

Taiwan

THE HEART OF ASIA



103 年國家風景區遊客調查報告

第一部分：遊客問卷調查

2014 National Scenic Area Visitor's Survey

Part I: Questionnaire Survey of Visitors

委託機構：交通部觀光局

執行機構：蓋洛普徵信股份有限公司

Gallup Market Research Corp., Taiwan

日期：中華民國 104 年 8 月

目 錄

內 容	頁 數
目 錄	I
表 目 錄	IV
圖 目 錄	VIII
摘要	摘要-1
Abstract	摘要-9
第壹章 緒論	1
第一節 調查目的	1
第二節 調查範圍	1
第三節 調查項目	1
第貳章 研究方法	3
第一節 調查對象與限制	3
第二節 調查方法與地點	3
第三節 抽樣設計	4
第四節 調查時間	8
第五節 資料檢核控制	9
第六節 調查結果檢定及分析方式	10
第七節 信效度分析	13
第八節 有效樣本特徵說明	15

第參章 國家風景區整體調查結果分析	21
第一節 旅遊決策	21
第二節 遊憩行為	34
第三節 旅遊活動偏好與滿意度	39
第四節 消費行為	58
第肆章 各型態國家風景區遊客調查結果分析	64
第一節 海型國家風景區	64
第二節 山型國家風景區	73
第三節 綜合型國家風景區	81
第四節 島型國家風景區	89
第五節 各型態國家風景區綜合比較	97
第伍章 各國家風景區調查結果分析	103
第一節 東北角暨宜蘭海岸國家風景區	104
第二節 東部海岸國家風景區	114
第三節 澎湖國家風景區	124
第四節 大鵬灣國家風景區	133
第五節 花東縱谷國家風景區	143
第六節 馬祖國家風景區	153
第七節 日月潭國家風景區	162
第八節 參山國家風景區	172
第九節 阿里山國家風景區	182

第十節 茂林國家風景區	200
第十一節 北海岸及觀音山國家風景區	210
第十二節 雲嘉南濱海國家風景區	220
第十三節 西拉雅國家風景區	230
第陸章 結論與建議	240
第一節 結論	240
第二節 建議	249
附錄一 103 年下半年國家風景區樣本配置	附錄 1-1
附錄二 調查問卷	附錄 2-1
附錄三 受訪遊客建議之意見或不滿意原因	附錄 3-1

表 目 錄

摘要表 1 國家風景區整體滿意度評價平均分數.....	摘要-5
表 2-1 面訪調查執行遊憩景點清單	4
表 2-2 13 處國家風景區、各遊憩景點 103 年下半年成功訪問有效樣本數配置表	6
表 2-4 原始未加權有效樣本特徵描述(n=3,413)	15
表 2-4-1 加權後有效樣本特徵描述(n=3,413)	16
表 2-5 103 年下半年國家風景區受訪遊客樣本特徵與臺灣地區 12 歲以上人口結構	18
表 2-6 13 處國家風景區受訪遊客居住地區比例	19
表 2-7 13 處國家風景區受訪外籍遊客國籍比例與來臺觀光旅客國籍比例	19
表 3-1 旅遊方式 -- 依性別分	22
表 3-2 旅遊資訊來源 -- 依性別分	24
表 3-2.1 上網查詢旅遊資訊的工具 -- 依性別分	25
表 3-3 到國家風景區主要利用的交通工具 -- 依性別分	27
表 3-3.1 到國家風景區主要利用的交通工具 -- 公共交通工具使用比例年度比較	27
表 3-3.2 到國家風景區利用的交通工具(統合主要及次要交通工具) -- 依性別分	28
表 3-4 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具 -- 依性別分	30
表 3-5 選擇此景點旅遊的主要原因 -- 依性別分	32
表 3-6 旅遊同伴 -- 依性別分	33
表 3-7 國家風景區以外的景點之遊玩情形 -- 依性別分	34
表 3-8 在國家風景區內的旅遊天數 -- 依性別分	36
表 3-9 國家風景區內的住宿方式 -- 依性別分	37
表 3-10 到國家風景區的重遊意願 -- 依性別分	38
表 3-11 不願意重遊國家風景區的原因 -- 依性別分	39

表 3-12	旅遊活動偏好情形 -- 依性別分.....	41
表 3-13	自然賞景活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	43
表 3-14	文化體驗活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	44
表 3-15	運動型活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	46
表 3-16	遊樂園活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	47
表 3-17	美食活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	48
表 3-18	其他休閒活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分.....	50
表 3-19-1	國家風景區各項服務滿意比例.....	53
表 3-19-2	國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者).....	53
表 3-20	受訪遊客對各國家風景區內服務人員之服務態度滿意比例	54
表 3-21	到訪次數 -- 依性別分.....	55
表 3-22	距離上次到訪時間 -- 依性別分.....	56
表 3-23	與上次到訪經驗比較 -- 依性別分.....	58
表 3-23-1	「與上次到訪經驗比較」與「距離上次到訪時間」之交叉分析	58
表 3-24	透過網路訂購相關旅遊產品情形 -- 依性別分.....	59
表 3-25	網路訂購相關旅遊產品項目 -- 依性別分.....	60
表 3-26	旅遊預計消費支出 -- 依性別分.....	61
表 3-27	國家風景區內消費合理性情形 -- 依性別分.....	63
表 4-1-1	海型國家風景區各項服務滿意比例.....	70
表 4-1-2	海型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者).....	70
表 4-2-1	山型國家風景區各項服務滿意比例.....	78
表 4-2-2	山型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者).....	78
表 4-3-1	綜合型國家風景區各項服務滿意比例.....	86
表 4-3-2	綜合型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者).....	86

表 4-4-1	島型國家風景區各項服務滿意比例	94
表 4-4-2	島型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	94
表 4-5-1	各種型態國家風景區遊客人口特質	98
表 5-1-1	東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例	111
表 5-1-2	東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	111
表 5-2-1	東部海岸國家風景區各項服務滿意比例	121
表 5-2-2	東部海岸國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	121
表 5-3-1	澎湖國家風景區各項服務滿意比例	130
表 5-3-2	澎湖國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	130
表 5-4-1	大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例	140
表 5-4-2	大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	140
表 5-5-1	花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例	150
表 5-5-2	花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	150
表 5-6-1	馬祖國家風景區各項服務滿意比例	159
表 5-6-2	馬祖國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	159
表 5-7-1	日月潭國家風景區各項服務滿意比例	169
表 5-7-2	日月潭國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	169
表 5-8-1	參山國家風景區各項服務滿意比例	179
表 5-8-2	參山國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	179
表 5-9-1	阿里山國家風景區各項服務滿意比例	189
表 5-9-2	阿里山國家風景區各項服務滿意比例 (扣除無此項目或無此經驗者)	189
表 5-9-3	阿里山森林遊樂區遊客各項服務滿意比例	197
表 5-9-4	阿里山森林遊樂區遊客各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	197
表 5-10-1	茂林國家風景區各項服務滿意比例	207

表 5-10-2	茂林國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者).....	207
表 5-11-1	北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例	217
表 5-11-2	北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者) .	217
表 5-12-1	雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例	227
表 5-12-2	雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	227
表 5-13-1	西拉雅國家風景區各項服務滿意比例	237
表 5-13-2	西拉雅國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)	237
表 6-1	103 年下半年與 102 年國家風景區各服務項目滿意比例差異檢定結果	246
表 6-2	國家風景區主要優勢與主要弱勢指標	247
表 6-3	國家風景區整體滿意度評價分數年度變化比較	248

圖目錄

摘要圖 1 國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	摘要-6
圖 2-1 執行面訪調查流程圖	8
圖 3-1 旅遊活動偏好情形 -- 依性別分	41
圖 3-2 整體服務滿意度之評價 -- 依性別分	51
圖 3-3 國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	54
圖 3-4 國家風景區內平均消費情況	62
圖 4-1-1 海型國家風景區整體服務滿意度之評價	69
圖 4-1-2 海型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	71
圖 4-2-1 山型國家風景區整體服務滿意度之評價	77
圖 4-2-2 山型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	79
圖 4-3-1 綜合型國家風景區整體服務滿意度之評價	85
圖 4-3-2 綜合型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	87
圖 4-4-1 島型國家風景區整體服務滿意度之評價	92
圖 4-4-2 島型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	95
圖 5-1-1 東北角暨宜蘭海岸國家風景區整體服務滿意度之評價	109
圖 5-1-2 東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	112
圖 5-2-1 東部海岸國家風景區整體服務滿意度之評價	119
圖 5-2-2 東部海岸國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	122
圖 5-3-1 澎湖國家風景區整體服務滿意度之評價	129
圖 5-3-2 澎湖國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	131
圖 5-4-1 大鵬灣國家風景區整體服務滿意度之評價	138
圖 5-4-2 大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析	141

圖 5-5-1	花東縱谷國家風景區整體服務滿意度之評價.....	148
圖 5-5-2	花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	151
圖 5-6-1	馬祖國家風景區整體服務滿意度之評價.....	158
圖 5-6-2	馬祖國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	160
圖 5-7-1	日月潭國家風景區整體服務滿意度之評價.....	167
圖 5-7-2	日月潭國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	170
圖 5-8-1	參山國家風景區整體服務滿意度之評價.....	177
圖 5-8-2	參山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	180
圖 5-9-1	阿里山國家風景區整體服務滿意度之評價.....	187
圖 5-9-2	阿里山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	190
圖 5-9-3	阿里山國家風景區整體服務滿意度之評價－阿里山森林遊樂區遊客.....	196
圖 5-9-4	阿里山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析－阿里山森林遊樂區遊客..	198
圖 5-10-1	茂林國家風景區整體服務滿意度之評價.....	205
圖 5-10-2	茂林國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	208
圖 5-11-1	北海岸及觀音山國家風景區整體服務滿意度之評價.....	216
圖 5-11-2	北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	218
圖 5-12-1	雲嘉南濱海國家風景區整體服務滿意度之評價.....	226
圖 5-12-2	雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	228
圖 5-13-1	西拉雅國家風景區整體服務滿意度之評價.....	235
圖 5-13-2	西拉雅國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析.....	238

摘要

交通部觀光局為瞭解國家風景區遊客旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為，以供相關機關規劃與改善觀光設施、提昇旅遊服務品質及訂定觀光發展策略之參考，特進行本次「103 年下半年國家風景區遊客調查」。

本調查採用面訪方式進行，訪問對象為到訪國家風景區轄內遊憩景點之 12 歲以上遊客，訪問地點為交通部觀光局指定之 13 處國家風景區(包含 47 個遊憩景點)。103 年下半年成功訪問有效樣本數為 3,413(不含阿里山森林遊樂區所有受訪樣本 133 人)，其中，「東北角暨宜蘭海岸國家風景區」訪問 283 人、「東部海岸國家風景區」訪問 288 人、「澎湖國家風景區」訪問 138 人、「大鵬灣國家風景區」訪問 162 人、「花東縱谷國家風景區」訪問 291 人、「馬祖國家風景區」訪問 167 人、「日月潭國家風景區」訪問 413 人、「參山國家風景區」訪問 468 人、「阿里山國家風景區」訪問 188 人、「茂林國家風景區」訪問 204 人、「北海岸及觀音山國家風景區」訪問 357 人、「雲嘉南濱海國家風景區」訪問 251 人及「西拉雅國家風景區」訪問 203 人。103 年下半年調查資料分析結果如下：

一、旅遊決策

(一) 旅遊方式

在所有國家風景區受訪遊客中，有 84.00% 的受訪遊客表示，本次旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次依序為參加機關／公司舉辦的旅遊(4.98%)、參加旅行社套裝旅遊(4.57%)、參加其他團體舉辦的旅遊(3.45%)及參加學校／班級舉辦的旅遊(2.33%)，其比例都低於 10%。

與 102 年相比，103 年下半年各項旅遊方式的比例，「自行規劃行程旅遊」降低 1.13 個百分點；「參加其他團體舉辦的旅遊」增加 0.96 個百分點

到訪「茂林」(95.59%)、「雲嘉南濱海」(95.22%)及「參山」(96.6%)等國家風景區的受訪遊客，自行規劃行程的比例相對較高；「澎湖」(19.57%)、「北海岸及觀音山」(16.81%)、「馬祖」(15.57%)、「阿里山」(8.51%)的受訪遊客，參加旅行社套裝旅遊的比例相對較高。

(二) 旅遊資訊來源

在所有受訪遊客中，有 77.57% 的受訪遊客曾索取相關的旅遊資訊。有索取旅遊資訊的受訪遊客則是以透過電腦網路(42.60%)的比例最多；其次為透過親友／同事／同學(34.61%)、手機上網(26.33%)、電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)(9.58%)、平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)(8.81%)、旅行社(6.82%)、旅遊服務中心(3.58%)及旅遊展覽(1.87%)獲得相關旅遊資訊。

與 102 年相比，103 年下半年旅遊資訊來源中，「未曾索取」的比例下降 2.24 個百分點；「平面媒體」增加 2.54 個百分點；「電腦網路」的比例增加 3.43 個百分點；「親友、同事、同學」的比例增加 4.86 個百分點；「旅遊展覽」增加 0.80 個百分點。

在旅遊資訊來源方面，「雲嘉南濱海」(60.16%)、「馬祖」(55.09%)、「東部海岸」(54.86%)及「花東縱谷」(53.26%)等國家風景區受訪遊客，透過腦網路獲得相關旅遊資訊的比例，相對較高；而「大鵬灣」(43.38%)、「東北角暨宜蘭海岸」(42.40%)國家風景區受訪遊客，透過親友、同事、同學獲得相關旅遊資訊的比例，相對較高。

(三) 交通工具

受訪遊客從出發地到風景區，最主要交通工具為自小客車(58.88%)，其次是大型遊覽車(12.03%)、臺鐵(9.05%)、機車(6.54%)及公、民營客運(3.38%)。

與 102 年相比，103 年下半年「公、民營客運」的比例，下降 2.64 個百分點；「臺鐵」的比例，增加 1.37 個百分點；「自小客車」的比例，增加 1.18 個百分點；「觀光局臺灣好行接駁」降低 1.00 個百分點。

「茂林」(79.90%)、「參山」(75.21%)、「雲嘉南濱海」(72.11%)等國家風景區的受訪遊客，使用自小客車的比例，相對較高；「北海岸及觀音山」(24.37%)、「西拉雅」(24.14%)、「阿里山」(17.55%)及「日月潭」(16.22%)等國家風景區受訪遊客，利用大型遊覽車為主要交通工具的比例，相對較其他國家風景區高。

(四) 選擇景點考慮因素

有 53.55%的受訪遊客表示選擇此景點旅遊的主要原因是景觀優美；其次為親朋好友推薦(10.00%)、學校／公司或參加的團體安排(7.27%)、順道而來(7.07%)、距離遠近／假期長短(5.91%)。

與 102 年相比，103 年下半年因為「景觀優美」而選擇到訪的比例，增加 5.17 個百分點；「親朋好友推薦」的比例，增加 2.79 個百分點；「行銷推廣活動或節慶表演節目」的比例，降低 2.39 個百分點；「遊憩設施」的比例，降低 1.99 個百分點；「品嚐當地美食」的比例，降低 1.96 個百分點。

遊客選擇此景點旅遊的主要原因中，進一步分析各國家風景區受訪遊客選擇旅遊景點的考慮因素，「花東縱谷」(83.51%)、「阿里山」(80.32%)、「東部海岸」(76.74%)及「茂林」(73.04%)等國家風景區的受訪遊客，因為景觀優美而到訪的比例，相對較高。

(五) 旅遊同伴

就整體受訪遊客分析，有 63.74%的受訪遊客，其旅遊的同伴主要是家人，其次為朋友、同事(36.28%)及同學(6.08%)；而沒有旅遊同伴的比例占 4.79%。

與 102 年相比，103 年下半年「朋友、同事」的比例，降低 2.41 個百分點；「同學」的比例，增加 1.47 個百分點。

「參山」(72.44%)、「北海岸及觀音山」(71.15%)等國家風景區的受訪遊客，以家人為旅遊同伴的比例，相對較高；而「澎湖」(61.59%)、「東部海岸」(48.26%)、等國家風景區的受訪遊客，旅遊的同伴為朋友、同事的比例，相對較高。

二、遊憩行為

(一) 到訪景點

有 55.40%的受訪遊客表示不會到國家風景區以外的景點遊玩；而有 44.60%的受訪遊客表示會到該國家風景區以外的景點遊玩。

「馬祖」(100.00%)、「澎湖」(97.10%)等國家風景區的受訪遊客，表示本次旅遊不會到國家風景區以外的景點遊玩的比例，相對較高。

(二) 停留時間

有 71.03%的受訪遊客表示在國家風景區內停留的時間為 1 天以內，不過夜；28.97%的受訪遊客表示停留 1 夜以上。

與 102 年相比，103 年下半年「2 天 1 夜」的比例，減少 2.88 個百分點；「1 天(4 小時以上)，不過夜」的比例，增加 1.38 個百分點；「3 天 2 夜」的比例，增加 1.34 個百分點。

表示停留 1 夜以上的受訪遊客，住宿方式以民宿的比例最高(46.63%)；其次為旅館 (45.43%)；露營(4.76%)、親友家(含自家)(3.95%)、招待所或活動中心(3.09%)比例皆相對較低。

(三) 重遊意願

在所有受訪遊客中，高達九成五(95.36%)以上的受訪遊客表示，以後願意再重遊國家風景區內的景點，僅有 4.64%表示以後不願意再重遊。

大部分國家風景區的受訪遊客，表示願意重遊該國家風景區的意願高於九成以上，其中以「澎湖」(98.55%)、「東北角暨宜蘭海岸」(97.88%)、「大鵬灣」(97.53%)、「參山」(97.44%)的受訪遊客願意重遊的比例相對較高。

三、旅遊活動偏好與滿意度

(一) 喜歡的遊憩活動

在各項遊憩活動類型中，有 82.45% 的受訪遊客表示國家風景區內喜歡的活動項目為自然賞景活動，其次為美食活動(38.19%)、文化體驗活動(30.27%)、其他休閒活動(21.70%)、運動型活動(20.72%)及遊樂園活動(9.97%)。

受訪遊客偏好的自然賞景活動項目，以偏好「觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布」(58.85%)的比例最高；文化體驗活動方面，以「觀賞文化古蹟」(43.06%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；運動型活動方面，以「騎協力車／單車的比例最高」(53.39%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；美食活動方面，以品嚐當地特產／特色美食」(88.79%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；其他休閒活動方面，以「泡溫泉／做 SPA」(34.62%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；遊樂園活動方面，以「水上遊樂活動」(46.29%)為受訪遊客最喜歡的活動項目。

(二) 滿意度

1. 受訪遊客對國家風景區整體服務滿意度之評價

103 年下半年國家風景區整體滿意度的評價平均分數為 82.80 分。

本調查中，請受訪遊客在 0~100 分之內，對該到訪國家風景區或目前所在景點整體服務，進行滿意度評價。

十三個國家風景區中，以「北海岸及觀音山」85.34 分最高，其次依序為「日月潭」(84.27 分)、「阿里山」(84.22 分)、「澎湖」(84.12 分)、「馬祖」(84.06 分)、「茂林」(83.43 分)、「東部海岸」(83.22 分)、「東北角暨宜蘭海岸」(82.52 分)、「參山」(82.27 分)、「大鵬灣」(81.57 分)、「花東縱谷」(80.92 分)、「雲嘉南濱海」(80.22 分)、「西拉雅」(80.05 分)。

103 年下半年滿意度評價分數較 102 年顯著進步的國家風景區為「大鵬灣」(增加 4.01 分)、「茂林」(增加 2.40 分)、「馬祖」(增加 2.04 分)，較 102 年顯著退步的國家風景區為「雲嘉南濱海」(降低 2.68 分)，其餘國家風景區整體滿意度評價分數則與 102 年無顯著差異。

摘要表 1 國家風景區整體滿意度評價平均分數

項目		103 年下半年 滿意度評價平均分數	102 年 滿意度評價平均分數	差距值
整 體		82.80	82.79	0.01
國家風景區	東北角暨宜蘭海岸	82.52	82.57	-0.05
	東部海岸	83.22	82.55	0.67
	澎湖	84.12	85.21	-1.09
	大鵬灣	81.57	77.56	4.01*
	花東縱谷	80.92	81.90	-0.98
	馬祖	84.06	82.02	2.04*
	日月潭	84.27	83.50	0.77
	參山	82.27	81.69	0.58
	阿里山	84.22	83.37	0.85
	茂林	83.43	81.03	2.40*
	北海岸及觀音山	85.34	86.28	-0.94
	雲嘉南濱海	80.22	82.90	-2.68*
	西拉雅	80.05	80.59	-0.54

註：1. 差距值=103 年下半年 - 102 年。

2. *表示 103 年下半年與 102 年的滿意度評價平均分數檢定結果為顯著差異。

2. 國家風景區內提供各項服務之滿意比例

整體而言，有 98.98% 受訪遊客對國家風景區「整體服務」感到滿意(含非常滿意及還算滿意)。

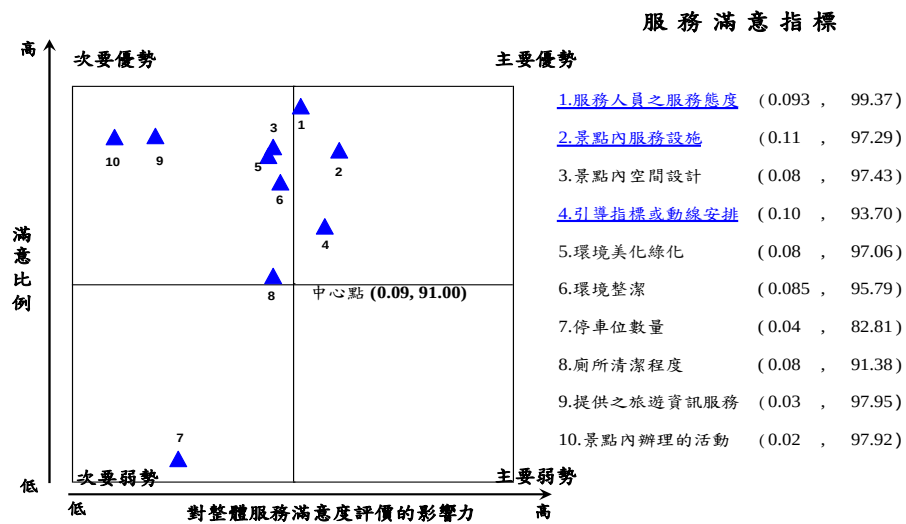
在國家風景區所提供的 10 項服務中，以「服務人員之服務態度」的滿意比例較高，為 99.37%；其次為「提供之旅遊資訊服務」(97.95%)、「景點內辦理的活動」(97.92%)、「景點內空間設計」(97.43%)、「景點內服務設施」(97.29%)、「環境美化綠化」(97.06%)、「環境整潔」(95.79%)、「引導指標或動線安排」(93.70%)及「廁所清潔程度」(91.38%)；而「停車位數量」的滿意比例較其他服務項目低，為 82.81%。

在 10 項服務的滿意比例調查表現中，「東部海岸」、「馬祖」、「雲嘉南濱海」等 3 個國家風景區，10 項的服務項目滿意比例都超過 90.00%；「澎湖」、「日月潭」、「參山」、「北海岸及觀音山」等 4 個國家風景區，有 9 項的服務項目滿意比例超過 90.00%；而「東北角暨宜蘭海岸」、「阿里山」、「茂林」、「西拉雅」等 4 個國家風景區，也有 8 項的服務項目滿意比例超過 90.00%；「花東縱谷」有 7 項的服務項目滿意比例超過 90.00%；「大鵬灣」有 6 項的服務項目滿意比例超過 90.00%。

3. 國家風景區內提供各項服務之優弱勢分析：

本調查計畫以受訪遊客對國家風景區遊憩景點整體滿意為應變項，10 項服務指標滿意比例作為自變項，透過複迴歸分析(Multiple regression analysis)，了解影響受訪遊客對國家風景區遊憩景點整體滿意之優勢及弱勢指標。

從優弱勢分析圖中顯示，10 個服務項目屬於主要優勢指標的有服務人員之服務態度、景點內服務設施、引導指標或動線安排等 3 項，表示受訪遊客對這幾項服務指標滿意比例(Y 軸)，相對較高；同時各項服務指標影響整體服務的滿意度評價(X 軸)亦相對較強。



摘要圖 1 國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.圖中所使用的數據均經過加權調整。

2.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

3.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

(三) 國家風景區到訪經驗

在所有受訪受訪遊客中，44.11%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪該國家風景區；其次為到訪第 5 次以上(21.46%)；第 2 次到訪占 19.71%。

與 102 年相比，103 年下半年「第 1 次到訪」的比例，增加 0.96 個百分點；「第 2 次到訪」的比例，增加 0.88 個百分點。

從各國家風景區受訪遊客的到訪次數而言，「馬祖」(84.43%)、「澎湖」(60.14%)、「雲嘉南濱海」(57.77%)國家風景區的受訪遊客，第 1 次到訪該國家風景區的比例，相對較高。

四、消費行為

(一) 消費支出

以所有受訪遊客本次旅遊消費支出(含自出發地來回的交通費、風景區內住宿、餐飲、娛樂、購物等支出)分析，平均每人每次到訪國家風景區的預計花費金額約為 NT\$2,069。

與 102 年平均預計消費支出 NT\$2,105 相比，103 年下半年預計消費支出下降 36 元。

各國家風景區內平均每位受訪遊客的消費支出，以「澎湖」(NT\$9,495)、「馬祖」(NT\$9,310)為最高，其次為「東部海岸」(NT\$3,866)、「花東縱谷」(NT\$3,096)；平均每位受訪遊客的預計消費支出則以「北海岸及觀音山」(NT\$754)、「雲嘉南濱海」(NT\$760)最低；其餘國家風景區的平均每位受訪遊客的預計消費支出，均介於 NT\$1,000~NT\$3,000 之間。

(二) 消費合理性

有 73.61%的受訪遊客表示，國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 10.53%的受訪遊客反應國家風景區內的各項花費較貴(貴(9.11%)、很貴(1.42%))；有 2.98%的受訪遊客覺得便宜(便宜(2.40%)、很便宜(0.58%))；而有 12.88 %的受訪遊客表示在國家風景區內沒有任何花費。

與 102 年相比，103 年下半年受訪遊客認為在國家風景區內各項花費「貴」的比例，增加 1.61 個百分點；花費「很便宜」的比例，降低 0.98 個百分點。

在消費合理性方面，「花東縱谷」(83.16%)、「馬祖」(81.44%)、「雲嘉南濱海」(78.49%)國家風景區的受訪遊客，覺得國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)的比例，較其他國家風景區高。

(三) 透過網路購買旅遊商品情形

整體而言，有 13.62% 的受訪遊客前往國家風景區前會透過網路購買旅遊商品。就有透過網路購買旅遊商品的受訪遊客而言，有 70.39% 的受訪遊客表示透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)；其次為火車票／高鐵票／客運車票(33.42%)、套裝行程(16.53%)、門票(9.56%)、機票(9.41%)、船票(7.94%)。

與 102 年相比，103 年下半年「火車票／高鐵票／客運車票」的比例，增加 4.82 個百分點；「套裝行程」的比例，增加 4.26 個百分點；「門票」的比例，增加 2.64 個百分點。

各國家風景區受訪遊客透過網路訂購相關旅遊產品的比例，「大鵬灣」(87.50%)、「日月潭」(84.06%) 國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購旅館(含民宿)的比例，相對較其他國家風景區高；「東部海岸」(59.04%)、「阿里山」(50.00%)、「花東縱谷」(38.81%) 國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購火車票／高鐵票／客運車票的比例，高於其他國家風景區；「馬祖」(89.13%)、「澎湖」(78.33%) 國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購機票的比例最高。

Abstract

The Tourism Bureau of Ministry of Transportation and Communications has conducted the “2014 (Second -half) National Scenic Area Visitor’s Survey” project in order to better understand visitors’ travel decisions, recreational behaviors, travel event preferences, satisfaction levels and consuming behaviors, and subsequently to provide references for planning and improving tourism facilities, upgrading travel service quality and implementing future tourism strategies.

This survey adopts face-to-face interview method. Survey subjects are visitors to the National Scenic Areas who are 12 years old and older. Survey locations cover 47 designated Scenic Spots located in 13 National Scenic Areas, chosen by the Tourism Bureau of Ministry of Transportation and Communication. A total of 3,413 valid samples had been interviewed in the 2014 (Second -half) project (133 valid samples of Alishan Forest Recreational Area are not included). For each of the National Scenic Areas, sample distributions are listed as follows: 283 visitors for “Northeast and Yilan Coast National Scenic Area”, 288 visitors for “East Coast National Scenic Area”, 138 visitors for “Penghu National Scenic Area”, 162 visitors for “Dapeng Bay National Scenic Area”, 291 visitors for “East Rift Valley National Scenic Area”, 167 visitors for “Matsu National Scenic Area”, 413 visitors for “Sun Moon Lake National Scenic Area”, 468 visitors for “Tri-Mountain National Scenic Area”, 188 visitors for “Alishan National Scenic Area”, 204 visitors for “Maolin National Scenic Area”, 357 visitors for “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area”, 251 visitors for “Southwest Coast National Scenic Area” and 203 visitors for “Siraya National Scenic Area”.

The followings are key survey results of “2014 (Second -half) National Scenic Area Visitor’s Survey”:

A. Travel Decisions

I. Travel Types

Overall, the majority of the respondents of the visitors of National Scenic Areas “Join travel plan sponsored by oneself” (84.00%), followed by those who “Join travel plan sponsored by instituton, company” (4.98%), “Joint complete travel plan offered by tourist agency” (4.57%), “Join travel plan sponsored by other organizations” (3.45%), “Join travel plan sponsored by school, class” (2.33%), all lower than 10%.

Compared with 2013, the minor decrease of 1.13% in 2014 (Second-half) was for “Join travel plan sponsored by oneself”; increase of 0.96% in 2014 (Second-half) was for “Join travel plan sponsored by other organizations”.

For visitors of “Maolin National Scenic Area” (95.59%), “Southwest Coast National

Scenic Area” (95.22%) and “Tri-Mountain National Scenic Area (96.6%), there are higher percentages of having planned their itineraries by themselves. For visitors of “Penghu National Scenic Area” (19.57%), “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” (16.81%), “Matsu National Scenic Area” (15.57%) and “Alishan National Scenic Area” (8.51%), there are higher percentages of having joined complete travel plan offered by tourist agencies.

II. Travel Information Sources

Among all interviewed visitors, 77.57% had asked for related travel information. And, the most frequent channels to collect travel information are going through “Computer/Internet” (42.60%) , “Relatives/friends, colleagues, classmates” (34.61%) , “Search online by smart phone” (26.33%), “Electronic media (Like TV, radio, outdoor posters, etc.)” (9.58%), “Printed media (Like tourist guides, newspapers, magazines, etc.)” (8.81%), “Travel agencies” (6.82%), “Tourist Service Center” (3.58%) and “Travel exhibitions” (1.87%).

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there are changes such as 2.24% decrease for “Did not look for any information”, 2.54% increase for “Printed media”, 3.34% increase for “Computer/Internet”, 4.68% increase for “Relatives/friends, colleagues, classmates”, 0.80% increase for “Travel exhibitions”.

Visitors of “Southwest Coast National Scenic Area” (60.16%), “Matsu National Scenic Area” (55.09%), “East Coast National Scenic Area” (54.86%) and “East Rift Valley National Scenic Area” (53.26%) all show relatively higher percentages collecting related travel information through “Computer/Internet”. While visitors of “Dapeng Bay National Scenic Area” (43.38%) and “Northeast and Yilan Coast National Scenic Area” (42.40%) show relatively higher percentages collecting related travel information through “Relatives/friends, colleagues, classmates”.

III. Means of Transportation

Overall speaking, the most popular means of transportation from original location to National Scenic Area is “Private Car” (58.88%), followed by “Large-size Tourist Bus” (12.03%), “Taiwan Railroad” (9.05%), “Motorcycles” (6.54%) and “Public, private bus” (3.38%).

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there are changes such as 2.64% decrease for “Public, private bus”; while 1.37% increase for “Taiwan Railroad”, 1.18% increase for “Private Car”, 1.00% decrease for “Taiwan Tourist Shuttle”.

For visitors of “Maolin National Scenic Area” (79.90%), “Tri-Mountain National Scenic Area” (75.21%), “Southwest Coast National Scenic Area” (72.11%), there are

relatively higher percentages using “Private car”. For visitors of “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” (24.37%), “Siraya National Scenic Area” (24.14%), “Alishan National Scenic Area” (17.55%) and “Sun Moon Lake National Scenic Area” (16.22%), there are relatively higher percentages using “Large-size tourist bus”.

IV. Reasons to Visit National Scenic Areas

Overall, 53.55% visitors interviewed express that they choose this National Scenic Area mainly because “Beautiful scenes”, followed by “Recommended by relatives/friends” (10.00%), “Sponsored by school, company or organization” (7.27%), “On the way to other destinations” (7.07%), “Distance of location, length of vacation” (5.91%).

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there is 5.17% increase for “Beautiful scenes”, while 2.79% increase for “Recommended by relatives/friends”, 2.39% decrease for “Marketing events or festival programs”, 1.99% decrease for “Recreational facilities” and 1.96% decrease for “Try out local food”.

Further analysis of the main reason to choose visiting National Scenic Areas indicate that relatively higher percentages for “Beautiful scenes” for “East Rift Valley National Scenic Area” (83.51%), “Alishan National Scenic Area” (80.32%), “East Coast National Scenic Area” (76.74%) and “Maolin National Scenic Area” (73.04%).

V. Traveling Companion

Analysis based on all respondents indicate that 63.74% express their main traveling companions are “Family members”, followed by “Friends, colleagues” (36.28%) and “Classmates” (6.08%), while 4.79% respondents say they have “No companion”.

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there are percentage changes such as 2.41% decrease for “Friends, colleagues” and 1.47% increase for “Classmates”.

For “Tri-Mountain National Scenic Area” (72.44%), “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” (71.15%), , there are relatively higher percentages for “Family Members”. While for “Penghu National Scenic Area” (61.59%), “East Coast National Scenic Area” (48.26%), there are relatively higher percentages for “Friends, colleagues”.

B. Recreational Behaviors

I. Scenic Spots Visited

Among all respondents, 55.40% visitors only stayed in Scenic Spots within this National Scenic Area during the trip, while 44.60% visitors will go to other Scenic Spots outside this National Scenic Area.

For “Matsu National Scenic Area” (100.00%) and “Penghu National Scenic Area” (97.10%), both show relatively higher percentages of visitors who only stayed in this National Scenic Area.

II. Duration of Stay

71.03% visitors say that they will stay “1 day, but do not stay overnight” in this National Scenic Area, while 28.97% express they will stay “More than 1 night”.

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there is 2.88% decrease for staying “2 days 1 night”, while 1.38 increase for staying “Half a day (less than 4 hours)” and 1.34% increase for staying “3 days 2 nights”.

For visitors who say they will stay “More than 1 night”, the highest percentage (46.63%) is to stay in “Private owned hotel”, followed by “Hotel” (45.43%). For “Camping” (4.76%), “Relative/friend’s home (Including respondent’s own home)” (3.95%) and “Official hotel or activity center” (3.09%), the percentages are relatively lower.

III. Interest in Revisiting

Among all respondents, 95.36% visitors state that they are interested in revisiting this specific National Scenic Area. Only 4.64% visitors express that they are not interested in revisiting.

While the majority (more than 90%) visitors of National Scenic Areas say they will revisit this National Scenic Area, the relatively higher ones are “Penghu National Scenic Area” (98.55%), “Northeast and Yilan Coast National Scenic Area” (97.88%) , “Dapeng Bay National Scenic Area” (97.53%) and “Tri-Mountain National Scenic Area” (97.44%).

C. Preferences and Satisfactions of Tourist Activities

I. Preferences of Tourist Activities

Overall speaking, among all Tourist Activities within National Scenic Areas, 82.45% respondents express that the most preferred one is “Natural scenic touring activities”, followed by “Food tasting” (38.19%), “Cultural experience activities” (30.27%), “Other recreational activities” (21.70%), “Sport activities” (20.72%) and “Recreational center activities” (9.97%).

For “Natural scenic touring activities”, the most preferred one is “Touring coastal, geological scene, swamp ecology, country-side scene, streams and falls, etc.” (58.85%). For “Cultural experience activities”, the most preferred one is “Visiting cultural/ancient site” (43.06%). For “Sport activities”, the most preferred one is “Riding tandem or bicycle” (53.39%). For “Food tasting activities”, the most preferred one is “Taste local specialty or good food” (88.79%). For “Other recreational activities”, the most preferred one is “Hot spring, SPA” (34.62%). For “Recreational center activities”, the most preferred one is “Water recreation activities” (46.29%).

II. Satisfaction Levels

1. Overall Satisfaction Level

The overall satisfaction level for all 13 National Scenic Areas in 2014 (Second-half) is 82.80 points based on a 100-point scale.

Among 13 National Scenic Areas, the highest one is “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” (85.34 points), followed by “Sun Moon Lake National Scenic Area” (84.27 points), “Alishan National Scenic Area (84.22 points), “Penghu National Scenic Area” (84.12 points), “Matsu National Scenic Area” (84.06 points), “Maolin National Scenic Area” (83.43 points), “East Coast National Scenic Area” (83.22 points), “Northeast and Yilan Coast National Scenic Area” (82.52 points), “Tri-Mountain National Scenic Area” (82.27 points), “Dapeng Bay National Scenic Area” (81.57 points), “East Rift Valley National Scenic Area” (80.92 points), “Southwest Coast National Scenic Area” (80.22 points) and “Siraya National Scenic Area” (80.05 points).

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), the significantly improved National Scenic Areas include: “Dapeng Bay National Scenic Area” (improved for 4.01 points), “Maolin National Scenic Area” (improved 2.40%) and “Matsu National Scenic Area” (improved for 2.04 points). The significantly declined National Scenic Area: “Southwest Coast National Scenic Area” (declined 2.68 points). For the other National Scenic Areas, there are no significant changes between 2013 and 2014.

Items		2014 (Second-half) Overall Satisfaction Level Average Points	2013 Overall Satisfaction Level Average Points	Differences
Overall		82.80	82.79	0.01
National Scenic Areas	Northeast and Yilan Coast	82.52	82.57	-0.05
	East Coast	83.22	82.55	0.67
	Penghu	84.12	85.21	-1.09
	Dapeng Bay	81.57	77.56	4.01*
	East Rift Valley	80.92	81.90	-0.98
	Matsu	84.06	82.02	2.04*
	Sun Moon Lake	84.27	83.50	0.77
	Tri-Mountain	82.27	81.69	0.58
	Alishan	84.22	83.37	0.85
	Maolin	83.43	81.03	2.40*
	North Coast and Guanyinshan	85.34	86.28	-0.94
	Southwest Coast	80.22	82.90	-2.68*
	Siraya	80.05	80.59	-0.54

Note : 1. Difference= 2014 (Second-half) – 2013

2. * Indicates the difference between 2014 (Second-half) and 2013 is statistically significant.

2. Evaluations of the 10 Service Items

Overall, 98.98% visitors are satisfied with the “Overall” service of the National Scenic Areas (including both “Very Satisfied” and “Somewhat Satisfied”).

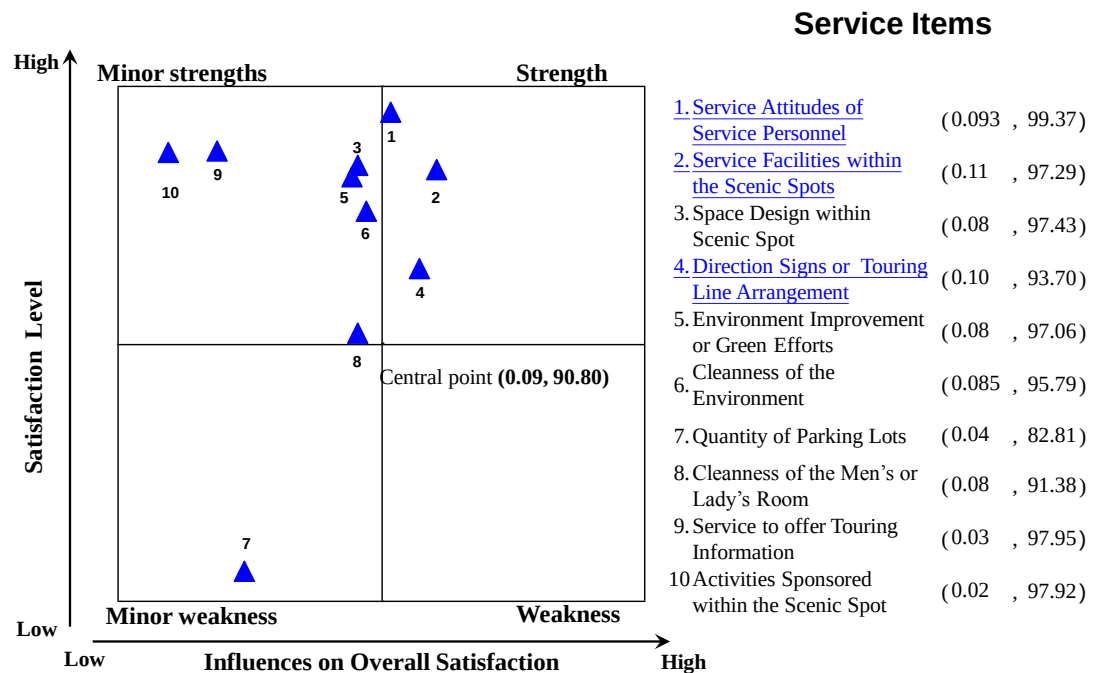
Among 10 Service Items provided by National Scenic Areas, the most satisfied one is “Service attitudes of service personnel” (99.37%), followed by “Service to offer touring information” (97.95%), “Activities sponsored within the Scenic Spot” (97.92%), “Space design within Scenic Spot” (97.43%), “Service facilities within the Scenic Spot” (97.29%), “Environment improvement or green efforts” (97.06%), “Cleanness of the Environment” (95.79%), “Direction signs or touring line arrangement” (93.70%) and “Cleanness of the men’s or lady’s room” (91.38%); while the satisfaction percentage with “Quantity of parking lots” is relatively lower (82.81%).

In 10 Service Items survey results across National Scenic Areas, “East Coast National Scenic Area”, “Matsu National Scenic Area” and “Southwest Coast National Scenic Area” show excellent performance with higher than 90% satisfaction level for all 10 Service Items, while 4 National Scenic Areas including “Penghu National Scenic Area”, “Sun Moon Lake National Scenic Area”, “Tri-Mountain National Scenic Area” and “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” all show higher than 90% satisfaction level for 9 Service Items. For “Northeast and Yilan Coast National Scenic Area”, “Alishan National Scenic Area”, “Maolin National Scenic Area” and “Siraya National Scenic Area” all show higher than 90% satisfaction level for 8 Service Items. For “East Rift Valley National Scenic Area”, it shows higher than 90% satisfaction level for 7 Service Items. For “Dapeng Bay National Scenic Area”, it shows higher than 90% satisfaction level for 6 Service Items.

3. Strength and Weakness Analysis on 10 Service Items Offered within National Scenic Area:

This analysis has adopted Multiple Regression Analysis for Strength and Weakness Analysis on 10 Service Items. And visitor’s Overall Satisfaction Level is the dependent variable, while 10 Service Items are independent variables in the regression model to identify Strength and Weakness Service Items.

The results of Strength and Weakness Analysis indicate that, among 10 Service Items, major Strength Items include “Service attitudes of service personnel”, “Service facilities within the Scenic Spot” and “Direction signs or touring line arrangement”. These major Strength Items show relatively higher satisfaction level and the influences of these major Strength Items on Overall Satisfaction Level are also stronger.



- Note:
1. The statistics adopted in the above figure are all weighted results.
 2. Influences of regression coefficients are derived from Multiple Regression. Satisfaction Level includes both Very Satisfied and Somewhat Satisfied.
 3. Solid under-line indicates Key Strength Items, while discontinued under-line indicates Key Weakness Items.

III. National Scenic Area Visiting Experiences

Among all visitors surveyed, 44.11% of them express that this is their “First Visit” of National Scenic Areas, followed by the “Fifth or More Visits” (21.46%) and “Second Visit” (19.71%).

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there is 0.96% increases for “First Visit” and 0.88% increases for “Second Visit”.

For Visiting Experiences across all National Scenic Areas, “Matsu National Scenic Area” (84.43%), “Penghu National Scenic Area” (60.14%) and “Southwest Coast National Scenic Area” (57.77%) show relatively higher percentages of “First Visit”.

D. Consuming Behaviors

I. Consumption Amount

The average overall amount of money visitors plan to spend for this trip to visit National Scenic Areas is NT\$2,069, which includes expenses for round-trip transportation, hotel in Scenic Spot, food and drinks, entertainment and shopping.

Compared with the average overall amount of NT\$2,105 of 2013, there is a minor decline of NT\$36 for the average overall amount in 2014 (Second-half).

The highest average overall amount is “Penghu National Scenic Area” (NT\$9,495), followed by “Matsu National Scenic Area” (NT\$9,310), “East Coast National Scenic Area” (NT\$3,866) and “East Rift Valley National Scenic Area” (NT\$3,096). On the other hand, the average overall amounts for “Southwest Coast National Scenic Area” (NT\$760) and “North Coast and Guanyinshan National Scenic Area” (NT\$754) are the lowest. For the other National Scenic Areas, the average overall amounts are between NT\$1,000~ NT\$3,000.

II. Consumption Reasonability

Overall, 73.61% of National Scenic Area visitors express that the consumption in National Scenic Areas is “Reasonable (OK, acceptable)”. And, 10.53% visitors say that consumption is either “Expensive (9.11%)” or “Very Expensive (1.42%)”, while only 2.98% visitors state consumption is either “Inexpensive (2.40%)” or “Very Inexpensive (0.58%)”. Nevertheless, 12.88% visitors say that they did not spend any money.

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there is 1.61% increases for “Expensive” for visitors interviewed. While for “Very Inexpensive”, the percentage declines 0.98% .

For “East Rift Valley National Scenic Area” (83.16%), “Matsu National Scenic Area” (81.44%) and “Southwest Coast National Scenic Area” (78.49%), visitors express relatively higher percentages of “Reasonable (OK, acceptable)” than the other National Scenic Areas.

III. Purchasing Touring Products through the Internet

For all respondents, 13.62% of National Scenic Area visitors had purchased touring products through the Internet before visiting National Scenic Areas. Among these touring products, the most popular one is booking “Hotel (including private-owned hotels)” (70.39%), followed by “Train/High Speed Rail/Bus tickets” (33.42%), “Packaged tour” (16.53%), “Entrance tickets” (9.56%), “Airline tickets” (9.41%) and “Boat/Ferry tickets” (7.94%) .

Compared with 2013, in 2014 (Second-half), there are 4.82% increases for “Train/High Speed Rail/Bus tickets”, 4.26% increases for “Packaged tour” and 2.64% increases for “Entrance tickets”.

For visitors who have purchased Touring Products through the Internet, there are relatively higher percentages for “Dapeng Bay National Scenic Area” (87.50%) and “Sun Moon Lake National Scenic Area” (84.06%) purchasing “Hotel (including private-owned hotels)”. And, there are relatively higher percentages for “East Coast National Scenic Area” (59.04%), “Alishan National Scenic Area” (50.00%), “East Rift Valley National Scenic Area” (38.81%) purchasing “Train/High Speed Rail/Bus tickets” through the Internet. Moreover, relatively higher percentage of visitors of “Matsu National Scenic Area” (89.13%) and “Penghu National Scenic Area” (78.33%) have purchased “Airline tickets” through the Internet.

第壹章 緒論

第一節 調查目的

交通部觀光局為瞭解國家風景區遊客旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為，以供相關機關規劃與改善觀光設施、提昇旅遊服務品質及訂定我觀光發展策略之參考，特進行本次「103年下半年國家風景區遊客調查」。

第二節 調查範圍

本次國家風景區遊客調查範圍包含「東北角暨宜蘭海岸國家風景區」、「東部海岸國家風景區」、「澎湖國家風景區」、「大鵬灣國家風景區」、「花東縱谷國家風景區」、「馬祖國家風景區」、「日月潭國家風景區」、「參山國家風景區」、「阿里山國家風景區」、「茂林國家風景區」、「北海岸及觀音山國家風景區」、「雲嘉南濱海國家風景區」及「西拉雅國家風景區」等十三個國家風景區。本調查以到訪國家風景區遊客為調查對象，包括本國遊客及國際觀光客。如有需要進一步了解國際觀光客旅遊行為相關問題，請參考交通部觀光局「來臺旅客消費及動向調查報告」。

第三節 調查項目

調查項目分為：旅遊決策部分、遊憩行為部分、旅遊偏好活動與滿意度部分、消費行為部分及遊客基本資料。

一、旅遊決策部分

- (一) 旅遊方式
- (二) 選擇國家風景區的旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具
- (三) 到國家風景區利用的交通工具
- (四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具
- (五) 選擇景點的原因
- (六) 旅遊同伴人數、旅遊同伴種類

二、遊憩行為部分

- (一) 國家風景區內遊玩的景點
- (二) 國家風景區以外的景點之遊玩情形
- (三) 在國家風景區內的旅遊天數
- (四) 國家風景區內的住宿方式
- (五) 到國家風景區的重遊意願

三、旅遊偏好活動與滿意度部分

- (一) 旅遊活動偏好情形
- (二) 服務人員之服務態度滿意比例
- (三) 景點內服務設施滿意比例
- (四) 景點內空間設計滿意比例
- (五) 引導指標或動線安排滿意比例
- (六) 環境美化綠化滿意比例
- (七) 環境整潔滿意比例
- (八) 停車位數量滿意比例
- (九) 廁所清潔程度滿意比例
- (十) 提供之旅遊資訊服務滿意比例
- (十一) 景點內辦理的活動滿意比例
- (十二) 整體滿意比例
- (十三) 建議應改善軟硬體設施項目
- (十四) 到訪次數
- (十五) 距離上次到訪時間、與上次到訪整體服務品質比較
- (十六) 對國家風景區整體服務品質滿意度評價

四、消費行為部分

- (一) 網路訂購相關產品情形
- (二) 在國家風景區內消費情形
- (三) 國家風景區內的消費合理性

五、基本資料部分

- (一) 性別
- (二) 年齡
- (三) 教育程度
- (四) 工作別
- (五) 婚姻狀況
- (六) 個人每月平均所得
- (七) 居住縣市
- (八) 國籍或地區別

第貳章 研究方法

第一節 調查對象與限制

一、調查對象

於民國 103 年下半年 7 月 1 日至 12 月 31 日期間，到訪國家風景區轄內遊憩景點之 12 歲以上遊客。

二、調查限制

- (一) 本次調查樣本數因預算調整縮減，103 年下半年度僅能調查半年度，依據預算估計之樣本數僅為 3,500 份，依此推算若有不足 50 份的據點，將據點樣本補足 50 份(詳見表 2-2)，總執行有效樣本份數為 3,546 份；因此在進行年度比較時，僅以 103 年下半年度資料進行比較。
- (二) 此外，由於本調查問卷中旅遊活動偏好項目，因配合觀光局來臺旅客消費動向調查之問項，進行大幅度的重組調整，以致無法進行年度差異分析，因此將不進行年度差異分析。
- (三) 本研究根據第三節所列之調查項目進行分析，依據觀光局確認的問卷調查，實無法包含其他調查項目內容，因此非本調查內容將無法列入分析。

第二節 調查方法與地點

一、調查方法

- (一) 採用面訪方式，蓋洛普徵信股份有限公司派遣專業面訪訪員，前往各抽樣選定之調查執行遊憩景點，直接對遊客進行面訪。蓋洛普徵信股份有限公司同時指定專職督導，於調查現場進行訪問品質監控。
- (二) 以面訪方式執行調查，並輔以蓋洛普徵信股份有限公司自行研發之 MISS (Multi-faceted Internet Survey System) PDA 訪問軟體系統，設定 MISS PDA 自動訪問問卷，以建立自動化訪問程序。
- (三) 面訪調查執行時，針對國家風景區內國內遊客受訪遊客，以中文繁體問卷為版本，同時並準備英、日、韓及中文簡體四個版本的紙本問卷做為輔助，以便於受訪遊客如為國際觀光客時，能根據最方便的語言及文字執行面訪。

二、調查地點

13 處國家風景區內，以交通部觀光局所指定的 47 個遊憩景點，作為執行面訪抽樣之遊憩景點。13 處國家風景區及 47 個遊憩景點清單如下(請參考下頁表 2-1)：

表 2-1 面訪調查執行遊憩景點清單

國家風景區	調查遊憩景點	國家風景區	調查遊憩景點
東北角暨宜蘭海岸	外澳海濱遊憩區	參山	獅頭山風景區(南庄遊客中心)
	福隆遊客中心		梨山風景區(梨山遊客中心)
	鼻頭角步道		梨山風景區(谷關遊客中心)
	南方澳遊客中心		八卦山風景區(八卦山山脈生態遊客中心)
東部海岸	花蓮遠雄海洋公園	阿里山	觸口遊客中心
	三仙台		阿里山國家森林遊樂區
	小野柳		奮起湖
	綠島		圓潭自然生態園區
澎湖	澎湖遊客中心	茂林	瑪家遊客中心
	馬公機場		寶來遊客中心
大鵬灣	小琉球		茂林遊客中心
	大鵬灣遊客中心、休閒特區		工藝步道(蜻蜓雅築)
	青洲濱海遊憩區	北海岸及 觀音山	三芝遊客中心
花東縱谷	新光兆豐休閒農場		白沙灣遊客中心
	鯉魚潭風景特定區		野柳地質公園
	初鹿牧場		觀音山遊客中心
	鹿野高台	雲嘉南濱海	台灣鹽博物館
馬祖	北竿機場		布袋遊客中心
	南竿機場		北門遊客中心
	福澳碼頭	西拉雅	關子嶺風景區
日月潭	車埕		尖山埤江南渡假村
	九族文化村		南元花園休閒農場
	桃米紙教堂		曾文水庫風景區
	日月潭環潭區(向山遊客中心)		

第三節 抽樣設計

一、13 處國家風景區全年預計成功訪問有效樣本配置原則：

- (一) 根據觀光局公布之 13 處國家風景區，依遊憩景點遊客多寡及地理位置分佈，立意抽取做為本次調查之地點；並依據交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7-12 月遊客人次推估)」中推估的各風景區遊客人次，規劃包含各國家風景區及各遊憩景點成功訪問有效樣本數分配。

- (二) 依據交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7-12 月遊客人次推估)」中推估的各風景區遊客人次，計算各國家風景區遊客人次百分比分配，以總計至少 2,645 份有效樣本數為基礎，按照各國家風景區遊客人次百分比分配，計算「103 年下半年國家風景區遊客調查」各風景區預計完成的有效樣本數。任一國家風景區按照比例分配之預計有效樣本數小於 100 份時，均補足至 100 份有效樣本。補足樣本後，13 個風景區總有效樣本數為 2,852 份。
- (三) 依據交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7-12 月遊客人次推估)」中，推估的各風景區包含之調查遊憩景點遊客人次，計算各風景區包含之調查遊憩景點遊客人次百分比分配。
- (四) 依據各國家風景區所包含之各調查遊憩景點遊客人次百分比分配為基礎，按照每一風景區內各調查遊憩景點到訪遊客百分比分配，計算各調查遊憩景點預計完成的有效樣本數。各調查遊憩景點預計有效樣本數不足 50 份時，均補足至 50 份有效樣本。補足樣本後，13 個風景區總有效樣本數為 3,502 份。
- (五) 依系統抽樣原則，每隔 2~5 位遊客(視遊客量多寡與預計完成有效樣本數而定)，隨機抽選 1 位年滿 12 歲以上之遊客訪問；如受訪者拒訪，則依序抽取下一位合格受訪者；如完成一份有效成功訪問樣本後，則再間隔 2~5 位遊客，隨機抽選 1 位年滿 12 歲以上之遊客執行面訪。針對遊客之性別、年齡層先依內政部所公佈母體結構，再依青壯年為較多旅遊人口做適當的配額控制。同一旅遊團體遊客，僅能訪問其中 1~3 人。
- (六) 有關調查執行時間選擇因素，本調查將涵蓋下半年 6 個月份，並依據交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7-12 月遊客人次推估)」，計算各國家風景區之調查遊憩景點，各自在 7~12 月到訪遊客人次的比例為基礎，計算各國家風景區、各調查遊憩景點在 7~12 月各自應完成的有效樣本數。
- (七) 根據淡、旺季，規劃淡季月份將執行 2 個調查日(將選擇一週，執行假日及非假日各 1 日)，旺季月份將執行 4 個調查日(將選擇兩週，每週執行假日及非假日各 1 日)。103 年下半年 7~12 月淡旺季設定將依照交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7~12 月遊客人次推估)」，推估出各國家風景區及其各調查遊憩景點 7~12 月的遊客人次推估數，函請交通部觀光局決定各國家風景區及其各調查遊憩景點的淡旺季分配。
- (八) 103 年下半年 13 處國家風景區，各遊憩景點成功訪問有效樣本數合計 3,413 份(不含阿里山森林遊樂區所有受訪樣本 133 份)。103 年下半年各調查遊憩景點實際成功訪問之有效樣本數，請參考表 2-2。有關阿里山國家森林遊樂區遊客調查結果分析，請參考第伍章第九節第五至八小節。

表 2-2 13 處國家風景區、各遊憩景點 103 年下半年成功訪問有效樣本數配置表

國家風景區	成功訪問樣本數	面訪調查執行遊憩景點	成功訪問樣本數
東北角暨宜蘭海岸	283	外澳海濱遊憩區	50
		福隆遊客中心	132
		鼻頭角步道	51
		南方澳遊客中心	50
東部海岸	288	花蓮遠雄海洋公園	84
		三仙台	98
		小野柳	52
		綠島	54
澎湖	138	澎湖遊客中心	51
		馬公機場	87
大鵬灣	162	小琉球	61
		大鵬灣遊客中心、休閒特區	51
		青洲濱海遊憩區	50
花東縱谷	291	新光兆豐休閒農場	50
		鯉魚潭風景特定區	123
		初鹿牧場	51
		鹿野高台	67
馬祖	167	北竿機場	52
		南竿機場	64
		福澳碼頭	51
日月潭	413	日月潭環潭區(向山)	232
		車埕	78
		桃米紙教堂	52
		九族文化村	51
參山	468	獅頭山風景區(南庄遊客中心)	186
		梨山風景區(梨山遊客中心)	51
		梨山風景區(谷關遊客中心)	79
		八卦山風景區(八卦山山脈生態遊客中心)	152
阿里山	321	阿里山國家森林遊樂區	133
		奮起湖	83
		觸口遊客中心	51
		圓潭自然生態園區	54
茂林	204	瑪家遊客中心	50
		寶來遊客中心	51
		茂林遊客中心	50
		工藝步道(蜻蜓雅集)	53
北海岸及觀音山	357	三芝遊客中心	50
		白沙灣遊客中心	51

國家風景區	成功訪問樣本數	面訪調查執行遊憩景點	成功訪問樣本數
雲嘉南濱海	251	野柳地質公園	191
		觀音山遊客中心	65
		台灣鹽博物館	56
		布袋遊客中心	50
		北門遊客中心	145
西拉雅	203	關子嶺風景區	50
		尖山埤江南渡假村	50
		南元花園休閒農場	52
		曾文水庫風景區	51
合計	3,546		3,546

註：阿里山國家森林遊樂區不屬於阿里山國家風景區管理處管轄，因此在阿里山國家風景區遊客滿意度調查結果分析內容，將不包含阿里山國家森林遊樂區所有受訪樣本的調查結果。

二、13 處國家風景區、各調查遊憩景點全年預計成功訪問有效樣本配置原則

(一) 102 年遊客問卷調查，各風景區、各遊憩景點樣本配額，採用交通部觀光局「102 年國家風景區遊客調查報告(第二部分：7-12 月遊客人次推估)」之遊客人次統計數據，並參考 13 處國家風景區確認之淡、旺季月別統計資料，計算出 103 年下半年 13 處國家風景區樣本配額分配，以及執行面訪調查之各調查遊憩景點 7-12 月調查樣本數配額。

(二) 如規劃為淡季月份時，各調查遊憩景點、各月份成功訪問有效樣本數不足 2 份時，則增加為 2 份；如規劃為旺季月份時，各調查遊憩景點、各月份成功訪問有效樣本數不足 4 份時，則增加為 4 份。

三、依據上述樣本配置原則，本公司專業專職訪員，在各調查遊憩景點出口處執行訪問，結果 103 年下半年成功訪問有效樣本數為 3,413 份(不包含阿里山國家森林遊樂區有效樣本 133 份)。

$$\text{估計抽樣誤差} \doteq \pm \frac{1.96}{2\sqrt{\text{有效樣本數}}} = \pm 1.68\% (\text{以百分之九十五的信賴水準估計})。$$

註：如果設 P 為本調查之全體對象的某一特徵的比例值， $\hat{p}$ 為其估計值，若要求

$$P(|\hat{p} - P| \leq d) \geq 1 - \alpha \quad \text{則在所抽出之 } n \text{ 個樣本及給定信賴水準}(1 - \alpha) \text{ 為 } 95\% \text{ (即}$$

$1 - \alpha = 0.95, \alpha = 0.05$) 下，以 $\hat{p}$ 估計 P 之最大可能估計抽樣誤差界限的公式為

$$d = Z_{\alpha/2} \cdot \sigma_{\hat{p}} = Z_{\alpha/2} \cdot \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

因給定信賴水準為 95% 下，所以 $Z_{0.05/2} = 1.96$ ，若 $p(1-p)$ 以最大可能值 $1/4$ (也

就是 $p=1/2$) 代入，則此時之最大可能估計抽樣誤差界限為 $d \doteq 1.96/2\sqrt{n}$ 。

四、隨機抽取到訪遊客及執行面訪調查流程圖：

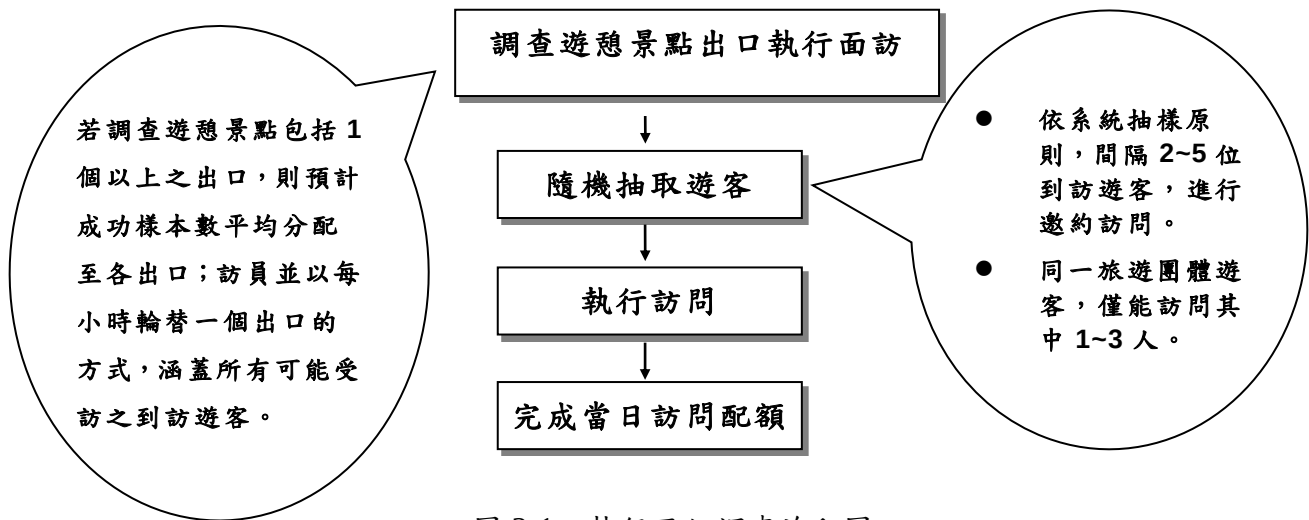


圖 2-1 執行面訪調查流程圖

第四節 調查時間

一、調查時間

本專案研究計畫調查期間為 103 年下半年 7 月至 12 月；本公司專業專職訪員現場執行面訪之時段，是以各調查遊憩景點開放時間為準。

二、調查執行天數及各週執行日期選擇作業準則

(一) 本計畫調查執行週期以 1 個月為單位，並依據遊憩景點的淡、旺季月份，分別執行不同天數之調查執行日期：淡季月份將執行 2 個調查日，將選擇一週，執行假日及非假日各 1 日，旺季月份將執行 4 個調查日，將選擇兩週，每週執行假日及非假日各 1 日。各調查執行日，將區分為 2 個調查單元時段，並根據各遊憩景點開放／結束開放時間為基準機動調整。

(二) 淡、旺季月份調查執行週及日期選擇準則

1. 淡季調查執行月份：於該月份挑選 1 週執行調查訪問，並於假日（週六及週日）中挑選 1 日，非假日則於週一至週五中挑選 1 日。
2. 旺季調查執行月份：於該月份中挑選 2 週執行調查訪問，並於被挑選執行調查的 2 週中，分別於假日（週六及週日及國定假日）中挑選一日，非假日則於週一至週五中挑選一日。

3. 每個月調查執行週別的挑選，以輪替原則方式進行
4. 調查執行日期，如適逢連續假日(週休二日再加至少上週五或下週一為連續假日，形成連休三日及以上之情況)，於旺季月份，則優先選取連續假日當週執行調查。
5. 非假日調查執行日期，則以調查執行的兩週中，各調查執行日期不重複為原則。

第五節 資料檢核控制

一、問卷內容審核

(一) 所有訪員都經過新問卷重新培訓。

1. 督導確認其確實了解問卷題項間的邏輯關係。
2. 所有培訓內容都製作成書面培訓手冊，訪員人手一冊，隨時閱覽確認問卷應達到的精確品質。
3. 所有訪員都實際測試填答 MISS PDA 或 MISS 線上問卷，了解 PDA 或線上問卷如何自動檢查控制問卷的邏輯關係。

(二) 每個訪員都配戴錄音筆，同步錄下所有抽樣及訪問過程，於執行日的第二天，將錄音檔 e-mail 給品質督導，品質督導將全面檢查每位訪員的錄音記錄，確認訪員都準確進行抽樣及訪問，並確實記錄訪問者回答的答案。上述檢查過程中，若發現任何問題，將立即採用下列三步驟處理：

1. 聽取錄音檔確認資料。
2. 回訪受訪者確認應有的答案內容。
3. 若上述 2 步驟無法精確確認資料品質，則將該筆資料作廢，在 1 週內補做完成。

(三) 因本次調查執行，將採用 MISS PDA 訪問系統或 MISS 線上問卷系統，因此所有問卷跳題邏輯，將透過 MISS PDA/MISS 線上問卷系統自行設定自動跳題及答題控制，能確保調查問項完整及答題邏輯性。

二、資料輸入

(一) 因採 MISS PDA 訪問系統/MISS 線上問卷系統，已同步儲存資料，不需事後再進行資料輸入，可避免二次資料輸入錯誤。

(二) 國際觀光客自行填寫的外語問卷，或部分遊客受限時間緊迫，以紙問卷完成的

訪問，也將由訪員當天至線上問卷系統（蓋洛普徵信股份有限公司自行研發之 MISS 線上問卷軟體系統）輸入完成。同時也將再由專職督導管理做二次輸入抽檢，以確認輸入資料的正確性。

三、資料檢誤

研究人員將每天針對已完成樣本，依據事先列出的檢誤表，以 SPSS 進行資料挑錯，確保每一筆資料均符合邏輯性，二次確認資料品質。並檢查所有開放題紀錄，是否具體、完整、精確。

四、遺漏值的處理

遺漏值發生時，將由督導重問補齊答案。無法重問者，若是基本問項等資料遺漏者，則將以同背景及年齡之受訪者進行資料插補。

五、「其他」項的處理

各題選項中如有「其他」項，將由訪問員記錄受訪者的答案，調查結束後將由研究員歸納整理出幾個主要類別，若該類別與既有選項同義，則併入既有選項統計百分比，若該類別不包含在既有選項內但提到的受訪者不多(佔所有回答受訪者 0.5% 以下)，則併入「其他」項統計百分比，另以各選項被提到的次數呈現。

第六節 調查結果檢定及分析方式

一、交叉分析

- (一) 依據受訪遊客的性別、年齡、教育程度、工作別、婚姻狀況、個人每月平均所得、居住地區、國籍別等自變項，對各項具分析意義之應變項，進行交叉分析，並利用次數分配及百分比交叉分析所呈現之數據，了解各自變項與應變項間之關係。
- (二) 透過卡方檢定(Chi-square test)，以檢驗各自變項與應變項間之關聯(association)，統計上是否顯著；年度差異分析部分，兩個年度差異同樣以卡方檢定，檢定兩年度差異是否顯著，若呈現顯著將會以文字敘述顯著差異，若無顯著，無論差異值多大，將不會用文字說明。
- (三) 本調查報告中，有關受訪遊客性別、年齡、教育程度、工作別、婚姻狀況、個人每月平均所得、居住地區、國籍別等自變項與各應變項之檢定結果，僅列舉在顯著水準 $\alpha=0.05$ 下，達到統計上顯著之自變項，並分別予以說明討論。
- (四) 為瞭解相同類型國家風景區受訪遊客特性、遊憩行為及偏好，本調查報告依十三個國家風景區型態特色，區分為海型、山型、綜合型、以及島型國家風景區等四類型，針對各型態國家風景區遊客意見調查結果予以分析討論。「海型國家風景區」包括「東北角暨宜蘭海岸」、「東部海岸」、「大鵬灣」、「雲嘉南濱海」等四個

國家風景區；「山型國家風景區」包括「花東縱谷」、「參山」、「阿里山」、「茂林」、「西拉雅」等五個國家風景區；「綜合型國家風景區」包括「日月潭」及「北海岸及觀音山」二個國家風景區；「島型國家風景區」包括「澎湖」及「馬祖」二個國家風景區。

(五) 回答滿意或不滿意之滿意度百分比與 0~100 分的滿意度分數，是兩種不同概念的計算尺度，滿意度百分比只能看出偏向正面的意見，滿意度分數則是每個人的平均分數，因此在年度間比較中，兩者不一定會呈現正相關。

二、趨勢分析

分析遊客的旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度、消費行為及基本資料，並參考歷年資料進行趨勢分析，以瞭解遊客至國家風景區的旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度、消費行為之變化。

三、優弱勢分析

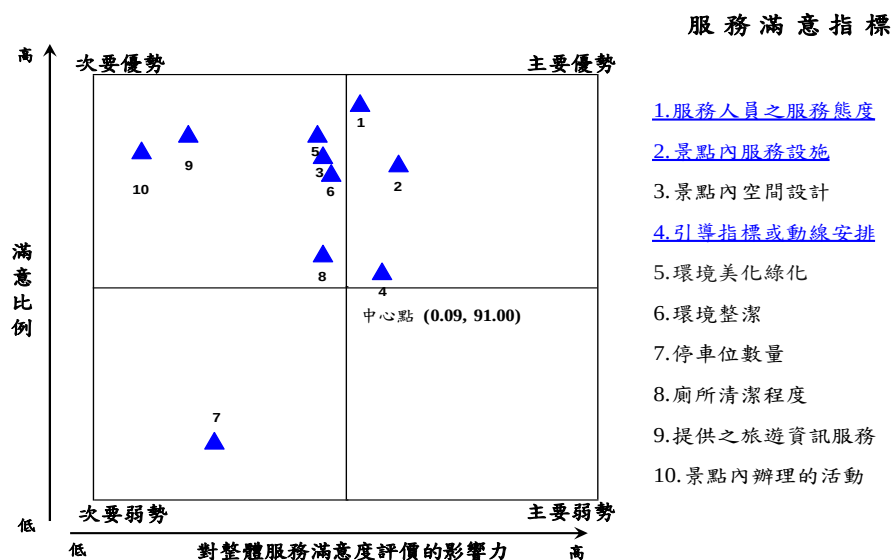
(一) 以受訪遊客對國家風景區遊憩景點整體服務滿意度評價為應變項，各項服務指標滿意比例為自變項，透過複迴歸分析(Multiple regression analysis)，了解影響遊客對國家風景區遊憩景點整體滿意與否之優弱勢指標。複迴歸分析可用來解釋一個應變項與多個自變項之間的關係，而本調查計畫以各項服務指標滿意比例作為自變項，以解釋各項服務指標滿意比例，如何影響整體服務的滿意度評價。本調查所考慮之複迴歸模型如下：

$$Y_i = \alpha + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki} + \varepsilon_i$$

Y_i 為應變項； $x_1, \dots, x_k$ 為自變項，共有 k 個； α 與 $\beta_1, \dots, \beta_k$ 為迴歸參數，其中 α 為截距， $\beta_1, \dots, \beta_k$ 為迴歸係數。

(二) 透過複迴歸模型分析，可取得各項服務指標滿意比例，對整體服務滿意度評價的影響係數($\beta_1, \dots, \beta_{10}$)。在進行優弱勢分析時，以複迴歸分析所取得之 $\beta_1, \dots, \beta_{10}$ 係數值，做為優弱勢分析 X 軸（對整體服務滿意度評價影響力）之數據，由於 β 值具有變動性，因此優弱勢分析圖中的橫軸（X 座標軸）最大值、最小值，將視所有指標 β 值之分佈而定，而 X 軸中心點的定義值，則以最大值加最小值除以 2 的原則訂定；並採用各項服務指標滿意比例，做為優弱勢分析 Y 軸（滿意比例）之數據，由於各項指標滿意比例具變動性，因此縱軸（Y 座標軸）的最大值、最小值，將視所有指標的滿意比例分佈情形而定，而 Y 軸中心點的定義值，則以最大值加最小值除以 2 的原則而定。

(三) 並根據各服務指標座標點，在 X 軸（對整體服務滿意度評價影響力）的相對強弱，及 Y 軸（滿意比例）的相對高低，定義優弱勢分析所包含之四個象限。依據上述優弱勢分析程序，可將各項服務指標，分別標定其各自之座標點於四個象限中，如下圖示：



註：1.對整體服務滿意度評價的影響力為複迴歸係數值；滿意比例則為非常滿意+還算滿意。
2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

優弱勢分析圖中區隔出 4 個象限，落於各象限之指標代表意義說明如下：

1. 第一象限：落於第一象限之服務指標，表示該項服務指標對整體服務滿意度評價影響力(X 軸)相對較強，同時該項服務指標滿意比例(Y 軸)，也相對較高；意指該項服務指標，為國家風景區具有相對優勢之服務指標，屬於主要優勢指標，需繼續保持。
2. 第二象限：落於第二象限之服務指標，表示該項服務指標對整體服務滿意度評價(X 軸)相對較弱，但該項服務指標滿意比例(Y 軸)相對較高；意指雖然該項服務指標對於整體服務滿意度評價影響力相對偏低，但對於國家風景區而言，由於該項服務指標滿意比例相對較高，因此屬於次要優勢指標。換言之，該項服務指標是屬於必須長期保持高滿意比例，但同時應關注其對整體服務滿意度評價影響力的變化之服務指標。如未來次要優勢指標的影響力提升，則目前已具備之高滿意比例，將可能使該項服務指標成為主要優勢指標；相對的，未來次要優勢指標之滿意比例如果下降，則該項服務指標可能落入第三象限，而成為次要弱勢指標。

3. 第三象限：落於第三象限之服務指標，表示該項服務指標對整體服務滿意度評價影響力(X 軸)相對較低，同時該項服務指標滿意比例(Y 軸)，也相對較低；意指該項服務指標對於整體服務滿意度評價影響力相對較弱，且對於國家風景區而言，由於該項服務指標滿意比例相對也偏低，因此屬於次要弱勢指標。應針對次要弱勢指標，保持長期、高度警覺心；如未來次要弱勢指標，對整體服務滿意度評價的影響力提升，則配合該項服務指標，目前相對偏低的滿意比例，將可能使該項服務指標落入第四象限，而成為主要弱勢指標；如未來次要弱勢指標，對整體服務滿意度評價的影響力提升，同時該項服務指標目前相對偏低的滿意比例獲得明顯提升，將可能使該項服務指標落入第一象限，而成為主要優勢指標。
4. 第四象限：落於第四象限之服務指標，表示該項服務指標對整體服務滿意度評價影響力(X 軸)相對較強，但該項服務指標滿意比例(Y 軸)相對較低；意指該項服務指標對整體服務滿意度評價影響力相對較強，但對於國家風景區而言，由於該項服務指標滿意比例相對偏低，因此屬於主要弱勢指標。由於該項服務指標影響力相對較強，如果未來該項服務指標滿意比例明顯提升，將可能使該項服務指標落入第一象限，而成為主要優勢指標；因此如果滿意度長期不能提升，則可能累積不滿意的因素，並最終對整體服務滿意度評價造成不利的影響，需立即尋求改善。

第七節 信效度分析

一、問卷信效度分析

- (一) 整體信度：以 Cronbach's α 檢定結果可發現，正式調查結果所得的信度係數分別為 0.899，大於可接受值 0.7，表示此量表非常良好度檢定

項目	正式調查結果	
	修正的項目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
1.服務人員之服務態度	0.635	0.890
2.景點內服務設施	0.755	0.883
3.景點內空間設計	0.615	0.891
4.引導指標或動線安排	0.693	0.886
5.環境美化綠化	0.694	0.886
6.環境整潔	0.742	0.883
7.停車位數量	0.480	0.901
8.廁所清潔程度	0.629	0.891
9.提供之旅遊資訊服務	0.593	0.892
10.景點內辦理的活動	0.507	0.896
Cronbach's Alpha 值		0.899

(二) 效度分析：

以效標效度來檢定各指標項目是否能衡量所欲測量的變數。在此份問卷中，「整體滿意度」即為效標。針對正式調查結果，進行相關分析檢定結果發現，各指標項目與「整體滿意度」的相關係數均呈顯著差異。顯示各項指標項目現階段均能有效預測「整體滿意度」

項目		整體滿意度
1.服務人員之服務態度	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.528 0.000 2,882
2.景點內服務設施	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.619 0.000 3,306
3.景點內空間設計	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.575 0.000 3,359
4.引導指標或動線安排	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.548 0.000 3,318
5.環境美化綠化	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.534 0.000 3,401
6.環境整潔	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.555 0.000 3,407
7.停車位數量	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.408 0.000 2,894
8.廁所清潔程度	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.506 0.000 2,793
9.提供之旅遊資訊服務	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.612 0.000 2,852
10.景點內辦理的活動	R 值 Sig.(2-tailed) N	0.487 0.000 203

除了效標效度外，同時採用因子分析發現，各提項之因素負荷量皆高於 0.31，且解釋變異量達 51.11%，顯示本調查之問卷確實可以有效解釋整體滿意度，亦即具有建構效度；本問卷每個年度均經過專家研討，偕同蓋洛普資深人員及顧問的討論，確認問卷題目的適切性及代表性。

第八節 有效樣本特徵說明

本次調查以民國 103 年下半年 7 月 1 日至 12 月 31 日間，到訪國家風景區轄內遊憩景點之 12 歲以上遊客為受訪對象，103 年下半年調查實際有效樣本數共計 3,413 份(不包含阿里山國家森林遊樂區所有受訪樣本 133 人)，由於 13 處國家風景區遊客調查全年成功訪問有效樣本數配置，係依據前一年度遊客人次百分比分配為基礎，因此本報告在進行 13 處國家風景區整體遊客意見分析時，將依據 103 年下半年各國家風景區遊客推估之人數比例，進行各國家風景區有效成功訪問樣本數加權調整。未加權及加權後受訪遊客樣本特徵，請參考表 2-4 及表 2-4-1：

表 2-4 原始未加權有效樣本特徵描述(n=3,413)

屬性		人數	%	屬性		人數	%	
性別	男	1,688	49.46	婚姻狀況	未婚	1,335	39.12	
	女	1,725	50.54		已婚	2,038	59.71	
					離婚／喪偶	15	0.18	
					拒答	1	0.03	
年齡	12 歲~19 歲	240	7.03	個人每月平均所得	無經常性收入	834	24.44	
	20 歲~29 歲	717	21.01		未滿 2 萬元	168	4.92	
	30 歲~39 歲	939	27.51		2 萬~未滿 3 萬元	469	13.74	
	40 歲~49 歲	749	21.95		3 萬~未滿 4 萬元	617	18.08	
	50 歲~59 歲	445	13.04		4 萬~未滿 5 萬元	501	14.68	
	60 歲~69 歲	243	7.12		5 萬~未滿 7 萬元	457	13.46	
	70 歲及以上	80	2.34		7 萬~未滿 10 萬元	230	6.74	
					10 萬元以上	137	4.01	
教育程度	國小及以下	97	2.84		居住地區	北部地區	1,290	37.79
	國(初)中	178	5.22			中部地區	763	22.36
	高中、職	759	22.24	南部地區		1,006	29.48	
	專科	505	14.80	東部地區		87	2.54	
	大學	1,446	42.36	國外地區		267	7.82	
	研究所及以上	428	12.54					
工作別	軍公教人員	335	9.82	國家風景區	東北角暨宜蘭海岸	283	8.29	
	民意代表、企業主管及經理人員	103	3.02		東部海岸	288	8.44	
	專業人員	422	12.36		澎湖	138	4.04	
	技術員及助理專業人員	315	9.23		大鵬灣	162	4.75	
	事務工作人員	118	3.46		花東縱谷	291	8.53	
	服務工作人員及售貨員	753	22.06					

屬性		人數	%	屬性		人數	%
	農林漁牧業生產人員	25	0.73		馬祖	167	4.89
	技藝有關工作人員	64	1.88		日月潭	413	12.10
	機械設備操作及組裝人員	65	1.90		參山	468	13.71
	基層技術工及勞力工	113	3.31		阿里山	188	5.51
	家庭管理	296	8.67		茂林	204	5.98
	未就業	87	2.55		北海岸及觀音山	357	10.46
	退休人員	277	8.12		雲嘉南濱海	251	7.35
	學生	440	12.89		西拉雅	203	5.95

註：北部地區：臺北市、基隆市、新北市、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、新竹市、連江縣。

中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

南部地區：嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣、金門縣。

東部地區：臺東縣、花蓮縣。

國外地區：臺澎金馬以外地區。

表 2-4-1 加權後有效樣本特徵描述(n=3,413)

屬性		人數	%	屬性		人數	%
性別	男	1,683	49.31	婚姻狀況	未婚	1,312	38.43
	女	1,730	50.69		已婚	2,061	60.39
			離婚／喪偶		16	1.14	
			拒答		1	0.04	
年齡	12 歲~19 歲	240	7.03				
	20 歲~29 歲	717	21.02				
	30 歲~39 歲	934	27.36	個人每月平均所得	無經常性收入	843	24.70
	40 歲~49 歲	754	22.09		未滿 2 萬元	168	4.93
	50 歲~59 歲	444	13.01		2 萬~未滿 3 萬元	490	14.35
	60 歲~69 歲	245	7.18		3 萬~未滿 4 萬元	613	17.96
	70 歲及以上	79	2.31		4 萬~未滿 5 萬元	481	14.08
			5 萬~未滿 7 萬元	467	13.67		
教育程度	國小及以下	100	2.92	所得	7 萬~未滿 10 萬元	221	6.49
	國(初)中	169	4.97		10 萬元以上	130	3.82
	高中、職	766	22.44				
	專科	507	14.85				
	大學	1446	42.36	居住地區	北部地區	1,269	37.18
	研究所及以上	425	12.47		中部地區	835	24.46
			南部地區		930	27.24	
			東部地區	98	2.86		
			國外地區	282	8.26		
工	軍公教人員	339	9.94				

屬性		人數	%	屬性		人數	%
作 別	民意代表、企業主管及經理人員	97	2.85	國 家 風 景 區	東北角暨宜蘭海岸	270	7.92
	專業人員	427	12.53		東部海岸	370	10.85
	技術員及助理專業人員	315	9.22		澎湖	54	1.57
	事務工作人員	119	3.48		大鵬灣	65	1.89
	服務工作人員及售貨員	747	21.88		花東縱谷	309	9.04
	農林漁牧業生產人員	26	0.77		馬祖	8	0.23
	技藝有關工作人員	70	2.06		日月潭	543	15.90
	機械設備操作及組裝人員	64	1.86		參山	588	17.23
	基層技術工及勞力工	109	3.19		阿里山	281	8.23
	家庭管理	293	8.59		茂林	55	1.60
	未就業	91	2.65		北海岸及觀音山	365	10.70
	退休人員	279	8.18		雲嘉南濱海	320	9.36
	學生	437	12.81		西拉雅	186	5.45

註：北部地區：臺北市、基隆市、新北市、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、新竹市、連江縣。

中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

南部地區：嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣、金門縣。

東部地區：臺東縣、花蓮縣。

國外地區：臺澎金馬以外地區。

到訪國家風景區轄內遊憩景點之受訪遊客的特質整體輪廓分析如下：

1. 男性(49.31%)與女性(50.69%)受訪遊客的比例各半。
2. 受訪遊客年齡主要集中在 30 歲~39 歲(27.36%)占二成七最多，40 歲~49 歲(22.09%)、20 歲~29 歲(21.02%)也占超過二成一的比例。
3. 受訪遊客教育程度以大學(42.36%)最多；其次為高中、職 (22.44%)；專科占 14.85%、研究所及以上占 12.47%。
4. 受訪遊客的工作別以服務工作人員及售貨員的比例最高，占 21.88%；其次為學生(12.81%)、專業人員(12.53%)、軍公教人員(9.94%)、技術員及助理專業人員(9.22%)，其比例均有將近一成及以上。
5. 受訪遊客的婚姻狀況，已婚者占 60.39%，未婚的比例為 38.43%。
6. 個人平均月所得則是以無經常性收入(24.70%)、3 萬~未滿 4 萬元(17.96%)比例較高；其次為 2 萬~未滿 3 萬元(14.35%)、4 萬~未滿 5 萬元(14.08%)、5 萬~未滿 7 萬元(13.67%)，比例均在一成以上。
7. 受訪遊客來自北部地區的比例最高，占 37.18%，南部地區占 27.24%，中部地區為 24.46%。

103 年下半年國家風景區受訪遊客樣本特徵，與 103 年底臺灣地區 12 歲以上人口結構，請參考表 2-5：

表 2-5 103 年下半年國家風景區受訪遊客樣本特徵與臺灣地區 12 歲以上人口結構

項目		國家風景區受訪遊客		臺灣地區 12 歲以上 人口結構%
		人數	%	
總計		3,413	100.00	100.00
性別	男	1,683	49.31	49.73
	女	1,730	50.69	50.27
年齡	12 歲~19 歲	240	7.03	11.28
	20 歲~29 歲	717	21.02	15.58
	30 歲~39 歲	934	27.36	18.87
	40 歲~49 歲	754	22.09	17.59
	50 歲~59 歲	444	13.01	16.96
	60 歲~69 歲	245	7.18	10.38
	70 歲及以上	79	2.31	9.11
居住 地區	北部地區	1,269	40.52	44.27
	中部地區	835	26.66	24.66
	南部地區	930	29.69	28.26
	東部地區	98	3.13	2.41

註：1. 103 年下半年國家風景區受訪遊客居住地區樣本特徵，已排除國外地區的受訪遊客

2. 103 年 12 月底臺灣地區 12 歲以上人口結構資料，取自內政部統計處

13 處國家風景區受訪遊客居住地區分析顯示(請參考表 2-6),「東北角暨宜蘭海岸」(78.80%)、「北海岸及觀音山」(57.70%)、「馬祖」(57.49%)受訪遊客，來自北部地區的比例，高於其他國家風景區；而「參山」(51.07%)及「日月潭」(38.74%)受訪遊客，來自中部地區的比例，高於其他國家風景區；「茂林」(80.88%)、「雲嘉南濱海」(70.12%)、「西拉雅」(63.05%)、「大鵬灣」(56.17%)、「阿里山」(46.81%)受訪遊客，居住在南部地區的比例，高於其他國家風景區；「花東縱谷」(13.75%)受訪遊客，居住在東部地區的比例，高於其他國家風景區；而「北海岸及觀音山」(33.05%)的受訪遊客中，來自國外地區的比例，高於其他國家風景區。

表 2-6 13 處國家風景區受訪遊客居住地區比例

國家風景區	北部 地區 %	中部 地區 %	南部 地區 %	東部 地區 %	國外 地區 %	總計 %
整體	37.18	24.46	27.24	2.86	8.26	100.00
東北角暨宜蘭海岸	78.80	11.66	4.24	0.71	4.59	100.00
東部海岸	40.63	15.28	25.00	10.76	8.33	100.00
澎湖	43.48	26.81	25.36	0.72	3.62	100.00
大鵬灣	18.52	24.07	56.17	0.00	1.23	100.00
花東縱谷	48.45	11.34	18.21	13.75	8.25	100.00
馬祖	57.49	18.56	17.37	1.80	4.79	100.00
日月潭	30.75	38.74	22.03	0.48	7.99	100.00
參山	35.04	51.07	12.61	0.00	1.28	100.00
阿里山	18.09	22.34	46.81	1.60	11.17	100.00
茂林	9.80	4.90	80.88	0.00	4.41	100.00
北海岸及觀音山	57.70	7.00	1.96	0.28	33.05	100.00
雲嘉南濱海	11.16	16.33	70.12	1.20	1.20	100.00
西拉雅	21.67	14.29	63.05	0.49	0.49	100.00

在所有 354 位外國籍受訪遊客中，以來自中國大陸的受訪遊客比例最高，占 48.88%；其次是馬來西亞(13.57%)、香港、澳門(11.31%)、新加坡(9.04%)、韓國(5.65%)及日本(2.82%)。國家風景區受訪外籍遊客比例，請參考下頁表 2-7。

表 2-7 13 處國家風景區受訪外籍遊客國籍比例與來臺觀光旅客國籍比例

國籍		國家風景區受訪外籍遊客		來臺觀光旅客居住地分析統計	
		人數	%	人數	%
亞洲	中國大陸	173	48.88	3,393,346	47.19
	馬來西亞	48	13.57	339,110	4.72
	香港、澳門	40	11.31	1,174,567	16.34
	新加坡	32	9.04	278,919	3.88
	韓國	20	5.65	390,768	5.43
	日本	10	2.82	1,195,340	16.63
	越南	3	0.85	9,513	0.13
	印尼	1	0.28	36,112	0.50
	泰國	1	0.28	34,344	0.48
	菲律賓	1	0.28	25,282	0.35
	印度	0	0.00	1,764	0.02
	中東	0	0.00	3,461	0.05

	國籍	國家風景區受訪外籍遊客		來臺觀光旅客居住地分析統計	
		人數	%	人數	%
	亞洲其他	1	0.28	3,677	0.05
美洲	美國	10	2.82	131,714	1.83
	加拿大	1	0.28	45,389	0.63
	墨西哥	0	0.00	779	0.01
	巴西	0	0.00	1,110	0.02
	阿根廷	0	0.00	287	0.00
	美洲其他	0	0.00	1,539	0.02
歐洲	德國	5	1.41	16,156	0.22
	法國	1	0.28	10,170	0.14
	瑞士	1	0.28	2,776	0.04
	奧地利	1	0.28	1,960	0.03
	英國	0	0.00	20,151	0.28
	荷蘭	0	0.00	6,048	0.08
	瑞典	0	0.00	2,318	0.03
	義大利	0	0.00	2,649	0.04
	比利時	0	0.00	1,600	0.02
	西班牙	0	0.00	2,432	0.03
	希臘	0	0.00	163	0.00
	俄羅斯	0	0.00	1,166	0.02
	歐洲其他	1	0.28	12,431	0.17
大洋洲	澳大利亞	4	1.13	38,974	0.54
	紐西蘭	0	0.00	4,544	0.06
	大洋洲其他	0	0.00	239	0.00
非洲	南非	0	0.00	698	0.01
	非洲其他	0	0.00	433	0.01
未列明		0	0.00	166	0.00
總計		354	100.00	7,192,095	100.00

註：1.國籍按國家風景區受訪外籍遊客人數排序，此表包含阿里山森林遊樂區。

2. 103 年來臺觀光旅客居住地分析統計資料，取自交通部觀光局

3.國家風景區受訪外籍遊客，亞洲其他國家為緬甸；歐洲其他國家為馬其頓。

本調查採隨機抽樣方法，每隔 2~5 位遊客（視遊客量多寡與預計完成有效樣本數而定），抽選 1 位年滿 12 歲以上之遊客訪問；如受訪遊客拒訪，則依序抽取下一位合格受訪遊客；如完成一份有效成功訪問樣本後，則再間隔 2~5 位遊客，抽選 1 位年滿 12 歲以上之遊客執行面訪。同時，除中文繁體問卷外，並準備英、日、韓及中文簡體四個版本紙本問卷輔助，以便於受訪遊客如為外籍觀光客時，能根據最方便的語言及文字執行面訪。因此，訪問完成之外籍觀光客國籍分配比例，應為符合實際到訪國家風景區之外籍遊客國籍分配比例。103 年來臺觀光旅客人數及比例請參考表 2-7。

第參章 國家風景區整體調查結果分析

本章針對 13 處國家風景區受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

第一節 旅遊決策

本節主要針對國家風景區受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的主要原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

一、旅遊方式

(一) 整體分析：

有 84.00%的受訪遊客表示，本次旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次依序為參加機關／公司舉辦的旅遊 (4.98%)、參加旅行社套裝旅遊(4.57%)、參加其他團體舉辦的旅遊(3.45%)及參加學校／班級舉辦的旅遊(2.33%)；參加宗教團體舉辦的旅遊占 0.66%最低。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年各項旅遊方式的比例，「自行規劃行程旅遊」降低 1.13 個百分點；「參加其他團體舉辦的旅遊」增加 0.96 個百分點。

(三) 交叉分析：

在旅遊方式交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊方式與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」則未達到統計上顯著差異；自變項「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「國家風景區」，因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

教育程度越高的受訪遊客，旅遊方式為「自行規劃行程旅遊」的比例越高。男性(85.54%)、30 歲~39 歲(87.77%)、工作別為服務工作人員(86.47%)、個人每月平均所得為 5 萬元~未滿 10 萬元(89.71%)、到訪海型國家風景區(87.86%)等特質的受訪遊客，旅遊方式為「自行規劃行程旅遊」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

教育程度越低的受訪遊客，旅遊方式為「參加旅行社套裝旅遊」的比例越高。女性(5.60%)、年齡在 70 歲及以上(14.29%)、家管／退休／無業(6.56%)、個人每月平均所得 10 萬元及以上(7.70%)、到訪島型國家風景區(19.05%)等特質的受訪遊客，旅遊方式為「參加旅行社套裝旅遊」的比例，較其他類別的受訪遊客高。

女性(5.26%)、年齡為 50~59 歲(8.07%)、教育程度為高中職(5.15%)、工作別為技術員／事務人員(9.60%)、個人每月平均所得為未滿 3 萬元(6.76%)、到訪島型國家風景區(11.34%)等特質的受訪遊客，「參加機關、公司舉辦的旅遊」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-1】

表 3-1 旅遊方式 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
參加旅行社套裝旅遊	4.57	3.52	5.60	5.47	-0.90
參加學校、班級舉辦的旅遊	2.33	2.18	2.48	1.65	0.68
參加機關、公司舉辦的旅遊	4.98	4.69	5.26	4.60	0.38
參加宗教團體舉辦的旅遊	0.66	0.71	0.62	0.45	0.21
參加其他團體舉辦的旅遊	3.45	3.37	3.53	2.49	0.96
自行規劃行程旅遊	84.00	85.54	82.51	85.36	-1.36
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

二、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

(一) 旅遊資訊來源

1. 整體分析：

受訪遊客獲取旅遊資訊的來源，以透過電腦網路(42.60%)的比例最多；其次為透過親友／同事／同學(34.61%)、手機上網(26.33%)、電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)(9.58%)、平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等)(8.81%)、旅行社(6.82%)、旅遊服務中心(3.58%)及旅遊展覽(1.87%)獲得相關旅遊資訊；而未曾索取相關旅遊資訊的受訪遊客占 22.43%。

2. 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年旅遊資訊來源中，「未曾索取」的比例下降 2.24 個百分點；「平面媒體」增加 2.54 個百分點；「電腦網路」的比例增加 3.43 個百分點；「親友、同事、同學」的比例增加 4.86 個百分點；「旅遊展覽」增加 0.80 個百分點。

從 98 年至 103 年下半年，以「電腦網路」獲取旅遊資訊的比例大致呈現上升趨勢；其他則無明顯的趨勢變化。

3. 交叉分析：

- (1) 在「電腦網路」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊資訊來源與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」則未達到統計上顯著差異。

年齡為 20 歲~29 歲(55.86%)、專技主管人員(48.87%)、未婚(51.38%)、個人月平均收入為 10 萬元及以上(47.15%)、居住地區為金馬地區(93.15%)、來自港澳地區(83.70%)、到訪海型國家風景區(52.87%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。教育程度越高的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊的比例越高。

- (2) 在「親友、同事、同學」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊資訊來源與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「居住地區」，則未達到統計上顯著差異。

女性(36.43%)、年齡為 12 歲~19 歲(49.79%)、學生(48.56%)、未婚(40.94%)、個人月平均收入未滿 3 萬元 (38.97%)、其他國籍遊客(40.92%)、到訪海型國家風景區(38.29%)等特質的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。教育程度越低的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊的比例越高。

- (3) 在「手機上網」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊資訊來源與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係。

女性(28.17%)、年齡為 20 歲~29 歲(37.31%)、專技主管人員(29.98%)、未婚(33.54%)、個人月平均收入為 10 萬元及以上(32.64%)、居住地區為金馬地區(93.15%)、來自港澳地區(52.76%)、到訪島型國家風景區(35.24%)等特質的受訪遊客，透過「手機上網」取得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。教育程度越高的受訪遊客，透過「手機上網」取得旅遊資訊的比例越高。

【詳見表 3-2】

表 3-2 旅遊資訊來源 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
未曾索取	22.43	24.12	20.79	24.67	-2.24
平面媒體 (如旅遊叢書、報章、雜誌等)	8.81	8.18	9.42	6.27	2.54
電子媒體 (如電視、廣播、戶外活動看板等)	9.58	8.79	10.34	8.86	0.72
旅遊服務中心	3.58	2.91	4.24	--	--
電腦網路	42.60	41.69	43.48	39.17	3.43
手機上網	26.33	24.43	28.17	18.10	8.23
旅行社	6.82	6.29	7.34	7.16	-0.34
旅遊展覽	1.87	1.89	1.86	1.07	0.80
親友、同事、同學	34.61	32.74	36.43	29.75	4.86
其他	0.00	0.00	0.00	0.08	-0.08
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.102 年使用智慧型手機比率，換算成手機上網比率為 18.10%，103 年下半年上升 8.23%。

(二) 上網查詢旅遊資訊的工具

1. 整體分析：

在透過電腦網路查詢旅遊資訊的 1,454 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(69.47%)的比例最多；其次為智慧型手機 (iPhone...等) (61.81%)、平板電腦 (iPad...等)(17.61%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (3.55%)；個人數位助理 (PDA)的比例為 0.26%相對較低。

2. 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年使用的上網查詢工具，「智慧型手機 (iPhone...等)」的比例，增加 15.59 個百分點；「電腦（桌上型、筆記型電腦）」降低 13.53 個百分點；「GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)」降低 1.37 個百分點。

3. 交叉分析：

(1) 在「電腦（桌上型、筆記型電腦）」交叉分析卡方檢定中，上網查詢工具與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「國籍」自變項，均未達到統計上顯著差異。

男性(72.06%)、年齡在 50 歲~59(79.63%)歲，教育程度為大專及以上 (71.03%)、專技主管人員(75.25%)、未婚(71.69%)、個人月平均收入為 5 萬

元~未滿 10 萬元(72.99%)、居住在北部地區(73.14%)、到訪島型國家風景區(89.14%)等特質的受訪遊客，透過「電腦 (桌上型、筆記型電腦)」上網查詢的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- (2) 在「智慧型手機 (iPhone...等)」交叉分析卡方檢定中，上網查詢工具與「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」等自變項有顯著關係；自變項「教育程度」、「工作別」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，未達到統計上顯著差異。

女性(64.78%)、年齡為 20 歲~29 歲(66.78%)、離婚 / 喪偶(88.09%)、個人每月平均所得 10 萬元及以上(69.23%)等特質的受訪遊客，透過「智慧型手機 (iPhone...等)」上網查詢的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- (3) 在「平板電腦 (iPad...等)」交叉分析卡方檢定中，上網查詢工具與「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」等，均未達到統計上顯著差異。

年齡為 70 歲級以上(36.28%)、專技主管人員(21.92%)、已婚(20.27%)、個人每月平均所得 10 萬元及以上(33.45%)、居住地區為國外地區(28.66%)、其他國籍(31.70%)、到訪島型國家風景區(36.92%)等特質的受訪遊客，透過「平板電腦 (iPad...等)」上網查詢的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-2.1】

表 3-2.1 上網查詢旅遊資訊的工具 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
電腦 (桌上型、筆記型電腦)	69.47	72.06	67.06	83.00	-13.53
平板電腦 (iPad...等)	17.61	16.97	18.20	19.26	-1.65
智慧型手機 (iPhone...等)	61.81	58.61	64.78	46.22	15.59
GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)	3.55	3.67	3.43	4.92	-1.37
個人數位助理 (PDA)	0.26	0.36	0.17	0.06	0.20
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	1,454	702	752	3,352	--
回答人數(原始)	1,453	704	749	3,355	--

註：本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

三、到國家風景區主要利用的交通工具

(一) 整體分析：

有 58.88%的受訪遊客表示，從出發地到國家風景區主要利用的交通工具是自小客車；其次為大型遊覽車(12.03%)、臺鐵(9.05%)、機車(6.54%)及公、民營客運(3.38%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%。

進一步比較使用公共運輸工具到訪國家風景區之比例，加總受訪遊客主用利用的交通工具為公、民營客運、臺鐵(火車)、高鐵、飛機、船舶、旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)、觀光局臺灣好行接駁等的比例，有 18.79%的受訪遊客，主要使用公共運輸工具到訪國家風景區。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「公、民營客運」的比例，下降 2.64 個百分點；「臺鐵」的比例，增加 1.37 個百分點；「自小客車」的比例，增加 1.18 個百分點；「觀光局臺灣好行接駁」降低 1.00 個百分點。

與 102 年使用陸上公共運輸工具到訪國家風景區的比例(20.11%)相比，103 年下半年降低 1.32 個百分點。

(三) 交叉分析：

到國家風景區主要利用的交通工具交叉分析卡方檢定中，受訪遊客主要利用的交通工具與自變項「性別」有顯著關係；而「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

男性(63.34%)的受訪遊客，主要利用的交通工具為「自小客車」的比例，高於女性(54.54%)的受訪遊客。

【詳見表 3-3】

表 3-3 到國家風景區主要利用的交通工具 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
自小客車	58.88	63.34	54.54	57.7	1.18
大型遊覽車	12.03	11.03	13.01	11.2	0.83
公、民營客運	3.38	2.60	4.15	6.02	-2.64
機車	6.54	6.49	6.59	7.03	-0.49
臺鐵(火車)	9.05	6.86	11.18	7.68	1.37
高鐵	0.63	0.48	0.78	0.85	-0.22
小型巴士	1.46	1.43	1.48	0.97	0.49
飛機	2.73	2.20	3.26	2.47	0.26
船舶	0.63	0.62	0.64	0.37	0.26
出租汽車	0.64	0.80	0.48	0.69	-0.05
計程車	0.68	0.71	0.64	1.39	-0.71
自行車、協力車	0.82	1.18	0.48	0.61	0.21
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	0.98	0.77	1.18	0.32	0.66
觀光局臺灣好行接駁	1.39	1.17	1.60	2.39	-1.00
徒步	0.17	0.34	0.00	0.31	-0.14
捷運	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
纜車	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

註：觀光局臺灣好行接駁、捷運、纜車等為 102 年新增選項。

表 3-3.1 到國家風景區主要利用的交通工具 -- 公共交通工具使用比例年度比較

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
公共運輸工具*	18.79	14.69	22.78	20.11	-1.32
自小客車	58.88	63.34	54.54	57.70	1.18
大型遊覽車	12.03	11.03	13.01	11.20	0.83
機車	6.54	6.49	6.59	7.03	-0.49
小型巴士	1.46	1.43	1.48	0.97	0.49
出租汽車	0.64	0.80	0.48	0.69	-0.05
計程車	0.68	0.71	0.64	1.39	-0.71
自行車、協力車	0.82	1.18	0.48	0.61	0.21
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

註：公共運輸工具包括：公、民營客運、臺鐵(火車)、高鐵、飛機、船舶、旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)、觀光局臺灣好行接駁等。

四、到國家風景區利用的交通工具

(一) 整體分析：

綜合受訪遊客從出發地到國家風景區主要及次要利用的交通工具，有 61.14%的受訪遊客到達國家風景區利用的交通工具是自小客車；其次為大型遊覽車(14.45%)、臺鐵(12.81%)、機車(10.58%)、公、民營客運(6.20%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 4.00%。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「公、民營客運」降低 2.98 個百分點；「大型遊覽車」增加 1.81 個百分點；「臺鐵」增加 1.73 個百分點；「自小客車」上升 1.58 個百分點；「小型巴士」增加 1.53 個百分點。

【詳見表 3-3.2】

表 3-3.2 到國家風景區利用的交通工具(統合主要及次要交通工具) -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
自小客車	61.14	65.13	57.26	59.56	1.58
大型遊覽車	14.45	12.94	15.91	12.64	1.81
公、民營客運	6.20	4.91	7.45	9.18	-2.98
機車	10.58	10.28	10.87	10.76	-0.18
臺鐵(火車)	12.81	9.68	15.85	11.08	1.73
高鐵	0.98	0.78	1.17	1.96	-0.98
小型巴士	2.82	2.07	3.55	1.29	1.53
飛機	3.50	2.60	4.36	4.01	-0.51
船舶	3.66	3.72	3.61	2.88	0.78
出租汽車	2.12	2.00	2.23	1.71	0.41
計程車	1.92	1.69	2.15	2.62	-0.70
自行車、協力車	2.68	3.41	1.97	1.15	1.53
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	2.14	1.57	2.70	1.08	1.06
觀光局臺灣好行接駁	2.47	1.77	3.15	3.51	-1.04
徒步	2.63	1.84	3.39	1.54	1.09
捷運	1.16	0.81	1.51	2.38	-1.22
纜車	0.19	0.16	0.23	0.00	0.19
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

註：1 本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

五、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

(一) 整體分析：

有 27.58%的受訪遊客表示在國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具是自小客車；其次為徒步(6.53%)、機車 (5.98%)、大型遊覽車(5.15%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

(二) 年度比較:

與 102 年相比，103 年下半年「自小客車」的比例，下降 7.95 個百分點；「船舶」的比例，下降 3.17 個百分點；「徒步」的比例，降低 2.09 個百分點；「沒有到此風景區其他景點」的比例，增加 16.26 個百分點。

(三) 交叉分析：

在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具交叉分析卡方檢定中，遊客在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具與自變項「性別」有顯著關係；而「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

1. 男性(29.26%)的受訪遊客，在國家風景區內各景點旅遊主要利用的交通工具為「自小客車」的比例，高於女性(25.95%)的受訪遊客。

【詳見表 3-4】

表 3-4 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
自小客車	27.58	29.26	25.95	35.53	-7.95
大型遊覽車	5.15	4.56	5.73	5.87	-0.72
公、民營客運	1.52	1.35	1.69	2.43	-0.91
機車	5.98	5.73	6.22	6.17	-0.19
臺鐵(火車)	0.68	0.71	0.65	0.47	0.21
高鐵	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
小型巴士	0.85	0.51	1.17	0.64	0.21
飛機	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
船舶	0.15	0.20	0.09	3.32	-3.17
出租汽車	0.87	0.87	0.88	1.12	-0.25
計程車	0.62	0.73	0.51	0.83	-0.21
自行車、協力車	1.97	1.91	2.03	1.59	0.38
旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)	0.58	0.43	0.72	0.79	-0.21
觀光局臺灣好行接駁	1.34	0.67	1.99	2.20	-0.86
徒步	6.53	6.02	7.04	8.62	-2.09
捷運	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
纜車	0.08	0.08	0.08	0.58	-0.50
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
沒有到此國家風景區其他景點	46.11	46.99	45.26	29.85	16.26
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

六、選擇此景點旅遊的主要原因

(一) 整體分析：

有 53.55%的受訪遊客表示選擇此景點旅遊的主要原因是景觀優美；其次為親朋好友推薦(10.00%)、學校／公司或參加的團體安排(7.27%)、順道而來(7.07%)、距離遠近／假期長短(5.91%)；其他選擇此景點旅遊的主要原因比例皆小於 4.00%。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年因為「景觀優美」而選擇到訪的比例，增加 5.17 個百分點；「親朋好友推薦」的比例，增加 2.79 個百分點；「行銷推廣活動或節慶表演節目」的比例，降低 2.39 個百分點；「遊憩設施」的比例，降低 1.99 個百分點；「品嚐當地美食」的比例，降低 1.96 個百分點。

(三) 交叉分析：

在選擇此景點旅遊的主要原因交叉分析卡方檢定中，遊客選擇此景點旅遊的主要原因與自變項「性別」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」有顯著關係；而自變項「年齡」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

1. 男性(55.49%)、專技主管人員(57.98%)、個人每月平均所得在 10 萬元及以上(60.03%)等特質的受訪遊客，選擇此景點旅遊主要原因是「景觀優美」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊原因是「景觀優美」的比例越高。
2. 女性(11.50%)、服務工作人員(13.52%)、個人月收入為未滿 3 萬元(11.19%)等特質的受訪遊客，選擇此景點旅遊主要原因是「親朋好友推薦」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊原因是「親朋好友推薦」的比例越低。
3. 男性(7.77%)、農林漁牧及體力工作者(13.49%)、個人月收入 3 萬元～未滿 5 萬元(7.59%)等特質的受訪遊客，選擇此景點旅遊主要原因是「順道而來」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊原因是「順道而來」的比例越低。

【詳見表 3-5】

表 3-5 選擇此景點旅遊的主要原因 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
景觀優美	53.55	55.49	51.67	48.38	5.17
行銷推廣活動或節慶表演節目	1.61	1.19	2.02	4.00	-2.39
距離遠近、假期長短	5.91	5.56	6.24	6.11	-0.20
親朋好友推薦	10.00	8.45	11.50	7.21	2.79
交通便利	2.28	2.55	2.02	1.59	0.69
運動健身	3.65	3.88	3.43	5.40	-1.75
文化巡禮	1.83	1.24	2.40	2.05	-0.22
宗教活動	0.23	0.24	0.23	0.50	-0.27
學校、公司或參加的團體安排	7.27	6.59	7.93	6.59	0.68
配合國民旅遊卡措施	0.11	0.15	0.06	0.14	-0.03
品嚐當地美食	3.26	3.36	3.17	5.22	-1.96
遊憩設施	3.25	3.55	2.96	5.24	-1.99
順道而來	7.07	7.77	6.39	7.59	-0.52
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

綜合受訪遊客主要、次要選擇該景點的原因，有 68.74%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美；其次依序為親朋好友推薦(23.76%)、距離遠近、假期長短(19.19%)、品嚐當地美食(19.16%)、順道而來(13.89%)、交通便利(13.72%)、遊憩設施(12.52%)、學校／公司或參加的團體安排(10.32%)、運動健身(10.23%)；其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 10.00%。

七、旅遊同伴

(一) 整體分析：

有 63.74%的受訪遊客，其旅遊的同伴主要是家人，其次為朋友、同事(36.28%)及同學(6.08%)；而沒有旅遊同伴的比例占 4.79%。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「朋友、同事」的比例，降低 2.41 個百分點；「同學」的比例，增加 1.47 個百分點。

從 98 年至 103 年下半年，旅遊同伴為「家人」的比例有上升的趨勢，其他旅遊同伴則無明顯的趨勢變化。

(三) 交叉分析：

1. 在「家人」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客之旅遊同伴與自變項「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」及「風景區型態」有顯著關係；與「性別」自變項，未達到統計上顯著差異。

年齡在 40 歲~49 歲(80.62%)、教育程度為國(初)中及以下(72.87%)、農林漁牧及體力工作者(69.59%)、已婚(79.81%)、個人月收入為 5 萬元~未滿 10 萬元(75.85%)、居住在中部地區(68.94%)、本國籍(64.72%)、到訪綜合型國家風景區(67.70%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為「家人」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 在「朋友、同事」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客之旅遊同伴與自變項「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」及「風景區型態」有顯著關係；「性別」自變項，未達到統計上顯著差異。

年齡為 20 歲~29 歲(53.97%)、技術員/事務人員(43.45%)、未婚(50.46%)、個人每月平均所得未滿 3 萬元(46.05%)、港澳籍(61.46%)、到訪島型國家風景區(60.83%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為「朋友、同事」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊同伴是「朋友、同事」的比例越高。

【詳見表 3-6】

表 3-6 旅遊同伴 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
沒有旅遊同伴	4.79	5.83	3.79	4.74	0.05
家人	63.74	64.84	62.67	63.06	0.68
朋友、同事	36.28	35.22	37.31	38.51	-2.23
同學	6.08	4.58	7.54	4.58	1.50
其他	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

註：本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

第二節 遊憩行為

本節主要針對國家風景區的受訪遊客，其國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

一、國家風景區以外的景點之遊玩情形

(一) 整體分析：

有 55.40%的受訪遊客表示不會到國家風景區以外的景點遊玩；而有 44.60%的受訪遊客表示會到該國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「不會」到國家風景區以外的景點遊玩的比例，沒有達到統計上顯著差異。

(三) 交叉分析：

在國家風景區以外景點之遊玩情形交叉分析卡方檢定中，受訪遊客到國家風景區以外景點之遊玩情形，與「年齡」、「教育程度」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「工作別」、「婚姻狀況」未達到統計上顯著差異。

年齡在 12 歲~19 歲(65.74%)、國(初)中及以下教育程度(60.30%)、無經常性收入或沒有收入(60.36%)、本國籍(58.61%)、到訪島型國家風景區(97.48%)等特質的受訪遊客，不會去國家風景區外的景點遊玩之比例，較其他受訪遊客高。

【詳見表 3-7】

表 3-7 國家風景區以外的景點之遊玩情形 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
會	44.60	44.03	45.15	44.62	-0.02
不會	55.40	55.97	54.85	55.38	0.02
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

二、在國家風景區內的旅遊天數

(一) 整體分析：

有 42.29% 的受訪遊客表示，在國家風景區內旅遊的天數半天(4 小時以下)；其次是 1 天(4 小時以上)，不過夜(28.74%)、2 天 1 夜(18.42%)、3 天 2 夜(8.65%)、4 天 3 夜(1.16%)及 5 天以上(0.75%)。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「2 天 1 夜」的比例，減少 2.88 個百分點；「1 天(4 小時以上)，不過夜」的比例，增加 1.38 個百分點；「3 天 2 夜」的比例，增加 1.34 個百分點。

(三) 交叉分析：

在旅遊天數交叉分析卡方檢定中，遊客在國家風景區內的旅遊天數與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」則未達到統計上顯著差異；而自變項「居住地區」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例超過 25%，因此未進行卡方檢定。

1. 年齡為 60 歲~69 歲(52.88%)、工作別為家管／退休／無業(46.70%)、婚姻狀況為離婚／喪偶(47.41%)、個人月收入為未滿 3 萬元(50.26%)、到訪綜合型國家風景區(49.56%)等特質的受訪遊客，旅遊天數為「半天(4 小時以下)」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊天數為「半天(4 小時以下)」的比例越低。
2. 年齡為 70 歲及以上(47.38%)、教育程度為國(初)中及以下(31.76%)、工作別為專技主管人員(30.55%)、已婚(29.98%)、個人月收入為 5 萬元～未滿 10 萬元(30.61%)、到訪海型國家風景區(31.14%)等特質的受訪遊客，旅遊天數為「1 天(4 小時以上)，不過夜」的比例，高於其他類別的受訪遊客。
3. 年齡為 20 歲~29 歲(21.74%)、學生(21.13%)、未婚(19.50%)、個人月收入為 5 萬元～未滿 10 萬元(22.84%)、到訪山型國家風景區(22.22%)等特質的受訪遊客，旅遊天數為「2 天 1 夜」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，旅遊天數為「2 天 1 夜」的比例越高。

【詳見表 3-8】

表 3-8 在國家風景區內的旅遊天數 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
半天(4小時以下)	42.29	42.94	41.66	41.86	0.43
1天(4小時以上)，不過夜	28.74	29.08	28.41	27.36	1.38
2天1夜	18.42	17.87	18.96	21.30	-2.88
3天2夜	8.65	8.34	8.94	7.31	1.34
4天3夜	1.16	1.22	1.10	1.47	-0.31
5天以上	0.75	0.56	0.93	0.70	0.05
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

三、國家風景區內的住宿方式

(一) 整體分析：

針對在國家風景區內旅遊天數超過1天的972位受訪遊客，進一步追問在國家風景區內住宿的方式。其中，以民宿的比例最高(46.54%)；其次為旅館(45.62%)；露營(4.63%)、親友家(含自家)(3.84%)、招待所或活動中心(3.14%)比例皆相對較低。

(二) 年度比較：

與102年相比，103年下半年「旅館」的比例，增加3.19個百分點；「招待所或活動中心」減少1.52個百分點。

(三) 交叉分析：

1. 在「民宿」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客在國家風景區內的住宿方式與「年齡」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「居住地區」、「國籍」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於5的比例，超過25%，因此未進行卡方檢定。

年齡為20歲~29歲(62.29%)、學生(57.15%)、收入未滿3萬元(56.99%)、到訪海型國家風景區(62.02%)等特質的受訪遊客，住宿方式為「民宿」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 在「旅館」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客在國家風景區內的住宿方式與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；

自變項「性別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

年齡為 70 歲及以上(81.11%)、國(初)中及以下(62.76%)、家管／退休／無業(50.89%)、到訪綜合型國家風景區(61.24%)等特質的受訪遊客，住宿方式為「旅館」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-9】

表 3-9 國家風景區內的住宿方式 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
旅館	45.62	47.13	44.25	42.43	3.19
招待所或活動中心	3.14	3.34	2.96	4.66	-1.52
民宿	46.54	43.74	49.09	48.03	-1.49
露營	4.63	5.20	4.11	4.25	0.38
親友家(含自家)	3.84	3.76	3.92	4.26	-0.42
其他	0.50	0.20	0.78	0.00	0.50
回答人數(加權後)	989	471	518	2,634	--
回答人數(原始)	1,138	543	595	2,944	--

註：本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

四、重遊意願

(一) 整體分析：

有 95.36%的受訪遊客表示以後願意再重遊該國家風景區內的景點，僅有 4.64%受訪遊客表示以後不願意再重遊。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年重遊該國家風景區的比例，降低 0.78 個百分點。

(三) 交叉分析：

在重遊意願交叉分析卡方檢定中，遊客重遊意願與「年齡」、「個人每月平均所得」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「居住地區」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

年齡在 50 歲~59 歲(96.18%)、收入在 3 萬元~未滿 5 萬元(97.21%)、本國籍(96.09%)、到訪島型國家風景區(97.80%)的受訪遊客，「願意」重遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-10】

表 3-10 到國家風景區的重遊意願 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103年下半年 -102年
願意	95.36	95.69	95.05	96.14	-0.78
不願意	4.64	4.31	4.95	3.86	0.78
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

五、不願意重遊國家風景區的原因

(一) 整體分析：

針對不願意再重遊國家風景區內景點的 159 位受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。以缺乏特色的比例最高(51.81%)，其次為交通不便(21.62%)、遊憩設施差(19.26%)、花費太高(12.03%)、環境髒亂(7.57%)；其他原因的比例均低於 3.00%。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年不願意再重遊的各項原因比例，均未達到統計上顯著差異。

(三) 交叉分析：

1. 在「缺乏特色」交叉分析卡方檢定中，不願意重遊原因與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。
2. 在「交通不便」交叉分析卡方檢定中，不願意重遊原因與「性別」、「教育程度」、「個人每月平均所得」等，未達到統計上顯著差異；而自變項「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。
3. 在「遊憩設施差」交叉分析卡方檢定中，不願意重遊原因與「性別」、「教育程度」、「個人每月平均所得」等，未達到統計上顯著差異；而自變項「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

【詳見表 3-11】

表 3-11 不願意重遊國家風景區的原因 -- 依性別分

項目	103年下半年 百分比(%)			102年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
缺乏特色	51.81	53.85	50.08	59.87	-8.06
環境髒亂	7.57	8.08	7.14	5.84	1.73
交通不便	21.62	17.82	24.83	21.82	-0.20
遊憩設施差	19.25	18.62	19.78	16.26	2.99
花費太高	12.03	15.93	8.73	10.93	1.10
交通壅塞	1.77	0.00	3.28	3.60	-1.83
其他	2.64	1.81	3.35	3.99	-1.35
回答人數(加權後)	159	73	86	330	--
回答人數(原始)	153	71	82	350	--

註：本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

第三節 旅遊活動偏好與滿意度

本節主要針對國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

一、旅遊活動偏好情形

本調查問卷中旅遊活動偏好項目，因配合觀光局來臺旅客消費動向調查之問項，進行大幅度的重組調整，以致無法進行年度差異分析，因此將不進行年度差異分析。

(一) 旅遊活動類型偏好

1. 整體分析：

有 82.45%的受訪遊客表示國家風景區內喜歡的活動項目為自然賞景活動，其次為美食活動(38.19%)、文化體驗活動(30.27%)、其他休閒活動(21.70%)、運動型活動(20.72%)及遊樂園活動(9.97%)，另外有 3.41%表示都不喜歡、沒有特別感覺。

2. 交叉分析：

(1) 在「自然賞景活動」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客旅遊活動偏好情形與「年齡」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「風景區型態」，則未達到統計上顯著差異。

70 歲及以上(89.65%)、農林漁牧及體力工作者(85.26%)、個人每月平均所得為 3 萬元～未滿 5 萬元(84.00%)、其他國籍(92.54%)等特質的受訪遊客，旅遊活動偏好「自然賞景活動」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- (2) 在「美食活動」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客旅遊活動偏好情形與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「國籍」，則未達到統計上顯著差異。

女性(41.26%)、年齡在 20 歲~29 歲(43.87%)、服務工作人員(41.40%)、未婚(41.03%)、未滿 3 萬元(42.06%)、居住在北部地區(40.46%)、到訪「島型國家風景區」(63.93%)等特質的受訪遊客，旅遊活動偏好「美食活動」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，偏好「美食活動」的比例越高。

- (3) 在「文化體驗活動」交叉分析卡方檢定中，受訪遊客旅遊活動偏好情形與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係。自變項「國籍」則未達到統計上顯著差異。

女性(32.41%)、20 歲~29 歲(34.16%)、專技主管人員(33.49%)、未婚(33.83%)、個人每月平均所得為未滿 3 萬元(34.49%)、居住在南部地區(35.41%)、到訪「島型國家風景區」(59.84%)等特質的受訪遊客，旅遊活動偏好「文化體驗活動」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，偏好「文化體驗活動」的比例越高。

【詳見圖 3-1、表 3-12】

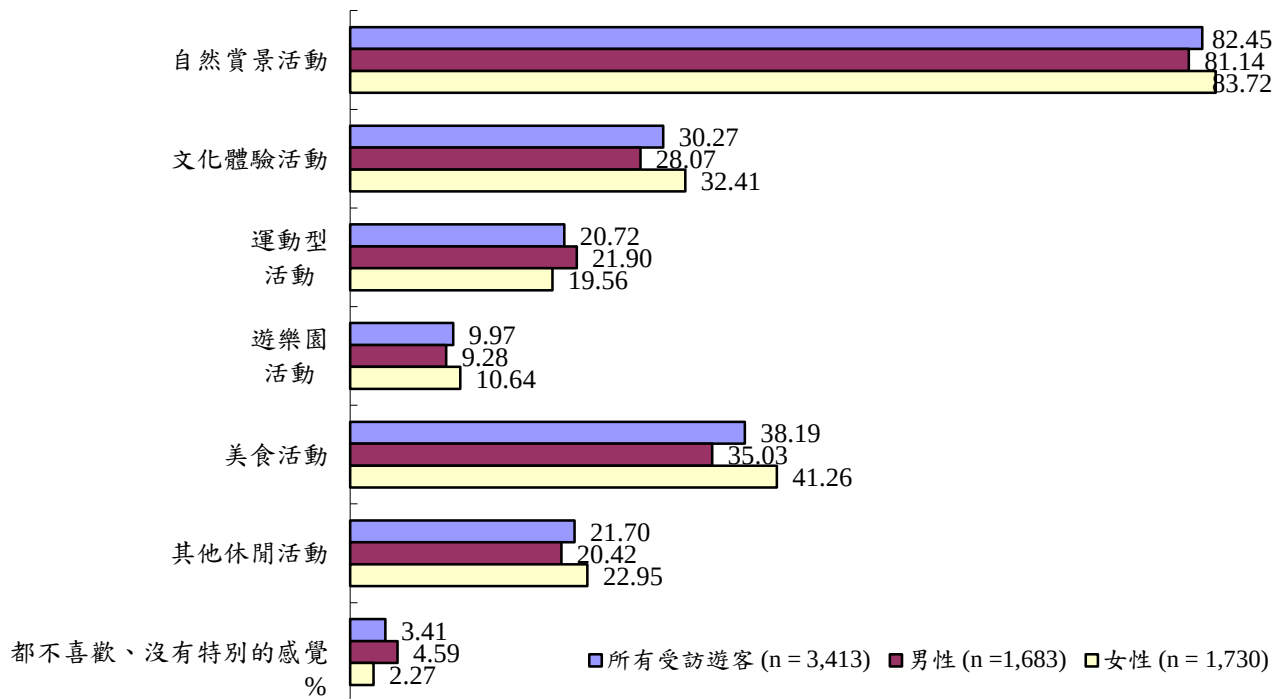


圖 3-1 旅遊活動偏好情形 -- 依性別分

註： 1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。
2.圖中百分比皆經過加權調整。

表 3-12 旅遊活動偏好情形 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
自然賞景活動	82.45	81.14	83.72
文化體驗活動	30.27	28.07	32.41
運動型活動	20.72	21.90	19.56
遊樂園活動	9.97	9.28	10.64
美食活動	38.19	35.03	41.26
其他休閒活動	21.70	20.42	22.95
都不喜歡、沒有特別的感覺	3.41	4.59	2.27
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725

註：本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

(二) 旅遊活動項目偏好「自然賞景活動」之受訪遊客，其喜歡的項目：

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡自然賞景活動的 2,825 位受訪遊客，進一步追問其喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等的比例最高(58.85%)，其次為森林步道健行／露營／登山／溯溪

(52.49%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(21.76%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(19.11%)及觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(16.87%)。

2. 交叉分析：

(1) 在「觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異。

年齡在 20 歲~29 歲(68.07%)、大專及以上(62.06%)、工作別為學生(65.18%)、離婚／喪偶(73.10%)、居住在國外地區(78.30%)、中國大陸籍(81.98%)、到訪「島型國家風景區」(86.49%)等特質的受訪遊客，偏好「觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(2) 在「森林步道健行、露營、登山、溯溪」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」，未達到統計上顯著差異。

50 歲~59 歲(65.72%)、工作別為家管／退休／無業(56.90%)、已婚(58.14%)、5 萬元~未滿 10 萬元(57.79%)、本國籍(54.58%)、到訪「山型國家風景區」(70.30%)等特質的受訪遊客，偏好「森林步道健行、露營、登山、溯溪」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(3) 在「觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「性別」、「工作別」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「年齡」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「國籍」，未達到統計上顯著差異。

女性(24.05%)、家管/退休/無業(25.19%)、到訪「山型國家風景區」(29.66%)等特質的受訪遊客，偏好「觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-13】

表 3-13 自然賞景活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等	58.85	59.08	58.65
森林步道健行、露營、登山、溯溪	52.49	51.44	53.48
觀賞動物 (如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)	16.87	15.23	18.43
觀賞植物 (如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)	21.76	19.34	24.05
觀賞日出、雪景、星象等自然景觀	19.11	18.14	20.03
其他	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	2,814	1,366	1,448
回答人數(原始)	2,801	1,375	1,426

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年增加「森林步道健行、露營、登山、溯溪」、刪除「環湖賞景」。

3.103 年下半年觀賞動、植物(如賞鳥、賞鯨豚、賞螢、賞花等)分為「觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)」及「觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)」兩項。

(三) 旅遊活動項目偏好「文化體驗活動」之受訪遊客，其喜歡的項目：

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡文化體驗活動的 1,031 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟的比例最高(43.06%)，其次依序為參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(27.64%)、表演節目欣賞(19.32%)、節慶活動(17.86%)、懷舊體驗(16.31%)、原住民文化體驗(15.95%)、農場農村旅遊體驗(15.73%)、傳統技藝學習(12.57%)；宗教活動(6.09%)、戰地文化體驗(0.49%)等活動比例相對較低。

2. 交叉分析：

(1) 在「觀賞文化古蹟」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與自變項「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

來自港澳地區(76.56%)、到訪「島型國家風景區」(72.04%)等特質的受訪遊客，偏好「觀賞文化古蹟」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(2) 在「參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)」交叉分析卡方檢定中，遊客

旅遊活動項目與「年齡」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」，未達到統計上顯著差異。

年齡在 70 歲及以上(46.17%)、到訪「海型國家風景區」(39.71%)的受訪遊客，偏好「參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- (3) 在「表演節目欣賞」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與自變項「教育程度」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；與自變項「性別」、「年齡」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「國籍」，均未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

教育程度在國(初)中及以下(27.14%)、居住在東部地區(49.06)、到訪「山型國家風景區」(23.26%)的受訪遊客，偏好「表演節目欣賞」比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-14】

表 3-14 文化體驗活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
觀賞文化古蹟	43.06	44.86	41.55
節慶活動	17.86	17.00	18.59
表演節目欣賞	19.32	17.69	20.69
參觀展覽	27.64	27.58	27.69
傳統技藝學習	12.57	10.79	14.07
農場農村旅遊體驗	15.37	14.57	16.04
原住民文化體驗	15.95	15.43	16.38
宗教活動	6.09	6.69	5.58
懷舊體驗	16.31	14.24	18.05
參觀戲劇節目熱門景點	6.21	4.55	7.60
戰地文化體驗	0.49	0.53	0.45
其他	0.22	0.28	0.17
回答人數(加權後)	1031	471	560
回答人數(原始)	1092	502	590

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年增加「參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)」；

刪除「參觀漁村、聚落」項目。

3.103 年下半年「節慶活動及表演節目欣賞」分為「節慶活動」及「表演節目欣賞」。

(四) 旅遊活動項目偏好「運動型活動」之受訪遊客，其喜歡的項目：

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡運動型活動的 702 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車的比例最高(53.39%)；其次為游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(31.74%)、泛舟／划船(18.06%)、釣魚(9.85%)、慢跑／馬拉松(9.01%)；其他項目的比例皆低於 5.00%。

2. 交叉分析：

(1) 在「騎協力車／單車」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

女性(58.10%)、60 歲~69 歲(76.27%)、國(初)中及以下教育程度(74.06%)、專技主管人員(61.20%)、居住在國外地區(62.54%)、到訪「綜合型國家風景區」(80.11%)等特質的受訪遊客，偏好「騎協力車／單車」的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的受訪遊客，偏好「騎協力車／單車」的比例越高。

(2) 在「游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「年齡」、「工作別」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

70 歲及以上(53.18%)、學生(45.36%)、居住地區為東部地區(41.38%)、到訪「島型國家風景區」(87.56%)等特質的受訪遊客，偏好「游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(3) 在「泛舟、划船」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

居住在東部地區(30.59%)、到訪「山型國家風景區」(30.91%)等特質的受訪遊客，偏好「泛舟、划船」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-15】

表 3-15 運動型活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車	31.74	33.24	30.10
泛舟、划船	18.06	20.09	15.83
觀賞球賽(如棒球、籃球、網球等)	1.90	2.29	1.47
騎協力車、單車	53.39	49.10	58.10
釣魚	9.85	11.68	7.85
飛行傘	4.82	4.01	5.71
球類運動	4.40	5.72	2.96
攀岩	1.57	0.73	2.49
滑草	4.17	3.68	4.71
慢跑、馬拉松	9.01	9.33	8.66
其他	0.87	0.54	1.23
回答人數(加權後)	702	367	335
回答人數(原始)	729	372	357

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年增加「觀賞球賽」及「慢跑、馬拉松」；刪除「露營、登山、森林步道健行(含散步)」、「乘車(汽機車、協力車、自行車)兜風」、「乘坐遊艇、渡輪」、「溯溪」及「熱汽球」等五個項目。

(五) 遊客園活動是廣義的，包含機械遊樂活動、水上遊樂活動、觀賞園區表演節目及遊覽園區特殊主題，在旅遊活動項目偏好「遊樂園活動」之受訪遊客，其喜歡的項目：

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡遊樂園活動的 340 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，以水上遊樂活動的比例最高(46.29%)，其次為觀賞園區表演節目(37.86%)、遊覽園區特殊主題(30.54%)、機械遊樂活動(28.41%)。

2. 交叉分析：

(1) 在「水上遊樂活動」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與自變項「風景區型態」等有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

到訪「島型國家風景區」(100.00%)等特質的受訪遊客，偏好「水上遊樂活動」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(2) 在「觀賞園區表演節目」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於5的比例，超過25%，因此未進行卡方檢定。

到訪「山型國家風景區」(43.47%)特質的受訪遊客等特質的受訪遊客，偏好「觀賞園區表演節目」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(3) 在「遊覽園區特殊主題」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「年齡」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「工作別」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於5的比例，超過25%，因此未進行卡方檢定。

年齡在70歲及以上(100.00%)、5萬元～未滿10萬元(43.60%)、居住在南部地區(44.84%)、訪「山型國家風景區」(39.32%)等特質的受訪遊客等特質的受訪遊客，偏好「遊覽園區特殊主題」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-16】

表 3-16 遊樂園活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
機械遊樂活動	28.41	29.65	27.37
水上遊樂活動	46.29	50.36	42.84
觀賞園區表演節目	37.86	36.01	39.44
遊覽園區特殊主題	30.54	32.81	28.62
其他	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	340	156	184
回答人數(原始)	322	146	176

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年增加「水上遊樂活動」、「觀賞園區表演節目」及「遊覽園區特殊主題」；刪除「一般遊樂活動」

(六) 旅遊活動項目偏好「美食活動」之受訪遊客，其喜歡的項目：

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡遊樂園活動的 1,303 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食的比例最高(88.79%)，其次為茗茶／喝咖啡／下午茶(29.95%)、健康養生料理體驗(10.00%)

2. 交叉分析：

(1) 在「品嚐當地特產／特色美食」交叉分析卡方檢定中，遊客美食活動項目與「教育程度」、「風景區型態」等有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「國籍」，未達到統計上顯著差異；而自變項「居住地區」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

教育程度在大專及以上(90.11%)、到訪「島型國家風景區」(97.78%)等特質的受訪遊客，偏好「品嚐當地特產／特色美食」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(2) 在「茗茶／喝咖啡／下午茶」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」，未達到統計上顯著差異。

港澳國籍(55.72%)、到訪「綜合型國家風景區」(40.38%)特質的受訪遊客等特質的受訪遊客，偏好「茗茶／喝咖啡／下午茶」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-17】

表 3-17 美食活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
品嚐當地特產、特色美食	88.79	89.03	88.60
茗茶、喝咖啡、下午茶	29.95	27.92	31.63
健康養生料理體驗	10.00	7.30	12.23
其他	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	1303	590	714
回答人數(原始)	1272	575	697

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年「美食活動」獨立增加為大項。

(七) 旅遊活動項目偏好「其他休閒活動」之受訪遊客，其喜歡的項目

1. 整體分析：

針對國家風景區內喜歡的活動項目為其他休閒活動的 2,737 位受訪遊客，進一步追問其他休閒活動中其喜歡的項目。其中，以泡溫泉／做 SPA 的比例最高(34.62%)，其次為駕車(汽機車)兜風(31.37%)、乘坐遊艇／渡輪／搭船遊湖(29.30%)、商圈徒步購物(21.27%)，而偏好乘坐熱汽球(6.45%)比例相對較低。

2. 交叉分析：

(1) 在「泡溫泉／做 SPA」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「工作別」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

技術員/事務人員(50.49%)、居住在東部地區(61.56%)、港澳國籍(60.84%)、到訪「山型國家風景區」(60.13%)等特質的受訪遊客，偏好「泡溫泉／做 SPA」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(2) 在「駕車(汽機車)兜風」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「性別」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

男性(36.40%)、到訪「島型國家風景區」(76.03%)等特質的受訪遊客，偏好「駕車(汽機車)兜風」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(3) 在「乘坐遊艇／渡輪／搭船遊湖」交叉分析卡方檢定中，遊客旅遊活動項目與「教育程度」、「居住地區」、「風景區型態」等自變項有顯著關係；自變項「性別」、「年齡」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「國籍」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

大專及以上(32.05%)、居住在南部地區(40.15%)、到訪「島型國家風景區」(65.55%)等特質的受訪遊客，偏好「乘坐遊艇／渡輪／搭船遊湖」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-18】

表 3-18 其他休閒活動中喜歡的活動項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)		
	整體	男性	女性
駕車(汽機車)兜風	31.37	36.40	27.03
泡溫泉、做 SPA	34.62	33.97	35.19
纜車賞景	17.06	17.28	16.88
乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖	29.30	27.31	31.03
乘坐熱汽球	6.45	5.91	6.92
商圈徒步購物	21.27	18.64	23.54
其他	0.00	0.00	0.00
回答人數(加權後)	739	342	397
回答人數(原始)	716	328	388

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

2.103 年下半年增加「駕車(汽機車)兜風」、「纜車賞景」、「乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖」及「乘坐熱汽球」；刪除「品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡」、「觀光果(茶)園參觀活動」等項目。

二、對整體服務的滿意度評價

(一) 整體分析：

有 80.16%的受訪遊客對國家風景區整體滿意度的評價超過 80 分(80~89 分為 47.15%、90~100 分為 33.01%)，對國家風景區整體評價為 70~79 分的受訪遊客占 15.14%，有 3.65%的受訪遊客給予 60~69 分的評價，而給予未滿 60 分評價的比例為 1.04%。

(二) 年度比較：

整體而言，102 年總平均分數為 82.79 分，與 103 年下半年總平均分數(82.80 分)，未達到統計上顯著差異。

(三) 交叉分析：

1. 在整體服務的滿意度評價交叉分析卡方檢定中，遊客對整體服務的滿意度評價與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「性別」、「婚姻狀況」，未達到統計上顯著差異；而自變項「居住地區」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。
2. 因為整體服務滿意度評價為區間尺度(interval scale)，因此本調查再進一步進行單因子變異數分析(One-way ANOVA)；檢定結果發現不同受訪遊客基本資

料中，自變項「教育程度」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，對於國家風景區整體滿意度的評價，達到統計上顯著差異；其中，12~19 歲(總平均分數為 85.40 分)、教育程度為國(初)中及以下(總平均分數為 84.95 分)、學生(總平均分數為 84.33 分)、離婚/喪偶(總平均分數為 83.86 分)、無經常性收入或沒有收入(總平均分數為 83.71 分)、居住於金馬地區(總平均分數為 89.66 分)、中國大陸籍(總平均分數為 88.80)、到訪「綜合型國家風景區」(總平均分數為 84.70 分)等特質的受訪遊客，滿意度評價高於其他類別受訪遊客的評價。

【詳見圖 3-2】

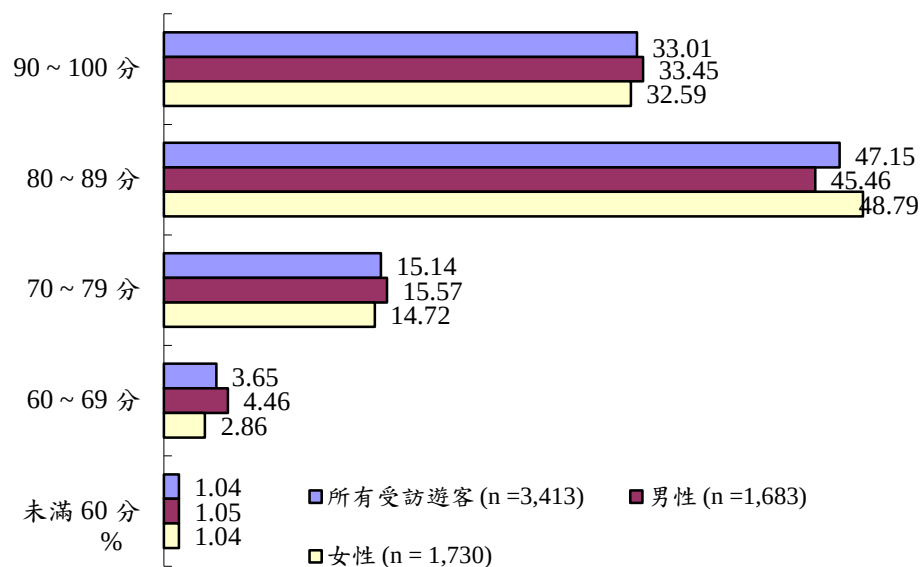


圖 3-2 整體服務滿意度之評價 -- 依性別分

三、各項服務的滿意比例

(一) 整體分析：

受訪遊客對國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，對於整體服務的滿意比例(非常滿意及還算滿意)為 98.98%。而其他各項服務指標的滿意比例高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度(99.37%)
2. 提供之旅遊資訊服務(97.95%)
3. 景點內辦理的活動(97.92%)
4. 景點內空間設計(97.43%)
5. 景點內服務設施(97.29%)

6. 環境美化綠化(97.06%)
7. 環境整潔(95.79%)
8. 引導指標或動線安排 (93.70%)
9. 廁所清潔程度(91.38%)
10. 停車位數量(82.81%)

(二) 年度比較：

扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例，上升 1.84 個百分點；「景點內服務設施」的滿意比例，上升 0.82 個百分點；其他各項服務表現滿意比例，未達到統計上顯著差異。

(三) 交叉分析：

1. 在「服務人員之服務態度」交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「婚姻狀況」，未達到統計上顯著差異；而自變項「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。
2. 在「提供之旅遊資訊服務」交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「工作別」有顯著關係；自變項「性別」、「個人每月平均所得」，未達到統計上顯著差異；而自變項「年齡」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

工作別為專技主管人員(98.63%)特質的受訪遊客，對「提供之旅遊資訊服務」的感到滿意比例(非常滿意%+還算滿意%)，高於其他類別的受訪遊客。

3. 在「景點內辦理的活動」交叉分析卡方檢定中，滿意比例與自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。
4. 在「整體滿意度」交叉分析卡方檢定中，滿意比例與自變項「性別」、「年齡」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

【詳見表 3-19-1、表 3-19-2】

表 3-19-1 國家風景區各項服務滿意比例

項目	百分比(%)					回答人數 (加權後)	回答人數 (原始)
	非常 滿意	還算 滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無此項目或 無此經驗		
1.服務人員之服務態度	40.20	43.72	0.46	0.07	15.55	3,413	3,413
2.景點內服務設施	31.11	63.14	2.55	0.08	3.12	3,413	3,413
3.景點內空間設計	33.84	62.04	2.43	0.11	1.58	3,413	3,413
4.引導指標或動線安排	33.49	57.59	5.90	0.23	2.79	3,413	3,413
5.環境美化綠化	44.50	52.23	2.74	0.19	0.34	3,413	3,413
6.環境整潔	40.87	54.75	3.93	0.27	0.18	3,413	3,413
7.停車位數量	26.50	43.72	12.72	1.87	15.19	3,413	3,413
8.廁所清潔程度	28.04	46.72	6.22	0.84	18.18	3,413	3,413
9.提供之旅遊資訊服務	33.89	47.96	1.65	0.06	16.44	3,413	3,413
10.景點內辦理的活動	3.04	2.80	0.06	0.06	94.04	3,413	3,413
11.整體上	31.36	67.62	0.94	0.08	0.00	3,413	3,413

表 3-19-2 國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	百分比(%)						回答 人數 (加權後)	回答 人數 (原始)	滿意比例		
	非常 滿意	還算 滿意	滿意 小計	不太 滿意	非常 不滿意	不滿意 小計			103 年 下半年 (%)	102 年 (%)	差異 百分點
1.服務人員之服務態度	47.60	51.77	99.37	0.55	0.08	0.63	2,882	2,908	99.37	99.08	0.29
2.景點內服務設施	32.11	65.18	97.29	2.63	0.08	2.71	3,306	3,309	97.29	96.47	0.82*
3.景點內空間設計	34.39	63.04	97.43	2.46	0.11	2.57	3,359	3,359	97.43	96.96	0.47
4.引導指標或動線安排	34.45	59.25	93.70	6.07	0.23	6.30	3,318	3,317	93.70	91.86	1.84*
5.環境美化綠化	44.65	52.41	97.06	2.75	0.19	2.94	3,401	3,399	97.06	97.65	-0.59*
6.環境整潔	40.94	54.85	95.79	3.94	0.27	4.21	3,407	3,405	95.79	95.91	-0.12
7.停車位數量	31.25	51.56	82.81	14.99	2.20	17.19	2,894	2,905	82.81	84.55	-1.74
8.廁所清潔程度	34.27	57.11	91.38	7.60	1.02	8.62	2,793	2,809	91.38	92.50	-1.12
9.提供之旅遊資訊服務	40.56	57.39	97.95	1.98	0.07	2.05	2,852	2,890	97.95	97.67	0.28
10.景點內辦理的活動	50.91	47.01	97.92	1.04	1.04	2.08	203	180	97.92	96.92	1.00
11.整體上	31.36	67.62	98.98	0.94	0.08	1.02	3,413	3,413	98.98	98.89	0.09

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

表 3-20 受訪遊客對各國家風景區內服務人員之服務態度滿意比例
-- 依有無索取資訊及旅遊的方式分

		滿意%			不滿意%			無此經驗、項目或未回答%
		非常滿意	還算滿意	滿意小計	不大滿意	非常不滿意	不滿意小計	
總計		40.14	44.36	84.50	0.64	0.06	0.70	14.80
有無索取資訊	有索取	38.81	40.43	79.25	0.67	0.00	0.67	20.08
	未索取	40.51	45.45	85.96	0.64	0.07	0.71	13.33
旅遊的方式	參加旅行社套裝旅遊	43.82	45.51	89.33	1.69	0.00	1.69	8.98
	參加學校、班級舉辦的旅遊	36.00	53.33	89.33	0.00	0.00	0.00	10.67
	參加機關、公司舉辦的旅遊	33.14	50.86	84.00	0.57	0.00	0.57	15.43
	參加宗教團體舉辦的旅遊	45.45	45.45	90.91	0.00	0.00	0.00	9.09
	參加其他團體舉辦的旅遊	36.21	49.14	85.34	0.00	0.00	0.00	14.66
	自行規劃行程旅遊	40.57	43.45	84.02	0.63	0.07	0.70	15.28

註：滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意

(四) 優弱勢分析：

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目屬於主要優勢指標的有服務人員之服務態度、景點內服務設施、引導指標或動線安排等 3 項。

【詳見圖 3-3】

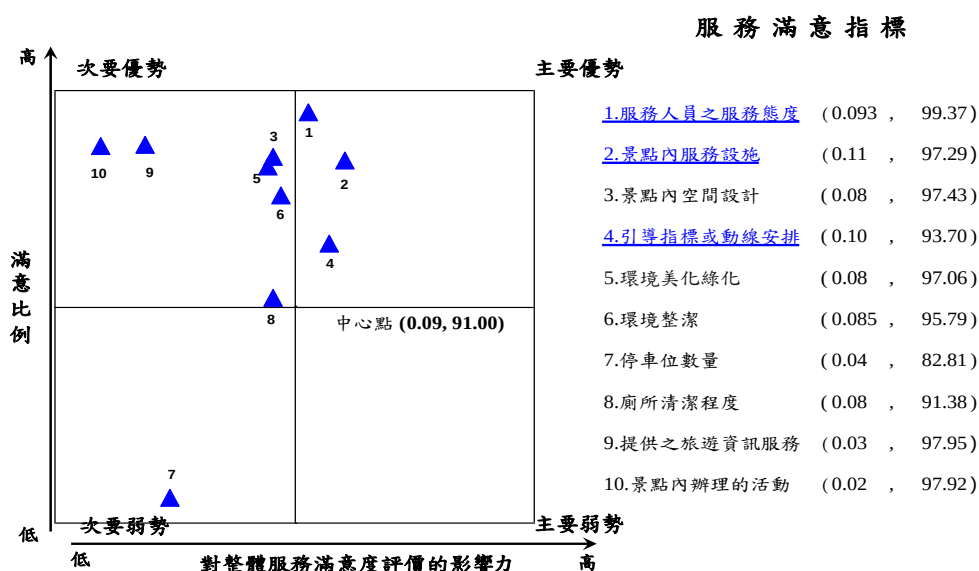


圖 3-3 國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

四、到訪次數

(一) 整體分析：

有 43.15%的受訪遊客表示，此次旅遊為第 1 次到訪該國家風景區；其次為第 5 次以上到訪(23.67%)、第 2 次到訪(18.83%)、第 3 次到訪(10.83%)及第 4 次到訪(3.53%)。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年旅遊到訪次數比例分布情形，沒有達到統計上顯著差異。

(三) 交叉分析：

在到訪次數交叉分析卡方檢定中，遊客到訪次數與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」有顯著關係；而自變項，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

女性(47.39%)、年齡為 12 歲~19 歲(56.43%)、教育程度為大專及以上(44.84%)、學生(58.52%)、未婚(53.94%)、個人每月平均所得未滿 3 萬元(50.31%)、居住地區為國外地區(88.93%)、國籍為中國大陸(94.51%)、到訪「島型國家風景區」(63.30%)等特質的受訪遊客，「第 1 次」到訪的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-21】

表 3-21 到訪次數 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年-102 年
第 1 次	44.11	40.75	47.39	43.15	0.96
第 2 次	19.71	20.29	19.14	18.83	0.88
第 3 次	11.58	12.17	11.01	10.83	0.75
第 4 次	3.14	3.48	2.81	3.53	-0.39
第 5 次以上	21.46	23.32	19.64	23.67	-2.21
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

五、距離上次到訪時間

(一) 整體分析：

針對到訪國家風景區次數超過 1 次以上的 1,907 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，36.14%受訪遊客表示為半年以內；其次為 3 年以上(23.44%)、半年~1 年以內(17.96%)、1~2 年以內(14.74%)及 2~3 年以內(7.71%)。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年距離上次到訪時間在半年~1 年以內者，比例增加 3.07 個百分點；1~2 年以內者，降低 3.05 個百分點。

(三) 交叉分析：

在距離上次到訪時間交叉分析卡方檢定中，受訪遊客距離上次到訪時間與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、有顯著關係；自變項「性別」、「風景區型態」，未達到統計上顯著差異；而自變項「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

年齡為 50 歲~59 歲(48.61%)、教育程度為國(初)中及以下(47.70%)、家管／退休／無業(44.87%)、離婚／喪偶(56.12%)、無經常性收入或沒有收入(42.02%)、居住在東部地區(48.93%)等特質的受訪遊客，距離上次到訪時間為「半年以內」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-22】

表 3-22 距離上次到訪時間 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
半年以內	36.14	36.33	35.94	36.61	-0.47
半年~1 年以內	17.96	17.51	18.45	14.89	3.07
1~2 年以內	14.74	14.57	14.93	17.79	-3.05
2~3 年以內	7.71	7.81	7.60	6.80	0.91
3 年以上	23.44	23.78	23.07	23.91	-0.47
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	1,907	997	910	4,866	--
回答人數(原始)	1,817	955	862	4,842	--

六、與上次到訪經驗比較

(一) 整體分析：

針對到訪國家風景區次數超過 1 次以上的 1,908 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 49.89% 的受訪遊客表示國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多；其次為改善很多(21.49%)及稍有改善(20.10%)。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「稍有改善」的比例，增加 6.33 個百分點，「差不多」的比例，下降 6.12 個百分點。

(三) 交叉分析：

在與上次到訪經驗比較的交叉分析卡方檢定中，受訪遊客與上次到訪經驗比較，與「年齡」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」，未達到統計上顯著差異；而自變項「居住地區」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

年齡為 12 歲~19 歲(62.19%)、工作別為學生(61.60%)、未婚(55.94%)、無經常性收入或沒有收入(56.07%)、到訪「山型國家風景區」(52.22%)等特質的受訪遊客，認為「差不多」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

「與上次到訪經驗比較」與「距離上次到訪時間」交叉分析卡方檢定結果達顯著差異，顯示本次到訪距離上次到訪時間越久的受訪遊客，認為與上次到訪經驗相比，國家風景區整體服務品質改善很多的比例越高。

【詳見表 3-23、表 3-23-1】

表 3-23 與上次到訪經驗比較 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年-102 年
改善很多	21.49	22.98	19.85	22.16	-0.67
稍有改善	20.10	19.43	20.84	13.77	6.33
差不多	49.89	48.80	51.09	56.01	-6.12
較差	1.11	0.87	1.38	1.22	-0.11
不知道/無意見	7.41	7.92	6.85	6.84	0.57
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	1,907	997	910	4,866	--
回答人數(原始)	1,817	955	862	4,842	--

表 3-23-1 「與上次到訪經驗比較」與「距離上次到訪時間」之交叉分析

		與上次到訪經驗比較						
		改善 很多 %	稍微 改善 %	差不多 %	較差 %	不知道 無意見 %	樣本數	總計 %
距離 上次 到訪 時間	半年以內	9.14	15.99	69.00	0.78	5.09	689	100.00
	半年~1 年以內	18.15	19.08	55.41	0.23	7.13	343	100.00
	1~2 年以內	17.84	24.91	46.87	1.34	9.04	281	100.00
	2~3 年以內	22.96	36.86	34.22	1.57	4.39	147	100.00
	3 年以上	44.90	18.69	23.26	2.01	11.14	447	100.00

第四節 消費行為

本節主要針對國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

一、網站訂購相關旅遊產品情形

(一) 整體分析：

有 86.38%的受訪遊客表示沒有透過網路訂購相關的旅遊產品；有 13.62%的受訪遊客表示有透過網路訂購相關旅遊產品。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「有」透過網路訂購相關旅遊產品的比例，下降 2.61 個百分點；而「沒有」透過網路訂購相關旅遊產品的比例，增加 2.61 個百分點。

(三) 交叉分析：

在網站訂購相關旅遊產品情形交叉分析卡方檢定中，受訪遊客透過網站訂購相關旅遊產品情形與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「性別」、「婚姻狀況」、「國籍」，未達到統計上顯著差異。

年齡為 20 歲~29 歲(17.34%)、教育程度為大專及以上(15.73%)、專技主管人員(15.09%)、個人每月平均所得為 5 萬元~10 萬元及以上(16.99%)、居住在國外地區(17.03%)、到訪島型國家風景區(44.99%)等特質的受訪遊客，「有」透過網路訂購旅遊產品的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-24】

表 3-24 透過網路訂購相關旅遊產品情形 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
有	13.62	12.82	14.40	16.23	-2.61
沒有	86.38	87.18	85.60	83.77	2.61
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

二、網站訂購相關旅遊產品種類

(一) 整體分析：

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 465 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 70.39%的受訪遊客表示透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)；其次為火車票／高鐵票／客運車票(33.42%)、套裝行程(16.53%)、門票(9.56%)、機票(9.41%)、船票(7.94%)。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「火車票／高鐵票／客運車票」的比例，增加 4.82 個百分點；「套裝行程」的比例，增加 4.26 個百分點；「門票」的比例，增加 2.64 個百分點。

(三) 交叉分析：

1. 在「旅館(含民宿)」交叉分析卡方檢定中，遊客透過網站訂購旅遊產品的情形，與「性別」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」有顯著關係；自變項

「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「國籍」，未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「居住地區」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

男性(75.39%)、個人每月平均所得 5 萬元～未滿 10 萬元及以上(77.60%)、到訪「島型國家風景區」(83.84%)特質的受訪遊客，透過網路訂購「旅館(含民宿)」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- 在「火車票／高鐵票／客運車票」交叉分析卡方檢定中，遊客透過網站訂購旅遊產品的情形，與「性別」、「年齡」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「國籍」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「教育程度」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「居住地區」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

女性(37.60%)、年齡在 60 歲~69 歲(57.23%)、學生(50.39%)、個人每月平均所得未滿 3 萬元(47.40%)、港澳籍(59.52%)、到訪海型國家風景區(47.97%)等特質的受訪遊客，透過網路訂購「火車票／高鐵票／客運車票」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

- 在「套裝行程」交叉分析卡方檢定中，遊客透過網站訂購旅遊產品的情形，與「工作別」有顯著關係；自變項「性別」、「教育程度」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」，則未達到統計上顯著差異；而自變項「年齡」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」，則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

服務工作人員(26.67%)的受訪遊客，透過網路訂購「套裝行程」的比例，高於其他類別的受訪遊客。 【詳見表 3-25】

表 3-25 網路訂購相關旅遊產品項目 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
套裝行程	16.53	15.57	17.37	12.27	4.26
旅館(含民宿)	70.39	75.39	66.07	70.83	-0.44
機票	9.41	7.49	11.07	10.18	-0.77
火車票／高鐵票／客運車票	33.42	28.60	37.60	28.60	4.82
船票	7.94	9.24	6.81	6.93	1.01
門票	9.56	8.93	10.10	6.92	2.64
其他	1.15	1.27	1.04	0.00	1.15
回答人數(加權後)	465	216	249	1,379	--
回答人數(原始)	527	243	284	1,497	--

註：1.本題為複選題，因此百分比加總不等於百分之百。

三、消費情形

(一) 整體分析：

在國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$2,069，而平均旅遊天數為 1.21 天，所以平均每日消費支出為 NT\$1,710。

整體而言，有 22.33% 的受訪遊客表示，本次旅遊預計花費在「1,000 元~未滿 2000 元」；其次為「500 元~未滿 1,000 元」(19.71%)、「200 元~未滿 500 元」(15.11%)、「2,000 元~未滿 3,000 元」(12.25%)；其他消費支出的比例皆低於 10.00%。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年「200 元~未滿 500 元」的比例，增加 1.35 個百分點；「未滿 200 元」的比例，降低 0.91 個百分點；「6,000 元以上」的比例，增加 1.19 個百分點。

(三) 交叉分析：

在消費情形交叉分析卡方檢定中，受訪遊客消費情形與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「性別」，則未達到統計上顯著差異。

【詳見表 3-26、圖 3-4】

表 3-26 旅遊預計消費支出 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
未滿 200 元	6.00	6.25	5.76	6.91	-0.91
200 元~未滿 500 元	15.11	15.52	14.71	13.76	1.35
500 元~未滿 1,000 元	19.71	20.45	18.98	19.09	0.62
1,000 元~未滿 2,000 元	22.33	21.54	23.10	22.89	-0.56
2,000 元~未滿 3,000 元	12.25	12.40	12.09	12.79	-0.54
3,000 元~未滿 4,000 元	8.10	8.04	8.15	8.65	-0.55
4,000 元~未滿 6,000 元	8.41	8.00	8.81	9.00	-0.59
6,000 元以上	8.09	7.79	8.39	6.90	1.19
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

國家風景區內有無過夜(單位：元)

國家風景區的到訪次數(單位：元)

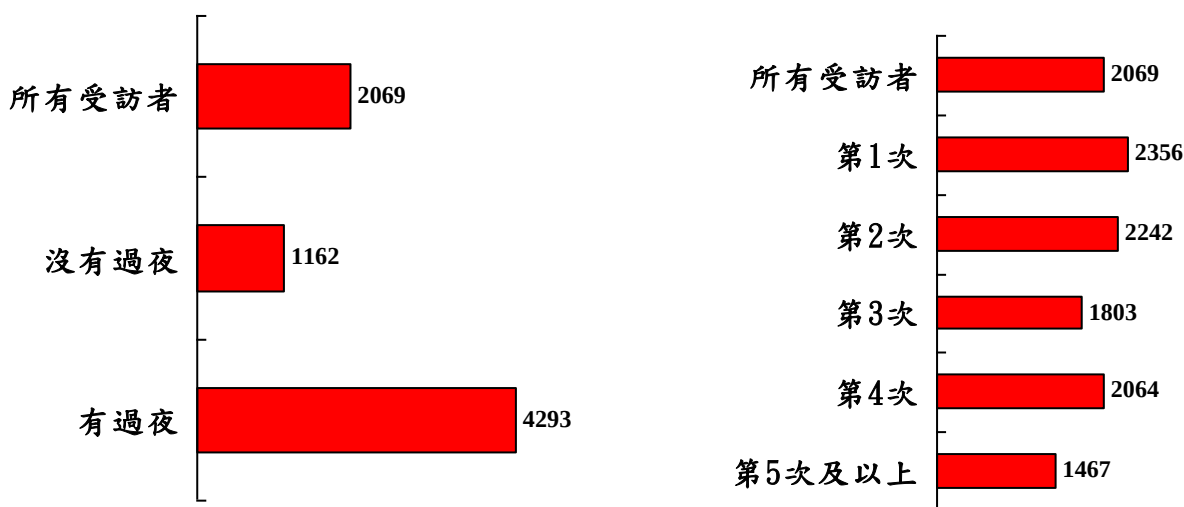


圖 3-4 國家風景區內平均消費情況

四、消費合理性

(一) 整體分析：

有 73.61% 的受訪遊客表示，國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 10.53% 的受訪遊客反應國家風景區內的各項花費較貴(貴(9.11%)、很貴(1.42%))；有 2.98% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(2.40%)、很便宜(0.58%))；而有 12.88 % 的受訪遊客表示在國家風景區內沒有任何花費。

(二) 年度比較：

與 102 年相比，103 年下半年受訪遊客認為在國家風景區內各項花費「貴」的比例，增加 1.61 個百分點；花費「很便宜」的比例，降低 0.98 個百分點。

(三) 交叉分析：

在消費合理性交叉分析卡方檢定中，受訪遊客對各項消費合理性與「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「風景區型態」有顯著關係；自變項「性別」未達到統計上顯著差異；而自變項「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」則因為變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，因此未進行卡方檢定。

年齡為 30 歲~39 歲(76.17%)、教育程度為大專及以上(74.79%)、工作別為服務工作人員(78.11%)、個人月收入為 3 萬元~未滿 5 萬元(77.59%)、到訪山型國家風景區(77.37%)等特質的受訪遊客，感覺花費「合理(還好，可以接受)」的比例，高於其他類別的受訪遊客。

【詳見表 3-27】

表 3-27 國家風景區內消費合理性情形 -- 依性別分

項目	103 年下半年 百分比(%)			102 年 百分比(%)	差異值 百分點
	整體	男性	女性	整體	103 年下半年 -102 年
很貴	1.42	1.24	1.59	1.81	-0.39
貴	9.11	9.01	9.21	7.50	1.61
合理(還好，可以接受)	73.61	72.69	74.51	73.69	-0.08
便宜	2.40	2.59	2.22	2.32	0.08
很便宜	0.58	0.67	0.49	1.56	-0.98
無花費	12.88	13.80	11.98	13.12	-0.24
回答人數合計百分比	100.00	100.00	100.00	100.00	--
回答人數(加權後)	3,413	1,683	1,730	8,558	--
回答人數(原始)	3,413	1,688	1,725	8,558	--

第肆章 各型態國家風景區遊客調查結果分析

本章針對海型、山型、綜合型及島型等 4 種型態的國家風景區受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果比較分析。

第一節 海型國家風景區

海型國家風景區，為濱海型態的國家風景區組合，涵括臺灣東北部、東部及西南部等具有豐富海洋資源、漁業活動、漁村聚落文化及戲水活動等的沿海地區。遊客意見調查的風景區包含，「東北角暨宜蘭海岸」、「東部海岸」、「大鵬灣」、「雲嘉南濱海」等四個國家風景區。

本節以海型國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對海型國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 87.86% 的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次，4.66% 是參加機關／公司舉辦的旅遊；此外，參加其他團體舉辦的旅遊(2.96%)、參加旅行社套裝旅遊(2.60%)比例有 2.00% 以上，而參加學校／班級舉辦的旅遊(1.53%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(0.66%)等旅遊方式所占比例，相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路 (51.87%) 獲得旅遊資訊占最多，其次為親友／同事／同學(38.29%)，手機上網的比例為 31.53%，而電子媒體(9.28%)、平面媒體 (8.67%)、旅行社(6.03%)、旅遊服務中心(3.43%)及旅遊展覽(2.16%)等管道獲得旅遊資訊的比例均不及一成；此外，有 13.28% 受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

年齡為 20 歲~29 歲(63.15%)、服務工作人員(57.31%)、個人每月平均收入 3 萬元~未滿 5 萬元(56.52%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高的遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例越高。

年齡在 12 歲~19 歲(49.24%)、農林漁牧及體力工作者(50.16%)、個人每月平均收入未滿 3 萬元(45.32%)、其他國籍(57.32%)等特質的受訪遊客，透過親友／同事／同學(取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越低的遊客，透過親友／同事／同學取得旅遊資訊管道的比例越高。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 510 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(70.08%)的比例最多；其次為智慧型手機（iPhone...等）(60.78%)、平板電腦（iPad...等）(15.84%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (2.60%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 55.98%的受訪遊客表示，從出發地到該海型國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次為臺鐵(14.81%)、機車(8.47%)、大型遊覽車(7.87%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到該海型國家風景區使用的交通工具，以自小客車(59.12%)的比例較高；其次為臺鐵(20.12%)、機車(13.64%)、大型遊覽車(10.62%)、公／民營客運(7.68%)、船舶(7.49%)、自行車／協力車(4.08%)，其他的交通工具所占比例皆低於 4.00%。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 34.22%受訪遊客表示，在該海型國家風景區內各景點間旅遊，主要利用的交通工具為自小客車；其次為機車(7.81%)、大型遊覽車(4.59%)、徒步(3.87%)、自行車／協力車(3.18%)、觀光局臺灣好行接駁(2.24%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%；此外，有 38.24%的受訪遊客沒有到訪該海型國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合受訪遊客主要、次要選擇該景點的原因，有 65.30%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為親朋好友推薦(28.23%)、品嚐當地美食(21.56%)、順道而來(20.82%)、距離遠近／假期長短(20.33%)、遊憩設施(14.25%)、交通便利(14.31%)、學校／公司或參加的團體安排(8.90%)、文化巡禮(8.31%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(6.65%)及運動健身(6.09%)，其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 57.38%的受訪遊客表示，此次旅遊是與家人同遊；其次，有 40.52%是與朋友／同事同遊，有 5.73%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而此行沒有旅遊同伴的比例占 5.71%。

年齡為 40 歲~49 歲(80.45%)、家管／退休／無業(67.50%)、個人每月平均所得為 5 萬元～未滿 10 萬元(75.89%)、本國籍(58.64%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越低的遊客，與家人同遊的比例越高。

年齡在 20 歲~29 歲(57.68%)、大專及以上(43.07%)、個人每月平均所得未滿 3 萬元(48.94%)、居住在國外地區(57.79%)、港澳籍(86.58%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為朋友／同事的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對海型國家風景區的受訪遊客，在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願等進行分析。

(一) 在國家風景區內的旅遊天數

有 39.99%的受訪遊客表示，在該海型國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)；其次，停留 1 天不過夜的比例為 31.14%，有 16.40%受訪遊客停留 2 天 1 夜，有 10.65%停留 3 天 2 夜，在該海型國家風景區內旅遊 4 天 3 夜的比例占 1.10%。

(二) 國家風景區內的住宿方式

針對 284 位表示在海型國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在該海型國家風景區內住宿的方式。其中，62.02%住宿在民宿為最高，其次，住在旅館的比例也有 35.17%，表示住在親友家(含自家)(3.03%)、露營(2.16%)及招待所或活動中心(2.16%)等住宿方式的比例相對較低。

(三) 重遊意願

有 93.55%的受訪遊客表示，以後願意重遊該海型國家風景區內的景點。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對海型國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務表現滿意比例等三個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 82.13% 的受訪遊客表示，在該海型國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動；其次，偏好美食活動的比例為 46.81%，偏好文化體驗活動的比例為 35.72%，有 28.61% 的比例偏好運動型活動，偏好其他休閒活動的比例為 25.91%，偏好遊樂園活動的比例為 13.06%，相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內自然賞景活動的 808 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以喜歡觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(82.46%)的比例最高，其次為森林步道健行、露營、登山、溯溪(32.12%)、觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(19.00%)及觀賞動物(15.74%)，喜歡觀賞植物的比例為 13.19%，相對較低。

女性(35.43%)特質受訪遊客，偏好森林步道健行、露營、登山、溯溪的比例，高於男性的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內文化體驗活動的 350 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(40.22%)的比例最高，其次依序為參觀展覽(39.71%)、表演節目欣賞(15.70%)、懷舊體驗(15.57%)、節慶活動(15.15%)、農場農村旅遊體驗(10.97%)、傳統技藝學習(10.94%)、宗教活動(8.83%)、參觀戲劇節目熱門景點(8.57%)、原住民文化體驗(7.75%)。

居住在國外地區(65.96%)等特質受訪遊客，偏好參觀展覽的比例，高於其他類別的受訪遊客。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內運動型活動的 275 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(50.37%)的比例最高，其次為騎協力車、單車(43.90%)，泛舟、划船(14.59%)，釣魚的偏好比例為 10.12%，其他活動項目的偏好比例，均在 8.00% 以下。

年齡在 20 歲~29 歲(63.83%)特質受訪遊客，偏好游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車活動的比例，高於年齡類別的受訪遊客。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內遊樂園活動的 128 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，有 53.77% 偏好水上遊樂活動，其次依序為觀賞園區表演節目(43.37%)、遊覽園區特殊主題(34.55%)、機械遊樂活動(30.07%)。

工作別為學生(85.07%)、未婚(70.14%)等特質受訪遊客，偏好水上遊樂活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內美食活動的 461 位受訪遊客，進一步追問喜歡美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(92.99%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(23.62%)，健康養生料理體驗的偏好比例為 7.21%。

國(初)中及以下(100.00%)及個人每月平均所得 10 萬元及以上(100.00%)等特質受訪遊客，偏好品嚐當地特產、特色美食活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡海型國家風景區內其他休閒活動的 254 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以偏好泡溫泉／做 SPA (41.73%)比例最高，其次依序為駕車(汽機車)兜風(34.36%)、乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(33.47%)、商圈徒步購物(22.94%)及乘坐熱氣球(7.30%)。

居住在國外地區(90.46%)特質受訪遊客，偏好泡溫泉／做 SPA 活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 29.88% 的受訪遊客，對該海型國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，48.56% 的受訪遊客評價 80~89 分，評價為 70~79 分的比例為 14.72%，5.44% 的受訪遊客給予 60~69 分，評價未滿 60 分的比例為 1.41%。

海型國家風景區 103 年下半年整體服務滿意度評價總平均分數為 81.99 分。

【詳見圖 4-1-1】

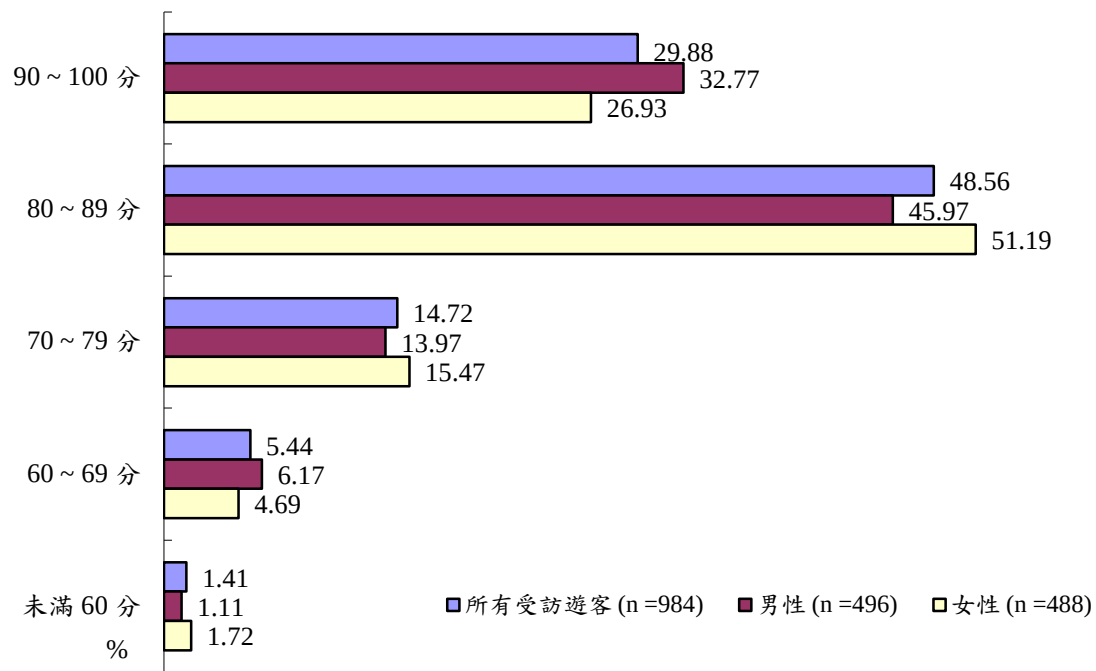


圖 4-1-1 海型國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務表現的滿意比例

詢問受訪遊客對該海型國家風景區所提供各項服務是否滿意時，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 服務人員之服務態度(99.43%)
3. 景點內空間設計(97.43%)
4. 提供之旅遊資訊服務(96.82%)
5. 景點內服務設施 (96.72%)
6. 環境整潔(95.60%)
7. 環境美化綠化(94.28%)
8. 引導指標或動線安排(92.20%)
9. 廁所清潔程度(91.30%)
10. 停車位數量(86.62%)

受訪遊客對海型國家風景區整體服務滿意比例(非常滿意及還算滿意)為 98.84%。

扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，與 102 年相比，103 年下半年「停車位數量」降低 3.63 個百分點，「環境美化綠化」降低 1.85 個百分點，其他各項指標滿意比例，則未達到顯著差異。

【詳見表 4-1-2】

表 4-1-1 海型國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	38.31	42.78	0.34	0.13	18.44	984
2.景點內服務設施	30.91	62.73	3.05	0.13	3.18	984
3.景點內空間設計	32.06	64.36	2.45	0.09	1.04	984
4.引導指標或動線安排	31.95	58.51	7.53	0.12	1.89	984
5.環境美化綠化	37.69	56.41	5.49	0.22	0.19	984
6.環境整潔	37.47	58.01	4.30	0.09	0.13	984
7.停車位數量	28.45	47.18	10.56	1.13	12.68	984
8.廁所清潔程度	27.89	45.90	6.25	0.78	19.18	984
9.提供之旅遊資訊服務	32.30	47.46	2.62	0.00	17.62	984
10.景點內辦理的活動	5.96	2.48	0.00	0.00	91.56	984
11.整體上	30.30	68.54	1.16	0.00	0.00	984

表 4-1-2 海型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	百分比(%)						回答人數 (加權後)	回答人數 (原始)	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計			103 年 下半年 (%)	102 年 (%)	差異 百分點
1.服務人員之服務態度	46.97	52.46	99.43	0.41	0.15	0.57	802	800	99.43	99.06	0.37
2.景點內服務設施	31.92	64.79	96.72	3.15	0.13	3.28	953	950	96.72	96.05	0.67
3.景點內空間設計	32.40	65.03	97.43	2.48	0.09	2.57	974	970	97.43	97.77	-0.34
4.引導指標或動線安排	32.57	59.63	92.20	7.68	0.13	7.80	965	962	92.20	92.40	-0.20
5.環境美化綠化	37.76	56.52	94.28	5.50	0.22	5.72	982	982	94.28	96.13	-1.85*
6.環境整潔	37.52	58.08	95.60	4.31	0.09	4.40	983	983	95.60	95.73	-0.13
7.停車位數量	32.58	54.04	86.62	12.09	1.29	13.38	859	852	86.62	90.25	-3.63*
8.廁所清潔程度	34.51	56.79	91.30	7.74	0.97	8.70	795	778	91.30	92.92	-1.62
9.提供之旅遊資訊服務	39.21	57.61	96.82	3.18	0.00	3.18	811	806	96.82	97.85	-1.03
10.景點內辦理的活動	70.57	29.43	100.00	0.00	0.00	0.00	83	69	100.00	98.48	1.52
11.整體上	30.30	68.54	98.84	1.16	0.00	1.16	984	984	98.84	98.72	0.12

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中，屬於主要優勢指標的有景點內空間設計、引導指標或動線安排、環境美化綠化及廁所清潔程度等 4 項。

【詳見圖 4-1-2】

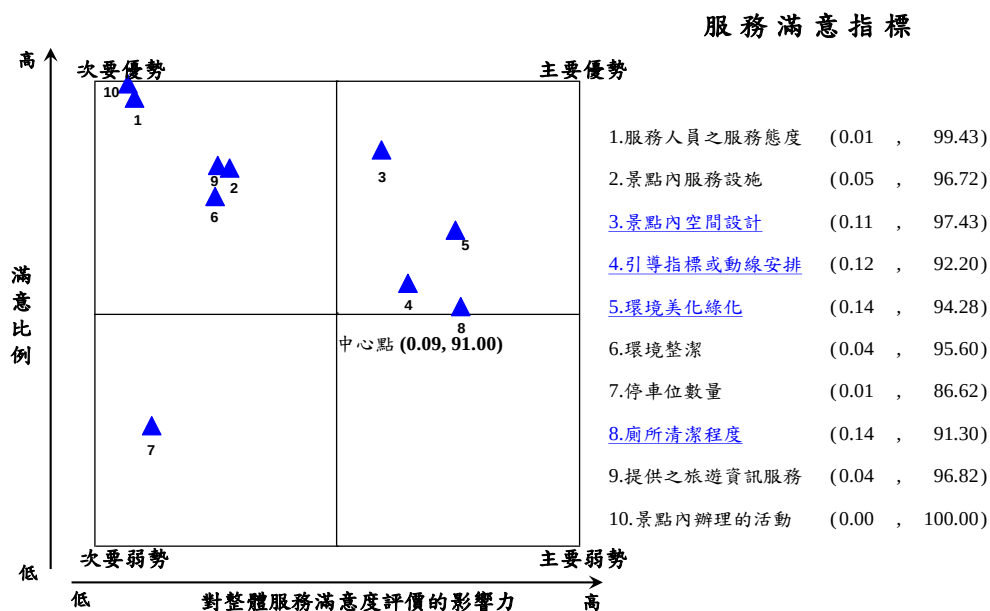


圖 4-1-2 海型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.圖中所使用的數據均經過加權調整。

2.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

3.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

4.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

四、消費行為

本小節主要針對海型國家風景區的受訪遊客，本次到訪該海型國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在該海型國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 15.29%的受訪遊客表示，本次到訪該海型國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品；沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 84.71%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 150 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(67.37%)的比例最高；其次，有 47.97%是訂購火車票／高鐵票／客運車票，訂購套裝行程的比例為 19.71%，透過網路訂購門票的例為 15.98%，訂購船票占 12.81%，訂購機票的比例 5.74%相對較低。

(三) 消費情形

在海型國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$2,240；而海型國家風景區內，受訪遊客平均旅遊天數為 1.24 天，所以平均每日消費支出為 NT\$1,807。

(四) 消費合理性

有 75.23%的受訪遊客表示，在該海型國家風景區內的各項花費合理（還好，可以接受），有 10.67%的受訪遊客認為該海型國家風景區內的各項花費較貴（貴(8.41%)、很貴(2.26%)），有 3.36%的受訪遊客覺得便宜（便宜(3.25%)、很便宜(0.38%)），另有 10.47%的受訪遊客表示，在該海型國家風景區內沒有任何花費。

第二節 山型國家風景區

山型國家風景區，為內陸型態的國家風景區組合，涵括臺灣東部、中部及西南部等具有豐富山林資源、農業活動、農村與原住民聚落文化等的山地地區。遊客意見調查的風景區包含，「花東縱谷」、「參山」、「阿里山」、「茂林」、「西拉雅」等五個國家風景區。

本節以山型國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對山型國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 86.37%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃旅遊行程；其次，3.79%是參加機關、公司舉辦的旅遊，3.51%是參加其他團體舉辦的旅遊；此外，參加學校／班級舉辦的旅遊(2.88%)、參加旅行社套裝旅遊(2.86%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(0.59%)等旅遊方式所占比例，相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(38.29%)獲得旅遊資訊占最多；其次為親友／同事／同學(33.71%)、手機上網(24.33%)，而透過平面媒體(9.19%)、電子媒體(8.55%)、旅行社(4.90%)、旅遊服務中心(4.03%)及旅遊展覽(1.95%)獲得旅遊資訊的比例均不及一成，此外，有 27.39%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

年齡為 20 歲~29 歲(52.06%)、專技主管人員(45.51%)、未婚(49.48%)、個人每月平均所得為 10 萬元及以上(50.14%)、居住在國外地區(53.45%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例越高。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 518 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(66.78%)的比例最多；其次為智慧型手機（iPhone...等）(63.54%)、平板電腦（iPad...等）(16.29%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (4.82%)、個人數位助理（PDA）(0.23%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 65.07%的受訪遊客表示，從出發地到該山型國家風景區最主要利用交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(10.76%)、臺鐵(8.75%)、機車(6.19%)、公／民營客運(2.73%)，其他的交通工具所占比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到該山型國家風景區使用的交通工具，以自小客車(66.73%)的比例較高；其次為大型遊覽車(12.45%)、臺鐵(12.37%)、機車(9.00%)、公／民營客運(4.63%)，其他的交通工具所占比例皆低於 4.00%。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 23.30%受訪遊客表示，在該山型國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車，其次為機車(4.43%)、大型遊覽車(4.22%)、徒步(3.45%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%，此外，有 59.11%的受訪遊客沒有到訪該山型國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇該景點的主要、次要原因，有 72.59%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美；其次依序為親朋好友推薦(23.05%)、品嚐當地美食(22.86%)、距離遠近／假期長短(17.92%)、運動健身(13.74%)、交通便利(13.73%)、遊憩設施(11.60%)、順道而來(10.42%)、文化巡禮(8.41%)、學校／公司或參加的團體安排(8.22%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(5.40%)，其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 1.00%。

(六) 旅遊同伴

有 66.38%的受訪遊客，此次旅遊是與家人同遊；其次，有 33.06%是與朋友、同事同遊，有 6.97%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 3.97%。

年齡為 40 歲~49 歲(82.96%)、教育程度為高中／職(72.89%)、農林漁牧及體力工作者(76.54%)、已婚(79.19%)、個人平均月收入在 5 萬元～未滿 10 萬元(79.68%)、居住在中部地區(72.59%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

年齡在 20 歲~29 歲(52.19%)、未婚(46.26%)、個人月收入未滿 3 萬元(42.81%)、居住在國外地區(54.64%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為朋友、同事的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對山型國家風景區的受訪遊客，在該山型國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願等，進行分析。

(一) 在國家風景區內的旅遊天數

有 41.06%的受訪遊客表示，在該山型國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)，停留 1 天不過夜的比例為 27.76%，有 22.22%受訪遊客停留 2 天 1 夜，有 6.95%停留 3 天 2 夜，在山型國家風景區內旅遊 4 天 3 夜(1.00%)、5 天以上(1.00%)的比例較低。

(二) 國家風景區內的住宿方式

針對 422 位表示在山型國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在該山型國家風景區內住宿的方式。其中，住在旅館的比例 45.04%最高；其次，43.75%住宿在民宿，而露營(7.49%)、親友家(含自家)(4.57%)及招待所或活動中心(2.85%)等住宿方式的比例均不及 8.00%。

(三) 重遊意願

有 96.36%的受訪遊客表示，以後願意重遊該山型國家風景區內的景點。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對山型國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務表現的滿意比例等三個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 83.25%的受訪遊客表示，在該山型國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次，偏好美食活動(32.54%)、文化體驗活動(26.49%)、其他休閒活動(16.13%)及運動型活動(12.75%)的比例有一成二以上，偏好遊樂園活動的比例為 7.09%，相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡該山型國家風景區內自然賞景活動的 1,127 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行、露營、登山、溯溪(70.30%)比例最高，其次為觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(39.42%)，觀賞植物(29.66%)、觀賞日出、雪景、星象等自然景觀活動偏好比例為 20.96%，觀賞動物活動的偏好比例也有 20.20%。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡山型國家風景區內文化體驗活動的 359 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(41.41%)的比例最高，其次為原住民文化體驗(26.45%)、表演節目欣賞(23.26%)、農場農村旅遊體驗(23.22%)、節慶活動(22.39%)、參觀展覽(19.95%)、懷舊體驗(17.26%)、傳統技藝學習(14.29%)，其餘活動項目偏好比例均不及 7.00%。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡山型國家風景區內運動型活動的 173 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車、單車(46.99%)的比例最高，其次為泛舟／划船(30.91%)、游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(16.57%)、滑草(16.18%)、慢跑、馬拉松(14.49%)、飛行傘(11.73%)、球類運動(11.53%)、釣魚(8.24%)，而其他活動項目的偏好比例，均在 3.00%以下。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡山型國家風景區內遊樂園活動的 96 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，有 43.47%表示喜歡觀賞園區表演節目，其次為遊覽園區特殊主題(39.32%)、水上遊樂活動(35.20%)，偏好機械遊樂活動的比例有 16.87%。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡山型國家風景區內美食活動的 441 位受訪遊客，進一步追問喜歡美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(88.27%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(30.29%)，健康養生料理體驗的偏好比例為 12.03%。

居住在中部地區(92.15%)特質受訪遊客，偏好品嚐當地特產、特色美食活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡山型國家風景區內其他休閒活動的 218 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉／做 SPA (60.13%)比例最高，其次依序為駕車(汽機車)兜風(29.38%)、商圈徒步購物(21.64%)、乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(17.78%)及乘坐熱氣球(7.82%)。

教育程度在國(初)中及以下(71.23%)特質受訪遊客，偏好品嚐當地特產、特色泡溫泉／做 SPA 活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 29.76%的受訪遊客，對該山型國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，48.05%評價為 80~89 分，評價 70~79 分的比例為 17.62%，有 3.46%的受訪遊客給予 60~69 分評價，給予未滿 60 分評價的比例為 1.11%。

山型國家風景區 103 年下半年整體服務滿意度評價總平均分數為 81.12 分。

【詳見圖 4-2-1】

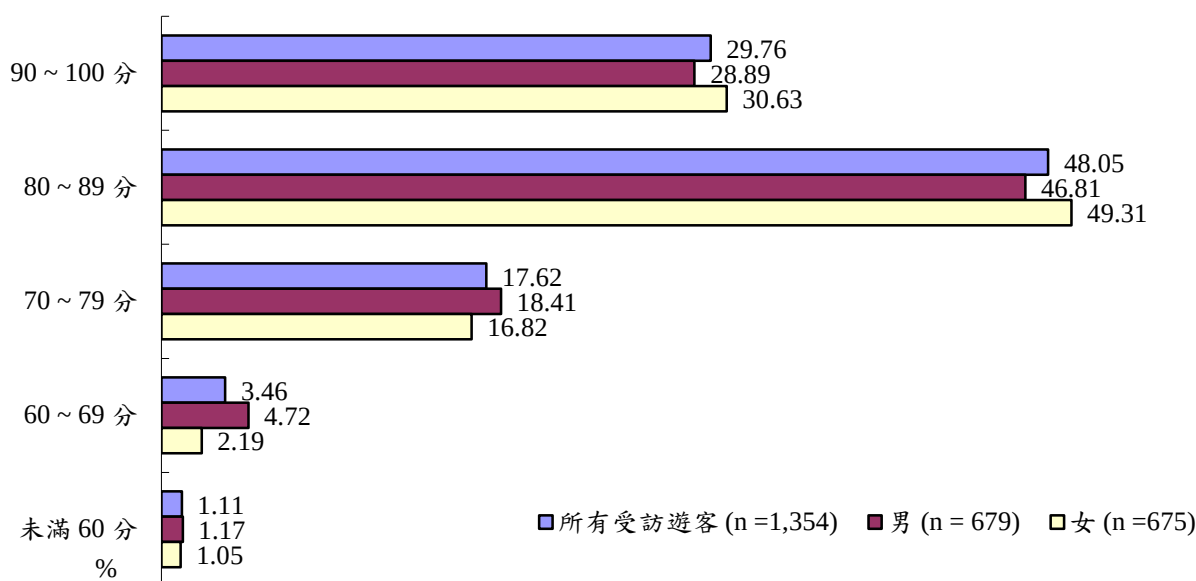


圖 4-2-1 山型國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務表現的滿意比例

受訪遊客對該山型國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度(99.56%)
2. 環境美化綠化(98.23%)
3. 提供之旅遊資訊服務(98.15%)
4. 景點內服務設施(97.05%)
5. 景點內空間設計(96.63%)
6. 景點內辦理的活動(95.51%)
7. 環境整潔(94.90%)
8. 引導指標或動線安排(93.44%)

9. 廁所清潔程度(89.85%)

10. 停車位數量(80.60%)

受訪遊客對山型國家風景區整體服務滿意比例(非常滿意及還算滿意)為98.87%。

扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，與102年相比，103年下半年「景點內服務設施」滿意比例，上升1.69個百分點，「引導指標或動線安排」滿意比例，上升2.94個百分點，其他各項指標滿意比例，與102年相比，沒有顯著差異。

【詳見表4-2-2】

表4-2-1 山型國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	42.69	45.51	0.39	0.00	11.41	1,354
2.景點內服務設施	29.20	65.28	2.76	0.11	2.65	1,354
3.景點內空間設計	31.37	63.54	3.11	0.19	1.79	1,354
4.引導指標或動線安排	33.26	57.82	6.02	0.38	2.52	1,354
5.環境美化綠化	45.10	52.97	1.58	0.19	0.16	1,354
6.環境整潔	38.19	56.63	4.82	0.27	0.09	1,354
7.停車位數量	26.20	43.90	14.89	1.97	13.04	1,354
8.廁所清潔程度	27.38	47.19	7.22	1.21	17.00	1,354
9.提供之旅遊資訊服務	34.92	49.49	1.49	0.10	14.00	1,354
10.景點內辦理的活動	2.39	3.97	0.15	0.15	93.34	1,354
11.整體上	31.25	67.62	0.94	0.19	0.00	1,354

表4-2-2 山型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	百分比(%)						回答人數 (加權後)	回答人數 (原始)	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計			103年下半年 (%)	102年 (%)	差異 百分點
1.服務人員之服務態度	48.19	51.37	99.56	0.44	0.00	0.44	1,200	1,203	99.56	99.00	0.56
2.景點內服務設施	30.00	67.05	97.05	2.84	0.11	2.95	1,318	1,322	97.05	95.36	1.69*
3.景點內空間設計	31.94	64.69	96.63	3.17	0.20	3.37	1,330	1,333	96.63	95.52	1.11
4.引導指標或動線安排	34.13	59.31	93.44	6.17	0.39	6.56	1,320	1,322	93.44	90.50	2.94*
5.環境美化綠化	45.18	53.05	98.23	1.58	0.19	1.77	1,352	1,352	98.23	97.94	0.29
6.環境整潔	38.22	56.68	94.90	4.83	0.27	5.10	1,353	1,353	94.90	95.65	-0.75
7.停車位數量	30.12	50.48	80.60	17.13	2.27	19.40	1,177	1,203	80.60	82.43	-1.83
8.廁所清潔程度	32.99	56.86	89.85	8.70	1.45	10.15	1,124	1,124	89.85	90.91	-1.06
9.提供之旅遊資訊服務	40.60	57.55	98.15	1.73	0.12	1.85	1,164	1,176	98.15	97.09	1.06
10.景點內辦理的活動	35.78	59.73	95.51	2.25	2.24	4.49	90	90	95.51	98.15	-2.64
11.整體上	31.25	67.62	98.87	0.94	0.19	1.13	1,354	1,354	98.87	98.30	0.57

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示103年下半年與102年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內空間設計、引導指標或動線安排、環境美化綠化、環境整潔等 4 項。

【詳見圖 4-2-2】

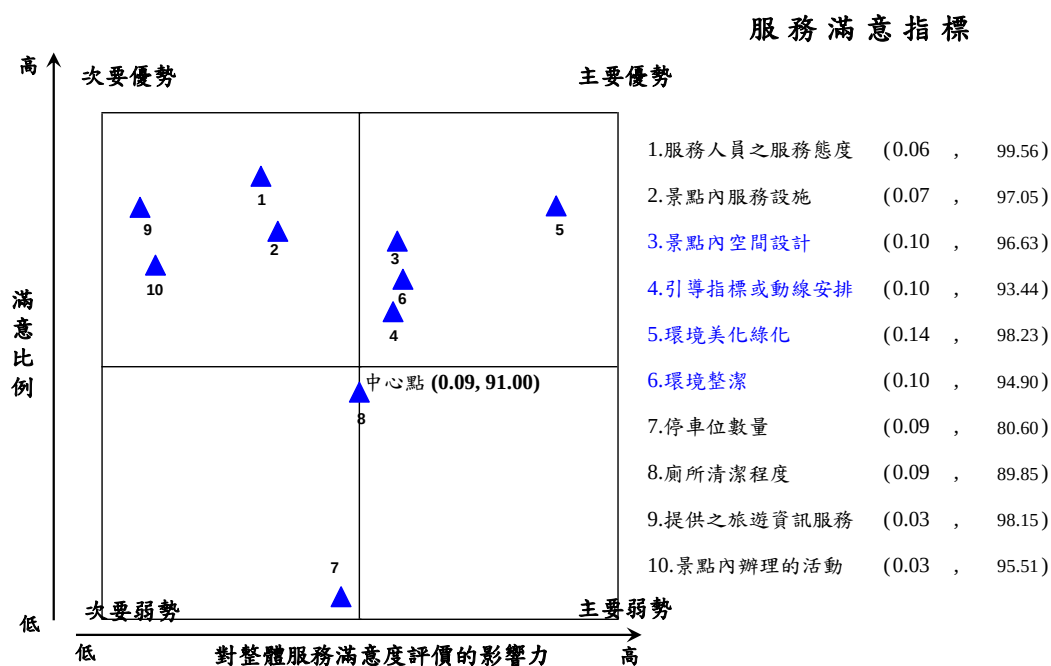


圖 4-2-2 山型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.圖中所使用的數據均經過加權調整。

2.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

3.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

4.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

四、消費行為

本小節主要針對山型國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 13.01%的受訪遊客表示，本次到訪山型國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 86.99%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 175 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(68.95%)的比例最高；其次為火車票／高鐵票／客運車票(34.07%)，13.43%是訂購套裝行程，8.15%訂購門票，透過網路訂購機票(6.09%)及船票(1.15%)的比例相對較低。

(三) 消費情形

在山型國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,802，而山型國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.23 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,465。

(四) 消費合理性

有 77.37%的受訪遊客表示，在山型國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 9.81%的受訪遊客認為山型國家風景區內的各項花費較貴(貴(8.86%)、很貴(0.95%))，有 2.38%的受訪遊客覺得便宜(便宜(1.77%)、很便宜(0.61%))，另有 10.44%的受訪遊客表示，在山型國家風景區內沒有任何花費。

第三節 綜合型國家風景區

綜合型國家風景區，為兼容海洋(或大湖)與陸地型態的國家風景區組合，具有豐富湖海與山林資源、漁業與農業活動、農漁村聚落文化。遊客意見調查的風景區包含，「日月潭」及「北海岸及觀音山」二個國家風景區。

本節以綜合型國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對綜合型國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 77.23%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃旅遊行程；其次是參加旅行社套裝旅遊 (8.50%)，參加機關、公司舉辦的旅遊占 6.77%，而參加其他團體舉辦的旅遊(4.23%)、參加學校、班級舉辦的旅遊(2.44%)等旅遊方式所占比例相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(38.61%)獲得的比例最高，其次為親友／同事／同學(32.14%)、手機上網(22.97%)、電子媒體(11.82%)、旅行社(10.07%)，而透過平面媒體(8.53%)、旅遊服務中心(2.90%)及旅遊展覽(1.43%)獲得旅遊資訊的比例均不及 9.00%，此外，有 25.03%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

年齡為 20 歲~29 歲(50.43%)、工作為農林漁牧及體力工作者(50.69%)、個人月收入 10 萬元及以上(47.46%)、居住在國外地區(47.19%)、港澳國籍(80.49%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客，教育程度越高，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例越高。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 297 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦 (桌上型、筆記型電腦) (71.12%)的比例最多，其次依序為智慧型手機 (iPhone...等) (59.50%)、平板電腦 (iPad...等)(20.75%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (3.04%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 56.38%的受訪遊客表示，從出發地到該綜合型國家風景區主要利用的交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(19.50%)、機車(4.99%)、公／民營客運(4.22%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 4.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到該綜合型國家風景區使用的交通工具，以自小客車(57.94%)的比例較高，其次為大型遊覽車(20.80%)、公／民營客運(7.30%)、機車(6.52%)、臺鐵(6.08%)，其他的交通工具所占比例皆低於 4.00%。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 27.88%受訪遊客表示，在該綜合型國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車，其次為大型遊覽車(5.74%)、機車(3.77%)，自行車／協力車(3.55%)、徒步(14.81%)其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%，此外，有 37.44%的受訪遊客沒有到訪該綜合型國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇旅遊景點主要、次要的原因，有 66.83%的受訪遊客表示，選擇到此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為距離遠近／假期長短(19.56%)、親朋好友推薦(19.13%)、學校／公司或參加的團體安排(15.09%)、交通便利(13.51%)、遊憩設施(12.37%)、順道而來(11.71%)、品嚐當地美食(10.38%)、運動健身(9.94%)、文化巡禮(8.56%)，其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 5.00%。

(六) 旅遊同伴

有 67.70%的受訪遊客，此次旅遊是與家人同遊；其次，有 34.86%是與朋友、同事同遊，有 5.24%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 4.99%。

年齡在 40 歲~49 歲(77.07%)、已婚(80.76%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為家人的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對綜合型國家風景區的受訪遊客，在綜合型國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願等因素進行分析。

(一) 在國家風景區內的旅遊天數

有 49.56%的受訪遊客表示，在綜合型國家風景區內停留半天(4 小時以下)；其次，旅遊天數為 1 天不過夜的比例為 29.49%，有 15.23%受訪遊客停留 2 天 1 夜，有

5.29%停留 3 天 2 夜。

(二) 國家風景區內的住宿方式

針對 161 位表示在該綜合型國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在綜合型國家風景區內住宿的方式。其中，有 61.24%住宿在旅館為最高；其次，住在民宿的比例也有 29.24%，而招待所或活動中心(5.53%)、露營(3.30%)及親友家(含自家)(2.07%)等住宿方式的比例相對較低。

(三) 重遊意願

有 95.69%的受訪遊客表示，未來願意重遊該綜合型國家風景區內的景點。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對綜合型國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務表現的滿意比例等三個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 81.46%的受訪遊客表示，在綜合型國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為偏好美食活動(35.54%)、文化體驗活動(28.01%)、運動型活動(23.33%)、其他休閒活動(22.12%)，表示偏好遊樂園活動(9.76%)的比例相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡該綜合型國家風景區內自然賞景活動的 627 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以喜歡觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(61.08%)的比例最高，其次為森林步道健行、露營、登山、溯溪(49.90%)、觀賞植物(19.02%)、觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(14.93%)，喜歡觀賞動物的比例為 12.84%，相對較低。

年齡在 70 歲及以上(88.90%)、居住在國外地區(81.98%)等特質受訪遊客，偏好觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡綜合型國家風景區內文化體驗活動的 216 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(45.44%)的比例最高，其次為參觀展覽(24.47%)、表演節目欣賞(20.96%)、懷舊體驗(17.63%)、節慶活動(14.70%)、原住民文化體驗(14.47%)、傳統技藝學習 (14.01%)、農場農村旅遊體驗(11.60%)及，而其他活動項目的偏好比例，均在一成以下。

年齡在 60 歲~69 歲(79.82%)特質受訪遊客，偏好觀賞文化古蹟活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡綜合型國家風景區內運動型活動的 172 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車 (80.11%)的比例最高，其次為泛舟／划船(14.12%)、游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(10.09%)、慢跑／馬拉松(7.49%)，而其他活動項目的偏好比例，均在 5.00%以下。

教育程度越高，偏好騎協力車／單車活動的比例越高。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡綜合型國家風景區內遊樂園活動 75 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，有 44.48%表示喜歡機械遊樂活動，其次為水上遊樂活動(37.23%)、觀賞園區表演節目(30.48%)、，偏好遊覽園區特殊主題的比例有 20.43%。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡綜合型國家風景區內美食活動的 274 位受訪遊客，進一步追問喜歡美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(82.21%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(40.38%)，健康養生料理體驗的偏好比例為 10.82%。

居住在國外地區(98.18%)特質受訪遊客，偏好品嚐當地特產、特色美食活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡綜合型國家風景區內其他休閒活動的 186 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以纜車賞景(57.59%)比例最高，其次依序為乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(31.79%)、駕車(汽機車)兜風(24.27%)及商圈徒步購物活動(20.20%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 41.19%的受訪遊客，對該綜合型國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，44.33%的受訪遊客評價為 80~89 分，評價為 70~79 分占 12.08%，有 1.88%的受訪遊客給予 60~69 分的評價，給予未滿 60 分評價的比例為 0.51%。

綜合型國家風景區 103 年下半年整體服務滿意度評價總平均分數為 84.70 分。

【詳見圖 4-3-1】

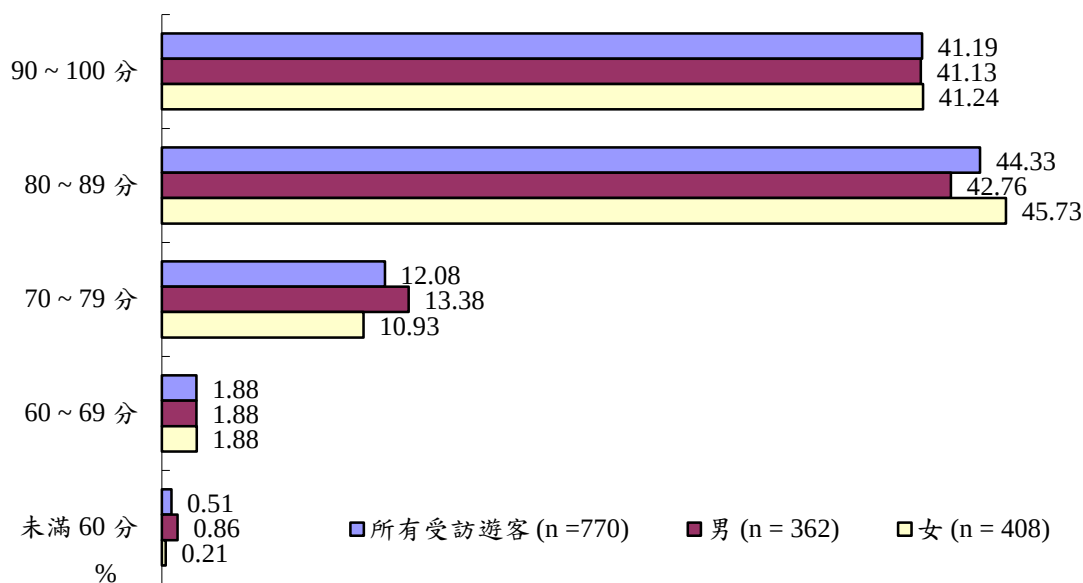


圖 4-3-1 綜合型國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務表現的滿意比例

詢問受訪遊客對該綜合型國家風景區所提供各項服務是否滿意時，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動(100.00%)
2. 服務人員之服務態度(99.32%)
3. 提供之旅遊資訊服務 (99.28%)
4. 景點內空間設計(98.58%)
5. 環境美化綠化(98.53%)
6. 景點內服務設施(98.31%)
7. 環境整潔(97.44%)
8. 引導指標或動線安排(95.96%)
9. 廁所清潔程度(93.88%)
10. 停車位數量(80.71%)

受訪遊客對綜合型國家風景區整體服務滿意比例(非常滿意及還算滿意)為 99.34%，與 102 年相比，下降 0.20 個百分點。

扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例，上升 2.42 個百分點，「提供之旅遊資訊服務」的滿意比例，上升 1.08 個百分點，其他各項指標滿意比例，與 102 年相比，沒有顯著差異。

【詳見表 4-3-2】

表 4-3-1 綜合型國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	38.10	41.81	0.43	0.11	19.55	770
2.景點內服務設施	34.04	60.60	1.63	0.00	3.73	770
3.景點內空間設計	39.72	57.11	1.40	0.00	1.77	770
4.引導指標或動線安排	35.27	56.72	3.76	0.11	4.14	770
5.環境美化綠化	51.26	46.65	1.35	0.11	0.63	770
6.環境整潔	48.64	48.55	2.11	0.45	0.26	770
7.停車位數量	24.23	39.38	12.53	2.67	21.19	770
8.廁所清潔程度	28.88	46.36	4.54	0.37	19.86	770
9.提供之旅遊資訊服務	33.50	46.26	0.58	0.00	19.66	770
10.景點內辦理的活動	0.95	1.46	0.00	0.00	97.59	770
11.整體上	31.79	67.55	0.66	0.00	0.00	770

表 4-3-2 綜合型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	百分比(%)						回答人數 (加權後)	回答人數 (原始)	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計			103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	47.35	51.97	99.32	0.54	0.14	0.68	619	615	99.32	99.20	0.12
2.景點內服務設施	35.36	62.95	98.31	1.69	0.00	1.69	741	740	98.31	98.44	-0.13
3.景點內空間設計	40.44	58.14	98.58	1.42	0.00	1.42	756	756	98.58	98.11	0.47
4.引導指標或動線安排	36.79	59.17	95.96	3.92	0.12	4.04	738	737	95.96	93.54	2.42*
5.環境美化綠化	51.58	46.95	98.53	1.36	0.11	1.47	765	765	98.53	98.98	-0.45
6.環境整潔	48.76	48.68	97.44	2.11	0.45	2.56	768	768	97.44	96.50	0.94
7.停車位數量	30.74	49.97	80.71	15.90	3.39	19.29	607	603	80.71	79.39	1.32
8.廁所清潔程度	36.04	57.84	93.88	5.66	0.46	6.12	617	608	93.88	94.03	-0.15
9.提供之旅遊資訊服務	41.69	57.59	99.28	0.72	0.00	0.72	619	616	99.28	98.20	1.08*
10.景點內辦理的活動	39.33	60.67	100.00	0.00	0.00	0.00	19	18	100.00	94.45	5.55
11.整體上	31.79	67.55	99.34	0.66	0.00	0.66	770	770	99.34	99.54	-0.20

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、環境美化綠化兩項。

【詳見圖 4-3-2】

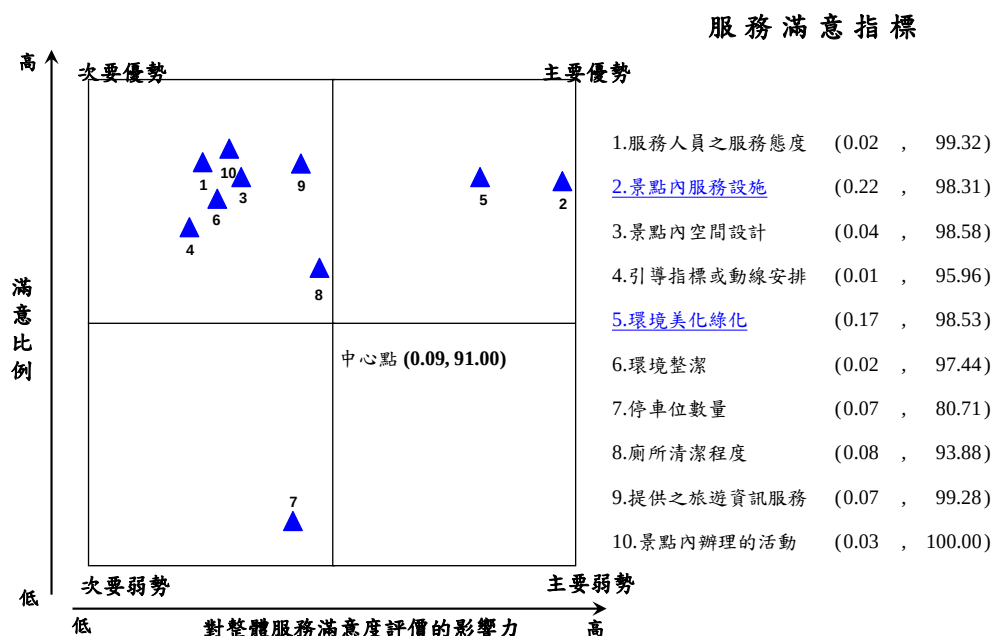


圖 4-3-2 綜合型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.圖中所使用的數據均未經過加權調整。

2.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

3.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

4.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

四、消費行為

本小節主要針對綜合型國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 10.55%的受訪遊客表示，本次到訪該綜合型國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 89.45%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 81 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(83.84%)的比例最高，其次，有 17.83%為訂購套裝行程， 17.53%是訂購火車票／高鐵票／客運車票，透過網路訂購船票占 12.35%，訂購門票比例為 4.12%，訂購機票占 1.37%。

(三) 消費情形

在綜合型國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,792，而綜合型國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.02 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,757。

(四) 消費合理性

有 65.89%的受訪遊客表示，在綜合型國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 11.44%的受訪遊客認為該綜合型國家風景區內的各項花費較貴(貴(10.17%)、很貴(1.27%))，有 2.78%的受訪遊客覺得便宜(便宜(2.01%)、很便宜(0.77%))，另有 19.89%的受訪遊客表示，在該綜合型國家風景區內沒有任何花費。

第四節 島型國家風景區

島型國家風景區，為島嶼型態的國家風景區組合。位居臺灣本島之外，具有豐富的海洋資源與漁業活動、以及獨特的漁村聚落文化。遊客意見調查的風景區包含，「澎湖」及「馬祖」二個國家風景區。

本節以島型國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對島型國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 65.29%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃旅遊的行程，其次，有 19.05%是參加旅行社套裝旅遊，11.34%是參加機關、公司舉辦的旅遊，此外，參加其他團體舉辦的旅遊(3.07%)、參加學校／班級舉辦的旅遊(1.26%)等旅遊方式所占比例，均低於 4.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(46.25%)獲得的比例最高，其次為手機上網(35.24%)、親友／同事／同學(30.60%)、旅行社(16.21%)，而透過平面媒體(6.28%)、旅遊服務中心(5.90%)、電子媒體(5.27%)及旅遊展覽(1.81%)等管道獲得旅遊資訊的比例均不及一成，此外，有 22.21%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 141 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(89.14%)的比例最多；其次為智慧型手機（iPhone...等）(76.20%)、平板電腦（iPad...等）(36.92%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(3.06%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 79.62%的受訪遊客表示，從出發地到該島型國家風景區最主要利用的交通工具是飛機，其次為船舶(11.81%)、機車(5.11%)、自小客車(1.49%)，其他的交通

工具所占的比例皆低於 1.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客從出發地到該島型國家風景區使用的交通工具，以飛機(86.38%)的比例較高，其次依序為船舶(45.25%)、機車(55.88%)、大型遊覽車(30.17%)、自小客車(13.22%)，其他的交通工具所占比例相對較低。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 43.82%受訪遊客表示，在該島型國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為機車，其次為大型遊覽車(27.34%)、自小客車(11.33%)、計程車(2.67%)、小型巴士(2.02%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇旅遊景點主要、次要的原因，有 65.46%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為親朋好友推薦(33.91%)、距離遠近／假期長短(23.78%)、品嚐當地美食(23.30%)、文化巡禮(13.41%)、學校／公司或參加的團體安排(11.65%)、順道而來(10.86%)、交通便利(6.69%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(6.54%)、遊憩設施(7.01%)，其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 3.00%。

(六) 旅遊同伴

有 60.83%的受訪遊客，此次旅遊是與朋友、同事同遊，也有 48.25%是與家人同遊，3.77%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 5.66%。

二、遊憩行為

本小節主要針對島型國家風景區的受訪遊客，在島型國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願等因素進行分析。

(一) 在國家風景區內的旅遊天數

有 63.96%的受訪遊客表示，在該島型國家風景區內停留 3 天 2 夜，其次，有 18.58%停留 4 天 3 夜，有 11.41%停留 2 天 1 夜，旅遊天數為 5 天以上的比例為 4.33%。

(二) 國家風景區內的住宿方式

針對 300 位表示在島型國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在島型國家風景區內住宿的方式。其中，51.81%宿在旅館為最高，住在民宿的比例為 45.70%，住在親友家(含自家)的比例為 8.09%，而住在招待所或活動中心(2.65%)的比例相對較低。

(三) 重遊意願

有 97.80%的受訪遊客表示，未來願意重遊該島型國家風景區內的景點。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對島型國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務表現的滿意比例等三個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

83.90%的受訪遊客表示，在該島型國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次，偏好美食活動的比例為 63.93%，偏好文化體驗活動的比例為 59.84%，偏好運動型活動的比例為 52.45%，其他休閒活動的偏好比例為 44.35%，表示偏好遊樂園活動(27.74%)的比例相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內自然賞景活動的 258 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以喜歡觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(86.49%)的比例最高；其次為觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(38.40%)、觀賞植物(20.19%)、觀賞動物(17.27%)及森林步道健行、露營、登山、溯溪(14.16%)。

男性(91.43%)特質的受訪遊客，偏好觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等活動的比例，高於女性的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內文化體驗活動的 181 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟 (72.04%)的比例最高，其次是節慶活動(20.35%)、戰地文化體驗(13.83%)、參觀展覽(8.11%)，而其他活動項目的偏好比例，均在 5%以下。

男性(80.31%)特質的受訪遊客，偏好觀賞文化古蹟活動的比例，高於女性的受訪遊客。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內運動型活動的 160 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(87.56%)的比例最高，其次為釣魚(49.41%)、騎協力車／單車(5.55%)、慢跑／馬拉松(2.24%)，而其他活動項目的偏好比例，均低於 2.00%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內遊樂園活動的 85 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，有 100.00%的受訪遊客表示喜歡水上遊樂活動。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內美食活動的 195 位受訪遊客，進一步追問喜歡美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(97.78%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(17.62%)，健康養生料理體驗的偏好比例為 13.43%。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡島型國家風景區內其他休閒活動的 135 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以駕車(汽機車)兜風(76.03%)比例最高，其次為乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(65.55%)及商圈徒步購物(10.65%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 39.59%的受訪遊客，對島型國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，44.43%的受訪遊客評價為 80~89 分，有 10.23%的受訪遊客給予 70~79 分的評價，給予 60~69 分評價的比例為 4.49%，另有 1.26%的受訪遊客給予未滿 60 分的評價。

整體而言，島型國家風景區 103 年下半年整體服務滿意度評價總平均分數為 84.11 分。

【詳見圖 4-4-1】

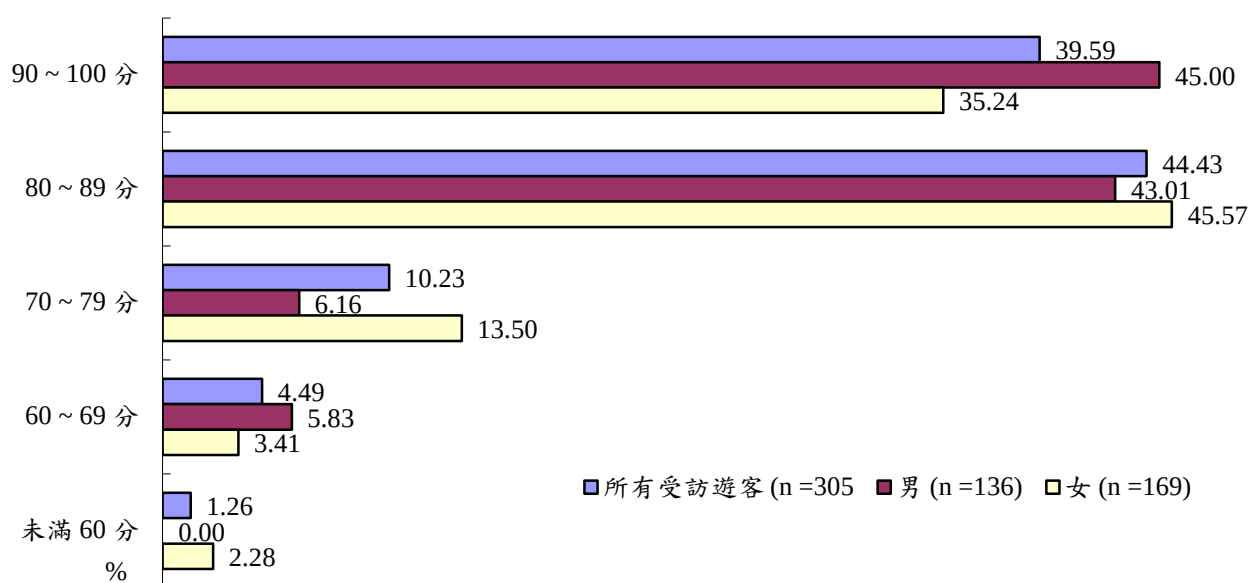


圖 4-4-1 島型國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務表現的滿意比例

詢問受訪遊客對該島型國家風景區所提供各項服務是否滿意時，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動(100.00%)
2. 景點內空間設計(98.54%)
3. 停車位數量 (98.46%)
4. 景點內服務設施(97.21%)
5. 服務人員之服務態度(95.24%)
6. 環境美化綠化(95.23%)
7. 環境整潔(95.18%)
8. 提供之旅遊資訊服務(93.67%)
9. 引導指標或動線安排(92.33%)
10. 廁所清潔程度 (92.15%)

受訪遊客對島型國家風景區整體服務滿意比例（非常滿意及還算滿意）為98.74%。

扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客，與102年相比，103年下半年「服務人員之服務態度」滿意比例，下降4.19個百分點，「停車位數量」滿意比例，上升3.75個百分點，「提供之旅遊資訊服務」滿意比例，下降5.03個百分點，其他各項指標滿意比例，均沒有顯著差異。

【詳見表 4-4-2】

表 4-4-1 島型國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	45.33	46.17	4.57	0.00	3.93	305
2.景點內服務設施	35.19	58.20	2.68	0.00	3.93	305
3.景點內空間設計	33.69	61.74	1.42	0.00	3.15	305
4.引導指標或動線安排	38.10	50.01	7.32	0.00	4.57	305
5.環境美化綠化	44.56	48.20	4.02	0.63	2.59	305
6.環境整潔	44.80	48.51	4.09	0.63	1.97	305
7.停車位數量	34.39	46.02	1.26	0.00	18.33	305
8.廁所清潔程度	33.61	55.05	7.56	0.00	3.78	305
9.提供之旅遊資訊服務	42.59	46.00	5.35	0.63	5.43	305
10.景點內辦理的活動	0.08	0.71	0.00	0.00	99.21	305
11.整體上	45.19	53.55	1.26	0.00	0.00	305

表 4-4-2 島型國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	百分比(%)						回答人數 (加權後)	回答人數 (原始)	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計			103 年 下半年 (%)	102 年 (%)	差異 百分點
1.服務人員之服務態度	47.18	48.06	95.24	4.76	0.00	4.76	293	290	95.24	99.43	-4.19*
2.景點內服務設施	36.63	60.58	97.21	2.79	0.00	2.79	293	297	97.21	97.42	-0.21
3.景點內空間設計	34.79	63.75	98.54	1.46	0.00	1.46	295	300	98.54	97.95	0.59
4.引導指標或動線安排	39.93	52.40	92.33	7.67	0.00	7.67	291	296	92.33	88.68	3.65
5.環境美化綠化	45.75	49.48	95.23	4.12	0.65	4.77	297	300	95.23	95.83	-0.60
6.環境整潔	45.69	49.49	95.18	4.18	0.64	4.82	299	301	95.18	95.80	-0.62
7.停車位數量	42.12	56.34	98.46	1.54	0.00	1.54	249	247	98.46	94.71	3.75*
8.廁所清潔程度	34.93	57.22	92.15	7.85	0.00	7.85	293	299	92.15	94.76	-2.61
9.提供之旅遊資訊服務	45.03	48.64	93.67	5.66	0.67	6.33	288	292	93.67	98.70	-5.03*
10.景點內辦理的活動	9.90	90.10	100.00	0.00	0.00	0.00	2	3	100.00	99.56	0.44
11.整體上	45.19	53.55	98.74	1.26	0.00	1.26	305	305	98.74	99.62	-0.88

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、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、等 5 項。

【詳見圖 4-4-2】

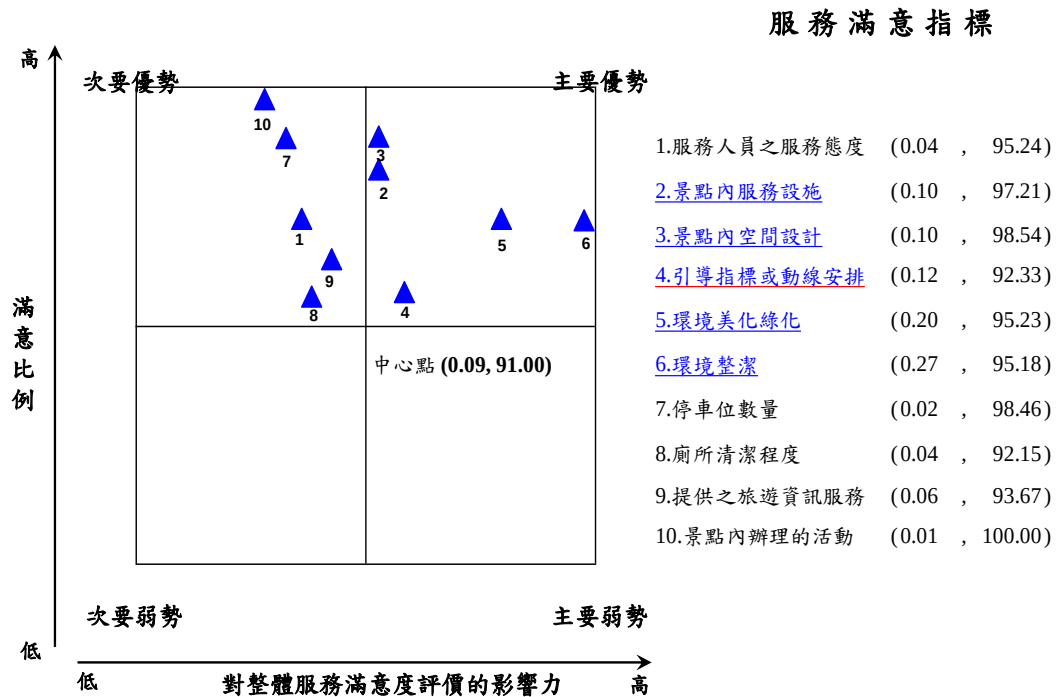


圖 4-4-2 島型國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.圖中所使用的數據均未經過加權調整。

2.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

3.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

4.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

四、消費行為

本小節主要針對島型國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 44.99%的受訪遊客表示，本次到訪該島型國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 55.01%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 137 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購機票(80.05%)的比例最高，其次為旅館(含民宿)(50.66%)，14.71%是訂購套裝行程，10.33%是訂購船票。

(三) 消費情形

在島型國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$9,470，而島型國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 3.12 天，因此平均每日消費支出為 NT\$3,036。

(四) 消費合理性

有 74.26%的受訪遊客表示，在該島型國家風景區內的各項花費合理（還好，可以接受），有 11.33%的受訪遊客認為島型國家風景區內的各項花費較貴（貴(11.17%)、很貴(0.16%)），有 8.74%的受訪遊客覺得便宜(便宜(8.66%)、很便宜(0.08%))，另有 5.67%的受訪遊客表示，在該島型國家風景區內沒有任何花費。

第五節 各型態國家風景區綜合比較

本節綜合比較海型、山型、綜合型及島型等 4 種型態國家風景區，其遊客特質、旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等五個面向之調查結果。

一、遊客特質

本小節主要針對各型態國家風景區的受訪遊客，其性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、個人每月平均所得、居住地區等人口特質進行比較分析。

國家風景區遊客的人口特質包括：男性占 49.31%，女性占 50.69%，年齡主要集中在 30 歲~39 歲(27.36%)占二成七最多，40 歲~49 歲(22.09%)、20 歲~29 歲(21.02%)也有二成以上的比例，教育程度為大學學歷占 42.36%，其次為高中、職 (22.44%)，已婚占 60.39%，個人平均月收入以無經常性收入(24.70%)比例較高，3 萬~未滿 4 萬元占 17.96%。

以不同型態國家風景區的受訪遊客人口特質來看，「海型國家風景區」受訪遊客，男性(50.43%)略多於女性(49.57%)，年齡分布以 30 歲~39 歲(29.33%)、20 歲~29 歲(25.97%)的遊客比例較高，較其他 3 種型態國家風景區高，教育程度在大學及以上(60.85%)的比例，較其他 3 種型態國家風景區遊客特質明顯。

「山型國家風景區」受訪遊客，男性(50.18%)略高於女性(49.82%)，年齡在 40 歲~49 歲(25.29%)年齡組的比例，較其他型態國家風景區之遊客高，已婚(66.34%)、無經常性收入(26.33%)等特質的比例，均為 4 種型態國家風景區中最高。

「綜合型國家風景區」受訪遊客，女性(52.98%)高於男性(47.02%)，年齡在 60 歲~69 歲(8.22%)、70 歲及以上(2.90%)的比例，較其他型態國家風景區之遊客高，教育程度分不趨近于整體，大學學歷(41.33%)，收入為 10 萬元及以上(6.03%)的比例較其他國家風景區明顯。

而「島型國家風景區」受訪遊客，則是女性(55.39%)所占的比例較其他型態國家風景區高，12 歲~19 歲(11.58%)、50 歲~59 歲(16.68%)的比例較其他型態國家風景區高，未婚(51.63%)、收入在 3 萬~未滿 4 萬元(21.65%)等特質的比例較其他國家風景區明顯。

【詳見表 4-5-1】

表 4-5-1 各種型態國家風景區遊客人口特質

單位:%

	屬性	整體	海型 國家風景區	山型 國家風景區	綜合型 國家風景區	島型 國家風景區
性別	男	49.31	50.43	50.18	47.02	44.61
	女	50.69	49.57	49.82	52.98	55.39
年齡	12 歲~19 歲	7.03	7.20	5.54	8.85	11.58
	20 歲~29 歲	21.02	25.97	18.93	18.47	24.24
	30 歲~39 歲	27.36	29.33	24.85	29.29	23.75
	40 歲~49 歲	22.09	19.42	25.29	20.41	17.78
	50 歲~59 歲	13.01	11.20	14.91	11.86	16.68
	60 歲~69 歲	7.18	5.55	7.80	8.22	4.79
	70 歲及以上	2.31	1.34	2.69	2.90	1.18
教育 程度	國小及以下	2.92	1.91	2.79	4.28	2.76
	國(初)中	4.97	3.80	5.33	5.55	7.24
	高中、職	22.44	18.94	25.50	21.49	24.24
	專科	14.85	14.49	15.49	14.16	16.13
	大學	42.36	48.45	38.85	41.33	37.05
	研究所及以上	12.47	12.40	12.04	13.19	12.59
婚姻 狀況	未婚	38.43	45.87	32.82	37.90	51.63
	已婚	60.39	53.26	66.34	60.12	46.24
	離婚 / 喪偶	1.14	0.87	0.75	1.98	2.12
	拒答	0.04	0.00	0.09	0.00	0.00
個人每 月平均 所得	無經常性收入	24.70	21.62	26.33	25.81	22.43
	未滿 2 萬元	4.93	4.92	4.19	6.03	6.06
	2 萬~未滿 3 萬元	14.35	17.64	13.90	11.55	11.33
	3 萬~未滿 4 萬元	17.96	18.45	18.61	16.12	21.65
	4 萬~未滿 5 萬元	14.08	13.03	14.64	14.17	17.38
	5 萬~未滿 7 萬元	13.67	15.34	13.08	13.06	8.17
	7 萬~未滿 10 萬元	6.49	5.95	6.35	7.22	7.78
	10 萬元及以上	3.82	3.05	2.90	6.03	5.19
居住 地區	北部地區	37.18	40.11	31.88	41.59	45.30
	中部地區	24.46	15.21	30.13	25.97	25.74
	南部地區	27.24	35.56	29.85	13.96	24.32
	東部地區	2.86	4.45	3.37	0.40	0.86
	國外地區	8.26	4.67	4.77	18.07	3.77

二、旅遊決策

本小節主要針對各型態國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、選擇此景點旅遊的原因等三個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

「山型國家風景區」受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程(87.86%)的比例，較其他型態國家風景區受訪遊客為高，而「島型國家風景區」(19.05%)、「綜合型國家風景區」(8.50%)受訪遊客參加旅行社套裝旅遊，高於其他 2 種型態國家風景區。

【詳見附表 4-1-A1】

(二) 旅遊資訊

「海型國家風景區」受訪遊客，透過電腦網路(51.87%)或親友、同事、同學(38.29%)取得旅遊資訊的比例，為 4 個型態國家風景區中最高；「綜合型國家風景區」受訪遊客，從電子媒體(11.82%)管道取得旅遊資訊的比例，較其他型態國家風景區為高；「島型國家風景區」受訪遊客，從旅行社(16.21%)取得旅遊資訊的比例，較其他型態國家風景區為高；「山型國家風景區」受訪遊客，表示未曾索取(27.39%)旅遊資訊的比例，為 4 種型態國家風景區中最高。

【詳見附表 4-1-A2】

(三) 選擇此景點旅遊的原因

綜合受訪遊客主要、次要選擇該景點的原因，「綜合型國家風景區」受訪遊客，因為學校／公司或參加的團體安排而選擇到訪此景點旅遊的比例為 15.09%，是 4 種型態國家風景區中最高；「島型國家風景區」在親朋好友推薦(33.91%)、距離遠近／假期長短(23.78%)、品嚐當地美食(23.30%)、文化巡禮(13.41%)四項因素的比例，高於其他型態國家風景區；「山型國家風景區」因景觀優美(72.59%)、運動健身(13.74%)到訪的比例，較其他型態國家風景區高；此外，「海型國家風景區」受訪遊客因順道而來(20.82%)、交通便利(14.31%)、遊憩設施(14.25%)到訪的比例，高於其他型態國家風景區。

【詳見附表 4-1-A4】

三、遊憩行為

本小節主要針對各型態國家風景區的受訪遊客，其在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願等進行分析。

(一) 在國家風景區內的旅遊天數

「綜合型國家風景區」受訪遊客在國家風景區內旅遊的天數為停留半天(4 小時

以下)(49.56%)的比例，為4種型態國家風景區中最高；「山型國家風景區」受訪遊客，2天1夜(22.22%)的比例，高於其他型態國家風景區；「海型國家風景區」受訪遊客，停留1天(4小時以上)，不過夜(31.14%)的比例，高於其他型態國家風景區；「島型國家風景區」受訪遊客停留3天2夜(63.96%)、4天3夜(18.58%)或5天及以上(4.33%)的比例，高於其他型態國家風景區。

【詳見附表 4-1-B3】

(二) 國家風景區內的住宿方式

針對在該型態國家風景區內，旅遊天數超過1天的受訪遊客，進一步追問在該型態國家風景區內住宿的方式。「海型國家風景區」住宿在民宿(62.02%)的比例最高，高於其他型態國家風景區，其他3種型態國家風景區受訪遊客，均以住宿在旅館的比例最高，民宿居次。

【詳見附表 4-1-B3.1】

(三) 重遊意願

各型態國家風景區受訪遊客表示以後願意重遊該型態國家風景區內景點的比例，均維持在九成三至九成八之間，差距不大。

【詳見附表 4-1-B4】

四、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對各型態國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

4個型態的國家風景區，受訪遊客偏好自然賞景活動類型活動的比例均為最高，其次為美食活動，再其次為文化體驗活動；而「島型國家風景區」受訪遊客偏好文化體驗活動(59.84%)、運動型活動(52.45%)、遊樂園活動(27.74%)、其他休閒活動(63.93%)的比例，均較其他型態國家風景區為高。

【詳見附表 4-1-C1】

(二) 各類旅遊細項活動偏好情形

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

「海型國家風景區」、「綜合型國家風景區」及「島型國家風景區」受訪遊客偏好觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等的比例均為最高，高於其他活動項目；「山型國家風景區」受訪遊客偏好森林步道健行、露營、登山、溯溪(70.30%)的比例，較其他型態國家風景區高。

【詳見附表 4-1-C1.1】

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

「島型國家風景區」受訪遊客偏好觀賞文化古蹟(72.04%)、戰地文化體驗(13.83%)的比例，高於其他型態國家風景區；「海型國家風景區」受訪遊客偏好參觀展覽(39.71%)、參觀戲劇節目熱門景點(8.57%)的比例，較其他型態國家風景區高；「山型國家風景區」受訪遊客偏好原住民文化體驗(26.45%)、表演節目欣賞(23.26%)、農場農村旅遊體驗(23.22%)、節慶活動(22.39%)、傳統技藝學習(14.29%)等活動的比例，較其他型態國家風景區高；「綜合型國家風景區」受訪遊客偏好懷舊體驗(17.63%)的比例，較其他型態國家風景區高。

【詳見附表 4-1-C1.2】

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

「山型國家風景區」受訪遊客偏好泛舟、划船(30.92%)、滑草(16.18%)、飛行傘(11.73%)、球類運動(11.53%)的比例，高於其他型態國家風景區；「島型國家風景區」受訪遊客偏好游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(87.56%)、釣魚(49.41%)活動的比例，較其他型態國家風景區高；「綜合型國家風景區」受訪遊客偏好騎協力車、單車(80.11%)的比例，較其他型態國家風景區高。

【詳見附表 4-1-C1.3】

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

「山型國家風景區」受訪遊客偏好觀賞園區表演節目(43.47%)、遊覽園區特殊主題(39.32%)的比例，高於其他型態國家風景區；「綜合型國家風景區」受訪遊客偏好機械遊樂活動(44.48%)的比例，高於其他型態國家風景區；「島型國家風景區」受訪遊客偏好水上遊樂活動 (100.00%)的比例，較其他型態國家風景區高。

【詳見附表 4-1-C1.4】

5. 美食活動中喜歡的活動項目

4 個型態的國家風景區，受訪遊客偏好品嚐當地特產、特色美食的比例均為最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶，再其次為健康養生料理體驗。

【詳見附表 4-1-C1.5】

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

「綜合型國家風景區」受訪遊客偏好纜車賞景(57.59%)的比例，高於其他型態國家風景區；「島型國家風景區」受訪遊客偏好駕車(汽機車)兜風(76.03%)的比例，較其他型態國家風景區高；「山型國家風景區」受訪遊客偏好泡溫泉、做 SPA (60.13%)的比例，較其他型態國家風景區高；「海型國家風景區」受訪遊客偏好商圈徒步購物(22.94%)的比例，較其他型態國家風景區高。

【詳見附表 4-1-C1.6】

五、消費行為

本小節主要針對各型態國家風景區的受訪遊客，本次到訪該型態國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在該型態國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

「島型國家風景區」受訪遊客到訪國家風景區之前，有透過網站購買旅遊產品(44.99%)的比例，高於其他型態國家風景區。

【詳見附表 4-1-D1】

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，「綜合型國家風景區」受訪遊客透過網路訂購旅館(含民宿)(83.84%)的比例，高於其他型態國家風景區；「島型國家風景區」受訪遊客透過網路訂購機票(80.05%)的比例，較其他國家風景區高；「海型國家風景區」受訪遊客透過網路訂購火車票／高鐵票／客運車票(47.97%)、套裝行程(19.71%)的比例，較其他國家風景區高。

【詳見附表 4-1-D1.1】

(三) 消費情形

各型態國家風景區受訪遊客平均預計消費支出依序為，「島型國家風景區」(NT\$9,470)、「海型國家風景區」(NT\$2,240)、「山型國家風景區」(NT\$1,802)、「綜合型國家風景區」(NT\$1,792)。

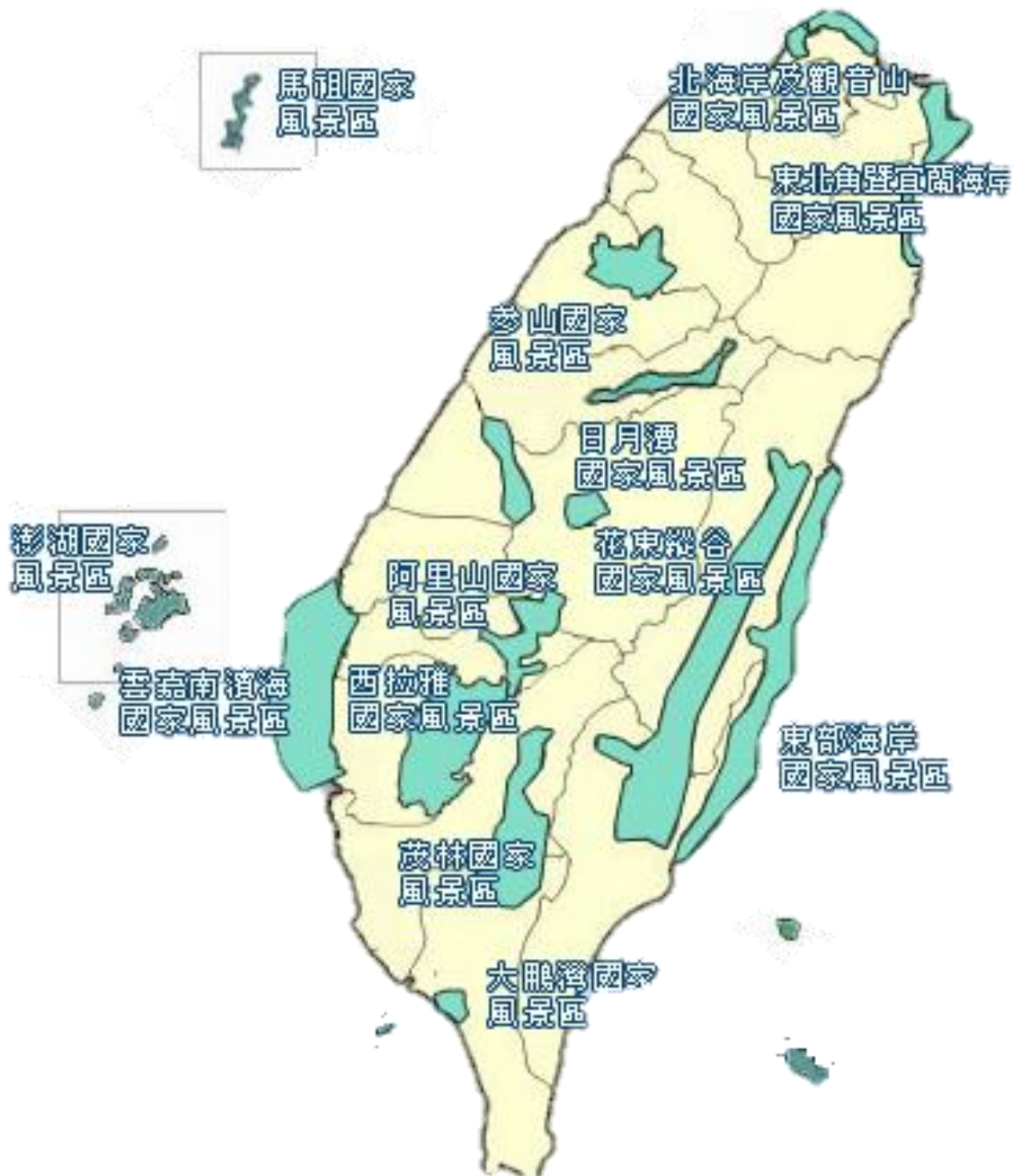
(四) 消費合理性

各型態國家風景區受訪客認為國家風景區內各項花費合理(還好，可以接受)的比例，依序是「山型國家風景區」(77.37%)、「海型國家風景區」(75.23%)、「島型國家風景區」(74.26%)、「綜合型國家風景區」(65.89%)。

【詳見附表 4-1-D3】

第伍章 各國家風景區調查結果分析

本章分別針對東北角暨宜蘭海岸、東部海岸、澎湖、大鵬灣、花東縱谷、馬祖、日月潭、參山、阿里山、茂林、北海岸及觀音山、雲嘉南濱海及西拉雅等 13 個國家風景區，各個國家風景區受訪遊客的調查結果進行分析。



第一節 東北角暨宜蘭海岸國家風景區



東北角暨宜蘭海岸國家風景區是臺灣東北角一帶具有特殊地質景觀與歷史的國家級風景特定區，北起新北市瑞芳區南雅里，南至蘇澳鎮內埤海灘南方岬角，西以臺2線省道往南接臺2戊及臺9省道為界，東至高潮線向海延伸200公尺。包含的行政區涵蓋新北市及宜蘭縣102.5公里，轄區總面積為17,421公頃。本次東北角暨宜蘭海岸國家風景區，遊客意見調查景點包含，「外澳海濱遊憩區」、「福隆遊客中心」、「鼻頭角步道」、「南方澳遊客中心」等四個景點。

本節以東北角暨宜蘭海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有88.34%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次，4.59%是參加其他團體舉辦的旅遊，3.18%表示是參加機關／公司舉辦的旅遊；此外，參加旅行社套裝旅遊的比例為1.77%、參加宗教團體舉辦的旅遊(1.06%)、參加學校／班級舉辦的旅遊(1.06%)等旅遊方式所占比例，均低於2.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過親友／同事／同學(42.40%)及電腦網路(42.40%)獲得旅遊資訊占最多，其次為手機上網(21.55%)，平面媒體(10.25%)、等管道的比例也有一成以上，電子媒體(6.71%)、透過旅行社(5.65%)、旅遊服務中心(3.53%)及旅遊展覽(2.83%)獲得旅遊資訊的比例不及一成，此外，有20.85%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

年齡在20歲~29歲(61.70%)、學歷大專及以上(51.23%)、農林漁牧及體力工作者(70.00%)、調查遊憩景點為南方澳遊客中心(66.00%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」獲得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

年齡在30歲~39歲(30.86%)、學歷大專及以上(27.09%)等特質的受訪遊客，透過「手機上網」獲得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

年齡在20歲~29歲(63.83%)的受訪遊客，透過「親友／同事／同學」獲得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 120 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(78.33%)的比例最多，其次為智慧型手機（iPhone...等）(50.83%)、平板電腦（iPad...等）(14.17%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (5.00%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 54.06%的受訪遊客表示，從出發地到東北角暨宜蘭海岸國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車；其次為臺鐵(16.61%)、大型遊覽車(9.89%)、公、民營客運(7.07%)、觀光局臺灣好行接駁(3.89%)、機車(3.89%)、自行車／協力車(3.18%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 1.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(55.12%)的比例較高，其次為臺鐵(24.38%)、公／民營客運(13.78%)、自行車／協力車(12.37%)、大型遊覽車(9.89%)、觀光局臺灣好行接駁(5.30%)、捷運(5.65%)、機車(4.95%)，其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 42.76%受訪遊客表示，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車；其次為自行車／協力車(10.95%)、大型遊覽車(8.13%)、徒步(7.07%)、觀光局臺灣好行接駁(5.65%)、機車(3.89%)、公、民營客運(3.89%)、臺鐵(3.53%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%；此外，有 11.66%的受訪遊客沒有到訪東北角暨宜蘭海岸國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 64.66%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美；其次依序為品嚐當地美食(24.38%)、距離遠近、假期長短(20.85%)、親朋好友推薦(16.96%)、交通便利(16.25%)、順道而來(15.19%)、運動健身(12.72%)、遊憩設施(10.95%)、學校／公司或參加的團體安排(9.54%)；其他選擇此景點旅遊原因的比例，皆低於 5.00%。

(六) 旅遊同伴

有 60.42%的受訪遊客，此次旅遊的同伴為家人；其次，有 35.69%是與朋友／同事同遊；有 7.42%受訪遊客的旅遊同伴為同學；而沒有旅遊同伴的比例占 9.89%。

年齡在 50 歲~59 歲(81.58%)、家管／退休／無業(72.73%)、個人每月平均所得 5 萬元~未滿 10 萬元(76.81%)等特質的受訪遊客，與「家人」同遊的比例，高於其

他類別的受訪遊客。

年齡在 20 歲~29 歲(55.32%)的受訪遊客，旅遊同伴為「朋友／同事」的比例，高於其他年齡的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區的受訪遊客，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區以外的景點遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 到國家風景區以外的景點遊玩情形

有 81.63%的受訪遊客表示，只會在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內的景點遊玩，而有 18.37%的受訪遊客表示，會去東北角暨宜蘭海岸國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 48.76%的受訪遊客表示，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內旅遊的天數為 1 天不過夜；其次，停留半天(4 小時以下)的比例為 21.55%；有 22.26%受訪遊客停留 2 天 1 夜；在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內旅遊 3 天 2 夜的比例占 6.71%。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 84 位表示在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內住宿的方式。其中，有 48.81%的受訪遊客住宿在民宿；其次，有 44.05%是住在旅館；而親友家(含自家)(4.76%)、露營(4.76%)或招待所或活動中心(4.76%)等住宿方式的比例均不及 10.00%。

(四) 重遊意願

有 97.88%的受訪遊客表示，以後願意再重遊東北角暨宜蘭海岸國家風景區內的景點；僅有 2.12%受訪遊客表示以後不願意再重遊。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 6 位¹表示不願意再重遊東北角暨宜蘭海岸國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色的比例最高(50.00%)；其次為交通不便(33.33%)、遊憩設施差(16.67%)。

¹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務表現滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 91.87%的受訪遊客表示，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動；其次，偏好美食活動的比例為 55.12%；運動型活動偏好比例為 33.92%；偏好文化體驗活動的比例為 29.33%；偏好其他休閒活動的比例為 20.14%；偏好遊樂園活動的比例為 3.89%，相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內自然賞景活動的 260 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(87.69%)的比例最高；其次依序為森林步道健行／露營／登山／溯溪(41.54%)，觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(11.92%)，觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(9.62%)，觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)的比例(8.85%)相對較低。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內文化體驗活動的 83 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(40.95%)的比例最高，其次為參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等) (36.14%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊) (16.87%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等) (13.25%)及表演節目欣賞(10.84%)；其餘活動項目偏好比例均不及一成。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內運動型活動的 96 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車(68.75%)的比例最高；其次為游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(37.50%)偏好比例也有三成；飛行傘(10.42%)偏好也超過一成；其他活動項目的偏好比例，均在一成以下。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內遊樂園活動的 11²位受訪遊客，進一

²本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

步追問喜歡的遊樂園活動項目。72.73%的受訪遊客表示喜歡水上遊樂活動，其次為觀賞園區表演節目(27.27%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內美食活動的 156 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(92.31%)比例最高，其次依序為茗茶／喝咖啡／下午茶(23.72%)、健康養生料理體驗(2.56%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東北角暨宜蘭海岸國家風景區內其他休閒活動的 57 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉／做 SPA (56.14%)比例最高，其次依序為駕車(汽機車)兜風(33.33%)、商圈徒步購物(31.58%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對東北角暨宜蘭海岸國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 33.92%，評價為 80~89 分的有 45.94%，評價為 70~79 分的有 12.37%，評價為 69 分及以下的占 7.77%。

整體而言，103 年下半年整體服務的滿意度評價總平均分數為 82.52 分。與 102 年總平均分數(82.57 分)，並未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-1-1】

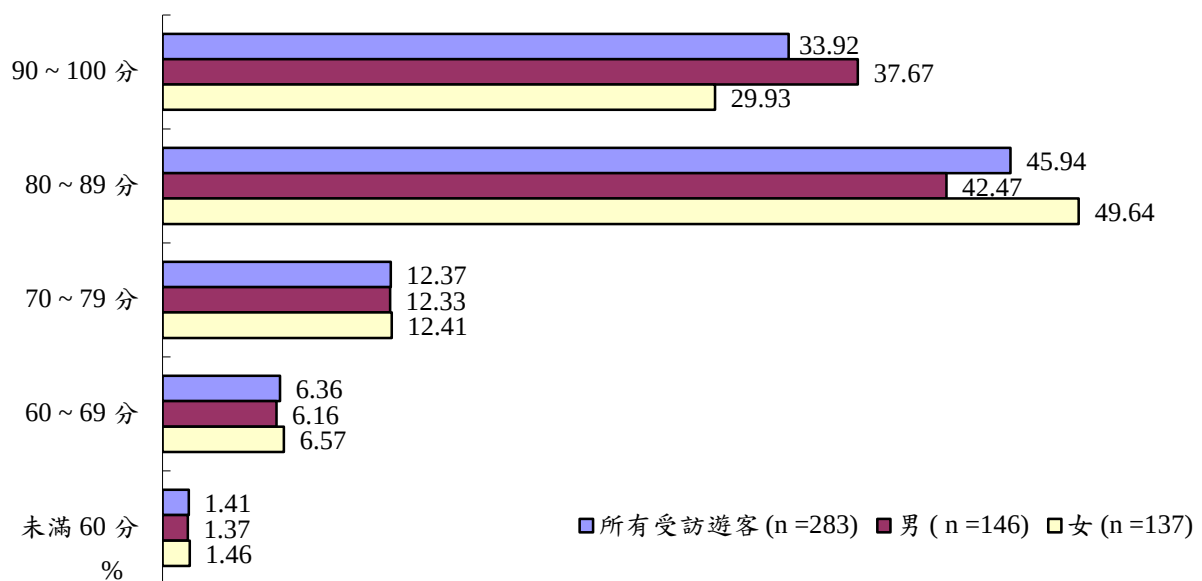


圖 5-1-1 東北角暨宜蘭海岸國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務表現的滿意比例

受訪遊客對東北角暨宜蘭海岸國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 提供之旅遊資訊服務(100.00%)
2. 景點內辦理的活動(100.00%)
3. 服務人員之服務態度(99.46%)
4. 景點內服務設施 (98.50%)
5. 景點內空間設計(97.83%)
6. 環境美化綠化 (97.15%)
7. 引導指標或動線安排 (96.00%)
8. 環境整潔 (95.41%)
9. 廁所清潔程度 (88.61%)
10. 停車位數量 (79.72%)

與 102 年相比，103 年下半年各項服務表現滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-1-2】

表 5-1-1 東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	35.69	28.98	0.35	0.00	34.98	283
2.景點內服務設施	27.92	64.66	1.41	0.00	6.01	283
3.景點內空間設計	35.34	60.42	1.77	0.35	2.12	283
4.引導指標或動線安排	36.40	56.89	3.89	0.00	2.83	283
5.環境美化綠化	44.88	51.59	2.47	0.35	0.71	283
6.環境整潔	41.70	53.71	4.24	0.35	0.00	283
7.停車位數量	24.73	34.98	13.43	1.77	25.09	283
8.廁所清潔程度	25.80	37.46	7.07	1.06	28.62	283
9.提供之旅遊資訊服務	36.04	39.58	0.00	0.00	24.38	283
10.景點內辦理的活動	0.71	0.71	0.00	0.00	98.59	283
11.整體上	27.92	70.67	1.41	0.00	-	283

表 5-1-2 東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	54.89	44.57	99.46	0.54	0.00	0.54	184	99.46	99.05	0.41
2.景點內服務設施	29.70	68.80	98.50	1.50	0.00	1.50	266	98.50	97.59	0.91
3.景點內空間設計	36.10	61.73	97.83	1.81	0.36	2.17	277	97.83	98.67	-0.84
4.引導指標或動線安排	37.45	58.55	96.00	4.00	0.00	4.00	275	96.00	94.39	1.61
5.環境美化綠化	45.20	51.95	97.15	2.49	0.36	2.85	281	97.15	97.22	-0.07
6.環境整潔	41.70	53.71	95.41	4.24	0.35	4.59	283	95.41	93.86	1.55
7.停車位數量	33.02	46.70	79.72	17.92	2.36	20.28	212	79.72	75.85	3.87
8.廁所清潔程度	36.14	52.47	88.61	9.90	1.49	11.39	202	88.61	88.87	-0.26
9.提供之旅遊資訊服務	47.66	52.34	100.00	0.00	0.00	0.00	214	100.00	98.70	1.3
10.景點內辦理的活動	50.00	50.00	100.00	0.00	0.00	0.00	4	100.00	97.39	2.61
11.整體上	27.92	70.67	98.59	1.41	0.00	1.41	283	98.59	98.96	-0.37

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

4.本表中 103 年下半年與 102 年各項目滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內空間設計、引導指標或動線安排、環境美化綠化、環境整潔 4 項；主要弱勢指標的有廁所清潔程度 1 項。

【詳見圖 5-1-2】

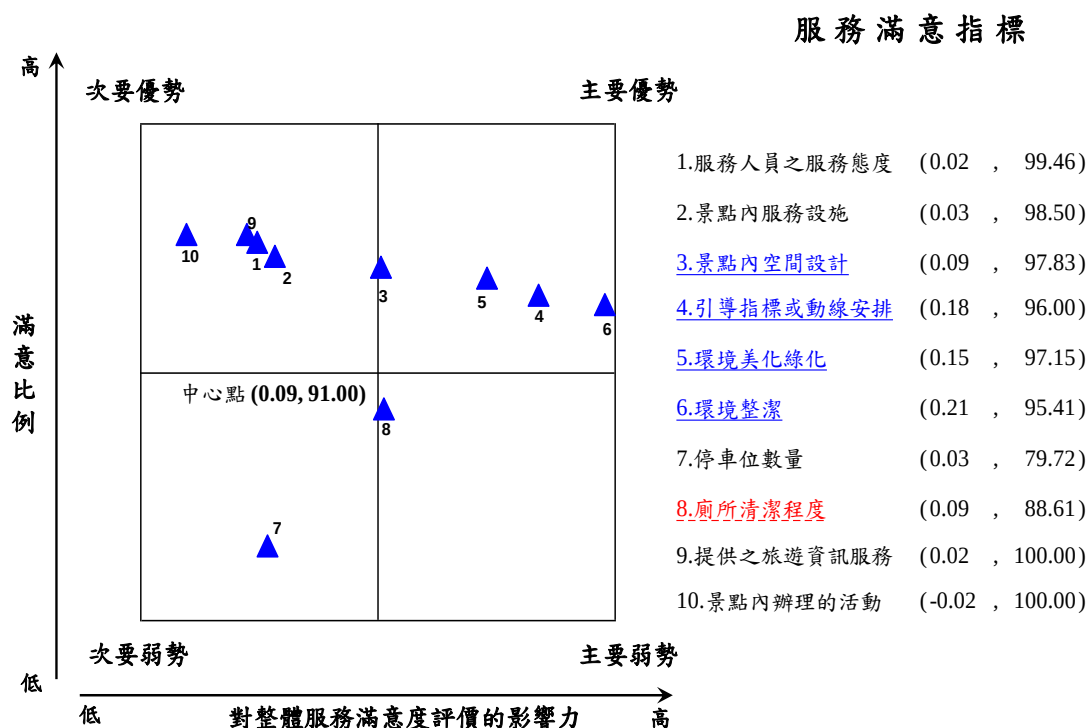


圖 5-1-2 東北角暨宜蘭海岸國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
- 4.景點內辦理活動與整體服務滿意度之迴歸分析結果 β 估計值為負值。

(四) 到訪次數

有 34.63%受訪遊客表示，這是第 1 次到訪東北角暨宜蘭海岸國家風景區，其次，有 28.98%是第 5 次以上到訪，21.55%是第 2 次到訪，10.95%是第 3 次到訪，3.89%是第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 185 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 36.22%受訪遊客表示，上次到訪的時間為半年以內，其次為半年~1 年以內(25.95%)、1~2 年以內(16.76%)及 3 年以上(16.76%)，而距離上次到訪時間為 2~3 年以內的比例為 4.32%。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 185 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，東北角暨宜蘭海岸國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 54.59% 的受訪遊客表示，整體服務品質與上次到訪經驗差不多；其次，認為改善很多的占 15.14%，有 14.05% 認為稍有改善；有 0.54% 認為較差；另外有 15.68% 的遊客表示不知道／無意見。

四、消費行為

本小節主要針對東北角暨宜蘭海岸國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 13.78% 的受訪遊客表示，本次到訪東北角暨宜蘭海岸國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品；沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 86.22%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 39 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(71.79%)的比例最高；其次為火車票／高鐵票／客運車票(28.21%)；透過網路訂套裝行程(5.13%)及門票(5.13%)的比例相對較低。

(三) 消費情形

在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,841；而東北角暨宜蘭海岸國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.27 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,450。

(四) 消費合理性

有 69.96% 的受訪遊客表示，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 3.18% 的受訪遊客認為東北角暨宜蘭海岸國家風景區內的各項花費較貴(貴(0.71%)、很貴(2.47%))；有 6.71% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(6.36%)、很便宜(0.35%))；另有 20.14% 的受訪遊客表示，在東北角暨宜蘭海岸國家風景區內沒有任何花費。

第二節 東部海岸國家風景區



東部海岸國家風景區位於花蓮、臺東縣的濱海部分，東至海平面 20 公尺等深線，西達臺 11 線公路目視所及第一條山稜線，綿亙於海岸山脈東側以及太平洋之間；南北沿臺 11 線公路，北起花蓮溪口，南迄小野柳風景特定區，擁有長達 168 公里的海岸線。此外，還包括秀姑巒溪瑞穗以下泛舟河段，以及孤懸外海的綠島。總面積為 41,483 公頃，其中陸域面積 25,799 公頃，海域面積 15,684 公頃。在地形上、生態上、景觀上有其得天獨厚之處，可享受賞景、泛舟、賞鯨、潛水之樂，加上豐富的原住民、史前文化，共同交織出東部海岸的迷人風華。本次東部海岸國家風景區，遊客意見調查景點包含，「花蓮遠雄海洋公園」、「三仙臺」、「小野柳」、「綠島」等四個景點。

本節以東部海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對東部海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 81.94% 的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次為參加機關／公司舉辦的旅遊(7.29%)、參加旅行社套裝旅遊(5.56%)，此外，參加學校、班級舉辦的旅遊(2.43%)、參加其他團體舉辦的旅遊(1.74%)或參加宗教團體舉辦的旅遊(1.04%)等旅遊方式所占比例，均低於 3.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(54.86%)獲得相關旅遊資訊最多，其次依序為手機上網(38.89%)、親友／同事／同學(32.64%)、旅行社(10.76%)、電子媒體(10.07%)等管道，透過平面媒體(7.99%)、旅遊服務中心(4.86%)及旅遊展覽(3.47%)獲得旅遊資訊的比例均低於 8.00%，而未曾索取相關旅遊資訊的受訪遊客占 15.28%。

教育程度在大專及以上(60.18%)、個人每月平均所得為 3 萬元～未滿 5 萬元(64.29%)、調查遊憩景點為綠島(74.07%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在透過電腦網路查詢旅遊資訊的 158 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(74.05%)的比例最多，其次為智慧型手機 (iPhone...等) (70.89%)、平板電腦 (iPad...等)(20.89%)，而透過 GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (3.80%)、個人數位助理 (PDA)(0.63%)上網查詢的比例均不及 4.00%。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 42.01%的受訪遊客表示，從出發地到東部海岸國家風景區最主要利用的交通工具為自小客車，其次依序為臺鐵(火車) (27.08%)、大型遊覽車(10.42%)、機車(6.94%)、飛機(3.82%)、船舶(3.82%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到東部海岸國家風景區使用的交通工具，以自小客車(48.61%)的比例較高，其次依序為臺鐵(火車) (35.07%)、機車(19.44%)、大型遊覽車(17.71%)、船舶(13.89%)、飛機(5.21%)、出租汽車(5.21%)、公／民營客運(4.86%)、計程車(4.86%)、旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)(4.17%)；其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 22.92%的受訪遊客表示，在東部海岸國家風景區內各景點旅遊主要利用的交通工具為自小客車，其次為機車(12.15%)、大型遊覽車(4.51%)、徒步(3.82%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%，此外，有 49.31%的受訪遊客沒有到訪國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點旅遊的主要、次要原因，有 76.74%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次為親朋好友推薦(31.94%)、遊憩設施(19.44%)、距離遠近、假期長短(17.71%)、品嚐當地美食(17.01%)、學校、公司或參加的團體安排(13.89%)、順道而來(13.19%)、交通便利(11.11%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(6.94%)、文化巡禮(5.90%)、運動健身(5.21%)，其他原因所占的比例皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 53.13%的受訪遊客，其旅遊同伴為家人，其次是朋友／同事(48.26%)，7.64%的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例僅占 2.43%。

二、遊憩行為

本小節主要針對東部海岸國家風景區的受訪遊客，在東部海岸國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 32.99%的受訪遊客表示，只會在東部海岸國家風景區內的景點遊玩，而有 67.01%的受訪遊客表示，會去東部海岸國家風景區以外的景點遊玩。12 歲~19 歲(54.55%)、調查遊憩景點為綠島(51.85%)的受訪遊客，只會在東部海岸國家風景區內的景點遊玩的比例，高於其他類別的受訪遊客。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

各有 24.65%的受訪遊客表示，在東部海岸國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)或 1 天(4 小時以上)，不過夜，其次，有 23.26%受訪遊客在東部海岸國家風景區內旅遊的天數為 2 天 1 夜，有 22.92%為 3 天 2 夜，而停留 4 天 3 夜(2.78%)、5 天以上(1.74%)的受訪遊客比例相對較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 146 位表示在東部海岸國家風景區內，旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在東部海岸國家風景區內住宿的方式。其中，以住宿在民宿(66.44%)的比例最高，其次為旅館(32.88%)，其他住宿的方式比例皆低於 3.00%。

(四) 重遊意願

有 93.06%的受訪遊客表示，以後願意再重遊東部海岸國家風景區內的景點，有 6.94%受訪遊客表示，以後不願意再重遊東部海岸國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 20 位³不願意再重遊東部海岸國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以交通不便(40.00%)的比例最高，其次依序為缺乏特色(30.00%)、遊憩設施差(20.00%)、花費太高(20.00%)、環境髒亂(10.00%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對東部海岸國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

³本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 84.72%的受訪遊客表示，在東部海岸國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為運動型活動(35.76%)、美食活動(34.72%)、其他休閒活動(32.64%)、文化體驗活動(31.94%)、遊樂園活動(26.04%)。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內自然賞景活動的 244 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以喜歡觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(78.28%)的比例最高，其次為森林步道健行、露營、登山、溯溪(32.38%)、觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(29.92%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(19.67%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(13.11%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內文化體驗活動的 91 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(43.96%)的比例最高，其次依序為參觀展覽 (如博覽會、美食展、旅展等)(28.57%)、表演節目欣賞(24.18%)、原住民文化體驗(24.18%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(18.68%)、節慶活動(17.58%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(12.09%)，其餘活動項目偏好比例均不及一成。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內運動型活動的 99 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(64.65%)的比例最高，其次依序為騎協力車／單車(29.29%)、泛舟／划船(22.22%)、釣魚(11.11%)、慢跑／馬拉松(11.11%)，其餘活動項目偏好比例均不及 5.00%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內遊樂園活動的 75 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目，53.33%表示偏好水上遊樂活動，有 46.67%偏好觀賞園區表演節目，偏好機械遊樂活動(如碰碰車、雲霄飛車等)占 41.33%，而表示偏好遊覽園區特殊主題的比例為 34.67%。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內美食活動的 100 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(92.00%)的比例較高，其次依序為茗茶、喝咖啡、下午茶(30.00%)及健康養生料理體驗(17.00%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內其他休閒活動的 93 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉、做 SPA (66.67%)的比例較高，其次依序為駕車(汽機車)兜風(47.31%)、乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(22.58%)、商圈徒步購物(17.20%)、乘坐熱汽球(16.13%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對東部海岸國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 32.29%，評價為 80~89 分的有 51.74%，評價為 70~79 分的占 12.50%，評價為 69 分及以下的比例為 3.47%。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 83.22 分，與 102 年總平均分數(82.55 分)相較，並未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-2-1】

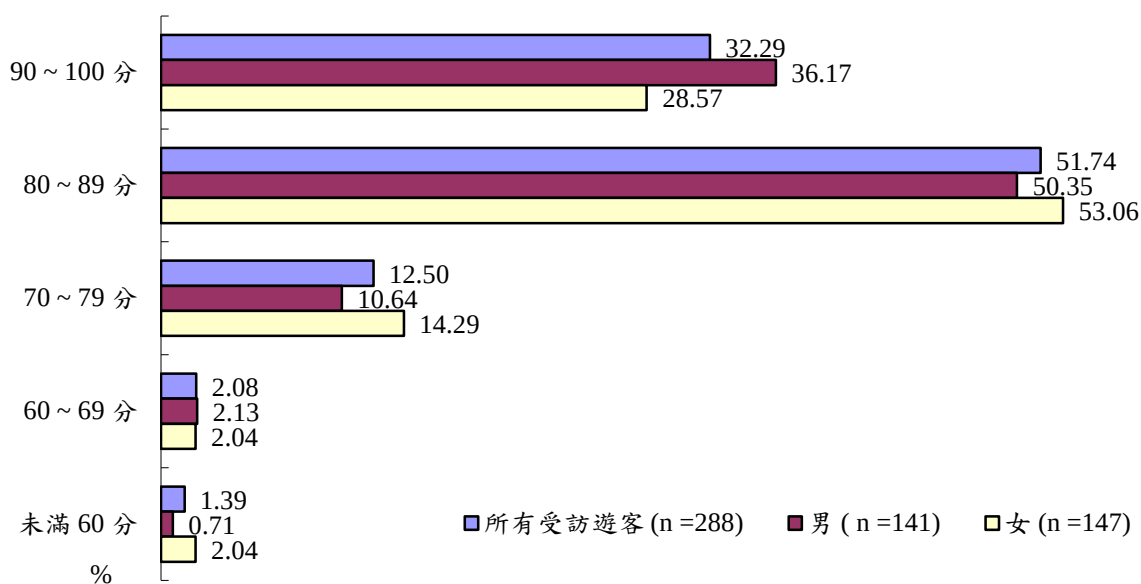


圖 5-2-1 東部海岸國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對東部海岸國家風景區所提供各項服務滿意比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 服務人員之服務態度(99.26%)
3. 景點內空間設計 (98.25%)
4. 環境美化綠化 (97.57%)
5. 景點內服務設施 (97.54%)
6. 環境整潔 (96.17%)
7. 停車位數量 (95.07%)
8. 提供之旅遊資訊服務 (94.70%)
9. 引導指標或動線安排 (94.10%)
10. 廁所清潔程度 (91.42%)

與 102 年相比，103 年下半年各項滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-2-2】

表 5-2-1 東部海岸國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	37.85	54.51	0.35	0.35	6.94	288
2.景點內服務設施	29.86	66.67	2.08	0.35	1.04	288
3.景點內空間設計	29.51	68.06	1.74	0.00	0.69	288
4.引導指標或動線安排	31.25	62.85	5.90	0.00	0.00	288
5.環境美化綠化	39.24	58.33	2.43	0.00	0.00	288
6.環境整潔	35.07	60.76	3.82	0.00	0.35	288
7.停車位數量	30.56	56.59	4.17	0.35	8.33	288
8.廁所清潔程度	28.82	56.26	6.94	1.04	6.94	288
9.提供之旅遊資訊服務	29.86	56.95	4.86	0.00	8.33	288
10.景點內辦理的活動	15.28	6.25	0.00	0.00	78.47	288
11.整體上	32.99	65.97	1.04	0.00	0.00	288

表 5-2-2 東部海岸國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1. 服務人員之服務態度	40.67	58.59	99.26	0.37	0.37	0.74	268	99.26	98.87	0.39
2. 景點內服務設施	30.18	67.36	97.54	2.11	0.35	2.46	285	97.54	95.82	1.72
3. 景點內空間設計	29.72	68.53	98.25	1.75	0.00	1.75	286	98.25	97.52	0.73
4. 引導指標或動線安排	31.25	62.85	94.10	5.90	0.00	5.90	288	94.10	92.63	1.47
5. 環境美化綠化	39.24	58.33	97.57	2.43	0.00	2.43	288	97.57	97.85	-0.28
6. 環境整潔	35.19	60.98	96.17	3.83	0.00	3.83	287	96.17	96.04	0.13
7. 停車位數量	33.33	61.74	95.07	4.55	0.38	4.93	264	95.07	95.59	-0.52
8. 廁所清潔程度	30.97	60.45	91.42	7.46	1.12	8.58	268	91.42	91.00	0.42
9. 提供之旅遊資訊服務	32.58	62.12	94.70	5.30	0.00	5.30	264	94.70	95.73	-1.03
10. 景點內辦理的活動	70.97	29.03	100.00	0.00	0.00	0.00	62	100.00	98.62	1.38
11. 整體上	32.99	65.97	98.96	1.04	0.00	1.04	288	98.96	98.85	0.11

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

4.本表中 103 年下半年與 102 年各項目滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務等 2 項。

【詳見圖 5-2-2】

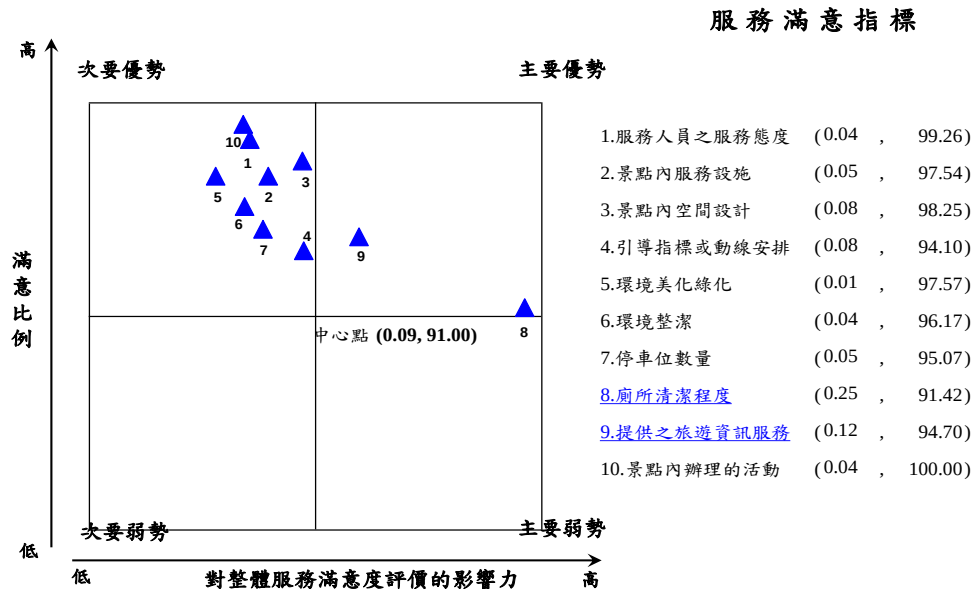


圖 5-2-2 東部海岸國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 46.53%的受訪遊客表示，是第 1 次到訪東部海岸國家風景區，第 2 次到訪的比例為 29.51%，11.11%為第 3 次到訪，第 5 次以上到訪占 9.72%，第 4 次到訪比例僅 3.13%。

(五) 距離上次到訪時間

針對東部海岸國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 154 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 44.81%受訪遊客表示上次到訪的時間為 3 年以上，其次，有 14.94%受訪遊客是半年以內到訪，14.29%為半年~1 年以內，1~2 年以內占 13.64%，12.34%為 2~3 年以內到訪。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對東部海岸國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 154 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，東部海岸國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 43.51% 的受訪遊客，表示整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次為改善很多 (23.38%)、稍有改善 (21.43%)，有 1.30% 認為 較差。

四、消費行為

本小節主要針對東部海岸國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 28.82% 的受訪遊客表示有透過網路訂購相關旅遊產品，有 71.18% 的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 83 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 65.06% 的受訪遊客表示，透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)，其次為火車票／高鐵票／客運車票 (59.04%)、套裝行程 (24.10%)、門票 (21.69%)、船票 (18.07%)、機票 (8.43%)。

(三) 消費情形

整體而言，在東部海岸國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$3,866，而在東部海岸國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.72 天，因此平均每日消費支出為 NT\$2,248。

(四) 消費合理性

有 77.43% 的受訪遊客表示，東部海岸國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 17.71% 的受訪遊客表示，東部海岸國家風景區內的各項花費較貴(貴 (14.24%)、很貴 (3.47%))，有 2.43% 的受訪遊客覺得便宜(便宜 (2.43%)、很便宜 (0.00%))，而有 2.43% 的受訪遊客表示，在東部海岸國家風景區內沒有花費。

第三節 澎湖國家風景區



澎湖群島，位於臺灣海峽上，總面積約為 128 平方公里，行政區劃為澎湖縣，澎湖群島多漁港，夜間萬點漁火流動，忽明忽滅，與水中映射之星斗互相輝映，「澎湖漁火」因而曾被臺灣省政府選為臺灣八景之一。1991 年，交通部觀光局設立「澎湖風景特定區管理籌備處」。1995 年，正式成立澎湖國家風景區，目標和宗旨為建設澎湖成為「國際級海上觀光休閒度假中心」。本次澎湖國家風景區，遊客意見調查景點包含，「澎湖遊客中心」、「馬公機場」等二個景點。

本次調查期間恰逢發生復興空難事件，在 103 年 7 月 22-23 日「麥德姆颱風」直撲臺灣，受「麥德姆颱風」影響，原定 7 月 23 日下午 4 時由高雄飛往馬公之復興 ATR72 型編號 GE222 班機，延至晚間 7 時許飛抵澎湖時，因澎湖上空雷雨不斷，要求重飛時不幸墜毀於馬公機場外湖西鄉西溪村內，造成 48 死 10 傷且波及西溪村 14 戶民宅。

本節以澎湖國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對澎湖國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 63.77% 的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次，19.57% 是參加旅行社套裝旅遊，參加機關／公司舉辦的旅遊比例為 12.32%，此外，參加其他團體舉辦的旅遊(2.90%)、參加學校／班級舉辦的旅遊(1.45%)等旅遊方式所占比例，均低於 3.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

整體而言，受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(44.93%)獲得的比例最高，其次為手機上網(34.78%)、親友／同事／同學(30.43%)、旅行社(16.67%)，透過旅遊服務中心(5.80%)、平面媒體(5.07%)、電子媒體(5.07%)、旅遊展覽(1.45%)等來源管道獲得旅遊資訊的比例不及 6.00%，此外，有 24.64% 受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在透過電腦網路查詢旅遊資訊的 62 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(91.94%)的比例最多，其次為智慧型手機(iPhone...等) (77.42%)、平板電腦 (iPad...等)(38.71%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(3.23%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 79.71%的受訪遊客表示，從出發地到澎湖國家風景區最主要利用的交通工具是飛機，其次為船舶(12.32%)、機車(5.07%)、自小客車(1.45%)、大型遊覽車(0.72%)、公／民營客運(0.72%)。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區利用的交通工具，以飛機(85.51%)的比例最高，其次為機車(57.25%)、船舶(46.38%)、大型遊覽車(34.06%)、自小客車(13.77%)、出租汽車(4.35%)；其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 43.48%受訪遊客表示，在澎湖國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為機車，其次為大型遊覽車(31.16%)、自小客車(11.59%)、船舶(4.35%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%；此外，有 4.35%的受訪遊客表示沒有到澎湖國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點旅遊的主要、次要原因，有 65.22%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為親朋好友推薦(34.06%)、距離遠近／假期長短(25.36%)、品嚐當地美食(23.91%)、學校／公司或參加的團體安排(12.32%)、順道而來(10.87%)、文化巡禮(9.42%)、遊憩設施(7.97%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(7.25%)及運動健身(2.90%)。

(六) 旅遊同伴

有 61.59%的受訪遊客，此次旅遊的同伴為朋友／同事，其次，有 50.00%是與家人同遊，有 2.90%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 5.07%。

二、遊憩行為

本小節主要針對澎湖國家風景區的受訪遊客，在澎湖國家風景區以外的景點遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 97.10%的受訪遊客表示，只會在澎湖國家風景區內的景點遊玩，而有 2.90%的受訪遊客表示，會去澎湖國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 63.04%的受訪遊客表示，在澎湖國家風景區內旅遊的天數為 3 天 2 夜，其次，

有 19.57%受訪遊客停留 4 天 3 夜，停留 2 天 1 夜的比例為 11.59%，在澎湖國家風景區內旅遊天數為 5 天以上的比例為 4.35%，也有 1.45%比例停留半天(4 小時以下)。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 136 位表示在澎湖國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在澎湖國家風景區內住宿的方式。其中，52.94%住宿在旅館最高，其次，住在民宿的比例有 44.12%，住在親友家(含自家)的比例為 8.82%，住在招待所或活動中心(2.94%)。

(四) 重遊意願

有 98.55%的受訪遊客表示，以後願意再重遊該澎湖國家風景區內的景點，有 1.45%的受訪遊客表示以後不願意再重遊澎湖國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 2 位⁴表示不願意再重遊澎湖國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因，均表示因為缺乏特色(100.00%)而不願意再重遊澎湖國家風景區。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對澎湖國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 86.23%的受訪遊客表示，在澎湖國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為美食活動(68.12%)、運動型活動(57.25%)、文化體驗活動(56.52%)、其他休閒活動(49.28%)、遊樂園活動(31.88%)。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內自然賞景活動的 119 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(86.55%)的比例最高，其次依序為觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(41.18%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(21.85%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(18.49%)及森林步道健行、露營、登山、溯溪(13.45%)。

⁴本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內文化體驗活動的 77 位受訪遊客，進一步追問文化體驗活動中其喜歡的項目。其中，以觀賞文化古蹟(77.92%)的比例最高，其次為節慶活動(23.38%)、參觀展覽 (如博覽會、美食展、旅展等)(9.09%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、播茶等)(5.19%)、表演節目欣賞(3.90%)、宗教活動(3.90%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(3.90%)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)(2.60%)、戰地文化體驗(如：馬祖國家風景區) (2.60%)。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內運動型活動的 79 位受訪遊客，進一步追問運動型活動中其喜歡的項目。其中，以游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(89.87%)的比例最高，其次依序為釣魚(50.63%)、騎協力車、單車(5.06%)，其他項目比例都不到 2.00%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內遊樂園活動的 44 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目，全部(100.00%)受訪遊客均表示偏好水上遊樂活動。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內美食活動的 94 位受訪遊客，進一步追問美食活動中其喜歡的項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(97.87%)最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(18.09%)、健康養生料理體驗(13.83%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡澎湖國家風景區內其他休閒活動的 68 位受訪遊客，進一步追問其他休閒活動中其喜歡的項目。其中，以駕車(汽機車)兜風(76.47%)最高，其次為乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(66.18%)、商圈徒步購物(10.29%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 41.30%受訪遊客對澎湖國家風景區整體滿意度評價為 90~100 分，42.03%評價為 80~89 分，10.14%評價為 70~79 分，有 6.52%評價為 69 分及以下。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 84.12 分，與 102 年總平均分數 85.21 分相比，未達統計上顯著差異。

【詳見圖 5-3-1】

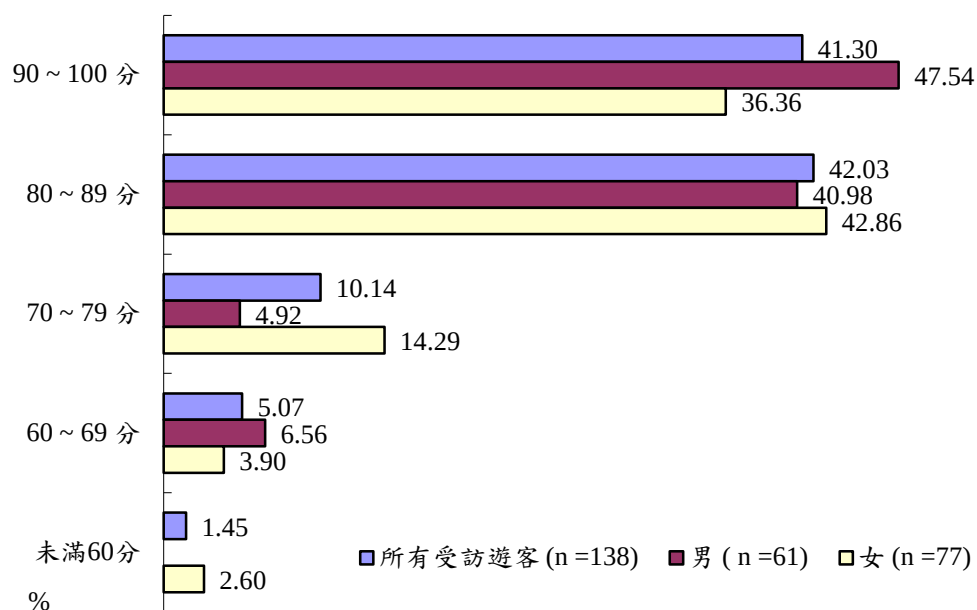


圖 5-3-1 澎湖國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

詢問受訪遊客對澎湖國家風景區所提供各項服務是否滿意時，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(含非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 景點內空間設計 (98.50%)
3. 停車位數量 (98.23%)
4. 景點內服務設施 (96.97%)
5. 環境美化綠化(94.77%)
6. 服務人員之服務態度(94.74%)
7. 環境整潔(94.82%)
8. 提供之旅遊資訊服務(93.08%)
9. 廁所清潔程度(91.67%)
10. 引導指標或動線安排 (91.60%)

與 102 年相比，103 年下半年「提供之旅遊資訊服務」指標滿意比例下降 5.71 個百分點，「服務人員之服務態度」滿意比例下降 4.89 個百分點，其他指標則未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於5的比例，超過25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-3-2】

表 5-3-1 澎湖國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	46.38	44.93	5.07	0.00	3.62	138
2.景點內服務設施	36.96	55.79	2.90	0.00	4.35	138
3.景點內空間設計	35.51	59.42	1.45	0.00	3.62	138
4.引導指標或動線安排	39.86	47.10	7.97	0.00	5.07	138
5.環境美化綠化	47.10	44.93	4.35	0.72	2.90	138
6.環境整潔	47.11	45.65	4.35	0.72	2.17	138
7.停車位數量	35.51	44.92	1.45	0.00	18.12	138
8.廁所清潔程度	34.78	52.90	7.97	0.00	4.35	138
9.提供之旅遊資訊服務	44.20	43.48	5.80	0.72	5.80	138
10.景點內辦理的活動	0.00	0.72	0.00	0.00	99.28	138
11.整體上	47.83	50.72	1.45	0.00	0.00	138

表 5-3-2 澎湖國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	48.12	46.62	94.74	5.26	0.00	5.26	133	94.74	99.63	-4.89*
2.景點內服務設施	38.64	58.33	96.97	3.03	0.00	3.03	132	96.97	97.78	-0.81
3.景點內空間設計	36.84	61.66	98.50	1.50	0.00	1.50	133	98.50	97.83	0.67
4.引導指標或動線安排	41.98	49.62	91.60	8.40	0.00	8.40	131	91.60	88.28	3.32
5.環境美化綠化	48.50	46.27	94.77	4.48	0.75	5.23	134	94.77	95.76	-0.99
6.環境整潔	48.15	46.67	94.82	4.44	0.74	5.18	135	94.82	95.76	-0.94
7.停車位數量	43.36	54.87	98.23	1.77	0.00	1.77	113	98.23	94.33	3.90
8.廁所清潔程度	36.36	55.31	91.67	8.33	0.00	8.33	132	91.67	95.19	-3.52
9.提供之旅遊資訊服務	46.93	46.15	93.08	6.15	0.77	6.92	130	93.08	98.79	-5.71*
10.景點內辦理的活動 ⁵	0.00	100.00	100.00	0.00	0.00	0.00	1	100.00	100.00	0.00
11.整體上	47.83	50.72	98.55	1.45	0.00	1.45	138	98.55	99.65	-1.10

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

⁵本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、景點內空間設計、引導指標或動線安排、環境美化綠化及環境整潔等 5 項服務指標。

【詳見圖 5-3-2】

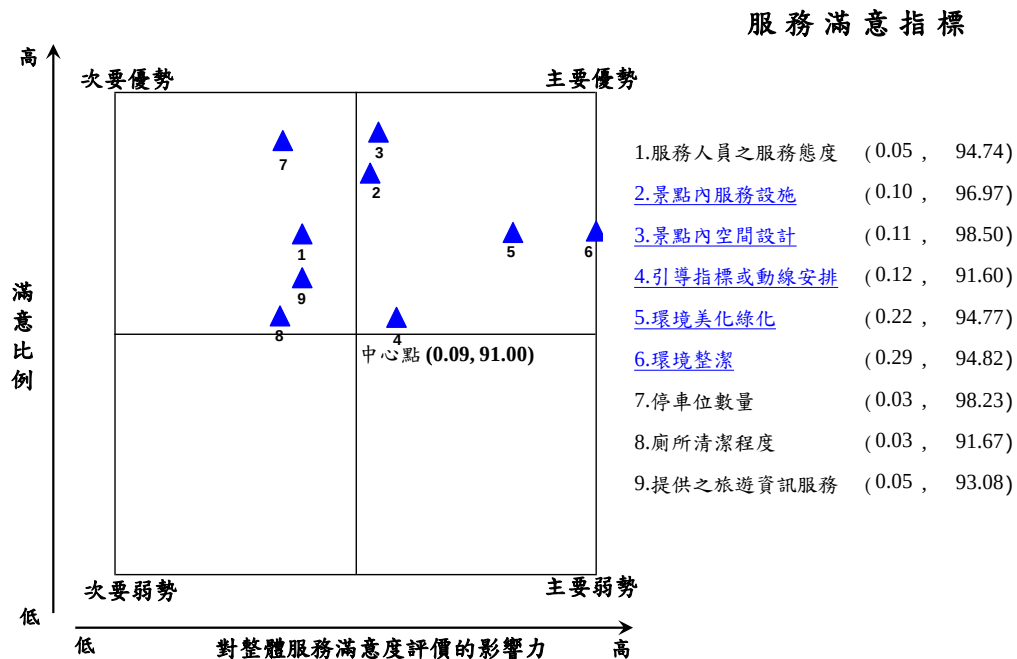


圖 5-3-2 澎湖國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
- 4.「景點內辦理的活動」指標，僅 1 位受訪遊客有參與，表示還算滿意，所以該指標已成為常數，無法進行複迴歸分析。

(四) 到訪次數

有 60.14%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪澎湖國家風景區，其次為第 2 次到訪(16.67%)，第 5 次以上到訪的比例為 11.59%，第 3 次到訪的比例為 7.97%，第 4 次到訪的比例為 3.62%。

(五) 距離上次到訪時間

針對澎湖國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 55 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 47.27%受訪遊客表示，上次到訪的時間為 3 年以上，其次為半年以內(18.18%)，半年~1 年以內到訪比例為 16.36%)，1~2

年以內(10.91%)，而 2~3 年以內到訪為 7.27%。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對澎湖國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 55 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，澎湖國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 47.27%的受訪遊客表示，整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次，認為改善很多的占 27.27%，有 21.82%認為稍有改善。

四、消費行為

本小節主要針對澎湖國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 43.48%的受訪遊客表示，本次到訪澎湖國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 56.52%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 60 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購機票(78.33%)的比例最高，其次為旅館(含民宿)(46.67%)，16.67%是訂購套裝行程，透過網路訂購船票的比例為 11.67%，訂購其他產品的比例均低於 2.00%。

(三) 消費情形

在澎湖國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$9,495；而澎湖國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 3.13 天，因此平均每日消費支出為 NT\$3,034。

(四) 消費合理性

有 73.19%的受訪遊客表示，在澎湖國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 10.87%的受訪遊客認為，澎湖國家風景區內的各項花費較貴(貴(10.87%)、很貴(0.00%))，有 9.42%的受訪遊客覺得便宜(便宜(9.42%)、很便宜(0.00%))，另有 6.52%的受訪遊客表示，在澎湖國家風景區內沒有任何花費。

第四節 大鵬灣國家風景區



大鵬灣國家風景區，成立於 1997 年，主要位於臺灣本島西南側的大鵬灣灣域和鄰近陸地，2000 年小琉球風景區併入此風景區，整體範圍在屏東縣內，除大鵬灣和琉球嶼的風景之外，原位於大鵬灣潟湖鄰近陸地範圍的大鵬灣營區舊址，成為另一軍事歷史遺跡的觀光景點，隨著民間促參案之開發，目前有國際賽車場、東方渡假酒店、GO-KART 賽車場，已成為綜合型的大鵬灣休閒特區。本次大鵬灣國家風景區，遊客意見調查景點包含，「小琉球」、「大鵬灣遊客中心、休閒特區」及「青洲濱海遊憩區」三個景點。

本節以大鵬灣國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對大鵬灣國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 83.33% 的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次，12.96% 是參加機關、公司舉辦的旅遊；3.70% 為參加其他團體舉辦的旅遊。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

整體而言，受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過親友、同事、同學(43.83%) 獲得旅遊資訊比例最高；其次為電腦網路(33.33%)、手機上網(23.46%)；而透過電子媒體(6.17%)、平面媒體(5.56%)、旅行社(2.47%)及旅遊展覽(0.62%)獲得旅遊資訊的比例不及 10.00%；此外，有 24.07% 受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

大專及以上(40.20%)、未婚(42.86%)、調查遊憩景點為小琉球(42.62%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

未婚(37.14%)的受訪遊客，透過「手機上網」取得資訊的比例，高於已婚的受訪遊客。

12 歲~19 歲(91.67%)、學生(72.73%)、未婚(55.71%)等特質的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在透過電腦網路查詢旅遊資訊的 54 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(70.37%)及智慧型手機(iPhone...等)(70.37%)的比例最多；其次為平板電腦（iPad...等）(24.07%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (1.85%)。

未婚(86.67%)的受訪遊客，使用「智慧型手機（iPhone...等）」上網查詢資訊的比例，高於已婚的受訪遊客。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 64.20%的受訪遊客表示，從出發地到大鵬灣國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車；其次為大型遊覽車(9.88%)、機車(7.41%)、公／民營客運(5.56%)、臺鐵(4.32%)、高鐵(4.32%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 4.00%相對較低。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(67.90%)的比例較高，其次為船舶(37.65%)，大型遊覽車為(9.88%)，公、民營客運為(8.64%)，機車占(7.41%)，高鐵占(4.94%)，臺鐵(4.32%)，其他的交通工具所占比例皆低於 4.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 21.60%受訪遊客表示，在大鵬灣國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車；其次為大型遊覽車(3.09%)、公／民營客運(1.23%)；其他交通工具所占的比例皆低於 1.00%，此外，有 72.22%的受訪遊客沒有到訪大鵬灣國家風景區內其他景點。。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點的主要、次要原因，有 57.41%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美；其次為親朋好友推薦(20.37%)、距離遠近／假期長短(15.43%)、遊憩設施(13.58%)、品嚐當地美食(12.35%)、順道而來(11.73%)、學校／公司或參加的團體安排(9.88)、交通便利(8.64%)、運動健身(5.56%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(3.09%)；其他選擇此景點旅遊的原因比例皆低於 3.00%。

(六) 旅遊同伴

有 59.26%的受訪遊客，此次旅遊的同伴為家人；其次，有 41.36%是與朋友、同事同遊，有 6.17%受訪遊客的旅遊同伴為同學；而沒有旅遊同伴的比例占 3.70%。

年齡為 50 歲~59 歲(88.24%)、已婚(82.61%)、調查遊憩景點為青洲濱海遊憩區(76.00%)等特質的受訪遊客，與「家人」同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

20 歲~29 歲(60.00%)、高中、職(50.00%)、未婚(58.57%)、調查遊憩景點為小琉球(57.38%)等特質的受訪遊客，與「朋友、同事」同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對大鵬灣國家風景區的受訪遊客，在大鵬灣國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 71.60%的受訪遊客表示，只會在大鵬灣國家風景區內的景點遊玩，另有 28.40%的受訪遊客表示會去大鵬灣國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 48.15%的受訪遊客表示，在大鵬灣國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)；其次，停留 2 天 1 夜的比例為 27.78%；有 18.52%受訪遊客停留 1 天，不過夜；而停留 3 天 2 夜比例為 5.56%。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 54 位表示在大鵬灣國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在大鵬灣國家風景區內住宿的方式。其中，以民宿(85.19%)的比例最高；其次為住在旅館(14.81%)。

(四) 重遊意願

有 97.53%的受訪遊客表示，以後願意再重遊大鵬灣國家風景區內的景點；有 2.47%受訪遊客表示，以後不願意重遊大鵬灣國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 4 位表示不願意再重遊大鵬灣國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色的比例最高(75.00%)；其次依序為遊憩設施差(50.00%)、花費太高(25.00%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對大鵬灣國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 74.07%的受訪遊客表示，在大鵬灣國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動；其次為運動型活動(30.86%)；而偏好美食活動 (7.41%)、遊樂園活動(6.17%)及其他休閒活動(3.70%)的比例相對較低。

男性(80.72%)喜歡自然賞景活動比例相對較女性高。

未婚(40.00%)、每個月平均所得未滿 3 萬元(51.61%)等特質的遊客，喜歡運動型活動比例較其他類別高。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡大鵬灣國家風景區內自然賞景活動的 120 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(90.83%)的比例最高；其次依序為觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(8.33%)、森林步道健行、露營、登山、溯溪(6.67%)、觀賞植物(1.67%)及觀賞動物(0.83)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡大鵬灣國家風景區內文化體驗活動的 1 位⁶受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。該為遊客表示喜歡觀賞文化古蹟(100.00%)的項目。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡大鵬灣國家風景區內文化體驗活動的 50 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(80.00%)的比例最高；其次依序為騎協力車／單車(18.00%)、其他(如大鵬灣區內賽車場觀賞賽車) (16.00%)、釣魚(4.00%)及泛舟、划船(2.00%)。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡東部海岸國家風景區內遊樂園活動的 10 位⁷受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目，100.00%表示偏好水上遊樂活動；其次為偏好機械遊樂活動(10.00%)及遊覽園區特殊主題(10.00%)。

⁶本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

⁷本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡大鵬灣國家風景區內美食活動活動的 12 位⁸受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目，以表示偏好品嚐當地特產、特色美食(91.67%)的比例較高；表示偏好茗茶、喝咖啡、下午茶的比例為 25.00%。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡大鵬灣國家風景區內其他休閒活動的 6 位⁹受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目，以表示偏好乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(66.67%)的比例較高；其次依序為偏好商圈徒步購物(50.00%)及駕車(汽機車)兜風(33.33%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對大鵬灣國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 24.69%，評價為 80~89 分的有 54.94%，評價為 70~79 分的有 15.43%，評價為 69 分及以下有 4.94%。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 81.57 分，較 102 年總平均分數(77.56 分)，上升了 4.01 分。

【詳見圖 5-4-1】

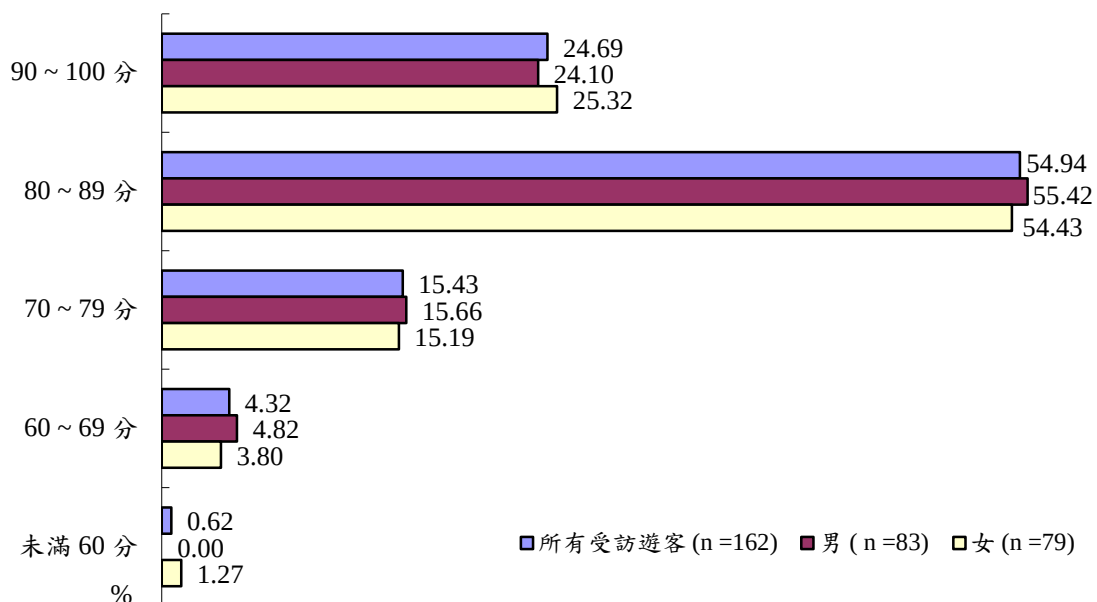


圖 5-4-1 大鵬灣國家風景區整體服務滿意度之評價

⁸本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

⁹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對大鵬灣國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 景點內空間設計(98.08%)
3. 服務人員之服務態度(97.95%)
4. 提供之旅遊資訊服務(97.76%)
5. 環境美化綠化(96.30%)
6. 環境整潔(95.06%)
7. 景點內服務設施 (94.87%)
8. 廁所清潔程度(91.38%)
9. 停車位數量 (87.50%)
10. 引導指標或動線安排 (85.16%)

與 102 年相比，103 年下半年「整體」的滿意比例增加 5.84 個百分點，「景點內服務設施」的滿意比例上升 5.58 個百分點，「景點內空間設計」滿意比例上升 5.15 個百分點，「環境美化綠化」的滿意比例上升 6.76 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，未達顯著差異或因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-4-2】

表 5-4-1 大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	36.42	51.85	1.85	0.00	9.88	162
2.景點內服務設施	20.99	70.37	4.94	0.00	3.70	162
3.景點內空間設計	24.09	70.37	1.85	0.00	3.70	162
4.引導指標或動線安排	19.75	61.73	14.20	0.00	4.32	162
5.環境美化綠化	31.48	64.83	3.70	0.00	0.00	162
6.環境整潔	27.78	67.28	4.94	0.00	0.00	162
7.停車位數量	22.84	54.94	10.49	0.62	11.11	162
8.廁所清潔程度	13.58	51.85	6.17	0.00	28.40	162
9.提供之旅遊資訊服務	20.99	59.88	1.85	0.00	17.28	162
10.景點內辦理的活動	0.00	0.62	0.00	0.00	99.38	162
11.整體上	20.99	78.39	0.62	0.00	0.00	162

表 5-4-2 大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	40.41	57.54	97.95	2.05	0.00	2.05	146	97.95	98.59	-0.64
2.景點內服務設施	21.79	73.08	94.87	5.13	0.00	5.13	156	94.87	89.29	5.58*
3.景點內空間設計	25.00	73.08	98.08	1.92	0.00	1.92	156	98.08	92.93	5.15*
4.引導指標或動線安排	20.65	64.51	85.16	14.84	0.00	14.84	155	85.16	85.21	-0.05
5.環境美化綠化	31.48	64.82	96.30	3.70	0.00	3.70	162	96.30	89.54	6.76*
6.環境整潔	27.78	67.28	95.06	4.94	0.00	4.94	162	95.06	94.14	0.92
7.停車位數量	25.69	61.81	87.50	11.81	0.69	12.50	144	87.50	86.50	1.00
8.廁所清潔程度	18.97	72.41	91.38	8.62	0.00	8.62	116	91.38	91.24	0.14
9.提供之旅遊資訊服務	25.37	72.39	97.76	2.24	0.00	2.24	134	97.76	96.11	1.65
10.景點內辦理的活動 ¹⁰	0.00	100.00	100.00	0.00	0.00	0.00	1	100.00	100.00	0.00
11.整體上	20.99	78.39	99.38	0.62	0.00	0.62	162	99.38	93.54	5.84*

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意比例=非常滿意+還算滿意；滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中主要優勢指標有景點內服務人員服務態度、景點內服務設施及提供之旅遊資訊服務等 3 項；主要弱勢指標有引導指標或動線安排及停車位數量 2 項。

【詳見圖 5-4-2】

¹⁰ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

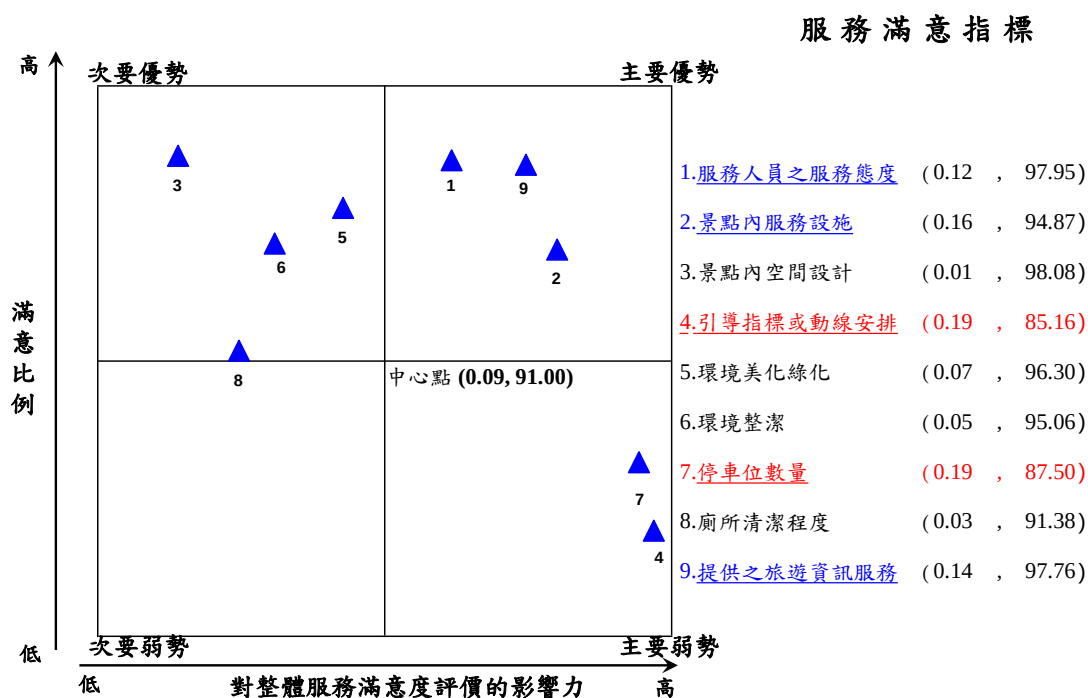


圖 5-4-2 大鵬灣國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
- 4.針對大鵬灣遊客中心停車位不足部分，因大鵬灣平均免費車位有 70 個，但 BOT 園區有 700-800 個收費車位，造成遊客希望停在免費車位，產生排擠作用。

(四) 到訪次數

有 55.56% 的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪大鵬灣國家風景區；其次，有 19.75% 是第 2 次到訪；第 5 次到訪占 12.96%；有 9.26% 是第 3 次以上到訪；第 4 次到訪的比例是 2.47%。

(五) 距離上次到訪時間

針對大鵬灣國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 72 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 37.50% 的受訪遊客表示，上次到訪大鵬灣國家風景區的時間為半年以內；其次為 3 年以上(22.22%)、半年~1 年以內(18.06%)、1~2 年以內(15.28%)及 2~3 年以內(6.94%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對大鵬灣國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 72 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，大鵬灣國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 44.44% 的受訪遊客表示，整體服務品質與上次到訪經驗差不多；其次，認為改善很多占 30.56%；有 18.06% 認為稍有改善；認為比上次到訪經驗差的占 4.17%。

四、消費行為

本小節主要針對大鵬灣國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 9.88% 的受訪遊客表示，本次到訪大鵬灣國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品；沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 90.12%。

已婚(17.14%)、調查遊憩景點為小琉球(22.95%)等特質的受訪遊客，表示有透過網路訂購相關旅遊產品的比例，較其他類別的受訪遊客高。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 16 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 87.50% 的受訪遊客表示，透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)的比例最高；其次為套裝行程 (31.25%)；訂購船票的比例為 12.50%；訂購火車票／高鐵票／客運車票的比例為 6.25%。

(三) 消費情形

整體而言，在大鵬灣國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,923；而在大鵬灣國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.15 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,672。

(四) 消費合理性

有 68.52% 的受訪遊客表示，大鵬灣國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 11.11% 的受訪遊客表示，大鵬灣國家風景區內的各項花費較貴(貴(9.88%)、很貴(1.23%))；有 3.71% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(3.09%)、很便宜(0.62%))；而有 16.67% 的受訪遊客表示，在大鵬灣國家風景區內沒有任何花費。

第五節 花東縱谷國家風景區



花東縱谷國家風景區在 1997 年成立，是臺灣的國家風景區之一。在縱谷中各向海岸山脈和中央山脈看去的第一條稜線，為風景區的東西界，北界為花蓮溪和木瓜溪，南至卑南鄉，範圍內的九處都市計畫區和東華大學校地不屬於風景區管理範圍。由北到南可將此風景區分為「花蓮系統」、「玉里系統」和「臺東系統」三個遊憩重點。重要的景點有鯉魚潭、池南國家森林遊樂區、舞鶴石柱、玉里金針山、富里六十石山、紅葉溫泉、關山親水公園、鹿野高台、大陂池、利吉小黃山等。本次在花東縱谷國家風景區，遊客意見調查景點包含，「新光兆豐休閒農場」、「鯉魚潭風景特定區」、「初鹿牧場」、「鹿野高台」等四個景點。

本節以花東縱谷國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對花東縱谷國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 88.66%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次為參加機關、公司舉辦的旅遊(5.50%)、參加旅行社套裝旅遊(3.78%)及參加學校、班級舉辦的旅遊(2.06%)。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(53.26%)獲得資訊的比例最高，其次為手機上網(40.21%)、親友／同事／同學(30.58%)、電子媒體(14.43%)、平面媒體(10.65%)、旅行社(9.97%)、旅遊服務中心(4.81%)及旅遊展覽(1.72%)，而未曾索取相關旅遊資訊的受訪遊客占 16.49%。

居住在南部地區(58.49%)、調查遊憩景點為初鹿牧場(70.59%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

居住在中部地區(60.61%)等特質的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 155 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過智慧型手機 (iPhone...等) (75.48%)，其次為電腦 (桌上型、筆記型電腦)

(70.32%)、平板電腦 (iPad…等)(18.71%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (3.87%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 53.26%的受訪遊客表示，從出發地到花東縱谷國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次依序為臺鐵(火車)(21.99%)、大型遊覽車(9.28%)、機車(5.50%)、飛機(3.09%)、出租汽車(2.06%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(57.73%)的比例較高，其次依序為臺鐵(火車) (29.90%)、機車(14.78%)、大型遊覽車(12.71%)、出租汽車(8.93%)、飛機(4.47%)、小型巴士(4.12%)、旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車)(3.44%)、公／民營客運(3.09%)、徒步(3.09%)，其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

在花東縱谷國家風景區受訪遊客中，有 25.09%在國家風景區內各景點旅遊主要利用的交通工具為自小客車，其次為大型遊覽車(7.22%)、機車(5.84%)、出租汽車(3.44%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 1.00%。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 83.51%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為親朋好友推薦(31.27%)、品嚐當地美食(30.24%)、距離遠近、假期長短(20.96%)、遊憩設施(17.53%)、交通便利(14.78%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(9.62%)、學校、公司或參加的團體安排(9.28%)、順道而來(8.25%)、文化巡禮(5.50%)、運動健身(4.81%)，其他選擇此景點旅遊的比例皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 63.57%的受訪遊客，其旅遊的同伴為家人，其次是朋友、同事(38.49%)，也有 9.97%的同伴是同學，而沒有旅遊同伴的比例占 2.75%。

調查遊憩景點為新光兆豐休閒農場(80.37%)的受訪遊客，與「家人」同遊的比例，高於其他調查遊憩景點的受訪遊客。

個人月收入未滿 3 萬元(49.06%)的受訪遊客，與「朋友、同事」同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對花東縱谷國家風景區的受訪遊客，在花東縱谷國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 37.11%的受訪遊客表示，只會在花東縱谷國家風景區內的景點遊玩，而有 62.89%的受訪遊客表示，會去花東縱谷國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 29.90%的受訪遊客表示，在花東縱谷國家風景區內旅遊的天數為半天，其次為 2 天 1 夜(24.74%)、1 天，不過夜(20.27%)、3 天 2 夜(18.56%)，而 4 天 3 夜(3.78%)、5 天以上(2.75%)。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 145 位表示在花東縱谷國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在花東縱谷國家風景區內住宿的方式。其中，以民宿(48.97%)的比例最高，其次依序為旅館(44.14%)、親友家(含自家)(11.03%)，露營所占的比例為 3.45%，招待所或活動中心為 2.07%。

(四) 重遊意願

有 95.19%的受訪遊客表示，以後願意再重遊該花東縱谷國家風景區內的景點，僅有 4.81%受訪遊客表示以後不願意再重遊花東縱谷國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 14 位¹¹表示不願意再重遊花東縱谷國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色(64.29%)的比例最高，其次依序為遊憩設施差(21.43%)、花費太高(14.29%)、交通不便(7.14%)、環境髒亂(7.14%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對花東縱谷國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

¹¹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 83.51%的受訪遊客表示，在花東縱谷國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為美食活動(35.74%)、運動型活動(32.65%)、文化體驗活動(29.55%)、其他休閒活動(25.77%)、遊樂園活動(20.27%)。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內自然賞景活動的 243 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(63.37%)的比例最高，其次依序為森林步道健行／露營／登山／溯溪(48.56%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(35.39%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(32.51%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(26.34%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內文化體驗活動的 86 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以原住民文化體驗(39.53%)的比例最高，其次依序為觀賞文化古蹟(36.05%)、節慶活動(36.05%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(36.05%)、表演節目欣賞(31.40%)、參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(18.60%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(13.95%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(13.95%)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)(6.98%)、宗教活動(5.81%)。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內運動型活動的 95 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車(41.05%)的比例最高，其次依序為泛舟、划船(40.00%)、游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(29.47%)、滑草(26.32%)、飛行傘(21.05%)、慢跑、馬拉松(11.58%)、釣魚(8.42%)、攀岩(2.11%)。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內遊樂園活動的 59 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，以觀賞園區表演節目(40.68%)的比例最高，其次依序為水上遊樂活動(38.98%)、遊覽園區特殊主題(32.20%)、機械遊樂活動(如碰碰車、雲霄飛車等)(27.12%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內美食活動的 104 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(91.35%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(34.62%)、健康養生料理體驗(21.15%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡花東縱谷國家風景區內其他休閒活動的 75 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉、做 SPA(70.67%)的比例最高，其次為駕車(汽機車)兜風(34.67%)、乘坐熱氣球(21.33%)、乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(20.00%)、商圈徒步購物(16.00%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對花東縱谷國家風景區整體滿意度的評價評價為 90~100 分的有 22.68%，評價為 80~89 分的有 52.92%，評價為 70~79 分占 17.87%，有 6.53%評價為 69 分及以下。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 80.92 分，與 102 年總平均分數(81.90 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-5-1】

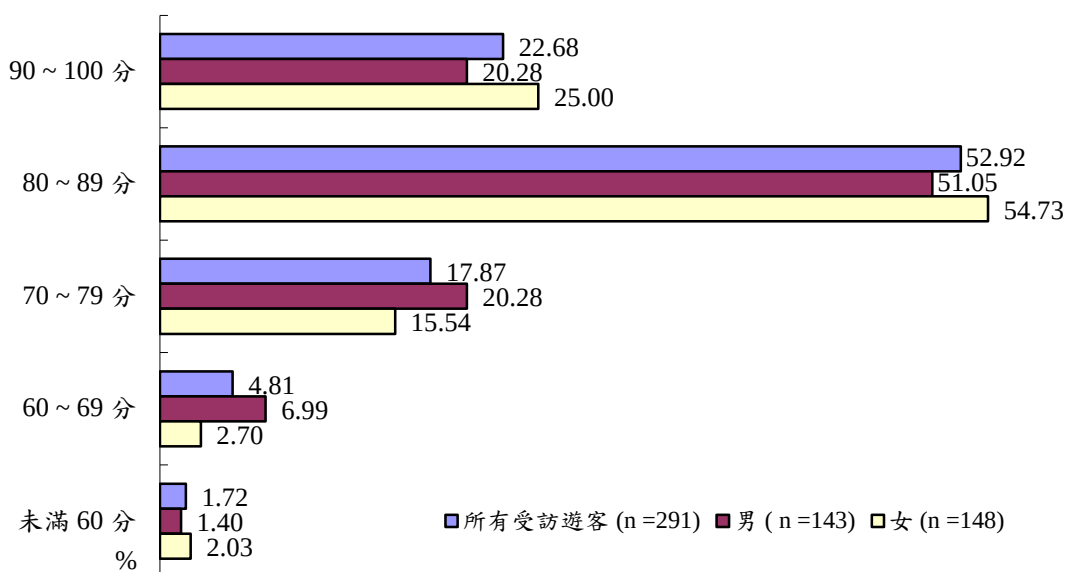


圖 5-5-1 花東縱谷國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對花東縱谷國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意) 依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度 (99.19%)
2. 提供之旅遊資訊服務 (97.30%)
3. 環境美化綠化 (97.24%)
4. 景點內空間設計 (95.49%)
5. 景點內服務設施 (95.02%)
6. 景點內辦理的活動 (94.12%)
7. 引導指標或動線安排 (93.68%)
8. 環境整潔 (92.44%)
9. 廁所清潔程度 (86.00%)
10. 停車位數量 (82.12%)

與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例上升 5.04 個百分點，「停車位數量」的滿意比例下降 9.17 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-5-2】

表 5-5-1 花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	27.49	57.04	0.69	0.00	14.78	291
2.景點內服務設施	19.59	72.16	4.81	0.00	3.44	291
3.景點內空間設計	25.09	69.41	4.47	0.00	1.03	291
4.引導指標或動線安排	23.71	68.04	6.19	0.00	2.06	291
5.環境美化綠化	40.89	56.02	2.75	0.00	0.34	291
6.環境整潔	28.52	63.92	7.22	0.34	0.00	291
7.停車位數量	24.05	53.27	16.15	0.69	5.84	291
8.廁所清潔程度	18.21	53.62	10.31	1.37	16.49	291
9.提供之旅遊資訊服務	26.80	59.79	2.41	0.00	11.00	291
10.景點內辦理的活動	8.59	13.40	0.69	0.69	76.63	291
11.整體上	21.99	75.60	2.41	0.00	0.00	291

表 5-5-2 花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	32.26	66.93	99.19	0.81	0.00	0.81	248	99.19	98.90	0.29
2.景點內服務設施	20.28	74.74	95.02	4.98	0.00	4.98	281	95.02	94.70	0.32
3.景點內空間設計	25.35	70.14	95.49	4.51	0.00	4.51	288	95.49	97.13	-1.64
4.引導指標或動線安排	24.21	69.47	93.68	6.32	0.00	6.32	285	93.68	88.64	5.04*
5.環境美化綠化	41.03	56.21	97.24	2.76	0.00	2.76	290	97.24	98.48	-1.24
6.環境整潔	28.52	63.92	92.44	7.22	0.34	7.56	291	92.44	95.29	-2.85
7.停車位數量	25.55	56.57	82.12	17.15	0.73	17.88	274	82.12	91.29	-9.17*
8.廁所清潔程度	21.81	64.19	86.00	12.35	1.65	14.00	243	86.00	88.86	-2.86
9.提供之旅遊資訊服務	30.12	67.18	97.30	2.70	0.00	2.70	259	97.30	96.51	0.79
10.景點內辦理的活動	36.76	57.36	94.12	2.94	2.94	5.88	68	94.12	89.09	5.03
11.整體上	21.99	75.60	97.59	2.41	0.00	2.41	291	97.59	98.32	-0.73

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、環境美化綠化、環境整潔等 3 項；主要弱勢指標有停車位數量、廁所清潔程度等 2 項。

【詳見圖 5-5-2】

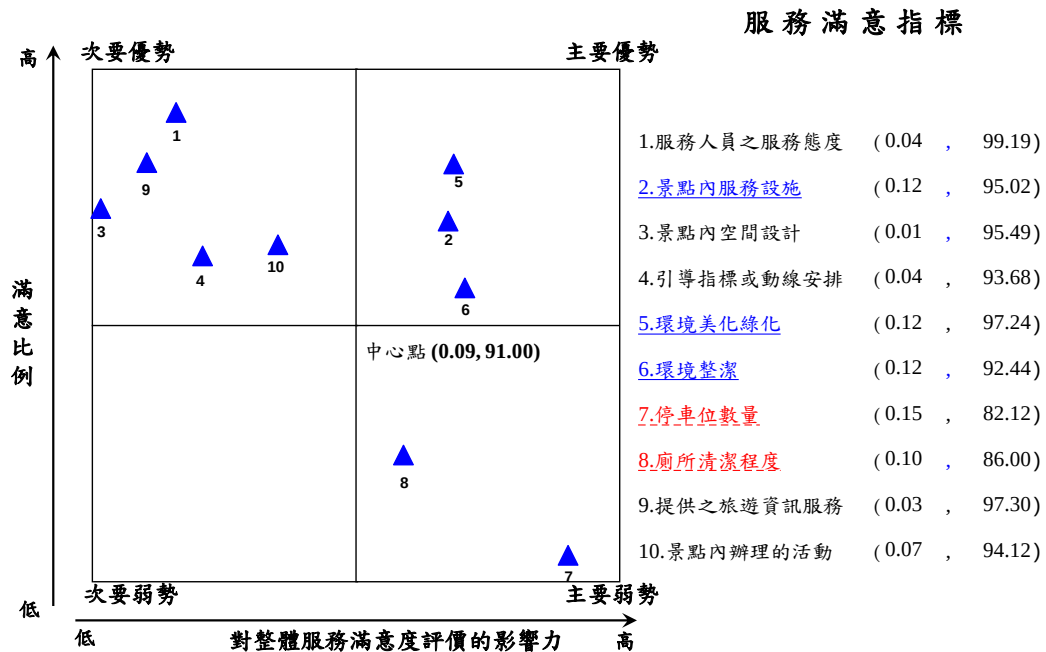


圖 5-5-2 花東縱谷國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 43.64%的受訪遊客表示這是第 1 次到訪花東縱谷國家風景區，其次為第 5 次以上到訪(20.27%)，第 2 次到訪的比例為 19.93%，第 3 次到訪的比例為 12.03%，4.12%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對花東縱谷國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 164 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 30.49%的受訪遊客表示，上次到訪花東縱谷國家風景區的時間為半年以內，其次為 3 年以上(23.17%)、1~2 年以內(19.51%)、半年~1 年以內(17.07%)及 2~3 年以內(9.76%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對花東縱谷國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 164 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，花東縱谷國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 56.10% 的受訪遊客表示，花東縱谷國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次為稍有改善(18.90%)、改善很多(12.20%)，認為較差的受訪遊客占 3.66%。

四、消費行為

本小節主要針對花東縱谷國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 23.02% 的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品，有 76.98% 的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 67 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 74.63% 的受訪遊客表示，透過網路訂購旅館(含民宿)，其次為火車票／高鐵票／客運車票(38.81%)、門票(13.43%)、機票(11.94%)、套裝行程(7.46%)、船票(2.99%)。

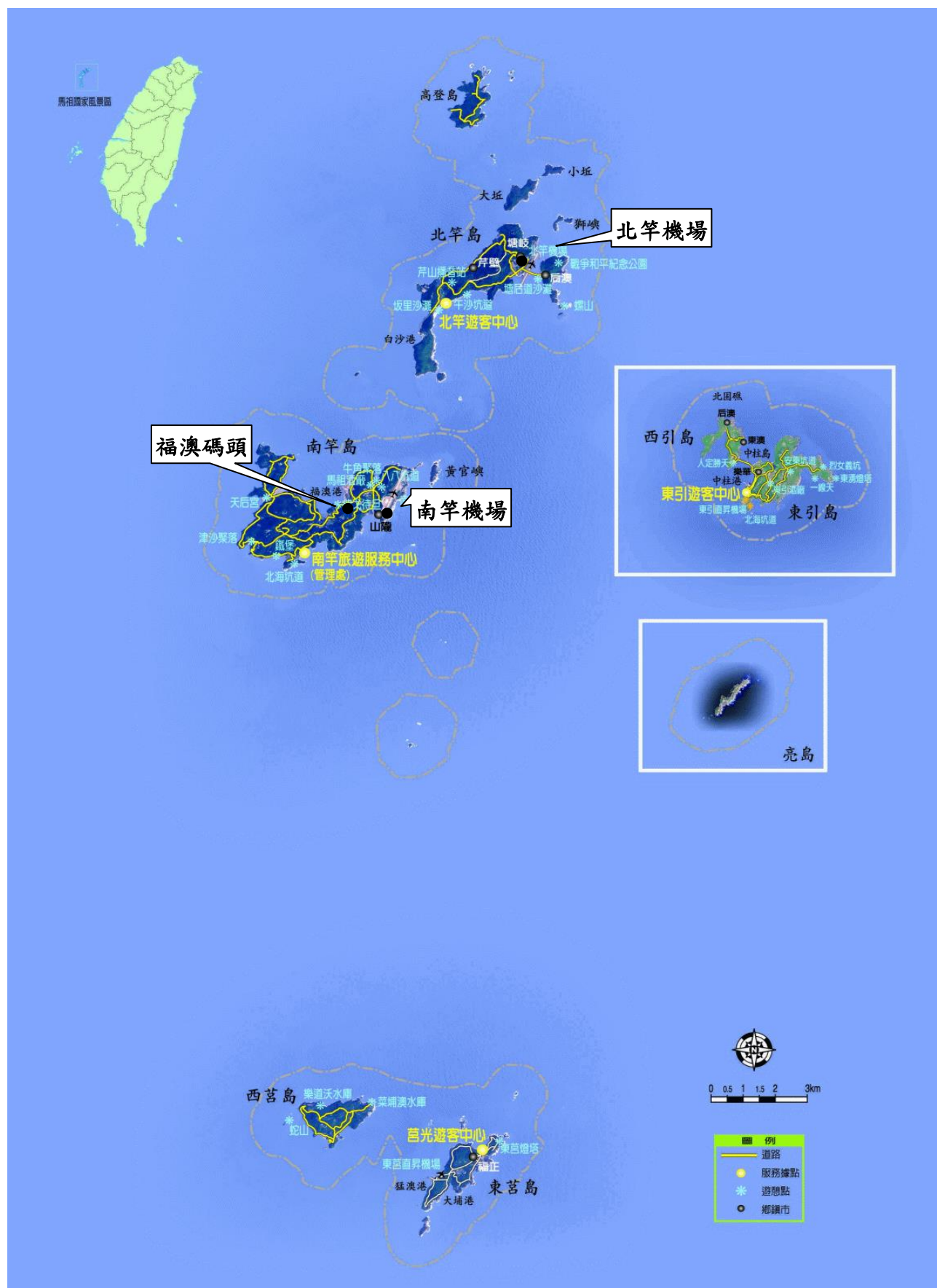
(三) 消費情形

整體而言，在花東縱谷國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$3,096；而在花東縱谷國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.69 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,832。

(四) 消費合理性

有 83.16% 的受訪遊客表示，花東縱谷國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 12.03% 的受訪遊客表示，花東縱谷國家風景區內的各項花費較貴(貴(10.31%)、很貴(1.72%))，有 0.69% 的受訪遊客覺得便宜，沒有受訪者覺得很便宜；而有 4.12% 的受訪遊客表示，在花東縱谷國家風景區內沒有任何花費。

第六節 馬祖國家風景區



馬祖，屬中華民國福建省連江縣。位於台灣海峽西北方，面臨閩江口、連江口和羅源灣，與中國大陸只有一水之隔，為海運要衝。現主要由南竿島、北竿島、高登島、亮島、大坵島、小坵島、東莒島、西莒島、東引島、西引島及其附屬小島共計三十六個島嶼、礁嶼組成，本次在馬祖國家風景區，遊客意見調查景點包含，「北竿機場」、「南竿機場」、「福澳碼頭」等三個景點。

本節以馬祖國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對馬祖國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 75.45%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次是參加旅行社套裝旅遊(15.57%)，參加機關、公司舉辦的旅遊(4.79%)及參加其他團體舉辦的旅遊(4.19%)等比例較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

整體而言，受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(55.09%)的比例最高，其次依序為手機上網(38.32%)、親友／同事／同學(31.74%)、平面媒體(14.37%)、旅行社(13.17%)、電子媒體(6.59%)、旅遊服務中心(6.59%)、旅遊展覽(4.19%)等管道獲得旅遊資訊；而未曾索取相關旅遊資訊的受訪遊客占 5.99%。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在透過電腦網路查詢旅遊資訊的 92 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(73.91%)的比例最多，其次為智慧型手機(iPhone...等) (69.57%)、平板電腦 (iPad...等)(27.17%)，GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)為 2.17%相對較低。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 79.04%的受訪遊客表示，從出發地到馬祖國家風景區最主要利用的交通工具是飛機，其次為船舶(8.38%)、機車(5.39%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到馬祖國家風景區使用的交通工具，以飛機(92.22%)的比例較高，其次依序為機車(46.71%)、船舶(37.72%)、小型巴士(17.96%)、自小客車(9.58%)、計程車(7.19%)、公／民營客運(5.39%)、大型遊覽車(4.19%)；其他的交通工具所占比例均低於 4.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

在馬祖國家風景區內各景點間的旅遊，有 46.11%的受訪遊客主要利用的交通工具為機車，其次為小型巴士(15.57%)、自小客車(9.58%)、計程車(5.99%)、公／民營客運(4.19%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要的原因，有 67.07%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為文化巡禮(40.12%)、親朋好友推薦(32.93%)、品嚐當地美食(19.16%)、距離遠近、假期長短(13.17%)、順道而來(10.78%)、學校、公司或參加的團體安排(7.19%)，其他選擇此景點旅遊的原因比例皆低於 3.00%。

(六) 旅遊同伴

有 55.69%是與朋友、同事同行出遊，36.53%的受訪遊客，其旅遊的同伴為家人，而旅遊同伴為同學的受訪遊客比例為 9.58%，沒有旅遊同伴的比例占 9.58%。

二、遊憩行為

本小節主要針對馬祖國家風景區的受訪遊客，在馬祖國家風景區以外的景點遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

所有(100.00%)的受訪遊客表示，只會在馬祖國家風景區內的景點遊玩，並不會去馬祖國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 70.06%的受訪遊客表示，在馬祖國家風景區內旅遊的天數為 3 天 2 夜，其次，11.98%停留 4 天 3 夜，10.18%停留 2 天 1 夜，停留 5 天以上的比例為 4.19%，而半天(4 小時以下)、1 天(4 小時以上)，不過夜各占 1.80%。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 161 位表示在馬祖國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在馬祖國家風景區內住宿的方式。其中，以住在民宿(56.52%)的比例最高，其次

為旅館(44.10%)，住在親友家(含自家)的比例為 3.11%；招待所或活動中心的比例為 0.62%。

(四) 重遊意願

有 92.81%的受訪遊客表示，以後願意再重遊馬祖國家風景區內的景點，有 7.19%受訪遊客表示以後不願意再重遊馬祖國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 12 位¹²表示不願意再重遊馬祖國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以交通不便(58.33%)的比例最高，其次為缺乏特色(41.67%)、花費太高(41.67%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對馬祖國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 82.04%受訪遊客表示，在馬祖國家風景區內，喜歡從事的活動項目為文化體驗活動，其次依序為自然賞景活動(68.26%)、美食活動(35.93%)、運動型活動(20.36%)、其他休閒活動(11.38%)。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡馬祖國家風景區內自然賞景活動的 114 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動的項目。其中，以喜歡觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等(85.96%)的比例最高，其次依序為森林步道健行、露營、登山、溯溪(20.18%)、觀賞日出、雪景、星象等自然景觀(14.91%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(7.02%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(6.14%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡馬祖國家風景區內文化體驗活動的 137 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動的項目。其中，以戰地文化體驗(如：馬祖國家風景區)(64.96%)的比例最高，其次依序為觀賞文化古蹟(45.26%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(8.03%)、節慶活動(6.57%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(6.57%)，其他活動偏好比例均低於 4.00%。

¹²本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡馬祖國家風景區內運動型活動的 34 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。以游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(44.12%)的比例最高，其次依序為釣魚(26.47%)、慢跑、馬拉松(20.59%)、騎協力車、單車(14.71%)、泛舟、划船(8.82%)，其他活動偏好比例均低於 3.00%。

4. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡馬祖國家風景區內美食活動的 60 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。以品嚐當地特產、特色美食的比例最高(96.67%)，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(11.67%)、健康養生料理體驗(8.33%)。

5. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡馬祖國家風景區內其他休閒活動的 19 位¹³受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。以駕車(汽機車)兜風的比例最高(63.16%)，其次為乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(47.37%)、商圈徒步購物(21.05%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對馬祖國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 28.14%，評價為 80~89 分的有 60.48%，評價為 70~79 分的有 10.78%，有 0.60%評價為 69 分及以下。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 84.06 分，與 102 年總平均分數(82.02 分)相較，提升 2.04 分。

【詳見圖 5-6-1】

¹³本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

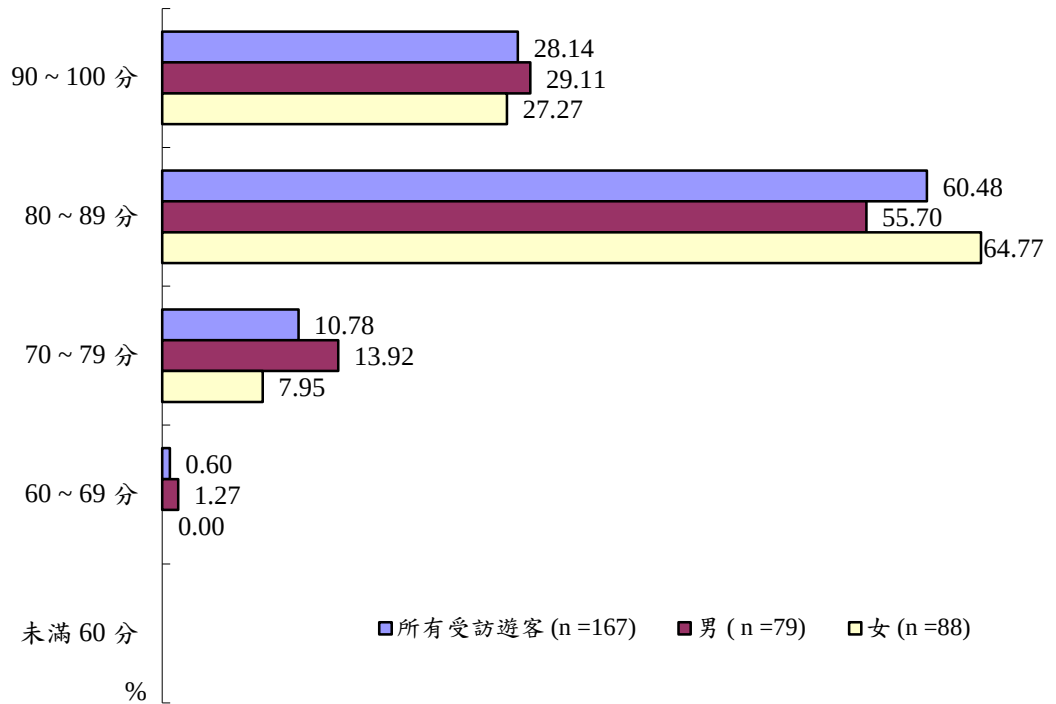


圖 5-6-1 馬祖國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對馬祖國家風景區所提供各項服務滿意的比例。扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目百分比排列如下：

1. 停車位數量 (100.00%)
2. 景點內辦理的活動 (100.00%)
3. 景點內空間設計(98.80%)
4. 景點內服務設施(98.79%)
5. 服務人員之服務態度(98.73%)
6. 環境美化綠化(98.19%)
7. 環境整潔(97.59%)
8. 提供之旅遊資訊服務(97.53%)
9. 引導指標或動線安排 (96.97%)
10. 廁所清潔程度(95.21%)

與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例上升 5.61 個百分點，「景點內服務設施」的滿意比例上升 3.74 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「教育程度」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「調查遊憩景點」等自變項，未達到統計上顯著差異，自變項「年齡」、「婚姻狀況」、「居住地區」、「國籍」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-6-2】

表 5-6-1 馬祖國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	38.32	54.49	1.20	0.00	5.99	167
2.景點內服務設施	23.35	74.25	1.20	0.00	1.20	167
3.景點內空間設計	21.56	77.24	1.20	0.00	0.00	167
4.引導指標或動線安排	26.35	69.46	2.99	0.00	1.20	167
5.環境美化綠化	27.54	70.06	1.80	0.00	0.60	167
6.環境整潔	29.34	67.66	2.40	0.00	0.60	167
7.停車位數量	26.95	53.29	0.00	0.00	19.76	167
8.廁所清潔程度	25.75	69.46	4.79	0.00	0.00	167
9.提供之旅遊資訊服務	31.74	62.87	2.40	0.00	2.99	167
10.景點內辦理的活動	0.60	0.60	0.00	0.00	98.80	167
11.整體上	27.54	72.46	0.00	0.00	0.00	167

表 5-6-2 馬祖國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	40.76	57.97	98.73	1.27	0.00	1.27	157	98.73	98.12	0.61
2.景點內服務設施	23.64	75.15	98.79	1.21	0.00	1.21	165	98.79	95.05	3.74*
3.景點內空間設計	21.56	77.24	98.80	1.20	0.00	1.20	167	98.80	98.79	0.01
4.引導指標或動線安排	26.67	70.30	96.97	3.03	0.00	3.03	165	96.97	91.36	5.61*
5.環境美化綠化	27.71	70.48	98.19	1.81	0.00	1.81	166	98.19	96.35	1.84
6.環境整潔	29.52	68.07	97.59	2.41	0.00	2.41	166	97.59	96.04	1.55
7.停車位數量	33.58	66.42	100.00	0.00	0.00	0.00	134	100.00	97.58	2.42
8.廁所清潔程度	25.75	69.46	95.21	4.79	0.00	4.79	167	95.21	91.98	3.23
9.提供之旅遊資訊服務	32.72	64.81	97.53	2.47	0.00	2.47	162	97.53	98.08	-0.55
10.景點內辦理的活動 ¹⁴	50.00	50.00	100.00	0.00	0.00	0.00	2	100.00	92.59	7.41
11.整體上	27.54	72.46	100.00	0.00	0.00	0.00	167	100.00	99.40	0.60

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

¹⁴ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、引導指標或動線安排、廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務、景點內辦理的活動等 5 項。

【詳見圖 5-6-2】

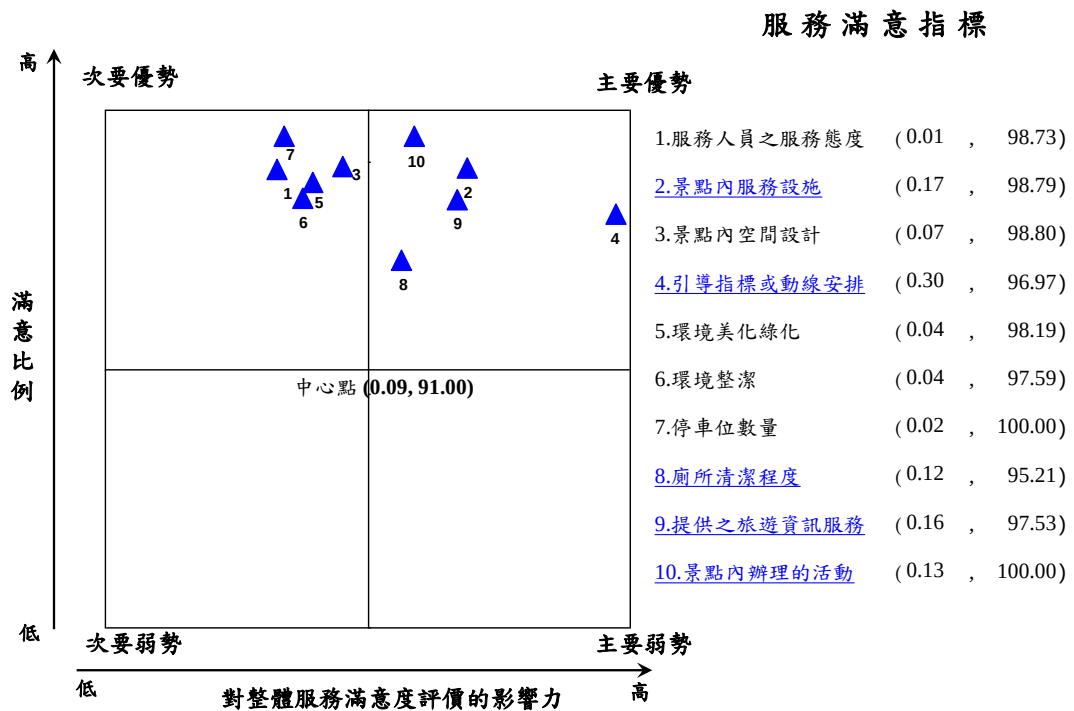


圖 5-6-2 馬祖國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。

2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。

3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 84.43%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪馬祖國家風景區，其次為第 2 次 (8.98%)、第 5 次以上(4.19%)、第 3 次(2.40%)到訪馬祖國家風景區。

(五) 距離上次到訪時間

針對馬祖國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 26 位¹⁵受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 38.46%的受訪遊客表示，上次到訪馬祖國家風景區的時間為 3 年以上，其次為半年以內(26.92%)、1~2 年以內(15.38%)、半年~1 年以內(11.54%)、2~3 年以內(7.69%)。

¹⁵本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對馬祖國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 26 位¹⁶受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，馬祖國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，以差不多(42.31%)的比例最高，其次為改善很多(34.62%)及稍有改善(23.08%)。

四、消費行為

本小節主要針對馬祖國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 55.09%的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品，而有 44.91%的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 92 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 89.13%的受訪遊客表示，透過網路訂購的相關旅遊產品為機票，其次依序為旅館(含民宿) (71.74%)、套裝行程 (4.35%)、船票(3.26%)、火車票/高鐵票/客運車票(2.17%)。

(三) 消費情形

在馬祖國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$9,310；而在馬祖國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 3.02 天，因此平均每日消費支出為 NT\$3,083。

(四) 消費合理性

有 81.44%的受訪遊客表示，馬祖國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 14.37%的受訪遊客反應馬祖國家風景區內的各項花費較貴(貴(13.17%)、很貴(1.20%))；有 4.19%的受訪遊客覺得便宜(便宜(3.59%)、很便宜(0.60%))。

¹⁶本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

第七節 日月潭國家風景區



日月潭國家風景區位於臺灣南投縣中部，是由交通部觀光局規劃與管理的一座國家級風景特定區，原範圍以日月潭為中心，北臨魚池鄉都市計劃界線，東至水社大山之山脊線，南側以臺 21 線省道與水里鄉之都市計畫為界，2011 年再納入埔里鎮、集集鎮與信義鄉等 3 鄉鎮部分區域，總面積約為 1 萬 8,100 公頃。本次在日月潭國家風景區，遊客意見調查景點包含，「車埕」、「九族文化村」、「桃米紙教堂」、「向山遊客中心」等四個景點。

本節以日月潭國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對日月潭國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 80.39%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次為參加機關／公司舉辦的旅遊(9.44%)、參加其他團體舉辦的旅遊(3.87%)、參加學校、班級舉辦的旅遊(3.15%)，其他的旅遊方式所占比例皆低於 3.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(43.10%)獲取資訊的比例最高，其次依序為親友／同事／同學(30.02%)、手機上網(27.12%)、電子媒體(11.86%)、平面媒體(8.23%)、旅行社(4.60%)、旅遊服務中心(3.15%)、旅遊展覽(1.45%)，而有 27.36%的受訪遊客未曾索取相關的旅遊資訊。

年齡為 20 歲~29 歲(58.57%)、教育程度為大專及以上(50.00%)、居住在國外地區(60.61%)、調查遊憩景點為桃米紙教堂(55.77%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

年齡為 20 歲~29 歲(40.00%)、教育程度為大專及以上(30.92%)、居住在國外地區(42.42%)、調查遊憩景點為桃米紙教堂(46.15%)等特質的受訪遊客，透過「手機上網」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 178 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(72.47%)的比例最多，其次依序為智慧型手機（iPhone...等）(62.92%)、平板電腦（iPad...等）(21.91%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (2.81%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 65.86%的受訪遊客表示，從出發地到日月潭國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(16.22%)，臺鐵(火車)占 6.05%，其他交通工具百分比均不及 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(68.28%)的比例較高，其次為大型遊覽車(18.40%)，臺鐵(火車)占 8.47%，公、民營客運占 5.81%，自行車、協力車為 4.60%，機車占 4.12%，其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

在日月潭國家風景區內各景點旅遊，有 34.38%主要利用的交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(8.47%)、自行車、協力車(5.57%)、徒步(4.60%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%。此外，有 35.11%的受訪遊客沒有到訪國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 69.01%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為距離遠近、假期長短(20.10%)、親朋好友推薦(19.37%)、交通便利(15.25%)、遊憩設施(14.29%)、學校、公司或參加的團體安排(13.56%)、順道而來(13.56%)、品嚐當地美食(11.14%)、運動健身(8.72%)、文化巡禮(8.47%)，其他選擇此景點旅遊的比例皆低於 5.00%。

(六) 旅遊同伴

有 65.38%的受訪遊客，其旅遊同伴為家人，其次是朋友、同事 (36.08%)，旅遊同伴為同學的比例為 5.57%，而沒有旅遊同伴的比例占 1.94%。

二、遊憩行為

本小節主要針對日月潭國家風景區的受訪遊客，在日月潭國家風景區以外的景點遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 48.43%的受訪遊客表示，只會在日月潭國家風景區內的景點遊玩，而有 51.57%的受訪遊客表示會去日月潭國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 35.59%的受訪遊客表示，在日月潭國家風景區內旅遊的天數為半天，停留 1 天(4 小時以上)，不過夜的比例為 31.23%，2 天 1 夜占 23.97%，停留 3 天 2 夜的比例為 8.47%，停留 4 天 3 夜(0.48%)或 5 天以上(0.24%)的比例較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 137 位表示在日月潭國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在日月潭國家風景區內住宿的方式。其中，以旅館 (61.31%)的比例最高，其次依序為民宿(29.20%)、招待所或活動中心(5.84%)；其他住宿方式所占的比例皆低於 3.00%。

(四) 重遊意願

有 96.37%的受訪遊客表示，願意再重遊該日月潭國家風景區內的景點；僅有 3.63%受訪遊客表示以後不願意再重遊日月潭國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 15 位¹⁷表示不願意再重遊日月潭國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色(46.67%)的比例最高，其次為交通不便(26.67%)、遊憩設施差(20.00%)，其他原因的比例均低於 10.00%。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對日月潭國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 71.43%的受訪遊客表示，在日月潭國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動；其次依序為美食活動(34.38%)、其他休閒活動(34.14%)、文化體驗活動(31.96%)、運動型活動(29.06%)、遊樂園活動(15.01%)。

女性(77.48%)、調查遊憩景點為向山遊客中心(76.29%)等特質的受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

大專及以上教育程度(38.49%)、服務工作人員(44.23%)等特質的受訪遊客，偏好美食活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

¹⁷本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

高中／職教育程度(38.75%)、調查遊憩景點為向山遊客中心(44.40%)等特質的受訪遊客，偏好其他休閒活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內自然賞景活動的 295 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(64.07%)的比例最高，其次為觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(40.00%)，再其次依序為觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(22.03%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(21.36%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(15.25%)。

大專及以上教育程度(68.75%)、居住在南部地區(66.18%)、調查遊憩景點為向山遊客中心(72.88%)等特質的受訪遊客，偏好森林步道健行／露營／登山／溯溪活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內文化體驗活動的 132 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(37.12%)的比例最高，其次為表演節目欣賞(24.24%)，再其次依序為懷舊體驗(如鐵道懷舊)(23.48%)、原住民文化體驗(21.21%)、參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(18.18%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(18.18%)、節慶活動(17.42%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、播茶等)(12.88%)，其他活動偏好比例均不及 4.00%。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內運動型活動的 120 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車(90.00%)的比例最高，其次為泛舟／划船(17.50%)，再其次為慢跑／馬拉松(8.33%)、攀岩(5.00%)、釣魚(3.33%)，其他活動偏好比例均低於 2.00%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內遊樂園活動的 62 位受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，以機械遊樂活動(如碰碰車、雲霄飛車等)(48.39%)的偏好比例最高，其次依序為水上遊樂活動(35.48%)、觀賞園區表演節目(30.65%)、遊覽園區特殊主題(20.97%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內美食活動的 142 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產、特色美食(77.46%)的比例最高，其次為茗茶、喝咖啡、下午茶(74.89%)及健康養生料理體驗(12.68%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡日月潭國家風景區內其他休閒活動的 141 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以纜車賞景(68.09%)的比例最高，其次依序為乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖(37.59%)、駕車(汽機車)兜風(19.86%)、商圈徒步購物(15.60%)、乘坐熱汽球(5.67%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對日月潭國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 37.05%，評價為 80~89 分的有 48.91%，評價為 70~79 分的有 12.11%，有 1.94% 的受訪遊客給予 69 分及以下的評價。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 84.27 分，與 102 年總平均分數(83.50 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-7-1】

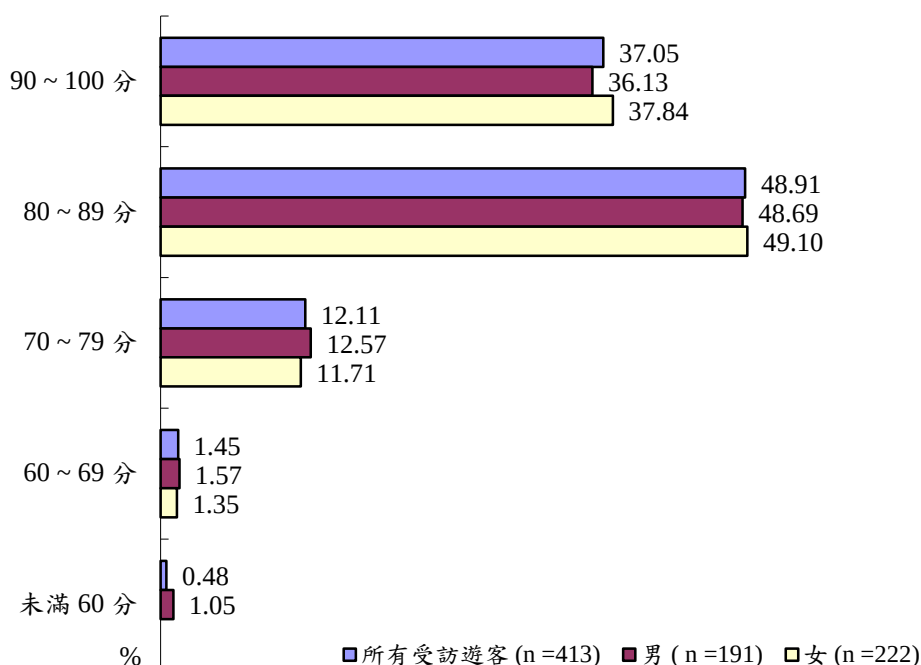


圖 5-7-1 日月潭國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對日月潭國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 服務人員之服務態度 (99.14%)
3. 提供之旅遊資訊服務 (98.83%)
4. 景點內空間設計 (98.77%)
5. 景點內服務設施 (98.76%)
6. 環境整潔 (98.54%)
7. 環境美化綠化 (98.30%)
8. 引導指標或動線安排 (95.25%)
9. 廁所清潔程度 (93.66%)
10. 停車位數量 (77.29%)

與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例上升 3.80 個百分點；「環境整潔」的滿意比例上升 2.14 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

【詳見表 5-7-2】

表 5-7-1 日月潭國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	35.84	47.69	0.73	0.00	15.74	413
2.景點內服務設施	30.75	65.38	1.21	0.00	2.66	413
3.景點內空間設計	40.44	56.90	1.21	0.00	1.45	413
4.引導指標或動線安排	31.48	60.77	4.60	0.00	3.15	413
5.環境美化綠化	48.43	49.40	1.69	0.00	0.48	413
6.環境整潔	43.10	55.21	1.45	0.00	0.24	413
7.停車位數量	21.31	42.12	15.50	3.15	17.92	413
8.廁所清潔程度	24.94	57.38	5.33	0.24	12.11	413
9.提供之旅遊資訊服務	30.02	51.58	0.97	0.00	17.43	413
10.景點內辦理的活動	1.21	1.69	0.00	0.00	97.10	413
11.整體上	27.36	71.91	0.73	0.00	0.00	413

表 5-7-2 日月潭國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	42.53	56.61	99.14	0.86	0.00	0.86	348	99.14	99.11	0.03
2.景點內服務設施	31.59	67.17	98.76	1.24	0.00	1.24	402	98.76	98.18	0.58
3.景點內空間設計	41.03	57.74	98.77	1.23	0.00	1.23	407	98.77	97.89	0.88
4.引導指標或動線安排	32.50	62.75	95.25	4.75	0.00	4.75	400	95.25	91.45	3.80*
5.環境美化綠化	48.66	49.64	98.30	1.70	0.00	1.70	411	98.30	98.72	-0.42
6.環境整潔	43.20	55.34	98.54	1.46	0.00	1.46	412	98.54	96.40	2.14*
7.停車位數量	25.96	51.33	77.29	18.88	3.83	22.71	339	77.29	72.26	5.03
8.廁所清潔程度	28.37	65.29	93.66	6.06	0.28	6.34	363	93.66	92.29	1.37
9.提供之旅遊資訊服務	36.36	62.47	98.83	1.17	0.00	1.17	341	98.83	97.72	1.11
10.景點內辦理的活動 ¹⁸	41.67	58.33	100.00	0.00	0.00	0.00	12	100.00	93.62	6.38
11.整體上	27.36	71.91	99.27	0.73	0.00	0.73	413	99.27	99.48	-0.21

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

¹⁸ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、環境美化綠化、廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務等 4 項。

【詳見圖 5-7-2】

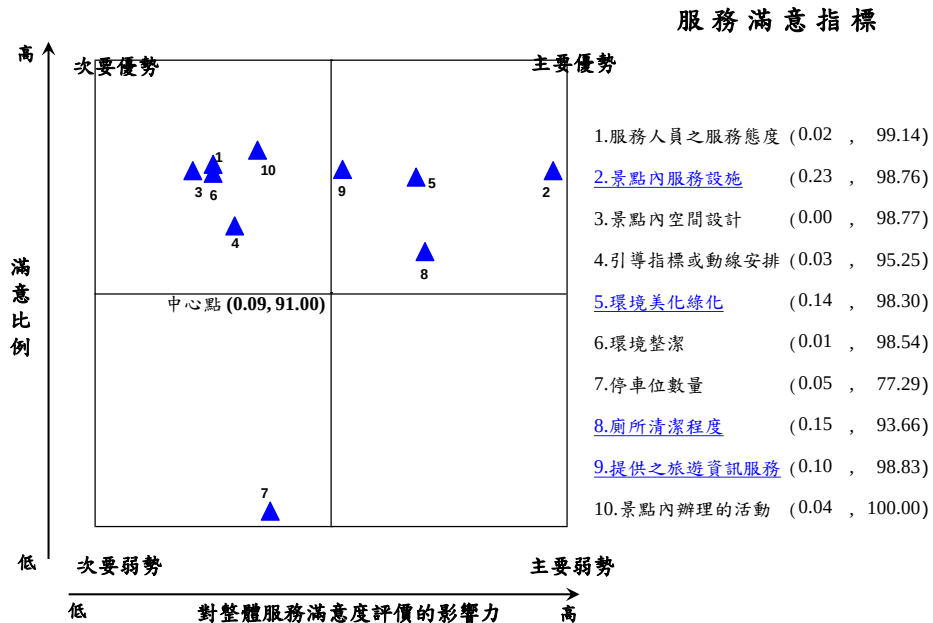


圖 5-7-2 日月潭國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 38.50%的受訪遊客表示，是第 1 次到訪日月潭國家風景區，其次為第 5 次以上到訪(25.18%)、第 2 次到訪(20.82%)、第 3 次到訪(11.86%)，3.63%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對日月潭國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 254 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 35.04%的受訪遊客表示，上次到訪日月潭國家風景區的時間為半年以內，其次為 1~2 年以內(20.87%)、半年~1 年以內(17.72%)、3 年以上(16.54%)，有 9.84%為 2~3 年以內。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對日月潭國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 254 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，日月潭國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，以差不多(48.03%)的比例最高，其次為稍有改善(24.80%)，認為改善很多的受訪遊客占 22.83%，有 0.39%認為較差。

四、消費行為

本小節主要針對日月潭國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 16.71%的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品，有 83.29%的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 69 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 84.06%的受訪遊客表示，透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)，其次依序為套裝行程(18.84%)、火車票/高鐵票/客運車票(17.39%)、船票(13.04%)、門票(4.35%)及機票(1.45%)。

(三) 消費情形

整體而言，在日月潭國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$2,490；而在日月潭國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.26 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,976。

(四) 消費合理性

有 77.24%的受訪遊客表示，日月潭國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 15.74%的受訪遊客認為，日月潭國家風景區內的各項花費較貴(貴(13.80%)、很貴(1.94%))；有 1.46%的受訪遊客覺得便宜(便宜(0.73%)、很便宜(0.73%))，而有 5.57%的受訪遊客表示，在日月潭國家風景區內沒有任何花費。

第八節 參山國家風景區



參山國家風景區由臺灣行政院交通部觀光局所規劃，乃獅頭山風景區、梨山風景區以及八卦山風景區合併而成，於 2001 年 3 月 16 日成立，跨新竹、苗栗、臺中、彰化、南投等五個縣市。本次在參山國家風景區，遊客調查景點包括「南庄遊客中心」、「梨山遊客中心」、「谷關遊客中心」、「八卦山山脈生態遊客中心」等四個景點。

本節以參山國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對參山國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 94.66%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊；其次為參加其他團體舉辦的旅遊(3.42%)、參加旅行社套裝旅遊(0.85%)、參加機關／公司舉辦的旅遊(0.64%)、參加學校／班級舉辦的旅遊(0.21%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(0.21%)等方式比例相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過親友／同事／同學(32.69%)、電腦網路(31.62%)等獲得相關旅遊資訊的比例最高，其次依序為手機上網(18.38%)、平面媒體(8.12%)、電子媒體(7.26%)、旅遊服務中心(4.06%)、旅遊展覽(2.99%)、旅行社(2.78%)等管道獲得旅遊資訊，另有 35.26%的受訪遊客未曾索取相關的旅遊資訊。

學生(51.11%)受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他工作類別的受訪遊客。

年齡為 20 歲~29 歲(46.03%)、教育程度為大專及以上(34.20%)、專技主管人員(40.22%)、調查遊憩景點為南庄遊客中心(42.47%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 148 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(69.59%)的比例最多，其次依序為智慧型手機（iPhone...等）(58.11%)、平板電腦（iPad...等）(16.89%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (4.73%)、個人數位助理（PDA）(0.68%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 75.21%的受訪遊客表示，從出發地到參山國家風景區，最主要利用的交通工具是自小客車，其次依序為機車(8.76%)、大型遊覽車(4.91%)、臺鐵(火車)(3.63%)、公／民營客運(2.99%)、觀光局臺灣好行接駁(2.35%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到達國家風景區使用的交通工具，以自小客車(75.21%)的比例較高，其次為機車(9.40%)、臺鐵(火車)(5.77%)、大型遊覽車(5.13%)、觀光局臺灣好行接駁(4.70%)、公／民營客運(4.27%)，其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

在參山國家風景區內各景點旅遊，有 22.65%受訪遊客主要利用的交通工具為自小客車，其次為徒步(5.77%)、機車(5.13%)、公／民營客運(1.50%)、觀光局臺灣好行接駁(1.50%)；其他的交通工具所占的比例皆低於 1.00%；此外，有 61.97%的受訪遊客沒有到訪國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 64.74%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次為品嚐當地美食(25.43%)、距離遠近／假期長短(19.23%)、運動健身(18.38%)、親朋好友推薦(17.74%)、順道而來(16.24%)、交通便利(15.60%)、遊憩設施(10.47%)，其他選擇此景點旅遊的比例皆低於 8.00%。

(六) 旅遊同伴

有 72.44%的受訪遊客，其旅遊同伴為家人，其次是朋友／同事(26.71%)，同學的比例為 2.78%；而沒有旅遊同伴的比例占 6.41%。

年齡為 40 歲~49 歲(88.98%)、已婚(84.15%)等特質的受訪遊客，旅遊同伴為家人的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對參山國家風景區的受訪遊客，其國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 60.26%的受訪遊客表示，只會在參山國家風景區內的景點遊玩，而有 39.74%的受訪遊客表示會去參山國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 53.85%的受訪遊客表示，在參山國家風景區內旅遊的天數是半天，其次依序為 1 天，不過夜(26.71%)、2 天 1 夜(17.52%)、3 天 2 夜(1.28%)、4 天 3 夜(0.43%)、5 天以上(0.21%)。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 91 位表示在參山國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在參山國家風景區內住宿的方式。其中，以旅館(51.65%)的比例最高，其次為民宿(39.56%)，而露營(5.49%)、招待所或活動中心(2.20%)、親友家(含自家)(1.10%)等住宿方式所占的比例皆低於 6.00%。

(四) 重遊意願

有 97.44%的受訪遊客表示，願意再重遊該參山國家風景區內的景點；而僅有 2.56%受訪遊客表示以後不願意再重遊參山國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 12 位¹⁹表示不願意再重遊參山國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色(75.00%)的比例最高，其次為交通不便(33.33%)，而環境髒亂(8.33%)、遊憩設施差(8.33%)等原因的比例均低於 9.00%。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對參山國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 78.21%的受訪遊客表示，在參山國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為美食活動(35.68%)、文化體驗活動(24.15%)、其他休閒活動(10.47%)、運動型活動(5.34%)，而遊樂園活動的比例最低，僅有 0.64%。

工作別為農林漁牧及體力工作者(85.71%)、調查遊憩景點為梨山遊客中心(94.12%)的受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

¹⁹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

調查遊憩景點為梨山遊客中心(57.53%)受訪遊客，偏好美食活動的比例，高於其他調查遊憩景點的受訪遊客。

女性(28.33%)、調查遊憩景點為梨山遊客中心(32.26%)等特質的受訪遊客，偏好文化體驗活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內自然賞景活動的 366 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(73.22%)的比例最高，其次依序為觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(33.06%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(32.51%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(15.03%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(10.11%)。

調查遊憩景點為南庄遊客中心(48.25%)的受訪遊客，偏好觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等的比例，高於其他調查遊憩景點的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內文化體驗活動的 113 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(53.10%)的比例最高，其次依序為參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(28.32%)、表演節目欣賞(17.70%)、節慶活動(16.81%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(15.93%)、原住民文化體驗(15.04%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(14.16%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(10.62%)，其他項目比例均不及 2.00%。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內運動型活動的 25 位²⁰受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車、單車(76.00%)的比例最高，其次依序為慢跑／馬拉松(28.00%)、釣魚(8.00%)、球類運動(如高爾夫、網球、籃球、羽球等)(8.00%)。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內遊樂園活動的 3 位²¹受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。所有受訪遊客(100.00%)均表示偏好觀賞園區表演節目。

²⁰ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

²¹ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內美食活動的 167 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(91.02%)的比例最高，其次為茗茶／喝咖啡／下午茶(19.76%)、健康養生料理體驗(5.99%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡參山國家風景區內其他休閒活動的 49 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉／做 SPA (53.06%)的比例最高，其次為商圈徒步購物(38.78%)、駕車(汽機車)兜風(26.53%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對參山國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 33.12%，評價為 80~89 分的有 43.38%，評價為 70~79 分的有 18.16%，評價在 69 分及以下的占 5.34%。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 82.27 分，與 102 年總平均分數(81.69 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-8-1】

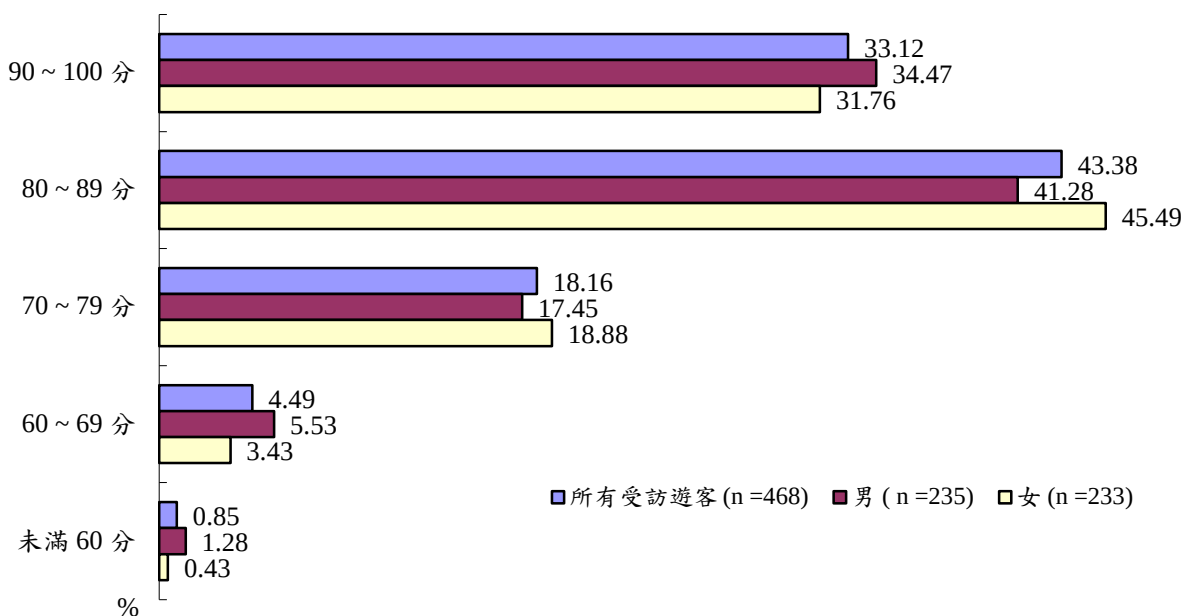


圖 5-8-1 參山國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對參山國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動(100.00%)
2. 服務人員之服務態度(99.51%)
3. 提供之旅遊資訊服務(98.42%)
4. 環境美化綠化 (98.08%)
5. 景點內服務設施 (96.87%)
6. 景點內空間設計 (94.70%)
7. 環境整潔 (93.79%)
8. 引導指標或動線安排 (90.91%)
9. 廁所清潔程度 (90.88%)
10. 停車位數量 (75.06%)

與 102 年相比，103 年下半年各項指標滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項均未達到統計上顯著差異或因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-8-2】

表 5-8-1 參山國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	51.28	35.47	0.43	0.00	12.82	468
2.景點內服務設施	33.12	59.62	2.99	0.00	4.27	468
3.景點內空間設計	35.04	56.63	4.91	0.21	3.21	468
4.引導指標或動線安排	38.46	49.15	8.33	0.43	3.63	468
5.環境美化綠化	48.93	48.94	1.71	0.21	0.21	468
6.環境整潔	42.95	50.65	5.98	0.21	0.21	468
7.停車位數量	25.43	37.60	19.02	1.92	16.03	468
8.廁所清潔程度	32.91	37.39	5.77	1.28	22.65	468
9.提供之旅遊資訊服務	44.23	35.47	1.28	0.00	19.02	468
10.景點內辦理的活動	0.64	2.35	0.00	0.00	97.01	468
11.整體上	36.11	62.83	0.85	0.21	0.00	468

表 5-8-2 參山國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	58.82	40.69	99.51	0.49	0.00	0.49	408	99.51	99.77	-0.26
2.景點內服務設施	34.60	62.27	96.87	3.13	0.00	3.13	448	96.87	96.84	0.03
3.景點內空間設計	36.20	58.50	94.70	5.08	0.22	5.30	453	94.70	94.61	0.09
4.引導指標或動線安排	39.91	51.00	90.91	8.65	0.44	9.09	451	90.91	92.59	-1.68
5.環境美化綠化	49.04	49.04	98.08	1.71	0.21	1.92	467	98.08	98.09	-0.01
6.環境整潔	43.04	50.75	93.79	6.00	0.21	6.21	467	93.79	95.91	-2.12
7.停車位數量	30.28	44.78	75.06	22.65	2.29	24.94	393	75.06	76.15	-1.09
8.廁所清潔程度	42.54	48.34	90.88	7.46	1.66	9.12	362	90.88	92.13	-1.25
9.提供之旅遊資訊服務	54.62	43.80	98.42	1.58	0.00	1.58	379	98.42	97.85	0.57
10.景點內辦理的活動 ²²	21.43	78.57	100.00	0.00	0.00	0.00	14	100.00	99.00	1.00
11.整體上	36.11	62.83	98.94	0.85	0.21	1.06	468	98.94	99.41	-0.47

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

4.本表中 103 年下半年與 102 年各項目滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

²² 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內空間設計、環境美化綠化、環境整潔等 3 項，主要弱勢指標有引導指標或動線安排、停車位數量等 2 項。

【詳見圖 5-8-2】

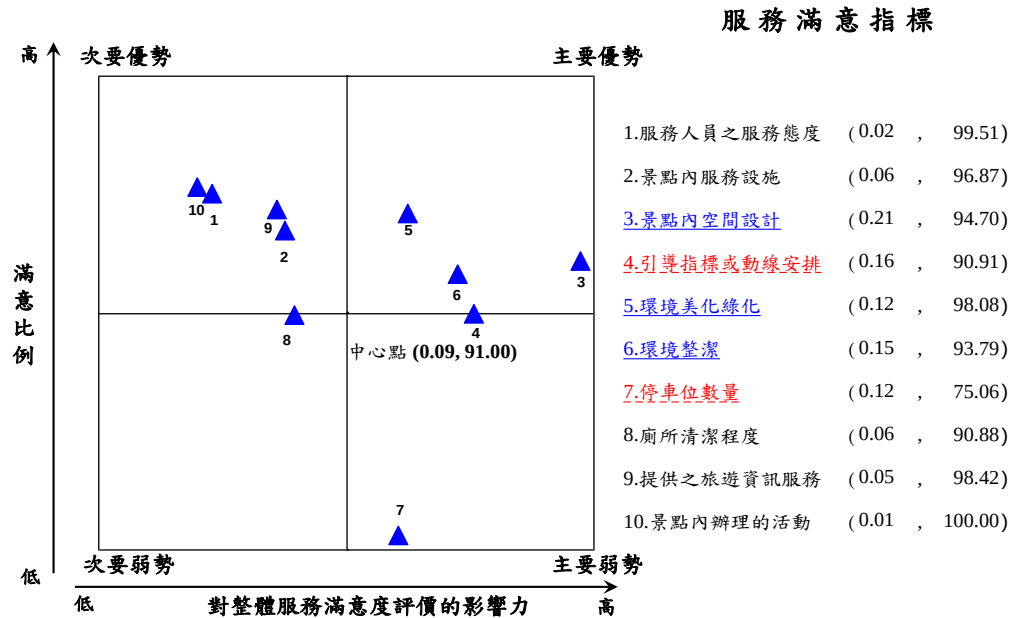


圖 5-8-2 參山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 32.91%的受訪遊客表示，到訪參山國家風景區是第 5 次以上到訪，其次為第 1 次到訪(30.34%)、第 2 次到訪(18.59%)及第 3 次到訪(14.96%)，3.21%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對參山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 326 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔多久。其中，有 44.17%的受訪遊客表示，上次到訪參山國家風景區的時間為半年以內，其次為 3 年以上(21.47%)、半年~1 年以內(16.26%)、1~2 年以內(11.66%)，6.44%為 2~3 年以內到訪。

(六) 與上次到訪經驗比較

同樣針對參山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 3,266 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，參山國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 49.69% 的受訪遊客表示，參山國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多；其次為改善很多(23.01%)、稍有改善(22.39%)；表示感覺較差的受訪遊客占 0.92%。

四、消費行為

本小節主要針對參山國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 8.76% 的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品；而有 91.24% 的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 41 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 70.73% 的受訪遊客表示，透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)；其次依序為火車票／高鐵票／客運車票(24.39%)、套裝行程(7.32%)及機票(2.44%)。

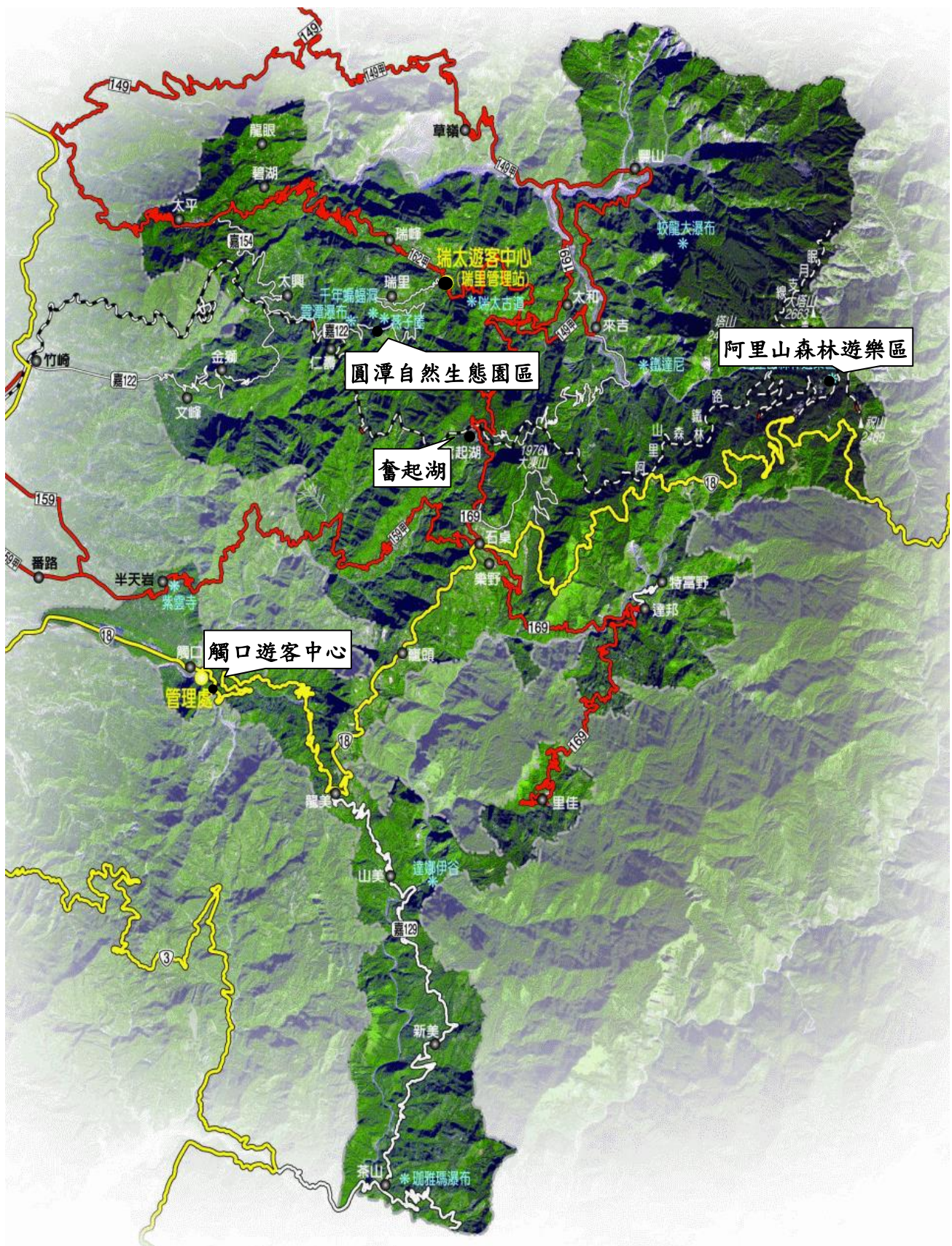
(三) 消費情形

整體而言，在參山國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,212；而在參山國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 0.95 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,276；參山各別據點的平均旅遊天數分別，獅頭山風景區平均旅遊天數為 0.85 天，八卦山風景區平均旅遊天數為 0.64 天，梨山風景區平均旅遊天數為 1.46 天，依據平均每位受訪遊客預計消費支出及平均旅遊天數，計算三座山各別之平均每日消費支出為，獅頭山風景區平均每日消費支出為 NT\$1,313，八卦山風景區為 NT\$1,041，梨山風景區為 NT\$1,355 元。

(四) 消費合理性

有 76.07% 的受訪遊客表示，參山國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 6.20% 的受訪遊客表示，參山國家風景區內的各項花費較貴(貴(5.77%)、很貴(0.43%))，有 3.42% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(2.56%)、很便宜(0.85%))；而有 14.32% 的受訪遊客表示，在參山國家風景區內沒有任何花費。

第九節 阿里山國家風景區



阿里山國家風景區是由交通部觀光局規劃與管理的一座國家級風景特定區，阿里山國家風景區位於臺灣嘉義縣東部，設立於 2001 年，其範圍涵蓋了位於阿里山鄉，仍由林務局經營管理的阿里山國家森林遊樂區，並且擴大至附近的梅山鄉、竹崎鄉和番路鄉一帶的知名風景區，本次在阿里山國家風景區，遊客調查景點包括「觸口遊客中心」、「阿里山國家森林遊樂區」、「奮起湖」、「圓潭自然生態園區」。

本節以阿里山國家風景區(扣除「阿里山森林遊樂區」)的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。「阿里山森林遊樂區」受訪遊客調查資料，將於第五小節至第八小節進行分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對阿里山國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 73.94%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次為參加旅行社套裝旅遊(8.51%)、參加機關／公司舉辦的旅遊(7.98%)、參加其他團體舉辦的旅遊(6.38%)，而參加學校／班級舉辦的旅遊(1.60%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(1.60%)比例相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過親友／同事／同學(39.89%)獲得相關旅遊資訊的比例最高；其次依序為電腦網路(39.36%)、手機上網(26.60%)、平面媒體(14.89%)、電子媒體(10.11%)、旅行社(6.91%)、旅遊服務中心(4.26%)、旅遊展覽(1.60%)等管道獲得旅遊資訊；而未曾索取相關旅遊資訊的受訪遊客占 19.68%。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 74 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過智慧型手機 (iPhone...等) (67.57%)的比例最多；其次為電腦 (桌上型、筆記型電腦) (59.46%)、平板電腦 (iPad...等)(17.57%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(6.76%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 54.26%的受訪遊客表示，從出發地到阿里山國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(17.55%)、臺鐵(火車)(11.17%)、公／民營客運(5.32%)、飛機(5.32%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 3.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，自小客車(57.45%)的比例較高，其次為大型遊覽車(21.81%)、臺鐵(火車)(15.96%)、小型巴士(10.64%)、公／民營客運(8.51%)、徒步(7.98%)、飛機(5.85%)，其他的交通工具所占比例皆低於 5.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 29.26%受訪遊客在阿里山國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車；其次為大型遊覽車(10.64%)、小型巴士(5.85%)及徒步(5.32%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 4.00%，此外，有 37.77%的受訪遊客沒有去國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 80.32%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美；其次依序為親朋好友推薦(27.66%)、品嚐當地美食(18.62%)、運動健身(17.55%)、距離遠近／假期長短(15.43%)、文化巡禮(15.43%)、學校／公司或參加的團體安排(9.57%)、交通便利(9.04%)、遊憩設施(5.85%)、順道而來(5.85%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(4.79%)；其他選擇此景點旅遊的比例皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 63.30%的受訪遊客，其旅遊同伴為家人，其次為朋友／同事 (40.43%)，同學的比例為 9.04%，而沒有旅遊同伴的比例占 1.06%。

男性(71.26%)受訪遊客，旅遊同伴為家人的比例，高於女性(56.44%)的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對阿里山國家風景區的受訪遊客，在國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 54.26% 的受訪遊客表示，只會在阿里山國家風景區內的景點遊玩，而有 45.74% 的受訪遊客表示，會去阿里山國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 40.43% 的受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內旅遊的天數為 1 天(4 小時以上)，不過夜，其次是 2 天 1 夜(28.19%)、半天(4 小時以下) (22.87%)，而 3 天 2 夜(6.91%)及 5 天以上(1.60%)比例相對較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 69 位在阿里山國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在阿里山國家風景區內住宿的方式。其中，以民宿(53.62%)的比例最高，其次為旅館(37.68%)，招待所或活動中心(5.80%)、露營(4.35%)的比例相對較低。

(四) 重遊意願

有 95.21% 的受訪遊客表示，願意再重遊該阿里山國家風景區內的景點；而僅有 4.79% 受訪遊客表示，以後不願意再重遊阿里山國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 9 位²³不願意再重遊阿里山國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，原因包括交通不便 (44.44%)、缺乏特色(44.44%)、環境髒亂(11.11%)、交通壅塞(11.11%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對扣除阿里山森林遊樂區之阿里山國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 93.62% 的受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次為文化體驗活動(32.45%)、美食活動(32.45%)、其他休閒活動(11.17%)、遊樂園活動(4.26%)及運動型活動(3.19%)。

²³ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內自然賞景活動的 176 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(78.98%)的比例最高；其次依序為觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(37.50%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(32.95%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(31.82%)及觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(17.05%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內文化體驗活動的 61 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(37.70%)、原住民文化體驗(37.70%)的比例最高，其次依序為懷舊體驗(如鐵道懷舊)(36.07%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(24.59%)、節慶活動(21.31%)、表演節目欣賞(21.31%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(13.11%)、參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(9.84%)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)(6.56%)，而宗教活動(1.64%)偏好的比例相對較低。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內運動型活動的 6 位²⁴受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。以騎協力車／單車(66.67%)的比例最高；其次為釣魚(33.33%)及慢跑、馬拉松(33.33%)。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內遊樂園活動的 8 位²⁵受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目，以遊覽園區特殊主題(62.50%)比例最高，其次是觀賞園區表演節目(50.00%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內美食活動的 61 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食的比例最高(81.94%)；其次為茗茶／喝咖啡／下午茶(45.90%)及健康養生料理體驗(18.03%)。

²⁴ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

²⁵ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內其他休閒活動的 21 位²⁶受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉、做 SPA 的比例最高(61.90%)；其次為駕車(汽機車)兜風(42.86%)及商圈徒步購物(28.57%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對阿里山國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 38.30%，評價為 80~89 分的有 46.28%，評價為 70~79 分的有 12.77%，有 2.66% 的受訪遊客評價為 69 分及以下。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 84.22 分，與 102 年總平均分數(83.37 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-9-1】

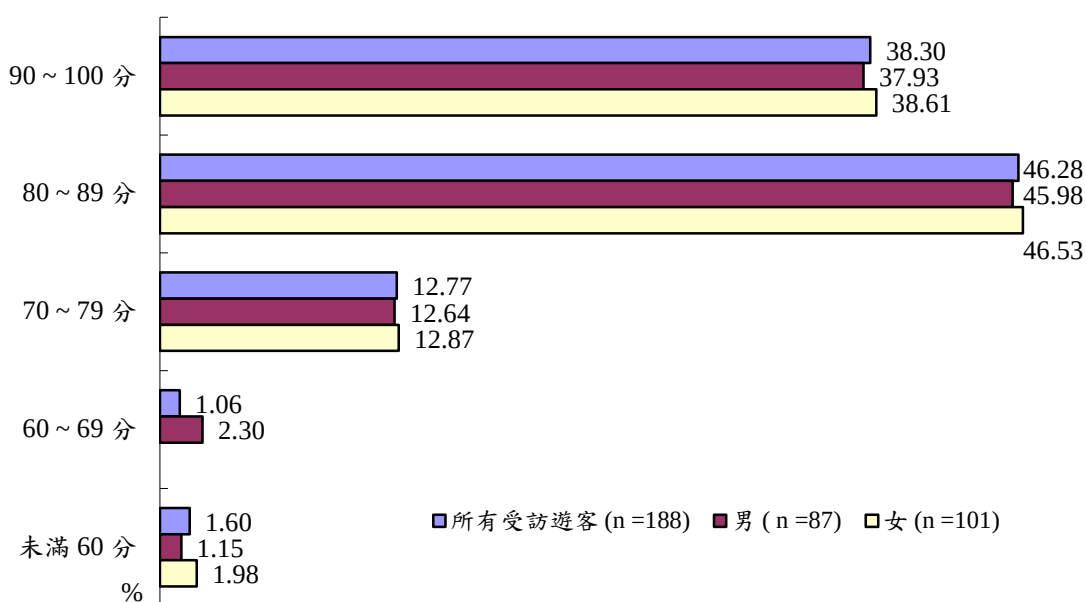


圖 5-9-1 阿里山國家風景區整體服務滿意度之評價

²⁶本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對阿里山國家風景區整體滿意比例為 99.47%，針對阿里山國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度 (100.00%)
2. 景點內辦理的活動 (100.00%)
3. 景點內空間設計 (99.47%)
4. 景點內服務設施 (98.94%)
5. 提供之旅遊資訊服務 (98.74%)
6. 環境美化綠化 (98.41%)
7. 環境整潔 (96.28%)
8. 引導指標或動線安排 (95.11%)
9. 廁所清潔程度 (88.48%)
10. 停車位數量 (79.81%)

與 102 年相比，103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例上升 6.42 個百分點，「景點內空間設計」的滿意比例上升 5.75 個百分點，「景點內服務設施」的滿意比例上升 3.02 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-9-2】

表 5-9-1 阿里山國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	56.39	34.04	0.00	0.00	9.57	188
2.景點內服務設施	41.49	57.45	0.53	0.53	0.00	188
3.景點內空間設計	40.43	58.51	0.00	0.53	0.53	188
4.引導指標或動線安排	44.15	48.93	4.26	0.53	2.13	188
5.環境美化綠化	53.73	44.68	1.06	0.53	0.00	188
6.環境整潔	48.41	47.87	3.19	0.53	0.00	188
7.停車位數量	32.45	30.85	11.17	4.79	20.74	188
8.廁所清潔程度	32.45	45.21	8.51	1.60	12.23	188
9.提供之旅遊資訊服務	35.65	48.40	0.53	0.53	14.89	188
10.景點內辦理的活動	0.53	0.00	0.00	0.00	99.47	188
11.整體上	42.02	57.45	0.00	0.53	0.00	188

表 5-9-2 阿里山國家風景區各項服務滿意比例 (扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	62.35	37.65	100.00	0.00	0.00	0.00	170	100.00	98.97	1.03
2.景點內服務設施	41.49	57.45	98.94	0.53	0.53	1.06	188	98.94	95.92	3.02*
3.景點內空間設計	40.64	58.83	99.47	0.00	0.53	0.53	187	99.47	93.72	5.75*
4.引導指標或動線安排	45.11	50.00	95.11	4.35	0.54	4.89	184	95.11	88.69	6.42*
5.環境美化綠化	53.73	44.68	98.41	1.06	0.53	1.59	188	98.41	99.10	-0.69
6.環境整潔	48.40	47.88	96.28	3.19	0.53	3.72	188	96.28	97.98	-1.70
7.停車位數量	40.94	38.93	79.87	14.09	6.04	20.13	149	79.87	80.31	-0.44
8.廁所清潔程度	36.97	51.51	88.48	9.70	1.82	11.52	165	88.48	92.72	-4.24
9.提供之旅遊資訊服務	41.87	56.87	98.74	0.63	0.63	1.26	160	98.74	97.94	0.80
10.景點內辦理的活動 ²⁷	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	1	100.00	100.00	0.00
11.整體上	42.02	57.45	99.47	0.00	0.53	0.53	188	99.47	98.43	1.04

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

²⁷ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、景點內空間設計及環境美化綠化等 3 項，屬於主要弱勢指標為廁所清潔程度。

【詳見圖 5-9-2】

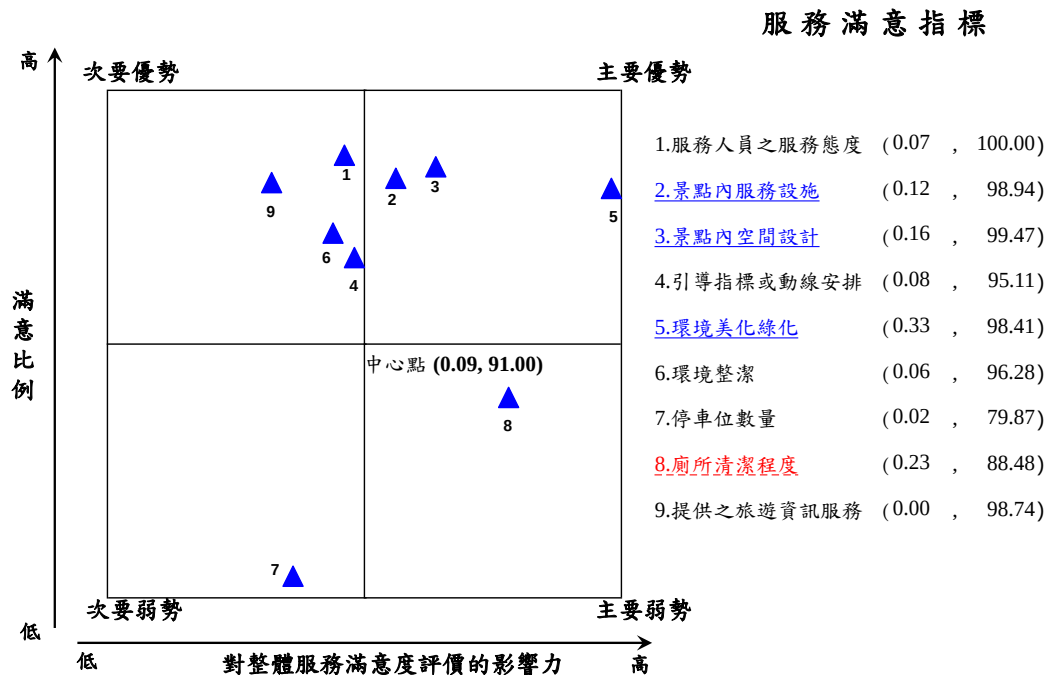


圖 5-9-2 阿里山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
- 4.「景點內辦理的活動」指標，僅 1 位受訪遊客有參與，表示非常滿意，所以該指標已成為常數，無法進行複迴歸分析。

(四) 到訪次數

有 53.19%的受訪遊客表示，是第 1 次到訪阿里山國家風景區；其次為第 2 次到訪(17.02%)、第 5 次以上到訪(13.83%)及第 3 次到訪(12.77%)，3.19%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對阿里山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 88 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，上次到訪阿里山國家風景區的時間為半年以內 (32.95%)的比例較高；其次為 3 年以上(27.27%)、半年~1 年以內(23.86%)、1~2 年以內(11.36%)及 2~3 年以內(4.55%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對阿里山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 88 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，阿里山國家風景區整體服務品質有否提升。其中，有 48.86% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多；其次是改善很多(23.86%)、稍有改善 (20.45%)，表示感覺較差的比例為 1.14%。

四、消費行為

本小節主要針對阿里山國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 14.89% 的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品，而有 85.11% 的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 28 位²⁸受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 75.00% 的受訪遊客表示透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)；其次為火車票／高鐵票／客運車票(50.00%)、套裝行程(17.86%)、機票(3.57%)。

(三) 消費情形

整體而言，在阿里山國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$2,198；而在阿里山國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.37 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,604。

(四) 消費合理性

76.60% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 10.64% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區內的各項花費較貴(貴(9.04%)、很貴(1.60%))，有 2.13% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(2.13%)、很便宜(0.00%))；而有 10.64% 的受訪遊客表示在阿里山國家風景區內沒有任何花費。

²⁸ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

五、旅遊決策(阿里山森林遊樂區)

本小節主要針對阿里山森林遊樂區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到阿里山國家風景區主要利用的交通工具、在阿里山國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 90.98%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，參加旅行社套裝旅遊(8.27%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(0.75%)等旅遊方式所占比例相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(52.63%)獲得相關旅遊資訊的比例最高，其次為手機上網(32.33%)、親友／同事／同學(20.30%)、旅遊服務中心(10.53%)、平面媒體(9.77%)、電子媒體(8.27%)等管道，旅行社(5.26%)或旅遊展覽(5.26%)獲得旅遊資訊的比例相對較低，此外，有 22.56%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

居住在國外地區(69.57%)、其他外國籍(77.78%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 70 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(71.43%)的比例最多；其次依序為智慧型手機（iPhone...等）(61.43%)、平板電腦(iPad...等)(18.57%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(1.43%)。

(三) 到阿里山國家風景區主要利用的交通工具

有 36.84%的受訪遊客表示，從出發地到阿里山國家風景區主要利用的交通工具是自小客車，其次為公／民營客運(14.29%)、飛機(13.53%)、機車(6.77%)、臺鐵(5.26%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 5.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(39.10%)的比例較高；其次為臺鐵(23.31%)、公／民營客運(21.80%)、高鐵(18.80%)、飛機(17.29%)、小型巴士(15.79%)、機車(9.02%)、觀光局臺灣好行接駁(8.27%)、出租汽車(6.77%)、大型遊覽車(6.02%)、徒步(6.02%)、

計程車(5.26%)、旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車) (5.26%)，其他的交通工具所佔比例皆低於 1.00%。

(四) 阿里山國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 22.56%受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車，其次為臺鐵(5.26%)、徒步(5.26%)、小型巴士(4.51%)、機車(3.76%)，其他的交通工具所佔的比例皆低於 3.00%，此外，有 48.87%的受訪遊客表示沒有到訪阿里山國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 89.47%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次為親朋好友推薦(21.05%)、文化巡禮(14.29%)、距離遠近／假期長短(13.53%)、運動健身(11.28%)、交通便利(10.53%)、遊憩設施(9.02%)、品嚐當地美食(7.52%)、順道而來(6.02%)，其他選擇此景點旅遊的比例，皆低於 4.00%。

(六) 旅遊同伴

有 52.63%的受訪遊客，此次旅遊同伴為家人，其次，有 37.59%是與朋友、同事同遊，有 9.77%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例佔 6.77%。

女性(63.38%)、其他外國籍(83.33%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

六、遊憩行為(阿里山森林遊樂區)

本小節主要針對阿里山森林遊樂區的受訪遊客，在阿里山國家風景區以外的景點之遊玩情形、在阿里山國家風景區內的旅遊天數、阿里山國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊阿里山國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 阿里山國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 58.65%的受訪遊客表示，只會在阿里山國家風景區內的景點遊玩；而有 41.35%的受訪遊客表示，會去阿里山國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在阿里山國家風景區內的旅遊天數

有 48.87%的受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內旅遊的天數為 2 天 1 夜，其次，停留 1 天不過夜的比例為 29.32%，有 12.03%受訪遊客停留半天，有 7.52%受訪遊客停留 3 天 2 夜，有 2.26%受訪遊客停留 5 天以上。

(三) 阿里山國家風景區內的住宿方式

針對 78 位表示在阿里山國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在阿里山國家風景區內住宿的方式。其中，51.28%住宿在旅館最高，其次，住在民宿的比例有 26.92%，住宿在招待所或活動中心也有 15.38%，露營的比例為 6.41%，住宿在親友家的比例 1.28%最低。

(四) 重遊意願

有 90.23%的受訪遊客表示，以後願意再重遊阿里山國家風景區內的景點；而有 9.77%受訪遊客表示以後不願意再重遊。

(五) 不願意重遊阿里山國家風景區的原因

針對 13 位²⁹表示不願意再重遊阿里山國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，原因包括：交通不便(61.54%)、花費太高(23.08%)、缺乏特色(15.38%)、交通壅塞(7.69%)。

七、旅遊活動偏好與滿意度(阿里山森林遊樂區)

本小節主要針對阿里山森林遊樂區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務的滿意度評價、各項服務表現的滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 96.99%的受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次為偏好文化體驗活動(29.32%)、美食活動(29.32%)，偏好其他休閒活動的比例為 15.04%，偏好遊樂園活動的比例為 10.53%，而偏好運動型活動的比例 8.27%相對較低。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內自然賞景活動的 129 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(66.67%)的比例最高；其次依序為觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(60.47%)、觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(42.64%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(42.64%)，觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(17.05%)相對較低。

²⁹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內文化體驗活動的 39 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(56.41%)的比例最高；其次依序為原住民文化體驗(30.77%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(25.64%)、表演節目欣賞(23.08%)、節慶活動(17.95%)、參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(15.38%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(12.82%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(10.26%)，其餘活動項目偏好比例均不及 6.00%。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內運動型活動的 11 位³⁰受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車(72.73%)的比例最高，其次為慢跑／馬拉松(27.27%)，釣魚偏好比例為 9.09%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內遊樂園活動的 14 位³¹受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。各有 57.14%比例表示偏好觀賞園區表演節目或遊覽園區特殊主題。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內美食活動的 39 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食的比例最高(79.49%)，其次依序為茗茶／喝咖啡／下午茶(33.33%)、健康養生料理體驗(15.38%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡阿里山國家風景區內其他休閒活動的 20 位³²受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉／做 SPA 的比例最高(60.00%)，其次依序為駕車(汽機車)兜風(30.00%)、商圈徒步購物(15.00%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對阿里山國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 32.33%，評價為 80~89 分的有 51.88%、評價為 70~79 分的有 12.78%，有 3.01%給予 69 分及以下評價。

³⁰ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

³¹ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

³² 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 83.53 分，與 102 年總平均分數(82.05 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-9-3】

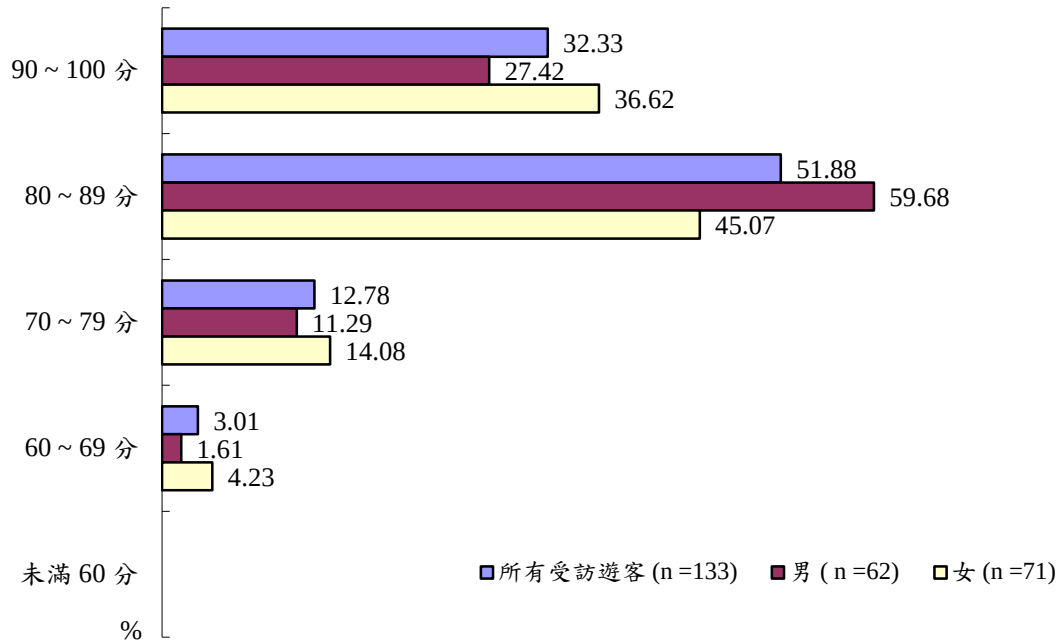


圖 5-9-3 阿里山國家風景區整體服務滿意度之評價－阿里山森林遊樂區遊客

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對阿里山國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動 (100.00%)
2. 環境美化綠化 (99.25%)
3. 景點內空間設計 (99.25%)
4. 景點內服務設施 (99.25%)
5. 服務人員之服務態度(98.44%)
6. 提供之旅遊資訊服務 (96.85%)
7. 環境整潔 (94.74%)
8. 引導指標或動線安排 (90.15%)
9. 廁所清潔程度 (87.20%)
10. 停車位數量 (72.28%)

與 102 年相比，103 年下半年「廁所清潔程度」的滿意比例上升 8.53 個百分點，「景點內服務設施」的滿意比例上升 5.61 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-9-4】

表 5-9-3 阿里山森林遊樂區遊客各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	49.63	45.11	1.50	0.00	3.76	133
2.景點內服務設施	29.32	69.93	0.75	0.00	0.00	133
3.景點內空間設計	38.35	60.90	0.75	0.00	0.00	133
4.引導指標或動線安排	36.09	53.39	9.02	0.75	0.75	133
5.環境美化綠化	51.88	47.37	0.75	0.00	0.00	133
6.環境整潔	43.61	51.13	5.26	0.00	0.00	133
7.停車位數量	21.05	33.83	18.80	2.26	24.06	133
8.廁所清潔程度	24.81	57.14	10.53	1.50	6.02	133
9.提供之旅遊資訊服務	35.34	57.14	2.26	0.75	4.51	133
10.景點內辦理的活動	0.00	0.75	0.00	0.00	99.25	133
11.整體上	30.08	68.42	1.50	0.00	0.00	133

表 5-9-4 阿里山森林遊樂區遊客各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	51.56	46.88	98.44	1.56	0.00	1.56	128	98.44	97.50	0.94
2.景點內服務設施	29.32	69.93	99.25	0.75	0.00	0.75	133	99.25	93.64	5.61*
3.景點內空間設計	38.35	60.90	99.25	0.75	0.00	0.75	133	99.25	97.59	1.66
4.引導指標或動線安排	36.36	53.79	90.15	9.09	0.76	9.85	132	90.15	86.81	3.34
5.環境美化綠化	51.88	47.37	99.25	0.75	0.00	0.75	133	99.25	97.60	1.65
6.環境整潔	43.61	51.13	94.74	5.26	0.00	5.26	133	94.74	93.09	1.65
7.停車位數量	27.72	44.56	72.28	24.75	2.97	27.72	101	72.28	67.06	5.22
8.廁所清潔程度	26.40	60.80	87.20	11.20	1.60	12.80	125	87.20	78.67	8.53*
9.提供之旅遊資訊服務	37.01	59.84	96.85	2.36	0.79	3.15	127	96.85	92.41	4.44
10.景點內辦理的活動 ³³	0.00	100.00	100.00	0.00	0.00	0.00	1	100.00	100.00	0.00
11.整體上	30.08	68.42	98.50	1.50	0.00	1.50	133	98.50	97.60	0.90

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

³³ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有服務人員之服務態度、景點內空間設計、環境美化綠化等 3 項；屬於主要弱勢指標的有停車位數量、廁所清潔程度等 2 項。

【詳見圖 5-9-4】

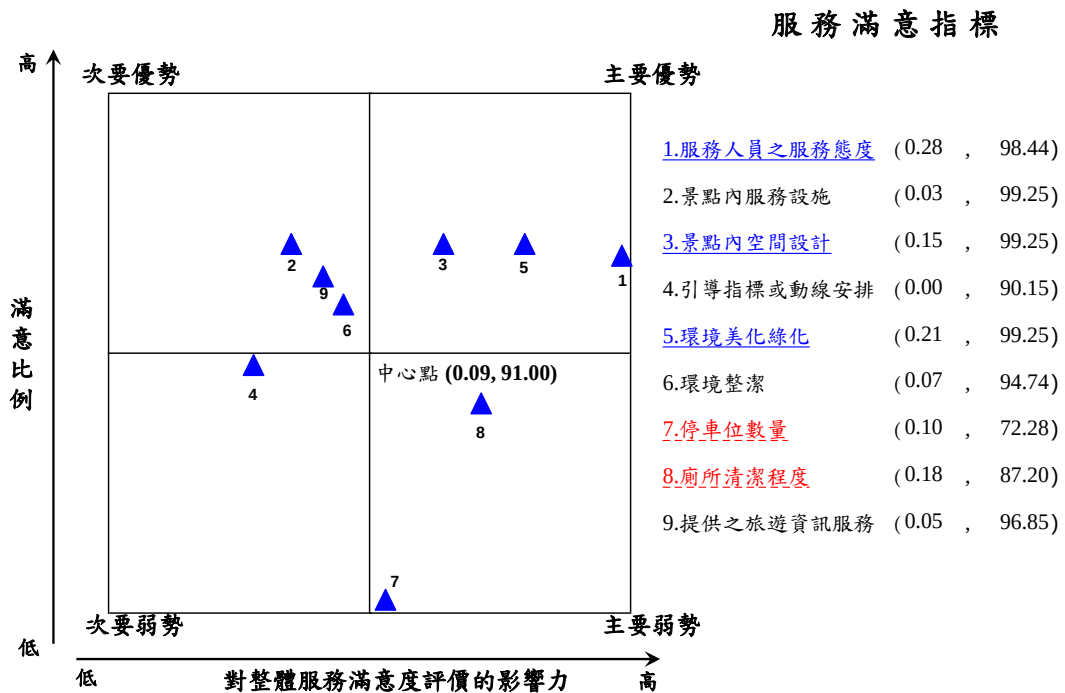


圖 5-9-4 阿里山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析－阿里山森林遊樂區遊客

- 註：1. 各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
2. 實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
3. 第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
4. 「景點內辦理的活動」指標，僅 1 位受訪遊客有參與，表示還算滿意，所以該指標已成為常數，無法進行複迴歸分析。

(四) 到訪次數

有 57.89% 的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪阿里山國家風景區，其次，有 18.05% 是第 2 次到訪，有 10.53% 是第 3 次到訪，第 5 次以上到訪占 10.53%，第 4 次到訪的比例為 3.01%，相對較低。

(五) 距離上次到訪時間

針對阿里山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 56 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 48.21% 的受訪遊客表示，上次到訪阿里山國家風景區的時間為 3 年以上；其次為半年以內(21.43%)、半年~1 年以內(17.86%)、1~2 年以內(8.93%)、2~3 年以內(3.57%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對阿里山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 56 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，阿里山國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 33.93% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次為改善很多(25.00%)及稍有改善(23.21%)，認為比上次到訪經驗差的占 5.36%。

八、消費行為(阿里山森林遊樂區)

本小節主要針對阿里山森林遊樂區的受訪遊客，本次到訪阿里山國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在阿里山國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 29.32% 的受訪遊客表示，本次到訪阿里山國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 70.68%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 39 位受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購的相關旅遊產品為旅館(含民宿)(69.23%)的比例最高；其次依序為火車票／高鐵票／客運車票(25.64%)、套裝行程(17.95%)、門票(5.13%)及機票(2.56%)。

(三) 消費情形

整體而言，在阿里山國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$3,120；而在阿里山國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 1.67 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,868。

(四) 消費合理性

有 67.67% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)；有 24.81% 的受訪遊客表示，阿里山國家風景區內的各項花費較貴(貴(23.31%)、很貴(1.50%))，有 4.51% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(3.01%)、很便宜(1.50%))，另有 3.01% 的受訪遊客表示，在阿里山國家風景區內沒有任何花費。

Tourist Map of Maolin National Scenic Area



茂林國家風景區位於臺灣高雄市與屏東縣交界處。轄區南北狹長，地處中央山脈尾端西斜面山麓，荖濃溪、濁口溪、隘寮溪穿流其中，雕琢出獨特的環流丘地形。加上排灣族、魯凱族、布農族、拉阿魯哇族的傳統民風，營造出豐富的自然景觀與原住民文化，1991年11月底臺灣省旅遊局正式成立茂林風景區管理所，1999年7月1日，茂林國家風景區正式成立，2001年10月時從原先茂林鄉擴大範圍至高雄市、桃源鄉、六龜鄉及屏東縣三地門鄉、霧台鄉及瑪家鄉等6個鄉鎮，使得茂林風景區漸漸成為南臺灣的旅遊勝地。本次在茂林國家風景區，遊客意見調查景點包含，「瑪家遊客中心」、「寶來遊客中心」、「茂林遊客中心」、「工藝步道（蜻蜓雅築）」等四個景點。

本節以茂林國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對茂林國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有95.59%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，參加其他團體舉辦的旅遊(1.47%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(1.47%)、參加機關／公司舉辦的旅遊(0.983%)、參加學校／班級舉辦的旅遊(0.49%)等旅遊方式所占比例，均相當低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(39.71%)獲得相關旅遊資訊占最多，其次為親友／同事／同學(36.27%)，手機上網占(23.04%)，平面媒體(7.84%)、電子媒體(6.86%)，而旅行社(0.49%)及旅遊展覽(0.49%)獲得旅遊資訊的比例較低；此外，有19.61%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

男性(46.23%)受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於女性(32.65%)受訪遊客。

調查遊憩景點為工藝步道(蜻蜓雅築)(47.17%)等特質的受訪遊客，透過親友／同事／同學取得旅遊資訊管道的比例，高於其他調查遊憩景點的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的81位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以

電腦 (桌上型、筆記型電腦)(70.37%)比例最高；其次為智慧型手機 (iPhone...等)(58.02%)、平板電腦 (iPad...等)(14.81%)，GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(3.70%)較低。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 79.90%的受訪遊客表示，從出發地到茂林國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次為機車(13.73%)，而高鐵(2.45%)、大型遊覽車(1.47%)、臺鐵(1.47%)、公／民營客運(0.98%)比例皆低於 3.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(81.37%)的比例較高，其次為機車(14.71%)，公／民營客運占(2.94%)，高鐵占(2.45%)，大型遊覽車占(1.96%)，臺鐵為(1.47%)，徒步占(0.49%)最低。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 57.35%受訪遊客表示，在茂林國家風景區各景點間旅遊，主要利用的交通工具為自小客車，其次為機車(10.29%)，而大型遊覽車(1.47%)、出租汽車(0.98%)、公／民營客運(0.49%)的比例皆低於 2.00%，此外，有 29.14%的受訪遊客沒有到訪茂林國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 73.04%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為距離遠近／假期長短(30.39%)、親朋好友推薦(25.00%)、品嚐當地美食(23.04%)、文化巡禮(16.18%)、運動健身(14.71%)、交通便利(13.24%)、順道而來(12.25%)、遊憩設施(10.78%)；其他選擇此景點旅遊的比例皆低於 8.00%。

(六) 旅遊同伴

有 65.20%的受訪遊客，此次旅遊的同伴為家人，其次，有 34.80%是與朋友／同事同遊，有 6.37%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 6.37%。

家管/退休/無業(78.95%)、調查遊憩景點為寶來遊客中心(76.47%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

個人每月平均所得為 5 萬元～未滿 10 萬元(47.50%)、調查遊憩景點為工藝步道(蜻蜓雅築)(52.83%)等特質的受訪遊客，與朋友、同事同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對茂林國家風景區的受訪遊客，在茂林國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 64.71%的受訪遊客表示，只會在茂林國家風景區內的景點遊玩，而有 35.29%的受訪遊客表示，會去茂林國家風景區外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 53.92%的受訪遊客表示，在茂林國家風景區內旅遊的天數是半天，其次，停留 1 天不過夜的比例為 30.39%，在茂林國家風景區內旅遊 2 天 1 夜的比例有 14.71%，而停留 3 天 2 夜(0.98%)的比例較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 32 位表示在茂林國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在茂林國家風景區內住宿的方式。其中，46.88%住宿在旅館最高，其次，住在民宿的比例有 34.38%，親友家(含自家)為 12.50%，露營(6.25%)的比例相對較低。

(四) 重遊意願

有 96.57%的受訪遊客表示，願意再重遊該茂林國家風景區內的景點；僅有 3.43%受訪遊客表示以後不願意再重遊茂林國家風景區。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 7 位³⁴表示不願意再重遊茂林國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其原因包括，缺乏特色(42.86%)、交通不便(42.86%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對茂林國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務表現滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

³⁴ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 82.84%的受訪遊客表示，在茂林國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為文化體驗活動(30.39%)、美食活動(23.04%)、其他休閒活動(15.69%)、運動型活動(0.49%)及遊樂園活動(0.49%)。

調查遊憩景點為瑪家遊客中心(94.00%)或茂林遊客中心(94.00%)的受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於其他景點的受訪遊客。

調查遊憩景點為工藝步道(蜻蜓雅築) (58.49%)的受訪遊客，偏好文化體驗活動的比例，高於其他景點的受訪遊客。

調查遊憩景點為工藝步道(蜻蜓雅築) (52.83%)的受訪遊客，偏好美食活動的比例，高於其他景點的受訪遊客。

調查遊憩景點為寶來遊客中心 (49.02%)的受訪遊客，偏好其他休閒活動的比例，高於其他景點的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內自然賞景活動的 169 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(65.09%)的比例最高，其次依序為觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(59.17%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(33.73%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(27.22%)及觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(10.65%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內文化體驗活動的 62 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以原住民文化體驗的比例最高(40.32%)，其次依序為傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等) (37.10%)、觀賞文化古蹟(33.87%)、節慶活動(25.81%)、表演節目欣賞(19.35%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(17.74%)、參觀展覽 (如博覽會、美食展、旅展等)(14.52%)、宗教活動(12.90%)及懷舊體驗(如鐵道懷舊) (3.23%)。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內運動型活動的 1 位³⁵受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。該遊客表示喜歡游泳戲水、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車(100.00%)的項目。

³⁵ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內遊樂園活動的 1 位³⁶受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。該遊客表示喜歡觀賞園區表演節目(100.00%)的項目。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內美食活動的 47 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(91.49%)比例最高，其次為茗茶／喝咖啡／下午茶(36.17%)，偏好健康養生料理體驗的比例為 10.64%。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡茂林國家風景區內其他休閒活動的 32 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以泡溫泉／做 SPA(84.38%)的比例最高，其次為駕車(汽機車)兜風(18.75%)，而商圈徒步購物(3.13%)相對較低。

(二) 對整體服務的滿意度評價

受訪遊客對茂林國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分的有 32.35%，評價為 80~89 分的有 52.45%、評價為 70~79 分的占 14.71%，0.49%給予 69 分及以下評價。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 83.43 分，較 102 年總平均分數(81.03 分)，增加 2.40 分。

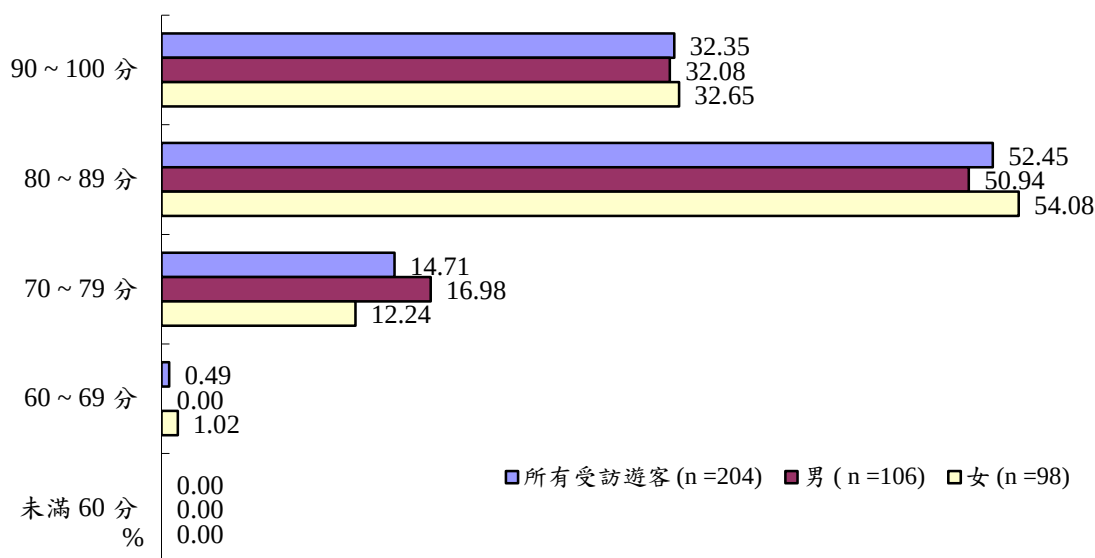


圖 5-10-1 茂林國家風景區整體服務滿意度之評價

³⁶本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對茂林國家風景區所提供之整體滿意比例為 100.00%，各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依百分比高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度 (100.00%)
2. 環境美化綠化 (100.00%)
3. 景點內辦理的活動 (100.00%)
4. 景點內空間設計 (99.02%)
5. 廁所清潔程度 (98.17%)
6. 環境整潔 (98.04%)
7. 景點內服務設施 (97.06%)
8. 提供之旅遊資訊服務 (96.11%)
9. 引導指標或動線安排 (92.50%)
10. 停車位數量 (79.29%)

與 102 年相比，103 年下半年「整體」的滿意比例增加 3.41 個百分點，以各項服務滿意比例而言，「停車位數量」的滿意比例增加 9.88 個百分點，「廁所清潔程度」的滿意比例增加 5.77 個百分點，「環境美化綠化」的滿意比例增加 3.92 個百分點，「景點內空間設計」的滿意比例增加 3.23 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「工作別」、「個人每月平均所得」、「居住地區」等自變項，沒有顯著差異，而「年齡」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-10-2】

表 5-10-1 茂林國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	55.88	33.82	0.00	0.00	10.29	204
2.景點內服務設施	35.78	61.27	2.94	0.00	0.00	204
3.景點內空間設計	40.69	58.33	0.98	0.00	0.00	204
4.引導指標或動線安排	38.24	52.45	6.37	0.98	1.96	204
5.環境美化綠化	56.37	43.63	0.00	0.00	0.00	204
6.環境整潔	51.96	46.08	1.96	0.00	0.00	204
7.停車位數量	26.47	50.49	18.14	1.96	2.94	204
8.廁所清潔程度	41.67	37.25	1.47	0.00	19.61	204
9.提供之旅遊資訊服務	47.06	37.75	3.43	0.00	11.76	204
10.景點內辦理的活動	1.96	0.49	0.00	0.00	97.55	204
11.整體上	35.29	64.71	0.00	0.00	0.00	204

表 5-10-2 茂林國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	62.30	37.70	100.00	0.00	0.00	0.00	183	100.00	99.17	0.83
2.景點內服務設施	35.78	61.28	97.06	2.94	0.00	2.94	204	97.06	94.87	2.19
3.景點內空間設計	40.69	58.33	99.02	0.98	0.00	0.98	204	99.02	95.79	3.23*
4.引導指標或動線安排	39.00	53.50	92.50	6.50	1.00	7.50	200	92.50	88.28	4.22
5.環境美化綠化	56.37	43.63	100.00	0.00	0.00	0.00	204	100.00	96.08	3.92*
6.環境整潔	51.96	46.08	98.04	1.96	0.00	1.96	204	98.04	97.63	0.41
7.停車位數量	27.27	52.02	79.29	18.69	2.02	20.71	198	79.29	69.41	9.88*
8.廁所清潔程度	51.83	46.34	98.17	1.83	0.00	1.83	164	98.17	92.4	5.77*
9.提供之旅遊資訊服務	53.33	42.78	96.11	3.89	0.00	3.89	180	96.11	97.01	-0.90
10.景點內辦理的活動 ³⁷	80.00	20.00	100.00	0.00	0.00	0.00	5	100.00	100	0.00
11.整體上	35.29	64.71	100.00	0.00	0.00	0.00	204	100.00	96.59	3.41*

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

³⁷ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有服務人員之服務態度、景點內服務設施、引導指標或動線安排、環境美化綠化、提供之旅遊資訊服務等 5 項。

【詳見圖 5-10-2】

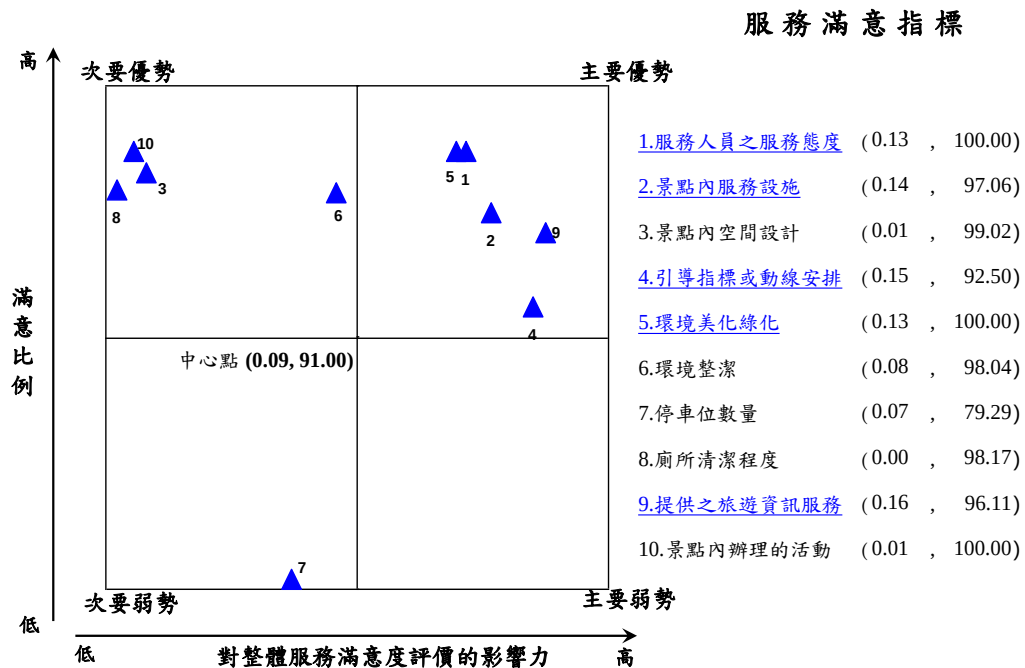


圖 5-10-2 茂林國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 43.14%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪茂林國家風景區，其次，有 19.61%是第 5 次以上到訪，第 2 次到訪占 18.63%，15.69%是第 3 次到訪，第 4 次到訪占 2.94%。

(五) 距離上次到訪時間

針對茂林國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 116 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 34.48%的受訪遊客表示，上次到訪茂林國家風景區的時間為半年以內；其次為 3 年以上(29.31%)、半年~1 年以內(20.69%)、1~2 年以內(11.21%)及 2~3 年以內(4.31%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對茂林國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 116 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，茂林國家風景區整體服務品質是否有提升。其中，有 50.86% 的受訪遊客表示，茂林國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次為改善很多(31.03%)，稍有改善占 12.93%，表示感覺較差的比例為 0.86%。

四、消費行為

本小節主要針對茂林國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

全部受訪遊客(100.00%)表示，本次到訪茂林國家風景區之前，並沒有透過網路訂購相關旅遊產品。

(二) 消費情形

在茂林國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,070；而茂林國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 0.90 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,189。

(三) 消費合理性

有 71.08% 的受訪遊客表示，茂林國家風景區內的各項花費合理(還好,可以接受)，有 4.90% 的受訪遊客表示，茂林國家風景區內的各項花費較貴(貴(4.41%)、很貴(0.49%))，有 1.96% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(1.96%)、很便宜(0.00%))，另有 22.06% 的受訪遊客表示在茂林國家風景區內沒有任何花費。

第十一節 北海岸及觀音山國家風景區



北海岸及觀音山國家風景區，於民國 91 年 5 月 15 日公告，範圍包括北海岸、野柳及觀音山等 3 處原省級風景區，總面積計約 12,351 公頃，包括陸域面積約為 7,940 公頃，與海域面積 4,411 公頃；行政區域分屬新北市萬里、金山、石門、三芝、五股及八里等 6 區。主要是由北海岸區的「北海岸風景區」、「野柳風景區」與「觀音山風景區」所組成，其中野柳風景區以特殊地質、地形為其特色。另外基隆市外木山、情人湖與和平島等景點陸域面積 487 公頃，海域面積 243 公頃，總計 730 公頃，因同為台灣北部濱海重要觀光景點，已於 103 年 12 月 15 日公告納入北觀國家風景區，擴大後總面積達 13,081 公頃。本次北海岸及觀音山國家風景區，遊客意見調查景點包含，「三芝遊客中心」、「白沙灣遊客中心」、「野柳地質公園」、「觀音山遊客中心」等四個景點。

本節以北海岸及觀音山國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對北海岸及觀音山國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 72.55% 的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次，16.81% 是參加旅行社套裝旅遊，參加其他團體舉辦的旅遊是 4.76%，此外，其他的旅遊方式所占比例，皆低於 3.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

整體而言，受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過親友／同事／同學(35.29%)獲得相關旅遊資訊的比例最高，其次為電腦網路(31.93%)，透過旅行社(18.21%)、手機上網(16.81%)、電子媒體(11.76%)獲得旅遊資訊的比例也有一成以上，平面媒體(8.96%)、旅遊服務中心(2.52%)、旅遊展覽(1.40%)等比例相對較低，此外，有 21.57% 受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

女性(41.08%)、年齡在 12 歲~19 歲(77.50%)、國(初)中及以下(46.00%)、學生(62.71%)等特質的受訪遊客，透過親友／同事／同學取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

年齡在 30 歲~39 歲(42.86%)、大專及以上教育程度(39.73%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 114 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(68.42%)的比例最多，其次依序為智慧型手機（iPhone...等）(52.63%)、平板電腦（iPad...等）(18.42%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) (3.51%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 42.30%的受訪遊客表示，從出發地到北海岸及觀音山國家風景區主要利用的交通工具是自小客車，其次為大型遊覽車(24.37%)、機車(9.52%)、公／民營客運(8.68%)、小型巴士(5.32%)、計程車(3.36%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(42.58%)的比例較高，其次為大型遊覽車(24.37%)、機車(10.08%)、公／民營客運(9.52%)、小型巴士(5.32%)、捷運(4.20%)、計程車(3.64%)，其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 29.97%受訪遊客表示，在北海岸及觀音山國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為徒步，其次為自小客車(18.21%)，機車的比例為 5.04%，其他的交通工具所占比例皆低於 2.00%，此外，有 40.90%的受訪遊客表示沒有到訪北海岸及觀音山國家風景區內其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 63.59%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為距離遠近／假期長短(18.77%)、親朋好友推薦(18.77%)、學校／公司或參加的團體安排(17.37%)、運動健身(11.76%)、交通便利(10.92%)、遊憩設施(9.52%)、品嚐當地美食(9.24%)、順道而來(8.96%)、文化巡禮(8.68%)，其他選擇此景點旅遊的比例均低於 5.00%。

(六) 旅遊同伴

有 71.15%的受訪遊客，此次旅遊同伴為家人，其次，有 33.05%是與朋友／同事同遊，有 4.76%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 9.52%。

二、遊憩行為

本小節主要針對北海岸及觀音山國家風景區的受訪遊客，在北海岸及觀音山國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 53.78%的受訪遊客表示，只會在北海岸及觀音山國家風景區內的景點遊玩；而有 46.22%的受訪遊客表示，會去北海岸及觀音山國家風景區以外的景點遊玩。

本國籍(68.83%)、調查遊憩景點為三芝遊客中心(82.00%)等特質的受訪遊客，不會到北海岸及觀音山國家風景區以外的景點遊玩的比率，較其他類別的受訪遊客高。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 70.31%的受訪遊客表示，在北海岸及觀音山國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)，其次，停留 1 天(4 小時以上)，不過夜的比例為 26.89%，在北海岸及觀音山國家風景區內旅遊 2 天 1 夜(2.24%)、3 天 2 夜(0.56%)的比例較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 10 位³⁸表示在北海岸及觀音山國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在北海岸及觀音山國家風景區內住宿的方式。其中，以住宿在旅館(60.00%)比例最高；其次為住在民宿(30.00%)、露營(10.00%)。

(四) 重遊意願

有 94.68%的受訪遊客表示，以後願意再重遊該北海岸及觀音山國家風景區內的景點；僅有 5.32%受訪遊客表示，以後不願意再重遊。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 19 位³⁹不願意再重遊北海岸及觀音山國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色(68.42%)的比例最高，其他原因包括，遊憩設施差(21.05%)、交通不便(5.26%)、環境髒亂(5.26%)等。

³⁸ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

³⁹ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對北海岸及觀音山國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務表現滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 96.360% 的受訪遊客表示，在北海岸及觀音山國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次，偏好美食活動的比例為 37.25%，偏好文化體驗活動的比例為 22.13%，偏好運動型活動的比例為 12.32%，其他休閒活動(9.24%)、遊樂園活動(1.96%)的偏好比例較低。

女性(98.38%)受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於男性(94.19%)受訪遊客。

30 歲~39 歲(46.43%)、大專及以上程度(43.84%)、調查遊憩景點為三芝遊客中心(60.00%)等特質的受訪遊客，偏好美食活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內自然賞景活動的 344 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(84.30%)的比例最高；其次依序為森林步道健行／露營／登山／溯溪(34.30%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(15.70%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(10.17%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(7.85%)。

服務工作人員(92.96%)、調查遊憩景點為野柳地質公園(92.06%)等特質的受訪遊客，偏好觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內文化體驗活動的 79 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以觀賞文化古蹟(63.29%)的比例最高，其次為參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(37.97%)，表演節目欣賞偏好比例為 13.92%，各有 8.86% 偏好節慶活動、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)，而偏好傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(5.06%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(5.06%)、宗教活動(2.53%)等活動比例相對較低。

男性(77.42%)、調查遊憩景點為三芝遊客中心(76.00%)等特質的受訪遊客，偏好觀賞文化古蹟的比例，高於其他類別的受訪遊客。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內運動型活動的 44 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(45.45%)、騎協力車／單車(45.45%)的比例最高，其次依序為釣魚(9.09%)、飛行傘(6.82%)、慢跑／馬拉松(4.55%)，其他活動偏好比例均低於 3.00%。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內遊樂園活動的 7 位⁴⁰受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，以水上遊樂活動(57.14%)的比例最高，其次為觀賞園區表演節目(28.57%)及遊覽園區特殊主題(14.29%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內美食活動的 133 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(88.72%)的比例最高，其次為茗茶／喝咖啡／下午茶(30.08%)及健康養生料理體驗 (8.27%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡北海岸及觀音山國家風景區內其他休閒活動的 33 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以駕車(汽機車)兜風(48.48%)的比例最高，其次為商圈徒步購物(45.45%)及泡溫泉／做 SPA (24.24%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 47.34%的受訪遊客，對北海岸及觀音山國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分；其次為 80~89 分(37.54%)及 70~79 分(12.04%)，有 3.08%評價為 69 分及以下。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 85.34 分，與 102 年總平均分數(86.28 分)相較，並沒有顯著差異。

【詳見圖 5-11-1】

⁴⁰本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

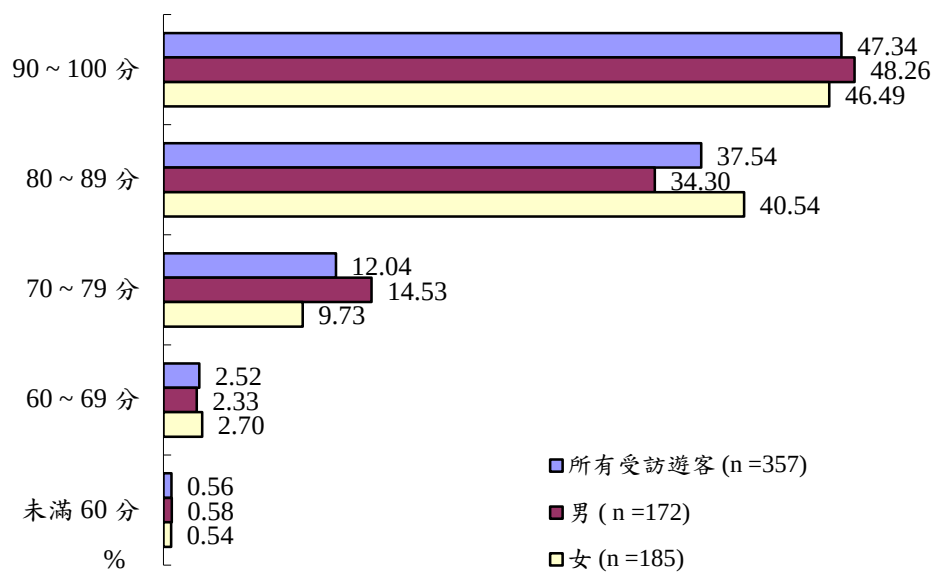


圖 5-11-1 北海岸及觀音山國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對北海岸及觀音山國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 提供之旅遊資訊服務(100.00%)
2. 景點內辦理的活動(100.00%)
3. 服務人員之服務態度 (99.63%)
4. 環境美化綠化(98.87%)
5. 景點內空間設計(98.28%)
6. 景點內服務設施 (97.63%)
7. 引導指標或動線安排(97.03%)
8. 環境整潔(95.79%)
9. 廁所清潔程度(94.28%)
10. 停車位數量(86.37%)

與 102 年相比，103 年下半年各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「調查遊憩景點」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-11-2】

表 5-11-1 北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	41.46	33.05	0.00	0.28	25.21	357
2.景點內服務設施	38.94	53.50	2.24	0.00	5.32	357
3.景點內空間設計	38.66	57.42	1.68	0.00	2.24	357
4.引導指標或動線安排	40.90	50.70	2.52	0.28	5.60	357
5.環境美化綠化	55.46	42.58	0.84	0.28	0.84	357
6.環境整潔	56.86	38.66	3.08	1.12	0.28	357
7.停車位數量	28.57	35.30	8.12	1.96	26.05	357
8.廁所清潔程度	34.74	29.97	3.36	0.56	31.37	357
9.提供之旅遊資訊服務	38.65	38.38	0.00	0.00	22.97	357
10.景點內辦理的活動	0.56	1.12	0.00	0.00	98.32	357
11.整體上	38.38	61.06	0.56	0.00	0.00	357

表 5-11-2 北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	55.44	44.19	99.63	0.00	0.37	0.37	267	99.63	99.36	0.27
2.景點內服務設施	41.12	56.51	97.63	2.37	0.00	2.37	338	97.63	98.83	-1.20
3.景點內空間設計	39.54	58.74	98.28	1.72	0.00	1.72	349	98.28	98.43	-0.15
4.引導指標或動線安排	43.32	53.71	97.03	2.67	0.30	2.97	337	97.03	96.57	0.46
5.環境美化綠化	55.93	42.94	98.87	0.85	0.28	1.13	354	98.87	99.36	-0.49
6.環境整潔	57.03	38.76	95.79	3.09	1.12	4.21	356	95.79	96.64	-0.85
7.停車位數量	38.64	47.73	86.37	10.98	2.65	13.63	264	86.37	87.79	-1.42
8.廁所清潔程度	50.61	43.67	94.28	4.90	0.82	5.72	245	94.28	96.72	-2.44
9.提供之旅遊資訊服務	50.18	49.82	100.00	0.00	0.00	0.00	275	100.00	98.92	1.08
10.景點內辦理的活動 ⁴¹	33.33	66.67	100.00	0.00	0.00	0.00	6	100.00	95.24	4.76
11.整體上	38.38	61.06	99.44	0.56	0.00	0.56	357	99.44	99.61	-0.17

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

4.本表中 103 年下半年與 102 年各項滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

⁴¹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有景點內服務設施、景點內空間設計、環境美化綠化等 3 項，主要弱勢指標為停車位數量。

【詳見圖 5-11-2】

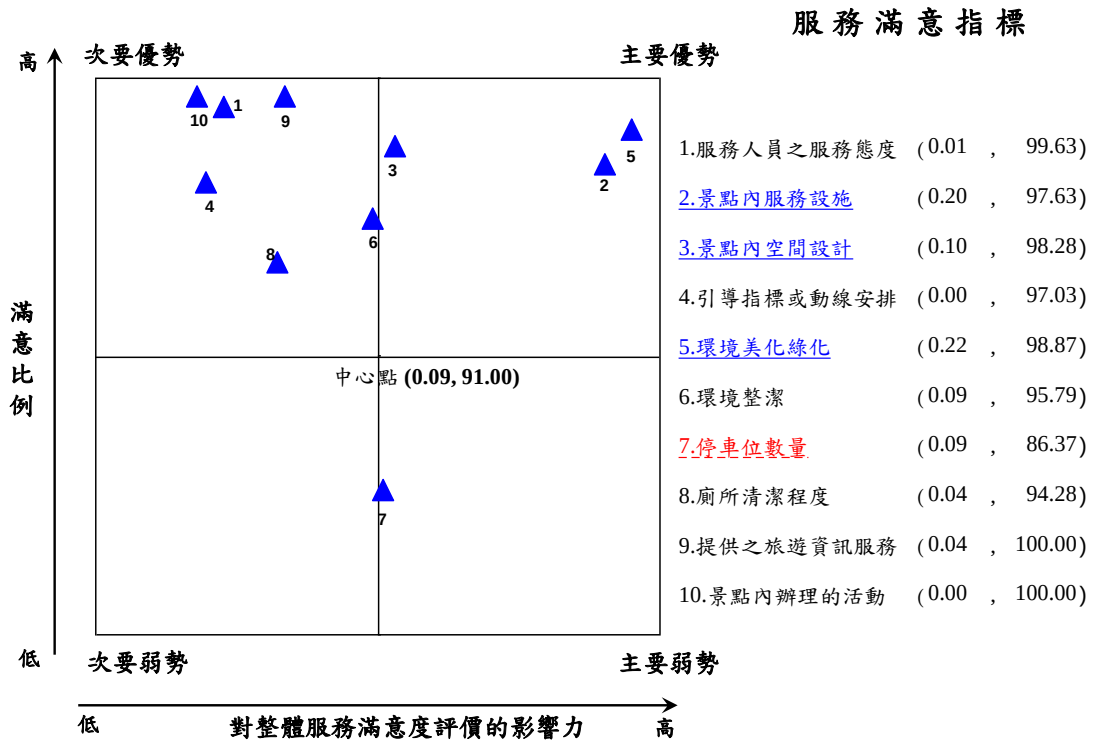


圖 5-11-2 北海岸及觀音山國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 52.94%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪北海岸及觀音山國家風景區，其次，有 23.25%是第 5 次以上到訪，第 2 次到訪占 14.29%，6.72%是第 3 次到訪，2.80%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對北海岸及觀音山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 168 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 44.64%受訪遊客表示，上次到訪的時間為半年以內，其次為 3 年及以上(31.55%)，13.10%為半年~1 年以內到訪，1~2 年以內到訪或 2~3 年以內到訪的比例各為 5.36%。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對北海岸及觀音山國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 168 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，北海岸及觀音山國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 48.81% 的受訪遊客表示，與上次到訪經驗差不多，其次為改善很多(20.24%)、稍有改善(14.29%)，表示感覺較差的比例 1.19%。

四、消費行為

本小節主要針對北海岸及觀音山國家風景區的受訪遊客，其網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 1.40% 的受訪遊客表示，本次到訪北海岸及觀音山國家風景區之前，有透過網路訂購相關旅遊產品，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品的受訪遊客占 98.60%。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 5 位⁴²受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(80.00%)的比例最高，有 20.00% 為火車票／高鐵票／客運車票。

(三) 消費情形

整體而言，在北海岸及觀音山國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$754；而北海岸及觀音山國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 0.68 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,109。

(四) 消費合理性

有 49.02% 的受訪遊客表示，北海岸及觀音山國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 5.04% 的受訪遊客表示，北海岸及觀音山國家風景區內的各項花費較貴(貴(4.76%)、很貴(0.28%))，有 4.76% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(3.92%)、很便宜(0.84%))，另有 41.18% 的受訪遊客表示，在北海岸及觀音山國家風景區內沒有任何花費。

⁴²本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

第十二節 雲嘉南濱海國家風景區



雲嘉南濱海國家風景區，為加速推動台灣西南沿海地區的觀光事業發展，行政院於民國 92 年 11 月 21 日公告核定雲嘉南濱海國家風景區的範圍，北至雲林縣牛挑灣溪，南至台南市鹽水溪，東以台十七線公路為界，西至海岸線向西到海底等深線二十公尺處。陸域面積 33,413 公頃，海域面積 50,636 公頃，總面積合計 84,049 公頃。並於 92 年 12 月 24 日正式成立管理處，以加強本區的觀光旅遊建設，提昇遊憩活動品質。民國 102 年 2 月 18 日行政院核定雲嘉南濱海國家風景區範圍調整，交通部於 102 年 3 月 27 日公告。調整後風景區經管範圍北起雲林縣舊虎尾溪，南至臺南市鹽水溪，東以省道臺 17 線為界(不包含臺南科技工業區，含嘉義縣布袋鎮南日本鹽業株式會社宿舍群、臺南市北門區南鯤鯓都市計畫特定區等 2 處)，西以海底等深線 20 公尺為界(不含外傘頂洲以北海域)，總面積約為 87,802 公頃（陸域面積 37,166 公頃；海域面積 50,636 公頃）。本風景區的遊憩景點依其所在地點、資源特性與活動類型，大致可區分為雲嘉、南瀛與台江三大系統。本次在雲嘉南濱海國家風景區的遊客調查景點包括「臺灣鹽博物館」、「布袋遊客中心」、「北門遊客中心」等三個景點。

本節以雲嘉南濱海國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對雲嘉南濱海國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因及旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有 95.22%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，參加其他團體舉辦的旅遊(1.99%)、參加學校、班級舉辦的旅遊(1.20%)、參加機關／公司舉辦的旅遊(1.20%)、參加旅行社套裝旅遊(0.40%)等旅遊方式所占比例，皆低於 2.00%。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(60.16%)獲得相關旅遊資訊的比例最高，其次為親友／同事／同學(40.24%)，手機上網占 33.07%，電子媒體占 11.16%，有 8.76%為平面媒體，而透過旅遊服務中心(2.39%)、旅行社(1.59%)及旅遊展覽(0.40%)等管道獲得旅遊資訊的比例較低。

女性(66.67%)、大專及以上(64.32%)教育程度、調查遊憩景點為北門遊客中心(68.97%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的 151 位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(60.93%)的比例最多；其次為智慧型手機（iPhone...等）(54.97%)、平板電腦（iPad...等）(10.60%)，而個人數位助理（PDA）(0.66%)比例較低。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 72.11%的受訪遊客表示，從出發地到雲嘉南濱海國家風景區最主要利用的交通工具是自小客車，其次為機車(14.34%)，公／民營客運占 3.59%，觀光局臺灣好行接駁為 3.19%，大型遊覽車為 2.79%，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(72.91%)的比例較高，其次為機車(15.54%)，徒步占 6.37%，公／民營客運為 5.58%，大型遊覽車、觀光局臺灣好行接駁各占 3.19%；其他的交通工具所占比例皆低於 3.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 42.63%受訪遊客表示，在雲嘉南濱海國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車，其次為機車(7.57%)、觀光局臺灣好行接駁(2.39%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%，此外，有 41.04%的受訪遊客沒有到訪國家風景區其他景點。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 54.18%的受訪遊客，表示選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為順道而來(36.25%)、親朋好友推薦(35.06%)、品嚐當地美食(26.29%)、距離遠近、假期長短(23.90%)、交通便利(17.53%)、文化巡禮(15.54%)、遊憩設施(11.16%)、行銷推廣活動或節慶表演節目(8.76%)及學校／公司或參加的團體安排(2.39%)，其他選擇此景點旅遊的原因比例皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 59.36%的受訪遊客，此次旅遊同伴為家人，其次，有 35.46%是與朋友、同事同遊，有 1.99%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 6.37%。

年齡為 40 歲~49 歲(90.70%)、家管／退休／無業(69.23%)、個人每月平均所得為 5 萬元～未滿 10 萬元(85.11%)、調查遊憩景點為臺灣鹽博物館(75.00%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

個人每月平均所得為未滿3萬元(45.78%)、調查遊憩景點為北門遊客中心(43.45%)等特質的受訪遊客，與朋友、同事同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對雲嘉南濱海國家風景區的受訪遊客，在雲嘉南濱海國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 54.58%的受訪遊客表示，只會在雲嘉南濱海國家風景區內的景點遊玩；而 45.42%的受訪遊客表示，會去雲嘉南濱海國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 71.71%的受訪遊客表示，在雲嘉南濱海國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)；其次是 1 天，不過夜(26.29%)，2 天 1 夜(1.20%)或 3 天 2 夜(0.80%)的比例相對較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 5 位⁴³表示在雲嘉南濱海國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在雲嘉南濱海國家風景區內住宿的方式。其中，60.00%住宿在旅館比例最高，其次，住在民宿或親友家(含自家)的比例各有 20.00%。

(四) 重遊意願

有 89.64%的受訪遊客表示，願意再重遊該雲嘉南濱海國家風景區內的景點，有 10.36%受訪遊客表示，以後不願意再重遊。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 26 位⁴⁴表示不願意再重遊雲嘉南濱海國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以缺乏特色(57.69%)的比例最高，其次依序為遊憩設施差(30.77%)、花費太高(26.92%)、交通不便(7.69%)。

⁴³ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

⁴⁴ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對雲嘉南濱海國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 72.51%的受訪遊客表示，在雲嘉南濱海國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次為美食活動(61.75%)、文化體驗活動(52.59%)，其他休閒活動占 27.89%，運動型活動為 14.74%，偏好遊樂園活動的比例為 7.17%相對較低。

大專及以上教育程度(74.87%)、調查遊憩景點為臺灣鹽博物館(78.57%)等特質的受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

調查遊憩景點為北門遊客中心的受訪遊客，偏好文化體驗活動的比例，高於臺灣鹽博物館(53.57%)、布袋遊客中心(34.00%)的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內自然賞景活動的 182 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(80.77%)的比例最高，其次依序為森林步道健行／露營／登山／溯溪(26.92%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(20.88%)、觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(17.03%)及觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(16.48%)。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內文化體驗活動的 132 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(49.24%)的比例最高，其次依序為觀賞文化古蹟(37.12%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(17.42%)、節慶活動(16.67%)、表演節目欣賞(12.12%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(11.36%)、宗教活動(11.36%)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)(10.61%)及農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(9.09%)。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內運動型活動的 37 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以騎協力車／單車(45.95%)的比例最高；其次

依序為游泳戲水／潛水／衝浪／滑水／水上摩托車(24.32%)、泛舟／划船(21.62%)、釣魚(21.62%)、慢跑／馬拉松(10.81%)、觀賞球賽(如棒球、籃球、網球等)(5.41%)、球類運動(如高爾夫、網球、籃球、羽球等)(2.70%)。

女性(68.75%)受訪遊客偏好騎協力車／單車活動的比例，較男性(28.57%)受訪遊客為高。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內遊樂園活動的 18 位⁴⁵受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。偏好遊覽園區特殊主題(50.00%)的比例最高，其次依序為觀賞園區表演節目(44.44%)、水上遊樂活動(38.89%)。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內美食活動的 155 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(94.19%)的比例最高，其次依序為茗茶／喝咖啡／下午茶(19.35%)、健康養生料理體驗(4.52%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡雲嘉南濱海國家風景區內其他休閒活動的 70 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以乘坐遊艇／渡輪／搭船遊湖(67.14%)的比例最高；其次為商圈徒步購物(24.29%)、駕車(汽機車)兜風(17.14%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 24.70%的受訪遊客，對雲嘉南濱海國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，評價 80~89 分的受訪遊客占 45.82%，19.12%的受訪遊客給予 70~79 分的評價，評價在 69 分及以下的比例為 10.36%。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 80.22 分，與 102 年總平均分數(82.90 分)相比，降低 2.68 分。

【詳見圖 5-12-1】

⁴⁵本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

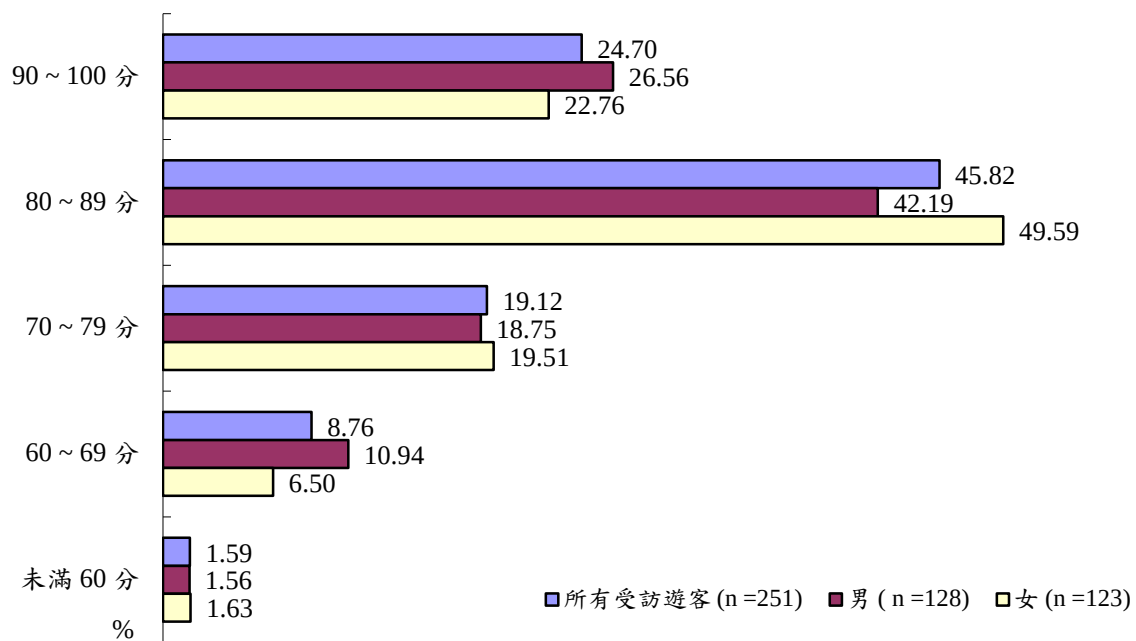


圖 5-12-1 雲嘉南濱海國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對雲嘉南濱海國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 服務人員之服務態度(100.00%)
2. 景點內辦理的活動(100.00%)
3. 提供之旅遊資訊服務(96.91%)
4. 景點內空間設計(96.02%)
5. 環境整潔(95.22%)
6. 景點內服務設施(94.65%)
7. 廁所清潔程度(93.23%)
8. 引導指標或動線安排(88.11%)
9. 環境美化綠化(87.65%)
10. 停車位數量(81.47%)

與 102 年相比，103 年下半年「停車位數量」的滿意比例下降 14.46 個百分點，「環境美化綠化」滿意比例下降 7.13 個百分點，「廁所清潔程度」滿意比例下降 4.33 個百分點，「提供之旅遊資訊服務」滿意比例下降 2.20 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。【詳見表 5-12-2】

表 5-12-1 雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	41.44	39.04	0.00	0.00	19.52	251
2.景點內服務設施	36.65	54.98	5.18	0.00	3.19	251
3.景點內空間設計	33.86	62.16	3.98	0.00	0.00	251
4.引導指標或動線安排	31.47	54.18	11.16	0.40	2.79	251
5.環境美化綠化	31.08	56.57	11.95	0.40	0.00	251
6.環境整潔	38.65	56.57	4.78	0.00	0.00	251
7.停車位數量	30.28	45.02	15.54	1.59	7.57	251
8.廁所清潔程度	31.47	39.84	4.78	0.40	23.51	251
9.提供之旅遊資訊服務	34.26	40.64	2.39	0.00	22.71	251
10.景點內辦理的活動	0.80	0.00	0.00	0.00	99.20	251
11.整體上	31.08	67.72	1.20	0.00	0.00	251

表 5-12-2 雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	51.49	48.51	100.00	0.00	0.00	0.00	202	100.00	99.29	0.71
2.景點內服務設施	37.86	56.79	94.65	5.35	0.00	5.35	243	94.65	95.92	-1.27
3.景點內空間設計	33.86	62.16	96.02	3.98	0.00	3.98	251	96.02	97.98	-1.96
4.引導指標或動線安排	32.38	55.73	88.11	11.48	0.41	11.89	244	88.11	91.68	-3.57
5.環境美化綠化	31.08	56.57	87.65	11.95	0.40	12.35	251	87.65	94.78	-7.13*
6.環境整潔	38.65	56.57	95.22	4.78	0.00	4.78	251	95.22	97.16	-1.94
7.停車位數量	32.76	48.71	81.47	16.81	1.72	18.53	232	81.47	95.93	-14.46*
8.廁所清潔程度	41.15	52.08	93.23	6.25	0.52	6.77	192	93.23	97.56	-4.33*
9.提供之旅遊資訊服務	44.33	52.58	96.91	3.09	0.00	3.09	194	96.91	99.11	-2.20*
10.景點內辦理的活動 ⁴⁶	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	2	100.00	100.00	0.00
11.整體上	31.08	67.72	98.80	1.20	0.00	1.20	251	98.80	99.18	-0.38

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

⁴⁶本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目屬於主要優勢指標的有景點內空間設計、廁所清潔程度等 2 項，屬於主要弱勢指標為引導指標或動線安排、環境美化綠化等 2 項。

【詳見圖 5-12-2】

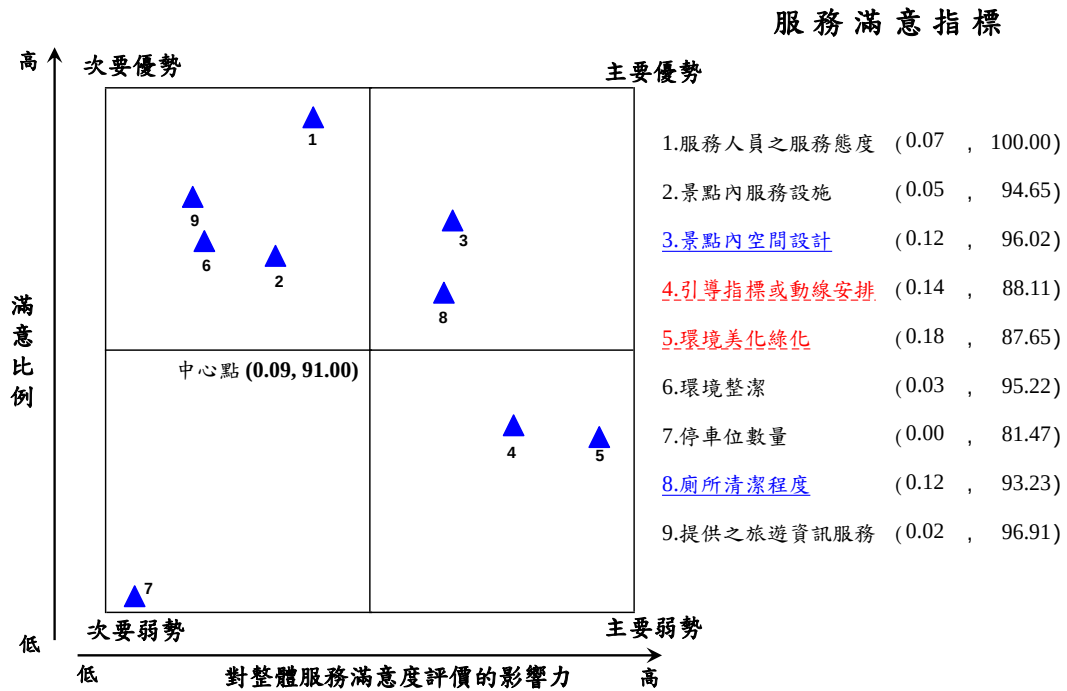


圖 5-12-2 雲嘉南濱海國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。
- 4.「景點內辦理的活動」指標，僅 2 位受訪遊客有參與，均表示非常滿意，所以該指標已成為常數，無法進行複迴歸分析。

(四) 到訪次數

有 57.77%受訪遊客表示，這是第 1 次到訪雲嘉南濱海國家風景區，其次，第 2 次到訪占 19.12%，11.95%是第 5 次以上到訪，8.76%為第 3 次到訪，2.39%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對雲嘉南濱海國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 106 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 46.23%的受訪遊客表示，上次到訪的時間為半年以內，其次為 1~2 年以內(19.81%)，半年~1 年以內為 18.87%，3 年以上占 9.43%，2~3 年以內占 5.66%。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對雲嘉南濱海國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 106 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，雲嘉南濱海國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 46.23% 的受訪遊客表示，雲嘉南濱海國家風景區整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次為改善很多(36.79%)，12.26%表示稍有改善，0.94%表示較差。

四、消費行為

本小節主要針對雲嘉南濱海國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 1.99%的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品；而有 98.01%受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 5 位⁴⁷受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，透過網路訂購旅館(含民宿)(60.00%)的比例最高；其次為火車票／高鐵票／客運車票(20.00%)、套裝行程(20.00%)。

(三) 消費情形

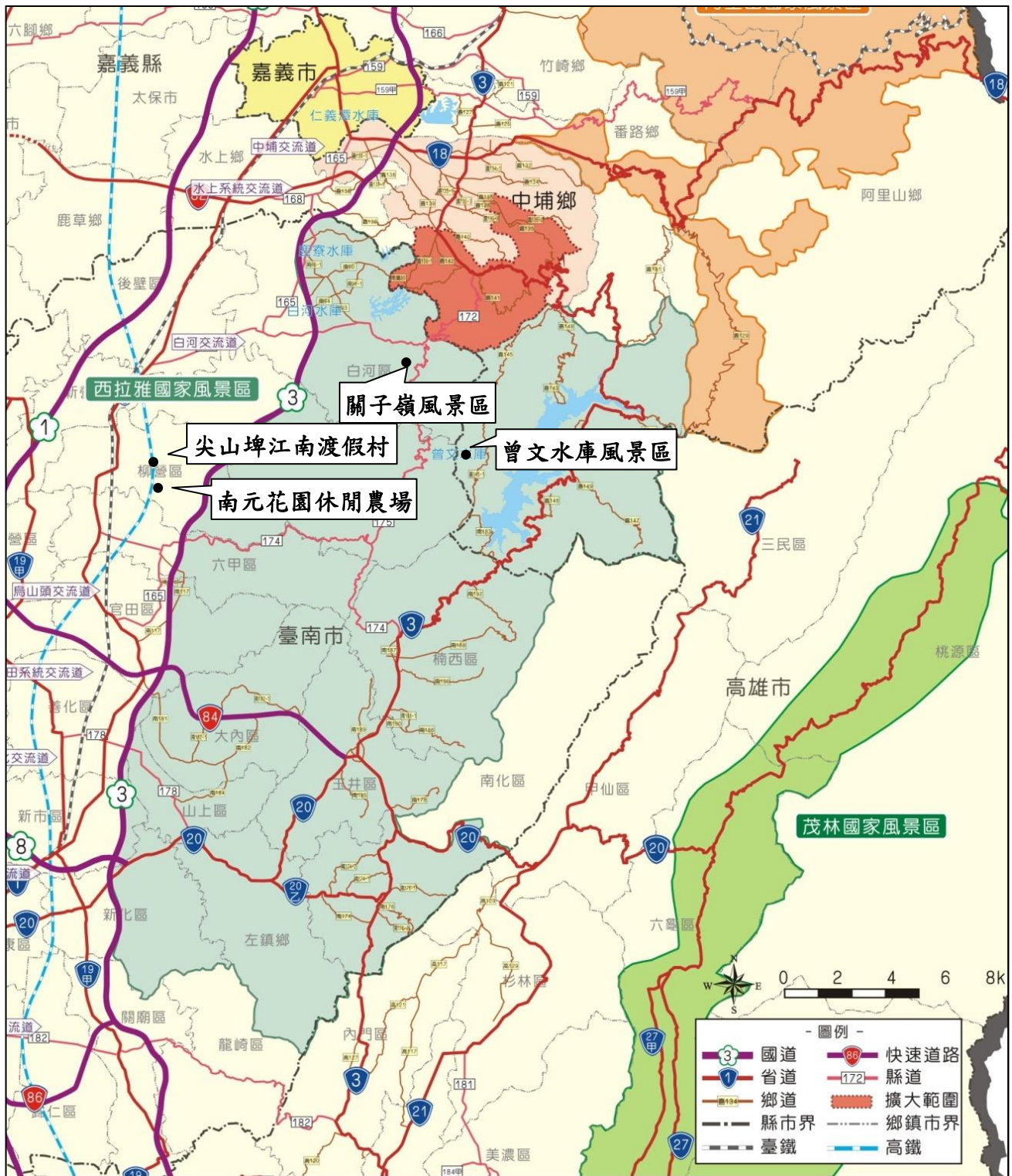
整體而言，在雲嘉南濱海國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$760；而在雲嘉南濱海國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為 0.67 天，因此平均每日消費支出為 NT\$1,134。

(四) 消費合理性

有 78.49%的受訪遊客表示，雲嘉南濱海國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)，有 8.76%的受訪遊客表示，雲嘉南濱海國家風景區內的各項花費較貴(貴(6.37%)、很貴(2.39%))，有 2.39%的受訪遊客覺得便宜(便宜(1.59%)、很便宜(0.80%))，而有 10.36%的受訪遊客表示，在雲嘉南濱海國家風景區內沒有任何花費。

⁴⁷ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

第十三節 西拉雅國家風景區



西拉雅國家風景區位於臺南市東部平原與山區交接處，北起臺南市白河區與嘉義縣大埔鄉，南至臺南市新化區、左鎮區及南化區，東至大埔鄉、楠西區及玉井區東界，西至國道3號高速公路及烏山頭水庫風景特定區計畫範圍。2012年擴大經營管理範圍，除原有經營管理範圍外，新增嘉義縣中埔鄉深坑村等地區，擴大範圍後西拉雅國家風景區面積合計為95,470公頃。本次在西拉雅國家風景區的遊客調查景點，包括「關子嶺風景區」、「尖山埤江南渡假村」、「南元花園休閒農場」、「曾文水庫風景區」等四個景點。

本節以西拉雅國家風景區的受訪遊客，其旅遊決策、遊憩行為、旅遊活動偏好與滿意度及消費行為等四個面向，進行調查結果分析。

一、旅遊決策

本小節主要針對西拉雅國家風景區的受訪遊客，其旅遊方式、旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具、到國家風景區主要利用的交通工具、在國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具、選擇此景點旅遊的原因、旅遊同伴等六個因素進行分析。

(一) 旅遊方式

有72.41%的受訪遊客表示，本次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，其次為參加學校／班級舉辦的旅遊(15.27%)，而參加其他團體舉辦的旅遊(5.91%)、參加機關／公司舉辦的旅遊(5.42%)、參加宗教團體舉辦的旅遊(0.99%)的比例相對較低。

(二) 旅遊資訊來源及上網查詢旅遊資訊的工具

1. 旅遊資訊來源

受訪遊客取得旅遊資訊的管道，以透過電腦網路(32.51%)、親友／同事／同學(32.02%)管道獲得相關旅遊資訊占最多，其次為手機上網(13.79%)，而透過平面媒體(1.97%)、旅遊服務中心(1.48%)、旅行社(1.48%)及電子媒體(0.99%)獲得旅遊資訊的比例均低於2.00%，此外，有34.48%受訪遊客表示未曾索取相關旅遊資訊。

大專及以上(39.09%)教育程度、專技主管人員(45.45%)、未婚(43.55%)、調查遊憩景點為南元花園休閒農場(42.31%)等特質的受訪遊客，透過電腦網路取得旅遊資訊管道的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 上網查詢旅遊資訊的工具

在有透過電腦網路查詢旅遊資訊的66位受訪遊客中，使用的上網查詢工具以透過電腦（桌上型、筆記型電腦）(60.61%)的比例最多；其次為智慧型手機(iPhone...等)(42.42%)、平板電腦(iPad...等)(6.06%)、GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統)(4.55%)。

(三) 到國家風景區主要利用的交通工具

有 64.53%的受訪遊客表示，從出發地到西拉雅國家風景區主要利用的交通工具是自小客車，其次依序為大型遊覽車(24.14%)、機車(3.94%)、公／民營客運(2.46%)，其他的交通工具所占的比例皆低於 2.00%。

統合受訪遊客主要及次要利用的交通工具，受訪遊客到國家風景區使用的交通工具，以自小客車(64.53%)的比例較高，其次為大型遊覽車(24.14%)，機車為 4.43%，公／民營客運占 2.96%，其他的交通工具所占比例皆低於 2.00%。

(四) 國家風景區內各景點旅遊利用的交通工具

有 95.57%的受訪遊客沒有到訪西拉雅國家風景區其他景點，有 3.45%受訪遊客表示，在西拉雅國家風景區內各景點旅遊，主要利用的交通工具為自小客車。

(五) 選擇此景點旅遊的原因

綜合選擇景點主要、次要原因，有 67.49%的受訪遊客表示，選擇此景點旅遊的原因是景觀優美，其次依序為學校／公司或參加的團體安排(21.67%)、親朋好友推薦(18.72%)、遊憩設施(14.29%)、交通便利(13.30%)、距離遠近／假期長短(8.87%)、品嚐當地美食(8.87%)、運動健身(7.88%)、宗教活動(4.43%)，其他選擇此景點旅遊的原因比例皆低於 2.00%。

(六) 旅遊同伴

有 57.64%的受訪遊客，此次旅遊同伴為家人，其次，有 32.51%與朋友／同事同遊，有 12.32%受訪遊客的旅遊同伴為同學，而沒有旅遊同伴的比例占 1.97%。

40 歲~49 歲(90.00%)、高中／職程度(68.66%)、技術員／事務人員(78.79%)、已婚(70.21%)、調查遊憩景點為關子嶺風景區(72.00%)等特質的受訪遊客，與家人同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

家管／退休／無業(57.78%)、調查遊憩景點為曾文水庫風景區(58.82%)等特質的受訪遊客，與朋友、同事同遊的比例，高於其他類別的受訪遊客。

二、遊憩行為

本小節主要針對西拉雅國家風景區的受訪遊客，在西拉雅國家風景區以外的景點之遊玩情形、在國家風景區內的旅遊天數、國家風景區內的住宿方式、重遊意願及不願意重遊國家風景區的原因等五個因素進行分析。

(一) 國家風景區以外的景點之遊玩情形

有 81.28%的受訪遊客表示，只會在西拉雅國家風景區內的景點遊玩；而有 18.72%

的受訪遊客表示，會去西拉雅國家風景區以外的景點遊玩。

(二) 在國家風景區內的旅遊天數

有 42.86%的受訪遊客表示，在西拉雅國家風景區內旅遊的天數為半天(4 小時以下)，其次，有 26.11%受訪遊客停留 2 天 1 夜，停留 1 天不過夜的比例為 23.65%，在西拉雅國家風景區內旅遊 3 天 2 夜的比例 7.39%相對較低。

(三) 國家風景區內的住宿方式

針對 68 位表示在西拉雅國家風景區內旅遊天數超過 1 天的受訪遊客，進一步追問在西拉雅國家風景區內住宿的方式。其中，47.06%住宿在旅館最高，其次為露營(26.47%)、民宿(23.53%)，招待所或活動中心(1.47%)、親友家(含自家)(1.47%)的比例相對較低。

(四) 重遊意願

有 96.55%的受訪遊客表示，願意再重遊該西拉雅國家風景區內的景點；而僅有 3.45%受訪遊客表示以後不願意再重遊。

(五) 不願意重遊國家風景區的原因

針對 7 位⁴⁸不願意再重遊西拉雅國家風景區內景點的受訪遊客，進一步追問不願意重遊的原因。其中，以環境髒亂(71.43%)的比例最高，其次為花費太高(14.29%)、遊憩設施差(14.29%)。

三、旅遊活動偏好與滿意度

本小節主要針對西拉雅國家風景區的受訪遊客，其旅遊活動偏好情形、對整體服務滿意度評價、各項服務表現滿意比例、到訪次數、距離上次到訪時間及與上次到訪經驗比較等六個因素進行分析。

(一) 旅遊活動偏好情形

有 83.25%的受訪遊客表示，在西拉雅國家風景區內，喜歡從事的活動項目為自然賞景活動，其次依序為其他休閒活動(25.62%)、運動型活動(21.18%)、美食活動(20.20%)、文化體驗活動(18.72%)及遊樂園活動(11.82%)。

50 歲~59 歲(90.91%)、已婚(87.23%)、個人每月平均所得未滿 3 萬元(94.29%)等特質的受訪遊客，偏好自然賞景活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

大專及以上教育程度(32.73%)的受訪遊客，偏好其他休閒活動的比例，高於其他教育程度的受訪遊客。

⁴⁸ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

30 歲~39 歲(37.84%)、未婚(30.65%)、調查遊憩景點為南元花園休閒農場(46.15%)等特質的受訪遊客，偏好運動型活動的比例，高於其他類別的受訪遊客。

1. 自然賞景活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內自然賞景活動的 169 位受訪遊客，進一步追問喜歡的自然賞景活動項目。其中，以森林步道健行／露營／登山／溯溪(84.62%)的比例最高，其次依序為觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等)(21.89%)、觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等)(18.34%)、觀賞海岸地質景觀／溼地生態／田園風光／溪流瀑布等(15.98%)、觀賞日出／雪景／星象等自然景觀(11.83%)。

高中／職教育程度(93.33%)、已婚(91.06%)、調查遊憩景點為曾文水庫風景區(92.86%)等特質的受訪遊客，偏好森林步道健行／露營／登山／溯溪的比例，高於其他類別的受訪遊客。

2. 文化體驗活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內文化體驗活動的 38 位受訪遊客，進一步追問喜歡的文化體驗活動項目。其中，以宗教活動(34.21%)的比例最高，其次為表演節目欣賞(31.58%)、觀賞文化古蹟(21.05%)、參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等)(18.42%)、農場農村旅遊體驗(如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等)(18.42%)、參觀戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)(13.16%)、節慶活動(10.53%)、懷舊體驗(如鐵道懷舊)(10.53%)、傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等)(7.89%)及原住民文化體驗(2.63%)。

3. 運動型活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內運動型活動的 43 位受訪遊客，進一步追問喜歡的運動型活動項目。其中，以球類運動(如高爾夫、網球、籃球、羽球等)(46.51%)的比例最高，其次依序為泛舟／划船(39.53%)、騎協力車／單車(34.88%)、滑草(6.98%)、慢跑／馬拉松(6.98%)及釣魚(2.33%)。

4. 遊樂園活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內遊樂園活動的 24 位⁴⁹受訪遊客，進一步追問喜歡的遊樂園活動項目。其中，以偏好遊覽園區特殊主題(54.17%)的比例較高，其次為偏好水上遊樂活動(50.00%)、觀賞園區表演節目(37.50%)。

⁴⁹本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

5. 美食活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內美食活動的 41 位受訪遊客，進一步追問喜歡的美食活動項目。其中，以品嚐當地特產／特色美食(78.05%)的比例最高，其次依序為茗茶／喝咖啡／下午茶(36.59%)、健康養生料理體驗(4.88%)。

6. 其他休閒活動中喜歡的活動項目

針對喜歡西拉雅國家風景區內其他休閒活動的 52 位受訪遊客，進一步追問喜歡的其他休閒活動項目。其中，以乘坐遊艇／渡輪／搭船遊湖(51.92%)的比例最高，其次依序為泡溫泉／做 SPA (46.15%)、駕車(汽機車)兜風(17.31%)、商圈徒步購物(7.69%)、乘坐熱氣球(1.92%)。

(二) 對整體服務的滿意度評價

有 17.24%的受訪遊客，對西拉雅國家風景區整體滿意度的評價為 90~100 分，給予 80~89 分評價的受訪遊客占 56.16%，有 23.65%的受訪遊客給 70~79 分的評價，評價未滿 69 分的比例為 2.96%。

整體而言，103 年下半年總平均分數為 80.05 分，與 102 年總平均分數(80.59 分)，未達到統計上顯著差異。

【詳見圖 5-13-1】

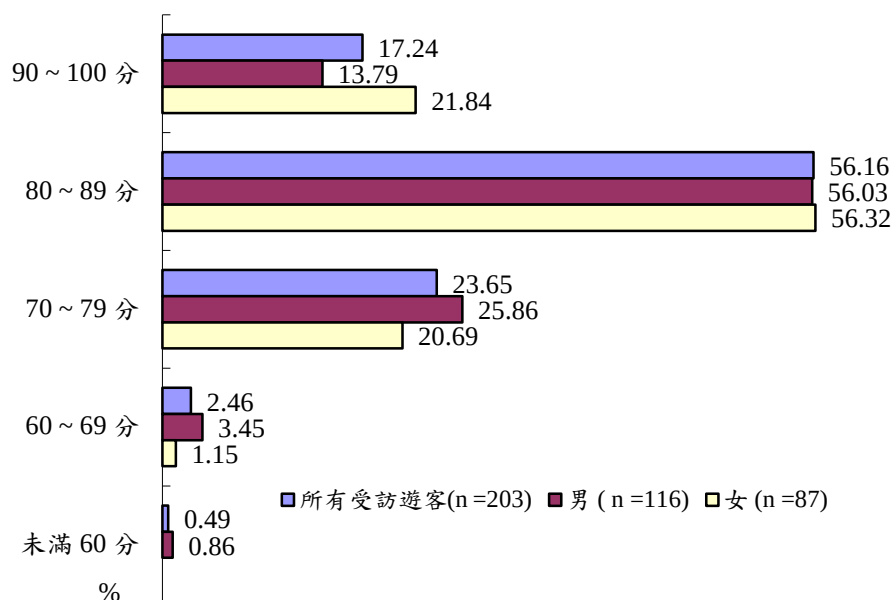


圖 5-13-1 西拉雅國家風景區整體服務滿意度之評價

(三) 各項服務的滿意比例

受訪遊客對西拉雅國家風景區所提供各項服務滿意的比例，扣除回答無此項目或無此經驗的受訪遊客。滿意比例(非常滿意及還算滿意)依各項目的百分比高低，排列如下：

1. 景點內辦理的活動(100.00%)
2. 環境美化綠化 (99.51%)
3. 環境整潔(99.51%)
4. 景點內空間設計(99.50%)
5. 引導指標或動線安排(98.51%)
6. 服務人員之服務態度(99.48%)
7. 提供之旅遊資訊服務(98.48%)
8. 景點內服務設施(98.01%)
9. 停車位數量(95.24%)
10. 廁所清潔程度(92.63%)

與 102 年相比，103 年下半年「景點內服務設施」的滿意比例上升 6.06 個百分點，「景點內空間設計」滿意比例上升 2.73 個百分點，「引導指標或動線安排」滿意比例上升 9.53 個百分點，「環境美化綠化」滿意比例上升 2.91 個百分點，「環境整潔」滿意比例上升 5.91 個百分點，「停車位數量」滿意比例上升 5.19 個百分點，「提供之旅遊資訊服務」滿意比例上升 3.18 個百分點，其他各項指標滿意比例，未達到統計上顯著差異。

在「整體上」服務滿意比例交叉分析卡方檢定中，滿意比例與「性別」、「年齡」、「教育程度」、「工作別」、「婚姻狀況」、「個人每月平均所得」、「居住地區」、「國籍」、「風景區型態」等自變項，未達顯著差異或因變項組間期望值小於 5 的比例，超過 25%，未進行卡方檢定。

【詳見表 5-13-2】

表 5-13-1 西拉雅國家風景區各項服務滿意比例

項目	%					回答人數
	非常滿意	還算滿意	不太滿意	非常不滿意	無此項目或無此經驗	
1.服務人員之服務態度	16.26	78.82	0.49	0.00	4.43	203
2.景點內服務設施	12.32	84.72	1.97	0.00	0.99	203
3.景點內空間設計	13.79	84.73	0.49	0.00	0.99	203
4.引導指標或動線安排	14.78	83.25	0.99	0.49	0.49	203
5.環境美化綠化	23.65	75.86	0.49	0.00	0.00	203
6.環境整潔	19.70	79.81	0.49	0.00	0.00	203
7.停車位數量	22.66	66.01	4.43	0.00	6.90	203
8.廁所清潔程度	13.30	73.41	6.40	0.49	6.40	203
9.提供之旅遊資訊服務	14.29	81.77	1.48	0.00	2.46	203
10.景點內辦理的活動	0.49	0.49	0.00	0.00	99.02	203
11.整體上	13.79	85.72	0.49	0.00	0.00	203

表 5-13-2 西拉雅國家風景區各項服務滿意比例(扣除無此項目或無此經驗者)

項目	%						回答人數	滿意比例		
	非常滿意	還算滿意	滿意小計	不太滿意	非常不滿意	不滿意小計		103 年下半年 (%)	102 年 (%)	差異百分點
1.服務人員之服務態度	17.01	82.47	99.48	0.52	0.00	0.52	194	99.48	97.22	2.26
2.景點內服務設施	12.44	85.57	98.01	1.99	0.00	1.99	201	98.01	91.95	6.06*
3.景點內空間設計	13.93	85.57	99.50	0.50	0.00	0.50	201	99.50	96.77	2.73*
4.引導指標或動線安排	14.85	83.66	98.51	0.99	0.50	1.49	202	98.51	88.98	9.53*
5.環境美化綠化	23.65	75.86	99.51	0.49	0.00	0.49	203	99.51	96.60	2.91*
6.環境整潔	19.70	79.81	99.51	0.49	0.00	0.49	203	99.51	93.60	5.91*
7.停車位數量	24.34	70.90	95.24	4.76	0.00	4.76	189	95.24	90.05	5.19*
8.廁所清潔程度	14.21	78.42	92.63	6.84	0.53	7.37	190	92.63	89.00	3.63
9.提供之旅遊資訊服務	14.65	83.83	98.48	1.52	0.00	1.52	198	98.48	95.30	3.18*
10.景點內辦理的活動 ⁵⁰	50.00	50.00	100.00	0.00	0.00	0.00	2	100.00	96.23	3.77
11.整體上	13.79	85.72	99.51	0.49	0.00	0.49	203	99.51	97.01	2.50*

註：1.表中非常滿意、還算滿意、不太滿意、非常不滿意之百分比，均為扣除無此項目或無此經驗者，重新計算而得。

2.滿意小計=非常滿意+還算滿意；不滿意小計=不太滿意+非常不滿意；滿意比例=非常滿意+還算滿意。

3.*表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異。

⁵⁰ 本題有效回答樣本數低於30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

進一步透過優弱勢分析則發現，10 個服務項目中屬於主要優勢指標的有服務人員之服務態度、景點內服務設施、引導指標或動線安排、環境美化綠化、環境整潔、停車位數量、廁所清潔程度等 7 項。

【詳見圖 5-13-2】

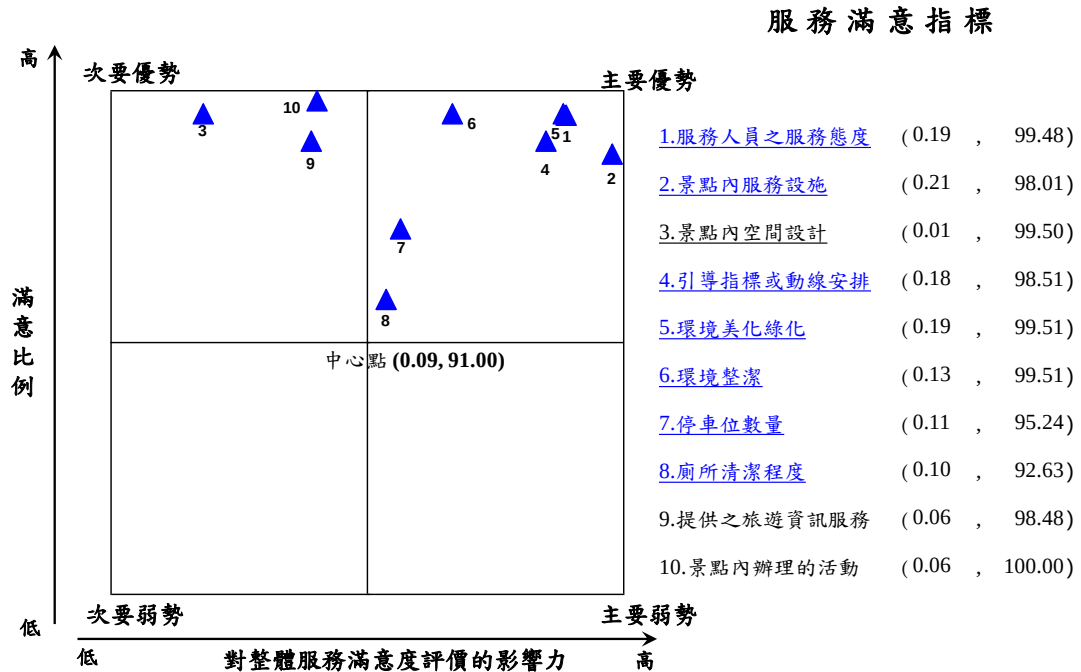


圖 5-13-2 西拉雅國家風景區各項服務滿意比例之優弱勢分析

- 註：1.各指標右方括號內第一個數值表示該指標對整體服務滿意度評價的影響力；括號內第二個數值表示該指標的滿意比例。
- 2.實線底線表示主要優勢指標；虛線底線表示主要弱勢指標。
- 3.第一象限代表主要優勢指標，應持續保持優勢性。第二象限代表次要優勢指標，須長期保持高度關注。第三象限代表次要弱勢指標，應保持長期的高度警覺心。第四象限代表主要弱勢指標，需立即改善。

(四) 到訪次數

有 49.26%的受訪遊客表示，這是第 1 次到訪西拉雅國家風景區，其次，有 20.20% 是第 5 次以上到訪，第 2 次到訪占 14.78%，第 3 次到訪占 14.78%，有 0.99%為第 4 次到訪。

(五) 距離上次到訪時間

針對西拉雅國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 103 位受訪遊客，進一步詢問距離上次到訪時間間隔為多久。其中，有 38.83%的受訪遊客表示，上次到訪的時間為半年以內，其次為半年~1 年內(19.42%)、3 年以上(17.48%)、1~2 年內(12.62%)、2~3 年以內(11.65%)。

(六) 與上次到訪經驗比較

針對西拉雅國家風景區到訪次數超過 1 次以上的 103 位受訪遊客，追問與上次到訪經驗相較，西拉雅國家風景區整體服務品質的感受。其中，有 61.17% 的受訪遊客表示，整體服務品質與上次到訪經驗差不多，其次，28.16% 認為稍有改善，認為改善很多的受訪遊客占 4.85%。

四、消費行為

本小節主要針對西拉雅國家風景區的受訪遊客，本次到訪國家風景區之前，透過網站訂購相關旅遊產品情形、網站訂購相關旅遊產品種類、在國家風景區消費情形及消費合理性等四個因素進行分析。

(一) 網站訂購相關旅遊產品情形

有 10.84% 的受訪遊客表示，有透過網路訂購相關旅遊產品，而有 89.16% 的受訪遊客表示，沒有透過網路訂購相關的旅遊產品。

(二) 網站訂購相關旅遊產品種類

針對有透過網路訂購相關旅遊產品的 22 位⁵¹受訪遊客，進一步詢問訂購的相關旅遊產品為何。其中，有 40.91% 的受訪遊客表示，透過網路訂購套裝行程的比例最高，其次依序為旅館(含民宿)(31.82%)、門票(27.27%)、火車票/高鐵票/客運車票(9.09%)。

(三) 消費情形

整體而言，在西拉雅國家風景區內平均每位受訪遊客的預計消費支出為 NT\$1,138，而在西拉雅國家風景區內受訪遊客平均旅遊天數為約 1.19 天，因此平均每日消費支出為 NT\$956。

(四) 消費合理性

有 74.88% 的受訪遊客表示，西拉雅國家風景區內的各項花費合理（還好，可以接受），有 17.73% 的受訪遊客表示，西拉雅國家風景區內的各項花費較貴(貴(17.24%)、很貴(0.49%))，有 2.46% 的受訪遊客覺得便宜(便宜(0.49%)、很便宜(1.97%))，而有 4.93% 的受訪遊客表示在西拉雅國家風景區內沒有任何花費。

⁵¹ 本題有效回答樣本數低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

第陸章 結論與建議

第一節 結論

一、旅遊決策

(一) 整體分析

參觀國家風景區的受訪遊客以自行規劃行程旅遊(84.00%)居多。77.57%的受訪遊客，在前往國家風景區之前，會自行蒐集旅遊資訊，旅遊資訊來源以透過「電腦網路」蒐集旅遊資訊的受訪遊客占 42.60%最高；其次為透過親友、同事、同學(34.61%)、手機上網(26.33%)；電子媒體占 9.58%，平面媒體占 8.81%。

與 102 年相比，103 年下半年旅遊資訊來源中，「未曾索取」的比例下降 2.24 個百分點；「平面媒體」增加 2.54 個百分點；「電腦網路」的比例增加 3.43 個百分點；「親友、同事、同學」的比例增加 4.86 個百分點；「旅遊展覽」增加 0.80 個百分點。

年齡為 20 歲~29 歲(55.86%)、專技主管人員(48.87%)、未婚(51.38%)、個人月平均收入為 10 萬元及以上(47.15%)、居住地區為金馬地區(93.15%)、來自港澳地區(83.70%)、到訪海型國家風景區(52.87%)等特質的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。教育程度越高的受訪遊客，透過「電腦網路」取得旅遊資訊的比例越高。女性(36.43%)、年齡為 12 歲~19 歲(49.79%)、學生(48.56%)、未婚(40.94%)、個人月平均收入未滿 3 萬元 (38.97%)、其他國籍遊客(40.92%)、到訪海型國家風景區(38.29%)等特質的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊的比例，高於其他類別的受訪遊客。教育程度越低的受訪遊客，透過「親友、同事、同學」取得旅遊資訊的比例越高。

有關到訪國家風景區的交通工具，有 58.88%的受訪遊客表示，從出發地到國家風景區主要利用的交通工具是自小客車；其次為大型遊覽車(12.03%)、臺鐵(9.05%)、機車(6.54%)及公、民營客運(3.38%)。綜合受訪遊客從出發地到國家風景區主要及次要利用的交通工具，有 61.14%的受訪遊客到達國家風景區利用的交通工具是自小客車；其次為大型遊覽車(14.45%)、臺鐵(12.81%)、機車(10.58%)、公、民營客運(6.20%)。

至於到訪國家風景區景點旅遊的因素，53.55%的受訪遊客表示選擇此景點旅遊的主要原因是景觀優美；其次為親朋好友推薦(10.00%)、學校／公司或參加的團體安排(7.27%)、順道而來(7.07%)、距離遠近／假期長短(5.91%)；其他選擇此景點旅遊的主要原因比例皆小於 4.00%。與 102 年相比，103 年下半年因為「景觀優美」而選擇到訪的比例，增加 5.17 個百分點；「親朋好友推薦」的比例，增加

2.79 個百分點；「行銷推廣活動或節慶表演節目」的比例，降低 2.39 個百分點；「遊憩設施」的比例，降低 1.99 個百分點；「品嚐當地美食」的比例，降低 1.96 個百分點。

有 63.74% 的受訪遊客，其旅遊的同伴主要是家人，其次為朋友、同事(36.28%)及同學(6.08%)；而沒有旅遊同伴的比例占 4.79%。與 102 年相比，103 年下半年「朋友、同事」的比例，降低 2.41 個百分點；「同學」的比例，增加 1.47 個百分點，顯示到訪國家風景區的遊客，以家庭型旅遊為主。

(二) 各國家風景區比較分析

平均有八成四受訪遊客表示，此次的旅遊方式是自行規劃行程旅遊，尤其是到訪「茂林」(95.59%)、「雲嘉南濱海」(95.22%)及「參山」(96.6%)等國家風景區的受訪遊客，自行規劃行程的比例相對較高；「澎湖」(19.57%)、「北海岸及觀音山」(16.81%)、「馬祖」(15.57%)、「阿里山」(8.51%)的受訪遊客，參加旅行社套裝旅遊的比例相對較高。

在旅遊資訊來源方面，「雲嘉南濱海」(60.16%)、「馬祖」(55.09%)、「東部海岸」(54.86%)及「花東縱谷」(53.26%)等國家風景區受訪遊客，透過網路獲得相關旅遊資訊的比例，相對較高；而「大鵬灣」(43.38%)、「東北角暨宜蘭海岸」(42.40%)國家風景區受訪遊客，透過親友、同事、同學獲得相關旅遊資訊的比例，相對較高。

遊客選擇此景點旅遊的主要原因中，進一步分析各國家風景區受訪遊客選擇旅遊景點的考慮因素，「花東縱谷」(83.51%)、「阿里山」(80.32%)、「東部海岸」(76.74%)及「茂林」(73.04%)等國家風景區的受訪遊客，因為景觀優美而到訪的比例，相對較高。

二、遊憩行為

(一) 整體分析

有 55.40% 的受訪遊客表示，該次旅遊不會去國家風景區以外的景點遊玩，有 28.97% 的遊客會在國家風景區內過夜。與 102 年 30.78% 遊客會選擇在風景區內過夜的比例，微幅下降 1.81 個百分點。

而其中過夜受訪遊客選擇住宿的方式以民宿的比例最高(46.54%)；其次為旅館(45.62%)。

(二) 各國家風景區比較分析

「馬祖」(100.00%)、「澎湖」(97.10%)等國家風景區的受訪遊客，表示本次旅遊不會到國家風景區以外的景點遊玩的比例最高，在旅遊天數方面，「雲嘉南濱海」(71.71%)、「北海岸及觀音山」(70.31%)、「參山」(53.85%)等國家風景區遊客，旅遊天數為半天(4 小時以下)的比例，較其他國家風景區高；「東北角暨宜蘭海岸」(48.76%)、「阿里山」(40.43%)國家風景區受訪遊客旅遊天數在一天，不過夜比例，高於其他國家風景區；「阿里山」(28.19%)、「大鵬灣」(27.78%)受訪遊客旅遊天數為 2 天 1 夜的比例，較其他國家風景區高；而「馬祖」(70.06%)、「澎湖」(63.04%)的受訪遊客，安排 3 天 2 夜及以上旅遊的比例最高。

三、旅遊活動偏好與滿意度

(一) 整體分析

有 82.45%的受訪遊客表示國家風景區內喜歡的活動項目為自然賞景活動，其次為美食活動(38.19%)、文化體驗活動(30.27%)、其他休閒活動(21.70%)、運動型活動(20.72%)及遊樂園活動(9.97%)。

受訪遊客偏好的自然賞景活動項目，以偏好「觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布」(58.85%)的比例最高；文化體驗活動方面，以「觀賞文化古蹟」(43.06%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；運動型活動方面，以「騎協力車／單車的比例最高」(53.39%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；美食活動方面，以品嚐當地特產／特色美食」(88.79%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；其他休閒活動方面，以「泡溫泉／做 SPA」(34.62%)為受訪遊客最喜歡的活動項目；遊樂園活動活動方面，以「水上遊樂活動」(46.29%)為受訪遊客最喜歡的活動項目。

103 年下半年受訪遊客對國家風區整體服務感到滿意(非常滿意及還算滿意)的比例為 98.98%。而各項服務滿意比例中，以「服務人員之服務態度」的滿意比例較高，為 99.37%；其次為「提供之旅遊資訊服務」(97.95%)、「景點內辦理的活動」(97.92%)、「景點內空間設計」(97.43%)、「景點內服務設施」(97.29%)、「環境美化綠化」(97.06%)、「環境整潔」(95.79%)、「引導指標或動線安排」(93.70%)及「廁所清潔程度」(91.38%)；而「停車位數量」的滿意比例較其他服務項目低，為 82.81%。

與 102 年相比 103 年下半年「引導指標或動線安排」的滿意比例，上升 1.84 個百分點；「景點內服務設施」的滿意比例，上升 0.82 個百分點；其他各項服務表現滿意比例，未達到統計上顯著差異。這項調查結果顯示，各國家風景區在 103 年下半年度中，有關「引導指標或動線安排」及「景點內服務設施」之改善及努力方向，已獲得受訪遊客的肯定。

(二) 各國家風景區比較分析

由 103 年下半年各國家風景區遊客滿意比例，與 103 年下半年的滿意比例比較，「大鵬灣」國家風景區受訪遊客對國家風景區整體服務滿意比例，上升 5.84 個百分點，「茂林」國家風景區整體服務滿意比例，上升 3.41 個百分點；其他國家風景區受訪遊客之整體服務滿意比例，則均未達到顯著差異。

針對 103 年下半年與 102 年各項遊客服務滿意比例顯著差異比較分析如下：

1. 服務人員之服務態度：103 年下半年「澎湖」(下降 4.89 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現下降之趨勢；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。
2. 景點內服務設施：103 年下半年「大鵬灣」(增加 5.58 個百分點)、「馬祖」(增加 3.74 個百分點)、「阿里山」(增加 3.02 個百分點)、「西拉雅」(增加 6.06 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。
3. 景點內空間設計項目：103 年下半年「大鵬灣」(增加 5.15 個百分點)、「阿里山」(增加 5.75 個百分點)、「茂林」(增加 3.23 個百分點)、「西拉雅」(增加 2.73 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。
4. 引導指標或動線安排：103 年下半年「馬祖」(增加 5.61 個百分點)、「花東縱谷」(增加 5.04 個百分點)、「日月潭」(增加 3.80 個百分點)、「阿里山」(增加 6.42 個百分點)、「西拉雅」(增加 9.53 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。
5. 環境美化綠化項目：103 年下半年「大鵬灣」(增加 6.76 個百分點)、「茂林」(增加 3.92 個百分點)、「茂林」(增加 3.23 個百分點)、「西拉雅」(增加 2.91 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；而「雲嘉南濱海」(下降 2.65 個百分點)則出現滿意比例下降的情形；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。

「雲嘉南濱海」國家風景區在「環境美化綠化」滿意比例出現較 102 年顯著下滑現象。

「雲嘉南濱海」受訪遊客對於停車位數量項目提出之問題點或改進建議，包括：台灣鹽博物館中有「樹太少」、「周遭綠化程度需加強」、「遮蔭處太少」、像是還沒規劃完、「整體看起來很荒涼，尤其是門口很像工地」；布袋遊客中

心有「布袋遊客中心周圍的綠化少」、「在海邊的關係所以感覺不夠綠化」；北門遊客中心有「綠樹不多」、「草皮沒有養護」、「北門遊客中心四周樹木少，多種些遮陽物」、「北門遊客中心周圍的綠化少」、「感覺光禿禿」等。

6. 環境整潔項目：103 年下半年「西拉雅」(增加 5.91 個百分點)、「日月潭」(增加 2.14 個百分點)等國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。
7. 停車位數量項目：103 年下半年「茂林」(增加 9.88 個百分點)、「西拉雅」(增加 5.19 個百分點)等國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；而「花東縱谷」(下降 9.17 個百分點)、「雲嘉南濱海」(下降 14.46 個百分點)等國家風景區，則出現滿意比例下降的情形；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。

「花東縱谷」及「雲嘉南濱海」國家風景區在「停車位數量」滿意比例出現較 102 年顯著下滑現象。

「花東縱谷」受訪遊客對於停車位數量項目提出之問題點或改進建議，包括：「兆豐農場沒規劃停車位」、「兆豐農場汽車停車位不夠」、「鯉魚潭汽車停車位不夠」、「鯉魚潭機車停車位不夠」、「初鹿牧場的停車位不多」、「鹿野高台汽車停車位太少」、「鹿野高台機車停車位太少」等。

「雲嘉南濱海」受訪遊客對於停車位數量項目提出之問題點或改進建議，包括：台灣鹽博物館中有「停車位置太少」；布袋遊客中心有「停車位不夠」、「公有停車的地方偏少」、「停車地方離漁市場太遠」、「雲嘉南東石景點周圍的汽車停車位少」、「布袋遊客中心整體的汽車停車位不足」；北門遊客中心有「停車位太少」、「北門遊客中心前的汽車停車位少」、「沒有機車停車位」、「停車場離太遠」等。

8. 廁所清潔程度項目：103 年下半年「茂林」(增加 5.77 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；而「雲嘉南濱海」(下降 4.33 個百分點)國家風景區，則出現滿意比例下降的情形；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年滿意比例，則無顯著差異。

「雲嘉南濱海」受訪遊客對於廁所清潔程度項目提出之問題點或改進建議，包括：台灣鹽博物館中有「衛生紙不夠」、「廁所燈光不夠」；布袋遊客中心有「廁所有異味」、「市場的廁所比較髒」、「衛生紙不夠」；北門遊客中心有「遊客中心廁所髒不乾淨」、「沒有衛生紙」、「地板沒清」、「外面的廁所味道太重」等。

9. 提供之旅遊資訊服務項目：103 年下半年「西拉雅」(增加 3.18 個百分點)國家風景區受訪遊客之滿意比例，較 102 年出現上升之趨勢；而「澎湖」(下降 5.71 個百分點)國家風景區、「雲嘉南濱海」(下降 2.20 個百分點)國家風景區，則出現滿意比例下降的情形；其他國家風景區在 103 年下半年與 102 年的滿意比例，則無顯著差異。

「澎湖」遊客對於提供之旅遊資訊服務項目提出之問題點或改進建議，包括：「本島有關吃的資訊不清楚」、「網上馬公市區的旅遊資訊」、「管道不明確，不知道資訊去哪找」、「景點地區旅遊資訊提供不充分」、「七美、本島旅遊資訊太雜，沒有重點必玩的推薦」、「美食方面的資訊介紹少」、「路旁的旅遊資訊地圖不夠多」等。

「雲嘉南濱海」受訪遊客對於提供之旅遊資訊服務項目提出之問題點或改進建議，包括：「不會主動關心」、「可以提供豐富一點的資訊」、「增加台灣鹽博物館的導覽人員」、「布袋的活動資訊難以取得」、「北門遊客中心沒有太明顯的標示放置旅遊資料的地方」、「雲嘉南官網介紹景點的資訊不夠多」等。

10. 景點內辦理的活動項目：與 102 年相比，103 年下半年各項滿意比例，均未達到統計上顯著差異。

若以各國家風景區在各服務項目滿意比例之年度上升或下降的項目數量分析，「西拉雅」在 10 項服務滿意比例，均出現較 102 年上升的趨勢，上升項目數量高於其他國家風景區。「馬祖」、「日月潭」、「茂林」有 9 項服務滿意比例上升，1 項服務滿意比例下降，上升項目數量居次；「東北角暨宜蘭海岸」、「東部海岸」、「大鵬灣」等則是各有 7 項服務滿意比例較 102 年上升；「花東縱谷」、「阿里山」則是有 5 項服務滿意比例上升；「參山」及「北海岸及觀音山」有 4 項服務滿意比例上升，6 項下滑。「澎湖」則是有 3 項服務滿意比例上升，6 項下滑，1 項持平。而「雲嘉南濱海」有 8 項服務滿意比例下降，下滑項目數為各國家風景區中最高，由北門遊客中心之統計據點人數可發現雲嘉南濱海自 103 年 10 月份起遊客量激增，管理處檢視因遊客量短期大幅成長，致衍生交通、環境等公共服務設施不足之問題；亦與北門遊客中心自 103 年 7 月起委外經營，該廠商未能及時滿足大量遊客需求且於履約期間多生爭議有關；此外布袋遊客中心自 103 年 12 月起圍場施工亦影響遊客服務品質。管理處已因應緊急介入，加置 2,500 個以上之停車空間、老街封路、警力交管、協調周邊廟宇與學校廁所開放等措施，惟面對大量遊客需求，長期仍須協調地方政府以提升公共服務設施之數量與品質。(請參考表 6-1)

表 6-1 103 年下半年與 102 年國家風景區各服務項目滿意比例差異檢定結果 單位:%

項目			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	景點內辦理 的活動	整體滿意
103 年下半年整體			99.37	97.29	97.43	93.70	97.06	95.79	82.81	91.38	97.95	97.92	98.98
102 年整體			99.08	96.47	96.96	91.86	97.65	95.91	84.55	92.50	97.67	96.92	98.89
差異值			0.29	0.82*	0.47	1.84*	-0.59*	-0.12	-1.74	-1.12	0.28	1.00	0.09
國家風景區	東北角暨 宜蘭海岸	103 年下	99.46	98.50	97.83	96.00	97.15	95.41	79.72	88.61	100.00	100.00	98.59
		102 年	99.05	97.59	98.67	94.39	97.22	93.86	75.85	88.87	98.70	97.39	98.96
		差異值	0.41	0.91	-0.84	1.61	-0.07	1.55	3.87	-0.26	1.30	2.61	-0.37
	東部海岸	103 年下	99.26	97.54	98.25	94.10	97.57	96.17	95.07	91.42	94.70	100.00	98.96
		102 年	98.87	95.82	97.52	92.63	97.85	96.04	95.59	91.00	95.73	98.62	98.85
		差異值	0.39	1.72	0.73	1.47	-0.28	0.13	-0.52	0.42	-1.03	1.38	0.11
	澎湖	103 年下	94.74	96.97	98.50	91.60	94.77	94.82	98.23	91.67	93.08	100.00	98.55
		102 年	99.63	97.78	97.83	88.28	95.76	95.76	94.33	95.19	98.79	100.00	99.65
		差異值	-4.89*	-0.81	0.67	3.32	-0.99	-0.94	3.90	-3.52	-5.71*	0.00	-1.10
	大鵬灣	103 年下	97.95	94.87	98.08	85.16	96.30	95.06	87.50	91.38	97.76	100.00	99.38
		102 年	98.59	89.29	92.93	85.21	89.54	94.14	86.50	91.24	96.11	100.00	93.54
		差異值	-0.64	5.58*	5.15*	-0.05	6.76*	0.92	1.00	0.14	1.65	0.00	5.84*
	花東縱谷	103 年下	99.19	95.02	95.49	93.68	97.24	92.44	82.12	86.00	97.30	94.12	97.59
		102 年	98.90	94.70	97.13	88.64	98.48	95.29	91.29	88.86	96.51	89.09	98.32
		差異值	0.29	0.32	-1.64	5.04*	-1.24	-2.85	-9.17*	-2.86	0.79	5.03	-0.73
	馬祖	103 年下	98.73	98.79	98.80	96.97	98.19	97.59	100.00	95.21	97.53	100.00	100.0
		102 年	98.12	95.05	98.79	91.36	96.35	96.04	97.58	91.98	98.08	92.59	99.40
		差異值	0.61	3.74*	0.01	5.61*	1.84	1.55	2.42	3.23	-0.55	7.41	0.60
	日月潭	103 年下	99.14	98.76	98.77	95.25	98.30	98.54	77.29	93.66	98.83	100.00	99.27
		102 年	99.11	98.18	97.89	91.45	98.72	96.40	72.26	92.29	97.72	93.62	99.48
		差異值	0.03	0.58	0.88	3.80*	-0.42	2.14*	5.03	1.37	1.11	6.38	-0.21
	參山	103 年下	99.51	96.87	94.70	90.91	98.08	93.79	75.06	90.88	98.42	100.00	98.94
		102 年	99.77	96.84	94.61	92.59	98.09	95.91	76.15	92.13	97.85	99.00	99.41
		差異值	-0.26	0.03	0.09	-1.68	-0.01	-2.12	-1.09	-1.25	0.57	1.00	-0.47
	阿里山	103 年下	100.00	98.94	99.47	95.11	98.41	96.28	79.87	88.48	98.74	100.00	99.47
		102 年	98.97	95.92	93.72	88.69	99.10	97.98	80.31	92.72	97.94	100.00	98.43
		差異值	1.03	3.02*	5.75*	6.42*	-0.69	-1.70	-0.44	-4.24	0.80	0.00	1.04
	茂林	103 年下	100.00	97.06	99.02	92.50	100.00	98.04	79.29	98.17	96.11	100.00	100.0
		102 年	99.17	94.87	95.79	88.28	96.08	97.63	69.41	92.40	97.01	100.00	96.59
		差異值	0.83	2.19	3.23*	4.22	3.92*	0.41	9.88*	5.77*	-0.90	0.00	3.41*
	北海岸及 觀音山	103 年下	99.63	97.63	98.28	97.03	98.87	95.79	86.37	94.28	100.00	100.00	99.44
		102 年	99.36	98.83	98.43	96.57	99.36	96.64	87.79	96.72	98.92	95.24	99.61
		差異值	0.27	-1.20	-0.15	0.46	-0.49	-0.85	-1.42	-2.44	1.08	4.76	-0.17
	雲嘉南濱 海	103 年下	100.00	94.65	96.02	88.11	87.65	95.22	81.47	93.23	96.91	100.00	98.80
		102 年	99.29	95.92	97.98	91.68	94.78	97.16	95.93	97.56	99.11	100.00	99.18
		差異值	0.71	-1.27	-1.96	-3.57	-7.13*	-1.94	-14.46*	-4.33*	-2.20*	0.00	-0.38
	西拉雅	103 年下	99.48	98.01	99.50	98.51	99.51	99.51	95.24	92.63	98.48	100.00	99.51
		102 年	97.22	91.95	96.77	88.98	96.60	93.60	90.05	89.00	95.30	96.23	97.01
		差異值	2.26	6.06*	2.73*	9.53*	2.91*	5.91*	5.19*	3.63	3.18*	3.77	2.50*

註：1. 各項滿意比例已扣除無此項目或無此經驗者。

2. 差異值=103 年下半年 - 102 年。

3. *表示 103 年下半年與 102 年的滿意比例檢定結果為顯著差異。

4. 東北角暨宜蘭海岸、澎湖、大鵬灣、馬祖、日月潭、參山、阿里山、茂林、北海岸及觀音山、雲嘉南濱海、西拉雅等國家風景區「景點內辦理的活動」扣除無此經驗者後，回答人數均低於 30，樣本數過少，數據分析結果僅供參考。

表 6-2 係綜合分析各國家風景區優弱勢分析服務項目，具有相對優勢之主要優勢服務指標，為需繼續保持其優勢服務之指標，而主要弱勢服務指標，則為應立即改善及提升滿意比例之指標，以避免因主要弱勢指標滿意度長期不能提升，可能累積不滿意因素，最終對整體服務滿意度評價造成不利的影響。

表 6-2 國家風景區主要優勢與主要弱勢指標

國家風景區	主要優勢服務指標	主要弱勢服務指標
東北角暨宜蘭海岸	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	廁所清潔程度
東部海岸	廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務	--
澎湖	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	--
大鵬灣	服務人員服務態度、景點內服務設施、提供之旅遊資訊服務	引導指標或動線安排、停車位數量
花東縱谷	景點內服務設施、環境美化綠化、環境整潔	停車位數量、廁所清潔程度
馬祖	景點內服務設施、引導指標或動線安排、廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務、景點內辦理的活動	--
日月潭	景點內服務設施、環境美化綠化、廁所清潔程度、提供之旅遊資訊服務	--
參山	景點內空間設計、環境美化綠化、環境整潔	引導指標或動線安排、停車位數量
阿里山	景點內服務設施、景點內空間設計、環境美化綠化	廁所清潔程度
茂林	服務人員之服務態度、景點內服務設施、引導指標或動線安排、環境美化綠化、提供之旅遊資訊服務	--
北海岸及觀音山	景點內服務設施、景點內空間設計、環境美化綠化	停車位數量
雲嘉南濱海	景點內空間設計、廁所清潔程度	引導指標或動線安排、環境美化綠化
西拉雅	服務人員之服務態度、景點內服務設施、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	--

在滿意度評價分數方面，受訪遊客給予的整體平均分數為 82.80 分，與 102 年平均分數(82.79 分)並未達到顯著差異。各風景區總平均分數，以「北海岸及觀音山」85.34 分最高，其次依序為「日月潭」(84.27 分)、「阿里山」(84.22 分)、「澎湖」(84.12 分)、「馬祖」(84.06 分)、「茂林」(83.43 分)、「東部海岸」(83.22 分)、「東北角暨宜蘭海岸」(82.52 分)、「參山」(82.27 分)、「大鵬灣」(81.57 分)、「花東縱谷」(80.92 分)、「雲嘉南濱海」(80.22 分)、「西拉雅」(80.05 分)。

103 年下半年滿意度評價分數較 102 年顯著進步的國家風景區為「大鵬灣」(增加 4.01 分)、「茂林」(增加 2.40 分)、「馬祖」(增加 2.04 分，較 102 年顯著退步的國家風景區為「雲嘉南濱海」(降低 2.68 分)，其餘國家風景區整體滿意度評價分數則與 102 年無顯著差異。

表 6-3 顯示，「東部海岸」、「阿里山」在 102 年及 103 年下半年整體滿意度評價分數出現連續 2 個年度上升的趨勢，而「花東縱谷」、「西拉雅」國家風景區，則是 102 年及 103 年下半年整體滿意度評價分數連續 2 年下降的趨勢。

表 6-3 國家風景區整體滿意度評價分數年度變化比較

滿意度評價分數	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年	103 年 下半年
整 體	82.17	82.82 ↑	83.13 ↑	82.73 ↓	82.79 ↑	82.80 ↑
國 家 風 景 區	東北角暨宜蘭海岸	81.69	82.64 ↑	82.53 ↓	82.52 ↓	82.57 ↑
	東部海岸	82.19	80.80 ↓	84.59 ↑	82.46 ↓	82.55 ↑
	澎湖	83.91	83.92 ↑	84.94 ↑	83.19 ↓	85.21 ↑
	大鵬灣	82.89	82.38 ↓	82.81 ↑	80.71 ↓	77.56 ↓
	花東縱谷	82.97	82.40 ↓	84.03 ↑	82.04 ↓	81.90 ↓
	馬祖	88.39	87.56 ↓	84.13 ↓	82.34 ↓	82.02 ↓
	日月潭	83.55	83.38 ↓	82.71 ↓	83.71 ↑	83.50 ↓
	參山	82.37	83.10 ↑	83.49 ↑	81.76 ↓	81.69 ↓
	阿里山	80.83	81.48 ↑	82.51 ↑	82.19 ↓	83.37 ↑
	茂林	82.21	85.25 ↑	85.60 ↑	84.39 ↓	81.03 ↓
	北海岸及觀音山	81.50	83.26 ↑	84.41 ↑	85.30 ↑	86.28 ↑
	雲嘉南濱海	78.01	81.25 ↑	81.06 ↓	82.46 ↑	82.90 ↑
	西拉雅	80.38	82.24 ↑	81.33 ↓	81.15 ↓	80.59 ↓

註：↑表示較前一年度整體滿意度評價上升，↓表示較前一年度整體滿意度評價下降。

四、消費行為

(一) 整體分析

整體而言，在國家風景區受訪遊客平均消費支出為 2,069 元。在國家風景區內的消費，有 73.61%的受訪遊客認為價格合理(還好，可以接受)。

有 13.62%%國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購相關的旅遊商品。在透過網路訂購商品的受訪遊客中，以訂購旅館(含民宿)(70.39%)的比例最高；其次為火車票／高鐵票／客運車票(33.42%)、套裝行程(16.53%)、門票(9.56%)、機票(9.41%)、船票(7.94%)。

(二) 國家風景區比較分析

各國家風景區內平均每位受訪遊客的消費支出，以「澎湖」(NT\$9,495)、「馬祖」(NT\$9,310)為最高，其次為「東部海岸」(NT\$3,866)、「花東縱谷」(NT\$3,096)；平均每位受訪遊客的預計消費支出則以「北海岸及觀音山」(NT\$754)、「雲嘉南濱海」(NT\$760)最低；其餘國家風景區的平均每位受訪遊客的預計消費支出，均介於 NT\$1,000~NT\$3,000 之間。

在消費合理性方面，「花東縱谷」(83.16%)、「馬祖」(81.44%)、「雲嘉南濱海」(78.49%)國家風景區的受訪遊客，覺得國家風景區內的各項花費合理(還好，可以接受)的比例，較其他國家風景區高。

各國家風景區受訪遊客透過網路訂購相關旅遊產品的比例，「大鵬灣」(87.50%)、「日月潭」(84.06%)國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購旅館(含民宿)的比例，相對較其他國家風景區高；「東部海岸」(59.04%)、「阿里山」(50.00%)、「花東縱谷」(38.81%)國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購火車票／高鐵票／客運車票的比例，高於其他國家風景區；「馬祖」(89.13%)、「澎湖」(78.33%)國家風景區的受訪遊客，透過網路訂購機票的比例最高。

第二節 建議

一、整體分析與建議

(一) 國家風景區受訪遊客旅遊決策過程以自行規劃遊程(84.00%)居多，並有 77.57% 的旅客會在行前自行蒐集旅遊資訊，另又以電腦網路(42.60%)蒐集旅遊資訊最多，而使用手機上網比例 103 年下半年(26.33%)較 102 年(18.10%)成長 8.23%，是所有資訊中成長最高的，可見手機上網的比例正快速成長，且遊客會上網訂購運具的比例也較去年提高，因此未來觀光局在規劃旅遊活動或宣傳旅遊景點時，建議發展網路服務，加強運用智慧觀光服務，尤其手機的普及性越來越高，發展多元化的 APP 軟體撰寫，同時 APP 要考量(1)方便性：方便使用搜尋及使用介面簡單；(2)對話用詞生活多元；(3)觀光的資訊內容精采豐富，包含食住行的旅遊資訊；(4)軟體資訊的更新即時。運用多元管道宣傳觀光旅遊服務。

(二) 到風景區景點旅遊的因素，以景觀優美(53.55%)的最高，其次為親朋好友推薦(10.00%)，風景區內的喜歡活動的偏好以自然賞景活動(82.45%)最高，國內旅遊盛行，各風景區都有其特定景色吸引遊客，以花東縱谷為例，以鐵路普悠瑪的發展，金針花及周圍金城武樹等景色，都是遊客旅遊賞景處；對於旅遊景點的宣傳可舉辦以親友推薦為主題的徵文比賽，以強化景點觀光意願，或在廣告文宣上，以家庭的故事概念搭配風景區的自然景色宣傳，增加親友推薦的比例。

- (三) 遊客偏好的美食活動項目(38.19%)，在美食活動項目中偏好以品嚐當地特產／特色美食的比例最高(88.79%)，建議各國家風景區可依據自己在地的特色，運用在地食材，依據不同的季節或祭典活動，來舉辦不同形式的美食活動，增加遊客旅遊之意願。
- (四) 103 年下半年有 28.97%的遊客表示會在國家風景區內過夜，其中 3 天 2 夜的比例有成長 1.34%，以有過夜的平均消費支出達到 NT\$4,293 元，若無過夜則為 NT\$1,162 元，因此遊客過夜是可以增加消費的指標，旅館、民宿、露營住宿等都會增加在地消費，建議提升遊客旅遊過夜住宿的可能，可透過住宿優惠，舉辦活動、促銷等方案。
- (五) 103 年下半年每位遊客平均消費支出為 NT\$2,069 元，調查中發現的消費合理性，有 73.61%的遊客認為各項花費合理(還好，可以接受)，消費支出介於 200 元至 3,000 元的比例(12.25%~22.33%)較高，而介於 3,000 元至 6,000 元的比例較均去年微幅下降 0.5%，而 6,000 元以上則較去年成長 1.19%，遊客對於旅遊消費的接受度高，建議可增加消費方式，以提升高金額的消費方式。
- (六) 103 年下半年整體多項指標的滿意度比例均達到九成一以上，是值得肯定各國家風景區的努力，除了停車位數量僅達八成三，相對其他服務項目低，且較去年下降，惟停車位數量的滿意度容易受旅遊淡旺季及平假日影響；因應目前新修正之發展觀光條例，已將環境乘載力入款，建議各風景區應評估最適遊客量，使觀光資源有效運用，以開發新景點、分流旅客、預約制度等觀光新政策，來解決停車位數量不足問題；在分流旅客的作法上，如果可以結合公共運輸的接駁公車，提升交通接駁的便利性，如臺灣好行的接駁的路線的增加，另一方面強化行銷，增加促銷臺灣好行旅遊套票，讓民眾多了解臺灣好行優惠旅遊方式，使民眾出遊更加便利，可逐漸紓緩因停車位數量致影響滿意度之現象。

二、各國家風景區分析與建議

針對各國家風景區 103 年下半年遊客問卷調查結果，與 102 年度調查結果比較，據以分析及評估 103 年下半年國家風景區各項政策及措施推動成效，做為未來政策推動及強化服務品質之參考。在東北角暨宜蘭海岸風景區、東部海岸風景區、馬祖風景區、花東縱谷風景區、阿里山風景區跟北海岸及觀音山風景區等管理處認為年度間無特別明顯差異之處，因此未給予論述，其他國家風景區相關調查結果比較分析及政策論述說明如下：

(一) 澎湖國家風景區

根據滿意度調查結果及優弱勢分析項目，針對服務滿意比例較 102 年度呈現下降之項目，澎湖國家風景區管理處擬定之改善方法如下：

1. 服務人員之服務態度

- (1) 加強並落實外包服務人員職前訓練，如有不適任人員應有退場機制。
- (2) 管理處相關負責人員應加強督導，並建立考核機制。

2. 提供之旅遊資訊服務

- (1) 建議除管理處經管之遊客中心外，應與其他單位如警察局、鐵馬驛站或民宿等合作，置放相關旅遊訊息或設置借問站，增加旅遊資訊取得管道。
- (2) 網站資料應隨時檢視更新，儘可能就遊客所需要的食、宿、行、景點及地圖統一整合，提供查詢等功能。尤其是行動版部分，如可在 GOOGLE 地圖上定位所在位置，並顯示周邊景點、住宿及美食等，方便遊客使用。
- (3) 辦理網路小活動，供由網友分享討論方式，即時提供遊客必吃、必玩等最夯推薦。

(二) 大鵬灣國家風景區

1. 停車位不足為風景區較普遍之現象，惟因國人旅遊型態，大部分集中於假日，平常日各風景區客量較少，因此於平常日停車位應該是足夠的，建議應將假日與平常日之調查意見分開進行分析。故假日可採遊客分流方式，避免同一時段集中某據點產生車位不足與旅遊品質降低之現象。
2. 建議智慧觀光服務及美食或者祭典活動等行銷方式各風景區目前均已在執行，可否針對執行行銷績效，遊客反應是否達到效益，作出較積極客觀的建議。

(三) 日月潭國家風景區

根據「103 年國家風景區遊客調查報告」滿意度調查結果，本處 103 年整體滿意度總平均分數為 84.27 分，較 102 年總平均分數 83.50 分，上升 0.77 分；針對各項服務項目滿意度，除「環境美化綠化」及「整體服務」項目外，相較 102 年均有所上升，顯著上升項目為「引導指標或動線安排」及「環境整潔」，其餘各項未達顯著差異。為持續提升旅遊服務品質，針對服務滿意比例較 102 年度呈現小幅下降之項目，研擬改善作法如下。

1. 環境美化綠化

- (1) 增植向山遊客中心暨行政中心周邊植栽，並積極擴展綠美化概念至經管景

點及業者場域。

(2) 持續定期維護向山遊客中心水池清潔並施以除藻劑。

(3) 協請委外廠商配合履約管理，並加強督導植栽綠美化。

2. 整體服務滿意度

(1) 持續提升服務品質並加強提供遊客有感服務。

(2) 加強遊憩景點設施維護，並持續開發轄內具觀光潛力之景點。

(3) 加強第 1 線服務人員(如:志工)教育訓練工作。

(四) 參山國家風景區

參山管理處 103 年下半年各項目滿意度比例與 102 年比較，並未達到統計上顯著差異，惟考量「引導指標或動線安排」與「停車位數量」等 2 項屬弱勢項目，擬請各管理站於全區改善工程時納入考量，並請各管理站窗口人員於訪視人員來訪時，妥為說明指示設施及停車場位置，提供訪員向遊客問項說明之輔助。

(五) 茂林國家風景區

「茂林國家風景區」針對各主要遊憩景點擬定之改善措施如下：

1. 茂林遊客中心：本中心之道路為進入茂林區之主要道路，可供車輛及車種停放有限，故本處於進入茂林之牌樓前規劃有大型車輛轉運站及停車位並設有廁所，經觀察其遊憩行為大部分搭乘遊覽車之團客均會在此休息讓遊客上廁所及與聘用之解說員會合續往下一個景點或行程遊玩；進入遊客中心之遊客大部分均為自行開車前往之遊客，未避免方向錯誤而進入詢問資訊者佔大多數。
2. 寶來遊客中心：本中心為本處最北且為進入寶來溫泉區之服務諮詢站的，由於寶來大街上大致為住宿旅館，但其他區域均以民宿為主，因所派駐調查之景點除寶來遊客中心其遊憩行為主要以詢問入住旅館方位為主要諮詢題項外，其餘均為旅遊諮詢服務為主要。
3. 工藝步道：位於台 24 線上，為進入三地門鄉之三地村、達來村、德文村、大社村及霧台鄉之主要幹道，由於限行乙種以下之車種上山，故大型遊覽車大部會選擇在三地村入口、三地門鄉公所或近入口之餐廳換乘中型巴士上山，於是進入蜻蜓雅築主要以自行前往或是旅遊目的地僅於三地村者，另自谷川大橋通車後吸引自行車、重機愛好者前往挑戰，其會聚集於三地村內之 7-11 補充飲品或會合，再續往下一個景點前進。

4. 茂林管理處所轄區域因受限交通道路通行之安全性考量，綜觀各景點所使用交通工具之客群不同，其欲停留之站點亦有所不同，建議訪查點是否依客群屬性之不同研議調整訪查方式或位置，以達準確度

(六) 雲嘉南濱海國家風景區

1. 整體服務滿意度評價方面，103 年下半年總平均分數為 80.22 分，相較 102 年總平均分數 82.90 分，顯著降低 2.68 分，管理處將參考各項服務之滿意比例及遊客建議，積極研擬改善方針。
2. 各項服務之滿意比例方面，103 年下半年於「服務人員之態度」相較 102 年上升 0.71 個百分點，顯示本處舉辦語言訓練課程、志工及電話禮貌教育等訓練有成，本處將賡續辦理相關政策。
3. 雲嘉南風景區於「景點內服務設施」、「景點空間設計」、「引導指標或動線安排」、「環境整潔」及「整體上」等項滿意比例則微幅下降，除了「引導指標或動線安排」其他仍達 90%以上水準，本處仍將積極改善。而「環境美化綠」、「停車位數量」、「廁所清潔程度」及「提供之旅遊資訊服務」等項滿意比例各顯著下降 7.13、14.46、4.33 及 2.20 個百分點，係管理處積極改善重點。

(七) 西拉雅國家風景區

1. 整體性改善策略：

- (1) 分析結果：整體服務滿意度評價方面，103 年總平均分數為 80.05 分，較 102 年總平均分數 80.59 分，下降 0.54 分，雖未達統計上顯著差異，顯示仍有改善空間；整體滿意比例由 102 年度 97.01%成長至 103 年度 99.51%，成長 2.5%，103 年與 102 年的滿意比例差異檢定結果為顯著差異，顯見 103 年引導動線安排、景點服務設施等項目改善措施有展成效，表示改善方向可行，將積極持續辦理。
- (2) 具體對策：已將遊客反應之具體意見透過直接溝通與書面交流，請各服務據點相關經營單位（包括：西拉雅管理處遊客中心、經濟部水利署、台糖公司、南元農場）進行設施及服務改善。

2. 個別性改善策略

針對各服務項目，西拉雅國家風景區管理處研擬具體強化服務滿意施如下：

- (1) 服務人員之服務態度：管理處將加強志工培訓與業者服務人員教育訓練之質量，將持續員工訓練並加強現場人員之溝通宣傳技巧及態度，遊客服務

需積極熱心；且將持續辦理舉辦「志工訓練課程以提升其觀光專業」、「電話禮貌抽測」、「電話禮貌教育訓練」等項目，以保持熱忱的心，提供誠懇高水準的服務為目標。

- (2) 景點內之服務設施及空間規劃：104 年度無障礙輔導訓練規劃與執行案已啟動，將以作為無障礙及貼心服務設施改善參考依據。
- (3) 引導指標或動線安排：管理處主動協調國工局、公路總局及縣市政府依據景點路線配合檢討改善；另配合國道三號柳營交流道開通，已於 104 年初全面改善指標設置的便利性及正確性。
- (4) 環境美化綠化：西拉雅管理處臨時辦公室、紅葉公園、嶺頂公園已全面配合季節性、環境教育及西拉雅元素，種植應景、蜜源植物，並積極擴展至經管據點、業者場域，目前關子嶺已有部粉業者配合廣植蜜源植物。
- (5) 停車場數量：有關調查據點中較有停車場數量問題為關子嶺地區，其中，夏季主要舉辦蝴蝶遊樂園，冬季主要有泡湯活動，管理處已於活動舉辦時間及春節連續假期導入接駁專車，以顯著活潑的車體設計及免費搭乘為號召，吸引旅客利用大眾交通工具；有關定期之公共運輸部分，關子嶺假日公車已於 103 年 7 月啟動營運至今，另台灣好行「烏山頭-關子嶺」將於 104 年 7 月底開通，實際減少小客車數量，解決停車場不足問題；另本處出租關子嶺暫無使用之土地，可提供 121 個小客車車位，解決停車場不足問題。
- (6) 廁所清潔程度：廁所髒濕問題主要出現於假日尖峰時間，管理處針對遊憩景點尖離峰時段，加強督導清潔人力調整清潔頻率，並加強地面乾爽與空氣流通等清潔巡查稽核；另涉及收費據點之廁所清潔，同步加強宣導協助改善。
- (7) 提供之旅遊資訊服務：103-104 年度西拉雅管理處第四類遊客服務遍地開花，以提高管理處之遊客中心、服務據點、輔導據點、在地店家旅遊資訊提供數位化及便利化，將旅遊手冊及摺頁以 QRCode 方式呈現，同步達到節能減碳效用；另管理處將持續積極經營 FB 粉絲團，已將活動及旅遊資訊透過圖文及影音，快速傳到遊客端。

附錄一 103 年下半年國家風景區樣本配置

國家 風景區	調查據點	樣本數					
		7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
東北角暨 宜蘭海岸	鼻頭角步道	6	14	8	11	6	6
	福隆遊客中心	22	39	22	17	16	16
	外澳海濱遊憩區	16	10	8	8	4	4
	南方澳遊客中心	9	7	7	11	8	8
東部海岸	花蓮遠雄海洋公園	4	40	10	13	10	7
	三仙臺	0	4	21	22	32	19
	小野柳	0	7	17	7	15	6
	綠島	0	6	8	7	31	2
澎湖	澎湖遊客中心	0	30	11	5	3	2
	馬公機場	0	51	20	6	5	5
大鵬灣	小琉球	0	31	9	10	8	3
	大鵬灣遊客中心、休閒特區	0	23	8	9	6	5
	青洲濱海遊憩區	0	31	5	5	5	4
花東縱谷	新光兆豐休閒農場	13	12	6	7	7	5
	鯉魚潭風景特定區	27	24	17	18	18	19
	初鹿牧場	0	13	15	0	16	7
	鹿野高台	0	21	14	0	27	5
馬祖	北竿機場	0	16	13	10	7	6
	南竿機場	3	16	16	13	9	7
	福澳碼頭	0	20	16	7	5	3
日月潭	日月潭環潭區(向山遊客中心)	41	46	34	35	38	38
	車埕	13	13	13	13	15	11
	九族文化村	9	9	6	9	9	9
	桃米紙教堂	9	11	7	8	8	9
參山	南庄遊客中心	35	34	32	32	26	27
	梨山遊客中心	0	14	5	8	16	8
	谷關遊客中心	0	19	17	20	11	12
	八卦山山脈生態遊客中心	12	28	33	24	29	26
阿里山	阿里山國家森林遊樂區	0	0	17	34	56	26
	觸口遊客中心	0	12	3	18	9	9
	奮起湖	0	8	0	25	35	15
	圓潭自然生態園區	0	6	12	16	11	9
茂林	瑪家遊客中心	11	3	9	10	8	9
	寶來遊客中心	2	8	4	7	16	14

國家風景區	調查據點	樣本數					
		7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
	茂林遊客中心	3	3	4	4	14	22
	工藝步道（蜻蜓雅築）	7	10	6	9	10	11
北海岸及觀音山	三芝遊客中心	0	16	8	12	9	5
	白沙灣遊客中心	0	26	13	5	4	3
	野柳地質公園	8	33	49	31	36	34
	觀音山遊客中心	12	11	15	9	12	6
雲嘉南濱海	台灣鹽博物館	13	14	7	9	6	7
	布袋遊客中心	9	9	9	10	7	6
	北門遊客中心	20	19	19	26	27	34
西拉雅	關子嶺風景區	0	4	5	13	18	10
	尖山埤江南渡假村	0	9	6	12	12	11
	南元花園休閒農場	0	15	5	10	12	10
	曾文水庫風景區	0	13	7	10	10	11

註：1. 本計畫因於 103 年 7 月 19 日正式開始執行，因此 7 份各調查據點無法執行完成之樣本數，陸續於 8-11 月間補足。

2. 灰色網底表示為各國家風景區管理處指定之旺季月份。

附錄二 調查問卷

103 年國家風景區遊客調查問卷

核定機關：行政院主計總處 核定文號：主普管字第 1010401079 號 調查對象：到訪國家風景區轄內遊憩據點 旅遊之年滿 12 歲以上遊客 有效期間：103 年下半年 7 月 1 日至 103 年下半年 12 月 31 日	樣 本 編 號									訪 問 日 期				
	月份代號 (英文字母)	調查據點 (參照景點代號)				流水號 (0001、0002...， 每月重新編碼)				日	星期	訪問結束時間 (24 小時制) 每次上下午輪調		
												時	分	時段
														☐ 上午

親愛的遊客您好！

我是蓋洛普徵信股份有限公司的訪問員，我們接受交通部觀光局委託，進行國家風景區遊客意見調查。

交通部觀光局為改進國家風景區的觀光設施及了解旅客旅遊需求、消費情形及觀感，以期在未來提供到訪遊客更好的服務品質，敬請接受我們的訪問。謝謝您的協助！

交通部觀光局 敬啟

S1. 請問，您是來這個景點遊玩的嗎？

☐ (1) 是 → 請繼續訪問 ☐ (2) 不是 → 訪員請致謝後結束訪問

A. 旅遊決策

a1. 請問您這次旅遊的方式是

- ☐ (1) 參加旅行社套裝旅遊 ☐ (2) 參加學校、班級舉辦的旅遊 ☐ (3) 參加機關、公司舉辦的旅遊
☐ (4) 參加宗教團體舉辦的旅遊 ☐ (5) 參加其他團體舉辦的旅遊 ☐ (6) 自行規劃行程旅遊
☐ (7) 其他 _____ (請說明)

a2. 請問您這次選擇到 ○○○ 國家風景區或目前所在這個景點旅遊的相關資訊主要從哪裡獲得？(可複選)

- ☐ (1) 未曾索取 ☐ (2) 平面媒體(如旅遊叢書、報章、雜誌等) ☐ (3) 電子媒體(如電視、廣播、戶外活動看板等)
☐ (4) 旅遊服務中心 ☐ (5) 電腦網路 → 續問 a2.1 ☐ (6) 手機上網
☐ (7) 旅行社 ☐ (8) 旅遊展覽 ☐ (9) 親友、同事、同學
☐ (10) 其他 _____ (請說明)

a2.1. 請問您是使用哪些工具上網查詢這次旅遊的相關資訊？(可複選)

- ☐ (1) 電腦(桌上型、筆記型電腦) ☐ (2) 平板電腦(iPad...等) ☐ (3) 智慧型手機(iPhone...等)
☐ (4) GPS(衛星導航/定位系統、全球定位系統) ☐ (5) 個人數位助理(PDA) ☐ (6) 其他 _____ (請說明)

a3. 請問您這次從出發地到 ○○○ 國家風景區或目前所在這個景點旅遊主要利用的交通工具是：(最多可選 3 項，並請排序)

- (1) 自小客車 (2) 大型遊覽車 (3) 公、民營客運
 (4) 機車 (5) 臺鐵(火車) (6) 高鐵
 (7) 小型巴士 (8) 飛機 (9) 船舶
 (10) 出租汽車 (11) 計程車 (12) 自行車、協力車
 (13) 旅遊專車(含觀光巴士、觀光列車) (14) 觀光局臺灣好行接駁 (15) 徒步
 (16) 捷運 (17) 纜車 (18) 其他 _____ (請說明)
 (19) 沒有其他交通工具

從出發地到風景區主要交通工具：_____；次要：_____；再次要：_____

a3.1. 風景區內景點旅遊主要交通工具：_____

(填寫代碼，如果沒有到此風景區其他景點，請填寫(20)：沒有到此風景區其他景點)

a4. 請問您選擇到 ○○○ 國家風景區或目前所在這個景點旅遊的原因？(最多可選 3 項，並請排序)

- (1) 景觀優美 (2) 行銷推廣活動或節慶表演節目 (3) 距離遠近、假期長短
 (4) 親朋好友推薦 (5) 交通便利 (6) 運動健身
 (7) 文化巡禮 (8) 宗教活動 (9) 學校、公司或參加的團體安排
 (10) 配合國民旅遊卡措施 (11) 品嚐當地美食 (12) 遊憩設施
 (13) 順道而來 (14) 其他 _____ (請說明) (15) 沒有其他原因

主要：_____；次要：_____；再次要：_____；

a5. 請問您這次旅遊的同伴人數約 _____ 人(不含自己，同伴指認識並相約同行的人；如果沒有同伴，訪員紀錄【00】)

旅遊同伴為：(可複選)

- ☐ (1) 沒有同伴 ☐ (2) 家人 ☐ (3) 朋友、同事
☐ (4) 同學 ☐ (5) 其他 _____ (請說明)

B. 遊憩行為

b1. 本題由訪員提供這個景點所屬國家風景區範圍及景點圖示，供遊客參考回答。

b1.1. 請問您到○○○國家風景區第 1 個遊覽的景點是 _____ (填寫景點代號，其他請說明)

b1.2. 請問您這次在○○○國家風景區範圍內已經遊覽過哪些景點？(填寫景點代號，其他請說明)

1: _____; 2: _____; 3: _____; 4: _____; 5: _____; 6: _____

b1.3. 請問您這次在○○○國家風景區範圍內預計還會再遊覽哪些景點？(填寫景點代號，其他請說明)

1: _____; 2: _____; 3: _____; 4: _____; 5: _____; 6: _____

b2. 請問您這次旅遊，會不會(有沒有)到○○○國家風景區以外的景點遊玩？(指景點圖示範圍外的景點)

☐ (1) 會 (有) ☐ (2) 不會 (沒有)

b3. 請問您這次旅遊，在○○○國家風景區內預計停留多久時間？

☐ (1) 半天(少於 4 小時)⇒跳答 b4 題 ☐ (2) 1 天(4 小時及以上)不過夜⇒跳答 b4 題 ☐ (3) 2 天 1 夜⇒續答 b3.1 題
☐ (4) 3 天 2 夜⇒續答 b3.1 題 ☐ (5) 4 天 3 夜⇒續答 b3.1 題 ☐ (6) 5 天及以上⇒續答 b3.1 題

b3.1. 請問您這次在○○○國家風景區內旅遊的住宿方式是？(可複選)

☐ (1) 旅館 ☐ (2) 招待所或活動中心 ☐ (3) 民宿
☐ (4) 露營 ☐ (5) 親友家(含自家) ☐ (6) 其他 _____ (請說明)

b4. 請問您願不願意再重遊○○○國家風景區或目前所在這個景點？

☐ (1) 願意⇒跳答 c1 題 ☐ (2) 不願意⇒續答 b4.1 題

b4.1. 請問您不願意再重遊○○○國家風景區或目前所在這個景點的原因？(可複選)

☐ (1) 缺乏特色 ☐ (2) 環境髒亂 ☐ (3) 交通不便
☐ (4) 遊憩設施差 ☐ (5) 花費太高 ☐ (6) 交通壅塞
☐ (7) 其他 _____ (請說明)

C. 旅遊活動偏好與滿意度

c1. 請問這次在○○○國家風景區或目前所在這個景點旅遊中，您比較喜歡哪些活動項目？(可複選)(本題可依各國家風景區活動特色提示問項)

☐ (1) 自然賞景活動 ☐ (101) 觀賞海岸地質景觀、溼地生態、田園風光、溪流瀑布等 ☐ (102) 森林步道健行、露營、登山、溯溪 ☐ (103) 觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、賞蝶、貓熊等) ☐ (104) 觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木、紅樹林等) ☐ (105) 觀賞日出、雪景、星象等自然景觀 ☐ (106) 其他 _____	☐ (3) 運動型活動 ☐ (301) 游泳、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車 ☐ (302) 泛舟、划船 ☐ (303) 觀賞球賽(如棒球、籃球、網球等) ☐ (304) 騎協力車、單車 ☐ (305) 釣魚 ☐ (306) 飛行傘 ☐ (307) 球類運動(如高爾夫、網球、籃球、羽球等) ☐ (308) 攀岩 ☐ (309) 滑草 ☐ (310) 慢跑、馬拉松 ☐ (311) 其他(如大鵬灣區內賽車場觀賞賽車) _____
☐ (2) 文化體驗活動 ☐ (201) 觀賞文化古蹟 ☐ (202) 節慶活動 ☐ (203) 表演節目欣賞 ☐ (204) 參觀展覽(如博覽會、美食展、旅展等) ☐ (205) 傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、手工染布、編織等) ☐ (206) 農場農村旅遊體驗 (如採摘蔬果、柿餅製作、擂茶等) ☐ (207) 原住民文化體驗 ☐ (208) 宗教活動 ☐ (209) 懷舊體驗(如鐵道懷舊) ☐ (210) 參觀戲劇節目熱門景點 (電影、偶像劇拍攝場景等) ☐ (211) 戰地文化體驗(如：馬祖國家風景區) ☐ (212) 其他 _____	☐ (4) 遊樂園活動 ☐ (401) 機械遊樂活動(如碰碰車、雲霄飛車等) ☐ (402) 水上遊樂活動 ☐ (403) 觀賞園區表演節目 ☐ (404) 遊覽園區特殊主題 ☐ (405) 其他 _____ ☐ (5) 美食活動 ☐ (501) 品嚐當地特產、特色美食 ☐ (502) 茗茶、喝咖啡、下午茶 ☐ (503) 健康養生料理體驗 ☐ (504) 其他 _____ ☐ (6) 其他休閒活動 ☐ (601) 駕車(汽機車)兜風 ☐ (602) 泡溫泉、做 SPA ☐ (603) 纜車賞景 ☐ (604) 乘坐遊艇、渡輪、搭船遊湖 ☐ (605) 乘坐熱汽球 ☐ (606) 商圈徒步購物 ☐ (607) 其他 _____ ☐ (7) 都不喜歡、沒有特別的感覺

c2. 請問您對○○○國家風景區或目前所在這個景點在下列項目上的滿意度是：

項 目	(1) 非常 滿意	(2) 還 算 滿 意	(3) 不 太 滿 意	(4) 非 常 不 滿 意	(5) 無 此 項 經 驗 或
1. 服務人員之服務態度	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
2. 景點內服務設施	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
3. 景點內空間設計	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
4. 引導指標或動線安排	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
5. 環境美化綠化	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
6. 環境整潔	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
7. 停車位數量	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
8. 廁所清潔程度	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
9. 提供之旅遊資訊服務	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
10. 景點內辦理的活動(如_____活動) (由訪員填入調查訪問當日活動名稱)	☐	☐	☐ _____	☐ _____	☐
11. 整體上	☐	☐	☐ _____	☐ _____	

c2.12. 建議應改善之軟硬體設施項目(並請具體說明可如何改善)：

c3. 請問○○○國家風景區或目前所在這個景點是您第幾次到訪？

- ☐ (1) 第 1 次⇒跳答 c4 題 ☐ (2) 第 2 次⇒續答 c3.1、c3.2 題 ☐ (3) 第 3 次⇒續答 c3.1、c3.2 題
☐ (4) 第 4 次⇒續答 c3.1、c3.2 題 ☐ (5) 第 5 次以上⇒續答 c3.1、c3.2 題

c3.1. 請問距離上次到訪時間是：

- ☐ (1) 半年以內 ☐ (2) 半年~1 年以內 ☐ (3) 1~2 年以內
☐ (4) 2~3 年以內 ☐ (5) 3 年以上

c3.2. 請問您認為○○○國家風景區或目前所在這個景點整體服務品質與您上次到訪比較是：

- ☐ (1) 改善很多 ☐ (2) 稍有改善 ☐ (3) 差不多
☐ (4) 較差 ☐ (5) 不知道／無意見

c4. 請您在 0~100 分之內對○○○國家風景區或目前所在這個景點整體服務做個滿意度評價
_____分

D. 消費行為

d1. 請問您這次到○○○國家風景區前，有沒有透過網站訂購相關旅遊產品？

- ☐ (1) 有⇒續答 d1.1 題 ☐ (2) 沒有⇒跳答 d2 題

d1.1. 請問您在網站上訂購哪些產品(可複選)？

- ☐ (1) 套裝行程 ☐ (2) 旅館(含民宿) ☐ (3) 機票
☐ (4) 火車票/高鐵票/客運車票 ☐ (5) 船票 ☐ (6) 門票
☐ (7) 其他_____ (請說明)

d2. 請問您這次到○○○國家風景區預計總共花費多少？(請以平均一個人花費估計，含自出發地來回的交通費)
_____元

d3. 請問到目前為止您覺得在○○○國家風景區各項花費是否合理？(指在風景區內的花費，不含自出發地來回的
交通費)

- ☐ (1) 很貴 ☐ (2) 貴 ☐ (3) 合理(還好，可以接受)
☐ (4) 便宜 ☐ (5) 很便宜 ☐ (6) 無花費

E. 個人基本資料

e1. 年齡

☐ (1) 12~14 歲	☐ (2) 15~19 歲	☐ (3) 20~24 歲
☐ (4) 25~29 歲	☐ (5) 30~39 歲	☐ (6) 40~49 歲
☐ (7) 50~59 歲	☐ (8) 60~69 歲	☐ (9) 70 歲及以上

e2. 教育程度

☐ (1) 國小及以下	☐ (2) 國(初)中	☐ (3) 高中、職
☐ (4) 專科	☐ (5) 大學	☐ (6) 研究所及以上

e3. 工作別

☐ (1) 軍公教人員(公立學校教師)	☐ (2) 民意代表、主管及經理人員
☐ (3) 專業人員(醫師、律師、建築師、會計師、私立學校教師...)	☐ (4) 技術員及助理專業人員
☐ (5) 事務支援人員	☐ (6) 服務及銷售工作人員
☐ (7) 農林漁牧業生產人員	☐ (8) 技藝有關工作人員
☐ (9) 機械設備操作及組裝人員	☐ (10) 基層技術工及勞力工
☐ (11) 家庭管理	☐ (12) 未就業、待業中
☐ (13) 退休人員	☐ (14) 學生

e4. 婚姻狀況

☐ (1) 未婚	☐ (2) 已婚	☐ (3) 離婚／喪偶
☐ (4) 其他_____ (請說明)		

e5. 個人每月平均所得

☐ (1) 無經常性收入或沒有收入	☐ (2) 未滿 2 萬元	☐ (3) 2 萬元～未滿 3 萬元
☐ (4) 3 萬元～未滿 4 萬元	☐ (5) 4 萬元～未滿 5 萬元	☐ (6) 5 萬元～未滿 7 萬元
☐ (7) 7 萬元～未滿 10 萬元	☐ (8) 10 萬元以上	

e6. 請問您的居住縣市

☐ (1) 新北市	☐ (2) 臺北市	☐ (3) 臺中市
☐ (4) 臺南市	☐ (5) 高雄市	☐ (6) 宜蘭縣
☐ (7) 桃園縣	☐ (8) 新竹縣	☐ (9) 苗栗縣
☐ (10) 彰化縣	☐ (11) 南投縣	☐ (12) 雲林縣
☐ (13) 嘉義縣	☐ (14) 屏東縣	☐ (15) 臺東縣
☐ (16) 花蓮縣	☐ (17) 澎湖縣	☐ (18) 基隆市
☐ (19) 新竹市	☐ (20) 嘉義市	☐ (21) 金門縣
☐ (22) 連江縣	☐ (23) 國外地區	

e6.1. 請問您是國人，還是來自其他國家或地區遊客？

☐ (1) 國人	☐ (2) 中國大陸	☐ (3) 香港
☐ (4) 澳門	☐ (5) 馬來西亞	☐ (6) 新加坡
☐ (7) 日本	☐ (8) 韓國	☐ (9) 越南
☐ (10) 印尼	☐ (11) 泰國	☐ (12) 印度
☐ (13) 菲律賓	☐ (14) 美國	☐ (15) 加拿大
☐ (16) 德國	☐ (17) 法國	☐ (18) 瑞士
☐ (19) 英國	☐ (20) 奧地利	☐ (21) 瑞典
☐ (22) 義大利	☐ (23) 澳洲	☐ (24) 紐西蘭
☐ (25) 其他國家(地區)_____ (請說明)		

e7. 性別

☐ (1) 男	☐ (2) 女

F. 其他意見 (請訪員記錄旅客對○○○國家風景區最滿意和最不滿意的感受及其他意見)

f1. 其他滿意的地方：_____

f2. 其他不滿意的地方：_____

※我們公司可能會聯絡您確認我是否真正訪問過您，您所提供的問卷資料僅供觀光局統計分析之用，個人資料絕

對予以保密。請問您的聯絡電話是 _____ 您的大名是 _____

訪問到此結束，感謝您的合作！敬祝您旅途愉快！！

訪員簽名：_____ 審查員：_____

附錄三 受訪遊客建議之意見或不滿意原因

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
東北角暨宜蘭海岸	外澳海濱遊憩區	2.景點內服務設施	外澳海濱休憩區的遮陽設施少	3
			外澳海濱休憩區內休憩桌椅不足	1
			外澳海濱休憩區的餐飲選擇性少	1
			外澳海濱休憩區淋浴的設備無開放	1
			外澳海灘周圍的垃圾桶少	1
			外澳遊憩區有許多施工處	1
		3.景點內空間設計	外澳海灘上有旗幟亂插破壞景觀	1
		4.引導指標或動線安排	礁溪往外澳的指標較不清楚	1
			石碇交流道要往宜蘭的路標不明顯	1
			外澳海濱遊憩區周圍的停車場標誌不明顯	1
			台北往外澳的方向指標應再多些	1
		5.環境美化綠化	外澳海濱休憩區伯朗咖啡館旁的停車場，車輛常排到大馬路上，大馬路上大卡車來往很危險，建議欲往停車場前的動線往內移些與大馬路隔開一點	1
			外澳海灘周圍的綠化美化少	2
		6.環境整潔	外澳海灘上有垃圾	2
		7.停車位數量	外澳海濱休憩區的汽車停車位不足	5
			外澳海濱休憩區伯朗咖啡館旁的汽車停車位不足	3
			宜蘭烏石港周圍的汽車停車位不足	1
		8.廁所清潔程度	外澳伯朗咖啡館內的女廁髒	5
			外澳海濱休憩區的女廁所髒	1
		11.整體上	希望東北角宜蘭外澳周邊的地區，不要過度開發，破壞整體生態	1
	福隆遊客中心	1.服務人員之服務態度	福隆遊客中心內服務人員不夠熱情	1
		2.景點內服務設施	福隆遊客中心周圍有遮陽的設施不足	4
			福隆遊客中心前的停車場，因有福容飯店施工廁所簡陋	3
			福隆遊客中心周圍的休憩椅子少	2
			福隆遊客中心 2F 的內容，可以增加一些親子互動的遊戲	1
			福隆遊客中心空間大，可以出租給民間，善加利用空間	1
			福隆遊客中心外禮品店旁的女廁，夜間開燈感應時間 3 分鐘，太短不夠使用，應提高至 10 分鐘，並應該公告感應時間避免上廁不知何時沒電，監視器具不應故障或是裝飾品，要有應有的功用	1
			福隆遊客中心 2F 的內容較少	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			福隆遊客中心或福隆火車站沒有置物櫃	1
			福隆海水浴場因颱風才過後的關係無法下海玩水	1
			福隆景點吃的選擇性少	1
			福隆遊客中心可提供免費自行車	1
			福隆海水浴場要收費門票	1
			福隆遊客中心周圍 WIFI 的收訊不良	1
			福隆海水浴場晚上開放時間應長	1
		3.景點內空間設計	福隆遊客中心空間大，空調不足	2
			福隆遊客中心 2F 空間設計空洞	1
		4.引導指標或動線安排	新北市雙溪往福隆的指標不清楚	1
			福隆火車站到福隆遊客中心的指標不足	1
			台北往福隆風景區的指標不足	1
			福隆海水浴場河堤邊往龍門吊橋指標不清楚	1
		5.環境美化綠化	福隆遊客中心周圍的環境美化少	2
			福隆遊客中心周圍的樹木種植太少	1
			福隆遊客中心前停車場因有福容飯店施工，環境美化綠化有點被破壞	1
		6.環境整潔	福隆遊客中心周圍環境有垃圾	3
			福隆遊客中心前停車場因有福容飯店施工，環境有塵沙	2
			福隆海水浴場周圍環境有垃圾	2
		7.停車位數量	福隆遊客中心前的汽車停車位不足	8
			整體福隆景區的汽車停車位不足	3
			福隆景區可建立體停車場，增加汽車停車位	1
		8.廁所清潔程度	福隆遊客中心外面禮品店旁的女廁無衛生紙，環境髒	2
			福隆遊客中心禮品店旁的男廁環境不乾淨	1
			福隆遊客中心內 1F 的女廁髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	福隆景區有些地區在施工中，官網應該要公告	1
			可利用 DM 一些管道提供福隆的歷史文化來源介紹給遊客知道	1
		10.景點內辦理的活動	福隆遊客中心可以多辦主題活動，如親子互動	2
			福隆風景區如何吸引更多遊客來，可以從福隆到宜蘭頭城連成一線，規劃許多活動	1
		11.整體上	福隆遊客中心內的展覽一層不變，應要適時變化	3

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			展些人文歷史有特色的東西	
			福隆海水浴場應該假日的開放時間在早上 8 點	1
			到福隆景點的公車班次少，假日可增開班次	1
			從中壢往福隆的火車班次太少	1
	鼻頭角步道	2.景點內服務設施	鼻頭風景區無親子洗手台	1
			鼻頭風景區的垃圾桶少	2
			鼻頭風景區步道中的廁所燈光昏暗	1
			增加鼻頭角步道風景區的休憩椅子	1
			鼻頭角步道因下雨有點滑危險，應加防滑的東西在路面	1
			鼻頭風景區有鼻頭國小平日未對外開放，但小孩要上廁所，只有鼻頭國小較近較不方便，無法使用，應該要彈性開放給遊客使用	1
		4.引導指標或動線安排	要往鼻頭角步道前應立一個明顯的告示牌，告知遊客鼻頭國小周邊沒有停車位	3
			從基隆到宜蘭之間的指標不多	1
		6.環境整潔	鼻頭角步道沿途有垃圾	2
		7.停車位數量	往鼻頭角步道前的陸橋汽車停車位不足	6
			整體鼻頭角景區的汽車停車位不足	6
		8.廁所清潔程度	鼻頭角步道內男廁髒臭	2
			鼻頭角步道內女廁臭	2
			鼻頭角步道的鼻頭國小的廁所臭	2
			鼻頭漁港內廁所臭髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	整個鼻頭角周圍的景點資訊少	1
		11.整體上	鼻頭風景區步道的鼻頭燈塔封閉	2
	南方澳遊客中心	3.景點內空間設計	南方澳遊客中心空間應善加利用，可以外包開設咖啡館	1
			往南方澳內埤海灘的路面不平	1
		4.引導指標或動線安排	南方澳景區要往豆腐舂的指標不明顯	2
			南方澳金馬祖廟到南方澳遊客中心沒有指標	1
			蘇澳火車站到南方澳間距應設標誌距離多少公里，往那個方向	1
			南方澳景區要往豆腐舂的指標不明顯	2
		5.環境美化綠化	南方澳遊客中心周圍的綠化少	2
			整體南方澳漁港沒有綠化	1
		6.環境整潔	南方澳景區內有垃圾	1
			南方澳漁港周圍地上有垃圾	1
		7.停車位數量	整體南方澳汽車停車位不足	5
			南方澳遊客中心周圍的汽車停車位不足	4

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			南方澳遊客中心沒有機車停車位	1
			南方澳汽車停車位可建地下停車場	1
		11. 整體上	前往南方澳的大眾運輸工具少	3
			環境的整潔最重要	1
			南方澳遊客中心到南天宮之間地上有新鋪路面，供行人專用，但常被商家佔用，或有人停車，影響行人走動，行人要走馬路與車爭道	1
	其他景點		因氣候關係鼻頭風景區有些地區封閉龍洞灣	1
			宜蘭大溪漁港旁廁所臭	1
			福隆火車站的男廁髒	1
			福隆鐵路舊隧道自行車道應該要人車分流	1
			舊隧道騎自行車開放時間可延長	1
			向公車司機問路，服務的口氣不好	1
			東北角龍洞周圍的男廁所臭	1
			台灣好行接駁車平日發車時間 9 點，希望能提前 1 小時	1
			宜蘭地區有些景區的交通標示不明顯，如宜蘭市到各景點	1
			宜蘭地區五結鄉周圍風景區的汽車停車位少	1
			可以開放宜蘭蘇澳港停車	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
東部海岸	遠雄海洋公園	2.景點內服務設施	海洋公園推娃娃車不方便，能否提供快速、便捷的方式	3
			海洋公園遊樂設施稍微少一些，希望增加	2
			希望海洋公園多設飲水機	2
			海洋公園餐點太貴	2
			海洋公園的票太貴	2
			海洋公園等待餐點時間太久，希望改善	1
			海洋公園的飲品選擇性少	1
			希望海洋公園的設施更新，目前的外觀老舊	1
			海洋公園的海洋生物能多樣化。儘量避免遊客曬太陽	1
			海洋公園內的餐點多元一些	1
			海洋公園能增加電扶梯	1
		3.景點內空間設計	海洋公園室內冷氣不強	1
		4.引導指標或動線安排	希望海洋公園的指標能夠清楚、密集	2
			海洋公園內推娃娃車不方便，要繞遠路	1
			海洋公園無障礙動線不清楚	1
		5.環境美化綠化	海洋公園商店街往水晶劇場沒手扶梯或電梯	1
			海洋公園設施油漆剝落	1
			海洋公園沒特色	1
		7.停車位數量	遠雄海洋公園汽車停車位不夠	2
			海洋公園室內汽車停車位不夠	1
		8.廁所清潔程度	海洋公園廁所髒	2
			海洋公園商店街旁廁所髒	1
			海洋公園海盜船旁男廁無法沖水，有點臭	1
		9.提供旅遊資訊服務	遠雄海洋公園資訊不清楚	3
			海洋公園能增加導覽圖	1
		10.景點內辦理的活動	護士節的優惠活動有爭議，一定要有另一人買票，護士本身才享有免費入場	1
	三仙台	2.景點內服務設施	部分太舊，廁所太少	2
			三仙台無障礙設施太少	1
			步道有釘子突出	1
			沒有垃圾桶	1
			電風扇太少	1
			再多販賣食品	1
		3.景點內空間設計	要多加強	1
		4.引導指標或動線安排	往停車場不清楚	1
		5.環境美化綠化	多種樹	1
			從三仙台到水往上流路段樹木太少	1
		6.環境整潔	涼亭內垃圾桶的垃圾滿了沒清	3
			休息區桌子髒	1
			一成不變且環境不整潔	1
		7.停車位數量	三仙台汽車停車位不足	4
		8.廁所清潔程度	三仙台廁所不乾淨	5

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			廁所地板可在乾淨一點	2
			女廁的門鎖壞	1
			遊客中心旁臭，地板濕	1
		9.提供旅遊資訊服務	服務中心提供資訊不足	2
			加強大眾媒體宣導	1
			找不到導覽手冊	1
			提供資訊的地點不足	1
		11.整體上	希望公車班次多一點	2
	小野柳	2.景點內服務設施	前往海岸路線上無障礙設施可再多些	1
			住的太貴	1
		3.景點內空間設計	空間太小	1
		4.引導指標或動線安排	小野柳指標不明顯，沒有指示	1
			要下去小野柳的地方動線不清楚	1
			交通指示不清楚、不夠	1
			希望到小野柳路線引導做清楚	1
		5.環境美化綠化	綠化程度要加強	1
		6.環境整潔	蚊蟲太多	1
			小野柳風景區，有廢棄的雨傘	1
		7.停車位數量	小野柳汽車車位不太足夠	2
			應取消停車費	1
		8.廁所清潔程度	廁所加強清潔	2
			女廁應放衛生紙	1
			遊客服務中心旁的女廁太髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	小野柳提供的資訊不足夠，也不知道去哪邊拿取	1
			更多元資訊	1
			可增加景點 APP	1
		11.整體上	叫車價格透明些	1
			小野柳風景區北方有墓園為鄰，影響觀瞻	1
	綠島	1.服務人員之服務態度	朝日溫泉人員態度不好	2
			沒介紹	1
		2.景點內服務設施	綠島幾乎沒有服務設施	2
			綠島餐廳太少	2
			沒有人行道	1
			公共設施可多些	1
			民宿些許簡陋	1
			戶外設施要保養	1
			船舶太差，船票太貴	1
			停車位管理周邊設備不足	1
			東西貴	1
		3.景點內空間設計	空間設計順暢度不好	1
		4.引導指標或動線安排	綠島指標不清楚	2
			台東乘船處無規劃	1
			綠島人權公園附近的指標不清楚	1
		5.環境美化綠化	綠島綠化太少	2
			綠島一直在修道路	1
		6.環境整潔	綠島太髒亂	3

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			綠島的垃圾太多	1
			市容不夠整齊	1
			角落有蛀蟲	1
		7.停車位數量	綠島汽車停車位太少	2
			綠島有格子的地方太少	1
		8.廁所清潔程度	綠島某些廁所髒亂	2
			綠島風景區男女廁所小號的地方不乾淨，水流很小	1
			綠島廁所地板濕	1
			綠島朝日溫泉廁所不好	1
		9.提供旅遊資訊服務	沒有美食導覽	1
		11.整體上	朝日溫泉整體感覺差	1
			民宿建築物外觀要整潔	1
			交通不便	1
			綠島網站資訊再詳細一點	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
澎湖	澎湖遊客中心	1.服務人員之服務態度	吉貝搭船服務中心服務人員很忙	1
			整體不太熱心，太商業化	1
		2.景點內服務設施	各遊客中心的展覽方式大同小異	1
			東衛石雕景點很單調，沒特色	1
			澎湖遊客中心蓋紀念章但沒紙，很早到但現場電影很晚才播	1
			澎湖遊客中心冷氣不夠冷	1
			淡季馬公市有許多商店都沒開	1
		4.引導指標或動線安排	整體引導標示不清	1
			菓葉觀日樓指標不多，在叉路處沒有指標	1
			離開馬公市區，過馬公國中後，道路指標不清楚	1
		5.環境美化綠化	許多地方雜草叢生	1
			澎湖沒有看到美化綠化	1
			都很普通，沒有特點	1
		6.環境整潔	山水沙灘與奎壁山垃圾多	1
			許多地方雜草叢生	1
		7.停車位數量	澎湖整體汽車停車位不足	1
	馬公機場	1.服務人員之服務態度	本島有關吃的資訊不清楚	1
			網上馬公市區的旅遊資訊	1
		9.提供旅遊資訊服務	管道不明確，不知道資訊去哪找	1
			紅綠燈未管制閃黃燈	1
		1.服務人員之服務態度	都沒有服務人員主動理睬	1
			整體感覺冷漠	1
		2.景點內服務設施	景點太熱，遮陽地方太少	2
			整體馬路不夠平坦	1
			機場空調不夠冷	1
			吃的方面選擇不夠多，市區海產店的中餐不多	1
		4.引導指標或動線安排	叉路的指標要早一點出現，整體都是	1
			整體指標都不清楚	1
			往西台古堡方向，無明確指示告知	1
		5.環境美化綠化	沒有美化綠化的感覺	1
			景點遮陽大樹不多	1
		6.環境整潔	道路旁有廢棄物	1
		7.停車位數量	所有景點位置不好停車	1
		9.提供旅遊資訊服務	景點地區旅遊資訊提供不充分	2
			七美、本島旅遊資訊太雜，沒有重點必玩的推薦	1
			美食方面的資訊介紹少	1
			路旁的旅遊資訊地圖不夠多	1
		11.整體上	假日往返航班太少	1
			整體停車處的樹蔭不夠多，太熱	1
			電話較計程車的服務人員很不客氣	1
			池西學仔尾垃圾有點多，各地區垃圾桶不足	1
			馬公市區小客車停車位少	1
			淡季馬公市很多商店沒有開	2

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			整體旅遊資訊不構系統化、主題性	1
			整體澎湖的公車班次少、路線不完整	1
			應讓民宿多增加提供些活動的資訊	1
			多做宣傳	1
			整體很熱	1
			沒有船到吉貝	1
			希望來澎湖飛機能派 A321、A320 等大飛機	1
	其他景點		七美廁所沒水	3
			有些景點，像是古厝應該要整修，燈光也可亮一點，這樣可成為新景點	1
			途中及各景點普遍缺少科遮陽的休息地方	1
			北海遊客中心飲水設備不足	1
			吉貝的戀戀海豚灣冰店服務態度不佳	1
			吉貝地區人員不太熱情，令人不舒服	1
			海生館未到閉館時間，就在擦地板，感覺像在被趕，令人感到不舒服	1
			望安景點設施老舊，道路破損	1
			望安很多景點沒什麼空間設計	1
			小門鯨魚洞的指示牌文字脫落	1
			望安沒看到什麼引導指標	1
			往風櫃方向，203 縣道，岔路標示不明確	1
			吉貝廁所不好找	1
			海岸線附近的指標都很像，指標小了點，不容易看到	1
			望安雜草多	1
			山水沙灘與奎壁山垃圾多	1
			沙灘垃圾有點多	1
			小門鯨魚洞地區下水道有臭味	1
			望安及澎湖搭船碼頭有垃圾，不乾淨	1
			很多地方廁所不乾淨	1
			馬公城隍廟公廁不乾淨	1
			烏嶼廁所不乾淨	1
			飯店提共景點地圖有些不太清楚	1
			東海碼頭廁所髒	1
			二崁聚落公廁不乾淨	1
			GPS 不準，與實際路況不符	1
			菊島之星規劃不足，內部商品無特色	1
			東衛吃東西不方便	1
			七美碼頭蒼蠅多	1
			當地居民很兇，騎車會罵人	1
			吉貝的遊客中心廁所不乾淨	1
			望安廁所異味	1
			山水沙灘公廁不乾淨有味道	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
大鵬灣	小琉球	1.服務人員之服務態度	海豚民宿服務待加強，不要都沒人留在此；商店街賣吃的人員態度不佳	1
		2.景點內服務設施	小琉球公用垃圾桶再多設一點	3
			吃的方面選項不多	2
			廁所少了點	1
			小琉球有遮陰休閒區規劃太少	1
			小琉球商店街應規劃有某些時段汽車不能通行	1
		3.景點內空間設計	小琉球商店街太狹窄	1
			小琉球碼頭到花瓶岩道路太狹窄	1
		4.引導指標或動線安排	小琉球指標不夠清楚	7
			小琉球指標太小	1
			路名標示不夠	1
		6.環境整潔	小琉球沿岸邊垃圾太多	2
			小琉球蛤板灣沙灘有垃圾	1
			望日亭垃圾很多	1
			美人洞海邊髒	1
			花瓶岩沙灘有垃圾	1
		7.停車位數量	小琉球機車停車位太少	6
			小琉球停車位不足	3
			東港碼頭沒有路口汽車停車位	1
			小琉球商店街機車停車位不足	1
		8.廁所清潔程度	小琉球區景點公廁清潔度差	3
			公廁水龍頭壞了沒水	1
			美人洞男廁有異味	1
			白沙港碼頭男廁有異味	1
		9.提供旅遊資訊服務	缺細部景點地圖	1
			較無資料可拿	1
		11.整體上	船班加班開再多些	2
			提供電動機車	1
			小琉球所有景點門票收費太貴	1
	大鵬灣遊客中心、休閒特區	2.景點內服務設施	遊客中心樓上整建中，可再加快時間	2
			大鵬灣休閒特區賽車太吵，需要規劃隔音設施	1
			大鵬灣休閒特區平日必須收門票	1
			遮陽設施較少	1
			步道推車不好推	1
		4.引導指標或動線安排	大鵬灣遊客中心動線規劃不好	1
			國3下交流道指標沒寫到遊客中心的	1
			指標字太小	1
			遊客中心1F參觀後要下樓喝咖啡時，樓梯處不明顯	1
			指標不清楚	1
		5.環境美化綠化	樹木遮陰部份較少	2
			加強綠化	1
			大樹多一點，比較涼快	1
		6.環境整潔	大鵬灣遊客中心風沙太厚	1
			大鵬灣遊客中心停車場沒有垃圾桶	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			大鵬灣遊客中心停車場及潮間帶區都有垃圾	1
		7.停車位數量	大鵬灣遊客中心汽車停車位不足	4
			很擠且位置較少	1
		8.廁所清潔程度	男廁所有味道	1
		9.提供旅遊資訊服務	需提供可查詢的車班系統	1
		11.整體上	交通車區間接駁，間與間的接駁較不便利	1
	青洲濱海遊憩區	1.服務人員之服務態度	被誤會以為不買票	1
			使用站立車，有告示牌說不能使用	1
		2.景點內服務設施	建議加設兒童動態遊樂設施	3
			青洲濱海遊憩區可玩的設備少	2
			青洲門票可以規劃，搭配整個屏東範圍旅遊套裝行程	1
			青洲已收門票裡面的遊樂設施費用，希望再低一點	1
			沒有便利商店	1
			在客服中心的洗手間改設到1樓	1
			長頸鹿外型的碰碰車壞掉	1
			投錢乘坐的遊戲器材，要注意安全，有人掉落階梯	1
			可增加躺椅，太陽傘在沙灘上	1
			青洲內休息區要再多一點	1
			可在涼亭擺放打擺工具	1
			沒有看到救生人員	1
			兒童設施要注意維修	1
		3.景點內空間設計	青洲遊憩區單調	1
		4.引導指標或動線安排	青洲濱海遊憩區指標不清楚	2
			國3下大鵬灣沿路指標不明確	1
			青洲到大鵬灣道路規劃不清	1
			青洲遊憩區入口處不明顯	1
			目標不大	1
		5.環境美化綠化	視覺青洲綠化不夠	3
			多增加一點樹木	2
		6.環境整潔	青洲遊憩區沙灘上有垃圾	1
			跨海大橋上方都是垃圾	1
		7.停車位數量	青洲停車位不足且沒有遮陽設施	1
		8.廁所清潔程度	靠近售票口廁所不佳，地上濕濕，光線昏暗	1
			味道重	1
			有點髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	資訊不清楚	1
		10.景點內辦理的活	青洲應多辦些活動	2

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		動		
		11. 整體上	行銷廣告不明顯	1
			草皮修剪	1
	其他景點		花瓶岩生態破壞太嚴重海水污染也很嚴重	1
			小琉球租機車業者服務人員的應對服務再加強，提高素質及態度	1
			要往烏鬼洞指標太少	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
花東縱谷	新光兆豐	1.服務人員之服務態度	兆豐農場旅館服務人員態度差	1
		2.景點內服務設施	兆豐農場設施老舊	3
			兆豐農場水上樂園應維護完善些	2
			兆豐農場有些設施在整修	1
			兆豐農場設施有點少	1
			兆豐農場空間很大，能玩的卻不多	1
			兆豐農場希望增加小朋友遊樂設施	1
			兆豐農場能再增加動物	1
			兆豐農場遮蔭處能增加	1
			兆豐農場後半部能開放	1
			兆豐農場兒童遊憩區重新維修	1
			兆豐農場增加售票窗口	1
		3.景點內空間設計	兆豐農場空間未規劃，形成浪費	1
			兆豐農場在整修	1
		4.引導指標或動線安排	兆豐農場園內指標不夠明確	3
			兆豐農場的動線不清楚	1
			台九線進兆豐農場沒指標	1
		5.環境美化綠化	兆豐農場設施老舊	1
		6.環境整潔	兆豐農場垃圾多，整潔有待加強	2
			兆豐農場環境髒亂	1
			兆豐農場的動物臭	1
		7.停車位數量	兆豐農場沒規劃停車位	6
			兆豐農場汽車停車位不夠	6
		8.廁所清潔程度	兆豐農場廁所髒	1
			兆豐農場入口處、遊客中心女廁地板濕	1
			兆豐農場可愛動物區異味重	1
			兆豐農場戲水池旁的廁所太暗，希望改進	1
		9.提供旅遊資訊服務	兆豐農場沒提供旅遊資訊	1
			兆豐農場沒有導覽手冊	1
		11.整體上	兆豐農場票價沒到價值，沒特色	2
			兆豐農場老舊、髒	1
			增加大眾運輸工具到兆豐農場的路線	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
鯉魚潭風景特定區			兆豐農場增加遊園車班	1
		2.景點內服務設施	鯉魚潭增設垃圾桶	4
			希望鯉魚潭廁所多一些	2
			鯉魚潭缺乏設施	2
			鯉魚潭設施舊	2
			鯉魚潭缺乏無障礙空間	1
			鯉魚潭環潭周圍增設護欄	1
			鯉魚潭公共涼亭不可吊掛遊艇業者的救生衣	1
			鯉魚潭的俾魯二館空間能公用化，而不是要付費才能使用平臺賞景	1
			鯉魚潭增加遊潭渡船	1
			增加特色小吃在鯉魚潭	1
		3.景點內空間設計	鯉魚潭步道崎嶇不平	1
			鯉魚潭空間狹小，蚊蟲多	1
			鯉魚潭缺乏空間設計	1
		4.引導指標或動線安排	鯉魚潭馬路及園區內指標不清楚	5
			鯉魚潭在台九線指標不清楚	3
			鯉魚潭內的動線不清楚	1
			自行車道標示清楚些	1
		5.環境美化綠化	希望鯉魚潭紅面鴨重新設計美化	3
			鯉魚潭沒太多美化規劃	1
			鯉魚潭無人整理似的	1
			鯉魚潭的商業化設施太多	1
			鯉魚潭能多種植台灣欖樹	1
		6.環境整潔	鯉魚潭周圍的垃圾過多	8
			鯉魚潭的環境不乾淨	5
			鯉魚潭的垃圾桶垃圾溢出	1
			鯉魚潭缺乏垃圾桶	1
			鯉魚潭環境可再乾淨些	1
			鯉魚潭紅面鴨旁邊環境能乾淨些	1
			鯉魚潭能夠多清潔石桌、石椅上的垃圾	1
		7.停車位數量	鯉魚潭汽車停車位不夠	27
			鯉魚潭機車停車位不夠	3
		8.廁所清潔程度	鯉魚潭的廁所不乾淨	10

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			鯉魚潭紅面鴨旁廁所髒	7
			鯉魚潭廁所異味重	2
			鯉魚潭停車場旁女廁太髒	1
			鯉魚潭紅面鴨旁廁所幽暗	1
			鯉魚潭小吃店廁所不乾淨	1
		9.提供旅遊資訊服務	鯉魚潭缺乏旅遊資訊	2
			鯉魚潭提供資訊不夠明確	1
			鯉魚潭能多提供旅遊資訊	1
			鯉魚潭增加導覽地圖	1
		10. 景點內辦理的活動	鯉魚潭能多增加活動	2
			鯉魚潭紅面鴨破壞自然景觀	1
			鯉魚潭快艇速度太快	1
			鯉魚潭多些宣傳活動	1
		11.整體上	鯉魚潭沒特色	1
			鯉魚潭整體感覺不舒適	1
			鯉魚潭能少些人為開發	1
			鯉魚潭的規劃多元一些	2
			鯉魚潭乘船的安全教育應訓練遊客	1
			增加車班到鯉魚潭	1
			希望鯉魚潭能盡量將遊艇與腳踏船航道分離	1
			鯉魚潭商家太多；船艇業者給遊客的保障似乎太低	1
	初鹿牧場	1.服務人員之服務態度	團隊買冰加點要重新排隊	1
		2.景點內服務設施	缺乏變化	1
			座位太少	1
			遊園太小希望能擴大	1
			座椅汰換	1
			有冷氣地方太少，參觀地點太少	1
		3.景點內空間設計	沒有創新	1
			簡陋	1
		4.引導指標或動線安排	引導指標太少	1
			解說告示牌加強	1
		6.環境整潔	馬大便太多	1
			蚊蟲太多	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		7.停車位數量	初鹿牧場的停車位不多	1
		8.廁所清潔程度	服務中心附近的廁所太髒	1
			整體上不整潔	1
		9.提供旅遊資訊服務	初鹿牧場沒發地圖導覽 DM	1
		11.整體上	初鹿牧場的門票太貴	4
			停車費稍貴	1
	鹿野高台	2.景點內服務設施	鹿野高台上餐點太少	1
			鹿野高台內垃圾桶不夠多	1
		3.景點內空間設計	高台內沒有設計	2
			沒有維護	1
		4.引導指標或動線安排	鹿野高台指標不清楚	3
			鹿野高台上的道路有人逆向	1
			鹿野遊客中心岔路口應設置鹿野高臺指標	1
		5.環境美化綠化	景觀單調	1
			感覺很荒涼	1
		6.環境整潔	鹿野高台內整潔需改善	2
			落葉太多	1
			清潔人員不足	1
			蚊蟲太多	1
		7.停車位數量	鹿野高台汽車停車位太少	3
			鹿野高台機車停車位太少	1
		8.廁所清潔程度	整體廁所不好	1
			鹿野高台內廁所無紙	1
			鹿野高台廁所髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	整體資訊不足	1
		11.整體上	路上休息區太少	1
			公路有些路段路面顛頗	1
			有些路段的人行道路面毀壞	1
			觀光區消費太貴	1
	其他景點		六十石山標示不清	1
			花東縱谷風景區遮蔭處太少	1
			六十石山停車位不足	1
			池上的廁所清潔加強	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
馬祖	北竿機場	2.景點內服務設施	馬祖路邊可多增加垃圾桶	4
		4.引導指標或動線安排	北竿尼姑山在叉路地方沒指標，有的指標沒有字	1
			指標沒有很清楚	1
		6.環境整潔	北竿北海坑道南竿津沙等多處的海灘很多垃圾	1
		9.提供旅遊資訊服務	北竿遊客中心沒有導覽	1
			資訊提供方式呆板，只有書面，景點內沒有深入介紹說明的資訊	1
			建議提供景點導覽服務	1
			沒有專業服務人員	1
		10.景點內辦理的活動	可多舉辦一些當地活動	1
		11.整體上	飛機班次太少	3
			島內旅遊交通不方便，機票難訂，機位太少	1
			建議增加配套行程，包括各島之間行程規劃交通配套服務	1
			南北竿的船票太貴	1
	南竿機場	1.服務人員之服務態度	南竿遊覽車司機態度不好，口氣不好	1
			南竿北海坑道服務小姐跑去搖船，沒人賣票等了40分鐘服務小姐回來時，已超過售票時間沒辦法玩了	1
		2.景點內服務設施	景點內垃圾桶少	1
			買東西不方便，夜間活動少	1
		4.引導指標或動線安排	中央大道路邊叉路指標不清楚，找不到	1
			往南竿遊客中心的小叉路沒有指標	1
			北竿北海坑道參觀時間的限制，標示在下面坑道口處，應在提前在要下去的地方就先標示	1
			部分景點標示不清	1
		5.環境美化綠化	蓋很多建築物，與原來馬祖文化有落差	1
		6.環境整潔	津沙魚具很多，很髒亂	1
			南竿附近施工的地方很多	1
		8.廁所清潔程度	南竿北海坑道公廁很臭	1
			廁所有點不潔	1
		9.提供旅遊資訊服務	文化古蹟景點應有導覽服務	2
		11.整體上	南北竿公車班次應增加	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			無線網路收訊太差	1
			感覺整個景區沒什麼特色	1
			商圈較少	1
			夜晚活動少	1
			旅遊景點較散，沒什麼規劃，沒有連貫性	1
	福澳碼頭	2.景點內服務設施	景點沒有什麼服務設施	1
			遊樂設施較少，建議巨神像的景點，可在增加遊樂設施	1
		3.景點內空間設計	景點沒什麼規劃，整體都如此	1
		5.環境美化綠化	福澳港感覺髒亂，沒綠美化	1
		6.環境整潔	南竿附近施工的地方很多	1
		8.廁所清潔程度	福澳碼頭廁所不乾淨	2
			福澳碼頭廁所味道重	1
		9.提供旅遊資訊服務	台馬輪沒什麼行程簡介	1
		11.整體上	馬祖公車班次太少	2
			旅遊景點應多加強宣傳特色	1
			感覺民宿過度開發，傳統建築風貌應多保存	1
			4、5月時飛機票不易買	1
			建議南北竿之間建跨海大橋	1
			應保留當地特色建築	1
			飛機班次太少，可加開晚上班次	1
	其他景點		坂里沙灘有垃圾沒有沖腳的地方	1
			景點沒特色太重複，都是戰地文化	1
			希望加些如彩繪，豐富點的特色，如東莒大埔附近小村落有彩繪整體看起來很好看	1
			枕戈待旦旁廁所很暗，蜘蛛絲很多	1
			碼頭前廁所要改善	1
			南竿介壽村店家人員較冷漠	1
			津沙公園沒什麼景觀	1
			芹壁古蹟外觀改建可惜	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
日月潭	日月潭環潭區(向山)	2.景點內服務設施	日月潭往向山路上自行車道沒護欄	1
			向山遊客中心外休憩桌椅少	1
			向山遊客中心看不到垃圾桶，垃圾桶太少	1
			向山遊客中心外可增加休憩的桌椅	3
			水社到向山自行車道有一段路的車道太小，因為人與車同道，沒有護欄很危險	1
			向山遊客中心外可增加一些裝飾藝術在外面	1
			缺乏飲水機	1
			增設咖啡店	1
			向山附近太少餐廳	1
		3.景點內空間設計	向山建築室內光線暗	1
			坐船太複雜	1
		4.引導指標或動線安排	水社到向山遊客中心的指標不明顯	1
			從月雅灣回向山的路上，騎自行車道，在叉路上沒有指示牌	1
			從水社到向山騎自行車有迷路，在環湖一號隧道處的指標不清楚	1
			廁所指標不太清楚，找不到向山廁所	1
			不太方便，無障礙停車太遠	1
			自行車太多太擁擠	1
			停車位指示再多一點	1
		5.環境美化綠化	向山遊客中心水池的水不太乾淨	1
			向山遊客中心的水池上次來有荷花，沒多久又來，結果荷花沒了	1
			草地需要整修及維護	1
			向山遊客中心附近缺少遮陽的大樹	1
			步道旁的樹木應要整理清理	1
			樹蔭可再增加	1
		6.環境整潔	日月潭湖面垃圾沒清	1
			日月潭風景區湖面會漂一些垃圾	1
			商店區應多設垃圾桶	1
		7.停車位數量	向山遊客中心自小客車停車位不足	30
			停車費太貴	2
			停車不易，規劃不夠漂亮	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		8.廁所清潔程度	向山遊客中心附近的廁所地板潮濕	5
			向山遊客中心附近的廁所都很臭	4
			向山遊客中心的男廁臭	2
			向山的水槽破掉沒補	1
			向山遊客中心的女廁有臭味	1
			廁所有煙味	1
		9.提供旅遊資訊服務	多加宣傳向山遊客中心，多多利用媒體宣傳	1
			停車場設置電子導覽設施	1
		11.整體上	整個自行車道的規劃，大部分都與公路在一起，較危險，應像水社到向山段的規劃，專用自行車道	2
			景點主建築物，應採用木建築，少用 RC 建築，可有效改善遊客再訪日月潭意願	1
			後尖山步道感覺荒涼，讓人不敢走	1
			向山遊客中心外面放置遊客休憩椅子被破壞	1
			遊客稍多較不寧靜	1
			日月潭減少陸客觀光	1
			向山遊客中心假日周圍會有塞車狀況	1
	車埕	2.景點內服務設施	沒有看到飲水機	1
			可增加更多設施	1
		4.引導指標或動線安排	車埕指標不清楚	1
			找不到立牌的導覽地圖	1
			指示太少	1
		7.停車位數量	車埕汽車停位不足	18
			車埕遊客中心旁的汽車停車位少	8
			車埕遊客中心沒有遊覽車停車位	1
			大型遊覽車無法停，太少	1
			車埕、明潭水庫車位太少	1
			向民間租借地增設停車位	1
			可以開放路邊停車，紅線臨時停車	1
			停車場腹地太小	1
		8.廁所清潔程度	車埕遊客中心後面的女廁髒和臭	2
			車埕廁所髒	1
			車埕遊客中心後面的男廁髒	1
			車埕遊客中心對面女廁，尿騷味重、地板積水	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		9.提供旅遊資訊服務	車埕太少	1
			增設立牌解說牌	1
			建議在往車埕前路口設置電子看板，標明此區停車位的資訊	1
		10.景點內辦理的活動	增設有車埕有關活動	1
		11.整體上	增設接駁車，增設人行步道	1
			增設休息站	1
			希望多人地方禁菸	1
			到明潭路上假日都塞車進不去	1
	九族文化村	1.服務人員之服務態度	纜車服務人員態度差	1
			阿拉丁內遊樂設施女解說員態度差	1
		2.景點內服務設施	增設娃娃車	1
			增設戲水設備	1
			增設幼兒設備	1
		4.引導指標或動線安排	提供地圖太簡易	1
			景區內找不到餐廳	1
			九族文化村裡指標不夠清楚。	1
		6.環境整潔	設置的安全設備有一點臭味	1
		7.停車位數量	九族文化村的汽車停車位不足	1
		9.提供旅遊資訊服	DM 字太少	1
		11.整體上	餐點太貴	2
			置物櫃要提供免費	1
			餐廳可選擇太少，只有 3 種應該要 20 種	1
	桃米紙教堂	2.景點內服務設施	紙教堂設施太少	1
			店家咖啡杯蓋，蓋不緊	1
		3.景點內空間設計	紙教堂空間小	1
		4.引導指標或動線安排	視覺上的動線很亂	1
			可以增加步道多走	1
		5.環境美化綠化	設備有些有一點舊	1
			紙教堂環境的草需要修剪	1
		6.環境整潔	紙教堂裡的荷花池要整頓一下	1
			日月潭景點桃米紙教堂內蚊子多	1
		7.停車位數量	汽車停車位少	1
			計程車亂停	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		8.廁所清潔程度	女廁所髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	入口可以有解說員或資料	1
		11.整體上	活動範圍太小	1
			紙教堂裡只有一條可推小孩推車，另外大石板那條無法推，希望能改善。	1
			門票減一半	1
			紙教堂不像紙的教堂	1
	其他景點		日月潭風景區水社周圍的汽車停車位不足	8
			伊達邵周圍的汽車停車位少	5
			水社停車費太貴	3
			日月潭風景區整體的汽車停車位不足	2
			水社遊客中心一樓廁所有點髒	2
			水社遊客中心一樓廁所沒有衛生紙	2
			日月潭景點伊達邵太多人工化	1
			伊達邵民宿希望素質統一	1
			往日月潭景點周遭的叉路山路多，明顯的指標不多	1
			文武廟周圍的汽車停車位少	1
			水社景點周圍的女廁髒	1
			日月潭景點南投客運環湖公車，車內座位前沒有掛勾和網子，無法掛行李和放垃圾	1
			水社碼頭有柴油味	1
			到日月潭的路上不清楚	1
			日月潭碼頭處要多設一些公共廁所	1
			水社碼頭的指標指示很亂，不清楚	1
			纜車中心附近的景點路標是陸續出現的，沒有一次全部景點的指標都出現	1
			文武廟景觀較雜亂，樹上繞護墊不好看	1
			之前文武廟前攤販太亂，現在整頓的很好，希望所有景點的攤販要做好管理，不要亂拉人	1
			伊達郡碼頭垃圾多	1
			水社在晚上時段小客車停車動線不明顯	1
			玄光寺停車位太少	1
			水社碼頭廁所味道不好	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			水社遊客中心的廁所太潮濕	1
			日月潭景區可多增設垃圾桶	1
			纜車的票價太貴	1
			日月潭風景區可以露營的地方少	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
參山	南庄遊客中心	2.景點內服務設施	希望再增加能遊玩的設施	3
			增加休憩椅子	3
			增加南庄遊客中心內休憩桌椅	2
			南庄的設施設施太少	2
			設施要更多元	1
			南庄遊客中心內沒有休憩的椅子	1
			步道封鎖施工中	1
			南庄遊客中心內空調弱	1
			希望南庄增置遊客休憩的設施	1
			走道太小不利於身障民眾移動，要多些身障設施	1
			希望景點步道儘快開放	1
		3.景點內空間設計	老街空間小、太狹窄、太擁擠	11
			桂花巷太窄	3
			街道太擠	2
			桂花巷攤位太少	1
			擺設動線不佳	1
			不要跟其他風景的設計一樣	1
			南庄老街規劃亂，行走不安全	1
		4.引導指標或動線安排	風景區指標不明顯	5
			往南庄的路標不明顯	5
			南庄老街內指標標示不明確	3
			南庄老街人車分道不落實	2
			南庄老街動線亂	2
			桂花巷動線不佳	2
			路線太雜複	1
			往仙山、鹿場指標不足	1
			吊橋指標不明顯	1
			可做觀光路線指標動線規劃	1
			從竹南往南庄到南庄老街之間，沒有明顯指標讓遊客知道那裡有停車場	1
			遊客中心指標不清楚	1
			入口標示與停車位標示不明確	1
			從竹南到南庄後，可以在南庄立一個醒目明顯的	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			看板，標明為南庄，讓遊客知道已經到南庄	
			小景點指標不明	1
			希望街道可以有禁止車輛進入	1
		5.環境美化綠化	花草樹太少	2
			南庄老街環境美化不整體	1
			美化需要再加強	1
			應禁止遊客破壞景觀	1
		6.環境整潔	南庄老街垃圾多	12
			增設垃圾桶	8
			南庄道路垃圾多	2
		7.停車位數量	南庄汽車停車位不足	17
			南庄遊客中心周圍的汽車停車位不足	8
			南庄老街汽車停車位不夠	2
			公共停車位太少	1
			停車位沒特別規劃，南庄路邊都是紅線不能停車	1
			希望停車不收費	1
		8.廁所清潔程度	廁所數量不夠	4
			機車停車場旁邊的廁所不乾淨	3
			南庄遊客中心男廁有異味	2
			廁所的地板濕	2
			南庄老街廟口附近廁所髒	1
			南庄老街市場廁所地板濕	1
			南庄老街附近有個廟，廟的女廁髒	1
			南庄的廁所太多人使用，未即時清潔	1
			除遊客中心之外的廁所，有難聞味道	1
			沒有衛生紙，沒有水	1
			獅頭山風景區轄內向天湖廁所沒水	1
			化妝室希望有面紙	1
		9.提供旅遊資訊服務	地圖太複雜	1
			多補充	1
			風景區特點解說告知牌	1
			數量增加電腦查詢系統	1
			這個風景區特點資訊不足	1
		10.景點內辦理的活	希望南庄多舉辦活動	2

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	11.整體上	動	增加活動或多元特色	1
			"台灣好行"旅遊專車的班次太少，假日 1 小時 1 班，可以增為半小時 1 班，	2
			希望南庄能取締違規停車	2
			南庄老街整理環境不整潔，動線不佳、停車位少	1
			南庄風景區內的景色，因為民宅搭建鐵皮屋，破壞整體美感，應該立法有條件的限制搭建	1
			南庄老街的味道淡，沒有應該有的小吃味	1
			往獅頭山風景區的蓬萊溪自然生態園區的交通不方便；台灣好行的班次車距時間長	1
			攤販太靠近馬路不方便	1
			南庄遊客中心 2F 的特展沒有太多的內容	1
			向天湖往南庄末班車可延後至 18:30	1
			獅頭山風景區到蓬萊溪自然生態景點的交通不便	1
			南庄遊客中心可以規劃吃住行的套裝行程，提供給遊客	1
			台灣好行司機開車太快	1
			司機態度差，希望台灣好行公車可以隨招隨停	1
	梨山遊客	2.景點內服務設施	梨山的餐廳太少，用餐會需要等	1
		4.引導指標或動線安排	梨山賓館後方有賞鳥步道，但指標不清；賓館內的指標也不清。	1
		6.環境整潔	梨山蒼蠅太多，環境不衛生	3
			朝富館前階梯長了草且停車地方有雜物	1
		7.停車位數量	梨山汽車停車位不足	7
			梨山遊客中心汽車停車位不足	1
		8.廁所清潔程度	梨山遊客中心旁女廁尿騷味很重	1
			梨山賓館對面公用女廁潮溼、很臭	1
		9.提供旅遊資訊服務	從清境到梨山沿路高低起伏太大，危險指標要再明確一點。	1
		11.整體上	景點之間的交通要有接駁車	2
			中橫趕快通車	1
			梨山賓館人手不足，地板黏黏的沒人清	1
			因錯過季節，沒有看到楓葉	1
			梨山週圍的果園中，包裝水果的紙使得整體看起來亂。	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	谷關遊客中心		梨山賓館房價太貴	1
		1.服務人員之服務態度	谷關飯店服務人員不熱情	1
			有住宿發票換贈品，有出示證明遊客中心人員不接受，一定要發票才可。	1
		2.景點內服務設施	谷關在整修施工	2
			無障礙環境設施要加強	2
			谷關沒有什麼好玩的點	1
			谷關平日商店沒什麼開，感覺沒那麼熱鬧	1
			谷關立體停車場維護管理不足，壞了要修。	1
			泡腳池太少，人太多	1
			可以增設山路的路燈	1
			谷關可增加特色商店街	1
			谷關公用垃圾桶太少	1
		3.景點內空間設計	無障礙環境，坡道不足	1
			谷關的街道可再做漂亮的設計	1
		4.引導指標或動線安排	稍來步道沿路指標不夠清楚	3
			谷關進來標示不清	1
			谷關遊憩區點跟點之間指示不夠清楚	1
			標示不明顯	1
			泡腳池的標示不清，不知道要先洗腳	1
		5.環境美化綠化	谷關遊客中心，施工維修中	2
			綠化空間設計再加強	1
		6.環境整潔	停車步道有垃圾	2
			谷關遊客中心整修中，感覺很亂	1
			谷關泡腳池都落葉，沒人隨時在清理	1
			遊客中心旁公園社工車看起來很亂的	1
			遊客中心前方的道路有看到垃圾。	1
			谷關桂花巷都是狗屎味	1
		7.停車位數量	谷關汽車停車位不足	9
			谷關不能路邊停車，立體停車場看起來荒涼危險	1
			谷關遊客中心沒有停車位	1
			進谷關道路窄，路邊不能停車	1
		8.廁所清潔程度	谷關公車站內的廁所較不乾淨	1
			谷關停車場內廁所不夠清潔	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			廁所數量不足	1
			谷關飯店的公廁不乾淨	1
			谷關全家旁的公廁很髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	住宿、美食、公共運輸交通的資訊不足	1
		10.景點內辦理的活動	多一些活動比較好	1
		11.整體上	沒什麼好玩、沒什麼主題	1
			中橫趕快通車	1
			谷關不要再開發	1
			谷關要讓建築物造型跟自然景色搭配	1
			公用泡腳區池子施工	1
	八卦山山脈生態遊客中心	2.景點內服務設施	男廁的門鎖對不準	3
			遊客中心增加親子活動空間	3
			飲水機沒有提供紙杯	2
			遊客中心步道的廁所太少	2
			遊客中心對面涼亭下大雨漏水	1
			景觀步道再多	1
			停車位置裝設監視器	1
			八卦山遊客中心望遠鏡是假的	2
			殘障設施設置	1
			八卦山脈生態遊客中心 2F 的空氣有股怪味道，空氣悶，空調不足，可以打開窗戶或增加電風扇調節空氣	1
			遊客中心右邊剛近來停車的地方地磚應再平一點，以便運動	1
			遊客中心附近的樹下健康步道，垃圾桶沒加蓋子	1
			椅子跟沙發的增設	1
		3.景點內空間設計	男廁洗手台空間安排不當	1
			八卦山遊客中心內太單調、太稀微	1
			較無創意	1
		4.引導指標或動線安排	往八卦山景點不清楚	3
			彰化交流道到八卦山路標不清楚	2
			從彰化火車站往八卦山牌樓的指標不明顯	1
			找景點標示不清楚	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			第一停車場看的指標大一點	1
			找步道方面不清	1
			路標不清，不知自己在哪	1
			停車標示再清楚	1
			八卦山從牌樓到大佛風景區沒有景區的資訊，可以立一個明顯的大看板標示景點	1
		5.環境美化綠化	生態遊客中心花種太少	1
		6.環境整潔	大佛到遊客中心路上垃圾多	1
			遊客中心附近看風景垃圾太多	1
			遊客中心附近得樹葉太多	1
			小黑蚊多	1
			139 縣道沿路上到處都有狗屎	1
		7.停車位數量	八卦山汽車位少	27
			八卦山脈遊客中心周圍整體的汽車停車位少	11
			遊客中心停車位少	3
			八卦山機車停車位不足	4
			紅線不准停，車位不夠	2
			八卦山沿路未規劃免費停車場	1
			應要開放路邊停車	1
			八卦山沒規劃都亂停	1
		8.廁所清潔程度	飛機附近廁所太髒沒清潔	2
			八卦山脈遊客中心的男廁洗手台不通，積水	1
			運動場的廁所味道不好	1
		9.提供旅遊資訊服務	資訊太少，宣導少	2
			網路上查詢八卦山的資訊不多	1
			展覽不應該只有協助，應提供演講展覽	1
			展覽東西希望作改變	1
			沒有安排導覽志工介紹八卦山	1
			旅遊資料更新現在最近現狀	1
		10. 景點內辦理的活動	希望彰化包含八卦山、要能推廣多元化的活動，帶動外來客	1
			更多元活動藝文活動，旅遊導覽農產品展售推展	1
		11.整體上	提供半日遊，一日遊	1
			從彰化火車站到八卦山提供接駁車	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			吃的東西太少，選擇太少	1
	其他景點		向天湖、蓬萊步道指標不夠明確	2
			南庄遊客中心附近的全家便利店女廁，垃圾桶內垃圾滿出	1
			南庄景點"栗田庄"民宿的住宿費貴	1
			橋的燈要多一些	1
			武陵農場內有些點運作一點生氣都沒有，如旅遊中心。	1
			福壽山內的蘋果園廁所不乾淨	1
			福壽山及武陵農場內的廁所都不是很乾淨	1
			福壽山農場女廁所很不乾淨	1
			福壽農場外圍的廁所清潔要加強	1
			到大佛引導不清	1
			大佛停車場太少	1
			藝術美學館、大佛處車位不夠	1
			美學館車位太少	1
			大佛的廁所味道不好	1
			大佛的廁所馬桶上有污垢	1
			大佛歷史古蹟相關資訊標不清楚，反而看不舒服	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
阿里山	阿里山國家森林遊樂區	1.服務人員之服務態度	神木區的服務人員，對國外客很客氣，但對台灣遊客態度很不好	1
			森林遊樂區內不小心把車開到檢查哨，結果站哨人員口氣臉色很不好	1
			火車售票口服務員沒耐心	1
		2.景點內服務設施	森林遊樂區內的設施不多	1
			阿里山遊客中心飲水機不能自行用	1
			阿里山道路坑洞多，可鋪平	1
			在森林遊樂區增加飲水機	1
			阿里山森林遊樂區遊覽車跟行人搶道	1
			廁所設施不好	1
			公用 wifi 太少	1
			森遊內的餐廳都合菜，希望能有單點式的	1
			台 18 線路上修路 造成阻塞	1
			上阿里山的山路，反光的標示可在多點	1
			森林步道施工無法進入，要繞道	1
			阿里山垃圾桶不足	1
			阿里山森林遊樂區廁所太少	1
		3.景點內空間設計	小火車太擠	1
		4.引導指標或動線安排	森遊園區內指標不夠清楚，動線不夠明確	4
			阿里山森林遊樂區標示少	3
			有的叉路標示久未更新，欠缺路標	1
			阿里山售票口進來都沒有指標	1
			塔山步道路徑標示不清	1
			森遊內希望見能標示，不要破壞樹木的警告標語	1
			增加指引標誌、距離等資訊，含路況	1
			阿里山森林遊樂區步道容易迷路	1
		6.環境整潔	森林遊樂區內外來遊客到處亂丟垃圾	3
			森林遊樂區內到處地上都垃圾	1
			森林遊樂區內地上到處都煙蒂	1
			阿里山森林遊樂區陸客弄髒環境	1
		7.停車位數量	阿里山森林遊樂區汽車停車位不足	16
			阿里山森林遊樂區內停車位不足	8
			停外面要有接駁車	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		8.廁所清潔程度	阿里山神木區廁所較不乾淨	3
			森遊入口附近廁所很髒	2
			森遊內經過廁所旁都有一股尿騷味很臭	2
			阿里山廁所清潔度較差	2
			生態教室後面廁所未提供面紙，垃圾桶很髒	1
			阿里山 7-11 旁廁所不乾淨	1
			阿里山遊客中心廁所有異味	1
			遊覽車停車場的廁所很不乾淨	1
		9.提供旅遊資訊服務	在森遊希望能在收票時就附一張園內旅遊簡介	1
			地圖景點距離不夠詳盡	1
			小火車站提供更多旅遊資料	1
			希望遊客中心導覽資訊豐富一點	1
		11.整體上	陸客太多太吵	3
			火車公車班次太少	3
			阿里山門票太貴	2
			應有巴士從嘉義可搭車到奮起湖直通阿里山；阿里山晚上都沒活動，如看神木	1
			本國籍人要有優惠價，如半價 80 元	1
			嘉義市往阿里山的大眾運輸工具再多一點	1
			公車班次和小火車相互搭配或小火車增班，兩者時間不好搭配	1
			阿里山森林遊樂區特色不明顯	1
			上山小火車的車票不好買，訂購只能打電話訂	1
			阿里山旅館住宿不便宜，評語也不好	1
			小火車班次少	3
			火車沒有直達阿里山	1
			郵局假日不營業	1
	奮起湖	1.服務人員之服務態度	飯店園區管理要加強，飯店人員態度都愛理不理	1
			客運司機服務態度比較自我	1
		2.景點內服務設施	奮起湖公廁太少	4
			餐飲一般	1
			垃圾筒不夠多	1
			路邊的樹跟民間的建築有些倒掉	1
		3.景點內空間設計	奮起湖老街空間狹小	1
		4.引導指標或動線安排	往奮起湖路上交通指示牌太少	2
			奮起湖往百年消藍木往史記館指標不夠清楚	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			奮起湖大街小巷沒有指標	1
			奮起湖車站沒有指標	1
			往阿里山路上指標太少	1
			指標方向不清	1
			動線比較不明確	1
		5.環境美化綠化	奮起湖檳榔樹倒掉在路邊	1
			周遭環境老舊	1
		6.環境整潔	奮起湖老街較髒亂	3
			台 8 線沿路上都看得到垃圾	1
			小林步道邊有垃圾	1
			環境整潔整理規劃較雜亂	1
		7.停車位數量	奮起湖汽車停車位不足	18
			奮起湖停車位太少	4
			奮起湖停車太混亂、違規太多	1
			阿里山風景區的景點，都未規劃機車停車位	1
			停紅線佔位車輛太多	1
		8.廁所清潔程度	奮起湖車站公廁不是很乾淨	3
			奮起湖廁所不乾淨	2
			飯店廁所不乾淨	1
		9.提供旅遊資訊服務	交通乘車資訊應標示清楚，如等車位置	2
			欠缺專人導覽	1
		11.整體上	來奮起湖公車跟火車班次多一點	2
			小火車速度要快點，開 30 分鐘太久	1
			環境規劃可確定走同一風格	1
			台灣好行嘉義往奮起湖車票太貴了	1
			交通如果更便利會更好	1
	觸口遊客中心	2.景點內服務設施	觸口遊客中心商店太少，都針對陸客沒顧及本地客	1
			各景點垃圾桶可以多一點	1
			觸口遊客中心廁所太少	1
			展示的火車頭只有空殼，可否放真品。	1
			觸口遊客中心缺少吃東西的餐廳	1
		4.引導指標或動線安排	觸口遊客中心指揮不夠清楚	1
		5.環境美化綠化	樹不夠多	1
		7.停車位數量	阿里山汽車停車位太少	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			停車位不夠	1
		10. 景點內辦理的活動	希望觸口遊客中心增加 diy 體驗活動	1
		11. 整體上	建議在阿里山公路可以有交通指揮，減少塞車	1
			阿里山公路道路坍方顯現交通不便	1
	圓潭自然生態園區	2. 景點內服務設施	雲潭瀑布前步道很滑	1
			路太窄，大車不易開	1
			景點內廁所太少，不方便	1
		4. 引導指標或動線安排	指示牌可以多一點	1
		5. 環境美化綠化	圓潭步道久未整理	1
		6. 環境整潔	圓潭蚊子很多	1
		8. 廁所清潔程度	圓潭及園區廁所不太乾淨	3
			圓潭廁所有臭味	2
			女廁潮濕，太臭	1
		9. 提供旅遊資訊服務	希望可以提供解說員導覽服務	1
		11. 整體上	路況不好，對大巴不便，可用申請方式管制大車數量	1
			景觀不夠大氣，雲潭瀑布前的步道青苔多濕滑，扶手感覺較髒	1
	其他景點		祝山往笠園的步道，有坑洞未補，很危險	1
			雲潭瀑布廁所較髒	1
			天空步道男廁不乾淨、未打掃。	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
茂林	瑪家遊客中心	1.服務人員之服務態度	瑪家遊客中心的服務人員不理人	2
			有公務員濫用特權將公務車開上瀑布	1
		2.景點內服務設施	涼山遊憩區沒有什麼設施	2
			涼山遊憩區要設置兒童遊戲區	2
			瑪家遊客中心沒有什麼攤販	1
			瑪家遊客中心及涼山遊憩區，賣吃的地方比較遠，及飲水機可以多裝設	1
			涼山瀑布安全設施不足	1
			涼山瀑布沒有步道及扶手，很危險要興建。	1
			涼山遊憩區可以提供餐飲	3
		4.引導指標或動線安排	瑪家遊客中心飲水設備不夠多	1
			涼山遊憩區步道維修太久	1
			涼山瀑布第一個瀑布可以規劃一個安全玩水的區域。	1
			涼山瀑布可以規劃觀景台及烤肉區。	1
			涼山遊憩區的指標沒有看到	1
			涼山瀑布的瀑布指引很少	1
			涼山瀑布內的旅遊步道路線標示不清楚	1
		5.環境美化綠化	往屏東過來經過泰武後，才有涼山瀑布的標示，希望多一點指標。	1
			瑪家遊客中心停車場的大樹，多種一點可以遮蔭	2
			涼山瀑布區還是有些垃圾	1
		6.環境整潔	涼山遊憩區後方，地上很多樹葉及狗屎	1
			涼山遊憩區地上有紙屑、蒼蠅	1
			涼山遊憩區汽車停車位不夠	5
		8.廁所清潔程度	涼山瀑布區女廁沒衛生紙	1
			涼山遊憩區停車場的女廁髒亂	1
			涼山瀑布第三層涼亭旁廁所加強	1
			涼山遊憩區停車場的女廁沒水	1
		9.提供旅遊資訊服務	涼山遊憩區旅遊資訊提供太少	1
			涼山瀑布區要有導覽人員	3
			三地門沒有專屬的遊客中心	1
			涼山遊憩區不明顯	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			涼山瀑布要有植物介紹的標示	1
			茂林國家風景區網頁介紹要豐富	1
			涼山瀑布整修沒有公告的很清楚	1
			茂林國家風景區景點要有導覽人員	1
		11.整體上	涼山瀑布第一個瀑布可以規劃一個安全玩水的區域	1
			涼山瀑布增加巡防員，防止遊客做出對生態有害的事情，例如烤肉。	1
	寶來遊客中心	2.景點內服務設施	寶來附近沒什麼設施	1
			希望寶來遊客中心可以設販賣部	1
		3.景點內空間設計	寶來主題營造沒那麼強烈	1
			寶來遊客中心從街上過來看不到	1
		4.引導指標或動線安排	寶來遊客中心的指標、標示不明顯	1
			茂林往寶來的方向，指示不清楚	1
			寶來社區引導指標要增加	1
			從台南要到寶來遊客中心的指標不清楚	1
			過來寶來沿路的景點標示不清楚要加強	1
		7.停車位數量	寶來遊客中心汽車停車位不夠	6
			茂林柴蝶生態公園汽車停車位太少	2
		9.提供旅遊資訊服務	整體不容易找到我需要的資訊	1
			寶來遊客中心當季的活動可以陳列介紹	1
			寶來遊客中心的影片有過期的資料；例如藤枝。	1
			寶來遊客中心可以周六有導覽人員，引導生態參觀，配合飯店由飯店可以推廣	1
			茂林國家風景區可以有導覽人員，可以帶團深度之旅	1
			寶來遊客中心的服務人員，可以主動積極點，跟遊客介紹景點	1
		10.景點內辦理的活動	寶來遊憩區要多辦促銷活動	1
		11.整體上	寶來遊客中心可以跟當地商家合作，商家可以就遊客中心介紹的當季活動遊玩	1
			風災後應該對寶來地區多加推廣	1
			寶來溫泉沒有規劃主題。	1
			儘快修復風景區	1
			寶來可以提供區域接駁車，針對銀髮族	1
			寶來要提供套裝行程，配合季節，可以讓遊客體驗農作	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	茂林遊客中心		寶來的河川要疏浚，不然雨季會有危險	1
		2.景點內服務設施	茂林遊客中心外圍更明顯一點	1
			茂林國家風景區內的景點，要多設遮涼的設施	1
		3.景點內空間設計	茂林遊客中心空間太小	1
		4.引導指標或動線安排	從高速公路到茂林國家風景區，指標要再多一點	1
			多納吊橋不知道怎麼進去；情人谷沒有標示	1
			從六龜過來茂林遊客中心指標不明顯，可能會沒發現茂林遊客中心，很容易錯過	1
		7.停車位數量	茂林遊客中心小型車車位不足	9
			茂林遊客中心機車停車格沒看到	2
			茂林遊客中心過去的牌樓，沒有小客車的停車位	1
		9.提供旅遊資訊服務	道路資訊要提供多一點指示牌	1
			茂林國家風景區資訊公告不清楚，88風災到現在還有設施在整修，有點久	1
		11.整體上	賽嘉到青山節 185 縣道，路面很顛簸，希望可以改善及加建涼亭可以提供休息。	1
	工藝步道(蜻蜓雅築)	2.景點內服務設施	涼山瀑布還在施工	2
			三地門民宿太少，可以增加	1
			三地門要設置遊客中心	1
			涼山瀑布往瀑布上去，希望有圍欄，不然很危險	1
			三地門小孩子遊玩的設施要增加	1
			霧台伊拉部落增加停車場及遮蔭的地方	1
		4.引導指標或動線安排	從瑪家村到三地門的沿山公路，指標不清楚	1
			從水門要往原住民文化園區的指標不清楚	1
			在三地門沿路的景點，指標比較少。	1
			下交流道往工藝步道沒有指標	1
			三地門工藝步道廁所標示不清楚	1
			來三地門的沿路指標，再多設置一點	1
			霧台到神山瀑布的指標沒有很明確	1
		6.環境整潔	涼山瀑布地上有垃圾	1
		7.停車位數量	三地門汽車停車位太少	8
			三地門工藝步道汽車停車位不足	3
			霧台汽車停車位較少	2
			霧台、三地門沒有規劃停車場	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			茂林國家風景區內汽車停車位太少	1
			涼山瀑布汽車停車位子太少	1
		8.廁所清潔程度	三地門廁所不乾淨	1
			茂林國家風景區內廁所要再打掃乾淨一點	1
		9.提供旅遊資訊服務	三地門可以提供附近的特色導覽	2
			茂林國家風景區要有取得資訊的窗口，例如：三地門沒有	1
			三地門網路的旅遊資訊，希望更豐富一點	1
			三地門沒有看到旅遊 DM	1
			茂林國家風景區的景點介紹不夠詳細	1
		11.整體上	三地門要保留原住民文化建築特色	1
			三地門的公共交通工具，班次太少、營業時間太短	1
			原住民文化園區、瑪家附近，可以結合當地美食	1
			茂林國家風景觀景台可以賣當地物產	1
			三地門沒有國家材地	1
	其他景點		賽嘉樂園沒有提供餐飲，很不方便	1
			希望藤枝森林遊樂區儘快開放	1
			茂林國家風景區行銷包裝不夠	1
			涼山瀑布內的步道，路線標示不清楚	1
			魯凱族文化館很熱，沒有空調	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
北海岸及觀音山	三芝遊客中心	2.景點內服務設施	三芝遊客中心內有些設施故障損壞	1
			三芝遊客中心周邊的遮陽設施少	1
			三芝福德水車公園有臨時公廁，沒有分男女	1
			三芝遊客中心周圍吃的選擇性少	1
			三芝遊客中心前的福德水車公園，水車沒有運轉	1
		4.引導指標或動線安排	三芝遊客中心要往源興居的指標標示，右轉可圖示表示	1
		5.環境美化綠化	三芝遊客中心前的停車場遮陽設施少，可以多種植一些樹木	1
			福德水車公園有些草木枯死缺水，應該改變工法種植的方法	1
		7.停車位數量	三芝遊客中心的汽車停車位不足	3
			三芝遊客中心增加汽車停車位可向民間租地	1
		8.廁所清潔程度	三芝遊客中心內男廁臭	1
			三芝淺水灣的女廁所髒	1
		9.提供旅遊資訊服務	三芝遊客中心視聽室放映的影片內容與名稱不符，內容景點介紹，片名是三芝的蛻變	1
			三芝八連溪的生態應該要多介紹，網路上可附照片報導	1
			三芝遊客中心提供的旅遊資料，外縣市的景點少	1
		10.景點內辦理的活動	三芝遊客中心可以多舉辦些活動	1
		11.整體上	三芝風景區有有機市集，但來的人不多，應該要用點心做宣傳行銷，在淡水捷運站張貼宣傳海報	1
			可提高公車到三芝遊客中心	1
	白沙灣遊客中心	2.景點內服務設施	白沙灣海灘販賣部的沖洗設備需付費	2
			白沙灣海灘更衣設施少	2
			整體白沙灣景區的垃圾桶少	2
			白沙灣遊客中心旁販賣部的女廁所暗，找不到電燈開關	1
			白沙灣海灘可以播放些輕音樂	1
			白沙灣海灘沒有公共沖洗設施	1
			白沙灣景區餐飲選擇性少，沒有便利店	1
			白沙灣遊客中心飲水機不夠用	1
			白沙灣海灘應提供免費的沖洗設施	1
		3.景點內空間設計	整體的白沙灣海灘和現場的感覺有些不搭，說不出原因	1
			白沙灣較多天然景觀，較少空間設計	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	白沙灣	4.引導指標或動線安排	白沙灣遊客中心要往石門各景點，沒有明顯指標	1
			白沙灣海灘上沒有指標如何到其他景點	1
			大馬路往白沙灣第一停車場的廁所標誌不清楚	1
			從白沙灣到第一停車場的指標不明顯	1
			從第一停車場要往白沙灣海灘指標不清楚	1
			白沙灣海灘上的垃圾有碎玻璃	1
		5.環境美化綠化	白沙灣海灘沒有太多綠化的樹草	2
			白沙灣遊客中心前草坪不夠綠化	1
		6.環境整潔	白沙灣海灘上有垃圾	6
			整體白沙灣景區環境有垃圾	1
			來白沙灣海灘的遊客留下許多的垃圾	1
			國人遊客的素質要加強，常會留下許多的垃圾，環境要常保乾淨，需要全體遊客的配合	1
		7.停車位數量	白沙灣景區整體的汽車停車位不足	4
			白沙灣第一停車場汽車位不足	4
			白沙灣第一停車場機車位不足	2
			白沙灣第二停車場汽車位不足	2
		8.廁所清潔程度	白沙灣遊客中心販賣部旁的廁所髒	3
		09.提供旅遊資訊服務	白沙灣北海岸遊憩探索館內的展覽都沒有更換新的資料	1
		10.景點內辦理的活動	白沙灣景區可以多舉辦一些活動	1
		11.整體上	白沙灣海灘要長期經營下去，如何保護和維護很重要，可以參考日本的方式，海灘的清潔很重要	1
			白沙灣整體廁所清潔要加強	1
	野柳地質公園	1.服務人員之服務態度	野柳地質公園內服務人員口氣不好，很大聲嚇止遊客禁止跨越危險線	1
		2.景點內服務設施	野柳地質公園周邊的遮陽設施少	2
			野柳地質公園內樓梯為鐵製品，破壞整體美感，可改用水泥	1
			野柳地質公園周圍販賣機少	1
			野柳地質風景區內遮雨的設施少	1
			野柳地質公園內有些步道損壞未處理	1
			野柳地質公園內步道有些沒有扶手	1
			野柳地質公園內的步道小，有些是單行道	1
			野柳地質景觀有些沒有步道到達，遊客會踏上石頭破壞了石頭，步道要延伸至各景觀	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	野柳地質公園		野柳遊客中心施工中	1
			野柳地質公園內垃圾桶少	1
			野柳風景區應該可以有玩水的地方	1
			野柳地質公園內步道有些路段陡，行動不便的遊客不方便走	1
		3.景點內空間設計	野柳地質公園內空間小	1
			野柳地質公園內步道有些路段陡，窄	1
		4.引導指標或動線安排	野柳地質公園內入口往廁所的指標沒有	1
			野柳地質公園內景物沒有說明板	1
		6.環境整潔	野柳風景區海邊有飄流垃圾	6
			野柳風景區有些地方有垃圾，環境髒亂	1
		7.停車位數量	整體野柳地質公園的汽車停車位不夠	8
			野柳地質公園旁大型遊覽車車位不足	1
		8.廁所清潔程度	野柳地質公園售票處旁的女廁臭	5
			野柳地質公園售票處旁的女廁髒	1
			野柳地質公園售票處旁的男廁在門外就聞到臭味	1
		9.提供旅遊資訊服務	野柳地質公園有山寨板女王頭拍照，有標示"請排隊拍照"沒有英文，只有中文，外國遊客看不懂，應有各國語文	1
			野柳地質公園遊客中心有輪椅出借，網路上沒有此訊息	1
			野柳地質公園內景觀沒有說明，可以利用石頭標示景觀名稱	1
		10. 景點內辦理的活動	野柳可以多舉辦一些活動	1
		11.整體上	野柳地質公園內景物旁應立一個牌子，標示"請勿破壞景物"	2
			野柳地質公園內 3D 女王頭拍照，地上"請排隊拍照"字樣模糊，遊客不遵守規定排隊	1
			野柳地質公園內有 3D 女王頭供拍照，因遊客眾多，許多遊客不排隊拍照，導遊應該要宣導遵守規則	1
			野柳地質公園遊客眾多，遊客會破壞景觀	1
			基隆到野柳公車班次少	1
			門票應國人與外國人有所區隔票價	1
	觀音山遊客中心	2.景點內服務設施	觀音山遊客中心周圍遮陽的設施不多	2
			觀音山遊客中心餐飲較不方便，選擇性少	2
			觀音山遊客中心周圍的休憩桌椅不足，廁所也不足	2
			往 2F 的階梯過陡，老年人上下危險，應該延長階梯長度避免過陡	1
			觀音山遊客中心周圍可以增設賣當地特產的攤販	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			觀音山風景區有些登山步道的階梯損壞	1
			觀音山遊客中心可以增加飲水機	1
			觀音山登山步道的階梯有些會滑，有些是損壞，應用石塊做階梯	1
			觀音山遊客中心內空調有問題不冷	1
			觀音山風櫃斗步道有損毀	1
			觀音山遊客中心內飲水機水量小，不夠遊客使用	1
		3.景點內空間設計	觀音山遊客中心的建築物，可以改建為更有特色的屋舍，如日式風格	1
			觀音山遊客中心的空間小	1
			從觀音山遊客中心外往 2F 的階梯，地磚都破損了	1
		4.引導指標或動線安排	觀音山景區生態園區前的大馬路，要往遊客中心的指標不明顯	1
			觀音山景區有 6 條登山步道，遊客中心前往各步道間相互聯結的指示標示不清楚	1
			觀音山 64 快速道路入口，往觀音山遊客中心指標不清楚	1
			觀音山遊客中心到林梢步道的指標要明顯一些	1
		6.環境整潔	觀音山遊客中心周圍的環境有垃圾	1
			觀音山登山步道有狗屎	1
			觀音山景區硬漢嶺周圍環境有垃圾	1
		7.停車位數量	整體觀音山景區的汽車停車位不足	5
			觀音山遊客中心周圍的汽車停車位不足	5
			整體觀音山景區的汽機車停車位不足	2
		9.提供旅遊資訊服務	觀音山景區可多作宣傳，利用網路讓更多遊客知道，也可主動發送訊息給公司的社團，或社區大樓介紹觀音山	1
		10. 景點內辦理的活動	觀音山景區應多舉辦些活動，如登山或騎自行車，並多打廣告或文宣，讓更多遊客知道	1
		11.整體上	到觀音山風景區的大眾運輸工具少，公車的班次要增加	1
			觀音山遊客中心的 Wi-Fi 收訊要加強	1
			觀音山風景區各景觀的指標可以用石頭來標示	1
			觀音山遊客中心販賣部的氣氛不足，可以營造成喝咖啡的氣氛	1
	其他景點		北海岸風景區有些點可以增設"簡易遊客中心"如石門區的老梅石槽，風景漂亮很適合拍照	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
雲嘉南	臺灣鹽博物館	2.景點內服務設施	有些設施沒有服務人員	1
			冷氣不夠冷	1
			感覺做一半，像是還沒規劃完	1
			可再增加設施	1
			設施過於簡單	1
			增加適合小孩的區域	1
			女廁沒有無障礙廁所	1
			停車場無遮棚	1
			女廁與男廁位置應該要對調，女廁在裡面，若有危險難以逃跑及呼救	1
		3.景點內空間設計	門口看起來很荒涼	1
			台灣鹽博物館內空間小	1
		4.引導指標或動線安排	廁所過於偏遠	1
			洗手間標示不清，而且設在外面不太方便	1
		5.環境美化綠化	樹太少	5
			周遭綠化程度需加強	2
			遮蔭處太少	1
			像是還沒規劃完	1
			整體看起來很荒涼，尤其是門口很像工地	1
		7.停車位數量	停車位置太少	1
		8.廁所清潔程度	衛生紙不夠	1
			廁所燈光不夠	1
		9.提供旅遊資訊服務	不會主動關心	1
			可以提供豐富一點的資訊	1
			增加台灣鹽博物館的導覽人員	1
		11.整體上	台灣鹽博物館的門票稍微貴，可降到 100 元下	4
			公車假日班次可增加	1
			鹽田樂活村空無一人，連工作人員也沒有	1
	布袋遊客中心	2.景點內服務設施	門口感覺好像沒開	1
			路燈亮的慢	1
		3.景點內空間設計	布袋周圍景點景觀空	1
			沒甚麼設計	1
			遮蔭處太少	1
		4.引導指標或動線	指標不清楚	3

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		安排	停車指標不明顯	2
			公有停車場標示不清	2
			不明顯沒有特色	1
			布袋遊客中心大門不明顯	1
		5.環境美化綠化	布袋遊客中心周圍的綠化少	2
			在海邊的關係所以感覺不夠綠化	1
		6.環境整潔	魚市場附近地上髒亂	5
			遊客應當發揮愛心	1
			蚵殼太多	1
		7.停車位數量	停車位不夠	5
			公有停車的地方偏少	2
			停車地方離漁市場太遠	1
			雲嘉南東石景點周圍的汽車停車位少	1
			布袋遊客中心整體的汽車停車位不足	1
		8.廁所清潔程度	廁所有異味	2
			市場的廁所比較髒	2
			衛生紙不夠	1
		9.提供旅遊資訊服務	布袋的活動資訊難以取得	1
		11.整體上	地方商家應跟著提升，商品要新鮮	1
			感覺整體上建設沒有系統的配套措施，想到哪做到哪	1
			路面坑洞太多	1
			館內佈展	1
	北門遊客中心	2.景點內服務設施	北門遊客中心周圍的遮陽設施少	3
			可借用輪椅太少	2
			可休息的座位太少	2
			廁所太少	2
			北門遊客中心可增設小孩遊憩區	2
			沒有飲水機	1
			灑水管已經被踢壞	1
			北門遊客中心屋頂為鐵皮建築，屋內空調不涼	3
			北門遊客中心內可以增設販賣部，賣些飲料和輕食	1
			感覺沒甚麼設施，空空的	1
			北門遊客中心內溫度高，可以增加電扇散熱	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
			吃的東西多一點	1
		3.景點內空間設計	拍照的點有點少	1
			東西太少	1
			廁所太遠	1
			休息地方太少	1
			北門遊客中心空間大，可以規劃一個塗鴉區	1
		4.引導指標或動線安排	指標不清	14
			動線雜亂	5
			遊客中心外的指標不明確	1
			化妝室指標不明顯	1
			指標沒有很明顯	1
			指標應增加，沒有引導	1
		5.環境美化綠化	綠樹不多	11
			草皮沒有養護	3
			北門遊客中心四周樹木少，多種些遮陽物	3
			北門遊客中心周圍的綠化少	2
			感覺光禿禿	1
		6.環境整潔	門口髒	2
			外面放置飲料區一堆垃圾無人固定清理	1
			遊客都會弄髒	1
			垃圾沒清	1
			雜亂	1
		7.停車位數量	停車位太少	29
			北門遊客中心前的汽車停車位少	1
			沒有機車停車位	1
			停車場離太遠	1
		8.廁所清潔程度	遊客中心廁所髒不乾淨	4
			沒有衛生紙	1
			地板沒清	1
			外面的廁所味道太重	1
		9.提供旅遊資訊服務	北門遊客中心沒有太明顯的標示放置旅遊資料的地方	1
			雲嘉南官網介紹景點的資訊不夠多	1
		10.景點內辦理的活動	北門遊客中心可以多辦活動如演唱會	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		11.整體上	北門遊客中心周圍景點少	2
			人很多擁擠	1
			北門遊客中心空間大要規劃一下	1
			缺少文化內涵的建設	1
	其他景點		為了永續經營下去，鰲鼓濕地可和當地居民規劃合作，不論是保養或是維護	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
西拉雅	關子嶺風景區	1.服務人員之服務態度	對日本人而言服務人員不充足	1
		2.景點內服務設施	遊客中心的馬路很小條	1
		5.環境美化綠化	關子嶺綠化不足	1
		7.停車位數量	遊客中心的停車位太少	1
			多處停車場的停車位都太少	1
			停車位數輛看起來夠，但是遊客都把車停到馬路旁	1
		8.廁所清潔程度	紅葉公園的廁所缺水，不夠乾淨	1
			遊客中心的廁所缺水，不夠乾淨	1
			廁所清潔度跟日本人差太多	1
		9.提供旅遊資訊服務	網路資訊太少，也沒改版資訊	1
	尖山埤江南渡假村	2.景點內服務設施	無障礙設施不足；植物園磚塊多不好推輪椅	1
			可增加環湖步道	1
			增設便利商店	1
			在江南渡假村玩的設施較少	1
		3.景點內空間設計	江南渡假村的座椅、涼亭分佈密度不均	1
		5.環境美化綠化	西碼頭烤肉唱卡拉 OK，變得吵雜空氣不好	1
		6.環境整潔	落葉很多，應要加強清潔	1
			西碼頭蒼蠅比較多	1
			露營區的垃圾隨意丟棄	1
		7.停車位數量	江南渡假村的機車停車位有點少	2
			大門停車位太少	1
			因為辦活動導致入園遊客停車不便	1
		8.廁所清潔程度	露營區裡面的公廁很髒	1
			遊客中心的廁所缺水，不夠乾淨	1
			廁所沒有想像乾淨，有異味	1
		11.整體上	露營區附近機械噪音 24 小時不停	2
			園區內接駁車要頻繁些，方便叫車	1
			渡假村房間內 Wi-Fi 訊號不好	1
			接駁車班次要增加，或是班次更有彈性	1
			整體渡假村的廣告不夠，網路行銷要增加	1
			夜宿營區的遊客把私人物品任意放置	1
			早餐的收費太高，希望能把早餐併入露營套餐，並享有折扣優惠	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
	南元花園 休閒農場	2.景點內服務設施	對於餐廳用餐很不滿意，人多擁擠	1
			農場步道有危險性會滑	1
			小朋友遊戲區的設施有些髒、老舊	1
			小木屋床太硬	1
		4.引導指標或動線安排	農場內路標沒很仔細	1
			園區地圖不是很明顯，有點亂	1
		6.環境整潔	因季節影響，農場內有落葉沒有掃	1
			農場內黑蚊多	1
		7.停車位數量	停車位置比較遠	1
		8.廁所清潔程度	餐廳裡面的廁所有待加強	2
			停車場旁的廁所沒有清理	2
			住宿區裡面的公廁很髒	1
			旅館部的廁所設備較老舊	1
			靠近餐廳的廁所比較少	1
		9.提供旅遊資訊服務	沒有什麼旅遊資訊，都邊走邊問	1
		11.整體上	消費高，品質低落	1
			住宿是否沒2人房	1
			門票太貴	1
	曾文水庫 風景區	2.景點內服務設施	曾文水庫地方大，公共設施太少	1
			曾文水庫吃的東西很少 不方便	1
			曾文之眼外面垃圾桶不足	1
			觀景台咖啡 shop 沒營業	1
			來曾文的道路在維修中，會怕	1
			曾文水庫廁所太少	1
			青年活動中心能否增設牛車，增添特色與趣味	1
		4.引導指標或動線安排	路標指引不是很容易理解	1
			想要去的地方不好找	1
		5.環境美化綠化	希望能把青年活動中心周圍的雜草除乾淨	1
		5.環境整潔	曾文水庫的蚊蟲比較多，要定期驅蟲	2
		7.停車位數量	馬路邊能停車的位置太少	1
		8.廁所清潔程度	靠近餐廳的廁所，好像沒人打掃，比較髒亂	1
			青年活動中心的廁所缺水，不夠乾淨	1
		9.提供旅遊資訊服務	曾文水庫門票口要放 DM 給人看，不然開進來不知往哪走	1

國家風景區	訪問景點	建議類別	建議意見或不滿意原因	人數
		10. 景點內辦理的活動	水上活動可以增加，希望能舉辦游泳競賽	1
		11. 整體上	門票售價高，停車費也貴	1
			曾文水庫是否能取消門票收費	1
			曾文水庫清除淤積的工程一定要做好	1
			門票可否抵消費	1
	其他景點		大仙寺往碧雲寺的路上，竹林對行車安全造成威脅	1