

目 錄

第壹章 緒 論	1
第一節 計畫緣起	1
第二節 計畫目的	1
第貳章 文獻回顧	3
第一節 滿意度之定義	3
第二節 滿意度之影響因素	4
第三節 容受力之定義	5
第參章 研究方法	6
第一節 調查對象	6
第二節 調查流程	7
第三節 問卷調查設計	7
第四節 調查方式	8
第五節 資料檢覈控制	9
第六節 分析架構	10
第七節 調查日期與數量	10
第八節 問卷分析方法	13
第肆章 關子嶺地區調查結果	17
第一節 遊客調查部份	17
第二節 商家調查部分	34
第伍章 烏山頭地區調查結果	37
第一節 遊客調查部份	37
第陸章 南化地區調查結果	53
第一節 遊客調查部份	53
第二節 商家調查部分	70
第柒章 左鎮地區調查結果	73
第一節 遊客調查部份	73
第二節 商家調查部分	88

第捌章 楠西地區調查結果	91
第一節 遊客調查部份	91
第二節 商家調查部分	107
第玖章 大埔地區調查結果	109
第一節 遊客調查部份	109
第二節 商家調查部分	125
第壹拾章 夏戀芒果活動調查結果	127
第一節 遊客調查部分	127
第二節 商家調查部分	132
第壹拾壹章 蝴蝶遊樂園活動調查結果	133
第壹拾貳章 關子嶺地區知覺容受力調查	139
第壹拾參章 結論與建議	145
第一節 地區旅遊調查旅客部分	145
第二節 地區旅遊調查商家部分	152
第三節 夏戀芒果活動效益評估	153
第四節 蝴蝶遊樂園活動效益評估	153
第五節 關子嶺地區居民知覺容受力評估	154
第六節 建議	155

表 目 錄

表 3-1 研究調查內容	8
表 3-2 各地區調查景點問卷數量統計	12
表 3-3 各地區遊客調查問卷信度分析	15
表 4-1 受訪遊客屬性(關子嶺地區)	18
表 4-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(關子嶺地區)	19
表 4-3 旅客出發地點(關子嶺地區)	20
表 4-4 旅客旅遊方式(關子嶺地區)	20
表 4-5 旅客資訊取得管道 (關子嶺地區)	21
表 4-6 使用交通工具(關子嶺地區)	22
表 4-7 選擇景點原因(關子嶺地區)	22
表 4-8 同行人數(關子嶺地區)	23
表 4-9 同伴屬性(關子嶺地區)	23
表 4-10 主要遊覽景點(關子嶺地區)	24
表 4-11 計畫遊覽景點(關子嶺地區)	24
表 4-12 預計停留時間(關子嶺地區)	25
表 4-13 主要住宿方式(關子嶺地區)	25
表 4-14 重遊意願(關子嶺地區)	26
表 4-15 遊客偏好活動(關子嶺地區)	27
表 4-16 遊客滿意度(關子嶺地區)	28
表 4-17 遊客滿意度與基本屬性交叉分析(關子嶺地區)	29
表 4-18 遊客到訪次數(關子嶺地區)	30
表 4-19 上次到訪時間(關子嶺地區)	30
表 4-20 整體服務品質比較(關子嶺地區)	30
表 4-21 整體滿意度評價 (關子嶺地區)	30
表 4-22 個人消費與滿意度(關子嶺地區)	32
表 4-23 團體消費與滿意度(關子嶺地區)	33
表 4-24 商家滿意度(關子嶺地區)	34
表 4-25 商家對活動效益的評估(關子嶺地區)	35
表 4-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(關子嶺地區)	35
表 5- 受訪遊客屬性(烏山頭地區)	38
表 5-1 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(烏山頭地區)	39

表 5-2 旅客出發地點(烏山頭地區).....	40
表 5-3 旅客旅遊方式(烏山頭地區).....	40
表 5-4 旅客資訊取得管道 (烏山頭地區).....	41
表 5-5 使用交通工具(烏山頭地區).....	41
表 5-6 選擇景點原因(烏山頭地區).....	42
表 5-7 同行人數(烏山頭地區).....	43
表 5-8 同伴屬性(烏山頭地區).....	43
表 5-9 主要遊覽景點(烏山頭地區).....	43
表 5-10 計畫遊覽景點(烏山頭地區).....	44
表 5-11 預計停留時間(烏山頭地區).....	44
表 5-12 主要住宿方式(烏山頭地區).....	45
表 5-13 重遊意願(烏山頭地區).....	45
表 5-14 遊客偏好活動(烏山頭地區).....	46
表 5-15 遊客滿意度(烏山頭地區).....	47
表 5-16 遊客滿意度(烏山頭地區).....	48
表 5-17 遊客到訪次數(烏山頭地區).....	49
表 5-18 上次到訪時間(烏山頭地區).....	49
表 5-19 整體服務品質比較(烏山頭地區).....	49
表 5-20 整體滿意度評價 (烏山頭地區).....	50
表 5-21 個人消費與滿意度(烏山頭地區).....	51
表 5-22 團體消費與滿意度(烏山頭地區).....	52
表 6-1 受訪遊客屬性(南化地區).....	54
表 6-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(南化地區).....	55
表 6-3 旅客出發地點(南化地區).....	56
表 6-4 旅客旅遊方式(南化地區).....	56
表 6-5 旅客資訊取得管道 (南化地區).....	57
表 6-6 使用交通工具(南化地區).....	57
表 6-7 選擇景點原因(南化地區).....	58
表 6-8 同行人數(南化地區).....	59
表 6-9 同伴屬性(南化地區).....	59
表 6-10 主要遊覽景點(南化地區).....	59
表 6-11 計畫遊覽景點(南化地區).....	60
表 6-12 預計停留時間(南化地區).....	61
表 6-13 主要住宿方式(南化地區).....	61
表 6-14 重遊意願(南化地區).....	61
表 6-15 遊客偏好活動(南化地區).....	63
表 6-16 遊客滿意度(南化地區).....	64

表 6-17 遊客滿意度(南化地區)	65
表 6-18 遊客到訪次數(南化地區)	66
表 6-19 上次到訪時間(南化地區)	66
表 6-20 整體服務品質比較(南化地區)	66
表 6-21 整體滿意度評價 (南化地區)	66
表 6-22 個人消費與滿意度(南化地區)	68
表 6-23 團體消費與滿意度(南化地區)	69
表 6-24 商家滿意度(南化地區)	71
表 6-25 商家對活動效益的評估(南化地區)	71
表 6-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(南化地區)	71
表 7-1 受訪遊客屬性(左鎮地區)	74
表 7-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(左鎮地區)	75
表 7-4 旅客旅遊方式(左鎮地區)	76
表 7-5 旅客資訊取得管道 (左鎮地區)	77
表 7-6 使用交通工具(左鎮地區)	77
表 7-7 選擇景點原因(左鎮地區)	78
表 7-8 同行人數(左鎮地區)	78
表 7-9 同伴屬性(左鎮地區)	79
表 7-10 主要遊覽景點(左鎮地區)	79
表 7-11 計畫遊覽景點(左鎮地區)	80
表 7-12 預計停留時間(左鎮地區)	80
表 7-13 主要住宿方式(左鎮地區)	81
表 7-14 重遊意願(左鎮地區)	81
表 7-15 遊客偏好活動(左鎮地區)	82
表 7-16 遊客滿意度(左鎮地區)	83
表 7-17 遊客滿意度交叉分析(左鎮地區)	84
表 7-18 遊客到訪次數(左鎮地區)	84
表 7-19 上次到訪時間(左鎮地區)	84
表 7-20 整體服務品質比較(左鎮地區)	85
表 7-21 整體滿意度評價 (左鎮地區)	85
表 7-22 個人消費與滿意度(左鎮地區)	86
表 7-23 團體消費與滿意度(左鎮地區)	87
表 7-24 商家滿意度(左鎮地區)	88
表 7-25 商家對活動效益的評估(左鎮地區)	89
表 7-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(左鎮地區)	89
表 8-1 受訪遊客屬性(楠西地區)	92

表 8-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(楠西地區)	93
表 8-3 旅客出發地點(楠西地區)	94
表 8-4 旅客旅遊方式(楠西地區)	94
表 8-5 旅客資訊取得管道 (楠西地區)	95
表 8-6 使用交通工具(楠西地區)	95
表 8-7 選擇景點原因(楠西地區)	96
表 8-8 同行人數(楠西地區)	96
表 8-9 同伴屬性(楠西地區)	97
表 8-10 主要遊覽景點(楠西地區)	97
表 8-11 計畫遊覽景點(楠西地區)	98
表 8-12 預計停留時間(楠西地區)	98
表 8-13 主要住宿方式(楠西地區)	99
表 8-14 重遊意願(楠西地區)	99
表 8-15 遊客偏好活動(楠西地區)	100
表 8-16 遊客滿意度(楠西地區)	101
表 8-17 遊客滿意度(楠西地區)	102
表 8-18 遊客到訪次數(楠西地區)	103
表 8-19 上次到訪時間(楠西地區)	103
表 8-20 整體服務品質比較(楠西地區)	103
表 8-21 整體滿意度評價 (楠西地區)	104
表 8-22 個人消費與滿意度(楠西地區)	105
表 8-23 團體消費與滿意度(楠西地區)	106
表 8-24 商家滿意度(楠西地區)	107
表 8-25 商家對活動效益的評估(楠西地區)	108
表 8-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(楠西地區)	108
表 9-1 受訪遊客屬性(大埔地區)	110
表 9-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(大埔地區)	111
表 9-3 旅客出發地點(大埔地區)	112
表 9-4 旅客旅遊方式(大埔地區)	112
表 9-5 旅客資訊取得管道 (大埔地區)	113
表 9-6 使用交通工具(大埔地區)	113
表 9-7 選擇景點原因(大埔地區)	114
表 9-8 同行人數(大埔地區)	115
表 9-9 同伴屬性(大埔地區)	115
表 9-10 主要遊覽景點(大埔地區)	115
表 9-11 計畫遊覽景點(大埔地區)	116
表 9-12 預計停留時間(大埔地區)	116

表 9-13 主要住宿方式(大埔地區)	117
表 9-14 重遊意願(大埔地區)	117
表 9-15 遊客偏好活動(大埔地區)	118
表 9-16 遊客滿意度(大埔地區)	119
表 9-17 遊客滿意度(大埔地區)	120
表 9-18 遊客到訪次數(大埔地區)	121
表 9-19 上次到訪時間(大埔地區)	121
表 9-20 整體服務品質比較(大埔地區)	121
表 9-21 整體滿意度評價(大埔地區)	122
表 9-22 個人消費與滿意度(大埔地區)	123
表 9-23 團體消費與滿意度(大埔地區)	124
表 9-24 商家滿意度(大埔地區)	125
表 9-25 商家對活動效益的評估(大埔地區)	126
表 9-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(大埔地區)	126
表 10-1 受訪遊客屬性(夏戀芒果活動)	128
表 10-2 旅客出發地點(夏戀芒果活動)	128
表 10-3 活動資訊取得管道(夏戀芒果活動)	129
表 10-4 參加活動原因(夏戀芒果活動)	130
表 10-5 個人消費與滿意度(夏戀芒果活動)	130
表 10-6 遊客滿意度(夏戀芒果活動)	131
表 10-7 商家對活動效益的評估(夏戀芒果活動)	132
表 10-8 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(夏戀芒果活動)	132
表 11-1 受訪遊客屬性(蝴蝶遊樂園活動)	134
表 11-2 旅客出發地點(蝴蝶遊樂園活動)	134
表 11-3 活動資訊取得管道(蝴蝶遊樂園活動)	135
表 11-4 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)	136
表 11-5 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)	136
表 11-6 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)	136
表 11-7 個人消費與滿意度(蝴蝶遊樂園活動)	137
表 11-8 遊客滿意度(蝴蝶遊樂園活動)	137
表 12-1 關子嶺地區居民知覺容受力訪問基本資料分佈	140
表 12-2 關子嶺地區居民對觀光環境與建設之感受	141
表 12-3 關子嶺地區居民對觀光環境與建設之感受(基本變項顯著狀況)	142
表 12-4 關子嶺地區居民對旅客人數之感受	142
表 12-5 關子嶺地區居民對增加旅客人數的意見	143
表 12-6 關子嶺地區居民對增加旅客人數的意見(是否影響生活)	143

表 12-7 關子嶺地區居民對減少旅客人數的意見.....	144
表 13-1 各地區來自台南縣市旅客人數.....	146
表 13-2 各地區知道西拉雅國家風景區的比例.....	146
表 13-3 各地區旅遊性質比例.....	147
表 13-4 各地區交通工具比例.....	147
表 13-5 各地區景點偏好比例.....	148
表 13-6 各地區景點到訪次數比例.....	149
表 13-7 各地區旅遊活動偏好比例.....	149
表 13-8 各地區服務滿意度較佳的三項.....	150
表 13-9 各地區服務滿意度與前期調查比較.....	151
表 13-10 關子嶺地區服務滿意度與 2009 關子嶺調查比較.....	151
表 13-11 楠西地區服務滿意度與 2009 楠西調查比較.....	152
表 13-12 關子嶺地區 SWOT 分析.....	158
表 13-12 烏山頭地區 SWOT 分析.....	161
表 13-12 楠西地區 SWOT 分析.....	162
表 13-15 大埔地區 SWOT 分析.....	164
表 13-16 南化地區 SWOT 分析.....	165
表 13-17 左鎮地區 SWOT 分析.....	166

圖 目 錄

圖 3-1 執行流程圖	7
圖 3-2 分析架構圖	10
圖 4-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(關子嶺地區)	28
圖 5-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(烏山頭地區)	48
圖 6-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(南化地區)	64
圖 7-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(左鎮地區)	83
圖 8-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(楠西地區)	102
圖 9-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(大埔地區)	120
圖 10-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(夏戀芒果活動)	131
圖 11-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(蝴蝶遊樂園活動)	138

第壹章 緒 論

第一節 計畫緣起

台灣地區隨著經濟的成長、交通的便捷，使國人從事休閒旅遊的風氣蓬勃發展，而國人也日益重視個人與休閒生活品質。國人從事休閒、旅遊的頻率隨著所得提昇、週休二日全面實施以及休閒遊憩觀念的普及而逐年提昇，結合許多本土產業的觀光景點應運而生，使得休閒風氣大為提升，加上週休二日制度的實施，許多民眾會選擇在休假時刻，走出戶外，從事休閒活動，以抒解生活壓力、調劑身心。

西拉雅國家風景區成立於民國九十四年，是交通部觀光局所屬十三座國家風景區中，最年輕的一座。轄區地處高山與平原交接處，中有溪河橫切，呈現豐富多元的地形變化，區內擁有許多獨特的自然資源，如天然的瀑布飛泉、富含地熱地質、數座聞名遐邇的水庫等，其中烏山頭水庫更為全球具代表性的水利工程。人文資源部份更為珍貴，為平埔族文化的原鄉，重要的考古文物也於本區內出土，其中以全國最古老人類—左鎮人化石最為著名。產業資源方面則包含了白河蓮子、東山龍眼及洋香瓜、玉井芒果、官田菱角等多樣的特色農產品。各面向觀光資源豐富，風景區管理處並在其管轄範圍內積極建設並舉辦活動以吸引遊客前往。

而定期舉行滿意度調查是許多政府單位掌握民意動向，驗證建設成果的重要措施，所以經由委託具公信力的學術單位進行精準度高的滿意度調查，能夠讓施政者瞭解民眾的觀感，隨時調整經營策略，以回應民意，因此本中心規劃此調查案，以提供西拉雅國家風景區管理處未來運作之參考。

第二節 計畫目的

由於西拉雅國家風景區所轄鄉鎮之地理與人文特性不盡相同，分別具備不同的觀光發展性，因此在規劃調查上必須設法了解其特有資源、風格、原鄉產業等是否已充分發揮地區觀光獨特競爭優勢，使遊客感到興趣並被吸引前往遊憩，同時能探討西拉雅國家風景區整體設施與服務對旅客的滿意程度。

因此，本計畫的研究動機在藉由瞭解遊客旅遊動機、遊客在出發前蒐集管道據點旅遊資訊、遊客偏好，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。

分別針對全區遊憩資源特性調查分析及遊客旅遊行為、需求兩大部分，進行資源檢討及遊客遊憩行為之問卷調查設計。

計畫目的如下：

- 一. 瞭解西拉雅國家風景區遊客與商家之實際需求，並符合區內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（遊客問卷調查）之平衡。
- 二. 依照整體調查計畫進行實地問卷調查等作業，並進一步分析調查結果所顯示之現象與參考價值。
- 三. 透過問卷調查與結果分析，作為區內軟、硬體改善參考之依據與在地產業聯盟之構想。

第貳章 文獻回顧

第一節 滿意度之定義

Howard (1967) 首先將滿意度的概念使用於消費者理論，他認為滿意是付出與實際獲得兩方衡量下的所得到的感受。Churchill (1982) 認為滿意度是消費者購後使用的結果。Kotler (1991) 則將顧客滿意度定義為消費者對產品功能特性的知覺和個人對產品的期望，兩者相比較而形成滿意水準，是知覺與期望之間差異的函數 (廖明豐，1993)。

在休閒遊憩領域的滿意度來說，滿意度是遊客個人的經驗，源自於人與目的地之互動後所產生之心理感覺 (Baker & Crompton, 2000)。侯錦雄 (1990) 將滿意度分成兩類，分別為總滿意度和分項滿意度，分項滿意度包含有環境滿意、活動滿意及管理滿意等三個概念 (王偉哲，1999)。滿意度所具有的內涵與其多元的代表性，是滿意度在各方面運用上均有其重要性的主要原因。Manning (1986) 指出滿意度是一種「多重向度的概念」，受到多種參數的影響，認為滿意度受到遊憩機會序列中三項基本元素所形成的遊憩機會影響 (王偉哲，1999)：

- 一. 基地之實質與生物特性。
- 二. 經營管理的型態與水準。
- 三. 遊客的社會與文化特質。

一般而言，「滿意度」之評量方法通常是採用「績效與期望差距模式」，因為該模式之配適度較佳，但是該模式適用於顧客滿意之因果模式應用；實務上評量顧客滿意度時仍以「直接績效評量模式」對事後行為的預測效果為較佳，對於蒐集大量樣本或是進行市場調查時較易使用 (郭德賓等，2000)。此外，為有效地蒐集遊客意見，也為確保問卷調查結果之品質，因此本研究對於西拉雅國家風景區遊客滿意度調查的測量方式，在各項設施與滿意度部份採行「直接績效評量模式」，而衡量尺度則採用 Likert 尺度法，由「非常同意(滿意)」到「非常不同意(不滿意)」，由受訪者勾選適當的同意程度，分數愈高表示其對遊憩滿意度之評價愈高。而整體滿意度部份，則以遊客自行評分方式，範圍由 0 分至 100 分，填寫其主觀認定風景遊憩區應得之分數。

第二節 滿意度之影響因素

侯錦雄(1990)從許多滿意度的研究中發現，遊客不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度、偏好及動機，並以不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺。宋秉明(1983)提出影響遊客滿意度之五大因子：

一. 遊客內在的心理性因子

包括遊憩動機、遊憩目的、遊憩需求、心中期待、過去經驗、興趣、偏好、感受、敏感度、價值判斷、年齡、性別、教育程度及家庭、文化、經濟等背景。

二. 遊憩區社會環境因子

遇見之遊客人數多寡、次數與其遊客行為、遊客團體之大小與均質度、遊客的空間及時間分佈。

三. 遊憩區自然環境因子

環境的特殊性、環境景緻、面積大小、環境之易被破壞性、隱蔽性、環境的限制、環境的整潔與衛生。噪音、遊憩設施的數量、方便度、形式及外觀和位置、交通狀況。

四. 遊憩活動因子

遊憩活動的種類與數量、活動期間的衝突程度、設備與基本條件質量的適合度、活動進行中所受限制、遊憩所需的費用、時間與活動之安全性。

五. 其他因子

氣候、意外事件的發生、不明原因。

邱博賢(2003)探討休閒農場觀光意象、滿意度與行為意向之關聯中，提出觀光認知及情緒意象會正向影響遊客之遊憩滿意度，其研究結果顯示遊憩滿意度與觀光意象及重遊意願有顯著相關，即遊客對於休閒農場之滿意度會影響遊客對於主題意象塑造之印象深刻的程度；遊客之情緒亦會影響滿意度之評價。吳佩芬(1997)探討六福村主題園之遊客意象認知中，結果顯示遊客滿意度與遊客之主題意象呈現正向顯著關係，而遊客基本屬性之年齡與居住地對整體意象有顯著差異。

林若慧等人(2003)利用遊客滿意度為仲介變數來探討海岸型風景區之旅遊意象對遊客行為之影響，其研究結果為旅遊意象會經由遊客滿意度之仲介方式來影響遊客之重遊意願，即遊客之遊憩滿意度會正向影響其行為意圖。

第三節 容受力之定義

容受力的分析定義，起源於生態學家欲了解生態系統所能維持生存的動物量。生態學家 Odum(1971)以生態系統管理的觀念即認為容受力的定義為「生態環境所能支持生物品種的最大量」；之後容受力的討論持續不斷應用在各方面向，也不斷有類似之觀念與意涵被提出，因人類的活動型態與其他動物有所不同，容受力逐漸被用於探討人與環境間的關係。人為土地使用或資源利用，若超過自然體系之容受力，可能導致為資源耗竭、環境污染、天然災害等等，在土地規劃師之觀點，容受力可被解釋為：環境體系在不受嚴重破壞之條件下，所能承受之人口極限或實質開發程度。Bishop, et al. (1974)由區域性環境管理之層次為出發點，認為不應僅將容受力視為一地區在某一種資源供給觀點下，所能承受之人口數。

而涉及遊憩容受力之因素包括生態面、設施面、社會面及實質空間等，而依過去相關研究結果，遊憩容受力可概分為實質生態承載量及社會心理承載量兩大層面，但相關研究，多係單純考量生態與遊客容受力，而未納入當地居民之真實感受，致所獲結果有失客觀。因此，本研究以提高遊憩品質為目標，同時為維護觀光資源之永續發展，則著重在遊憩地區居民之知覺容受力，其關注內容則包括：

- 一. 居民對風景區發展或環境改變之態度。
- 二. 居民對自然環境與風景發展程度之價值觀。
- 三. 居民對其生活型態受改變之可接受度。
- 四. 居民對對未來的期望等議題。

第參章 研究方法

本計畫以問卷調查為主。為探求遊客實際滿意度、商家需求、主題活動效益與在地居民知覺感受等不同目的，在調查方式與問卷設計上則因目的不同而有所區分。

第一節 調查對象與時間

一. 地區旅遊服務滿意度調查

民國 99 年 6 月 1 日至 11 月 30 日間，到訪西拉雅國家風景區轄內遊憩據點之 12 歲以上遊客與各據點營業之商家。

二. 年度主題活動效益評估

參與西拉雅國家風景區主題活動的 12 歲以上遊客與商家。愛戀芒果活動時間為 99 年 7 月 3~4、10~11 日，共四日，地點為台南市立文化中心；蝴蝶遊樂園活動時間為 99 年 7 月 24~25、31 日與 8 月 1 日，共四日，地點為關子嶺紅葉公園。

三. 關子嶺地區居民知覺容受力調查

民國 99 年 6 月 1 日至 11 月 30 日間，居住在西拉雅國家風景區轄內，白河鎮關嶺里與仙草里之 12 歲以上居民。

第二節 調查流程

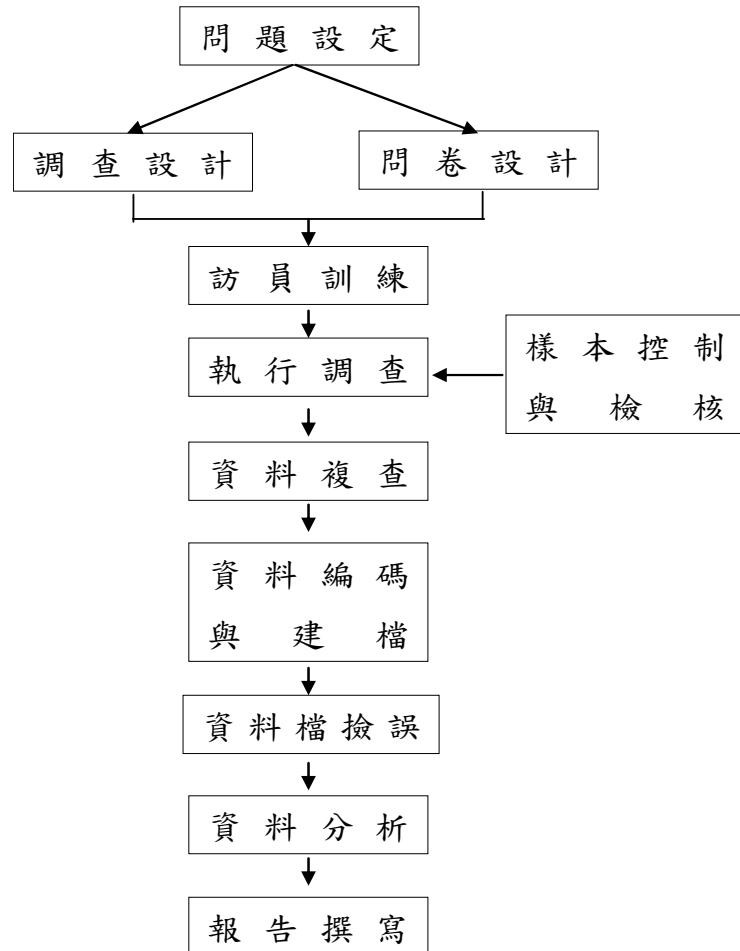


圖 3-1 執行流程圖

第三節 問卷調查設計

問卷調查設計之目的在於瞭解各種不同研究對象在西拉雅風景區轄區內的喜好與需求，同時藉由遊客的角度檢視目前風景區之天然條件與後天配合措施等現況。為了對於遊客的旅遊模式進行分析，同時瞭解遊客與目的地之間的現有資訊不對稱狀況，因此問卷調查成為瞭解轄區內遊客行為與需求的主要途徑。

問卷調查項目部分參酌「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問卷設計內容，去探討不同對象對於西拉雅國家風景區

區內的偏好、滿意度、重視度以及對於區內需改善軟、硬體之建議。本調查以「服務滿意度」為主軸。依據本中心數年來所承接的類似案件，並參酌該風景區的特色，調查內容將關注於以下數個議題：

表 3-1 研究調查內容

一、旅客基本資料	<ol style="list-style-type: none"> 1. 出發地點 2. 年齡 3. 教育程度 4. 工作別 5. 婚姻狀況 6. 月平均所得 7. 性別
二、旅遊特性與遊憩行為	<ol style="list-style-type: none"> 1. 旅遊前的資訊取得的難易程度 2. 風景區內食宿與交通遊憩資訊提供的豐富程度 3. 到訪據點 4. 預計遊玩地點 5. 選擇至該據點旅遊原因 6. 停留時間 7. 旅遊資訊來源 8. 交通工具 9. 住宿地點 10. 旅遊方式 11. 旅遊人數及同伴。
三、旅遊偏好	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對於風景區內偏好之活動項目調查 2. 旅遊主要動機。
四、服務及設施改善建議	<ol style="list-style-type: none"> 1. 所在與曾經到訪過景點之服務、設施滿意度與改善建議 2. 景點到訪次數與服務品質比較 3. 風景區所具之特色
五、風景區環境與特色	<ol style="list-style-type: none"> 1. 風景區環境整潔 2. 門票價格 3. 特色與活動主題是否突顯、能否吸引民眾。
六、整體評價	<ol style="list-style-type: none"> 1. 風景區整體評價 2. 是否推薦親友、與再次造訪的意願

第四節 調查方式

採用面訪方式，由本中心指定時間，派遣面訪員至指定調查地點，訪問方式由訪員依**便利抽樣法**，挑選適當的旅客作為受訪者，在獲得受訪者同意之後，一

對一進行訪問，原則上由受訪者自行閱讀問卷，訪員在旁解釋並協助填寫，若因受訪者在閱讀上有問題，則改由訪員全程解釋問卷。

第五節 資料檢覈控制

一. 問卷審核

訪員將問卷交回後，由督導負責問卷審核之工作，以確保調查對象正確及調查問項之完整。

二. 資料編碼及輸入

由研究人員利用本中心之 CATI 問卷輔助系統進行編碼及資料輸入工作。

三. 資料檢誤

資料完成電腦建檔後，研究人員依問卷設計撰寫程式，檢查問項內容是否不符邏輯或有不合理的資料。

第六節 分析架構

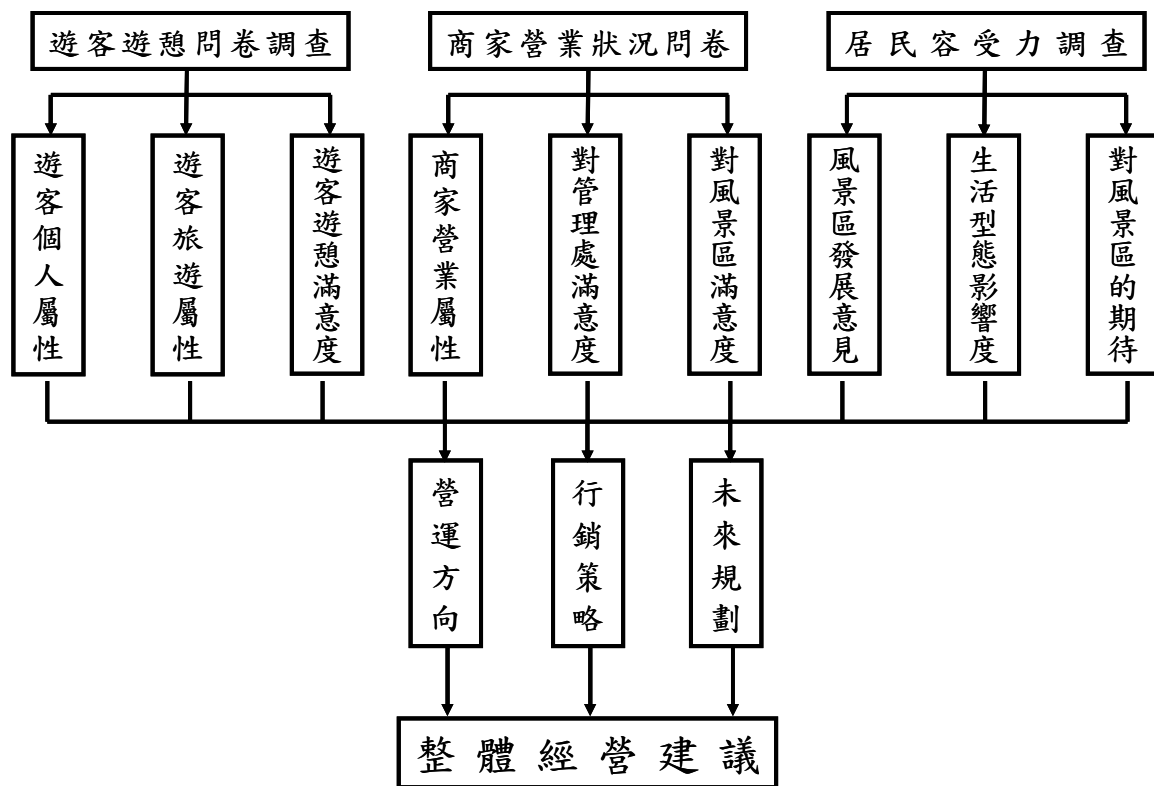


圖 3-2 分析架構圖

第七節 調查日期與數量

第一季調查成果，所有地區回收問卷共 2,913 份，扣除無效問卷 36 份後，有效問卷數共計 2,877 份，其中關子嶺地區調查日期為 6 月 19、27 日、7 月 10、11 與 19 日共 5 日，共回收有效問卷 636 份；烏山頭地區調查日期為 6 月 26~27 日、7 月 3~4、10~11、17~18 日共 8 日，共回收有效問卷 619 份；南化地區調查日期為 7 月 3~4、10~11、17~19 日共 7 日，共回收有效問卷 546 份；左鎮地區調查日期為 7 月 4、11、17 日共 3 日，共回收有效問卷 71 份；大埔地區調查日期為 7 月 24~25 日共 2 日，共回收有效問卷 121 份；楠西地區調查日期為 6 月 20 日、7 月 3~4 日共 3 日，共回收有效問卷 259 份；夏戀芒果活動調查日期為 7 月 3~4、10~11 日共 4 日，共回收有效問卷 625 份。

第二季調查成果，所有地區回收問卷共 3,149 份，扣除無效問卷 78 份後，有效問卷數共計 3,071 份，其中關子嶺地區調查日期為 7 月 31 日、8 月 1、14~15、

21~25 日共 9 日，共回收有效問卷 664 份；烏山頭地區調查日期為 8 月 7~8、14~15、23~25 日、9 月 3~4 日共 9 日，共回收有效問卷 648 份；南化地區調查日期為 8 月 21~25 日、9 月 24~27 日共 8 日，共回收有效問卷 339 份；左鎮地區調查日期為 9 月 3~6、24~25 日共 6 日，共回收有效問卷 188 份；大埔地區調查日期為 7 月 31 日、8 月 1、14~15、21~24 日、9 月 3~6、24~25 日共 14 日，共回收有效問卷 160 份；楠西地區調查日期為 8 月 7~8 日、9 月 3~6、24~27 日共 10 日，共回收有效問卷 517 份；蝴蝶遊樂園活動調查日期為 7 月 24~25、31 日與 8 月 1 日共 4 日，共回收有效問卷 555 份。

第三季調查成果，所有地區回收問卷共 3,381 份，扣除無效問卷 97 份後，有效問卷數共計 3,284 份，其中關子嶺地區調查日期為 10 月 2~5、23~24 日共 6 日，共回收有效問卷 735 份；烏山頭地區調查日期為 10 月 9~10、15~17、23~24 日、11 月 6~7、19~20 日共 11 日，共回收有效問卷 444 份；南化地區調查日期為 10 月 15~18、30~31 日、11 月 1 日共 7 日，共回收有效問卷 362 份；左鎮地區調查日期為 10 月 9~10、11 月 21~22 日共 4 日，共回收有效問卷 212 份；大埔地區調查日期為 10 月 2~5、15~17、30~31 日共 9 日，共回收有效問卷 349 份；楠西地區調查日期為 10 月 3~4、9~10、23~24 日共 6 日，共回收有效問卷 572 份；關子嶺居民知覺容受力調查日期為 10 月 4~5、30~31 日與 11 月 20~21 日共 6 日，共回收有效問卷 610 份。問卷數量統計結果如下表：

表 3-2 各地區調查景點問卷數量統計

地區	第一季份數	第二季份數	第三季份數	合計份數
關子嶺地區	636	664	735	2489
關子嶺溫泉區	267	253	251	1225
水火同源	162	138	202	502
嶺頂公園	36	18	10	64
紅葉公園	-	12	21	33
大仙寺	54	117	169	340
碧雲寺	49	85	52	186
竹門綠色隧道	35	1	-	36
商家問卷	33	40	30	103
烏山頭地區	619	648	444	1711
烏山頭水庫	588	608	401	1597
台南藝術大學	31	40	43	114
南化地區	546	339	362	1247
烏山獼猴保護區	142	34	27	203
厚德紫竹寺	394	270	249	913
龍湖寺	-	-	10	10
南化運動公園	-	5	-	5
龍麟山步道	-	30	60	90
商家問卷	10	0	16	26
左鎮地區	71	188	212	471
萊寮化石館	-	66	70	136
噶瑪噶居寺	71	34	69	174
台南縣自然史教育館	-	88	61	149
商家問卷	-	-	12	12
大埔地區	121	160	349	630
大埔老街	15	44	132	191
大埔拱橋	28	14	43	85
湖濱公園	30	49	105	184
情人公園	-	42	48	90
曾文管理站	33	-	21	54
商家問卷	15	11	-	26
楠西地區	259	517	572	1348
曾文水庫	29	64	193	286
梅嶺休閒農業區	137	414	172	723
玄空法寺	93	11	177	281
商家問卷	-	28	30	58
夏戀芒果活動	625	-	-	625
台南市文化中心	612	-	-	612
商家問卷	13	-	-	13
蝴蝶遊樂園	-	555	-	555
紅葉公園	-	555	-	555
關子嶺居民 知覺容受力調查	-	-	610	610
關嶺里	-	-	294	294
仙草里	-	-	316	316

第八節 問卷分析方法

一. 敘述分析

針對問卷各題問項，利用次數與百分比分析所呈現之數據，了解各區域之特性與趨勢消長。並進行各區域比較。

二. 交叉分析

依據受訪者年齡、教育程度、工作別、婚姻狀況、個人每月平均所得、性別等區隔屬性，對各項具分析意義之應變項，進行交叉分析，並透過卡方檢定以檢驗各自變項與其應變項間之關連性。本調查報告中之檢定結果，僅列舉達到統計上顯著差異之基本屬性予以說明。

三. 趨勢分析

在地區旅遊服務滿意度調查部分，以三季之調查資料進行趨勢分析，以了解遊客至西拉雅國家風景區的旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度之變化。

四. 優弱勢分析

在地區旅遊服務滿意度調查部分，利用迴歸分析，了解影響遊客對西拉雅國家風景區各景點整體滿意度之優弱勢分析。迴歸分析用來描述一個應變項與多個自變項之間的關係，本調查以遊客的整體滿意度為應變數，各項服務指標滿意度為自變數，分析公式如下：

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{11} X_{11}$$

其中 Y 為整體滿意度， X_1, X_2, \dots, X_{11} 為 11 項服務滿意度指標， β_0 為常數項， $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_{11}$ 為各項指標之係數值，其值越大，顯示該指標對於整體滿意度影響力越大。

透過迴歸分析，描繪各項服務指標滿意度以及其對整體滿意度影響力於平面上，其意義說明如下：

1. 第一象限：表示該指標滿意比例高、且對整體滿意度影響力高，為優勢指標，意指該風景區之該項服務指標具有優勢，需繼續保持。
2. 第二象限：表示該指標滿意比例高、但對整體滿意度影響力較低，為機會指標，意指該風景區之該項服務指標，除需繼續保持，並設法發展成特色以加強整體滿意度
3. 第三象限：表示該指標滿意比例低、對整體滿意度影響力也低，為威脅指標，意指該風景區之該項服務指標對整體滿意度影響力低，但對於風景區而言，是將面臨弱勢威脅的指標。

4. 第四象限：表示該指標滿意比例低、對整體滿意度影響力也高，為弱勢指標，意指該風景區之服務指標對淪為弱勢，需立即改善。

五. 信效度分析

本調查為保持研究之品質，問卷設計依照「遊客調查統計作業參考手冊」進行調整，並經由專家與委託單位商討後定案，以符合實際需求，因此具有一定之專家效度。

而信度方面，本調查針對滿意度部份以進行記分方式，在地區旅客問卷部份，旅客對景點的滿意度採 4 分計分，也就是由『非常滿意』至『非常不滿意』，分別給予 4、3、2、1 分的評價(為與遊客調查統計作業參考手冊一致，無普通選項)，平均為 2.5 分。而對花費滿意度部份，則採 5 分計分方式(有普通選項，得 3 分)，平均為 3 分。

本研究採 α 係數(Cronbach α)計算各項目分數之信度， α 係數為史丹福大學(Stanford University)柯隆巴克(Lee J. Cronbach) 教授於 1951 年所發展，依公式估量測驗的內部一致性，作為信度的指標。其公式如下：

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

其中 K 為測驗人數， σ_X^2 為所有測驗得分選項之變異數， $\sigma_{Y_i}^2$ 為第 i 個測驗者的得分之變異數，本次調查檢驗結果信度顯示，受訪者回答問卷的可信度極高。但商家部份因樣本數過少，因此信度較為不穩定，在此不予列出，將在後續的調查中增加樣本數以穩定其結果。

表 3-3 各地區遊客調查問卷信度分析

地區	項目	第一季	第二季	第三季
		信度	信度	信度
關子嶺地區	景點滿意度	0.919	0.860	0.889
	花費滿意度	0.822	0.819	0.878
烏山頭地區	景點滿意度	0.943	0.931	0.888
	花費滿意度	0.815	0.911	0.893
南化地區	景點滿意度	0.904	0.850	0.839
	花費滿意度	0.806	0.795	0.789
左鎮地區	景點滿意度	0.841	0.841	0.848
	花費滿意度	0.813	0.900	0.861
大埔地區	景點滿意度	0.871	0.966	0.933
	花費滿意度	0.842	0.909	0.901
楠西地區	景點滿意度	0.831	0.861	0.904
	花費滿意度	0.848	0.881	0.852
夏戀芒果活動	景點滿意度	0.895	-	-
	花費滿意度	0.822	-	-
蝴蝶遊樂園活動	活動滿意度	-	0.822	-
	花費滿意度	-	0.821	-
關子嶺居民 知覺容受力調查	知覺容受度	-	-	0.793

第肆章 關子嶺地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本次研究於關子嶺地區共計完成 1,932 份有效問卷，其中第一季為 603 份，第二季為 624 份，第三季為 705 份。

(一)性別方面，男性佔 49.5%，女性佔 50.5%。

(二)年齡方面，三季皆以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，兩季總和分別佔所有受訪者的 22.1%與 21.1%。

(三)教育程度方面，三季皆以大學程度者為最多，總和佔 35.0%，其次為高中職，佔 27.8%。

(四)職業方面，三季調查以學生的受訪者最多，總和比例為 24.0%，其次為服務業與技術、助理人員，各佔 12.5%與 10.2%。學生於第三季的比例(19.6%)明顯低於前兩季(第一季 23.7%，第二季 29.3%)。

(五)個人月收入方面，三季皆以未有經常性收入者最多，總和共佔 28.9%，其次為 2~3 萬元者佔 15.6%，再其次為 3~4 萬元，佔 14.6%。

(六)婚姻狀況兩季總和以未婚者 49.5%略多於已婚者。除第三季外，未婚者多於已婚者

表 4-1 受訪遊客屬性(關子嶺地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	310	51.4%	309	49.5%	338	47.9%	957	49.5%
	女	293	48.6%	315	50.5%	367	52.1%	975	50.5%
年齡	12~14 歲	37	6.1%	48	7.7%	16	2.3%	101	5.2%
	15~19 歲	74	12.3%	84	13.5%	63	8.9%	221	11.4%
	20~24 歲	67	11.1%	79	12.7%	87	12.3%	233	12.1%
	25~29 歲	86	14.3%	62	9.9%	101	14.3%	249	12.9%
	30~39 歲	134	22.2%	120	19.2%	173	24.5%	427	22.1%
	40~49 歲	123	20.4%	135	21.6%	155	22.0%	413	21.4%
	50~59 歲	57	9.5%	64	10.3%	82	11.6%	203	10.5%
	60 歲及以上	25	4.1%	32	5.1%	28	4.0%	85	4.4%
學歷	國小及以下	22	3.6%	34	5.4%	27	3.8%	83	4.3%
	國(初中)	56	9.3%	59	9.5%	49	7.0%	164	8.5%
	高中、職	173	28.7%	179	28.7%	185	26.2%	537	27.8%
	專科	83	13.8%	84	13.5%	126	17.9%	293	15.2%
	大學	198	32.8%	221	35.4%	257	36.5%	676	35.0%
	研究所及以上	65	10.8%	43	6.9%	54	7.7%	162	8.4%
	未填寫或漏答	6	1.0%	4	0.6%	7	1.0%	17	0.9%
職業	軍公教人員(公立學校教師)	72	11.9%	55	8.8%	71	10.1%	198	10.2%
	民意代表、企業經理人員	5	0.8%	11	1.8%	9	1.3%	25	1.3%
	專業人員	49	8.1%	37	5.9%	49	7.0%	135	7.0%
	技術員及助理專業人員	58	9.6%	58	9.3%	99	14.0%	215	11.1%
	事務工作人員	27	4.5%	32	5.1%	33	4.7%	92	4.8%
	服務工作人員及售貨員	72	11.9%	82	13.1%	87	12.3%	241	12.5%
	農、林、漁、牧工作人員	8	1.3%	14	2.2%	14	2.0%	36	1.9%
	生產工人、機械工及體力工	21	3.5%	20	3.2%	26	3.7%	67	3.5%
	家庭管理(料理家務)	55	9.1%	38	6.1%	71	10.1%	164	8.5%
	未就業、待業中	7	1.2%	14	2.2%	11	1.6%	32	1.7%
	退休人員	22	3.6%	34	5.4%	28	4.0%	84	4.3%
	學生	143	23.7%	183	29.3%	138	19.6%	464	24.0%
	其他	51	8.5%	35	5.6%	59	8.4%	145	7.5%
	未填寫或漏答	13	2.2%	11	1.8%	10	1.4%	34	1.8%
婚姻狀況	未婚	324	53.7%	324	51.9%	308	43.7%	956	49.5%
	已婚	261	43.3%	293	47.0%	382	54.2%	936	48.4%
	其他	8	1.3%	4	0.6%	7	1.0%	19	1.0%
	未填寫或漏答	10	1.7%	3	0.5%	8	1.1%	21	1.1%
個人收入	無經常性收入或沒有收入	160	26.5%	222	35.6%	176	25.0%	558	28.9%
	未滿 2 萬元	68	11.3%	55	8.8%	77	10.9%	200	10.4%
	2 萬元~未滿 3 萬元	89	14.8%	79	12.7%	134	19.0%	302	15.6%
	3 萬元~未滿 4 萬元	82	13.6%	80	12.8%	120	17.0%	282	14.6%
	4 萬元~未滿 5 萬元	64	10.6%	64	10.3%	74	10.5%	202	10.5%
	5 萬元~未滿 7 萬元	51	8.5%	58	9.3%	44	6.2%	153	7.9%
	7 萬元~未滿 10 萬元	39	6.5%	21	3.4%	29	4.1%	89	4.6%
	10 萬元以上	12	2.0%	19	3.0%	21	3.0%	52	2.7%
	未填寫或漏答	38	6.3%	26	4.2%	30	4.3%	94	4.9%
總和	603	100.0%	624	100.0%	705	100.0%	1,932	100.0%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾三季共佔 56.3%，三次調查以第三季比例最高，達 61.0%，不知道的民眾則佔 43.7%。而在知道「西拉雅國家風景區」的 1,082 位民眾中，以『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』的比例最高，佔 20.8%。其次依序為『高速公路看板、路標』佔 14.7%，『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』佔 12.3%，『親友、同事、同學』佔 12.1%，『電腦網路』佔 9.5%，『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔 8.1%，其餘項則未達 4.0%。各項的比例，除『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』在第二季略低外，其餘皆無顯著差異，『高速公路看板、路標』、『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』與『電腦網路』則有逐漸上升的趨勢。

表 4-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	325	54.5%	329	52.7%	428	61.0%	1,082	56.3%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	138	23.2%	103	16.5%	159	22.6%	400	20.8%
高速公路看板、路標	80	13.4%	89	14.3%	114	16.2%	283	14.7%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	65	10.9%	79	12.7%	92	13.1%	236	12.3%
親友、同事、同學	75	12.6%	68	10.9%	89	12.7%	232	12.1%
電腦網路	49	8.2%	57	9.1%	77	11.0%	183	9.5%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	44	7.4%	42	6.7%	69	9.8%	155	8.1%
旅遊展覽	3	0.5%	5	0.8%	15	2.1%	23	1.2%
旅行社	4	0.7%	3	0.5%	6	0.9%	13	0.7%
其他	15	2.5%	22	3.5%	15	2.1%	52	2.7%
不知道	271	45.5%	295	47.3%	274	39.0%	840	43.7%
有效回答人數	596	100.0%	624	100.0%	702	100.0%	1,922	100.0%
未填寫或漏答	7	-	-	-	3	-	10	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『**南部地區**』的旅客為最多，佔 70.8%，其次依序為『中部旅客』佔 15.9%，『北部旅客』佔 12.6%。在南部的旅客當中，以『台南縣市』的旅客佔較多數，有 37.5%，而第三季南部地區比例(78%)增加明顯，但『台南縣市』比例由第一季的 41.4%減少至第二季的 31.0%後回到第三季的 39.9%，而高雄縣市、嘉義縣市則持續增加。

表 4-3 旅客出發地點(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	89	15.0%	108	17.3%	46	6.5%	243	12.6%
中部地區	100	16.8%	98	15.7%	107	15.2%	305	15.9%
南部地區	398	67.0%	413	66.3%	550	78.0%	1,361	70.8%
嘉義縣市	52	8.8%	97	15.6%	120	17.0%	269	14.0%
台南縣市	246	41.4%	193	31.0%	281	39.9%	720	37.5%
高雄縣市	94	15.8%	112	18.0%	130	18.4%	336	17.5%
屏東縣	6	1.0%	11	1.8%	19	2.7%	36	1.9%
東部與其他地區	7	1.2%	4	0.6%	2	0.3%	13	0.7%
有效回答總和	594	100.0%	623	100.0%	705	100.0%	1,922	100.0%
未填寫或漏答	9	-	1	-		-	10	-

(三)旅客旅遊方式

在受訪者當中，兩季總和以『家庭旅遊』居多，佔 44.0%，其中第二、三季較第一季降低約 4%，其次為『朋友、同事旅遊』，佔 20.4%，第二、三季較第一季降低約 6.1%、『夫妻、情侶旅遊』佔 14.4%，三季內呈現逐漸上升的趨勢。

表 4-4 旅客旅遊方式(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家庭旅遊	279	46.8%	265	42.5%	302	42.9%	846	44.0%
朋友、同事旅遊	149	25.0%	118	18.9%	126	17.9%	393	20.4%
夫妻、情侶旅遊	58	9.7%	89	14.3%	131	18.6%	278	14.4%
宗教朝聖	30	5.0%	46	7.4%	61	8.7%	137	7.1%
同學旅遊	26	4.4%	30	4.8%	30	4.3%	86	4.5%
參加其他團體舉辦的旅遊	20	3.4%	31	5.0%	18	2.6%	69	3.6%
個人旅遊	16	2.7%	15	2.4%	9	1.3%	40	2.1%
旅行社套裝旅遊	3	0.5%	12	1.9%	6	0.9%	21	1.1%
其他	15	2.5%	18	2.9%	21	3.0%	54	2.8%
有效回答總和	596	100.0%	624	100.0%	704	100.0%	1,924	100.0%
未填寫或漏答	7	-		-	1	-	8	-

(四)旅客資訊取得管道

調查結果顯示，兩季在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾總計有 76.6%，三季都在七成以上水準，未曾索取者有 23.4%；而獲得景點的資訊的方式，主要是以『親友、同事、同學』間的口耳相傳為主，佔 38.6%，但有逐季減低的趨勢，其餘依次則為『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔 15.8%；『電腦網路』佔 15.0%。

表 4-5 旅客資訊取得管道（關子嶺地區）

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	474	80.5%	454	73.5%	530	76.0%	1,458	76.6%
親友、同事、同學	276	46.9%	224	36.2%	234	33.6%	734	38.6%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	89	15.1%	88	14.2%	124	17.8%	301	15.8%
電腦網路	74	12.6%	102	16.5%	110	15.8%	286	15.0%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	44	7.5%	58	9.4%	52	7.5%	154	8.1%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	20	3.4%	27	4.4%	45	6.5%	92	4.8%
旅遊展覽	10	1.7%	16	2.6%	14	2.0%	40	2.1%
旅行社	11	1.9%	9	1.5%	11	1.6%	31	1.6%
其他	35	5.9%	24	3.9%	63	9.0%	122	6.4%
未曾索取	115	19.5%	164	26.5%	167	24.0%	446	23.4%
有效回答人數	589	100.0%	618	100.0%	697	100.0%	1,904	100.0%
未填寫或漏答	14	-	6	-	8	-	28	-

(五)使用交通工具

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要交通工具是以『自小客車』為主，佔 71.1%，其餘依次為『大型遊覽車』佔 8.1%、『機車』機車佔 7.4%、『徒步』佔 4.5%、『旅遊專車』佔 2.9%。『機車』在第二季(8.2%)提昇到次位，其餘則差異不大。

表 4-6 使用交通工具(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	1532	70.7%	1495	68.8%	1747	73.6%	4,774	71.1%
機車	143	6.6%	178	8.2%	222	9.4%	543	8.1%
大型遊覽車	161	7.4%	176	8.1%	163	6.9%	500	7.4%
徒步	103	4.8%	110	5.1%	86	3.6%	299	4.5%
旅遊專車	61	2.8%	76	3.5%	55	2.3%	192	2.9%
自行車、協力車	89	4.1%	27	1.2%	42	1.8%	158	2.4%
公、民營客運	31	1.4%	42	1.9%	33	1.4%	106	1.6%
出租汽車	33	1.5%	50	2.3%	20	0.8%	103	1.5%
計程車	9	0.4%	13	0.6%	5	0.2%	27	0.4%
其他	4	0.2%	5	0.2%	1	0.0%	10	0.1%
總分	2166	100.0%	2172	100.0%	2374	100.0%	6,712	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六) 選擇景點原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主，佔 28.8%，其次為『親友推薦』，佔 10.8%、『距離遠近、假期長短』，佔 9.4%。『親友推薦』，有逐季降低的趨勢，且第三季降至第六位，另外『運動健身』在第一季有 11.2%，但在第二季降至 6.5%，是變動幅度較大的部份。

表 4-7 選擇景點原因(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	768	27.9%	796	28.3%	917	30.2%	2,481	28.8%
親朋好友推薦	356	12.9%	334	11.9%	236	7.8%	926	10.8%
距離遠近、假期長短	229	8.3%	270	9.6%	312	10.3%	811	9.4%
順道而來	241	8.8%	250	8.9%	280	9.2%	771	9.0%
運動健身	309	11.2%	184	6.5%	245	8.1%	738	8.6%
宗教活動	168	6.1%	272	9.7%	255	8.4%	695	8.1%
遊憩設施	123	4.5%	177	6.3%	191	6.3%	491	5.7%
品嚐當地美食	172	6.3%	172	6.1%	139	4.6%	483	5.6%
交通便利	126	4.6%	135	4.8%	146	4.8%	407	4.7%
文化巡禮	69	2.5%	89	3.2%	133	4.4%	291	3.4%
學校、公司或參加的團體安排	100	3.6%	61	2.2%	68	2.2%	229	2.7%
行銷推廣活動或節慶表演節目	29	1.1%	26	0.9%	66	2.2%	121	1.4%
配合國民旅遊卡措施	5	0.2%	12	0.4%	4	0.1%	21	0.2%
其他	56	2.0%	34	1.2%	44	1.4%	134	1.6%
總分	2,751	100.0%	2,815	100.0%	3,040	100.0%	8,606	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『3 至 5 人』(43.0%)，其次為『6 至 10 人』(20.7%)，另外『兩人同行』由第一季的 9.7% 增加到第三季的 20.3%，『11 至 20 人』由第一季的 20.6% 減少到第三季的 5.4%，是變動幅度較大的兩項。而主要的同伴則為『家人』(59.9%)，其次為『朋友、同事』(32.5%)。顯示關子嶺地區的主力旅遊方式仍是以家庭旅遊為主。

表 4-8 同行人數(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	3	0.5%	13	2.2%	5	0.8%	21	1.2%
兩人同行	53	9.7%	94	16.2%	132	20.3%	279	15.7%
3 至 5 人	214	39.0%	262	45.0%	290	44.6%	766	43.0%
6 至 10 人	117	21.3%	120	20.6%	131	20.2%	368	20.7%
11 至 20 人	113	20.6%	41	7.0%	35	5.4%	189	10.6%
21 至 30 人	9	1.6%	32	5.5%	12	1.8%	53	3.0%
31 人以上	40	7.3%	20	3.4%	45	6.9%	105	5.9%
總和	549	100.0%	582	100.0%	650	100.0%	1,781	100.0%
未填寫或漏答	54	-	42	-	55	-	151	-

表 4-9 同伴屬性(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	339	57.8%	393	60.9%	412	60.6%	1,144	59.9%
朋友、同事	204	34.8%	209	32.4%	208	30.6%	621	32.5%
同學	34	5.8%	32	5.0%	47	6.9%	113	5.9%
其他	9	1.5%	11	1.7%	13	1.9%	33	1.7%
回答總個數	586	100.0%	645	100.0%	680	100.0%	1,911	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『關子嶺溫泉區』(39.7%)，其餘依次為『水火同源』(27.3%)，『大仙寺』(13.1%)，『碧雲寺』(9.7%)。三季比較『關子嶺溫泉區』逐季降低約 11.3%，但『大仙寺』增加 13.5%、『水火同源』增加 4.5%。

表 4-10 主要遊覽景點(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
關子嶺溫泉區	270	44.8%	237	38.0%	236	33.5%	743	39.7%
水火同源	143	23.7%	169	27.1%	199	28.2%	511	27.3%
大仙寺	29	4.8%	103	16.5%	114	16.2%	246	13.1%
碧雲寺	50	8.3%	78	12.5%	53	7.5%	181	9.7%
白河(竹門)綠色隧道	43	7.1%	1	0.2%	-	-	44	2.4%
嶺頂公園	-	-	3	0.5%	13	1.8%	36	1.9%
紅葉公園	4	0.7%	10	1.6%	7	1.0%	21	1.1%
白河水庫	-	-	8	1.3%	4	0.6%	16	0.9%
白荷陶坊	-	-	-	-	2	0.3%	10	0.5%
關子嶺登山步道	1	0.2%	-	-	8	1.1%	9	0.5%
烏山頭水庫	-	-	-	-	9	1.3%	9	0.5%
崁頂福安宮	1	0.2%	1	0.2%	5	0.7%	7	0.4%
孚佑宮仙公廟	3	0.5%	2	0.3%	2	0.3%	7	0.4%
走馬瀨農場	3	0.5%	-	-	1	0.1%	4	0.2%

(二)計畫遊覽景點

而在關子嶺地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『水火同源』(46.4%)，其餘依次為『關子嶺溫泉區』(45.7%)，『碧雲寺』(25.5%)、『大仙寺』(23.3%)、『紅葉公園』(9.6%)、『關子嶺登山步道』(9.4%)、『白河水庫』(8.2%)。三季比較『關子嶺溫泉區』增加16.3%。

表 4-11 計畫遊覽景點(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
水火同源	293	48.6%	307	49.2%	296	42.0%	896	46.4%
關子嶺溫泉區	214	35.5%	303	48.6%	365	51.8%	882	45.7%
碧雲寺	155	25.7%	144	23.1%	194	27.5%	493	25.5%
大仙寺	105	17.4%	170	27.2%	175	24.8%	450	23.3%
紅葉公園	55	9.1%	51	8.2%	80	11.3%	186	9.6%
關子嶺登山步道	56	9.3%	51	8.2%	75	10.6%	182	9.4%
白河水庫	67	11.1%	51	8.2%	41	5.8%	159	8.2%
白河(竹門)綠色隧道	61	10.1%	45	7.2%	18	2.6%	124	6.4%
嶺頂公園	30	5.0%	35	5.6%	35	5.0%	100	5.2%
崁頂福安宮	15	2.5%	21	3.4%	33	4.7%	69	3.6%
白荷陶坊	33	5.5%	20	3.2%	12	1.7%	65	3.4%
烏山頭水庫	22	3.6%	15	2.4%	21	3.0%	58	3.0%
大凍山	10	1.7%	20	3.2%	16	2.3%	46	2.4%
孚佑宮仙公廟	17	2.8%	12	1.9%	15	2.1%	44	2.3%
曾文水庫	20	3.3%	14	2.2%	9	1.3%	43	2.2%
六重溪溫泉	9	1.5%	15	2.4%	15	2.1%	39	2.0%
虎頭埤水庫	14	2.3%	7	1.1%	7	1.0%	28	1.4%
尖山埤江南渡假村	16	2.7%	4	0.6%	7	1.0%	27	1.4%
仙公廟(鎮南宮)	10	1.7%	12	1.9%	4	0.6%	26	1.3%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，20人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

調查遊客主要停留時間為『半天(4 小時以下)』(48.3%)，其次為『1 天(4 小時以上)，不過夜』(31.6%)，此兩項於第二季皆較為減少但第三季皆回到第一季的水準。而選擇的住宿方式以『旅館』為最多數，共有 282 人，佔所有受訪者的 14.8%，而三季比較，則第三季的住宿比例是最高的。

表 4-12 預計停留時間(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4 小時以下)	297	50.2%	276	44.6%	349	50.0%	922	48.3%
1 天(4 小時以上)，不過夜	188	31.8%	179	28.9%	236	33.8%	603	31.6%
2 天 1 夜	98	16.6%	131	21.2%	108	15.5%	337	17.7%
3 天 2 夜	9	1.5%	32	5.2%	3	0.4%	44	2.3%
4 天 3 夜	-	-	1	0.2%	-	-	1	0.1%
5 天以上	-	-	-	-	2	0.3%	2	0.1%
總和	592	100.0%	619	100.0%	698	100.0%	1,909	100.0%
未填答或漏答	11	-	5	-	7	-	23	-

表 4-13 主要住宿方式(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	442	75.0%	411	66.1%	534	77.2%	1,387	72.9%
旅館	72	12.2%	116	18.6%	94	13.6%	282	14.8%
親友家(含自家)	43	7.3%	34	5.5%	29	4.2%	106	5.6%
民宿	19	3.2%	42	6.8%	22	3.2%	83	4.4%
招待所或活動中心	3	0.5%	15	2.4%	5	0.7%	23	1.2%
露營	2	0.3%	1	0.2%	5	0.7%	8	0.4%
其他(請說明)	8	1.4%	3	0.5%	3	0.4%	14	0.7%
總和	589	100.0%	622	100.0%	692	100.0%	1,903	100.0%
未填答或漏答	14	-	2	-	13	-	29	-

(四)重遊意願

訪問遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(95.1%)，僅 4.9%的民眾表示不願意。而不願意的理由有『缺乏特色』28 人，『遊憩設備差』23 人，『交通不便』19 人。第二季不願意的比例(7.8%)略大於第一(3.4%)、三季(3.7%)。

表 4-14 重遊意願(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	573	96.6%	571	92.2%	669	96.3%	1,813	95.1%
不願意	20	3.4%	48	7.8%	26	3.7%	94	4.9%
缺乏特色	6	1.0%	11	1.8%	11	1.6%	28	1.5%
遊憩設施差	7	1.2%	9	1.5%	7	1.0%	23	1.2%
交通不便	2	0.3%	15	2.4%	2	0.3%	19	1.0%
花費太高	-	-	3	0.5%	2	0.3%	5	0.3%
環境髒亂	-	-	2	0.3%	2	0.3%	4	0.2%
交通壅塞	-	-	-	-	1	0.1%	1	0.1%
其他	8	1.3%	12	1.9%	7	1.0%	27	1.4%
有效回答數	593	100.0%	619	100.0%	695	100.0%	1,907	100.0%
未填答或漏答	10	-	5	-	10	-		-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五) 偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『自然賞景活動』為最多(84.6%)，其次為『其他休閒活動』(71.9%)。而在各細項中『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』為各項目之冠，佔 57.8%，其次為『泡溫泉、做 SPA』，佔 45.1%。其餘依次為『觀賞文化古蹟』(36.5%)、『露營、登山、森林步道健行(含散步)』(35.4%)、『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(28.0%)。其中『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』、『泡溫泉、做 SPA』與『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』皆以第二季的比例較高，且差異較大，其餘結構三季則並無太大差異。

(六) 遊客滿意度

本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『環境美化綠化』(3.17)、『營業商店人員之服務態度』(3.17)與『景點服務人員之服務態度』(3.16)，而較低的三項分別為『停車位數量』(2.93)、『營業商店之產品售價』(2.94)、『提供之旅遊資訊服務』(2.97)。第三季(2.96)的得分整體來看，低於第一(2.96)、二季(3)。

表 4-15 遊客偏好活動(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	517	87.3%	523	84.5%	573	82.3%	1,613	84.6%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	330	55.7%	385	62.2%	387	55.6%	1,102	57.8%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	204	34.5%	227	36.7%	245	35.2%	676	35.4%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	106	17.9%	145	23.4%	94	13.5%	345	18.1%
觀賞日出、星象等自然景觀	69	11.7%	103	16.6%	59	8.5%	231	12.1%
其他	7	1.2%	12	1.9%	20	2.9%	39	2.0%
文化體驗活動	341	57.6%	376	60.7%	431	61.9%	1,148	60.2%
觀賞文化古蹟	193	32.6%	245	39.6%	258	37.1%	696	36.5%
宗教活動	85	14.4%	91	14.7%	106	15.2%	282	14.8%
節慶活動及表演節目欣賞	44	7.4%	62	10.0%	94	13.5%	200	10.5%
農特展	54	9.1%	43	6.9%	50	7.2%	147	7.7%
農村生活體驗	44	7.4%	50	8.1%	42	6.0%	136	7.1%
參觀農村、聚落	44	7.4%	42	6.8%	49	7.0%	135	7.1%
傳統技藝學習	26	4.4%	48	7.8%	35	5.0%	109	5.7%
原住民文化體驗	31	5.2%	41	6.6%	27	3.9%	99	5.2%
其他	7	1.2%	4	0.6%	14	2.0%	25	1.3%
運動型活動	211	35.6%	203	32.8%	227	32.6%	641	33.6%
自行車	134	22.6%	139	22.5%	152	21.8%	425	22.3%
球類運動	37	6.3%	38	6.1%	35	5.0%	110	5.8%
其他	41	6.9%	34	5.5%	51	7.3%	126	6.6%
遊樂園活動	141	23.8%	159	25.7%	180	25.9%	480	25.2%
一般遊樂活動	98	16.6%	116	18.7%	120	17.2%	334	17.5%
機械遊樂活動	38	6.4%	42	6.8%	39	5.6%	119	6.2%
其他	9	1.5%	9	1.5%	29	4.2%	47	2.5%
其他休閒活動	373	63.0%	489	79.0%	510	73.3%	1,372	71.9%
泡溫泉、做 SPA	184	31.1%	338	54.6%	338	48.6%	860	45.1%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	154	26.0%	202	32.6%	178	25.6%	534	28.0%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	105	17.7%	122	19.7%	109	15.7%	336	17.6%
環湖賞景	88	14.9%	113	18.3%	95	13.6%	296	15.5%
商圈徒步購物	67	11.3%	77	12.4%	84	12.1%	228	12.0%
觀光果園參觀活動	44	7.4%	57	9.2%	59	8.5%	160	8.4%
其他	5	0.8%	3	0.5%	7	1.0%	15	0.8%
都不喜歡，沒有特別的感覺	11	1.9%	5	0.8%	9	1.3%	25	1.3%

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

表 4-16 遊客滿意度(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	441	3.20	436	3.18	495	3.15	1,372	3.17
2. 營業商店之產品售價	428	3.00	412	2.93	479	2.89	1,319	2.94
3. 營業商店之環境衛生	446	3.01	448	3.00	513	2.92	1,407	2.98
4. 景點服務人員之服務態度	456	3.16	463	3.20	508	3.13	1,427	3.16
5. 景點內服務設施	515	3.08	538	3.07	601	2.97	1,654	3.04
6. 景點內空間設計	530	3.08	546	3.08	618	2.99	1,694	3.06
7. 引導指標或動線安排	544	3.03	567	3.07	633	2.95	1,744	3.01
8. 環境美化綠化	573	3.17	597	3.24	662	3.11	1,832	3.17
9. 環境整潔	579	3.08	591	3.13	669	2.99	1,839	3.06
10. 停車位數量	569	2.94	564	2.98	654	2.87	1,787	2.93
11. 廁所清潔程度	514	2.99	518	3.05	584	2.92	1,616	2.98
12. 提供之旅遊資訊服務	476	2.96	486	3.00	559	2.96	1,521	2.97

註：本題非常滿意為 4 分、滿意為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中皆屬於優勢指標，應持續保持服務的優勢性。

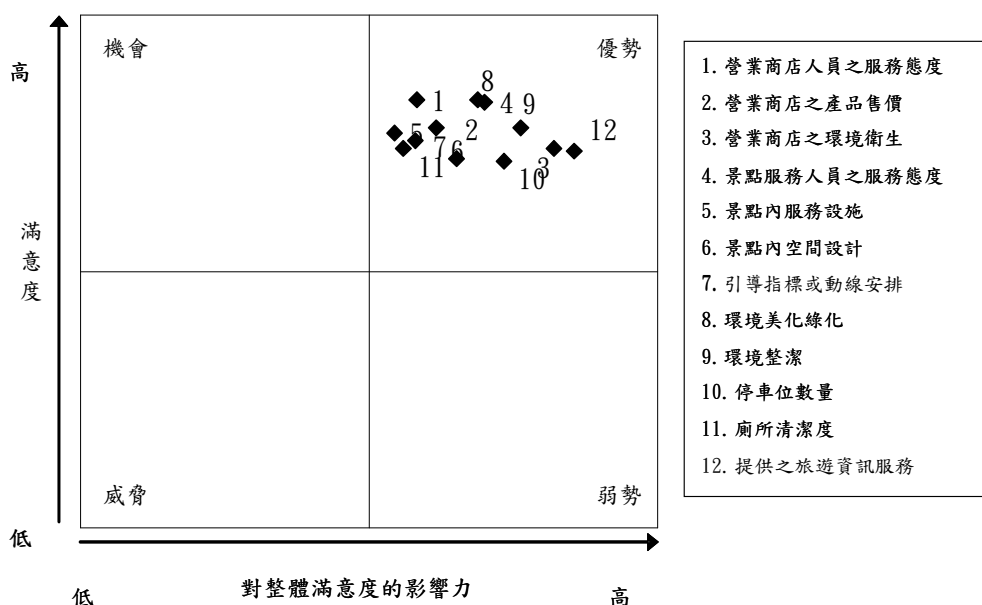


圖 4-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(關子嶺地區)

而在差異度分析方面，首先在年齡層方面，60 歲以上的遊客在『營業商店人員之服務態度』、『停車位數量』等二項滿意度較其他年齡層為低，12~14 歲的遊客在『營業商店之環境衛生』滿意度較其他年齡層為低，學歷在國初中者對『景點內服務設施』、『提供之旅遊資訊服務』等二項滿意度較其他學歷為高；未婚者對『景點內空間設計』、『引導指標或動線安排』、『環境美化綠化』等三項較已婚者的滿意度為高，最後，收入 3 萬元~未滿 4 萬元對於『景點內服務設施』較其他收入層為低，收入 5 萬元~未滿 7 萬元對於『景點內空間設計』、『環境美化綠化』較其他收入層為低。

表 4-17 遊客滿意度與基本屬性交叉分析(關子嶺地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
年齡	1. 營業商店人員之服務態度	0.028	60 歲及以上低於其他
	3. 營業商店之環境衛生	0.020	12~14 歲高於其他
	10. 停車位數量	0.030	60 歲及以上低於其他
學歷	3. 營業商店之環境衛生	0.022	研究所及以上低於其他
	5. 景點內服務設施	0.026	國(初中)高於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.021	國(初中)高於其他
婚姻	6. 景點內空間設計	0.006	未婚高於已婚
	7. 引導指標或動線安排	0.014	未婚高於已婚
	8. 環境美化綠化	0.013	未婚高於已婚
收入	5. 景點內服務設施	0.046	3 萬元~未滿 4 萬元低於其他
	6. 景點內空間設計	0.012	5 萬元~未滿 7 萬元低於其他
	8. 環境美化綠化	0.008	5 萬元~未滿 7 萬元低於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05 者

(七) 遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第 1 次』到訪的比例最高，三季總和達 35.5%，第三季的比例(29.6%)較第一(39.7%)、二季(39.9%)略低；重遊 5 次以上的旅客亦佔了 33.0%，但第二季的比例(27.5%)較第一(35.4%)、三季(35.8%)略低。而重遊的 1235 位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多達 44.3%，各季差異不大。而與上次到訪比較，30.7%的遊客表示『稍有改善』或『改善很多』，遠大於認為『變差』的 0.7%。最後，三季共有 1,747 位遊客對整體服務進行評價，第一季分數為 79.17 分，第二季分數 80.20 分，第三季分數為 79.17 分，三季差異並不顯著。

表 4-18 遊客到訪次數(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第1次	226	37.7%	248	39.9%	205	29.6%	679	35.5%
第2次	87	14.5%	114	18.3%	126	18.2%	327	17.1%
第3次	55	9.2%	72	11.6%	88	12.7%	215	11.2%
第4次	19	3.2%	17	2.7%	26	3.8%	62	3.2%
第5次以上	212	35.4%	171	27.5%	248	35.8%	631	33.0%
總和	599	100.0%	622	100.0%	693	100.0%	1,914	100.0%
未填寫或遺漏	4	-	2	-	12	-	18	-

表 4-19 上次到訪時間(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	177	47.3%	154	41.4%	217	44.1%	548	44.3%
半年~1年以內	46	12.3%	57	15.3%	66	13.4%	169	13.7%
1~2年以內	67	17.9%	73	19.6%	94	19.1%	234	18.9%
2~3年以內	22	5.9%	17	4.6%	34	6.9%	73	5.9%
3年以上	62	16.6%	71	19.1%	81	16.5%	214	17.3%
總和	374	100.0%	372	100.0%	492	100.0%	1,238	100.0%

表 4-20 整體服務品質比較(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	72	19.4%	65	17.6%	72	15.0%	209	17.1%
稍有改善	43	11.6%	56	15.2%	67	14.0%	166	13.6%
差不多	225	60.6%	223	60.4%	303	63.1%	751	61.6%
較差	2	0.5%	2	0.5%	4	0.8%	8	0.7%
不知道/無意見	29	7.8%	23	6.2%	34	7.1%	86	7.0%
總和	371	100.0%	369	100.0%	480	100.0%	1,220	100.0%

表 4-21 整體滿意度評價(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50分以下	7	1.3%	13	2.3%	25	3.9%	45	2.6%
51-60分	36	6.8%	36	6.3%	58	9.0%	130	7.4%
61-70分	94	17.8%	88	15.4%	105	16.2%	287	16.4%
71-80分	203	38.4%	197	34.4%	236	36.5%	636	36.4%
81-90分	155	29.4%	181	31.6%	167	25.8%	503	28.8%
91-100分	33	6.3%	57	10.0%	56	8.7%	146	8.4%
總和	528	100.0%	572	100.0%	647	100.0%	1,747	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用，三季皆主要落在『201 至 500 元』，總和佔 28.7%。飲食費用第一季較集中『1 至 200 元』與『201 至 500 元』，但在第二季則平均落在 0-1000 以內的四項之中，第三季則以『201 至 500 元』最高，整體，則約落在『1 至 200 元』(23.0%)與『201 至 500 元』(23.9%)。三季共有 38.5%的個人遊客表示並沒有購物花費，60.1%表示並沒有娛樂花費，此兩項目隨著花費增加而遞減。在住宿花費部份，不考慮未住宿的部份，其花費大致落在 1000 至 5000 的區塊，第二季花費(12.4%)明顯較第一(5.9%)、三季(7.2%)高。而總費用花費，則大致落在 1000 至 5000 的兩組之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則以娛樂花費的 3.75 為最高，總費用的 3.67 為最低。三季內分析，娛樂花費以第三季滿意度較高(3.76)，其餘則以第二季較高(3.75)。

團體遊客在團費以『5000 元以上』(20.8%)為最高。飲食費用則約落在五百元以內，第一季以『201 至 500 元』較多，第二季則以『1 至 200 元』較多，第三季以沒有花費最多。三季共有 31.4%的個人遊客表示並沒有購物花費，第二季則以『1 至 200 元』(35.1%)較多。61.5%表示並沒有娛樂花費，但第二季(66.7%)沒有娛樂花費的遊客較一(54.1%)、三季(60.9%)多。而總費用花費，第一季大致落在 500 至 5000 之間，第二季 5000 以上的消費則增加。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則團費的 3.90 為最高，飲食費用與購物費用的 3.76 為最低。

表 4-22 個人消費與滿意度(關子嶺地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	88	127	157	107	41	17	3	540	3.71
		百分比	16.3%	23.5%	29.1%	19.8%	7.6%	3.1%	0.6%	100.0%	
	第二季	個數	59	114	138	116	66	28	5	526	3.78
		百分比	11.2%	21.7%	26.2%	22.1%	12.5%	5.3%	1.0%	100.0%	
	第三季	個數	65	148	197	135	80	23	1	649	3.77
		百分比	10.0%	22.8%	30.4%	20.8%	12.3%	3.5%	0.2%	100.0%	
	總和	個數	212	389	492	358	187	68	9	1,715	3.75
		百分比	12.4%	22.7%	28.7%	20.9%	10.9%	4.0%	0.5%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	100	141	132	87	49	24	2	535	3.70
		百分比	18.7%	26.4%	24.7%	16.3%	9.2%	4.5%	0.4%	100.0%	
	第二季	個數	98	113	106	108	63	33	4	525	3.72
		百分比	18.7%	21.5%	20.2%	20.6%	12.0%	6.3%	0.8%	100.0%	
	第三季	個數	81	138	170	142	87	24	3	645	3.72
		百分比	12.6%	21.4%	26.4%	22.0%	13.5%	3.7%	0.5%	100.0%	
	總和	個數	279	392	408	337	199	81	9	1,705	3.72
		百分比	16.4%	23.0%	23.9%	19.8%	11.7%	4.8%	0.5%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	201	126	92	63	23	10	1	516	3.68
		百分比	39.0%	24.4%	17.8%	12.2%	4.5%	1.9%	0.2%	100.0%	
	第二季	個數	221	75	94	70	40	12	0	512	3.74
		百分比	43.2%	14.6%	18.4%	13.7%	7.8%	2.3%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	213	132	132	86	47	9	4	623	3.69
		百分比	34.2%	21.2%	21.2%	13.8%	7.5%	1.4%	0.6%	100.0%	
	總和	個數	635	333	318	219	110	31	5	1,651	3.70
		百分比	38.5%	20.2%	19.3%	13.3%	6.7%	1.9%	0.3%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	317	73	63	38	15	6	0	512	3.73
		百分比	61.9%	14.3%	12.3%	7.4%	2.9%	1.2%	0.0%	100.0%	
	第二季	個數	292	70	57	46	22	10	0	497	3.75
		百分比	58.8%	14.1%	11.5%	9.3%	4.4%	2.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	363	82	75	47	30	11	1	609	3.76
		百分比	59.6%	13.5%	12.3%	7.7%	4.9%	1.8%	0.2%	100.0%	
	總和	個數	972	225	195	131	67	27	1	1,618	3.75
		百分比	60.1%	13.9%	12.1%	8.1%	4.1%	1.7%	0.1%	100.0%	
住宿費用	第一季	個數	381	9	17	25	30	37	9	508	3.72
		百分比	75.0%	1.8%	3.3%	4.9%	5.9%	7.3%	1.8%	100.0%	
	第二季	個數	308	7	10	26	63	72	21	507	3.75
		百分比	60.7%	1.4%	2.0%	5.1%	12.4%	14.2%	4.1%	100.0%	
	第三季	個數	421	12	19	26	43	56	17	594	3.74
		百分比	70.9%	2.0%	3.2%	4.4%	7.2%	9.4%	2.9%	100.0%	
	總和	個數	1,110	28	46	77	136	165	47	1,609	3.74
		百分比	69.0%	1.7%	2.9%	4.8%	8.5%	10.3%	2.9%	100.0%	
總費用	第一季	個數	63	38	59	100	107	83	47	497	3.64
		百分比	12.7%	7.6%	11.9%	20.1%	21.5%	16.7%	9.5%	100.0%	
	第二季	個數	37	42	64	69	97	112	90	511	3.71
		百分比	7.2%	8.2%	12.5%	13.5%	19.0%	21.9%	17.6%	100.0%	
	第三季	個數	40	40	76	98	146	118	84	602	3.67
		百分比	6.6%	6.6%	12.6%	16.3%	24.3%	19.6%	14.0%	100.0%	
	總和	個數	140	120	199	267	350	313	221	1,610	3.67
		百分比	8.7%	7.5%	12.4%	16.6%	21.7%	19.4%	13.7%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 4-23 團體消費與滿意度(關子嶺地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	7	3	11	2	6	6	5	40	4.08
		百分比	17.5%	7.5%	27.5%	5.0%	15.0%	15.0%	12.5%	100.0%	
	第二季	個數	13	2	4	12	1	7	18	57	3.80
		百分比	22.8%	3.5%	7.0%	21.1%	1.8%	12.3%	31.6%	100.0%	
	第三季	個數	7	2	2	6	1	3	2	23	3.82
		百分比	30.4%	8.7%	8.7%	26.1%	4.3%	13.0%	8.7%	100.0%	
	總和	個數	27	7	17	20	8	16	25	120	3.90
		百分比	22.5%	5.8%	14.2%	16.7%	6.7%	13.3%	20.8%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	10	7	11	2	5	3	1	39	3.88
		百分比	25.6%	17.9%	28.2%	5.1%	12.8%	7.7%	2.6%	100.0%	
	第二季	個數	9	16	9	13	2	5	4	58	3.67
		百分比	15.5%	27.6%	15.5%	22.4%	3.4%	8.6%	6.9%	100.0%	
	第三季	個數	10	2	2	2	4	3	0	23	3.77
		百分比	43.5%	8.7%	8.7%	8.7%	17.4%	13.0%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	29	25	22	17	11	11	5	120	3.76
		百分比	24.2%	20.8%	18.3%	14.2%	9.2%	9.2%	4.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	12	8	9	4	4	0	2	39	3.90
		百分比	30.8%	20.5%	23.1%	10.3%	10.3%	0.0%	5.1%	100.0%	
	第二季	個數	17	20	11	4	2	1	2	57	3.71
		百分比	29.8%	35.1%	19.3%	7.0%	3.5%	1.8%	3.5%	100.0%	
	第三季	個數	8	5	1	6	1	1	0	22	3.64
		百分比	36.4%	22.7%	4.5%	27.3%	4.5%	4.5%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	37	33	21	14	7	2	4	118	3.76
		百分比	31.4%	28.0%	17.8%	11.9%	5.9%	1.7%	3.4%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	20	6	5	2	3	0	1	37	3.75
		百分比	54.1%	16.2%	13.5%	5.4%	8.1%	0.0%	2.7%	100.0%	
	第二季	個數	38	7	3	3	2	2	2	57	3.80
		百分比	66.7%	12.3%	5.3%	5.3%	3.5%	3.5%	3.5%	100.0%	
	第三季	個數	14	3	0	5	0	0	1	23	3.75
		百分比	60.9%	13.0%	0.0%	21.7%	0.0%	0.0%	4.3%	100.0%	
	總和	個數	72	16	8	10	5	2	4	117	3.78
		百分比	61.5%	13.7%	6.8%	8.5%	4.3%	1.7%	3.4%	100.0%	
總費用	第一季	個數	5	0	7	5	11	5	9	42	3.97
		百分比	11.9%	0.0%	16.7%	11.9%	26.2%	11.9%	21.4%	100.0%	
	第二季	個數	5	3	5	9	9	7	25	63	3.75
		百分比	7.9%	4.8%	7.9%	14.3%	14.3%	11.1%	39.7%	100.0%	
	第三季	個數	3	5	1	5	2	6	2	24	3.80
		百分比	12.5%	20.8%	4.2%	20.8%	8.3%	25.0%	8.3%	100.0%	
	總和	個數	13	8	13	19	22	18	36	129	3.83
		百分比	10.1%	6.2%	10.1%	14.7%	17.1%	14.0%	27.9%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第二節 商家調查部分

本研究目前於關子嶺溫泉區共計完成 103 份商家的有效問卷，其中第一季為 33 份，第二季為 40 份，第三季為 30 份。

一. 商家基本資料

- (一)性別方面，以女性居多，佔 63 位，男性則為 40 位。
- (二)年齡方面，主要以 60 歲以上居多，共 30 位，其次為 30~39 歲，共 27 位。
- (三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，共 48 位。
- (四)受訪者居住在當地已 10 年以上為居多，共 72 位
- (五)店面經營時間以經營 10 年以上居多，共 59 家
- (六)店面主要以自有為主，共 72 家，營業類別以餐飲小吃 50 家最多，其次為住宿飯店類 22 家，泡湯休閒類 11 家與農特類 17 家。
- (七)這 103 間商家，33 家表示曾經參與關子嶺商圈活動，目前則無參與。44 家表示目前仍有參與，最後 23 家表示未曾參與。

二. 商家滿意度

對於整體環境滿意度，『特產品(價格/態度/特色)』、『餐飲(價格/態度/衛生)』與『旅遊安全性』是 3 項滿意度較高的，其中『旅遊安全性』較第一季有明顯增加；而『停車方便性』第一季(2.5)明顯較其他兩季(3.18 與 2.97)低。

表 4-24 商家滿意度(關子嶺地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 環境整潔及維護	33	3.58	40	3.53	30	3.60	103	3.56
2. 導覽設施或解說服務	28	3.29	34	3.12	27	3.37	89	3.25
3. 旅遊資訊提供服務	32	3.31	32	3.22	30	3.27	94	3.27
4. 引導指標及動線安排	32	3.13	39	3.03	28	3.07	99	3.07
5. 聯外大眾運輸方便性	33	3.06	36	3.33	30	2.93	99	3.12
6. 停車方便性	32	2.50	40	3.18	30	2.97	102	2.90
7. 門票或活動收費	22	3.05	23	3.35	18	3.00	63	3.14
8. 廁所清潔程度	27	3.33	36	3.56	26	3.19	89	3.38
9. 旅遊安全性	33	3.52	38	3.71	30	3.60	101	3.61
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	32	3.59	40	3.83	29	3.72	101	3.72
11. 特產品(價格/態度/特色)	31	3.74	37	3.57	29	3.83	97	3.70

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗者不計分。

三. 建設效益評估

而對於西拉雅國家風景區景點建設所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家認為增加幅度在『1至3成』有28家為最多，『3至5成』的有25家居次。而增加當地的遊客數量部份，則以『1至3成』28家為最多。增加外來投資則以『1至3成』最多，有26家，其次為『1成以下』的20家。增加當地經濟成長部份，則以『1成以下』與『1至3成』最多，皆有20家。最後，景點建設可增加當地房價，以1至3成的商家最多有28家。

表 4-25 商家對活動效益的評估(關子嶺地區)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
7成以上	11	10.9%	7	6.9%	7	6.9%	5	5.0%	4	4.2%
5至7成	16	15.8%	17	16.8%	14	13.9%	19	18.8%	13	13.5%
3至5成	25	24.8%	24	23.8%	17	16.8%	17	16.8%	8	8.3%
1至3成	28	27.7%	28	27.7%	26	25.7%	22	21.8%	28	29.2%
1成以下	8	7.9%	10	9.9%	20	19.8%	22	21.8%	21	21.9%
皆無	13	12.9%	15	14.9%	17	16.8%	16	15.8%	22	22.9%

而商家對西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益具有正面的影響多表示肯定的態度，有60家表示同意或非常同意，29家表示普通，僅3家店家表示不同意，7家表示非常不同意。

表 4-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(關子嶺地區)

項目	次數	百分比
非常同意	27	26.2%
同意	37	35.9%
普通	29	28.2%
不同意	3	2.9%
非常不同意	7	6.8%

第五章 烏山頭地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本研究於烏山頭地區共計完成 1,711 份有效問卷，其中第一季為 619 份、第二季為 648 份，第三季為 444 份。

(一)性別方面，以男性佔 50.3%，女性則為 49.7%。

(二)年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 34.2%與 23.8%。30~39 歲的受訪者在第三季 (25.2%)比例明顯減少(第一季 37.6%，第二季 36.7%)，但 15~24 歲的受訪者則明顯增加。

(三)教育程度方面，以大學程度者為最多，佔 34.9%，其次為高中職，佔 28.6%。大學程度的受訪者比例第三季(38.5%)較前兩季(第一季 32.1%，第二季 34.7%)為高，高中職的受訪者比例第三季(25.9%)較前兩季(第一季 29.4% 第二季 29.6%)為低。

(四)職業方面，本次調查以學生的受訪者最多，總比例為 20.4%，且第三季比例 26.8%明顯較前兩季高；其次軍公教人員佔 13.5%，技術及助理人員佔 11.8%，服務業佔 10.0%。

(五)個人月收入方面，以未有經常性收入者最多，總比例佔 28.4%，且第三季比例 36.0%明顯較前兩季(第一季 23.9% 第二季 27.2%)高；其次為 3~4 萬元者佔 23.1%，再其次為 4~5 萬元，佔 15.2%。其中 3~4 萬元比例第二季 (29.8%)明顯較一(16.6%)、三季(22.3%)為高。

(六)婚姻狀況以已婚者 65.4%多於未婚者的 33.9%。三季比例結構差異不大。

表 5- 受訪遊客屬性(烏山頭地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	300	48.5%	327	50.5%	231	52.0%	858	50.3%
	女	319	51.5%	321	49.5%	213	48.0%	853	49.7%
年齡	12~14 歲	15	2.4%	27	4.2%	13	2.9%	55	3.2%
	15~19 歲	48	7.8%	47	7.3%	57	12.8%	152	8.9%
	20~24 歲	53	8.6%	48	7.4%	50	11.3%	151	8.8%
	25~29 歲	72	11.6%	80	12.3%	52	11.7%	204	12.0%
	30~39 歲	233	37.6%	238	36.7%	112	25.2%	583	34.2%
	40~49 歲	139	22.5%	159	24.5%	109	24.5%	407	23.8%
	50~59 歲	34	5.5%	42	6.5%	38	8.6%	114	6.7%
	60 歲及以上	24	3.9%	7	1.1%	13	2.9%	44	2.6%
學歷	國小及以下	10	1.6%	11	1.7%	9	2.0%	30	1.8%
	國(初中)	41	6.6%	42	6.5%	46	10.4%	129	7.6%
	高中、職	182	29.4%	192	29.6%	115	25.9%	489	28.6%
	專科	125	20.2%	139	21.5%	83	18.7%	347	20.3%
	大學	199	32.1%	225	34.7%	171	38.5%	595	34.9%
	研究所及以上	61	9.9%	38	5.9%	20	4.5%	119	7.0%
未填寫或漏答			1	0.2%			1	0.1%	
職業	軍公教人員(公立學校教師)	93	15.0%	88	13.6%	49	11.0%	230	13.5%
	民意代表、企業經理人	6	1.0%	12	1.9%	8	1.8%	26	1.5%
	專業人員	33	5.3%	48	7.4%	27	6.1%	108	6.3%
	技術員及助理專業人員	74	12.0%	75	11.6%	52	11.7%	201	11.8%
	事務工作人員	45	7.3%	61	9.4%	36	8.1%	142	8.3%
	服務工作人員及售貨員	72	11.6%	62	9.6%	36	8.1%	170	10.0%
	農、林、漁、牧人員	23	3.7%	32	4.9%	22	5.0%	77	4.5%
	生產工人、機械工及體力工	24	3.9%	34	5.2%	15	3.4%	73	4.3%
	家庭管理(料理家務)	67	10.8%	56	8.6%	30	6.8%	153	9.0%
	未就業、待業中	15	2.4%	17	2.6%	11	2.5%	43	2.5%
	退休人員	16	2.6%	16	2.5%	24	5.4%	56	3.3%
	學生	106	17.1%	124	19.1%	119	26.8%	349	20.4%
	其他	42	6.8%	21	3.2%	15	3.4%	78	4.6%
未填寫或漏答	3	0.5%	2	0.3%	-	-	5	0.3%	
婚姻狀況	未婚	193	31.2%	206	31.8%	179	40.3%	578	33.9%
	已婚	422	68.2%	436	67.3%	259	58.3%	1,117	65.4%
	其他	3	0.5%	2	0.3%	2	0.5%	7	0.4%
	未填寫或漏答	1	0.2%	4	0.6%	4	0.9%	9	0.5%
個人收入	無經常性收入或沒有收入	148	23.9%	176	27.2%	160	36.0%	484	28.4%
	未滿 2 萬元	44	7.1%	42	6.5%	35	7.9%	121	7.1%
	2 萬元~未滿 3 萬元	111	17.9%	56	8.6%	33	7.4%	200	11.7%
	3 萬元~未滿 4 萬元	103	16.6%	193	29.8%	99	22.3%	395	23.1%
	4 萬元~未滿 5 萬元	93	15.0%	99	15.3%	68	15.3%	260	15.2%
	5 萬元~未滿 7 萬元	70	11.3%	62	9.6%	39	8.8%	171	10.0%
	7 萬元~未滿 10 萬元	24	3.9%	6	0.9%	4	0.9%	34	2.0%
	10 萬元以上	11	1.8%	9	1.4%	4	0.9%	24	1.4%
	未填寫或漏答	15	2.4%	5	0.8%	2	0.5%	22	1.3%
總和	619	99.4%	648	100.0%	444	100.0%	1,711	100.0%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾佔 61.5%，不知道的民眾佔 38.5%，三季比例相差不大。而在知道「西拉雅國家風景區」的 1,053 位民眾中，以『親友、同事、同學』的比例最高，佔所有遊客的 18.8%。其次依序為『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔 16.6%，『高速公路看板、路標』佔 16.5%，『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』佔 13.3%，『電腦網路』佔 13.0%，『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔 11.4%，其餘項則未達 10.0%。其中『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』第三季的比例僅佔 11.9%，明顯低於前兩季。

表 5-1 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	404	65.3%	383	59.1%	266	59.9%	1,053	61.5%
親友、同事、同學	108	17.4%	120	18.5%	93	20.9%	321	18.8%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	125	20.2%	106	16.4%	53	11.9%	284	16.6%
高速公路看板、路標	82	13.2%	115	17.7%	86	19.4%	283	16.5%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	78	12.6%	78	12.0%	72	16.2%	228	13.3%
電腦網路	91	14.7%	73	11.3%	59	13.3%	223	13.0%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	67	10.8%	76	11.7%	52	11.7%	195	11.4%
旅遊展覽	6	1.0%	17	2.6%	9	2.0%	32	1.9%
旅行社	4	0.6%	8	1.2%	8	1.8%	20	1.2%
其他	20	3.2%	6	0.9%	3	0.7%	29	1.7%
不知道	215	34.7%	265	40.9%	178	40.1%	658	38.5%
有效回答人數	619	100.0%	624	100.0%	444	100.0%	1,711	100.0%
未填寫或漏答	0	-	0	-	0	-	-	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『南部地區』的旅客為最多，佔 77.2%，其餘依序為『中部旅客』佔 12.1%，『北部旅客』佔 9.8%。在南部的旅客當中，以『台南縣市』的旅客佔較多數，有 52.0%。

表 5-2 旅客出發地點(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	77	12.5%	52	8.0%	38	8.6%	167	9.8%
中部地區	79	12.8%	77	11.9%	50	11.3%	206	12.1%
南部地區	456	74.0%	510	78.8%	352	79.3%	1,318	77.2%
嘉義縣市	46	7.5%	98	15.1%	82	18.5%	226	13.2%
台南縣市	342	55.5%	333	51.5%	213	48.0%	888	52.0%
高雄縣市	60	9.7%	65	10.0%	47	10.6%	172	10.1%
屏東縣	8	1.3%	14	2.2%	10	2.3%	32	1.9%
東部與其他地區	4	0.6%	8	1.2%	4	0.9%	16	0.9%
有效回答總和	616	100.0%	647	100.0%	444	100.0%	1,711	100.0%
未填寫或漏答	3	-	1	-	-	-	4	-

(三)旅客旅遊方式

在受訪者當中，以『**家庭旅遊**』居多，佔 57.5%，其次為『朋友、同事旅遊』，佔 15.3%、『夫妻、情侶旅遊』佔 6.9%。『家庭旅遊』第二季(68.7%)明顯高於一(50%)、三季(51.2%)；『朋友、同事旅遊』第二季(12.7%)則明顯低於一(16.5%)、三季(17.4%)。

表 5-3 旅客旅遊方式(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家庭旅遊	317	51.2%	444	68.7%	221	50.0%	982	57.5%
朋友、同事旅遊	102	16.5%	82	12.7%	77	17.4%	261	15.3%
夫妻、情侶旅遊	58	9.4%	39	6.0%	20	4.5%	117	6.9%
參加其他團體舉辦的旅遊	44	7.1%	7	1.1%	43	9.7%	94	5.5%
同學旅遊	22	3.6%	29	4.5%	41	9.3%	92	5.4%
個人旅遊	38	6.1%	21	3.3%	13	2.9%	72	4.2%
旅行社套裝旅遊	12	1.9%	10	1.5%	19	4.3%	41	2.4%
宗教朝聖	2	0.3%	3	0.5%	2	0.5%	7	0.4%
其他	24	3.9%	11	1.7%	6	1.4%	41	2.4%
有效回答總和	619	100.0%	646	100.0%	442	100.0%	1,711	100.0%
未填寫或漏答	-	-	2	-	2	-	4	-

(四)旅客資訊取得管道

調查結果顯示，在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾有 79.0%，未曾索取者有 21.0%，而獲得景點的資訊的方式，主要是以『**親友、同事、同學**』間的口耳相傳為主，佔 41.3%，其餘依次則為『**電腦網路**』佔

20.8%；『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔 16.4%。其中『電腦網路』與『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』的比例有逐季下降的趨勢。

表 5-4 旅客資訊取得管道(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	501	85.1%	511	79.1%	314	70.7%	1,326	79.0%
親友、同事、同學	239	40.6%	282	43.7%	177	39.9%	698	41.6%
電腦網路	163	27.7%	124	19.2%	62	14.0%	349	20.8%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	110	18.7%	104	16.1%	61	13.7%	275	16.4%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	61	10.4%	56	8.7%	40	9.0%	157	9.4%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	35	5.9%	44	6.8%	37	8.3%	116	6.9%
旅遊展覽	9	1.5%	43	6.7%	19	4.3%	71	4.2%
旅行社	11	1.9%	28	4.3%	13	2.9%	52	3.1%
其他	24	4.1%	13	2.0%	5	1.1%	42	2.5%
未曾索取	88	14.9%	135	20.9%	130	29.3%	353	21.0%
有效回答人數	589	100.0%	646	100.0%	444	100.0%	1,679	100.0%
未填寫或漏答	5	-	2	-	-	-	7	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五)使用交通工具

調查結果顯示，兩季旅客到達本景點的主要交通工具是皆以『自小客車』為主，總和則佔 65.1%，其次為『機車』佔 12.4%、『大型遊覽車』佔 9.3%，自行車、協力車佔 4.1%。『自小客車』的比例第三季(57.1%)明顯降低，『大型遊覽車』則明顯提高(13.9%)。

表 5-5 使用交通工具(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	1506	71.7%	1558	64.8%	964	57.1%	4,028	65.1%
機車	250	11.9%	300	12.5%	219	13.0%	769	12.4%
大型遊覽車	140	6.7%	202	8.4%	235	13.9%	577	9.3%
自行車、協力車	68	3.2%	109	4.5%	76	4.5%	253	4.1%
旅遊專車	65	3.1%	85	3.5%	75	4.4%	225	3.6%
公、民營客運	16	0.8%	63	2.6%	48	2.8%	127	2.1%
徒步	35	1.7%	29	1.2%	37	2.2%	101	1.6%
出租汽車	11	0.5%	32	1.3%	18	1.1%	61	1.0%
計程車	2	0.1%	15	0.6%	11	0.7%	28	0.5%
其他	6	0.3%	11	0.5%	4	0.2%	21	0.3%
總分	2099	100.0%	2404	100.0%	1687	100.0%	6,190	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六) 選擇景點原因

調查結果顯示，兩季旅客到達本景點的主要原因是皆以『景觀優美』為主，總和則佔 27.2%，其次為『遊憩設施』，佔 13.1%、『親朋好友推薦』佔 12.1%、『距離遠近、假期長短』佔 11.7%。而後三項在兩季調查中，『遊憩設施』第二季的 16.4%明顯較另兩季高，『親朋好友推薦』則由第一季的 13.5%略降。

表 5-6 選擇景點原因(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	752	27.6%	811	26.6%	571	27.6%	2,134	27.2%
遊憩設施	296	10.9%	500	16.4%	230	11.1%	1,026	13.1%
親朋好友推薦	367	13.5%	342	11.2%	239	11.5%	948	12.1%
距離遠近、假期長短	290	10.6%	411	13.5%	215	10.4%	916	11.7%
運動健身	263	9.6%	289	9.5%	229	11.1%	781	10.0%
交通便利	263	9.6%	277	9.1%	146	7.0%	686	8.7%
學校、公司或參加的團體安排	167	6.1%	86	2.8%	191	9.2%	444	5.7%
順道而來	130	4.8%	149	4.9%	104	5.0%	383	4.9%
行銷推廣活動或節慶表演節目	71	2.6%	81	2.7%	61	2.9%	213	2.7%
品嚐當地美食	30	1.1%	40	1.3%	31	1.5%	101	1.3%
文化巡禮	37	1.4%	32	1.0%	22	1.1%	91	1.2%
宗教活動	9	0.3%	13	0.4%	11	0.5%	33	0.4%
配合國民旅遊卡措施	13	0.5%	6	0.2%	2	0.1%	21	0.3%
其他	38	1.4%	10	0.3%	20	1.0%	68	0.9%
總分	2,726	100.0%	3,051	100.0%	2,072	100.0%	7,849	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『3 至 5 人』(40.4%)，其次為『6 至 10 人』(30.1%)，第三季『31 人以上』的團體則明顯多於前兩季，而主要的同伴則為『家人』(74.4%)，其次為『朋友、同事』(22.7%)。顯示烏山頭地區的主力旅遊方式仍是以家庭旅遊為主，但第三季(12.7%)同伴屬性為『同學』的則明顯多於前兩季(第一季 4.8% 第二季 5.1%)。

表 5-7 同行人數(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	5	0.9%	22	3.4%	11	2.5%	38	2.3%
兩人同行	51	8.7%	33	5.2%	32	7.3%	116	7.0%
3至5人	254	43.4%	253	39.5%	165	37.7%	672	40.4%
6至10人	167	28.5%	211	33.0%	123	28.1%	501	30.1%
11至20人	60	10.3%	68	10.6%	33	7.5%	161	9.7%
21至30人	10	1.7%	25	3.9%	21	4.8%	56	3.4%
31人以上	38	6.5%	28	4.4%	53	12.1%	119	7.2%
總和	585	100.0%	640	100.0%	438	100.0%	1,663	100.0%
未填寫或漏答	34	-	8	-	6	-	48	-

表 5-8 同伴屬性(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	421	65.6%	522	76.8%	286	61.5%	1,229	68.8%
朋友、同事	167	26.0%	121	17.8%	116	24.9%	404	22.6%
同學	31	4.8%	35	5.1%	59	12.7%	125	7.0%
其他	23	3.6%	2	0.3%	4	0.9%	29	1.6%
回答總個數	642	100.0%	680	100.0%	465	100.0%	1,787	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『烏山頭水庫』(94.8%)，其餘依次為『台南藝術大學』(4.1%)，『關子嶺溫泉區』(0.2%)。

表 5-9 主要遊覽景點(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
烏山頭水庫	569	93.3%	630	97.2%	413	93.4%	1,612	94.8%
台南藝術大學	26	4.2%	16	2.5%	27	6.1%	69	4.1%
關子嶺溫泉區	4	0.6%	-	-	-	-	4	0.2%
厚德紫竹寺	-	-	2	0.3%	1	0.2%	3	0.2%
大仙寺	2	0.3%	-	-	-	-	2	0.1%
曾文水庫	2	0.3%	-	-	-	-	2	0.1%
菜寮化石館	-	-	-	-	-	-	2	0.1%
白荷陶坊	1	0.2%	-	-	-	-	1	0.1%
關子嶺登山步道	-	-	-	-	-	-	1	0.1%
南元休閒農場	-	-	-	-	-	-	1	0.1%
赤山龍湖巖	1	0.2%	-	-	-	-	1	0.1%
西拉雅生活體驗園	1	0.2%	-	-	-	-	1	0.1%
龍湖寺	-	-	-	-	1	0.2%	1	0.1%

(二)計畫遊覽景點

而在烏山頭地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『烏山頭水庫』(81.4%)，其餘依次為『台南藝術大學』(10.1%)，『南元休閒農場』(1.4%)。三季調查本區遊客都以集中在烏山頭水庫為主。

表 5-10 計畫遊覽景點(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
烏山頭水庫	444	71.7%	591	91.2%	354	79.7%	1,389	81.4%
台南藝術大學	90	14.5%	48	7.4%	35	7.9%	173	10.1%
南元休閒農場	21	3.4%	-	-	3	0.7%	24	1.4%
白河水庫	9	1.5%	4	0.6%	4	0.9%	17	1.0%
走馬瀨農場	16	2.6%	-	-	-	-	16	0.9%
仙公廟(鎮南宮)	8	1.3%	2	0.3%	4	0.9%	14	0.8%
赤山龍湖巖	9	1.5%	3	0.5%	2	0.5%	14	0.8%
關子嶺溫泉區	10	1.6%	2	0.3%	1	0.2%	13	0.8%
尖山埤江南渡假村	10	1.6%	2	0.3%	1	0.2%	13	0.8%
水火同源	7	1.1%	2	0.3%	2	0.5%	11	0.6%
虎頭埤水庫	10	1.6%	1	0.2%	-	-	11	0.6%
曾文水庫	9	1.5%	1	0.2%	-	-	10	0.6%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，10人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

在本次調查遊客主要停留時間為『1天(4小時以上)，不過夜』(49.5%)，且第二(52.6%)、三季(52%)明顯較第一季高(44.6%)，其次為『半天(4小時以下)』(35.5%)。而選擇的住宿方式以『旅館』為最多數，共有116人，佔所有受訪者的7.8%，且第三季(3.6%)較第一(10.6%)、二季(7.9%)為低。

表 5-11 預計停留時間(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4小時以下)	240	38.9%	216	33.5%	150	33.8%	606	35.5%
1天(4小時以上)，不過夜	275	44.6%	339	52.6%	231	52.0%	845	49.5%
2天1夜	90	14.6%	81	12.6%	53	11.9%	224	13.1%
3天2夜	11	1.8%	7	1.1%	7	1.6%	25	1.5%
4天3夜	1	0.2%	-	-	-	-	1	0.1%
5天以上	-	-	2	0.3%	3	0.7%	5	0.3%
總和	617	100.0%	645	100.0%	444	100.0%	1,706	100.0%
未填答或漏答	2	-	3	-	-	-	5	-

表 5-12 主要住宿方式(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	477	77.8%	511	79.2%	353	79.9%	1,341	78.9%
旅館	65	10.6%	51	7.9%	16	3.6%	132	7.8%
親友家(含自家)	33	5.4%	32	5.0%	29	6.6%	94	5.5%
露營	18	2.9%	18	2.8%	24	5.4%	60	3.5%
民宿	10	1.6%	21	3.3%	12	2.7%	43	2.5%
招待所或活動中心	7	1.1%	8	1.2%	7	1.6%	22	1.3%
其他(請說明)	3	0.5%	4	0.6%	1	0.2%	8	0.5%
總和	613	100.0%	645	100.0%	442	100.0%	1,700	100.0%
未填答或漏答	6	-	3	-	2	-	11	-

(四)重遊意願

受訪遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(87.9%)，12.1%的民眾表示不願意，三季差異不大。而不願意的理由有『缺乏特色』95人，『遊憩設備差』63人，『花費太高』66人。

表 5-13 重遊意願(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	538	88.5%	558	86.1%	398	89.6%	1,494	87.9%
不願意	70	11.5%	90	13.9%	46	10.4%	206	12.1%
缺乏特色	21	3.5%	52	8.0%	22	5.0%	95	5.6%
花費太高	21	3.5%	32	4.9%	13	2.9%	66	3.9%
遊憩設施差	20	3.3%	33	5.1%	10	2.3%	63	3.7%
環境髒亂	6	1.0%	7	1.1%	6	1.4%	19	1.1%
交通不便	2	0.3%	7	1.1%	4	0.9%	13	0.8%
其他	26	4.3%	7	1.1%	7	1.6%	40	2.4%
有效回答數	608	100.0%	648	100.0%	444	100.0%	1,700	100.0%
未填答或漏答	11	-	0	-	0	-	11	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

(五)偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『自然賞景活動』為最多(74.6%)，其次為『其他休閒活動』(58.5%)。而在各細項中『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』為各項目之冠，佔47.2%，其餘依次為『一般遊樂活動』(43.2%)、『露營、登山、森林步道健行(含散步)』(42.5%)、

『乘車兜風』(33.3%)。其中以『一般遊樂活動』三季間的變動較大，第二季(50.6%)較第一(38.3%)、三季(38.7%)明顯為高。

表 5-14 遊客偏好活動(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	485	78.4%	456	70.4%	332	74.8%	1,273	74.6%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	291	47.0%	303	46.8%	212	47.7%	806	47.2%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	249	40.2%	277	42.7%	200	45.0%	726	42.5%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	88	14.2%	107	16.5%	101	22.7%	296	17.3%
觀賞日出、星象等自然景觀	38	6.1%	47	7.3%	42	9.5%	127	7.4%
其他	19	3.1%	11	1.7%	4	0.9%	34	2.0%
文化體驗活動	250	40.4%	218	33.6%	171	38.5%	639	37.4%
觀賞文化古蹟	145	23.4%	145	22.4%	111	25.0%	401	23.5%
宗教活動	57	9.2%	48	7.4%	37	8.3%	142	8.3%
農村生活體驗	42	6.8%	40	6.2%	31	7.0%	113	6.6%
節慶活動及表演節目欣賞	20	3.2%	27	4.2%	24	5.4%	71	4.2%
農特展	18	2.9%	26	4.0%	25	5.6%	69	4.0%
參觀農村、聚落	18	2.9%	23	3.5%	20	4.5%	61	3.6%
傳統技藝學習	13	2.1%	19	2.9%	12	2.7%	44	2.6%
原住民文化體驗	4	0.6%	12	1.9%	8	1.8%	24	1.4%
其他	10	1.6%	6	0.9%	3	0.7%	19	1.1%
運動型活動	262	42.3%	206	31.8%	137	30.9%	605	35.4%
自行車	213	34.4%	168	25.9%	108	24.3%	489	28.6%
球類運動	34	5.5%	29	4.5%	27	6.1%	90	5.3%
其他	30	4.8%	23	3.5%	14	3.2%	67	3.9%
遊樂園活動	311	50.2%	371	57.3%	222	50.0%	904	53.0%
一般遊樂活動	237	38.3%	328	50.6%	172	38.7%	737	43.2%
機械遊樂活動	86	13.9%	122	18.8%	80	18.0%	288	16.9%
其他	8	1.3%	7	1.1%	5	1.1%	20	1.2%
其他休閒活動	371	59.9%	375	57.9%	253	57.0%	999	58.5%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	204	33.0%	226	34.9%	139	31.3%	569	33.3%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	94	15.2%	152	23.5%	111	25.0%	357	20.9%
泡溫泉、做SPA	89	14.4%	136	21.0%	86	19.4%	311	18.2%
環湖賞景	66	10.7%	68	10.5%	71	16.0%	205	12.0%
商圈徒步購物	21	3.4%	24	3.7%	32	7.2%	77	4.5%
觀光果園參觀活動	17	2.7%	27	4.2%	25	5.6%	69	4.0%
其他	15	2.4%	10	1.5%	5	1.1%	30	1.8%
都不喜歡，沒有特別的感覺	5	0.8%	9	1.4%	3	0.7%	17	1.0%

註：本題為複選題，加總結果不為100%

(六) 遊客滿意度

本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『環境美化綠化』(3.34)、『停車位數量』(3.21)與『環境整潔』(3.17)，而較低的三項分別為『營業商店之產品售價』(2.78)、『廁所清潔程度』(2.98)、『提供之旅遊資訊服務』(2.98)。三季的比較中，『營業商店之產品售價』滿意度以第二季(2.71)為最低，而『景點內服務設施』、『景點內空間設計』、『環境美化綠化』則有統計上顯著的進步。

表 5-15 遊客滿意度(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	498	3.11	581	3.08	347	3.14	1,426	3.10
2. 營業商店之產品售價	493	2.88	576	2.71	348	2.77	1,417	2.78
3. 營業商店之環境衛生	522	3.01	590	3.00	358	3.03	1,470	3.01
4. 景點服務人員之服務態度	563	3.12	630	3.15	389	3.16	1,582	3.14
5. 景點內服務設施	589	3.02	635	3.14	415	3.13	1,639	3.09
6. 景點內空間設計	601	3.08	643	3.08	432	3.13	1,676	3.13
7. 引導指標或動線安排	592	3.03	638	3.07	438	3.05	1,668	3.05
8. 環境美化綠化	605	3.25	645	3.41	443	3.36	1,693	3.34
9. 環境整潔	607	3.13	643	3.22	442	3.17	1,692	3.17
10. 停車位數量	597	3.08	644	3.31	438	3.22	1,679	3.21
11. 廁所清潔程度	587	2.94	643	3.01	439	2.98	1,669	2.98
12. 提供之旅遊資訊服務	553	3.01	632	2.93	404	3.01	1,589	2.98

註：本題非常滿意為 4 分、滿意為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中屬於優勢指標的有『營業商店人員之服務態度』、『營業商店之產品售價』、『景點服務人員之服務態度』、『景點內服務設施』、『景點內空間設計』、『引導指標或動線安排』、『環境美化綠化』、『環境整潔』、『停車位數量』、『廁所清潔程度』、『提供之旅遊資訊服務』等 11 項，應持續保持這 11 項服務的優勢性。

而在差異度分析方面，男性在『環境美化綠化』、『環境整潔』、『停車位數量』、『廁所清潔程度』滿意度較女性為高，年齡層方面，60 歲以上的遊客在『營業商店人員之服務態度』較其他年齡層為高，50~59 歲的遊客在『景點人員之服務態度』較其他年齡層為高，40~49 歲以上的遊客在『景點空間設計』較其他年齡層為低。學歷方面，在研究所以以上者對『引導指標或動線安排』感到較不滿意，在國小及以下者對『景點內空間設計』感到較不滿意。未婚者對『營業商店人員之服務態度』、『景點服務人員之服務態

度』『提供之旅遊資訊服務』三項認為較滿意。所得為無經常性收入或沒有收入者對『景點內空間設計』較其他收入群的滿意度為高，收入在 5 萬元～未滿 7 萬元者對『引導指標或動線安排』較其他收入群的滿意度為低。

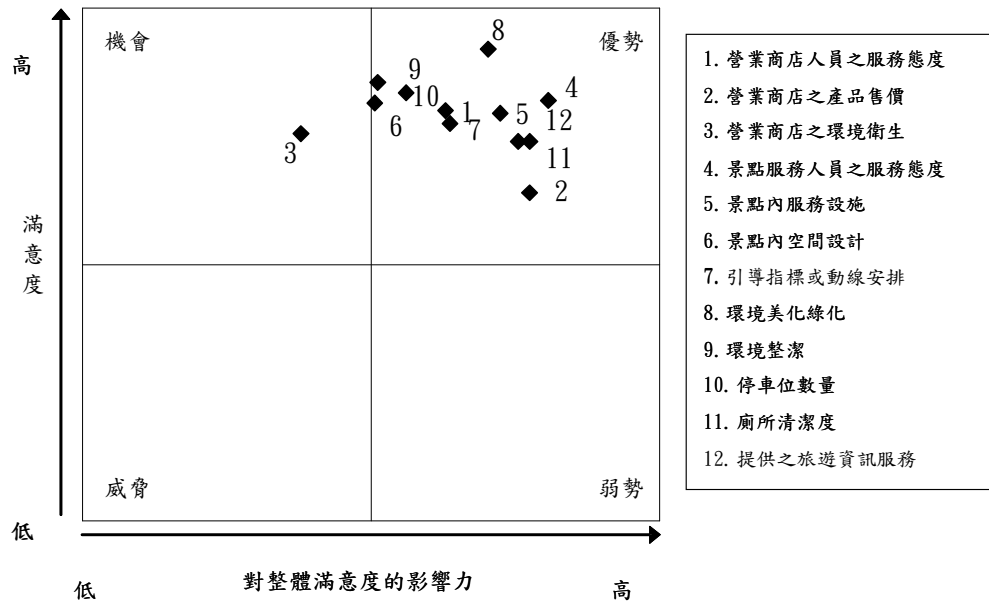


圖 5-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(烏山頭地區)

表 5-16 遊客滿意度(烏山頭地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
性別	8. 環境美化綠化	0.017	男高於女
	9. 環境整潔	0.034	男高於女
	10. 停車位數量	0.044	男高於女
	11. 廁所清潔程度	0.002	男高於女
年齡	1. 營業商店人員之服務態度	0.038	60 歲及以上高於其他
	4. 景點服務人員之服務態度	0.009	50~59 歲高於其他
	6. 景點內空間設計	0.016	40~49 歲低於其他
學歷	6. 景點內空間設計	0.026	國小及以下高於其他
	7. 引導指標或動線安排	0.026	研究所及以上低於其他
婚姻	1. 營業商店人員之服務態度	0.008	未婚高於已婚
	4. 景點服務人員之服務態度	0.001	未婚高於已婚
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.010	未婚高於已婚
收入	6. 景點內空間設計	0.042	無經常性收入或沒有收入高於其他
	7. 引導指標或動線安排	0.040	5 萬元～未滿 7 萬元低於其他
	8. 環境美化綠化	0.031	2 萬元～未滿 3 萬元低於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05 者

(七)遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第 1 次』到訪的比例最高，達 41.9%，第二季(39%)較第一(44.8%)、三季(42.1%)的比例明顯較低，重遊 5 次以上的旅客佔了 23.9% 居次，則以第一季(26.1%)明顯較高。而重遊的 990 位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多達 30.2%，第一季以『半年以內』36.6% 居多，但第二、三季以『1~2 年以內』28.6% 與 31.4% 居多。而與上次到訪比較，45.8% 的遊客表示『稍有改善』或『改善很多』，遠大於認為『變差』的 1.6%，第二季(37.2%)認為有改善的比例較第一(17.2%)、三季(26.6%) 高，但認為改善很多的比例較少。最後，共有 1,661 位遊客對整體服務進行評價，第一季獲得分數為 78.9 分，第二季獲得分數為 79.2 分，第三季獲得分數為 79.1 分。三季差異不大。

表 5-17 遊客到訪次數(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第 1 次	275	44.8%	252	39.0%	187	42.1%	714	41.9%
第 2 次	87	14.2%	101	15.6%	65	14.6%	253	14.8%
第 3 次	65	10.6%	99	15.3%	67	15.1%	231	13.6%
第 4 次	27	4.4%	38	5.9%	34	7.7%	99	5.8%
第 5 次以上	160	26.1%	156	24.1%	91	20.5%	407	23.9%
總和	614	100.0%	646	100.0%	444	100.0%	1,704	100.0%
未填寫或遺漏	5	-	2	-	-	-	7	-

表 5-18 上次到訪時間(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	124	36.6%	108	27.6%	66	25.9%	298	30.2%
半年~1 年以內	56	16.5%	74	18.9%	51	20.0%	181	18.4%
1~2 年以內	89	26.3%	112	28.6%	80	31.4%	281	28.5%
2~3 年以內	25	7.4%	54	13.8%	31	12.2%	110	11.2%
3 年以上	45	13.3%	44	11.2%	27	10.6%	116	11.8%
總和	339	100.0%	392	100.0%	255	100.0%	986	100.0%

表 5-19 整體服務品質比較(烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	82	24.3%	63	16.2%	33	13.1%	178	18.2%
稍有改善	58	17.2%	145	37.2%	67	26.6%	270	27.6%
差不多	184	54.4%	163	41.8%	129	51.2%	476	48.6%
較差	5	1.5%	7	1.8%	12	4.8%	24	2.4%
不知道/無意見	9	2.7%	12	3.1%	11	4.4%	32	3.3%
總和	338	100.0%	390	100.0%	252	100.0%	980	100.0%

表 5-20 整體滿意度評價 (烏山頭地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50分以下	15	2.6%	8	1.2%	11	2.5%	34	2.0%
51-60分	37	6.4%	48	7.4%	25	5.7%	110	6.6%
61-70分	103	17.9%	130	20.2%	81	18.5%	314	18.9%
71-80分	211	36.6%	201	31.2%	145	33.0%	557	33.5%
81-90分	173	30.0%	232	36.0%	157	35.8%	562	33.8%
91-100分	38	6.6%	26	4.0%	20	4.6%	84	5.1%
總和	577	100.0%	645	100.0%	439	100.0%	1,661	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用以『201至500元』(35.1%)為最高，但第一季以『1至200元』(36.1%)為較高。飲食費用則約落在『201至500元』以內(28.1%)，但與『1至200元』(26.2%)差異不大。有44.9%的個人遊客表示並沒有購物花費，隨著花費增加而遞減。娛樂費用總和落在『501至1000元』(3.1%)。在住宿花費部份，不考慮未住宿的部份，其花費大致落在1000至5000的區塊。而總費用花費，則大致落在1001至2000之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則以交通花費的3.71為最高，娛樂費用的3.26為最低，第二季(3.13)皆較第一(3.39)、三季(3.31)略低，其中以購物費用差距為最大。

團體遊客在團費以『1001至2000元』(26.8%)為最高。飲食、購物與娛樂費用三季差異較大，飲食費用方面，第一季約落在1~1000元之間，第二季則約落在『501至1000元』以內，第三季則有41.3%的受訪者表示沒有飲食費用。購物費用方面，第一季約落在0~200元之間，第二季則約落在『501至1000元』以內，第三季則有30.5%的受訪者表示沒有飲食費用。娛樂費用方面，第一季約落在0~200元之間，第二季則約落在『201至500元』以內，第三季則有58.9%的受訪者表示沒有飲食費用。而總費用花費，則大致落在2000至5000之間(27.7%、27.2%)。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則團費的3.92為最高，購物費用的3.65為最低。

表 5-21 個人消費與滿意度(烏山頭地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	31	197	161	97	50	9	0	545	3.73
		百分比	5.7%	36.1%	29.5%	17.8%	9.2%	1.7%	0.0%	100.0%	
	第二季	個數	12	170	217	131	40	14	5	589	3.68
		百分比	2.0%	28.9%	36.8%	22.2%	6.8%	2.4%	0.8%	100.0%	
	第三季	個數	18	93	146	75	22	5	2	361	3.72
		百分比	5.0%	25.8%	40.4%	20.8%	6.1%	1.4%	0.6%	100.0%	
	總和	個數	61	460	524	303	112	28	7	1,495	3.71
		百分比	4.1%	30.8%	35.1%	20.3%	7.5%	1.9%	0.5%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	91	172	129	85	52	12	0	541	3.59
		百分比	16.8%	31.8%	23.8%	15.7%	9.6%	2.2%	0.0%	100.0%	
	第二季	個數	95	121	194	101	53	18	3	585	3.25
		百分比	16.2%	20.7%	33.2%	17.3%	9.1%	3.1%	0.5%	100.0%	
	第三季	個數	62	95	93	67	29	9	0	355	3.42
		百分比	17.5%	26.8%	26.2%	18.9%	8.2%	2.5%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	248	388	416	253	134	39	3	1,481	3.41
		百分比	16.7%	26.2%	28.1%	17.1%	9.0%	2.6%	0.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	254	113	95	37	24	5	2	530	3.66
		百分比	47.9%	21.3%	17.9%	7.0%	4.5%	0.9%	0.4%	100.0%	
	第二季	個數	258	129	130	38	21	11	0	587	3.28
		百分比	44.0%	22.0%	22.1%	6.5%	3.6%	1.9%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	150	90	76	20	16	6	0	358	3.47
		百分比	41.9%	25.1%	21.2%	5.6%	4.5%	1.7%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	662	332	301	95	61	22	2	1,475	3.46
		百分比	44.9%	22.5%	20.4%	6.4%	4.1%	1.5%	0.1%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	59	155	139	141	42	1	1	538	3.39
		百分比	11.0%	28.8%	25.8%	26.2%	7.8%	0.2%	0.2%	100.0%	
	第二季	個數	29	81	149	209	98	21	3	590	3.13
		百分比	4.9%	13.7%	25.3%	35.4%	16.6%	3.6%	0.5%	100.0%	
	第三季	個數	49	56	81	98	57	16	1	358	3.31
		百分比	13.7%	15.6%	22.6%	27.4%	15.9%	4.5%	0.3%	100.0%	
	總和	個數	137	292	369	448	197	38	5	1,486	3.26
		百分比	9.2%	19.7%	24.8%	30.1%	13.3%	2.6%	0.3%	100.0%	
住宿費用	第一季	個數	437	5	7	11	23	34	7	524	3.64
		百分比	83.4%	1.0%	1.3%	2.1%	4.4%	6.5%	1.3%	100.0%	
	第二季	個數	504	1	14	12	24	19	10	584	3.49
		百分比	86.3%	0.2%	2.4%	2.1%	4.1%	3.3%	1.7%	100.0%	
	第三季	個數	319	2	5	3	9	8	3	349	3.69
		百分比	91.4%	0.6%	1.4%	0.9%	2.6%	2.3%	0.9%	100.0%	
	總和	個數	1,260	8	26	26	56	61	20	1,457	3.60
		百分比	86.5%	0.5%	1.8%	1.8%	3.8%	4.2%	1.4%	100.0%	
總費用	第一季	個數	14	50	88	124	107	98	40	521	3.52
		百分比	2.7%	9.6%	16.9%	23.8%	20.5%	18.8%	7.7%	100.0%	
	第二季	個數	1	26	56	136	211	99	53	582	3.29
		百分比	0.2%	4.5%	9.6%	23.4%	36.3%	17.0%	9.1%	100.0%	
	第三季	個數	10	26	41	66	123	64	23	354	3.45
		百分比	2.8%	7.3%	11.6%	18.6%	34.7%	18.1%	6.5%	100.0%	
	總和	個數	25	102	185	326	441	261	116	1,457	3.41
		百分比	1.7%	7.0%	12.7%	22.4%	30.3%	17.9%	8.0%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 5-22 團體消費與滿意度(烏山頭地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	4	14	9	11	11	8	8	65	4.06
		百分比	6.2%	21.5%	13.8%	16.9%	16.9%	12.3%	12.3%	100.0%	
	第二季	個數	2	2	2	6	23	9	13	57	3.81
		百分比	3.5%	3.5%	3.5%	10.5%	40.4%	15.8%	22.8%	100.0%	
	第三季	個數	3	10	2	14	21	18	15	83	3.88
		百分比	3.6%	12.0%	2.4%	16.9%	25.3%	21.7%	18.1%	100.0%	
總和	個數	9	26	13	31	55	35	36	205	3.92	
	百分比	4.4%	12.7%	6.3%	15.1%	26.8%	17.1%	17.6%	100.0%		
飲食費用	第一季	個數	10	16	15	15	5	-	3	64	3.83
		百分比	15.6%	25.0%	23.4%	23.4%	7.8%	-	4.7%	100.0%	
	第二季	個數	-	3	6	18	12	14	4	57	3.61
		百分比	-	5.3%	10.5%	31.6%	21.1%	24.6%	7.0%	100.0%	
	第三季	個數	31	12	6	4	8	9	5	75	3.70
		百分比	41.3%	16.0%	8.0%	5.3%	10.7%	12.0%	6.7%	100.0%	
總和	個數	41	31	27	37	25	23	12	196	3.71	
	百分比	20.9%	15.8%	13.8%	18.9%	12.8%	11.7%	6.1%	100.0%		
購物費用	第一季	個數	17	20	11	6	8	-	2	64	3.64
		百分比	26.6%	31.3%	17.2%	9.4%	12.5%	-	3.1%	100.0%	
	第二季	個數	4	2	7	13	12	13	6	57	3.57
		百分比	7.0%	3.5%	12.3%	22.8%	21.1%	22.8%	10.5%	100.0%	
	第三季	個數	39	8	6	2	7	8	6	76	3.75
		百分比	51.3%	10.5%	7.9%	2.6%	9.2%	10.5%	7.9%	100.0%	
總和	個數	60	30	24	21	27	21	14	197	3.65	
	百分比	30.5%	15.2%	12.2%	10.7%	13.7%	10.7%	7.1%	100.0%		
娛樂費用	第一季	個數	16	19	9	8	7	1	2	62	3.81
		百分比	25.8%	30.6%	14.5%	12.9%	11.3%	1.6%	3.2%	100.0%	
	第二季	個數	2	4	11	7	11	12	8	55	3.59
		百分比	3.6%	7.3%	20.0%	12.7%	20.0%	21.8%	14.5%	100.0%	
	第三季	個數	43	3	5	3	5	6	8	73	3.85
		百分比	58.9%	4.1%	6.8%	4.1%	6.8%	8.2%	11.0%	100.0%	
總和	個數	61	26	25	18	23	19	18	190	3.74	
	百分比	32.1%	13.7%	13.2%	9.5%	12.1%	10.0%	9.5%	100.0%		
總費用	第一季	個數	1	3	10	13	15	7	14	63	3.81
		百分比	1.6%	4.8%	15.9%	20.6%	23.8%	11.1%	22.2%	100.0%	
	第二季	個數	-	-	2	1	3	28	23	57	3.61
		百分比	-	-	3.5%	1.8%	5.3%	49.1%	40.4%	100.0%	
	第三季	個數	-	7	6	10	20	21	18	82	3.82
		百分比	-	8.5%	7.3%	12.2%	24.4%	25.6%	22.0%	100.0%	
總和	個數	1	10	18	24	38	56	55	202	3.76	
	百分比	0.5%	5.0%	8.9%	11.9%	18.8%	27.7%	27.2%	100.0%		

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第陸章 南化地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本次研究於南化地區共計完成 1,215 份有效問卷，其中第一季為 536 份，第二季為 339 份，第三季為 346 份。

- (一)性別方面，整體而言以女性略多，佔 51.0%，男性則為 49.5%，第一季(54.7%)的女性比例較高，第三季則以男性(54.6%)比例較高。
- (二)年齡方面，多數受訪者年齡層集中在 30~39 歲、40~49 歲、50~59 歲，分別佔所有受訪者的 20.6%、21.1%與 22.6%，第三季 40~49 歲(24.3%)、50~59 歲(30.6%)的受訪者比例明顯高於前兩季，第一季則以 30~39 歲(24.1%)明顯高於後兩季(第一季 26.5%第二季 18.8%)。
- (三)教育程度方面，在第一、三季中以高中職程度者為最多，大學程度次之，第二季則以大學程度較高，高中職程度次之，整體來看，高中職程度者佔 34.1%，其次為大學，佔 28.7%。
- (四)職業方面，本次調查以學生的受訪者最多，比例為 14.5%，其次為服務工作人員及售貨員佔 13.1%、家管佔 12.4%、技術員及助理專業人員佔 12.3%，三季比較，學生在第三季明顯較低。
- (五)個人月收入方面，以未有經常性收入者最多佔 27.2%，第二季(32.2%)較一(25.9%)、三季(23.1%)比例明顯較高，其次為 2~3 萬元者佔 17.0%，三季差異不大，再其次為 3~4 萬元，佔 14.9%。
- (六)婚姻狀況以已婚者 61.8%多於已婚者的 36.1%。

表 6-1 受訪遊客屬性(南化地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	243	45.3%	169	49.9%	189	54.6%	601	49.5%
	女	293	54.7%	170	50.1%	157	45.4%	620	51.0%
年齡	12~14 歲	24	4.5%	7	2.1%	5	1.4%	36	3.0%
	15~19 歲	48	9.0%	27	8.0%	9	2.6%	84	6.9%
	20~24 歲	44	8.2%	31	9.1%	22	6.4%	97	8.0%
	25~29 歲	51	9.5%	48	14.2%	28	8.1%	127	10.5%
	30~39 歲	129	24.1%	56	16.5%	65	18.8%	250	20.6%
	40~49 歲	109	20.3%	63	18.6%	84	24.3%	256	21.1%
	50~59 歲	98	18.3%	71	20.9%	106	30.6%	275	22.6%
	60 歲及以上	33	6.2%	36	10.6%	27	7.8%	96	7.9%
學歷	國小及以下	20	3.7%	29	8.6%	22	6.4%	71	5.8%
	國(初中)	71	13.2%	31	9.1%	30	8.7%	132	10.9%
	高中、職	177	33.0%	98	28.9%	139	40.2%	414	34.1%
	專科	72	13.4%	45	13.3%	47	13.6%	164	13.5%
	大學	146	27.2%	109	32.2%	94	27.2%	349	28.7%
	研究所及以上	44	8.2%	23	6.8%	13	3.8%	80	6.6%
	未填寫或漏答	6	1.1%	4	1.2%	1	0.3%	11	0.9%
職業	軍公教人員(公立學校教師)	48	9.0%	25	7.4%	47	13.6%	120	9.9%
	民意代表、企業經理人	10	1.9%	8	2.4%	7	2.0%	25	2.1%
	專業人員	40	7.5%	18	5.3%	26	7.5%	84	6.9%
	技術員及助理專業人員	61	11.4%	45	13.3%	43	12.4%	149	12.3%
	事務工作人員	30	5.6%	14	4.1%	14	4.0%	58	4.8%
	服務工作人員及售貨員	66	12.3%	38	11.2%	55	15.9%	159	13.1%
	農、林、漁、牧工人	15	2.8%	5	1.5%	9	2.6%	29	2.4%
	生產工人、機械工及體力工	24	4.5%	11	3.2%	19	5.5%	54	4.4%
	家庭管理(料理家務)	62	11.6%	47	13.9%	42	12.1%	151	12.4%
	未就業、待業中	17	3.2%	8	2.4%	13	3.8%	38	3.1%
	退休人員	29	5.4%	25	7.4%	15	4.3%	69	5.7%
	學生	92	17.2%	58	17.1%	26	7.5%	176	14.5%
	其他	36	6.7%	30	8.8%	28	8.1%	94	7.7%
	未填寫或漏答	6	1.1%	7	2.1%	2	0.6%	15	1.2%
婚姻狀況	未婚	199	37.1%	139	41.0%	101	29.2%	439	36.1%
	已婚	327	61.0%	190	56.0%	234	67.6%	751	61.8%
	其他	3	0.6%	3	0.9%	5	1.4%	11	0.9%
	未填寫或漏答	7	1.3%	7	2.1%	6	1.7%	20	1.6%
個人收入	無經常收入或沒有收入	139	25.9%	109	32.2%	82	23.7%	330	27.2%
	未滿 2 萬元	70	13.1%	29	8.6%	32	9.2%	131	10.8%
	2 萬元~未滿 3 萬元	89	16.6%	58	17.1%	59	17.1%	206	17.0%
	3 萬元~未滿 4 萬元	76	14.2%	48	14.2%	57	16.5%	181	14.9%
	4 萬元~未滿 5 萬元	59	11.0%	30	8.8%	40	11.6%	129	10.6%
	5 萬元~未滿 7 萬元	49	9.1%	30	8.8%	33	9.5%	112	9.2%
	7 萬元~未滿 10 萬元	20	3.7%	10	2.9%	23	6.6%	53	4.4%
	10 萬元以上	22	4.1%	8	2.4%	13	3.8%	43	3.5%
	未填寫或漏答	12	2.2%	17	5.0%	7	2.0%	36	3.0%
總和	530	98.9%	339	100.0%	346	100.0%	1,215	100.0%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾佔 61.6%；不知道的民眾佔 38.4%。而在知道「西拉雅國家風景區」的 747 位民眾中，以『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』的比例最高，佔所有遊客的 21.0%。其次依序為『親友、同事、同學』佔 16.3%，『高速公路看板、路標』佔 15.6%、『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』佔 14.8%，『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔 10.0%，其餘項則未達 10.0%，三季比較，『高速公路看板、路標』第三季(19.7%)明顯較前兩季(第一季 13% 第二季 15.4%)為高，『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』第二季(18.1%)明顯較一(12.5%)、三季(15.1%)為高。

表 6-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	309	58.3%	212	62.9%	226	65.5%	747	61.6%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	110	20.8%	77	22.8%	67	19.4%	254	21.0%
親友、同事、同學	85	16.0%	57	16.9%	55	15.9%	197	16.3%
高速公路看板、路標	69	13.0%	52	15.4%	68	19.7%	189	15.6%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	66	12.5%	61	18.1%	52	15.1%	179	14.8%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	52	9.8%	39	11.6%	30	8.7%	121	10.0%
電腦網路	41	7.7%	17	5.0%	25	7.2%	83	6.8%
旅遊展覽	8	1.5%	2	0.6%	7	2.0%	17	1.4%
旅行社	4	0.8%	3	0.9%	1	0.3%	8	0.7%
其他	9	1.7%	15	4.5%	11	3.2%	35	2.9%
不知道	221	41.7%	125	37.1%	119	34.5%	465	38.4%
有效回答人數	530	100.0%	337	100.0%	345	100.0%	1,212	100.0%
未填寫或漏答	6	-	2	-	1	-	9	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『**南部地區**』的旅客為最多，佔 89.6%，第一季(82.5%)明顯較二(96.2%)、三季(94.2%)為低；其次依序為『中部旅客』佔 5.3%，『北部旅客』佔 4.7%，第二季皆較前季明顯減少。在南部的旅客當中，以『台南縣市』的旅客佔較多數，有 66.3%，而『台南縣市』與『高雄縣市』第一季明顯較二、三季為低。

表 6-3 旅客出發地點(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	36	6.8%	4	1.2%	17	4.9%	57	4.7%
中部地區	54	10.2%	8	2.4%	2	0.6%	64	5.3%
南部地區	439	82.5%	325	96.2%	325	94.2%	1,089	89.6%
嘉義縣市	23	4.3%	8	2.4%	4	1.2%	35	2.9%
台南縣市	334	62.8%	239	70.7%	233	67.5%	806	66.3%
高雄縣市	67	12.6%	64	18.9%	71	20.6%	202	16.6%
屏東縣	15	2.8%	14	4.1%	17	4.9%	46	3.8%
東部與其他地區	3	0.6%	1	0.3%	1	0.3%	5	0.4%
有效回答總和	532	100.0%	338	100.0%	345	100.0%	1,215	100.0%
未填寫或漏答	4	-	1	-	1	-	6	-

(三) 旅客旅遊方式

在受訪者當中，以『**家庭旅遊**』居多，佔 41.4%，第一季(48.8%)明顯較二(35%)、三季(31.4%)為高；其次依序為『朋友、同事旅遊』，佔 27.5%、『夫妻、情侶旅遊』佔 10.0%。『朋友、同事旅遊』第一季(23.3%)明顯較二(31.8%)、三季(30.1%)為低。

表 6-4 旅客旅遊方式(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家庭旅遊	260	48.8%	118	35.0%	126	36.4%	504	41.4%
朋友、同事旅遊	124	23.3%	107	31.8%	104	30.1%	335	27.5%
夫妻、情侶旅遊	43	8.1%	35	10.4%	44	12.7%	122	10.0%
宗教朝聖	26	4.9%	23	6.8%	37	10.7%	86	7.1%
個人旅遊	31	5.8%	7	2.1%	15	4.3%	53	4.4%
參加其他團體舉辦的旅遊	20	3.8%	20	5.9%	9	2.6%	49	4.0%
同學旅遊	7	1.3%	9	2.7%	2	0.6%	18	1.5%
旅行社套裝旅遊	2	0.4%	4	1.2%	-	-	6	0.5%
其他	20	3.8%	14	4.2%	9	2.6%	43	3.5%
有效回答總和	533	100.0%	337	100.0%	346	100.0%	1,216	100.0%
未填寫或漏答	3	-	2	-	0	-	5	-

(四) 旅客資訊取得管道

調查結果顯示，在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾三季共有 81.3%，第一季(85.1%)明顯較二(78.4%)、三季(77.7%)為高，未曾索取者有 18.7%，而獲得景點的資訊的方式，主要是以『親友、同事、同學』間的口耳相傳為主，佔 51.1%，第三季(56.1%)明顯較前兩季(第一季 47.5% 第二季 52.1%)為高；其餘依次則為『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔 11.0%，第三季(6.9%)明顯較第一(12.1%)二(13.3%)季為低；『電腦網路』佔 6.4%。

表 6-5 旅客資訊取得管道 (南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	501	85.1%	265	78.4%	269	77.7%	1,035	81.3%
親友、同事、同學	280	47.5%	176	52.1%	194	56.1%	650	51.1%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	71	12.1%	45	13.3%	24	6.9%	140	11.0%
電腦網路	46	7.8%	18	5.3%	17	4.9%	81	6.4%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	28	4.8%	14	4.1%	24	6.9%	66	5.2%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	27	4.6%	17	5.0%	13	3.8%	57	4.5%
旅遊展覽	14	2.4%	8	2.4%	6	1.7%	28	2.2%
旅行社	16	2.7%	5	1.5%	5	1.4%	26	2.0%
其他	33	5.6%	27	8.0%	25	7.2%	85	6.7%
未曾索取	88	14.9%	73	21.6%	77	22.3%	238	18.7%
有效回答人數	589	100.0%	338	100.0%	346	100.0%	1,273	100.0%
未填寫或漏答	4	-	1	-	0	-	5	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五)使用交通工具

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要交通工具是以『自小客車』為主，佔 76.7%，其次為機車佔 8.0、大型遊覽車佔 5.5%。在第一季中機車的比例較高(11.0%)，在第二(4.3%)、三季(6.9%)則降低，而自小客車則以第一季(74.2%)明顯較後兩季(第二季 78.3% 第三季 79%)為低。

表 6-6 使用交通工具(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	1334	74.2%	893	78.3%	908	79.0%	3,135	76.7%
機車	198	11.0%	49	4.3%	79	6.9%	326	8.0%
大型遊覽車	106	5.9%	62	5.4%	56	4.9%	224	5.5%
自行車、協力車	38	2.1%	77	6.8%	45	3.9%	160	3.9%
徒步	58	3.2%	23	2.0%	8	0.7%	89	2.2%
旅遊專車	33	1.8%	11	1.0%	32	2.8%	76	1.9%
出租汽車	9	0.5%	10	0.9%	11	1.0%	30	0.7%
公、民營客運	9	0.5%	7	0.6%	7	0.6%	23	0.6%
計程車	9	0.5%	5	0.4%	2	0.2%	16	0.4%
其他	5	0.3%	3	0.3%	2	0.2%	10	0.2%
總分	1799	100.0%	1140	100.0%	1150	100.0%	4,089	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六) 選擇景點原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主，佔 28.1%，其次為『運動健身』，佔 24.0%、『親友推薦』，佔 11.6%。三季的比較，『景觀優美』三季差異不大；『運動健身』在有逐季增加的趨勢，『親友推薦』則略為降低。

表 6-7 選擇景點原因(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	681	29.9%	413	26.8%	415	26.9%	1,509	28.1%
運動健身	375	16.5%	421	27.4%	489	31.7%	1,285	24.0%
親朋好友推薦	320	14.0%	182	11.8%	118	7.6%	620	11.6%
宗教活動	161	7.1%	156	10.1%	183	11.9%	500	9.3%
距離遠近、假期長短	205	9.0%	78	5.1%	97	6.3%	380	7.1%
順道而來	144	6.3%	54	3.5%	42	2.7%	240	4.5%
交通便利	86	3.8%	67	4.4%	58	3.8%	211	3.9%
遊憩設施	113	5.0%	23	1.5%	32	2.1%	168	3.1%
文化巡禮	44	1.9%	28	1.8%	35	2.3%	107	2.0%
品嚐當地美食	47	2.1%	30	1.9%	27	1.7%	104	1.9%
學校、公司或參加的團體安排	46	2.0%	32	2.1%	19	1.2%	97	1.8%
行銷推廣活動或節慶表演節目	11	0.5%	9	0.6%	8	0.5%	28	0.5%
配合國民旅遊卡措施	3	0.1%	1	0.1%	3	0.2%	7	0.1%
其他	43	1.9%	45	2.9%	17	1.1%	105	2.0%
總分	2,279	100.0%	1,539	100.0%	1,543	100.0%	5,361	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『3 至 5 人』(45.4%)，其次為『6 至 10 人』(24.3%)，而主要的同伴則為『家人』(65.7%)，其次為『朋友、同事』(37.8%)。而三季的比較，第一季以『家人』作為主要的同伴比例(64.2%)，高於其他兩季(第一季 55.6% 第二季 55.6%)，『朋友、同事』則第一季(30.5%)低於其他兩季(第二季 41.4% 第三季 41.4%)。同行人數『3 至 5 人』第一季(48.9%)高於其他兩季(第二季 40.5% 第三季 44.7%)，但整體的先後次序並沒有變動。

表 6-8 同行人數(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	1	0.2%	11	3.5%			12	1.1%
兩人同行	40	8.1%	36	11.6%	55	17.7%	131	11.7%
3至5人	241	48.9%	126	40.5%	139	44.7%	506	45.4%
6至10人	135	27.4%	69	22.2%	67	21.5%	271	24.3%
11至20人	29	5.9%	33	10.6%	28	9.0%	90	8.1%
21至30人	15	3.0%	18	5.8%	11	3.5%	44	3.9%
31人以上	32	6.5%	18	5.8%	11	3.5%	61	5.5%
總和	493	100.0%	311	100.0%	311	100.0%	1,115	100.0%
未填寫或漏答	43	-	28	-	35	-	106	-

表 6-9 同伴屬性(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	341	64.2%	200	55.6%	204	55.6%	745	59.2%
朋友、同事	162	30.5%	149	41.4%	152	41.4%	463	36.8%
同學	14	2.6%	4	1.1%	1	0.3%	19	1.5%
其他	14	2.6%	7	1.9%	10	2.7%	31	2.5%
回答總個數	531	100.0%	360	100.0%	367	100.0%	1,258	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『厚德紫竹寺』(58.9%)，其餘依次為『烏山獼猴保護區』(18.5%)，『烏山頭水庫』(7.2%)。

表 6-10 主要遊覽景點(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
厚德紫竹寺	217	40.5%	267	78.8%	231	68.1%	715	58.9%
烏山獼猴保護區	152	28.4%	36	10.6%	36	10.4%	224	18.5%
龍麟山步道	-	-	29	8.6%	59	17.1%	88	7.2%
烏山頭水庫	48	9.0%	-	-	2	0.6%	50	4.1%
水火同源	34	6.3%	-	-	-	-	34	2.8%
關子嶺溫泉區	21	3.9%	1	0.3%	-	-	22	1.8%
曾文水庫	-	-	-	-	-	-	21	1.7%
噶瑪噶居寺	20	3.7%	-	-	-	-	20	1.6%
龍湖寺	-	-	1	0.3%	9	2.6%	13	1.1%

(二)計畫遊覽景點

而在南化地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『厚德紫竹寺』(28.8%)，其餘依次為『烏山獼猴保護區』(19.7%)，『龍麟山步道』(6.3%)，『烏山頭水庫』(6.0%)，『曾文水庫』(4.7%)、『南化水庫』(4.0%)。

表 6-11 計畫遊覽景點(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
厚德紫竹寺	101	13.2%	215	40.6%	199	40.6%	515	28.8%
烏山獼猴保護區	108	20.1%	70	20.6%	61	17.6%	239	19.7%
龍麟山步道	3	0.6%	14	4.1%	59	17.1%	76	6.3%
烏山頭水庫	57	10.6%	9	2.7%	7	2.0%	73	6.0%
關子嶺溫泉區	40	7.5%	15	4.4%	9	2.6%	64	5.3%
曾文水庫	35	6.5%	15	4.4%	7	2.0%	57	4.7%
南化水庫	22	4.1%	18	5.3%	9	2.6%	49	4.0%
龍湖寺	11	2.1%	15	4.4%	16	4.6%	42	3.5%
水火同源	37	6.9%	3	0.9%	1	0.3%	41	3.4%
草山月世界	11	2.1%	14	4.1%	14	4.0%	39	3.2%
梅嶺休閒農業區	14	2.6%	8	2.4%	13	3.8%	35	2.9%
虎頭山	8	1.5%	15	4.4%	12	3.5%	35	2.9%
玉井青果市場	21	3.9%	11	3.2%	2	0.6%	34	2.8%
白河水庫	23	4.3%	8	2.4%	-	-	31	2.6%
虎頭埤水庫	12	2.2%	10	2.9%	8	2.3%	30	2.5%
碧雲寺	24	4.5%	3	0.9%	2	0.6%	29	2.4%
走馬瀨農場	12	2.2%	12	3.5%	4	1.2%	28	2.3%
噶瑪噶居寺	23	4.3%	-	-	2	0.6%	25	2.1%
關子嶺登山步道	13	2.4%	4	1.2%	6	1.7%	23	1.9%
芒果產業文化資訊館	18	3.4%	3	0.9%	1	0.3%	22	1.8%
玉山寶光聖堂	8	1.5%	4	1.2%	9	2.6%	21	1.7%
大凍山	12	2.2%	3	0.9%	5	1.4%	20	1.6%
大仙寺	17	3.2%	-	-	3	0.9%	20	1.6%
南化運動公園	7	1.3%	7	2.1%	4	1.2%	18	1.5%
孚佑宮仙公廟	9	1.7%	4	1.2%	3	0.9%	16	1.3%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，20人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

在本次調查遊客主要停留時間為『半天(4小時以下)』(62.6%)，其次為『1天(4小時以上)，不過夜』(32.1%)，三季比較差異不大。而選擇的住宿方式以『親友家』為最多數，共有42人，佔所有受訪者的3.5%，其次為『旅館』，共有32人(2.7%)。三季的結構略有不同，第三季以『沒有過夜』比例(93.9%)明顯較前二季為高(第一季88.2%第二季89.9%)。

表 6-12 預計停留時間(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4 小時以下)	325	61.8%	210	62.3%	220	64.0%	755	62.6%
1 天(4 小時以上)，不過夜	172	32.7%	104	30.9%	112	32.6%	388	32.1%
2 天 1 夜	24	4.6%	14	4.2%	10	2.9%	48	4.0%
3 天 2 夜	5	1.0%	2	0.6%	-	-	7	0.6%
4 天 3 夜	-	-	4	1.2%	1	0.3%	5	0.4%
5 天以上	-	-	3	0.9%	1	0.3%	4	0.3%
總和	526	100.0%	337	100.0%	344	100.0%	1,207	100.0%
未填答或漏答	10	-	2	-	2	-	14	-

表 6-13 主要住宿方式(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	462	88.2%	304	89.9%	322	93.9%	1,088	90.3%
親友家(含自家)	20	3.8%	16	4.7%	6	1.7%	42	3.5%
旅館	22	4.2%	6	1.8%	4	1.2%	32	2.7%
民宿	6	1.1%	3	0.9%	3	0.9%	12	1.0%
招待所或活動中心	5	1.0%	4	1.2%	-	-	9	0.7%
露營	5	1.0%	2	0.6%	2	0.6%	9	0.7%
其他(請說明)	4	0.8%	3	0.9%	6	1.7%	13	1.1%
總和	524	100.0%	338	100.0%	343	100.0%	1,205	100.0%
未填答或漏答	12	-	1	-	3	-	16	-

(四)重遊意願

在本次調查遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(95.9%)，且三季比例一致；僅 4.1%的民眾表示不願意。而不願意的理由有『缺乏特色』28 人，『遊憩設備差』16 人，『交通不便』13 人。

表 6-14 重遊意願(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	502	95.1%	318	95.5%	335	97.4%	1,155	95.9%
不願意	26	4.9%	15	4.5%	9	2.6%	50	4.1%
缺乏特色	15	2.8%	10	3.0%	3	0.9%	28	2.3%
遊憩設施差	8	1.5%	6	1.8%	2	0.6%	16	1.3%
交通不便	2	0.4%	8	2.4%	3	0.9%	13	1.1%
環境髒亂	5	0.9%	3	0.9%	2	0.6%	10	0.8%
花費太高	3	0.6%	-	-	-	-	3	0.2%
其他	7	1.3%	2	0.6%	2	0.6%	11	0.9%
有效回答數	528	100.0%	333	100.0%	344	100.0%	1,205	100.0%
未填答或漏答	8	-	6	-	2	-	10	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五) 偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『自然賞景活動』為最多(91.2%)，其次為『文化體驗活動』(56.0%)。而在各細項中『露營、登山、森林步道健行(含散步)』為各項目之冠，佔 57.1%，其次為『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』，佔 42.0%。其餘依次為『觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)』(28.7%)、『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(26.6%)、『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(25.3%)。三季之比較，『露營、登山、森林步道健行(含散步)』第一季(43.1%)明顯較二(64.9%)、三季(70.2%)比例為低，『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』則第三季(52.9%)明顯較前兩季(第一季 38.8% 第二季 35.1%)為高。

(六) 遊客滿意度

本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『營業商店人員之服務態度』(3.22)、『環境美化綠化』(3.21)與『景點服務人員之服務態度』(3.20)，而較低的三項分別為『停車位數量』(3.01)、『營業商店之產品售價』(3.02)、『提供之旅遊資訊服務』(2.94)。三季之比較，『營業商店之產品售價』第一季較第二、三季有明顯差異，『營業商店之環境衛生』、『景點服務人員之服務態度』、『環境美化綠化』、『環境整潔』、『廁所清潔程度』，第二季較第一、三季明顯為高。

表 6-15 遊客偏好活動(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	463	86.4%	315	92.9%	330	95.4%	1,108	91.2%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	231	43.1%	220	64.9%	243	70.2%	694	57.1%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	208	38.8%	119	35.1%	183	52.9%	510	42.0%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	144	26.9%	87	25.7%	118	34.1%	349	28.7%
觀賞日出、星象等自然景觀	43	8.0%	58	17.1%	85	24.6%	186	15.3%
其他	5	0.9%	10	2.9%	3	0.9%	18	1.5%
文化體驗活動	254	47.4%	195	57.5%	232	67.1%	681	56.0%
觀賞文化古蹟	110	20.5%	82	24.2%	115	33.2%	307	25.3%
節慶活動及表演節目欣賞	64	11.9%	77	22.7%	83	24.0%	224	18.4%
傳統技藝學習	49	9.1%	34	10.0%	58	16.8%	141	11.6%
農特展	38	7.1%	34	10.0%	62	17.9%	134	11.0%
參觀農村、聚落	45	8.4%	27	8.0%	54	15.6%	126	10.4%
原住民文化體驗	42	7.8%	22	6.5%	52	15.0%	116	9.5%
農村生活體驗	13	2.4%	14	4.1%	39	11.3%	66	5.4%
宗教活動	13	2.4%	11	3.2%	42	12.1%	66	5.4%
其他	11	2.1%	9	2.7%	2	0.6%	22	1.8%
運動型活動	176	32.8%	115	33.9%	161	46.5%	452	37.2%
自行車	105	19.6%	77	22.7%	94	27.2%	276	22.7%
球類運動	22	4.1%	15	4.4%	34	9.8%	71	5.8%
其他	49	9.1%	27	8.0%	40	11.6%	116	9.5%
遊樂園活動	144	26.9%	68	20.1%	110	31.8%	322	26.5%
一般遊樂活動	101	18.8%	43	12.7%	86	24.9%	230	18.9%
機械遊樂活動	30	5.6%	13	3.8%	25	7.2%	68	5.6%
其他	18	3.4%	16	4.7%	6	1.7%	40	3.3%
其他休閒活動	264	49.3%	174	51.3%	226	65.3%	664	54.7%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	86	16.0%	64	18.9%	98	28.3%	248	20.4%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	95	17.7%	82	24.2%	146	42.2%	323	26.6%
泡溫泉、做 SPA	74	13.8%	34	10.0%	104	30.1%	212	17.4%
環湖賞景	73	13.6%	41	12.1%	74	21.4%	188	15.5%
觀光果園參觀活動	34	6.3%	31	9.1%	52	15.0%	117	9.6%
商圈徒步購物	26	4.9%	15	4.4%	48	13.9%	89	7.3%
其他	4	0.7%	5	1.5%	3	0.9%	12	1.0%
都不喜歡，沒有特別的感覺	2	0.4%	2	0.6%	-	-	4	0.3%

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

表 6-16 遊客滿意度(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	368	3.20	234	3.24	220	3.23	822	3.22
2. 營業商店之產品售價	356	2.95	223	3.07	213	3.08	792	3.02
3. 營業商店之環境衛生	386	3.02	242	3.11	238	3.01	866	3.04
4. 景點服務人員之服務態度	410	3.19	256	3.25	225	3.16	891	3.20
5. 景點內服務設施	463	3.01	273	3.07	291	2.97	1,027	3.01
6. 景點內空間設計	472	3.03	296	3.03	302	3.06	1,070	3.05
7. 引導指標或動線安排	478	3.00	306	3.12	313	3.00	1,097	3.03
8. 環境美化綠化	511	3.19	325	3.31	337	3.12	1,173	3.21
9. 環境整潔	513	3.06	322	3.21	336	3.07	1,171	3.11
10. 停車位數量	504	2.97	317	3.06	331	3.02	1,152	3.01
11. 廁所清潔程度	476	3.04	308	3.13	307	3.07	1,091	3.07
12. 提供之旅遊資訊服務	416	2.98	249	2.96	235	2.86	900	2.94

註：本題非常滿意為 4 分、滿意為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中屬於優勢指標的有『營業商店人員之服務態度』、『營業商店之產品售價』、『景點服務人員之服務態度』、『景點內服務設施』、『景點內空間設計』、『環境美化綠化』、『環境整潔』、『停車位數量』、『廁所清潔程度』、『提供之旅遊資訊服務』等 10 項，應持續保持這 10 項服務的優勢性。

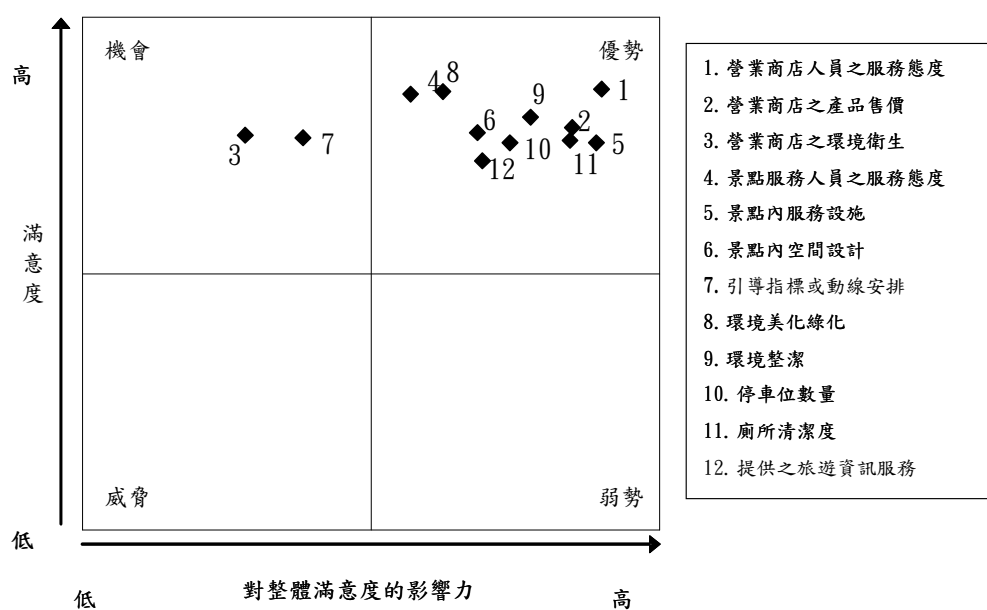


圖 6-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(南化地區)

而在差異度分析方面，男性在『廁所清潔程度』滿意度較女性為高；年齡層方面，40-49 歲的遊客對『廁所清潔程度』低於其他年齡層、60 歲以上對『營業商店之產品售價』、『廁所清潔程度』、『提供之旅遊資訊服務』，25-29 歲對『提供之旅遊資訊服務』滿意度較其他年齡層為低；國小及以下學歷者對『引導指標或動線安排』、『廁所清潔程度』較其他年齡層滿意，國初中學歷者對『營業商店人員之服務態度』、『提供之旅遊資訊服務』較其他年齡層滿意，專科學歷對『提供之旅遊資訊服務』感到較不滿意。收入方面，無經常性收入或沒有收入者對『引導指標或動線安排』、『提供之旅遊資訊服務』兩項較其他收入層滿意，3 萬元～未滿 4 萬元收入者對『引導指標或動線安排』、『提供之旅遊資訊服務』兩項較其他收入層不滿意。

表 6-17 遊客滿意度(南化地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
性別	11. 廁所清潔程度	0.026	男高於女
年齡	2. 營業商店之產品售價	0.014	60 歲及以上高於其他
	11. 廁所清潔程度	0.036	60 歲及以上高於其他 40~49 歲低於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.032	60 歲及以上高於其他 25~29 歲低於其他
學歷	1. 營業商店人員之服務態度	0.027	國(初中)高於其他
	7. 引導指標或動線安排	0.017	國小及以下高於其他
	11. 廁所清潔程度	0.037	國小及以下高於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.047	國(初中)高於其他 專科低於其他
收入	7. 引導指標或動線安排	0.009	無經常性收入或沒有收入高於其他 3 萬元～未滿 4 萬元低於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.032	無經常性收入或沒有收入高於其他 3 萬元～未滿 4 萬元低於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05 者

(七)遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第 5 次以上』到訪的比例最高，達 49.8%，其中第一季比例 38.6%明顯較後兩季(第二季 60.4%第三季 56.6%)略低；其次為『第 1 次』(29.0%)，第一季比例 35.5%明顯較後兩季(第二季 26.6%第三季 21.3%)略低。而重遊的 859 位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多，達 70.8%，其中第一季(61.8%)比例明顯較後兩季(第二季 77.3%第三季 76.1%)略低。而與上次到訪比較，23.5%的遊客表示『稍有改善』或『改善很多』，遠大於認為『變差』的 2.7%。最後，共有 1,110 位遊客對整體服務進行評價，此景點第一季獲得分數為 79.1 分，第二季獲得分數為 80.9 分，第二季獲得分數為 79.9 分。

表 6-18 遊客到訪次數(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第1次	188	35.5%	90	26.6%	73	21.3%	351	29.0%
第2次	75	14.2%	13	3.8%	42	12.2%	130	10.7%
第3次	38	7.2%	21	6.2%	16	4.7%	75	6.2%
第4次	24	4.5%	10	3.0%	18	5.2%	52	4.3%
第5次以上	204	38.6%	204	60.4%	194	56.6%	602	49.8%
總和	529	100.0%	338	100.0%	343	100.0%	1,210	100.0%
未填寫或遺漏	7	-	1	-	3	-	11	-

表 6-19 上次到訪時間(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	210	61.8%	191	77.3%	204	76.1%	605	70.8%
半年~1年以內	40	11.8%	20	8.1%	23	8.6%	83	9.7%
1~2年以內	55	16.2%	23	9.3%	21	7.8%	99	11.6%
2~3年以內	8	2.4%	2	0.8%	9	3.4%	19	2.2%
3年以上	27	7.9%	11	4.5%	11	4.1%	49	5.7%
總和	340	100.0%	247	100.0%	268	100.0%	855	100.0%

表 6-20 整體服務品質比較(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	44	13.0%	39	15.8%	36	13.5%	119	14.0%
稍有改善	39	11.5%	19	7.7%	23	8.6%	81	9.5%
差不多	229	67.8%	173	70.0%	187	70.0%	589	69.1%
較差	7	2.1%	4	1.6%	12	4.5%	23	2.7%
不知道/無意見	19	5.6%	12	4.9%	9	3.4%	40	4.7%
總和	338	100.0%	247	100.0%	267	100.0%	852	100.0%

表 6-21 整體滿意度評價(南化地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50分以下	13	2.9%	13	4.0%	6	1.8%	32	2.9%
51-60分	43	9.5%	20	6.1%	24	7.3%	87	7.8%
61-70分	68	14.9%	43	13.1%	45	13.7%	156	14.1%
71-80分	165	36.3%	94	28.7%	105	32.0%	364	32.8%
81-90分	127	27.9%	111	33.9%	116	35.4%	354	31.9%
91-100分	39	8.6%	46	14.1%	32	9.8%	117	10.5%
總和	455	100.0%	327	100.0%	328	100.0%	1,110	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用以『1 至 200 元』(36.1%)為最高。飲食費用則約落在『1 至 200 元』以內(45.0%)。有 51.8%的個人遊客表示並沒有購物花費，79.5%表示並沒有娛樂花費，此兩項目隨著花費增加而遞減。在住宿花費部份，有 91.6%的受訪者無住宿費用，不考慮未住宿的部份，其花費大致落在 500 至 2000 的區塊。而總費用花費，亦大致落在 500 至 1000 之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則以交通花費的 3.85 為最高，娛樂費用的 3.75 為最低，三季之比較滿意度皆增加，飲食、購物、娛樂、總費用皆有明顯增加。

團體遊客在團費以『501 至 100 元』(27.3%)為最高。飲食費用則約落在兩百元以內(47.9%)。有 61.8%的個人遊客表示並沒有購物花費，79.1%表示並沒有娛樂花費。而總費用花費，則大致落在 501 至 1000 之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，五項的滿意度落在 39.5~4.05 之間，差異不大，但第 3 季的滿意度明顯較前兩季為低。

表 6-22 個人消費與滿意度(南化地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	53	168	139	72	21	7	2	462	3.80
		百分比	11.5%	36.4%	30.1%	15.6%	4.5%	1.5%	0.4%	100.0%	
	第二季	個數	59	117	94	46	5	0	0	321	3.93
		百分比	18.4%	36.4%	29.3%	14.3%	1.6%	0.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	35	115	123	44	6	2	0	325	3.83
		百分比	10.8%	35.4%	37.8%	13.5%	1.8%	0.6%	0.0%	100.0%	
總和	個數	147	400	356	162	32	9	2	1,108	3.85	
	百分比	13.3%	36.1%	32.1%	14.6%	2.9%	0.8%	0.2%	100.0%		
飲食費用	第一季	個數	97	171	115	52	19	3	3	460	3.72
		百分比	21.1%	37.2%	25.0%	11.3%	4.1%	0.7%	0.7%	100.0%	
	第二季	個數	83	149	65	17	5	0	0	319	3.96
		百分比	26.0%	46.7%	20.4%	5.3%	1.6%	0.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	60	175	55	26	5	0	0	321	3.91
		百分比	18.7%	54.5%	17.1%	8.1%	1.6%	0.0%	0.0%	100.0%	
總和	個數	240	495	235	95	29	3	3	1,100	3.85	
	百分比	21.8%	45.0%	21.4%	8.6%	2.6%	0.3%	0.3%	100.0%		
購物費用	第一季	個數	204	103	79	42	15	2	1	446	3.73
		百分比	45.7%	23.1%	17.7%	9.4%	3.4%	0.4%	0.2%	100.0%	
	第二季	個數	178	72	45	14	4	2	0	315	3.86
		百分比	56.5%	22.9%	14.3%	4.4%	1.3%	0.6%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	172	71	48	12	5	1	0	309	3.84
		百分比	55.7%	23.0%	15.5%	3.9%	1.6%	0.3%	0.0%	100.0%	
總和	個數	554	246	172	68	24	5	1	1,070	3.80	
	百分比	51.8%	23.0%	16.1%	6.4%	2.2%	0.5%	0.1%	100.0%		
娛樂費用	第一季	個數	291	51	44	28	11	1	1	427	3.68
		百分比	68.1%	11.9%	10.3%	6.6%	2.6%	0.2%	0.2%	100.0%	
	第二季	個數	268	31	12	2	0	0	1	314	3.82
		百分比	85.4%	9.9%	3.8%	0.6%	0.0%	0.0%	0.3%	100.0%	
	第三季	個數	269	20	8	4	0	0	0	301	3.81
		百分比	89.4%	6.6%	2.7%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
總和	個數	828	102	64	34	11	1	2	1,042	3.75	
	百分比	79.5%	9.8%	6.1%	3.3%	1.1%	0.1%	0.2%	100.0%		
住宿費用	第一季	個數	371	4	6	16	16	6	4	423	3.77
		百分比	87.7%	0.9%	1.4%	3.8%	3.8%	1.4%	0.9%	100.0%	
	第二季	個數	291	6	2	7	2	2	0	310	3.82
		百分比	93.9%	1.9%	0.6%	2.3%	0.6%	0.6%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	286	1	4	4	3	4	0	302	3.85
		百分比	94.7%	0.3%	1.3%	1.3%	1.0%	1.3%	0.0%	100.0%	
總和	個數	948	11	12	27	21	12	4	1,035	3.80	
	百分比	91.6%	1.1%	1.2%	2.6%	2.0%	1.2%	0.4%	100.0%		
總費用	第一季	個數	45	57	83	96	75	43	13	412	3.70
		百分比	10.9%	13.8%	20.1%	23.3%	18.2%	10.4%	3.2%	100.0%	
	第二季	個數	35	69	80	63	34	18	3	302	3.94
		百分比	11.6%	22.8%	26.5%	20.9%	11.3%	6.0%	1.0%	100.0%	
	第三季	個數	13	60	105	78	41	16	2	315	3.89
		百分比	4.1%	19.0%	33.3%	24.8%	13.0%	5.1%	0.6%	100.0%	
總和	個數	93	186	268	237	150	77	18	1,029	3.83	
	百分比	9.0%	18.1%	26.0%	23.0%	14.6%	7.5%	1.7%	100.0%		

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 6-23 團體消費與滿意度(南化地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	7	7	3	13	8	8	3	49	3.94
		百分比	14.3%	14.3%	6.1%	26.5%	16.3%	16.3%	6.1%	100.0%	
	第二季	個數	0	2	4	4	0	1	0	11	4.36
		百分比	0.0%	18.2%	36.4%	36.4%	0.0%	9.1%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	1	0	4	4	3	5	0	17	4.07
		百分比	5.9%	0.0%	23.5%	23.5%	17.6%	29.4%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	8	9	11	21	11	14	3	77	4.05
		百分比	10.4%	11.7%	14.3%	27.3%	14.3%	18.2%	3.9%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	20	13	8	2	2	0	1	46	3.93
		百分比	43.5%	28.3%	17.4%	4.3%	4.3%	0.0%	2.2%	100.0%	
	第二季	個數	5	5	1	0	0	0	0	11	4.33
		百分比	45.5%	45.5%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	9	1	1	1	1	1	0	14	3.60
		百分比	64.3%	7.1%	7.1%	7.1%	7.1%	7.1%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	34	19	10	3	3	1	1	71	3.95
		百分比	47.9%	26.8%	14.1%	4.2%	4.2%	1.4%	1.4%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	24	7	4	3	4	0	1	43	3.88
		百分比	55.8%	16.3%	9.3%	7.0%	9.3%	0.0%	2.3%	100.0%	
	第二季	個數	8	2	1	0	0	0	0	11	4.50
		百分比	72.7%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	10	1	1	1	0	1	0	14	3.50
		百分比	71.4%	7.1%	7.1%	7.1%	0.0%	7.1%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	42	10	6	4	4	1	1	68	3.94
		百分比	61.8%	14.7%	8.8%	5.9%	5.9%	1.5%	1.5%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	32	2	3	2	1	1	1	42	3.96
		百分比	76.2%	4.8%	7.1%	4.8%	2.4%	2.4%	2.4%	100.0%	
	第二季	個數	11	0	0	0	0	0	0	11	4.50
		百分比	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	10	0	0	2	1	1	0	14	3.75
		百分比	71.4%	0.0%	0.0%	14.3%	7.1%	7.1%	0.0%	100.0%	
	總和	個數	53	2	3	4	2	2	1	67	4.00
		百分比	79.1%	3.0%	4.5%	6.0%	3.0%	3.0%	1.5%	100.0%	
總費用	第一季	個數	4	5	5	12	8	11	3	48	3.95
		百分比	8.3%	10.4%	10.4%	25.0%	16.7%	22.9%	6.3%	100.0%	
	第二季	個數	0	2	0	7	1	1	0	11	4.33
		百分比	0.0%	18.2%	0.0%	63.6%	9.1%	9.1%	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	1	0	3	4	3	3	3	17	4.13
		百分比	5.9%	0.0%	17.6%	23.5%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%	
	總和	個數	5	7	8	23	12	15	6	76	4.05
		百分比	6.6%	9.2%	10.5%	30.3%	15.8%	19.7%	7.9%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第二節 商家調查部分

本次研究於南化地區共計完成 26 份商家的有效問卷，第一季完成 10 份，第三季完成 16 份。由於南化地區調查景點之周邊商家數量不多，勢必會重複訪問，因此第二季未於本區域施測，於第三季再行調查，避免間隔太短造成訪問偏差。

一. 商家基本資料

- (一)性別方面，以女性佔 22 位，男性則為 4 位。
- (二)年齡方面，50~59 歲的受訪者有 10 位為最多，40~49 歲 9 位。
- (三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，共 10 位，其次為國中程度者，有 7 位。
- (四)受訪者居住在當地 10 年以上為最多，有 18 位。
- (五)店面經營時間以經營 10 年以上居多，共 13 家，店面自有 18 家，承租 7 家，營業類別以餐飲小吃 11 家最多，其次為農特產類 8 家。獨資經營 20 家，合夥為 4 家。
- (六)這 26 間商家，11 家表示曾經參與西拉雅商圈活動，目前則無參與。3 家表示目前仍有參與，最後 12 家表示未曾參與。

二. 商家滿意度

對於整體環境滿意度，特產品(價格/態度/特色)、餐飲(價格/態度/衛生)與環境整潔及維護是 3 項滿意度較高的，第三季的受訪者對『導覽設施或解說服務』與『聯外大眾運輸方便性』較為不滿。

表 6-24 商家滿意度(南化地區)

項目	第一季		第三季		總和	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 環境整潔及維護	9	4.11	16	3.63	25	3.80
2. 導覽設施或解說服務	5	3.20	11	2.82	16	2.94
3. 旅遊資訊提供服務	7	3.43	11	3.27	18	3.33
4. 引導指標及動線安排	8	3.50	13	3.23	21	3.33
5. 聯外大眾運輸方便性	7	3.71	16	2.94	23	3.17
6. 停車方便性	9	3.67	15	3.67	24	3.67
7. 門票或活動收費	3	4.00	6	3.17	9	3.44
8. 廁所清潔程度	8	3.75	16	3.38	24	3.50
9. 旅遊安全性	8	3.75	16	3.63	24	3.67
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	8	4.00	16	3.75	24	3.83
11. 特產品(價格/態度/特色)	8	4.13	16	4.00	24	4.04

而對於西拉雅國家風景區景點建設所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家認為 5~7 成者有 8 家為最多。而增加當地的遊客數量部份，則以 5 至 7 成者 8 家為最多。增加外來投資則以無增加幅度有 8 家最多。最後，有 9 家認為景點建設無法增加當地房價為最多。

表 6-25 商家對活動效益的評估(南化地區)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
7 成以上	4	15.4%	5	19.2%	4	15.4%	3	11.5%	4	15.4%
5 至 7 成	8	30.8%	8	30.8%	4	15.4%	5	19.2%	1	3.8%
3 至 5 成	6	23.1%	4	15.4%	4	15.4%	6	23.1%	5	19.2%
1 至 3 成	2	7.7%	4	15.4%	3	11.5%	4	15.4%	4	15.4%
1 成以下	2	7.7%	1	3.8%	3	11.5%	2	7.7%	3	11.5%
皆無	4	15.4%	4	15.4%	8	30.8%	6	23.1%	9	34.6%

而詢問商家西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益是否具有正面的影響，有 18 家表示同意或非常同意，5 家店家表示普通，2 家表示不同意。

表 6-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(南化地區)

項目	次數	百分比
非常同意	8	32.0%
同意	10	40.0%
普通	5	20.0%
不同意	2	8.0%
非常不同意	0	0.0%

第七章 左鎮地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本次研究目前於左鎮地區共計完成 459 份有效問卷，其中第一季為 71 份，第二季為 188 份，第三季為 200 份。

- (一)性別方面，以女性略多，佔 52.1%，男性則為 47.8%。
- (二)年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 27.2%與 23.5%。三季的比較，第二季以 30~39 歲比例(19.1%)較其他兩季略低(第一季 31%第三季 33%)，第二季則以 15~24 歲較其他兩季略高。
- (三)教育程度方面，以大學程度者為最多，佔 41.7%，其第一季(50.7%)較後兩季(第二季 40.4%第三季 39%)明顯較高；居次為高中職，佔 20.2%。
- (四)職業方面，本次調查以學生的受訪者最多，比例為 23.7%，且第二季較第一季增加 9.7%，但第三季僅 12.0%，其次為軍公教人員(12.9%)與服務業(11.4%)，服務業則第二季較第一季減少 11.4%。
- (五)個人月收入方面，以未有經常性收入者最多佔 30.0%，且第二季(39.9%)較一(19.7%)、三季(24%)明顯較高。其次為 3~4 萬元者佔 16.4%，再其次為 2~3 萬元，佔 16.2%。
- (六)婚姻狀況未婚者佔 43.9%、已婚者佔 53.9%。

表 7-1 受訪遊客屬性(左鎮地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	31	43.7%	89	47.3%	98	49.0%	218	47.8%
	女	40	56.3%	99	52.7%	102	51.0%	241	52.1%
年齡	12~14 歲	5	7.0%	19	10.1%	11	5.5%	35	7.7%
	15~19 歲	6	8.5%	27	14.4%	9	4.5%	42	9.2%
	20~24 歲	7	9.9%	25	13.3%	13	6.5%	45	9.9%
	25~29 歲	8	11.3%	9	4.8%	25	12.5%	42	9.2%
	30~39 歲	22	31.0%	36	19.1%	66	33.0%	124	27.2%
	40~49 歲	18	25.4%	46	24.5%	43	21.5%	107	23.5%
	50~59 歲	2	2.8%	14	7.4%	21	10.5%	37	8.1%
	60 歲及以上	3	4.2%	12	6.4%	12	6.0%	27	5.9%
學歷	國小及以下	-	-	8	4.3%	17	8.5%	25	5.5%
	國(初中)	6	8.5%	20	10.6%	10	5.0%	36	7.9%
	高中、職	15	21.1%	36	19.1%	41	20.5%	92	20.2%
	專科	6	8.5%	32	17.0%	29	14.5%	67	14.7%
	大學	36	50.7%	76	40.4%	78	39.0%	190	41.7%
	研究所及以上	8	11.3%	14	7.4%	23	11.5%	45	9.9%
	未填寫或漏答	-	-	2	1.1%	2	1.0%	4	0.9%
職業	軍公教人員(公立學校教師)	9	12.7%	27	14.4%	23	11.5%	59	12.9%
	民意代表、企業經理人	1	1.4%	2	1.1%	5	2.5%	8	1.8%
	專業人員	8	11.3%	13	6.9%	16	8.0%	37	8.1%
	技術員及助理專業人員	4	5.6%	11	5.9%	21	10.5%	36	7.9%
	事務工作人員	5	7.0%	8	4.3%	13	6.5%	26	5.7%
	服務工作人員及售貨員	13	18.3%	13	6.9%	26	13.0%	52	11.4%
	農、林、漁、牧工人	1	1.4%	6	3.2%	3	1.5%	10	2.2%
	生產工人、機械工及體力工	-	-	4	2.1%	14	7.0%	18	3.9%
	家庭管理(料理家務)	3	4.2%	14	7.4%	17	8.5%	34	7.5%
	未就業、待業中	-	-	-	-	6	3.0%	6	1.3%
	退休人員	-	-	9	4.8%	7	3.5%	16	3.5%
	學生	18	25.4%	66	35.1%	24	12.0%	108	23.7%
	其他	6	8.5%	12	6.4%	21	10.5%	39	8.6%
未填寫或漏答	3	4.2%	3	1.6%	4	2.0%	10	2.2%	
婚姻狀況	未婚	41	57.7%	85	45.2%	74	37.0%	200	43.9%
	已婚	29	40.8%	98	52.1%	119	59.5%	246	53.9%
	其他	-	-	2	1.1%	3	1.5%	5	1.1%
	未填寫或漏答	1	1.4%	3	1.6%	4	2.0%	8	1.8%
個人收入	無經常收入或沒有收入	14	19.7%	75	39.9%	48	24.0%	137	30.0%
	未滿 2 萬元	5	7.0%	15	8.0%	11	5.5%	31	6.8%
	2 萬元~未滿 3 萬元	15	21.1%	23	12.2%	36	18.0%	74	16.2%
	3 萬元~未滿 4 萬元	18	25.4%	21	11.2%	36	18.0%	75	16.4%
	4 萬元~未滿 5 萬元	8	11.3%	18	9.6%	31	15.5%	57	12.5%
	5 萬元~未滿 7 萬元	5	7.0%	17	9.0%	17	8.5%	39	8.6%
	7 萬元~未滿 10 萬元	2	2.8%	6	3.2%	11	5.5%	19	4.2%
	10 萬元以上	1	1.4%	5	2.7%	5	2.5%	11	2.4%
	未填寫或漏答	3	4.2%	8	4.3%	5	2.5%	16	3.5%
總和	71	100.0%	188	100.0%	200	100.0%	456	100.0%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾佔 65.6%，不知道的民眾佔 34.4%。而在知道「西拉雅國家風景區」的 301 位民眾中，以『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』的比例最高，佔所有遊客的 29.2%。其次依序為『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』佔 21.6%，『電腦網路』佔 13.7%，『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔 11.3%，『高速公路看板、路標』佔 13.3%，其餘項則未達 10.0%。三季之比較，第二季旅客知道的比例(70.7%)明顯高於另兩季(第一季 59.2% 第二季 63%)，得知來源亦有些許變化，『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』第一季旅客的比例(21.1%)明顯低於另兩季(第二季 23.9% 第三季 23.9%)，『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』第三季的比例(18.5%)明顯低於另兩季。

表 7-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	42	59.2%	133	70.7%	126	63.0%	301	65.6%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	15	21.1%	58	30.9%	61	30.5%	134	29.2%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	17	23.9%	45	23.9%	37	18.5%	99	21.6%
電腦網路	10	14.1%	27	14.4%	26	13.0%	63	13.7%
高速公路看板、路標	12	16.9%	21	11.2%	28	14.0%	61	13.3%
親友、同事、同學	5	7.0%	19	10.1%	32	16.0%	56	12.2%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	11	15.5%	24	12.8%	17	8.5%	52	11.3%
旅遊展覽	1	1.4%	4	2.1%	3	1.5%	8	1.7%
旅行社	-	-	2	1.1%	1	0.5%	3	0.7%
其他	-	-	15	8.0%	4	2.0%	19	4.1%
不知道	29	40.8%	55	29.3%	74	37.0%	158	34.4%
有效回答人數	71	100.0%	188	100.0%	200	100.0%	459	100.0%
未填寫或漏答	0	-	0	-	0	-	0	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『**南部地區**』的旅客為最多，佔 80.8%，其次依序為『**中部旅客**』佔 9.4%，『**北部旅客**』佔 9.8%。在南部的旅客當中，以『**台南縣市**』的旅客佔較多數，有 52.3%。三季比較，台南縣市遊客第三季(52.3%)較其他兩季為高，高雄縣市遊客第二季(28.2%)較其他兩季為高(第一季 12.7% 第三季 15.5%)。中部地區旅客則第二季減少 15.1%。

表 7-3 旅客出發地點(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	4	5.6%	18	9.6%	23	11.5%	45	9.8%
中部地區	16	22.5%	14	7.4%	13	6.5%	43	9.4%
南部地區	51	71.8%	156	83.0%	164	82.0%	371	80.8%
嘉義縣市	4	5.6%	12	6.4%	11	5.5%	27	5.9%
台南縣市	35	49.3%	87	46.3%	118	59.0%	240	52.3%
高雄縣市	9	12.7%	53	28.2%	31	15.5%	93	20.3%
屏東縣	3	4.2%	4	2.1%	4	2.0%	11	2.4%
東部與其他地區	-	-	-	-	-	-	-	-
有效回答總和	71	100.0%	188	100.0%	200	100.0%	459	100.0%
未填寫或漏答	0	-	0	-	0	-	0	-

(三)旅客旅遊方式

在受訪者當中，以『家庭旅遊』居多，佔 48.5%，其次為『朋友、同事旅遊』，佔 14.8%、『宗教朝聖』佔 12.4%。三季比較，『家庭旅遊』遊客則由第一季的 38.0%明顯增加到 54.5%，『朋友、同事旅遊』與『宗教朝聖』都是第二季比其他兩季明顯較低。

表 7-4 旅客旅遊方式(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家庭旅遊	27	38.0%	102	54.5%	93	46.5%	222	48.5%
朋友、同事旅遊	14	19.7%	17	9.1%	37	18.5%	68	14.8%
宗教朝聖	12	16.9%	18	9.6%	27	13.5%	57	12.4%
夫妻、情侶旅遊	4	5.6%	12	6.4%	20	10.0%	36	7.9%
參加其他團體舉辦的旅遊	2	2.8%	16	8.6%	10	5.0%	28	6.1%
個人旅遊	2	2.8%	6	3.2%	7	3.5%	15	3.3%
同學旅遊	6	8.5%	4	2.1%	2	1.0%	12	2.6%
旅行社套裝旅遊	1	1.4%	7	3.7%	1	0.5%	9	2.0%
其他	3	4.2%	5	2.7%	3	1.5%	11	2.4%
有效回答總和	71	100.0%	187	100.0%	200	100.0%	458	100.0%
未填寫或漏答	0	-	1	-	0	-	1	-

(四)旅客資訊取得管道

調查結果顯示，在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾有 77.1%，未曾索取者有 22.9%，而獲得景點的資訊的方式，主要是以『親友、同事、同學』間的口耳相傳為主，佔 30.8%，其餘依次則為『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔 21.0%；『電腦網路』佔 17.2%。三季比較下，旅客出發前曾經取得資訊的比例由第一季的 83.1%降至第二季的 67.9%後，又回升至第三季的 83.5%，至於取得方式中『親友、同事、同學』則由第一季的 42.3%降至第二季的 20.9%。

表 7-5 旅客資訊取得管道 (左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	59	83.1%	127	67.9%	167	83.5%	353	77.1%
親友、同事、同學	30	42.3%	39	20.9%	72	36.0%	141	30.8%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	12	16.9%	41	21.9%	43	21.5%	96	21.0%
電腦網路	12	16.9%	33	17.6%	34	17.0%	79	17.2%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	8	11.3%	17	9.1%	21	10.5%	46	10.0%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	8	11.3%	13	7.0%	13	6.5%	34	7.4%
旅遊展覽	-	-	5	2.7%	8	4.0%	13	2.8%
旅行社	1	1.4%	7	3.7%	1	0.5%	9	2.0%
其他	3	4.2%	13	7.0%	13	6.5%	29	6.3%
未曾索取	12	16.9%	60	32.1%	33	16.5%	105	22.9%
有效回答人數	71	100.0%	187	100.0%	200	100.0%	458	100.0%
未填寫或漏答	0	-	1	-	0	-	1	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五)使用交通工具

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要交通工具是以『自小客車』為主，佔 71.7%，其次為遊覽車佔 7.8%、機車佔 6.2%。自小客車比例由第一季的 79.2%降至 69.4%，差異較大，大型遊覽車第二季(11.3%)略較其他兩季為高(第一季 7.1%第三季 4.8%)。

表 7-6 使用交通工具(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	190	79.2%	449	69.4%	477	71.2%	1,116	71.7%
大型遊覽車	17	7.1%	73	11.3%	32	4.8%	122	7.8%
機車	15	6.3%	29	4.5%	52	7.8%	96	6.2%
徒步	11	4.6%	37	5.7%	27	4.0%	75	4.8%
旅遊專車	2	0.8%	28	4.3%	25	3.7%	55	3.5%
公、民營客運	3	1.3%	21	3.2%	13	1.9%	37	2.4%
自行車、協力車	-	-	3	0.5%	34	5.1%	37	2.4%
計程車	-	-	5	0.8%	7	1.0%	12	0.8%
出租汽車	2	0.8%	2	0.3%	3	0.4%	7	0.4%
總分	240	100.0%	647	100.0%	670	100.0%	1,557	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六)選擇景點原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主，佔 19.8%，其次為『順道而來』，佔 13.1%、『宗教活動』，佔 12.9%、『文化巡禮』佔 11.8%。親友推薦的比例降低 10%左右，而順道而來的比例則增加 5.9%，差異較大。

表 7-7 選擇景點原因(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	92	29.0%	157	18.9%	142	17.1%	391	19.8%
順道而來	29	9.1%	125	15.1%	104	12.6%	258	13.1%
宗教活動	48	15.1%	101	12.2%	106	12.8%	255	12.9%
文化巡禮	25	7.9%	101	12.2%	107	12.9%	233	11.8%
親朋好友推薦	55	17.4%	55	6.6%	90	10.9%	200	10.1%
距離遠近、假期長短	9	2.8%	79	9.5%	86	10.4%	174	8.8%
交通便利	10	3.2%	48	5.8%	60	7.2%	118	6.0%
學校、公司或參加的團體安排	3	0.9%	59	7.1%	30	3.6%	92	4.7%
遊憩設施	10	3.2%	30	3.6%	36	4.3%	76	3.8%
運動健身	15	4.7%	16	1.9%	37	4.5%	68	3.4%
品嚐當地美食	14	4.4%	29	3.5%	7	0.8%	50	2.5%
行銷推廣活動或節慶表演節目	4	1.3%	18	2.2%	7	0.8%	29	1.5%
配合國民旅遊卡措施	-	-	-	-	2	0.2%	2	0.1%
其他	-	-	12	1.4%	14	1.7%	26	1.3%
總分	317	100.0%	830	100.0%	828	100.0%	1,975	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『3 至 5 人』(48.0%)，其次為『6 至 10 人』(21.0%)，而主要的同伴則為『家人』(64.4%)，其次為『朋友、同事』(27.5%)。

表 7-8 同行人數(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	-	-	7	3.9%	-	-	7	1.7%
兩人同行	7	11.7%	13	7.3%	40	22.1%	60	14.3%
3 至 5 人	21	35.0%	94	52.8%	86	47.5%	201	48.0%
6 至 10 人	21	35.0%	37	20.8%	30	16.6%	88	21.0%
11 至 20 人	3	5.0%	9	5.1%	9	5.0%	21	5.0%
21 至 30 人	4	6.7%	-	-	2	1.1%	6	1.4%
31 人以上	4	6.7%	18	10.1%	14	7.7%	36	8.6%
總和	60	100.0%	178	100.0%	181	100.0%	419	100.0%
未填寫或漏答	11	-	10	-	19	-	40	-

表 7-9 同伴屬性(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	37	59.7%	132	67.3%	119	63.0%	288	64.4%
朋友、同事	20	32.3%	48	24.5%	55	29.1%	123	27.5%
同學	3	4.8%	7	3.6%	9	4.8%	19	4.3%
其他	2	3.2%	9	4.6%	6	3.2%	17	3.8%
回答總個數	62	100.0%	196	100.0%	189	100.0%	447	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『噶瑪噶居寺』(36.9%)，其餘依次為『菜寮化石館』(25.5%)，『台南縣自然史教育館』(24.2%)，『虎頭埤水庫』(2.6%)。

表 7-10 主要遊覽景點(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
噶瑪噶居寺	66	97.1%	35	18.6%	67	33.7%	168	36.9%
菜寮化石館	-	-	67	35.6%	49	24.5%	116	25.5%
台南縣自然史教育館	-	-	63	33.5%	47	23.5%	110	24.2%
虎頭埤水庫	1	1.4%	7	3.7%	4	2.0%	12	2.6%
曾文水庫	-	-	4	2.1%	6	3.0%	10	2.2%
虎頭山	-	-	3	1.6%	3	1.5%	6	1.3%
草山月世界	-	-	3	1.6%	3	1.5%	6	1.3%
烏山頭水庫	-	-	1	0.5%	4	2.0%	5	1.1%

(二) 計畫遊覽景點

而在左鎮地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『菜寮化石館』(43.6%)，其餘依次為『噶瑪噶居寺』(31.6%)，『台南縣自然史教育館』(25.6%)，『虎頭埤水庫』(7.4%)，『草山月世界』(7.6%)。

表 7-11 計畫遊覽景點(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
萊寮化石館	33	46.5%	97	51.6%	70	35.0%	200	43.6%
噶瑪噶居寺	58	81.7%	39	20.7%	48	24.0%	145	31.6%
台南縣自然史教育館	3	4.2%	57	30.3%	59	29.5%	119	25.9%
草山月世界	4	5.6%	14	7.4%	17	8.5%	35	7.6%
虎頭埤水庫	2	2.8%	19	10.1%	13	6.5%	34	7.4%
玉井青果市場	6	8.5%	5	2.7%	5	2.5%	16	3.5%
烏山獼猴保護區	8	11.3%	4	2.1%	4	2.0%	16	3.5%
曾文水庫	2	2.8%	10	5.3%	3	1.5%	15	3.3%
梅嶺休閒農業區	-	-	4	2.1%	8	4.0%	12	2.6%
厚德紫竹寺	8	11.3%	-	-	4	2.0%	12	2.6%
新化國家植物園	2	2.8%	1	0.5%	8	4.0%	11	2.4%
南瀛天文教育園區	-	-	7	3.7%	3	1.5%	10	2.2%
南化水庫	2	2.8%	3	1.6%	5	2.5%	10	2.2%
大坑休閒農場	-	-	7	3.7%	2	1.0%	9	2.0%
虎頭山	1	1.4%	3	1.6%	5	2.5%	9	2.0%
芒果產業文化資訊館	2	2.8%	4	2.1%	2	1.0%	8	1.7%
關子嶺溫泉區	-	-	2	1.1%	5	2.5%	7	1.5%
台南藝術大學	1	1.4%	2	1.1%	4	2.0%	7	1.5%
玉山寶光聖堂	6	8.5%	-	-	1	0.5%	7	1.5%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，3人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

在本次調查遊客主要停留時間為『半天(4小時以下)』(50.9%)，其次為『1天(4小時以上)，不過夜』(36.7%)，且第一季(47%)較另兩季(第二季36%第三季34%)明顯為高；第二季2天1夜的民眾由3.0%增加至10.8%，過夜遊客明顯增。而選擇的住宿方式以『旅館』為最多數，共有36人，佔所有受訪者的7.9%。

表 7-12 預計停留時間(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4小時以下)	30	45.5%	89	47.8%	111	55.5%	230	50.9%
1天(4小時以上)，不過夜	31	47.0%	67	36.0%	68	34.0%	166	36.7%
2天1夜	2	3.0%	20	10.8%	14	7.0%	36	8.0%
3天2夜	3	4.5%	7	3.8%	4	2.0%	14	3.1%
4天3夜	-	-	1	0.5%	-	-	1	0.2%
5天以上	-	-	2	1.1%	3	1.5%	5	1.1%
總和	66	100.0%	186	100.0%	200	100.0%	452	100.0%
未填答或漏答	5	-	2	-	0	-	7	-

表 7-13 主要住宿方式(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	52	77.6%	148	79.1%	164	82.4%	364	80.4%
旅館	5	7.5%	17	9.1%	14	7.0%	36	7.9%
親友家(含自家)	-	-	4	2.1%	3	1.5%	7	1.5%
民宿	-	-	5	2.7%	5	2.5%	10	2.2%
招待所或活動中心	-	-	1	0.5%	1	0.5%	2	0.4%
露營	8	11.9%	8	4.3%	11	5.5%	27	6.0%
其他(請說明)	2	3.0%	4	2.1%	1	0.5%	7	1.5%
總和	67	100.0%	187	100.0%	199	100.0%	453	100.0%
未填答或漏答	4	-	1	-	1	-	6	-

(四)重遊意願

在本次調查遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(94.7%)，第一季較二、三季明顯較低；5.3%的民眾表示不願意。而不願意的理由有『交通不便』8人，『缺乏特色』8人，『環境髒亂』2人、『遊憩設施差』3人。

表 7-14 重遊意願(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	60	89.6%	177	94.7%	193	96.5%	430	94.7%
不願意	7	10.4%	10	5.3%	7	3.5%	24	5.3%
缺乏特色	-	-	3	1.6%	5	2.5%	8	1.8%
交通不便	1	1.5%	6	3.2%	1	0.5%	8	1.8%
遊憩設施差	-	-	2	1.1%	1	0.5%	3	0.7%
環境髒亂	1	1.5%	1	0.5%	-	-	2	0.4%
其他	7	10.4%	4	2.1%	1	0.5%	12	2.6%
有效回答數	67	100.0%	187	100.0%	200	100.0%	454	100.0%
未填答或漏答	4	-	1	-	0	-	5	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

(五)偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『文化體驗活動』(79.8%)為最多，其次為『自然賞景活動』(79.6%)。而在各細項中『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』為各項目之冠，佔54.6%，其餘依次為『觀賞文化古蹟』(49.1%)。『露營、登山、森林步道健行(含散步)』(31.8%)、『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(31.4%)。三季比較，『露營、登山、森林步道健行(含散步)』第二季(35.6%)較另兩季明顯較高(第一季28.2%第三季29%)，『觀賞文化古蹟』第一季(42.3%)較另兩季(第二季50.5%第三季49.5%)明顯較低。

表 7-15 遊客偏好活動(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	56	78.9%	155	82.4%	152	76.0%	363	79.6%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	39	54.9%	102	54.3%	108	54.0%	249	54.6%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	20	28.2%	67	35.6%	58	29.0%	145	31.8%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	14	19.7%	58	30.9%	47	23.5%	119	26.1%
觀賞日出、星象等自然景觀	6	8.5%	35	18.6%	27	13.5%	68	14.9%
其他	1	1.4%	2	1.1%	4	2.0%	7	1.5%
文化體驗活動	53	74.6%	150	79.8%	161	80.5%	364	79.8%
觀賞文化古蹟	30	42.3%	95	50.5%	99	49.5%	224	49.1%
宗教活動	19	26.8%	33	17.6%	46	23.0%	98	21.5%
節慶活動及表演節目欣賞	8	11.3%	28	14.9%	31	15.5%	67	14.7%
參觀農村、聚落	7	9.9%	23	12.2%	22	11.0%	52	11.4%
原住民文化體驗	6	8.5%	24	12.8%	21	10.5%	51	11.2%
農村生活體驗	4	5.6%	27	14.4%	19	9.5%	50	11.0%
農特展	8	11.3%	21	11.2%	14	7.0%	43	9.4%
傳統技藝學習	2	2.8%	26	13.8%	15	7.5%	43	9.4%
其他	2	2.8%	3	1.6%	3	1.5%	8	1.8%
運動型活動	24	33.8%	66	35.1%	77	38.5%	167	36.6%
自行車	18	25.4%	54	28.7%	53	26.5%	125	27.4%
球類運動	4	5.6%	14	7.4%	16	8.0%	34	7.5%
其他	2	2.8%	3	1.6%	10	5.0%	15	3.3%
遊樂園活動	18	25.4%	60	31.9%	48	24.0%	126	27.6%
一般遊樂活動	13	18.3%	48	25.5%	28	14.0%	89	19.5%
機械遊樂活動	5	7.0%	15	8.0%	17	8.5%	37	8.1%
其他	-	-	2	1.1%	6	3.0%	8	1.8%
其他休閒活動	39	54.9%	114	60.6%	110	55.0%	263	57.7%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	18	25.4%	69	36.7%	56	28.0%	143	31.4%
泡溫泉、做 SPA	13	18.3%	41	21.8%	45	22.5%	99	21.7%
環湖賞景	12	16.9%	42	22.3%	37	18.5%	91	20.0%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	11	15.5%	42	22.3%	31	15.5%	84	18.4%
觀光果園參觀活動	6	8.5%	31	16.5%	23	11.5%	60	13.2%
商圈徒步購物	9	12.7%	22	11.7%	17	8.5%	48	10.5%
其他	1	1.4%	1	0.5%	6	3.0%	8	1.8%
都不喜歡，沒有特別的感覺	1	1.4%	1	0.5%	4	2.0%	6	1.3%

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

(六)遊客滿意度

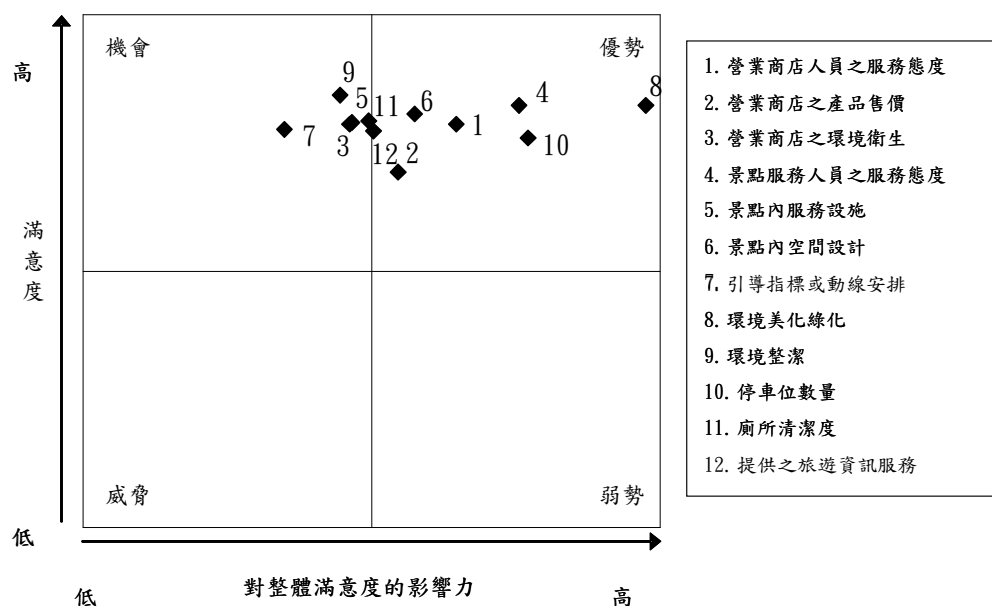
本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前四項分別為『景點服務人員之服務態度』(3.47)、『景點內空間設計』(3.42)、『環境美化綠化』(3.47)與『環境整潔』(3.53)。而三季比較，差異不大。

表 7-16 遊客滿意度(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	26	3.35	101	3.38	97	3.34	224	3.36
2. 營業商店之產品售價	23	3.17	88	3.03	87	3.10	198	3.08
3. 營業商店之環境衛生	29	3.28	103	3.33	106	3.44	238	3.37
4. 景點服務人員之服務態度	52	3.44	161	3.46	177	3.49	390	3.47
5. 景點內服務設施	56	3.41	178	3.34	186	3.36	420	3.36
6. 景點內空間設計	59	3.44	179	3.44	193	3.45	431	3.42
7. 引導指標或動線安排	57	3.37	175	3.27	191	3.36	423	3.33
8. 環境美化綠化	62	3.61	179	3.40	198	3.49	439	3.47
9. 環境整潔	63	3.56	180	3.50	197	3.55	440	3.53
10. 停車位數量	62	3.16	170	3.26	184	3.34	416	3.28
11. 廁所清潔程度	52	3.35	159	3.30	172	3.45	383	3.38
12. 提供之旅遊資訊服務	55	3.31	162	3.35	176	3.30	393	3.32

註：本題非常滿意為 4 分、滿意為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中屬於優勢指標的有『營業商店人員之服務態度』、『營業商店之產品售價』、『景點服務人員之服務態度』、『景點內空間設計』、『環境美化綠化』、『停車位數量』、『廁所清潔程度』、『提供之旅遊資訊服務』等 8 項，應持續保持這 8 項服務的優勢性。



而在差異度分析方面，年齡層方面，50 至 59 歲的遊客在『營業商店人員之服務態度』滿意度明顯較其他年齡層為高，60 歲以上則明顯較低；學歷在國中以下者對『提供之旅遊資訊服務』滿意度明顯較其他學歷為高，研究所以學歷者則明顯較低。

表 7-17 遊客滿意度交叉分析(左鎮地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
年齡	1. 營業商店人員之服務態度	0.025	50~59 歲高於其他
			60 歲及以上低於其他
學歷	12. 提供之旅遊資訊服務	0.021	國(初中)高於其他
			研究所及以上低於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05 者

(七) 遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第 1 次』到訪的比例最高，達 57.7%，第三季(55.1%)較第一(64.3%)、二季(58%)都較為減少，重遊 5 次以上的旅客佔了 19.3%，第一季的比例 12.9 較另兩季略低。而重遊的 192 位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多，達 53.6%。而與上次到訪比較，46.1%的遊客表示『稍有改善』或『改善很多』，僅 1 位旅客反應變差。最後，共有 424 位遊客對整體服務進行評價，此景點第一季獲得分數為 84.6 分、第二季為 84.8 分，第三季獲得分數為 86.4 分，第三季明顯較前兩季為高。

表 7-18 遊客到訪次數(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第 1 次	45	64.3%	109	58.0%	109	55.1%	263	57.7%
第 2 次	10	14.3%	24	12.8%	33	16.7%	67	14.7%
第 3 次	3	4.3%	13	6.9%	11	5.6%	27	5.9%
第 4 次	3	4.3%	3	1.6%	5	2.5%	11	2.4%
第 5 次以上	9	12.9%	39	20.7%	40	20.2%	88	19.3%
總和	70	100.0%	188	100.0%	198	100.0%	456	100.0%
未填寫或遺漏	1	-	0	-	2	-	3	-

表 7-19 上次到訪時間(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	11	44.0%	39	49.4%	53	60.2%	103	53.6%
半年~1 年以內	2	8.0%	12	15.2%	11	12.5%	25	13.0%
1~2 年以內	4	16.0%	14	17.7%	4	4.5%	22	11.5%
2~3 年以內	2	8.0%	2	2.5%	3	3.4%	7	3.6%
3 年以上	6	24.0%	12	15.2%	17	19.3%	35	18.2%
總和	25	100.0%	79	100.0%	88	100.0%	192	100.0%

表 7-20 整體服務品質比較(左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	9	36.0%	19	24.7%	34	38.2%	62	32.5%
稍有改善	2	8.0%	15	19.5%	9	10.1%	26	13.6%
差不多	12	48.0%	39	50.6%	41	46.1%	92	48.2%
較差	-	-	-	-	1	1.1%	1	0.5%
不知道/無意見	2	8.0%	4	5.2%	4	4.5%	10	5.2%
總和	25	100.0%	77	100.0%	89	100.0%	191	100.0%

表 7-21 整體滿意度評價 (左鎮地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50 分以下	2	3.3%	4	2.3%	-	-	6	1.4%
51~60 分	2	3.3%	2	1.1%	4	2.1%	8	1.9%
61-70 分	7	11.7%	18	10.3%	16	8.5%	41	9.7%
71-80 分	12	20.0%	39	22.3%	53	28.0%	104	24.5%
81-90 分	22	36.7%	77	44.0%	64	33.9%	163	38.4%
91-100 分	15	25.0%	35	20.0%	52	27.5%	102	24.1%
總和	60	100.0%	175	100.0%	189	100.0%	424	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用以『201 至 500 元』(26.9%)為最高,『1 至 200 元』(25.6%)居次。飲食費用則約落在『0 元』(27.7%)以內,『1 至 200 元』(24.4%)居次。有 57.0%的個人遊客表示並沒有購物花費,69.1%表示並沒有娛樂花費,此兩項目隨著花費增加而遞減。在住宿花費部份,不考慮未住宿的部份,其花費大致落在 500 至 2000 元的區塊。而總費用花費,則大致均勻分佈在 200 至 2000 之間。滿意度部份,本分析只考慮有花費的遊客,則以娛樂花費的 4.02 為最高,購物費用的 3.93 為最低。

團體遊客在團費以『5000 元』(23.3%)為最高。飲食費用則約落在兩百元以內。有 72.7%的個人遊客表示並沒有購物花費,81.8%表示並沒有娛樂花費。而總費用花費,則大致落在 200 至 500 之間。滿意度部份,本分析只考慮有花費的遊客,則總費用的 4.08 為最高,飲食費用的 3.55 為最低。

表 7-22 個人消費與滿意度(左鎮地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	12	9	15	12	12	1	-	61	4.17
		百分比	19.7%	14.8%	24.6%	19.7%	19.7%	1.6%	-	100.0%	
	第二季	個數	29	41	48	25	10	3	-	156	3.99
		百分比	18.6%	26.3%	30.8%	16.0%	6.4%	1.9%	-	100.0%	
	第三季	個數	26	52	44	33	20	5	1	181	3.92
		百分比	14.4%	28.7%	24.3%	18.2%	11.0%	2.8%	0.6%	100.0%	
	總和	個數	67	102	107	70	42	9	1	398	3.97
		百分比	16.8%	25.6%	26.9%	17.6%	10.6%	2.3%	0.3%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	16	14	12	6	13	-	1	62	4.11
		百分比	25.8%	22.6%	19.4%	9.7%	21.0%	-	1.6%	100.0%	
	第二季	個數	57	25	32	24	9	4	1	152	4.00
		百分比	37.5%	16.4%	21.1%	15.8%	5.9%	2.6%	0.7%	100.0%	
	第三季	個數	36	57	41	19	20	6	-	179	3.91
		百分比	20.1%	31.8%	22.9%	10.6%	11.2%	3.4%	-	100.0%	
	總和	個數	109	96	85	49	42	10	2	393	3.97
		百分比	27.7%	24.4%	21.6%	12.5%	10.7%	2.5%	0.5%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	31	6	11	5	6	-	1	60	3.96
		百分比	51.7%	10.0%	18.3%	8.3%	10.0%	-	1.7%	100.0%	
	第二季	個數	94	20	14	7	7	1	-	143	3.98
		百分比	65.7%	14.0%	9.8%	4.9%	4.9%	0.7%	-	100.0%	
	第三季	個數	88	29	19	20	9	4	2	171	3.89
		百分比	51.5%	17.0%	11.1%	11.7%	5.3%	2.3%	1.2%	100.0%	
	總和	個數	213	55	44	32	22	5	3	374	3.93
		百分比	57.0%	14.7%	11.8%	8.6%	5.9%	1.3%	0.8%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	42	3	5	4	5	-	1	60	4.24
		百分比	70.0%	5.0%	8.3%	6.7%	8.3%	-	1.7%	100.0%	
	第二季	個數	107	12	8	10	4	-	-	141	4.04
		百分比	75.9%	8.5%	5.7%	7.1%	2.8%	-	-	100.0%	
	第三季	個數	108	29	15	13	6	-	-	171	3.95
		百分比	63.2%	17.0%	8.8%	7.6%	3.5%	-	-	100.0%	
	總和	個數	257	44	28	27	15	-	1	372	4.02
		百分比	69.1%	11.8%	7.5%	7.3%	4.0%	-	0.3%	100.0%	
住宿費用	第一季	個數	48	1	-	3	5	-	1	58	4.30
		百分比	82.8%	1.7%	-	5.2%	8.6%	-	1.7%	100.0%	
	第二季	個數	121	2	1	8	4	3	1	140	4.05
		百分比	86.4%	1.4%	0.7%	5.7%	2.9%	2.1%	0.7%	100.0%	
	第三季	個數	135	2	3	3	9	13	2	167	3.88
		百分比	80.8%	1.2%	1.8%	1.8%	5.4%	7.8%	1.2%	100.0%	
	總和	個數	304	5	4	14	18	16	4	365	4.00
		百分比	83.3%	1.4%	1.1%	3.8%	4.9%	4.4%	1.1%	100.0%	
總費用	第一季	個數	8	6	5	12	13	9	4	57	4.07
		百分比	14.0%	10.5%	8.8%	21.1%	22.8%	15.8%	7.0%	100.0%	
	第二季	個數	25	21	31	20	19	17	9	142	4.02
		百分比	17.6%	14.8%	21.8%	14.1%	13.4%	12.0%	6.3%	100.0%	
	第三季	個數	17	21	31	34	23	23	19	168	3.94
		百分比	10.1%	12.5%	18.5%	20.2%	13.7%	13.7%	11.3%	100.0%	
	總和	個數	50	48	67	66	55	49	32	367	3.98
		百分比	13.6%	13.1%	18.3%	18.0%	15.0%	13.4%	8.7%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 7-23 團體消費與滿意度(左鎮地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	-	1	1	1	4	-	7	4.00	
		百分比	-	14.3%	14.3%	14.3%	57.1%	-	-		100.0%
	第二季	個數	-	4	4	-	-	-	7	3.85	
		百分比	-	26.7%	26.7%	-	-	-	46.7%		100.0%
	第三季	個數	-	1	1	-	2	4	-	8	4.00
		百分比	-	12.5%	12.5%	-	25.0%	50.0%	-	100.0%	
	總和	個數	-	6	6	1	6	4	7	30	3.90
		百分比	-	20.0%	20.0%	3.3%	20.0%	13.3%	23.3%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	2	2	1	-	-	-	5	3.33	
		百分比	40.0%	40.0%	20.0%	-	-	-	-		100.0%
	第二季	個數	4	6	1	-	-	-	1	3.60	
		百分比	33.3%	50.0%	8.3%	-	-	-	8.3%		100.0%
	第三季	個數	6	-	1	-	-	-	-	7	3.00
		百分比	85.7%	-	14.3%	-	-	-	-	100.0%	
	總和	個數	12	8	3	-	-	-	1	24	3.55
		百分比	50.0%	33.3%	12.5%	-	-	-	4.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	3	1	1	-	-	-	5	3.50	
		百分比	60.0%	20.0%	20.0%	-	-	-	-		100.0%
	第二季	個數	7	2	1	-	-	-	-	10	3.63
		百分比	70.0%	20.0%	10.0%	-	-	-	-	100.0%	
	第三季	個數	6	-	-	1	-	-	-	7	3.00
		百分比	85.7%	-	-	14.3%	-	-	-	100.0%	
	總和	個數	16	3	2	1	-	-	-	22	3.56
		百分比	72.7%	13.6%	9.1%	4.5%	-	-	-	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	4	1	-	-	-	-	5	4.00	
		百分比	80.0%	20.0%	-	-	-	-	-		100.0%
	第二季	個數	8	1	1	-	-	-	-	10	3.63
		百分比	80.0%	10.0%	10.0%	-	-	-	-	100.0%	
	第三季	個數	6	-	1	-	-	-	-	7	3.00
		百分比	85.7%	-	14.3%	-	-	-	-	100.0%	
	總和	個數	18	2	2	-	-	-	-	22	3.56
		百分比	81.8%	9.1%	9.1%	-	-	-	-	100.0%	
總費用	第一季	個數	-	1	-	1	2	1	-	5	4.31
		百分比	-	20.0%	-	20.0%	40.0%	20.0%	-	100.0%	
	第二季	個數	1	1	9	2	-	-	6	19	4.13
		百分比	5.3%	5.3%	47.4%	10.5%	-	-	31.6%	100.0%	
	第三季	個數	-	1	3	1	2	4	-	11	4.00
		百分比	-	9.1%	27.3%	9.1%	18.2%	36.4%	-	100.0%	
	總和	個數	1	3	12	4	4	5	6	35	4.08
		百分比	2.9%	8.6%	34.3%	11.4%	11.4%	14.3%	17.1%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第二節 商家調查部分

本次研究第三季於左鎮地區共計完成 12 份商家的有效問卷。

一. 商家基本資料

- (一)性別方面，以女性佔 5 位，男性則為 7 位。
- (二)年齡方面，40~49 歲受訪者最多有 3 位，其次為 60 歲以上，有 4 位。
- (三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，共 10 位。
- (四)12 位受訪者全部居住在當地 10 年以上。
- (五)店面經營時間以經營 10 年以上居多，共 6 家，店面自有 10 家，承租 2 家，營業類別以餐飲小吃 7 家最多，其次為農特產類 3 家。獨資經營 11 家，合夥為 1 家。
- (六)這 10 間商家，3 家表示曾經參與西拉雅商圈活動，目前則無參與。2 家表示目前仍有參與，最後 7 家表示未曾參與。

二. 商家滿意度

對於整體環境滿意度，導覽設施或解說服務、停車方便性與引導指標及動線安排是 3 項滿意度較高的，而本次訪問沒有不滿意的項目。

表 7-24 商家滿意度(左鎮地區)

項目	有效回答個數	平均數
1. 環境整潔及維護	12	3.42
2. 導覽設施或解說服務	5	3.60
3. 旅遊資訊提供服務	7	3.57
4. 引導指標及動線安排	12	3.67
5. 聯外大眾運輸方便性	12	3.58
6. 停車方便性	12	4.17
7. 門票或活動收費	6	4.17
8. 廁所清潔程度	8	3.38
9. 旅遊安全性	11	3.45
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	9	3.44
11. 特產品(價格/態度/特色)	11	3.36

而對於西拉雅國家風景區景點建設所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家認為 1~3 成者有 4 家為最多，但皆無與 7 成以上亦各有 3 家。而增加當地的遊客數量部份，則以 1~3 成與皆無各有 3 家。增加外來投資則以無增加幅度與 5 至 7 成為最多，各有 4 家，認知兩極化。最後，有 7 家認為景點建設無法增加當地房價為最多。

表 7-25 商家對活動效益的評估(左鎮地區)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
7 成以上	3	27.3%	2	18.2%	-	-	-	-	-	-
5 至 7 成	-	-	1	9.1%	4	36.4%	3	27.3%	1	9.1%
3 至 5 成	1	9.1%	1	9.1%	-	-	1	9.1%	1	9.1%
1 至 3 成	4	36.4%	3	27.3%	1	9.1%	2	18.2%	1	9.1%
1 成以下	-	-	1	9.1%	2	18.2%	-	-	1	9.1%
皆無	3	27.3%	3	27.3%	4	36.4%	5	45.5%	7	63.6%

而詢問商家西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益是否具有正面的影響，有 7 家表示同意或非常同意，3 家店家表示普通，2 家表示不同意。

表 7-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(左鎮地區)

項目	次數	百分比
非常同意	1	8.3%
同意	6	50.0%
普通	3	25.0%
不同意	2	16.7%
非常不同意	0	0.0%

第捌章 楠西地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本次研究目前於楠西地區共計完成 1,290 份有效問卷，第一季共 259 份，第二季共 489 份，第三季共 542 份。

- (一)性別方面，女性佔 51.5%，男性佔 48.5%，第一季男性比例(51.7%)略多，而第二(51.3%)、三季(53.5%)女性略多。
- (二)年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 26.0%與 19.8%；30~39 歲於第二季(30.1%)明顯較第一(23.9%)、三季(23.2%)高，40~49 歲於第一季(22.4%)明顯較第二(16.6%)、三季(21.2%)高，整體而言第二季受訪者較為年輕化。
- (三)教育程度方面，以大學程度者為最多，佔 33.9%，其次為高中職，佔 27.0%。
- (四)職業方面，本次調查以學生的受訪者最多，比例為 19.7%，其次為軍公教人員(12.0%)與技術員及助理專業人員(12.4%)，其中技術員及助理專業人員第二季較第一季增加 6.0%。
- (五)個人月收入方面，以未有經常性收入者最多佔 23.5%，第一季(28.2%)較第一、三季明顯為低，其次為 2~3 萬元者佔 17.8%，再其次為 3~4 萬元，佔 16.2%。
- (六)婚姻狀況以已婚者 58.9%多於未婚者。

表 8-1 受訪遊客屬性(楠西地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	134	51.7%	238	48.7%	252	46.5%	624	48.5%
	女	121	46.7%	251	51.3%	290	53.5%	662	51.5%
年齡	12~14 歲	19	7.3%	17	3.5%	14	2.6%	50	3.9%
	15~19 歲	20	7.7%	39	8.0%	29	5.4%	88	6.8%
	20~24 歲	17	6.6%	73	14.9%	46	8.5%	136	10.6%
	25~29 歲	27	10.4%	72	14.7%	58	10.7%	157	12.2%
	30~39 歲	62	23.9%	147	30.1%	126	23.2%	335	26.0%
	40~49 歲	58	22.4%	81	16.6%	115	21.2%	254	19.8%
	50~59 歲	35	13.5%	46	9.4%	101	18.6%	182	14.2%
60 歲及以上	18	6.9%	14	2.9%	53	9.8%	85	6.6%	
學歷	國小及以下	8	3.1%	10	2.0%	38	7.0%	56	4.4%
	國(初中)	37	14.3%	34	7.0%	53	9.8%	124	9.6%
	高中、職	70	27.0%	129	26.4%	148	27.3%	347	27.0%
	專科	36	13.9%	96	19.6%	88	16.2%	220	17.1%
	大學	82	31.7%	174	35.6%	180	33.2%	436	33.9%
	研究所及以上	22	8.5%	44	9.0%	32	5.9%	98	7.6%
	未填寫或漏答	4	1.5%	2	0.4%	3	0.6%	9	0.7%
職業	軍公教人員(公立學校教師)	35	13.5%	71	14.5%	48	8.9%	154	12.0%
	民意代表、企業經理人	3	1.2%	2	0.4%	16	3.0%	21	1.6%
	專業人員	20	7.7%	25	5.1%	46	8.5%	91	7.1%
	技術員及助理專業人員	26	10.0%	78	16.0%	73	13.5%	177	13.8%
	事務工作人員	8	3.1%	34	7.0%	30	5.5%	72	5.6%
	服務工作人員及售貨員	29	11.2%	55	11.2%	75	13.8%	159	12.4%
	農、林、漁、牧工人	7	2.7%	10	2.0%	14	2.6%	31	2.4%
	生產工、機械工體力工	10	3.9%	25	5.1%	28	5.2%	63	4.9%
	家庭管理(料理家務)	29	11.2%	34	7.0%	61	11.3%	124	9.6%
	未就業、待業中	6	2.3%	8	1.6%	3	0.6%	17	1.3%
	退休人員	9	3.5%	10	2.0%	39	7.2%	58	4.5%
	學生	52	20.1%	95	19.4%	63	11.6%	210	16.3%
	其他	21	8.1%	33	6.7%	41	7.6%	95	7.4%
未填寫或漏答	4	1.5%	9	1.8%	5	0.9%	18	1.4%	
婚姻狀況	未婚	101	39.0%	228	46.6%	184	33.9%	513	39.9%
	已婚	152	58.7%	256	52.4%	350	64.6%	758	58.9%
	其他	2	0.8%	2	0.4%	1	0.2%	5	0.4%
	未填寫或漏答	4	1.5%	3	0.6%	7	1.3%	14	1.1%
個人收入	無經常收入或沒有收入	73	28.2%	102	20.9%	127	23.4%	302	23.5%
	未滿 2 萬元	18	6.9%	34	7.0%	45	8.3%	97	7.5%
	2 萬元~未滿 3 萬元	46	17.8%	77	15.7%	106	19.6%	229	17.8%
	3 萬元~未滿 4 萬元	41	15.8%	76	15.5%	91	16.8%	208	16.2%
	4 萬元~未滿 5 萬元	30	11.6%	71	14.5%	66	12.2%	167	13.0%
	5 萬元~未滿 7 萬元	25	9.7%	49	10.0%	40	7.4%	114	8.9%
	7 萬元~未滿 10 萬元	15	5.8%	16	3.3%	33	6.1%	64	5.0%
	10 萬元以上	5	1.9%	15	3.1%	21	3.9%	41	3.2%
	未填寫或漏答	6	2.3%	49	10.0%	13	2.4%	68	5.3%
總和	259	100.0%	489	100.0%	542	100.0%	1,290	100.3%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾佔 60.7%，第二季(65.2%)明顯較其他兩季為高，不知道的民眾佔 39.3%。而在知道「西拉雅國家風景區」的 778 位民眾中，以『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』的比例最高，佔所有遊客的 24.0%。其次依序為『高速公路看板、路標』佔 19.8%，『平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)』佔 14.2%，『親友、同事、同學』佔 11.3%，其餘項則未達 10.0%。三季比較，『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』第三季(18.5%)較另兩季(第一季 29.1% 第二季 27.5%)明顯略低，『高速公路看板、路標』第二季(25.9%)較另兩季(第一季 14% 第三季 17%)明顯略高。

表 8-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	152	58.9%	315	65.2%	311	57.6%	778	60.7%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	75	29.1%	133	27.5%	100	18.5%	308	24.0%
高速公路看板、路標	36	14.0%	125	25.9%	92	17.0%	253	19.8%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	32	12.4%	82	17.0%	68	12.6%	182	14.2%
親友、同事、同學	26	10.1%	54	11.2%	65	12.0%	145	11.3%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	18	7.0%	36	7.5%	62	11.5%	116	9.1%
電腦網路	20	7.8%	45	9.3%	37	6.9%	102	8.0%
旅遊展覽	6	2.3%	10	2.1%	9	1.7%	25	2.0%
旅行社	4	1.6%	2	0.4%	5	0.9%	11	0.9%
其他	7	2.7%	13	2.7%	15	2.8%	35	2.7%
不知道	106	41.1%	168	34.8%	229	42.4%	503	39.3%
有效回答人數	258	100.0%	483	100.0%	540	100.0%	1,281	100.0%
未填寫或漏答	1	-	6	-	2	-	9	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『**南部地區**』的旅客為最多，佔 84.0%，且第三季(74.4%)較另兩季略低，其餘依序為『中部旅客』與『北部旅客』分佔 7.9%與 8.1%。在南部的旅客當中，以『台南縣市』的旅客佔較多數，有 60.1%，第三季(53.6%)較另兩季(第一季 61% 第二季 66.9%)略低。

表 8-3 旅客出發地點(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	14	5.4%	20	4.1%	70	13.0%	104	8.1%
中部地區	24	9.3%	10	2.0%	68	12.6%	102	7.9%
南部地區	221	85.3%	459	93.9%	401	74.4%	1,081	84.0%
嘉義縣市	2	0.8%	16	3.3%	34	6.3%	52	4.0%
台南縣市	158	61.0%	327	66.9%	289	53.6%	774	60.1%
高雄縣市	50	19.3%	93	19.0%	69	12.8%	212	16.5%
屏東縣	11	4.2%	23	4.7%	9	1.7%	43	3.3%
東部與其他地區	-	-	-	-	-	-	-	-
有效回答總和	259	100.0%	489	100.0%	539	100.0%	1,287	100.0%
未填寫或漏答	-	-	-	-	3	-	3	-

(三)旅客旅遊方式

在受訪者當中，以『**家庭旅遊**』居多，佔 48.6%，而第三季(40.9%)較另兩季略低，居次為『朋友、同事旅遊』，佔 20.2%，『夫妻、情侶旅遊』佔 9.9%，第三季(18.9%)明顯較另兩季為高(第一季 6.6%第二季 11.7%)。

表 8-4 旅客旅遊方式(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家庭旅遊	152	58.7%	253	51.8%	221	40.9%	626	48.6%
朋友、同事旅遊	39	15.1%	118	24.2%	103	19.0%	260	20.2%
夫妻、情侶旅遊	17	6.6%	57	11.7%	102	18.9%	176	13.7%
旅行社套裝旅遊	4	1.5%	-	-	15	2.8%	19	1.5%
參加其他團體舉辦的旅遊	20	7.7%	20	4.1%	47	8.7%	87	6.8%
宗教朝聖	8	3.1%	1	0.2%	26	4.8%	35	2.7%
同學旅遊	1	0.4%	16	3.3%	14	2.6%	31	2.4%
個人旅遊	13	5.0%	4	0.8%	6	1.1%	23	1.8%
其他	5	1.9%	19	3.9%	7	1.3%	31	2.4%
有效回答總和	259	100.0%	488	100.0%	541	100.0%	1,288	100.0%
未填寫或漏答	0	-	1	-	1	-	2	-

(四)旅客資訊取得管道

調查結果顯示，在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾三季共有 77.3%，第一季(85.3%)較另兩季明顯為高；未曾索取者共有 22.7%。獲得景點的資訊的方式，主要是以『**親友、同事、同學**』間的口耳相傳為主，佔 44.5%，第三季(38.1%)較另兩季(第一季 49%第二季 49.1%)明顯為低，其餘依次則為『**觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)**』佔 14.1%，第三季(11.1%)較另兩季(第一季 17%第二季 16%)明顯為低；『電

腦網路』佔 9.9%。三季比較則無明顯差異。

表 8-5 旅客資訊取得管道（楠西地區）

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	221	85.3%	384	78.5%	392	72.5%	997	77.3%
親友、同事、同學	127	49.0%	240	49.1%	206	38.1%	573	44.5%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	44	17.0%	78	16.0%	60	11.1%	182	14.1%
電腦網路	30	11.6%	47	9.6%	50	9.2%	127	9.9%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	18	6.9%	40	8.2%	42	7.8%	100	7.8%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	10	3.9%	30	6.1%	30	5.5%	70	5.4%
旅行社	5	1.9%	2	0.4%	36	6.7%	43	3.3%
旅遊展覽	4	1.5%	7	1.4%	15	2.8%	26	2.0%
其他	14	5.4%	23	4.7%	20	3.7%	57	4.4%
未曾索取	38	14.7%	105	21.5%	149	27.5%	292	22.7%
有效回答人數	259	100.0%	489	100.0%	541	100.0%	1,289	100.0%
未填寫或漏答	0	-	0	-	1	-	1	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五)使用交通工具

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要交通工具是以『自小客車』為主，佔 74.1%，其次為遊覽車(8.7%)、機車(6.4%)，而三季之比較，遊覽車第二季(1.7%)明顯低於第一(10.2%)、三季(15%)，機車與自行車第二季明顯高於第一、三季。

表 8-6 使用交通工具(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	674	78.9%	1326	76.3%	1221	69.5%	3,221	74.1%
大型遊覽車	87	10.2%	30	1.7%	263	15.0%	380	8.7%
機車	33	3.9%	136	7.8%	108	6.2%	277	6.4%
自行車、協力車	9	1.1%	119	6.8%	24	1.4%	152	3.5%
徒步	24	2.8%	70	4.0%	36	2.1%	130	3.0%
旅遊專車	18	2.1%	25	1.4%	70	4.0%	113	2.6%
公、民營客運	9	1.1%	16	0.9%	14	0.8%	39	0.9%
出租汽車	-	-	14	0.8%	12	0.7%	26	0.6%
計程車	-	-	1	0.1%	5	0.3%	6	0.1%
其他	-	-	1	0.1%	3	0.2%	4	0.1%
總分	854	100.0%	1738	100.0%	1756	100.0%	4,348	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六) 選擇景點原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主，佔 29.9%，其次為『品嚐當地美食』，佔 13.5%、『運動健身』，佔 13.0%。三季之比較，『運動健身』、『品嚐當地美食』第二季比例明顯增加。

表 8-7 選擇景點原因(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	377	32.0%	651	27.5%	740	31.2%	1,768	29.9%
品嚐當地美食	176	15.0%	432	18.3%	188	7.9%	796	13.5%
運動健身	99	8.4%	383	16.2%	286	12.0%	768	13.0%
親朋好友推薦	174	14.8%	273	11.5%	206	8.7%	653	11.0%
距離遠近、假期長短	91	7.7%	243	10.3%	162	6.8%	496	8.4%
順道而來	59	5.0%	111	4.7%	221	9.3%	391	6.6%
交通便利	45	3.8%	104	4.4%	111	4.7%	260	4.4%
學校、公司或參加的團體安排	29	2.5%	34	1.4%	146	6.1%	209	3.5%
宗教活動	44	3.7%	3	0.1%	144	6.1%	191	3.2%
遊憩設施	33	2.8%	67	2.8%	72	3.0%	172	2.9%
文化巡禮	24	2.0%	12	0.5%	54	2.3%	90	1.5%
行銷推廣活動或節慶表演節目	12	1.0%	34	1.4%	17	0.7%	63	1.1%
配合國民旅遊卡措施	2	0.2%	3	0.1%	-	-	5	0.1%
其他	12	1.0%	15	0.6%	24	1.0%	51	0.9%
總分	1,177	100.0%	2,365	100.0%	2,375	100.0%	5,917	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『3 至 5 人』(41.4%)，其次為『6 至 10 人』(25.5%)，而主要的同伴則為『家人』(62.9%)，其次為『朋友、同事』(31.6%)。三季比較之下同行人數『兩人同行』與『6 至 10 人』皆略為增加，同伴為『家人』的第二季較前季減少約 10%，『朋友、同事』則增加了 13% 左右。

表 8-8 同行人數(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	-	-	4	0.9%	-	-	4	0.3%
兩人同行	19	7.9%	50	10.7%	102	20.4%	171	14.2%
3 至 5 人	105	43.8%	204	43.7%	190	38.1%	499	41.4%
6 至 10 人	62	25.8%	147	31.5%	99	19.8%	308	25.5%
11 至 20 人	27	11.3%	43	9.2%	28	5.6%	98	8.1%
21 至 30 人	6	2.5%	14	3.0%	3	0.6%	23	1.9%
31 人以上	21	8.8%	5	1.1%	77	15.4%	103	8.5%
總和	240	100.0%	467	100.0%	499	100.0%	1,206	100.0%
未填寫或漏答	19	-	22	-	43	-	84	-

表 8-9 同伴屬性(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	177	71.7%	325	60.2%	338	61.7%	840	62.9%
朋友、同事	57	23.1%	189	35.0%	176	32.1%	422	31.6%
同學	3	1.2%	19	3.5%	12	2.2%	34	2.5%
其他	10	4.0%	7	1.3%	22	4.0%	39	2.9%
回答總個數	247	100.0%	540	100.0%	548	100.0%	1,335	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『梅嶺休閒農業區』(56.9%)，其餘依次為『曾文水庫』(22.5%)，『玄空法寺』(18.1%)。

表 8-10 主要遊覽景點(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
梅嶺休閒農業區	137	52.9%	413	84.5%	172	33.0%	722	56.9%
曾文水庫	31	12.0%	59	12.1%	195	36.0%	285	22.5%
玄空法寺	85	32.8%	9	1.8%	136	25.1%	230	18.1%
關子嶺溫泉區	3	1.2%	1	0.2%	4	0.7%	8	0.6%
水火同源	1	0.4%	2	0.4%	-	-	3	0.2%
永安高爾夫球場	-	-	-	-	3	0.6%	3	0.2%

(二) 計畫遊覽景點

而在楠西地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『梅嶺休閒農業區』(58.8%)，其餘依次為『曾文水庫』(22.1%)，『玄空法寺』(10.4%)、『玉井青果市場』(5.2%)、『關子嶺溫泉區』(4.7%)、『鹿陶洋江家古厝』(4.6%)、『虎頭山』(4.2%)。

表 8-11 計畫遊覽景點(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
梅嶺休閒農業區	106	31.1%	334	45.8%	183	29.2%	623	36.7%
曾文水庫	59	22.8%	76	15.5%	149	27.5%	284	22.1%
玄空法寺	53	20.5%	19	3.9%	62	11.4%	134	10.4%
玉井青果市場	16	6.2%	33	6.7%	18	3.3%	67	5.2%
關子嶺溫泉區	17	6.6%	20	4.1%	24	4.4%	61	4.7%
鹿陶洋江家古厝	4	1.5%	42	8.6%	13	2.4%	59	4.6%
虎頭山	4	1.5%	29	5.9%	21	3.9%	54	4.2%
烏山頭水庫	8	3.1%	7	1.4%	12	2.2%	27	2.1%
龜丹溫泉	2	0.8%	9	1.8%	15	2.8%	26	2.0%
烏山獼猴保護區	5	1.9%	10	2.0%	8	1.5%	23	1.8%
水火同源	5	1.9%	10	2.0%	5	0.9%	20	1.6%
虎頭埤水庫	4	1.5%	9	1.8%	6	1.1%	19	1.5%
楠西觀光果園	-	-	12	2.5%	7	1.3%	19	1.5%
芒果產業文化資訊館	4	1.5%	8	1.6%	5	0.9%	17	1.3%
碧雲寺	7	2.7%	3	0.6%	4	0.7%	14	1.1%
走馬瀨農場	2	0.8%	6	1.2%	6	1.1%	14	1.1%
南元休閒農場	3	1.2%	3	0.6%	6	1.1%	12	0.9%
尖山埤江南渡假村	5	1.9%	5	1.0%	1	0.2%	11	0.9%
跳跳休閒農場	-	-	7	1.4%	4	0.7%	11	0.9%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，5人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

在本次調查遊客主要停留時間為『半天(4小時以下)』(55.5%)，三季差異不大，其次為『1天(4小時以上)，不過夜』(35.1%)，第三季(30.9)較另兩季(第一季41.9%第二季36.1%)明顯為低。而選擇的住宿方式以『旅館』為最多數，三季共有76人，佔所有受訪者的5.9%，第三季(9.8%)較另兩季(第一季3.6%第二季2.9%)明顯為高。

表 8-12 預計停留時間(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4小時以下)	138	53.5%	277	57.1%	296	55.0%	711	55.5%
1天(4小時以上)，不過夜	108	41.9%	175	36.1%	166	30.9%	449	35.1%
2天1夜	11	4.3%	29	6.0%	74	13.8%	114	8.9%
3天2夜	1	0.4%	2	0.4%	-	-	3	0.2%
4天3夜	-	-	1	0.2%	1	0.2%	2	0.2%
5天以上	-	-	1	0.2%	1	0.2%	2	0.2%
總和	258	100.0%	485	100.0%	538	100.0%	1,281	100.0%
未填答或漏答	1	-	4	-	4	-	9	-

表 8-13 主要住宿方式(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	233	92.1%	441	90.9%	446	82.6%	1,120	87.6%
旅館	9	3.6%	14	2.9%	53	9.8%	76	5.9%
露營	5	2.0%	21	4.3%	11	2.0%	37	2.9%
親友家(含自家)	1	0.4%	3	0.6%	17	3.1%	21	1.6%
民宿	1	0.4%	2	0.4%	6	1.1%	9	0.7%
招待所或活動中心	2	0.8%	2	0.4%	3	0.6%	7	0.5%
其他(請說明)	2	0.8%	2	0.4%	4	0.7%	8	0.6%
總和	253	100.0%	485	100.0%	540	100.0%	1,278	100.0%
未填答或漏答	6	-	4	-	2	-	12	-

(四)重遊意願

在本次調查遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(95.8%)，三季差異不大；4.2%的民眾表示不願意。而不願意的理由兩季共有『缺乏特色』16人，『遊憩設備差』18人，『交通不便』15人。

表 8-14 重遊意願(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	251	98.0%	460	94.7%	519	95.8%	1,230	95.8%
不願意	5	2.0%	26	5.3%	23	4.2%	54	4.2%
缺乏特色	2	0.8%	6	1.2%	8	1.5%	16	1.2%
環境髒亂	-	-	3	0.6%	1	0.2%	4	0.3%
交通不便	-	-	11	2.3%	4	0.7%	15	1.2%
遊憩設施差	2	0.8%	8	1.6%	8	1.5%	18	1.4%
其他	3	1.2%	4	0.8%	5	0.9%	12	0.9%
有效回答數	256	100.0%	486	100.0%	542	100.0%	1,284	100.0%
未填答或漏答	3	-	3	-	-	-	6	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

(五)偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『自然賞景活動』為最多(91.6%)，其次為『其他休閒活動』(66.1%)。而在各細項中『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』為各項目之冠，三季共佔59.4%，第二季(63.6%)較另兩季(第一季56.4%第二季56.6%)明顯為低；居次為『露營、登山、森林步道健行(含散步)』，三季共佔48.3%，第一季(32.4%)較另兩季(第二季56.6%第三季48%)明顯為低。再其餘依次為『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(42.1%)，第二季(50.9%)較另兩季明顯為低、『自行車』(27.7%)、『觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)』(26.1%)。

表 8-15 遊客偏好活動(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	230	88.8%	463	94.7%	485	89.5%	1,178	91.6%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	146	56.4%	311	63.6%	307	56.6%	764	59.4%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	84	32.4%	277	56.6%	260	48.0%	621	48.3%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	54	20.8%	141	28.8%	177	32.7%	372	28.9%
觀賞日出、星象等自然景觀	18	6.9%	58	11.9%	86	15.9%	162	12.6%
其他	7	2.7%	5	1.0%	1	0.2%	13	1.0%
文化體驗活動	124	47.9%	237	48.5%	289	53.3%	650	50.5%
節慶活動及表演節目欣賞	63	24.3%	111	22.7%	149	27.5%	323	25.1%
傳統技藝學習	21	8.1%	81	16.6%	77	14.2%	179	13.9%
參觀農村、聚落	27	10.4%	61	12.5%	74	13.7%	162	12.6%
原住民文化體驗	23	8.9%	59	12.1%	59	10.9%	141	11.0%
農特展	14	5.4%	49	10.0%	66	12.2%	129	10.0%
節慶活動及表演節目欣賞	27	10.4%	15	3.1%	65	12.0%	107	8.3%
宗教活動	8	3.1%	36	7.4%	41	7.6%	85	6.6%
農村生活體驗	10	3.9%	23	4.7%	43	7.9%	76	5.9%
其他	4	1.5%	7	1.4%	6	1.1%	17	1.3%
運動型活動	88	34.0%	186	38.0%	178	32.8%	452	35.1%
自行車	56	21.6%	151	30.9%	126	23.2%	333	25.9%
球類運動	12	4.6%	30	6.1%	30	5.5%	72	5.6%
其他	25	9.7%	17	3.5%	28	5.2%	70	5.4%
遊樂園活動	68	26.3%	136	27.8%	150	27.7%	354	27.5%
一般遊樂活動	52	20.1%	112	22.9%	115	21.2%	279	21.7%
機械遊樂活動	7	2.7%	25	5.1%	27	5.0%	59	4.6%
其他	10	3.9%	7	1.4%	16	3.0%	33	2.6%
其他休閒活動	158	61.0%	352	72.0%	340	62.7%	850	66.1%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	95	36.7%	249	50.9%	197	36.3%	541	42.1%
環湖賞景	38	14.7%	107	21.9%	127	23.4%	272	21.2%
泡溫泉、做 SPA	31	12.0%	96	19.6%	138	25.5%	265	20.6%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	38	14.7%	116	23.7%	90	16.6%	244	19.0%
觀光果園參觀活動	34	13.1%	69	14.1%	93	17.2%	196	15.2%
商圈徒步購物	14	5.4%	45	9.2%	51	9.4%	110	8.6%
其他	1	0.4%	1	0.2%	3	0.6%	5	0.4%
都不喜歡，沒有特別的感覺	1	0.4%	2	0.4%	8	1.5%	11	0.9%

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

(六)遊客滿意度

本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『營業商店人員之服務態度』(3.32)、『環境美化綠化』(3.29)與『景點服務人員之服務態度』(3.32)，而較低的三項分別為『廁所清潔程度』(3.94)、『提供之旅遊資訊服務』(2.99)『營業商店之產品售價』(3.04)。而三季之比較，整體而言第三季明顯較前兩次得分為高。

表 8-16 遊客滿意度(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	209	3.29	397	3.32	371	3.34	977	3.32
2. 營業商店之產品售價	205	3.13	387	3.01	356	3.10	948	3.07
3. 營業商店之環境衛生	215	3.11	417	3.05	393	3.18	1,025	3.11
4. 景點服務人員之服務態度	225	3.36	401	3.32	407	3.30	1,033	3.32
5. 景點內服務設施	230	3.19	438	2.99	497	3.15	1,165	3.10
6. 景點內空間設計	237	3.20	447	3.20	516	3.18	1,200	3.12
7. 引導指標或動線安排	247	3.11	457	3.03	505	3.16	1,209	3.10
8. 環境美化綠化	254	3.37	475	3.15	524	3.37	1,253	3.29
9. 環境整潔	252	3.27	477	3.05	523	3.29	1,252	3.19
10. 停車位數量	239	3.08	470	3.02	506	3.20	1,215	3.11
11. 廁所清潔程度	233	3.11	417	2.84	491	3.12	1,141	3.02
12. 提供之旅遊資訊服務	222	3.05	379	2.95	420	3.13	1,021	3.05

註：本題非常滿意為 4 分、滿意為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中屬於優勢指標的有『營業商店之產品售價』、『營業商店之環境衛生』、『景點服務人員之服務態度』、『景點內服務設施』、『景點內空間設計』、『引導指標或動線安排』、『環境美化綠化』、『環境整潔』、『停車位數量』、『提供之旅遊資訊服務』等 10 項，應持續保持這 10 項服務的優勢性。

而在差異度分析方面，男性在『環境美化綠化』、『環境整潔』、『停車位數量』與『廁所清潔程度』四項滿意度明顯高於女性；60 歲以上與 50~59 歲的遊客分別在『營業商店人員之服務態度』與『景點服務人員之服務態度』滿意度較其他年齡層為高，40~49 歲的受訪者對『景點內空間設計』明顯的較不滿意；學歷在研究所以上者對『引導指標或動線安排』感到較不滿意。未婚者對『營業商店人員之服務態度』、『提供之旅遊資訊服務』與『景點服務人員之服務態度』三項較已婚者認為較滿意；所得為無經常性收入或沒有收入對『景點內空間設計』較其他收入層滿意度為高，收入在 5 萬元~未滿 7 萬元與 2 萬元~未滿 3 萬元分別對『引導指標或動線安排』與『環境美化綠化』滿意度較其他收入齡層為不滿意。

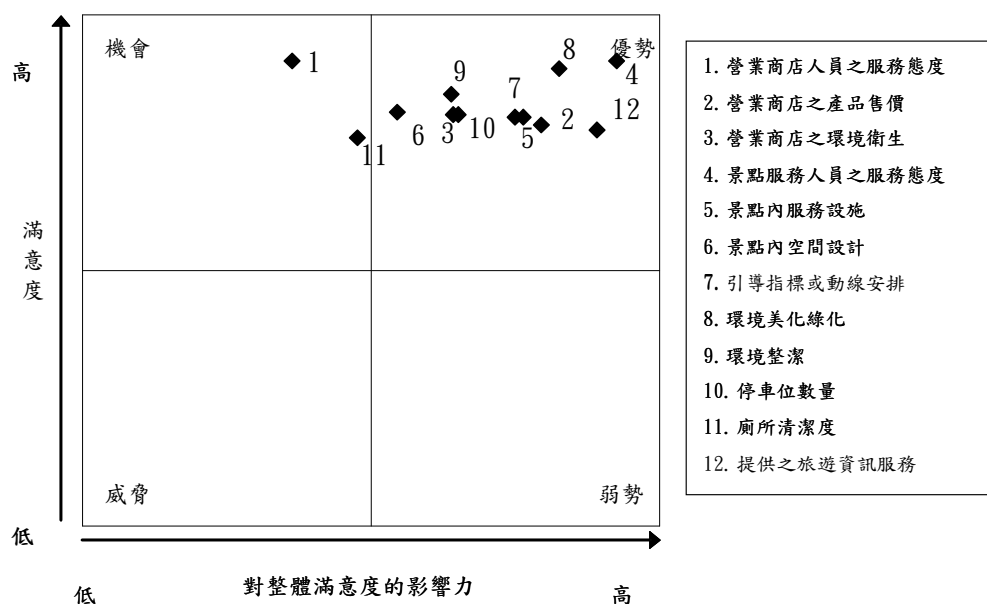


圖 8-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(楠西地區)

表 8-17 遊客滿意度(楠西地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
性別	8. 環境美化綠化	0.017	男高於女
	9. 環境整潔	0.034	男高於女
	10. 停車位數量	0.044	男高於女
	11. 廁所清潔程度	0.002	男高於女
年齡	1. 營業商店人員之服務態度	0.038	60歲及以上高於其他
	4. 景點服務人員之服務態度	0.009	50~59歲高於其他
	6. 景點內空間設計	0.016	40~49歲低於其他
學歷	6. 景點內空間設計	0.026	國小及以下高於其他
	7. 引導指標或動線安排	0.026	研究所及以上低於其他
婚姻	1. 營業商店人員之服務態度	0.008	未婚高於已婚
	4. 景點服務人員之服務態度	0.001	未婚高於已婚
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.010	未婚高於已婚
收入	6. 景點內空間設計	0.042	無經常性收入或沒有收入高於其他
	7. 引導指標或動線安排	0.040	5萬元~未滿7萬元低於其他
	8. 環境美化綠化	0.031	2萬元~未滿3萬元低於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05者

(七)遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第5次以上』到訪的比例最高，三季共佔37.6%，第三季(33.6%)較另兩季(第一季38%第二季41.8%)明顯為低，其次為『第1次』到訪的旅客，佔了35.4%，第二季(29.6%)較另兩季(第一季35.7%第三季40.5%)明顯為低。而重遊的826位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多，佔49.4%。而與上次到訪比較，29.4%的遊客表示『稍有改

善』或『改善很多』，遠大於認為『變差』的 3.4%。最後，共有 1,211 位遊客對整體服務進行評價，此景點第一季獲得分數為 **82.33** 分，第二季得分為 **79.09** 分，第三季獲得分數為 **81.23** 分，三季有明顯差異。

表 8-18 遊客到訪次數(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第 1 次	91	35.7%	144	29.6%	218	40.5%	453	35.4%
第 2 次	31	12.2%	62	12.8%	77	14.3%	170	13.3%
第 3 次	25	9.8%	49	10.1%	43	8.0%	117	9.1%
第 4 次	11	4.3%	28	5.8%	19	3.5%	58	4.5%
第 5 次以上	97	38.0%	203	41.8%	181	33.6%	481	37.6%
總和	255	100.0%	486	100.0%	538	100.0%	1,279	100.0%
未填寫或遺漏	4	-	3	-	4	-	11	-

表 8-19 上次到訪時間(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	87	52.7%	164	48.0%	157	49.2%	408	49.4%
半年~1 年以內	31	18.8%	45	13.2%	36	11.3%	112	13.6%
1~2 年以內	21	12.7%	78	22.8%	56	17.6%	155	18.8%
2~3 年以內	5	3.0%	8	2.3%	15	4.7%	28	3.4%
3 年以上	21	12.7%	47	13.7%	55	17.2%	123	14.9%
總和	165	100.0%	342	100.0%	319	100.0%	826	100.0%

表 8-20 整體服務品質比較(楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	31	18.9%	37	10.9%	45	14.2%	113	13.8%
稍有改善	20	12.2%	57	16.8%	51	16.1%	128	15.6%
差不多	97	59.1%	214	62.9%	195	61.7%	506	61.7%
較差	5	3.0%	16	4.7%	7	2.2%	28	3.4%
不知道/無意見	11	6.7%	16	4.7%	18	5.7%	45	5.5%
總和	164	100.0%	340	100.0%	316	100.0%	820	100.0%

表 8-21 整體滿意度評價 (楠西地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50 分以下	3	1.3%	14	3.0%	5	1.0%	22	1.8%
51-60 分	5	2.2%	45	9.5%	36	7.1%	86	7.1%
61-70 分	27	11.7%	64	13.6%	67	13.2%	158	13.0%
71-80 分	87	37.7%	169	35.8%	182	35.8%	438	36.2%
81-90 分	83	35.9%	139	29.4%	148	29.1%	370	30.6%
91-100 分	26	11.3%	41	8.7%	70	13.8%	137	11.3%
總和	231	100.0%	472	100.0%	508	100.0%	1,211	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用三季總和以『201 至 500 元』(30.6%)為最高，但第一季以『501 至 1000 元』(30.4%)較佔多數。飲食費用則約落在『201 至 500 元』(28.7%)以內。有 46.0%的個人遊客表示並沒有購物花費，而有購物花費者以『201 至 500 元』(19.6%)比例較高，67.7%的遊客表示並沒有娛樂花費，此項目隨著花費增加而遞減。在住宿花費部份，不考慮未住宿的部份，其花費大致落在 500 至 1000 的區塊。而總費用花費，則大致落在 500 至 2000 之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則以交通花費的 3.83 為最高，購物費用的 3.77 為最低，三季比較無明顯差異，交通、飲食、總費用滿意度略為增加，其餘則略為減少。

團體遊客在團費以『2001 至 5000 元』(40.4%)為最高。飲食費用則約落在兩百元以內(70.9%)。有 63.1%的個人遊客表示並沒有購物花費，74.7%表示並沒有娛樂花費。而總費用花費，則大致落在 500 至 1000 之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則總費用的 4.13 為最高，娛樂費用的 3.88 為最低。

表 8-22 個人消費與滿意度(楠西地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	33	45	59	66	11	2	1	217	3.78
		百分比	15.2%	20.7%	27.2%	30.4%	5.1%	0.9%	0.5%	100.0%	
	第二季	個數	81	110	150	101	22	3	1	468	3.80
		百分比	17.3%	23.5%	32.1%	21.6%	4.7%	0.6%	0.2%	100.0%	
	第三季	個數	39	126	135	91	41	6	-	438	3.88
		百分比	8.9%	28.8%	30.8%	20.8%	9.4%	1.4%	-	100.0%	
	總和	個數	153	281	344	258	74	11	2	1,123	3.83
		百分比	13.6%	25.0%	30.6%	23.0%	6.6%	1.0%	0.2%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	36	33	51	48	39	8	1	216	3.77
		百分比	16.7%	15.3%	23.6%	22.2%	18.1%	3.7%	0.5%	100.0%	
	第二季	個數	76	93	124	84	75	13	1	466	3.78
		百分比	16.3%	20.0%	26.6%	18.0%	16.1%	2.8%	0.2%	100.0%	
	第三季	個數	70	86	145	74	47	12	-	434	3.83
		百分比	16.1%	19.8%	33.4%	17.1%	10.8%	2.8%	-	100.0%	
	總和	個數	182	212	320	206	161	33	2	1,116	3.80
		百分比	16.3%	19.0%	28.7%	18.5%	14.4%	3.0%	0.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	85	33	51	28	5	3	1	206	3.71
		百分比	41.3%	16.0%	24.8%	13.6%	2.4%	1.5%	0.5%	100.0%	
	第二季	個數	227	83	85	46	16	3	1	461	3.67
		百分比	49.2%	18.0%	18.4%	10.0%	3.5%	0.7%	0.2%	100.0%	
	第三季	個數	192	94	79	43	16	4	-	428	3.87
		百分比	44.9%	22.0%	18.5%	10.0%	3.7%	0.9%	-	100.0%	
	總和	個數	504	210	215	117	37	10	2	1,095	3.77
		百分比	46.0%	19.2%	19.6%	10.7%	3.4%	0.9%	0.2%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	147	23	16	9	2	-	-	197	3.86
		百分比	74.6%	11.7%	8.1%	4.6%	1.0%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	334	69	23	21	3	-	1	451	3.68
		百分比	74.1%	15.3%	5.1%	4.7%	0.7%	-	0.2%	100.0%	
	第三季	個數	238	100	46	17	10	3	-	414	3.90
		百分比	57.5%	24.2%	11.1%	4.1%	2.4%	0.7%	-	100.0%	
	總和	個數	719	192	85	47	15	3	1	1,062	3.82
		百分比	67.7%	18.1%	8.0%	4.4%	1.4%	0.3%	0.1%	100.0%	
住宿費用	第一季	個數	173	0	5	3	9	5	1	196	3.84
		百分比	88.3%	0.0%	2.6%	1.5%	4.6%	2.6%	0.5%	100.0%	
	第二季	個數	416	3	1	11	6	7	4	448	3.69
		百分比	92.9%	0.7%	0.2%	2.5%	1.3%	1.6%	0.9%	100.0%	
	第三季	個數	343	2	8	12	17	19	1	402	3.93
		百分比	85.3%	0.5%	2.0%	3.0%	4.2%	4.7%	0.2%	100.0%	
	總和	個數	932	5	14	26	32	31	6	1,046	3.84
		百分比	89.1%	0.5%	1.3%	2.5%	3.1%	3.0%	0.6%	100.0%	
總費用	第一季	個數	24	10	30	37	52	44	10	207	3.73
		百分比	11.6%	4.8%	14.5%	17.9%	25.1%	21.3%	4.8%	100.0%	
	第二季	個數	54	34	48	107	101	87	14	445	3.74
		百分比	12.1%	7.6%	10.8%	24.0%	22.7%	19.6%	3.1%	100.0%	
	第三季	個數	23	34	75	106	86	57	18	399	3.84
		百分比	5.8%	8.5%	18.8%	26.6%	21.6%	14.3%	4.5%	100.0%	
	總和	個數	101	78	153	250	239	188	42	1,051	3.78
		百分比	9.6%	7.4%	14.6%	23.8%	22.7%	17.9%	4.0%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 8-23 團體消費與滿意度(楠西地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	5	2	4	6	1	2	2	22	4.12
		百分比	22.7%	9.1%	18.2%	27.3%	4.5%	9.1%	9.1%	100.0%	
	第二季	個數	-	1	-	-	-	1	-	2	3.50
		百分比	-	50.0%	-	-	-	50.0%	-	100.0%	
	第三季	個數	3	1	3	12	13	41	12	85	4.11
		百分比	3.5%	1.2%	3.5%	14.1%	15.3%	48.2%	14.1%	100.0%	
	總和	個數	8	4	7	18	14	44	14	109	4.10
		百分比	7.3%	3.7%	6.4%	16.5%	12.8%	40.4%	12.8%	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	11	3	1	2	2	0	2	21	4.15
		百分比	52.4%	14.3%	4.8%	9.5%	9.5%	00%	9.5%	100.0%	
	第二季	個數	0	1	1	0	1	-	-	3	3.67
		百分比	0.0%	33.3%	33.3%	0.0	33.3%	-	-	100.0%	
	第三季	個數	43	6	4	3	5	-	-	65	3.97
		百分比	66.2%	9.2%	6.2%	4.6%	7.7%	6.2%	-	100.0%	
	總和	個數	54	10	6	5	8	4	2	89	4.00
		百分比	60.7%	11.2%	6.7%	5.6%	9.0%	4.5%	2.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	10	3	1	3	-	-	2	19	4.08
		百分比	52.6%	15.8%	5.3%	15.8%	-	-	10.5%	100.0%	
	第二季	個數	1	-	1	-	-	-	0	2	3.00
		百分比	50.0%	-	50.0%	-	-	-	0.0%	100.0%	
	第三季	個數	42	5	3	2	6	5	-	63	3.94
		百分比	66.7%	7.9%	4.8%	3.2%	9.5%	7.9%	-	100.0%	
	總和	個數	53	8	5	5	6	5	2	84	3.96
		百分比	63.1%	9.5%	6.0%	6.0%	7.1%	6.0%	2.4%	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	13	1	1	0	1	-	2	18	4.00
		百分比	72.2%	5.6%	5.6%	0.0%	5.6%	-	11.1%	100.0%	
	第二季	個數	1	-	1	-	-	-	-	2	3.00
		百分比	50.0%	-	50.0%	-	-	-	-	100.0%	
	第三季	個數	45	3	3	2	2	4	-	59	3.87
		百分比	76.3%	5.1%	5.1%	3.4%	3.4%	6.8%	-	100.0%	
	總和	個數	59	4	5	2	3	4	2	79	3.88
		百分比	74.7%	5.1%	6.3%	2.5%	3.8%	5.1%	2.5%	100.0%	
總費用	第一季	個數	3	1	3	8	3	3	3	24	4.20
		百分比	12.5%	4.2%	12.5%	33.3%	12.5%	12.5%	12.5%	100.0%	
	第二季	個數	-	1	-	-	-	-	1	2	3.50
		百分比	-	50.0%	-	-	-	-	50.0%	100.0%	
	第三季	個數	3	-	2	8	10	38	18	79	4.13
		百分比	3.8%	-	2.5%	10.1%	12.7%	48.1%	22.8%	100.0%	
	總和	個數	6	2	5	16	13	41	22	105	4.13
		百分比	5.7%	1.9%	4.8%	15.2%	12.4%	39.0%	21.0%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第二節 商家調查部分

本次研究於楠西地區共計完成 58 份商家的有效問卷，其中第二季完成 28 份，第三季完成 30 份

一. 商家基本資料

- (一)性別方面，以女性佔 27 位，男性則為 31 位。
- (二)年齡方面，主要以 40~49 歲居多，共佔 17 位，其次為 50~59 歲佔 15 人。
- (三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，共 24 位，其次為大學以上程度，佔 20 位。
- (四)受訪者居住在當地已 10 年以上為居多，共 44 位
- (五)店面經營時間以經營 10 年以上居多，共 34 家
- (六)店面主要以自有為主，共 36 家，營業類別以餐飲小吃 34 家最多，其次為住宿飯店類 1 家、紀念品類 2 家、農特產類 19 家。
- (七)這 28 間商家，25 家表示曾經參與西拉雅商圈活動，目前則無參與。9 家表示目前仍有參與，最後 23 家表示未曾參與。

二. 商家滿意度

對於整體環境滿意度，『特產品(價格/態度/特色)』、『餐飲(價格/態度/衛生)』與『廁所清潔程度』是 3 項滿意度較高的，而『聯外大眾運輸方便性』則是滿意度較低的。

表 8-24 商家滿意度(楠西地區)

項目	第一季		第二季		總和	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 環境整潔及維護	27	3.74	29	3.86	56	3.80
2. 導覽設施或解說服務	26	3.58	27	3.37	53	3.47
3. 旅遊資訊提供服務	27	3.52	28	3.36	55	3.44
4. 引導指標及動線安排	28	3.61	30	3.30	58	3.45
5. 聯外大眾運輸方便性	28	2.89	30	2.80	58	2.84
6. 停車方便性	28	3.82	30	3.80	58	3.81
7. 門票或活動收費	13	4.00	13	4.15	26	4.08
8. 廁所清潔程度	27	4.11	28	3.93	55	4.02
9. 旅遊安全性	28	3.93	30	3.77	58	3.84
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	27	4.37	30	4.27	57	4.32
11. 特產品(價格/態度/特色)	25	4.12	27	4.04	52	4.08

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗者不計分。

三. 建設效益評估

而對於西拉雅國家風景區景點建設所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家的感受不太相同，認為增加幅度在『1至3成』、『5至7成』、『7成以上』三項者各13、14與10家。而增加當地的遊客數量部份，則以『7成以上』與『3至5成』的12家為最多、其次為『1至3成』的11家與『5至7成』的10家。增加外來投資則以『5至7成』與『皆無』最多，有13家。增加當地經濟成長部份，則以『5至7成』最多，有16家。最後，景點建設可增加當地房價，以『皆無』與『5至7成』的商家皆有13家。

表 8-25 商家對活動效益的評估(楠西地區)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
7成以上	10	18.9%	12	22.6%	-	-	3	5.8%	1	2.0%
5至7成	14	26.4%	10	18.9%	12	22.6%	16	30.8%	13	26.0%
3至5成	9	17.0%	12	22.6%	7	13.2%	9	17.3%	2	4.0%
1至3成	13	24.5%	11	20.8%	11	20.8%	13	25.0%	11	22.0%
1成以下	3	5.7%	5	9.4%	10	18.9%	5	9.6%	10	20.0%
皆無	4	7.5%	3	5.7%	13	24.5%	6	11.5%	13	26.0%

而商家對西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益具有正面的影響多表示肯定的態度，有32家表示同意或非常同意，18家店家表示普通，6家表示不同意或非常不同意。

表 8-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(楠西地區)

項目	次數	百分比
非常同意	13	23.2%
同意	19	33.9%
普通	18	32.1%
不同意	5	8.9%
非常不同意	1	1.8%

第玖章 大埔地區調查結果

第一節 遊客調查部份

一. 遊客基本資料

本次研究目前於大埔地區共計完成 604 份有效問卷，其中第一季完成 106 份，第二季完成 149 份，第三季完成 349 份。

(一)性別方面，以男性佔 34.4%，女性則為 65.6%，第一季以男性(53.8%)居多，第二(72.5%)、三季(68.5%)則以女性居多。

(二)年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 23.2%與 24.2%。三季(26.9%)比較第一(22.6%)、三季(18.8%)以 40~49 歲居多，第二季(24.8%)則以 30~39 歲居多。

(三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，佔 30.6%，其次為專科，佔 27.2%。三季比較第三季以專科程度居多，第一、二季則以高中職程度居多。

(四)職業方面，本次調查以服務業的受訪者最多，比例為 20.5%，其次為家管，佔 9.9%。三季比較第一季以學生最高(19.8%)，第二(20.1%)、三季(23.8%)則以服務業比例最高。

(五)個人月收入方面，以 2~3 萬元者最多佔 32.6%，其次為未有經常性收入者佔 25.8%。兩季比較第二、三季的收入結構明顯較第一季為低。

(六)婚姻狀況以已婚者 52.0%多於未婚者。

表 9-1 受訪遊客屬性(大埔地區)

項目		第一季		第二季		第三季		總和	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	57	53.8%	41	27.5%	110	31.5%	208	34.4%
	女	49	46.2%	108	72.5%	239	68.5%	396	65.6%
年齡	12~14 歲	6	5.7%	2	1.3%	3	0.9%	11	1.8%
	15~19 歲	7	6.6%	7	4.7%	1	0.3%	15	2.5%
	20~24 歲	12	11.3%	25	16.8%	34	9.7%	71	11.8%
	25~29 歲	9	8.5%	26	17.4%	66	18.9%	101	16.7%
	30~39 歲	20	18.9%	37	24.8%	83	23.8%	140	23.2%
	40~49 歲	24	22.6%	28	18.8%	94	26.9%	146	24.2%
	50~59 歲	23	21.7%	20	13.4%	53	15.2%	96	15.9%
	60 歲及以上	5	4.7%	4	2.7%	15	4.3%	24	4.0%
學歷	國小及以下	4	3.8%	13	8.7%	22	6.3%	39	6.5%
	國(初中)	13	12.3%	23	15.4%	37	10.6%	73	12.1%
	高中、職	21	19.8%	59	39.6%	105	30.1%	185	30.6%
	專科	20	18.9%	32	21.5%	112	32.1%	164	27.2%
	大學	39	36.8%	20	13.4%	62	17.8%	121	20.0%
	研究所及以上	9	8.5%	1	0.7%	6	1.7%	16	2.6%
	未填寫或漏答	-	-	1	0.7%	5	1.4%	6	1.0%
職業	軍公教人員(公立學校教師)	15	14.2%	4	2.7%	19	5.4%	38	6.3%
	民意代表、企業經理人	3	2.8%	2	1.3%	2	0.6%	7	1.2%
	專業人員	11	10.4%	6	4.0%	10	2.9%	27	4.5%
	技術員及助理專業人員	7	6.6%	7	4.7%	26	7.4%	40	6.6%
	事務工作人員	4	3.8%	11	7.4%	24	6.9%	39	6.5%
	服務工作人員及售貨員	11	10.4%	30	20.1%	83	23.8%	124	20.5%
	農、林、漁、牧工人	4	3.8%	13	8.7%	14	4.0%	31	5.1%
	生產工、機械工體力工	3	2.8%	9	6.0%	20	5.7%	32	5.3%
	家庭管理(料理家務)	8	7.5%	14	9.4%	38	10.9%	60	9.9%
	未就業、待業中	4	3.8%	12	8.1%	15	4.3%	31	5.1%
	退休人員	8	7.5%	1	0.7%	4	1.1%	13	2.2%
	學生	21	19.8%	19	12.8%	13	3.7%	53	8.8%
	其他	7	6.6%	16	10.7%	76	21.8%	99	16.4%
未填寫或漏答	-	-	5	3.4%	5	1.4%	10	1.7%	
婚姻狀況	未婚	36	34.0%	67	45.0%	139	39.8%	242	40.1%
	已婚	69	65.1%	62	41.6%	183	52.4%	314	52.0%
	其他	1	0.9%	7	4.7%	18	5.2%	26	4.3%
	未填寫或漏答	-	-	13	8.7%	9	2.6%	22	3.6%
個人收入	無經常收入或沒有收入	26	24.5%	56	37.6%	74	21.2%	156	25.8%
	未滿 2 萬元	9	8.5%	23	15.4%	10	2.9%	42	7.0%
	2 萬元~未滿 3 萬元	11	10.4%	53	35.6%	133	38.1%	197	32.6%
	3 萬元~未滿 4 萬元	15	14.2%	14	9.4%	95	27.2%	124	20.5%
	4 萬元~未滿 5 萬元	18	17.0%	3	2.0%	23	6.6%	44	7.3%
	5 萬元~未滿 7 萬元	17	16.0%	-	-	1	0.3%	18	3.0%
	7 萬元~未滿 10 萬元	8	7.5%	-	-	-	-	8	1.3%
	10 萬元以上	2	1.9%	-	-	-	-	2	0.3%
	未填寫或漏答	-	-	-	-	13	3.7%	13	2.2%
總和	106	100.0%	149	100.0%	349	100.0%	604	100.0%	

二. 旅遊決策

(一) 是否知道「西拉雅國家風景區」的名稱與得知方式

在受訪者當中，知道「西拉雅國家風景區」的民眾佔 79.0%，第二季較第一季增加 8.6%，第三季又較第二季增加 7.0%；不知道的民眾佔 21.0%。而在知道「西拉雅國家風景區」的 475 位民眾中，以『**電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)**』的比例最高，佔所有遊客的 42.9%。其次依序為『電腦網路』佔 38.3%，『高速公路看板、路標』佔 25.8%，『親友、同事、同學』佔 11.3%，其餘項則未達 10.0%。三季比較有很大的差異，第一季以『親友、同事、同學』、『觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)』佔一、二名，但第二季以『電腦網路』、『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔較多，第三季則以『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』、『電腦網路』佔較多。

表 9-2 西拉雅國家風景區的知名程度與知道方式(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
知道	72	67.9%	114	76.5%	289	83.5%	475	79.0%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	10	9.4%	30	20.1%	218	63.0%	258	42.9%
電腦網路	9	8.5%	65	43.6%	156	45.1%	230	38.3%
高速公路看板、路標	11	10.4%	10	6.7%	134	38.7%	155	25.8%
親友、同事、同學	23	21.7%	9	6.0%	36	10.4%	68	11.3%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	21	19.8%	22	14.8%	16	4.6%	59	9.8%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	15	14.2%	10	6.7%	30	8.7%	55	9.2%
旅遊展覽	-	-	-	-	5	1.4%	5	0.8%
旅行社	-	-	-	-	1	0.3%	1	0.2%
其他	3	2.8%	-	-	2	0.6%	5	0.8%
不知道	34	32.1%	35	23.5%	57	16.5%	126	21.0%
有效回答人數	106	100.0%	149	100.0%	346	100.0%	601	100.0%
未填寫或漏答	-	-	-	-	3	-	3	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(二) 旅遊出發地點

在受訪者當中，以『**南部地區**』的旅客為最多，佔 77.3%，其次依序為『**中部旅客**』佔 18.3%，『**北部旅客**』佔 4.2%。在南部的旅客當中，以『**台南縣市**』的旅客佔較多數，有 34.5%，嘉義縣市(28.8%)亦佔一定的比例。

表 9-3 旅客出發地點(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北部地區	13	12.6%	5	3.4%	7	2.0%	25	4.2%
中部地區	18	17.5%	35	23.5%	57	16.4%	110	18.3%
南部地區	72	69.9%	109	73.2%	283	81.3%	464	77.3%
嘉義縣市	15	14.6%	36	24.2%	122	35.1%	173	28.8%
台南縣市	38	36.9%	50	33.6%	117	33.6%	205	34.2%
高雄縣市	12	11.7%	12	8.1%	38	10.9%	62	10.3%
屏東縣	7	6.8%	1	0.7%	6	1.7%	14	2.3%
東部與其他地區	-	-	-	-	1	0.3%	1	0.2%
有效回答總和	103	100.0%	149	100.0%	348	100.0%	600	100.0%
未填寫或漏答	3	-	-	-	1	-	4	-

(三)旅客旅遊方式

在受訪者當中，以『夫妻、情侶旅遊』居多，佔 36.7%，其次為『家庭旅遊』，佔 24.9%、『朋友、同事旅遊』佔 23.0%。三季比較第一季以『家庭旅遊』佔多數(52.8%)，但第二(33.8%)、三季(45.5%)以『夫妻、情侶旅遊』比例較高。

表 9-4 旅客旅遊方式(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
夫妻、情侶旅遊	13	12.3%	50	33.8%	157	45.5%	220	36.7%
家庭旅遊	56	52.8%	28	18.9%	65	18.8%	149	24.9%
朋友、同事旅遊	17	16.0%	46	31.1%	75	21.7%	138	23.0%
同學旅遊	7	6.6%	15	10.1%	23	6.7%	45	7.5%
個人旅遊	3	2.8%	5	3.4%	19	5.5%	27	4.5%
參加其他團體舉辦的旅遊	4	3.8%	-	-	3	0.9%	7	1.2%
宗教朝聖	-	-	1	0.7%	1	0.3%	2	0.3%
其他	6	5.7%	3	2.0%	2	0.6%	11	1.8%
有效回答總和	106	100.0%	148	100.0%	345	100.0%	599	100.0%
未填寫或漏答	-	-	1	-	4	-	5	-

(四)旅客資訊取得管道

調查結果顯示，在出發前曾經索取旅客獲得景點的資訊的民眾三季共有 50.4%，第一季比例(76.2%)較另兩季(第二季 42.3%第三季 46.1%)明顯為高；未曾索取者兩季共有 44.1%。而獲得景點的資訊的方式，主要是以『電腦網路』為主，佔 24.9%，第一季比例(11.4%)較另兩季(第二季 25.5%第三季 28.7%)明顯為低，其餘依次則為『親友、同事、同學』間的口耳相傳佔 13.4%，第一季比例(33.3%)較另兩季明顯為高，『電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)』佔 5.1%，第三季比例(6.0%)較另兩季(第一季 4.8%第二季 3.4%)明顯為高。

表 9-5 旅客資訊取得管道 (大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
出發前曾經索取	80	76.2%	63	42.3%	161	46.1%	304	50.4%
電腦網路	12	11.4%	38	25.5%	100	28.7%	150	24.9%
親友、同事、同學	35	33.3%	7	4.7%	39	11.2%	81	13.4%
電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)	5	4.8%	5	3.4%	21	6.0%	31	5.1%
觀光、遊憩政府單位(包括旅遊摺頁、手冊、旅遊諮詢服務)	14	13.3%	9	6.0%	3	0.9%	26	4.3%
平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)	9	8.6%	8	5.4%	1	0.3%	18	3.0%
旅遊展覽	4	3.8%	-	-	-	-	4	0.7%
旅行社	2	1.9%	-	-	-	-	2	0.3%
其他	3	2.9%	-	-	-	-	3	0.5%
未曾索取	25	23.8%	86	57.7%	188	53.9%	299	49.6%
有效回答人數	105	100.0%	149	100.0%	349	100.0%	603	100.0%
未填寫或漏答	1	-	-	-	-	-	1	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為 100%

(五)使用交通工具

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要交通工具是以『自小客車』為主，三季共佔 80.9%，第二季較第一季增加 8.7%；其次為機車三季佔 9.2%、大型遊覽車佔 2.2%，第一季比例(7.5%)較另兩季(第二季 1.3% 第三季 0.9%)明顯為高。

表 9-6 使用交通工具(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自小客車	263	75.8%	386	84.3%	854	81.2%	1,503	80.9%
機車	31	8.9%	32	7.0%	107	10.2%	170	9.2%
自行車、協力車	11	3.2%	6	1.3%	57	5.4%	74	4.0%
大型遊覽車	26	7.5%	6	1.3%	9	0.9%	41	2.2%
公、民營客運	2	0.6%	22	4.8%	13	1.2%	37	2.0%
徒步	9	2.6%	-	-	1	0.1%	10	0.5%
出租汽車	-	-	2	0.4%	6	0.6%	8	0.4%
計程車	-	-	4	0.9%	1	0.1%	5	0.3%
旅遊專車	4	1.2%	-	-	-	-	4	0.2%
其他	1	0.3%	-	-	4	0.4%	5	0.3%
總分	347	100.0%	458	100.0%	1052	100.0%	1,857	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(六) 選擇景點原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主，三季共佔 41.8%，其次為『品嚐當地美食』，佔 13.5%、『順道而來』，佔 12.4%。三季比較，第一季二、三名為『親友推薦』、『順道而來』，第二、三季則為『品嚐當地美食』與『距離遠近、假期長短』，結構明顯不同。

表 9-7 選擇景點原因(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
景觀優美	173	37.8%	266	47.6%	548	40.7%	987	41.8%
品嚐當地美食	15	3.3%	77	13.8%	226	16.8%	318	13.5%
順道而來	54	11.8%	47	8.4%	191	14.2%	292	12.4%
親朋好友推薦	91	19.9%	28	5.0%	38	2.8%	157	6.6%
運動健身	29	6.3%	21	3.8%	86	6.4%	136	5.8%
距離遠近、假期長短	26	5.7%	58	10.4%	37	2.7%	121	5.1%
交通便利	13	2.8%	12	2.1%	41	3.0%	66	2.8%
遊憩設施	20	4.4%	23	4.1%	17	1.3%	60	2.5%
配合國民旅遊卡措施	-	-	-	-	41	3.0%	41	1.7%
學校、公司或參加的團體安排	10	2.2%	2	0.4%	11	0.8%	23	1.0%
文化巡禮	7	1.5%	2	0.4%	4	0.3%	13	0.6%
宗教活動	-	-	2	0.4%	8	0.6%	10	0.4%
行銷推廣活動或節慶表演節目	4	0.9%	-	-	3	0.2%	7	0.3%
其他	16	3.5%	19	3.4%	90	6.7%	125	5.3%
總分	458	100.0%	559	100.0%	1,346	100.0%	2,363	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(七) 同行人數、與同伴屬性

在同行成員人數方面，佔最多者為『兩人同行』(39.4%)，其次為『3 至 5 人』(37.9%)，第二季 3~5 人的比例明顯增加(48.3%)，團體旅客則減少，而主要的同伴則為『家人』(46.4%)，其次為『朋友、同事』(40.8%)，兩項在兩季中順序相反，結構明顯不同。

表 9-8 同行人數(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
單獨一人	-	-	6	4.1%	7	2.1%	13	2.3%
兩人同行	12	12.1%	54	37.2%	160	48.6%	226	39.4%
3至5人	28	28.3%	70	48.3%	119	36.2%	217	37.9%
6至10人	33	33.3%	13	9.0%	39	11.9%	85	14.8%
11至20人	14	14.1%	1	0.7%	1	0.3%	16	2.8%
21至30人	12	12.1%	1	0.7%	-	-	13	2.3%
31人以上	-	-	-	-	3	0.9%	3	0.5%
總和	99	100.0%	145	100.0%	329	100.0%	573	100.0%
未填寫或漏答	7	-	4	-	20	-	31	-

表 9-9 同伴屬性(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
家人	75	67.0%	58	40.3%	132	41.9%	265	46.4%
朋友、同事	27	24.1%	61	42.4%	145	46.0%	233	40.8%
同學	7	6.3%	24	16.7%	36	11.4%	67	11.7%
其他	3	2.7%	1	0.7%	2	0.6%	6	1.1%
回答總個數	112	100.0%	144	100.0%	315	100.0%	571	100.0%

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

三. 遊客遊憩行為

(一) 主要遊覽景點

在本次調查遊客主要遊覽景點最多者為『大埔拱橋』(31.3%)，其餘依次為『曾文管理站』(21.7%)，『大埔老街』(20.0%)，『湖濱公園』(9.4%)，『情人公園』(8.4%)。

表 9-10 主要遊覽景點(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
大埔拱橋	24	22.6%	26	17.4%	139	39.8%	189	31.3%
曾文管理站	28	26.4%	4	2.7%	99	28.4%	131	21.7%
大埔老街	4	3.8%	70	47.0%	47	13.5%	121	20.0%
湖濱公園	29	27.4%	18	12.1%	10	2.9%	57	9.4%
情人公園	7	6.6%	12	8.1%	32	9.2%	51	8.4%
坪林風景區	-	-	14	9.4%	16	4.6%	30	5.0%
曾文水庫	14	13.2%	1	0.7%	4	1.1%	19	3.1%
白馬亭	-	-	4	2.7%	1	0.3%	5	0.8%
青雲瀑布	-	-	-	-	1	0.3%	1	0.2%

(二)計畫遊覽景點

而在大埔地區遊客所計畫遊覽的景點，最多為『情人公園』(61.3%)，其餘依次為『大埔老街』(50.5%)，『湖濱公園』(37.6%)、『大埔拱橋』(15.1%)、『曾文管理站』(6.1%)、『白馬亭』(5.5%)、『曾文水庫』(4.0%)。

表 9-11 計畫遊覽景點(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
情人公園	48	45.3%	102	68.5%	220	63.0%	370	61.3%
大埔老街	26	24.5%	44	29.5%	235	67.3%	305	50.5%
湖濱公園	41	38.7%	98	65.8%	88	25.2%	227	37.6%
大埔拱橋	25	23.6%	28	18.8%	38	10.9%	91	15.1%
曾文管理站	34	32.1%	-	-	3	0.9%	37	6.1%
白馬亭	5	4.7%	22	14.8%	6	1.7%	33	5.5%
曾文水庫	24	22.6%	-	-	-	-	24	4.0%
青雲瀑布	3	2.8%	4	2.7%	14	4.0%	21	3.5%
坪林風景區	4	3.8%	1	0.7%	13	3.7%	18	3.0%
草蘭溪攔沙壩大瀑布	1	0.9%	2	1.3%	14	4.0%	17	2.8%

註：本題為複選題，加總結果不為100%，15人以下未列入表內。

(三)預計停留時間與主要住宿方式

在本次調查遊客主要停留時間為『半天(4小時以下)』(54.0%)，其次為『1天(4小時以上)，不過夜』(35.0%)，而過夜遊客第二、三季明顯較第一季減少。而選擇的住宿方式以『旅館』為最多數，共有27人，佔所有受訪者的4.5%。

表 9-12 預計停留時間(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半天(4小時以下)	44	41.5%	100	67.6%	181	52.0%	325	54.0%
1天(4小時以上)，不過夜	31	29.2%	42	28.4%	138	39.7%	211	35.0%
2天1夜	30	28.3%	4	2.7%	29	8.3%	63	10.5%
3天2夜	1	0.9%	1	0.7%	-	-	2	0.3%
4天3夜	-	-	1	0.7%	-	-	1	0.2%
5天以上	-	-	-	-	-	-	-	-
總和	106	100.0%	148	100.0%	348	100.0%	602	100.0%
未填答或漏答	-	-	1	-	1	-	2	-

表 9-13 主要住宿方式(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
沒有過夜	68	64.2%	140	94.0%	317	91.4%	525	87.2%
民宿	8	7.5%	1	0.7%	21	6.1%	30	5.0%
旅館	23	21.7%	2	1.3%	2	0.6%	27	4.5%
露營	6	5.7%	3	2.0%	5	1.4%	14	2.3%
招待所或活動中心	1	0.9%	-	-	2	0.6%	3	0.5%
親友家(含自家)	-	-	1	0.7%	-	-	1	0.2%
其他(請說明)	-	-	2	1.3%	-	-	2	0.3%
總和	106	100.0%	149	100.0%	347	100.0%	602	100.0%
未填答或漏答	-	-	-	-	2	-	2	-

(四)重遊意願

在本次調查遊客絕大部分皆表示願再重遊此次景點(92.5%)，第一季比例(95.1)較另兩季明顯為高；7.8%的民眾表示不願意。而不願意的理由有『交通不便』35人，『遊憩設備差』27人，『缺乏特色』24人。

表 9-14 重遊意願(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
願意	94	88.7%	131	87.9%	332	95.1%	557	92.2%
不願意	12	11.3%	18	12.1%	17	4.9%	47	7.8%
交通不便	8	7.5%	13	8.7%	14	4.0%	35	5.8%
遊憩設施差	5	4.7%	13	8.7%	9	2.6%	27	4.5%
缺乏特色	5	4.7%	10	6.7%	9	2.6%	24	4.0%
環境髒亂	4	3.8%	2	1.3%	-	-	6	1.0%
花費太高	-	-	1	0.7%	3	0.9%	4	0.7%
其他	2	1.9%	5	3.4%	6	1.7%	13	2.2%
有效回答數	106	100.0%	149	100.0%	349	100.0%	604	100.0%
未填答或漏答	0	-	0	-	0	-	0	-

註：本題子題部分為複選題，加總結果不為100%

(五)偏好活動

在本次調查遊客在西拉雅國家風景區比較喜歡的活動，以『自然賞景活動』為最多(92.5%)，其次為『其他休閒活動』(92.2%)。而在各細項中『觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)』為各項目之冠，佔76.2%，其次為『乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)』，佔74.8%。其餘依次為『露營、

登山、森林步道健行(含散步)』(70.7%)、『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』(68.4%)。進行兩季比較，可以發現第一季以『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』、『環湖賞景』居多，第二、三季則以『露營、登山、森林步道健行(含散步)』、『觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)』比例較高。

表 9-15 遊客偏好活動(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
自然賞景活動	98	92.5%	139	93.3%	322	92.3%	559	92.5%
觀賞動、植物(如賞鳥、賞螢、賞花等)	38	35.8%	119	79.9%	303	86.8%	460	76.2%
露營、登山、森林步道健行(含散步)	41	38.7%	121	81.2%	265	75.9%	427	70.7%
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等	64	60.4%	54	36.2%	156	44.7%	274	45.4%
觀賞日出、星象等自然景觀	14	13.2%	10	6.7%	20	5.7%	44	7.3%
其他	-	-	4	2.7%	3	0.9%	7	1.2%
文化體驗活動	51	48.1%	61	40.9%	53	15.2%	165	27.3%
觀賞文化古蹟	24	22.6%	17	11.4%	33	9.5%	74	12.3%
參觀農村、聚落	19	17.9%	30	20.1%	15	4.3%	64	10.6%
農村生活體驗	9	8.5%	14	9.4%	4	1.1%	27	4.5%
農特展	13	12.3%	6	4.0%	5	1.4%	24	4.0%
節慶活動及表演節目欣賞	9	8.5%	6	4.0%	1	0.3%	16	2.6%
傳統技藝學習	6	5.7%	7	4.7%	-	-	13	2.2%
原住民文化體驗	10	9.4%	2	1.3%	-	-	12	2.0%
宗教活動	1	0.9%	5	3.4%	4	1.1%	10	1.7%
其他	4	3.8%	-	-	3	0.9%	7	1.2%
運動型活動	41	38.7%	50	33.6%	51	14.6%	142	23.5%
自行車	29	27.4%	34	22.8%	46	13.2%	109	18.0%
球類運動	6	5.7%	15	10.1%	-	-	21	3.5%
其他	7	6.6%	4	2.7%	4	1.1%	15	2.5%
遊樂園活動	24	22.6%	59	39.6%	75	21.5%	158	26.2%
一般遊樂活動	15	14.2%	53	35.6%	71	20.3%	139	23.0%
機械遊樂活動	6	5.7%	3	2.0%	-	-	9	1.5%
其他	4	3.8%	5	3.4%	4	1.1%	13	2.2%
其他休閒活動	73	68.9%	138	92.6%	346	99.1%	557	92.2%
乘車(汽機車、協力車、自行車兜風)	23	21.7%	106	71.1%	323	92.6%	452	74.8%
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡	32	30.2%	75	50.3%	306	87.7%	413	68.4%
環湖賞景	49	46.2%	9	6.0%	13	3.7%	71	11.8%
商圈徒步購物	12	11.3%	20	13.4%	18	5.2%	50	8.3%
觀光果園參觀活動	14	13.2%	3	2.0%	6	1.7%	23	3.8%
泡溫泉、做SPA	15	14.2%	2	1.3%	1	0.3%	18	3.0%
其他	-	-	10	6.7%	117	33.5%	127	21.0%
都不喜歡，沒有特別的感覺	2	1.9%	4	2.7%	1	0.3%	7	1.2%

註：本題為複選題，加總結果不為100%

(六)遊客滿意度

本題訪問遊客對西拉雅國家風景區的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『景點服務人員之服務態度』(3.11)、『環境美化綠化』(3.02)與『停車位數量』(3.01)，而較低的三項分別為『引導指標或動線安排』(2.79)、『提供之旅遊資訊服務』(2.89)、『景點內空間設計』(2.91)。三季之比較，整體而言第一季得分明顯較二、三季為高，其中『營業商店人員之服務態度』『營業商店之環境衛生』『景點服務人員之服務態度』『環境美化綠化』是下降較明顯的幾項。

表 9-16 遊客滿意度(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總計	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	55	3.35	136	2.96	338	2.90	529	2.96
2. 營業商店之產品售價	47	3.17	136	2.97	337	2.99	520	3.00
3. 營業商店之環境衛生	57	3.25	135	2.89	334	3.00	526	3.00
4. 景點服務人員之服務態度	65	3.40	46	3.02	127	3.00	238	3.11
5. 景點內服務設施	75	3.09	142	2.85	319	2.87	536	2.90
6. 景點內空間設計	94	3.02	135	3.02	320	2.87	549	2.91
7. 引導指標或動線安排	95	2.89	135	2.84	324	2.74	554	2.79
8. 環境美化綠化	100	3.24	143	3.02	347	2.95	590	3.02
9. 環境整潔	100	3.10	142	2.95	346	2.91	588	2.95
10. 停車位數量	94	2.99	90	3.09	138	2.96	322	3.01
11. 廁所清潔程度	77	2.88	84	2.95	254	2.99	415	2.96
12. 提供之旅遊資訊服務	82	2.91	46	2.74	117	2.94	245	2.89

註：本題非常滿意為4分、滿意為3分，不滿意為2分，非常不滿意為1分，未填或無此項經驗者不計分

進一步透過優弱勢分析發現，12 個服務項目中屬於優勢指標的有『營業商店人員之服務態度』『營業商店之產品售價』『營業商店之環境衛生』『景點服務人員之服務態度』『景點內服務設施』『景點內空間設計』『環境美化綠化』『環境整潔』『廁所清潔程度』『提供之旅遊資訊服務』等 10 項，應持續保持這 10 項服務的優勢性。

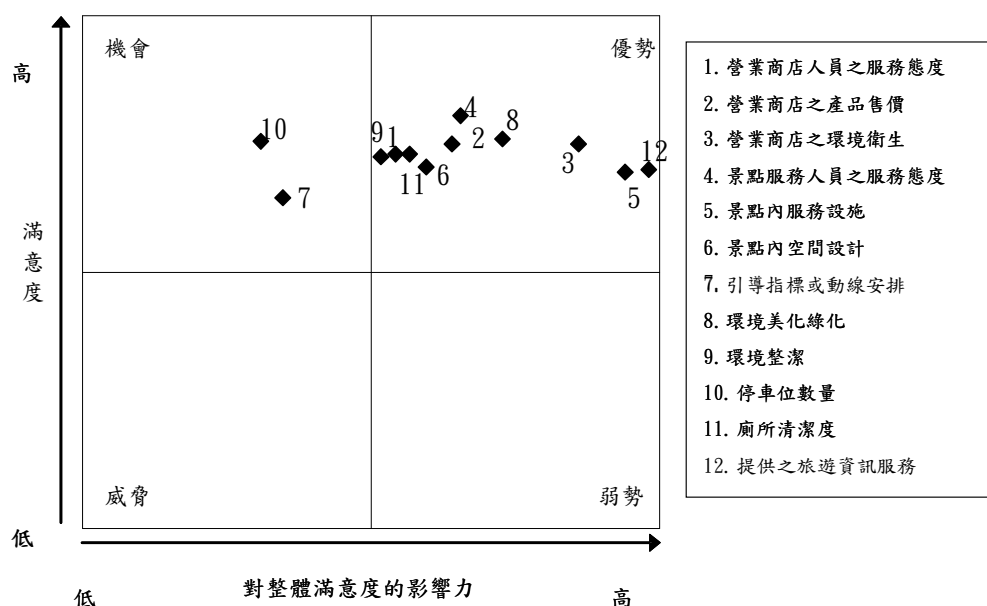


圖 9-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(大埔地區)

而在差異度分析方面，『營業商店人員之服務態度』男性明顯較女性滿意，而『提供之旅遊資訊服務』則為女性明顯較男性滿意；年齡層方面，25~29歲的遊客在『營業商店人員之服務態度』、『景點內服務設施』、『景點內空間設計』等三項滿意度較其他年齡層為低，學歷在研究所以上者對『廁所清潔程度』較其他學歷滿意度較低。所得在3~4萬者對『營業商店人員之服務態度』滿意度為低，未滿2萬元對『景點內空間設計』滿意度為低。

表 9-17 遊客滿意度(大埔地區)

基本屬性	項目	顯著性	滿意度
性別	1. 營業商店人員之服務態度	0.024	男高於女
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.027	女高於男
年齡	1. 營業商店人員之服務態度	0.035	25~29歲低於其他
	5. 景點內服務設施	0.044	
	6. 景點內空間設計	0.043	
學歷	3. 營業商店之環境衛生	0.032	國(初中)低於其他
	11. 廁所清潔程度	0.017	研究所及以上低於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.024	國小及以下高於其他
收入	1. 營業商店人員之服務態度	0.016	3萬元~未滿4萬元低於其他
	6. 景點內空間設計	0.018	未滿2萬元高於其他
	12. 提供之旅遊資訊服務	0.042	5萬元~未滿7萬元高於其他

註：本題僅列出顯著性<0.05者

(七)遊客到訪次數、上次到訪時間、整體服務品質與滿意度評價

遊客表示是『第1次』到訪的比例最高，三季共74.5%，第一季比例(61.3%)明顯較另兩季為低；而第二、三季重遊『第5次以上』的遊客僅1.3%。而重遊的143位旅客中，與上次到訪時間相距以『半年以內』的最多達37.2%。而與上次到訪比較，32.8%的遊客表示『稍有改善』或『改善很多』，認為『變差』的3.3%。最後，共有627位遊客對整體服務進行評價，此景點第一季獲得分數為75.6分，第二季獲得分數為75.2分，第三季的得分為77.3分。

表 9-18 遊客到訪次數(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
第1次	65	61.3%	126	86.3%	252	73.5%	443	74.5%
第2次	12	11.3%	13	8.9%	58	16.9%	83	13.9%
第3次	10	9.4%	4	2.7%	27	7.9%	41	6.9%
第4次	5	4.7%	1	0.7%	2	0.6%	8	1.3%
第5次以上	14	13.2%	2	1.4%	4	1.2%	20	3.4%
總和	106	100.0%	146	100.0%	343	100.0%	595	100.0%
未填寫或遺漏	65	61.3%	126	86.3%	252	73.5%	443	74.5%

表 9-19 上次到訪時間(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
半年以內	20	50.0%	5	25.0%	8	9.4%	33	22.8%
半年~1年以內	6	15.0%	1	5.0%	19	22.4%	26	17.9%
1~2年以內	6	15.0%	11	55.0%	37	43.5%	54	37.2%
2~3年以內	2	5.0%	1	5.0%	18	21.2%	21	14.5%
3年以上	6	15.0%	2	10.0%	3	3.5%	11	7.6%
總和	40	100.0%	20	100.0%	85	100.0%	145	100.0%

表 9-20 整體服務品質比較(大埔地區)

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
改善很多	5	12.2%	2	10.0%	11	13.4%	18	12.6%
稍有改善	6	14.6%	7	35.0%	24	29.3%	37	25.9%
差不多	27	65.9%	7	35.0%	31	37.8%	65	45.5%
較差	1	2.4%	1	5.0%	2	2.4%	4	2.8%
不知道/無意見	2	4.9%	3	15.0%	14	17.1%	19	13.3%
總和	41	100.0%	20	100.0%	82	100.0%	143	100.0%

表 9-21 整體滿意度評價（大埔地區）

項目	第一季		第二季		第三季		總和	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
50 分以下	7	3.5%	2	0.7%	1	0.1%	10	0.8%
51-60 分	-	-	2	0.7%	1	0.1%	3	0.3%
61-70 分	9	4.5%	28	9.6%	19	2.7%	56	4.7%
71-80 分	26	12.9%	57	19.5%	158	22.8%	241	20.3%
81-90 分	34	16.8%	54	18.5%	163	23.5%	251	21.1%
91-100 分	126	62.4%	149	51.0%	352	50.7%	627	52.8%
總和	202	100.0%	292	100.0%	694	100.0%	1,188	100.0%

四. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用整體以『501 至 1000 元』（41.3%）為最高，但第二季以『201 至 500 元』（46.3%）較高。飲食費用整體以『201 至 500 元』（40.5%）為最高，但第一季以『0 元』（33.3%）較高。有 60.7% 的個人遊客表示並沒有購物花費，84.5% 表示並沒有娛樂花費，但若有購物花費，則主要落在『201 至 500 元』。在住宿花費部份，不考慮未住宿的部份，其花費大致落在『501 至 1000 元』的區塊。而總費用花費，則大致落在 500 至 2000 之間。滿意度部份，本分析只考慮有花費的遊客，則以娛樂花費的 3.87 為最高，交通費用的 3.45 為最低。

本地區團體旅客數量不大且第二季調查並無訪問到團體旅客，因此統計數據僅供參考。滿意度部份，只考慮有花費的遊客，則飲食費用的 3.66 為最高，購物與娛樂費用的 3.50 為最低。

表 9-22 個人消費與滿意度(大埔地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
交通費用	第一季	個數	12	16	26	27	15	-	-	96	3.76
		百分比	12.5%	16.7%	27.1%	28.1%	15.6%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	1	20	68	44	13	1	-	147	3.28
		百分比	0.7%	13.6%	46.3%	29.9%	8.8%	0.7%	-	100.0%	
	第三季	個數	19	19	116	168	11	2	-	335	3.44
		百分比	5.7%	5.7%	34.6%	50.1%	3.3%	0.6%	-	100.0%	
	總和	個數	32	55	210	239	39	3	-	578	3.45
		百分比	5.5%	9.5%	36.3%	41.3%	6.7%	0.5%	-	100.0%	
飲食費用	第一季	個數	32	12	13	13	20	5	1	96	3.76
		百分比	33.3%	12.5%	13.5%	13.5%	20.8%	5.2%	1.0%	100.0%	
	第二季	個數	11	30	85	19	1	-	-	146	3.40
		百分比	7.5%	20.5%	58.2%	13.0%	0.7%	-	-	100.0%	
	第三季	個數	13	63	227	30	3	-	-	336	3.59
		百分比	3.9%	18.8%	67.6%	8.9%	0.9%	-	-	100.0%	
	總和	個數	56	105	325	62	24	5	1	578	3.56
		百分比	9.7%	18.2%	56.2%	10.7%	4.2%	0.9%	0.2%	100.0%	
購物費用	第一季	個數	65	3	12	9	3	2	-	94	3.69
		百分比	69.1%	3.2%	12.8%	9.6%	3.2%	2.1%	-	100.0%	
	第二季	個數	98	13	15	15	5	-	-	146	3.79
		百分比	67.1%	8.9%	10.3%	10.3%	3.4%	-	-	100.0%	
	第三季	個數	185	44	61	33	10	-	-	333	3.76
		百分比	55.6%	13.2%	18.3%	9.9%	3.0%	-	-	100.0%	
	總和	個數	348	60	88	57	18	2	-	573	3.76
		百分比	60.7%	10.5%	15.4%	9.9%	3.1%	0.3%	-	100.0%	
娛樂費用	第一季	個數	73	4	8	6	3	-	-	94	3.72
		百分比	77.7%	4.3%	8.5%	6.4%	3.2%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	133	5	2	7	-	-	-	147	3.95
		百分比	90.5%	3.4%	1.4%	4.8%	-	-	-	100.0%	
	第三季	個數	281	53	1	-	-	-	-	335	3.85
		百分比	83.9%	15.8%	0.3%	-	-	-	-	100.0%	
	總和	個數	487	62	11	13	3	-	-	576	3.87
		百分比	84.5%	10.8%	1.9%	2.3%	0.5%	-	-	100.0%	
住宿費用	第一季	個數	68	-	1	7	5	10	3	94	3.45
		百分比	72.3%	-	1.1%	7.4%	5.3%	10.6%	3.2%	100.0%	
	第二季	個數	138	-	1	1	0	1	-	141	3.94
		百分比	97.9%	-	0.7%	0.7%	0.0%	0.7%	-	100.0%	
	第三季	個數	301	1	1	15	7	-	-	325	3.84
		百分比	92.6%	0.3%	0.3%	4.6%	2.2%	-	-	100.0%	
	總和	個數	507	1	3	23	12	11	3	560	3.84
		百分比	90.5%	0.2%	0.5%	4.1%	2.1%	2.0%	0.5%	100.0%	
總費用	第一季	個數	13	3	12	11	26	14	15	94	3.71
		百分比	13.8%	3.2%	12.8%	11.7%	27.7%	14.9%	16.0%	100.0%	
	第二季	個數	-	4	14	62	46	20	-	146	3.33
		百分比	-	2.7%	9.6%	42.5%	31.5%	13.7%	-	100.0%	
	第三季	個數	9	5	44	118	110	41	3	330	3.55
		百分比	2.7%	1.5%	13.3%	35.8%	33.3%	12.4%	0.9%	100.0%	
	總和	個數	22	12	70	191	182	75	18	570	3.52
		百分比	3.9%	2.1%	12.3%	33.5%	31.9%	13.2%	3.2%	100.0%	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

表 9-23 團體消費與滿意度(大埔地區)

項目		0 元	1 至 200 元	201 至 500 元	501 至 1000 元	1001 至 2000 元	2001 至 5000 元	5000 元以上	總和	滿意度得分	
團費	第一季	個數	2	-	-	-	2	2	2	8	3.63
		百分比	25.0%	-	-	-	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%	
	第二季	個數	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		百分比	-	-	-	-	-	-	-	-	
	第三季	個數	1	-	1	4	2	1	-	9	3.60
		百分比	11.1%	-	11.1%	44.4%	22.2%	11.1%	-	100.0%	
總和	個數	3	-	1	4	4	3	2	17	3.61	
	百分比	17.6%	-	5.9%	23.5%	23.5%	17.6%	11.8%	100.0%		
飲食費用	第一季	個數	4	-	1	1	1	-	-	7	3.50
		百分比	57.1%	-	14.3%	14.3%	14.3%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		百分比	-	-	-	-	-	-	-	-	
	第三季	個數	1	-	1	9	-	1	-	12	3.70
		百分比	8.3%	-	8.3%	75.0%	-	8.3%	-	100.0%	
總和	個數	5	-	2	10	1	1	-	19	3.63	
	百分比	26.3%	-	10.5%	52.6%	5.3%	5.3%	-	100.0%		
購物費用	第一季	個數	5	1	-	-	1	-	-	7	3.80
		百分比	71.4%	14.3%	-	-	14.3%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		百分比	-	-	-	-	-	-	-	-	
	第三季	個數	8	-	3	1	-	-	-	12	3.60
		百分比	66.7%	-	25.0%	8.3%	-	-	-	100.0%	
總和	個數	13	1	3	1	1	-	-	19	3.67	
	百分比	68.4%	5.3%	15.8%	5.3%	5.3%	-	-	100.0%		
娛樂費用	第一季	個數	5	1	-	-	1	-	-	7	3.80
		百分比	71.4%	14.3%	-	-	14.3%	-	-	100.0%	
	第二季	個數	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		百分比	-	-	-	-	-	-	-	-	
	第三季	個數	10	-	2	-	-	-	-	12	3.80
		百分比	83.3%	-	16.7%	-	-	-	-	100.0%	
總和	個數	15	1	2	-	1	-	-	19	3.80	
	百分比	78.9%	5.3%	10.5%	-	5.3%	-	-	100.0%		
總費用	第一季	個數	1	-	-	-	3	2	2	8	3.63
		百分比	12.5%	-	-	-	37.5%	25.0%	25.0%	100.0%	
	第二季	個數	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		百分比	-	-	-	-	-	-	-	-	
	第三季	個數	2	-	-	-	8	1	-	11	3.64
		百分比	18.2%	-	-	-	72.7%	9.1%	-	100.0%	
總和	個數	3	-	-	-	11	3	2	19	3.63	
	百分比	15.8%	-	-	-	57.9%	15.8%	10.5%	100.0%		

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

第二節 商家調查部分

本次研究目前於大埔地區共計完成 26 份商家的有效問卷，第一季完成 15 份，第二季完成 11 份。

一. 商家基本資料

- (一)性別方面，以女性佔 14 位，男性則為 12 位。
- (二)年齡方面，主要以 40~49 歲居多，共 11 位，其次為 40~49 歲，共 6 位。
- (三)教育程度方面，以國中程度者為最多，共 8 位、高中職程度 7 位、大學以上程度 6 位。
- (四)受訪者居住在當地已 10 年以上為居多，共 25 位。
- (五)店面經營時間以經營 10 年以上居多共 16 家。
- (六)店面主要以自有為主，共 17 家，營業類別以餐飲小吃 14 家最多，其次為農特類 7 家、住宿飯店類 3 家、紀念品 2 家。
- (七)這 33 間商家，5 家表示曾經參與西拉雅商圈活動，目前則無參與。1 家表示目前仍有參與，最後 20 家表示未曾參與。

二. 商家滿意度

對於整體環境滿意度，『特產品(價格/態度/特色)』、『餐飲(價格/態度/衛生)』與『停車方便性』是 3 項滿意度較高的，而『聯外大眾運輸方便性』則是滿意度較低的。

表 9-24 商家滿意度(大埔地區)

項目	第一季		第二季		總和	
	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數	有效回答個數	平均數
1. 環境整潔及維護	15	3.53	11	3.18	26	3.38
2. 導覽設施或解說服務	9	3.78	11	3.18	20	3.45
3. 旅遊資訊提供服務	12	3.00	11	3.27	23	3.13
4. 引導指標及動線安排	13	3.00	11	3.00	24	3.00
5. 聯外大眾運輸方便性	15	1.87	11	2.55	26	2.15
6. 停車方便性	14	3.57	11	3.82	25	3.68
7. 門票或活動收費	7	3.00	11	3.73	18	3.44
8. 廁所清潔程度	14	3.29	11	3.64	25	3.44
9. 旅遊安全性	15	2.87	11	3.64	26	3.19
10. 餐飲(價格/態度/衛生)	15	3.80	11	3.64	26	3.73
11. 特產品(價格/態度/特色)	14	3.43	11	3.55	25	3.48

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗者不計分。

三. 建設效益評估

而對於西拉雅國家風景區景點建設所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家認為增加幅度在『1至3成』有11家為最多。而增加當地的遊客數量部份，則以『1至3成』12家為最多，其次為『1成以下』有9家。增加外來投資則以『1至3成』最多，有11家，其次為『皆無』的8家。增加當地經濟成長部份，則以『1至3成』最多，有12家，其次為『1成以下』的9家。最後，景點建設可增加當地房價，以『皆無』的商家最多有11家，其次為『1成以下』的10家。

表 9-25 商家對活動效益的評估(大埔地區)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
3至5成	3	11.5%	1	3.8%	1	3.8%	1	3.8%	1	3.8%
1至3成	11	42.3%	12	46.2%	11	42.3%	12	46.2%	4	15.4%
1成以下	6	23.1%	9	34.6%	6	23.1%	9	34.6%	10	38.5%
皆無	6	23.1%	4	15.4%	8	30.8%	4	15.4%	11	42.3%

而商家對西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益具有正面的影響多表示肯定的態度，有18家表示同意或非常同意，5家店家表示普通，3家表示非常不同意。

表 9-26 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(大埔地區)

項目	次數	百分比
非常同意	4	15.4%
同意	14	53.8%
普通	5	19.2%
不同意	3	11.5%

第壹拾章 夏戀芒果活動調查結果

第一節 遊客調查部分

本次研究第一季於台南市立文化中心共計完成 612 份有效問卷。

一. 遊客基本資料

- (一)性別方面，以女性居多，佔 51.5%，男性則為 48.5%。
- (二)年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 37.6%與 22.5%。
- (三)教育程度方面，以大學程度者為最多，佔 32.1%，其次為高中職，佔 29.4%。
- (四)職業方面，本次調查，以學生的受訪者最多，比例為 17.1%，其次為軍公教人員，皆佔 15.0%。
- (五)個人月收入方面，以未有經常性收入者最多佔 23.9%，其次為 2~3 萬元者佔 17.9%，再其次為 3~4 萬元，佔 16.6%。
- (六)婚姻狀況以已婚者 68.2%略多於未婚者。
- (七)旅客出發地點則以南部地區的旅客為最多，佔 93.3%，其次為北部旅客佔 4.4%，再其次為中部旅客佔 2.1%。在南部的旅客當中，以台南縣市的旅客佔較多數，有 85.8%。

表 10-1 受訪遊客屬性(夏戀芒果活動)

年齡	次數	百分比	職業	次數	百分比
12~14 歲	24	3.9	學生	174	28.4
15~19 歲	76	12.4	服務工作人員及售貨員	97	15.8
20~24 歲	81	13.2	軍公教人員(公立學校教師)	73	11.9
25~29 歲	96	15.7	家庭管理(料理家務)	70	11.4
30~39 歲	141	22.9	技術員及助理專業人員	59	9.6
40~49 歲	113	18.3	專業人員(醫師律師建築師會計師私立學校教師...)	36	5.9
50~59 歲	65	10.6	事務工作人員	25	4.1
60 歲及以上	16	2.6	退休人員	21	3.4
學歷	次數	百分比	農林漁牧工作人員	17	2.8
國小及以下	19	3.1	生產有關工人機械設備操作工及體力工	16	2.6
國(初中)	33	5.4	未就業待業中	13	2.1
高中、職	139	22.7	民意代表企業主管及經理人員	9	1.5
專科	79	12.9	其他	0	0.0
大學	283	46.2	遺漏值	3	0.5
研究所及以上	57	9.3	個人收入	次數	百分比
遺漏值	2	0.3	無經常性收入或沒有收入	198	32.4
婚姻狀況	次數	百分比	未滿 2 萬元	73	11.9
未婚	317	51.8	2 萬元~未滿 3 萬元	111	18.1
已婚	278	45.4	3 萬元~未滿 4 萬元	78	12.7
其他	11	1.8	4 萬元~未滿 5 萬元	69	11.3
遺漏值	6	1.0	5 萬元~未滿 7 萬元	47	7.7
性別	次數	百分比	7 萬元~未滿 10 萬元	19	3.1
男	249	40.7	10 萬元以上	12	2.0
女	363	59.3	遺漏值	5	0.8
總和	612	100.0%	總和	612	100.0%

表 10-2 旅客出發地點(夏戀芒果活動)

項目	次數	百分比
北部地區	27	4.4
中部地區	13	2.1
南部地區	570	93.3
嘉義縣市	12	2.0
台南縣	524	85.8
高雄縣市	30	4.9
屏東縣	4	0.7
東部與其他地區	1	0.2
總和	611	100.0
未填寫或漏答	1	-

二. 旅遊決策

(一) 是否專程前來參加

在受訪者當中，專程前來參加的旅客有 302 位，佔 49.3%，順路經過進來參觀者有 310 位，佔 50.7%。

(二) 旅客資訊取得管道

調查結果顯示，旅客獲得景點的資訊，主要是以『親友、同事、同學』間的口耳相傳為主，有 127 位，佔 20.8%，其次則為『電子媒體(如電視廣播戶外活動看板等)』，佔 12.1%，其他依次為『觀光遊憩政府單位(包括旅遊摺頁手冊旅遊諮詢服務)』(11.9%)、『電腦網路』(11.3%)、『平面媒體(如旅遊叢書報章雜誌等)』(10.0%)，而由整體行銷的觀點，經由電子媒體、平面媒體、電腦網路、觀光宣傳手冊等推廣方式獲取資訊的參加民眾共約有 45.3%。

表 10-3 活動資訊取得管道(夏戀芒果活動)

項目	次數	百分比
親友、同事、同學	127	20.8
電子媒體(如電視廣播戶外活動看板等)	74	12.1
觀光遊憩政府單位(包括旅遊摺頁手冊旅遊諮詢服務)	73	11.9
電腦網路	69	11.3
平面媒體(如旅遊叢書報章雜誌等)	61	10.0
旅行社	6	1.0
旅遊展覽	5	0.8
未曾索取	265	43.3

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

(三) 參加活動原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『遊憩設施』為主佔 28.5%，也就是此部份的遊客主要是在文化中心從事其他活動，順道來此參觀；其次為『品嚐當地美食』(16.5%)、『行銷推廣活動或節慶表演節目』(15.2%)，再其次為『親朋好友推薦』(12.1%)與『交通便利』(11.4%)。

表 10-4 參加活動原因(夏戀芒果活動)

項目	次數	百分比
遊憩設施	884	28.5
品嚐當地美食	510	16.5
行銷推廣活動或節慶表演節目	470	15.2
親朋好友推薦	375	12.1
交通便利	353	11.4
距離遠近假期長短	254	8.2
順道而來	99	3.2
其他	68	2.2
學校公司或參加的團體安排	66	2.1
配合國民旅遊卡措施	18	0.6

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

三. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用以『1 至 200 元』(45.7%)為最高。飲食費用則約落在『1 至 200 元』(40.48%)。有 44.9%的個人遊客表示並沒有購物花費，娛樂花費則以『1 至 200 元』(15.7%)為最高。而總費用花費，則大致落在 1 至 500 元之間。滿意度部份，本活動的各項花費都在滿意的程度(約 4 分)

表 10-5 個人消費與滿意度(夏戀芒果活動)

花費項目	交通費用		飲食費用		購物花費		娛樂花費		總費用	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
0 元	247	41.5	218	36.4	266	44.9	435	73.6	141	24.1
1 至 200 元	272	45.7	242	40.4	169	28.5	93	15.7	158	27.0
201 至 500 元	53	8.9	111	18.5	96	16.2	37	6.3	118	20.1
501 至 1000 元	15	2.5	20	3.3	42	7.1	21	3.6	101	17.2
1001 至 2000 元	8	1.3	8	1.3	19	3.2	5	0.8	49	8.4
2001 至 5000 元	-	-	-	-	-	-	-	-	19	3.2
滿意度	3.93		3.92		3.90		3.88		3.90	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

四. 旅遊偏好與滿意度

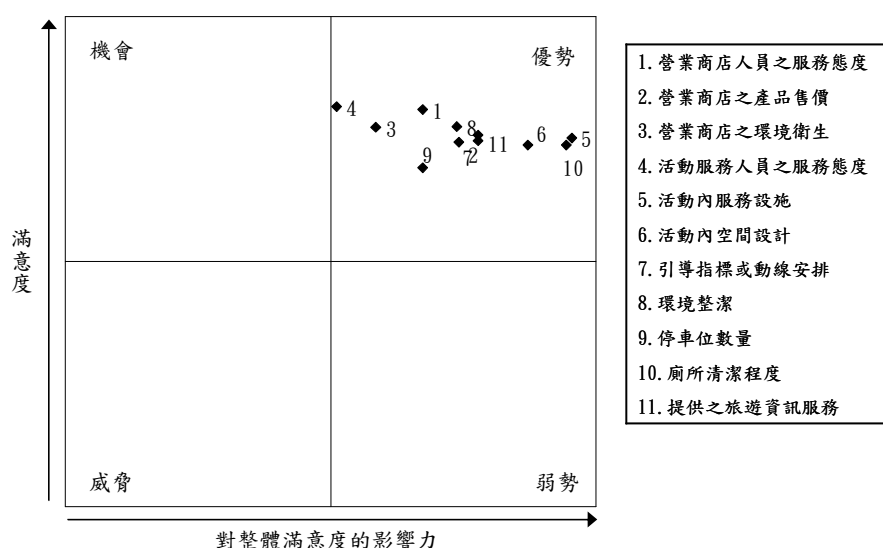
本題訪問遊客參加活動的遊客對本活動的各項服務與設施的滿意度，得分最高的的前兩項分別為『營業商店人員之服務態度』(4.05)與『活動服務人員之服務態度』(4.07)，因此遊客應該感受到西拉雅國家風景區內之熱情，對增加遊客好感，進而加強前往遊憩的意願，有很大的幫助。

表 10-6 遊客滿意度(夏戀芒果活動)

項目	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	609	4.05
2. 營業商店之產品售價	607	3.73
3. 營業商店之環境衛生	612	3.87
4. 活動服務人員之服務態度	603	4.08
5. 活動內服務設施	609	3.76
6. 活動內空間設計	608	3.69
7. 引導指標或動線安排	594	3.72
8. 環境整潔	604	3.88
9. 停車位數量	551	3.46
10. 廁所清潔程度	553	3.69
11. 提供之旅遊資訊服務	575	3.79

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗者不計分。

進一步透過優弱勢分析發現，11 個服務項目皆屬於優勢指標。



10-1 項服務滿意度之優弱勢分析(夏戀芒果活動)

第二節 商家調查部分

本次研究第一季於台南市立文化中心共計完成 13 份商家的有效問卷。性別方面，以女性居多，佔 9 位，男性則為 4 位。年齡方面，主要以 30~39 歲居多，共 4 位。教育程度方面，以大學程度者為最多，共 9 位。

店面經營型態部份，營業類別以農特產類商家 6 家最多，其次為餐飲小吃類 4 家，遊客紀念品類 2 家，公益類 1 家。

這 13 間商家，6 家表示曾經參與西拉雅商圈活動，目前則無參與。4 家表示目前仍有參與，最後 3 家表示未曾參與。

而對於西拉雅國家風景區舉辦活動所帶來的效益，在增加商店客源方面，商家認為增加幅度在 3 至 5 成與 1 成以下的皆有 4 家為最多。而增加當地的遊客數量部份，則以 3 至 5 成最多。增加外來投資則以 1 成以下最多，有 4 家。增加當地經濟成長部份，則 5 至 7 成、1 至 3 成與 3 成以下皆各有 3 家。最後，認為辦理活動可增加當地房價 1 成以下的商家有 4 家。

而商家對西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益具有正面的影響多表示肯定的態度，有 10 家表示同意或非常同意，僅 3 家表示普通，最後請商家對『2010 牽手西拉雅 愛上鄉村之旅』夏戀芒果活動效益進行評分，平均得分為 81.5，最高為 100 分，最低為 60 分。

表 10-7 商家對活動效益的評估(夏戀芒果活動)

項目	增加商店客源		增加遊客數量		增加外來投資		增加當地經濟成長		增加當地房價	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
7 成以上	-	-	1	7.7	-	-	-	-	1	7.7
5 至 7 成	2	15.4	2	15.4	2	15.4	3	23.1	2	15.4
3 至 5 成	4	30.8	4	30.8	3	23.1	2	15.4	1	7.7
1 至 3 成	2	15.4	3	23.1	2	15.4	3	23.1	2	15.4
1 成以下	4	30.8	2	15.4	4	30.8	3	23.1	4	30.8
皆無	1	7.7	1	7.7	2	15.4	2	15.4	3	23.1

表 10-8 商家是否同意西拉雅國家風景區建設的正面助益(夏戀芒果活動)

項目	次數	百分比
非常同意	5	38.5
同意	5	38.5
普通	3	23.1
不同意	0	0.0
非常不同意	0	0.0

第壹拾壹章 蝴蝶遊樂園活動調查結果

本次研究第二季於紅葉公園共計完成 555 份有效問卷。

一. 遊客基本資料

- (一) 性別方面，以女性佔 53.7%，男性則為 46.3%。
- (二) 年齡方面，主要以青壯年遊客居多，多數受訪者年齡層為 30~39 歲、40~49 歲，分別佔所有受訪者的 21.6%與 25.6%。
- (三) 教育程度方面，以大學程度者為最多，佔 29.4%，其次為高中職，佔 25.6%。
- (四) 職業方面，本次調查，以軍公教人員的受訪者最多，比例為 17.7%，其次為學生，佔 14.4%。
- (五) 個人月收入方面，以未有經常性收入者最多佔 24.7%，其次為 2~3 萬元者佔 15.9%，再其次為 3~4 萬元，佔 14.6%。
- (六) 婚姻狀況以已婚者 68.3%略多於未婚者。
- (七) 旅客出發地點則以南部地區的旅客為最多，佔 64.5%，其次為北部旅客佔 6.4%，再其次為中部旅客佔 6.1%。在南部的旅客當中，以台南縣市的旅客佔較多數，有 53.7%。

表 11-1 受訪遊客屬性(蝴蝶遊樂園活動)

性別	次數	百分比	職業	次數	百分比
男	257	46.3%	軍公教人員(公立學校教師)	98	17.7%
女	298	53.7%	民意代表企業主管及經理人員	10	1.8%
年齡	次數	百分比	專業人員(醫師律師建築師會計師私立學校教師...)	35	6.3%
12~14 歲	30	5.4%	技術員及助理專業人員	51	9.2%
15~19 歲	24	4.3%	事務工作人員	42	7.6%
20~24 歲	26	4.7%	服務工作人員及售貨員	43	7.7%
25~29 歲	49	8.8%	農林漁牧工作人員	14	2.5%
30~39 歲	120	21.6%	生產有關工人機械設備操作工及體力工	27	4.9%
40~49 歲	142	25.6%	家庭管理(料理家務)	64	11.5%
50~59 歲	107	19.3%	未就業待業中	6	1.1%
60 歲及以上	57	10.3%	退休人員	46	8.3%
學歷	次數	百分比	學生	80	14.4%
國小及以下	17	3.1%	其他	34	6.1%
國(初中)	65	11.7%	遺漏值	5	0.9%
高中、職	142	25.6%	個人收入	次數	百分比
專科	102	18.4%	無經常性收入或沒有收入	137	24.7%
大學	163	29.4%	未滿 2 萬元	37	6.7%
研究所及以上	62	11.2%	2 萬元~未滿 3 萬元	88	15.9%
遺漏值	4	0.7%	3 萬元~未滿 4 萬元	79	14.2%
婚姻狀況	次數	百分比	4 萬元~未滿 5 萬元	81	14.6%
未婚	165	29.7%	5 萬元~未滿 7 萬元	66	11.9%
已婚	379	68.3%	7 萬元~未滿 10 萬元	39	7.0%
其他	7	1.3%	10 萬元以上	19	3.4%
遺漏值	4	0.7%	遺漏值	9	1.6%
總和	555	100.0%	總和	555	100.0%

表 11-2 旅客出發地點(蝴蝶遊樂園活動)

項目	次數	百分比
北部地區	49	8.8%
中部地區	34	6.1%
南部地區	469	84.5%
嘉義縣市	79	14.2%
台南縣	298	53.7%
高雄縣市	73	13.2%
屏東縣	19	3.4%
東部與其他地區	3	0.5%
總和	555	100.0%

二. 旅遊決策

(一) 是否專程前來參加

在受訪者當中，專程前來參加的旅客有 281 位，佔 50.6%，順路經過進來參觀者有 274 位，佔 49.4%。

(二) 旅客資訊取得管道

調查結果顯示，旅客獲得景點的資訊，主要是以『親友、同事、同學』間的口耳相傳為主，有 128 位，佔 23.1%，其次則為『觀光遊憩政府單位(包括旅遊摺頁手冊旅遊諮詢服務)』佔 13.3%，其他依次為『電腦網路』(9.7%)、『電子媒體(如電視廣播戶外活動看板等)』(8.7%)、『平面媒體(如旅遊叢書報章雜誌等)』(6.1%)。而由整體行銷的觀點，經由電子媒體、平面媒體、電腦網路、觀光宣傳手冊等推廣方式獲取資訊的參加民眾共約有 37.8%。

表 11-3 活動資訊取得管道(蝴蝶遊樂園活動)

項目	次數	百分比
親友同事同學	128	23.1%
觀光遊憩政府單位(包括旅遊摺頁手冊旅遊諮詢服務)	74	13.3%
電腦網路	54	9.7%
電子媒體(如電視廣播戶外活動看板等)	45	8.1%
平面媒體(如旅遊叢書報章雜誌等)	37	6.7%
旅遊展覽	13	2.3%
旅行社	7	1.3%
其他	47	8.5%
未曾索取	162	29.2%

註：本題為複選題，加總結果不為 100%

(三) 參加活動原因

調查結果顯示，旅客到達本景點的主要原因是以『景觀優美』為主佔 29.6%；其次為『運動健身』(16.5%)、『順道而來』(13.6%)，再其次為『親朋好友推薦』(8.6%)與『距離遠近、假期長短』(5.9%)。

表 11-4 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)

項目	次數	百分比
景觀優美	857	29.6%
運動健身	477	16.5%
順道而來	394	13.6%
親朋好友推薦	248	8.6%
距離遠近、假期長短	170	5.9%
交通便利	136	4.7%
行銷推廣活動或節慶表演節目	132	4.6%
遊憩設施	130	4.5%
學校、公司或參加的團體安排	97	3.4%
品嚐當地美食	95	3.3%
文化巡禮	73	2.5%
宗教活動	11	0.4%
配合國民旅遊卡措施	1	0.0%
其他	71	2.5%
總分	2,892	100.0%

註：本題為複選題，並依主要、次要、再次要，各作 3、2、1 分的加權，百分比之分母為所有分數之加總

(四)停留時間與是否過夜

調查結果顯示，旅客參加本活動的停留時間，以『半天(4小時以下)』為主佔 57.5%，其次為『1天(4小時以上)，不過夜』(30.6%)。而選擇過夜的旅客，以『旅館』為主要住宿地點，佔 10.0%。

表 11-5 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)

項目	次數	百分比
半天(4小時以下)	319	57.5%
1天(4小時以上)，不過夜	170	30.6%
2天1夜	63	11.4%
3天2夜	2	0.4%
5天以上	1	0.2%
總和	555	100.0%

表 11-6 參加活動原因(蝴蝶遊樂園活動)

項目	次數	百分比
沒有過夜	418	76.1%
旅館	55	10.0%
招待所或活動中心	3	0.5%
民宿	33	6.0%
親友家(含自家)	38	6.9%
其他(請說明)	2	0.4%
總和	549	100.0%
未填寫或漏答	6	-

三. 消費行為與消費滿意度

個人遊客在交通方面的費用以『201 至 500 元』(27.1%)為最高。81.5% 表示沒有飲食費用，有花費的比例最高則約落在『2001 至 5000 元』(7.6%)。有 25.5% 的個人遊客表示並沒有購物，54.9% 的個人遊客表示並沒有娛樂花費而兩項比例皆隨著花費增加而減少。而住宿費用花費，則最多落在 201 至 500 元之間，總費用則均勻分布在 201 至 5000 元之間。滿意度部份，本活動的各項花費以住宿花費最為滿意(3.93)，娛樂花費則較低(3.62)。

表 11-7 個人消費與滿意度(蝴蝶遊樂園活動)

花費項目	交通費用		飲食費用		購物花費		娛樂花費		住宿費用		總費用	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	個數	百分比	百分比	個數	百分比	個數	百分比
0 元	119	22.5%	406	81.5%	132	25.5%	276	54.9%	336	67.6%	73	14.2%
1 至 200 元	129	24.4%	2	0.4%	119	23.0%	79	15.7%	41	8.2%	64	12.4%
201 至 500 元	143	27.1%	10	2.0%	112	21.6%	76	15.1%	50	10.1%	69	13.4%
501 至 1000 元	92	17.4%	7	1.4%	82	15.8%	43	8.5%	44	8.9%	93	18.1%
1001 至 2000 元	32	6.1%	25	5.0%	46	8.9%	23	4.6%	21	4.2%	88	17.1%
2001 至 5000 元	11	2.1%	38	7.6%	25	4.8%	5	1.0%	4	0.8%	83	16.1%
5000 元以上	2	0.4%	10	2.0%	2	0.4%	1	0.2%	1	0.2%	45	8.7%
滿意度	3.91		3.91		3.84		3.82		3.93		3.91	

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗，未花費者不計分。

四. 旅遊偏好與滿意度

本題訪問遊客參加活動的遊客對本活動的各項服務與設施的滿意度，得分最高的前三項分別為『活動服務人員之服務態度』(3.38)、『提供之旅遊資訊服務』(3.29)與『環境整潔』(3.15)。

表 11-8 遊客滿意度(蝴蝶遊樂園活動)

項目	有效回答個數	平均數
1. 營業商店人員之服務態度	354	2.99
2. 營業商店之產品售價	331	2.69
3. 營業商店之環境衛生	359	2.83
4. 活動服務人員之服務態度	509	3.38
5. 活動內服務設施	517	3.01
6. 活動內空間設計	519	2.99
7. 引導指標或動線安排	520	2.95
8. 環境整潔	536	3.15
9. 停車位數量	460	2.57
10. 廁所清潔程度	440	2.90
11. 提供之旅遊資訊服務	521	3.29

註：本題滿意度非常滿意為 5 分，滿意為 4 分，普通為 3 分，不滿意為 2 分，非常不滿意為 1 分，未填寫、無此項經驗者不計分。

進一步透過優弱勢分析發現，9 個服務項目：營業商店人員之服務態度、營業商店之環境衛生、活動服務人員之服務態度、活動內服務設施、活動內空間設計、引導指標或動線安排、停車位數量、廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務皆屬於優勢指標，需繼續保持。

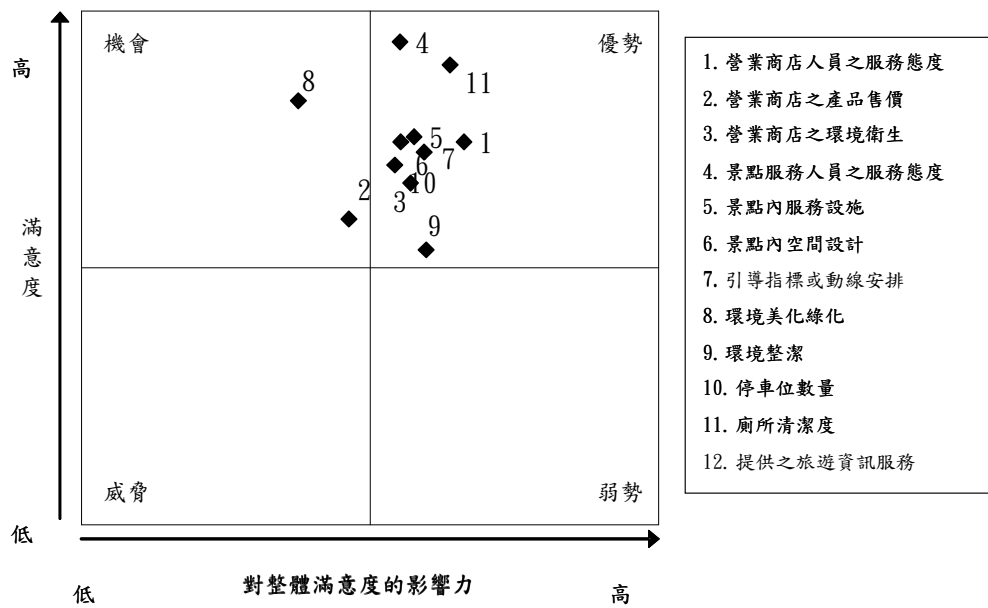


圖 11-1 各項服務滿意度之優弱勢分析(蝴蝶遊樂園活動)

第壹拾貳章 關子嶺地區知覺容受力調查

本章於主要探討在關子嶺地區的觀光活動，對當地一般居民各項日常活動的衝擊，以及遊客數量是否造成生活影響的評估，研究對象為白河鎮關子嶺地區，其中包含兩個里：關嶺里與仙草里，關嶺里包含關子嶺溫泉區、紅葉公園、嶺頂公園、水火同源等，是此地區最主要的觀光遊憩區域。而仙草里是由國道 3 號接往 172 縣道進入關子嶺溫泉區的必經之地，亦有白河水庫、大仙寺等景點，兩里居民生活互動也相當頻繁，因此亦將仙草里包含在本調查範圍之內。

本調查共計完成 610 份有效問卷，其中關嶺里完成 294 份，仙草里完成 316 份。

一. 受訪居民基本資料

- (一)性別方面，女性佔 49.0%，男性則為 51.0%。其中關嶺里男性受訪者略多於女性，仙草里則以女性較多
- (二)年齡方面，主要受訪者年齡層均勻分佈在 30~39 歲(17.0%)、40~49 歲(19.5%)、50~59 歲(17.0%)以及 60 歲以上(22.0%)。關嶺里的受訪者年齡明顯較仙草里為高
- (三)教育程度方面，以高中職程度者為最多，佔 30.5%，其次為國初中(24.6%)與國小及以下(24.2%)。
- (四)受訪者居住在關子嶺地區的時間以 30 年以上最多(38.5%)，其中關嶺里的比例又明顯的比仙草里為高。
- (五)從事職業方面，以自營業(21.6%)為最多，其次為服務人員(13.8%)，但在關嶺里部份，則以農林漁牧人員為最多(18.0%)，其中與觀光事業的相關性部分，完全無關佔 42.3%，間接相關佔 27.7，直接相關者佔 23.1%。
- (六)個人月收入方面，以 0~1 萬元者最多佔 31.5%，其次為 2~3 萬元者佔 17.2%，再其次為 1~2 萬元，佔 15.9%。

表 12-1 關子嶺地區居民知覺容受力訪問基本資料分佈

項目		關嶺里		仙草里		總計	
		次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別	男	158	53.7%	153	48.4%	311	51.0%
	女	136	46.3%	163	51.6%	299	49.0%
年齡	未滿 20 歲	17	5.8%	61	19.3%	78	12.8%
	20-29 歲	29	9.9%	42	13.3%	71	11.6%
	30-39 歲	48	16.3%	56	17.7%	104	17.0%
	40-49 歲	65	22.1%	54	17.1%	119	19.5%
	50-59 歲	58	19.7%	46	14.6%	104	17.0%
	60 歲以上	77	26.2%	57	18.0%	134	22.0%
學歷	國小及以下	88	29.9%	59	18.7%	147	24.1%
	國(初)中	56	19.0%	94	29.7%	150	24.6%
	高中職	81	27.6%	105	33.2%	186	30.5%
	專科	28	9.5%	21	6.6%	49	8.0%
	大學	34	11.6%	22	7.0%	56	9.2%
	研究所及以上	1	0.3%	3	0.9%	4	0.7%
	未填寫或漏答	6	2.0%	12	3.8%	18	3.0%
居住時間	2 年以下	31	10.5%	37	11.7%	68	11.1%
	2~10 年	51	17.3%	64	20.3%	115	18.9%
	10~30 年	68	23.1%	105	33.2%	173	28.4%
	30 年以上	141	48.0%	94	29.7%	235	38.5%
	未填寫或漏答	3	1.0%	16	5.1%	19	3.1%
職業	軍公教	6	2.0%	16	5.1%	22	3.6%
	自營業	47	16.0%	85	26.9%	132	21.6%
	專業人員	4	1.4%	4	1.3%	8	1.3%
	技術及助理人員	12	4.1%	8	2.5%	20	3.3%
	服務人員	50	17.0%	34	10.8%	84	13.8%
	農林漁牧	53	18.0%	11	3.5%	64	10.5%
	生產工人	15	5.1%	18	5.7%	33	5.4%
	家管	29	9.9%	43	13.6%	72	11.8%
	無業、待業	18	6.1%	3	0.9%	21	3.4%
	退休	19	6.5%	15	4.7%	34	5.6%
	學生	15	5.1%	60	19.0%	75	12.3%
	其他	20	6.8%	11	3.5%	31	5.1%
	未填寫或漏答	6	2.0%	8	2.5%	14	2.3%
職業相關性	直接相關	71	24.1%	70	22.2%	141	23.1%
	間接相關	67	22.8%	102	32.3%	169	27.7%
	完全無關	145	49.3%	113	35.8%	258	42.3%
	未填寫或漏答	11	3.7%	31	9.8%	42	6.9%
月收入	0-1 萬	89	30.3%	103	32.6%	192	31.5%
	1-2 萬	44	15.0%	53	16.8%	97	15.9%
	2-3 萬	46	15.6%	59	18.7%	105	17.2%
	3-4 萬	31	10.5%	16	5.1%	47	7.7%
	4-5 萬	8	2.7%	8	2.5%	16	2.6%
	5 萬以上	17	5.8%	13	4.1%	30	4.9%
	未填寫或漏答	59	20.1%	64	20.3%	123	20.2%

二. 受訪居民對觀光環境的感受狀況

本部份詢問受訪者有關於關子嶺地區的旅客、觀光活動與建設是否造成食衣住行、工作、傳統生活以及周遭環境影響的認知程度，衡量方法採里克特五點尺度，從『非常不同意』、『不同意』、『普通』、『同意』到『非常同意』給予 1 至 5 分的程度，分數越高，代表同意題目所敘述的程度越高。

本部份前十題主要詢問受訪者有關生活週遭受觀光活動影響的負面狀況，其中以『**交通負擔**』與『**環境變髒亂**』是認知程度最高的兩項，分數皆達 3.12 分，其次為『遊客影響傳統風俗與特色』(2.81)、『消費上漲』(2.73)、『遊客吵鬧』(2.69)等項，但皆未達到同意(3 分以上)，顯示關子嶺地區居民最主要在意的的是遊客對交通所帶來的衝擊影響與對環境所帶來的髒亂。而關嶺里對『環境變髒亂』認知程度較高，仙草里居民則對『交通負擔』認知程度較高。

本部份後四題則針對觀光活動與建設對個人與地區繁榮影響的認知評估，相較於『風景區對關子嶺地區的繁榮有幫助』認知分數有 3.77 分，『風景區的建設對關子嶺地區的就業有幫助』的認知分數僅有 3.31 分，且關嶺里地區的分數為 2.98 分，偏向於不同意，顯見關子嶺地區居民認為的該地的繁榮並沒有同步的提升到當地居民的就業狀況，此一狀況值得主管當局注意。

表 12-2 關子嶺地區居民對觀光環境與建設之感受

項目	關嶺里	仙草里	總得分
1. 風景區的外地遊客使您的生活品質下降	2.51	2.67	2.59
2. 遊客對關子嶺地區的交通造成很大的負擔	3.08	3.16	3.12
3. 遊客造成您的飲食的不方便	2.19	2.40	2.30
4. 遊客對關子嶺地區的消費造成上漲	2.78	2.69	2.73
5. 遊客讓關子嶺地區的醫療品質下滑	2.43	2.49	2.46
6. 遊客使得關子嶺地區變得較為髒亂	3.18	3.07	3.12
7. 遊客常常會吵到您	2.69	2.70	2.69
8. 遊客增加使得您比較少去關子嶺的公共設施與景點	2.53	2.65	2.59
9. 遊客常常會影響您的工作	2.26	2.45	2.36
10. 遊客影響了你們的傳統風俗與特色	2.87	2.75	2.81
11. 風景區的建設對關子嶺地區的就業有幫助	2.98	3.62	3.31
12. 風景區對關子嶺地區的繁榮有幫助	3.69	3.84	3.77
13. 風景區與遊客對地方的傳統特色宣傳有幫助	3.11	3.58	3.35
14. 遊客與風景區或主題活動整體來說是對地方有幫助的	3.61	3.82	3.72

而交叉分析方面，可以看出部份族群明顯的與整體得分呈現不同方向，也就是該族群與整體的認知較不一致，從中可以發現，年紀較大、學歷低於國小以下

者，對於髒亂較能夠忍受，可能是工作能力較為弱勢，對於就業也較不抱期望，亦較不認為觀光發展對地方風俗文化有幫助。而新居民(半年以內)則對遊客吵鬧較敏感，且較易受到遊客的排擠而減少公共設施的使用。其餘結果請參看下表：

表 12-3 關子嶺地區居民對觀光環境與建設之感受(基本變項顯著狀況)

項目	基本變項	得分	總得分
2. 遊客對關子嶺地區的交通造成很大的負擔	30-39 歲	2.84	3.12
	間接相關	2.85	
	5 萬元以上	2.90	
4. 遊客對關子嶺地區的消費造成上漲	20-29 歲	3.17	2.73
	大學	3.05	
	20-30 年	3.12	
6. 遊客使得關子嶺地區變得較為髒亂	3-4 萬元	3.04	3.12
	國小及以下	2.97	
	1-2 年	2.77	
7. 遊客常常會吵到您	2-5 年	2.25	2.69
8. 遊客增加使得您比較少去關子嶺的公共設施與景點	半年內	3.25	2.59
10. 遊客影響了你們的傳統風俗與特色	半年內	3.11	2.81
	0.5-1 年	3.26	
11. 風景區的建設對關子嶺地區的就業有幫助	60 歲以上	3.14	3.31
	國小及以下	2.83	
	30 年以上	2.86	
13. 風景區與遊客對地方的傳統特色宣傳有幫助	60 歲以上	2.92	3.72
	國小及以下	2.97	

三. 居民對觀光環境的感受狀況

本部份詢問目前關子嶺地區的旅客數量是否會影響受訪者生活，若認為不會，或旅客過少影響生活，則繼續詢問可增加多少才適當。另一方面，若認為目前旅客太多，則繼續詢問受訪者認為應減少多少遊客才適合。

在是否會影響生活方面，55.1%的受訪者認為目前的旅客數量，不至於影響其日常生活，其中關嶺里的比例 58.2%略較仙草里的比例 52.2%略高，但未達到顯著水準，而認為遊客太少的比例整體為 37.9%，並以仙草里 41.1%較高，認為遊客太多的比例為 7.0%，兩地區比例沒有明顯差異。

表 12-4 關子嶺地區居民對旅客人數之感受

項目	關嶺里		仙草里		總和	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
否	171	58.2%	165	52.2%	336	55.1%
是，遊客太少	101	34.4%	130	41.1%	231	37.9%
是，遊客太多	22	7.5%	21	6.6%	43	7.0%
總和	294	100.0%	316	100.0%	610	100.0%

而認為不影響生活，或是旅客太少的受訪者，能接受旅客增加幅度的比例，以認為『越多越好』為最多，占 60.2%，兩地區差異不大，其次則為『目前剛好』的 19.4%，顯示關子嶺地區居民，絕大多數是認為應再設法增加旅客來訪的數量。

表 12-5 關子嶺地區居民對增加旅客人數的意見

項目	關嶺里		仙草里		總和	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
目前剛好	57	21.0%	53	18.0%	110	19.4%
增加兩成	30	11.0%	28	9.5%	58	10.2%
增加五成	8	2.9%	9	3.1%	17	3.0%
增加一倍	18	6.6%	22	7.5%	40	7.1%
越多越好	159	58.5%	182	61.9%	341	60.2%
總和	272	100.0%	294	100.0%	566	100.0%

若以是否影響生活與適合增加的人數兩項進行交叉分析，可以發現，認為旅客過少影響生活的居民，傾向希望旅客數量為越多越好(73.0%)，希望能夠藉由旅客人數的增加來改善生活，但認為目前的旅客人數不影響生活的居民，儘管有 31.8%的比例認為目前剛好，但有更大比例(51.5%)認為應越多越好，顯示，大多數的居民，仍舊希望有較多的遊客，用以帶動經濟的繁榮發展，值得相關單位注意。

表 12-6 關子嶺地區居民對增加旅客人數的意見(是否影響生活)

項目	不影響生活		旅客過少影響生活		總和	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
目前剛好	107	31.8%	3	1.3%	110	19.4%
增加兩成	30	8.9%	28	12.2%	58	10.2%
增加五成	9	2.7%	8	3.5%	17	3.0%
增加一倍	17	5.1%	23	10.0%	40	7.1%
越多越好	173	51.5%	168	73.0%	341	60.2%
總和	336	100.0%	230	100.0%	566	100.0%

而認為旅客人數過多，以至於影響生活的居民，希望減少人數的分佈，有 33.3%的比例為希望『減少一成』，22.2%希望『減少兩成』，但亦有 17.8%的受訪者認為應『越少越好』。雖然認為旅客人數過多，以至於影響生活的居民僅佔整體的 7%左右，但仍不應忽視其意見。

表 12-7 關子嶺地區居民對減少旅客人數的意見

項目	關嶺里		仙草里		總和	
	個數	百分比	個數	百分比	個數	百分比
減少一成	10	43.5%	5	22.7%	15	33.3%
減少兩成	2	8.7%	8	36.4%	10	22.2%
減少三成	5	21.7%	2	9.1%	7	15.6%
減少四成	2	8.7%	1	4.5%	3	6.7%
減少五成	1	4.3%	1	4.5%	2	4.4%
越少越好	3	13.0%	5	22.7%	8	17.8%
總和	23	100.0%	22	100.0%	45	100.0%

第壹拾參章 結論與建議

隨著國人對休閒活動日益重視，觀光旅遊已為休閒活動的重要的選擇之一。此種現象由國人對旅遊需求漸增中表現出來，成為休閒旅遊市場擴大的一大利基，顯示出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。

第一節 地區旅遊調查旅客部分

一. 風景區受訪遊客背景

本次調查六大地區旅客性別方面男女性個數皆差異不大，在年齡方面，主要以青壯年 30 至 50 歲之間的遊客居多，這可能與西拉雅國家風景區自行開車旅客較多有關係。在教育程度方面主要遊客有兩部份，具有大學學歷的比例最多，其次為高中職學歷。在職業方面，最多受訪者為學生，在關子嶺、烏山頭與楠西地區，次高者皆為軍公教人員，但在南化左鎮地區，次高為從事服務業的人員，軍公教人員排至第 5 順位，而大埔服務業比例則略高於學生。在個人月收入方面，除了無經常性收入或沒有收入的旅客外，大部分旅客月入約 2~4 萬。而出發地點皆以台南縣市為最高，皆為 4 成以上。比例由低至高分別為大埔(34.2%)、關子嶺(37.5%)、山頭(52.0%)、左鎮(53.3%)、楠西(60.1%)與南化(66.3%)，其中楠西與南化第二季比例比第一、三季為高，關子嶺地區則略低。這可以觀察出此六個景點吸引跨縣市遊客的能力，關子嶺為全國知名之風景遊憩區，大埔由於位於嘉義縣，亦吸引不少嘉義縣市的遊客。梅嶺由於尚未到達旺季，南化以香客與運動旅客居多，因此主要遊客便以在地居民為主。因此也可以歸納出可能的方向，已具較大知名度的景點，

可在著重在全國性的行銷宣傳上，而南化左鎮，則需要在地方上繼續建設並製造口碑，以期在未來能吸引更多外地遊客。

表 13-1 各地區來自台南縣市旅客人數

地點	關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
台南縣市比例	37.5%	52.0%	66.3%	52.3%	60.1%	34.2%

二. 旅遊資訊相關獲得方式

各地區的受訪者知道西拉雅國家風景區的比例皆在 5 成以上，與本地區之前數次調查比較明顯的增加，顯示整體行銷奏效。其中以大埔最高 (79.0%)，其次分別為左鎮(65.6%)、烏山頭(61.5%)、南化(61.6%)、楠西(60.7%)、與關子嶺(56.3%)。

表 13-2 各地區知道西拉雅國家風景區的比例

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
56.3%	61.5%	61.6%	65.6%	60.7%	79.0%

而旅遊資訊來源部份，大多來自觀光單位的旅遊摺頁、資訊，與親朋好友間的口耳相傳等兩項，在各地區中互有領先。兩者皆須在風景區的行銷推廣上，多加宣傳，但後者更需要在景點的服務與設施上加強，以期與行銷推廣能相輔相乘，達到正面的效益。

三. 旅遊性質與目的

本次調查六個地區皆是以家庭旅遊佔大多數，其次為同事、朋友等旅遊，若管理處欲吸引家庭旅遊作為主要客源，建議在旅程的規劃上可增加景點的深度導覽與描述體力的消耗度，以提供家庭作為其年幼與年長者的適合與否的參考。另一方面，關子嶺地區住宿區建設完整，亦可朝向結合學校、公司等團體大型旅遊活動，並主動透過資源介紹與導覽，使民眾能有機會了解風景區之文化與生態。

表 13-3 各地區旅遊性質比例

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
家庭旅遊 (44.0%)	家庭旅遊 (57.5%)	家庭旅遊 (41.4%)	家庭旅遊 (46.5%)	家庭旅遊 (48.6%)	家庭旅遊 (36.7%)
朋友、同事旅遊 (20.4%)	朋友、同事旅遊 (15.3%)	朋友、同事旅遊 (27.5%)	朋友、同事旅遊 (14.8%)	朋友、同事旅遊 (20.2%)	朋友、同事旅遊 (24.9%)
夫妻、情侶旅遊 (14.4%)	夫妻、情侶旅遊 (6.9%)	夫妻、情侶旅遊 (10.0%)	宗教朝聖 (12.4%)	夫妻、情侶旅遊 (13.7%)	夫妻、情侶旅遊 (23.0%)

四. 使用交通工具

由於西拉雅地區公共交通未臻完整，活動範圍廣大且大部分為山區，因此大多數的民眾選擇自行開車進行旅遊，僅少部份遊客以機車代步，而團體旅客則是以大型遊覽車為主。但在遊覽區域方面，車輛過多勢必影響交通順暢與停車方便性。尤其在旺季時特別需要注意替代道路的規劃與交通管制措施，或強制要求車輛停在較遠處再以接駁車方式接送遊客，避免交通衝擊。

表 13-4 各地區交通工具比例

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
自小客車 (71.1%)	自小客車 (65.1%)	自小客車 (76.7%)	自小客車 (71.7%)	自小客車 (74.1%)	自小客車 (80.9%)
大型遊覽車 (8.1%)	機車(12.4%)	機車(8.0%)	大型遊覽車 (7.8%)	大型遊覽車 (8.7%)	機車(9.2%)
機車(7.4%)	大型遊覽車 (9.3%)	大型遊覽車 (5.5%)	機車(6.2%)	機車(6.4%)	大型遊覽車 (4.0%)

五. 旅遊景點偏好

西拉雅國家風景區幅員廣大，大多數的民眾會選擇特定幾處知名且接近的景點參觀，如關子嶺的溫泉區、水火同源、碧雲寺，楠西的梅嶺與曾文水庫，大埔的情人公園、湖濱公園，南化的紫竹寺與烏山獼猴保護區。皆為主要偏好。但烏山頭水庫因其內部設施完整，遊客會在當地停留較久，轉往別處的人數較少。若要過夜者則多半會規劃至關子嶺地區，並沿路遊憩。管理處可依各區域遊客的旅遊景點偏好，檢視目前提供之旅遊行程，是否符合大部份遊客之需要，若有需求則應加以修正。

表 13-5 各地區景點偏好比例

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
水火同源 (46.4%)	烏山頭水庫 (81.4%)	厚德紫竹寺 (28.8%)	萊寮化石館 (43.6%)	梅嶺休閒 農業區 (56.9%)	情人公園 (61.3%)
關子嶺 溫泉區 (45.7%)	台南 藝術大學 (10.1%)	烏山獼猴 保護區 (19.7%)	噶瑪噶居寺 (31.6%)	曾文水庫 (22.5%)	大埔老街 (50.5%)
碧雲寺 (25.5%)	南元 休閒農場 (1.7%)	龍麟山步道 (6.3%)	自然史博物 館 (25.9%)	玄空法寺 (18.1%)	湖濱公園 (37.6%)
大仙寺 (23.3%)	走馬瀨農場 (0.9%)	烏山頭水庫 (6.0%)	草山月世界 (7.6%)	玉井青果市 場(0.6%)	大埔拱橋 (15.1%)

六. 旅客停留時間與住宿方式

根據調查結果，六個地區皆以 1 天以內的行程佔大多數，若包含半日的部份，比例皆高於 7 成以上，再參考台南縣市的旅客人數，可以判斷絕大部分未住宿的旅客來自台南縣市，目前由於國道三號、國道八號與台 84 線構成路網，使得台南縣市東西向來往迅速便捷，一方面使得在地旅客量增加，但另一方面此類旅客並未住宿，可能提升的效益有限，甚至可能造成景點的交通擁塞。針對台南市民或選擇在台南市住宿的外地遊客，未來可規劃推廣觀光巴士，以一日遊的方式來遊憩。另外由於關子嶺地區住宿方便性與特色皆強過西拉雅國家風景區其他地區，也可能使其他地區的住宿業者經營較不易，需要協助舉辦活動、開發地方特色以吸引留宿旅客。

七. 到訪次數、重遊意願與前次到訪比較

本次調查結果，大埔地區遊客第一次到訪的比例較其他地區為高，且再次造訪的比例亦較低。顯示遊客的再訪的意願較其他地區為低，詢問遊客是否有重遊意願時，也印證了這樣的現象，9 成以上的受訪遊客願意再次重遊。而再次重遊的旅客，被詢問到與前次到訪比較差異，大多數的旅客認為差不多或是有進步，並不認為有退步的現象。但各地區仍然略有差異，烏山頭地區認為有進步的比例最高，為 41.5%，而關子嶺 31.0%，大埔楠西地區為 30.3%，南化左鎮地區最低為 25.9%。

表 13-6 各地區景點到訪次數比例

項目	關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
第一次到訪比例	35.5%	41.9%	29.0%	57.7%	35.4%	74.5%
五次以上到訪到訪	33.0%	23.9%	49.8%	19.3%	37.6%	3.4%
不願重遊比例	4.9%	12.1%	4.1%	5.3%	4.2%	7.8%

八. 遊客偏好活動

西拉雅國家風景區內遊客偏好整體來說以自然賞景活動為最主要的活動，其中最主要活動的為『觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等』與『露營、登山、森林步道健行』。而除了上述兩項外，在各區內也因景點特性不同而有差異，關子嶺地區是『泡溫泉、SPA』最優先，烏山頭地區則以『一般遊樂活動』與『環湖賞景』，大埔楠西地區為『品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡』，南化左鎮地區則是『觀賞動、植物』與『觀賞文化古蹟』為主。顯示遊客會根據其喜好，選擇適合的遊憩地點，這也是西拉雅國家風景區特殊之處，各種喜好皆可以在區內找到滿足其需求的景點。

表 13-7 各地區旅遊活動偏好比例

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等 (57.8%)	觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等 (47.2%)	露營、登山、森林步道健行 (57.1%)	觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等 (54.6%)	觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等 (59.4%)	觀賞動、植物 (76.2%)
泡溫泉、做SPA(45.1%)	一般遊樂活動(43.2%)	觀賞生態、田園風光、溪流瀑布等 (42.0%)	觀賞文化古蹟 (49.1%)	露營、登山、森林步道健行(48.3%)	乘車(汽機車、自行車兜風) (74.8%)
觀賞文化古蹟 (36.5%)	露營、登山、森林步道健行(42.5%)	觀賞動、植物 (28.7%)	露營、登山、森林步道健行 (31.8%)	品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡(42.1%)	露營、登山、森林步道健行 (70.7%)

比較有趣的一點是各地區皆有二至三成的旅客喜好自行車運動，近年來國內單車運動風行，參與民眾眾多，不過西拉雅國家風景區區內多山，眾多景點的聯絡道路皆有陡坡，不適合一般入門的輕玩家，若針對單車族群規劃在本區內的活動，建議可規劃出對輕玩家與重度單車騎士不同的路線，並定期舉辦騎乘活動，吸引遊客認識當地路線。

九. 遊客滿意度

各地區遊客對景點的各項服務與設施的滿意度，在較滿意的部份很一致的在『環境美化綠化』、『景點服務人員之服務態度』、『營業商店人員之服務態度』三項都有較佳的表現，在相對較差的部份則反應在『營業商店之產品售價』（烏山頭水庫、南化左鎮）、『停車位數量』（關子嶺）、『提供之旅遊資訊服務』（大埔楠西）。為受訪遊客認為需要提升的部份。西拉雅國家風景區在關子嶺與大埔兩地皆有設置旅遊資訊站，但此兩區的『提供之旅遊資訊服務』滿意度，相較其他地區反而略低，其原因可能為使用率的問題，並非所有旅客都會前往旅遊資訊站索取資訊，大部分的旅客仍以出發前準備資訊、索取之觀光摺頁、手冊或景點看板、告示為主，所以若要提高此項滿意度，應以其他方面的宣傳作為輔助，針對旅遊資訊站的使用狀況，則應視情況個案加以調查會得到更正確的結論。

表 13-8 各地區服務滿意度較佳的三項

關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔
環境美化綠化(3.17)	環境美化綠化(3.34)	環境美化綠化(3.21)	環境整潔(3.53)	環境美化綠化(3.29)	景點服務人員之服務態度(3.11)
營業商店人員之服務態度(3.17)	停車位數量(3.21)	營業商店人員之服務態度(3.22)	環境美化綠化(3.47)	景點服務人員之服務態度(3.32)	營業商店人員之服務態度(3.02)
景點服務人員之服務態度(3.16)	環境整潔(3.17)	景點服務人員之服務態度(3.20)	景點服務人員之服務態度(3.47)	營業商店人員之服務態度(3.32)	環境美化綠化(3.02)

十. 遊客滿意度與之前調查之比較

西拉雅國家風景區在 98 年亦有進行各地區服務滿意度的調查，與本調查相對照之下，可看出風景區的成長狀況。

(一)交通部觀光局 98 年國家風景區旅客調查

交通部觀光局 98 年國家風景區旅客調查(以下稱前期調查)，進行時間為 98 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，執行單位為蓋洛普徵信股份有限公司，在西拉雅國家風景區的調查地點為：「虎頭埤風景區」、「曾文水庫風景區」、「關子嶺風景區」與「走馬瀨農場」等四個據點，樣本數為 310 人。本研究僅就問項完全相同的題目進行比較。

與前次調查的結果比較，較明顯有差異的部份在『景點服務人員之服務態度』與『提供之旅遊資訊服務』的滿意度本次調查明顯較前期調查為高，而『廁所清潔程度』則以南化、左鎮、大埔三地區明顯較前期為高，其餘相差則不明顯；以地區來看，左鎮地區則整體滿意度高於前期。此狀況顯示西拉雅國家風景區的遊客滿意度較去年有明顯之進步。

表 13-9 各地區服務滿意度與前期調查比較

項目	關子嶺	烏山頭	南化	左鎮	楠西	大埔	前期
4. 景點服務人員之服務態度	3.16	3.14	3.20	3.47	3.32	3.11	3.01
5. 景點內服務設施	3.04	3.09	3.01	3.36	3.10	2.90	3.06
6. 景點內空間設計	3.06	3.13	3.05	3.42	3.12	2.91	3.13
7. 引導指標或動線安排	3.01	3.05	3.03	3.33	3.10	2.79	3.06
8. 環境美化綠化	3.17	3.34	3.21	3.47	3.29	3.02	3.27
9. 環境整潔	3.06	3.17	3.11	3.53	3.19	2.95	3.15
10. 停車位數量	2.93	3.21	3.01	3.28	3.11	3.01	3.04
11. 廁所清潔程度	2.98	2.98	3.07	3.38	3.02	2.96	2.92
12. 提供之旅遊資訊服務	2.97	2.98	2.94	3.32	3.05	2.89	2.66

(二)2009 關子嶺地區旅遊服務需求調查

2009 關子嶺地區旅遊服務需求調查(以下稱 2009 關子嶺調查)，進行時間為 98 年 6 月與 9 月，在關子嶺風景區的調查地點為：「關子嶺溫泉區」、「水火同源」、「大仙寺」與「碧雲寺」等四個據點，樣本數為 531 人。本研究僅就問項完全相同的題目進行比較。

與前次調查的結果比較，在『景點內服務設施』、『環境美化綠化』與『提供之旅遊資訊服務』三項的滿意度本次調查較 2009 關子嶺調查為高，但差異並不明顯，而『引導指標或動線安排』、『環境整潔』、『停車位數量』、『廁所清潔程度』等四項則本次調查較 2009 關子嶺調查為略低，但差異同樣並不明顯。

表 13-10 關子嶺地區服務滿意度與 2009 關子嶺調查比較

項目	關子嶺	關子嶺 2009
5. 景點內服務設施	3.04	2.98
7. 引導指標或動線安排	3.01	3.07
8. 環境美化綠化	3.17	3.15
9. 環境整潔	3.06	3.15
10. 停車位數量	2.93	2.98
11. 廁所清潔程度	2.98	3.02
12. 提供之旅遊資訊服務	2.97	2.94

(三)2009 楠西地區旅遊服務需求調查

2009 梅嶺地區旅遊服務需求調查(以下稱 2009 楠西調查)，進行時間為 98 年 10 月至 11 月，樣本數為 155 人，調查地點主要為梅嶺。本研究僅就問項完全相同的題目進行比較。

與前次調查的結果比較，在『景點內服務設施』、『引導指標或動線安排』、『環境整潔』與『停車位數量』四項的滿意度本次調查較 2009 楠西調查為高，但差異並不明顯，而『營業商店之產品售價』、『營業商店之環境衛生』、『廁所清潔程度』等三項則本次調查較 2009 楠西調查為低，其中『營業商店之產品售價』與『廁所清潔程度』差異明顯，值得管理處注意。

表 13-11 楠西地區服務滿意度與 2009 楠西調查比較

項目	楠西	楠西 2009
1. 營業商店人員之服務態度	3.32	3.34
2. 營業商店之產品售價	3.07	3.35
3. 營業商店之環境衛生	3.11	3.16
5. 景點內服務設施	3.10	3.02
7. 引導指標或動線安排	3.10	3.05
9. 環境整潔	3.19	3.12
10. 停車位數量	3.11	3.05
11. 廁所清潔程度	3.02	3.98

第二節 地區旅遊調查商家部分

三季調查所包含的 5 個區域的商家，在關子嶺部分多數表示最需要解決的是停車空間問題，至於對景點建設所產生的效益，大多表示正面評價。認為給予的經濟效益明顯。而大埔地區店家則多數表示交通不順暢的問題急需改善，在訪談中甚至有受訪者認為政府應協助遷村，可見交通不便對其日常生活與經濟活動之影響，且此地區居民亦對景點產生之效益認知較為保守。南化地區的店家雖然滿意度皆為平均以上，但對建設之效益的看法較為兩極，建議可多與業者溝通，以求真實呈現居民之意見。而楠西地區則表示往梅嶺交通不便，遊覽車無法行駛，造成遊客數量不足，而且接駁車僅有活動時才行駛，對一般旅客並不方便，另外梅嶺內部資源發展不應偏廢，需均衡發展；針對旅客需加強導覽與引導設施。左鎮地區則認為應設法將旅遊景點與店家作有系統之整合，並應設法解決水資源問題，方能使地方觀光資源有效提升。

第三節 夏戀芒果活動效益評估

本次在台南市立文化中心舉行的『2010 牽手西拉雅 愛上鄉村之旅』夏戀芒果活動，於參觀遊客部份，專程前來與順道而來之旅客各佔約 50%，由於本活動舉辦於市區，除了參觀前已接收到活動資訊外之旅客外，亦能夠很容易的吸引『過路型』旅客前來參加，顯示不論活動前的宣傳，或是活動舉辦同時的所造成的熱鬧景象與傳播效果，皆能達成預定的行銷目標。而旅客對本次活動主要是依靠親友間的口耳相傳，其次則為電子媒體、觀光單位提供的資訊與電腦網路。因此可見事前的宣傳活動對一般民眾很具吸引力，而親友推薦則顯示，此次活動舉辦成效良好，民眾給予肯定，才會推薦親友來參加，品嚐美食與交通便利亦佔了很大的因素。

而這次的活動遊客的花費主要在飲食的部份，1 至 500 元佔了近 6 成，購物花費 1 至 500 元佔了 4 成 5，顯示此次活動舉辦的成果符合其推銷芒果產品之目的。另外，民眾對各項消費的滿意度都在滿意的程度，且最滿意銷售與服務人員的服務品質，服務人員的積極與熱情對推廣西拉雅國家風景區有很大的幫助。

雖然認定的程度不一定，但商家部份絕大多數認為此活動對增加其商店客源、在地遊客數量、投資與增加經濟成長等有幫助。且同意西拉雅國家風景區於當地整體發展的效益具有正面的影響。

第四節 蝴蝶遊樂園活動效益評估

本次在關子嶺紅葉公園舉行的『2010 牽手西拉雅 愛上鄉村之旅』蝴蝶遊樂園活動，於參觀遊客部份，專程前來與順道而來之旅客各佔約 50%，順道而來旅客多是來關子嶺地區遊玩，在收到活動資訊後前往紅葉公園參加活動，顯示宣傳達到效果。而旅客對本次活動主要是『親友推薦』約佔 23%，其次則為觀光單位提供的資訊如『電視』、『平面媒體』與『廣播』等；雖然後三項相較於『親友推薦』的方式略少，但屬於主動行銷部份，各自仍佔有一定比例且合計比例佔約 36%，顯示宣傳效果多元且有效，整體行銷應具一定的成果。參加蝴蝶遊樂園活動者，主要是考量關子嶺地區的景觀優美，但其次的參加理由，在順道參加者部份為運動健身而來，專程來參加的旅客則是因為有行銷推廣活動，顯示活動推廣部分對接觸到相關資訊的旅客來說，是相當具吸引力的。但部分受訪者反應包含

活動方式、動線的宣傳不足，主辦單位對於活動吸引力的塑造仍有加強空間。

礙於紅葉公園空間有限的緣故，並無其他商品展示等活動，因此帶來的購物商機有限，實屬可惜，若有可能可以在山下公車接駁處尋找適當空間佈置，以利用活動吸引之人氣創造商機，並聯合業者，思考如何推出活動限定且高附加價值的紀念產品，提高遊客的購買意願，增進活動經濟效益。另一方面，這次的活動偏向教學與知識性，許多教育團體帶學生來此參訪，可能也因此讓遊客過夜的比例(24.9%)，相較於關子嶺一般遊客過夜的比例(29.6%)略低，且來自台南縣市的比例略高(活動：53.7%；一般：36.1%)，爾後或許可考慮進行飯店合作配合學校單位推出套裝行程，且在非假日亦可辦理活動，應可紓解假日時的交通與住宿需求。

第五節 關子嶺地區居民知覺容受力評估

各項工業發展時，勢必對週遭帶來影響與衝擊，旅遊業亦不例外，知名旅遊勝地的開發，造成當地居民生活的衝擊、影響與改變，在各地皆然，如何在地方觀光發展、日常生活與傳統風俗之間找到平衡點，需要有關主管當局與觀光業者、在地民眾不斷的溝通與協調，以求得雙贏的局面。

本次關子嶺地區居民知覺容受力調查，結果顯示關子嶺地區居民對觀光發展仍保持歡迎的態度，對西拉雅國家風景區的建設與活動也多給予肯定，遊客對在地區居民的影響，也都能在容忍的程度以內，當地居民不論職業是否與觀光相關，都希望遊客人數能夠繼續成長以改善生活環境，所以此次評估觀光活動與建設對在居民的知覺容受力仍在可以大幅增加的範圍。

儘管如此，觀光活動對當地仍然造成影響，最主要仍在交通方面，關子嶺地區地形陡峭崎嶇，交通設施擴建困難且非一蹴可及，需經過整體的規劃與通盤的考量以獲得最有效的建設，務必謹慎規劃以求效果。其次則為遊客所帶來的髒亂，此部分可能包含數個面向，除了實際造成的垃圾污染外，遊客隨意停車，或因主要街道上並無人行道，導致行人必須在路肩穿梭，亦有造成雜亂的感覺，另外商家招牌、營業工具擺放各自為政，亦會加強雜亂的效果，除了對當地居民有影響外，觀光客也有相同的感覺，使得遊興降低，因此主管單位應加強環境整體的營造，建立整齊、清潔的整體形象。

而應增加的旅客數量，雖然絕大多數的居民希望能越多越好，但不能忽略仍

有 7% 的受訪者認為已經太多不應該再增加，甚至應該再減少，為回應大多數居民的需求，目前主管單位努力的方向應為檢視關子嶺地區住宿及飲食的服務能量、交通流量與停車位數量，小幅度增加遊客人數，本研究評估應在一成左右，若以關子嶺地區 2010 年 1 至 9 月份每月平均旅客人數 293028 人為基準，每月可設法增加的旅客人數約為 29300 人。另外，應持續對居民與旅客實施定期的容受力調查，同時設法降低觀光旅客對當地之衝擊，在不斷的反覆評估中得到最佳的觀光服務效能。

第六節 建議

觀光發展，應在觀光吸引力、資訊與行銷宣傳、基礎建設、交通等方面，建立完善周全的系統，配合媒體、行銷通路與觀光相關業者，提供旅客完善的觀光旅遊服務。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西拉雅國家風景區遊憩與服務品質及觀光產業發展之參考。

一. 觀光吸引力、資訊與行銷宣傳

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、平面媒體與網路的介紹，以提供遊客更豐富、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。整體而言，本次調查與之前數次於風景區內的調查，景點或活動資訊的獲得，皆是以「親友告知」所佔比例較高，其餘的各項資訊取得如「平面媒體」、「電視媒體」、「網路」雖然相較「親友告知」的方式略少，但後三項為主動傳播方式，且皆佔有一定比例，顯示宣傳效果多元，整體資訊的傳播應具一定的效果。建立口碑之外，相關的資訊輔助仍是觀光吸引力的重點，大部分的旅客除了接收到相關的零碎訊息之外，仍需提供統整的資訊，以協助規劃遊憩旅程。因此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。除了目前使用的平面、電子媒體宣傳與官方網站的介紹外，亦可利用目前個人網誌與部落格的盛行，配合遊覽季節或主題活動，定期舉辦部落格遊記競賽，一方面吸引遊客

前來，另一方面好的遊記可協助推廣風景區，再者藉由使用者觀點，可了解優缺點並得以改進。

在六大地區的景點選擇原因，「景色優美」所佔比例皆為最高，顯示遊客對西拉雅國家風景區的美景皆有所感受，但從另一方面思考，「景色優美」是風景區之必備條件，若發展無其他特色與特點輔助，則風景區的吸引力則無法更上層樓，西拉雅國家風景區的關子嶺泥漿溫泉、東山咖啡公路、烏山頭水庫的工程與人文，玉井芒果季與梅嶺賞梅季等，皆為值得推薦給遊客之特殊活動，均應強化在旅遊市場定位，確認主題以塑造明確特色，同時設法增加曝光程度，誘發具偏好客群之旅遊或重遊意願。

行銷整合方面，主管單位應善用施政公權力，做為地方鄉鎮觀光產業之推手，協助異業結合，為連結地方政府、業者與居民的溝通媒介，建立地方意識與認同感，整合地方資源與觀光活動，以完整推動行銷工作，並隨時評估旅遊市場需求，檢視供給、參與情形、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。

二. 休閒旅遊、環境保育與人文營造並重

西拉雅國家風景區擁有深厚發展潛力，對於經營管理，也非僅限於旅遊市場之推動與管理，在自然環境的保育維護與人文風情的營造上保持一定的平衡，並將三者加以結合，將更能創造內容更豐富的觀光旅遊業。因此，除了強調豐富自然性資源，更可進一步結合自然、生態、人文、宗教、美食、休閒之多元觀光活動。並可延伸結合雲嘉南濱海或阿里山地區所擁有的眾多旅遊資源，豐富其旅遊內容，以提高遊客至此駐留時間及意願，創造出遊客與地方的雙贏局面。

三. 強化整體性觀光規劃與特色旅遊區塊的形成與串連

區內除以區塊帶發展概念形成整體性之觀光規模，同時亦應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)以擴大風景區之整體力量。西拉雅國家風景區仍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，與雲嘉南濱海或阿里

山地區等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，設法增加消費機會與意願，而非單日來回式的旅遊或過路式的短暫遊憩。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，以形成豐富旅遊資源的「特色旅遊區」將為關鍵。

四. 符合觀光客以及當地居民需求

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、硬體服務為：「商店人員服務滿意度」、「景點人員服務滿意度」、「環境美化綠化」與「環境整潔」，顯示在初步的外在環境與服務上，能夠讓遊客滿意，然而，在「旅遊資訊提供服務」、「引導指標或動線安排」、「產品價格」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：建議應增設廁所設施、增加導覽、指示標誌要明顯、聯外交通不便與大眾運輸工具仍不便等。而在地居民部分，關子嶺地區民眾較在乎停車不便影響遊客的遊憩興致與本地人的工作方便性，楠西梅嶺、南化烏山、大埔鄉等地居民則反應山路崎嶇、影響行車安全，但絕大多數的當地居民一致認為西拉雅國家風景區的建設，對當地整體發展有正面的影響。顯然，整體規劃完善之觀光遊憩及公共服務設施之區域，方能有效的令遊客滿意，並帶來消費，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，規劃過程是很重要的。

五. 關子嶺地區之整體建議

關子嶺之泥漿溫泉全國知名且唯一，是本次調查遊客最多，也是消費力最高的地區，但因溫泉而前往之旅客，以冬天較多，夏季則以賞景為主，溫泉為其次的選擇，遊客人數季節性差異較大，因此整體的品牌行銷除了『溫泉品牌』之外，『生態品牌』亦值得重視，本地區的發展方向，亦應著重在夏季之吸引遊客方式；關子嶺地區有賞蝶、賞螢等生態是夏季可以考慮發展之

重點，然而，觀光與生態之間之平衡拿捏需要主管當局的智慧，特別是螢火蟲對於環境相當的敏感，過多的遊客勢必會影響螢火蟲棲地，因此有必要對於遊客人數與不當行為進行管制，尤其是未經解說便自行前往的散客，紅葉公園與大棟山區路況不佳，汽車較難進入，但機車可輕易進入，許多散客未經管制，為求方便很可能就騎到過近的地點，驚擾到螢火蟲，另外當地居民多務農，為求環境保護，可能需要降低農藥使用量甚至避免使用，這方面亦需多與當地居民溝通。

關子嶺地區除了泥漿溫泉與生態外，在對旅客的訪問中顯示服務品質頗受肯定與週遭環境景觀優美亦是此地區優勢，另一方面，中北部民眾由於地緣關係來此比例較少，且停車不便，假日、年節或舉辦活動時甚至會有塞車的情形，以及旅客參觀景點多為走馬看花，深度略顯不足，則為較需要改進

在機會方面，台灣人在媒體的廣泛報導之下，顯得對於溫泉有特殊的喜好，應持續利用此現象增加本地區的競爭力，其次本地區年齡在 30 歲以下的受訪遊客佔 40% 以上，且未婚的比例較已婚為高，亦可利用此現象推廣年輕或情人的主題活動，穩定此族群對本地的喜愛程度。但相對來說，本地區夜間活動不足，能遊憩、逛街或遊樂的地點較少，對於年輕，或者帶小孩的家長來說缺乏吸引力，可能影響重遊意願，則是需要考慮設法消除的威脅。

表 13-12 關子嶺地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
泥漿溫泉為全國唯一，深具特色 旅客對於服務品質十分肯定 整體環境優美 蝴蝶、螢火蟲生態豐富	與消費能力較強的地區較遠 景點停車不便 假日、活動時容易塞車 景點深度不足，無法停留太久
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
結合週遭地區節性活動(白河蓮花節、冬山咖啡節、蝴蝶遊樂園、賞螢活動) 台灣人愛洗溫泉、傳媒常報導 年輕族群、未婚比例較高，可配合相關節日宣傳	遊客季節性明顯，淡季時資源配置困難 無遊樂區，無法吸引帶小孩的家長前來遊憩 夜間沒有休閒活動，使遊客感覺無聊

(一)關子嶺溫泉區

遊客方面在關子嶺溫泉區多抱怨停車問題，此地區房舍依山勢而建，路幅狹小，已無多餘空間增闢停車場，現代人由於習慣便利，通常希望停車地

點越近越好，在停車位不足的情形暫時無法解決之下，宣導與導引有其必要性，假日可派人或以動態指標引導至停車場、告知何處仍有停車位之外，亦要請民眾體諒，並提醒旅客多走幾步路，對身體有益等正面想法，亦可輔導旅館業者提供代客泊車服務。若要以接駁車接送，則班車時間、與停靠點選擇應以遊客便利性為主，同時為維持班次正常，應在重點路段加強勸導臨時停車，以維護交通的順暢。

(二)水火同源

遊客多表示該景點雖有特色，但深度不足，僅能走馬看花，十分可惜。然而整體而言，該地點遊客不少，且因腹地不大，遊客卻又集中，建議可於假日時在當地舉辦小型的活動，例如請街頭藝人音樂表演、請志工進行西拉雅國家風景區的介紹，可增加旅客對當地的深刻印象。另外，應取締或設法管理在該景點之臨時攤販，以保持整體之質感。

(三)紅葉公園與嶺頂公園

紅葉公園標示不足，開車前往不容易找到地點，且道路狀況不良，亦應以路標告知旅客盡量以步行前往，步道出入口亦應增設明顯標誌。

嶺頂公園之攤販應做整體規劃，提升整體的質感。

(四)碧雲寺

碧雲寺為關子嶺地區遠眺嘉南平原之最佳地點，日夜景與夕陽皆有相當可觀之處，一般遊客多僅體驗過日景，而夕陽與夜景正可以補足關子嶺住宿之夜晚活動不足的問題，但是需要克服 172 乙縣道夜間行駛的安全性問題，可與公路主管與地方政府單位協調，多加裝路燈與反光片，另一方面，可聯合業者推出觀夕陽、觀夜景專車，以有經驗的駕駛與檢查合格之小型巴士接送遊客前往，減低遊客自行前往的風險。

(五)大仙寺

大仙寺建築雄偉壯闊，美輪美奐，且為關子嶺地區由白河交流道方向進入的第一個景點，遊客多會進入參拜，目前遊客對於大仙寺評價極為良好，包含寺方與外側的產品展售區人員的服務品質皆為滿意，因此對西拉雅國家風景區能留下較佳的第一印象。但目前較為可惜的是寺前之景觀池未儲水，因此顯得較無整理的感覺，可與寺方協調重新使用，又由於南部地區偶有缺水，應建議使用環保省水設施並在必要時給予協助。

六. 烏山頭地區之整體建議

烏山頭水庫與其周邊的八田與一園區、嘉南大圳、台南藝術大學等為一住宿、飲食與遊憩設備齊全，且遊樂、人文、藝術與鄉村景緻並具之旅遊區塊，兼之交通十分便利，具有強大的發展能力，因此整體的品牌行銷可以重點發展『文化藝術品牌』與『水庫品牌』。在八田與一園區完工後應舉辦一系列之活動推廣本地區的特色，並結合週邊鄉鎮的農村景致與農產品展售，將本區塊推展成為全國性知名景點。本區的優勢，除交通便利外，烏山頭水庫擁有南台灣少有之親水設施，在夏天能夠吸引大量的家長與兒童前往玩樂，設備若能定期保養、維修與更新，並增加安全管制的救生人員使家長能讓孩子玩的放心，可有效增加遊客之重遊意願。而水庫週邊環湖道路地勢平坦，極適合以自行車代步放慢步調細細品味，亦可減低車輛行駛對風景區的影響，並能與八田與一園區、台南藝術大學串聯，增加遊憩深度，但目前僅有西拉雅飯店提供自行車租借服務，有需求的旅客未必有住宿，不一定知道此資訊，建議可將此項服務協助旅館業者以看板方式擴大宣傳，或者由主管單位於旅客停車場旁提供單車甚至電動拖車服務以供給創造需求的方式，改變遊客的旅遊習慣，發現不一樣的烏山頭。

烏山頭水庫較為遊客反映的部分除了在上段所提到親水公園的安全維護需加強以外，遮陽處不足的問題亦須設法解決。再其次，為門票的問題，目前烏山頭水庫入園方式為一票到底，但對於僅想到水庫週邊走走的遊客而言，會認為負擔了他們不需要付的費用，另外在冬天時無法玩水時，亦會覺得費用較不值得，有可能會影響重遊意願。因此，可能有必要評估將親水區做適當的區隔，並依照季節進行差別訂價或以套票的方式處理，讓遊客有物

有所值的感覺。受到水資源保護的限制，本地區發展水上活動亦有所侷限，應在現有法令限制下，設法開發具吸引力的休閒水上活動，次外本地區營業活動多集中於水庫園區內，園區外則顯得較為冷清，建議可輔導業者成立集中的觀光遊憩與營業據點，提高整體的觀光附加價值。

台南藝術大學部分，除靜態的景物與藝術品展示之外，可協調學校單位定期聘用音樂專長學生於校園內演奏，給予觀光客在視覺之外，亦有聽覺的饗宴，同時給予學生表演及工作經驗，並增加兩單位合作之機會。

表 13-13 烏山頭地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
全國知名水庫 距離交流道近，交通便利 南部少有之親水設施 地勢起伏不大，適合單車遊憩	水資源保護，水上活動受限制 門票太貴，應針對使用活動收費，以吸引不同目的消費者
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
八田與一紀念園區開幕活動 八田與一自行車道吸引自行車愛好者 嘉南大圳田園風光 南藝大藝文活動	觀光業者集中於園區內，商家太少 親水設施安全性(聘用救生員)

七. 楠西地區之整體建議

楠西地區包含曾文水庫、梅嶺農業休閒區、密枝農業區與玄空法寺等景點，其中曾文水庫為台灣最大之水庫與人工湖、南台灣開發面積最大的風景區；梅嶺為台灣最大的梅樹栽培區，密枝農業區水果作物豐富，更以楊桃馳名，三地區皆為生態豐富的景點，並開發以醃製梅子熬煮土雞的料理「梅子雞」與多種水果入菜的特色菜肴，深具特色，選擇於本地區的遊客亦有六成喜愛觀賞生態，四成喜愛品嚐當地美食，因此楠西地區的品牌行銷可以重點發展『生態品牌』與『農特產品牌』。

表 13-14 楠西地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
曾文水庫為全國最大，景色豐富 梅嶺花季吸引人 梅子雞美食具特色 密枝楊桃頗負盛名	梅嶺步道動線指標不完備 梅嶺山高路狹，行車危險、停車位不足 曾文水庫部分封閉，且訊息不足
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
配合本地區節慶活動，增加農產品與景點的能見度 照興農場開發後，本區域景點可整體發展並整合	旅客具季節性，淡季時資源閒置。 永興吊橋後方無景點，遊玩深度不足 住宿地點選擇太少，旅客無法停留，只能以中繼點方式旅遊

(一)曾文水庫

目前曾文水庫由於八八風災之關係，部分景點封閉，雖然有網站上公佈封閉訊息，但並非到訪遊客都會事先查詢，大部分都是到了當地由收票員告知，才發現無法進入大壩等景點賞景，儘管有門票打折之優惠，仍明顯影響遊興與旅遊安排，建議在連接楠西鄉與大埔鄉台 3 線公路明顯位置增加告示提供資訊，說明封閉原因與完工後的遠景，並提前建議遊客行車動線與遊憩規劃，雖可能減少部份遊客，但同時可降低遊客抱怨，增加重遊意願，且在重新開放時，安排優惠活動，再次吸引流失的旅客。

(二)玄空法寺

玄空法寺與永興吊橋是楠西鄉新興景點，因此較不為人所知，且大部分的旅客皆為白天前往，並不知道晚上此地另有一番景致，實屬可惜，楠西地區住宿地點較為不足，可能使得此地夜景吸引旅客的成效降低，若住宿於曾文水庫或梅嶺，則可能因夜間路途較遠，山路視線不清使得前往的意願較低。由目前之整體規劃下，建議同為夜間活動的梅嶺賞螢季節時，將本景點加入活動相關景點之介紹，並引導旅客前往，應可達到較佳之宣傳效果。而白天於該景點遊憩時穿越永興吊橋後並無特別之景點，大多數遊客過了吊橋就立刻折返，建議可增築步道或自行車道至照興農場，並加快照興農場之再利用速度，以提高旅遊深度。

(三)梅嶺

參觀梅嶺之旅客多表示此地整體規劃稍嫌不足，各步道標示不清楚，以及餐飲業環境不精緻。受限於梅花花期過短，使得觀光季節受限，淡旺季明顯，夏季只剩運動踏青之旅客，需整體塑造梅嶺之特色。另外梅嶺連絡道路崎嶇陡峭，易發生危險，且遊客眾多時停車位亦顯不足，花季時應考慮管制車輛，並以接駁車運送旅客上山，其次則為風景區內包含公廁、垃圾桶以及步道等公共設施指的設置與清潔等，以提供遊客舒適的遊憩空間。相關商家、餐飲業者的產品的精緻化與房舍外觀之美化亦為一重要課題，餐廳桌椅餐具較為簡陋，可輔導業者更新，提高美食除了味覺之外的視覺感受；山上鐵皮屋影響觀感，若加以佈置與裝飾，使其融入景緻當中，亦可提高整體風景區之質感。

八. 大埔地區之整體建議

在整體的發展建議上，本地區鄉村風味濃厚，依山畔湖，步調悠閒，目前亦有大埔藝術村發展計畫，多數受訪遊客亦表示喜歡本地悠閒氣息，因此建議以『社區品牌』來進行本區域的發展。大埔四面環山，水庫景色壯麗，但受八八風災影響之聯外道路與景點如白馬亭仍有部份仍未修復、大壩管制進入與嘉義農場停業，影響遊客前往意願，原先規劃之旅遊行程勢必受到影響，若短時間之內仍無法復原，則應重新檢視景點以提供不同的行程或需要尋求替代的遊憩活動，並可在未來整體設施修復整建完成時，整合成大埔獨一無二的觀光產品。由於許多遊客在西拉雅國家風景區遊憩時皆表示特色不足，並沒有一個足夠吸引人的活動增加前往意願，目前可配合『跟著熱氣球，體驗西拉雅之美』計畫，在本區打造『熱氣球品牌』，以不同角度欣賞西拉雅與大埔之美，必可造就一波新觀光風潮。另外除原先大埔藝術村的計畫仍應延續，以期待其效果逐漸發酵之外，可考慮加入水土保持教育展示，雖然本地區災情不如高屏地區嚴重，但曾文水庫、曾文溪其地形地貌變動也是相當劇烈，提供風災前後之資料、照片比對，提醒遊客環境保護之重要性，以增加旅遊深度。

表 13-15 大埔地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
鄉村風味濃厚 依山畔湖，步調悠閒 曾文水庫鮮魚美食 螢火蟲生態	交通不便，影響旅客前來意願 情人公園、湖濱公園特色不足，影響遊客重遊意願
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
大埔藝術村計劃的持續與發酵 大埔熱氣球遊憩計劃的發展 水上活動與釣魚	88 風災後，道路景點損毀未完全修復 遊客重遊比例不高

(一)情人公園、湖濱公園

兩公園整潔維護良好，停車位足夠、步道整潔，在硬體方面並皆能令人滿足，但主要為遊客反應之處為特色不足，無法做深度旅遊。另外部分當地居民於公園擺設飲食攤位，但播放音樂惱人，宜加以管制。

(二)曾文管理站

遊客反映內部資料豐富，且服務人員態度良好、熱情洋溢，但非螢火蟲季時僅能觀賞靜態資料，相當可惜。

(三)大埔拱橋

遊客與當地居民反映中埔往大埔的台三縣道路整修希望加快，落石與溪流等安全措施也需加強。拱橋下方的土石應設法清除，設法回復以往的山明水秀。

九. 南化地區之整體建議

南化地區烏山步道縱橫四通八達，各具特色，吸引許多喜愛大自然與健行的民眾前往，亦有適合近距離觀察與教學的獼猴保護區與生態公園，可整合成一完整的生態與健身活動區域，打造本地區的『生態品牌』。本地區的登山旅客通常年齡層較高，也較有忠誠性，在調查的六個地區當中，南化的旅客重遊比例，五次以上的高達近五成，若能開發有吸引力的農特產品，應建立口碑，並拓展市場，且紫竹寺、龍湖寺香客數量也很多。因此，如何利用目前的遊客資源，並開發遊客客群結構，應是首要目標。

表 13-16 南化地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
健行步道四通八達各具特色 獼猴餵養活動具吸引力 生態公園建置完整	各步道與景點服務設備與路標未整體規劃，目前仍由私人提供為主 步道清潔不易 深度不足，較無主題
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
紫竹寺、龍湖寺香火鼎盛 配合登山旅客年齡層較高，重遊率高的特性，配合相關農特產品與活動的開發	相關設施(廁所、觀景台)建設困難，且地點挑選需注意對觀光的影响。 僅能吸引特定族群，需設法增加對其他旅客群的吸引力。

(一)烏山風景區(紫竹寺、龍湖寺、獼猴保護區、生態公園)

烏山地區步道建置完整，風景秀麗，深受登山健行者之喜愛，但對於一般民眾之吸引力與知名度仍需要加強，若要增加遊客數量則定期舉辦登山活動為可行之方案，建議與台南、高雄縣市登山、健行協會定期合作，辦理登山活動，對象要設法擴大至一般民眾，以增加風景區知名度為最大目標。其次則為風景區內公共設施之設置與維護，包含公廁、垃圾桶以及步道清潔等，需考量在不破壞自然環境與景觀之下，給予旅客最大之方便，與符合旅客之需求。

獼猴保護區則較吸引年輕人或者家中有兒童的家庭前往，由於餵養獼猴的關係，步道上棄置果皮甚多，以至於部份遊客表示步道髒亂，這點較難兩全其美，不過仍應在一定的能力之下協助維護景點之整潔。另外，本區停車場有上下兩處，下方由於為私人土地，地主要收費，除大型遊覽車外，多數遊客會將車輛停放置上方，但是由於上方入口較陡且窄，若車多時有會車之危險，且距離獼猴生活區域過近，可能影響其生態，建議統一管制於下方停車場停車，並與地主協商採停車即贈送餵食香蕉一籃的方式，使遊客感覺物有所值，且可避免遊客任意拿不適當的食物餵養獼猴，另外在整體質感方面，目前此處仍停留在餵食、逗弄獼猴，雖然近距離接觸對遊客來說玩樂的感覺較高，但深度不足，容易流於走馬看花，應設法逐步提升此地的教育功能，短期內可訓練當地居民協助管理與講解獼猴生態與當地自然人文風俗，中長期應以建立獼猴生態教育館與遊客中心為目標，並可協助開發與獼猴相關之紀念品，創造高附加價值。

南化生態公園位於烏山下方，但本次調查前往當地的旅客並不多，除引導路標不清楚之外，未有整體規劃亦是一個很大原因，多數往紫竹寺、獼猴區的旅客，多沿原路下山，而不知可順路前行往生態公園，實屬可惜，因此需多建立指標引導，並規劃整體的生態旅遊路線來吸引遊客。

(二)龍麟山步道

龍麟山步道山勢陡峭、風景優美，由於先天環境的因素，一來與烏山步道性質雷同但難度更高，除非愛好健行之山友，可能較沒有前往的意願，二來前往中途路況不佳，建設上勢必較需麻煩，建議目前南化地區主力仍應放在烏山地區，以適合一般民眾遊憩的方向來建設與宣傳，龍麟山步道則在安全維護設施完備無虞的情況下，盡量保持原貌、作為愛好者的私房、挑戰路線。

十. 左鎮地區

左鎮地區為台南地區進入西拉雅的門戶之一，月世界、308 高地等惡地地形相當具有特色，當地並有自然史教育館、化石館等教育場地，造訪左鎮的受訪旅客，在 20 歲以下的學生佔了近二成，因此本地區很適合作為教育文化的推廣，此外，左鎮為西拉雅地區最多平埔族人之地，亦有許多平埔公廨等平埔族遺蹟，可打造本地『平埔文化品牌』作為行銷。

表 13-17 左鎮地區 SWOT 分析

S 優勢(利用)	W 劣勢(改進)
月世界、308 高地具特色 為台南地區進入西拉雅的門戶之一 平埔文化的介紹(自然史教育館、平埔公廨) 噶瑪噶居寺為少有藏傳佛教寺廟	化石館、教育館互動不足容易看膩 化石館、教育館、農特產中心旅遊資訊不足
O 機會(監視)	T 威脅(消除)
噶瑪噶居寺香火鼎盛，配合節慶活動引導進香民眾至各景點遊覽 農產品開發	人口稀少，商業活動不足 月世界地形地質建設困難，目前應以修護現有設施為主，避免景觀破壞

(一)化石館與自然史博物館

化石館與自然史博物館極具教育功能，主要能吸引學生與家中有孩童之家庭前往，且由於位於省道旁，順路經過參觀民眾亦不少。兩館可能受限於地點與經費的限制，多以靜態展示為主，若能設法增加動態展示或電腦說明，應可增加遊客前往的意願。另外此兩館位處西拉雅國家風景區南方的出入口，建議可同時協調兼作旅遊資訊站使用，並且可開發化石或與西拉雅相關意象之紀念品在此販售或贈送，以提高旅客對此地之印象。

(二)噶瑪噶居寺

噶瑪噶居寺是目前國內最完整呈現藏傳佛教藝術的寺廟，週邊環境草木扶疏、小徑蜿蜒、氣氛幽靜，建議可配合其法會吸引之禮佛人潮，引導至西拉雅國家風景區內覽勝。