

案號：09814011

南化生態農場及梅嶺地區 旅遊服務需求調查案

調查報告

主辦單位 交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處
承攬廠商 社團法人台灣美發展交流協會
中華民國 98 年 12 月

目錄

圖目錄.....	II
表目錄.....	II
第一章 緒論.....	1
. 第一節 計畫緣起.....	1
. 第二節 計畫目的.....	1
. 第三節 計畫範圍.....	2
. 第四節 計畫流程.....	2
第二章 文獻回顧.....	3
. 第一節 南化生態農場.....	3
. 第二節 梅嶺風景區.....	3
. 第三節 滿意度.....	4
. 第四節 重遊意願.....	7
第三章 研究設計與研究方法.....	9
. 第一節 問卷設計.....	9
. 第二節 分析方法.....	12
第四章 資料分析與結果.....	17
. 第一節 受訪者社經背景分析.....	17
. 第二節 受訪者旅遊特性分析.....	19
. 第三節 受訪者重要度與滿意度認知之關係.....	23
. 第四節 差異性分析.....	25
. 第五節 遊客重要度認知與滿意度之 IPA 分析.....	26
. 第六節 遊客之重遊意願分析.....	28
. 第七節 商家需求之 AHP 分析.....	30
. 第八節 潛在遊客分析.....	32
第五章 結論與建議.....	36
. 第一節 結論.....	36
. 第二節 建議.....	40
參考文獻.....	42
附錄一 南化生態農場遊客調查問卷.....	43
附錄二 梅嶺風景區遊客調查問卷 A.....	45
附錄三 梅嶺風景區遊客調查問卷 B.....	47
附錄四 潛在遊客調查問卷.....	49
附錄五 南化生態農場差異性分析檢定表.....	51
附錄六 梅嶺風景區差異性分析檢定表.....	53
附錄七 潛在遊客差異性分析檢定表.....	55

圖目錄

圖 1.1 計畫流程.....	2
圖 3.1 IPA 圖.....	13
圖 4.1 南化生態農場之 IPA 圖.....	27
圖 4.2 梅嶺風景區之 IPA 圖.....	28
圖 4.3 AHP 層級分析架構.....	30
圖 4.4 整體權重圖.....	31

表目錄

表 2.1 滿意度的定義.....	4
表 3.1 兩兩成對比較問卷形式.....	11
表 4.1 受訪者社經背景分析.....	18
表 4.2 受訪者旅遊特性分析.....	21
表 4.3 南化生態農場受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗.....	23
表 4.4 梅嶺風景區受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗.....	24
表 4.5 排序普羅比較估結果.....	29
表 4.6 商家需求之權重分析.....	31
表 4.7 潛在遊客基本背景分析.....	32
表 4.8 潛在遊客旅遊特性分析.....	33
表 4.9 潛在遊客之行前期望.....	35

第一章 緒論

第一節 計畫緣起

交通部觀光局為滿足未來國內旅遊市場，以及帶動週遭地區產業發展及資源保育等需求，配合區域內曾文水庫、烏山頭水庫、白河水庫、尖山埤和虎頭埤水庫，獨特埤地形草山月世界、左鎮化石遺跡、平埔文化節慶、關仔嶺溫泉區等豐富的自然和人文資源，報奉行政院核定於 2005 年 11 月 26 日掛牌成立「西拉雅國家風景區管理處」，專責區域內規劃建設與經營管理工作，提升遊憩品質並兼具振興地方產業任務。

本計畫以「需求者(遊客及商家)角度」，進行南化生態農場及梅嶺風景區的旅遊服務需求調查，以問卷調查方式瞭解遊客旅遊型態、動機與偏好，透過資料分析，對遊客旅遊型態、動機與偏好做有系統之分析。另外亦針對商家對問卷調查，找出商家對增加遊客與降低成本的偏好，以及各層面的準則因素權重值。綜合遊客及商家的分析資料，作為旅遊服務需求建議之參考，以利於規劃時能同時兼顧需求面與供給面，並作為未來進行景點設施改善、項目及產業聯盟操作參考。

第二節 計畫目的

本計畫的研究動機在於瞭解遊客旅遊動機、遊客在出發前蒐集旅遊資訊的管道以及遊客對於軟、硬體重要度和滿意度的認知和重遊意願，同時亦考慮商家對於增加遊客與降低成本的認知準則，以提供管理單位作為吸引遊客並改善觀光據點軟、硬體服務的依據。主要針對南化生態農場及梅嶺風景區遊憩資源特性及遊客旅遊行為、需求及商家認知，進行資源檢討及遊客遊憩行為、商家認知之問卷調查設計。

計畫目的如下：

1. 瞭解南化生態農場及梅嶺風景區遊客實際需求，並整合觀光資源及遊客行為需求調查計畫，力求供給面(觀光遊憩資源)與需求面(遊客及商家問卷調查)之平衡。
2. 根據調查與分析結果，找出遊客對於服務及設施重要度的認知程度以及滿意程度間的差異，並作為軟、硬體設施改善參考之依據。
3. 探討在提供不同活動組合方案的假設情境下，遊客的重遊意願。
4. 實際訪談商家，找出商家衡量增加遊客與降低成本的準則因素和權重值，以作為改善之依據。

第三節 計畫範圍

一、研究地區

本計畫的研究地區為南化生態農場及梅嶺風景區，其中南化生態農場位於台南縣南化鄉，梅嶺風景區則位於台南縣楠西鄉。

二、研究對象

本計畫的研究對象為南化生態農場及梅嶺風景區的遊客及商家，以問卷方式對遊客的旅遊型態、特性、偏好及重遊意願進行調查，同時以問卷調查方式訪談商家，以了解商家對於增加遊客與降低成本的認知準則。

第四節 計畫流程

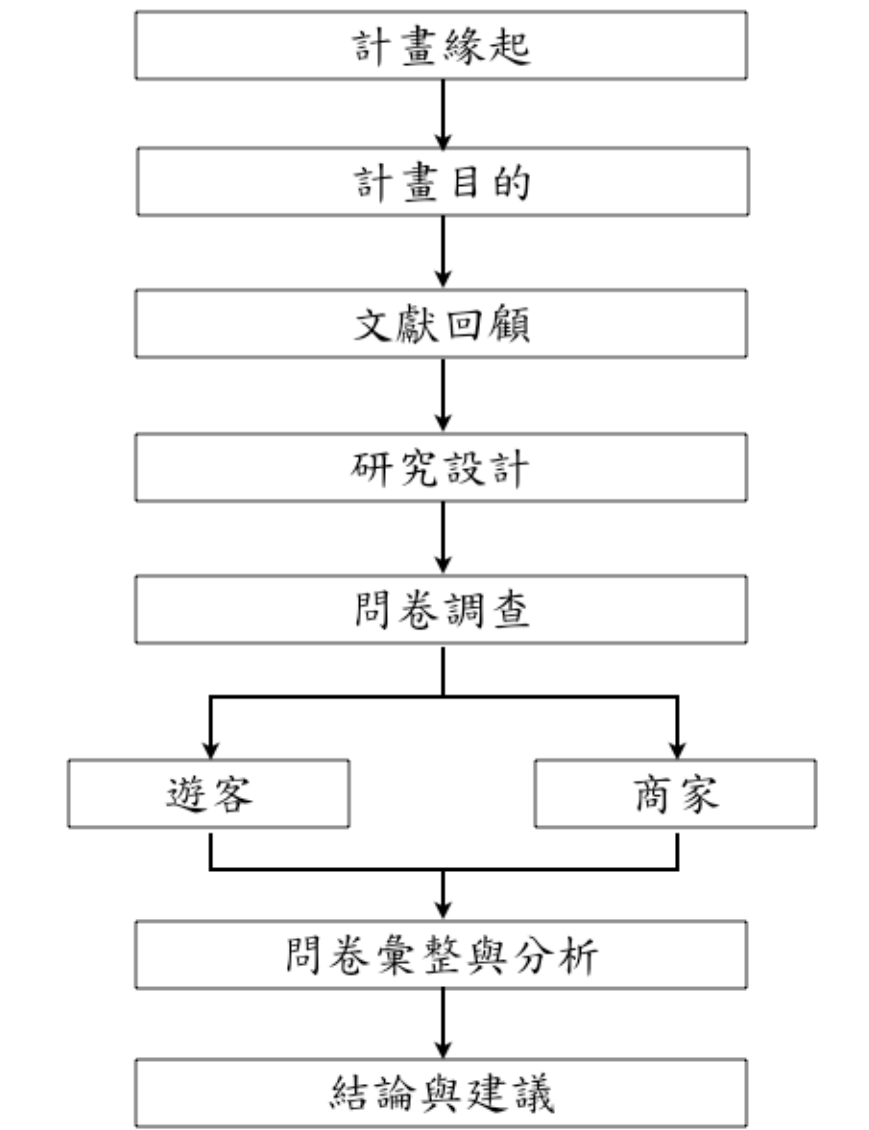


圖 1.1 計畫流程

第二章 文獻回顧

第一節 南化生態農場

南化生態農場位於台南縣南化鄉，南化鄉位於台南縣之東南端，是新化區九鄉鎮之一，與左鎮、玉井和楠西等三鄉合稱新化區之「山區四鄉」。全鄉大多為山丘，東面隔烏山（屬於中央山脈），後崛溪、菜寮溪流經其間，面積 171.5 平方公里，轄地之大居台南縣之冠。

南化鄉自然景觀特殊，好山好水，資源豐富。南化水庫及鏡面水庫建造，供應大台南與大高雄地區飲用水；烏山健康步道「綠色長城」，蒼鬱蔥蘢的天然美景以及寓教於樂的獼猴保護區吸引遊客如織；源之旅休閒公園日趨完善，成為郊遊踏青的好去處；關山的流螢、大出火坑、大地谷、西阿里關關山神木...等自然生態景觀，使南化這個美麗的鄉鎮保持著自然原始的樣貌。

南化生態農場則位在烏山腳下，面積 11 餘公頃，鄰近台 3 線交通便利，且距離大烏山風景線各景點皆在十分鐘車程內，93 年經行政院核准撥用，南化鄉公所即規劃該處為休閒之中繼站，輔以農特產品之共同產銷、生態教育園區、住宿區(小木屋)之設立，以及桃花之木林步道與環園步道開闢、園區整建等，具觀光發展潛力。

南化生態農場是兼具教育性質及生態體驗的農園，主要是將農業活動結合教育功能，讓遊客能欣賞及觀察農場內動、植物以及昆蟲的生長過程，不僅學習生態知識，同時也可以學習農產品的知識。

第二節 梅嶺風景區

梅嶺風景區隸屬於西拉雅國家風景區中的曾文遊憩系統，曾文遊憩系統以嘉義縣大埔鄉、台南縣楠西鄉、玉井鄉為旅遊服務基地，境內包含許多重要觀光據點，如曾文水庫、嘉義農場、鹿陶洋江家古厝、情人公園、梅嶺風景區等觀光景點。

梅嶺風景區位於台南縣楠西鄉灣丘村，於省道台 3 線進入楠西鄉市區，往東行南 188 鄉道可達。日據時代，梅嶺農作物以咖啡、香蕉、梅子三種為主，當時因此地種植的香蕉蕉肉香甜，多外銷日本且價格佳，為梅嶺最大宗的產物，因而有「香蕉山」的美名。但隨著香蕉經濟效益沒落，農民改種梅樹，其盛開期長達一個月，景觀美麗，且採收的梅子也可以加工成食品，因此大量種植梅樹，並於民國七十年更名為為「梅嶺」，為台灣最大的梅樹栽培區之一。

每年元旦至 1 月中旬，是梅嶺梅花盛開的季節，盛開的梅花遍佈梅嶺風景區，滿山花海有如雪海般，花香四溢，是梅嶺的旅遊旺季，此外，每年 12 月

梅嶺風景區皆會舉辦梅嶺梅花季，並推廣當地之風味餐及相關製品，吸引許多遊客上山觀梅、品嚐梅子大餐。

除了廣大的梅林美景外，在梅嶺頂還有不少名勝奇景，其中以「獵鷹尖」形勢最為險峻，外形獨特的獵鷹尖高 889 公尺，獵鷹尖下端，奇岩夾峙中，則有一條小縫隙，造就出令人驚歎的「一線天」美景。此外，亦有蝙蝠洞瀑布、百年糯米橋、大峽谷及火洞群景觀區.....等特有景觀。而海拔範圍由低至高的梅嶺風景區，山林間擁有許多自然生態，可觀察到山區較原始的動物，如大冠鷲、紫斑蝶、螢火蟲.....等。在植物方面，除了廣為人知的梅花，還有野牡丹、桃花心木、百合、聖誕紅、蛇木.....等。

第三節 滿意度

一、滿意度的定義

過去的文獻對於顧客滿意度有不同的解釋，在消費者導向下，「如何滿足顧客需求，增加顧客滿意度」是各行各業追尋的目標，亦是取得競爭優勢的關鍵。針對顧客滿意度的定義，整理如表 2.1 所示：

表 2.1 滿意度的定義

作者	顧客滿意之定義
Oliver(1980)	消費者在購買某項產品前，對產品所提供利益有所期望，而在購買或使用該產品之後，會比較產品實際績效與期望兩者間之差異程度，來評量對產品的滿意度。
Oliver(1980)	顧客滿意為產品取得和消費經驗的評估。本質上為一種總結的心理狀態，來自預期失驗情感，並伴隨先前消費經驗所產生的感覺。
Churchill and Surprenant(1982)	一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生。
Woodruff(1983)	在特定使用情形下，對於使用產品獲得的價值程度，為一種立即性的情緒反應。
Tes(1988)	顧客滿意程度可以視為顧客對於先前預期與認知績效之知覺差距，是一種評估反應。
陳水源(1988)	遊憩前的「期望體驗」和遊憩後的「獲得體驗」，將遊客於遊憩後的整體感受稱為滿意度。
Woodside and Daly(1989)	一種消費的態度，其反映出顧客在經驗後喜歡或不喜歡的程度，同時顧客滿意也是一種以經驗為基礎的整體性態度。

表 2.1 滿意度的定義(續)

作者	顧客滿意之定義
Bolton and Drew(1991)	顧客滿意為顧客購後經驗所產生之情感因素，此因素可能為影響顧客對服務品質、購後意願和行為的評估。
Solomon(1991)	滿意是個人對所購買產品的整體態度。
Fornell(1992)	滿意是顧客對產品及服務的所有交易經驗的整體評量。
Kotler(1994)	顧客滿意度是消費者對產品功能特性的知覺，和個人對產品的期望，兩者相比較而形成的滿意水準。
Engel(1995)	顧客滿意程度的形成是因為顧客使用產品後會對產品績效與購買前之信念加以評估，當二者間有相當的一致性時，顧客將會獲得滿足，反之，顧客將產生不滿意。
陳秀珠(1995)	顧客滿意的決定因素為對產品的預期、認知的產品績效、個人主觀的情感因素、時間因素和情境因素，不過以「預期」和「認知」、「經驗」交互作用較重要。
蘇雲華(1996)	顧客滿意是指一群具代表性的消費者在無事先約定的情況下，於某一時點或期間，個別性地參加某次服務傳遞過程而對於該次服務的平均滿足程度。
Miller(1997)	顧客滿意是由顧客期望的程度與認知的成效，二者交互作用所導致。
Shoemaker and Lewis(1999)	顧客滿意為顧客的預期在交易時被滿足的程度。
Fournier and Mick(1999)	針對某一購買時機的評估判斷或對特定產品隨著時間所產生一連串的交互影響後所做的評估。
Herrman、Huber and Braunstein(2000)	較高的顧客滿意度反映了顧客對企業有比較正面的評價，且滿意度較高的顧客顯示出較高的購買意願，並提供了較多的數量或其他附屬產品，而較高的顧客忠誠度也增加了供應商交叉銷售的可能性。
Flott(2002)	是顧客對於產品或服務在生命週期中所抱持的期望之心理狀態。
Ranaweera(2003)	顧客滿意在傳統上被視為一項長期顧客行為的基本決定因素。

綜上所述之定義，滿意度是消費者將實際從產品或服務中所感受到的知覺反應，和先前對產品或服務所期望作一比較的認知過程評估。當產品或服務表現符合或超過期望，則會產生滿意；反之，則產生不滿意，因此，滿意度是一種結合認知與情感的綜合評量。

二、旅遊滿意度

Bakerl 和 Crompton(2000)指出，旅遊滿意度是遊客經歷活動後的真實感受，是遊客與旅遊目的地互動之後所產生心理感覺和情感狀態。而 Hester 於 1975 年的研究則指出，旅遊同伴、遊憩設施、自然環境、安全性、美觀、便利性、心理感受、舒適感、象徵性的擁有權、使用策略及花費金額等，皆會影響旅遊滿意度。

Propst 和 Lime(1982)則認為，旅遊地點的實質或設施環境的特徵、經營管理的行為及遊客的社會或文化特徵皆是影響旅遊滿意度的因素。宋秉明(1983)以實證研究，指出影響遊客滿意度的五個因素，包括遊客內在的心理性因子、遊憩社會環境因子、自然環境因子、活動因子及其他因子：

1. 遊客內在的心理因子：

包括遊憩動機、目的、需求、過去經驗、感受、年齡、性別、教育程度、家庭和經濟...等。

2. 遊憩社會環境因子：

遊客人數、行為、遊客的空間和時間分佈...等。

3. 自然環境因子：

環境的特殊性、面積大小、環境的整潔與衛生、遊憩設施的數量、位置和交通狀況...等。

4. 活動因子：

遊憩活動的種類、遊憩所需的費用、時間和活動的安全性...等。

5. 其他因子：

氣候、意外事件的發生...等。

三、滿意度的衡量尺度

滿意度有許多不同的衡量尺度，大致可分為下列幾種(游宗仁，2002)：

1. 簡單滿意尺度：

尺度從「非常滿意」、「滿意」、...、「很少滿意」到「沒有滿意」，分為三到七個不等的尺度。

2. 混合尺度：

假設非常滿意與非常不滿意是一個連續帶的兩端，尺度從「非常滿意」、「滿意」、...、「很少滿意」到「非常不滿意」，分為二到七個不等的尺度。

3. 期望尺度：

顧客對產品的績效高於期望，則感到滿意；反之，則感到不滿意。

4. 態度尺度：

如果消費者愈喜歡某一產品，表示對此產品的滿意度愈高，尺度從「非常喜歡」、「喜歡」、...、「不喜歡」到「非常不喜歡」，分為3到七個不等的尺度。

5. 情感尺度：

衡量消費者對產品的情感面反應，正面情感反應表示消費者對於產品的滿意；反之，負面情感反應則表示對產品的不滿意。

.第四節 重遊意願

顧客忠誠度是指顧客對某特定產品或服務的再購意願強度，Berry(1985)則指出，忠誠度除了再購意願外，也包括願意向他人推薦並給予正面口碑的行為。Griffin(1995)認為忠誠的顧客應有下列行為，(1) 經常性重複購買；(2) 惠顧公司提供的各種產品或服務系列；(3) 建立口碑，及(4) 對其他業者的促銷活動有免疫性。

忠誠度可分為行為忠誠及態度忠誠二個部分，行為忠誠指的是，重複購買、購買該公司的其他產品及向人推薦行為，而態度忠誠則是再次購買或購買該公司其他產品的意圖、向他人推薦的意願及面對競爭者的免疫力。

顧客忠誠度是顧客對公司的員工、產品或服務的感覺，這些感覺會表現在顧客的行為上，而要取得顧客行為的資訊並不容易，因此 Jones 和 Sasser 於 1995 年提出顧客忠誠度的衡量可以分為下列三個方面：

1. 再購買意願：

顧客未來再度購買該公司產品或服務的意願。

2. 基本行為：

以顧客與公司的交易資訊來實際衡量顧客忠誠客，這些資訊包括顧客最近一次購買時間、購買次數、購買的數量等。

3. 衍生行為：

公開的推薦、口碑、介紹顧客等。

Bowen 和 Chen(2001)則認為忠誠度可以從下列三個構面來衡量：

1. 行為的衡量：

探討顧客重複購買的行為。

2. 態度的衡量：

探討顧客對公司的諾言與忠貞的行為。

3. 混合的衡量：

顧客對產品的偏好、對轉換品牌的態度、購買頻率及購買佔總購買次數的比例。

而重遊意願與忠誠度的概念接近，重遊意願指的是遊客再次到某一旅遊景點的意願，也就是忠誠度的態度忠誠中的再購意願。Kozak(2001)指出，遊客先前的旅遊經驗、次數、交通、娛樂活動、便利性、當地物價水準...等因素，以及遊客對遊憩服務或設施的滿意程度，都會影響遊客對旅遊景點的重遊意願。

許多研究皆指出，當消費者(遊客)在購買(遊憩)時獲得滿意，即會產生再購(重遊)的意願或行為。遊客的遊憩滿意度和重遊意願間有正向相關，滿意度會影響遊客的重遊意願，滿意度低時，重遊意願低，反之，滿意度高則重遊意願高。

第三章 研究設計與研究方法

第一節 問卷設計

問卷調查設計的目的在於瞭解遊客對於南化生態農場及梅嶺風景區的旅遊服務觀感，藉此做為改善旅遊服務品質之參考。問卷調查項目主要參考 97 年辦理之「多目的地旅遊型態規劃報告書」，進行遊客遊憩行為、重要度認知與滿意度之間卷設計內容，去探討遊客對於南化生態農場及梅嶺風景區的偏好、重視度、滿意度與重遊意願，以及對於區內需改善軟、硬體之建議。

一、問卷調查內容

(一)遊客部份

在遊客問卷的部分將於南化生態農場及梅嶺風景區發放，主要瞭解遊客的旅遊特性與喜好，共分為四大部分：旅遊特性與遊憩行為、旅遊服務觀感、重遊意願及個人基本資料。

1. 旅遊特性與遊憩行為：來訪次數、交通工具、旅遊同伴及人數、交通時間、交通成本、旅遊花費、消費項目、旅遊動機、選擇至該據點旅遊的原因、旅遊資訊來源。
 - 來訪旅遊據點之次數？
 - 主要利用的交通工具為？
 - 旅遊的同伴多半為？
 - 旅遊的人數多半為？
 - 前往旅遊的交通時間為？
 - 前往旅遊的交通成本為？
 - 在餐飲或名特產的花費為？
 - 旅遊曾經消費的項目為？
 - 到的主要動機為？
 - 選擇此旅遊據點的原因為？
 - 此旅遊據點的相關資訊主要從哪裡獲得？
2. 旅遊服務觀感：根據旅遊經驗，對於服務及設施重要度的認知程度以及滿意程度，並以李克特五尺特為衡量的指標(非常不重要=1，不重要=2，普通=3，重要=4，非常重要=5；非常不滿意=1，不滿意=2，普通=3，滿意=4，非常滿意=5)。

- 聯外交通運輸設施
 - 交通指引
 - 停車設備
 - 自然生態資源
 - 安全設施
 - 觀光遊憩設施
 - 遊憩服務人員態度
 - 餐飲品質
 - 名特產
 - 衛生設施
 - 環境管理與整潔
3. 重遊意願：對於景點的重遊意願，在重遊意願程度的部分則是以李克特七尺度為衡量指標(重遊意願程度低=1；重遊意願程度高=7)。
- 重遊意願
 - 加入不同活動組合方案後的重遊意願
 - 改善旅遊環境與設施
 - 舉辦生態旅遊
 - 農村體驗活動
4. 遊客基本資料：
- 性別
 - 年齡
 - 教育程度
 - 婚姻狀況
 - 居住的縣市
 - 工作性質
 - 每月所得

(二)商家部份

在商家問卷的部分將於梅嶺風景區發放，主要瞭解商家對於增加遊客及降低成本的偏好，以及各層面的準則因素權重值，問卷首先對評估構面的重要性做排序，再以兩兩成對比較的方式做問卷設計(如表 3.1)。其中增加遊客及降低成本兩大構面的相關評估準則及說明如下所示。

(A) 增加遊客數量：在相同成本的狀況下，如何增加遊客的數量，來得到利益。例如當地設施的完備性、定期舉辦活動來吸引遊客或是因為有便利的交通，使遊客就算是經過也會順道來過。

(A1) 當地設施的完備：設施的完備性會影響到當地旅遊之遊客心情，例如：方便的停車場、乾淨的廁所...等。

(A2) 交通的便利性：在到旅遊地點遊玩時，必要考慮到的一定是交通，因此交通的便利性可以讓是否有想到此遊玩的遊客們，有不同的決定。

(A3) 定期活動的舉辦：在定期舉行活動的情況下，遊客接受到此資訊，多半會利用假日時到此遊玩，利用活動的舉行來增加遊客的數量，例如：花季、農產品...等。

(B) 降低所需成本：在遊客數量沒有增加的情況下，可利用教育訓練、網頁的宣傳和結合社區人力資源來降低所需要的任何成本。

(B1) 教育訓練：提供當地店家參與教育訓練的活動，讓店家可學習。

(B2) 網頁的宣傳：利用網頁的宣傳，降低宣傳時所需要的人力成本。

(B3) 結合社區人力資源：結合社區的人力資源，可以降低在聘請的人力資源。

表 3.1 兩兩成對比較問卷形式

		I比較重要					J比較重要						
因素 I		絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	因素 J		
		9	7	5	3	1	3	5	7	9			
(A) 增加遊客數量		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		(B) 降低所需成本	

二、調查計畫

本計畫的主要調查對象為遊客及商家，商家部份主要為訪談梅嶺風景區之餐飲及名特產商家，藉以了解其對於增加遊客與降低成本的偏好準則，而以下針對遊客部份的抽樣對象、問卷調查數量與問卷調查時間作一說明：

(一)抽樣對象

以到訪南化生態農場及梅嶺風景區的遊客為訪問對象，而附近居民若進入南化生態農場及梅嶺風景區從事遊憩活動者，亦視為遊客。本計畫採取非隨機之「便利抽樣法」(Convenience Sampling，或稱立意抽樣)進行現場填答，待遊客填答完畢後，給予紀念品以表感謝。

(二)抽樣調查數量

本計畫之問卷調查，總合有效問卷至少 300 份，而南化生態農場及梅嶺風景區之有效問卷需有 100 份以上。

(三)抽樣時間

在梅嶺風景區的部份，問卷調查時間為 2009 年 10~11 月，而在南化生態農場的部份，調查時間為 2009 年 11 月。

第二節 分析方法

一、重要度-績效分析法(Importance-Performance Analysis, IPA)

重要度-績效分析法(Importance-Performance Analysis, IPA)是在1977年由Martilla所提出，藉由受訪者對某些服務衡量問項的重視度與實際體驗的滿意度進行組合評價，將績效表現(滿意度)與重要度的平均得分繪製於二維矩陣圖中，研究者可以根據各服務衡量問項在矩陣圖中的相對位置，來決定改善的優先順序。IPA分析法包括下列步驟：

1. 發展所欲評估的各項服務衡量問項，並以問卷的形式針對各項屬性發展重要度以及滿意度的評估等級。
2. 問卷回收後，以重要度為縱軸，滿意度為橫軸，建立一個二維矩陣，並將各項服務衡量問項的平均值標示在此短陣中。
3. Hollenhors等人建議以重要度以及滿意度各自的總平均值為分隔點，經由分隔點將二維矩陣分為四個區域，不同區域表示不同程度的改善程度，研究者可以依據此矩陣發展相對應的改善策略，如圖3.1。

其中四個區域分別為：

Quadrant I. 繼續保持區：

服務屬性的重要度與滿意度的評價都高，所以此象限表示為應該繼續保持的優勢區域。

Quadrant II. 集中關注區：

此服務屬性的重要性程度高，但滿意程度不高，此象限代表對服務或品質的提供者而言，是一個須將重點集中的區域。

Quadrant III. 低順位區：

服務屬性的重要度和滿意度都不佳，所以此象限改善的優先次序較低。

Quadrant IV. 過度努力區：

服務屬性的重要度低但滿意程度良好，屬於過度供給的區域。

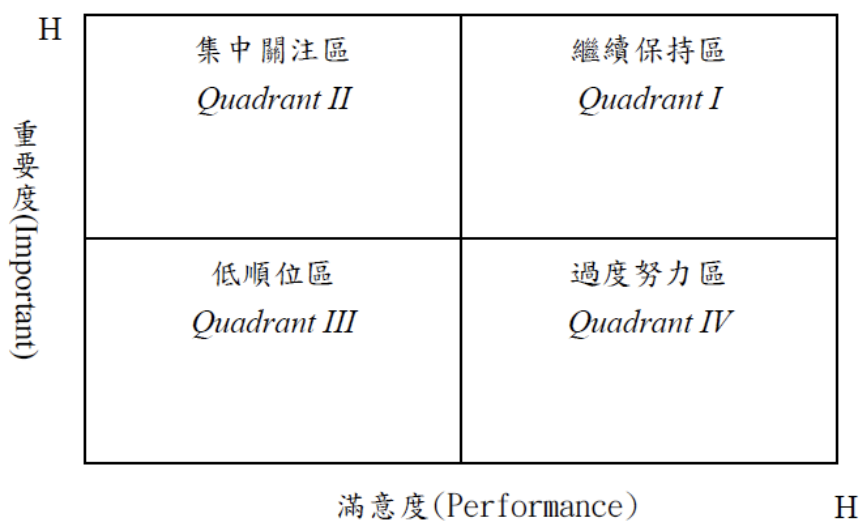


圖 3.1 IPA 圖

二、 排序普羅比模式(Ordered Probit Model, OPM)

排序普羅比模式最早有 Mckelvey 與 Zavoina 兩位學者於 1975 年提出，而此模式是以二元普羅比模式(Binary Probit Model)為基礎發展而來的，由於排序普羅比模式可用來探討社會科學中關於接受度或偏好等具有排序性的問題，因此近年來普遍用於各研究領域中。

本計畫探討為加入不同活動組合方案後，遊客對於景點的重遊意願程度，以李克特七尺度來表示重遊意願低至重遊意願高，分數愈高即代表遊客的重遊意願愈高，由於此方法所獲得的資料屬於排序性的資料，因此本計畫採用排序普羅比模式。排序普羅比模式與一般選擇模式的最大不同處在於，選擇模式為假設決策者會選擇一個效用最大的方案，而排序普羅比模式則是假設決策者在方案中排序出優先順序的選擇行為。

排序普羅比模式的基本理論如下：

$$y_i^* = \beta_i x_i + \varepsilon_i; \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad \varepsilon \sim N(0, 1)$$

其中，

y_i^* ：無法觀測到的連續型隨機變數(因變數)

x_i ：解釋變數(自變數)

β_i ：待估計之參數

ε_i ：誤差項

在本計畫中， y_i^* 代表在加入不同活動組合方案後，遊客對景點的重遊意願程度， y_i^* 值愈大表示重遊意願愈高。由於 y_i^* 為無法觀測到的連續型隨機變數，假設 y_i^* 與觀測變數 y_i 相關，則可重新定義如下式：

$$y_i = j, \text{ 若 } \mu_{j-1} < y_i^* < \mu_j, \quad j = 0, 1, 2, \dots, J$$

其中， y_i 為實際所能觀測到遊客的重遊意願程度， μ_j 為門檻參數值，用以區分連續型變數 y_i^* 區間所對應之 y_i ，本計畫將遊客重遊意願程度分為 7 個等級，因此 $J=6$ ，且各等級分別為：

$$y_i = 0, \text{ if } \mu_{-1} < y_i^* \leq \mu_0 \text{ (重遊意願低)}$$

$$y_i = 1, \text{ if } \mu_0 < y_i^* \leq \mu_1$$

$$y_i = 2, \text{ if } \mu_1 < y_i^* \leq \mu_2$$

$$y_i = 3, \text{ if } \mu_2 < y_i^* \leq \mu_3$$

$$y_i = 4, \text{ if } \mu_3 < y_i^* \leq \mu_4$$

$$y_i = 5, \text{ if } \mu_4 < y_i^* \leq \mu_5$$

$$y_i = 6, \text{ if } \mu_5 < y_i^* \leq \mu_6 \text{ (重遊意願高)}$$

由以上式子可以推導出，

$$y_i = j, \text{ if } (\mu_{j-1} - \beta_i x_i) < \varepsilon_i \leq (\mu_j - \beta_i x_i), \forall j = 0, 1, \dots, J$$

其中，

$$y_i = 0, \text{ if } \varepsilon_i < \beta_i x_i, \text{ 當 } \mu_0 = 0, \mu_{-1} = -\infty$$

$$y_i = J, \text{ if } (\mu_{J-1} - \beta_i x_i) < \varepsilon_i, \text{ 當 } \mu_J = \infty$$

當假設誤差項 ε_i 為期望值等於 0 且變異數為 1 的標準常態分配時，則可進一步推導出遊客對景點重遊意願程度 j 的機率：

$$\text{Pr ob}[y_i = 0] = \Phi(-\beta_i x_i)$$

$$\text{Pr ob}[y_i = 1] = \Phi(\mu_1 - \beta_i x_i) - \Phi(-\beta_i x_i)$$

$$\text{Pr ob}[y_i = 2] = \Phi(\mu_2 - \beta_i x_i) - \Phi(\mu_1 - \beta_i x_i)$$

⋮

$$\text{Pr ob}[y_i = J] = 1 - \Phi(\mu_{J-1} - \beta_i x_i)$$

因此，此機率函數可寫為，

$$\text{Pr ob}[y_i = j] = \Phi(\mu_j - \beta_i x_i) - \Phi(\mu_{j-1} - \beta_i x_i)$$

其中， Φ 為常態分配累積機率分配函數(cumulative distribution function, CDF)。

衡量排序普羅比模式與資料配適度是否良好，可以採用概似比指標(likelihood ratio index)來檢驗，其計算方式如下：

$$\rho^2 = 1 - \frac{LL(\beta)}{LL(0)}$$

其中，

$LL(\beta)$ ：參數估計值 β 的對數概似函數值

$LL(0)$ ：參數估計值為 0 的對數概似函數值

ρ^2 值介於 0~1 之間，若數值愈接近 1，則表示模式與資料的配適度越好。

三、層級分析法(Alytic Hierarchy Process, AHP)

層級分析法是 Thomas L. Saaty 於 1971 年發展的一套決策方法，主要應用在不確定情況下及具有多數個評估準則的決聰問題，經由層級分析法可以將複雜問題依不同層面加以考量，使複雜的問題可以進行系統化的研究。利用 AHP 進行決策問題分析時，主要包括以下幾個階段：

1. 首先要建立層級結構，並藉此設計AHP專家問卷。根據Saaty的建議，每一層級最好不要超過七個以上的評估目標。
2. 根據問卷回收，建立成對比較矩陣後，進一步計算其特徵值與特徵向量，藉以得到最大特徵值(λ_{max})以及準則權重的數值。
3. 最後計算一致性指標(Consistency Index, C.I.)以及一致性比率(Consistency Ratio, C.R.)進行一致性的檢定。Saaty(1980)建議C.I.值及C.R.值需小於0.1，整體一致性才能獲得保證。

Saaty 和 Kearns(1985)指出，層級分析法是解決層級性問題的系統過程，它把問題一層層的拆解後，再合理的組織起來，讓決策者透過配對式的比較，判斷問題的權重進而決定順序。而依據 Saaty 的經驗，層級分析法可應用於規劃、替代方案的產生、決定優先順序、選擇最佳方案、決定需求、資源分配、結果預測或風險評估、系統設計、績效衡量、確定系統穩定、最佳化和衝突的解決等十二項問題決策。

層級分析法的優點(鄧振源、曾國雄，1989)：

1. 理論簡單且操作容易，可以有效擷取多數專家及決策者有共識的意見。
2. 對於影響研究目標的相關因素，皆能納入模型中，配合研究目的，考慮各種不同的層面。
3. 相關影響因素，在經過專家學者評估及數學方法處理後，皆能以具體的數值顯示各個因素的優先順序。
4. 將複雜的評估因素以簡單的層級架構呈現，易為決策者接受。

由於層級分析法具有多方層面的考量，把複雜的問題系統化，因此本計畫以層級分析法來建構商家對於增加遊客及降低成本的評估指標。

第四章 資料分析與結果

本計畫之問卷於 2009 年 10 月及 11 月間於南化生態農場與梅嶺風景區進行發放之工作，經過整理後實際有效問卷共 354 份，其中南化生態農場有效問卷為 199 份，梅嶺風景區有效問卷則有 155 份。

第一節 受訪者社經背景分析

根據受訪者調查資料，進行性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、居住地、工作性質及每月所得等之受訪者社經背景資料分析，並與 97 年辦理之「多目的地旅遊型態規劃報告書」做一比較。

97 年之多目的地旅遊型態規劃報告之問卷調查中，受訪者男性多於女性，其年齡層「40~49 歲」為最大群眾(23.3%)，教育程度以「大學」為主(35.8%)，且有 61.0%的受訪者已婚並育有子女，在從事的工作別中，以「職員、員工」為主(36.3%)，平均月收入多為「3 萬~未滿 4 萬」(17.2%)，並且主要是以居住在南部地區的受訪者居多(67.2%)。以下針對南化生態農場及梅嶺風景區進行遊客社經背景資料分析(表 4.1)。

一、性別

南化生態農場的受訪者「女性」多於「男性」，其各佔 51.3%與 48.7%，而梅嶺風景區的受訪者以「女性」居多，有 95 位，佔 61.3%，「男性」則有 60 位，佔 38.7%。

二、年齡

南化生態農場的受訪者的年齡分佈以「20~29 歲」居多，有 45 位，佔 22.6%，其次為「30~39 歲」和「40~49 歲」，其有 42 位，佔 21.1%，而梅嶺風景區的受訪者年齡分佈則以「30~39 歲」居多，有 63 位，佔 40.6%，其次為「20~29 歲」，有 36 位，佔 23.2%。顯示此兩旅遊景點的遊客皆以青年及中年者居多。

三、教育程度

南化生態農場的受訪者教育程度以「高中(職)」為最多，有 89 人(44.7%)，其次為「大學(專科)」(40.2%)。而梅嶺風景區的受訪者教育程度則以「大學(專科)」為最多，有 80 人(51.6%)，其次則為「高中(職)」(23.2%)。

四、婚姻狀況

南化生態農場的受訪者以已婚者最多，共計 127 位(63.8%)，其中「已婚且有小孩」有 99 位(49.7%)，而單身者有 69 位(34.7%)。而梅嶺風景區的受訪者亦是已婚者為最多，共計 93 位(60%)，其中「已婚且有小孩」者有 76 位(49.0%)，而單身者有 61 位(39.4%)。

五、居住地

南化生態農場的受訪者多為居住在南部者，共計 175 位，佔 87.9%。而梅嶺風景區的受訪者亦是以居住在南部者為主，共計 131 位，佔 84.5%。顯示會到南化生態農場及梅嶺風景區的遊客皆是以南部人居多。

六、工作性質

南化生態農場的受訪者以「一般上班族」居多，共計 83 位(41.7%)，其次則為「學生」(15.1%)以及「自行創業或 SOHO 族」(13.1%)。而梅嶺風景區的受訪者職業亦是以「一般上班族」居多，共計 48 位(31.0%)，其次則為「軍公教」(29.0%)以及「學生」(12.3%)。

七、每月所得

南化生態農場在個人每月所得中，以「2 萬未滿 3 萬元」最多，共計 59 位(29.6%)，其次為「無經常性收入」者有 45 位(22.6%)，比例最少為「6 萬元以上」(4.0%)。而梅嶺風景區的受訪者每月所得以「4 萬元~未滿 6 萬元」居多，共計 41 位，佔 26.5%，其次為「2 萬~未滿 3 萬元」(18.7%)。

與 97 年之多目的地旅遊型態規劃報告之樣本結構比較可得知，西拉雅風景區、南化生態農場及梅嶺風景區的遊客皆是以居住在南部地區為主，且多數人為已婚並育有子女，南化生態農場遊客的年齡層分佈與西拉雅風景區類似，而梅嶺風景區則以 30~39 歲的遊客為多，且由遊客基本資料可知，梅嶺風景區的遊客教育程度比西拉雅區和南化生態農場較高。

表 4.1 受訪者社經背景分析

個人資料	分類項目	南化生態農場		梅嶺風景區	
		次數	%	次數	%
性別	男性	97	48.7%	60	38.7%
	女性	102	51.3%	95	61.3%
年齡	19 歲以下	19	9.5%	8	5.2%
	20~29 歲	45	22.6%	36	23.2%
	30~39 歲	42	21.1%	63	40.6%
	40~49 歲	42	21.1%	22	14.2%
	50~59 歲	38	19.1%	21	13.5%
	60 歲以上	13	6.5%	5	3.2%
教育程度	國中及以下	21	10.6%	12	7.7%
	高中(職)	89	44.7%	36	23.2%
	大學(專科)	80	40.2%	80	51.6%
	研究所以上	9	4.5%	27	17.4%
婚姻狀況	單身	69	34.7%	61	39.4%
	已婚(無小孩)	28	14.1%	17	11.0%
	已婚(有小孩)	99	49.7%	76	49.0%
	其他	3	1.5%	1	0.6%

表 4.1 受訪者社經背景分析(續)

個人資料	分類項目	南化生態農場		梅嶺風景區	
		次數	%	次數	%
居住地	北部	9	4.5%	8	5.2%
	中部	15	7.5%	15	9.7%
	南部	175	87.9%	131	84.5%
	東部	0	0.0%	0	0.0%
	其他地區	0	0.0%	1	0.6%
工作性質	學生	30	15.1%	19	12.3%
	軍公教	16	8.0%	45	29.0%
	自行創業或 SOHO 族	26	13.1%	15	9.7%
	一般上班族	83	41.7%	48	31.0%
	家庭主婦	15	7.5%	14	9.0%
	退休人員	15	7.5%	5	3.2%
	未就業.待業中	1	0.5%	1	0.6%
	其他	13	6.5%	8	5.2%
每月所得	無經常性或沒有收入	45	22.6%	27	17.4%
	未滿 2 萬元	33	16.6%	14	9.0%
	2 萬~未滿 3 萬元	59	29.6%	29	18.7%
	3 萬~未滿 4 萬元	31	15.6%	24	15.5%
	4 萬~未滿 6 萬元	23	11.6%	41	26.5%
	6 萬元以上	8	4.0%	20	12.9%

第二節 受訪者旅遊特性分析

根據受訪者問卷中的旅遊特性與遊憩行為進行資料分析，並與 97 年辦理之「多目的地旅遊型態規劃報告書」做一比較。

在多目的地旅遊型態規劃報告之問卷調查中，大部份的受訪者為「第一次」到西拉雅風景區，在交通工具上以「自小客車」為主，同行前往(不含受訪者本身)人數以「3 人同行」居多，主要同伴則是以「家人」為主。在選擇風景區的主要動機以「擺脫壓力，放鬆心情」、「接近大自然」及「增進家人與朋友情感」為主，而選擇景點的原因則是以「景觀優美」排序第 1，在旅遊相關資訊之取得以「親友」的介紹為最多。另外有 94.5%的受訪者願意再次到訪西拉雅風景區，而不願意再訪的主要因為景點「缺乏特色」。以下針對南化生態農場及梅嶺風景區進行遊客旅遊特性分析(表 4.2)。

一、來訪次數

南化生態農場的受訪者多已多次到訪，其中有 105 位(52.8%)的受訪者到訪次數為「4 次以上」，而第 1 次到訪者則有 46 位(23.1%)。梅嶺風景區的受訪者亦多已多次到訪，其中有 69 位(44.5%)受訪者到訪次數為「4 次以上」，而第 1

次到訪者則有 34 位(21.9%)。這說明了南化生態農場及梅嶺風景區的遊客再度造訪的比例高。

二、主要利用交通工具

南化生態農場的受訪者多以「自小客車」為主要利用的交通工具，共計 116 位(58.3%)，其次為「機車」56 位(28.1%)。而梅嶺風景區的受訪者交通工具則以「自小客車」為主，共計 127 位(81.9%)。

三、旅遊同伴及同行人數

南化生態農場的受訪者旅遊同伴以「朋友.同事」及「家人」居多，各有 93 位(46.7%)及 89 位(44.7%)，其同行人數多是「2~4 人」，佔 55.3%。梅嶺風景區的受訪者旅遊同伴以「家人」居多，有 94 位(60.6%)，其次則為「朋友.同事」，有 53 位(34.2%)，其同行人數亦是以「2~4 人」居多，佔 58.1%。這顯示此兩個旅遊景點皆是以家庭出遊為主。

四、曾經消費項目

梅嶺風景區的受訪者曾在梅嶺消費的項目以餐飲居多(76.1%)，其次為名特產(63.2%)，這說明了梅嶺風景區的餐飲及名特產為其發展的重點之一。

五、選擇景點的主要動機

南化生態農場的受訪者選擇南化生態農場的主要動機以「接近大自然」(66.3%)為最多，其次為「擺脫壓力，放鬆心情」(53.8%)及「增進家人與朋友情感」(46.7%)。而梅嶺風景區的受訪者選擇梅嶺的主要動機亦是以「接近大自然」(65.2%)為最多，其次為「吃特產與美食」、「增進家人與朋友情感」及「擺脫壓力，放鬆心情」。由此可知，遊客選擇旅遊景點的動機多是以「接近大自然」為主。

六、選擇景點的主要原因

南化生態農場的受訪者選擇到訪南化生態農場的主要原因以「景觀優美」(65.3%)為最多，其次為「親朋好友推薦」(30.7%)。而梅嶺風景區的受訪者選擇梅嶺風景區的主要原因則是以「品嚐美食」(47.1%)居多，其次為「景觀優美」(45.8%)以及「親朋好友推薦」(40.6%)。這說明了遊客選擇旅遊景點的原因多是因為其「景觀優美」，而「品嚐美食」則亦為梅嶺風景區被遊客選擇的主要原因。

七、旅遊相關資訊之取得

在取得旅遊相關資訊部份，南化生態農場及梅嶺風景區的受訪者皆是以「親友介紹」為主，共計 137 位(68.8%)及 106 位(68.4%)。其次，南化生態農場的受訪者亦由「報章雜誌」(12.6%)取得旅遊資訊，而梅嶺風景區的受訪者則是以「網路」(31.6%)取得相關資訊為多。

八、重遊意願

南化生態農場的受訪者有 87.9%的人願意再次到訪南化生態農場，而在 5.5%不願意再訪的受訪者中，不願意重遊的主要因為認為其「缺乏特色」，且「設施不完善」以及「交通不便」。而梅嶺風景區的受訪者有 74.2%的人願意再次到訪梅嶺地區，而在 6.5%不願意再訪的受訪者中，原因亦是以「缺乏特色」、「設施不完善」以及「交通不便」為主。

與 97 年之多目的地旅遊型態規劃報告之樣本結構比較可得知，在交通工具方面，西拉雅風景區、南化生態農場及梅嶺風景區的受訪者皆是以「自小客車」為主，而不同於西拉雅風景區，南化生態農場與梅嶺風景區的遊客多已多次來訪。在選擇景點的主要動機方面，皆是以「擺脫壓力，放鬆心情」、「接近大自然」及「增進家人與朋友情感」為主，梅嶺風景區的遊客選擇的動機則亦有吃「特產與美食」；在選擇景點的主要原因除了都有「景觀優美」外，梅嶺風景區的遊客亦會因為「品嚐美食」而到梅嶺風景區，由此可知，餐飲特色可說是梅嶺地區發展的重點之一。

表 4.2 受訪者旅遊特性分析

旅遊特性	分類項目	南化生態農場		梅嶺風景區	
		次數	%	次數	%
來訪次數	第 1 次來	46	23.1%	34	21.9%
	2 次	26	13.1%	36	23.2%
	3 次	22	11.1%	16	10.3%
	4 次以上	105	52.8%	69	44.5%
交通工具	自小客車	116	58.3%	127	81.9%
	遊覽車	23	11.6%	8	5.2%
	客運公車	2	1.0%	3	1.9%
	機車	56	28.1%	11	7.1%
	自行車	1	0.5%	6	3.9%
	其他	1	0.5%	0	0.0%
同伴	沒有同伴	10	5.0%	1	0.6%
	家人	89	44.7%	94	60.6%
	朋友同事	93	46.7%	53	34.2%
	同學	4	2.0%	7	4.5%
	其他	3	1.5%	0	0.0%
同行人數	0 人	3	1.5%	1	0.6%
	1 人	20	10.1%	5	3.2%
	2~4 人	110	55.3%	90	58.1%
	5~10 人	39	19.6%	47	30.3%
	11~20 人	5	2.5%	4	2.6%
	21 人以上	22	11.1%	9	5.8%

表 4.2 受訪者旅遊特性分析(續)

旅遊特性	分類項目	南化生態農場		梅嶺風景區	
		次數	%	次數	%
消費項目 (複選)	餐飲	-	-	118	76.1%
	名特產	-	-	98	63.2%
	紀念品	-	-	18	11.6%
	其他	-	-	8	5.2%
動機(複選)	擺脫壓力，放鬆心情	107	53.8%	69	44.5%
	接近大自然	132	66.3%	101	65.2%
	增進家人與朋友情感	93	46.7%	77	49.7%
	運動健身	72	36.2%	34	21.9%
	吃特產與美食	-	-	78	50.3%
	體驗生態旅遊	47	23.6%	45	29.0%
	打發時間	21	10.6%	13	8.4%
	其他	10	5.0%	3	1.9%
原因(複選)	景觀優美	130	65.3%	71	45.8%
	文化巡禮	-	-	7	4.5%
	親朋好友推薦	61	30.7%	63	40.6%
	交通便利	34	17.1%	27	17.4%
	品嚐美食	-	-	73	47.1%
	活動或節慶表演	-	-	22	14.2%
	學校、公司或參加的團體安排	-	-	17	11.0%
	順道而來	37	18.6%	17	11.0%
	其他	23	11.6%	8	5.2%
旅遊資訊 (複選)	報章雜誌	25	12.6%	35	22.6%
	網路	9	4.5%	49	31.6%
	旅行社	15	7.5%	8	5.2%
	旅遊展覽	8	4.0%	19	12.3%
	親友	137	68.8%	106	68.4%
	其他	38	19.1%	18	11.6%
重遊意願	願意	175	87.9%	115	74.2%
	不願意	11	5.5%	10	6.5%
	很難說	10	5.0%	30	19.4%
不願重遊因素 (複選)	缺乏特色	11	100.0%	10	100.0%
	環境亂	3	27.3%	9	90.0%
	設施不完善	8	72.7%	10	100.0%
	交通不便	8	72.7%	10	100.0%
	其他	3	27.3%	5	50.0%

第三節 受訪者重要度與滿意度認知之關係

根據受訪者對旅遊服務設施的期望及實際體驗後的滿意度做分析，以了解受訪者的行前期望及其與實際體驗後的差距。

一、南化生態農場

在南化生態農場受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗方面，從表 4.3 可知，就行前期望而言，需求最高為環境管理與整潔(平均值 4.42)，再者為自然生態資源與衛生設施(平均值 4.41)、安全設施(平均值 4.37)、停車設備(平均值 4.29)、交通指引(平均值 4.27)、觀光遊憩設施(平均值 4.22)，最低者為聯外交通運輸設施(平均值 4.2)。

而就實際體驗而言，偏好排序最高為環境管理與整潔(平均值 3.64)，再者為自然生態資源(平均值 3.59)、停車設備(平均值 3.57)、衛生設施(平均值 3.43)、觀光遊憩設施(平均值 3.38)、安全設施(平均值 3.32)、交通指引(平均值 3.29)，最低者為聯外交通運輸設施(平均值 3.15)。

經由配對樣本 t 檢定分析後發現，所有變項的行前期望與實際體驗都有顯著的差異，且實際體驗皆低於行前期望，這顯示南化生態農場的旅遊服務設施無法滿足遊客之行前期望，可能造成遊客成興而去，敗興而歸。

表 4.3 南化生態農場受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗

服務項目	南化生態農場				配對樣本 t 檢定
	重要程度		滿意程度		
	平均值	標準差	平均值	標準差	
(1)聯外交通運輸設施	4.2	0.759	3.15	0.893	12.339**
(2)交通指引	4.27	0.703	3.29	0.933	11.845**
(3)停車設備	4.29	0.755	3.57	0.836	9.276**
(4)自然生態資源	4.41	0.712	3.59	0.78	12.047**
(5)安全設施	4.37	0.705	3.32	0.911	12.887**
(6)觀光遊憩設施	4.22	0.755	3.38	0.886	10.447**
(7)衛生設施	4.41	0.704	3.43	0.908	11.689**
(8)環境管理與整潔	4.42	0.706	3.64	0.804	10.469**

註：**表 p 值<0.001

二、梅嶺風景區

在梅嶺風景區受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗方面，從表 4.4 可知，就行前期望而言，需求最高為安全設施(平均值 4.51)，再者為環境管理與整潔(平均值 4.48)以及聯外交通運輸設施、衛生設施(平均值 4.47)、停車設備(平均值 4.45)、交通指引(平均值 4.39)、自然生態資源(平均值 4.34)、餐飲品質(平均值 4.30)、遊憩服務人員態度(平均值 4.29)、名特產(平均值 4.22)，最低者為觀光遊憩設施(平均值 4.21)。

而就實際體驗而言，偏好排序最高為遊憩服務人員態度(平均值 3.64)，再者為自然生態資源(平均值 3.56)、名特產(平均值 3.55)及餐飲品質(平均值 3.36)、觀光遊憩設施及環境管理與整潔(平均值 3.32)、交通指引及停車設備(平均值 3.25)、安全設施(平均值 3.19)，最低者為聯外交通運輸設施與衛生設施(平均值 3.18)。

經由配對樣本 t 檢定分析後發現，所有變項的行前期望與實際體驗都有顯著的差異，且實際體驗皆低於行前期望，亦顯示梅嶺風景區的旅遊服務設施無法滿足遊客之行前期望。

表 4.4 梅嶺風景區受訪者對服務設施之行前期望與實際體驗

服務項目	梅嶺風景區				
	重要程度		滿意程度		配對樣本 t 檢定
	平均值	標準差	平均值	標準差	
(1)聯外交通運輸設施	4.47	0.633	3.18	0.849	14.875**
(2)交通指引	4.39	0.688	3.25	0.832	12.214**
(3)停車設備	4.45	0.642	3.25	0.922	12.497**
(4)自然生態資源	4.34	0.705	3.56	0.815	8.723**
(5)安全設施	4.51	0.656	3.19	0.814	14.739**
(6)觀光遊憩設施	4.21	0.785	3.32	0.851	9.929**
(7)遊憩服務人員態度	4.29	0.714	3.64	0.862	8.409**
(8)餐飲品質	4.30	0.716	3.36	0.765	11.923**
(9)名特產	4.22	0.757	3.55	0.712	8.996**
(10)衛生設施	4.47	0.675	3.18	1.054	13.193**
(11)環境管理與整潔	4.48	0.643	3.32	0.958	12.664**

註：**表 p 值<0.001

第四節 差異性分析

本節以獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析(ANOVA)來對受訪者基本屬性與旅遊特性及其對旅遊服務設施的期望做差異性分析，以了解不同的遊客其旅遊特性及其對旅遊服務設施的期望之差異。受訪者基本屬性包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、工作性質及每月所得，若結果顯示有顯著性差異($p < 0.05$)，則續以 LSD 來進行事後多重比較，探討其組內間之差異所在。

一、南化生態農場

將南化生態農場的受訪者性別與其 8 個期望因素變項進行獨立樣本 t 檢定，結果顯示，不同性別的受訪者對「觀光遊憩設施」和「環境管理與整潔」之期望有顯著差異，其為女性受訪者對觀光遊憩設施及環境管理與整潔的期望大於男性受訪者。

將受訪者年齡、教育程度、婚姻狀況、工作性質及每月所得與 8 個期望因素變項進行 ANOVA 變異數分析，結果顯示，在年齡方面，不同年齡的受訪者對「停車設備」和「安全設施」之期望有顯著差異，其中年齡層 40~49 歲者對停車設備的期望大於 19 歲以下及 20~29 歲者，年齡層 60 歲以上對停車設備的期望大於 20~29 歲者；而年齡層 19 歲以下、20~29 歲及 40~49 歲者對安全設施的期望大於 60 歲以上者，40~49 歲者對安全設施的期望大於 50~59 歲者。

而在婚姻狀況方面，已婚並育有子女者對「停車設備」的期望大於單身者。在每月所得方面，有固定收入者對「觀光遊憩設施」的期望大於沒有固定收入者。其他如受訪者之教育程度及工作性質皆對此 8 項期望因素無顯著差異。

受訪者基本屬性對其選擇景點的主要動機之差異結果顯示，在性別方面，選擇南化生態農場的主要動機為「擺脫壓力，放鬆心情」的以女性為多，而「打發時間」則是男性多於女性。在年齡方面，四五十歲的遊客以「增進家人與朋友情感」為主要動機較多。而在教育程度方面，選擇「其他」為到訪動機的受訪者其教育程度多為國中及國中以下。另外，已婚且育有子女者則是以「增進家人與朋友情感」為主要動機。

受訪者基本屬性對其選擇景點的主要原因之差異結果顯示，在年齡方面，年齡層較高者選擇南化生態農場的主要原因為「景觀優美」，而 40~49 歲者是以「交通便利」為主要原因。在婚姻狀況方面，已婚且育有子女者是以「景觀優美」為其選擇的主要原因。

而受訪者在資訊取得部分之差異結果顯示，男性是以「親友介紹」和「其他」為主，年齡層在 50~59 歲者以「旅行社」為主，60 歲以上則以「其他」為主，在婚姻狀況方面，已婚並育有子女者以「旅行社」為主，而單身或已婚但未育有子女者則是以「親友介紹」為主，最後，在工作性質方面，退休人員會以「旅行社」為其取得旅遊相關資訊的主要來源。

南化生態農場受訪者基本屬性與旅遊特性及其對旅遊服務設施的期望差異性分析檢定如附錄五。

二、梅嶺風景區

將梅嶺風景區的受訪者性別與其 11 個期望因素變項進行獨立樣本 t 檢定，結果顯示，受訪者之性別對此 11 項期望因素並無顯著差異。而將受訪者年齡、教育程度、婚姻狀況、工作性質及每月所得與此 11 個期望因素變項進行 ANOVA 變異數分析，結果顯示，在年齡方面，不同年齡的受訪者對「名特產」之期望有顯著差異，其為年齡層在 20~29 歲、40~49 歲及 50~59 歲者對名特產的期望大於 19 歲以下者，而年齡層 20~29 歲者對「名特產」的期望大於 30~39 歲者。在工作性質方面，不同工作性質的受訪者對「名特產」之期望亦有顯著差異，學生、軍公教、自行創業、一般上班族及其他職業者，對名特產的期望會大於家庭主婦。其他如受訪者之教育程度、婚姻狀況及每月所得皆對此 11 項期望因素無顯著差異。

受訪者基本屬性對其選擇景點的主要動機之差異結果顯示，在工作性質部分，學生以「打發時間」為其選擇梅嶺風景區的主要動機，而受訪者基本屬性對其選擇景點的主要原因之差異結果顯示，已婚且育有子女者以「交通便利」為其選擇的主要原因。在旅遊相關資訊取得部分，退休人員以「旅遊展覽」為其取得相關資訊的主要來源，而家庭主婦則是以「其他」為其主要源。

梅嶺風景區受訪者基本屬性與旅遊特性及其對旅遊服務設施的期望差異性分析檢定如附錄六。

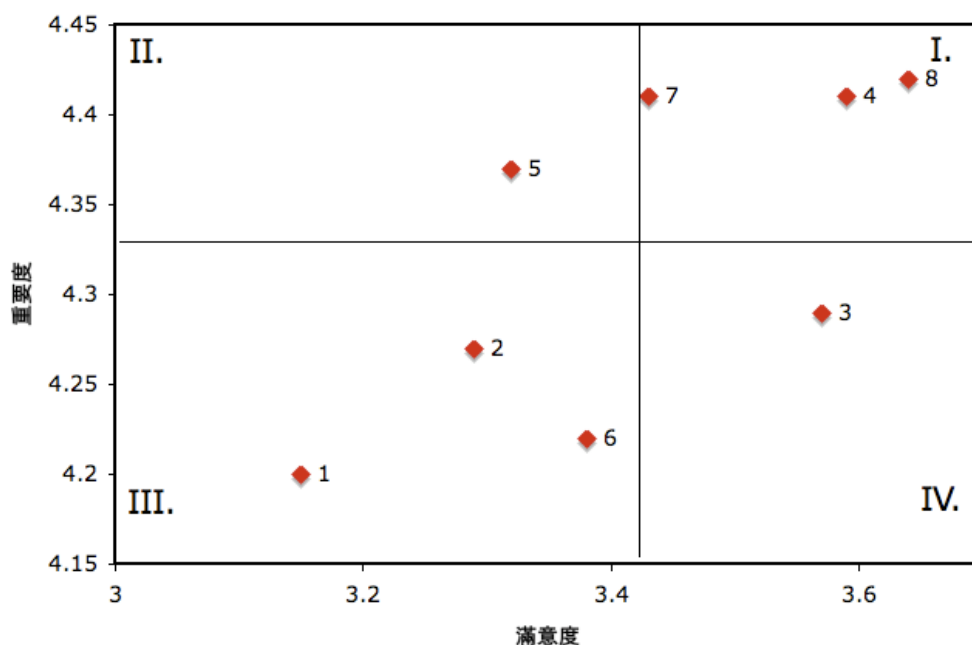
第五節 遊客重要度認知與滿意度之 IPA 分析

本節主要探討遊客對南化生態農場及梅嶺風景區期望與實際滿意度之 IPA 分析。重要度-績效分析法(IPA)，是一種藉由對消費者的重要性和消費者認為表現情形的測度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術。其分析結果可讓經營者了解使用者或消費者的期望及其對本身服務品質的現況評價，以做為管理者發展的參考依據。

本計畫以 EXCEL 散佈圖來表示 IPA 分析，以遊客認為的重要程度為縱軸(Y 軸)，實際體驗後的滿意度為橫軸(X 軸)，再各依其總平均值切割成四個象限，其中，落於 Quadrant I. 繼續保持區的變項可視為其「機會(Opportunities)」；落於 Quadrant II. 集中關注區的變項可視為「威脅(Threats)」；落於 Quadrant III. 低順位區的變項可視為其「劣勢(Weakness)」；而落於 Quadrant IV. 過度努力區的變項則可視為其「優勢(Strength)」。其南化生態農場及梅嶺風景區之 IPA 結果如圖 4.1 及圖 4.2 所示。

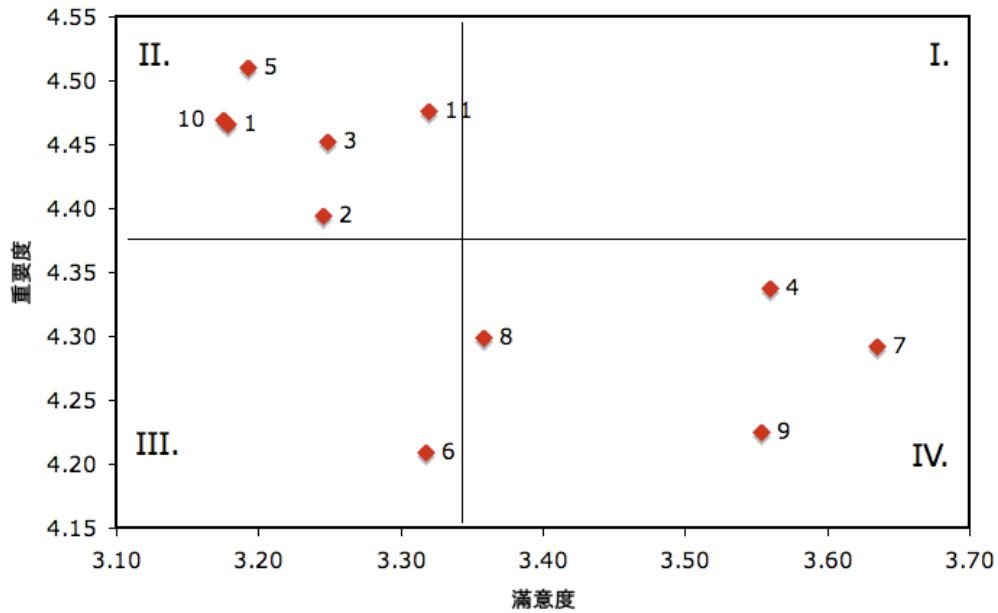
在南化生態農場的IPA結果(圖4.1)則指出，8個變項中，落在第一象限的有(4)自然生態資源、(7)衛生設施及(8)環境管理與整潔，表示遊客對此三項服務的期望高滿意度也高，應繼續保持，可視為其發展的機會。而座標落在第二象限則有(5)安全設施，表示遊客期望高但滿意度卻低，應儘速思考改善解決的方法，可視為威脅。落在第三象限的變項有(1)聯外交通運輸設施、(2)交通指引及(6)觀光遊憩設施等三項，表示遊客的期望低滿意度也低，屬於服務設施中優先順序低者，亦可視為劣勢。而座標落在第四象限則有(3)停車設備，表示遊客期望低但滿意度卻高，顯示此變項已能滿足遊客需求，不需再過度強調或作為，可視為未來發展的優勢。

而在梅嶺風景區的IPA結果(圖4.2)則指出，11個變項中，沒有任何一個變項落在第一象限，表示遊客沒有對服務的期望高滿意度也高。而座標落在第二象限則有(1)聯外交通運輸設施、(2)交通指引、(3)停車設備、(5)安全設施、(10)衛生設施及(11)環境管理與整潔等六項，表示遊客期望高但滿意度卻低，應儘速思考改善解決的方法，可視為威脅。落在第三象限的變項有(6)觀光遊憩設施，表示遊客的期望低滿意度也低，屬於服務設施中優先順序低者，亦可視為劣勢。而座標落在第四象限則有(4)自然生態資源、(7)遊憩服務人員態度、(8)餐飲品質及(9)名特產等四項，表示遊客期望低但滿意度卻高，顯示此變項已能滿足遊客需求，不需再過度強調或作為，可視為未來發展的優勢。



- 1.聯外交通運輸設施 2.交通指引 3.停車設備 4.自然生態資源
5.安全設施 6.觀光遊憩設施 7.衛生設施 8.環境管理與整潔

圖 4.1 南化生態農場之 IPA 圖



- 1.聯外交通運輸設施 2.交通指引 3.停車設備 4.自然生態資源
5.安全設施 6.觀光遊憩設施 7.遊憩服務人員態度 8.餐飲品質
9.名特產 10.衛生設施 11.環境管理與整潔

圖 4.2 梅嶺風景區之 IPA 圖

第六節 遊客之重遊意願分析

本計畫以排序普羅比模式探討在加入不同活動組合方案後，如改善旅遊環境與設施、舉辦生態旅遊及農村體驗活動，遊客對於南化生態農場及梅嶺風景區的重遊意願程度，藉以了解加入何種活動類型會對遊客的重遊意願影響較大。在此利用 GAUSS 6.0 分析軟體來校估模式。

首先說明本節所使用之各種變數及其設定的類型。

(1) 改善旅遊環境與設施：

活動組合方案含有「改善旅遊環境與設施」為 1；否為 0。

(2) 舉辦生態旅遊：活動組合方案含有「舉辦生態旅遊」為 1；否為 0。

(3) 農村體驗活動：活動組合方案含有「農村體驗活動」為 1；否為 0。

(4) 到訪次數：一次為 1；二次為 2；三次為 3；四次以上為 4。

(5) 交通時間：單位為「分鐘」。

(6) 交通成本：單位為「元」。

(7) 消費金額：單位為「元」。

(8) 性別：男性為 1；女性為 0。

(9) 年齡：19 歲以下為 1；20~29 歲為 2；30~39 歲為 3；40~49 歲為 4；50~59 歲為 5；60 歲以上為 6。

(10) 居住地：南部地區為 1；其他則為 0。

若排序普羅比較估結果係數值為正值，表示其重遊意願會較高，若係數值為負值，則表示其重遊意願會較低，而係數值愈大者，表示其對重遊意願的影響程度會愈大。

在南化生態農場部分，由校估結果可知，校估係數值最大的為舉辦生態旅遊(0.3489)，其次為改善旅遊環境與設施(0.2375)，因此可得到若舉辦生態旅遊及改善旅遊環境與設施，將會提升遊客的重遊意願，且對遊客重遊意願的影響較大。另外在性別部分，其係數值為正值(0.1268)，表示男性的重遊意願會高於女性，而在交通時間方面，其校估結果係數為負值(-0.2288)，表示隨交通時間的增加，遊客的重遊意願將會下降。

在梅嶺風景區的部份，以舉辦生態旅遊(0.3171)最能增加遊客的重遊意願，其次為農村體驗活動(0.1983)及改善旅遊環境與設施(0.1689)，由此可知，舉辦生態旅遊、農村體驗活動及改善旅遊環境與設施對遊客的重遊意願會有正向的影響。另外，在性別的部分，其係數值為負值(-0.0054)，表示女性的重遊意願會高於男性，而在年齡的部分，係數值亦為負值(-0.0985)，表示年齡層愈低者其重遊意願會較高。

表 4.5 排序普羅比較估結果

變數	南化生態農場 係數值	梅嶺風景區 係數值
常數項	1.0104	1.6091
改善旅遊環境與設施	0.2375	0.1689
舉辦生態旅遊	0.3489	0.3171
農村體驗活動	-	0.1983
到訪次數	0.0342	0.0578
交通時間	-0.2288	0.1089
交通成本	0.0195	0.0125
消費金額	-	0.0023
男性 (1=是，0=否)	0.1268	-0.0054
年齡	0.0413	-0.0985
居住地 (1=南部，0=非南部)	0.0977	0.0484
門檻值 1	0.2872	0.4957
門檻值 2	0.7607	1.2154
門檻值 3	0.6065	1.795
門檻值 4	2.0788	2.7408
門檻值 5	2.7074	-

第七節 商家需求之 AHP 分析

本計畫提出的商家需求 AHP 層級分析架構如圖 4.3 所示。針對商家問卷做 AHP 分析，得到兩個目的層與六項評估準則之整體權重，如表 4.6 所示。進一步計算整體評估的兩個目的層與六項評估準則的 C.R.值均小於 Saaty 所建議的 0.1，顯示本計畫所蒐集的商家問卷合乎一致性。

層級架構的分析顯示，商家認為「增加遊客數量」(0.785)比「降低所需成本」(0.215)重要。在增加遊客數量方面，其評估準則的先後依序為「定期活動的舉行」(0.417)、「當地設施的完備」(0.383)以及「交通的便利性」(0.200)，顯示商家認為在「增加遊客數量」方面，「定期活動的舉行」最為重要。而在降低所需成本方面，其評估準則的先後依序則為「教育訓練」(0.346)、「網頁的宣傳」(0.342)以及「結合社區人力資源」(0.312)，則指出商家認為在「降低所需成本」方面，「教育訓練」及、「網頁的宣傳」最為重要。

在整體評估方面，六項評估準則中，以「定期活動的舉行」(0.327)及「當地設施的完備」(0.301)最被重視，其他準則因素則依序為「教育訓練」(0.271)、「網頁的宣傳」(0.269)、「結合社區人力資源」(0.245)以及「交通的便利性」(0.157)等影響因素。其整體權重圖所圖 4.4 所示。

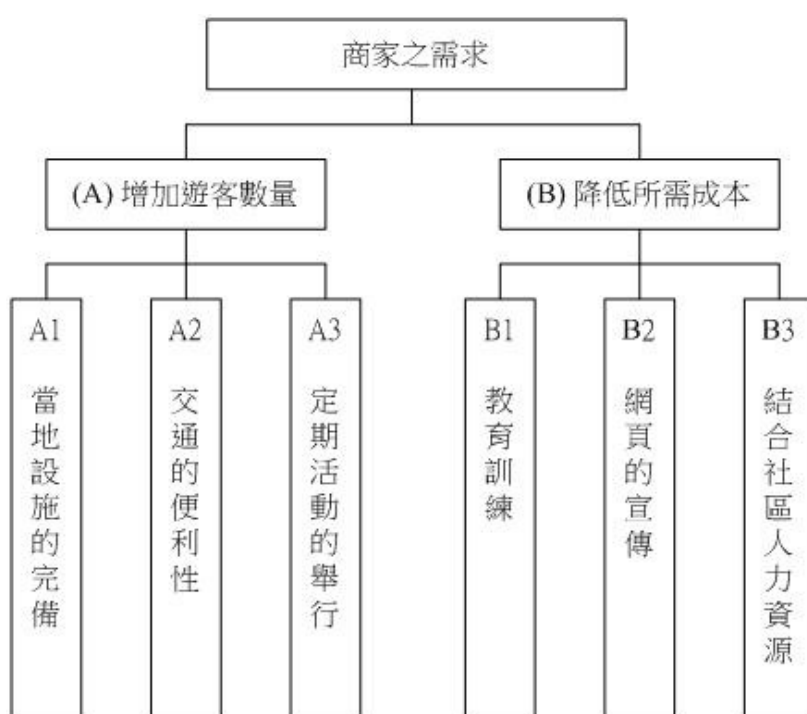


圖 4.3 AHP 層級分析架構

表 4.6 商家需求之權重分析

層面	權重	評估準則	權重	整體權重
增加遊客數量	0.785 [1]	當地設施的完備	0.383 [2]	0.301 [2]
		交通的便利性	0.200 [3]	0.157 [6]
		定期活動的舉行	0.417 [1]	0.327 [1]
		$\lambda_{\max}=3$ ，C.R.=0.000		
降低所需成本	0.215 [2]	教育訓練	0.346 [1]	0.271 [3]
		網頁的宣傳	0.342 [2]	0.269 [4]
		結合社區人力資源	0.312 [3]	0.245 [5]
		$\lambda_{\max}=3.003$ ，C.R.=0.002		
整體評估： $\lambda_{\max}=2$ ，C.R.=0.000，[]內數字代表權重順序				

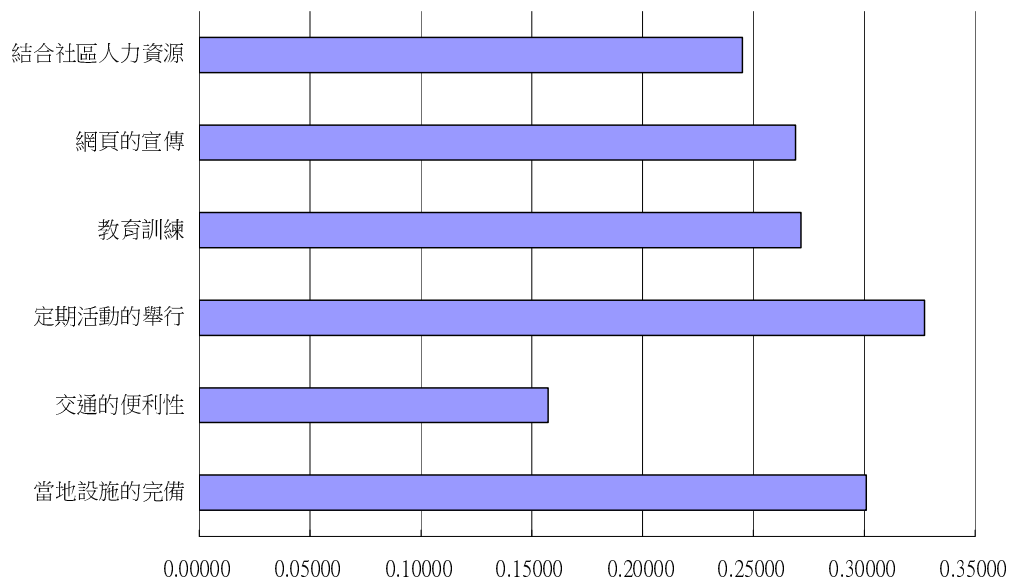


圖 4.4 整體權重圖

第八節 潛在遊客分析

為了解潛在遊客的偏好，本計畫亦針對尚未到南化生態農場與梅嶺風景區遊玩過的年輕族群發放問卷，以了解潛在遊客對於旅遊景點服務及設施的重要程度認知，藉以做為南化生態農場及梅嶺風景區改善加強的參考。在此共計 199 份潛在遊客的問卷。

一、潛在遊客基本背景分析

如表 4.7，在潛在遊客受訪者中，「男性」共計 98 位(49.2%)，「女性」則共計 101 位(50.8%)，年齡分佈則以「19~24 歲」者居多(57.3%)，次者為「18 歲以下」者(23.1%)，且教育程度多為「大學(專科)」，共佔 87.4%，而在受訪者居住地部分，多數人為居住在「北部」(39.2%)及「南部」(35.7%)，而每月的零用金則以「5 千元~未滿 1 萬元」(44.2%)為多。

表 4.7 潛在遊客基本背景分析

個人資料	分類項目	次數	%
性別	男性	98	49.2%
	女性	101	50.8%
年齡	18 歲以下	46	23.1%
	19~24 歲	114	57.3%
	25~29 歲	11	5.5%
	30 歲以上	28	14.1%
教育程度	大學(專科)	174	87.4%
	研究所以上	25	12.6%
居住地	北部	78	39.2%
	中部	44	22.1%
	南部	71	35.7%
	東部	4	2.0%
	其他地區	2	1.0%
每月零用金	3 千元以下	36	18.1%
	3 千元~未滿 5 千元	30	15.1%
	5 千元~未滿 1 萬元	88	44.2%
	1 萬元~未滿 1 萬 5 千元	30	15.1%
	1 萬 5 千元以上	15	7.5%

二、潛在遊客旅遊特性分析

在潛在遊客旅遊特性分析中，共有 108 位受訪者一年內曾到旅遊景點「1~3 次」，佔 54.3%為最多，且交通工具多為「自小客車」(44.7%)，旅遊同伴則以「家人」(43.2%)居多，次者為「朋友同事」(28.6%)及「同學」(25.6%)，同行人數多為「2~4 人」(46.2%)及「5~10 人」(40.2%)。

在旅遊景點的消費部分，多數人曾在「餐飲」及「名特產」有所花費，而在選擇景點的動機，則是以「擺脫壓力，放鬆心情」為多，共佔 83.9%，其次則為「增進家人與朋友情感」(71.4%)及「接近大自然」(58.3%)，而在選擇景的原因部分，以「景觀優美」為最多，共佔 76.4%，其次為「親朋好友推薦」(58.3%)及「品嚐美食」(43.7%)。另外，在受訪者取得旅遊相關資訊的管道部分，多是以「親友介紹」(70.4%)為主，其次為以「網路」(69.8%)及「報章雜誌」(44.7%)來取得相關資訊。

表 4.8 潛在遊客旅遊特性分析

旅遊特性	分類項目	次數	%
一年內 到訪景點次數	0 次	13	6.5%
	1~3 次	108	54.3%
	4~6 次	41	20.6%
	7 次以上	37	18.6%
交通工具	自小客車	89	44.7%
	遊覽車	20	10.1%
	客運公車	34	17.1%
	機車	43	21.6%
	自行車	2	1.0%
	其他	11	5.5%
同伴	沒有同伴	4	2.0%
	家人	86	43.2%
	朋友同事	57	28.6%
	同學	51	25.6%
	其他	1	0.5%
同行人數	0 人	2	1.0%
	1 人	6	3.0%
	2~4 人	92	46.2%
	5~10 人	80	40.2%
	11~20 人	11	5.5%
	21 人以上	8	4.0%
消費項目(複選)	餐飲	165	82.9%
	名特產	151	75.9%
	紀念品	95	47.7%
	其他	14	7.0%

表 4.8 潛在遊客旅遊特性分析(續)

旅遊特性	分類項目	次數	%
動機(複選)	擺脫壓力，放鬆心情	167	83.9%
	接近大自然	116	58.3%
	增進家人與朋友情感	142	71.4%
	運動健身	23	11.4%
	吃特產與美食	82	41.2%
	體驗生態旅遊	46	23.1%
	打發時間	41	20.6%
	其他	6	3.0%
原因(複選)	景觀優美	152	76.4%
	文化巡禮	35	17.6%
	親朋好友推薦	116	58.3%
	交通便利	49	24.6%
	品嚐美食	87	43.7%
	活動或節慶表演	54	27.1%
	學校、公司或參加的團體安排	50	25.1%
	順道而來	30	15.1%
	其他	8	4.0%
旅遊資訊(複選)	報章雜誌	89	44.7%
	網路	139	69.8%
	旅行社	17	8.5%
	旅遊展覽	29	14.6%
	親友	140	70.4%
	其他	13	6.5%

三、潛在遊客之偏好

在潛在遊客的行前期望方面，期望最高者為環境管理與整潔(平均值 4.45)，再者為衛生設施(平均值 4.40)、交通指引(平均值 4.29)、餐飲品質(平均值 4.20)、遊憩服務人員態度(平均值 4.19)、聯外交通運輸設施及安全設施(平均值 4.11)、停車設備(平均值 3.96)、自然生態資源(平均值 3.91)、觀光遊憩設施(平均值 3.83)，最低者則為名特產(平均值 3.75)。

表 4.9 潛在遊客之行前期望

服務項目	重要程度	
	平均值	標準差
(1)聯外交通運輸設施	4.11	0.892
(2)交通指引	4.29	0.915
(3)停車設備	3.96	0.979
(4)自然生態資源	3.91	0.871
(5)安全設施	4.11	0.922
(6)觀光遊憩設施	3.83	0.902
(7)遊憩服務人員態度	4.19	0.898
(8)餐飲品質	4.20	0.905
(9)名特產	3.75	1.015
(10)衛生設施	4.40	0.884
(11)環境管理與整潔	4.45	0.856

四、差異性分析

將潛在遊客受訪者性別及教育程度與其 11 個期望因素變項進行獨立樣本 t 檢定，結果顯示，受訪者之性別及教育程度對此 11 項期望因素並無顯著差異。而將受訪者年齡、居住地及每月零用金與此 11 個期望因素變項進行 ANOVA 變異數分析，結果顯示，在年齡方面，不同年齡的受訪者對之行前期望沒有顯著差異，而在居住地部分，居住在南部者對「停車設備」的期望會大於居住在北部者。而每月零用金則是對此 11 項期望因素沒有顯著差異。

潛在遊客受訪者基本屬性對其選擇景點的主要動機之差異結果顯示，男性以「打發時間」為其選擇旅遊景點的主要動機，而年齡層愈高，其愈以「接近大自然」為選擇的動機，年齡層愈低則以「打發時間」為選擇的動機。受訪者基本屬性對其選擇景點的主要原因之差異結果顯示，女性比男性多以「景觀優美」為其選擇的主要原因，年齡層愈高者，則以「親朋好友推薦」為主要原因。在旅遊相關資訊取得部分，女性以「網路」為其取得相關資訊的主要來源，年齡層愈高者則以「親友介紹」為多。

潛在遊客受訪者基本屬性與旅遊特性及其對旅遊服務設施的期望差異性分析檢定如附錄七。

第五章 結論與建議

第一節 結論

綜合遊客及商家調查結果，以及遊客對南化生態農場與梅嶺風景區的其他意見，可歸納成下列幾點結論：

一、受訪者之個人社經背景基本資料

(一) 南化生態農場：

南化生態農場回收 199 份問卷，其受訪者女性多於男性，年齡層以「20~29 歲」居多(22.6%)，教育程度以「高中(職)」為主(44.7%)，有 63.8%受訪者為已婚，且有 49.7%受訪者已婚並育有子女，受訪者多居住於南部地區(87.9%)，並以「一般上班族」居多(41.7%)¹，平均月收入主要是在「2 萬未滿 3 萬元」(29.6%)。

(二) 梅嶺風景區：

而梅嶺風景區回收問卷 155 份，受訪者女性多於男性，年齡分佈以「30~39 歲」居多(40.6%)，其教育程度以「大學(專科)」為主(51.6%)，有 60.0%受訪者為已婚，且有 49.0%受訪者已婚並育有子女，受訪者多居住於南部地區(84.5%)，且主要職業亦為「一般上班族」(13.1%)，平均月收入主要是在「4 萬元~未滿 6 萬元」(26.5%)。

二、受訪者之旅遊特性評估分析

(一) 南化生態農場：

南化生態農場的受訪者多為已多次來訪，在交通工具上以「自小客車」為主，其旅遊同伴以「朋友.同事」者為最多，同行前往人數則多為「2~4 人」，受訪者選擇南化生態農場的主要動機為「接近大自然」、「擺脫壓力，放鬆心情」及「增進家人與朋友情感」，而選擇南化生態農場的主要原因則是「景觀優美」以及「親朋好友推薦」，並且受訪者多是以「親友」提供資訊作為主要旅遊資訊來源。

(二) 梅嶺風景區：

梅嶺風景區的受訪者亦多為已多次來訪，在交通工具上以「自小客車」為主，其旅遊同伴以「家人」者為最多，同行前往人數則多為「2~4 人」，且在梅嶺地區的消費多為「餐飲」，受訪者選擇梅嶺風景區的主要動機為「接近大自然」、「吃特產與美食」、「增進家人與朋友情感」及「擺脫壓力，放鬆心情」，而選擇梅嶺風景區的主要原因則是「品嚐美食」、「景觀優美」以及「親朋好友推薦」，並且其主要旅遊資訊來源是以「親友」提供為主。

三、遊客之 IPA 分析

針對南化生態農場與梅嶺風景區之重要度-績效分析結果，以下就 SWOT 敘述。

(一) 南化生態農場：

1. 「優勢(Strength)」：落在此第四象限的變項有 1 項：(3)停車設備，表示遊客對此感到滿意，且期望也不高，因此南化生態農場對此不需再過度強調或作為，視為優勢即可。

2. 「劣勢(Weakness)」：此第三象限有 3 項變項：(1)聯外交通運輸設施、(2)交通指引及(6)觀光遊憩設施，表示遊客對此服務的期望低滿意度也低，是較次要的區域，但亦可視為南化生態農場的競爭劣勢，可以作為未來改進的參考。

3. 「機會(Opportunities)」：此第一象限有 3 項變項：(4)自然生態資源、(7)衛生設施及(8)環境管理與整潔，表示遊客對此服務期望高滿意度也高，屬於南化生態農場表現較好的部分，應繼續保持，可視為其發展的機會，未來若能繼續保持並強化，必能吸引更多的遊客。

4. 「威脅(Threats)」：此第二象限有 1 項變項：(4)安全設施，表示遊客期望高滿意度卻低，南化生態農場應儘速思考如何改善，如可增設警示標語以提醒遊客注意安全。

(二) 梅嶺風景區：

1. 「優勢(Strength)」：落在此第四象限的變項有 4 項：(4)自然生態資源、(7)遊憩服務人員態度、(8)餐飲品質 及(9)名特產，表示遊客對此感到滿意，且期望也不高，因此梅嶺風景區對此不需再過度強調或作為，視為優勢即可。

2. 「劣勢(Weakness)」：此第三象限有 1 項變項：(6)觀光遊憩設施，表示遊客對此服務的期望低滿意度也低，是較次要的區域，但亦可視為梅嶺風景區的競爭劣勢，可以作為未來改進的參考。

3. 「機會(Opportunities)」：沒有變項落在此第一象限。

4. 「威脅(Threats)」：此第二象限有 6 項變項：(1)聯外交通運輸設施、(2)交通指引、(3)停車設備、(5)安全設施、(10)衛生設施及(11)環境管理與整潔，表示遊客期望高滿意度卻低，梅嶺風景區應儘速思考如何改善，如改善聯外道路的品質，增設道路指示標語，增設停車場，增設公廁及加強公廁的清潔維護，以及增設標示以警示遊客注意安全...等，藉以改善遊客旅遊後的觀感，進而增加其重遊意願。

四、遊客之重遊意願

(一) 南化生態農場：

由排序普羅比模式可以得知，南化生態農場的遊客對於舉辦生態旅遊之重遊意願會較高，其次則為改善旅遊環境與設施。而隨著交通時間的增加，亦會減少南化生態農場遊客的重遊意願，另外，在性別方面，男性的重遊意願會較女性高。

(二) 梅嶺風景區：

梅嶺風景區的遊客亦對於舉辦生態旅遊之重遊意願會較高，其次則為舉辦農村體驗活動及改善旅遊環境與設施。此外，由校估結果亦可得知，女性對於梅嶺風景區的重遊意願會高於男性，而在年齡方面，年齡層愈低者其重遊意願亦會較高。

五、遊客其他意見

為瞭解遊客對南化生態農場與梅嶺風景區的其他意見，本計畫於問卷內以開放性方式提供受訪者表達意見，其資料整理與歸納後如下：

南化生態農場的遊客認為其知名度不高，知道這個地方的人不多，應設法提升其知名度，另外亦有遊客認為交通指引的部份應多加強，交通指引必需清楚且容易尋找，以及增設遊憩設施...等。

梅嶺風景區的遊客多認為其活動的舉辦太少，以至平常無法到此處旅遊，另外亦有遊客建議步道應多設置一些乘坐的地方，而在交通方面，則認為應多設立指示標語，以及改善道路品質...等。

六、商家之需求

經由層級分析法可以得知，梅嶺風景區的商家認為「增加遊客數量」比「降低所需成本」來的重要，顯示出商家認為找出增加遊客的數量的方法，來獲得利益，比減少所需要的任何成本重要。其中在「增加遊客數量」方面，商家認為利用活動的舉行來增加遊客最為重要，其次為完善的設施會影響遊客旅遊的心情。而在「降低所需成本」方面，商家則認為提供教育訓練活動，學習如何經營最為重要，其次為利用網頁宣傳，可降低宣傳所需的人力成本，最後則是結合社區的人力資源，減少聘請人員的成本。

在整體評估部分，商家認為在定期舉行活動的情況下，能吸引許多遊客前來遊玩，利用活動的舉辦(如賞螢季、賞梅季...等)來增加遊客是最為重要且有效率，其次為設施的完備性，如停車設備、涼亭及步道、完善的衛生設施...等，都會影響到遊客旅遊的心情，進而影響到遊客是否願意再到梅嶺風景區遊

玩。因此在六項評估準則中，以「定期活動的舉行」及「當地設施的完備」最被重視。

七、潛在遊客之偏好

為瞭解年輕族群對於旅遊景點服務設施的偏好，本計畫亦進行潛在遊客問卷調查，藉以得知潛在遊客之需求，做為南化生態農場及梅嶺風景區改善加強之參考，以吸引尚未到訪南化生態農場及梅嶺風景區之潛在遊客前往遊玩。

由調查結果可知，年輕族群潛在遊客選擇旅遊景點的主要動機多為「擺脫壓力，放鬆心情」、「接近大自然」及「增進家人與朋友情感」，而在選擇旅遊景點的主要原因則是「景觀優美」以及「親朋好友推薦」，並且多是以「親友介紹」及「網路」作為主要旅遊相關資訊來源。

由南化生態農場遊客對服務設施的行前期望可以得知，其對環境管理與整潔的需求最高，其次為停車設備及衛生設施。另外，由梅嶺風景區遊客對服務設施的行前期望可得知，其對安全設施的需求最高，其次為環境管理與整潔、衛生設施、聯外交通運輸設施及停車設備。這也就表示，要使南化生態農場及梅嶺風景區遊客的願意再度到訪，必須針對此需求較高的服務設施項目做加強改善，以增加其重遊意願。

而由潛在遊客對服務設施的行前期望可以得知，其對環境管理與整潔的需求最高，其次為完善的衛生設施，由此可知，要吸引未曾到過南化生態農場及梅嶺風景區的遊客前往，首先要注意的便是公廁、垃圾桶的設置以及整體環境的整潔，乾淨的環境及使用空間，才會使遊客有意願前往遊玩。再者，潛在遊客對交通指引的需求也很高，因此可以知道，清楚且易懂的交通指引亦是要吸引遊客前往的重點之一。

·第二節 建議

綜合前述結果，對南化生態農場及梅嶺風景區提出以下建議，作為未來提升其遊憩品質及吸引遊客之參考。

一、定期執行遊客滿意度調查

增加遊客重遊意願的基礎在於遊客滿意度與服務品質，高滿意度且感到愉悅的遊客才有意願再訪，因此如何提升遊客滿意度就十分重要。遊客期望與其對服務實際體驗後的認知之間之落差稱為缺口，而改善服務品質的主要目標，就是盡可能消除或縮小這些品質缺口，因此執行有效的遊客回饋系統就十分重要，其中包括可定期執行遊客滿意度調查、遊客填寫意見表...等，藉以了解遊客的需求，並以遊客為導向，做為服務及設施改善的方針，將有助於提升遊客的重遊意願。

二、軟、硬體設施改善

從 IPA 分析中可得知，南化生態農場最急需改善的項目為安全設施，因此可在具潛在危險的區域設置警示標語，提醒遊客注意安全，以防意外事件發生。而根據遊客之意見，可在交通指引部份再做加強，另外，可設立遊客服務中心供遊客取得相關旅遊服務，而在配合農產品推廣方面，則可設立農產品採購中心，提供遊客農產品及伴手禮的採購服務。

而梅嶺風景區最急需改善的項目為聯外交通運輸設施、交通指引、停車設備、安全設施、衛生設施及環境管理與整潔。梅嶺地區週邊道路施工部份必會影響遊客觀感及安全，因此道路品質有待加強與改進，另外，可增設道路指示標語及停車場，擁有便利及安全的交通條件才能吸引遊客前往。在安全設施部份，在具潛在危險的區域可增設警示標誌或標語，以防意外事件的發生，確保遊客安全。而公廁及垃圾桶的設置需符合遊客之需求，可設置在步道旁或顯而易見的地方，在公廁的維護的部份，需定期清潔管理，在假日時則可多派清潔人員打掃環境，以期能提供遊客一個舒適的遊憩空間。

三、提供相關旅遊資訊

遊客旅遊資訊的取得除了以親友介紹為主外，亦可由報章雜誌或網路取得相關資訊，因此可利用一般報章雜誌之旅遊專題，介紹南化生態農場及梅嶺風景區之特色，增加其曝光的機會，亦可配合各種宣傳推廣活動，進行宣傳行銷，藉以讓更多人認識南化生態農場及梅嶺風景區，進而提升其知名度，將有助於吸引遊客前往。

四、定期舉辦活動

由於目前南化生態農場並非廣為人知，因此定期舉辦活動可提升其知名度。而活動的舉辦可依季節的不同來規劃，如 4.5 月份可觀賞螢火蟲，春秋時分則可觀賞蝴蝶...等，此外在園區內依不同的季節種植植物，使南化生態農場一年四季均有其觀光主題，配合農場內豐富的生態資源，舉辦生態旅遊活動，以此來吸引遊客，提升知名度。另外，配合農產品的推廣，可舉辦農村體驗活動，提供遊客採收農產作物體驗，了解農產品的生產過程，並設置 DIY 加工區，供遊客親自製作農產周邊產品，如芒果乾、龍眼乾...等，期能以農產品來吸引遊客，並以遊客來帶動農產品的發展。

參考文獻

1. 西拉雅國家風景管理處，2008，多目的地旅遊型態規劃結案報告。
2. 陳志遠，2005，從鹿港天后宮來探討旅遊滿意度與重遊意願，玄奘大學企業管理學系，碩士論文。
3. 紀正德，2006，國小校外教學滿意度與重遊意願之研究-以新竹老鍋休閒農莊為例，世新大學觀光學系，碩士論文。
4. 呂長賜，2006，集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究，南華大學旅遊事業管理研究所，碩士論文。
5. 吳忠宏、黃宗成、邱廷亮，2004，玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報。
6. 鄭瑞明，2007，西拉雅國家風景區遊憩系統遊客決策之研究，立德管理學院休閒管理研究所，碩士論文。
7. 蔡坤泰，2006，休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究-以屏東熱帶農業博覽會為例，國立中山大學企業管理學系，碩士論文。
8. 賴顯英，2007，關子嶺生態旅遊規劃與調查之研究，南華大學旅遊事業管理研究所，碩士論文。
9. 郭奕姣，2007，不同交通資訊情境對高速公路駕駛人路線移轉行為之影響，國立交通大學交通運輸研究所，博士論文。
10. 交通部觀光局西拉雅國家風景 <http://www.siraya-nsa.gov.tw/welcome.aspx>
11. 梅嶺人文站 <http://meiling.swcb.gov.tw/toknew.html>
12. 台南縣楠西鄉公所 <http://web2.tainan.gov.tw/nansi/>
13. 台南縣南化鄉公所 <http://web2.tainan.gov.tw/nanhua/>
14. 南化鄉產業觀光入口網
<http://myyp090078.myyp.com.tw/ec99/myyp090078/default.asp>
15. 行政院農業委員會 http://www.coa.gov.tw/show_index.php

附錄一 南化生態農場遊客調查問卷

您好：

本問卷由交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處委託南華大學調查，想了解您對南化休閒農場之觀感，以作為未來本處改善旅遊服務品質之參考。您寶貴意見對於本研究非常重要，煩請您撥點時間填答，填寫後並贈送精美禮品乙份。

西拉雅國家風景區管理處

[第一部分] 請您根據旅遊實際體驗回答下列問題

1. 請問您是來訪南化休閒農場的次數是？
 (1)□第1次來 (2)□2次 (3)□3次 (4)□4次以上
2. 請問您前往南化休閒農場的交通工具為多半為？
 (1)□自小客車 (2)□遊覽車 (3)□客運公車 (4)□機車 (5)□自行車 (6)□其他
3. 請問您前往南化休閒農場旅遊的同伴多半為？
 (1)□沒有同伴 (2)□家人 (3)□朋友.同事 (4)□同學 (5)□其他
4. 請問您前往南化休閒農場旅遊時，多半是同行的人數約幾人(不含自己)？
 (1)□0人 (2)□1人 (3)□2~4人 (4)□5~10人 (5)□11~20人 (6)□21人以上
5. 請問您前往南化休閒農場旅遊所需要花費的交通時間約為____小時____分鐘？
6. 請問您前往南化休閒農場旅遊所需要花費的交通成本約為新台幣____千____百元？
7. 請問您到南化休閒農場的主要動機為何？(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)□運動健身 (5)□體驗生態旅遊 (6)□打發時間 (7)□其他
8. 請問您選擇南化休閒農場的主要原因為何？(複選)
 (1)□景觀優美 (2)□交通便利 (3)□親友推薦 (4)□順道而來 (5)□其他
9. 請問您獲知南化休閒農場相關資訊的主要管道為何？(複選)
 (1)□報章雜誌 (2)□網路 (3)□旅行社 (4)□旅遊展覽 (5)□親友 (6)□其他

[第二部分] 請依據您到南化休閒農場的經驗，回答下列服務對您的重要程度及滿意程度：

很不重要	不重要	普通	重要	非常重要	← 重要程度	滿意程度 →	很不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
□	□	□	□	□	1.聯外交通運輸設施便利		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	2.交通指引清楚且易懂		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	3.充足的停車設備		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	4.自然生態的資源豐富		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	5.完善的安全設施(如欄杆及警示標語)		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	6.多樣的觀光遊憩設施(如涼亭及步道)		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	7.完善的衛生設施(如公廁及垃圾桶)		□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	8.環境管理與整潔維護良好		□	□	□	□	□

[第三部分] 重遊意願

- 請問您下次旅遊時是否願意再到南化休閒農場？(1) 願意 (2) 不願意 (3) 很難說
不願意的原因(可複選)：(1) 缺乏特色 (2) 環境亂 (3) 設施不完善 (4) 交通不便
(5) 其他
- 在交通成本不變的情況下，若加入下列不同活動組合方案，請您填寫不同組合下對南化休閒農場的重遊意願程度

活動組合方案	重遊意願低<----->重遊意願高						
	1	2	3	4	5	6	7
1. [改善旅遊環境與設施]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. [舉辦生態旅遊(如賞螢季)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. [改善旅遊環境與設施] + [舉辦生態旅遊(如賞螢季)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第四部分] 基本資料

性別：(1) 男 (2) 女

年齡：(1) 19 歲以下 (2) 20~29 歲 (3) 30~39 歲 (4) 40~49 歲 (5) 50~59 歲 (6) 60 歲以上

教育程度：(1) 國中及以下 (2) 高中(職) (3) 大學(專科) (4) 研究所以上

婚姻狀況：(1) 單身 (2) 已婚(無小孩) (3) 已婚(有小孩) (4) 其他

請問您居住的縣市：(1) 北部 (2) 中部 (3) 南部 (4) 東部 (5) 其他地區

工作性質：(1) 學生 (2) 軍公教 (3) 自行創業或 SOHO 族 (4) 一般上班族

(5) 家庭主婦 (6) 退休人員 (7) 未就業.待業中 (8) 其他

每月所得：(1) 無經常性或沒有收入 (2) 未滿 2 萬元 (3) 2 萬元~未滿 3 萬元

(4) 3 萬元~未滿 4 萬元 (5) 4 萬元~未滿 6 萬元 (6) 6 萬元以上

請問您對南化休閒農場的其他建議：

～本問卷到此結束，再次感謝您的協助，祝您旅遊順心～

附錄二 梅嶺風景區遊客調查問卷 A

您好：

本問卷由交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處委託南華大學調查，想了解您對梅嶺風景區旅遊服務之觀感，以作為未來本處改善旅遊服務品質之參考。您寶貴意見對於本研究非常重要，煩請您撥點時間填答，填寫後並贈送精美禮品乙份。

西拉雅國家風景區管理處

[第一部分] 請您根據旅遊實際體驗回答下列問題

1. 請問您來訪梅嶺風景區的次數是？
(1) 第 1 次來 (2) 2 次 (3) 3 次 (4) 4 次以上
2. 請問您前往梅嶺風景區的交通工具多半為？
(1) 自小客車 (2) 遊覽車 (3) 客運公車 (4) 機車 (5) 自行車 (6) 其他
3. 請問您前往梅嶺風景區旅遊的同伴多半為？
(1) 沒有同伴 (2) 家人 (3) 朋友、同事 (4) 同學 (5) 其他
4. 請問您前往梅嶺風景區旅遊時，多半同行的人數約幾人(不含自己)？
(1) 0 人 (2) 1 人 (3) 2~4 人 (4) 5~10 人 (5) 11~20 人 (6) 21 人以上
5. 請問您前往梅嶺風景區旅遊所需要花費的交通時間約為____小時____分鐘？
6. 請問您前往梅嶺風景區旅遊所需要花費的交通成本約為新台幣____千____百元？
7. 請問您在梅嶺風景區旅遊時，大約花新台幣____千____百元在餐飲或名特產等項目上？
8. 請問您在梅嶺風景區旅遊時，曾經消費的項目為何？(複選)
(1) 餐飲 (2) 名特產 (3) 紀念品 (4) 其他
9. 請問您到梅嶺風景區的主要動機為何？(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) 運動健身 (5) 吃特產與美食 (6) 體驗生態旅遊 (7) 打發時間 (8) 其他
10. 請問您選擇梅嶺風景區的主要原因為何？(複選)
(1) 景觀優美 (2) 文化巡禮 (3) 親朋好友推薦 (4) 交通便利 (5) 品嚐美食
(6) 活動或節慶表演 (7) 學校、公司或參加的團體安排 (8) 順道而來 (9) 其他
11. 請問您獲知梅嶺旅遊相關資訊的主要管道為何？(複選)
(1) 報章雜誌 (2) 網路 (3) 旅行社 (4) 旅遊展覽 (5) 親友 (6) 其他

[第二部分] 請依據您到梅嶺旅遊的經驗，回答下列服務對您的重要程度及滿意程度：

很不重要	不重要	普通	重要	非常重要			很不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	← 重 要 程 度	滿意 程 度 →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. 聯外交通運輸設施便利		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. 交通指引清楚且易懂		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. 充足的停車設備		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. 自然生態的資源豐富		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

很不重要	不重要	普通	重要	非常重要	重要程度	滿意程度	很不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5.完善的安全設施(如欄杆及警示標語)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6.多樣的觀光遊憩設施(如涼亭及步道)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7.遊憩服務人員態度良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8.餐飲品質良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9.有特色的名特產		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10.完善的衛生設施(如公廁及垃圾桶)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11.環境管理與整潔維護良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第三部分] 重遊意願

- 請問您下次規劃旅遊時，是否願意再到梅嶺風景區？(1) 願意 (2) 不願意 (3) 很難說
不願意的原因(可複選)：(1) 缺乏特色 (2) 環境亂 (3) 設施不完善 (4) 交通不便 (5) 其他
- 在交通成本不變的情況下，若加入下列不同活動組合方案，請您填寫不同組合下對梅嶺風景區的重遊意願程度

活動組合方案	重遊意願低<----->重遊意願高						
	1	2	3	4	5	6	7
1. [改善旅遊環境與設施]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. [舉辦生態旅遊(如賞螢季)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. [改善旅遊環境與設施] + [農村體驗活動(如親手做蜜餞)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第四部分] 基本資料

性別：(1) 男 (2) 女

年齡：(1) 19歲以下 (2) 20~29歲 (3) 30~39歲 (4) 40~49歲 (5) 50~59歲 (6) 60歲以上

教育程度：(1) 國中及以下 (2) 高中(職) (3) 大學(專科) (4) 研究所以上

婚姻狀況：(1) 單身 (2) 已婚(無小孩) (3) 已婚(有小孩) (4) 其他

請問您居住的縣市：(1) 北部 (2) 中部 (3) 南部 (4) 東部 (5) 其他地區

工作性質：(1) 學生 (2) 軍公教 (3) 自行創業或SOHO族 (4) 一般上班族

(5) 家庭主婦 (6) 退休人員 (7) 未就業.待業中 (8) 其他

每月所得：(1) 無經常性或沒有收入 (2) 未滿2萬元 (3) 2萬元~未滿3萬元

(4) 3萬元~未滿4萬元 (5) 4萬元~未滿6萬元 (6) 6萬元以上

請問您對梅嶺風景區的其他建議：

～本問卷到此結束，再次感謝您的協助，祝您旅遊順心～

附錄三 梅嶺風景區遊客調查問卷 B

您好：

本問卷由交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處委託南華大學調查，想了解您對梅嶺風景區旅遊服務之觀感，以作為未來本處改善旅遊服務品質之參考。您寶貴意見對於本研究非常重要，煩請您撥點時間填答，填寫後並贈送精美禮品乙份。

西拉雅國家風景區管理處

[第一部分] 請您根據旅遊實際體驗回答下列問題

1. 請問您來訪梅嶺風景區的次數是？
(1) 第 1 次來 (2) 2 次 (3) 3 次 (4) 4 次以上
2. 請問您前往梅嶺風景區的交通工具多半為？
(1) 自小客車 (2) 遊覽車 (3) 客運公車 (4) 機車 (5) 自行車 (6) 其他
3. 請問您前往梅嶺風景區旅遊的同伴多半為？
(1) 沒有同伴 (2) 家人 (3) 朋友.同事 (4) 同學 (5) 其他
4. 請問您前往梅嶺風景區旅遊時，多半同行的人數約幾人(不含自己)？
(1) 0 人 (2) 1 人 (3) 2~4 人 (4) 5~10 人 (5) 11~20 人 (6) 21 人以上
5. 請問您前往梅嶺風景區旅遊所需要花費的交通時間約為____小時____分鐘？
6. 請問您前往梅嶺風景區旅遊所需要花費的交通成本約為新台幣____千____百元？
7. 請問您在梅嶺風景區旅遊時，大約花新台幣____千____百元在餐飲或名特產等項目上？
8. 請問您在梅嶺風景區旅遊時，曾經消費的項目為何？(複選)
(1) 餐飲 (2) 名特產 (3) 紀念品 (4) 其他
9. 請問您到梅嶺風景區的主要動機為何？(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) 運動健身 (5) 吃特產與美食 (6) 體驗生態旅遊 (7) 打發時間 (8) 其他
10. 請問您選擇梅嶺風景區的主要原因為何？(複選)
(1) 景觀優美 (2) 文化巡禮 (3) 親朋好友推薦 (4) 交通便利 (5) 品嚐美食
(6) 活動或節慶表演 (7) 學校.公司或參加的團體安排 (8) 順道而來 (9) 其他
11. 請問您獲知梅嶺旅遊相關資訊的主要管道為何？(複選)
(1) 報章雜誌 (2) 網路 (3) 旅行社 (4) 旅遊展覽 (5) 親友 (6) 其他

[第二部分] 請依據您到梅嶺旅遊的經驗，回答下列服務對您的重要程度及滿意程度：

很不重要	不重要	普通	重要	非常重要			滿意程度	很不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
					← 重要程度		滿意程度 →					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		1. 聯外交通運輸設施便利		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		2. 交通指引清楚且易懂		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		3. 充足的停車設備		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		4. 自然生態的資源豐富		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

很不重要	不重要	普通	重要	非常重要	重要程度	滿意程度	很不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5.完善的安全設施(如欄杆及警示標語)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6.多樣的觀光遊憩設施(如涼亭及步道)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7.遊憩服務人員態度良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8.餐飲品質良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9.有特色的名特產		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10.完善的衛生設施(如公廁及垃圾桶)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11.環境管理與整潔維護良好		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第三部分] 重遊意願

- 請問您下次規劃旅遊時，是否願意再到梅嶺風景區？(1) 願意 (2) 不願意 (3) 很難說
不願意的原因(可複選)：(1) 缺乏特色 (2) 環境亂 (3) 設施不完善 (4) 交通不便 (5) 其他
- 在交通成本不變的情況下，若加入下列不同活動組合方案，請您填寫不同組合下對梅嶺風景區的重遊意願程度

活動組合方案	重遊意願低<----->重遊意願高						
	1	2	3	4	5	6	7
4. [農村體驗活動(如親手做蜜餞)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. [改善旅遊環境與設施] + [舉辦生態旅遊(如賞螢季)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. [農村體驗活動(如親手做蜜餞)] + [舉辦生態旅遊(如賞螢季)]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第四部分] 基本資料

性別：(1) 男 (2) 女

年齡：(1) 19 歲以下 (2) 20~29 歲 (3) 30~39 歲 (4) 40~49 歲 (5) 50~59 歲 (6) 60 歲以上

教育程度：(1) 國中及以下 (2) 高中(職) (3) 大學(專科) (4) 研究所以上

婚姻狀況：(1) 單身 (2) 已婚(無小孩) (3) 已婚(有小孩) (4) 其他

請問您居住的縣市：(1) 北部 (2) 中部 (3) 南部 (4) 東部 (5) 其他地區

工作性質：(1) 學生 (2) 軍公教 (3) 自行創業或 SOHO 族 (4) 一般上班族

(5) 家庭主婦 (6) 退休人員 (7) 未就業.待業中 (8) 其他

每月所得：(1) 無經常性或沒有收入 (2) 未滿 2 萬元 (3) 2 萬元~未滿 3 萬元

(4) 3 萬元~未滿 4 萬元 (5) 4 萬元~未滿 6 萬元 (6) 6 萬元以上

請問您對梅嶺風景區的其他建議：

～本問卷到此結束，再次感謝您的協助，祝您旅遊順心～

附錄四 潛在遊客調查問卷

[第一部分] 請您根據旅遊經驗回答下列問題

1. 請問您最近一年內到訪旅遊景點(如陽明山)的次數?
(1) 0 次 (2) 1~3 次 (3) 4~6 次 (4) 7 次以上
2. 請問您前往旅遊景點的交通工具多半為?
(1) 自小客車 (2) 遊覽車 (3) 客運公車 (4) 機車 (5) 自行車 (6) 其他
3. 請問您前往旅遊景點旅遊的同伴多半為?
(1) 沒有同伴 (2) 家人 (3) 朋友.同事 (4) 同學 (5) 其他
4. 請問您前往旅遊景點旅遊時，多半同行的人數約幾人(不含自己)?
(1) 0 人 (2) 1 人 (3) 2~4 人 (4) 5~10 人 (5) 11~20 人 (6) 21 人以上
5. 請問您前往旅遊景點旅遊所需要花費的交通時間平均約為_____小時_____分鐘?
6. 請問您前往旅遊景點旅遊所需要花費的交通成本平均約為新台幣_____千_____百元?
7. 請問您在旅遊景點旅遊時，大約花新台幣_____千_____百元在餐飲或名特產等項目上?
8. 請問您在旅遊景點旅遊時，曾經消費的項目為何？(複選)
(1) 餐飲 (2) 名特產 (3) 紀念品 (4) 其他
9. 請問您到旅遊景點旅遊的主要動機為何？(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) 運動健身 (5) 吃特產與美食 (6) 體驗生態旅遊 (7) 打發時間 (8) 其他
10. 請問您在選擇旅遊景點的主要原因為何？(複選)
(1) 景觀優美 (2) 文化巡禮 (3) 親朋好友推薦 (4) 交通便利 (5) 品嚐美食
(6) 活動或節慶表演 (7) 學校.公司或參加的團體安排 (8) 順道而來 (9) 其他
11. 請問您獲知旅遊相關資訊的主要管道為何？(複選)
(1) 報章雜誌 (2) 網路 (3) 旅行社 (4) 旅遊展覽 (5) 親友 (6) 其他

[第二部分] 請依據您的旅遊的經驗，回答下列服務對您的重要程度：

	很不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 聯外交通運輸設施便利	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 交通指引清楚且易懂	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 充足的停車設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 自然生態的資源豐富	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 完善的安全設施(如欄杆及警示標語)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 多樣的觀光遊憩設施(如涼亭及步道)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 遊憩服務人員態度良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 餐飲品質良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 有特色的名特產	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	很不重要	不重要	普通	重要	非常重要
10.完善的衛生設施(如公廁及垃圾桶)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.環境管理與整潔維護良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[第三部分] 基本資料

性別：(1)男 (2)女

年齡：(1)18 歲以下 (2)19~24 歲 (3)25~29 歲 (4)30 歲以上

教育程度：(1)大學(專科) (2)研究所以上

請問您居住的縣市：(1)北部 (2)中部 (3)南部 (4)東部 (5)其他地區

每月零用金：(1)3 千元以下 (2)3 千元~未滿 5 千元 (3)5 千元~未滿 1 萬元
(4)1 萬元~未滿 1 萬 5 千元 (5)1 萬 5 千元以上

請問您對旅遊景點的其他建議：

附錄五 南化生態農場差異性分析檢定表

1. 遊客基本屬性對應表

年齡(A)	A1.19 歲以下，A2.20~29 歲，A3.30~39 歲，A4.40~49 歲， A5.50~59 歲，A6.60 歲以上
教育程度(B)	B1.國中及以下，B2.高中(職)，B3.大學(專科)，B4.研究所以上
婚姻狀況(C)	C1.單身，C2.已婚(無小孩)，C3.已婚(有小孩)，C4.其他
工作性質(D)	D1.學生，D2.軍公教，D3.自行創業，D4.上班族，D5.家庭主婦， D6.退休人員，D7.未就業，D8.其他
每月所得(E)	E1.無固定收入，E2.未滿 2 萬元，E3.2 萬~未滿 3 萬元， E4.3 萬~未滿 4 萬元，E5.4 萬~未滿 6 萬元，E6.6 萬元以上

2. 遊客屬性對景點選擇動機差異性檢定

主要動機	性別	年齡	教育程度	婚姻狀況	每月所得
擺脫壓力，放鬆心情	女>男				
接近大自然					E2,E5,E6>E3; E6>E1
增進家人與朋友情感		A5,A6>A1,A2,A3		C3>C1,C2,C4	E6>E1,E2,E3,E4,E5; E1>E2>E5
運動健身					
體驗生態旅遊					E3>E1,E4; E5>E1,E2,E4>E6
打發時間	男>女				
其他			B1>B2,B3,B4		

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

3. 遊客屬性對景點選擇原因差異性檢定

主要原因	年齡	婚姻狀況	工作性質
景觀優美	A2,A3,A4,A5,A6>A1; A4>A1,A2,A3	C3>C1,C2	D4,D6,D8>D1,D2
親朋好友推薦			
交通便利	A4>A1,A2,A5		
順道而來			
其他			

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

4. 遊客屬性對旅遊景點相關資訊取得差異性檢定

資訊取得	性別	年齡	婚姻狀況	工作性質
報章雜誌				
網路				
旅行社		A5>A1,A3,A3	C3>C1,C2,C4	D6>D1,D2,D3,D4,D5,D7,D8
旅遊展覽				
親友	男>女		C1,C2>C3,C4	
其他	男>女	A6>A1,A2,A3,A4		

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

5. 遊客屬性對景點期望因素差異性檢定

期望因素	性別	年齡	婚姻狀況	每月所得
(1)聯外交通運輸設施				
(2)交通指引				
(3)停車設備		A4>A1,A2; A6>A2	C3>C1	
(4)自然生態資源				
(5)安全設施		A1,A2,A4>A6; A4>A5		
(6)觀光遊憩設施	女>男			E2,E3,E4,E5,E6>E1
(7)衛生設施				
(8)環境管理與整潔	女>男			

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

附錄六 梅嶺風景區差異性分析檢定表

1. 遊客基本屬性對應表

年齡(A)	A1.19 歲以下，A2.20~29 歲，A3.30~39 歲，A4.40~49 歲， A5.50~59 歲，A6.60 歲以上
教育程度(B)	B1.國中及以下，B2.高中(職)，B3.大學(專科)，B4.研究所以上
婚姻狀況(C)	C1.單身，C2.已婚(無小孩)，C3.已婚(有小孩)，C4.其他
工作性質(D)	D1.學生，D2.軍公教，D3.自行創業，D4.上班族，D5.家庭主婦， D6.退休人員，D7.未就業，D8.其他
每月所得(E)	E1.無固定收入，E2.未滿 2 萬元，E3.2 萬~未滿 3 萬元， E4.3 萬~未滿 4 萬元，E5.4 萬~未滿 6 萬元，E6.6 萬元以上

2. 遊客屬性對景點選擇動機差異性檢定

主要動機	工作性質	每月所得
擺脫壓力，放鬆心情		
接近大自然		
增進家人與朋友情感		
運動健身		
吃特產與美食		
體驗生態旅遊		
打發時間	D1>D2,D3,D4,D5,D8	
其他		E2>E1,E3,E4,E5,E6

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

3. 遊客屬性對景點選擇原因差異性檢定

主要原因	婚姻狀況	每月所得
景觀優美		E1,E4>E5
文化巡禮		
親朋好友推薦		
交通便利	C3>C1	
品嚐美食		
活動或節慶表演		
學校.公司或參加的團體安排		
順道而來		
其他		

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

4. 遊客屬性對旅遊景點相關資訊取得差異性檢定

資訊取得	工作性質
報章雜誌	
網路	
旅行社	
旅遊展覽	D6,D8>D2
親友	
其他	D5>D2,D3,D4

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

5. 遊客屬性對景點期望因素差異性檢定

期望因素	年齡	工作性質
(1)聯外交通運輸設施		
(2)交通指引		
(3)停車設備		
(4)自然生態資源		
(5)安全設施		
(6)觀光遊憩設施		
(7)遊憩服務人員態度		
(8)餐飲品質		
(9)名特產	A2,A4,A5>A1; A2>A3	D1,D2,D3,D4,D8>D5
(10)衛生設施		
(11)環境管理與整潔		

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

附錄七 潛在遊客差異性分析檢定表

1. 潛在遊客基本屬性對應表

年齡(A)	A1.18 歲以下，A2.19~24 歲，A3.25~29 歲，A4.30 歲以上
教育程度(B)	B1.大學(專科)，B2.研究所以上
居住地(C)	C1.北部，C2.中部，C3.南部，C4.東部，C5.其他地區
每月零用金(D)	D1.3 千元以下，D2.3 千~未滿 5 千元，D3.5 千~未滿 1 萬元， D4.1 萬~未滿 1 萬 5 千元，D5.1 萬 5 千元以上

2. 潛在遊客屬性對景點選擇動機差異性檢定

主要動機	性別	年齡	教育程度
擺脫壓力，放鬆心情			
接近大自然		A1>A1,A2,A3	
增進家人與朋友情感			
運動健身			
吃特產與美食			
體驗生態旅遊			
打發時間	男>女	A1>A2,A3,A4; A2>A4	B1>B2
其他			

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

3. 潛在遊客屬性對景點選擇原因差異性檢定

主要原因	性別	年齡	教育程度	每月零用金
景觀優美	女>男			E2,E4,E5>E1
文化巡禮				E1>E3,E4; E5>E3
親朋好友推薦		A4>A2,A3		E2,E3,E4>E1
交通便利				E1,E2>E3,E4,E5
品嚐美食				
活動或節慶表演				
學校.公司或參加的團體安排			B1>B2	
順道而來				
其他				

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

4. 潛在遊客屬性對旅遊景點相關資訊取得差異性檢定

資訊取得	性別	年齡	教育程度	每月零用金
報章雜誌				D2>D1,D3,D4,D5
網路	女>男		B2>B1	
旅行社				
旅遊展覽				D5>D1,D2,D3,D4
親友		A4>A1,A2,A3		
其他				

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

5. 潛在遊客屬性對景點期望因素差異性檢定

期望因素	居住地
(1)聯外交通運輸設施	
(2)交通指引	
(3)停車設備	C3>C1
(4)自然生態資源	
(5)安全設施	
(6)觀光遊憩設施	
(7)遊憩服務人員態度	
(8)餐飲品質	
(9)名特產	
(10)衛生設施	
(11)環境管理與整潔	

註：本表格僅列出具有顯著差異之結果

計畫參與人員

計畫主持人 黃昱凱

協同主持人 趙家民、李謀監

專任助理 葉怡珊

兼任研究助理 何盈慧、謝旻儒、張昇源、陳佩君、陳淑芬