

致理科技大學  
休閒遊憩管理系  
畢業專題

台灣商圈滿意度調查  
以西門商圈為例

專題學生： 陳筱柔 10423201  
王芊尋 10423233  
張育睿 10423251  
廖啓勛 10423207  
謝維峻 10423244  
葉瀚陽 10423210  
黃柏融 10423216

指導老師： 林育平 老師

中華民國一百零七年五月

## 目錄

第一章 緒論-----	5
第一節 研究動機與目的-----	5
第二節 研究方法及流程-----	6
第二章 文獻回顧-----	8
第一節 西門町文獻探討-----	8
1.西門町歷史-----	8
2.西門町地理-----	9
3.相關研究描述-----	10
第二節 商圈-----	11
1.商圈定義-----	11
2.商圈類型-----	11
第三節 滿意度定義-----	12
第四節 競爭策略 SOWT 分析-----	13
第三章 研究方法-----	14
第一節 研究範圍-----	14
第二節 研究流程-----	15
第三節 研究架構-----	16
第四節 研究調查-----	17
第四章 資料收集與分析-----	23
第一節 特色街道-----	24
第二節 有名景點-----	25
第三節 競爭策略-----	27
第四節 問卷資料分析-----	30
第五章 結論與建議-----	44
第一節 結論-----	44
第二節 建議-----	45
參考文獻-----	46
附錄問卷-----	49

## 圖目錄

圖 1-1 工作步驟與流程-----	5
圖 3-1 西門町商圈範圍圖-----	12
圖 3-2 研究流程-----	13
圖 3-3 研究架構-----	14
圖 4-1-1 電影街-----	22
圖 4-1-2 美國街-----	22
圖 4-1-3 戲服街-----	23
圖 4-2-1 西門紅樓-----	23
圖 4-2-2 西本願寺-----	24
圖 4-3-1 西門遊客的性別統計圖-----	28
圖 4-3-2 西門遊客的年齡統計圖-----	29
圖 4-3-3 西門遊客的同遊對象統計圖-----	30
圖 4-3-4 西門遊客的原因統計圖-----	31
圖 4-3-5 與台灣其他商圈相較，是什麼讓你選擇來西門-----	32
圖 4-3-6 西門商圈還能夠再改善的部分-----	33

## 表目錄

表 2-1 各學者的滿意度的定義-----	11
表 3-4-1 基本資料-----	17
表 3-4-2 遊客對商品滿意度的問項-----	17
表 3-4-3 遊客對食品滿意度的問項-----	17
表 3-4-4 遊客對交通、環境滿意度的問項-----	17
表 3-4-5 遊客對商圈內商家服務滿意度的問項-----	18
表 3-4-6 遊客對商圈心理感受整體滿意度的問項-----	18
表 3-4-7 商品滿意度之信度考驗表-----	19
表 3-4-8 食品滿意度之信度考驗表-----	20
表 3-4-9 環境滿意度之信度考驗表-----	20
表 3-4-10 圈內商家滿意度之信度考驗表-----	21
表 3-4-11 門商圈整體滿意度之信度考驗表-----	21
表 4-3-1 SWOT 分析-----	27
表 4-3-1 (A) 遊客對商品滿意度的度量表-----	36
表 4-3-1 (B) 遊客對食品滿意度的度量表-----	36
表 4-3-1 (C) 遊客對環境滿意度的度量表-----	37
表 4-3-1 (D) 遊客對商圈內商家服務滿意度的度量表-----	37
表 4-3-1 (E) 遊客對西門商圈心理感受整體滿意度的度量表-----	38
表 4-3-2(A) 西門之不同性別在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析-----	38
表 4-3-2(B) 西門之不同年齡在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析-----	39
表 4-3-2(C) 西門之不同國籍在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析-----	40
表 4-3-2(D) 西門之不同性別在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析-----	42
表 4-3-2(E) 西門之不同年齡在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析-----	42
表 4-3-2(F) 西門之不同國籍在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析-----	43



# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

### 一、研究動機

位於台北市的西門町，在日治時期初期為未開發之區域，後來因日本人的關係，以效仿東京淺草區基準，設立休閒商圈。在這其中休閒商圈經由 1897 年、1902 年及 1908 年的漸層變化。然而有一個在新世界館（現今為誠品、真善美戲院）旁的街道更稱為「片倉通」，有日本料理店。在 1980 中期以前，西門町是台北最繁榮的娛樂聖地。但因逐漸向東發展的關係，西門町開始經歷了低迷、衰落。到了 2000 年經由捷運通車，跟其他道路闢建，西門町開始有了變化，重建原有的特色，加上台灣文化的特殊元素，西門町區變為更豐富，像是有飲料與美食，電影院，和各種有名的商品賣場，讓西門町進入新的時代，儘管當今還有美中不足的地方，但已經成為青少年次文化的首要，也是國際觀光客來台必要造訪的地方之一。

近年來休閒觀光業市場逐漸受到消費者重視，因政府推動一例一休，休假的次數增加，在休閒方面的花費也逐漸遞增。而西門商圈一直以來深受台灣年輕消費者喜愛，不但交通便利，地理位置與本校相去不遠。因此為了了解目前消費者對於西門商圈印象與滿意度，我們決定以問卷調查方式對曾經有光顧過西門商圈的消費者做滿意度調查。

### 二、研究目的

本專題主要目的是研究西門商圈的消費特色與發展問題，讓我們了解西門商圈的主消費群對西門商圈的滿意度。透過分析消費者滿意度調查，我們可以發現商圈美中不足之處，並提出解決方案，使西門商圈更美好，以下條列為我們本次探討目的。

1. 了解西門商圈消費者的滿意度。
2. 數據分析，提出問題與解決方案。

### 三、研究對象

本專題研究以民國一零八年二月十五日起至一零八年四月十五日止，針對蒞臨西門町商圈參訪及遊玩的旅客作為研究對象。

## 第二節 研究方法及流程

### 一、研究方法與內容

透過問卷調查的方式瞭解旅客對於西門町商圈提供的產品滿意度及商家吸引力，藉此統計出對其西門町商圈，造成的觀光衝擊，及整體未來發展的趨勢，判斷優缺點進而加以改善。以下本篇研究之內容。

- 1.透過網路、書籍等文獻，了解西門町商圈歷史背景與文化。
- 2.經由「問卷調查法」發放網路問卷與實體問卷，做數據分析。
- 3.以 SWOT 分析西門町商圈觀光發展現況。
- 4.提供意見給地方政府便以改善。

## 二、工作步驟與流程



圖 1-1 工作步驟與流程

## 第二章 文獻回顧

### 第一節 西門町文獻探討

#### 一、西門町歷史

西門町位於現今萬華區一帶，也就是過去的艋舺地區，與大稻埕、台北城中，稱為「台北三市街」，是台北市區最早開發的聚落之一。地名則是來自日治時期，當時的居民大多居住於台北城內，而西門區域就是最他們的休憩場所，1922年時，正式以「西門町」為名。

1895年，日本政府取得台灣治權，因為城中的開發已逐漸到達飽和，西門艋舺一帶成為下一個開發目標。日本人的移入，也開始出現許多商業市集。(宋彥陞，2016) 1907年，日本政府在西門設立全台灣第一個公營市場，一棟前方為八角形樓房，後方為十字形平房的紅磚建築，取名為「西門市場」，建築中大膽的結合了中國的八卦與西洋的十字架。

1945年，台灣的政權轉移到國民政府手中，後方的十字房作為商業用；前方的八角堂，則轉租給上海商人等人。今天我們熟悉的「紅樓」一名，就是源自1951年，陳惠文將八角堂改名為「紅樓書場」的原因。到了1960年，隨著電影在台灣風行，八角堂的經營者則改為電影的「紅樓戲院」，成為西門町最早的電影院之一。

現在的西門擁有臺北府城城門中最華麗的雙層樓閣，泉惠南商人捐建，也是台北城五個城門裡面最華麗的城門。1905年市街改正的拆牆過程，因為拆毀此門後的民意反彈，使總督府拆除其他四座城門的計劃叫停。因此西門成為台北五個城門裡面，唯一被拆除殆盡的城門。

如今現在年輕族群的活動範圍逐漸轉移到新興的東區商圈，導致西門町整體性的蕭條。2002年，市府透過招租方式，紅樓被規劃為具備餐飲與藝文活動的複合式空間，並將紅樓正式更名為「西門紅樓」。目前，紅樓被打造為文創產業的發展基地，不只吸引了許多知名品牌進駐營運，更是造訪西門不會錯過的景點之一。從公營市場變為文創基地，西門紅樓始終扮演著西門地區的時尚火車頭，一路帶著西門町從沒落到顛峰。

## 二、西門町地理

西門町該區域位於台北市萬華區東北方，是台北市西區最重要且國際化程度最高的消費商圈，以年輕族群為主要的消費對象，並吸引了許多國際觀光客以自助旅行造訪此處。在特色裡擁有台北市第一條指標性意義的徒步區，以及象徵青少年的流行次文化、見證電影脈動的電影街。

西門町的範圍，一般而言東至中華路、西至康定路、北至漢口街、南至成都路，由於中華路公車路線密集，所以也是公車轉乘的重點區域。台北捷運的板南線、松山新店線，也在此設立西門站。

電影街：位於武昌街二段，至今仍存在的戲院共有樂聲戲院、日新威秀、豪華數位影城；有時電影首映會會選在本地舉辦。

美國街：由武昌街二段 120 巷、昆明街 74 巷、昆明街 96 巷、漢口街二段 90 巷組成；開設了許多販售美式服飾、配件的潮流衣飾店；牆壁或商店鐵門上有塗鴉藝術為其特色。

紋身街：位於漢中街 50 巷。

川菜街：位於康定路 25 巷，聚集了數家老字號川菜客飯小館。

西門町早期以電影院為最主要的商業活動，當時的電影院大多環繞於峨嵋街、成都路與西寧南路上，所以也是西門町發展的中心，除了電影院外，百貨業及其他娛樂場所相繼出現，中華商場完工之後，西門町固然已成全國最大的商業娛樂中心。

民國 80 年代，台北的商業娛樂活動逐漸轉移東區，因而西門町沉寂了一陣子；直到捷運板南線完工，在台北市政府的規劃下，搖身一變成台北的香榭大道。不僅如此，大小廣場與活動空間如期成長，每到週末假日，人群聚集在這裡從事文藝或運動、音樂表演等的活動，再度把商機與人潮又拉回來。現今的西門町不但見證了歷史，還是新一代流行文化的帶領者，許多懷舊的中老年人在此回味往事，更有打扮新潮的年輕一代在這裡爭奇鬥豔，兩種完全不同的生活型態在此交流，滿足了不同需要的族群。

### 三、相關研究描述

1. 張孝銘與李豪（2008）：探討活動吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之相關，以遊客為對象，採抽樣方式進行。以描述性統計、因素分析、Pearson 積差相關及逐步迴歸進行分析，了解遊客對於旅遊地區觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度以及重遊意願的影響。
2. 許龍池與鄭峰茂（2008）：研究內容包括休閒涉入、參與滿意度與遊後行為等。顯示遊客的休閒涉入顯著直接影響參與滿意度，顯著的間接影響遊客的遊後行為；遊客的參與滿意度顯著直接影響遊客的遊後行為。
3. 王正璋（2013）：目的地意象中對旅遊滿意度、整體滿意度、行為意圖有顯著的解釋力。旅遊滿意度構面、整體滿意度對於行為意圖有顯著的解釋力。本研究之結果希冀能提供連江縣政府與當地相關旅遊業者作為未來觀光行銷之參考策略。
4. 蘇亞君（2011）：遊憩涉入在過程中扮演著舉足輕重的角色，一個完整的遊憩過程含動機、涉入、滿意度，而以往休閒、遊憩領域的研究多為分別檢測動機、涉入與滿意度的關係。藉由此方式遊客透過在地文化的景點、美食、市集、節慶等，實際體驗文化之美，得到休閒娛樂目的的遊憩活動的關聯性。

以上學者對於旅遊體驗和動機及滿意度之相關研究，他們獲得研究結果，顯示出體驗、旅遊和滿意度是彼此相連性。所以得知旅遊體驗會影響遊客再次來訪為主要原因之一，因而影響旅遊滿意度。

我們研究是由問卷發放的方式，來研究遊客對西門商圈各部分的滿意度是多少，和探討遊客來訪此地是因西門商圈的哪一部份較為熱門，進而吸引再次來訪的原因。不僅如此，我們也會針對性別、年齡、旅遊同伴、旅遊方式、和搭乘交通工具來進行資料蒐集並分析。

## 第二節 商業定義與類型

### 一、商圈定義

商圈，又名市中心、商店街、商業區、繁華街商圈，通常是指兩家或兩家以上零售店所聚集成的零售據點，藉由這些商店的聚集，打造一個可以提供消費者娛樂、飲食、消費的區域，也是一個城市市區中最主要的精華區與鬧區。

商圈為一個城市不可或缺的存在，提供了民眾消費、娛樂的功能，同時也可以促進地方之經濟發展與城市的活動。商圈內是由許多大大小小不同的店鋪集合而成，商店類別廣泛，主要為零售業及服務業。而周圍居民的支持及輔助為商圈營運生存的關鍵。

### 二、商圈類型

#### A.校園型消費商圈

學校門口旁邊周圍會匯聚集一些店家和攤販特別是大專院校，但由於學生消費能力有限，此類型消費商圈較適合民生及休閒娛樂走平價路線的店家。

#### B.地區型消費商圈

夜市及菜市場週邊附近會匯聚集一些店家，主要消費對象是由於當地居民，此類型消費商圈會隨居民的經濟所得決定營業型態是高價或平價的路線。較適合開餐飲及民生需求用品店。

#### C.觀光型消費商圈

風景區或著名遊樂區週邊附近會匯聚集一些店家，主要消費對象是由於外地居民為主故消費能力較高，此類型消費商圈營業業績會隨假日觀光客來客數起伏甚大，可考慮開複合式店面經營販賣一些強調當地特色的商品，

#### D.都會型消費商圈

市中心、百貨公司、週邊附近會聚集一些店家，提供消費者多樣的選擇，但主要消費對象是外地居民為主故消費能力較高，此類型消費金額及意願會較其他類型商圈高，相對租金負擔也較高許多，裝潢設備要較講究、服務也要較快速，因而商品有無特色是成敗的重大關鍵。

### 第三節 滿意度的定義

最早提出顧客滿意度理論可以追溯到 1965 年 (Cardozo) 發表的顧客滿意度 (customer satisfaction)。早期在滿意度方面的研究主要集中在產品方面，而 Cardozo (1965) 認為提高顧客的滿意度，會令到顧客產生再次購物的行為，而且不會改變其它產品的觀點。簡單來說，必須要有一個指標來評價此滿意度，透過對顧客的調查分析，當中分成四個部分，品質需求、功能需求、外延需求、價格需求，所以在過程中，均考慮這四種基本需求。但因為來自不同的國家、不同的人群對需求方面也會有所不同。當然這其中有些學者對顧客滿意度定義有不同的想法，如下表 2-1。

表 2-1 各學者的滿意度的定義

學者	定義
Churchill and Suprenant (1982)	一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生。
Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)	滿意度亦是個人經過體驗後的心理與情感狀況，受到社會因素與心理狀況所影響，而產生一種態度、意向與需求，或是受到氣氛、群體互動等外在因素之影響。
Fornell (1992)	顧客滿意度是可直接評估的整體覺，消費者會將產品和服務與其理想標準做比較，因此消費者可能原本對產品或服務滿意但與原預期比較後，又認為產品是普通的。
Yeung (2002)	認為顧客滿意可視為是顧客期望的一種鑑定，並幾乎已開始被概念化為顧客對服務滿意的門檻。

資料來源：本研究整理。

以上是個學者對於顧客滿意度之定義，我們會根據顧客期望下去做分析，藉由期望前和期望後的差別，獲得滿意或不滿意的結果，對此地區進行統計分析。

#### 第四節 SWOT 分析

現在 SWOT 分析是大家常用來是競爭態勢分析的方法，是市場行銷的基礎分析方法之一，通過優勢（Strengths）、劣勢（Weaknesses）、機會（Opportunities）和威脅（Threats），來制定策略前對其進行深入分析和競爭的優勢。而此方法是由 Albert Humphrey 於 1964 年所提出來的。

主要用於分析自身的優勢與劣勢，以及身處競爭對手之下所面臨的機會與威脅。透過「內部、外部」條件與「正面、負面」因素兩軸交錯，得出 4 個分析面向，是制定策略之前慣用的分析架構，也可用於解決問題，如下表 2-2。

內部分析 外部分析	優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
機會 (Opportunities)	SO 策略 (發揮優勢、利用機會)	WO 策略 (利用機會、克服劣勢)
威脅 (Threats)	ST 策略 (利用優勢、迴避威脅)	WT 策略 (減小劣勢、迴避威脅)

### 第三章 研究方法

#### 第一節 研究範圍

本研究以西門商圈為研究範圍，主要範圍包括中華路以西、康定路以東、漢口街以南及成都路以北之範圍為主，西門徒步區使用至今，因車輛碾壓，長期下來造成徒步區鋪面破損、金屬條扭曲變形以及局部修補與原鋪面形成的色差，影響都市國際形象，擬定計畫辦理西門町徒步區鋪面更新，新工處目前規畫更新西門徒步區範圍為漢中街（捷運西門站6號出口至漢口街）、武昌街（中華路一段至康定路）、峨嵋街（中華路一段至西寧南路）。

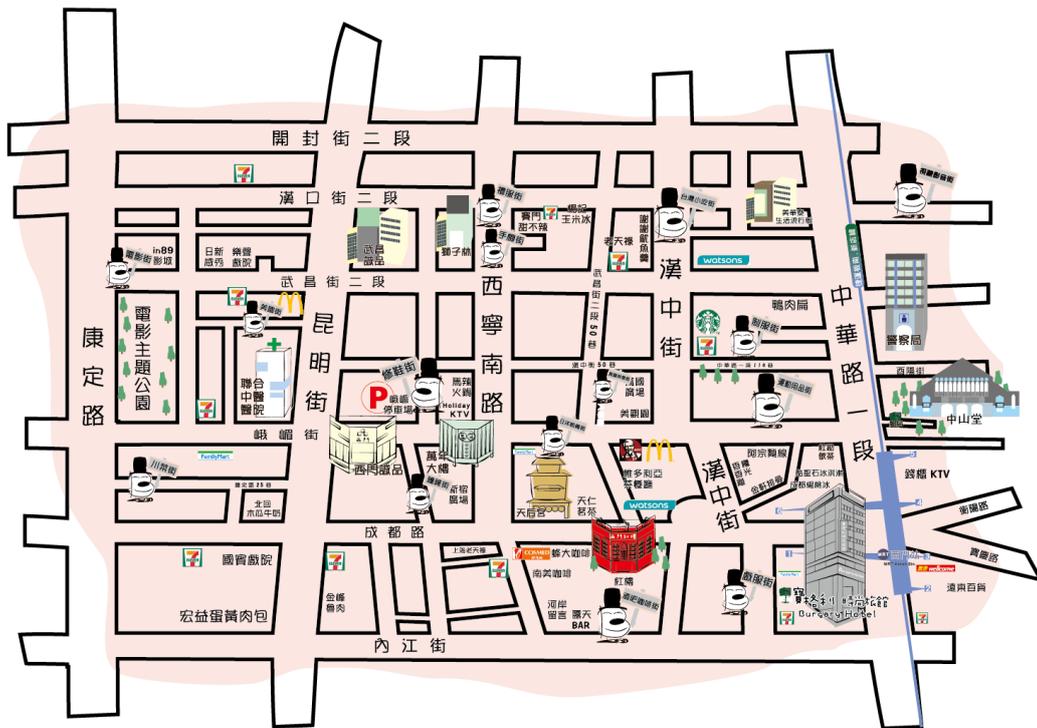


圖 3-1 西門町商圈範圍圖

資料來源：本研究整理

## 第二節 研究流程

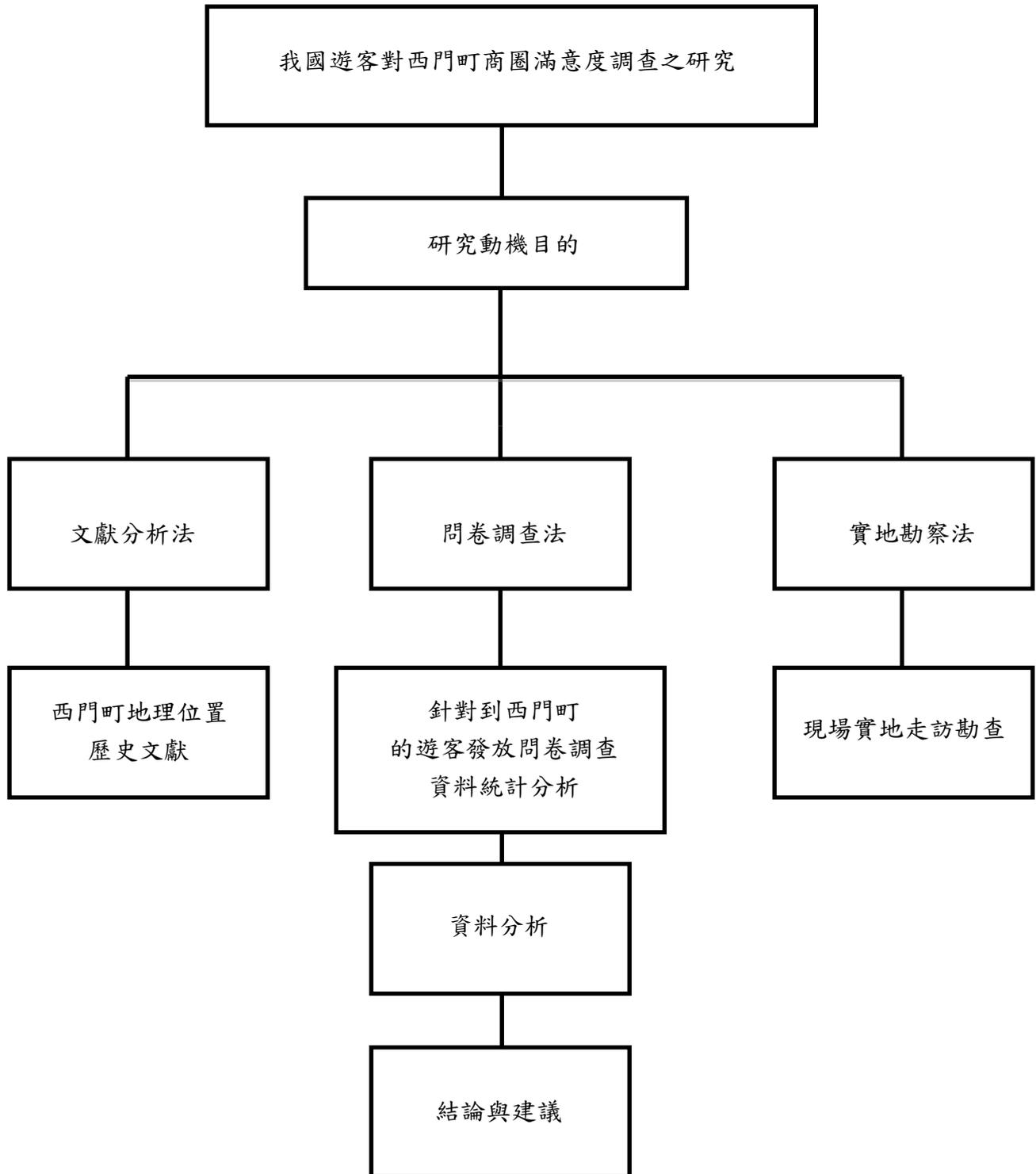


圖 3-2 研究流程

資料來源：本研究整理

### 第三節 研究架構



圖 3-3 研究架構

資料來源：本研究整理

## 第四節 研究調查方法

本研究分為文獻分析法、問卷調查法、實地勘查法。透過分析法獎西門商圈的相關地理與歷史資料、特色，來整理與分類；問卷方式是藉由製作然後發放給遊客填，針對遊客對於西門商圈的滿意度調查；藉由以上資料統整完，以實際勘查方式到現場做調查，達到三項結合的成果，並分析出優點與缺點，最後提出建議與解決方法。

### 1. 文獻分析法

文獻分析主要是透過文獻的蒐集、分析、歸納、研究，藉由蒐集有關資訊、調查報告、學術論文等文獻資料來客觀的界定，掌握所想要研究的議題現象，將其與西門商圈的相關資訊結合做研究歸納與整理分析。

### 2. 問卷調查法

根據本研究之研究架構設計出問卷，採用實際發放問卷方式做調查，調查對象為民國 108 年 2 月 15 日起至民國 108 年 3 月 15 日止。以西門商圈參訪及遊玩的遊客為研究對象，共計發放 201 卷，回收 200 份。藉由此蒐集來運用軟體分析與比較，獲得結論，作為學術的研究。

#### 一、問卷設計

在問卷設計的過程中，分為三個部分，第一部分為基本資料，第二部分是硬體部分，有包含商品、環境、食品方面，第三部分是軟體部分，有包含服務、心理感受方面，最後蒐集完並統整結果。

表 3-4-1 基本資料

問項	選項
性別 sexuality	(1)男性 male(2)女性 femal
年齡 Age	(1)18 以下/ under 18 (2)18-30 (3)30-40 (4)40 以上 /
國籍 Nationality	(1)台灣(2)日本 Japan (3)南韓 Korea (4)中國 China (5)其他 Others
會去西門的原因?ex. 約會, 聚會, 觀光 The reason you visited Ximen shopping area? ex. date, sightseeing	

表 3-4-2 遊客對商品滿意度的問項

商品滿意度 Satisfaction of Products
1. 商品多樣性 The diversity of products
2. 商品品質 The quality of products
3. 商品價位 The average price of products
4. 商品售後服務 Satisfaction of after-sales service
5. 能夠購買到自己所想要的東西 Can you find whatever you were looking for ?

表 3-4-3 遊客對食品滿意度的問項

食品滿意度 Satisfaction of Food
1. 食品多樣性 The diversity of food
2. 食品品質 The quality of food
3. 食品價位 The average price of food
4. 食品美味程度 How delicious is the food
5. 能夠購買到自己所想要的東西 can you find whatever you were looking for ?

表 3-4-4 遊客對交通、環境滿意度的問項

交通滿意度 Satisfaction of traffic
1. 交通便利性 How convenient is the traffic
2. 停車便利性 How convenient is the parking space
3. 商圈動線規劃 The layout of the traffic flow
4. 環境衛生(垃圾桶, 街道清潔度) The Cleanliness of the Environment
5. 公共廁所數量 amount of public toilet

表 3-4-5 遊客對商圈內商家服務滿意度的問項

1. 商圈內商家滿意度 Satisfaction of the stores in the shopping area
2. 商家招牌是否明顯 are the signboards clear enough?
3. 商家服務態度 service attitude of the stores
4. 商家的環境衛生 Sanitation of the stores
5. 整體商家的裝潢設計 decoration of the stores
6. 對於商圈內的商家是否感到安心有保障 are the stores in Ximen make you feel relieved to shop

表 3-4-6 遊客對商圈心理感受整體滿意度的問項

1. 西門商圈整體滿意度 Satisfaction of Ximen Shopping Area
2. 西門商圈整體滿意度 Satisfaction of Ximen Shopping Area
3. 會向親朋好友介紹西門町商圈 will you recommend to you friends and family?
4. 西門商圈有吸引人的特色文化 does the culture of Ximem shopping area attract you
5. 未來如有機會會願意再次前往 will you visit Ximen shopping area again in the future?
與台灣其他商圈相較，是什麼讓你選擇來西門？compare with other shopping area which part of Ximen shopping area attract you? *
西門商圈還能夠再改善的部分？any suggestion to make Ximen shopping area a better place ?

資料來源：附錄問卷

## 二、問卷信度分析

為確認問卷之內部一致性，以 Cronbach' s Alpha 值作為測量信度的指標，Cronbach' s Alpha 值越高，表示測驗之題目間的內部一致性越高，亦是問卷的可信度越高。依照學者 Develis (1998) 之研究顯示，Cronbach' s Alpha 值 0.8 以上顯示問卷之內部一致性與信度是良好的；依照學者 Develis (1998) 建議，Cronbach' s Alpha 值低於 0.6 完全不接受；介於 0.6~0.65 之間最好不要接受；介於 0.65~0.7 之間為最小接受值；介於 0.7~0.8 相當好；介於 0.8~0.9 之間非常好。問卷滿意程度分為 5 個尺度，為「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。

### (一) 遊客對商品滿意度之信度分析

本卷有關遊客對商品滿意度之題目有 5 題，信度分析後其 Cronbach' s Alpha 值為 0.751。

表 3-4-7 商品滿意度之信度考驗表

	比例平均值(如果項目已刪除)	比例變異(如果項目已刪除)	更正後項目總計相關性	Cronbach 的 Alpha (如果項目已刪除)
西門商圈商品多樣性	13.9751	7.424	.517	.708
西門商圈商品品質	14.4129	7.194	.554	.695
西門商圈商品價位	14.3433	7.007	.499	.713
西門商圈商品售後服務	14.6866	6.606	.547	.695
西門商圈能夠購買到自己想要的東西	14.1642	7.068	.476	.722

資料來源：本研究整理

(二) 遊客對食品滿意度之信度分析

本卷有關遊客對商品滿意度之題目有 5 題，信度分析後其 Cronbach' s Alpha 值為 0.816。

表 3-4-8 食品滿意度之信度考驗表

	比例平均值 (如果項目 已刪除)	比例變異 (如 果項目已刪 除)	更正後項目總 計相關性	Cronbach 的 Alpha(如果項 目已刪除)
食品多樣性	14.4150	8.334	.616	.778
食品品質	14.7550	7.915	.656	.765
食品價位	14.7550	7.995	.514	.811
食品美味程度	14.6150	7.856	.654	.765
能夠購買到自己所想要的東西	14.5400	7.858	.607	.779

資料來源：本研究整理

(三) 遊客對環境滿意度之信度分析

本卷有關遊客對商品滿意度之題目有 5 題，信度分析後其 Cronbach' s Alpha 值為 0.671。

表 3-4-9 環境滿意度之信度考驗表

	比例平均值 (如 果項目已刪除)	比例變異 (如果 項目已刪除)	更正後項目總 計相關性	Cronbach 的 Alpha(如果項目 已刪除)
交通便利性	12.4150	7.159	.230	.692
停車便利性	13.6700	5.117	.553	.554
商圈動線規劃	13.1750	5.964	.496	.591
環境衛生	13.6650	5.480	.540	.565
公共廁所數量	14.3150	6.086	.325	.669

資料來源：本研究整理

#### (四) 遊客對商圈內商家滿意度之信度分析

本卷有關遊客對商品滿意度之題目有 5 題，信度分析後其 Cronbach' s Alpha 值為 0.833。

表 3-4-10 圈內商家滿意度之信度考驗表

	比例平均值 (如果項目已 刪除)	比例變異 (如 果項目已刪 除)	更正後項目 總計相關性	Cronbach 的 Alpha (如果項 目已刪除)
商家招牌是否明顯	14.2687	8.207	.543	.823
商家服務態度	14.3731	7.805	.621	.803
商家的環境衛生	14.5373	7.640	.653	.794
整體商家的裝潢設計	14.4229	7.605	.643	.797
對於商圈內的商家是否 感到安心有保障	14.5174	7.141	.703	.779

資料來源：本研究整理

#### (五) 遊客對西門商圈整體滿意度之信度分析

本卷有關遊客對商品滿意度之題目有 4 題，信度分析後其 Cronbach' s Alpha 值為 0.859。

表 3-4-11 門商圈整體滿意度之信度考驗表

	比例平均值 (如果項目 已刪除)	比例變異 (如 果項目已刪 除)	更正後項目 總計相關性	Cronbach 的 Alpha (如果 項目已刪除)
西門商圈整體滿意度	11.1343	5.647	.666	.837
會向親朋好友介紹西門 町商圈	11.2139	4.869	.749	.800
西門商圈有吸引人的特 色文化	11.3284	4.902	.714	.816
未來如有機會會願意再 次前往	10.9801	4.920	.696	.824

資料來源：本研究整理

### 三、實際勘查法

本研究由實地勘察方式，親身前往西門商圈進行訪查、資料收集，以便收集目前最新情況和資訊作以分析。

## 第四章 資料收集與分析

本研究的目的，依照五個目的來說明，一、遊客對商品滿意度；二、遊客對西門食品滿意度；三、遊客對西門環境滿意度；四、遊客對西門商圈內商家滿意度；五、遊客對西門商圈整體滿意度。

本研究為發放問卷方式，到西門商圈實際發放。於民國一零八年三月一日起至一零八年三月十五日止，至西門商圈觀光的遊客為研究對象。共計 201 份問卷，實際回收 201 份，有效卷 200 份。

### 一、資料分析法：

為將調查收集的資料得出的結果，採用統計技術區分析，並依照資料顯示相關和差異的性質，進行探討和描述的工作，本研究所用的為 IBM 的 SPSS 軟體為分析工具。

### 二、變異數分析 (ANOVA)：

One way ANOVA 是用於兩種以上樣本平均數的比較，本研究把遊客對西門滿意度分成兩大類，用硬體方面和軟體方面做 ANOVA 看是否有差別。

## 第一節 特色街道

西門町的特色絕對不是只有特定哪家餐廳或哪家店哪個景點而已，而是它包含了各種類型的商品讓大家可以去逛，還有一些蠻特別的街道。

### 電影街

(一) 電影街裡有很多不同家電影院，過去曾是西門町最繁華的地段，如今也是西門町裡非常重要的一條街道之一，讓去到西門町的遊客除了逛街以外，也多了可以去電影院看看電影的選擇，而特別去看電影的人，也能在等電影的同時到附近逛逛街，算是跟其他商圈比起來很大的特點呢。(圖 4-1-1)



圖 4-1-1 電影街

註：電影街，武昌街二段

### (二) 美國街

美國街顧名思義就是充滿美式風格的一條街，不僅牆面上有許多塗鴉，地上也有大大的美國國旗，也有販售很多美式的衣服，很適合喜歡美式的遊客們前去拍照逛逛。(圖 4-1-2)



圖 4-1-2 美國街

註：美國街，昆明街 96 巷

### (三) 戲服街

戲服街有著好幾十家租借服裝的店，不管是什麼想租什麼衣服都可以到那邊逛逛，好幾家店能夠讓你比較和選擇。(圖 4-1-3)



圖 4-1-3 戲服街

註：戲服街，漢中街、內江街

## 第二節 有名景點

除了街道以外，當然還有幾個不可獲缺的有名景點等著大家去拍照觀賞。

### (一) 西門紅樓

西門町曾經是台北最繁華的商圈，而西門紅樓在過去曾為紅樓劇場，電影開播時受到當時年輕人喜愛也因此成了有名的建築，雖然 1997 年公告為三級古蹟後，紅樓劇院便走入了歷史，卻沒有離開大家的心裡，2007 年更名為西門紅樓後，開始舉辦一些文創活動，不僅成為了重要的觀光景點，也讓過去的繁榮繼續延續。(圖 4-2-1)



圖 4-2-1 西門紅樓

註：西門紅樓，台北市萬華區成都路 10 號

## (二) 西本願寺

西本願寺是日本真宗本願寺派於臺灣所設的分院，採用磚結構與西式木屋架組合，屋頂仍維持日式風格。西本願寺的旁邊還有一大片建築是樹心會館，整區充滿日式風格的建築，裡面也有一些介紹和導覽可供遊客參觀。(圖 4-2-2)



圖 4-2-2 西本願寺

註：西本願寺，台北市萬華區中華路一段 174 號(西門 3 號出口)

### 第三節 競爭策略 SWOT

本研究室依據舊金山大學韋里克教授(H. Weirich)教授在 1982 年提出利用 SWOT 分析矩陣模式呈現並運用策略配對的方法來擬訂因應策略，分析西門商圈市場環境的優勢與劣勢，以及正面臨來到的威脅和可掌握的機會。

4

表 4-3-1SWOT 分析

優勢 Strength	劣勢 Weakness
1.大眾運輸交通工具便捷、班次眾多 2.台北商圈獨有的行人徒步區 3.多元的青年次文化 4.周圍觀光景點豐富(西門紅樓、龍山寺、台北車站) 5.西門商圈具豐富歷史背景	1.建築較為老舊、店面坪數較小 2.缺乏完整路線規劃(西門商圈地圖、路線指標) 3.店家駐進門檻較低，造成商家品質不依
機會 Opportunity	威脅 Threat
1.經濟重心逐漸由東向西 2.觀光政策的推動 3.觀光局統計 2017 年台灣必去景點第 3 名 4.機捷通車增加了台北車站附近景點曝光機會	1.台北地少商圈多，競爭激烈 2.外籍觀光客增加造成過度觀光 (overtourism)，帶來負面影響

資料來源：本研究整理

#### 一、優勢 (Strength)

##### 1.大眾運輸交通工具便捷：

現今社會，為了響應環保概念，減少二氧化碳的產生，搭乘大眾交通運輸工具的人越來越多，據台北捷運局統計，2018 年 9 月，西門站每日出站人次平均達六點九萬，是台北車站以外，人潮最多的站。

##### 2.成立行人徒步區：

西門商圈於 2000 年成立了行人徒步區，少了汽機車，空氣變清新了，也減少了噪音污染，行人不再匆匆路過，而是停下腳步，形成更多的消費行為，更完整了商圈的初衷。

##### 3.多元的青年次文化：

1930 年代開始，西門町成立台北著名的「電影街」，雖與 80 年代最高峰的 30 家有不少的差距，但現今的西門仍還有 10 多家電影院，電影街也是台北眾多商圈

中，獨有的特色文化。同時西門商圈也有著著名的刺青街及美國街等，年輕元素的店家促進西門多元青年次文化的發展。

#### 4. 周圍觀光景點豐富：

攤開地圖，西門商圈附近就充滿許多景點值得一探究竟，如年代悠久的龍山寺、充滿歷史氣息的西門紅樓、台北交通樞紐台北車站及其台北地下街。如此聚集起來，不難吸引觀光客前來此處逛逛，如此具有優勢的地理位置，是其他商圈無法比擬的。

#### 5. 西門商圈具豐富歷史背景：

日治時期，當時的政府為了效仿東京淺草區，在西門設立了休閒娛樂區，於 1897 年成立「台北座」，於 1902 年設立「榮座」，為現今新萬國商場，1908 年成立了「八角堂」，及現今的西門紅樓。至 1990 年，西門成為台北繁華經濟區。2000 年後隨著捷運板南線的通車及商圈的設立，西門商圈鮮明地成為青年次文化代表，隨著台灣觀光越趨向國際化，西門豐富的歷史背景帶來繁鬧的文化衝擊。

## 二、劣勢 (Weakness)

### 1. 建築較為老舊、店面坪數較小：

由於年代悠久，西門商圈多數的建築比起台北其他商圈，如信義計畫區、東區商圈等，顯得更為老舊，店面的坪數也以 5 至 10 坪左右小坪數店家居多。

### 2. 缺乏完整路線規劃(西門商圈地圖、路線指標)：

由於近年政府推動許多觀光政策，成功吸引東南亞、日韓等外籍遊客前來，但對於外籍觀光客而言，路標、西門地圖的設立仍跟不上觀光客成長的速度。

### 3. 店家駐進門檻較低，造成商家品質不依：

由於店面坪數較低，店家需負擔的租金較輕鬆，招租十分容易，但由於入駐門檻略低，使得前些年的西門商圈店家品質不依，但在近年倍率成長的租金壓迫、警力固定巡視加強取締，及本地消費者的督促，近年的西門商圈已見不到亂喊價的黑心商家，漸漸成為優良的觀光景點。

## 三、機會 (Opportunity)

### 1. 經濟重心逐漸由東向西：

由於信義商圈崛起、消費者消費型態轉換，東區商家逐漸出走，從瑞士名錶 Swatch、台北 sogo、頂好超商到 40 年老店永福樓相繼退出，但西門商圈用了完善的計畫，給了商家合適的經營場所，並成功吸引國際化的消費者，強勢成為台北休閒娛樂經濟重心。

### 2. 觀光政策的推動

由於新政府上任，中國政府的打壓造成中國籍觀光客大量減少，但隨著政府推動新南向政策吸引大量東南亞旅客前來，近 10 年來東南亞籍旅客已增加 3 倍，於 2017 年突破 200 萬人數。配合台北市政府致力於西區門戶計畫願景，拆除忠孝橋引道，確立北門成為台北新地標，且於 2018 年 3 月開幕了翻修一年半的西門

紅樓，增設了文創商場吸引新客群的眼光，又於 2019 年春節將台北燈會移至此舉辦，成功為西門增加大量遊客。

3.觀光局統計 2017 年台灣必去景點第 3 名：

觀光局 2018 年公布前一年來台旅客動向，統計顯示西門商圈將故宮擠出前三名，首度站上排行榜前三名。

4.機捷通車增加了台北車站附近景點曝光機會：

機場捷運線於 2017 年 3 月通車，使得台北與桃園國際機場連結更為緊密，全線只需要 40 分鐘就能貫通，西門商圈也因受惠於機捷的通車，增加了曝光度，更促進外籍遊客來此觀光的意願。

#### 四、威脅 (Threat)

1.台北地少商圈多，競爭激烈：

台北市總面積僅 271.8 平方公里，就佔有 10 多個觀光商圈及觀光夜市，密度之高，競爭非常激烈，若無遠見的經營規劃、熟悉市場變化，很快地就會如五分鋪、或當今的東區商圈般，逐漸失去消費者的光顧。

2.外籍觀光客增加造成過度觀光(overtourism)，帶來負面影響：

2017 年夏天，各大歐洲熱門城市均出現大規模抗議聲浪，主要因過多的觀光人潮帶來了負面因素，影響到當地居民原有的生活模式，如噪音汙染、環境破壞、地區的物價上漲等影響。因此政府須做好「觀光客總量控管」，嚴格控管人潮數量，及做好行政管制，才能做到永續經營。

## 第四節 問卷資料分析

### 1. 基本資料分析

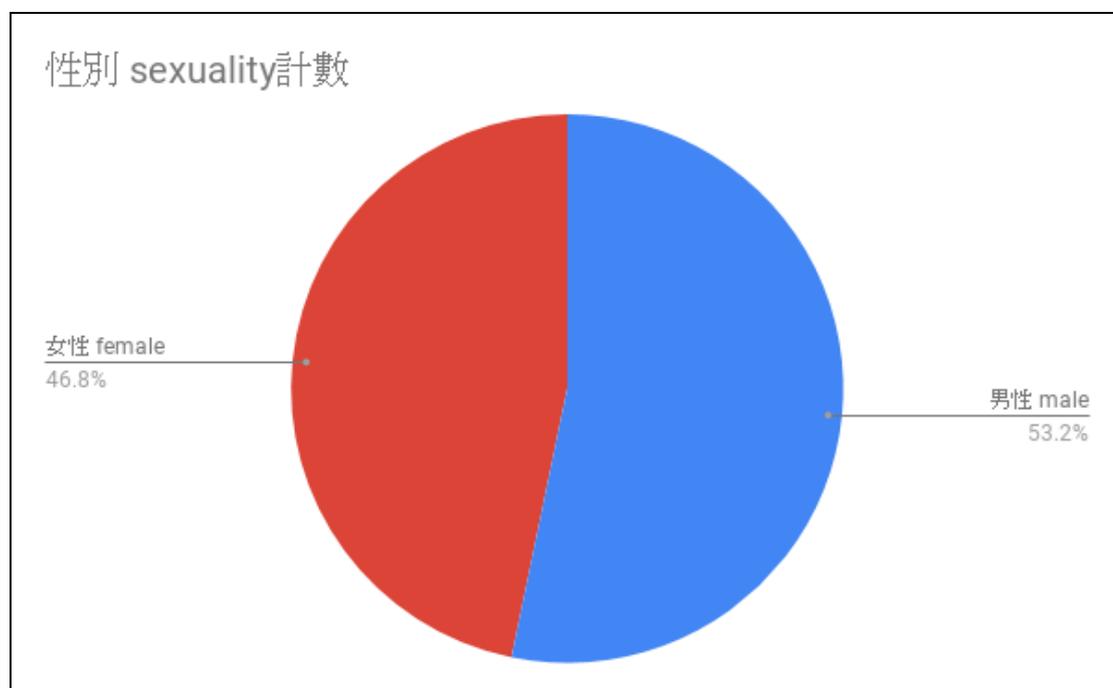
本問卷所調查之基本資料像是性別、年齡、國籍。以下皆以圖表呈現本次回收問卷調查之統計比例狀況：

#### 一、 性別

問卷受訪者以女性稍微多一點，有 107 位，佔 53.7%，男性有 93 位，佔 46.3 %。

圖 4-3-1 西門遊客的性別統計圖

性別	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
男生	93	46.8	46.8	46.8
女生	107	53.2	53.2	100
總和	200	100	100	



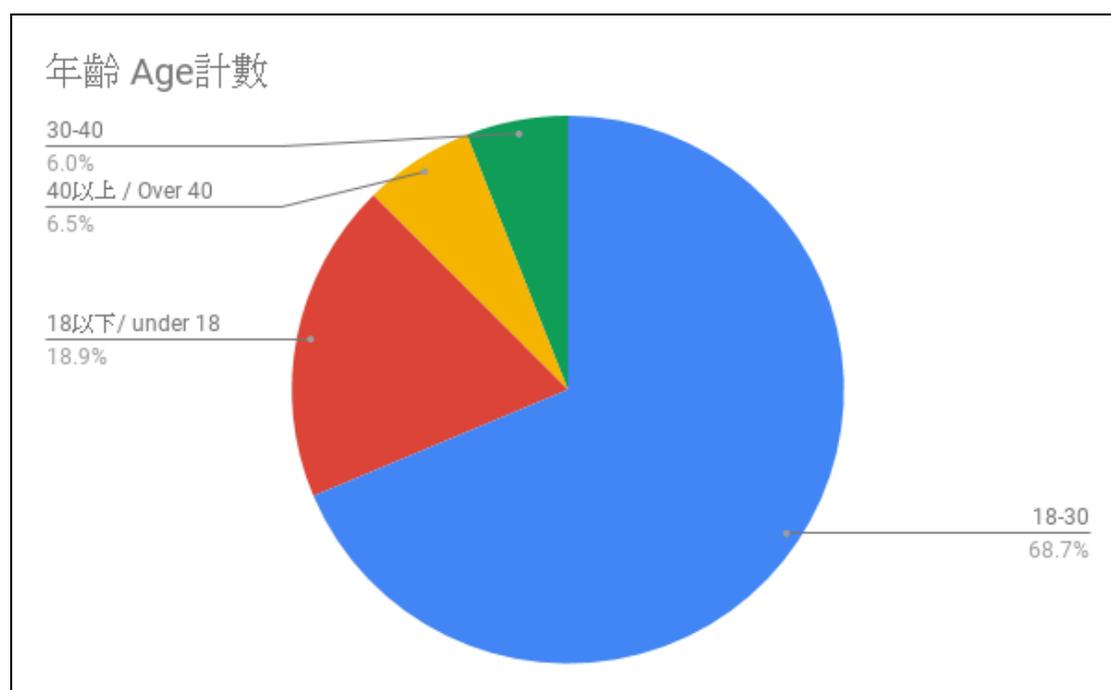
資料來源：本研究整理

## 二、年齡

來西門觀光的旅客以 18 歲以上~30 歲以下比例最高，佔 69%，其次是 0~18 歲以下佔 19%，至於 30 歲以上~40 歲以下和 40 歲以上這兩者為最低，各佔 6%。

圖 4-3-2 西門遊客的年齡統計圖

年齡	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
0~18 歲以下	38	18.9	18.9	18.9
18 歲以上~30 歲以下	137	68.7	68.7	87.5
30 歲以上~40 歲以下	12	6	6	93.5
40 歲以上	13	6.5	6.5	100
總和	200	100	100	



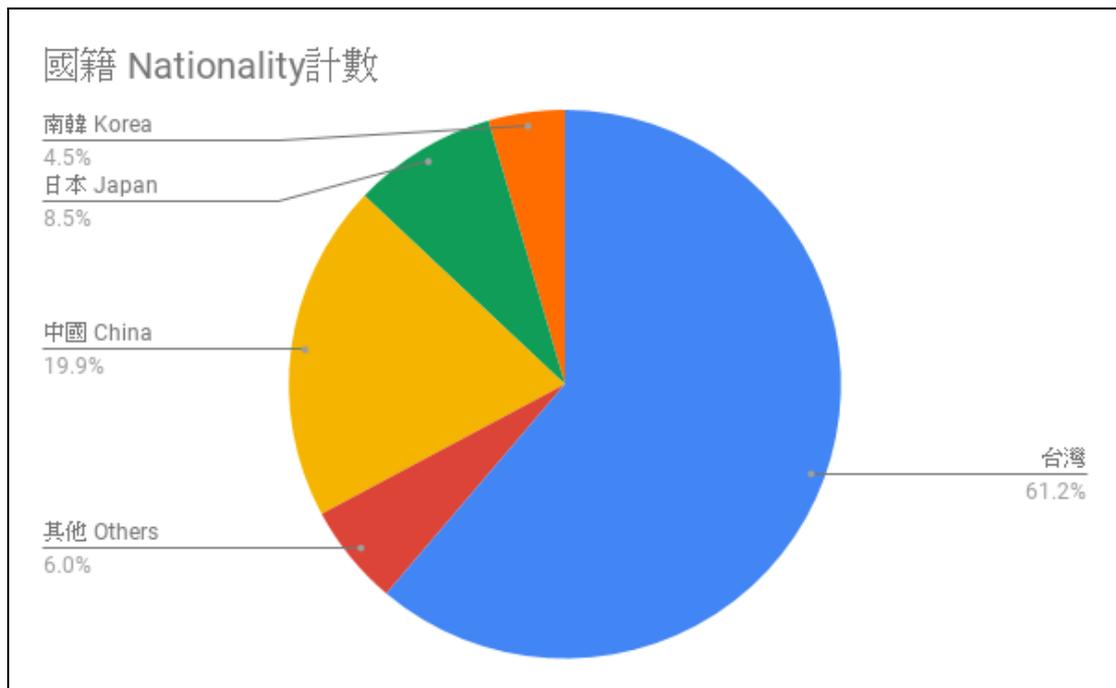
資料來源:本研究整理

### 三、國籍

問卷受訪者以台灣本國最多，有 122 位，佔 61.1%，其次是中國大陸的人有 40 位，佔 19.9%，最低為南韓，佔 4.5%。

圖 4-3-3 西門遊客的同遊對象統計圖

國籍	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
台灣	122	61.2	61.2	61.2
日本	17	8.5	8.5	69.7
南韓	9	4.5	4.5	74.2
中國大陸	40	19.9	19.9	94
其他	12	6	6	100
總和	200	100	100	



資料來源：本研究整理

#### 四、會去西門的原因

透過本問卷造訪原因以觀光為主的有 37%，則約會、聚會、逛街為其中，各為 13%、15%、14%，說明了大多地遊客來的目的比較偏向觀光。

圖 4-3-4 西門遊客的原因統計圖

原因	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
觀光	74	37	37	37
約會	26	13	13	50
聚會	30	15	15	65
逛街	28	14	14	79
電影	24	12	12	91
吃飯	16	8	8	99
打工	2	1	1	100
總和	200	100	100	



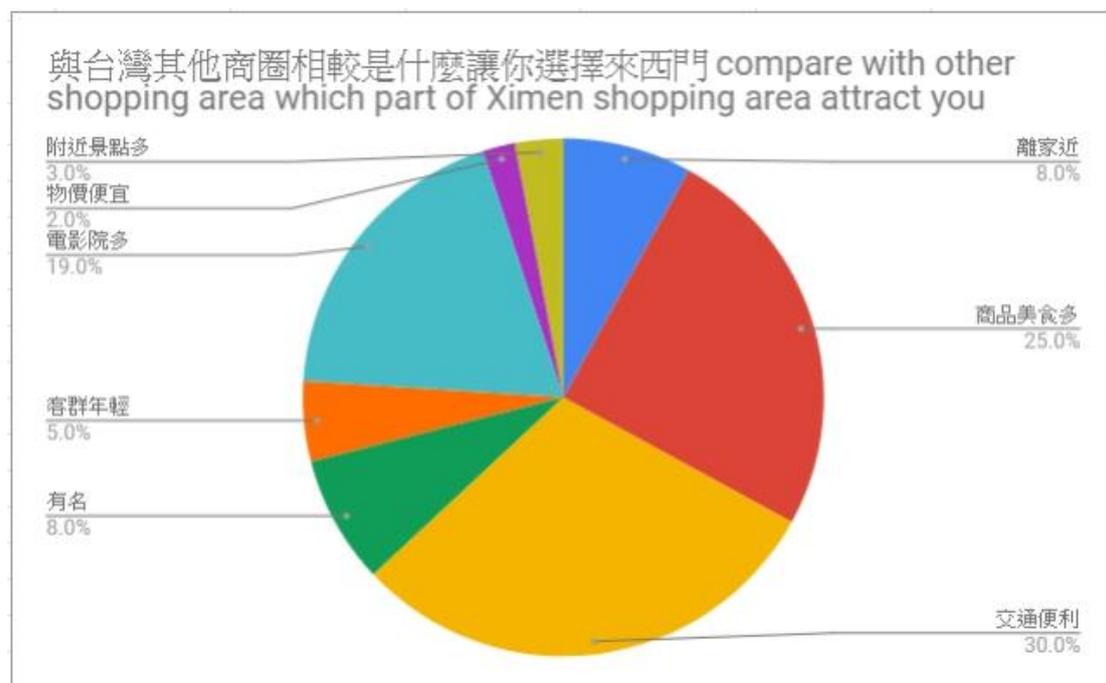
資料來源:本研究整理

#### 四、與台灣其他商圈相較，是什麼讓你選擇來西門

以比較的方式探查出選擇西門的前三名原因，第一為交通便利為最多，有30%，其次是商品美食多，有25%，則第三為電影院，有19%，然而電影院跟前二有些差距，所以我們討論出選擇原因為主要是交通和商品美食。

圖 4-3-5 與台灣其他商圈相較，是什麼讓你選擇來西門

	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
離家近	16	8	8	8
商品美食多	50	25	25	33
交通便利	60	30	30	63
有名	16	8	8	71
客群年輕	10	5	5	76
電影院多	38	19	19	95
物價便宜	4	2	2	97
附近景點多	6	3	3	100
總和	200	100	100	



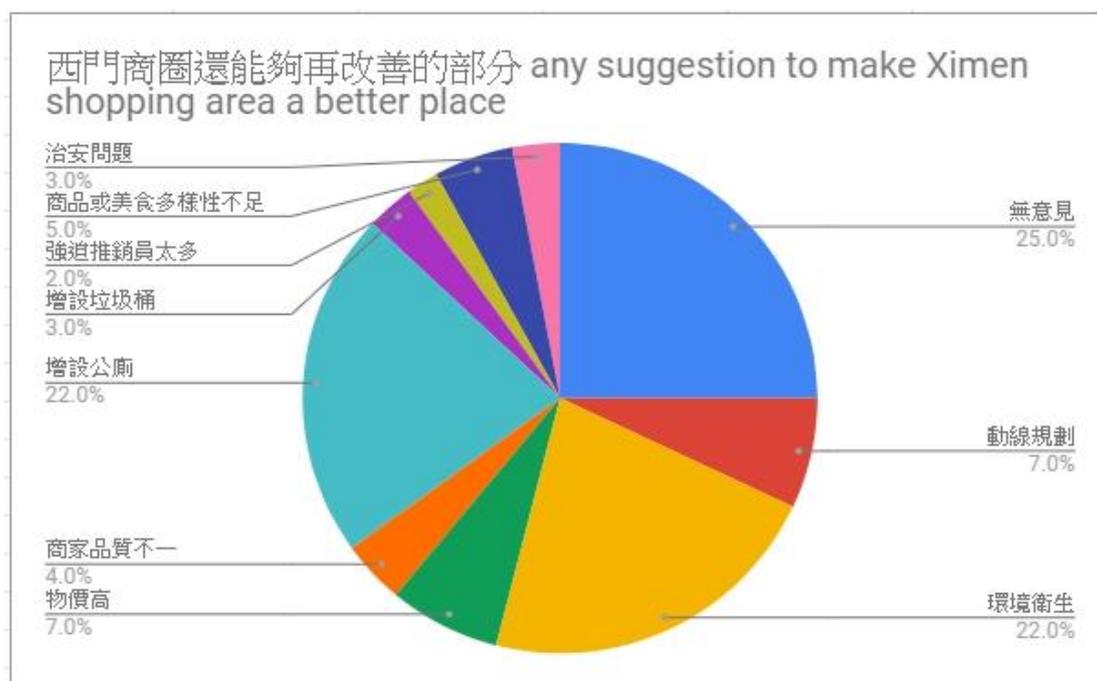
資料來源:本研究整理

## 五、西門商圈還能夠再改善的部分

此次我們針對遊客的意見去統計改善部分以哪些為多，以無意見就是滿意的有 25%，其次是環境衛生和公廁的各有 22%，研究出刪掉無意見，得到改善原因是以環境衛生和公廁的為主要。

圖 4-3-6 西門商圈還能夠再改善的部分

	人數	百分比	有效百分比	累積百分比
無意見	50	25	25	25
動線規劃	14	7	7	32
環境衛生	44	22	22	54
物價高	14	7	7	61
商家品質不一	8	4	4	65
增設公廁	44	22	22	87
增設垃圾桶	6	3	3	90
強迫推銷員太多	4	2	2	92
商品或美食多樣性不足	10	5	5	97
治安問題	6	3	3	100
總和	200	100	100	



資料來源:本研究整理

## 1、西門對消費者滿意度之分析

### 一、遊客對商品滿意度的分析結果

本研究將遊客的商品滿意度分成 5 題，受訪者每個選項有「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。再將每個受訪者的答案換算數值，就可以得知取向落在哪區塊。由下表 4-3-1 (A) 可得知。

表 4-3-1 (A) 遊客對商品滿意度的度量表

	眾數	平均數	標準差
1. 西門商圈商品多樣性	4	3.92	0.813
2. 西門商圈商品品質	4	3.48	0.837
3. 西門商圈商品價位	4	3.55	0.943
4. 西門商圈商品售後服務	3	3.21	0.993
5. 西門商圈能夠購買到自己所想要的東西	4	3.73	0.953

註:平均數數值越接近 5 代表好，越接近 1 反之。

資料來源:本研究整理

### 二、遊客對食品滿意度的分析結果

本研究將遊客的食品滿意度分成 5 題，受訪者每個選項有「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。再將每個受訪者的答案換算數值，就可以得知取向落在哪區塊。由下表 4-3-1 (B) 可得知。

表 4-3-1 (B) 遊客對食品滿意度的度量表

	眾數	平均數	標準差
1. 西門商圈食品多樣性	4	3.86	0.821
2. 西門商圈食品品質	4	3.51	0.878
3. 西門商圈食品價位	3	3.52	1.007
4. 西門商圈食品美味程度	4	3.65	0.893
5. 能夠購買到自己所想要的東西	4	3.73	0.938

註:平均數數值越接近 5 代表好，越接近 1 反之。

資料來源:本研究整理

### 三、遊客對環境滿意度的分析結果

本研究將遊客的食品滿意度分成 5 題，受訪者每個選項有「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。再將每個受訪者的答案換算數值，就可以得知取向落在哪區塊。由下表 4-3-1 (C) 可得知。

表 4-3-1 (C) 遊客對環境滿意度的度量表

	眾數	平均數	標準差
1. 西門商圈交通便利性	5	4.39	0.741
2. 西門商圈停車便利性	3	3.14	0.995
3. 西門商圈商圏動線規劃	4	3.63	0.822
4. 西門商圈環境衛生(垃圾桶, 街道清潔度)	3	3.15	0.910
5. 西門商圈公共廁所數量	2	2.49	0.975

註:平均數數值越接近 5 代表好，越接近 1 反之。

資料來源:本研究整理

### 四、遊客對商圏內商家滿意度的分析結果

本研究將遊客的食品滿意度分成 5 題，受訪者每個選項有「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。再將每個受訪者的答案換算數值，就可以得知取向落在哪區塊。由下表表 4-3-1 (D) 可得知。

表 4-3-1 (D) 遊客對商圏內商家服務滿意度的度量表

	眾數	平均數	標準差
1. 西門商圈商家招牌是否明顯	4	3.76	0.840
2. 西門商圈商家服務態度	4	3.66	0.860
3. 西門商圈商家的環境衛生	3	3.49	0.870
4. 西門商圈整體商家的裝潢設計	4	3.61	0.885
5. 西門商圈對於商圏內的商家是否感到安心有保障	4	3.51	0.935

註:平均數數值越接近 5 代表好，越接近 1 反之。

資料來源:本研究整理

## 五、遊客對西門商圈整體滿意度的分析結果

本研究將遊客的食品滿意度分成 4 題，受訪者每個選項有「非常滿意」為 5、「滿意」為 4、「普通」為 3、「不滿意」為 2、「非常不滿意」為 1。再將每個受訪者的答案換算數值，就可以得知取向落在哪區塊。由下表 4-3-1 (E) 可得知。

表 4-3-1 (E) 遊客對西門商圈心理感受整體滿意度的度量表

	眾數	平均數	標準差
1. 西門商圈整體滿意度	4	3.75	0.760
2. 西門商圈會向親朋好友介紹西門町商圈	4	3.67	0.897
3. 西門商圈有吸引人的特色文化	4	3.55	0.912
4. 西門商圈未來如有機會會願意再次前往	4	3.91	0.928

註：平均數數值越接近 5 代表好，越接近 1 反之。

資料來源：本研究整理

## 2. 變異數分析 (ANOVA)：

\*硬體部分：

(1) 研究結果顯示西門地區在遊客經人口因素變項中『性別』，對於西門之不同性別在滿意度之硬體部分以『食品滿意度』最為顯著。男性『食品滿意度』比女性顯著，其結果描述如下（如表 4-3-2 (A)）

表 4-3-2 (A) 西門之不同性別在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著性(P)
商品滿意度	男性	93	3.5914	0.99167	0.423	0.516
	女性	107	3.5047	0.89415		
食品滿意度	男性	93	3.8172	0.8962	5.857	0.016
	女性	107	3.514	0.87269		
交通、環境滿意度	男性	93	3.5452	0.89254	0.059	0.809
	女性	107	3.8168	0.7604		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異（以紅色表示）

資料來源：本研究整理

(2) 研究結果顯示西門地區在遊客經人口因素變項中『年齡』，對於西門之不同年齡在滿意度之硬體部分以『食品滿意度』和『商品滿意度』最為顯著。

針對西門在不同年齡的遊客對於西門『商品滿意度』構面，本研究以單因子變異數分析 (ONE-WAY-ANOVA)，研究結果顯示四組 (18 歲以下、18 歲以上~30 歲以下、30 歲以上~40 歲以下、40 歲以上)，以 40 歲以上的遊客最為顯著 (M=4.5667)，其次為 18 歲以上~30 歲以下的遊客 (M=4.3737)，而 18 歲以下和 30 歲以上~40 歲以下的遊客『商品滿意度』一樣呈現微低。經本研究發現年齡對於商品滿意度 P 值  $0.00 < 0.05$  呈現有顯著差異。

針對西門在不同年齡的遊客對於西門『食品滿意度』構面，本研究以單因子變異數分析 (ONE-WAY-ANOVA)，研究結果顯示四組 (18 歲以下、18 歲以上~30 歲以下、30 歲以上~40 歲以下、40 歲以上)，以 40 歲以上的遊客最為顯著 (M=4.5833)，其次為 18 歲以上~30 歲以下的遊客 (M=4.4368)，而 18 歲以下的遊客『食品滿意度』呈現較低。經本研究發現年齡對於食品滿意度 P 值  $0.00 < 0.05$  呈現有顯著差異。其結果描述如下 (如表 4-3-2 (B))

表 4-3-2 (B) 西門之不同年齡在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著性(P)
商品滿意度	18 歲以下	38	3.3869	0.93343	6.272	0.00
	18 歲以上~30 歲以下	137	4.3737	0.63616		
	30 歲以上~40 歲以下	12	3.3846	1.3253		
	40 歲以上	13	4.5667	0.71774		
食品滿意度	18 歲以下	38	3.4672	0.84932	9.429.	0.00
	18 歲以上~30 歲以下	137	4.4368	0.48958		
	30 歲以上~40 歲以下	12	3.5385	1.19829		
	40 歲以上	13	4.5833	1.1645		
交通、環境滿意度	18 歲以下	38	3.7105	0.65380	0.218.	0.884
	18 歲以上~30 歲以下	137	3.3985	0.85285		
	30 歲以上~40 歲以下	12	3.6967	0.7785		
	40 歲以上	13	3.6923	1.03155		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異 (以紅色表示)

資料來源：本研究整理

(3) 研究結果顯示西門地區在遊客經人口因素變項中『國籍』，對於西門之不同國籍在滿意度之硬體部分，本研究以單因子變異數分析 (ONE-WAY-ANOVA)，研究結果顯示在『商品滿意度』構面，以中國最為顯著 (M=3.95)；在『食品滿意度』構面，以中國最為顯著 (M=4.1)；在『交通、環境滿意度』構面，以南韓最為顯著 (M=3.8222)。

西門滿意度在遊客人口因素中『國籍』對於西門滿意度之硬體部分，以「商品滿意度」最為顯著。經本研究發現國籍對於商品滿意度 P 值  $0.251 > 0.05$  呈現無顯著差異。其結果描述如下 (如表 4-3-2 (C))

表 4-3-2 (C) 西門之不同國籍在滿意度之硬體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著值 (P)
商品滿意度	台灣	122	3.3525	0.9264	4.316	0.251
	中國	40	3.9500	0.95943		
	日本	17	3.8824	0.69663		
	南韓	9	3.8889	0.78174		
	其他	12	3.4167	0.90034		
食品滿意度	台灣	122	3.4672	0.84486	5.178	0.903
	中國	40	4.1000	0.87119		
	日本	17	4.0588	0.89935		
	南韓	9	3.6667	0.86603		
	其他	12	3.5000	0.90453		
交通、環境滿意度	台灣	122	3.6311	0.79462	2.186	0.957
	中國	40	3.6500	0.80224		
	日本	17	3.5882	0.87026		
	南韓	9	3.8222	0.83333		
	其他	12	3.5667	0.93744		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異 (以紅色表示)

資料來源：本研究整理

\*軟體部分：

(1) 研究結果顯示西門地區在遊客經人口因素變項中『性別』，對於西門之不同性別在滿意度之軟體部分以『商家服務滿意度』最為顯著。女性『商家服務滿意度』比男性顯著，其結果描述如下（如表 4-3-2 (D)）

表 4-3-2 (D) 西門之不同性別在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著性(P)
商家服務滿意度	男性	93	3.8387	0.74148	2.373	0.064
	女性	107	3.6729	0.7743		
心理感受滿意度	男性	93	4.0000	0.82092	1.849	0.175
	女性	107	3.8208	1.01228		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異（以紅色表示）

資料來源：本研究整理

(2) 研究結果顯示西門地區在遊客經人口因素變項中『年齡』，對於西門之不同年齡在滿意度之軟體部分以『商家服務滿意度』最為顯著。

針對西門在不同年齡的遊客對於西門『商品滿意度』構面，本研究以單因子變異數分析 (ONE-WAY-ANOVA)，研究結果顯示四組 (18 歲以下、18 歲以上~30 歲以下、30 歲以上~40 歲以下、40 歲以上)，以 30 歲以上~40 歲以下的遊客最為顯著 (M=4.0000)，其次為 40 歲以上的遊客 (M=3.9154)，而 18 歲以上~30 歲以下的遊客『商品滿意度』一樣呈現微低。經本研究發現年齡對於商品滿意度 P 值  $0.002 < 0.05$ 。呈現有顯著差異。其結果描述如下 (如表 4-3-2 (E))

表 4-3-2 (E) 西門之不同年齡在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著性(P)
商家服務滿意度	18 歲以下	38	3.8105	0.52802	7.302	0.002
	18 歲以上~30 歲以下	137	3.6131	0.76934		
	30 歲以上~40 歲以下	12	4.0000	0.60302		
	40 歲以上	13	3.9154	0.86972		
心理感受滿意度	18 歲以下	38	4.1842	0.65162	1.811	0.146
	18 歲以上~30 歲以下	136	3.8456	0.94969		
	30 歲以上~40 歲以下	12	4.0000	0.85280		
	40 歲以上	13	4.0154	1.32530		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異 (以紅色表示)

資料來源：本研究整理

(3) 針對西門在不同『國籍』的遊客對於西門在滿意度之軟體部分，本研究以單因子變異數分析(ONE-WAY-ANOVA)，研究結果顯示在『商家服務滿意度』構面，以中國最為顯著 (M=4.0500)；在『心理感受滿意度』構面，以中國最為顯著 (M=4.1750)。

西門滿意度在遊客人口因素中『國籍』對於西門滿意度之軟體部分，以「商家服務滿意度」最為顯著。經本研究發現國籍對於商品滿意度 P 值  $0.019 < 0.05$  呈現有顯著差異。其結果描述如下 (如表 4-3-2 (F))

表 4-3-2 (F) 西門之不同國籍在滿意度之軟體部分的單因子變異數分析

		個數	平均值	標準差	F 檢定	顯著性 (P)
商家服務滿意度	台灣	122	3.6148	0.74353	3.03	0.019
	中國	40	4.0500	0.74936		
	日本	17	3.7647	0.90342		
	南韓	9	3.8889	0.78174		
	其他	12	4.0000	0.42640		
心理感受滿意度	台灣	121	3.8760	0.93604	1.409	0.55
	中國	40	4.1750	0.95776		
	日本	17	3.6471	0.86177		
	南韓	9	3.8889	0.60093		
	其他	12	3.6667	0.98473		

$P > 0.05$  表示無顯著差異， $P < 0.05$  表示有顯著差異 (以紅色表示)

資料來源：本研究整理

## 第五章 結論與建議

### 第一節 結論

本研究針對造訪西門之遊客填寫的問券，分析出每一部分之最高滿意度前三項，並加以分析及探討。

#### 一、商品滿意度調查(衣服,首飾,伴手禮等)

依照遊客填寫的滿意度可知道，造訪西門的遊客普遍覺得商品是非常多樣性也對這裡想買的東西及價位整體是感到相對滿意的。分析中可看出外籍遊客不論年紀大多對於西門商圈所販售商品價格及多樣性感到滿意及非常滿意，對於商品價格不滿意或非常不滿意多數是由本國消費者所選擇。

#### 二、食品滿意度

根據問卷調查分析結果，大多數的消費者對於西門商圈所販售之食品整體滿意度呈現滿意及非常滿意。問卷分析中較為有趣的是本國籍消費者普遍認為商圈內食品價格有偏高的趨勢，而外籍消費者則認為食品價格是可以接受的。而食品品質的部分，中國籍消費者整體呈現較為滿意的結果，其他國籍消費者則較無突出回饋，可見中國籍消費者對於西門商圈販售之食品的品质感到十分滿意。

#### 三、環境滿意度

西門位於台北的精華地段，捷運的部分位於台北車站附近、板南線及松山新店線的交界處，公車網路圖也是很緊密，正因交通相當的便利及整體動線的安排妥當，整體消費者滿意度也如數據所呈現偏高的分數。對於動線規劃方面，外籍遊客對於此項目滿意度呈現偏低，本國消費者則較無明顯偏頗。但對於環境衛生及公廁設立數量，所有數據均呈現偏低結果，對於這方面是商圈最急需作出改善的部分。

#### 四、商圈內商家滿意度

西門商圈的店家琳瑯滿目，依照消費者的回饋可得知多數人對於商圈內商家整體滿意度是還不錯的，但從問答題對於商圈改善部份可發現多數本國人對於商圈店家多樣性感到不是很滿意，但品質與服務態度均呈現優良的數據。

#### 五、西門商圈整體滿意度

依此問卷結果看來，造訪過西門的消費者普遍來說都會願意再次造訪此地，對心理層面也感到滿足。正應對了西門商圈於2017年觀光局統計台北十大必去觀光景點排行第三名，期望西門商圈繼續保持其優秀競爭力吸引更多觀光客的來訪。

## 第二節 建議

本研究經過實地勘查，分析本研究之相關資料並且對西門地區現況加以分析，提出研究建議如下：

1. 應多設置公共停車場及停車區域：解決西門商圈周邊常常因為停車導致車輛堵塞，通行不便的情形。
2. 增設地圖告示牌：除了捷運站內的地區指標以外，應在西門商圈徒步區增設三種以上語言的地圖指標，好讓來到西門商圈的遊客明確的知道自己的位置及週邊的路線。
3. 商圈動線規畫更加明確：商圈標示及路線規劃應更加明確，讓遊客能清楚地了解路線以及安排自己的行程。
4. 部分地區增設遮雨棚：因西門遊客眾多，一但下雨遊客都會往騎樓裡面靠，擁擠倒致無法行走移動，在騎樓較狹窄地段增設遮雨棚可以有效的改善此情況發生。
5. 應多增設公共廁所及垃圾桶：商圈內應多增設垃圾桶及公共廁所，以維持環境的乾淨與衛生。
6. 推出平日優惠活動：平日人潮相較來得少，此活動可以吸引消費者有目的的前來消費，順利帶動整個商圈更加活絡，以及拉近平假日間的人超差距。
7. 舊大樓外觀翻新：商圈內許多大樓都是早期建構而成歷史悠久，整個外觀陰暗。如果外觀翻新像西門徒步區入口的 H&M 大樓，就是因為大樓外觀翻新後，亮麗的招牌吸引不少顧客的眼光。

資料來源：本研究整理

## 中文參考文獻

網路資源文獻：

1.蘇亞君 (2011)。文化觀光之遊客動機、遊憩涉入與滿意度關連性研究～以鶯歌鎮為例〔電子版〕。臺灣師範大學地理學系在職進修碩士班學位論文。

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh1?DocID=U0021-1610201315240237>

2.王正璋 (2013)。遊客目的地意象、旅遊滿意度與行為意圖之研究—以馬祖地區為例〔電子版〕。臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所學位論文。

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh1?DocID=U0021-0801201418035435>

3.許龍池、鄭峰茂 (2008)。遊客休閒涉入、參與滿意度與遊後行為之研究—以2008年高雄市龍舟競賽活動為實證〔電子版〕。休閒產業管理學刊，第1卷第3期，12月：頁57~71。

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=19980795-200812-1-3-57-71-a>

4.張孝銘、李豪 (2008)。觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究—以苗栗縣大湖鄉為實證〔電子版〕。休閒產業管理學刊，第1卷第2期，8月：頁57~69。

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=19980795-200808-1-2-57-69-a>

5.許維芝(2014)。女性消費者對商圈滿意度與重視度比較之研究-以台北市四平陽光商圈為例〔電子版〕。世新大學觀光學系碩士學位論文。

<file:///C:/Users/user/Downloads/fb171204224038.pdf>

6.陳麗如、王淑慧 (2006)。服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度關係之探討〔電子版〕。遠東學報，第23卷第3期，9月：頁527~529。

<http://www.feu.edu.tw/adms/aao/aao95/jfeu/23/230313.pdf>

7.Ranjit Kumar 著；胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道譯，研究方法:步驟化學習指南（台北市：學富文化，民89年），頁130。

<https://nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/33506/7/15500207.pdf>

- 8.葉至誠、葉立誠著，研究方法與論文寫作（台北市:商鼎文化，民88年），頁138-156。 <https://dspace2.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/33515/8/500408.pdf>
- 9.宋彥陞（2016）。搭乘捷運遊台北、西門町的小歷史。故事，寫給所有人的歷史。 <https://gushi.tw/history-of-ximen/>
- 10.臺北府城西門-維基百科  
<https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/%E8%87%BA%E5%8C%97%E5%BA%9C%E5%9F%8E%E8%A5%BF%E9%96%80>
- 11.「西門町商圈|台灣旅遊景點行程」，四方通行旅行社股份有限公司。  
<https://guide.easytravel.com.tw/scenic/1358>。
- 12.維基百科-西門町  
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%A5%BF%E9%96%80%E7%94%BA>
- 13.維基百科-商圈 <https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/%E5%95%86%E5%9C%88>
- 14.阿甘(2007)。「不同消費商圈會有不同類型的消費型態」。阿甘創業加盟網部落格：  
<http://ican168blog.pixnet.net/blog/post/26375329-%E4%B8%8D%E5%90%8C%E6%B6%88%E8%B2%BB%E5%95%86%E5%9C%88%E6%9C%83%E6%9C%89%E4%B8%8D%E5%90%8C%E9%A1%9E%E5%9E%8B%E7%9A%84%E6%B6%88%E8%B2%BB%E5%9E%8B%E6%85%8B>
- 15.MBA 智庫百科-顧客滿意度  
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E9%A1%BE%E5%AE%A2%E6%BB%A1%E6%84%8F%E5%BA%A6>
- 16.陳清稱(2014)。「SWOT分析，讓「生意頭腦」全速運轉」。經理人月刊-台灣最大的經理人社群。 <https://www.managertoday.com.tw/glossary/view/15>
- 17.維基百科-強弱危機分析  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%BC%B7%E5%BC%B1%E5%8D%B1%E6%A9%9F%E5%88%86%E6%9E%90>
- 18.陳炳麟，2016，「西門町徒步區磚面更新計畫」，臺北市政府工務局新建工程處。 <http://nco.gov.taipei/ct.asp?xItem=225668775&ctNode=22688&mp=106021>

附錄問卷

19. 電影街，武昌街二段

資料來源：<https://www.flickr.com/photos/lus/4665818400>

20. 美國街，昆明街 96 巷

資料來源：<https://amazing-taipei.com/20171108/>

21. 戲服街，漢中街、內江街

資料來源：<http://www.ximen.com.tw/product-detail-1094393.html>

22. 西門紅樓，台北市萬華區成都路 10 號

資料來源：

<https://drm88.pixnet.net/blog/post/35366866-%e3%80%90%e5%8f%b0%e5%8c%97%e6%99%af%e>

23. 西本願寺，台北市萬華區中華路一段 174 號(西門 3 號出口)

資料來源：

<https://drm88.pixnet.net/blog/post/35366869-%e3%80%90%e5%8f%b0%e5%8c%97%e8%a5%bf%e9%96%80%e4%b8%80%e6%97%a5%e9%81%8a%e3%80%91%e8%a5%bf%e6%>

## 英文參考文獻

1. Churchill Jr., G.A. and Surprenant, C. (1982) An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 19, 491-504.
2. A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry Source: *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4 (Autumn, 1985), pp. 41-50
3. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
4. Weihrich, H. (1982), The TOWS Matrix-A Tool for Situational Analysis, *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.

## 附錄問卷

親愛的遊客您好

首先感謝您的協助，使本研究得以順利進行，此份問卷是有關於西門商圈滿意度調查問卷作為評估，目的在於探討西門的觀光吸引力、遊客在西商區的體驗對西門整體的滿意程度之評估。

請您針對以下部分問，提出你寶貴的意見，本研究僅供學術研究及管理單位參考，不做為其他用途，敬請安心作答，僅此獻上最誠摯的感謝!

致理科技大學 休閒遊憩管理系

指導老師:林育平 老師

研究生:陳筱柔 廖啓勛 葉瀚陽

黃柏融 王芊尋 張育睿

謝維峻 敬上

### 第一部分、基本資料

1. 性別 sexuality  男性 male  女性 female

2. 年齡 Age

18 以下 / under 18  18-30  30-40  40 以上 / Over 40

3. 國籍 Nationality

台灣  日本 Japan  南韓 Korea  中國 China  其他 Others

4. 會去西門的原因?ex. 約會, 聚會, 觀光 The reason you visited Ximen shopping area? ex. date, sightseeing

---

第二部分、商品滿意度調查(衣服, 首飾, 伴手禮等) Satisfaction of Products  
(Clothes, Souvenir)

商品滿意度 Satisfaction of Products	非常滿意 largely agree	滿意 Satisfactory	普通 nocomment	不滿意 partly disagree	非常不滿 意 totally disagree
1. 商品多樣性 The diversity of products	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 商品品質 The quality of products	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 商品價位 The average price of products	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 商品售後服 務 Satisfaction of after-sales service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 能夠購買到 自己所想要的 東西 Can you find whatever you were looking for ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分、食品滿意度 Satisfaction of Food

食品滿意度 Satisfaction of Food	非常滿意 largely agree	滿意 Satisfactory	普通 no comment	不滿意 partly disagree	非常不滿 意 totally disagree
6. 食品多樣性 The diversity of food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 食品品質 The quality of food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 食品價位 The average price of food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 食品美味程 度 How delicious is the food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 能夠購買 到自己所想要 的東西 can you find whatever you were looking for ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份、交通滿意度 Satisfaction of traffic

交通滿意度 Satisfaction of traffic	非常滿意 largely agree	滿意 Satisfactory	普通 no comment	不滿意 partly disagree	非常不滿 意 totally disagree
11. 交通便利性 How convenient is the traffic	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 停車便利性 How convenient is the parking space	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 商圈動線規 劃 The layout of the traffic flow	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 環境衛生(垃 圾桶, 街道清潔 度) The Cleanliness of the Environment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 公共廁所數 量 amount of public toilet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分、商圍內商家滿意度 Satisfaction of the stores in the shopping area

商圍內商家滿意度 Satisfaction of the stores in the shopping area	非常滿意 largely agree	滿意 Satisfactory	普通 no comment	不滿意 partly disagree	非常不滿意 totally disagree
16. 商家招牌是否明顯 are the signboards clear enough?	<input type="checkbox"/>				
17. 商家服務態度 service attitude of the stores	<input type="checkbox"/>				
18. 商家的環境衛生 Sanitation of the stores	<input type="checkbox"/>				
19. 整體商家的裝潢設計 decoration of the stores	<input type="checkbox"/>				
20. 對於商圍內的商家是否感到安心有保障 are the stores in Ximen make you feel relieved to shop	<input type="checkbox"/>				

第六部分、西門商圈整體滿意度 Satisfaction of Ximen Shopping Area

21. 西門商圈 整體滿意度 Satisfaction of Ximen Shopping Area	非常滿意 largely agree	滿意 Satisfactory	普通 no comment	不滿意 partly disagree	非常不滿 意 totally disagree
22. 西門商圈 整體滿意度 Satisfaction of Ximen Shopping Area	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 會向親朋 好友介紹西門 町商圈 will you recommend to you friends and family?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 西門商圈 有吸引人的特 色文化 does the culture of Ximen shopping area attract you	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 未來如有 機會會願意再 次前往 will you visit Ximen shopping area again in the future?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

與台灣其他商圈相較，是什麼讓你選擇來西門？compare with other shopping area which part of Ximen shopping area attract you? \*

---

西門商圈還能夠再改善的部分？any suggestion to make Ximen shopping area a better place? \*

---