

有「原」來作「客」

台灣特色聚落觀光之旅客動機調查

本專題的目的主要在探討近年來國人至原住民部落及客家聚落旅遊之動機、行為、態度與考量因素。



隨遇而安淡定哥

共97人，26.50%

年齡層：21至40歲

動機因素：平均分配

觀光人數：客家聚落>原住民部落

類型：伴隨家人隨興遊走型

文史生態老學究

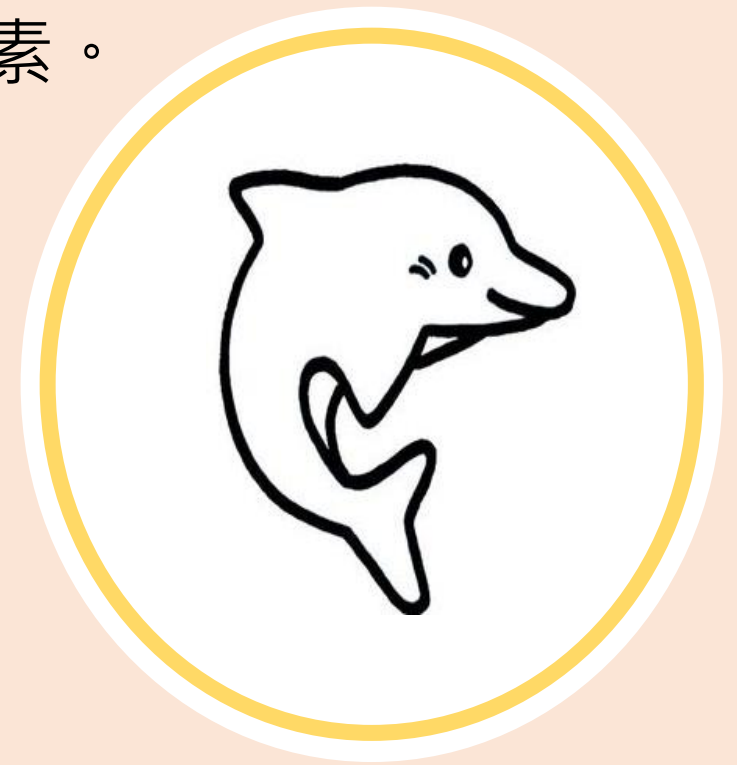
共168人，45.90%

年齡層：21至40歲&51歲以上

動機因素：文史探尋

觀光人數：原住民部落>客家聚落

類型：增長自我學習型



共享生活知性者

共101人，27.50%

年齡層：30歲以下

動機因素：同聚共享

觀光人數：客家聚落>原住民部落

類型：樂於享受生活型



管理意涵與結論

1. 相關政府部門及聚落經營

者可以針對族群文化加以宣傳與推廣，提升遊客至聚落觀光的意願。

2. 「聚落原貌保存」、

「交通便利條件」以及「文化保存」是前三項最需聚落經營者加以改善之項目。

3. 本專題所得成果除了讓聚落經營

者藉由得知遊客觀光旅遊動機，以擬定更精準的行銷推廣策略外，亦可進一步提供服務缺失改善自身之參考，以擴大聚落觀光之市場，讓原住民部落與客家聚落之文化能得以順利傳遞。

改善係數

改善係數 $I_i = (\text{顧客滿意度} - \text{顧客重要度}) / \text{顧客重要度}$ ，改善係數若為負值，代表滿意程度低於重要程度，且數值越小代表服務的改善迫切程度越高。

