

結案報告書

「2008 台灣溫泉美食嘉年華- 山城花語溫泉季」效益評估案



主辦單位：交通部觀光局茂林國家風景區管理處

計畫主持人：助理教授 王智永

協同主持人：助理教授 龐麗琴

講師 龐麗如

講師 龔熒慧

講師 詹玉瑛

執行單位：大仁科技大學 餐旅管理系

中華民國九十八年二月十五日

目 錄

	頁次
目錄.....	2
表目錄.....	5
圖目錄.....	6
摘要.....	9
調查目的.....	13
調查方法.....	14
一、調查設計.....	15
(一) 問卷調查法.....	15
(二) 抽樣之樣本數.....	15
二、活動效益評估.....	16
結果與討論.....	17
壹、遊客部份.....	18
一、樣本統計分析.....	18
(一) 受訪遊客的基本資料.....	18
1. 性別.....	18
2. 年齡.....	18
3. 教育程度.....	18
4. 職業.....	18
5. 婚姻.....	19
6. 每月平均收入.....	19
7. 居住地.....	19
(二) 受訪遊客的旅遊特性.....	19
1. 第幾次參加本活動.....	19
2. 利用的交通工具.....	20
3. 同伴人數、類別.....	20
4. 停留的時間、地點.....	20
5. 有無安排其他景點的旅遊.....	21
6. 有無搭乘免費接駁專車.....	21

7. 如何得知山城花語溫泉季活動的訊息.....	21
8. 辦理下屆活動的單位.....	21
(三) 受訪遊客對溫泉季活動的滿意度.....	28
1. 文化休閒面.....	28
2. 遊憩活動面.....	28
3. 環境景觀面.....	29
(四) 受訪遊客對山城花語溫泉季活動的整體滿意度.....	46
1. 環境景觀整體滿意度.....	46
2. 遊憩活動整體滿意度.....	46
3. 整體滿意度.....	46
(五) 受訪遊客對溫泉季活動的支持度.....	47
1. 未來是否會再度參與本活動.....	47
2. 是否會幫本活動做宣傳.....	47
3. 是否會推薦親友參與本活動.....	47
二、活動效益.....	49
(一) 整體活動效益.....	49
(二) 遊客消費特性及效益推估.....	50
1. 住宿.....	50
2. 泡溫泉.....	51
3. 餐飲.....	51
4. 交通.....	51
5. 旅行團費.....	52
6. 購買農特產品及紀念品.....	52
7. 其他消費.....	52
(三) 溫泉季遊客人數推估.....	52
四、遊客的建議.....	55
貳、業者部份.....	58
一、旅館遊客的特性及消費分析.....	58
二、業者營收增加推估.....	59
三、業者對溫泉季活動的認知.....	63

四、業者對活動的滿意度.....	65
1. 文化休閒面.....	65
2. 遊憩活動面.....	65
3. 環境景觀面.....	65
五、業者對活動的整體滿意度及活動效益認知.....	82
結論與建議.....	87
參考文獻.....	90
附 錄 （活動照片）.....	92

表 目 錄

	頁次
表 1 受訪遊客的基本資料.....	22
表 2 受訪遊客的旅遊特性.....	24
表 3 受訪遊客對活動主辦單位來源認知.....	27
表 4 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-文化休閒面.....	30
表 5 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-遊憩活動面.....	35
表 6 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-環境景觀面.....	41
表 7 受訪遊客對溫泉季活動的整體滿意度.....	48
表 8 受訪遊客對活動整體效益認知.....	49
表 9 受訪遊客消費特性.....	53
表 10 旅館遊客特性分析.....	60
表 11 旅館遊客消費特性分析.....	62
表 12 業者對溫泉季活動的認知.....	64
表 13 業者對溫泉季活動之滿意度-文化休閒面.....	66
表 14 業者對溫泉季活動之滿意度-遊憩活動面.....	70
表 15 業者對溫泉季活動之滿意度-環境景觀面.....	76
表 16 業者對活動整體滿意度.....	83
表 17 業者對活動整體支持度.....	83
表 18 業者對活動整體效益認知.....	83

圖目錄

	頁次
圖 1. 提供休閒去處並有放鬆身心的效果.....	31
圖 2 增進與親友之間的感情.....	31
圖 3 體驗溫泉文化.....	32
圖 4 達到寓教於樂的效果.....	32
圖 5 享受大自然的樂趣.....	33
圖 6 更加瞭解溫泉資源維護的重要性.....	33
圖 7 感受當地泡湯悠閒的氣氛.....	34
圖 8 提供學習溫泉文化知識的機會.....	34
圖 9 政府各項活動的規劃.....	35
圖 10 參與各項和溫泉有關活動的機會.....	36
圖 11 相關人員的服務態度.....	36
圖 12 服務人員的專業性.....	37
圖 13 有足夠的活動廣告或文宣.....	37
圖 14 美食大街的規劃與質感.....	38
圖 15 美食大街餐飲的特色與品質.....	38
圖 16 展示或表演活動的設計、佈置和氣氛.....	39
圖 17 活動的解說導覽 (包含活動指引牌).....	39
圖 18 美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠.....	40
圖 19 本活動可推展為國際性的觀光活動.....	40
圖 20 活動範圍的大小.....	41
圖 21 大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車).....	42
圖 22 免費接駁溫泉專車.....	42
圖 23 交通管制的情形.....	43
圖 24 交通路線的導覽指標.....	43
圖 25 有足夠的停車空間.....	44
圖 26 環境景觀的規劃.....	44
圖 27 環境的清潔與衛生.....	45

圖 28	各項的安全設施.....	45
圖 29	提供休閒去處並有放鬆身心的效果.....	66
圖 30	增進與親友之間的感情.....	67
圖 31	體驗溫泉文化.....	67
圖 32	達到寓教於樂的效果.....	68
圖 33	享受大自然的樂趣.....	68
圖 34	更加瞭解溫泉資源維護的重要性.....	69
圖 35	感受當地泡湯悠閒的氣氛.....	69
圖 36	提供學習溫泉文化知識的機會.....	70
圖 37	政府各項活動的規劃.....	71
圖 38	參與各項和溫泉有關活動的機會.....	71
圖 39	相關人員的服務態度.....	72
圖 40	服務人員的專業性.....	72
圖 41	有足夠的活動廣告或文宣.....	73
圖 42	美食大街的規劃與質感.....	73
圖 43	美食大街餐飲的特色與品質.....	74
圖 44	展示或表演活動的設計、佈置和氣氛.....	74
圖 45	活動的解說導覽 (包含活動指引牌).....	75
圖 46	美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠.....	75
圖 47	本活動可推展為國際性的觀光活動.....	76
圖 48	活動範圍的大小.....	77
圖 49	大眾運輸工具的便利性 (非免費接駁車).....	77
圖 50	免費接駁溫泉專車.....	78
圖 51	交通管制的情形.....	78
圖 52	交通路線的導覽指標.....	79
圖 53	有足夠的停車空間.....	79
圖 54	環境景觀的規劃.....	80
圖 55	環境的清潔與衛生.....	80
圖 56	各項的安全設施.....	81
圖 57	可振興溫泉產業.....	84

圖 58	可增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度.....	84
圖 59	有助遊客對溫泉美食文化的認識.....	85
圖 60	可幫助地方經濟發展.....	85
圖 61	可增加當地就業機會.....	86
圖 62	可帶來當地產業實質收入.....	86

摘要

本調查主要目的乃為交通部觀光局茂林國家風景區管理處及高雄縣政府主辦之「2008 台灣美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動進行效益評估。本調查採隨機抽樣方式蒐集樣本，調查對象分為兩部份：一為遊客，進行文化休閒、遊憩活動、環境景觀等之滿意度及支持度分析；二為業者對於「山城花語溫泉季」的看法，以及本活動之效益評估，以瞭解該活動所帶來之整體效益。施測期間為山城花語溫泉季活動舉辦期間，自 2008 年 11 月 21 日至 2009 年 1 月 24 日止，共計 65 天。

遊客問卷共計發出 350 份，回收 342 份，其中 6 份回答不完整及有任意填答之疑慮，因而視為無效問卷並予以刪除，實收有效問卷 336 份，有效回收率 96%。

「2008 台灣美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動連續舉辦 65 日（為期兩個月），包含 21 天假日及 44 天平日。由於泡溫泉遊客多集中於各家溫泉旅館，為使調查分析更具有效性，本調查透過六龜觀光協會分發施測問卷至各家旅館（包括遊客及業者問卷）；另一方面，研究團隊於各項活動（溫泉季開幕晚會、山城樂夜會、閉幕感恩茶會）中分發問卷予遊客及業者。

業者問卷，乃針對「山城花語溫泉季」活動舉辦範圍之業者進行問卷收集，施測對象為旅館經營者（投資者或負責經營的主管）。問卷共計發出 40 份，回收 27 份，有效回收率為 67.5%。

遊客部份：

於 336 位受訪的遊客中，在性別上，男性有 186 位，佔 55.36%；女性有 150 位，佔 44.64%，以男性居多。在年齡方面，以 31-40 歲的遊客最多；其次分別為 21-30 歲及 41-50 歲的受訪者，而以 61 歲以上的受訪遊客最少。在教育程度方面，以專科或大學的受訪者最多，幾乎佔了半數，其次為高中職、研究所以以上、國中，而以國小程度的受訪遊客最少。在職業方面，以服務業的受訪者居多，其次為軍公教人員、商業、工業、學生、其他、無職業（包括退休人員、家庭主婦或求職中的人）、農林漁牧業。在受訪遊客的每月平均收入方面，以 1~3 萬元的受訪遊客最多，隨著收入的增加，受訪遊客所佔的比率就越少，月收入在 7 萬元以上的受訪遊客最少。

在受訪遊客的居住地方面，以住南部（高雄市、屏東縣市）及北部（基隆、

台北、桃園、新竹、苗栗)的遊客最多，皆分別高達 32.14%；其次為住高雄縣及中部(台中、彰化、南投、雲南)的受訪遊客；中南部(嘉義、台南)次之；參與 2008 山城花語溫泉季的主要客源來自於南部及北部地區。在參加山城花語溫泉季活動的次數上，第一次參加的受訪遊客超過半數(67.26%)，而參加第二次(重遊者)以上的遊客也佔了 32.74%。在受訪遊客利用的交通工具方面，以駕駛自用轎車為最多，其次依序為搭乘遊覽車、騎乘機車、客運、騎自行車。在遊客來溫泉區的同伴人數方面，以兩人同遊的最多，其次為 3~4 人結伴同行。在受訪遊客來溫泉區的同伴類別方面，與親人同遊的最多，其次為與朋友一起來的、與同事前來、與同學共遊的、參加旅行團。在受訪遊客停留溫泉區的時間方面，遊客大多留宿過夜，短暫停留者以停留 2-4 小時的最多。留宿地點以住宿在溫泉旅館最多，其次為住宿在民宿、親友家。留宿期間幾乎都只住宿一夜。

在遊客有無安排其他景點的旅遊方面，以無安排的居多；而有安排的，在安排的景點上，熱門景點包含美濃、甲仙、梅山、啞口、藤枝、茂林、旗山、關子嶺、山地門、屏東、塔關山、墾丁、高雄、天池、大關山隧道、東部、塔羅留溪賞魚步道、浦來溪戰道、南橫。在遊客有無搭乘免費接駁專車方面，受訪遊客中有 86.31%表示沒有搭乘。在如何得知溫泉季活動的管道方面，經由電視/廣播獲知訊息的受訪遊客佔最多，其次為網路、親友告知，文宣海報、報章雜誌、街道兩旁的廣告旗幟得知。在辦理下屆活動的經費來源方面，認為應由政府主辦、民間協辦的最多，其次為民間主辦、政府協辦，認為由民間主辦的遊客比率最少。

在文化休閒面的遊客期待及滿意度方面，共有 8 個題項。遊客對於「享受大自然的樂趣」的期待最高，對於「提供休閒去處而有放鬆身心的效果」、「增進與親友之間的感情」、「體驗溫泉文化」、「達到寓教於樂的效果」、「更加瞭解溫泉資源維護的重要性」、「感受當地泡湯悠閒的氣氛」、「提供學習溫泉文化知識的機會」等 7 項上，也有相當高的期待；在各項的滿意度方面，均獲得遊客的一致贊同，亦即高滿意度，並且也都能滿足遊客的期待，其中尤以「達到寓教於樂的效果」最能符合遊客的先前期待。

在遊憩活動面的遊客期待和滿意度方面，共有 11 個題項。遊客對於「相關人員的服務態度」、「美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠」的期待最高，其次依序為「美食大街的規劃與質感」、「活動的解說導覽(包含活動指引牌)」、「本活動可推展為國際性的觀光活動」、「參與各項和溫泉有關活動的機會」、「服務人員的

專業性」、「展示或表演活動的設計、佈置和氣氛」、「有足夠的活動廣告或文宣」、「美食大街餐飲的特色與品質」、「政府各項活動的規劃」等；遊客對於各項均感到滿意，尤其「相關人員的服務態度」最讓遊客感到符合其期待。

在環境景觀面的遊客期待與滿意度方面，共有 9 個題項。遊客對於「環境的清潔與衛生」、「現場的安全設施」等 2 項的期待最高，其次依序為「有足夠的停車空間」、「環境景觀的規劃」、「免費接駁溫泉專車」、「交通路線的導覽指標」、「大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)」、「交通管制的情形」、「活動範圍的大小」。遊客對於各項均感到滿意，其中遊客對於「有足夠的停車空間」及「交通路線的導覽指標」的滿意度最高。另外，這些項目也都能符合遊客的期待，其中尤其以「交通路線的導覽指標」最能符合遊客的先前期待，其次為「交通管制的情形」和「活動範圍的大小」。

在活動整體滿意度與支持度（忠誠度）方面，無論是對於環境景觀、遊憩活動及整體上，有五成以上遊客感到滿意和非常滿意，僅少數（不到一成）遊客感到不滿意。六成五的遊客會再參與「山城花語溫泉季」活動，並且有六成三的遊客表示會推薦親友來參與。在整體的活動效益方面，七~八成遊客認為「山城花語溫泉季」活動可以帶來效益，尤其認為「可以增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度」，以及「可以幫助地方的經濟發展」，並且「可以帶來當地產業的實質收入」。

2008 山城花語溫泉季活動期間，活動所帶來的經濟效益評估，係指遊客在溫泉區的消費，包括交通費、餐飲、住宿、泡溫泉、旅行團費、購買農特產品及紀念品、其他消費。遊客花在餐飲消費上的成長推估為新台幣 7,880,644 元，住宿費為 2,298,400 元，泡溫泉為 6,459,822 元。換言之，交通部觀光局茂林國家風景區管理處及高雄縣政府主辦之 2008 山城花語溫泉季活動，帶給民間產業豐厚的營運收入，可說是值得繼續推廣的活動。

業者部份：

住宿在寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉區旅館的遊客近六成五是「第一次來的客人」；並且超過七成是「散客」。將近五成的遊客與朋友或親人同遊；九成以上的遊客只住宿一晚，而僅泡湯而不住宿的佔兩成左右。

遊客在旅館的各項消費方面，超過五成的遊客每人平均花在餐飲的消費在 700 元以上，消費在 900 元以上所佔的比率最高。六成五左右的遊客平均每人花在住宿方面借於 1,000~3,000 元之間，而泡溫泉的花費介於 101~300 元之間的居多。「山城花語溫泉季」活動為業者帶來實際的營收成長，“純泡湯”增加了 13.17%，“住宿”大約增加 17.00%，“營業收入”大約增加 15.67%。

在活動訊息廣告方面，業者認為「電視/廣播」是最佳的宣傳管道，其次為「網路」。在主辦單位及經費來源的議題上，接近六成的業者認為應該由政府主辦，認為「政府主辦，民間協辦」的佔有比率最高。近八成的業者一致認為「第四季」最適合舉辦「山城花語溫泉季」活動。業者認為有一些活動可以持續舉辦，尤其「住宿、餐飲、特產優惠」，以及為溫泉季熱鬧地揭開序幕的「溫泉季開幕晚會」。

業者對於「山城花語溫泉季」活動給予高度的肯定，普遍認為溫泉季活動可以提升遊客對於溫泉旅遊的認知。對於此次活動的環境景觀及遊憩活動均感到滿意。在支持度方面，業者幾乎全數表示旅館願意再次「參與山城花語溫泉季」；業者更表示願意「為山城花語溫泉季宣傳」，並且旅館也願意在下次舉辦溫泉季時「推薦他人參與山城花語溫泉季」。整體而言，九成以上的業者認同舉辦溫泉季活動可以為地方帶來莫大的實質利益。

調查目的

自從 2001 年起政府實施週休二日，國人更加重視休閒生活。根據觀光局（2008）調查顯示，2007 年高達九成的國人曾參與國內旅遊。有 75% 的國人喜歡利用周末及假日從事休閒旅遊活動；並且將近九成的國人喜歡個別旅遊，即個人或與親友一同旅遊。由於大多數的國人旅遊平均天數不到兩天（1.52 天），約有七成只停留一天，因此國人喜歡選擇在居住地鄰近景點從事旅遊，這種現象尤以南部地區最為顯著（觀光局，2008），其中不乏從事泡溫泉、做 SPA 之休閒活動。

溫泉休閒活動從以往僅做為日常洗滌的目的，漸漸地越加休閒化、年輕化及普及化（觀光局，1999），溫泉旅遊成為一項重要的遊憩活動選擇。台灣擁有相當豐富的溫泉資源，泡湯文化也已逾百年歷史。近十年來，在政府積極推動溫泉產業政策下，使得國人參與溫泉休閒活動日益頻繁。

近年來，政府致力於推動溫泉休閒活動，觀光局更將 1999 年訂為觀光溫泉年，足見對於溫泉產業之重視，這也鼓勵了國人經常參與溫泉休閒活動。根據研究顯示（Hsieh, Lin & Lin, 2008）2004 年從事溫泉旅遊的國人超過 1,500 萬人次，可見台灣溫泉產業具有很大的潛力。

今年（2008 年）已是「山城花語溫泉季」活動連續第三年舉辦。本調查進行過程包含研究概念形成、確定研究主題、文獻搜集與整理、編製問卷、問卷施測、資料分析與討論等。為了確定受訪者能夠完全了解本調查目的，並擁有充分的認知能力，以回答本調查的問卷內容，故本調查以「2008 台灣美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動期間，年滿 18 歲以上且參加該活動的遊客為主要受訪對象。本調查以問卷調查所蒐集的資料，分析遊客對於該溫泉美食活動的文化休閒面、遊憩活動面、環境景觀面等之整體滿意度，並探討遊客的支持度，同時亦分析個人背景及消費特性對該溫泉美食活動所帶來之效益。另外，亦探討本活動為當地溫泉旅館業者帶來實質收益之推估。

調査方法

一、調查設計

(一) 問卷調查法

本調查之問卷內容主要係參考國內外相關文獻，並配合山城花語溫泉季之特性設計而成。問卷分別針對遊客及溫泉業者而設計。遊客問卷共分成六個部份，遊客基本資料、旅遊特性等兩個部份，以名目尺度及比率尺度衡量；而在文化休閒面、遊憩活動面、環境景觀面等之期待與滿意度、活動整體滿意度與遊客的支持度（忠誠度）、活動效益等部份，則採用李克特（Likert Scale）五點尺度的評分方式，以「非常高」、「高」、「普通」、「低」、「非常低」五個尺度，分別依次給予 5、4、3、2、1 分。本調查採隨機抽樣方式進行樣本蒐集。所獲得之調查資料利用 SPSS 套裝軟體進行統計分析。而於問卷之最後，設計有「您的建議」的部份，訪談受訪者 2 個面向的問題：(1) 在本活動中對於交通、活動內容、環境、宣傳、場地規劃等，有哪些需要改進的？(2) 本活動如要吸引更多的泡湯遊客前來，遊客認為主辦單位要如何做，而當地業者(居民)要如何配合，才可能達成目標？。業者問卷共分成七個部份，受訪者基本資料、遊客的特性、活動的認知等三個部份，以名目尺度及比率尺度衡量；其他部份則欲瞭解業者對於本活動的滿意度及支持度，與遊客問卷相同採用李克特五點尺度的評分方式。問卷最後，亦設計三個題項，前兩項與遊客問卷題項相同，第三項設計為「其他建議或看法」。

(二) 抽樣的樣本數

本調查係針對參與「山城花語溫泉季」的遊客進行訪談，在有限的母群體之時，抽樣的樣本數之公式（吳名隆，2007）如下：

$$n \geq \frac{N}{\left[\frac{\alpha}{k} \right]^2 \frac{N-1}{P(1-P)} + 1}$$

N 為母群體的樣本數，其根據溫泉區旅館房間數及可容納人數進行推估。為能得出最可信的樣本大小，P 通常設為 0.50，顯著水準 α 設為 0.05，信賴係數為 $1-0.05=0.95$ 時， $k=1.96$ 。由上述公式，可求得 $n \geq 284$ ，亦即採用隨機取樣的方法，抽樣的問卷調查樣本數最好要有 284 人以上；而本調查訪問的問卷共有 342 份，去除受訪者為 18 歲以下及填寫的資料不完全之問卷，訪問的有效問卷共有 336

份，所調查的有效樣本大於 284 份，故本調查的分析結果應可作為有效的解釋。

二、活動效益評估

效益評估分成兩個部份，一為遊客/業者對於活動整體的認知、滿意度及支持度。另一為山城花語溫泉季活動期間，遊客在寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉區的消費，其所帶來的效益，將分成七個部份：(一)交通 (二)餐飲 (三)住宿 (四)泡溫泉 (五)旅行團費 (六)購買農特產品及紀念品 (七)其他消費。調查的方法係利用市場調查方法中的人員訪問法及問卷調查法。調查的對象係以到寶來、蘇羅婆、不老、竹林參加 2008 山城花語溫泉季各項活動或住宿於溫泉旅館的遊客。另外，亦針對溫泉業者發放問卷，以瞭解本活動的各項效益並進行推估。

結果與討論

壹、遊客部份

一、樣本統計分析

在 2008 山城花語溫泉季活動中之受訪遊客的基本資料、旅遊特性、對溫泉季活動的期待與滿意度、對溫泉季活動的整體滿意度及其支持度（忠誠度），均採用 SPSS 套裝軟體的描述性統計分析方法，進行各項分析。

（一）受訪遊客的基本資料

1. 性別

於 336 位受訪的遊客中，在性別上，男性有 186 位，佔 55.36%；女性有 150 位，佔 44.64%，以男性居多，如表 1 所示。

2. 年齡

在年齡方面，18~20 歲受訪者佔 8.33%，21~30 歲佔 23.216%，31~40 歲佔 38.10%，41~50 歲佔 18.45%，51~60 歲佔 8.93%，61 歲以上的受訪者僅佔 2.98%；以 31~41 歲的遊客最多，其次分別為 21~30 歲及 41~50 歲的受訪者，而以 61 歲以上的受訪遊客最少，如表 1 所示。

3. 教育程度

在教育程度方面，以專科或大學的受訪者最多，幾乎佔半數，佔 48.21%；其次為高中職，佔 32.14%；研究所以上的佔 8.33%，國中程度的佔 10.12%；而以國小程度的受訪遊客最少，只佔 1.19%；其分布狀況如表 1 所示，。

4. 職業

在職業方面，以從事服務業的受訪者居多，佔 22.62%；其次為軍公教人員，佔 17.86%；商業的佔 16.07%；工業佔 14.29%；學生佔 9.52%；其他佔 7.74%；無職業（包括退休人員、家庭主婦或求職中的人）的佔 7.05%；農林漁牧業則最少佔 4.76%；受訪者職業的分布情形如表 1 所示。

5. 婚姻

在婚姻方面，以已婚的受訪者最多，超過一半，佔 58.93%；其次為單身的受訪者，佔 38.10%；其他的佔 2.98%，受訪者婚姻的分布情形如表 1 所示。

6. 每月平均收入

在受訪遊客的每月平均收入方面，以 1~3 萬元的受訪遊客最多，佔 29.76%；隨著收入的增加，受訪遊客所佔的比率就越少，1 萬元以下的佔 12.5%，3~4 萬元的佔 18.45%，4~5 萬元的佔 15.48%，5~6 萬元的佔 10.12%，6~7 萬元的佔 5.95%，9 萬元以上的受訪遊客佔 4.17%，7~9 萬元的受訪遊客最少，僅佔 2.98%。在經濟不景氣的情況下，有錢者仍舊不少，月收入在 3 萬元以上的將近六成，佔了 57.15%，這可能與 M 型社會的趨勢有關。而 1 萬以下也佔了相當的比率，這可能與受訪對象有一成為學生有關。受訪者的每月平均收入之分布情形如表 1。

7. 居住地

在受訪遊客的居住地方面，來自北部（基、北、桃、竹、苗）和南部（高市、屏）的最多，分別都佔了 32.14%；其次依序為住高雄縣（11.90%）、中部（中、彰、投、雲）（11.31%）、中南部（嘉、南）（7.74%）、東部（宜、花、台東）（3.57%）、離島（澎、金、馬）（1.19%）的受訪遊客；受訪者居住地的分布情形如表 1 所示。由此可知，來參與 2008 山城花語溫泉季活動的遊客以北部及南部居多，故要如何增加其他縣市的遊客前來泡湯，尤其中部地區及鄰近的中南部地區的遊客，在宣傳上仍有待加強。

(二) 受訪遊客的旅遊特性

1. 第幾次參加本活動

在參加山城花語溫泉季活動的次數上，第一次參加的受訪遊客佔了相當高的比率（67.26%）；由此可見，茂林國家風景區管理處及高雄縣政府今年在文宣廣告上所做的工作及努力，發揮了效果。第二次參加的受訪遊客佔 19.64%，而第三次參加的佔 13.10%，受訪者在參加山城花語溫泉季活動的次數分布情形如表 2 所示。由此可知，如何吸引遊客每年均來參與本活動，在每年的活動規劃上要力求變化，並且各個活動主題應融入地方特色、自然景觀及文化色彩。建議可以減

少與溫泉不相關的活動，並將該經費用於活動的宣傳，這是主辦單位需要再考慮之處。

2. 利用的交通工具

在受訪遊客利用的交通工具方面，開自用轎車的遊客高達 67.26%；其次為遊覽車佔 13.10%；其機車佔 11.31%，客運佔 5.95%，騎自行車的受訪遊客佔 1.79%，其他佔 0.60%；受訪遊客利用交通工具的分布情形如表 2 所示，由上述資料得知，開自用轎車最多，因此在沿途的路標導引，以及文宣上的地圖標示就愈顯重要。另外，由於結伴旅遊（散客）居多，所以宣傳當考慮以容易接觸大眾的廣告為主要訴求，例如加強全省性的電子媒體（電視、電台）、車廂廣告（公車、台北捷運、高鐵、火車）、網路等。

3. 同伴人數、類別

在受訪遊客來泡溫泉的同伴人數和同伴類別方面，一人獨行的僅佔 11.31%；高達 88.69%遊客結伴同遊，以兩人同遊的比率最高，佔 21.43%；其次依序為三人同行佔 14.29%；四人同行佔 13.10%；五人同行佔 11.31%；六人同行佔 4.76%；七人同行佔 2.98%；七人以上同行佔 19.71%。其中與朋友同遊的最多，佔 35.12%；其次為與親人一起來的佔 35.71%，和同事前來泡湯的佔 18.45%；與同學共遊的佔 4.76%，與旅行團一起來的佔 4.17%，其它佔 1.79%。受訪遊客的同伴類別之分布狀況，如表 2 所示。

4. 停留的時間、地點

在受訪遊客停留會場的時間方面，以留宿過夜最多，佔 71.43%；其次為停留 2-4 小時的 11.90%，停留 2 小時以下的佔 5.95%，停留 5-6 小時及 7~8 小時的分佔 5.36%。受訪遊客停留會場的時間分布情形，如表 2 所示。遊客幾乎只留宿一夜，佔 95.83%；留宿兩夜僅佔 4.17%。留宿地點以住宿在溫泉旅館居多，佔 66.67%；住宿在民宿的佔 27.50%；在親友家留宿的佔 5.83%，如表 2 所示。遊客來到當地除了泡溫泉以外，如何讓遊客將停留時間延長，是主辦單位極需檢討的問題。

5. 有無安排其他景點的旅遊

在遊客有無安排其他景點的旅遊方面，無安排的最多，佔 68.45%；有安排的佔了 31.55%，其分布情形如表 2 所示。在遊客安排的景點上，熱門景點包含美濃、甲仙、梅山、啞口、藤枝、茂林、旗山、關子嶺、山地門、屏東、塔關山、墾丁、高雄、天池、大關山隧道、東部、塔羅留溪賞魚步道、浦來溪戰道、南橫。然而，中部以北地區及嘉南地區遊客佔了半數，主辦單位可提供鄰近景點的相關資訊，並設計旅遊建議行程，增加規劃其他景點的軟硬體建設，以吸引更多外縣市的遊客前來泡湯及旅遊。

6. 有無搭乘免費接駁專車

在遊客有無搭乘免費接駁專車方面，無搭乘的最多，佔 86.31%；有搭乘的佔了 13.69%，其分布情形如表 2 所示。雖然主辦單位用心安排，提供遊客便捷的服務，然而由於遊客幾乎自有交通工具，因此較少利用免費接駁專車。此項服務的效益並不如預期地彰顯，值得再評估。

7. 如何得知山城花語溫泉季活動的訊息

在得知山城花語溫泉季活動的管道方面，主辦單位在各種媒體所做的文宣廣告，發揮了功效，如表 2。受訪遊客透過電視或廣播得知的佔了 25.32%。另外，從網路獲知的佔 16.71%；親友告知的佔 16.20%；從文宣海報獲知的佔 12.66%；由報章雜誌得知的佔 11.65%；由街道兩旁的廣告旗幟得知的佔 11.14%。然而，網際網路是無遠弗屆的，如果未來「山城花語溫泉季」要吸引更多的遊客，主辦單位可多加強網路的行銷。

8. 辦理下屆活動的單位

在辦理下屆活動的經費來源方面，有超過六成的受訪遊客認為應由政府主辦下屆的活動，可見高雄縣政府及茂林國家風景區管理處過去的努力及承辦活動的人員之辛勞，已獲得遊客的肯定。有 42.26%的受訪遊客認為應由政府主辦、民間協辦；有 27.38%的受訪遊客贊成由民間主辦、政府協辦；20.83%的受訪者贊成由政府主辦；而只有 9.52%的受訪者認為可由民間主辦即可。受訪遊客認為辦理下屆活動的單位之頻度分佈，如表 2 所示。

表 1 受訪遊客的基本資料

n=336

Item	frequency	Percent
性別		
男	186	55.36
女	150	44.64
年齡		
18-20 歲	28	8.33
21-30 歲	78	23.21
31-40 歲	129	38.10
41-50 歲	62	18.45
51-60 歲	29	8.93
61 歲以上	10	2.98
教育程度		
國小	4	1.19
國中	34	10.12
高中職	107	32.14
專科或大學	163	48.21
研究所以上	2	8.33
職業		
學生	33	9.52
農林漁牧	16	4.76
工業	47	14.29
商業	54	16.07
軍公教	59	17.86
服務業	77	22.62
無	24	7.05
其他	26	7.74

表 1 受訪遊客的基本資料（續）

n=336

Item	frequency	Percent
婚姻狀況		
已婚	198	58.93
單身	127	38.10
其他	11	2.98
平均月收入		
1 萬元以下	41	12.50
1～3 萬元	101	29.76
3～4 萬元	62	18.45
4～5 萬元	51	15.48
5～6 萬元	35	10.12
6～7 萬元	20	5.95
7～9 萬元	10	2.98
9 萬元以上	14	4.17
無	2	0.60
居住地		
北部(基、北、桃、竹、苗)	109	32.14
中部(中、彰、投、雲)	38	11.31
中南部 (嘉、南)	26	7.74
高雄縣	40	11.90
南部 (高市、屏)	107	32.14
東部(宜、花、台東)	12	3.57
離島(澎、金、馬)	4	1.19

表 2 受訪遊客的旅遊特性

n=336

Item	mean	SD	frequency	percent
參加次數	1.46 $\pm$	0.75		
第一次			226	67.26
第二次			67	19.64
第三次			43	13.10
使用交通工具				
機車			38	11.31
客運			20	5.95
遊覽車			45	13.10
自用轎車			225	67.26
自行車			6	1.79
其他			2	0.60

表 2 受訪遊客的旅遊特性（續）

n=336

Item	mean		SD	frequency	percent
同伴人數	7.96 $\pm$		10.05		
1				39	11.31
2				72	21.43
3				49	14.29
4				44	13.10
5				37	11.31
6				15	4.76
7				10	2.98
8				4	1.19
10				6	1.79
12				2	0.60
15				2	0.60
16				2	0.60
17				2	0.60
19				6	1.79
20				2	0.60
24				2	0.60
25				4	1.19
28				2	0.60
30				10	2.98
34				6	1.79
35				14	4.17
36				2	0.60
40				2	0.60
50				2	0.60

表 2 受訪遊客的旅遊特性（續）

n=336

Item	frequency	percent
同伴關係		
親人	121	35.71
同事	62	18.45
同學	16	4.76
朋友	117	35.12
旅行團成員	14	4.17
其他	6	1.79
停留時間		
>2 小時以下	20	5.95
2~4 小時	40	11.90
5~6 小時	19	5.36
7~8 小時	17	5.36
留宿過夜	240	71.43
留宿地點		
民宿	67	27.50
旅館	160	66.67
親友家	13	5.83
停留期間		
一夜	230	95.83
二夜	10	4.17

表 2 受訪遊客的旅遊特性（續）

n=336

Iteam	frequency	percent
其他景點觀光		
有	106	31.55
無	230	68.45
搭乘免費接駁專車		
有	46	13.69
無	290	86.31
活動訊息獲得管道		
電視/廣播	101	25.32
報章雜誌	47	11.65
文宣海報	50	12.66
網路	65	16.71
親友告知	64	16.20
街道廣告旗幟	43	11.14
其他	24	6.08

表 3 受訪遊客對活動主辦單位來源認知

n=336

Iteam	frequency	percent
下次主辦經費來源		
民間主辦	33	9.52
政府主辦	70	20.83
民間主辦，政府協辦	91	27.38
政府主辦，民間協辦	142	42.26

(三) 受訪遊客對溫泉季活動的滿意度

1. 文化休閒面

在文化休閒方面，共有 8 個議題：(1) 提供休閒去處而有放鬆身心的效果；(2) 增進與親友之間的感情；(3) 體驗溫泉文化；(4) 達到寓教於樂的效果；(5) 享受大自然的樂趣；(6) 更加瞭解溫泉資源維護的重要性；(7) 感受當地泡湯悠閒的氣氛；(8) 提供學習溫泉文化知識的機會。

由表 4 及圖 1~圖 8 得知，在 8 項議題 5 點（最低 1 點，最高 5 點）尺度上，受訪者對於每個項目都有高期待，其中對「享受大自然的樂趣」期待最高，達 4.4 點，其次依序為「感受當地泡湯悠閒的氣氛」3.98 點，「增進與親友之間的感情」3.96 點，「更加瞭解溫泉資源維護的重要性」3.96 點，「提供休閒去處並有放鬆身心的效果」3.90 點，「體驗溫泉文化」3.89 點，「提供學習溫泉文化知識的機會」3.89 點。遊客在每個項目上也都感到滿意，平均值在 3.58~3.78 點之間，其中以「享受大自然的樂趣」的滿意度最高，達 3.78 點，第二感到滿意的是「感受當地泡湯悠閒的氣氛」3.71 點，第三為「增進與親友之間的感情」3.70 點。由此可知，大自然的吸引力是吸引遊客的主要因素，主辦單位在行銷上應特別強調自然資源的包裝。

2. 遊憩活動面

在遊憩活動方面，共有 11 個題項：(1) 政府各項活動的規劃；(2) 參與各項和溫泉有關活動的機會；(3) 相關人員的服務態度；(4) 服務人員的專業性；(5) 有足夠的活動廣告或文宣；(6) 美食大街的規劃與質感；(7) 美食大街餐飲的特色與品質；(8) 展示或表演活動的設計、佈置和氣氛；(9) 活動的解說導覽（包含活動指引牌）；(10) 美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠；(11) 本活動可推展為國際性的觀光活動。

由表 5 及圖 9~圖 19 得知，在「本活動可推展為國際性的觀光活動」的議題上，獲得遊客的支持，達到 3.38 點。遊客對於各項目的期待在 3.76~3.87 點之間。而各項亦獲得遊客的高滿意度，介於 3.36~3.64 點，其中對「相關人員的服務態度」的滿意度最高（3.64 點），其次依序為「服務人員的專業性」（3.56 點）、「美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠」（3.48 點）、「參與各項和溫泉有關活動的機

會」(3.43 點)、「有足夠的活動廣告或文宣」(3.42 點)、「活動的解說導覽 (包含活動指引牌)」(3.41 點)、「展示或表演活動的設計、佈置和氣氛」(3.40 點)、「美食大街的規劃與質感」(3.39 點)、「美食大街餐飲的特色與品質」(3.37 點)、「政府各項活動的規劃」(3.36 點)。最後幾項與美食大街有關，或許可建議美食大街店家研發當地特色料理，並注意環境的衛生，提供遊客良好的用餐品質。另外，表演活動的設計、佈置、氣氛和地點的選擇，當考慮人潮聚集之處及遊客的交通便利性，活動的宣傳也是主辦單位需重視的，例如加強在各家旅館放置宣傳文宣。

3. 環境景觀面

在環境景觀方面，共有 9 個題項：(1) 活動場地的尺寸；(2) 大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)；(3) 免費接駁溫泉專車；(4) 交通管制的情形；(5) 交通路線的導覽指標；(6) 有足夠的停車空間；(7) 環境景觀的規劃；(8) 環境的清潔與衛生；(9) 各項的安全設施。

由表 6 及圖 20~圖 28 得知，遊客對各項的期待在 3.63~3.83 點之間，其中對「環境的清潔與衛生」(3.83 點)及「各項的安全設施」(3.83 點)的期待最高，其次是「有足夠的停車空間」(3.80 點)。遊客對於各項也都感到高滿意度，介於 3.34~3.52 點，對「有足夠的停車空間」滿意度最高 (3.52 點)；第二感到滿意的是「交通路線的導覽指標」(3.51 點)；其次依序為「交通管制的情形」(3.47 點)、「各項的安全設施」(3.46 點)、「環境景觀的規劃」(3.45 點)、「環境的清潔與衛生」(3.45 點)、「免費接駁溫泉專車」(3.40 點)、「活動範圍的大小」(3.36 點)、「大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)」(3.34 點)。由上可知，在整個活動中，停車空間和交通路線的導覽指標受到遊客的肯定；相較之下，大眾運輸工具的便利性是主辦單位需要再考慮規劃的部份，例如外縣市遊客除了可以自行開車前往外，如果在文宣上提供遊客可搭乘的接駁交通工具之具體建議，當可吸引不會開車、無自用交通工具及外籍的遊客前往。

表 4 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-文化休閒面

n=336

Item	期待			滿意度			GAP		
	mean	±	SD	mean	±	SD	mean	±	SD
1.提供休閒去處並有放鬆身心的效果	3.90	±	0.73	3.58	±	0.80	0.32	±	0.92
2.增進與親友之間的感情	3.96	±	0.72	3.70	±	0.80	0.26	±	0.96
3.體驗溫泉文化	3.89	±	0.80	3.60	±	0.87	0.30	±	0.92
4.達到寓教於樂的效果	3.80	±	0.81	3.61	±	0.86	0.19	±	0.87
5.享受大自然的樂趣	4.04	±	0.72	3.78	±	0.81	0.26	±	0.91
6.更加瞭解溫泉資源維護的重要性	3.96	±	0.76	3.68	±	0.83	0.28	±	1.01
7.感受當地泡湯悠閒的氣氛	3.98	±	0.72	3.71	±	0.84	0.27	±	1.02
8.提供學習溫泉文化知識的機會	3.89	±	0.79	3.64	±	0.83	0.25	±	1.02
總計	31.42	±	4.65	29.30	±	5.64	2.11	±	6.31

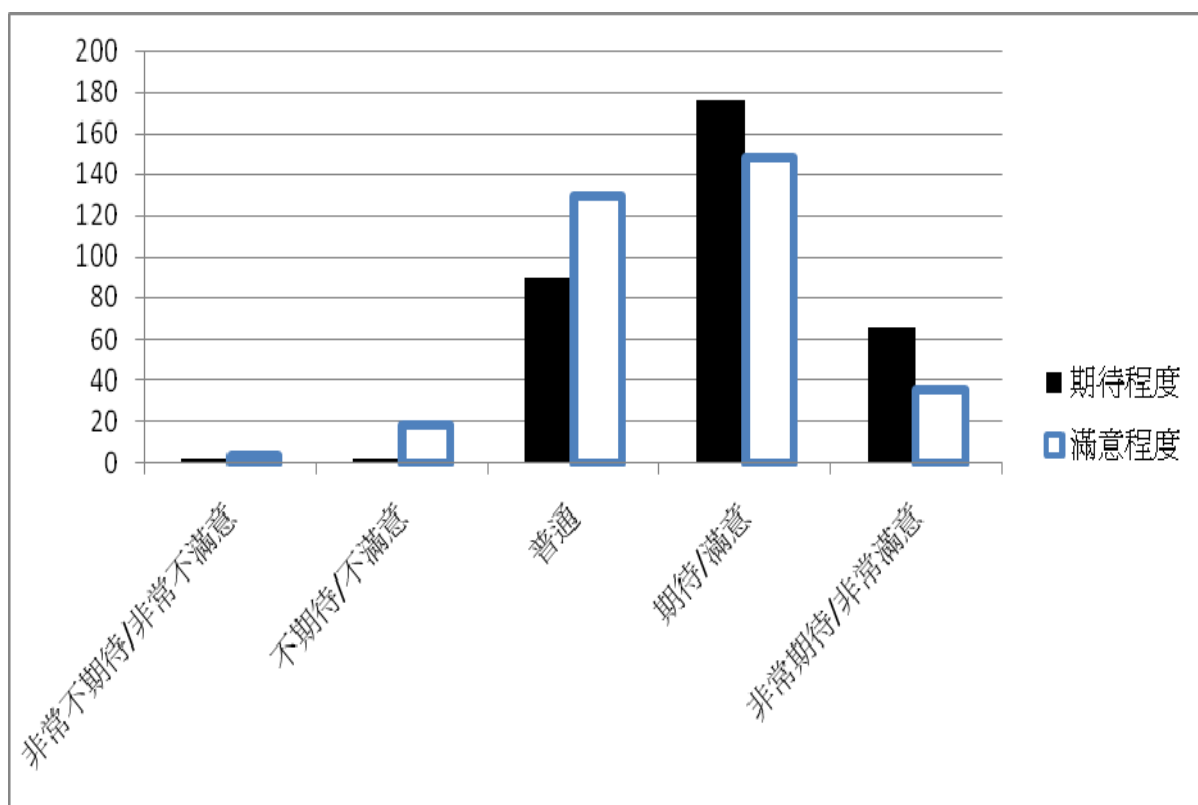


圖 1 提供休閒去處並有放鬆身心的效果

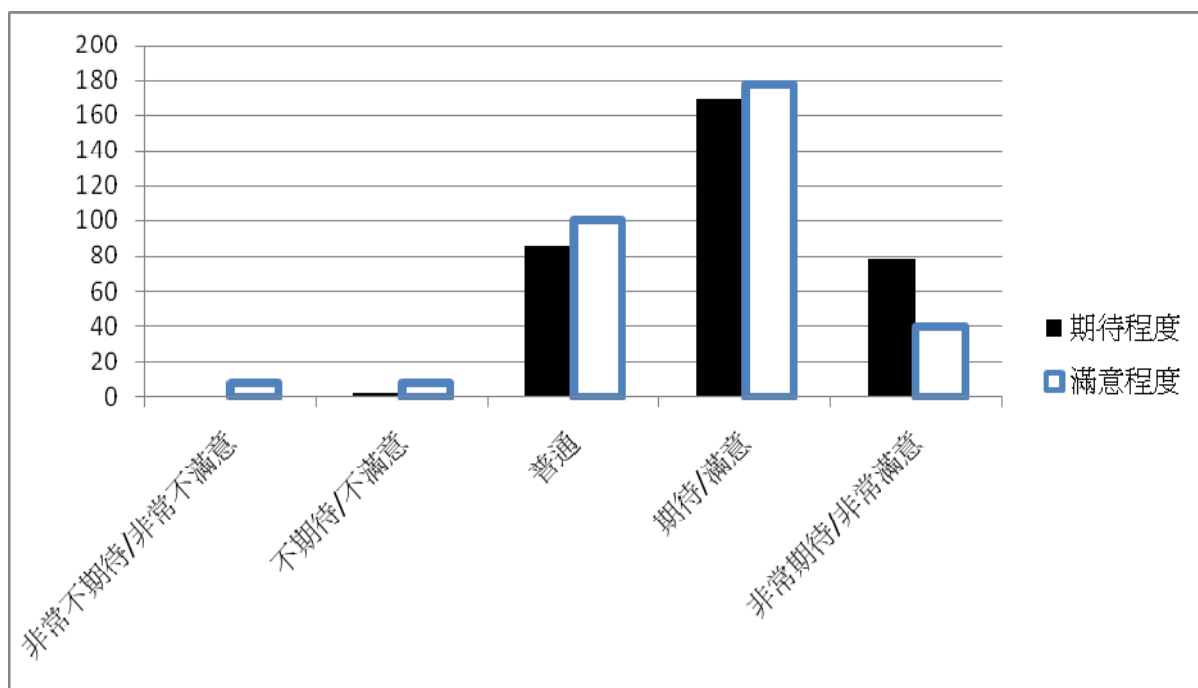


圖 2 增進與親友之間的感情

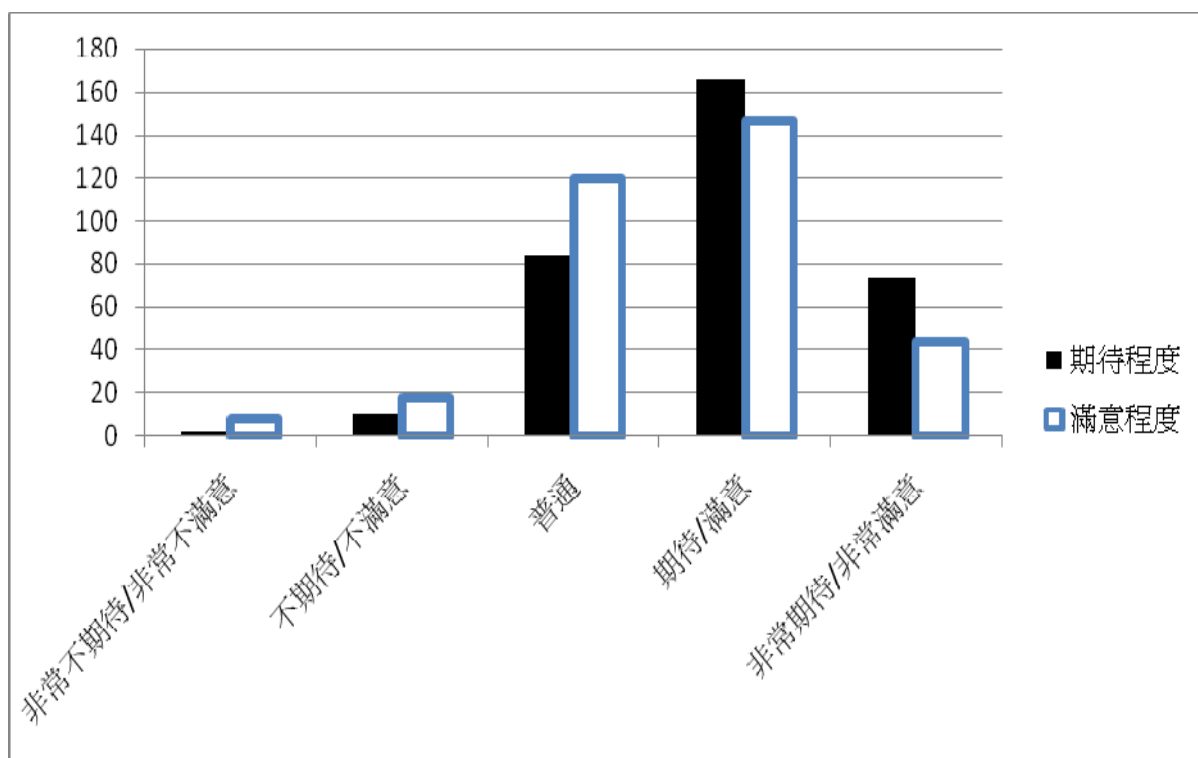


圖 3 體驗溫泉文化

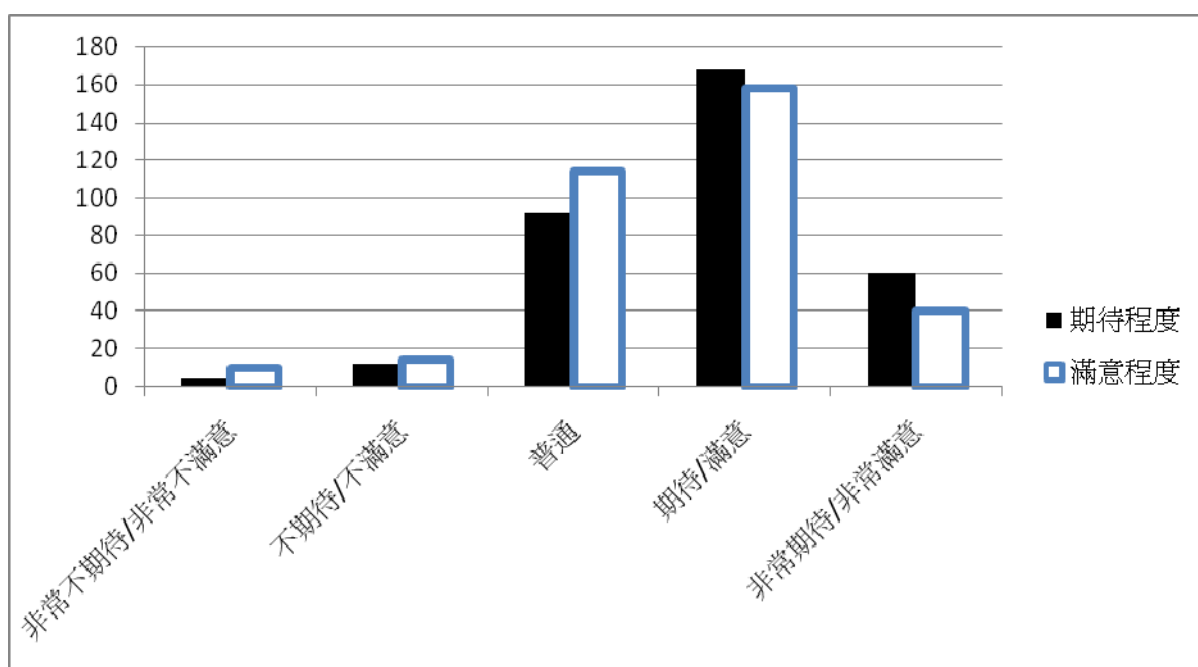


圖 4 達到寓教於樂的效果

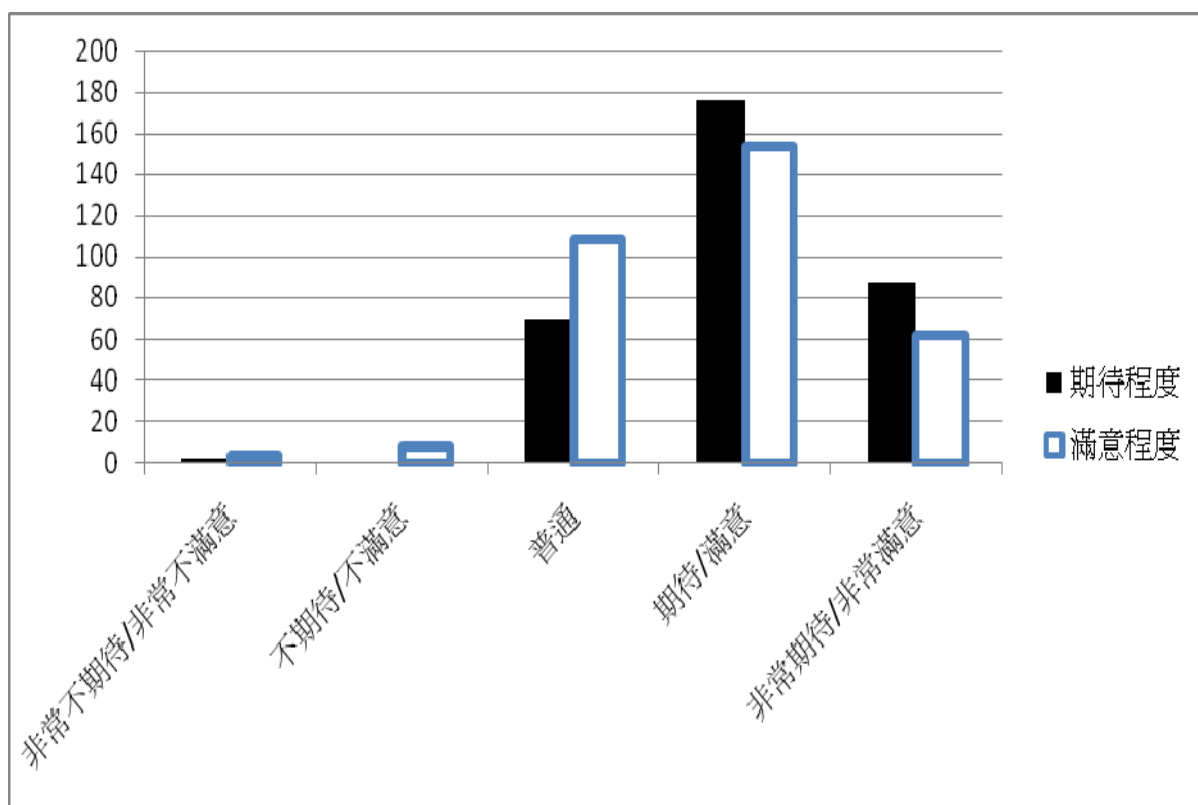


圖 5 享受大自然的樂趣

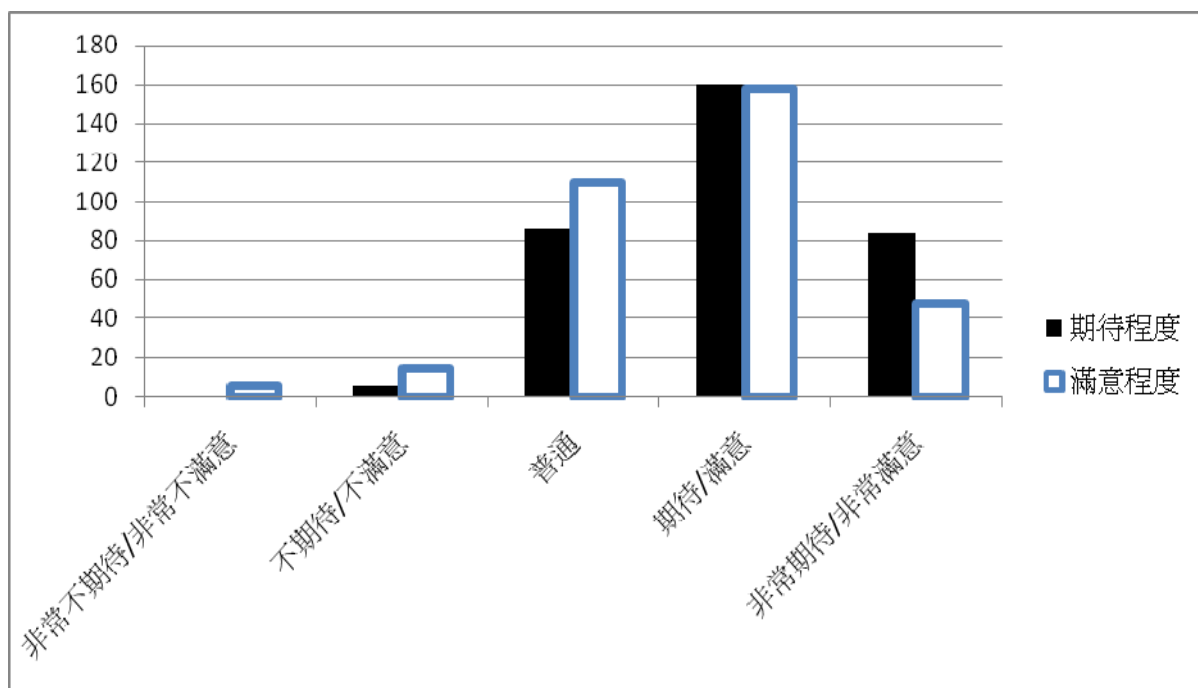


圖 6 更加瞭解溫泉資源維護的重要性

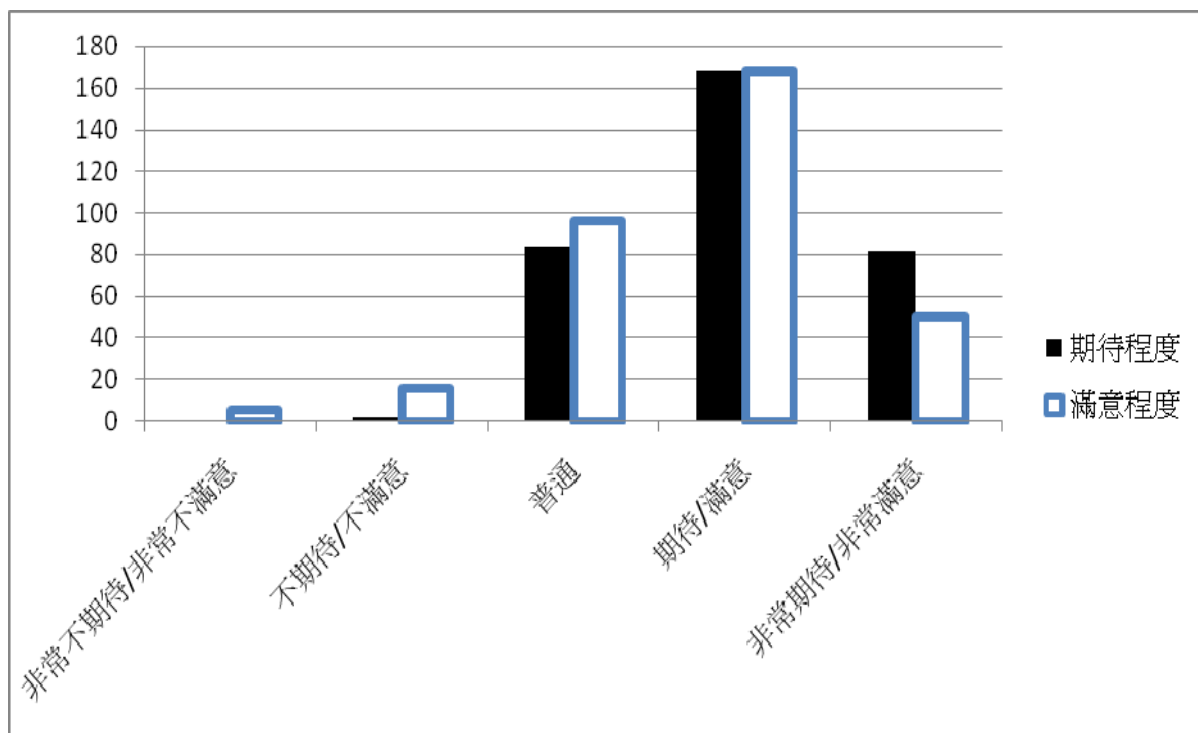


圖 7 感受當地泡湯悠閒的氣氛

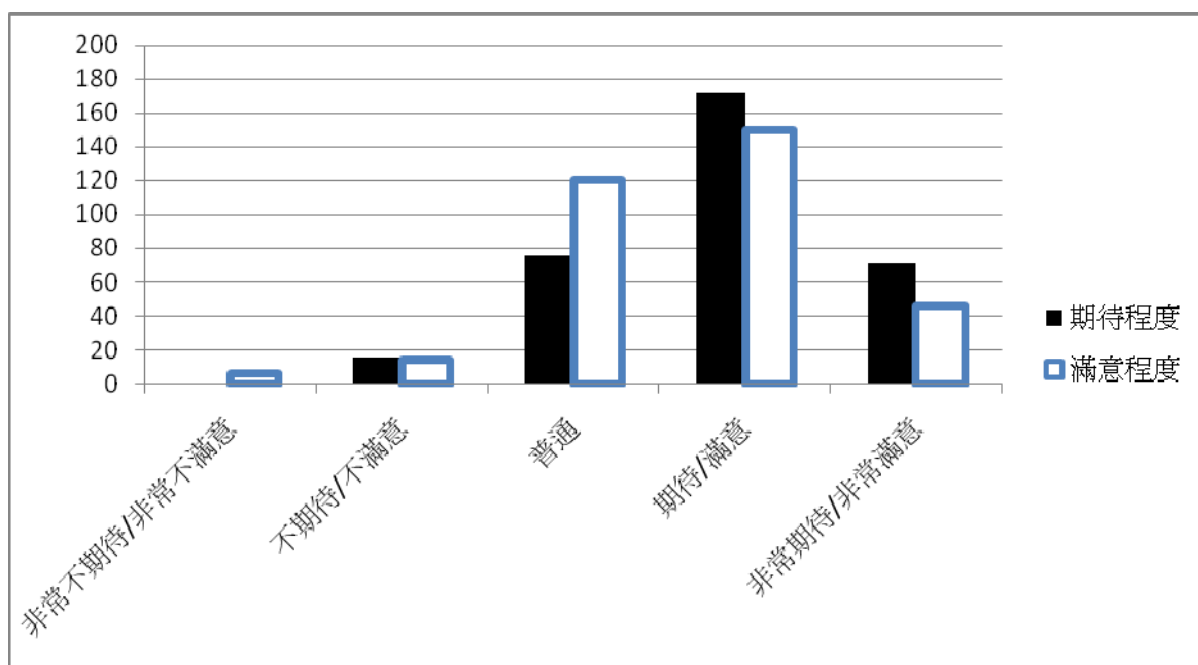


圖 8 提供學習溫泉文化知識的機會

表 5 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-遊憩活動面

n=336

Item	期待			滿意度			GAP		
	mean	±	SD	mean	±	SD	mean	±	SD
1.政府各項活動的規劃	3.76	±	0.84	3.36	±	0.88	0.39	±	1.04
2.參與各項和溫泉有關活動的機會	3.83	±	0.75	3.43	±	0.87	0.40	±	0.96
3.相關人員的服務態度	3.87	±	0.78	3.64	±	0.77	0.43	±	0.94
4.服務人員的專業性	3.83	±	0.79	3.56	±	0.82	0.27	±	0.87
5.有足夠的活動廣告或文宣	3.79	±	0.79	3.42	±	0.90	0.38	±	1.05
6.美食大街的規劃與質感	3.86		0.81	3.39	±	0.93	0.47	±	1.10
7.美食大街餐飲的特色與品質	3.77		0.78	3.37	±	0.85	0.40	±	0.98
8.展示或表演活動的設計、佈置和氣氛	3.80		0.77	3.40	±	0.88	0.40	±	0.97
9.活動的解說導覽（包含活動指引牌）	3.85	±	0.72	3.41	±	0.86	0.43	±	0.96
10.美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠	3.87	±	0.70	3.48	±	0.85	0.39	±	1.02
11.本活動可推展為國際性的觀光活動	3.85	±	0.78	3.38	±	0.92	0.48	±	1.01
總計	42.07	±	6.92	37.86	±	8.10	4.26	±	8.66

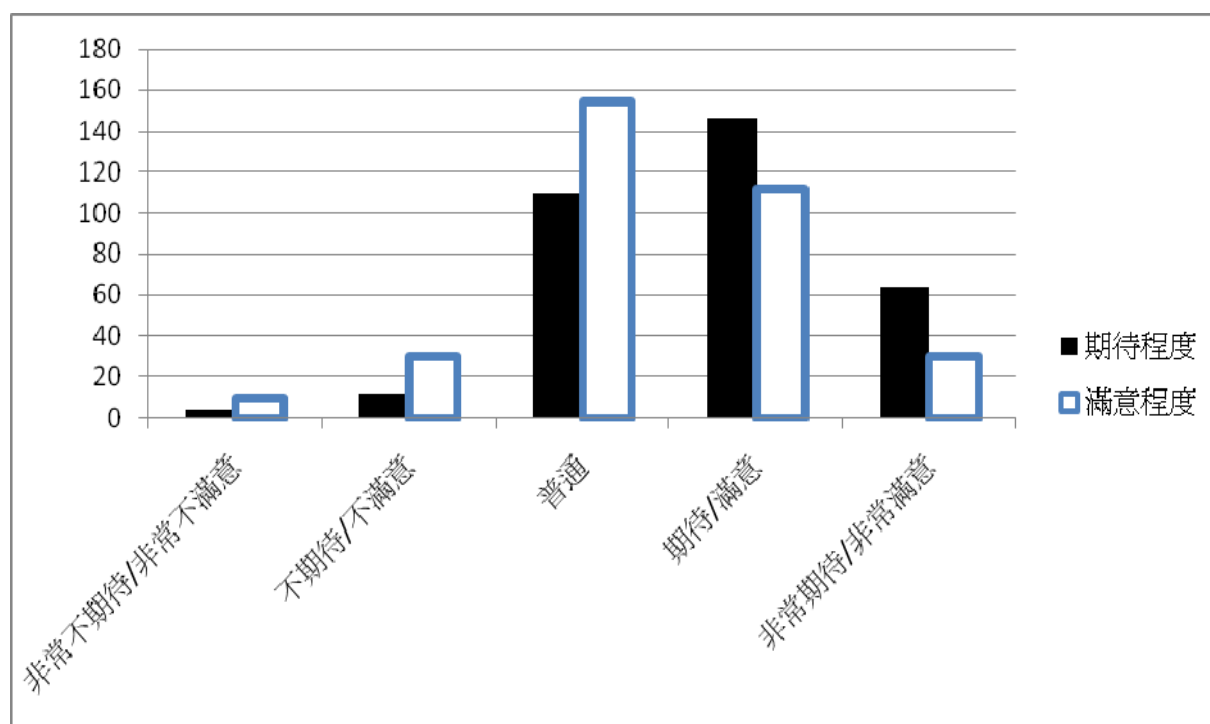


圖 9 政府各項活動的規劃

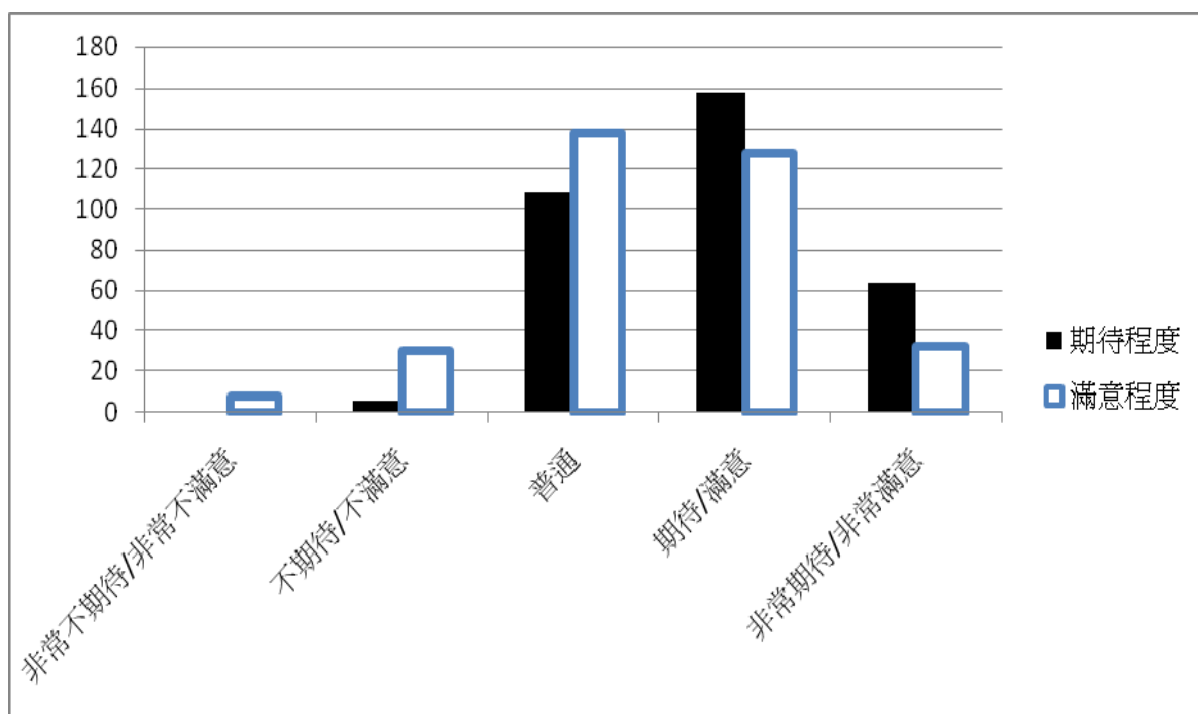


圖 10 參與各項和溫泉有關活動的機會

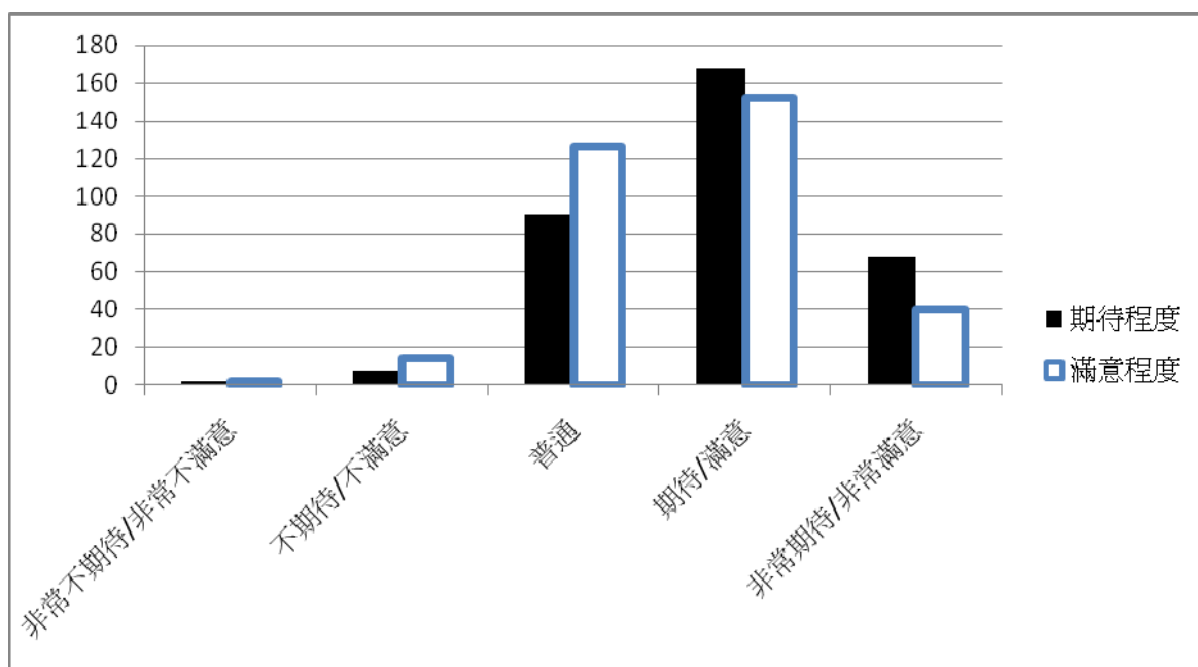


圖 11 相關人員的服務態度

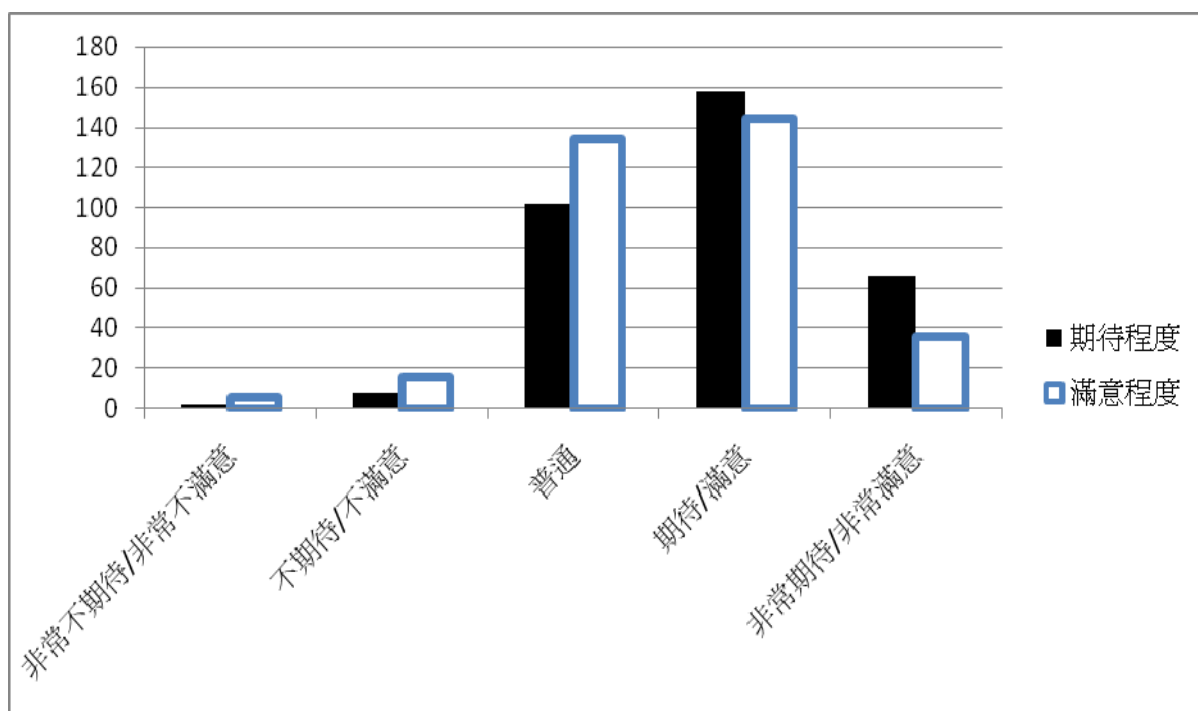


圖 12 服務人員的專業性

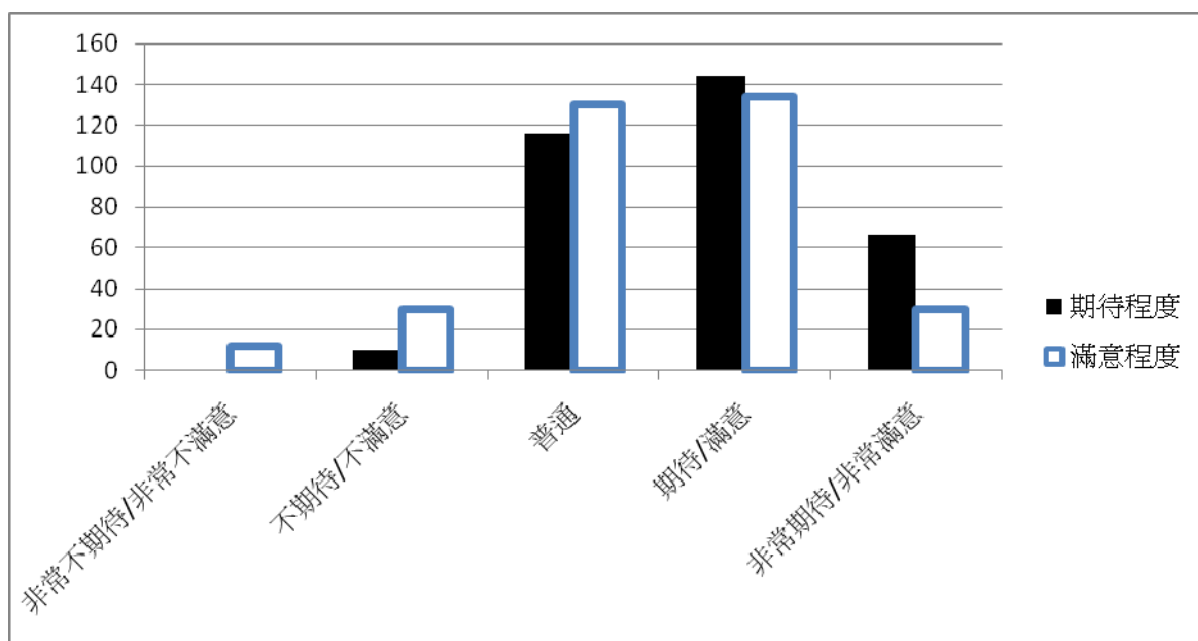


圖 13 有足夠的活動廣告或文宣

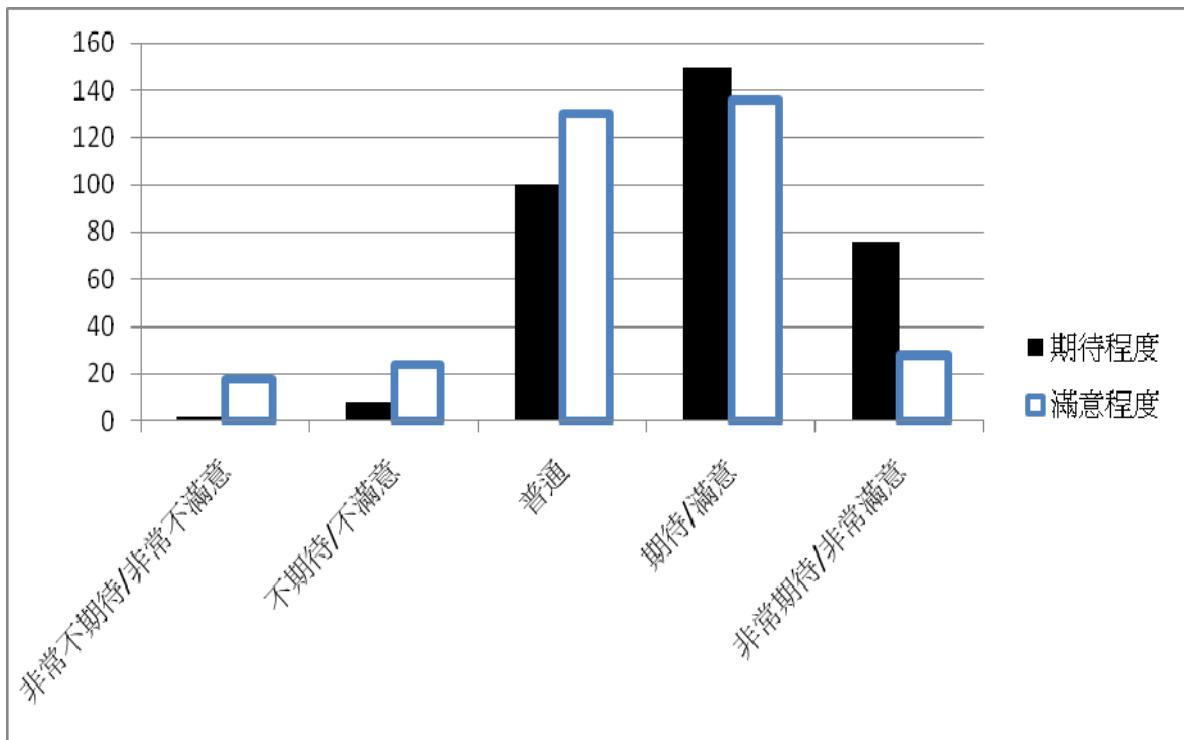


圖 14 美食大街的規劃與質感

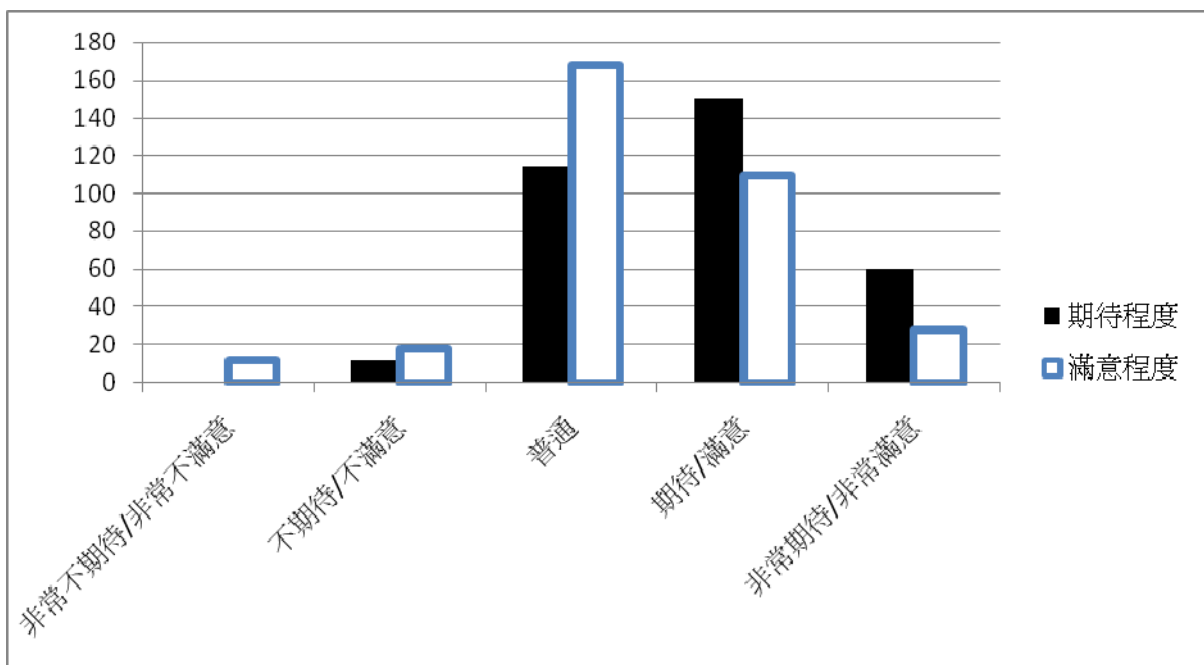


圖 15 美食大街餐飲的特色與品質

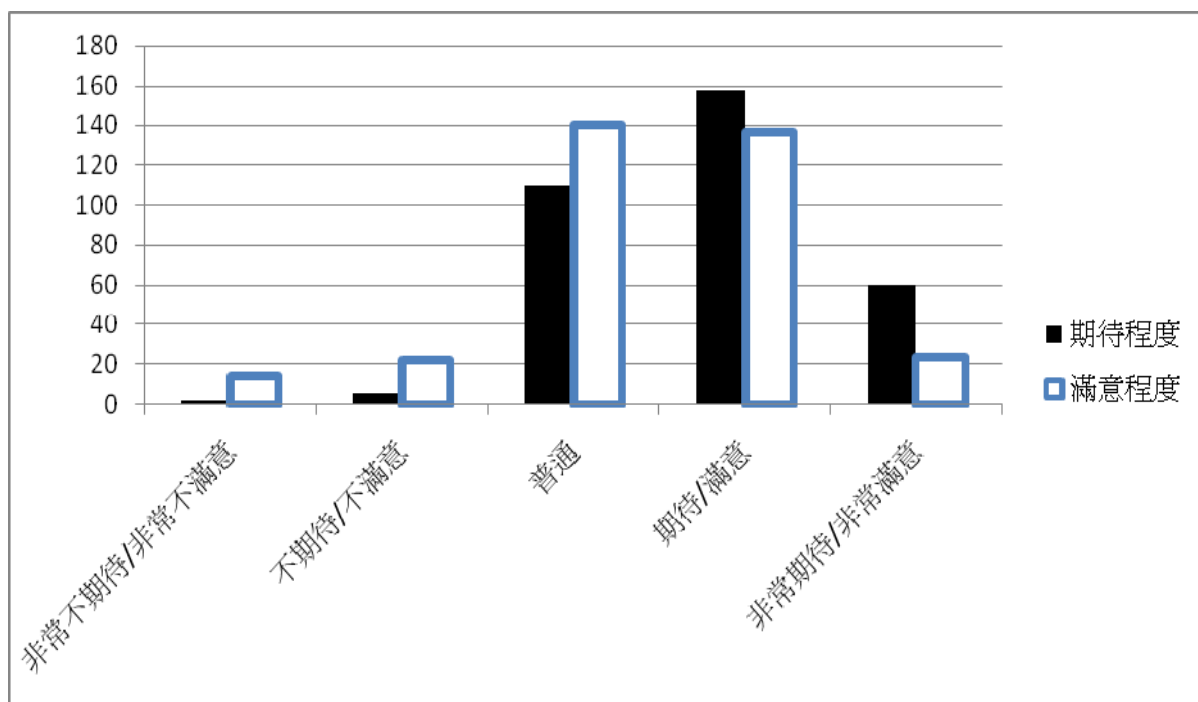


圖 16 展示或表演活動的設計、佈置和氣氛

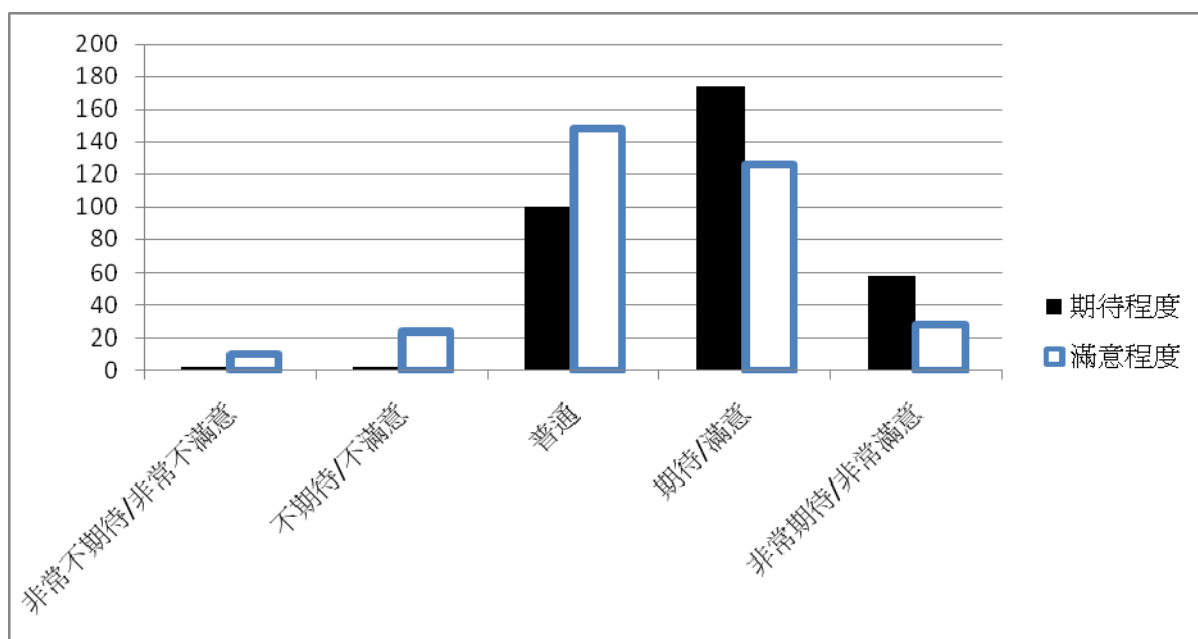


圖 17 活動的解說導覽 (包含活動指引牌)

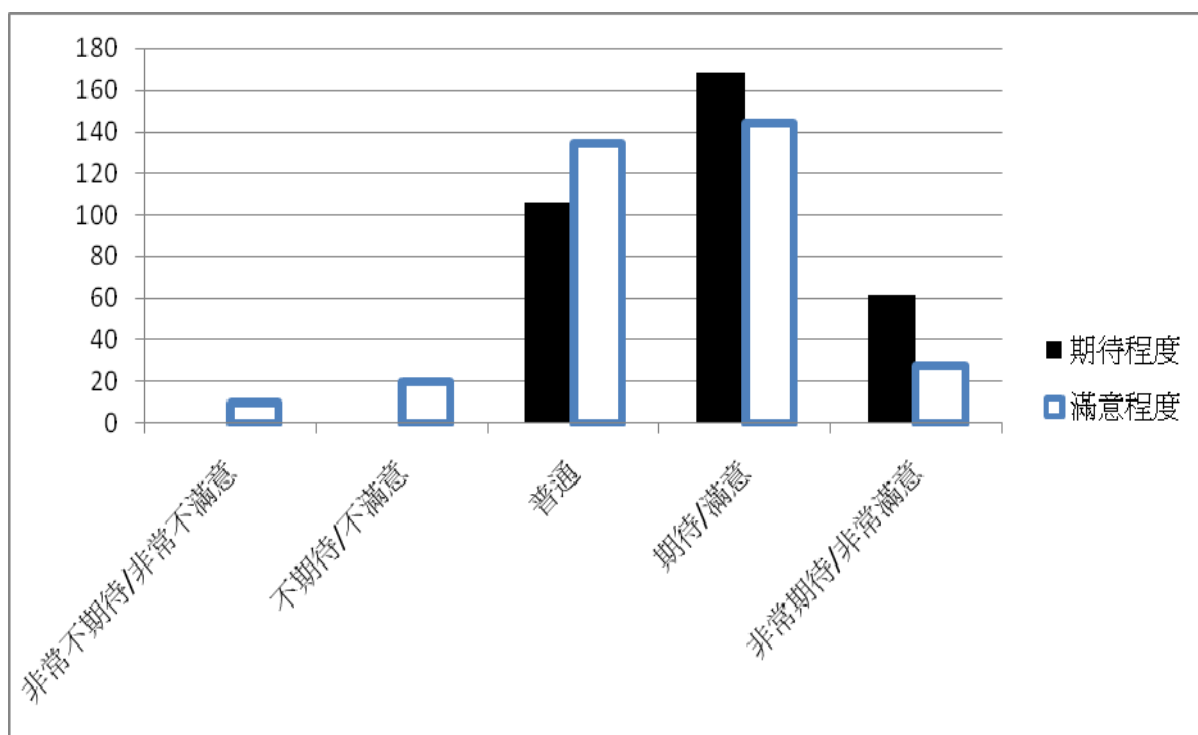


圖 18 美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠

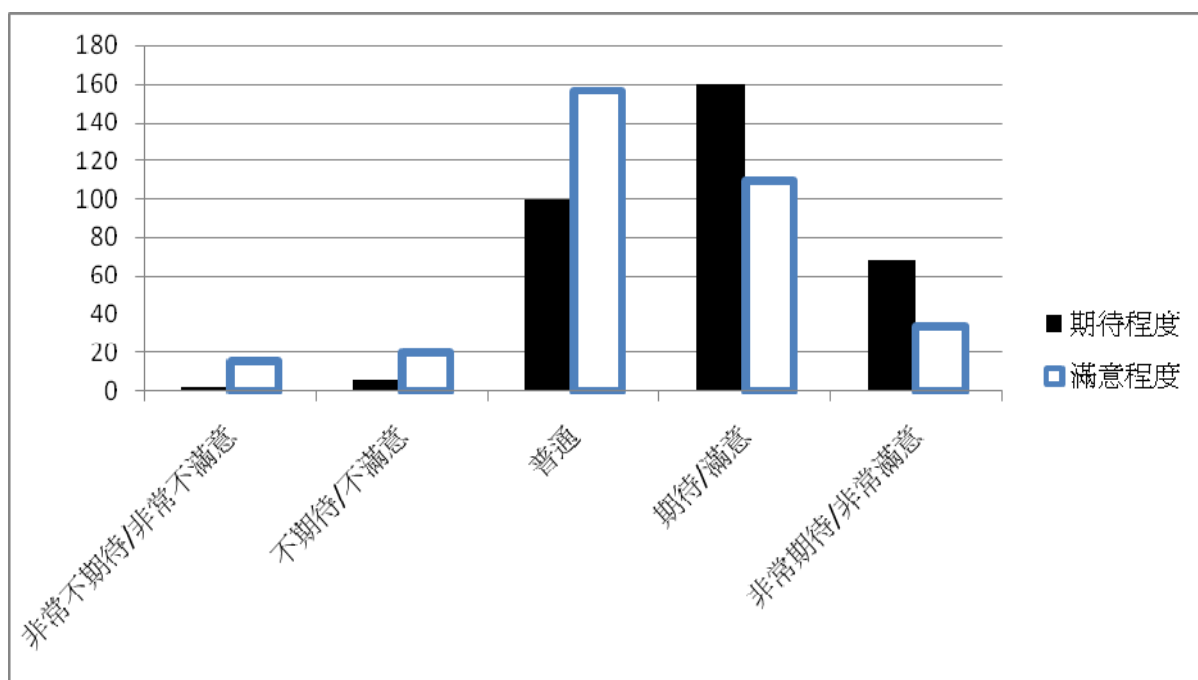


圖 19 本活動可推展為國際性的觀光活動

表 6 受訪遊客對溫泉季活動之滿意度-環境景觀面

n=336

Item	期待			滿意度			GAP		
	mean	±	SD	mean	±	SD	mean	±	SD
1.活動範圍的大小	3.63	±	0.75	3.36	±	0.79	0.27	±	0.90
2.大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)	3.70	±	0.74	3.34	±	0.83	0.36	±	1.00
3.免費接駁溫泉專車	3.73	±	0.82	3.40	±	0.86	0.32	±	1.06
4.交通管制的情形	3.70	±	0.75	3.47	±	0.79	0.23	±	0.84
5.交通路線的導覽指標	3.71	±	0.80	3.51	±	0.92	0.20	±	1.09
6.有足夠的停車空間	3.80	±	0.75	3.52	±	0.82	0.27	±	0.94
7.環境景觀的規劃	3.77	±	0.76	3.45	±	0.89	0.32	±	1.01
8.環境的清潔與衛生	3.83	±	0.81	3.45	±	0.93	0.38	±	1.03
9.各項的安全設施	3.83	±	0.82	3.46	±	0.91	0.37	±	1.02
總計	33.69	±	5.56	30.98	±	6.60	2.71	±	7.07

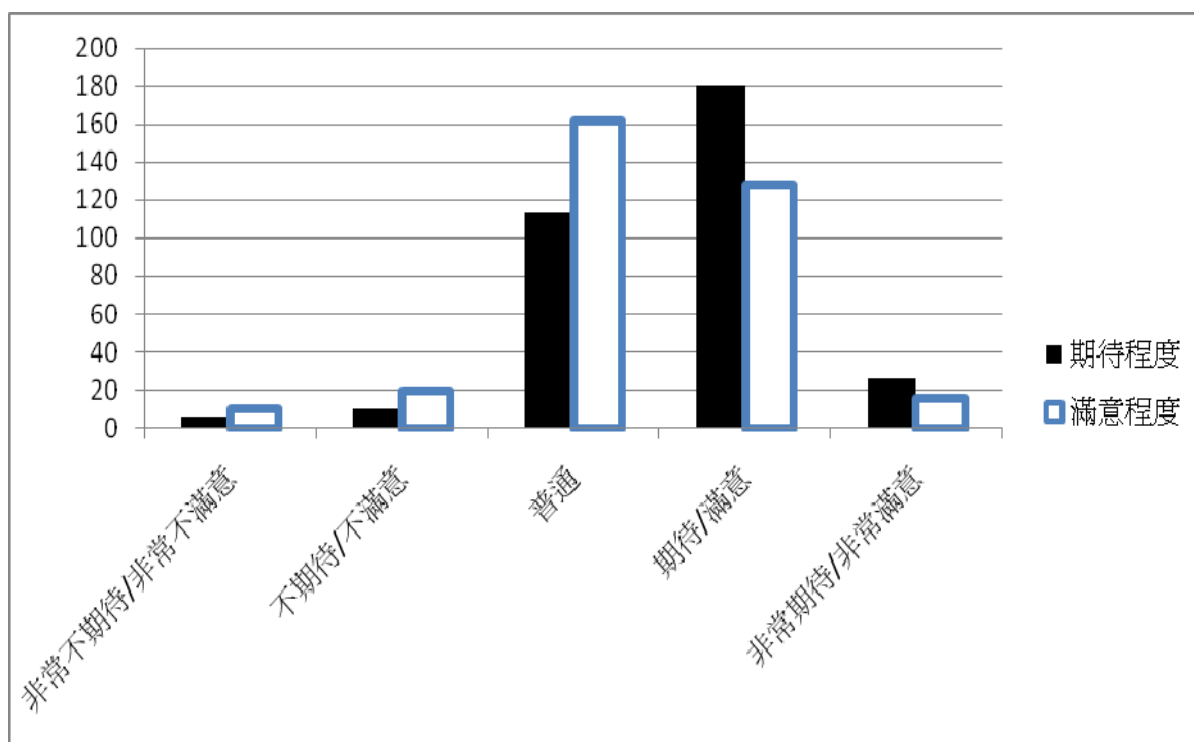


圖 20 活動範圍的大小

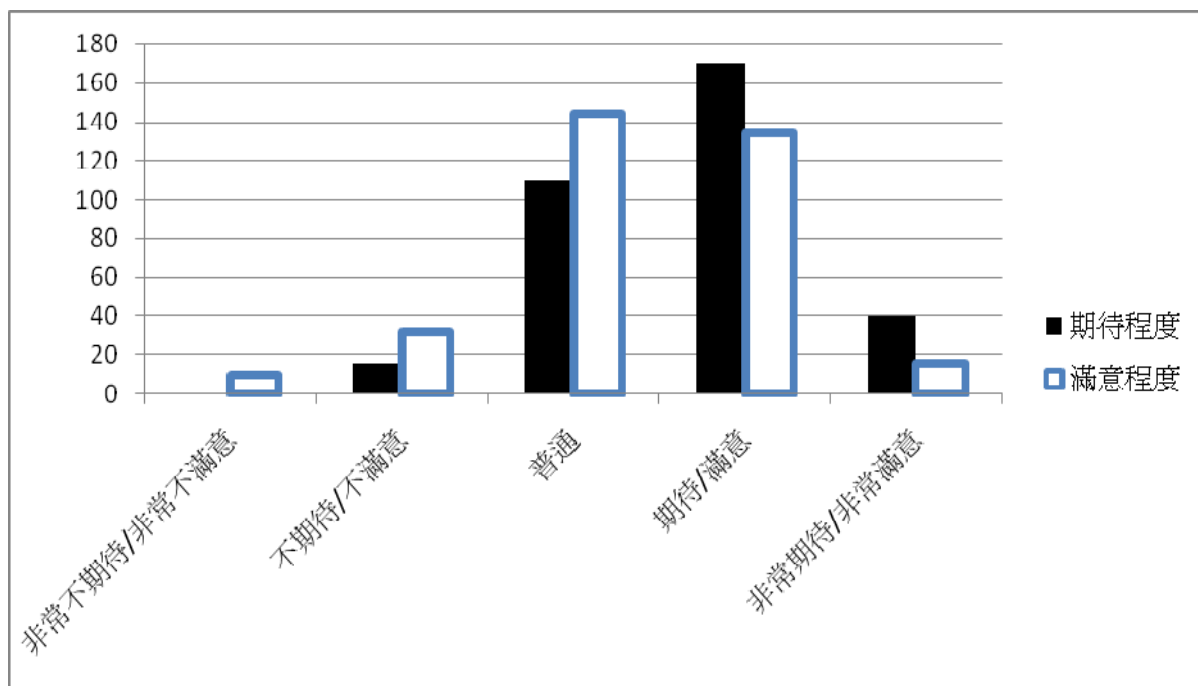


圖 21 大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)

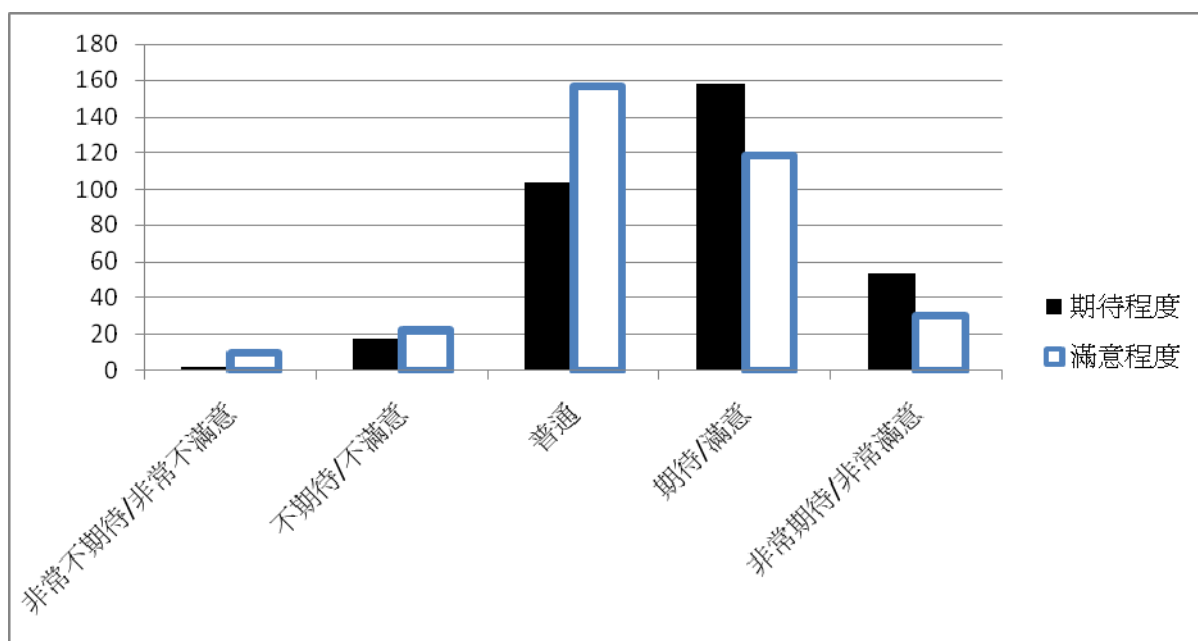


圖 22 免費接駁溫泉專車

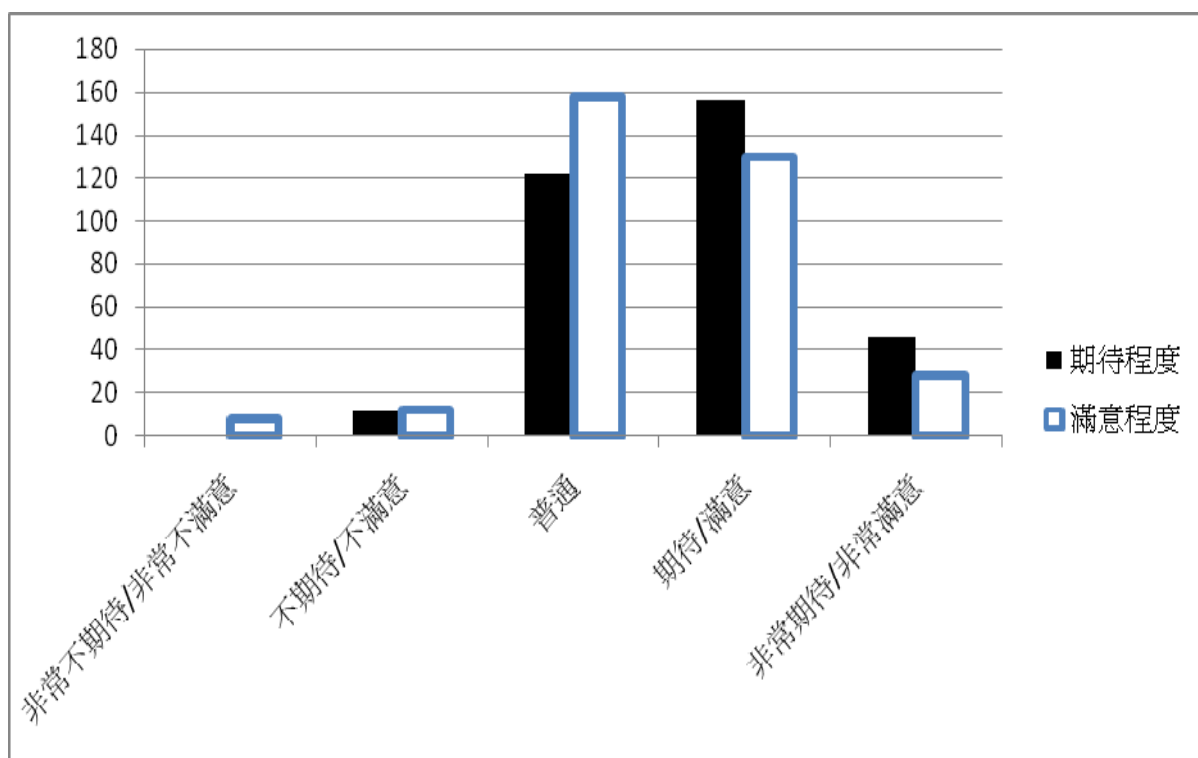


圖 23 交通管制的情形

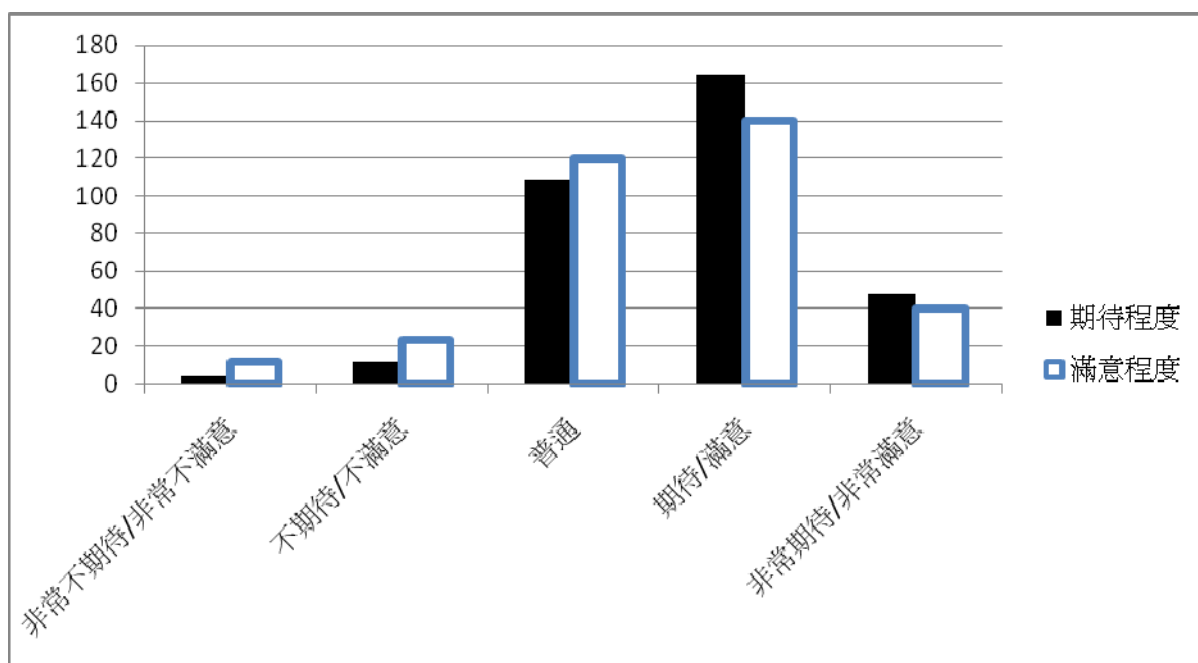


圖 24 交通路線的導覽指標

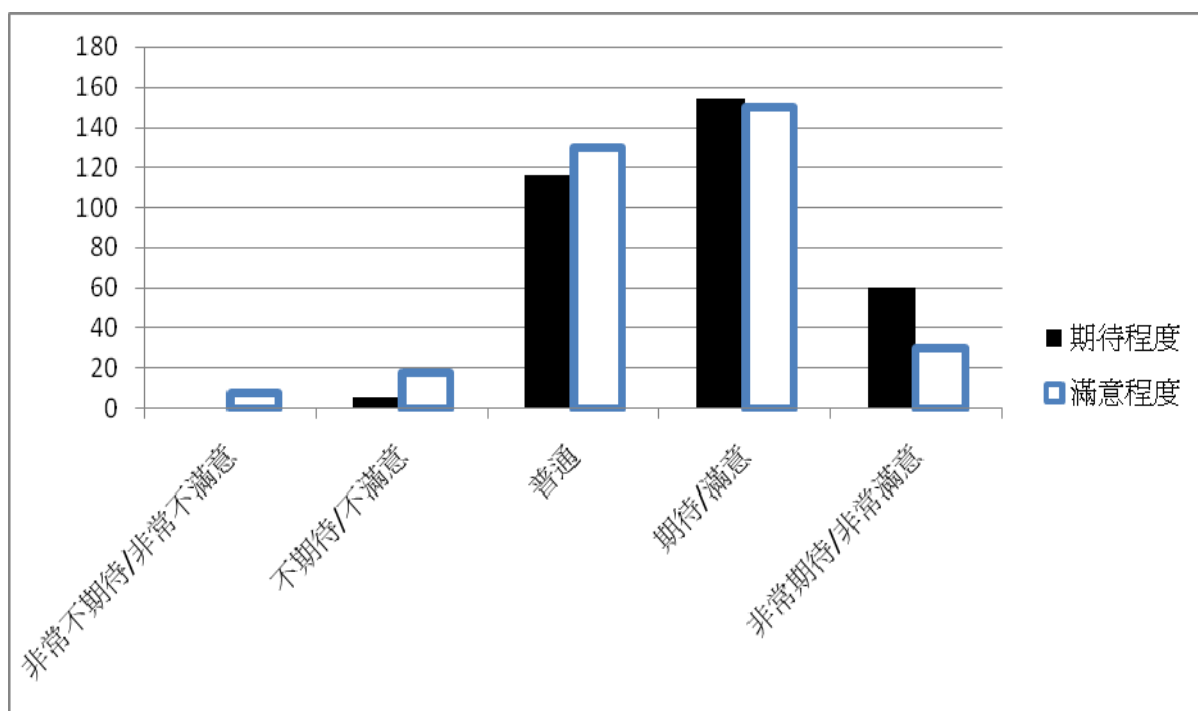


圖 25 有足夠的停車空間

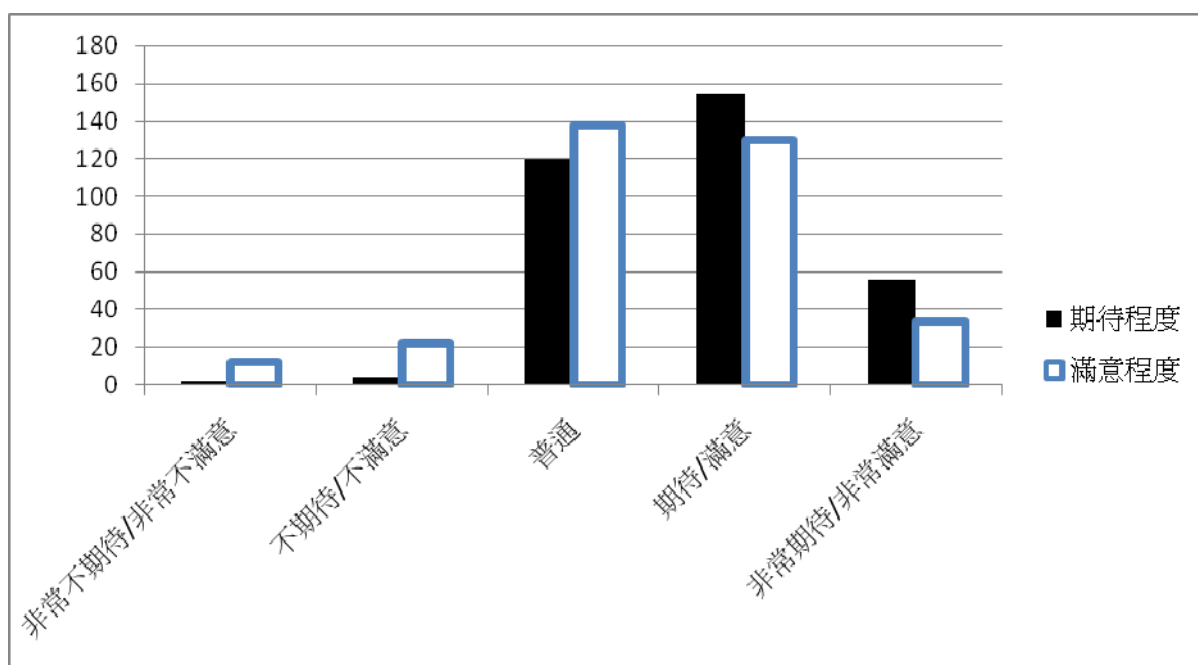


圖 26 環境景觀的規劃

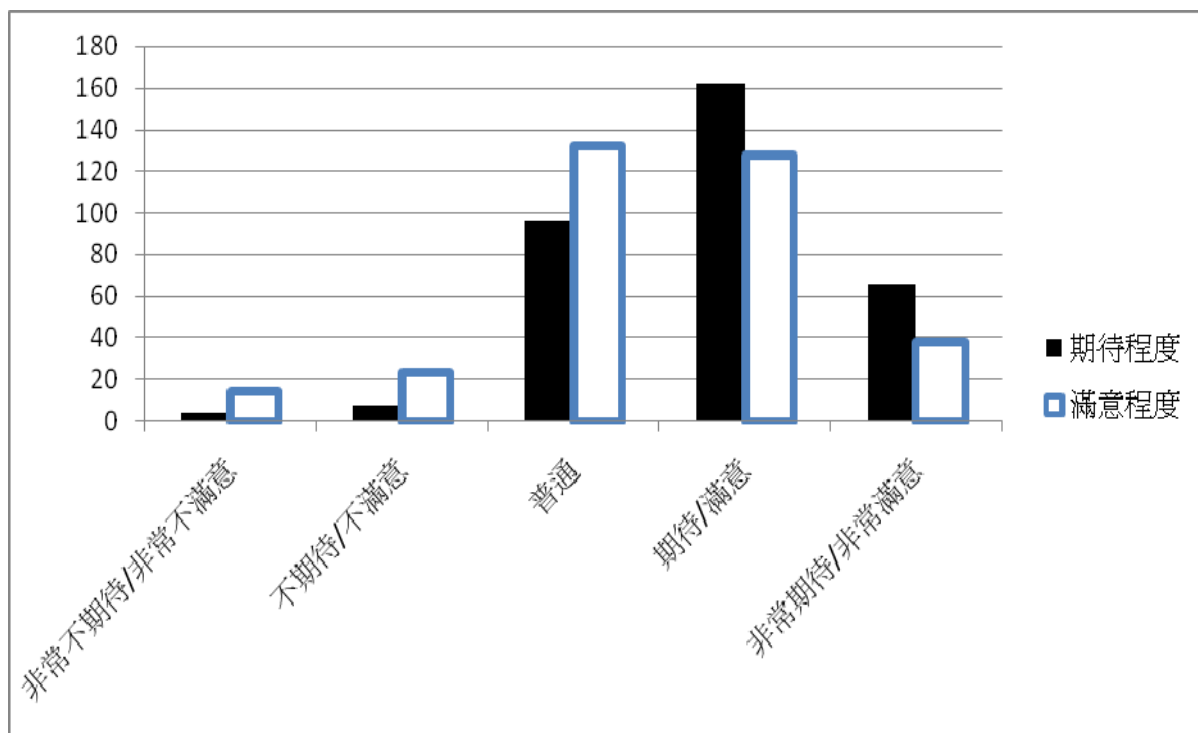


圖 27 環境的清潔與衛生

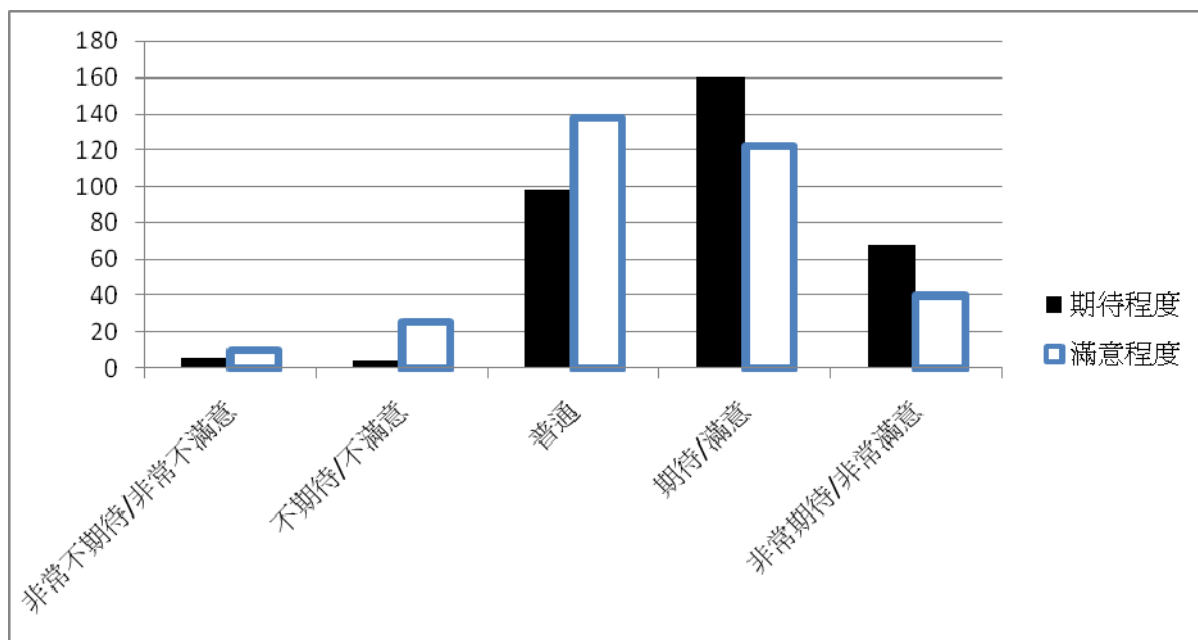


圖 28 各項的安全設施

(四) 受訪遊客對山城花語溫泉季活動的整體滿意度

1. 環境景觀整體滿意度

在環境景觀方面，由表 7 得知，認為滿意和非常滿意的高達 50.01%，而認為普通的遊客佔了受訪者的 41.67%；表示不滿意與非常不滿意的不到一成，僅佔 8.33%。故在環境景觀的整體滿意度上，獲得遊客高度的支持，主辦單位於未來若在溫泉區舉辦相關活動，可以強調自然景觀，結合大自然的魅力引起遊客的旅遊動機。另外，值得注意的是，遊客對於「環境的清潔與衛生」的期待頗高，然而在滿意度上未如預期，這可能與美食大街的整體規劃有關，主辦單位可考慮加強環境美化，將社區整體營造的概念帶進來，讓市區的景觀融入在大自然的環境中。

2. 遊憩活動整體滿意度

在遊憩活動的整體滿意度方面，超過半數的遊客感到滿意和非常滿意，比率高達 52.38%，認為不滿意和非常不滿意的遊客佔了非常低的比率，僅有 6.55%。如表 7 所示。然而，美食大街的規劃與質感、美食大街餐飲的特色與品質仍是遊客所在意的，因此主辦單位對於活動中餐飲美食的把關不容忽視，可以多鼓勵餐飲/旅館業者，選用當地食材，研發具當地特色的創意料理，如此即能彰顯活動主題，真正地將溫泉與美食結合。

3. 整體滿意度

在「2008 台灣溫泉美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動上的整體滿意度，有五成（50.6%）的遊客認為滿意和非常滿意；而表示不滿意和非常不滿意的僅佔 8.93%（見表 7）。足見主辦單位的用心，已深獲遊客的滿意和支持。而在「本活動可推展為國際性的觀光活動」議題上，遊客大部份亦表示肯定，認為是可行的。因此，主辦單位或許可以加強廣告宣傳，利用網際網絡，製作英文版宣傳網頁，增加「山城花語溫泉季」的宣傳觸角，提高本活動的知名度，並且亦可強化外籍人士對「台灣之美」的認知。

(五) 受訪遊客對溫泉季活動的支持度

1. 未來是否會再度參與本活動

對於遊客未來是否會再度參與本活動，如表 7 所示，表示願意和非常願意的受訪遊客高達 64.88%。可見這些年來主辦單位的耕耘已見具體成效。遊客肯定了舉辦「山城花語溫泉季」的價值，因此本活動是個非常值得繼續舉辦和推廣的溫泉活動。

2. 是否會幫本活動做宣傳

對於遊客是否會幫本活動做宣傳，如表 7 所示，有 54.17%遊客表示願意及非常願意為山城花語溫泉季活動做宣傳。然而，有些遊客反應，他們到了當地，進住有安排活動的旅館（例如娑婆羅）才知道相關活動訊息，因此，除了遊客的口耳相傳外，活動內容訊息的提早曝光、曝光率及曝光管道，值得主辦單位再深入研究。

3. 是否會推薦親友參與本活動

對於遊客是否會推薦親友參與本活動，由表 7 可知，有高達 62.50%的遊客願意及非常願意介紹親友參加山城花語溫泉季活動。顯然願意推薦親友的比願意幫本活動做宣傳的比率高。本項議題與前項議題「未來是否會幫本活動做宣傳」類似，但是前項議題是針對所有週遭的人做宣傳，而本項議題的對象則只限制於較熟悉的親友，分析其原因，可能是因為對象為熟識的親友，經常連絡或見面，在談話或聊天時，就順便以「山城花語溫泉季」活動為話題，雖然並非正式的推薦，但仍不容輕視其影響力。

表 7 受訪遊客對溫泉季活動的整體滿意度

n=336

Iteam	mean		SD	非常 不滿 意(%)	不滿 意(%)	普通 (%)	滿意 (%)	非常 滿意 (%)
1.環境景觀的滿意度	3.43	±	0.86	4.76	3.57	41.67	44.05	5.96
2.遊憩活動的滿意度	3.51	±	0.80	2.38	4.17	41.07	44.64	7.74
3.整體滿意度	3.45	±	0.82	2.98	5.95	40.48	44.05	6.55
4.再參與「山城花語溫泉季」活動	3.63	±	0.90	4.76	3.57	26.79	53.57	11.31
5.幫「山城花語溫泉季」活動宣傳	3.50	±	0.84	2.98	5.95	36.90	46.43	7.74
6.推薦親友來參與	3.64	±	0.78	1.19	5.95	30.36	52.98	9.52
總計	21.17	±	5.56					

註：第 5、6、7 項：非常不滿意=非常不願意；不滿意=不願意；普通=普通；滿意=同意；非常滿意=非常同意。

二、活動效益

(一) 整體活動效益

「山城花語溫泉季」活動效益評估上，共有 6 個題項，包括：(1) 可以振興溫泉觀光產業；(2) 可以增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度；(3) 有助於您對溫泉美食文化的認識；(4) 可以幫助地方的經濟發展；(5) 可以增加當地的就業機會；(6) 可以帶來當地產業的實質收入。

遊客對各項活動效益的認知給予相當的肯定，尤其認為舉辦本活動「可以增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度」遊客高達 78.58%，佔有相當高的比率；認為「可以幫助地方的經濟發展」的遊客也將近八成（77.98%）；認為「可以帶來當地產業的實質收入」的遊客也佔了相當高的比率 75.59%；其他項目也受到高度的肯定，依序為「可以振興溫泉觀光產業」（72.62%）、「有助於對溫泉美食文化的認識」（72.62%）及「可以增加當地的就業機會」（71.43%），參見表 8。

因此，就遊客而言，遊客對溫泉季活動的持續舉辦有著高度的期待，同時也肯定了主辦單位對於當地溫泉文化的用心，以及長久以來所做的一切的努力。

表 8 受訪遊客對活動整體效益認知

n=336

Item	mean		SD	非常 不同 意(%)	不同 同意(%)	普通 (%)	同意 (%)	非常 同意 (%)
1.可以振興溫泉觀光產業	3.82	±	0.73	0.60	3.57	23.21	58.93	13.69
2.可以增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度	3.90	±	0.69	0.60	2.38	18.45	63.10	15.48
3.有助於您對溫泉美食文化的認識	3.83	±	0.71	0.00	3.57	23.81	58.33	14.29
4.可以幫助地方的經濟發展	3.91	±	0.66	0.00	2.38	19.64	62.50	15.48
5.可以增加當地的就業機會	3.83	±	0.77	0.60	4.17	23.81	54.76	16.67
6.可以帶來當地產業的實質收入	3.89	±	0.77	0.60	4.17	19.64	57.14	18.45
總計	23.18	±	3.77					

(二) 遊客消費特性及效益推估

在遊客消費特性效益方面，係調查 2008 山城花語溫泉季活動期間，遊客為參加本活動所有的旅遊花費，以及在當地的消費，推估遊客所帶來的經濟效益。而遊客的消費主要有下列七種來源：(一)交通費：包括客運、遊覽車、自用轎車、機車、計程車；(二)餐飲：遊客在當地旅館及美食街的餐飲消費；(三)住宿：遊客在當地留宿的花費；(四)泡溫泉：遊客無論是在旅館泡湯額外支出或未留宿僅泡湯所支付的費用；(五)旅行團費：遊客跟團旅遊的團費支出；(六)購買農特產品及紀念品：遊客在當地購買農特產品及紀念品的消費支出；(七)其他：遊客在參與活動期間的其他支出。（如表 9 所示）

本調查根據遊客消費特性推估溫泉季活動為業者帶來營收成長之實質效益，包括住宿及泡湯兩大主要營業項目。另外，亦針對餐飲項目進行營收成長推估。推估數據乃以遊客填答之消費區間為依據，計算方式為：

（各消費區間中間值 * 該項填答人數 * 平均同伴人數）* 活動期間
*成長率。

1. 住宿

除了 25%沒有住宿消費的遊客外，每人消費平均在 2,000 元以上的佔了 42.86%；花費在 1,001~2,000 元之間的遊客佔 26.79%；低於 1,000 元花費的遊客僅佔 5.36%；費用在 4,000 元以上的遊客佔 15.48%。由數據可知，活動期間遊客在當地的消費，當以旅館住宿費用為最大的開銷。經業者問卷調查得知，活動期間旅館平均住宿成長 17.00%，其住宿成長效益推估如下：

住宿成長效益推估：(500 元*18 人+1,500 元*90 人+2,500*68 人
+3,500 元*24 人+4,000 元*52 人)
*65 天*17.00%（住宿成長率）
=2,298,400 元

2. 泡溫泉

因許多溫泉旅館房租已含泡溫泉費用，因此有 29.76%遊客並未額外支付泡湯費用。遊客泡溫泉費用介於 101~300 元之間佔 26.79%；花費在 301~500 元間佔 17.26%；700 元以上者亦佔了 17.26%；501~700 元者佔 5.95%；消費在 100 元以下的僅佔 2.98%。經業者問卷調查得知，活動期間旅館平均泡溫泉成長率為 13.17%，

$$\begin{aligned} \text{泡溫泉成長效益推估：} & (100 \text{ 元} * 10 \text{ 人} + 200 \text{ 元} * 90 \text{ 人} + 400 \text{ 元} * 58 \text{ 人} \\ & + 600 \text{ 元} * 20 \text{ 人} + 700 \text{ 元} * 58 \text{ 人}) * 7.96 \text{ (平均同伴人數)} \\ & * 65 \text{ 天} * 13.17\% \text{ (泡溫泉成長率)} \\ & = 6,459,822 \text{ 元} \end{aligned}$$

3. 餐飲

遊客平均每人消費 500 元以上者超過半數 (52.38%)，其中高於 900 元者達 32.14%；沒有餐飲消費遊客佔 13.69%；少於 100 元的遊客所佔比率最少，僅佔 2.98%。

$$\begin{aligned} \text{遊客餐飲成長推估：} & (100 \text{ 元} * 10 \text{ 人} + 200 \text{ 元} * 48 \text{ 人} + 400 \text{ 元} * 56 \text{ 人} \\ & + 600 \text{ 元} * 34 \text{ 人} + 800 \text{ 元} * 34 \text{ 人} + 900 \text{ 元} * 108 \text{ 人}) \\ & * 7.96 \text{ (平均同伴人數)} * 65 \text{ 天} * 15.67\% \text{ (營收成長率)} \\ & = 7,880,644 \text{ 元} \end{aligned}$$

4. 交通

遊客在交通的花費上，以平均每人花費多於 2,000 元的遊客比率最高，佔 27.38%；其次是花費介於 501~1,000 元之間的遊客，佔 26.79%；201~500 元佔 20.83%；1,000~2,000 元佔 19.64%；少於 200 元的遊客佔 2.38%。

5. 旅行團費

參加「山城花語溫泉季」活動之遊客，大多數未參加旅行團（60.71%）。而參加旅行團體平均每人費用介於 1,001~2,000 元之間的佔 11.31%；介於 2,001~3,000 元之間的佔 8.93%；團費高於 4,000 元的遊客佔 8.33%；於 3,001~4,000 元之間的有 7.14%；低於 1,000 元的只佔 3.57%。

6. 購買農特產品及紀念品

無購買農特產品及紀念品之遊客佔 42.86%；購買 201~600 元之間的遊客佔 25.60%；消費在 601~1,000 元者有 11.31%；1,001 元以上遊客佔 13.69%；而低於 200 元的遊客佔 6.55%。

7. 其他消費

無其他消費遊客佔 52.38%；消費在 601~1,000 元間遊客佔 12.50%；1,001~2,000 元遊客佔 10.12%；201~600 元佔 9.52%；低於 200 元遊客有 8.33%；而其他費用達 2,000 元以上遊客佔 7.14%。

(三) 溫泉季遊客人數推估

山城花語溫泉季活動舉辦 65 天期間，共計收集 336 份有效問卷，問項中提及同伴人數，填答 1 人獨行有 39 人、2 人同行 72 人、3 人同行 49 人、4 人同行 44 人、5 人同行 37 人、6 人同行 15 人、7 人同行 10 人、7 人以上有 70 人。平均同伴人數為 7.96 人，即平均 1 位遊客與 7.96 位遊客同行。依此數據推估參加溫泉季活動的遊客人數為：

$$336 \text{ 人} * 7.96 * 65 \text{ 天} = 173,847 \text{ 人}$$

表 9 受訪遊客消費特性

n=336

Item	frequency	percent
交通費		
無	10	2.98
>200 元	8	2.38
201~500 元	70	20.83
501~1,000 元	91	26.79
1,001~2,000 元	65	19.64
<2,000 元	92	27.38
餐飲		
無	46	13.69
>100 元	10	2.98
101~300 元	49	14.29
301~500 元	56	16.67
501~700 元	33	10.12
701~900 元	34	10.12
<900 元	108	32.14
住宿		
無	84	25.00
>1000 元	18	5.36
1,001~2,000 元	91	26.79
2,001~3,000 元	68	20.24
3,001~4,000 元	23	7.14
<4,000 元	52	15.48
泡溫泉		
無	100	29.76
>100 元	10	2.98
101~300 元	91	26.79
301~500 元	58	17.26
501~700 元	20	5.95
<700 元	57	17.26

表 9 受訪遊客消費特性(續)

n=336

Iteam	frequency	percent
旅行團費		
未跟團	204	60.71
>1000 元	12	3.57
1,001~2,000 元	39	11.31
2,001~3,000 元	30	8.93
3,001~4,000 元	24	7.14
<4,000 元	27	8.33
購買農特產品及紀念品		
無	144	42.86
>200 元	23	6.55
201~600 元	86	25.60
601~1,000 元	37	11.31
1,001~2,000 元	26	7.74
<2,000 元	20	5.95
其他		
無	176	52.38
>200 元	28	8.33
201~600 元	33	9.52
601~1,000 元	41	12.50
1,001~2,000 元	34	10.12
<2,000 元	24	7.14

三、遊客的建議

交通部觀光局茂林國家風景區管理處及高雄縣政府為讓「2008 台灣溫泉美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動一年比一年辦得更精采更有特色，藉由問卷實際瞭解遊客需求與心聲，能切實調整與改善的方向，全面性探討出外縣市到本地旅遊的意願，進而成為全國性的旅遊活動。

提問兩項問題，內容如下所示：

- (A) 在本次「2008 台灣溫泉美食嘉年華—山城花語溫泉季」的活動中，有哪些需要改進的？請您提供高見或建議，以作為我們辦理下次活動時改進的重要參考。
- (B) 「2008 台灣溫泉美食嘉年華—山城花語溫泉季」活動如要吸引更多的泡湯遊客前來，您認為主辦單位要如何做，而當地業者(居民)要如何配合，才可能達成目標？

茲就受訪者所表達對此次活動的優勢、意見及建議，歸納整理如下：

(一) 活動優勢

1. 桃源鄉公所推出的原住民「貝神與梅花祭」系列活動，融合當地人文色彩，相當不錯。
2. 書法名家揮毫，很有特色。
3. 現代人重視養身，有機美食深受遊客的喜愛。

(二) 問題&意見

- (A) 在本次「2008 台灣溫泉美食嘉年華—山城花語溫泉季」的活動中，有哪些需要改進的？請您提供高見或建議，以作為我們辦理下次活動時改進的重要參考。

1. 在交通方面

- (1) 建議增加部份路段的指引牌。

- (2) 除了自己開車外，沒有其他的交通工具。
- (3) 道路狀況不佳，有些路段會車有困難。

2. 在活動內容方面

- (1) 要有專業團隊負責創新活動的內容，提高遊客對本活動參與的興趣。
- (2) 缺乏互動式活動，無法加深遊客印象。
- (3) 活動太少，缺乏變化。
- (4) 活動缺乏主題性的佈置。
- (5) 建議當地所有業者都能加入活動，以提供遊客更多的選擇。

3. 在環境整潔方面

- (1) 環境衛生需改進。

4. 在美食大街方面

- (1) 美食無特色，缺少變化。
- (2) 美食大街，可規劃販售各式當地美食商品，如墾丁大街般琳瑯滿目，可以吸引年輕族群前往。

5. 在宣傳方面

- (1) 建議請知名人士或明星代言作宣傳，可以提高活動知名度。
- (2) 要有明確性的主題作宣傳，遊客才能容易記住活動。
- (3) 廣告宣傳太少，遊客無法接收到訊息至當地旅遊。故而必須整體規劃，作一系列活動宣傳。
- (4) 可邀請媒體作階段性系列報導，遊客可選擇時段前往。
- (5) 當地要有活動宣傳旗幟，較能吸引路過的遊客停留。
- (6) 宣傳要提前運作效果較佳，可以透過大型旅遊展覽作宣傳，提早曝光。
- (7) 網路、電台可作 Live 現況報導。
- (8) 活動宣傳可透過電子媒體、電視增加曝光機會。
- (9) 加強活動主題及特色的宣傳。

6. 在場地規劃方面

- (1) 活動佈置缺乏主題性。
- (2) 可規劃森林步道區，讓遊客能享受到都會區無法提供的森林浴。
- (3) 周遭環境缺少美化。「山城花語」給人可以看到花海景觀的期待，若能有些花草點綴會更好。
- (4) 希望能夠多介紹一些觀光景點，以及美化環境景觀。

7. 其他

- (1) 周邊景點資訊、告示不清楚，若能更清楚指引或增加景點介紹的 DM 會更好。
- (2) 建議增加當地民宿的活動補助款，降低遊客的旅遊成本，遊客住宿意願便會增加，或者能有更好的配套措施。
- (3) 要有持續性的長程規劃，不要只舉辦幾次就沒有了。

(B). 「2008 台灣溫泉美食嘉年華—山城花語溫泉季」活動如要吸引更多的泡湯遊客前來，您認為主辦單位要如何做，而當地業者(居民)要如何配合，才可能達成目標？

1. 硬體方面

- (1) 旅館太老舊，較難吸引更多遊客前來住宿。
- (2) 旅館業者之溫泉的硬體設備待加強。
- (3) 當地除泡湯之外，旅館內無其他設施可使用，建議業者豎立自己風格特色，會吸引更多遊客上門。

2. 軟體方面

- (1) 各家溫泉旅館業者收取費用偏高。
- (2) 商家需給遊客明確的泡湯時間及價格。
- (3) 住宿費收費標準及服務品質尚有改善的空間。

3. 活動方面

- (1) 溫泉山莊之折價促銷，會比買一送一更具吸引力。

- (2) 旅館沒有配合活動優惠，無法提升遊客的旅遊意願。
- (3) 旅館業者既以溫泉為訴求，就必需要有創新、創意的活動搭配。
- (4) 可以提供住宿折價券、溫泉體驗券吸引遊客。

4. 其他

- (1) 當地居民對周邊景點瞭解太少，無法提供遊客旅遊資訊，建議輔導居民成為旅遊景點最佳的解說員。
- (2) 鼓勵當地居民共同維護環境。

貳、業者部份

一、旅館遊客的特性及消費分析

在遊客的旅遊特性方面，業者表示遊客主要使用自用轎車（36.49%）、遊覽車（31.08%）及機車（24.32%）等三種交通工具，這與遊客調查結果大致吻合。來到這些旅館消費的遊客多數是「第一次來的客人」，佔64.29%（參見表10）；而「常客」相對地少了許多，這表示重遊的遊客不多，需要業者多花心思，如何讓遊客來過一次之後還想再來。

遊客來到溫泉區以「散客」居多，佔73.53%；與朋友（22.32%）及親人同遊居多（21.43%）；雖然遊客來自全省各地，但是絕大多數（92.31%）以住宿一晚為主。僅泡湯而不住宿的佔21.88%；換言之，大部份的遊客會留下來住宿，佔78.13%。遊客也會順道安排其他景點，佔81.48%，這點與遊客的訪談結果有所不同（參見表10）。

遊客在旅館的各項消費方面，遊客每人平均花在餐飲的消費，700元以上者佔了51.85%，其中消費在900元以上佔的比率最高，達33.33%。遊客每人平均花在住宿方面，1,000~2,000元之間佔37.04%，2,001~3,000元之間則佔了29.63%。而泡溫泉的花費介於101~300元之間的最多，有51.85%。其他消費600元以上也有55.55%（參見表11）。根據上述各項調查結果數據顯示推算，溫泉區每個房間價

位約在3,000~7,000元；家庭旅遊（以一家四口為例）花在餐飲方面消費，至少在2,500元以上。因此，如能吸引更多遊客前來，即能為溫泉區業者帶來莫大的經濟收益。

二、業者營收增加推估

「山城花語溫泉季」活動為業者帶來營業成長部份，包括客量（泡湯、住宿）及整體營業收入。經調查分析統計，各項營業增加比率如下：

“純泡湯”大約增加13.17%。

“住宿”大約增加17.00%。

“營業收入”大約增加15.67%。

旅館主要的營業項目包括住宿、餐飲、泡湯等三項。若根據遊客消費特性所推估之效益為計算基準：(1)餐飲 7,880,644 元 (2)住宿 2,298,400 元 (3)泡湯 6,459,822 元，「2008 山城花語溫泉季」活動在為期 65 天的舉辦期間，推估為業者（包括餐飲業者、住宿業者）實際帶來 16,638,866 元之營業利益。

由數據顯示，「山城花語溫泉季」活動是一項值得持續推廣，可以為地方帶來實質利益的觀光活動。然而，活動如要辦得好，需要產業界、居民及主辦單位三方的密切配合，以及好的企劃方案，方能將活動順利推展。另一方面，遊客交通的便利性也是遊客旅遊考量的因素之一，因此，聯外道路及各項基礎建設也就顯得格外重要。

表 10 旅館遊客特性分析

Iteam	frequency	percent
使用交通工具		
機車	18	24.32
客運	2	2.70
遊覽車	23	31.08
自用轎車	27	36.49
自行車	2	2.70
其他	2	2.70
旅館消費客人類型		
第一次來的客人	18	64.29
常客	10	35.71
旅館消費客人屬性		
散客	25	73.53
團體	9	26.47
旅館消費客人居住地		
北部(基、北、桃、竹、苗)	20	14.18
中部(中、彰、投、雲)	25	17.73
中南部 (嘉、南)	22	15.60
高雄縣	20	14.18
南部 (高市、屏)	22	15.60
東部(宜、花、台東)	22	15.60
離島(澎、金、馬)	10	7.09

表 10 旅館遊客特性分析（續）

Iteam		frequency	percent
旅館消費客人同伴			
親人		24	21.43
同事		21	18.75
同學		20	17.86
朋友		25	22.32
旅行團		21	18.75
其他		1	0.89
旅館消費客人停留時間			
泡湯		7	21.88
住宿		25	78.13
	一晚	24	92.31
	兩晚	2	7.69
其他景點觀光			
有		22	81.48
無		5	18.52

表 11 旅館遊客消費特性分析

Item	frequency	percent
餐飲		
>100 元	0	0.00
101~300 元	3	11.11
301~500 元	7	25.93
501~700 元	3	11.11
701~900 元	5	18.52
<900 元	9	33.33
住宿		
>1000 元	3	11.11
1001~2000 元	10	37.04
2001~3000 元	8	29.63
3001~4000 元	5	18.52
<4000 元	1	3.70
泡溫泉		
>100 元	0	0.00
101~300 元	14	51.85
301~500 元	3	11.11
501~700 元	2	7.41
<700 元	8	29.63
其他		
>200 元	7	25.93
201~600 元	3	11.11
601~1000 元	9	33.33
1001~2000 元	6	22.22
<2001 元	2	7.41

三、業者對溫泉季活動的認知

在活動訊息廣告方面，業者認為「電視/廣播」最具宣傳效益，佔 27.47%；其次為「網路」，佔 23.08%；第三為「報章雜誌」，佔 21.98%；其他依序為「文宣海報」(10.99%)、「街道廣告旗幟」(7.69%)，參見表 12 所示。在業者認知上，「電視/廣播」和「網路」的宣傳效果最好，與遊客實際上獲得訊息的管道不謀而合。這表示主辦單位未來可以將廣告預算重點放在這兩項宣傳管道上，以達實質宣傳效益。尤其是網路宣傳，建議主辦單位可以在網路上做一些回饋活動，增加遊客與溫泉季活動的互動機會。

在主辦單位及經費來源的議題上，接近六成的業者認為應該由政府主辦。認為「政府主辦，民間協辦」的佔有比率最高，佔 40.74%；認為應該完全由「政府主辦」的佔 18.52%。然而，認為由民間主導的也佔了一定的比率，認為「民間主辦，政府協辦」的佔 33.33%；認為由「民間主辦」的佔 7.41%（參見表 12）。由此更說明了政府與民間在活動中所扮演的角色相當重要，雙方需要相輔相成地通力合作，除了滿足遊客旅遊的需求期待外，更重要的是如何創造遊客非得來到寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉區遊憩的誘因，並且提高泡湯的慾望。

有關業者認為「山城花語溫泉季」適合舉辦的期間，近八成的業者一致認為「第四季」，也就是在十月、十一月和十二月舉辦溫泉季最適合，佔了 78.95%。其次是「第一季」（一月、二月、三月）(7.89%) 及第三季（七月、八月、九月）(7.89%)。最不適合舉辦溫泉季的季節當屬第二季（四月、五月、六月），參見表 12。由於業者和遊客皆普遍認為泡溫泉乃屬於冬季的旅遊活動，故而建議下一屆的「山城花語溫泉季」活動仍可在第四季舉辦，尤其可以搭配梅花盛開的花期，及早規劃並宣傳，將「泡溫泉賞梅」的意象深深地烙印在遊客的腦海裡，讓遊客一到冬季即聯想到一邊泡溫泉一邊賞梅的景象，使得如此獨一無二的旅遊活動非寶來、蘇羅婆、不老和竹林溫泉莫屬。

另外，業者認為有一些活動可以持續舉辦，尤其「住宿、餐飲、特產優惠」(50.98%)，以及「溫泉季開幕晚會」(21.57%) 為溫泉季熱鬧地揭開序幕、「山城音樂會」(15.69%)。然而，雖然有些別具意義的活動，或許是因為宣傳不足，抑或是遊客參與機會小而未能彰顯，例如「您為六龜加油，六龜為您加油」(3.92%) 和「六龜回憶大募集」(1.96%)（參見表 12），值得主辦單位注意。

表 12 業者對溫泉季活動的認知

Iteam	frequency	Percent
活動訊息宣傳管道		
電視/廣播	25	27.47
報章雜誌	20	21.98
文宣海報	10	10.99
網路	21	23.08
親友告知	6	6.59
街道廣告旗幟	7	7.69
其他	2	2.20
下次主辦經費來源		
民間主辦	2	7.41
政府主辦	5	18.52
民間主辦，政府協辦	9	33.33
政府主辦，民間協辦	11	40.74
下次舉辦時間		
第一季	3	7.89
第二季	2	5.26
第三季	3	7.89
第四季	30	78.95
下次繼續舉辦活動		
六龜回憶大募集	1	1.96
您為六龜加油，六龜為您加油	2	3.92
溫泉季開幕晚會	11	21.57
山城音樂會	8	15.69
溫泉季閉幕感恩茶會	3	5.88
住宿、餐飲、特產優惠	26	50.98

四、業者對活動的滿意度

1. 文化休閒面

由表 13 及圖 29~圖 36 顯示，在 8 項議題 5 點（最低 1 點，最高 5 點）尺度上，業者普遍認為「山城花語溫泉季」活動可以提升遊客對於溫泉旅遊的認知，平均值在 3.19~4.00 點之間。認為溫泉季活動最能讓遊客「感受當地泡湯悠閒的氣氛」（4.00 點），可以「增進與親友之間的感情」（3.93 點），讓遊客「體驗溫泉文化」（3.89 點），並且遊客可以「提供學習溫泉文化知識的機會」（3.85 點），以及「享受大自然的樂趣」（3.78 點）。由此可知，溫泉季活動對於遊客具有正面的寓教於樂意義。

2. 遊憩活動面

在遊憩活動方面的 11 個題項中，業者對於「相關人員的服務態度」及「服務人員的專業性」感到最滿意，分別為 3.96 點及 3.89 點；「政府各項活動的規劃」次之，為 3.74 點；並且認為「本活動可推展為國際性的觀光活動」（3.63 點）。其他項目也都獲得業者的滿意與支持，介於 3.04~3.48 點，表 14 及圖 37~圖 47。

3. 環境景觀面

在環境景觀方面共有 9 個題項，業者對於每個項目也都感到滿意，介於 3.04~3.67 點之間。其中以活動提供「免費接駁溫泉專車」（3.67 點）、「交通管制的情形」（3.67 點）的滿意度最高；其次是「活動範圍的大小」（3.63 點）和「交通管制的情形」（3.63 點）（參見表 15 及圖 48~圖 56）。值得注意的是，主辦單位雖然花了不少經費提供遊客便利的免費接駁溫泉專車服務。然而，搭乘的遊客卻只有一成三左右，這可能與有九成二的遊客自有交通工具有關。建議主辦單位於下次舉辦時，可考慮將經費用於其他的地方。

表 13 業者對溫泉季活動之滿意度-文化休閒面

Item	同意度		
	mean	±	SD
1.提供休閒去處並有放鬆身心的效果	3.19	±	0.62
2.增進與親友之間的感情	3.93	±	0.38
3.體驗溫泉文化	3.89	±	0.42
4.達到寓教於樂的效果	3.22	±	0.58
5.享受大自然的樂趣	3.78	±	0.58
6.更加瞭解溫泉資源維護的重要性	3.30	±	0.61
7.感受當地泡湯悠閒的氣氛	4.00	±	0.39
8.提供學習溫泉文化知識的機會	3.85	±	0.53

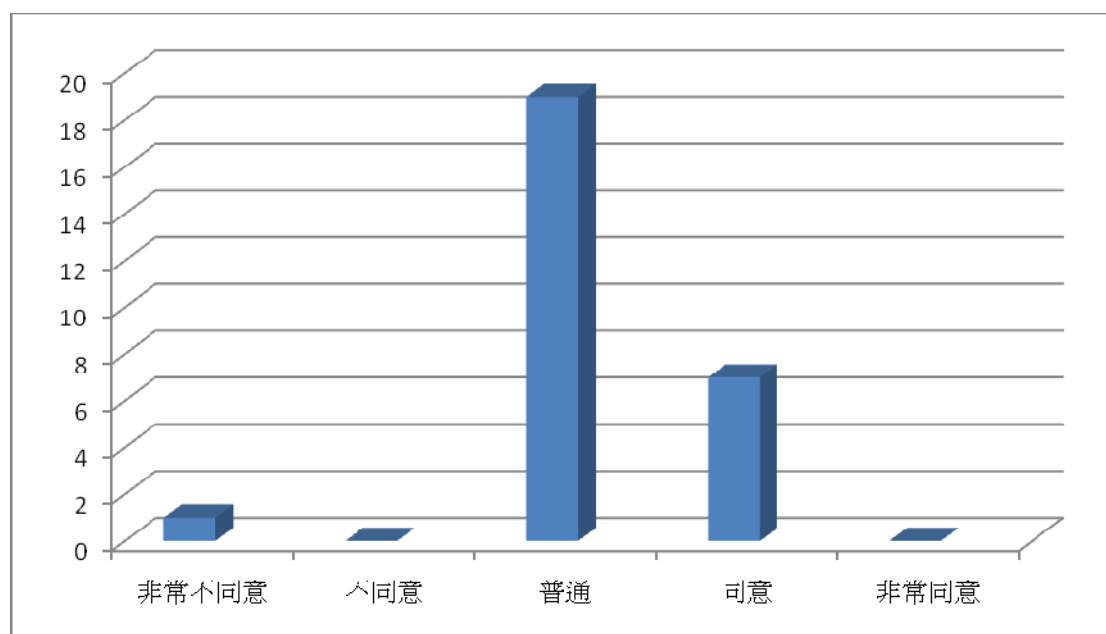


圖 29 提供休閒去處並有放鬆身心的效果

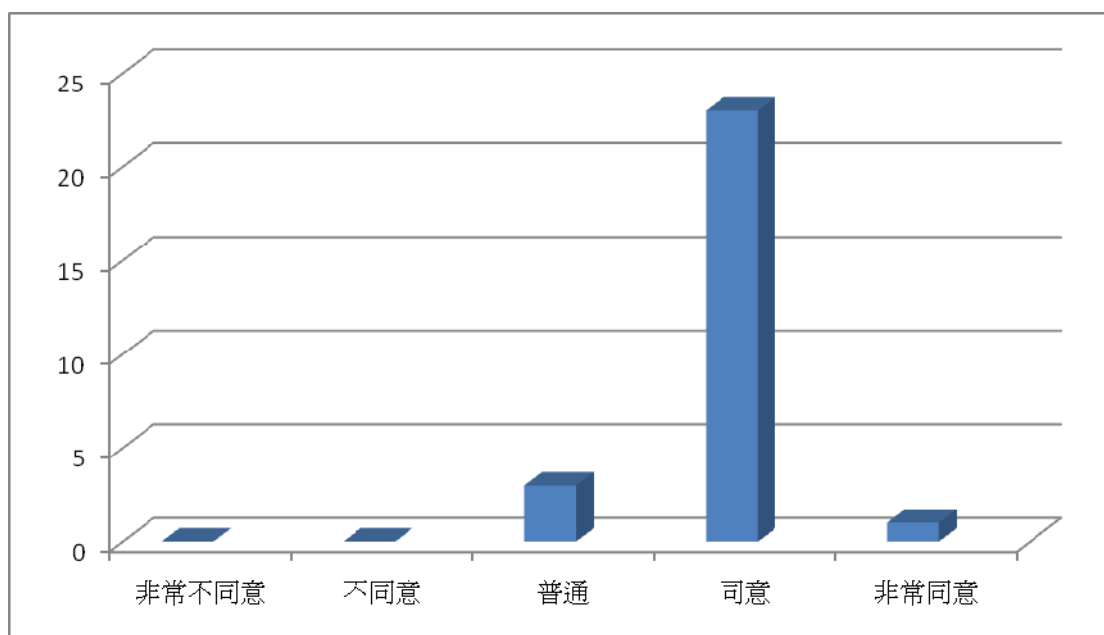


圖 30 增進與親友之間的感情

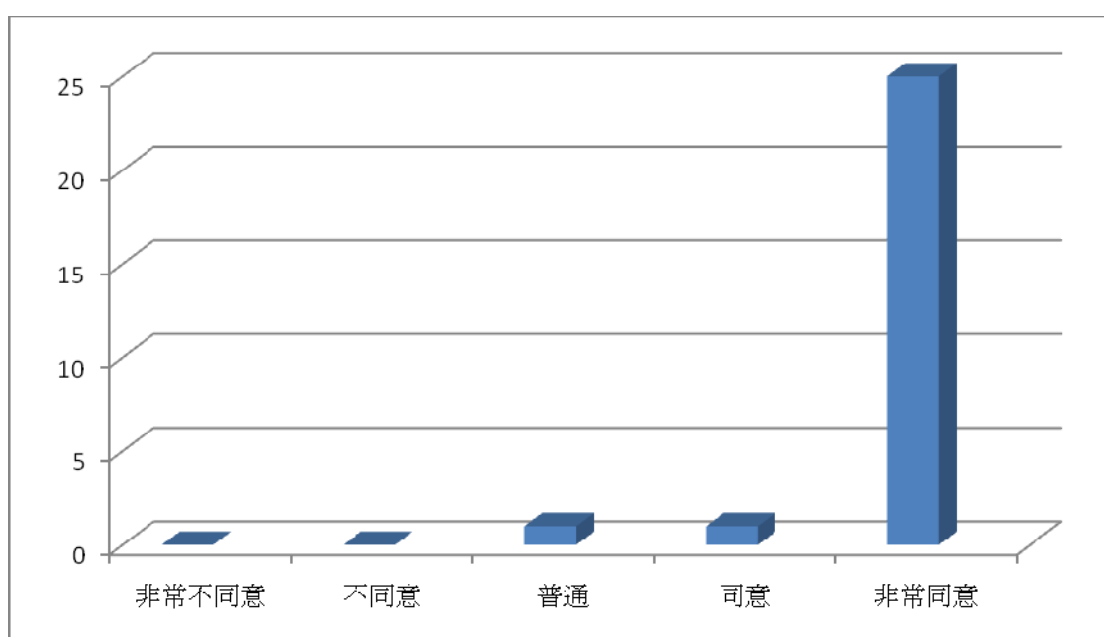


圖 31 體驗溫泉文化

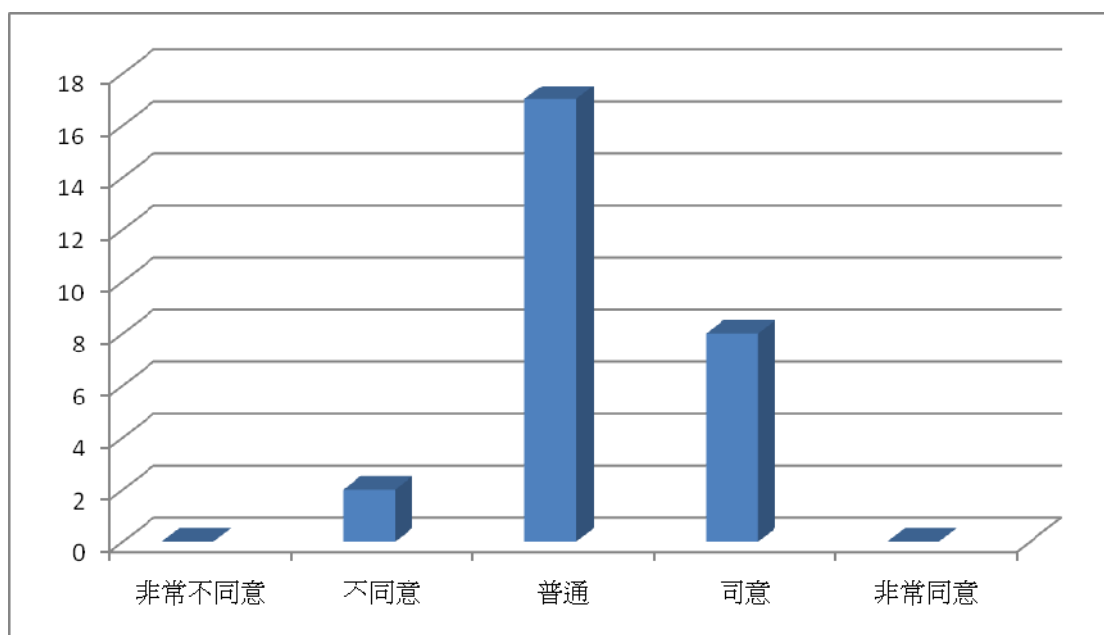


圖 32 達到寓教於樂的效果

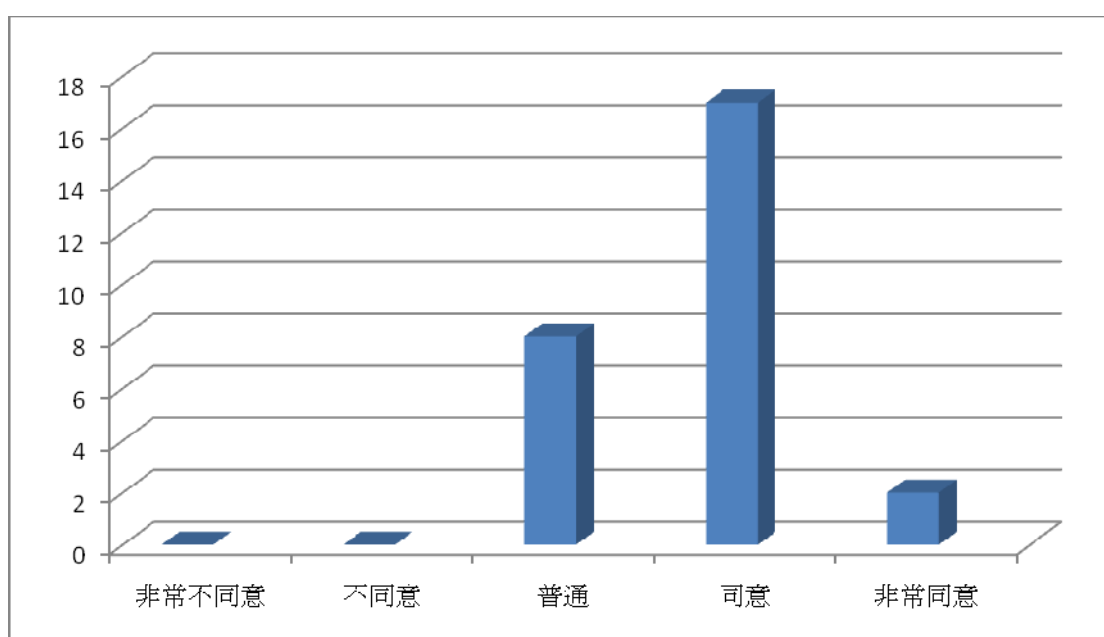


圖 33 享受大自然的樂趣

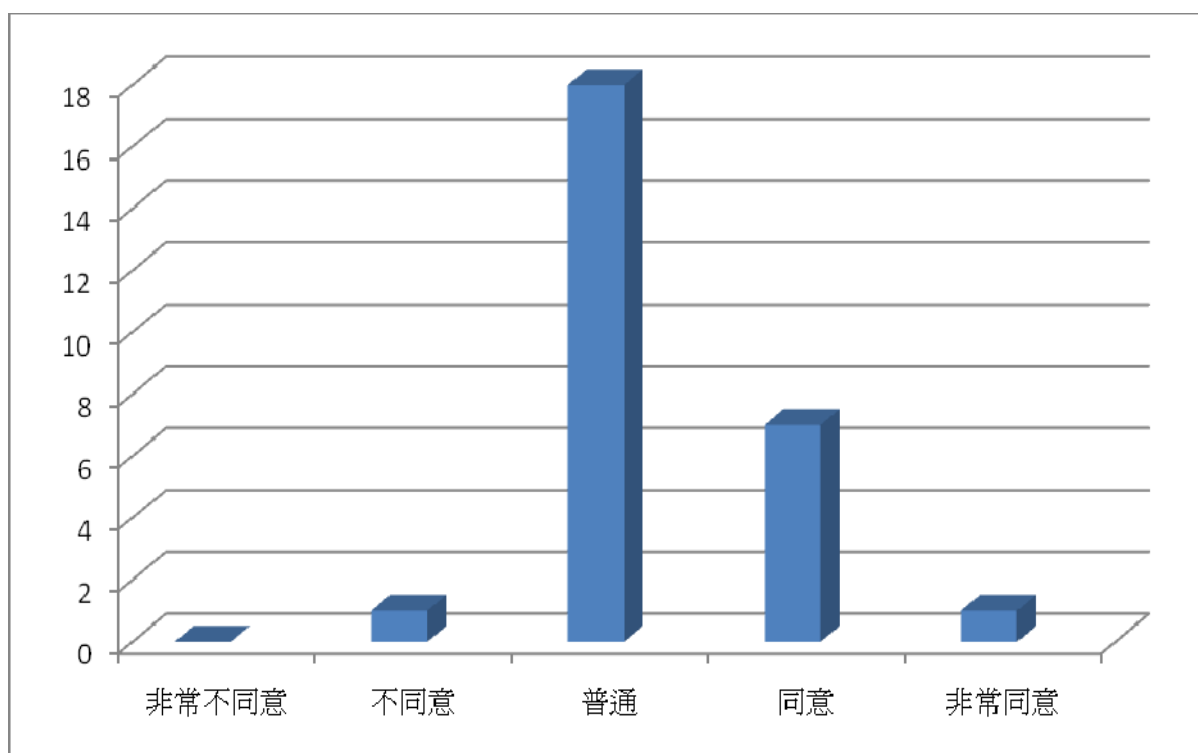


圖 34 更加瞭解溫泉資源維護的重要性

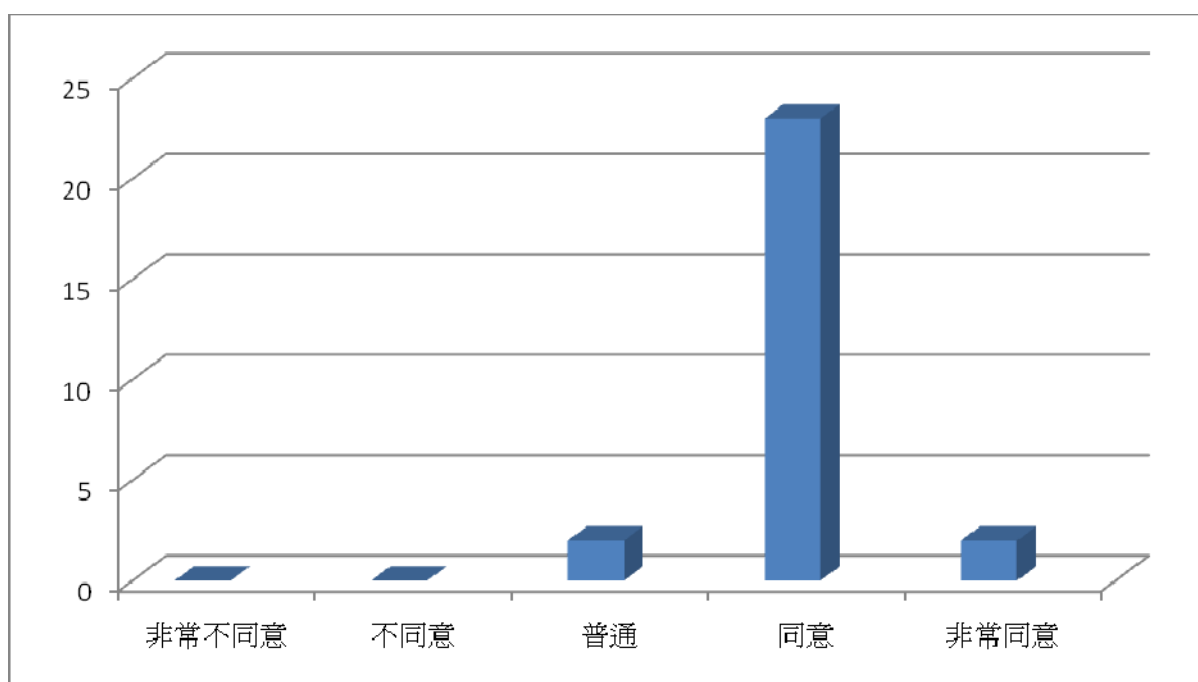


圖 35 感受當地泡湯悠閒的氣氛

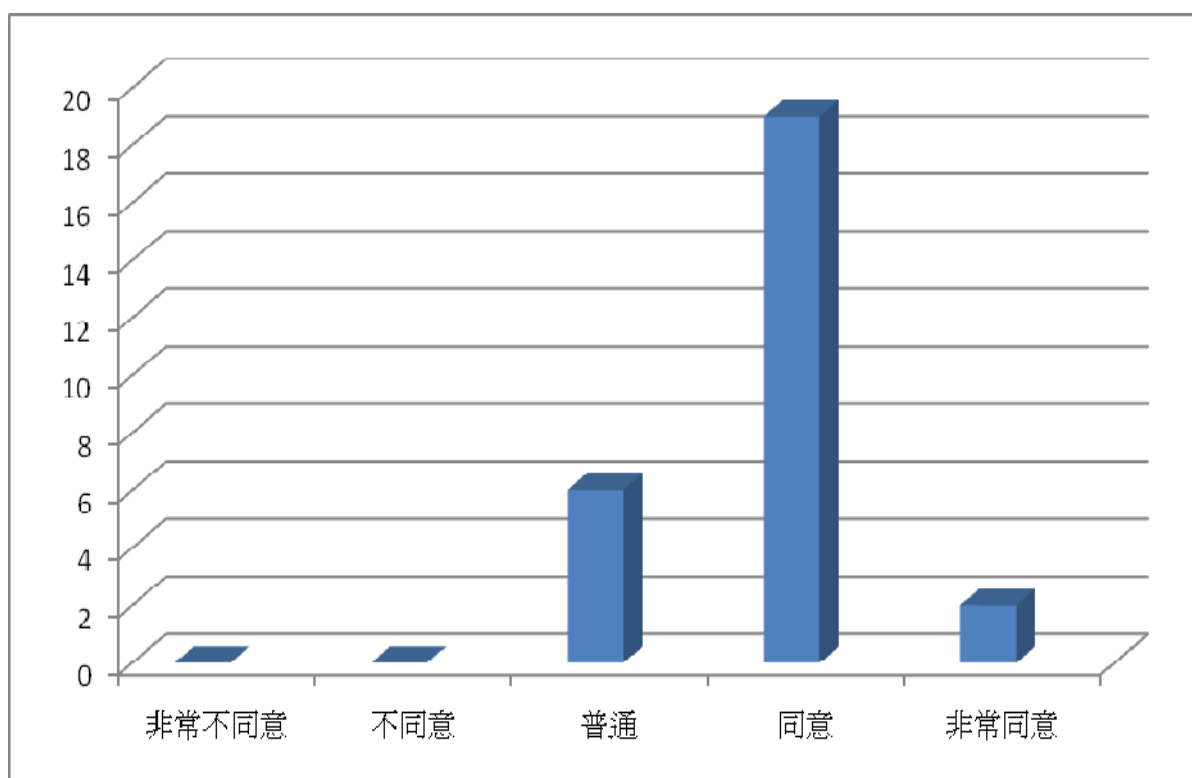


圖 36 提供學習溫泉文化知識的機會

表 14 業者對溫泉季活動之滿意度-遊憩活動面

Item	滿意度		
	mean	±	SD
1.政府各項活動的規劃	3.74	±	0.66
2.提供遊客參與各項和溫泉有關活動的機會	3.04	±	0.52
3.相關人員的服務態度	3.96	±	0.34
4.服務人員的專業性	3.89	±	0.51
5.有足夠的活動廣告或文宣	3.30	±	0.67
6.美食大街的規劃與質感	3.48	±	0.75
7.美食大街餐飲的特色與品質	3.30	±	0.72
8.展示或表演活動的設計、佈置和氣氛	3.26	±	0.76
9.活動的解說導覽 (包含活動指引牌)	3.48	±	0.80
10.美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠	3.19	±	0.56
11.本活動可推展為國際性的觀光活動	3.63	±	0.97

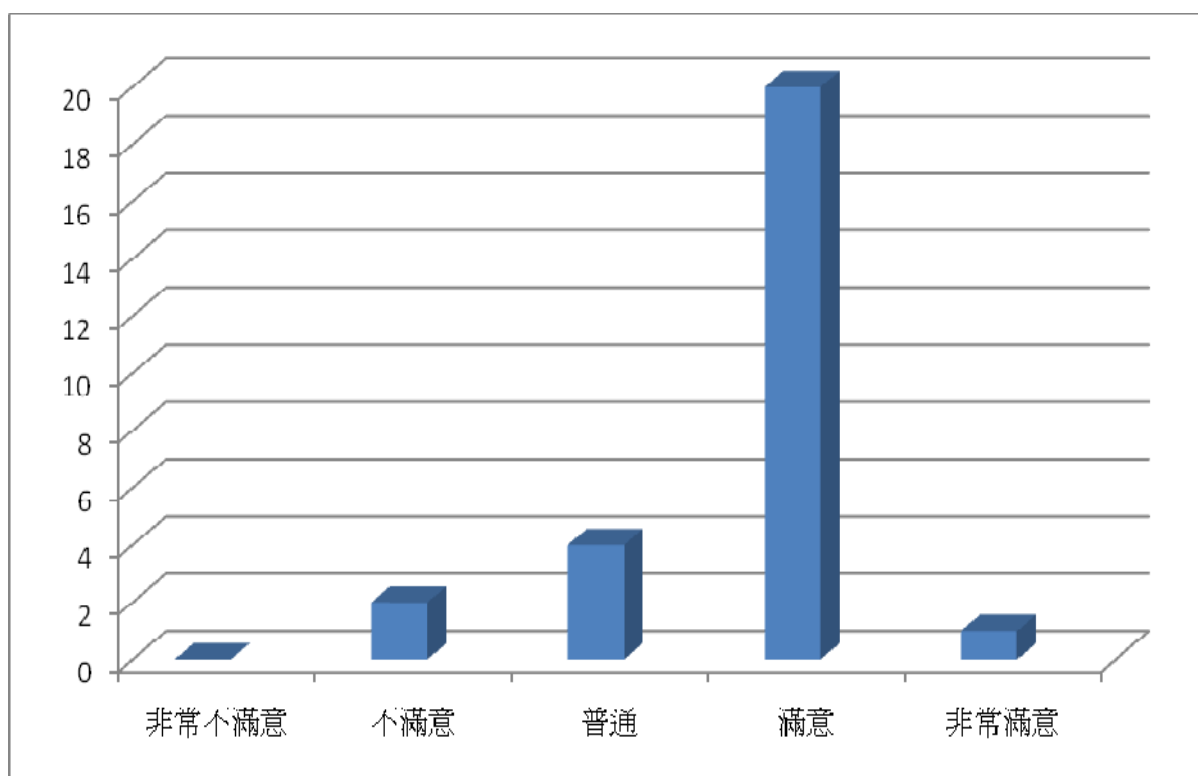


圖 37 政府各項活動的規劃

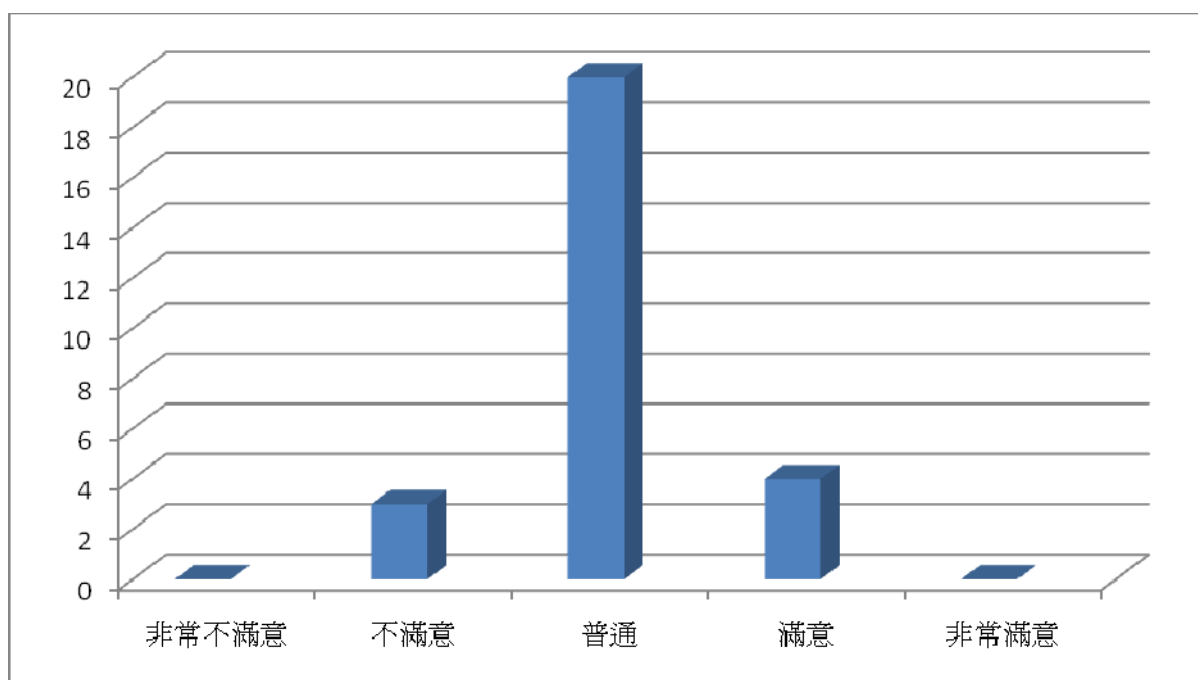


圖 38 參與各項和溫泉有關活動的機會

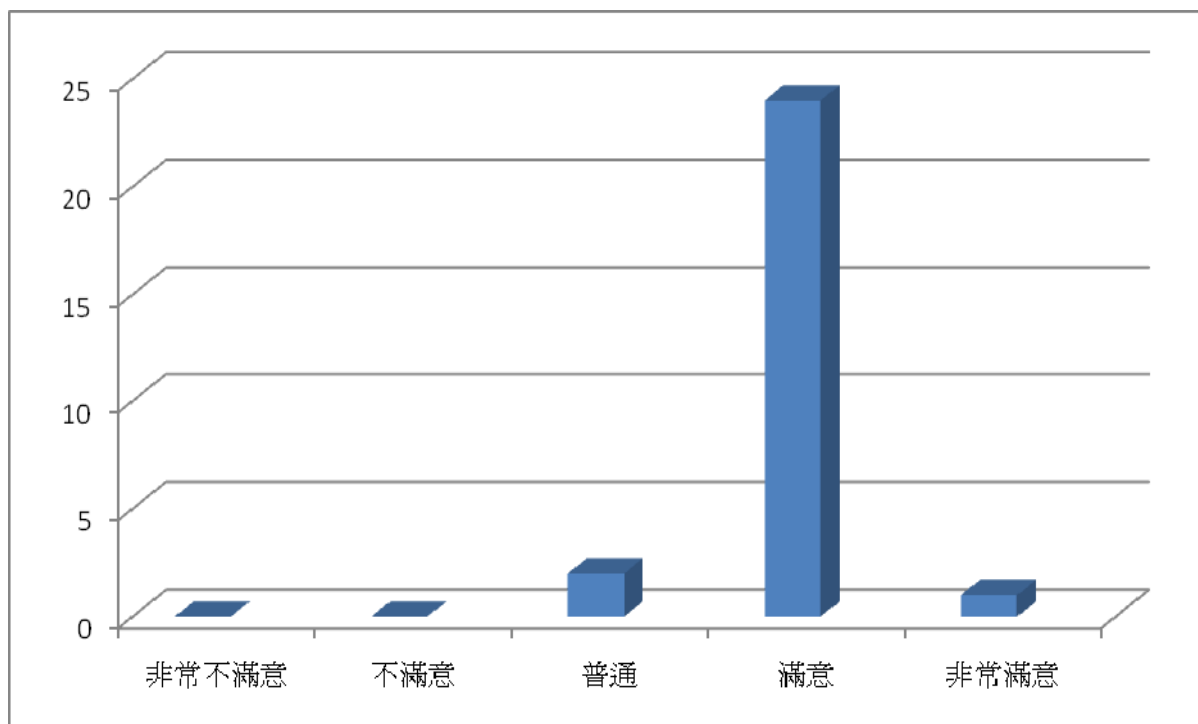


圖 39 相關人員的服務態度

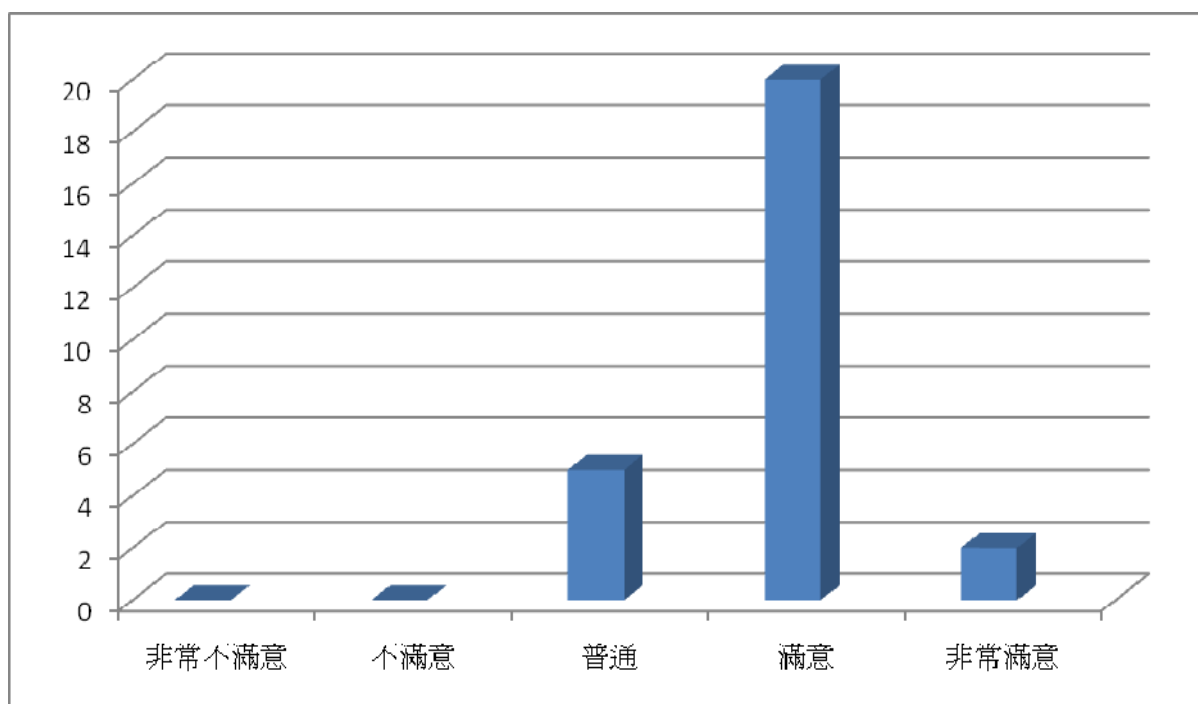


圖 40 服務人員的專業性

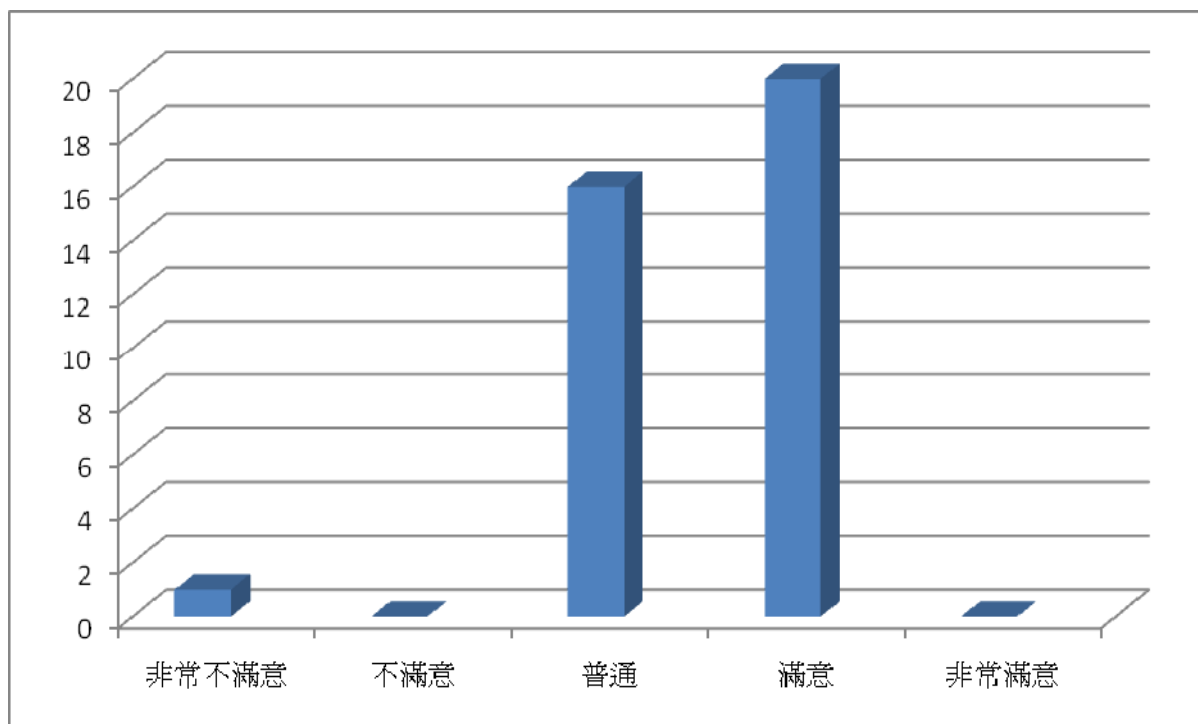


圖 41 有足夠的活動廣告或文宣

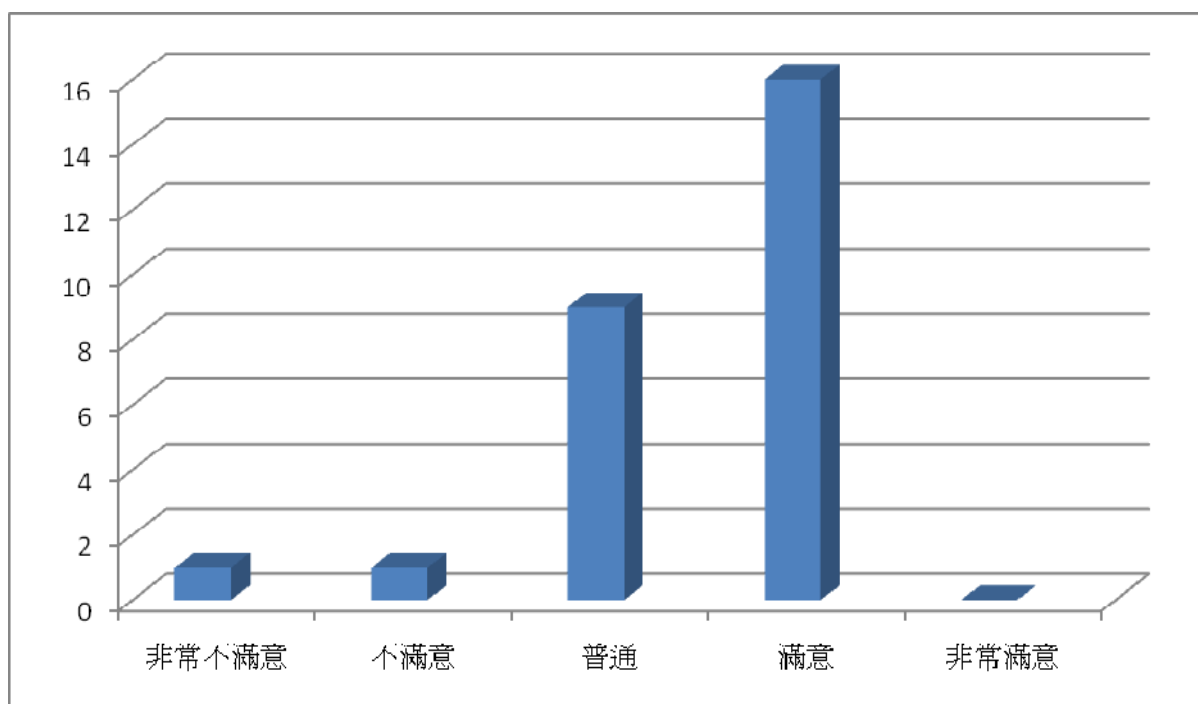


圖 42 美食大街的規劃與質感

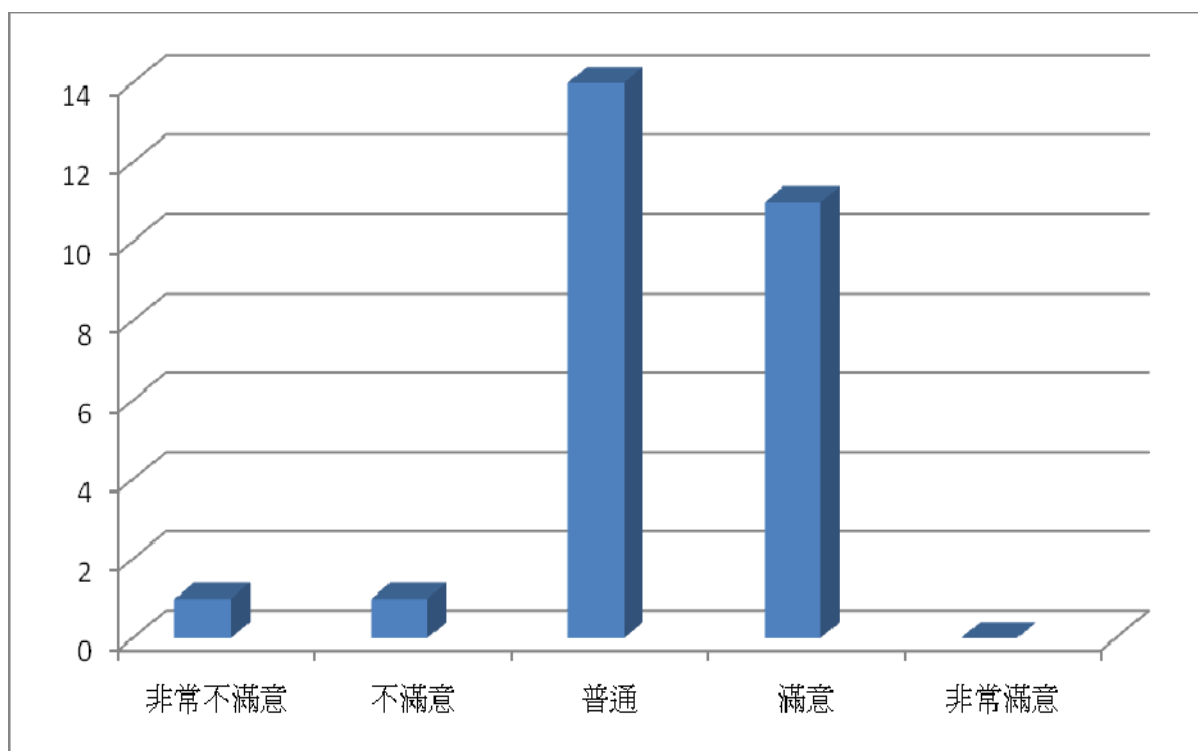


圖 43 美食大街餐飲的特色與品質

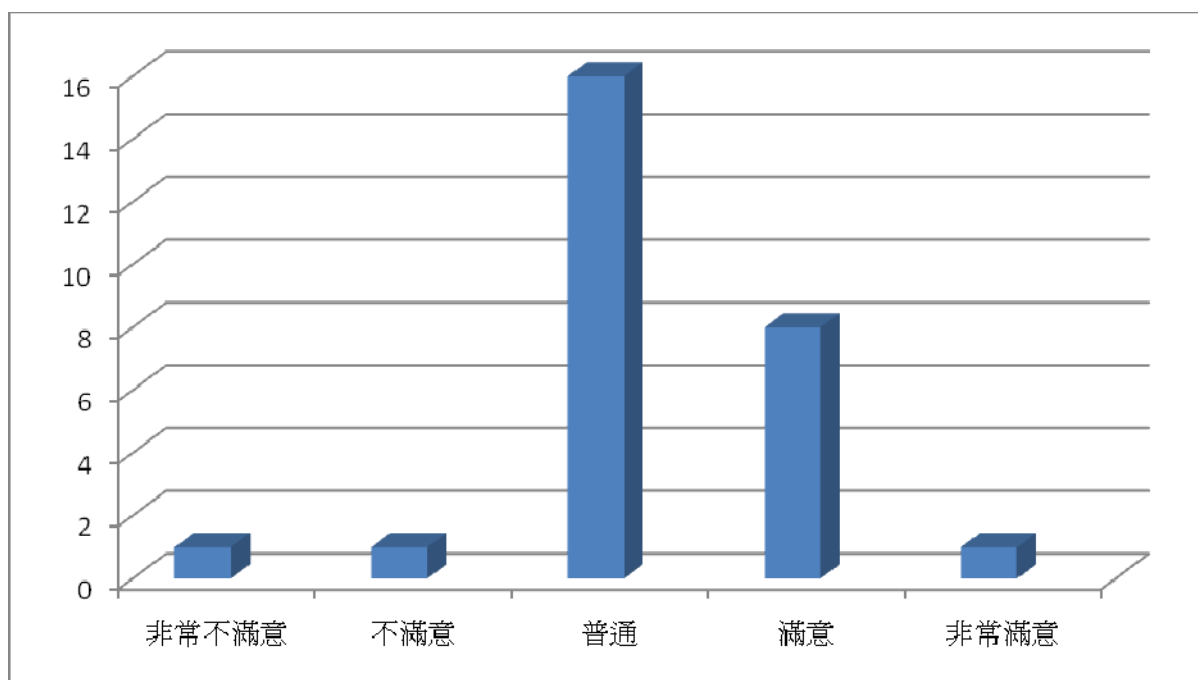


圖 44 展示或表演活動的設計、佈置和氣氛

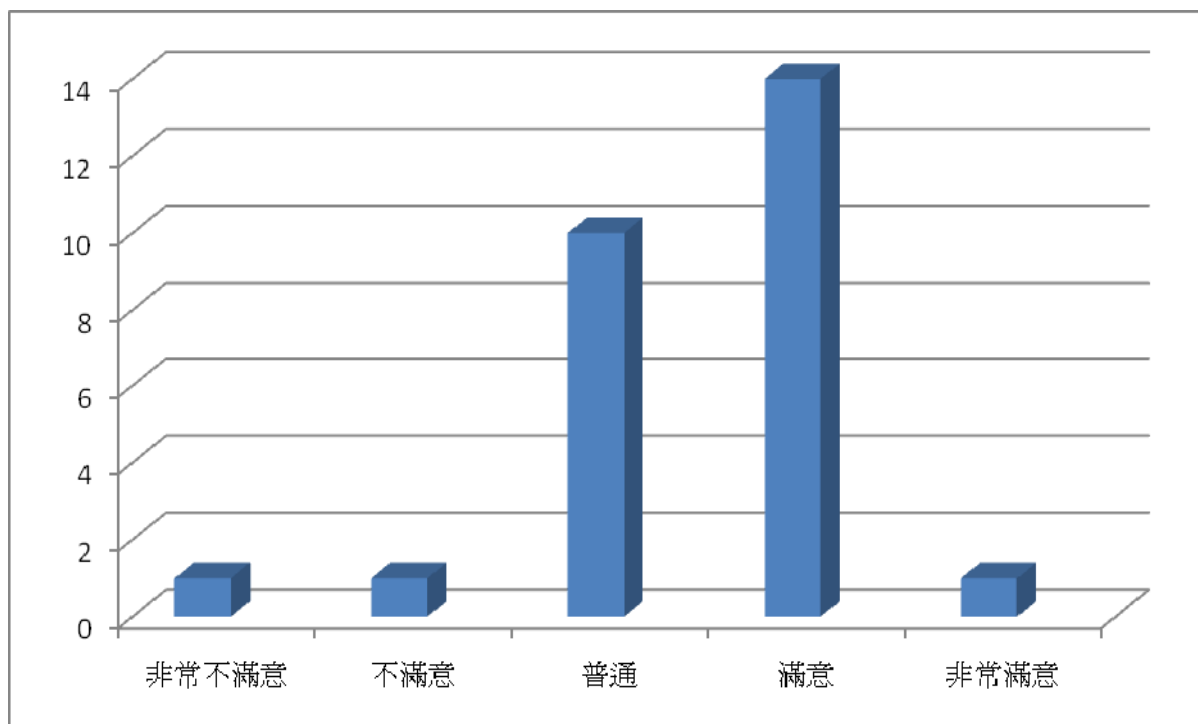


圖 45 活動的解說導覽 (包含活動指引牌)

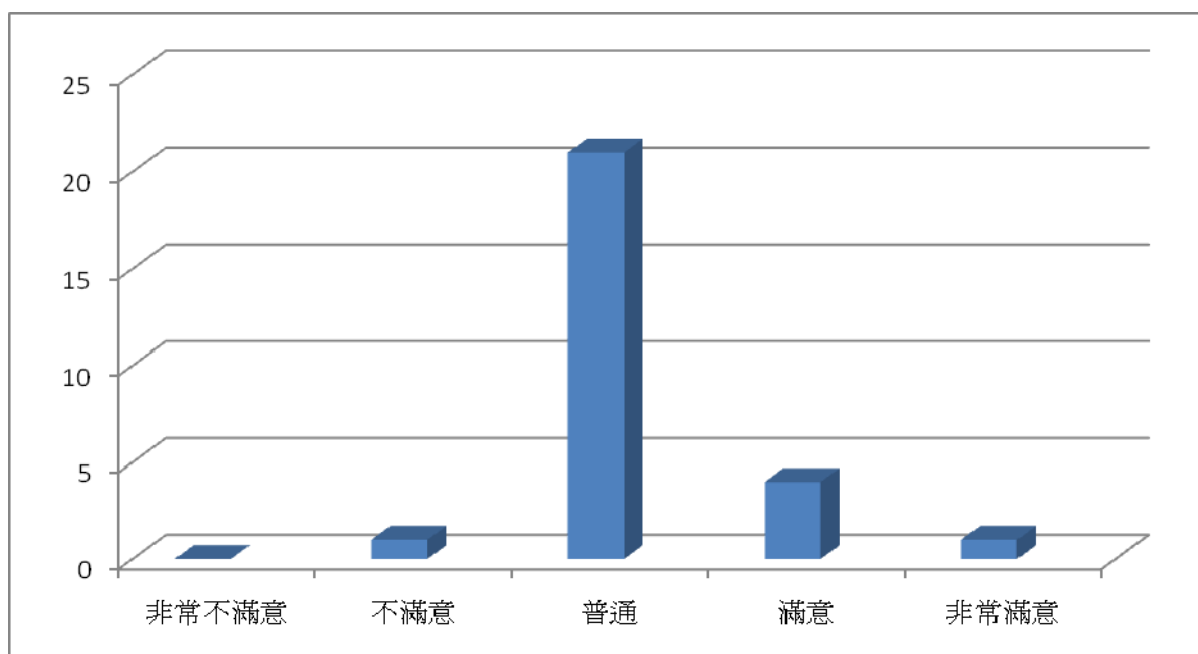


圖 46 美食嘉年華的住宿、餐飲、特產優惠

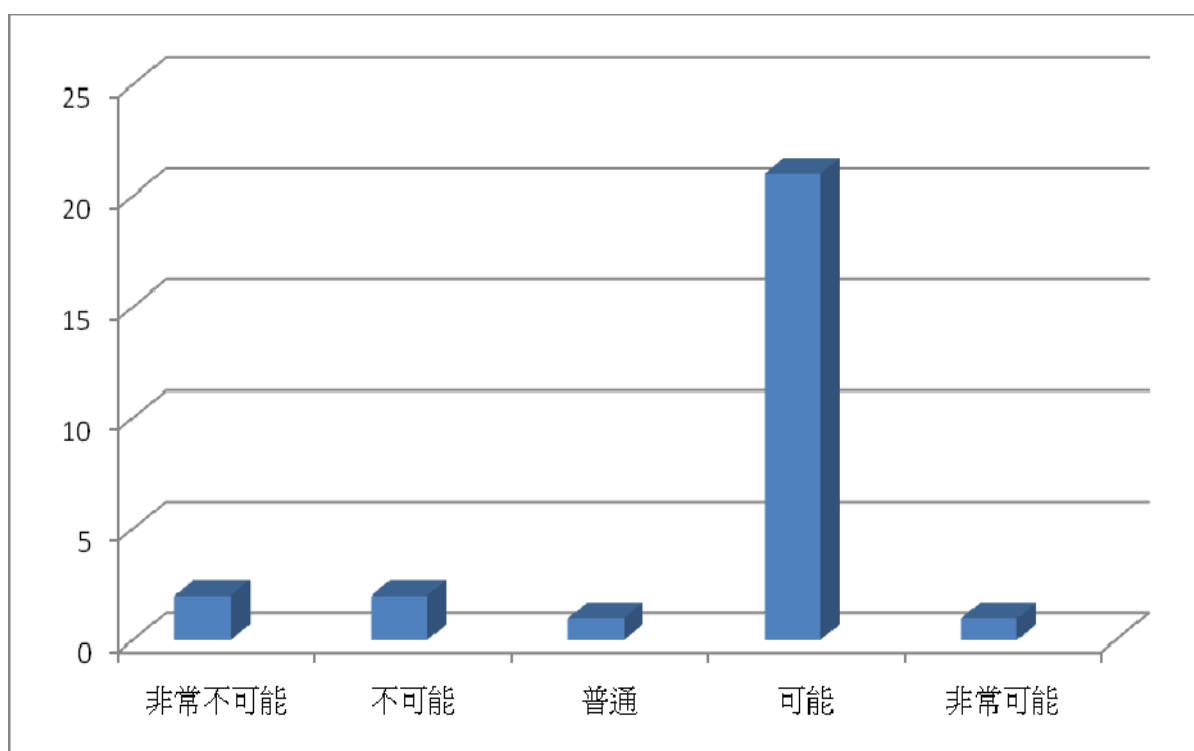


圖 47 本活動可推展為國際性的觀光活動

表 15 業者對溫泉季活動之滿意度-環境景觀面

Item	滿意度		
	mean	±	SD
1.活動範圍的大小	3.63	±	0.69
2.大眾運輸工具的便利性(非免費接駁車)	3.04	±	0.76
3.免費接駁溫泉專車	3.67	±	0.83
4.交通管制的情形	3.67	±	0.78
5.交通路線的導覽指標	3.37	±	0.74
6.有足夠的停車空間	3.63	±	0.56
7.環境景觀的規劃	3.19	±	0.68
8.環境的清潔與衛生	3.37	±	0.63
9.各項的安全設施	3.48	±	0.80

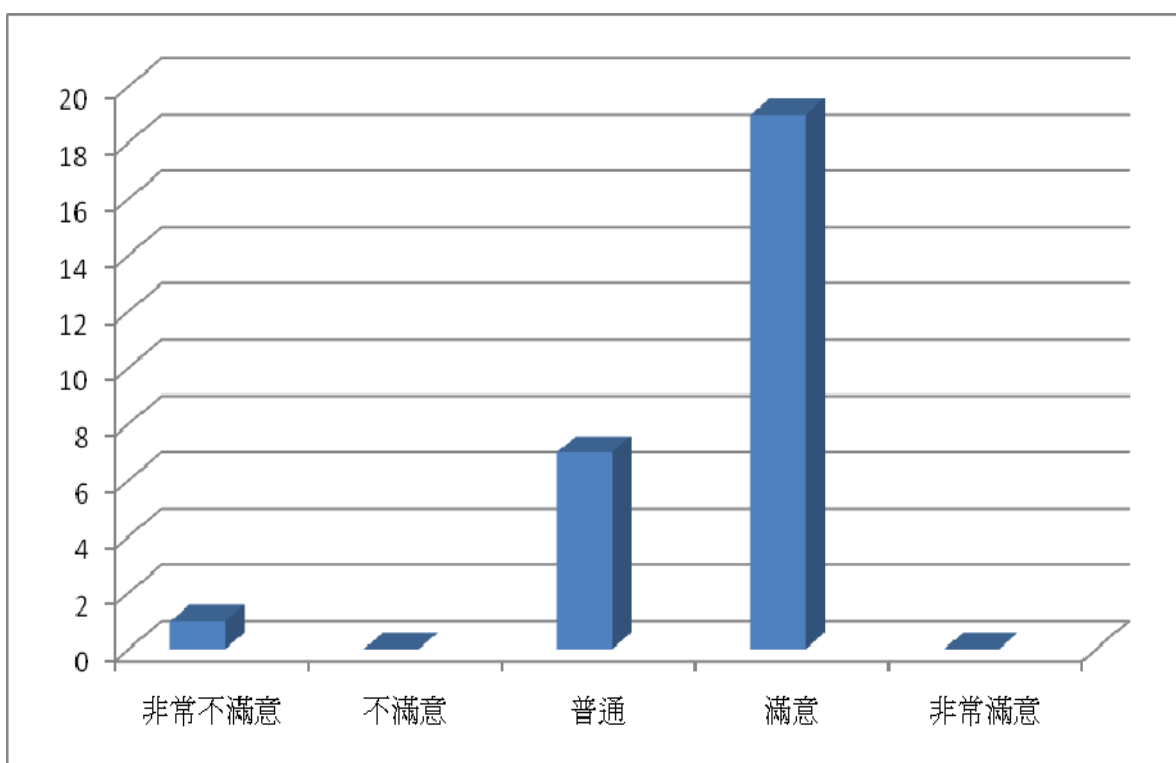


圖 48 活動範圍的大小

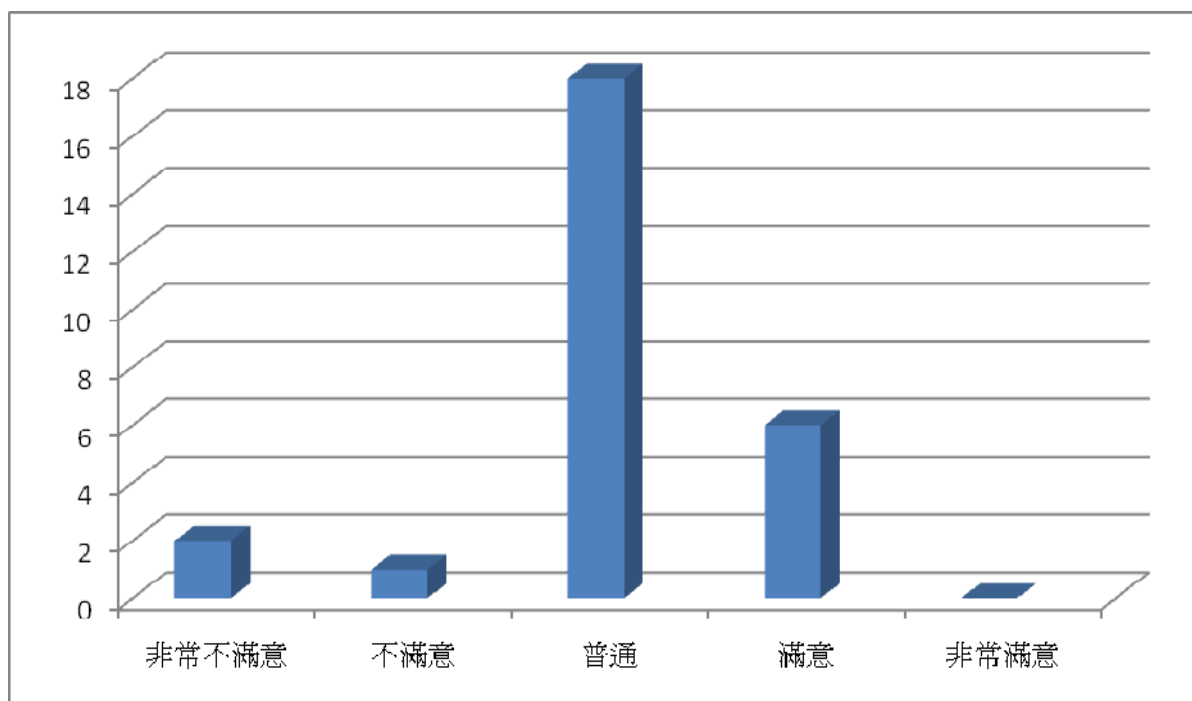


圖 49 大眾運輸工具的便利性 (非免費接駁車)

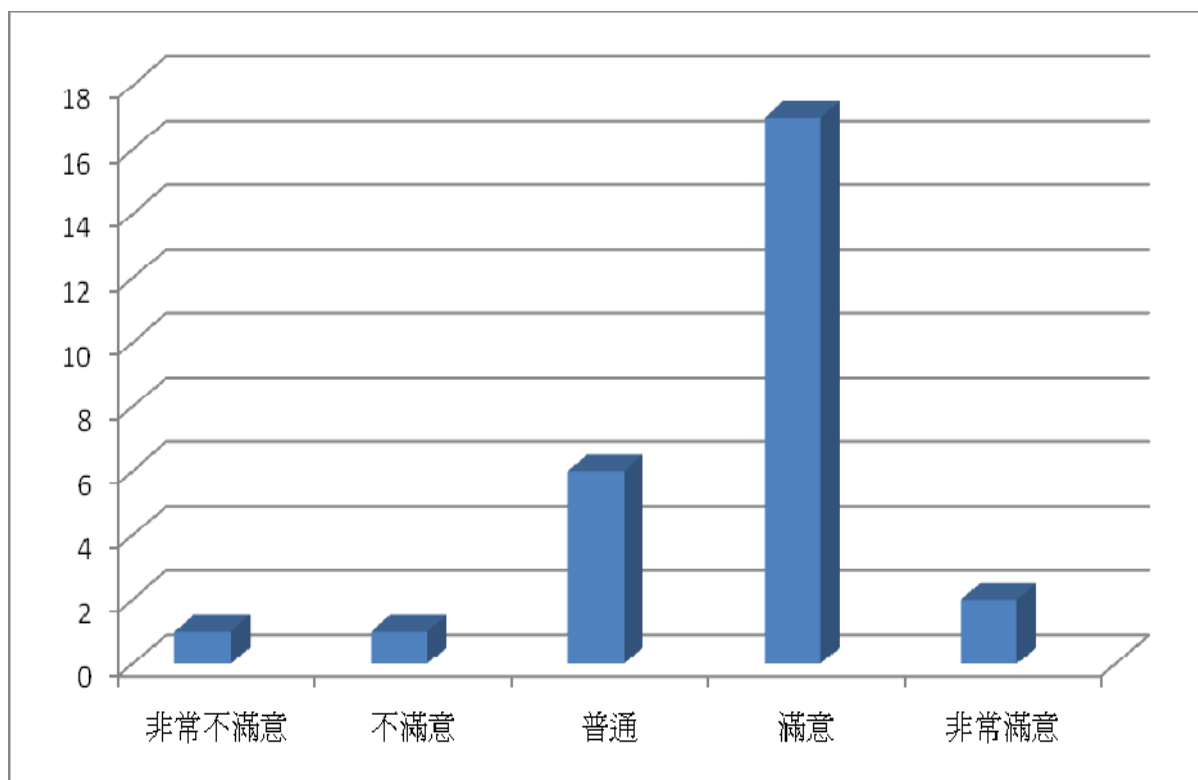


圖 50 免費接駁溫泉專車

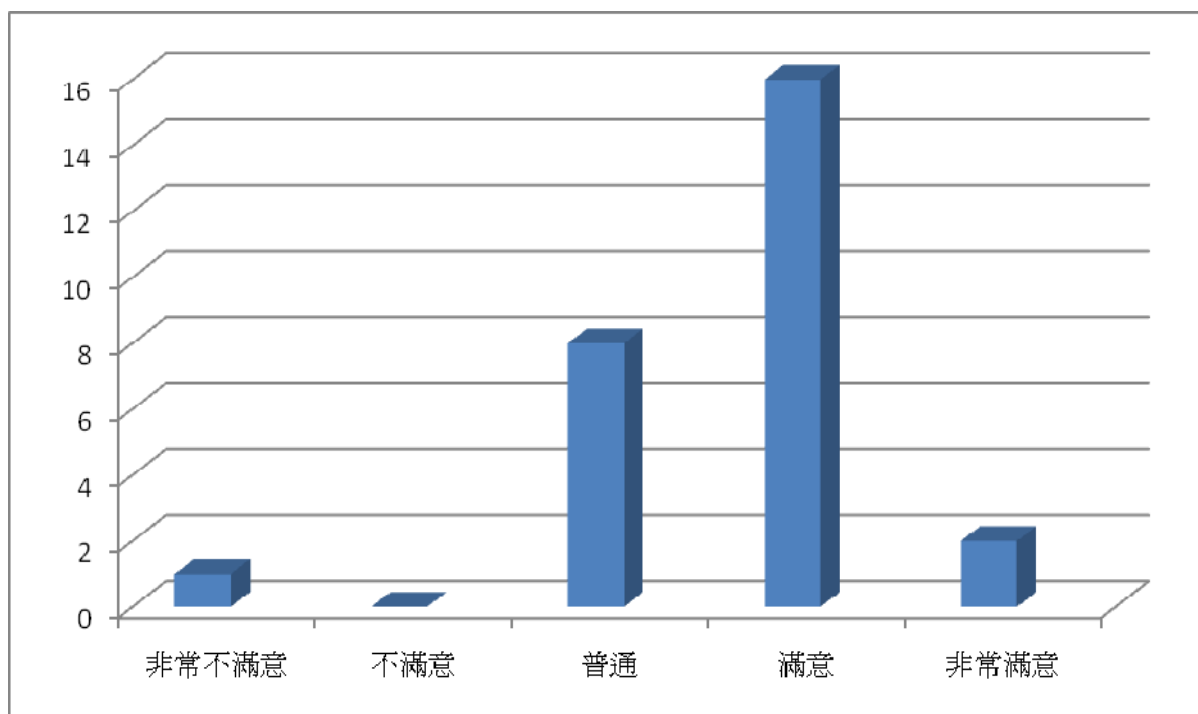


圖 51 交通管制的情形

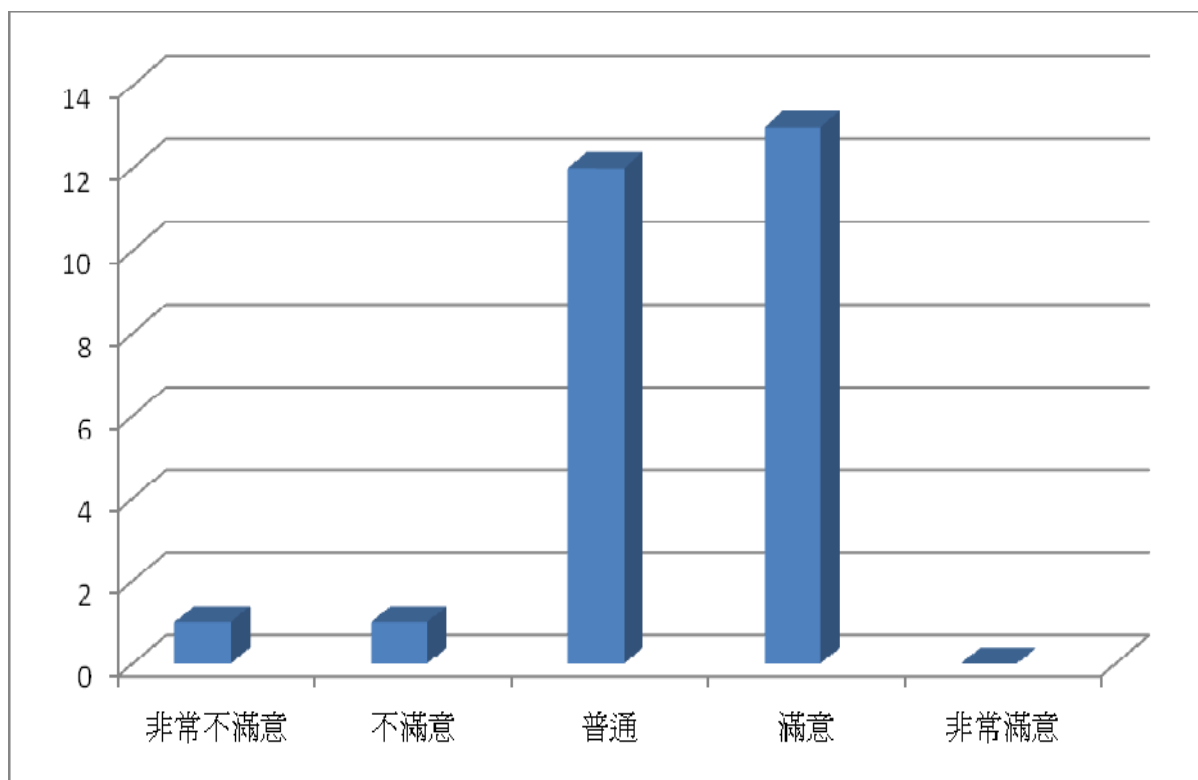


圖 52 交通路線的導覽指標

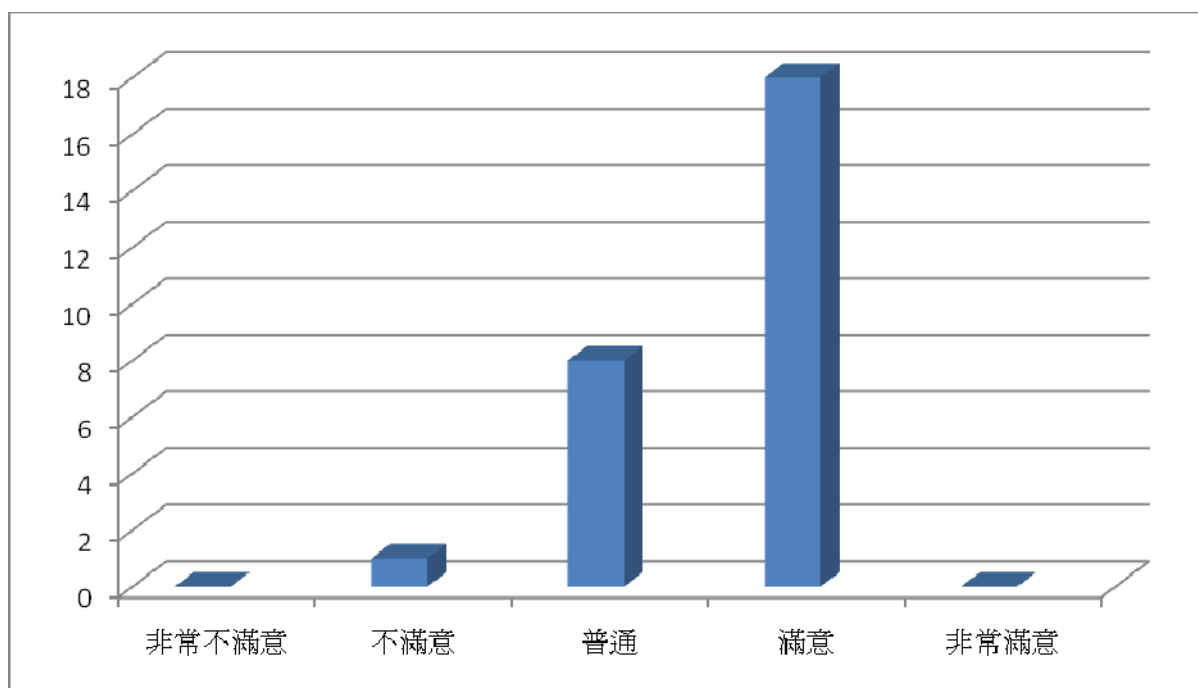


圖 53 有足夠的停車空間

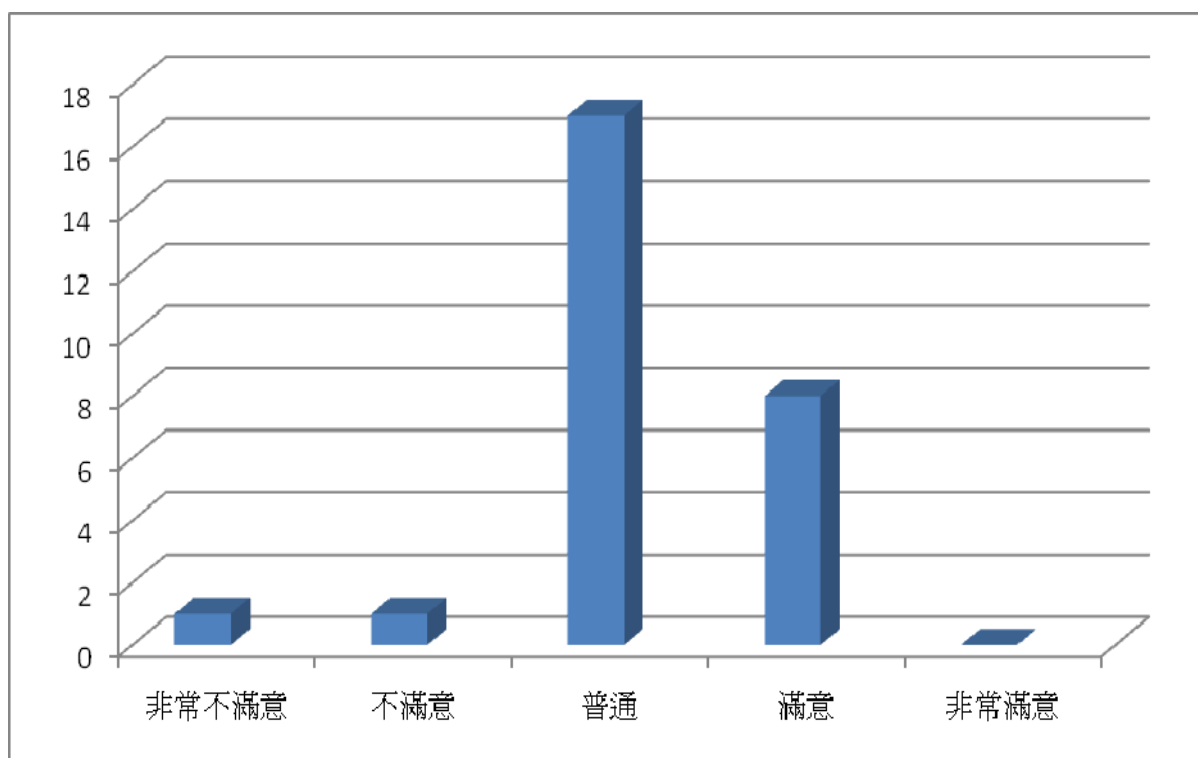


圖 54 環境景觀的規劃

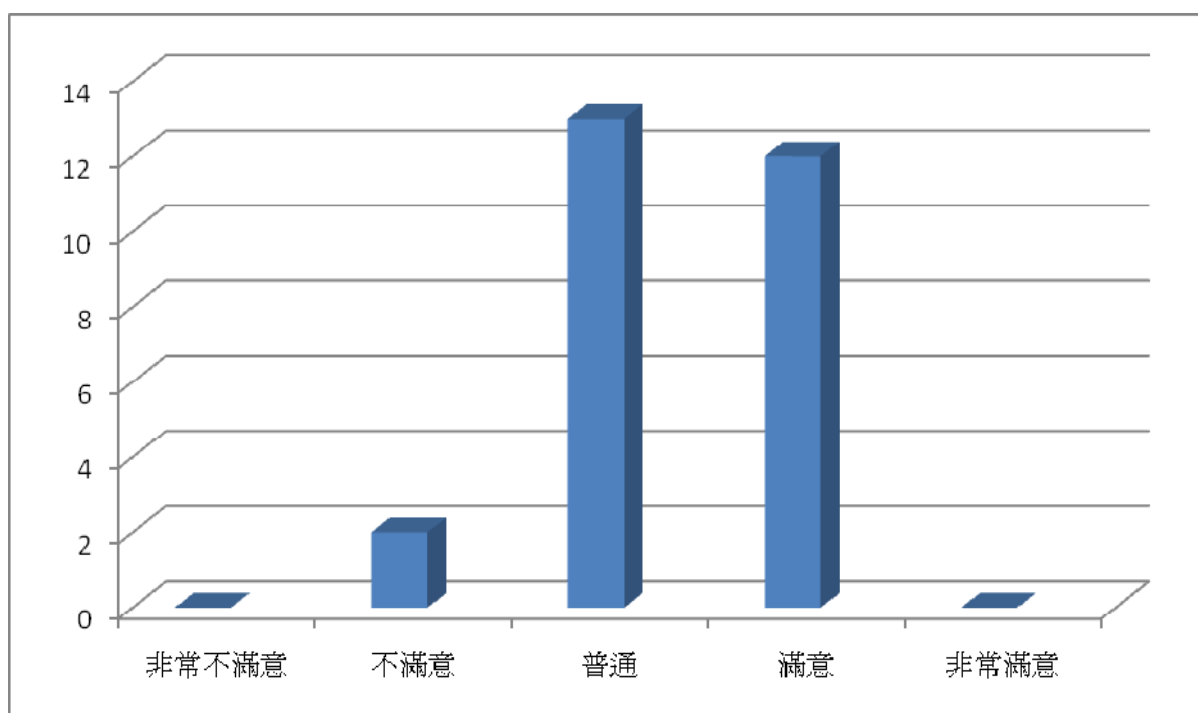


圖 55 環境的清潔與衛生

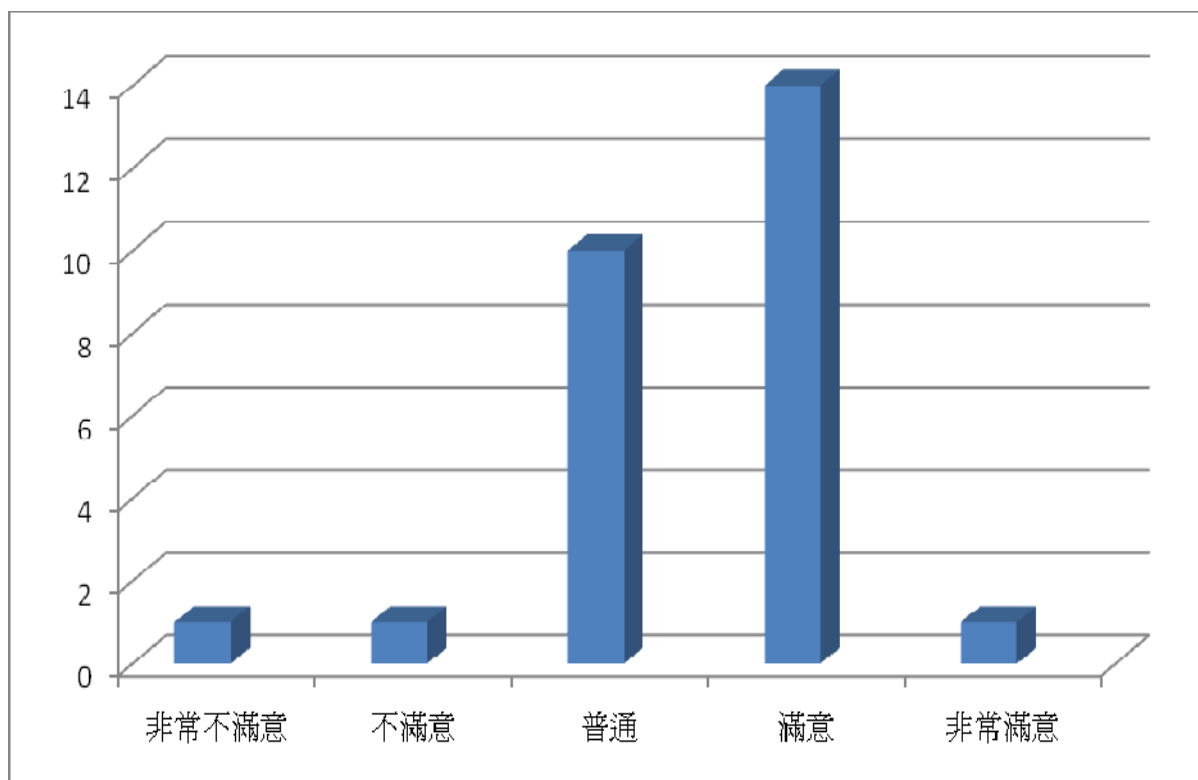


圖 56 各項的安全設施

五、業者對活動的整體滿意度及活動效益認知

業者對於「山城花語溫泉季」活動的整體滿意度方面給予肯定，不滿意的業者僅佔一成。對於環境景觀的滿意度及遊憩活動的滿意度，業者幾乎都表示滿意，不滿意者都只佔 3.7%，見表 16 所示。

另外，在支持度方面，業者沒有任何的不願意，全數表示旅館願意再次「參與山城花語溫泉季」，高達 81.48% 的支持度；業者更表示願意「為山城花語溫泉季宣傳」，有 85.19% 的支持度；並且旅館也願意在下次舉辦溫泉季時「推薦他人參與山城花語溫泉季」，支持率高達 88.89%（參見表 17）。整體而言，業者對於政府所主辦的活動有著高度的期待，並且也非常願意配合與為之宣傳。

在整體活動效益的認同度上，業者幾乎有 90% 以上的認同舉辦溫泉季活動所帶來的效益。認為「可增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度」（4.59 點）、「可幫助地方經濟發展」（4.59 點）、「可振興溫泉產業」（4.56 點）、「有助遊客對溫泉美食文化的認識」（4.52 點）、「可帶來當地產業實質收入」（4.48 點）、「可增加當地就業機會」（4.44 點），如表 18 及圖 57~圖 62 所示。

表 16 業者對活動整體滿意度

Iteam	mean		SD	非常不滿意(%)	不滿意(%)	普通(%)	滿意(%)	非常滿意(%)
1.環境景觀滿意度	3.56	±	0.75	3.70	0.00	37.04	55.56	3.70
2.遊憩活動滿意度	3.59	±	0.80	3.70	0.00	37.04	51.85	7.41
3.整體滿意度	3.48	±	0.98	7.41	3.70	29.63	51.85	7.41

表 17 業者對活動整體支持度

Iteam	mean		SD	非常不願意(%)	不願意(%)	普通(%)	願意(%)	非常願意(%)
1.參與山城花語溫泉季	4.04	±	0.65	0.00	0.00	18.52	59.26	22.22
2.為山城花語溫泉季宣傳	4.07	±	0.47	0.00	0.00	7.41	77.78	14.81
3.推薦他人參與山城花語溫泉季	4.07	±	0.55	0.00	0.00	11.11	70.37	18.52

表 18 業者對活動整體效益認知

Iteam	認同度		
	mean	±	SD
1.可振興溫泉產業	4.56	±	0.75
2.可增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度	4.59	±	0.64
3.有助遊客對溫泉美食文化的認識	4.52	±	0.75
4.可幫助地方經濟發展	4.59	±	0.64
5.可增加當地就業機會	4.44	±	0.93
6.可帶來當地產業實質收入	4.48	±	0.89

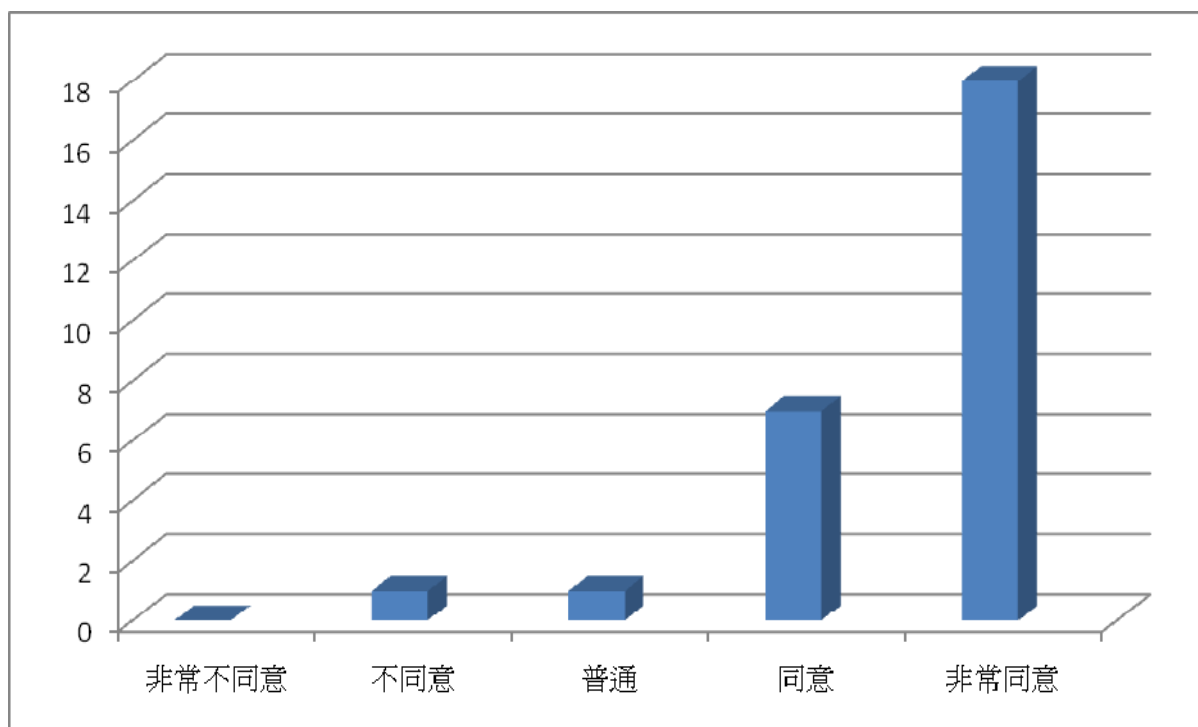


圖 57 可振興溫泉產業

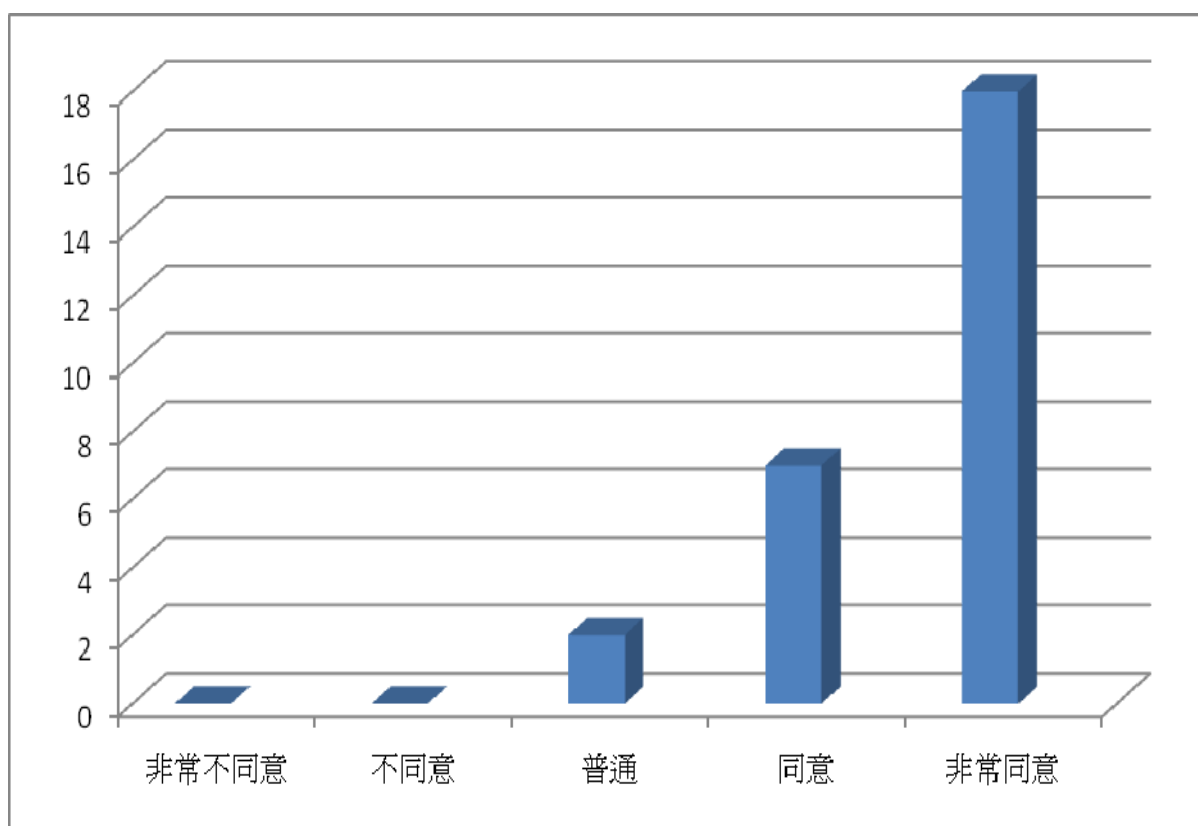


圖 58 可增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度

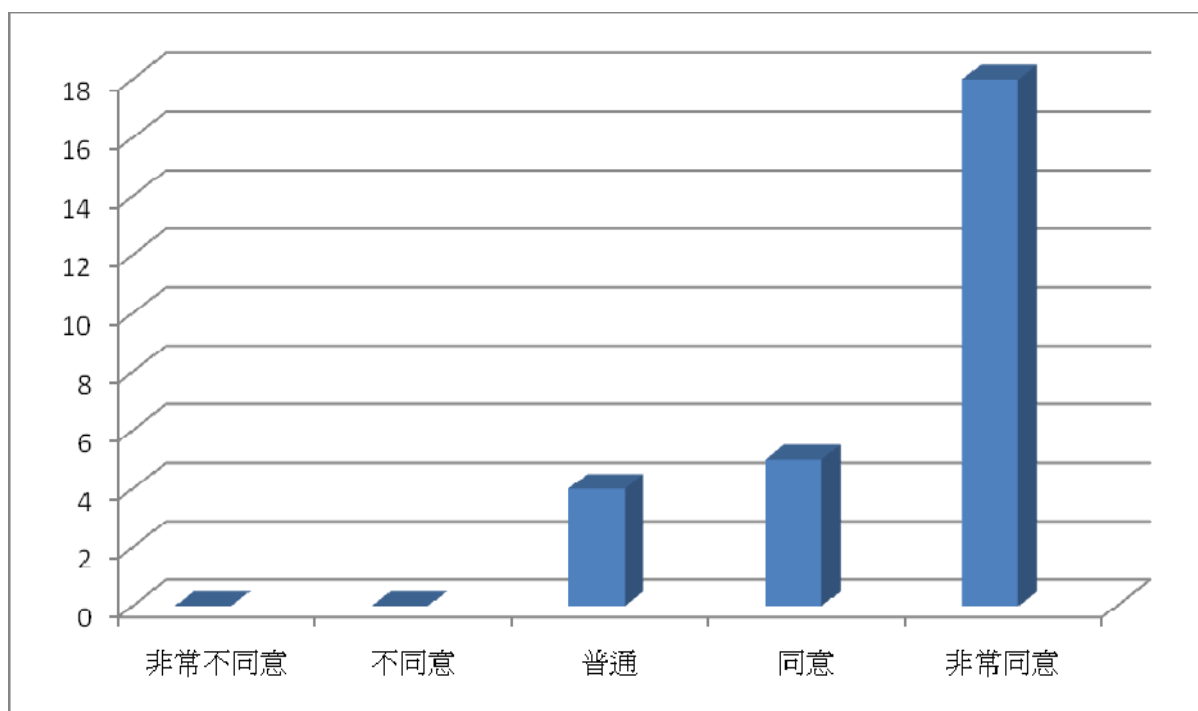


圖 59 有助遊客對溫泉美食文化的認識

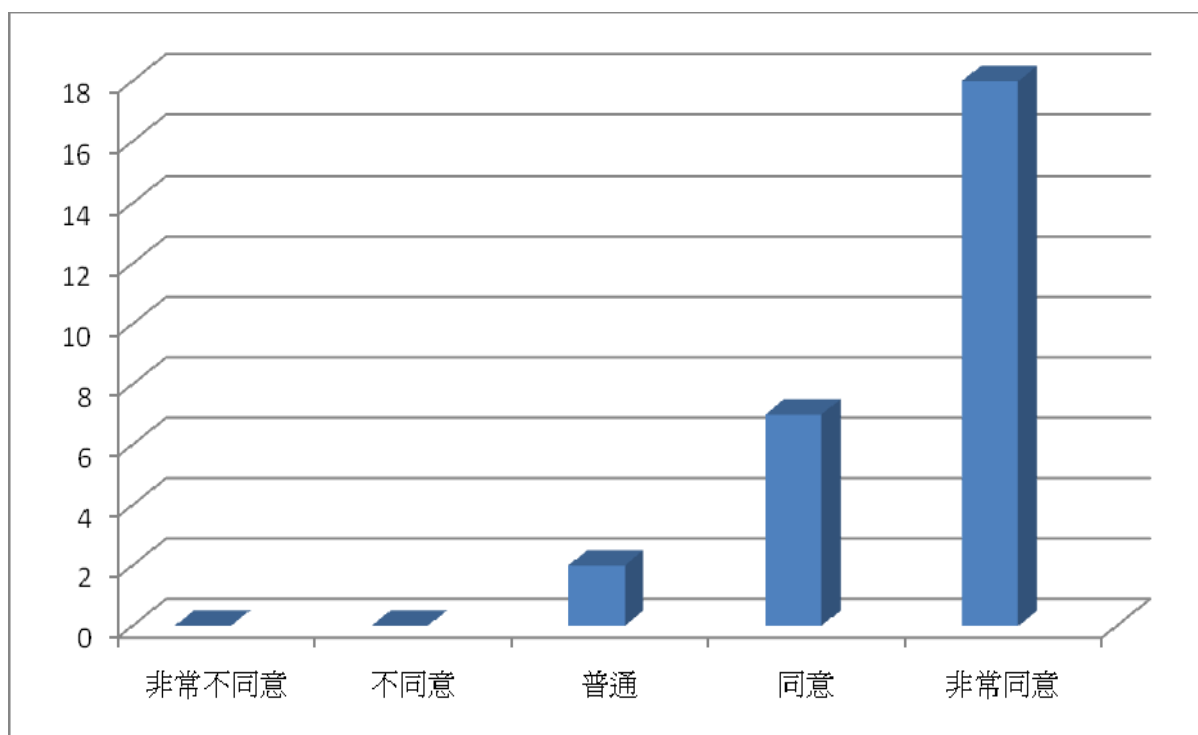


圖 60 可幫助地方經濟發展

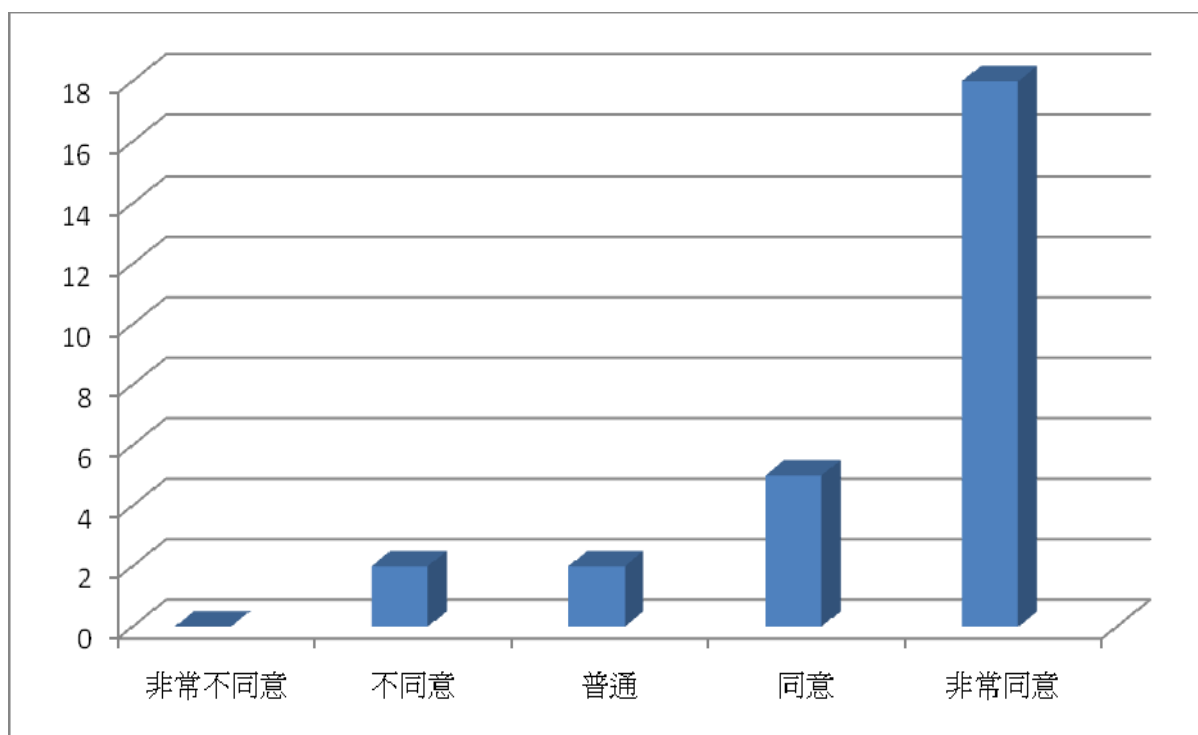


圖 61 可增加當地就業機會

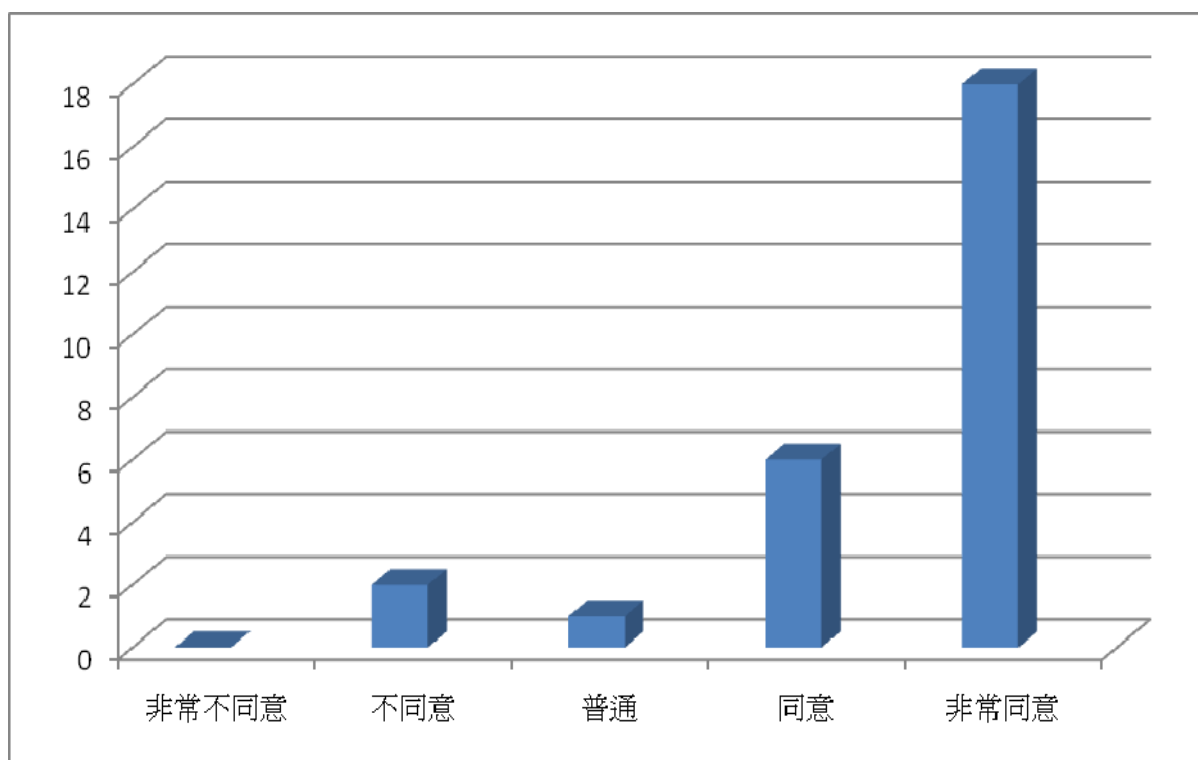


圖 62 可帶來當地產業實質收入

結論與建議

高雄縣政府與茂林國家風景區管理處主辦之「2008 台灣美食嘉年華-山城花語溫泉季」活動已連續舉辦三年了。2008 年活動期間，經調查結果分析，保守推估至少達 173,847 人次以上。倘若根據觀光局(2008)之國人旅遊狀況調查報告顯示，第四季平均每人為 1.31 旅次，全年為 5.57 旅次，於南部從事休閒泡溫泉的遊客即高達 3,197,250 人次（全年旅次之 2.9%）。因此，本活動相當具有吸引遊客的潛力。

為使下次舉辦本活動更具效益，本調查主要評估參與活動之遊客旅遊特性、遊客期待、遊客滿意度和支持度、業者的滿意度及支持度、對活動效益的認知、以及活動整體效益，作為未來活動籌辦之參考。本調查主要於「山城花語溫泉季」活動舉辦期間 2008 年 11 月 21 日至 2009 年 1 月 24 日，針對前往寶來、蘇羅婆、不老、竹林之遊客進行調查訪談。調查結果與建議如下：

(一) 遊客的旅遊特性

前往寶來、蘇羅婆、不老、竹林之遊客主要年齡層分布在 20 歲~50 歲之間。教育程度較高。主要從事的行業別有服務業、軍公教人員，學生族群較少。客源主要來自北部（基、北、桃、竹、苗）、南部（高市、屏）、高雄縣、中部（中、彰、投、雲）等地區。遊客以已婚者居多，且多半是第一次前往；以 2~5 人親友結伴同遊居多。遊客主要是開車前往，大多住宿一晚。上述結果顯示，山城花語活動未來應朝親子同樂或同事、朋友同遊設計規劃；結合鄰近的景點，作跨區域的整合行銷，開發多日的旅遊行程，提高遊客延長留宿意願。另外，就遊客居住地分布而言，遊客來自全省各地，行銷宣傳應考慮可以讓大眾容易接收訊息的管道。

(二) 活動的整體滿意度與支持度

在活動各項調查上（包括休閒文化面、遊憩活動面、環境景觀面），遊客對於本活動均感到滿意，強調可以享受大自然的樂趣。因此，未來活動規劃主軸應可多利用自然資源進行行銷包裝，尤其現代人每日處於壓力環境，因此在行銷時應多強調本活動的休閒功能，鼓勵遊客多與大自然接觸，以達到舒展身心、釋放壓力的效果。由於山城花語活動普遍受到遊客的喜愛和高度肯定，將近六成五的

遊客表示未來會再度參與本活動，並且願意為本活動做宣傳，以及推薦親友參與本活動。足見本活動已漸漸深植遊客的心中，只要主辦單位能及早做計劃性的宣傳，讓「山城花語溫泉季」成為遊客冬季的話題，勢必下次的活動會帶進更多的遊客。

舉辦一個活動的成功與否，除了遊客的支持外，更重要的是端賴當地業者的配合度。在業者方面，業者對於「山城花語溫泉季」活動的整體滿意度方面給予相當高度的肯定，並且有八~九成的業者表示下次該旅館會加入參與活動的行列，且願意配合活動做宣傳。

(三) 活動的效益

遊客和業者對各項活動效益給予相當高的認同，除了可以增加寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉知名度、振興當地的溫泉產業外，並且可以為當地產業帶來實質的收入。調查結果顯示，「山城花語溫泉季」活動確實為當地業者帶來營業成長，泡湯成長 13.17%，住宿增加 17.00%，總營業收入成長 15.67%。根據遊客的消費特性推估，在為期 65 天的活動期間，業者主要的營業項目（包含住宿、餐飲、泡湯）增加了 16,638,866 元的營業收入。

由此可知，「山城花語溫泉季」是一個值得持續推廣的活動，然而，在全省多處著名溫泉景點中，如何成為遊客泡湯的首選，還是要做長程的整體規劃，包括地方的基礎建設、社區的美化工程、鄰近景點的整合等。尤其寶來一帶的溫泉區有著得天獨厚的自然資源可以善加利用，因此應強調主題性的泡湯概念，創造一個簡單易記的“Slogan”，讓遊客一想到泡湯時，即聯想到寶來、蘇羅婆、不老、竹林溫泉。另外，研發當地特產的伴手禮，也是加深遊客印象的最佳法門之一。

研究者於活動期間，數度訪談旅館經營業者及餐飲業者，他們皆肯定政府單位對地方的用心，以及長期對這塊土地的耕耘。或許在某些地方可再著力，然而，在業者的心目中，茂林國家風景區管理處及高雄縣政府已與他們及地方合而為一了，也希望在未來可以有更多的機會一起和政府單位共同來為地方“作伙來打拼”！

參考文獻

Hsieh, L. F., Lin L. H., & Lin Y. Y. (2008). A service quality measurement architecture for hot spring hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 29, 429-438.

Polit, D.F., & Hungler, B.P. (1999). *Research: Principles and methods*. Philadelphia, PA: Lippincott Company.

方怡堯 (2002)，溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投溫泉為例，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所，碩士論文。

吳明隆 (2007)，SPSS 操作與應用—問卷統計分析實務，五南圖書出版股份有限公司。

週全能 (2006)，遊客搜尋溫泉旅館資訊之影響因素-以新北投溫泉為例，國立中央大學企業管理學系，碩士論文。

林俊辰 (2007)，2007 高雄左營萬年季活動遊客滿意度及遊憩效益調查分析，高雄市政府民政局專案報告。

龐麗琴、林俊辰、王智永、龐麗如 (2008)，2008 高雄左營萬年季活動遊客滿意度及遊憩效益調查分析，高雄市政府民政局專案報告。

觀光局 (2008)，中華民國 96 年國人旅遊狀況調查報告。

附 錄

(活動照片)



照片1 溫泉季活動—名家揮毫



照片 2. 溫泉季期間吸引遊客的活動之一