	有效百分比
第一次	171	63.1
2-4 次	77	28.4
5-7 次	13	4.8
8 次以上	10	3.7
總計	271	100

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 67.9%，包含改善很多(23.7)，稍有改善(23.7 與差不多(20.5%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

表 10 景點服務品質比較

方式	數量	有效百分比
改善很多	52	23.7
稍有改善	52	23.7
差不多	45	20.5
較差	1	0.5
合計	219	100

### 一〇、 停留時間

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 59.0%，其次是一整天，佔 33.6%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。

在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 52.9%，其次為親友家或民宿，約為 15.7%。由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

表 11 風景區停留時間

時間	數量	有效百分比
半天以內	160	59.0
一整天	91	33.6
2 天	19	7.0
3 天	0	0
4 天以上	1	0.2
總計	271	100

表 12 選擇住宿方式

方式	數量	有效百分比
旅館	27	52.9
民宿	8	15.7
露營	7	13.7
親友家(含自家)	8	15.7
香客大樓	1	2.0
總計	51	100

### 一一、 同行人數(含自己)

在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(52.4%)，其次為 30 人以上(18.1%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體，在抽樣調查日中，遊客屬性多具有文化宗教團體進香拜拜之目的。建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產...等多面向之旅遊風光。

表 13 旅遊同行人員

同行人數	數量	有效百分比
自己一人	22	8.1
2-5 人	141	52.4
6-10 人	39	14.4
11-20 人	13	4.8
21-30 人	6	2.2
30 人以上	49	18.1
合計	262	100

## ◎ 旅遊滿意度

### 一二、 偏好活動項目(複選)

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以擺脫壓力，放鬆心情(23.1%)，其次為接近大自然(19.6%)，再其次為增進和家人與朋友間的情感(12.5%)。配合遊客選擇最偏好的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。另外，發展適合全家旅遊的行程與遊憩資源，以增進家人與朋友情感，更能滿足遊客旅遊需求動機。

表 14 旅遊動機(複選)

動機	數量	有效百分比
擺脫壓力，放鬆心情	153	23.1
接近大自然	130	19.6
增進家人與朋友情感	83	12.5
認識志趣相同的人	26	3.9
運動健身	44	6.6
體驗生態旅遊	37	5.6
避免無聊、出來走走打發時間	57	8.6
好奇、增廣見聞	38	5.7
吃特產與美食	37	5.6
想要獲得心靈慰藉	49	7.4
其他	9	1.4
合計	663	100

### 一三、 遊客滿意度

本題組舉列十一個可能影響遊客旅遊滿意度的影響因素，請受訪遊客一一指出對該項目之滿意度。在答案的選項上，由「非常滿意者」至「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的評價。同時將所有受訪者對同一滿意度影響因素累加後，計算其單項平均數。分數計算上，若平均值在 3 以上，愈高即表示多數受訪遊客接受該項目能提供另人滿意的服務，若平均值在 3 以下，愈低即表示受訪遊客認為該項目仍有再改善的空間。

如下表 17 所示，遊客認為多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。根據調查結果，遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」(mean=3.8376)及「環境整潔及維護」(mean=3.8081)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路...等的整潔維護皆頗滿意。

另外，風景區販賣之特產品，在價格、消費態度與特色表現上，也頗受遊客滿意(mean=3.7306)，相對餐飲服務滿意度(mean=3.5351)滿意度較高。餐飲服務與特產的提供在風景區，新鮮、即時與具多元服務品質是一大優點，但因用餐環境良莠不齊，包括舒適度、衛生與服務態度也需注意維持在一定水準之上，另外，開發多元、具特色又平價的特產品也為未來值得努力的方向。

另外，廁所清潔的維持細節，更可以突顯風景區開發與管理的用心，遊客對此，並多持正面的滿意態度(mean=3.6716)，而關子嶺風景區的另一項特點，在賞景、自然生態旅遊或宗教朝聖為主的前提下，多數景點皆可免費進入，少數需支付門票費用的景點，票價也不高，就算對學生也不會構成沉重負擔，故遊客在「門票或活動收費」的滿意度也不錯。

此外，風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度亦較低，其平均值分別為(mean=3.5018)與(mean=3.5683)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可及性，儘可能滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性與指標說明，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

表 15 遊客對風景區服務滿意度

項目	平均值	由高至低 排序	由低至高 排序
22. 環境整潔及維護	3.8081	2	
23. 導覽設施或解說服務	3.5018		1
24. 旅遊資訊提供服務	3.5720		4
25. 引導指標及動線安排	3.5756		5
26. 聯外大眾運輸方便性	3.5683		3
27. 停車方便性	3.8376	1	
28. 門票或活動收費	3.6015	5	
29. 廁所清潔程度	3.6716	4	
30. 旅遊安全性	3.5941		
31. 餐飲(價格/態度/衛生)	3.5351		2
32. 特產品(價格/態度/特色)	3.7306	3	
總平均	3.6360		

註：在答案的選項上，由「非常滿意者」、「滿意」、「普通」、「不滿意」及「非常不滿意」，在答案的標記上，分別給予 5、4、3、2、1 的登錄。

#### 一四、對風景區整體滿意度

整體來看，遊客對於風景區的滿意程度頗高，非常滿意(10.3%)與滿意 49.8%)合計超過 6 成以上，普通者為(38.4%)，由此看來，遊客普遍對風景區的旅遊滿意度評價不錯。此也反應在有超過 9 成的遊客，願意再重遊風景區各旅遊景點。

然而，也有 7.4%遊客表示不願意重遊本國家風景區，最主要原因為「缺乏特色」(28.6%)。其次為「商店街不具吸引力」(14.3%)及交通不便(14.3%)。由此看來，儘管遊客對風景區整體滿意度普遍頗高，但風景區管理的部分細節，包括風景區特色景點與旅遊內容的再開發、旅遊與用餐環境、旅遊資訊與導覽等服務的提供與否，風景區可及性的提高與否...等，皆影響著遊客的滿意度評價與重遊意願。若希望有效提昇遊客滿意度與重遊意願，未來更應致力朝此方向著手進行改善。

表 16 整體風景區滿意度與分數表現

方式	數量	有效百分比
<b>整體滿意度</b>		
非常滿意	28	10.3
滿意	135	49.8
普通	104	38.4
不滿意	3	1.1
非常不滿意	1	0.4
<b>整體分數表現</b>		
91-100 分	20	7.4
81-90 分	60	22.1
71-80 分	112	41.3
61-70 分	66	24.4
51-60 分	7	2.6
41-50 分	2	0.7
31-40 分	3	1.1
21-30 分	0	0.0
11-20 分	1	0.4
合計	271	100

表 17 重遊意願態度

方式	數量	有效百分比
願意重遊	251	92.6
不願意重遊	21	7.4
<b>不願意重遊原因</b>		
景點缺乏特色	6	28.6
太髒亂	1	4.8
人太多、太擁擠	1	4.8
交通不便	3	14.3
缺乏遊客服務設施	2	9.5
無提供多樣化產品選擇	2	9.5
商店街不具吸引力	3	14.3
交通費用太高	1	4.8
其他	2	9.5

## ◎ 遊客消費行為

### 一五、 個人旅遊平均花費

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 60 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 27.27%。其次，花費總金額則落在 2,001-3,000 元間，佔總個人旅遊遊客總數之 25.45%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 11 人(5.00%)。

分別細看總消費金額，若依消費項目劃分發現，遊客至風景區消費，主要的花費項目內容依金額多寡與比重，由高至低排序，分別為飲食費用>交通費用>花費(包括紀念品、特產等)>娛樂花費，各細項平均花費的金額為 1-500 元間。

整體而言，遊客於關子嶺風景區旅遊，花費金額多控制在 3000 元以下(佔 85.9%)。

表 18 個人旅遊平均花費金額

花費項目	交通費用		飲食費用		購物花費 (紀念品、特產等)		娛樂花費		住宿費用		全程預估總花費	
0元	32	14.81%	23	10.65%	11	4.85%	11	4.85%	11	4.85%	11	5.00%
1-500元	115	53.24%	137	63.43%	105	46.26%	103	45.37%	149	65.64%	16	7.27%
500-1000元	45	20.83%	46	21.30%	85	37.44%	76	33.48%	31	13.66%	46	20.91%
1001-2000元	22	10.19%	8	3.70%	22	9.69%	30	13.22%	16	7.05%	60	27.27%
2001-3000元	2	0.93%	2	0.93%	3	1.32%	6	2.64%	10	4.41%	56	25.45%
3001-4000元	0	0.00%	0	0.00%	1	0.44%	0	0.00%	9	3.96%	26	11.82%
4001元以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.44%	1	0.44%	5	2.27%
合計	216		216		227		227		227		220	

### 一六、 團體旅遊平均花費

團體旅遊遊客平均花費，金額普遍在 2,000 元以下，合計約超過 7 成。其中最多花費金額落在 1-500 元之間，佔 36.05%，其次為 1,001-2,000 元，約佔 24.42%。而除團費花費外，遊客另外也花費金額不等的額外消費，花費金額普遍在 1,000 元以內。主要花費落在 1-500 元間，佔 33.72%，其次為 500-1,000 元間，約佔 26.74%。

團體遊客每人全程預估總花費金額，據結果顯示，有超過 9 成以上遊客會花費 1000 元以上不等的金額，最多落在 500-1000 元間(佔 23.26%) 與 1001-2000 元間(佔 19.77%)。回顧先前，遊客對於當地提供的飲食餐飲與特產品，在滿意度的呈現上相對較低，不過，由於飲食、購物花費... 等皆為遊客為風景區創造消費經濟的重要管道，未來風景區對於餐飲、特產的管理，包括價值、品質、服務、衛生、環境... 等，再改善空間仍然頗大。期望透過服務品質的專業提升，以帶動地方產業的轉型，如此，

對於希望推動無煙囱工業的用心與經營，經濟效益方可帶動地方發展。

表 19 團體旅遊者平均花費

花費項目	團費平均(%)		其他額外消費%		全程預估總花費%	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
0 元	19	22.09%	27	31.40%	20	23.26%
1-500 元	<b>31</b>	<b>36.05%</b>	<b>29</b>	<b>33.72%</b>	11	12.79%
500-1,000 元	13	15.12%	23	26.74%	<b>20</b>	<b>23.26%</b>
1,001-2,000 元	21	24.42%	5	5.81%	17	19.77%
2,001-3,000 元	2	2.33%	1	1.16%	15	17.44%
3,001-4,000 元	0	0.00%	0	0.00%	2	2.33%
4,001 元以上	0	0.00%	1	1.16%	1	1.16%
合計	86	100%	86	100%	86	100%

## 一七、 未來至關子嶺旅遊願意支付消費金額

遊客未來到關子嶺風景區，願意支付的金額最多為 500-1000 元，有 114 人，約佔 42.1%，其次為 1001-2000 元，有 65 人，佔 24.0%。相較現今個人與團體的花費，金額差異不大，這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若增加相關之改善的服務及設施，亦或發展新的旅遊型態與資源，便可能提高遊客願付金額之潛在力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

表 20 未來至關子嶺旅遊願付金額

願支付金額	數量/百分比	
	數量	百分比
0 元	18	6.6
1-500 元	48	17.7
<b>500-1,000 元</b>	<b>114</b>	<b>42.1</b>
<b>1,001-2,000 元</b>	<b>65</b>	<b>24.0</b>
2,001-3,000 元	18	6.6
3,001-4,000 元	5	1.8
4,001 元以上	3	1.1
總計	271	100

## ◉ 未來展望

### 一八、 未來發展方向

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 149 人(28.3%)。也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 121 人(佔 23.0%)，因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。其次為發展地方產業觀光，需有效整合觀光景點資源並進行串連，因此若能從每季之產業特性，進行產業觀光的發展，必能使得當地之景點更別具特色。另外，透過親子同樂與聯繫家庭關係旅遊型態的開發，更可為風景區發展觀光的另一型態。

表 21 未來發展方向(複選)

方式	數量	有效百分比
發展水城觀光、賞景、生態之旅	149	28.3
發展西拉雅文化	112	21.3
發展自然、人文解說教育	121	23.0
發展地方產業觀光化	81	15.4
改善聯外及區內交通狀況	64	12.1
總計	527	100

### 一九、 提升前來意願因素

對於風景區內，未來應如何提升其旅遊意願方面，遊客最認同增加提供遊客服務中心，有 112 人(佔 13.3%)，其次為多元豐富的休閒娛樂設施，有 105 人，(佔 12.4%)。第三則為增設解說導覽服務，有 94 人(佔 11.1%)。顯示遊客至風景區旅遊，對於旅遊資訊、導覽解說等疑問，希望尋求解決的需求不小。另外，對於風景區資源的再開發，亦為提高遊客重遊意願的重要因素。此亦反應出遊客對於更完善的遊憩設施，包括自行車道、旅遊活動、休閒設施等，需求意願頗高的原因。對此需求，未來建議可從相關的硬體設施進行，以及解說中心等軟體服務，以提升遊客到訪的意願，並能創造當地更多元化的遊憩方式。

表 22 影響重遊意願因素(複選)

方式	排序	數量	有效百分比
遊客服務中心	1	112	13.3
觀光巴士	4	79	9.3
解說導覽服務	3	94	11.1
特產購物		51	6.0
完善自行車道、人行步道	5	68	8.0
完善的住宿設施		61	7.2
多元豐富的旅遊活動	5	68	8.0
休閒娛樂設施	2	105	12.4
餐飲設施		54	6.4
醫療服務		54	6.4
交通指標系統		39	4.6
遮蔭設施的增設		52	6.2
其他建議		8	0.9
總計		845	100

## 二〇、遊客特質與旅遊意向之差異分析

為了解不同遊客基本屬性對遊客滿意度，以及遊客旅遊特性的不同之影響，規劃以下透過變異數分析、T 檢定等方式，藉以判定不同遊客或旅遊因子間，是否存在顯著性關連，了解其間關係變化。

表 23 遊客基本資料對遊客滿意度檢定分析

項目	性別	年齡	教育	月收入
23. 環境整潔及維護				*
24. 導覽設施或解說服務	**	**	***	
25. 旅遊資訊提供服務	***		*	
26. 引導指標及動線安排	*			
27. 聯外大眾運輸方便性	*			
28. 停車方便性				
29. 門票或活動收費	**			
30. 廁所清潔程度			*	
31. 餐飲(價格/態度/衛生)	*		**	*
32. 特產品(價格/態度/特色)	***	**		*
33. 整體評價				

\*\*表示有 95%顯著水準

\*\*\*表示有 99%顯著水準

### (一) 性別偏好差異

針對西拉雅國家風景區-關子嶺風景區之遊客，基本特性與遊客滿意度因素之檢定上，在性別偏好的差異上，性別的影響，主要以導覽設施或解說服務部分，就男性受訪者之分析結果，較偏向非常滿意之意象，相較於女性而言，滿意度較高。主要因為男生較在意景點上較注動導覽解說的部分，以關仔嶺風景區而言，大多景點都有設置導覽解說牌，因此，在滿意的程度上，是男性較為重視且達到其需求的。針對聯外交通動線上，以男性較為滿意，此部分可能與其交通道路上的使用，都以男性為主，因此性別滿意度上的程度也較為顯著。

### (二) 年齡偏好差異

針對風景區滿意度之分析，年齡與遊客滿意度之檢定，主要在「導覽設施或解說服務」、「特產品價格態度特色」等項目產生差異。

導覽解說方面：主要以 30-39 歲及 50-59 歲者較為滿意，主要都以知性層面的遊客較為明顯，而以 40-49 歲的遊客較為不滿意。

特產品價格態度方面：以年齡 20-29 歲為最滿意，而 30-39 歲者為滿意，主要都以中青年紀的遊客，對於特產之購買上較為滿意。

### (三) 教育程度偏好差異

針對風景區滿意度之分析，教育程度與遊客滿意度之檢定，主要在「導覽設施或解說服務」、「旅遊資訊提供服務」、「廁所清潔程度」、「餐飲(價格、態度、衛生)」等項目產生差異。

1. 導覽解說方面：主要以專科或大學之教育程度的遊客滿意度最高，其次為高中職。而學歷為碩士以上者，對此滿意度呈現最低。
2. 旅遊資訊提供服務部分：以專科或大學教育程度者滿意度最高，其次為高中職教育程度，可見一般民眾在引導指標的滿意程度上，都呈現不錯的滿意程度。
3. 廁所清潔程度：以專科或大專教育程度者，最為滿意；而研究所以上之教育程度者，則最為不滿意。普遍而言，對於當地廁所清潔度上，整體遊客的感觀，都偏向滿意程度。
4. 餐飲(價格、態度、衛生)：以高中職教育程度者最為滿意，相對的，高中以下教育程度者，對此滿意度較低。

### (四) 個人月收入差異

針對風景區滿意度之分析，個人月收入與遊客滿意度之檢定，主要在「環境整潔及維護」、「餐飲(價格、態度、衛生)」、「特產品(價格、

態度、特色)」等項目產生差異。

1. 環境整潔及維護方面：主要以個人月收入在 2 萬元以下的遊客滿意度最高，其次為 2-4 萬。而個人月收入在 10 萬元以上者，對此滿意度呈現最低。
2. 餐飲(價格、態度、衛生)部分：以個人收入 2 萬元以下及收入 4-6 萬元者最為滿意，相對的，6 萬至 10 萬元者，對此滿意度較低。
3. 特產品(價格、態度、特色)部分：以個人月收入 2 萬元者，最為滿意；而 10 萬元以者，則最為不滿意。普遍而言，對於當地廁所清潔度上，整體遊客的感觀，都偏向尚可到滿意程度。

## 貳、商家服務需求調查

### 一、商家背景屬性

本次研究調查於第二期共計完成 50 份有效商家問卷。

#### (一) 基本背景

針對商家的基本背景介紹，在性別上，男生佔 44%、女生佔 56%，年齡以 50-59 歲居多，佔 52%；教育程度以高中職居多，佔 50%。

#### (二) 店面經營

在調查的商家中，多為居住 5-10 年以上為多，表示當地的商家都設置多年，約佔 50%，由於此次調查的地區以水火同源及其週邊不同的景點為主，因此除了關子嶺溫泉街上之商家外，其他商家在經營歷程上皆較長。

店面開設也以自有的為多，佔 60%，類別也以餐飲小吃類為多，佔 82%，其次為住宿飯店類，佔 14%。

在此經營的商家，以與獨資經營的最多，佔 60%，而開店時間也以 4-7 年最多，佔 54%。

#### (三) 商圈參與活動

針下商家參與商圈的活動的詢問上，過去皆曾經參與過活動者，佔 72%，而未曾參與之商家，則約佔 28%，商家過去未曾參與商圈辦理活動，可能與參與的成效不佳或無相關誘因而導致的結果有關。儘管商家商圈參與比例不低，但需注意的是，在曾參與商圈活動的商家中，目前約有 52%比例商家表示目前並無參與的動作。

另外針對過去是否聽過西拉雅國家風景區名稱進行商家調查，有聽過者佔多數，約為 76%，相對上季調查結果比例略為提升。但目前仍約有 24%的商家表示未曾聽過西拉雅國家風景區的名稱。因此建議在未來整體活動規劃上，仍可有再加強的空間。

## 二、 商家對風景區整體環境滿意度

商家對風景區整體環境上，以「特產品(價格/態度/特色)」最為滿意，平均數為 3.580，其次滿意的項目為「餐飲(價格/態度/衛生)」，平均數為 3.560；再其次為「停車方便性」，平均數為 3.360。相反的，受訪商家以「廁所清潔程度」，平均數為 2.960、「門票或活動收費」，平均數為 3.000、及「旅遊資訊提供服務」，平均數為 3.180 為較不滿意的項目。

而針對不滿意的原因，主要以導覽及引導指標之不足，以及旅遊資訊提供服務較少，旅遊宣傳推廣效果有限。商家期待透過更多旅遊資訊的提供及完整的宣傳效果，以帶來更多的遊客。

表 24 商家對風景區整體環境滿意度

項目	平均數	不滿意原因
28. 環境整潔及維護	3.300	嶺頂公園雜草多無公園美名
29. 導覽設施或解說服務	3.240	沒看過任何設施或服務解說牌太少，不夠完善
30. 旅遊資訊提供服務	3.180	無解說手冊、資訊太少
31. 引導指標及動線安排	3.260	指標不明確
32. 聯外大眾運輸方便性	3.440	無連接其他風景區交通工具，抵達風景區的交通不夠便利
33. 停車方便性	3.360	
34. 門票或活動收費	3.000	風景區門票收入普遍不高 遊客偏向低價或免費的旅遊方式
35. 廁所清潔程度	2.960	廁所清潔度不夠高
36. 旅遊安全性	3.140	
10.餐飲(價格/態度/衛生)	3.560	小攤販在餐飲提供的衛生上，較無人把關
11.特產品(價格/態度/特色)	3.580	商品種類重複性高，有商家會進行惡性價格競爭
12.對於當地整體評價	3.560	居民較缺乏整體凝聚力

## 三、 西拉雅風景區管理處對關子嶺產生的改變及效益

### (一) 商家對風景區建設改善的認知

商家對於西拉雅國家風景區管理處所進行之改善態度，以「有結合

附近景點吸引遊客來此消費」的改善認知最明顯，平均數為 3.820；其次為「有整合業者共同促銷產品」，平均數為 3.800，再其次為「有配合節慶舉辦相關主題活動」，平均數為 3.660。顯示透過關子嶺商圈的聯合行銷、咖啡節慶活動辦理…等活動，對於吸引遊客前往旅遊消費已有具體貢獻，藉此，並能有效促整商品販商，對於商家的經營產生具體的正面效益。

而針對風景區建設改善，最為缺乏的部分為：「帶來當地環境的髒亂」，平均數為 2.440；其次為「造成當地交通的擁擠」，平均數為 2.520。觀光旅遊活動的帶入，常不可避免的會產生環境、交通、空氣、甚至治安等負面影響。對於環境髒亂、交通阻塞或混亂的問題，建議應透過更完善的環境清潔人員部署、愛護環境的推廣宣傳教育，加派交通指揮，或分流管制等管理方式的導入，以進行問題的改善。

表 25 商家對風景區建設改善的認知

項目	平均數
關子嶺風景區環境景觀已獲改善	3.280
溫泉老街入口意象充足	3.320
嶺頂公園遊客資訊站資訊充足	3.200
紅葉公園景觀優美	3.300
白河綠色隧道環境優美	3.220
水火同源周邊服務設施充足	3.260
大仙寺周邊環境設施充足	3.260
碧雲公園周邊環境設施充足	3.340
<b>有配合節慶舉辦相關主題活動</b>	<b>3.660</b>
<b>有整合業者共同促銷產品</b>	<b>3.800</b>
<b>有結合附近景點吸引遊客來此消費</b>	<b>3.820</b>
有提升當地整體形象	3.620
帶來當地環境的髒亂	2.440
造成當地交通的擁擠	2.520

註：此部分之「帶來當地環境的髒亂」、「造成當地交通的擁擠」二題為負向題目，因此予以反向給分，分數愈低者為愈同意，則是愈帶來負面的影響。

## (二) 商家對當地增加效益的認知

### 1. 增加商店的消費客源認知

在增加客源的消費客源認知中，以 1-3 成最多，佔 45.0%，表示西拉雅國家風景區的設立，對於增加消費客源具有一定貢獻。

表 26 增加商店的消費客源認知

項目	次數	百分比
7-9 成	0	0
3-5 成	15	25.0
1-3 成	27	45.0
1 成以下	8	13.3
皆無	0	0

## 2. 增加遊客數量認知

在增加遊客數量的消費認知中，以增加 1-3 成最多，佔 53.3%，其次為增加 3-5 成，佔 18.3%。表示西拉雅國家風景區的設立，相對對於增加當地遊客數量具有正面的貢獻。

表 27 增加遊客數量認知

項目	次數	百分比
7-9 成	0	0
3-5 成	11	18.3
1-3 成	32	53.3
1 成以下	7	11.7
皆無	0	0

## 3. 增加外來投資認知

在增加外來投資認知上，商家普遍認同外來投資增加的效果。然增加數量以 1 成以下最多，佔 66.0%，其次為佔 1-3 成，佔 32.0%。表示相對於遊客及客源上，外來投資效果仍未十分顯著，這可能與國家風景區尚成立不久有關。

表 28 增加外來投資認知

項目	次數	百分比
7-9 成	0	0
3-5 成	0	0
1-3 成	33	32.0
1 成以下	16	66.0
皆無	1	2.0

## 4. 增加經濟成長、當地房價認知

在增加經濟成長的商家認知，以 1-3 成最多，佔 45.0%，其次為佔 3-5 成，佔 36.7%。在提升當地房價的商家認知上，以 1-3 成最多，佔 41.7%，其次為佔 3-5 成，佔 40.0%。表示國家風景區的設立，已有影響當地的經濟及房價，可以預估未可增加效益的層面可以持續提高。

表 29 增加經濟成長認知

項目	次數	百分比
7-9 成	1	1.7
3-5 成	22	36.7
1-3 成	27	45.0
1 成以下	0	0
皆無	0	0

表 30 增加當地房價提高認知

項目	次數	百分比
7-9 成	1	1.7
3-5 成	24	40.0
1-3 成	25	41.7
1 成以下	0	0
皆無	0	0

#### 5. 對當地整體發展效益

西拉雅國家風景區的設立，對當地整體發展的效益，商家皆認為對當地具有整體的正面效益。

### 四、關子嶺風景區待改善項目

針對風景區待改善的項目中，以「服務品質提供(住宿、餐飲、禮儀)」，佔 26.3%，分別有 21 個商家認同。其次為「商家提供產品差異化集中化」、「環境之整體性改造」、「當地特色伴手禮之設計及研發」，分別各佔 18.8%。

此部分商家認為待改善的項目，幾乎相當接近，因此針對每一項的項目，商家都認為需要再進行改善及協助輔導，特別在服務品質提供(住宿、餐飲、禮儀)、商家提供產品差異化集中化及環境改造的部分，是商家認為管理處可以介入共同處理的部分；並提當地可增設特色伴手禮之設計研發，以期待此風景區能更有創新性及永續發展的願景。

## 參、 結論與建議

隨著國人對休閒活動日益重視，觀光旅遊已為一種休閒活動的模式之一。此種種現象不僅說明國人對旅遊需求日益漸增，更為休閒旅遊市場刻劃出壯闊的版圖，這一幅瑰麗藍圖背後隱藏的是無限的商業機會及利益。因此，本研究針對旅遊服務需求調查之初始動機在藉由瞭解消費者內心深層的旅遊動機、遊客在出發前會透過哪些管道蒐集據點旅遊資訊？遊客偏好、消費行為及遊客遊憩滿意度評價？又有哪些原因會影響遊客重遊旅遊目的？以提供管理單位作為吸引遊客並改善風景區內觀光據點軟、硬體服務依據。

鑑於遊客旅遊動機的不同將產生不同之需求。因此，透過本調查掌握遊客前往風景區旅遊之遊憩活動模式、遊客特性及其對遊憩、餐飲住宿與服務之需求與滿意度，期望可作為未來風景區遊憩設施改善及加強產業服務管理之參考。

### 一、 結論

#### 1. 風景區受訪遊客背景

風景區在受訪者之性別而言，男性受訪者人數多於女性受訪者，在年齡方面，主要青壯年訪客居多。在教育程度方面，中、高等教育程度者居多，多數受訪者多具有大學(專科)學歷，佔 54.7%。在職業方面，最多受訪者為學生，比例為 25.8%，其次為公司職員，比例為 12.2%。在個人月收入方面，以收入 2 萬至 4 萬元者最多，比例約為 39.2%。在婚姻狀況方面，受訪者中，最多者為單身者，比例約為 52.6%，其次為帶著小孩一同前來者(包括已婚有小孩及單身有小孩者)。

透過旅客出發地之調查，24.4%之受訪者來自台南縣市，為最多；其次為 17.7%之受訪者來自嘉義縣(市)，10.7%之受訪者來自高雄縣(市)，整體而言，自南部地區前往本地的遊客超過 5 成。表示西拉雅國家風景區旅遊之遊客，主要仍以南部地區或中部地區為主，推測西拉雅國家風景區目前仍較偏屬地區性風景區，對於北部地區之遊客吸引或行銷宣傳上，仍可再大力推行。

#### 2. 旅遊資訊取得來源

在受訪者比例中，54.2%之受訪者已經知道「西拉雅國家風景區」此地，表示有超過五成的居民都知道此地區，表示整體行銷是成功的。在旅遊資訊取得管道方面，親友、同事、同學是最主要資訊取得管道(39.5%)，其次為觀光、政府旅遊摺頁等，佔 16.5%，表示其旅遊資訊被應用的廣泛程度頗高，此部分表示遊客開始會注重其摺頁內容。其亦為吸引遊客前往旅遊之吸引動力。未來也可以從此部分進行改善方向。再其次為平面媒體(如

旅遊叢書、報章雜誌等)14.3%。未來在風景區之行銷宣傳上，可以針對網路、附近景點之串連推銷等多重管道，進行風景區之推廣宣傳。

### 3. 旅遊性質與目的

調查結果顯示，調查結果顯示，遊客前往西拉雅國家風景區主要仍以觀光旅遊為目的(49.6%)，其次以探訪親友為目的(24.4%)，其次健身渡假運動(13.3%)。由於本次調查地區為著名之關子嶺地區，因此，針對遊客來訪之目的，以純觀光為主。然而由於本區有較多之運動及登山地區，因此在觀光旅遊或健身運動之活動會較多。這也是本景點較其他地區之特殊之處，未來可以針對此方向進行活動安排及行銷策略。

呼應遊客選擇至此旅遊的原因，遊客選擇至此旅遊的原因，最主要是因為喜好風景區內景觀優美(31.4%)，其次是進行文化宗教巡禮(22.7%)，再其次則是順道經過進來玩(21.6%)或泡湯(21.6%)。表示當地之旅遊資源是相當鮮明的，因此建議可以從「溫泉」、「健身」、「養性」、「文化」等方向發展，以此為意象進行景點之行銷與推廣。

### 4. 使用交通工具

由於風景區目前仍偏屬「地區性」風景區，活動範圍較大，機動性高的交通工具利用性便相對較高，加上風景區遍佈整個山區。因此據調查有高達 66.3%的受訪遊客是以自小客車進行旅遊，其次則為進行團體旅遊之遊客，所搭乘的多人座遊覽車，佔 17.2%，再其次為機車，佔 8.1%。然而，此些交通工具於旺季或尖峰時期頻繁的使用現象，相對可能會造成遊客停車空間的需求，加上訪談中有遊客提到較著名的景點停車設備及指標略有不足現象，是需要再加強建議與管理的部分。

### 5. 旅遊景點偏好

遊客選擇偏好景點，以碧雲寺為最偏好，佔 20.8%，其次為水火同源，佔 20.1%，再其次為大仙寺 19.3%，與關子嶺溫泉，12.7%。顯示遊客至關子嶺地區旅遊，因多依循旅遊資訊之指示，而多選擇至耳熟能詳之著名景點進行觀光。為持續滿足遊客喜歡新鮮、偏好特別之心理需求，持續發掘風景區旅遊景點與玩樂特點實屬必需。

而呼應遊客至風景區之旅遊需求與動機，在景點規劃與風景區遊客內容的設計上，應可朝向「健康」、「攸閒」、「泡湯」、「怡情」等方向。

## 6. 遊客到訪次數與服務品質改善情形

據調查結果顯示，遊客最近一年到訪關子嶺的次數，最多遊客為第一次到訪(佔 63.1%)，表示潛在的遊客仍佔多數，因此針對關子嶺風景區之相關行銷與新景點的開發，都是可以再進行的。其次是到訪 2-4 次之遊客(佔 28.4%)。

另外，針對非初次來訪的遊客，比較與上次旅遊服務品質體驗進行比較，大部分的遊客認為此次旅遊經驗皆較上次較佳，佔 67.9%，包含改善很多(23.7)，稍有改善(23.7 與差不多(20.5%)。顯示大部分的遊客認為關子嶺風景區在旅遊品質的維持上是持續進步的。

## 7. 遊客景點停留時間與同行人數

據調查結果顯示，遊客到訪風景區的停留時間，最多是半天以內，佔 59.0%，其次是一整天，佔 33.6%，顯示遊客在關子嶺風景區普遍停留時間不超過一天。在住宿方式的選擇上，旅館為最多數，約 52.9%，其次為親友家或民宿，約為 15.7%。由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

在同行成員部分，遊客的同行成員人數普遍為 2-5 人(52.4%)，其次為 30 人以上(18.1%)，顯示目前關子嶺風景區之旅客類型仍較偏屬小眾旅遊型態。其中大型遊客團體，在抽樣調查日中，遊客屬性多具有文化宗教團體進香拜拜之目的。建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產…等多面向之旅遊風光。

建議未來在風景區的旅客吸引方面，應可朝向結合學校、公司企業、團體組織之大型旅遊活動，並透過資源介紹與深度導覽之方式進行，使更多民眾有機會深入了解風景區文化、生態、民間信仰、宗教節慶與地方特產...等多面向之旅遊風光。另外，由於關子嶺地區富含眾多餐飲住宿之地點，未來應更積極管理旅遊住宿品質，並發展風景區夜間適宜遊憩活動，以維持更優質旅遊與品質，吸引遊客延長景點停留時間。

## 8. 旅遊偏好活動項目

在遊客旅遊動機的呈現上，最主要希望藉由旅遊活動，得以擺脫壓力，放鬆心情(23.1%)，其次為接近大自然(19.6%)，再其次為增進和家人與朋友間的情感(12.5%)。配合遊客選擇最偏好

的旅遊活動，大致上，遊客至此是希望能體驗一種悠閒、自在、步調較緩慢的旅遊體驗。而包括宣導發展自然生態活動，運動健身、泡湯休閒之遊憩活動，並致力維護較自然又舒適的旅遊環境，使遊客得以悠閒的散步、觀光，享受釋放壓力、放鬆心情的情境，皆為未來風景區發展得持續發展之方向。另外，發展適合全家旅遊的行程與遊憩資源，以增進家人與朋友情感，更能滿足遊客旅遊需求動機。

## 9. 遊客滿意度

遊客認為多數的服務項目，在提供品質上，多持滿意的感受。根據調查結果，遊客在服務品質的滿意度上，最滿意為「停車方便性」(mean=3.8376)及「環境整潔及維護」(mean=3.8081)，顯示由於環境整潔維護完整，遊客前往風景區，除了欣賞既有風景區的天然資源外，另外對環境、公用設施、道路…等的整潔維護皆頗滿意。

另外，風景區販賣之特產品，在價格、消費態度與特色表現上，也頗受遊客滿意(mean=3.7306)，相對餐飲服務滿意度(mean=3.5351)滿意度較高。餐飲服務與特產的提供在風景區，新鮮、即時與具多元服務品質是一大優點，但因用餐環境良莠不齊，包括舒適度、衛生與服務態度也需注意維持在一定水準之上，另外，開發多元、具特色又平價的特產品也為未來值得努力的方向。

另外，廁所清潔的維持細節，更可以突顯風景區開發與管理的用心，遊客對此，並多持正面的滿意態度(mean=3.6716)，而關子嶺風景區的另一項特點，在賞景、自然生態旅遊或宗教朝聖為主的前提下，多數景點皆可免費進入，少數需支付門票費用的景點，票價也不高，就算對學生也不會構成沉重負擔，故遊客在「門票或活動收費」的滿意度也不錯。

此外，風景區在「導覽設施或解說服務」、「聯外大眾運輸方便性」的設計上，遊客滿意度亦較低，其平均值分別為(mean=3.5018)與(mean=3.5683)，顯示增加旅遊資訊提供管道，提高風景區知名度與曝光率，並增加導覽設施或解說服務的可行性，儘可能滿足遊客對資訊與導覽的服務需求，並再提高聯外交通的方便性與指標說明，為提高遊客旅遊滿意度之重要工作。

## 10. 旅遊平均花費情形

遊客消費為促進當地繁榮與地方經濟新生的方式之一，根據調查結果顯示，遊客在關子嶺總花費金額普遍平均在 1,001-2,000 元間，約有 60 人，佔總個人旅遊(非團體旅遊)遊客總數之 27.27%。其次，花費總金額則落在 2,001-3,000 元間，佔總個人

旅遊遊客總數之 25.45%。在風景區內未花費任何支出的遊客只有 11 人(5.00%)。分別細看總消費金額，若依消費項目劃分發現，遊客至風景區消費，主要的花費項目內容依金額多寡與比重，由高至低排序，分別為飲食費用>交通費用>花費(包括紀念品、特產等)>娛樂花費，各細項平均花費的金額為 1-500 元間。團體旅遊遊客平均花費，金額普遍在 2,000 元以下，合計約超過 7 成。其中最多花費金額落在 1-500 元之間，佔 36.05%，其次為 1,001-2,000 元，約佔 24.42%。而除團費花費外，遊客另外也花費金額不等的額外消費，花費金額普遍在 1,000 元以內。主要花費落在 1-500 元間，佔 33.72%，其次為 500-1,000 元間，約佔 26.74%。

相較現今個人與團體的花費，金額差異不大，這表示風景區內若保持現有之設備、服務之相關設施，則願付金額並不會提高，但若能增加相關之改善的服務及設施，就有提高願付金額之潛力。因此建議能從各方面進行改善，以提升當地的經濟效益。

## 11. 風景區未來發展期望

西拉雅國家風景區是屬於多元性觀光資源的地區，區內擁有五個大型水庫，其中以關子嶺風景區最為特殊，包括有泥漿溫泉、文化性質、產業性質、生態性質等，都成為吸引遊客前往最主要因素之一。因此，遊客對於未來西拉雅國家風景區的發展，仍最希望朝著「發展水城觀光、賞景、生態之旅」等方向努力，有 149 人(28.3%)；也希望風景區內能增加自然、人文解說教育的發展，有 121 人(佔 23.0%)。因當地之人文生態景觀多，但較少見相關解說牌的設置及解說服務團隊的駐地，因此針對此部分，可以在未來風景區發展上可以再進行加強。其次為發展地方產業觀光，需有效整合觀光景點資源並進行串連，因此若能從每季之產業特性，進行產業觀光的發展，必能使得當地之景點更別具特色。另外，透過親子同樂與聯繫家庭關係旅遊型態的開發，更可為風景區發展觀光的另一型態。

對於風景區內，未來應如何提升其旅遊意願方面，遊客最認同增加提供遊客服務中心，有 112 人(佔 13.3%)，其次為多元豐富的休閒娛樂設施，有 105 人，(佔 12.4%)。第三則為增設解說導覽服務，有 94 人(佔 11.1%)。顯示遊客至風景區旅遊，對於旅遊資訊、導覽解說等疑問，希望尋求解決的需求不小。另外，對於風景區資源的再開發，亦為提高遊客重遊意願的重要因素。此亦反應出遊客對於更完善的遊憩設施，包括自行車道、旅遊活動、休閒設施等，需求意願頗高的原因。對此需求，未來建議可從相關的硬體設施進行，以及解說中心等軟體服務，以提升遊客到訪的意願，並能創造當地更多元化的遊憩方式。

## 12. 商家針對商圈輔導可予以協助，並改善當地交通引導系統

針對商家之建議，在環境滿意度上，認為較不滿意的原因，主要以導覽及引導指標不足，以及旅遊資訊提供服務較少，旅遊宣傳推廣效果有限。商家期待透過更多旅遊資訊的提供及完整的宣傳效果，以帶來更多的遊客。此部分是需要風景區可以再進行改善的部分，建議可從增加交通指標、旅遊資訊服務站等設施進行改善。另外在商圈輔導的部分，商家希望可以從行銷管理、伴手禮特色研發...等部分進行設計，以創造關子嶺地區特有之特產、意象及商品等，使得當地能更有觀光之立基點，達到永續觀光的發展策略。

## 二、建議

本研究經調查，針對遊客與商家之服務需求態度進行分析，提出下列幾點經營管理建議，供管理單位未來提升關子嶺旅遊風景區遊憩與服務品質及觀光產業發展之參考。

### 1. 對需要做評估

無論是原先很少或沒有觀光活動，而具有潛力之新開發地區的實質規劃和發展，或是已有明顯觀光活動，且其土地利用和設施已具某些型態，而要再加以改造的地區，對於基本公共設施與上層設施之規劃和發展的考慮應對需求作評估。

例如：瞭解有多少數量和型態的觀光旅客需要何種渡假區、會議設施、旅館等，或者預測假如增加新的機場、碼頭或旅館附設府總會、賭場等。也就是說，先作市場研究，無論是在行銷及發展新的或現有設施時，只有在市場經過評估後，實質發展的大小、型態等，方能作有意義、合理的表現。

### 2. 休閒旅遊與環境保育並重

透過遊客意向調查，遊客對於關子嶺風景區未來展望與建議，目前仍期待持續發展之內容，包括「發展水城觀光、賞景、生態之旅」並「能增加自然、人文解說教育之發展」，亦期待增設相關「自行車道、人行步道」、「設計多元豐富旅遊活動」與「相關休閒娛樂設施」等貼心的細部建設，如無障礙空間與散步步道...等。然而，關子嶺景區腹地範圍廣泛，可謂生態保育的重要區域，而在休閒旅遊活動的導入上，為兼顧兩者的平衡，應明確劃分出活動空間與保育空間，以符合不同層次之需求。對此建議：

#### (1) 劃分保育與觀光區，維持生態環境永續發展

即將環境依性質及需求，劃分出(1)保育區：強調禁止開發，以

研究與保育性質為主之區域；(2)過渡區：為保育區外圍，透過適度管制，以提供復育及適度觀賞機能；以及(3)觀光區：結合當地環境資源，發展旅遊觀光活動。

## (2) 環境保育系統與觀光遊憩系統並進，發展豐富休閒園區

關子嶺旅遊風景區擁有深厚發展潛力，對於當地的經營管理，也非僅侷限於自然環境的保育或維護上，亦須要有主題目標及整合型的運作系統帶動區域經濟發展。若能加以結合，將自然與人文資源整合運用，將更能創造與風景區共生的觀光旅遊業。因此，除了強調當地擁有的豐富自然性資源，更可進一步結合泡湯、自然、人文、宗教、美食之多元觀光活動辦理單位、社區總體營造、文化、景觀與交通部門。並延伸善加利用雲林縣、嘉義縣與台南縣市濱海地區所擁有的眾多旅遊資源，豐富其旅遊內容，以延長遊客至此駐留時間及旅動線，創造出遊客與地方的雙贏局面。

## 3. 休閒旅遊內容設計豐富化

透過調查發現，遊客對於關子嶺旅遊風景區仍有包括希望「增設設施、增加導覽」、「指示標誌要明顯」、「交通不便」、「希望可以提供溫泉相關服務」、「餐飲部分較不足、品質不齊」等期望事項。風景區內該如何持續創造豐富而多元的旅遊內容，顯然成為吸引遊客重遊的重要因素。儘管西拉雅國家風景區內擁有十分豐富的旅遊資源，但仍需要透過對景點的包裝與行銷動作，方能更有效的接觸潛在遊客群並提升遊客旅遊忠誠度。

### (1) 由「點」至「地方」旅遊路線串連

西拉雅國家風景區過去仍多著重於重要景點的觀光，即以單點式活動方式居多。因此，建議應超越單一點的開發模式，以「地方」作整體思考，亦即在一定範圍內，利用地方現有的空間特性、故事、歷史、生態等多元資源，發展出最具競爭優勢的主題，區隔地方特色，如強調水庫大壩世界國寶級珍寶、獨一無二泥漿溫泉登山健身行、攸久歷史考古文物與化石發掘，以及節令豐收農特產品產銷販售及相關體驗活動...等，以增加遊客對地方的熟識度。

### (2) 特色旅遊區域的形成與串連

特色旅遊區域之範圍尺度不定，但應以可自主成為完整旅遊活動或完整套裝動線之景點為主，並以一或數個主題景點，包括某個地景景觀、水庫集水區、化石文化、地形景觀等，作為引人入勝的啟動點，再連接其他資源，形成較完善的觀光環境，包括資訊取得、公共服務設施、餐飲服務等。此外，藉由特色旅遊區域的串連，使旅遊動線得以完整的延伸至其它零星景點。其間透過不同交通運具及完善的道路指引輔助，以形成一具豐富旅遊資源的「特色旅遊區」將為關鍵。

### (3) 整體性觀光規劃

透過調查顯示，遊客對關子嶺旅遊風景區的過夜停留態度，偏

好選擇當地的旅館、民宿(優於選擇親友家)。此結果發現實為管理處推行多日遊程的最佳優勢，此亦突顯針對過夜停留的夜間觀光活動與住宿品質的管理，具積極規劃之必要。

此外，風景區內除以區帶發展概念形成整體性之觀光規模，另外可將觀光相關產業進行水平整合(如：旅行社、餐飲、住宿、農特產品、運輸業者)，再與區域資源作串聯整合(如嘉義阿里山國家風景區、台南雲嘉南濱海國家風景區、台南市文化古蹟...)等，以擴大風景區之整體力量。本規劃建議西拉雅國家風景區未來應致力強化觀光遊憩形象，塑造本身之主題性，以加深遊客印象，並推出多日之主題式套裝旅遊活動，同時與周遭著名觀光景點資源配合，以增加遊客觀光遊憩活動之多樣性，滿足遊客需求，並延長旅遊停留天數，增加消費機會，而非僅只為短暫的停留與經過。

#### 4. 符合觀光客以及當地居民需求，且觀光活動需與其他活動具有相容性

透過調查發現，遊客對於西拉雅國家風景區管理處，最滿意的軟、硬體服務設施建設為：「停車方便性」、「環境整潔及維護」與「門票或活動收費」；然而，相反的，在「旅遊資訊提供服務」、「導覽設施或解說服務」、「餐飲(價格/態度/衛生)」...等服務的滿意度較低。此外，透過開放性問題了解，遊客認為風景區內仍有值得改善的環境建設內容包括：建議應增設設施、增加導覽；指示標誌要明顯；積極進行環境的美化；聯外交通不便與大眾運輸工具仍不便；希望增加相關溫泉相關服務；路標指示不明；旅遊手冊的領取設置以及解說人員的服務導入。

顯然，具有完善觀光遊憩及公共服務設施之區域，方能有效吸引遊客，帶來消費，進而繁榮地方。然而，在設施的投入上，亦非漫無目的的四處興建，而應先考量上述特色旅遊區域的所在及其串連之區域，嚴選出重要的旅遊觀光區域進行興建，方能達到最高的使用效能。

在設施興建上須符合觀光客以及當地居民的需求，且觀光活動須與其他活動具有相容性。基於有時設施規劃不當，會破壞自然景觀，有效力的觀光單位之參與規劃過程是很重要的。

#### 5. 對計畫發展或替選方案所需之土地、資金及勞力資源作評估

因為土地可作為農業、工業、住宅等的發展之用，也可作為觀光發展之用，何者有利須予以評估。而所需投資的資金，如為公共財源，可作投資醫院、學校之用，若屬私人財源，可作其它型式之商業活動之用，若用作觀光發展，是否更為有利，也需予以評估。此外，發展觀光所需勞力之數量和品質，與其他產業之就業關係也應做評估。

### (1) 觀光客移動管理

有效的觀光管理，牽涉行銷、資訊與解說、規劃控制，及觀光旅客移動之管理等。亦即觀光牽涉到人與地方，其中設施之規劃與環境相調和，只是成功的一部分，在管理上讓觀光客知曉吸引力之所在更顯重要。

此外，也應對於觀光客之移動進行管理，以避免負荷過重並保護敏感地區。也就是說，為確保觀光發展能對當地最大利益，而將負面影響減到最低，建立觀光產業發展的目標極為重要：目標要能實際有效，就需是可行的且獲大眾支持的目標。對觀光發展而言，這就表示所提出之計畫必須實際且在競爭市場中對觀光客具吸引力。但是要發展出令人滿意的觀光產品，及可被接受的形象，則需要許多部門的合作，所獲支持愈廣，目標成功的機會就愈大。

### (2) 提昇環境與公共設施品質

每當星期假日時，遊客大量湧入風景區，勢必會對遊憩區品質造成影響，如何提升遊客滿意度一直為國內各風景區與遊憩景點列為首重之課題。因此，本規劃提出下列幾點建議：

- ◇ 服務收費方面：遊客目前對於關子嶺風景區之收費標準與制度普遍較為滿意。建議對於部分公共設施亦可採取使用者付費觀念，藉由宣導「少許付費可獲得高品質盥洗環境」之觀念，或可尋求鄰近商家或民間企業認養之管道，代替向遊客收取清潔費之方式。
- ◇ 志工徵募提升導覽解說品質：對於導覽解說品質的提升，除強化遊客服務中心的功能，並可透過培養在地解說員，徵求當地居民或學生加入志工與解說員之行列，協助社區觀光產業振興、解說環境資源及進行環境維護宣導工作。對於加入志工可給予良性正面鼓勵，並吸引民眾加入，培養其對環境永續保育及合理使用之觀念。
- ◇ 另外，西拉雅風景區擁有的民間觀光發展組織繁多，亦具相當之服務熱誠，對於區域發展同樣抱持期待，因此，政府單位可積極協助培植現有已具規模之地方團體或社區成為推廣觀光尖兵，輔以適當教育訓練與解說技術，形成地方觀光推動重要力量，或做為培訓地方居民之講師，一同形成觀光發展之共識。社區與民間團體之組織，也為委託經營管理與認養公共設施之優良對象，基於其專業訓練與對家鄉土地的特殊情感，對於經營、解說、維護與管理工作將盡力而為，使其更有效的人力資源利用。
- ◇ 環境教育推廣：為提昇民眾對環境教育認知，可藉由提供完善的解說教育設施進行推廣，於旅遊服務中心設置自然資源、人文資源、旅遊資訊等解說設施，以影片、照片展示、模型、標本、燈箱、互動式解說設施等多媒體型態進行解說；配合自然及人文資源，透過完整的遊程安排，並

由解說人員深入介紹；鼓勵漁村體驗、鹽田產業文化體驗、鄉土活動、民宿...等活動行銷之推廣；各據點則需著重解說牌的設置，並力求解說內容深入淺出，以寓教於樂，加深遊客興趣與印象。

### (3) 交通服務設施方面

強化重要道路和較偏遠遊憩區的指標系統，從各個動線的入口道路至國道交流道，建議增設指標系統，以提升遊客進入西拉雅國家風景區之可及性。並著重發展汽車旅遊之相關配套設施。

- ◇ 加強與管理者之聯繫，協助各據點串聯之功能，確定落實本案進行遊程串連之用意，並加強交通運具與遊憩據點之結合。配合旅遊景點之定位與導航系統的構想加入，亦能有效降低遊客在景點與景點串連間的麻煩與尋找時間，增加旅遊過程的樂趣與意願。
- ◇ 透過廣泛之行銷技巧與持續不斷的乘客量監控，預測市場潛力，再依乘客量預測所獲得之收入預估值做為將來各項交通設施發展之基本考量因子。
- ◇ 配合鐵路與公路交通進行聯合行銷，配合高鐵一日生活圈之方便性，合作進行遊程設計之內容規劃與接駁，避免轉運等待時間過於冗長，間接降低旅遊意願。
- ◇ 結合各種運具或區間票券，以觀光護照或搭配住宿套票可享優惠方式進行促銷，並刺激遊客搭乘率及使用率的增加，減少反覆購票，提高旅遊便利性。
- ◇ 結合觀光遊憩地方特色，擺脫純粹「交通工具」的基本功能，尋求與其他設施形象結合，亦即增加其「路程內容」和「目的地」之吸引力或趣味性，建議可提供專屬的觀光巴士，與周邊遊憩據點或餐飲住宿結合，塑造更具豐富與具意義的運輸產品。
- ◇ 強化主要道路意象，塑造不同之景觀風貌，讓遊客可享受景觀道路之美。

### (4) 強化住宿與餐飲設施

住宿設施的品質欠佳與數量不足、缺乏環境舒適的用餐環境皆為遊客認為西拉雅國家風景區內仍需值得進行環境改善部分。因此，針對上述問題提出下列幾點對策：

- ◇ 鼓勵住宿與餐飲業者：其設施內容及營運方式需朝向地方特色與精緻化經營策略發展，使業者間能獲得互動良好的良性競爭，共同為特色塑造、傳統文化展現努力。
- ◇ 攤販的管理與改善。訂定攤販設置的地點與時段，要求業者營業設備與販售之物品能整齊排列、並保持周邊環境整潔，以提供遊客乾淨且衛生的遊憩環境。

- ◇ 公部門行政單位：風景區管理當局可與觀光專業規劃團隊配合，共同開設民宿與餐飲訓練課程，以強化住宿與餐飲設施品質，並在住宿或餐廳入口，設置公部門認可之合法餐飲、住宿形象標章，取得合法之經營許可，使遊客消費更能獲得保障。
- ◇ 管理單位應能定期抽樣檢查風景區內住宿設施與餐廳之消防安全、餐飲衛生、廢棄物處理等重點項目，並嚴格把關，督促未合格業者進行改善。

## 6. 加強整合行銷傳播宣傳

面臨資訊快速流通與多元變化時代，西拉雅國家風景區未來旅遊資訊的傳播，應加強整合行銷傳播工具的宣傳，充份運用所有可接觸到遊客之媒體管道，如電子媒體(包含新聞、旅遊節目、網路資訊)與平面媒體(包含報紙、旅遊雜誌、書籍)的介紹，以提供遊客更豐富、更即時之旅遊資訊服務，並依照西拉雅國家風景區不同主題性活動，以創造更多元豐富的旅遊體驗。

### (1) 提昇西拉雅國家風景區遊憩區吸引力

- ◇ 讓遊客可以隨時在車站、政府單位、地區服務中心、網路上等易於接觸的地方取得折頁、簡介等資訊。
- ◇ 資源環境整理，保持良好之整體意象，提升遊客旅遊及重遊之意願。
- ◇ 強化旅遊市場定位，確認主題以塑造明確主題特色，誘發具偏好客群之旅遊或重遊意願。
- ◇ 初期可透過舉辦全國性之徵選比賽，如入口意象地標競圖、紀念品創作設計比賽等，快速建立全國觀光族群對此地區第一印象。
- ◇ 依據資源、旅遊及活動特性間之差異性，強化景點串連。

### (2) 豐富套裝旅遊行程設計

- ◇ 配合不同客層規劃各式套裝遊程，建議未來於各地之解說摺頁或網頁上可以此提供遊程資訊遊客，並發行套裝遊程護照或優惠券、推廣區內各項觀光活動。
- ◇ 評估旅遊市場需求，重複審查供給與參與情形，隨時檢討現有遊程與旅遊意願，定時更新最適合本區發展之遊程計畫。
- ◇ 建立長期行銷管道，配合各式軟、硬體建設服務，以提供最完善區內旅遊風貌。

### (3) 住宿餐飲特色強化

- ◇ 建議由餐飲、旅館、飯店及休閒業者與地方政府結合，依照四季節令變化共同推出行銷活動，如春耕、夏做、秋收

等，並再配合安排文化節慶活動之體驗與解說，享受令遊客記憶深刻的文化與自然環境體驗活動。

- ◇ 旅遊淡季時推出折扣優惠，結合相關旅行業者，給予固定性折扣，以增加旅遊機會，並減緩淡旺季之差距。
- ◇ 強化並結合現有各景點或業者自行安排之遊程，經當地業者的參與解說，讓遊客更能體驗深度之旅。
- ◇ 創造滿足適於各類遊客屬性之餐飲與住宿偏好，使遊客得到完整滿足的遊憩體驗。
- ◇ 各餐飲住宿類型均應針對各客層進行行銷，藉由市場定位，配合建物意象、內部裝潢設計等，創造出各具特色的餐廳住宿設施，由此亦可作為市場區隔，避免產生惡性競爭，並產生多樣性的遊憩體驗，增加遊客的重遊意願。

#### (4) 媒體行銷

- ◇ 電視媒體：配合有線、無線電視節目之拍攝，將西拉雅國家風景區之特有人文風情、自然資源定期介紹予大眾，或透過大型活動強化宣傳，並委託專業攝影工作者進行深入之專題介紹。
- ◇ 網際網路：提供一具完整資訊的網頁設計，將相關之旅遊活動、資源特性、遊憩據點與相關餐飲住宿資訊進行完整的介紹，藉由網路流通至各地。就目前接收旅遊資訊管道而言，網路及資訊設備行銷仍具有即時性、方便性及影音魅力等優點，在網站資訊提供上，也可打破一般傳統的單向式、靜態的溝通方式，可與資訊流覽者選出主要旅客停留據點、景點或具特色區域，設置互動式導覽資訊平台，亦可在有限的解說人力及時間下，提供更完善的旅遊簡介。
- ◇ 期刊雜誌：配合國內外各旅遊期刊、雜誌進行專刊特輯報導，或由西拉雅國家風景區定期出版簡訊告知遊客近期相關活動與建設等資訊，藉由不斷的新鮮話題與變化，喚起遊客記憶，並提高重遊意願，亦可依資源主題集結出版專書，完整的將區內資源呈現予遊客。

【附件一】遊客旅遊服務需求調查問卷設計

西拉雅國家風景區-關子嶺地區遊客意向問卷調查

親愛的 女士、先生您好：

「西拉雅國家風景區」(以下簡稱本風景區)已於民國 94 年 11 月宣布成立，本管理處爲了瞭解您對關子嶺遊憩區遊憩現況滿意度及對本區未來發展意見，特委託立德大學休閒管理學系團隊進行遊客意見調查，以作爲未來經營管理之參考。您的寶貴意見對於本風景區未來發展相當重要，煩請您費神填答。

感謝您的協助，並祝您平安、快樂！！

交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處  
立德大學 休閒管理學系 敬上

(一) 請問您來此之前知道「西拉雅國家風景區」之名稱嗎？

1是(續答 2.) 2否(續答 3.)

(二) 請問您得知西拉雅國家風景區是經何得知？

1旅遊雜誌 2電視媒體 3高速公路招牌 4網站資訊 5其他

(三) 請問您這次旅遊的出發地點為何地？請打「V」。

北部地區：	<input type="checkbox"/> 1 基隆市	<input type="checkbox"/> 2 台北縣(市)	<input type="checkbox"/> 3 桃園縣	<input type="checkbox"/> 4 新竹縣(市)	
中部地區：	<input type="checkbox"/> 5 苗栗縣	<input type="checkbox"/> 6 台中縣(市)	<input type="checkbox"/> 7 彰化縣	<input type="checkbox"/> 8 南投縣	<input type="checkbox"/> 9 雲林縣
南部地區：	<input type="checkbox"/> 10 嘉義縣(市)	<input type="checkbox"/> 11 台南縣(市)	<input type="checkbox"/> 12 高雄縣(市)	<input type="checkbox"/> 13 屏東縣	
東部及離島地區：	<input type="checkbox"/> 14 花蓮縣	<input type="checkbox"/> 15 台東縣	<input type="checkbox"/> 16 金門縣	<input type="checkbox"/> 17 連江縣	<input type="checkbox"/> 18 澎湖縣

(四) 請問您這次旅遊的主要性質目的是：

- 1純觀光旅遊  
2健身度假運動  
3會議或學習型  
旅遊  
4宗教性旅行  
5生態旅遊  
6商(公)務兼旅行  
7探訪親友  
8其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(五) 請問您這次選擇到關子嶺地區旅遊的相關資訊主要從哪裡獲得？(可複選)

- 1未曾索取(續答 6) 2平面媒體(如旅遊叢書、報章雜誌等) 3電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等) 4觀光、遊憩政府單位(包括索取旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務) 5電腦網路 6旅行社 7旅遊展覽  
8親友、同事、同學 9其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(六) 請問您這次旅遊的方式是

- 1旅行社套裝旅遊 2同學朋友戶外教學、旅行 3員工、同事旅遊 4宗教朝聖 5參加其他團體舉辦的旅遊 6個人旅遊 7家庭旅遊  
8情侶、夫妻旅遊 9其他\_\_\_\_\_ (請記錄)

(七) 請問您這次至本據點主要利用的交通工具為？(可複選)

- 1□自小客車 2□40 人座遊覽車 3□公、民營客運 4□機車 5□火車  
6□20 人座小型巴士 7□出租汽車 8□計程車 9□自行車 10□旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車) 11□其他 \_\_\_\_\_(請記錄)

(八) 請問您選擇至關子嶺地區旅遊的原因？(可複選)

- 1□泡湯 2□具高知名度 3□景觀優美 4□行銷推廣活動或節慶、表演 5□品嚐當地美食 6□交通便利 7□距離遠近、假期長短 8□親朋好友推薦 9□運動健身 10□文化、宗教巡禮 11□學校、公司或參加的團體安排 12□順道經過進來遊玩 13□其他 \_\_\_\_\_

七、遊客遊憩行為

(一) 請問您這次在關子嶺已經(或預計)遊覽哪些景點？(可複選)

- 1□關子嶺溫泉(新溫泉區) 2□溫泉老街(舊溫泉區) 3□水火同源 4□白河水庫 5□大仙寺 6□碧雲寺 5□紅葉公園 6□嶺頂公園 7□寶泉公園 8□大凍山 9□新、舊好漢坡 10□枕頭山 11□其他 \_\_\_\_\_

(二) 以上最喜歡或最想去的景點？\_\_\_\_\_ (景點編號) 為什麼？  
\_\_\_\_\_

(三) 以上最不喜歡或最不想去的景點？\_\_\_\_\_ (景點編號) 為什麼？  
\_\_\_\_\_

(四) 請問最近一年，您一共到訪關子嶺幾次？

- 1□第 1 次 2□2-4 次 3□5-7 次 4□8 次以上

(五) 請問您這次在關子嶺的遊程，預計停留時間為？

- 1□半天以內 2□一整天 3□2 天 4□3 天 5□4 天以上

(六) 請問您在目前這個景點停留的時間，約為？

- 1□3 小時以內 2□3 小時以上，半天內 3□一整天 4□2 天 5□3 天以上

(七) 請問本景點過去您是否曾經到訪？

- 1□第 1 次來【請跳答(七)-1】 2□以前曾經來過

(七)-1 若為 2 次以上到訪者，您認為此據點整體服務品質與上次到訪比較？

- 1□改善很多 2□稍有改善 3□差不多 4□較差

(八) 請問您這次到關子嶺旅遊的主要住宿方式是？

- 1□當天來回，不住宿 2□旅館 \_\_\_\_\_ 3□民宿 4□露營 5□親友家(含自家) 6□香客大樓 7□其他 \_\_\_\_\_(請記錄)

(九) 請問您這次旅遊的同伴約幾人(含自己)?

1□自己一人 2□2-5 人 3□6-10 人 4□11-20 人 5□21-30 人 6□30 人以上

(十) 請問您這次來關子嶺之主要動機為何?(可複選)

- 1□擺脫壓力，放鬆心情      2□接近大自然      3□增進家人與朋友情感  
 4□認識志趣相同的人      5□運動健身      6□體驗生態旅遊  
 7□避免無聊、出來走走打發時間      8□好奇、增廣見聞  
 9□吃特產與美食      10□想要獲得心靈慰藉      11□其他

八、遊客滿意度

(一) 請問您對(關子嶺地區)或目前所在景點在下列項目上的滿意度是?若回答「非常不滿意者」,原因為何?

項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	原因
32. 環境整潔及維護	5□	4□	3□	2□	1□	_____
33. 導覽設施或解說服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
34. 旅遊資訊提供服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
35. 引導指標及動線安排	5□	4□	3□	2□	1□	_____
36. 聯外大眾運輸方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
37. 停車方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
38. 門票或活動收費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
39. 廁所清潔程度	5□	4□	3□	2□	1□	_____
40. 餐飲(價格/態度/衛生)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
41. 特產品(價格/態度/特色)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
42. 整體評價	5□	4□	3□	2□	1□	_____

(二) 您對這次在關子嶺地區旅遊的整體滿意度是?

1□非常滿意      2□滿意      3□普通      4□不滿意      5□非常不滿意

呈上題, 您認為整體分數為?

<sup>1</sup>□91-100 <sup>2</sup>□81-90 <sup>3</sup>□71-80 <sup>4</sup>□61-70 <sup>5</sup>□51-60 <sup>6</sup>□41-50 <sup>7</sup>□31-40 <sup>8</sup>□21-30 <sup>9</sup>□  
 11-20 <sup>10</sup>□0-10

(三) 請問您是否願意再重遊關子嶺地區? 1□願意      2□不願意【續答(三)-1】

(三)-1 填「不願意」者, 請問原因?

- 1□景點缺乏特色      2□太髒亂      3□人太多、太擁擠      4□交通不便  
 5□缺乏遊客服務設施      6□服務品質不佳      7□無提供多樣化產品選擇  
 8□商店街不具吸引力      9□業者無提供套裝遊程      10□住宿價格太高  
 11□交通費用太高      12□餐飲價格太高      13□門票或活動收費價格太高  
 14□其他\_\_\_\_\_

## 九、遊客消費行為

## (一) 本次至關子嶺旅遊實際花費金額

	實際花費金額						
	0 元	1-500 元	501-1000 元	1001-2000 元	2001-3000 元	3001-4000 元	4001 元以上
1. 請概估個人平均旅遊的花費金額(參加團體旅遊者請跳填「2.」)							
01)交通費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
02)飲食費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
03)購物花費(包括紀念品、特產等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
04)娛樂花費(包括門票、泡湯等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
05)住宿費用	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
06)全程預估總花費	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
2. 報名參加團體旅遊者，請概估個人平均這次旅遊的花費金額？							
01)團費平均每人	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
02)其他額外消費(娛樂、購物等)	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□
03)全程預估總花費	1□	2□	3□	4□	5□	6□	7□

## (二) 未來至關子嶺旅遊願意支付之價格

1□0 元 2□1-500 元 3□501-1,000 元 4□1,001-2,000 元  
5□2,001-3,000 元 6□3001-4,000 元 7□4,001 元以上

## 十、遊客基本資料

7. 性別 1□男 2□女
8. 年齡 1□20-29 歲 2□30-39 歲 3□40-49 歲 4□50-59 歲 5□60-69 歲  
6□70 歲以上
9. 教育程度 1□國小或自習；2□國(初)中；3□高中(職)；4□專科或大學；  
5□研究所以上
10. 職業  
1□學生 2□軍警 3□公教人員 4□公司職員 5□工 6□自行  
經商  
7□農漁牧業 8□自由業 9□家管 10□退休人員 11□商/服務業  
12□其他\_\_\_\_\_
11. 個人月收入  
1□20,000 以下 2□20,001-40,000 元 3□40,001-60,000 元  
4□60,001-80,000 元 5□80,001-100,000 元 6□100,000 以上
12. 婚姻狀況 1□已婚有小孩 2□已婚沒小孩 3□單身有小孩 4□單身

十一、 未來展望

4.您認為未來本區應朝下列哪些方向發展？(可複選)

- 1發展水域觀光、賞景、生態之旅
- 2發展西拉雅文化
- 3發展自然、人文解說教育
- 4發展地方產業觀光化
- 5改善聯外及區內交通狀況
- 6其他具體建議

5.您認為風景區可增加何種旅遊服務，以提昇您前來意願？(可複選)

- 1遊客服務中心
- 2接駁巴士
- 3解說導覽服務
- 4特產購物
- 5完善自行車道、人行步道
- 6完善的住宿設施
- 7多元豐富的旅遊活動
- 8休閒娛樂設施
- 9餐飲設施
- 10交通指標系統
- 11生態之旅設備
- 13遮蔭設施的增設
- 14其他具體建議

6.其他建議：

---

---

---

---

---

---

---

---

再次感謝您的填答！ 祝您旅遊愉快！！

## 【附件二】商家服務需求調查問卷設計

### 西拉雅國家風景區-關子嶺地區商家問卷調查

親愛的 女士、先生您好：

「西拉雅國家風景區」(以下簡稱本風景區)已於民國 94 年 11 月宣布成立，本管理處爲了瞭解您對關子嶺遊憩區遊憩現況滿意度及對本風景區未來發展意見，特委託立德大學休閒管理學系團隊進行遊客意見調查，以作爲未來經營管理之參考。您的寶貴意見對於本風景區未來發展相當重要，煩請您費神填答。

感謝您的協助，並祝您平安、快樂！！

交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處  
立德大學 休閒管理學系 敬上

#### 一、 商家之社會經濟背景屬性(請於適當項目的□內勾選)

- (一) 填寫者性別：1□男 2□女
- (二) 填寫者年齡：1□20-29 歲 2□30-39 歲 3□40-49 歲 4□50-59 歲 5□60-69 歲 6□70 歲以上
- (三) 填寫者教育程度：1□國小或自習；2□國(初)中；3□高中(職)；4□專科或大學；5□研究所以上
- (四) 填寫者居住在關子嶺商圈有幾年：1□未曾居住於此；2□五年以下；3□五至十年；4□十至十五年；5□十五年以上
- (五) 您的店面是：1□自有；2□承租；3□其他\_\_\_\_\_
- (六) 此開店多久：1□一年內；2□1-3(含)年；3□4-7(含)年；4□8-10(含)年；5□10 年以上
- (七) 店面經營是：1□獨資經營；2□與他人合夥投資的；3□連鎖經營；4□其他\_\_\_\_\_
- (八) 店面經營是屬於：1□餐飲小吃類；2□住宿飯店類；3□泡湯休閒類；4□遊客紀念品類；5□其他(具體說明)\_\_\_\_\_
- (九) 是否曾經參與商圈活動：1□未曾參與；2□曾經參與，目前則無參與；3□目前仍有參與
- (十) 請問有聽過西拉雅國家風景區：1□是；2□否

## 二、對於關子嶺風景區整體環境滿意度

項目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	原因
1. 環境整潔及維護	5□	4□	3□	2□	1□	_____
2. 導覽設施或解說服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
3. 旅遊資訊提供服務	5□	4□	3□	2□	1□	_____
4. 引導指標及動線安排	5□	4□	3□	2□	1□	_____
5. 聯外大眾運輸方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
6. 停車方便性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
7. 門票或活動收費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
8. 廁所清潔程度	5□	4□	3□	2□	1□	_____
9. 旅遊安全性	5□	4□	3□	2□	1□	_____
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
11. 特產品(價格/態度/特色)	5□	4□	3□	2□	1□	_____
12. 對於當地整體評價	5□	4□	3□	2□	1□	_____

## 三、西拉雅國家風景區管理處內對 96-97 年度建設對關子嶺產生的改變及效益認知態度

項目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意	原因
1. 關子嶺風景區環境景觀已獲改善	5□	4□	3□	2□	1□	_____
2. 溫泉老街入口意象充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
3. 嶺頂公園遊客資訊站資訊充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
4. 紅葉公園景觀優美	5□	4□	3□	2□	1□	_____
5. 白河綠色隧道環境優美	5□	4□	3□	2□	1□	_____
6. 水火同源周邊服務設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
7. 大仙寺周邊環境設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
8. 碧雲公園周邊環境設施充足	5□	4□	3□	2□	1□	_____
9. 有配合節慶舉辦相關主題活動	5□	4□	3□	2□	1□	_____
10. 有整合業者共同促銷產品	5□	4□	3□	2□	1□	_____
11. 有結合附近景點吸引遊客來此消費	5□	4□	3□	2□	1□	_____
12. 有提升當地整體形象	5□	4□	3□	2□	1□	_____
13. 帶來當地環境的髒亂	1□	2□	3□	4□	5□	_____
14. 造成當地交通的擁擠	1□	2□	3□	4□	5□	_____
15. 能增加商店的消費客源?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
16. 能增加當地遊客數量?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
17. 能增加外來的投資?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
18. 能增加當地經濟的成長?約幾成?	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
19. 能增加當地房價?約幾成	5□7-9 成	4□3-5 成	3□1-3 成	2□1 成以下	1□皆無	
20. 西拉雅國家風景區對當地整體發展的效益為正面的影響	5□	4□	3□	2□	1□	_____

四、認為關子嶺風景區待改善的項目(可複選)

- 1□輔導商家行銷管理，具體建議\_\_\_\_\_
- 2□環境之整體性改造，具體建議\_\_\_\_\_
- 3□當地特色伴手禮之設計及研發，具體建議\_\_\_\_\_
- 4□景點的再開發，具體建議\_\_\_\_\_
- 5□商家提供產品差異化集中化，具體建議\_\_\_\_\_
- 6□服務品質提供(住宿、餐飲、禮儀)，具體建議\_\_\_\_\_
- 7□業者異業結盟，具體建議\_\_\_\_\_
- 8□其他\_\_\_\_\_

感謝您的填答!! 敬祝生意興隆!