

**陽明山國家公園
園內農產品銷售與管理方式之研究**

陽明山國家公園

目 錄

一. 研究緣起	1
1-1 背景說明	1
1-2 研究目的	2
1-3 研究範圍	3
1-4 研究方法	4
1-5 研究內容與流程	4
1-6 相關法令探討	7
二. 個案研究	8
2-1 墾丁國家公園攤販管理方式研究	8
2-2 太魯閣國家公園攤販管理方式研究	9
2-3 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園 攤販管理方式之比較	11
三. 陽明山農產品與攤販銷售點現況調查與檢討	14
3-1 陽明山園內銷售之農產品基本資料簡介	14
3-2 問卷規劃	20
3-2-1 遊客認知之問卷規劃	20
3-2-2 現正銷售者之問卷規劃	24
3-2-3 當地農戶之問卷規劃	26
3-3 竹子湖地區調查與檢討	28
3-4 龍鳳谷地區調查與檢討	56
3-5 馬槽地區調查與檢討	59
四. 遊客對園區內農產品或攤販銷售行為之分析	64
4-1 遊客意見調查變項之次數比例討論	64
4-1-1 受訪者來陽明山國家公園的路線	64
4-1-2 受訪者預定回家的路線	65
4-1-3 與受訪者同行而來的遊伴	65
4-1-4 受訪者認為來陽明山國家公園遊玩，較重要的活動	65

4-1-5	受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在 園區內銷售.....	70
4-1-6	受訪者認為以下列何種銷售方式較佳.....	71
4-1-7	受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方 式有那些好處.....	72
4-1-8	受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方 式有那些缺點.....	74
4-1-9	受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售 較應該著手進行之工作.....	76
4-1-10	為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理 方式.....	78
4-1-11	受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源之看法.....	82
4-1-12	受訪者對國家公園的遊客中心服務品質之認知.....	84
4-1-13	受訪者對國家公園其它管服中心服務品質之認知.....	86
4-1-14	受訪者之基本資料分析.....	89
4-2	遊客認為消費山產為較重要活動之偏好程度及其它遊客 意見變項間之相關性.....	91
4-3	分析結果摘要.....	113
五.	農民與銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為之分析.....	118
5-1	農民對園區內農產品或攤販銷售行為之分析.....	118
5-1-1	農民對園內部分農戶設攤或設店從事農產品之販售的看 法.....	118
5-1-2	農民期望陽管處對園內銷售農產品之農友採取的管理措 施.....	120
5-1-3	農民認為目前最需要改善的事情.....	121
5-1-4	農民對在園內賣東西之外來攤販的管理意見.....	123
5-1-5	陽管處成立市集時，農民參加的意願.....	124
5-1-6	農民若不願意在園內從事農產品銷售的原因.....	126
5-1-7	農民所知的銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之 處理方式.....	128

5-1-8	至陽明山購買農產品或吃炒青菜的遊客對農民的影響.....	130
5-1-9	農民認為能夠改善以上所提問題作法之優先順序	131
5-1-10	受訪農民目前所生產作物的種類	132
5-1-10	受訪農民之平均年齡	132
5-2	現有銷售者之調查與分析	133
5-2-1	銷售者對目前銷售地點狀況的看法	133
5-2-2	銷售者對以下改善現況之方式所能接受的程度	134
5-2-3	銷售者認為理想市集的地點：	136
5-2-4	銷售者現所銷售之農產品的來源	136
5-2-5	銷售者若有自行生產之農產品者，除了自行銷售或消耗 者外，其餘之處理方式.....	138
5-2-6	銷售者平均從事直接販售行為的時間	139
5-2-7	銷售者在從事直接販售之前，所從事農業之情況	139
5-2-8	銷售者從事銷售之後之收入情況	140
5-2-9	銷售者對銷售產品過程中所製造垃圾之處理方式	140
5-2-10	銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之處理方式.....	141
5-2-11	銷售者期待遊客在消費行為上之配合行動.....	142
5-2-12	銷售者期望陽管處對園內銷售農產品之農友採取的管理 措施	143
5-2-13	銷售者認為目前最需要改善的事情	145
5-2-14	銷售者對於配合陽管處改善上列事項作法之意願	147
5-2-15	銷售者民對在園內賣東西之外來攤販的管理意見	148
5-2-16	銷售從願意從事此項銷售行為之意願	149
5-2-17	受訪者年齡	149
5-3	農民與銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為之分析結 果摘要	150
5-3-1	農民對園區內農產品或攤販銷售行為之分析結果摘要.....	150
5-3-2	銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為意見之分析結果 摘要	153
六	調查結果分析.....	156

6-1	遊客調查部分.....	156
6-1-1	與遊客活動相關資料.....	156
6-1-2	與銷售方式相關資料.....	157
6-1-3	與經營管理相關資料.....	157
6-1-4	遊客個人偏好及背景資料.....	158
6-2	農民調查部分.....	159
6-2-1	農民基礎資料部分.....	159
6-2-2	農民對銷售行為的看法.....	160
6-2-3	農民對遊客的看法.....	161
6-2-4	農民對外來攤販的看法.....	161
6-2-5	農民對陽管處之期待.....	161
6-2-6	農民對未來的展望.....	162
6-2-7	農民認為之陽明山的特色與未來農業之走向.....	163
6-3	銷售者部分.....	164
6-3-1	銷售者之基礎資料部分.....	164
6-3-2	銷售者本身對現況之作法與態度.....	165
6-3-3	銷售者對遊客的看法.....	166
6-3-4	銷售者對外來攤販的看法.....	166
6-3-5	銷售者對陽管處之期待.....	166
6-3-6	銷售者對未來的展望.....	167
6-3-7	銷售者認為之陽明山農業的特色與未來農業之走向.....	168
七.	本地農產品及攤販管理方式之研究.....	169
7-1	對販售行為不同處理方式之討論.....	169
7-2	本地農產品及攤販管理方式方案發展.....	170
7-3	本地農產品及攤販管理方式建議案.....	171
7-3-1	不同地區管理方式建議案.....	175
7-4	研究結論與建議.....	177
八.	參考資料.....	179
附錄	A: 遊客問卷.....	181
附錄	B: 農民問卷.....	184

附錄	C: 販售業者問卷	187
附錄	D: 內政部營建署墾丁國家公園管理處「社頂停車場店舖租賃契約書」	190
附錄	E: 內政部營建署太魯閣國家公園布洛灣賣店委託經營合約書	192
附錄	F: 東北角風景區管理處鼻頭港服務區賣店租賃契約書	194
附錄	G: 內政部營建署太魯閣國家公園管理處攤販管理實施要點	196
附錄	H: 內政部營建署員工消費合作社布洛灣遊憩區速簡餐廳及展售店委託經營注意事項	198
附錄	I: 美國洛山磯郡合約實例與龍門鹽寮合約之比較(摘自觀光局國家級風景特定區開放民間參與開發, 營運之研究1993)	202
附錄	J: 太魯閣國家公園園區內非法攤販業者處罰條款一覽表	208
附錄	K: 「陽明山國家公園竹子湖地區農業生產活動調查暨經營管理之研究」期初簡報會議紀錄	209
附錄	L: 「陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式之研究」期中簡報會議紀錄	211
附錄	M: 「陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式之研究」期末簡報會議紀錄	213

表目錄

表2.1 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園攤販管理方式之比較表.....	11
表3.1 陽明山國家公園重要作物生產概況表.....	16
表3.2 農會對蔬菜（以高冷地甘藍菜為主要種類）之輔導情況表.....	17
表3.3 農會對果樹（桶柑為主，蓮霧、柚子、芭樂少量）之輔導情況表.....	18
表3.4 農會對花卉（以海芋、杜鵑、松柏、繡球、櫻花為主）之輔導情況表.....	19
表3.5 各類花卉產銷概況表.....	20
表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表.....	29
表3.7 龍鳳谷地區現有之販售點之資料表.....	57
表3.8 馬槽地區現有之販售點之資料表.....	60
表4.1 受訪者今天來此的路線次數表.....	64
表4.2 受訪者預定回程的路線次數表.....	65
表4.3 與受訪者同行而來的遊伴次數表.....	65
表4.4 爬山健行活動對受訪者重要性之次數表.....	66
表4.5 買陽明山山上的農產品對受訪者重要性之次數表.....	66
表4.6 開車兜風活動對受訪者重要性之次數表.....	66
表4.7 洗溫泉活動對受訪者重要性之次數表.....	67
表4.8 野餐（自備飲食）活動對受訪者重要性之次數表.....	67
表4.9 泡茶活動對受訪者重要性之次數表.....	68
表4.10 吃炒青菜活動對受訪者重要性之次數表.....	68
表4.11 吃山產活動對受訪者重要性之次數表.....	68
表4.12 自然探勝活動對受訪者重要性之次數表.....	69
表4.13 吃路邊攤販的食品對受訪者重要性之次數表.....	69
表4.14 受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之次數表.....	70

表4.15 受訪者認為直接在農地上銷售之次數表	71
表4.15 受訪者認為煮熟後現吃較好之次數表	71
表4.17 受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之次數表	72
表4.18 受訪者認為方便飲食之次數表	72
表4.19 受訪者認為好吃之次數表	73
表4.20 受訪者認為有熱鬧氣氛之次數表	73
表4.21 受訪者認為有地方特色之次數表	73
表4.22 受訪者認為造成環境污染之次數表	74
表4.23 受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之次數表	75
表4.24 受訪者認為造成不良景觀之次數表	75
表4.25 受訪者認為造成交通問題之次數表	75
表4.26 受訪者認為應取締,因不符合國家公園經營目標之次數表	76
表4.27 受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之次數表	77
表4.28 受訪者認為不應干預維持現狀之次數表	77
表4.29 受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之次數表	77
表4.30 受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之次數表	78
表4.31 受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之次數表	79
表4.32 受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之次數表	79
表4.33 受訪者認為可限制農產品銷售之項目之次數表	79
表4.34 受訪者認為可限制農產品銷售之地點之次數表	81
表4.35 受訪者認為可限制農產品銷售之時間之次數表	81
表4.36 受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之次數表	81
表4.37 受訪者認為本地生產之次數表	82
表4.38 受訪者認為外地運來之次數表	83
表4.39 受訪者認為沒關係,只要產品新鮮東西好吃之次數表	83

表4.40 受訪者認為如果是真的, 他將不願食用或購買之次數表.....	84
表4.41 受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之次數表.....	84
表4.42 受訪者認為國家公園的遊客中心的工作人員服務品質之次數表	85
表4.43 受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售品之品質之次數表	85
表4.44 受訪者認為國家公園的遊客中心的環境設施品質之次數表	85
表4.45 受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類之次數表	86
表4.46 受訪者是否知道小油坑遊憩區有販賣餐飲之次數表	86
表4.47 受訪者是否知道冷水坑遊憩區之次數表	87
表4.48 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的工作人員服務品質之次數表	87
表4.49 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售品之品質之次數表	88
表4.50 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的環境設施品質之次數表	88
表4.51 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售項目種類之次數表	89
表4.52 受訪者的性別之次數表	89
表4.53 受訪者的最高學歷之次數表	89
表4.54 受訪者目前居住地之次數表	90
表4.55 受訪者的年齡之分配情形	90
表4.56 變異數分析以受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	91

表4.57 變異數分析以受訪者認為直接在農地上銷售之項目 比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	92
表4.58 變異數分析以受訪者認為煮熟後現吃較好之項目比 較其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	92
表4.59 變異數分析以受訪者認為在特定地區檢驗合格後再 賣之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	93
表4.60 變異數分析以受訪者認為方便飲食之項目比較其視 消費山產為較重要活動之偏好程度.....	93
表4.61 變異數分析以受訪者認為好吃之項目比較其視消費 山產為較重要活動之偏好程度.....	94
表4.62 變異數分析以受訪者認為有熱鬧氣氛之項目比較其 視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	94
表4.63 變異數分析以受訪者認為有地方特色之項目比較其 視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	95
表4.64 變異數分析以受訪者認為造成環境污染之項目比較 其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	96
表4.65 變異數分析以受訪者認為與國家公園之意義不符合 破壞形象之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程 度.....	96
表4.66 變異數分析以受訪者認為造成不良景觀之項目比較 其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	97
表4.67 變異數分析以受訪者認為造成交通問題之項目比較 其視消費山產為較重要活動之偏好程度.....	97
表4.68 變異數分析以受訪者認為應取締，因不符合國家公 園經營目的之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好 程度.....	98
表4.69 變異數分析以受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售 並限制數量之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好 程度.....	99

表4.70 變異數分析以受訪者認為不應干預維持現狀之項目 比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	99
表4.71 變異數分析以受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之 項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	100
表4.72 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車時 間之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	100
表4.73 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車地 方之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	101
表4.74 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車位 數之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	101
表4.75 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售項目之 項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	102
表4.76 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售之地點 之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	102
表4.77 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售之時間 之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	103
表4.78 變異數分析以受訪者認為可限制只能直接銷售農產 品不可販賣熟食或其它東西之項目比較其視消費山產為較 重要活動之偏好程度	104
表4.79 變異數分析以受訪者認為本地生產之項目比較其視 消費山產為較重要活動之偏好程度	104
表4.80 變異數分析以受訪者認為外地運來之項目比較其視 消費山產為較重要活動之偏好程度	105
表4.81 變異數分析以受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東 西好吃之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	105
表4.82 變異數分析以受訪者認為如果是真的，他將不願食 用或購買之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程 度	106

表4.83 變異數分析以受訪者是否知道國家公園的遊客中心 有提供簡單的餐飲之項目比較其視消費山產為較重要活動 之偏好程度	106
表4.84 變異數分析以受訪者認為遊客中心工作人員服務品 質之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	107
表4.85 變異數分析以受訪者認為遊客中心銷售品之品質之 項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	107
表4.86 變異數分析以受訪者認為遊客中心環境設施品質之 項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	108
表4.87 變異數分析以受訪者認為遊客中心銷售項目種類之 項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度	108
表4.88 變異數分析以受訪者的性別之項目比較其視消費山 產為較重要活動之偏好程度	108
表4.89 變異數分析以受訪者的最高學歷之項目比較其視消 費山產為較重要活動之偏好程度	109
表4.90 變異數分析以受訪者目前居住地之項目比較其視消 費山產為較重要活動之偏好程度	109
表4.91 變異數分析以不同地區之受訪者比較其視消費山產 為較重要活動之偏好程度	110
表4.92 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為直接在農 地上銷售之認知程度	110
表4.93 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為煮熟後現 吃較好之認知程度	110
表4.94 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為在特定地 區檢驗合格後再賣之認知程度	111
表4.95 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應取締,因 不符合國家公園經營目標之認知程度	111
表4.96 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應選擇示 範地區輔導銷售並限制數量之認知程度	112

表4.97 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為不應干預 維持現狀之認知程度	112
表4.98 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應鼓勵推 廣目前之方式之認知程度	113
表5-1 農民認為是農產品銷售的一個好出路者之次數表	118
表5-2 農民認為值得進一步發展者之次數表	119
表5-3 農民認為其造成了嚴重塞車問題者之次數表	119
表5-4 農民認為其製造了環境髒亂者之次數表	119
表5-5 農民同意完全不准在園內銷售農產品者之次數表	120
表5-6 農民同意對違法的銷售行為嚴加取締者之次數表	120
表5-7 農民同意應輔導農產品之園內銷售者之次數表	121
表5-8 農民同意陽管處完全不管者之次數表	121
表5-9 農民同意提供集中銷售場地必要性者之次數表	121
表5-10 農民同意維持環境整潔必要性者之次數表	122
表5-11 農民同意建立陽明山地區農產品特色者之次數表	122
表5-12 農民同意改善停車問題者之次數表	122
表5-13 農民同意改善銷售地點外觀者之次數表	123
表5-14 農民同意加強宣傳及包裝等者之次數表	123
表5-15 農民同意由陽管處嚴加取締，不准進入者之次數表	123
表5-16 農民同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入 所協定之管理辦法中考之次數表	124
表5-17 農民同意不需任何管制者之次數表	124
表5-18 陽管處成立市集時，農民參加意願之次數表	124
表5-19 農民同意因利潤較佳者之次數表	125
表5-20 農民同意因有剩餘人力者之次數表	125
表5-21 農民將因所在地點合適者之次數表	126
表5-22 農民同意只是想嚐試看看者之次數表	126
表5-23 農民同意是因為人力不足的關係之次數表	127
表5-24 農民同意是因為工作太辛苦的關係之次數表	127
表5-25 農民同意是因為利潤無法預期的關係之次數表	127

表5-26 農民同意是因為交通不便的關係之次數表	127
表5-27 樣本數同意是因為沒有腹地的關係之次數表	128
表5-28 農民同意是因為想從事觀光果園類的關係之次數表	128
表5-29 農民同意是因為想從事市民農園類的關係之次數表	128
表5-30 農民認為其不管，而由陽管處來處理者之次數表	129
表5-31 農民認為其會提供大垃圾桶，並隨時加以清理者之 次數表	129
表5-32 農民認為其待遊客離開後，最後再總整理者之次數 表	129
表5-33 農民認為會造成交通不便之影響者之次數表	130
表5-34 農民認為會造成環境髒亂之影響者之次數表	130
表5-35 農民認為會造成侵入私人用地，並造成破壞環境之 影響者之次數表	130
表5-36 農民認為會有偷取農產品之影響者之次數表	131
表5-37 農民贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集者 之次數表	131
表5-38 農民贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導 者之次數表	131
表5-39 農民贊成由販售者成立自治會，自行管理者之次數 表	132
表5-40 農民贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導 示範，逐年改進者之次數表	132
表5-41 受訪農民目前所生產作物的種類之次數表	132
表5-42 受訪者年齡之分配情形	133
表5-43 銷售者認為所在位置適宜者之次數表	133
表5-44 銷售者對腹地大小是否足夠的看法之次數表	134
表5-45 銷售者對交通情形是否順暢的看法之次數表	134
表5-46 銷售者對停車問題是否便利的看法之次數表	134
表5-47 銷售者贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集 者之次數表	135

表5-48 銷售者贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者之次數表.....	135
表5-49 銷售者贊成由販售者成立自治會，自行管理者之次數表.....	136
表5-50 銷售者贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者之次數表.....	136
表5-51 銷售者由外地採購土雞直接銷售者之次數表.....	137
表5-52 銷售者由外地採購土雞經放養再銷售者之次數表.....	137
表5-53 銷售者自行飼養土雞者之次數表.....	137
表5-54 銷售者向其他農民採購果疏者之次數表.....	137
表5-55 銷售者至市場採購果疏者之次數表.....	138
表5-56 銷售者自行生產果疏者之次數表.....	138
表5-57 銷售自行生產之農產品而沒有剩餘者之次數表.....	138
表5-58 銷售自行生產之農產品，且將剩餘者售予販運商之次數表.....	139
表5-59 銷售自行生產之農產品，且將剩餘者直銷至超市之次數表.....	139
表5-60 銷售者平均從事直接販售行為的時間.....	139
表5-61 銷售者在從事直接販售之前，所從事農業情況之次數表.....	140
表5-62 銷售者從事銷售之後收入情況之次數表.....	140
表5-63 銷售者打包至垃圾集中處之次數表.....	140
表5-64 銷售者將垃圾丟棄至附近較隱蔽的山凹或樹叢中之次數表.....	141
表5-65 銷售者自行掩埋或燒掉之次數表.....	141
表5-66 銷售者認為其不管，而由陽管處來處理者.....	141
表5-67 銷售者提供大垃圾桶，並隨時加以清理者之次數表.....	142
表5-68 銷售者待遊客離開後，最後再總整理者之次數表.....	142
表5-69 銷售者期待遊客不要亂停車者之次數表.....	142
表5-70 銷售者期待遊客停留時間不要過長之次數表.....	143

表5-71 銷售者期待遊客不要亂丟垃圾之次數表	143
表5-72 銷售者同意完全不准在園內銷售農產品者之次數表	143
表5-73 銷售者同意對違法的銷售行為嚴加取締之次數表	144
表5-74 銷售者同意應輔導農產品之園內銷售之次數表	144
表5-75 銷售者同意陽管處完全不管者之次數表	144
表5-76 銷售者同意提供集中銷售場地必要性者之次數表	145
表5-77 銷售者同意維持環境整潔之必要性者之次數表	145
表5-78 銷售者同意建立陽明山地區農產品特色之建立者之 次數表	146
表5-79 銷售者同意改善停車問題者之次數表	146
表5-80 銷售者同意改善銷售地點之外觀者之次數表	146
表5-81 銷售者同意加強宣傳及包裝等者之次數表	147
表5-82 銷售者願意配合銷售地點遷移之次數表	147
表5-83 銷售者願意分擔清潔維持費用之次數表	147
表5-84 銷售者願意接受農產品改善輔導佈置者之次數表	148
表5-85 銷售者同意由陽管處嚴加取締外來攤販，不准進入 者之次數表	148
表5-86 銷售者同意由園區內之攤販或陽管處與外來攤販協 調，納入所協定之管理辦法中者	149
表5-87 銷售者同意外來攤販不需任何管制者之次數表	149
表5-88 銷售者願意繼續從事此項銷售行為意願之次數表	149
表5-89 受訪者年齡之分配情形	150
表6-1 農民農產品生產季節表	160
表6-2 銷售者農產品生產季節表	165
表7.1 販售行為不同處理方法之比較表	170
表7.2 設置販售點之經營管理方式比較表	171
表7.3 農產品及攤販管理方式綜合評估表	172

圖目錄

圖1.1 陽明山國家公園園區內現況主要之農產販售熱絡地區圖	3
圖1.2 陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式研究流程圖	6
圖3.1 竹子湖地區販售地點分佈圖圖引	49
圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖	50
圖3.3 龍鳳谷，硫磺谷地區販售地點分佈圖	58
圖3.4 馬槽地區販售地點分佈圖	63

一. 研究緣起

1-1 背景說明

台灣地區自民國七十一年成立國家公園以來，由於設置了專職機構，負責經營管理，以致多年來在保育研究及提供國民高品質之遊憩場所均已具有具體的成果，唯因初期的規劃多偏向於自然資源之保存利用，較缺乏社會人文之調查。近年來由於因為園區內住民對於其以傳統利用土地之方式與國家公園之經營管理目標所衝突之問題日益複雜，時有抗爭行為與陳情案件，如太魯閣地區原住民對狩獵行為之抗爭事件，墾丁地區候鳥之捕捉事件，都在在顯示原住民對土地及資源利用之行為與國家公園經營管理目標之衝突。陽明山地區自民國七十四年劃設為國家公園以來，因遊憩區建設陸續完成，遊客成長迅速，據初步估計每年已逾三百五十萬人次，相對帶動並影響原住農民之產業活動型態及土地利用之方式，如何輔導農民適度發展當地產業特色，改善生活環境，並符合國家公園經營管理之目標，係為管理單位在完成初期硬體建設之後所面臨並亟待解決之問題。

竹子湖地區為陽明山國家公園範圍內面積最大、住民最多亦為最具代表性之傳統農業生產活動地區，因遊客之迅速成長帶動該社區及其周邊地區之農產品販售行為，而馬槽地區則因鄰近農業生產區，亦有小規模之販售行為出現，另龍鳳谷地區則因位於道路交會之處，遊客眾多，亦吸引了許多園內及園外的販賣者來此作生意，目前由於缺乏有系統之組織與管理，迭造成附近地區交通、環境及遊憩品質之影響，為因應及輔導園內農產品之銷售與管理，本研究擬先就各地區之現況與遊客的意見作問卷之調查，同時並進行國內類似個案之研究，配合管理單位與其他相關單位、地方領袖、農民的意見，以期提出各種可行經營管理模式方案以及建議。

1-2 研究目的

本研究主要之研究目的可分為：

1.陽明山農產品與外來販售行為現況問題之整理

此目的主要之方向為了解目前陽明山農產品之銷售現況及外來銷售者之販售現況，藉由現況之瞭解分析再進一步整理以作為後續經營管理辦法研擬之依據。

2.瞭解遊客、農民、及販售業者對園區內販售行為之認知

本目的期望藉由對遊客來此之目的及其對園區內農產品銷售之意見作一初步之資料蒐集及了解農民、及販售業者對銷售方式、銷售地點等之意見。

3.本地農產品及外來販售行為管理方式建議方案之討論

在本目的下本文期研擬發展具可行性之販售方式及管理辦法，並對各方法進行初步之分析及討論評估。

4.本地農產品及外來販售行為管理方式建議方案

最後本文期對園區內之農產品之販售及外來販售者找出較合適之經營管理方式，就上述目的3所提出之各可能方案加以評估後，針對管理處之經營管理方向，預算人力之計量及時程之安排後提出最可行之方案以利方案之施行。

1-3 研究範圍

■本研究之層面為一個案之討論，並以針對研究基地提出實務性建議方案為探討之方向。

■實証研究範圍界定在陽明山國家公園園區內現況主要之農產販售熱絡地區，包括馬槽、下七股地區、龍鳳谷、硫磺谷地區、竹子湖地區。

如下圖：

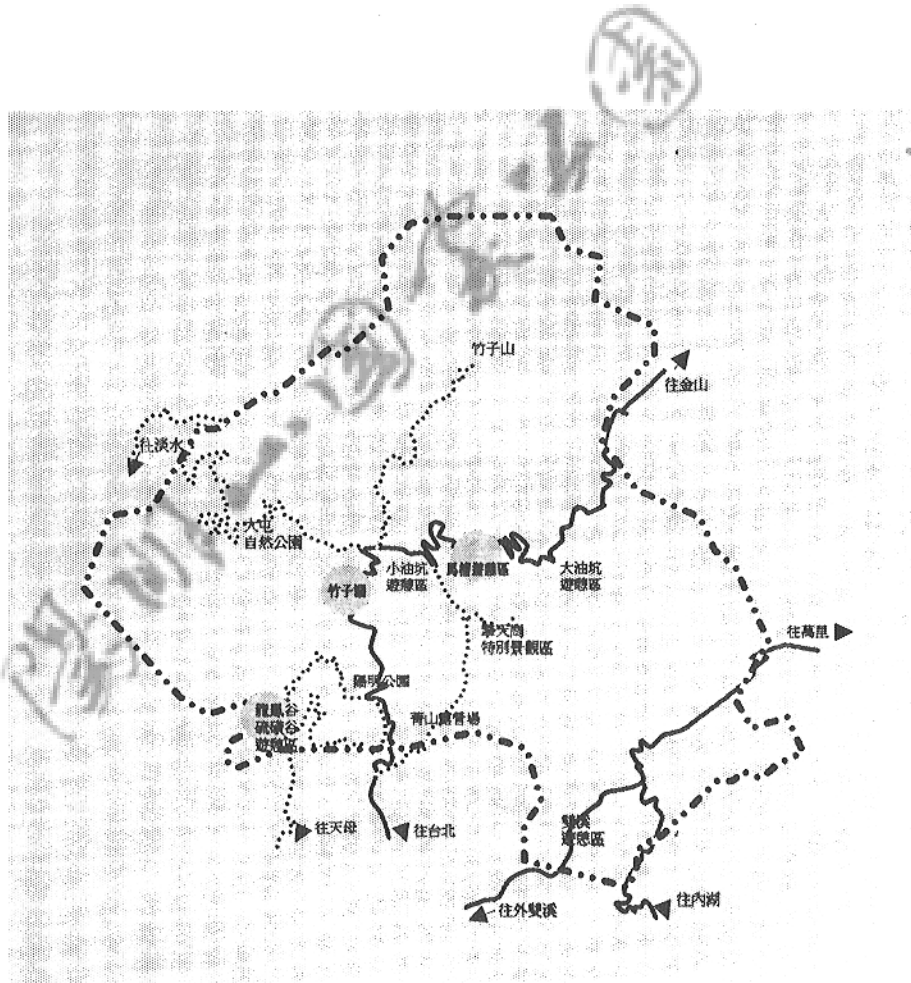


圖1.1 陽明山國家公園園區內現況主要之農產販售熱絡地區圖

1-4 研究方法

本研究以下列三個方式來進行：

1) 個案研究

由國內已有之個案著手，輔以國外案例之參考，作為管理方式方案發展之參考。

2) 相關單位、專家訪談及現有文獻、法令搜集

相關單位如北投、士林區農會、區公所等，透過接洽訪談，應能得到一個普遍性的農業資料，另透過地方領袖或專家學者之訪談，期能對問題能有更深入的認知，同時並盡量搜集現有文獻資料，以求基礎資料之充實。

3) 現況資料調查分析

藉由現地之問卷、觀察、訪問等方式，期對現況作最深入之瞭解，由於銷售者身分為園區內之農民或是外來販售行為，性質差異相當大，故將分別調查研究，再進一步瞭解其相關性，在消費者方面則以遊客為主。

1-5 研究內容與流程

□ 研究內容

研究內容將由個案研究著手，同時進行對園內各主要銷售點現況調查與檢討，以及遊客的意見，最後再根據以上所得之結果，進行管理方式之研究，細目如下：

■ 相關案例研究

☉ 墾丁國家公園販售行為管理方式研究

☉ 太魯閣國家公園販售行為管理方式研究

☉ 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園販售行為管理方式之比較

■ 遊客、農民、及販售業者對園區內販售方式之意見調查

■ 竹子湖地區調查與檢討

■ 龍鳳谷地區調查與檢討

- 馬槽地區調查與檢討
- 對販售行為不同處理方法之討論
- 販售點之經營管理方式之討論
- 本地農產品及攤販管理方式建議案

陽明山國家公園

□ 研究流程

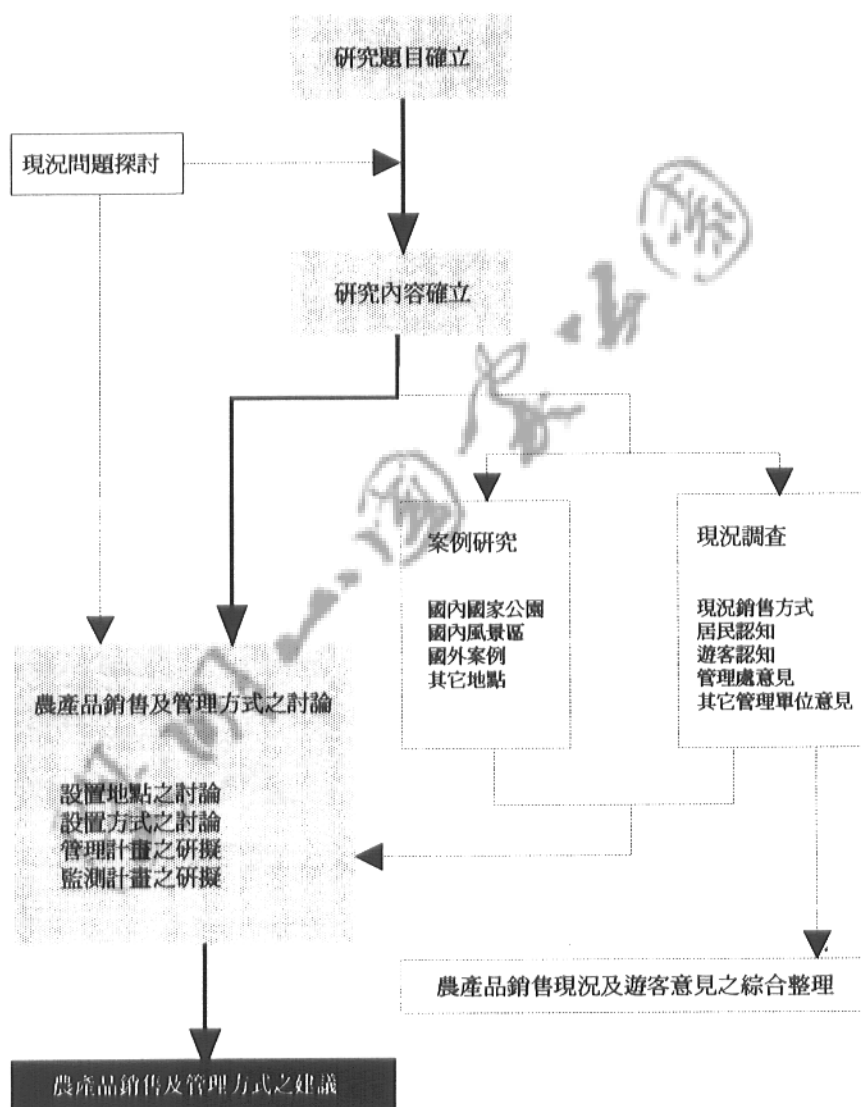


圖1.2 陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式研究流程圖

1-6 相關法令探討

有關園內農產品之銷售與管理方式其相關之法令層面複雜且多，其中較相關且較廣泛應用之法令有：

- ☉國家公園法
- ☉攤販管理之要點或注意事項
- ☉建築法
- ☉森林法
- ☉違警罰法
- ☉道路交通管理處罰條例
- ☉簡易寮舍管理辦法

而除相關之法令依據外，許多管理單位則運用契約之方式以管理販售業者。

上述之相關法令雖多，然因各法令之權責主管機關分屬各單位，且國家公園法本身之強制性較弱而形成空有法令而執行力較差之狀況。

二. 個案研究

2-1 墾丁國家公園攤販管理方式研究

□攤販販售項目：

大部份以販賣熟食、餐飲等，其它則有紀念品、貝殼、項鍊、沙灘用品，以及出租沙灘器材等。

□販售地點：

主要分佈地點為龍磐公園、鵝鑾鼻公園、後壁湖、南灣等地，但大多集中於各區域之入口附近或公園區域外。

□販售者：多為當地居民

□管理單位權責劃分：

墾丁國家公園之公有土地，有權責管理之單位有墾丁國家公園管理處、林務局、公路局等單位，惟有些地區仍形成管理上之死角。

□法令依據：

雖有國家公園法、簡易寮舍管理辦法、建築法、妨礙交通處罰條例等法令，可約束攤販，但缺乏強制性及執行力，故而效果不彰。

□由土地權屬探討攤販管理問題

攤販之設置若在私有地上，可藉由建築法、簡易寮舍管辦法來約束，但核准單位為縣政府，且管理處若要拆除，必須會同鎮公所，經由縣政府同意後方可執行，故執行效果不佳，而攤販若設置在公有地上，管理處或警察隊以妨礙交通處罰條例所開之罰單，須交由派出所執行，但派出所因易引起民怨故配合度較低，所以效果亦非常不好。

□設施物的種類：

多以棚架式，架設於風景據點，而流動攤販則以貨車機動性、臨時性在各據點間移動架設。

□對環境造成之影響

攤販設置不但造成視覺景觀上之破壞，亦對交通造成嚴重之阻礙，尤有甚者，其所衍生出之垃圾、廢水有問題，更是自然環境的破壞者。

□可供參考之管理方法

- (1) 提供賣店，承租給現有之攤販，並使其組織管理委員會，除有自治力外，亦可阻止外面攤販之流入或增加攤販數量，而管理處則透過契約公證之方式，從旁監督。
- (2) 可依內政部營建署針對各風景區之環境衛生管理權責，訂定環境衛生督導辦法，由管理定期集中各據點之販售者，加以宣導並評比，經由結果的宣傳，鼓勵優良販售者並可達到抑止攤販增加的效果。

2-2 太魯閣國家公園攤販管理方式研究

太魯閣國家公園在管理處尚未成立之前，前管理單位太魯閣風景區管理所於管轄範圍內即設立攤販區，由花蓮縣政府依「台灣省攤販管理規則」處理攤販之資格審查、登記及發證工作，並規劃攤位及販賣內容。太魯閣國家公園管理處成立之初，先期之資格審查、登記發證等工作仍由花蓮縣秀林鄉公所辦理，太魯閣國家公園管理處則負責攤位規劃、攤位抽籤、販賣內容等事宜。現為事權統一及徹底執行，有關業者之資格審查等工作一併由太魯閣國家公園管理處負責，並由太魯閣國家公園警察隊配合執行管理。目前太魯閣國家公園管理處已訂有定「太魯閣國家公攤販管理要點」。以規範攤販業者之價格與各種商業行為，並依實際情形呈報修法以保障人民權益及執行管理。

□攤販種類

- ☉一般固定攤販：太魯閣國家公園園區目前於長春橋、碧綠神木及新珩橋三處設攤，提供賣店供民眾設攤，其中長春橋及新珩橋賣店係接收風景區管理所財產，碧綠神木則整理原雜亂無序攤販業者後，逐步規劃，預計興建遊憩觀景賣店區。現長春橋共有20攤位，經資格審查計有13名業者經營，每月抽籤一次，可輪流於不同攤位上設攤，販賣

內容以冷飲及手工藝品為主；新珩橋賣店一家，以提供一般之冷熱食品為主；神木地區則規劃為二個攤位，因位置較深入園區，高度亦達二千公尺，故販賣內容多以熱食及農產品及其加工品為主。

㊟臨時攤販：太魯閣國家公園園區中部份地區為退輔會果園地及民眾承租林地，於不同時期有時令之水果及蔬菜出產，為便於集中管理及本處清潔維護之工作執行，依節令接受人民申請，集中設置臨時攤販以列入管理。

□檢討分析

㊟地點選擇：攤販在太魯閣國家公園園區而言是屬服務業之一，地點應依本園區內遊憩區之發展規劃原則而訂定，目前園區二處固定賣店（長春橋、新珩橋）係沿裴風景區管理所既有攤販暫時選訂，當時並無配合整體規劃，因此其建築外觀與一般的攤販相去不遠，不具國家公園特殊風格，唯本處日後各項遊憩區開發建設將以配合景觀為考慮要目之一，如長春橋、碧綠神木賣店規劃即為一例。

㊟業者形象：目前攤販業者之穿著，並無強制性規定，僅以整齊、清潔為要求條件，唯將逐步改善，如穿著太魯閣國家公園宣導服裝，並鼓勵業者製作統一制服，以維形象。

㊟天祥、大禹嶺商店：天祥地區屬於風景特定區，因此其管轄權歸花蓮縣政府所，目前尚未交付太魯閣國家公園管理處管理，因此太魯閣國家公園管理處，在天祥地區僅能針對周圍環境執行環境美化工作，而無法有效規範其建築物外觀及販賣內容、價格等。大禹嶺地區目前約有14家賣店，多數從事餐飲服務業，並兼售農產加工品，業者多為榮民原住民，當初係向林務局承租林地，並申請興建工寮使用，唯部份業者變更為商業登記或營業登記。大禹嶺因地質環境惡劣，有大範圍地滑之危險，太魯閣國家公園管理處計畫開發關原遊憩區，以更好的賣店、公廁、遊憩觀景平台、步道等公共服務設施逐步替代大禹嶺原有功能。（太魯閣國家公園觀光遊憩業務計畫彙編，1991）

2-3 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園攤販管理方式之比較

東北角風景區管理處為觀光局所屬管理單位中針對轄區範圍內之販售方式提供賣店設施，並研擬較具體之經營管理辦法者，其管理方式主要以契約方式來管理販售業者，本文將其契約之內容與墾丁國家公園及太魯閣國家公園之賣店契約作一比較如下：

表2.1 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園攤販管理方式之比較表

	內政部營建署墾丁國家公園管理處「社頂停車場店舖租賃契約書」	內政部營建署太魯閣國家公園布洛灣賣店委託經營合約書	東北角風景區管理處鼻頭港服務區賣店租賃契約書
租賃地點	社頂停車場	布洛灣	鼻頭港服務區
租金	每月新台幣壹仟元整	每月新台幣參萬元整	每月新台幣貳仟元整
租約期限	貳年	壹年，約定期滿，如乙方無違反合約規定情事，乙方有優先續約之權	壹年
設施物管理	承租店舖，應為販賣物品之用，非經甲方同意，不得變更使用。其營業上所需設備，在不妨害交通、觀瞻或損害固定建築及甲方權益之原則下，經取得甲方同意後，始得裝設其費用悉由乙方負擔，租賃期滿應即恢復原狀；未經許可者，視同違建處理 乙方對承租店舖及範圍內之構造物應妥為維護，如有毀損應予修復或照價賠償擅自增建者，通知拆除時，不予補償	甲方提供乙方使用之物品隨同合約另附清冊，點交乙方，乙方應負妥善維護之責，但不動產之維修甲方負責 甲方委託乙方經營項目之建物及設備，如不敷實際需要時，甲方應予增建擴充，比照前條規定，列冊點交乙方使用經營，惟租金之增加雙方另議	乙方不得擅自變更及擴大營業攤位各攤位現有設施（包括營業項目及價格標示牌、水電設施等）不得擅自任意更改增添，且應確實維護使用，發生故障時應由乙方負責修復

表2.1 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園攤販管理方式之比較表(續)

	內政部營建署墾丁國家公園管理處 「社頂停車場店舖租賃契約書」	內政部營建署太魯閣國家公園布洛灣賣店委託經營合約書	東北角風景區管理處鼻頭港服務區賣店租賃契約書
利潤訂定	凡包裝定量、定有品質標準之飲料、食品，其利潤成數不得超過五成	無	乙方販賣物品之項目、名稱及收費標準，應依甲方核定之項目及標準收費。營業項目之變更或調整收費應事先經甲方認可，甲方重作價目表標示牌，費用由申請人負擔
販售商品	乙方選擇甲方所訂之第 類生意，承租後不得販售其他類物品 乙方不得販賣或陳列依國家公園法規所禁止捕獵採取之動植物暨石筍、鍾乳石、古生物化石、貝殼砂、珊瑚礁石及其他岩石標本與其加工製品（不論產地）為保護環境清潔，乙方不得販售檳榔及甘蔗等有渣食物	簡速餐飲 展售店 歌舞表演	販賣之餐飲應符合衛生，以出售包裝之食物為主，出售未經包裝之食物，應以衛生（紙製）餐具盛裝，配合環保政策，並避免使用可能造成二次公害物品盛（包）裝 嚴禁乙方販售檳榔及三十公分以下之龍蝦

表2.1 東北角攤販管理方式與墾丁國家公園及太魯閣國家公園攤販管理方式之比較表(續)

	內政部營建署墾丁國家公園管理處 「社頂停車場店舖租賃契約書」	內政部營建署太魯閣國家公園布洛灣賣店委託經營合約書	東北角風景區管理處鼻頭港服務區賣店租賃契約書
環境管理	乙方應經常清掃店舖內外(店舖週圍二公尺以內)保持清潔。並不得違反台灣省消除髒亂方案及其他有關環境衛生法規 乙方不得超城鐵捲門擺設物品或任意於店舖外外面懸掛招牌。並應遵守台灣省零售市場管理規則,有關法令之規定及受甲方人員之監督	牌樓及沿途標誌由甲方規劃、設置及維修	攤位本身及附近環境之衛生與整潔,賣店內公共設施部分之清潔維護應由乙方排表輪流維護清理,本項排表應於簽約後由乙方於每月七日前造冊送甲方乙份以為督導之依據 乙方販賣之物品,應依規定擺放,不得任意佔用公共空間,破壞環境整潔
轉讓	申請使用舖位,以一戶一舖位為限,並應自行經營,私自轉讓者,應加收五十個月之租金,並撤銷其租約,受讓人(須年滿二十歲,但直系親屬間之讓渡不在此限),得申請使用該舖位(讓渡予承租人之直系親屬者免加數五十個月之租金)	乙方如發生下列各款情形之一時,應迅速通知甲方,否則致甲方遭受損害時,甲方得視為違約,有權終止合約,並視損害情形得向乙方要求賠償: 一、代表人變更時。 二、組織變更時。 三、資本結構發生重大時。 四、設籍地址變更時。	乙方應自行經營攤位,不得私自轉讓或轉租,私自轉讓或轉租者,撤銷其攤位權,一經證實即終止契約,除沒收保證金外,並處以同本契約保證金貳拾倍之罰鍰並撤銷優先承租權,承租人不得異議,並放棄先訴抗辯權
自治會或協會	乙方必須參加由甲方輔導成立之攤販自治會為會員,並選出代表隨時與甲方研商改善經營方式	花蓮縣山地社會福利協會,為共同提高山地福利,甲方同意布洛灣遊憩區餐飲設備及經營權委由乙方使用經營,乙方所得之盈餘,不得以任何名義分配予個人,除必要開支外,應全數用於山地福利事業,以為回饋地方	
公証	契約係經雙方同意成立屬實,並送請法院公證	無	無

三. 陽明山農產品與攤販銷售點現況調查與檢討

3-1 陽明山園內銷售之農產品基本資料簡介

(本節資料主要由北投農會所提供)

(一) 各銷售點農業生產情況簡介

1. 馬槽地區農業環境簡介

馬槽位於陽金公路、經後山往金山方向，與竹子湖、後山等地同為高冷蔬菜生產區，因地勢坡度自 20%至 30%，形成梯田景象，作物主要以高麗菜為主，作物種類單純，亦有海芋引進栽植及小部分的園藝作物。本地農戶遷至山下者日多，現馬槽地區約只有10幾戶農戶，但亦有已遷至山下，假日仍上來販售者。因農產品受季節性的因素，而有產期的問題，而攤販屬常年性，故有多數農產品為外地購來的其外來之農產品種類：天津白菜、山藥、蕃藷、玉米等。較具特色者為劍筍、桶柑以及高麗菜。

2. 竹子湖農業環境簡介

竹子湖位於北投區東北隅，過去隸屬湖山里，民國七十九年行政區域調整後劃歸湖山里，農業環境自成體系，面積約 100公頃，海拔高度約 650公尺，是台北地區主要的花卉與夏季高冷蔬菜產地。竹子湖三面環山，七星火山在東，小觀音火山在北，大屯火山在西，由這三座下的融融岩漿圍堵堰塞成為小盆地，集水成湖，湖水向下溢流，切割熔岩堤，形成陽明公園的陽明瀑布、大屯瀑布、湖水溢出後，湖底裸露成為山間小盆地。由於地勢高亢，氣候溫涼，比較接近日本的環境，在日據時代是改良引自日本的蓬萊米的原種田，是現在台灣各地栽植的蓬萊米稻種的發源地。竹子湖早期由於氣候冷涼，水稻只能單期作栽培，農業生產不易，收入有限，當地居民生活清苦，加上交通不便，與外界聯絡不易，生活方式是典型的「日出而作，日入而息」的傳統農村聚落與農業型態。民國五十六年左右，竹子湖邁

入夏季高冷地蔬菜專業栽培及花卉栽種，逐漸取代水稻栽培，時高麗菜栽培面積約20公頃，花卉僅有零星栽培約數公頃。

民國六十年至七十三年間，唐菖蒲成為竹子湖花卉大宗，栽培面積達78公頃，栽培農戶數達10餘戶，該段期間為唐菖蒲（俗稱福蘭或劍蘭）的栽培黃金時代，六十餘年時，杜鵑、松柏栽培面積也日漸增加，高冷地蔬菜栽培也達70公頃左右，海芋栽培面積則約45公頃左右，鬱金香民國七十四～七十五年間也自本地區開始試範推廣成功，而後在本省其他地區大量栽植。進入民國八十年，各高冷地蔬菜專業區的產量日益增加，加上經年連作，使高冷地蔬菜栽培收益不如往昔，農戶也因應花卉人口的增加，選擇轉作海芋、松柏等花卉、苗木栽培，海芋面積，栽培農戶增至10公頃，10餘戶栽培，並已取代杜鵑成為陽明山知名遠播的特產花卉，年產值已近二千萬元，近年並引進綠色、紅色、黃色等彩色品系並配合白色海芋的宣傳推廣，期以高貴花卉形象及多樣花色吸引並滿足消費者需求，對地區產業發展有明顯之成效。展望未來，伴隨服務業及休閒業的興起發展，竹子湖的觀光休閒花卉園圃將是另一可行的產銷發展趨勢。

此外，配合觀光蔬菜園、觀光花園的經營輔導，使鄉土農產品在產地直銷，而地方自行發展的「農家小吃」竹子湖炒青菜已成為大台北地區民眾的一個重要去處，若能結合地區農業經營，並改善其停車與環境問題，其經濟實惠且具鄉村特色的優點，當可成為都市農業的另一特色。

3. 龍鳳谷地區農業環境簡介

龍鳳谷地區屬北投區泉源里，泉源里生產陽明山特有之桶柑，在十八份一帶，亦有草莓園的經營，大多屬溫室栽培，泉源國小附近則有一安心蔬菜之生產專業區，種植有高麗菜、蕃茄、絲瓜、胡瓜等。龍鳳谷攤販因位於交通要道，除部分季節性的農產品之銷售外，許多販售的商品非為園內所生產之作物。

(二) 各項重要作物生產概況表：

在研究基地範圍內，主要的作物分為花卉、蔬菜以及柑桔三類，其基本生產數據如下：

表3.1 陽明山國家公園重要作物生產概況表

項目	農業面積(公頃)	產量(公斤／公頃)	產值(萬元／公頃)	總產值(萬元)
花卉	80		50~150	5,000
蔬菜	100	25,000	25	2,500
柑桔	90	7,500	30	2,000
合計	840			24,500

以下將各項作物栽培面積、詳細種類、農民組織情形、產量、收益、產值、單價、銷售方式以及農會對其之輔導情況列表如下：

1. 蔬菜（以高冷地甘藍菜為主要種類）

表3.2 農會對蔬菜（以高冷地甘藍菜為主要種類）之輔導情況表

面積：100公頃	分佈區域：湖山、泉源、大屯等里
種類	甘藍、蕃茄、胡瓜、甜椒、結球白菜、玉米、藤三七
組織	竹子湖3班，班員93人，湖山里1班49人，泉源里1班72人，計6班214人
產量	每公頃平均產量24,000公斤（甘藍菜）
收益	240,000元／公頃
產期	（5～8月為盛產期）全年
平均單價	10～12元／公斤（甘藍）
銷售方式	以共同運銷（夏季契作保價）為主，部份直銷超市，及開放觀光菜園供市民至產地採摘。
農會輔導情況	1.輔導農戶使用小包裝紙箱(20公斤)實施統一分級，統一計價共同運銷運送至台北市場，每年契作量200公噸，均達到耕作目標，由於品質優良，分級清楚，在市場拍賣價格均是最高價，對農戶收益提高成效良好。 2.有鑑於土壤劣化，酸化問題嚴重及農藥施用安全的重要性，農會全力推動自然農法，獎勵施用苦土石灰、有機肥以改良土壤，糖醋液以防治病蟲害，以提高產量及品質，並提供消費者，合乎衛生安全的健康蔬菜。

2. 果樹（桶柑為主，蓮霧、柚子、芭樂少量）

☉ 桶柑

表3.3 農會對果樹（桶柑為主，蓮霧、柚子、芭樂少量）之輔導情況表

面積	90公頃
分佈區域	中和、泉源、湖山等里
組織	中和里柑桔班2班，班員55人，泉源里1班，班員11人，計3班，66人
產量	每公頃平均產量7,200公斤
收益	288,000元／公頃
產期	2～4月
平均單價	40元／公斤
銷售方式	零批、零售
農會輔導情況	1.輔導開放觀光柑園經營，可減少採收入工成本，提高售價，並提供市民休閒踏青場所。 2.獎助蓄水桶，以解決缺水問題。 3.獎助施用有機肥，改良土壤及提高產品量與質。

3. 花卉（以海芋、杜鵑、松柏、繡球、櫻花為主）

表3.4 農會對花卉（以海芋、杜鵑、松柏、繡球、櫻花為主）之輔導情況表

面積	80公頃
分佈區域	湖山、泉源等里
種類	海芋、杜鵑、松柏、繡球、茶花、菊花、觀賞南瓜、鬱金香
組織	湖山4班，班員70人，泉源1班14人，永和1班20人，計6班104人
收益	60~150萬元／公頃，(依花卉經營種類、銷售方式而定)
銷售方式	1.售予花(販)商；2.開放觀光花園經營；3.假日花市售價；4.濱江花市售賣農會輔導情況 1.強化產銷班組織功能，辦理組訓及研習觀摩活動，提高專業知識及經營能力，以及促使班員更加團結合作，以降低成本，提高量與質，增強競爭力。 2.輔導開放觀光花園經營及於假日花市售賣、濱江花市零(批)售以直銷方式增加收入。 3.推動建立地區農業特色，因應環境變遷，調整經營方式、產業結構、由杜鵑、茶花「粗放栽培」→設施、精緻、自動、省工方式量產、質佳的「效率管理」，由海芋、繡球的產銷失衡、分級不清、包裝不美觀、銷售管道不順暢、花色單一的消極作法→主動出擊，加強宣傳促銷，建立高級品牌特色「陽明山竹子湖海芋」、加強實施分級與包裝，並以計畫產銷，開發新興市場（中、南部、國外市場、年輕消費人口、各節慶活動的使用如白色望情日—東方情人節）、開發新品種與花色(滿足消費者各樣需求)，成功的使本區特產花卉更加活絡，更易為市場接受、喜愛。

另將各類花卉產銷概況列表如下：

表3.5 各類花卉產銷概況表

花卉種類	面積(公頃)	產量(／公頃)	單價(元)	產值(元／公頃)	產期(月)
海芋	10	40萬支	3~10/支	200萬	全年(2~4月盛產)
杜鵑	20	3.6萬株	13元/株(粗種)	45萬	全年
繡球	1.5	1.5萬支	10/支	150萬	4~6月
松柏	10	2萬株	30元/株	60萬	全年
茶花	5	2萬株	50元/株	100萬	10~1月
櫻、杏桃花	10	1000株(論株賣)	2500~7500/株(5~10年生)	250萬	全年
櫻、杏桃花	10	50000株(切花)	10元/支	50萬	1~3月
菊花	2	10萬支(切花)	6元/支	60萬	10~3月
觀賞南瓜	1.5	1.6萬粒	25元/粒	40萬	7~8月

3-2 問卷規劃

針對日後陽管處擬定經營管理計畫的需求，擬以問卷及訪談等方式得到第一手的資料，做為重要之參考方向。而與園內農產品銷售密切相關者，除遊客及正從事販售行為之本人外，園內其他農民可能是供應原料者，可能是未來從事販售者，亦可能是受干擾者，故均列入問卷受訪之對象，另輔導單位—農會以及管理單位—陽明山國家公園管理處，則擬以訪談的方式進行，以求取多方面的經驗建議與可能性的作法。以下則針對遊客、銷售者、一般農民的問卷規劃作一說明，詳細問卷則請見附錄。

3-2-1 遊客認知之問卷規劃

本研究主要進行調查了解之對象包括了遊客，販售業者及當地農民其中遊客對區內農產品之販售及外來販售行為之認知為研擬經營管理辦法之重要參者依據，其中遊客認為園區內農產品販售之優點，遊客認為園區內農產品販售之缺點，農產品販售對遊客的重要性，遊

客期望的農產品販售方式，遊客可接受的管理方式，遊客對遊客中心經營管理方式之滿意度，遊客對遊客服務站販售部經營管理方式之滿意度等為主要之討論項目。

而欲更深入了解各個因素之強弱程度，加以分析則必需再針對遊客之認知，作深入之問卷調查，本研究將於園區內之各販售地點，針對遊客進行問卷調查以獲得分析，遊客認知所需之資料問卷之內容詳如附錄。

本問卷的主要目的在於：

□遊客認為園區內農產品販售之優點

販售行為之形成，主要乃因購買之需求而形成，如遊客是否覺得可提供其簡便的飲食需求？或可提供其熱鬧、生動、且具鄉土氣息"趕集式"的遊憩體驗？亦或可提供當地特產的展示機會等？

☉主題：瞭解遊客認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處

☉細項：方便飲食，好吃，有熱鬧氣氛，有地方特色，其它

☉目的：提供管理單位遊客對販售行為之需求項目，據以研擬販售行為之管理方式

□遊客認為園區內農產品販售之缺點

而販售行為無強力之管理下極易造成許多問題而這些問題而這些問題又將影響遊客對整體遊憩品質之認知如遊客是否會認為農產品販售會產生大量垃圾、廢水、廢油污染自然環境？又若其沿道路任意擺設，是否會影響其交通安全？又是否會因商品品質、衛生無保障，而易引起糾紛事端？又是否會因設施多屬臨時性，因簡就陋，破舊污損，有礙觀瞻？

☉主題：瞭解遊客認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點

☉細項：造成環境污染，與國家公園之意義不符合破壞形象，造成不良景觀，造成交通問題，其它

☉目的：提供管理單位遊客認為販售行為所帶來之不良後果，據以研擬販售行為之管理方式

□農產品販售對遊客的重要性

有關國家公園內農產品販售對遊客之重要性，本研究將由針對遊客之問卷調查中了解購買農產品或是否為遊客上山從事遊憩行為之主要期望？其重要性如何？

☉主題：瞭解遊客至陽明山國家公園遊玩，較重要的活動為何，消費農產品之重要性如何？

☉細項：爬山健行，買陽明山山上的農產品，開車兜風，洗溫泉，野餐（自備飲食），泡茶，吃炒青菜，攝影，吃山產，自然探勝，吃路邊攤販，其它

☉目的：提供管理單位遊客對販售行為之需求程度是否為其遊憩之重點，據以研擬目前販售行為之處理方案

□遊客期望的農產品販售方式

遊客期望之農產品販售方式因人而異，本研究擬由問卷中了解遊客對國家公園內販售方式之認知程度及期望如遊客所期望之消費方式為現地品嚐亦或購回？所期望之消費對象為當地農民亦或流動攤販？

☉主題：瞭解遊客認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售，以何種銷售方式較佳？

☉細項：直接在農地上銷售，煮熟後現吃較好，在特定地區檢驗合格後再賣，其它

☉目的：提供管理單位明白遊客所認為較適合之販售方式為何，據以研擬較符合遊客需求之販售方式

□遊客可接受的管理方式

國家公園之目標意義及其經營管理方式與一般之風景遊樂區不同而，遊客之認知是否亦能了解國家公園之不同而所能接受之經營管理方式之程度及方法為何？

如停車地點、停留時間之限制可否接受？如特定的販售時間、地點可否接受？

① ☉主題：瞭解遊客認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作為何？

⊕細項：取締；因不符合國家公園經營目標，不應干預維持現狀，鼓勵推廣目前之方式，其它

⊕目的：提供管理單位遊客所知覺迫切需求之管理方式

② ⊕主題：瞭解為了維持國家公園之品質，遊客認為那些管理方式是較可接受的

⊕細項：限制銷售地點之停車時間，限制銷售地點之停車地方，限制銷售地點之停車位數，限制農產品銷售之項目，限制農產品銷售之時間，限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西，其它

⊕目的：提供管理單位以瞭解遊客所能接受之管理方式，據以研擬管理方案

】遊客對遊客中心經營管理方式之滿意度

國家公園中之遊客中心提供了遊客簡單之餐飲，然是否能滿足遊客之需求？遊客對國家公園提供餐飲之地點認知程度如何？本研究將經問卷中進行調查。

⊕主題：瞭解遊客是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲

⊕細項：知道，不知道，如遊客還知道，其認為該餐飲服務之品質如何？工作人員服務品質，環境設施品質，銷售項目種類，其它

⊕目的：提供管理單位瞭解對目前遊客中心餐飲服務之滿意程度

□遊客對遊客服務站販售部經營管理方式之滿意度

各國家公園之管理服務站是否應提供遊客之餐飲，及遊客對各管理服務站所提供之服務內容是否滿意等，將俟問卷回收後進行分析討論。

⊕主題：瞭解遊客是否知道除了國家公園的遊客中心外，其它的那些地方有販賣餐飲

⊕細項：小油坑遊憩區，冷水坑遊憩區，知不知道，該餐飲服務之品質如何？工作人員服務品質，環境設施品質，銷售項目種類，其它

☞目的：提供管理單位以明瞭遊客對目前各管理服務站餐飲服務之滿意程度如何據以研擬是否由管服站提供餐飲之依據

3-2-2 現正銷售者之問卷規劃

本問卷的主要目的在於如何：

□對銷售場地之現況意見與期待

☞主題：瞭解銷售者對銷售現況之看法

☞細項：所在位置、腹地大小、交通情形、停車問題、其他

☞目的：瞭解各項問題的嚴重性與銷售者對其之關切程度

☞主題：瞭解銷售者心目中的理想銷售地點

☞細項：馬槽後山、竹仔湖第一包裝場、龍鳳谷、第一公墓出口處、其他

☞目的：做為陽管處若欲設立市集之地點參考

☞主題：瞭解銷售者改善的意願與方式

☞細項：由陽管處统筹安排地點，成為一個市集

，農民遵守規定維持現有狀況，但接受陽管處的輔導成立自治會，自行管理經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導

☞目的：做為陽管處輔導的方式參考

□農產品來源

☞主題：瞭解農民銷售之農產品來源

☞細項：

☞土雞類：由外地採購直接銷售、由外地採購經放養再銷售、或是自行飼養

☞果蔬部分：向其他農民採購、至市場採購、自行生產或其他

☞目的：做為銷售結構的一個基礎瞭解

☞主題：瞭解園內販售之作物生產期間與銷售期間

☞細項：柑橘、草莓、高麗菜、蕃茄、其他等生產季節與銷售

季節

☉目的：瞭解販售園內產品之時間表，以做為設立市集或輔導時之參考

□各種銷售方式之管道

☉主題：瞭解農民除了自行銷售或消耗的部分外，如何處理其產品

☉細項：沒有剩餘、售予販運商、直銷至超市、其他

☉目的：瞭解園內農產品的其他銷售方式，以做為銷售結構的一個基礎瞭解

□販售利潤之比較

☉主題：瞭解銷售者開始從事直接販售之時機與之前的職業。

☉細項：純農業生產、以農業為主，並從事其他副業、以其他職業為主，以農業為輔不從事農業生產等

☉目的：瞭解其從事銷售前的背景，以做為現況比較之參考。

☉主題：瞭解銷售者對其目前收入之滿意度？

☉細項：較之以前並無增加、略有增加、增加量令人滿意、增加量令人非常滿意

☉目的：與其繼續從事意願高低之原因作比較

☉主題：瞭解銷售者是否會繼續經營下去的理由

☉細項：開放式

☉目的：瞭解目前狀況之優劣點，以做為經營管理方式之探討

□廢棄物之處理方式

☉主題：瞭解銷售者銷售的過程中所製造垃圾之處理方式

☉細項：打包至垃圾集中處、丟棄至附近較隱蔽的、山凹或樹叢中等、自行掩埋或燒掉、其他

☉目的：提供陽管處做為管理之參考

☉主題：瞭解銷售者對遊客因採購行為所製造垃圾之處理方式

☉細項：不管，由陽管處的人來處理、提供大垃圾桶，並隨時加以清理遊客離開後，最後再總整理、其他

☉目的：提供陽管處做為管理之參考

□對遊客的看法與期待的一種互動方式

☉主題：瞭解銷售者對遊客的期待

☉細項：不要亂停車、停留時間不要過長、不要亂丟垃圾、其他

☉目的：做為陽管處遊客管理的一個參考

□對陽管處的看法與期待的相處之道

☉主題：瞭解銷售者所期望陽明山國家公園管理處的管理方式

☉細項：完全不准在園內銷售農產品、對違法的銷售行為嚴加取締、輔導農產品之園內銷售、完全不管、其他

☉目的：做為陽管處訂定管理政策上的一個參考

□自我的期待

☉主題：瞭解銷售者覺得目前最需要改善的事情

☉細項：集中銷售場地之提供、環境整潔之維持、陽明山地區農產品特色之建立、停車問題的改善、銷售地點之外觀、宣傳及包裝等、其他

☉目的：做為陽管處訂定改善輔導時一個優先順序的參考

☉主題：瞭解銷售者所願意配合的各種改善措施

之意願

☉細項：銷售地點之遷移、清潔維持費用之分擔、接受農產品改善輔導佈置、其他

☉目的：做為陽管處輔導改善時的一個參考

□對外來攤販的看法

☉主題：瞭解園內銷售者對外來的攤販的看法

☉細項：由陽管處嚴加取締，不准進入、由園區內之攤販或陽管處與其協調共同納入所協定之管理辦法中、不需任何管制、其他

☉目的：做為陽管處理外來攤販時之參考

3-2-3 當地農戶之問卷規劃

□對銷售農戶之看法

☉主題：瞭解當地農戶對園內銷售農產品的看法

☉細項：農產品銷售一個好出路、值得進一步發展、造成嚴重塞車問題、製造環境髒亂、其他

☉目的：瞭解一般農戶對銷售行為之價值觀

□對陽管處的看法與期待的相處之道

☉主題：瞭解一般農民希望陽明山國家公園管理處之管理方式

☉項目：完全不准在園內銷售農產品、對違法的銷售行為嚴加取締、輔導農產品之園內銷售、完全不管、其他

☉目的：與銷售戶之意見比較，以作為陽管處決定管理方式之參考

☉主題：瞭解一般農民認為目前最需要改善的事情

☉項目：集中銷售場地之提供、環境整潔之維持、陽明山地區農產品特色之建立、停車問題的改善、銷售地點之外觀、宣傳及包裝、遊客量的控制、其他

☉目的：瞭解一般農民對銷售行為的看法與建議，以利改善之參考

☉主題：瞭解一般農民對外來的攤販的看法

☉細項：由陽管處嚴加取締，不准進入、由園區內之攤販或陽管處與其協調共同納入所協定之管理辦法中、不需任何管制、其他

☉目的：與銷售戶之意見比較，做為陽管處理外來攤販時之參考

□本身之發展方向

☉主題：瞭解一般農戶以後從事園內銷售的正面意願

☉細項：利潤較佳、有剩餘人力、所在地點適合、想嘗試看看、其他

☉目的：瞭解以後銷售戶增加之潛力

☉主題：瞭解一般農戶以後從事園內銷售的反面意願

☉細項：人力不足、工作太辛苦、利潤無法預期、交通不便、沒有腹地想從事觀光果園類、想從事市民農園類

☉目的：瞭解銷售戶經營之困難所在與期望

☉主題：若陽管處設立了一個市集，您會不會想要去參加呢？

想；不想

☉細項：開放式，原因？

☐對遊客的看法

☉主題：瞭解一般農民對銷售者處理遊客垃圾的看法

☉細項：不管，由陽管處的人來處理、提供大垃圾桶，並隨時加以清理遊客離開後，最後再總整理、其他

☉目的：與銷售戶意見做比較，提供陽管處做為管理之參考

☉主題：瞭解農民是否受到遊客之影響

☉細項：造成交通不便、造成環境髒亂、侵入私人用地，破壞環境、偷取農產品、其他

☉目的：做為陽管處製定管理辦法或管制遊客行為時之參考

☐希望現況改進之方向

☉主題：瞭解一般農戶對陽管處管理銷售戶的看法

☉細項：由陽管處統籌安排地點，成為一個市集、維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導、販售者成立自治會，自行管理、經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進，其他

☉目的：與銷售戶意見做比較，提供陽管處做為管理之參考

3-3 竹子湖地區調查與檢討

竹子湖地區之農產品販售行為主要為餐廳式之經營方式，其販賣之內容包括各式青菜、土雞、飯、麵等各類食品及泡茶活動，且於室內室外均有販售活動產，形成交通擁塞及隨意停車之問題嚴重。

本文將竹子湖地區現有之販售點各別就其所有人、販售地點、販售項目，地籍號碼、管制區分、設施物種類及現在之環境狀況作一系統之分類及調查，以了解販售行為對土地使用方式之影響，及其所造成之交通、環境等問題，是否利用簡易寮舍作為販售使用等狀況，另外販售地點地籍資料之確認可藉以監測是否該販售地點是否有轉移現象及其土地權屬問題作一較深入之了解如後附表。

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表

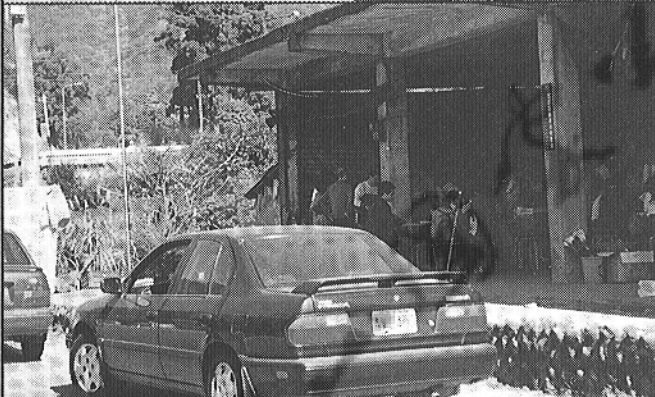
編號:竹一	名稱:無	
	所有人:	楊銘演 高銘秋 高銘植之妻 高銘杰之妻
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、高麗菜、芋頭、蔥、雞類等。
	地籍號碼:	湖田段二小段建67(湖田國小)
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	水泥溝造之農作物包裝場(北投區農產品包裝場1)
		環境狀況: 有停車擁塞狀況

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

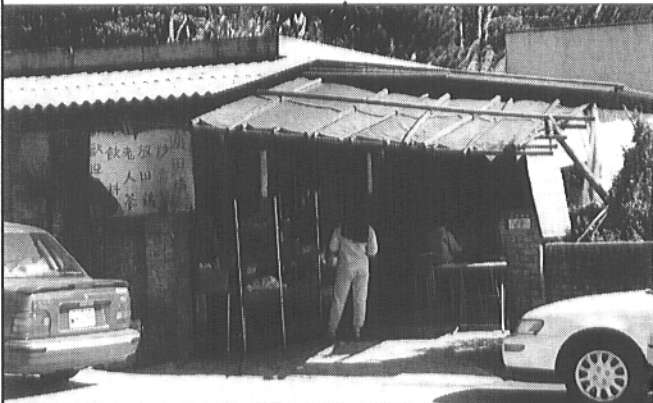
編號:竹二		名稱:湖田橋	
		所有人:	高銘樞
		地點:	竹子湖路29之1號(如圖示)
		販售項目:	炒青菜、雞類、泡茶、飲料等
		地籍號碼:	湖田段二小段111
		管制區分:	一般管制區(三)
		設施物種類:	帆布、浪板、棚架及部分磚造
		環境狀況:	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

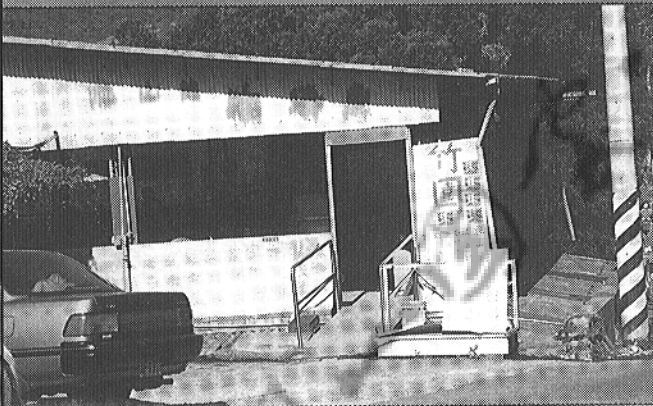
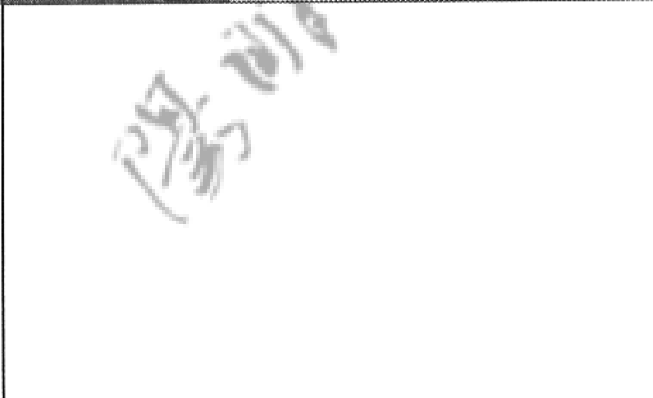
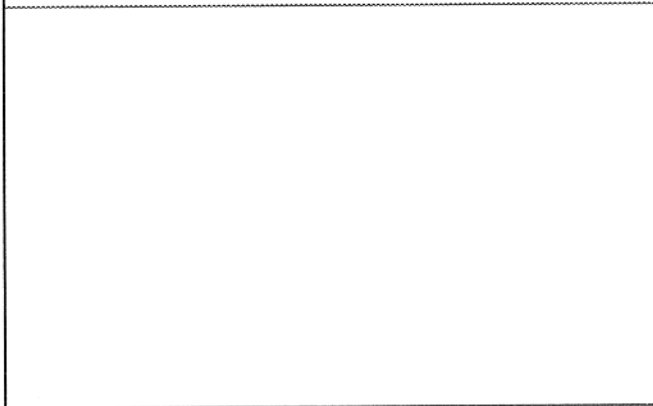
編號:竹三	名稱:竹園	
	所有人:	曹昭典
	地點:	竹子湖路33號(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、雞類、魚類、飲料、麵、飯、竹筍湯等
	地籍號碼:	湖田段二小段林525
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	浪板、鐵架屋
	環境狀況:	
	附近有竹林 稍微髒亂	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹四	名稱:3 號場	
	所有人:	曹坤
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜等
	地籍號碼:	湖田段二小段田488
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	浪板、水泥架構
		環境狀況: 車輛擁塞 招牌任意放置

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

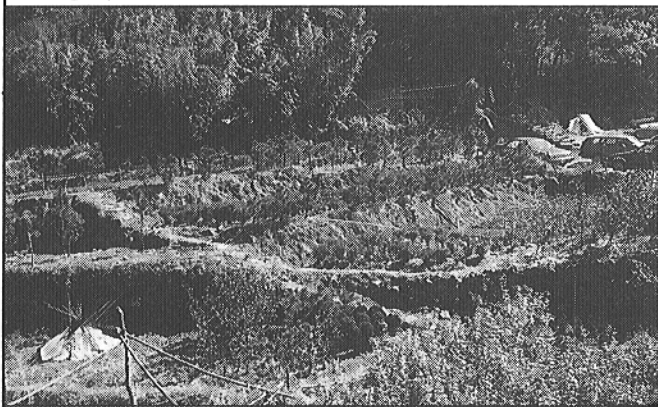
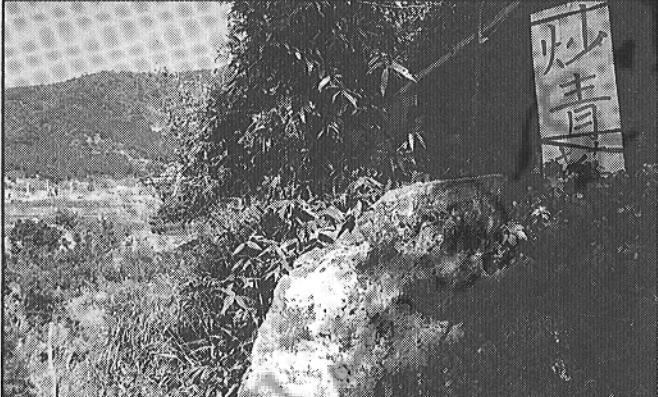
編號:竹五	名稱:蟬鄉園	
	所有人:	曹永期
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜等
	地籍號碼:	湖田段二小 段田275
	管制區分:	一般管制區 (三)
	設施物種類:	簡易竹木棚 架
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹六 	名稱:3 號場	
	所有人:	曹永期
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	蔬菜、花卉、鹽露豆花
	地籍號碼:	湖田段二小段田275
陽明山國家公園	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	簡易竹木棚架
	環境狀況:	車輛擁塞 招牌任意放置

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

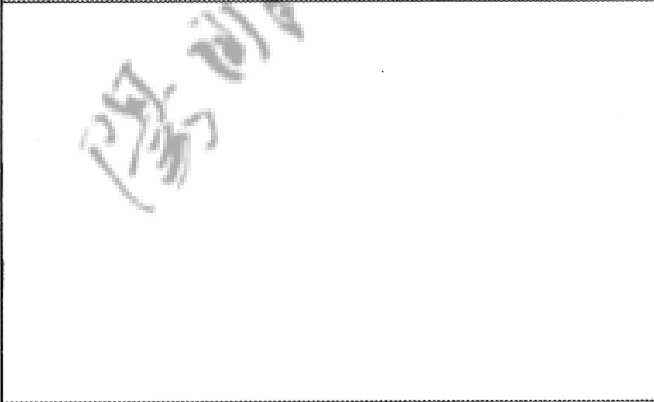
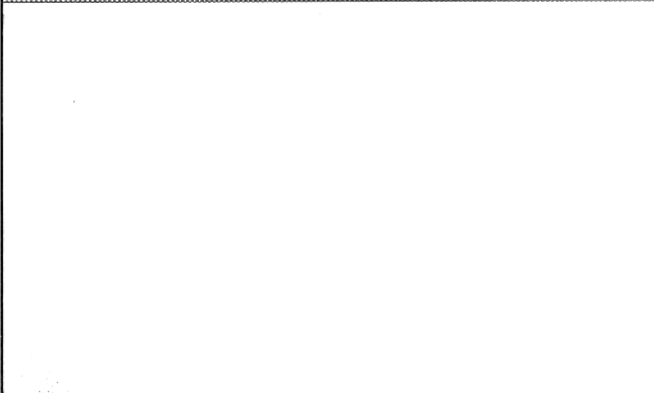
編號:竹七	名稱: 3 號場	
	所有人:	高鐘記(祭祀公會)
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	花卉
	地籍號碼:	湖田段二小段田279
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	簡易竹木棚架
	環境狀況:	車輛擁塞 招牌任意放置

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

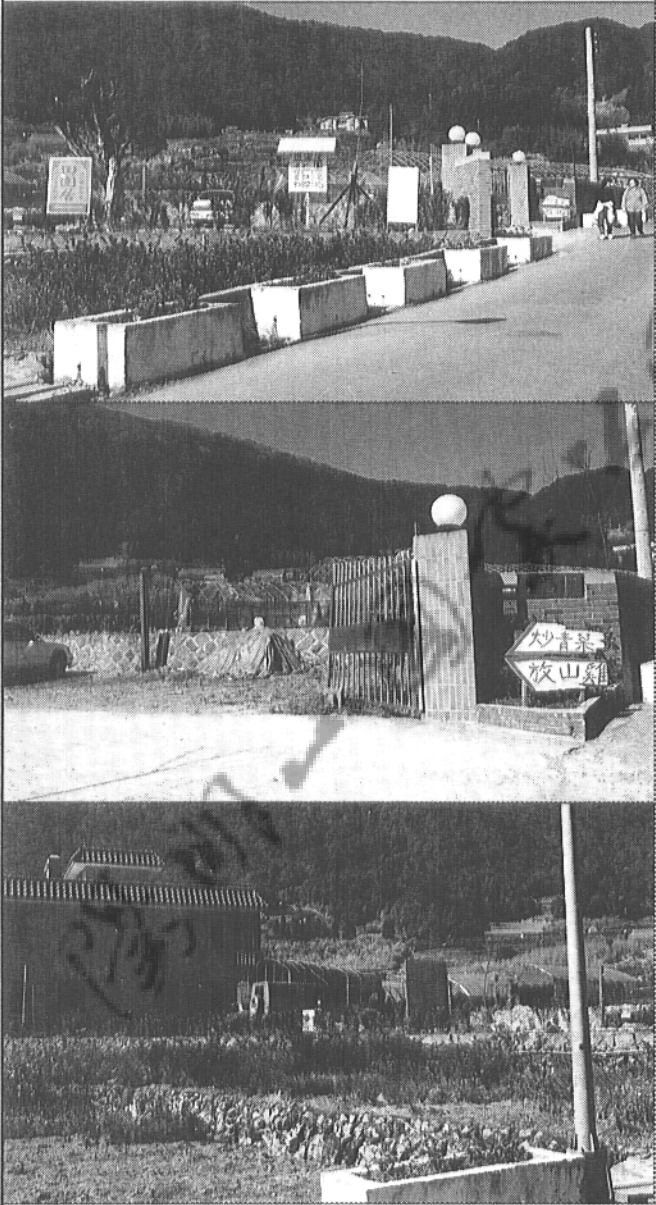
編號:竹八		名稱:田園居	
		所有人:	曹永達
		地點:	(如圖示)
		販售項目:	炒青菜、雞類、泡茶等
		地籍號碼:	湖田段二小段田424
		管制區分:	一般管制區(三)
		設施物種類:	磚造房舍
		環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

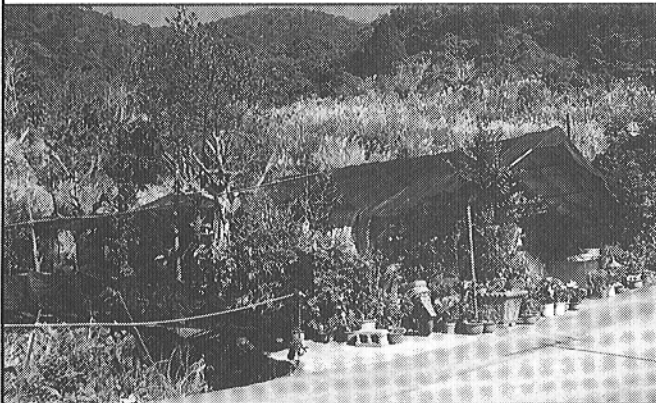
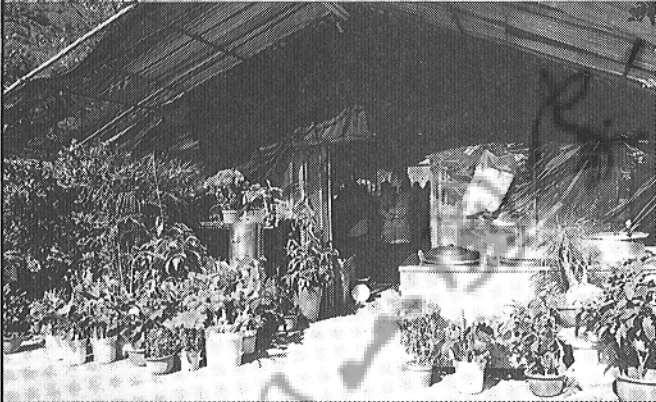
編號:竹九	名稱:鄉村居	
	所有人:	白朝卿
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、雞類、花卉等
	地籍號碼:	湖田段二小段田383
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	簡易竹木鐵架
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹十	名稱:杉木林	
	所有人:	曹永賢
	地點:	(如圖示)曹永賢之81陽建字0012號旁(左側)
	販售項目:	炒青菜、雞類等
	地籍號碼:	湖田段二小段田397
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	棚架
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

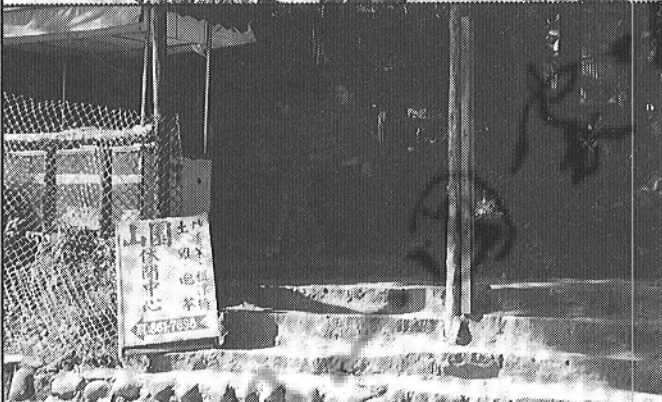
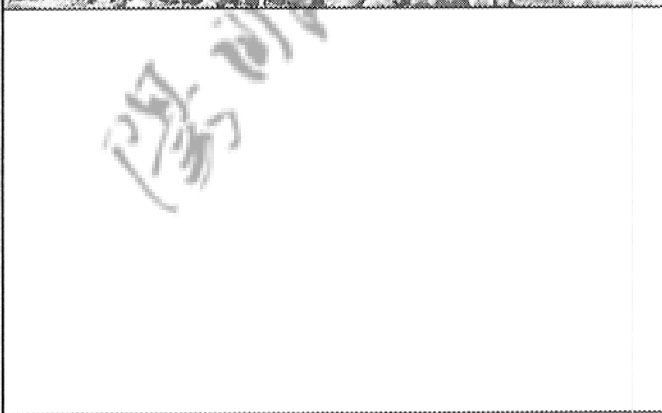
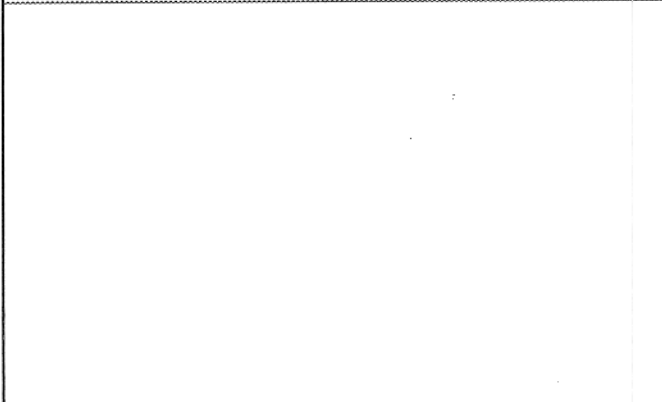
編號:竹十一	名稱:山園休閒中心	
	所有人:	曹永賢妹婿 (土地所有人高明善)
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、雞類、泡茶、出租涼椅等
	地籍號碼:	湖田段二小段田398
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	棚架、鐵絲網
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

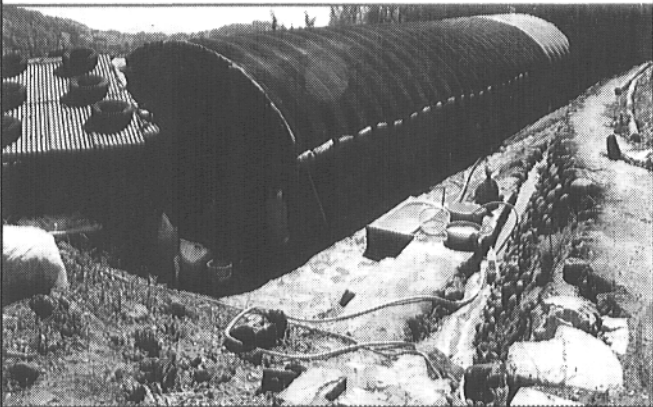
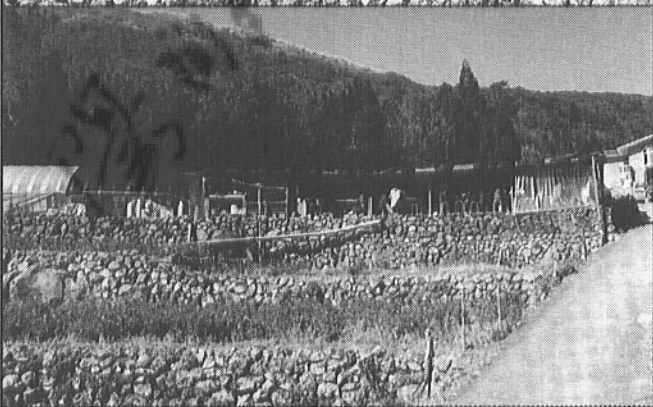
編號:竹十二	名稱:水尾	
	所有人:	曹水樹
	地點:	(如圖示)竹子湖路55之11號
	販售項目:	炒青菜、雞類、地瓜湯等
	地籍號碼:	湖田段二小段401, 399, 398
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	簡易浪板、棚架
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

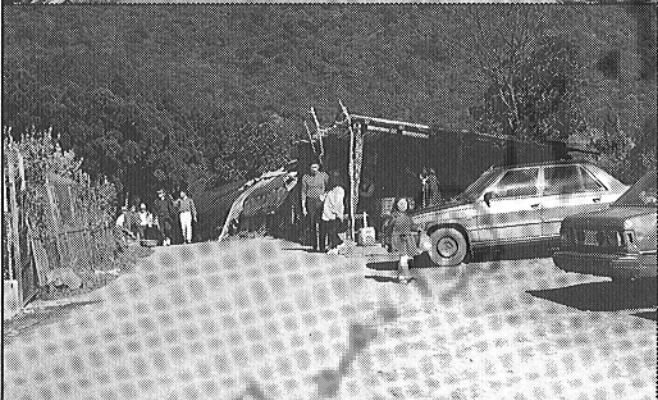
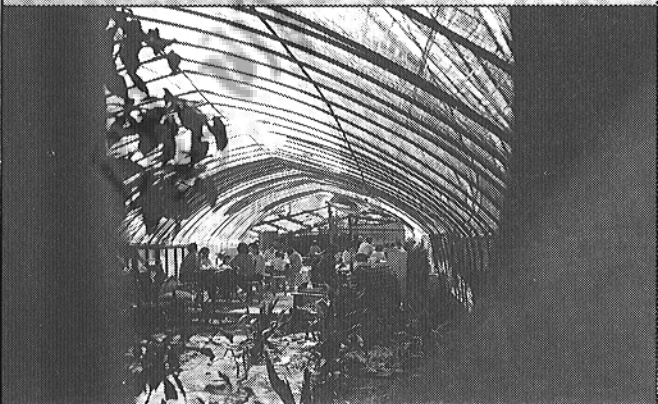
編號:竹十三	名稱:中途站	
	所有人:	曹賜村
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、雞類
	地籍號碼:	湖田段二小段林469
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	簡易寮舍
	環境狀況:	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

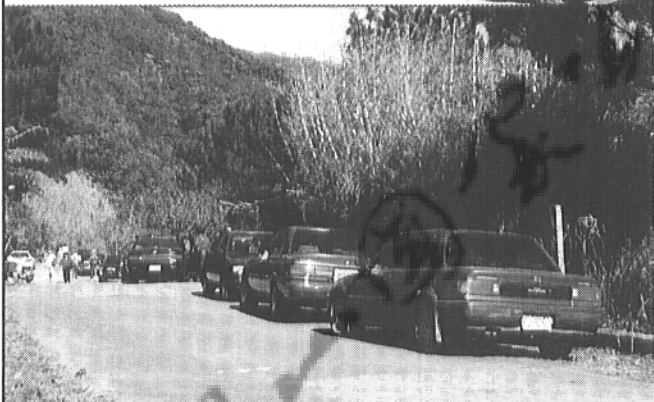
編號:竹十四		名稱:無	
	所有人:	吳賢德	
	地點:	中正山第一登山口對面，登山路147號(如圖示)	
	販售項目:	炒青菜、地瓜湯、飲料、芋頭糕、蜂蜜等	
	地籍號碼:	泉源段三小段1號	
	管制區分:	特別景觀區	
	設施物種類:	簡易寮舍	
		環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

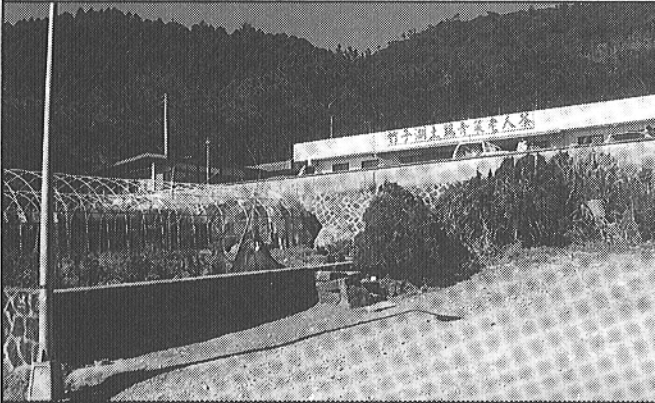
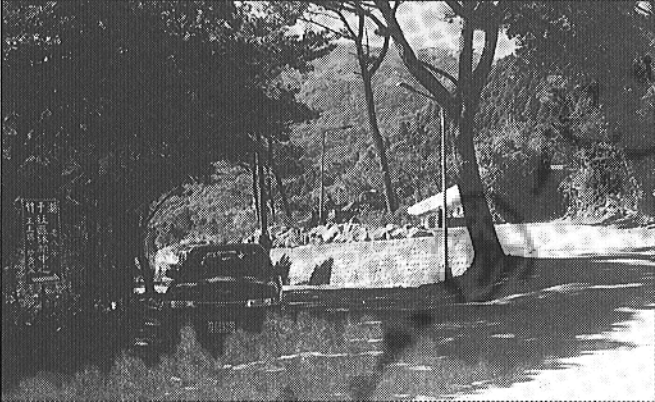
編號:竹十五	名稱:竹子湖社區休閒中*	
	所有人:	陳欖溪 (55之2) 陳安定 (55之3)
	地點:	(如圖示)竹 子湖路55之 2號, 55之3 號
	販售項目:	炒青菜、雞 類、湯類等
	地籍號碼:	湖田段二小 段350, 351, 352
	管制區分:	一般管制區 (三)
	設施物種類:	磚造加玻璃 房舍
	環境狀況:	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹十六		名稱:常青蘆	
	所有人:	陳潔慶	
	地點:	(如圖示)竹子湖路 6 3 號對面	
	販售項目:	炒青菜、雞類、泡茶等	
	地籍號碼:	湖田段二小段旱214	
	管制區分:	一般管制區(三)	
	設施物種類:	磚木造	
	環境狀況:	附近髒亂車輛擁塞	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

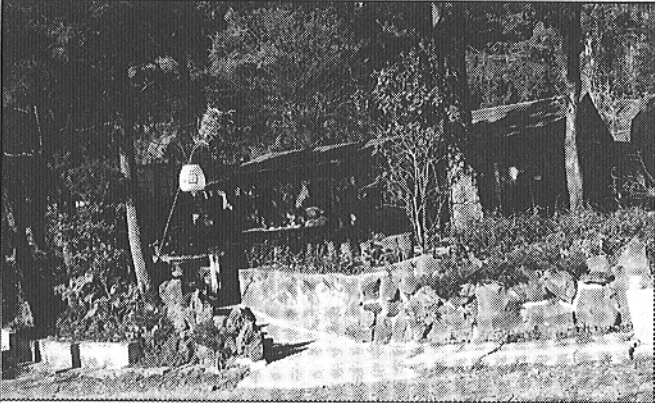
編號:竹十七	名稱:常青農場	
	所有人:	陳潔慶
	地點:	(如圖示)竹子湖路63號
	販售項目:	炒青菜、雞類等
	地籍號碼:	湖田段二小段185
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	磚造及棚架
	環境狀況:	車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

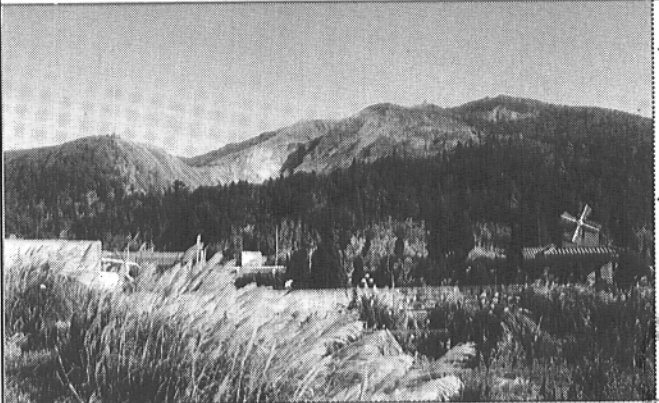
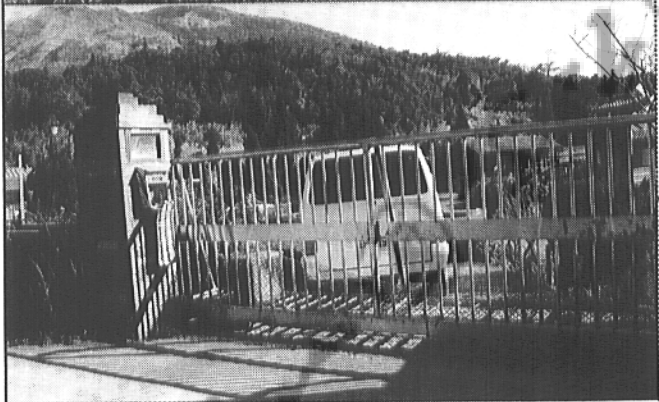
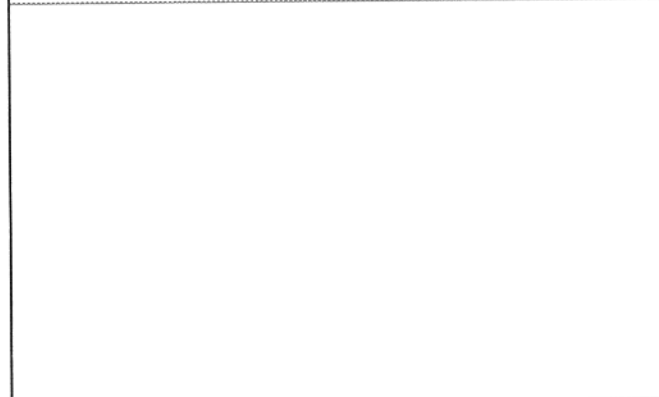
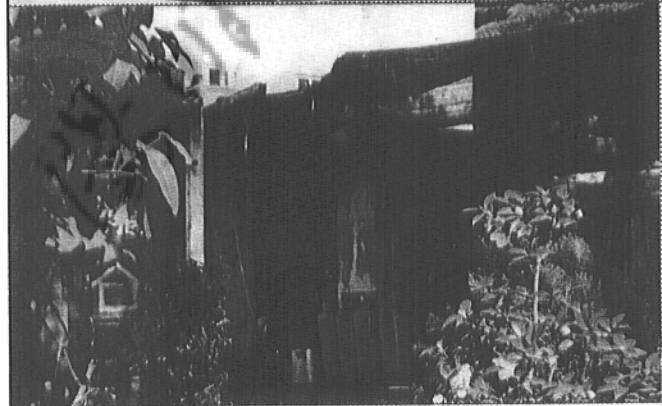
編號:竹十八	名稱:風車亭	
	所有人:	何方雄
	地點:	(如圖示)竹子湖路67號
	販售項目:	暫停營業
	地籍號碼:	湖田段二小段田141
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	磚造及庭園
	環境狀況:	

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹十九	名稱:湖田社區休閒中心	
	所有人:	高泉泰
	地點:	(如圖示)
	販售項目:	炒青菜、雞類、泡茶
	地籍號碼:	湖田段二小段林124，早116，田117
	管制區分:	一般管制區(三)
	設施物種類:	浪板及木架構
	環境狀況:	環境雜亂 車輛擁塞

表3.6 竹子湖地區現有之販售點之資料表(續)

編號:竹二十		名稱:玉瀧谷	
		所有人:	曹永義
		地點:	竹子湖路8之16號(如圖示)
		販售項目:	炒青菜、雞類
		地籍號碼:	湖田段二小段626
		管制區分:	一般管制區(三)
		設施物種類:	磚造結構物
		環境狀況:	

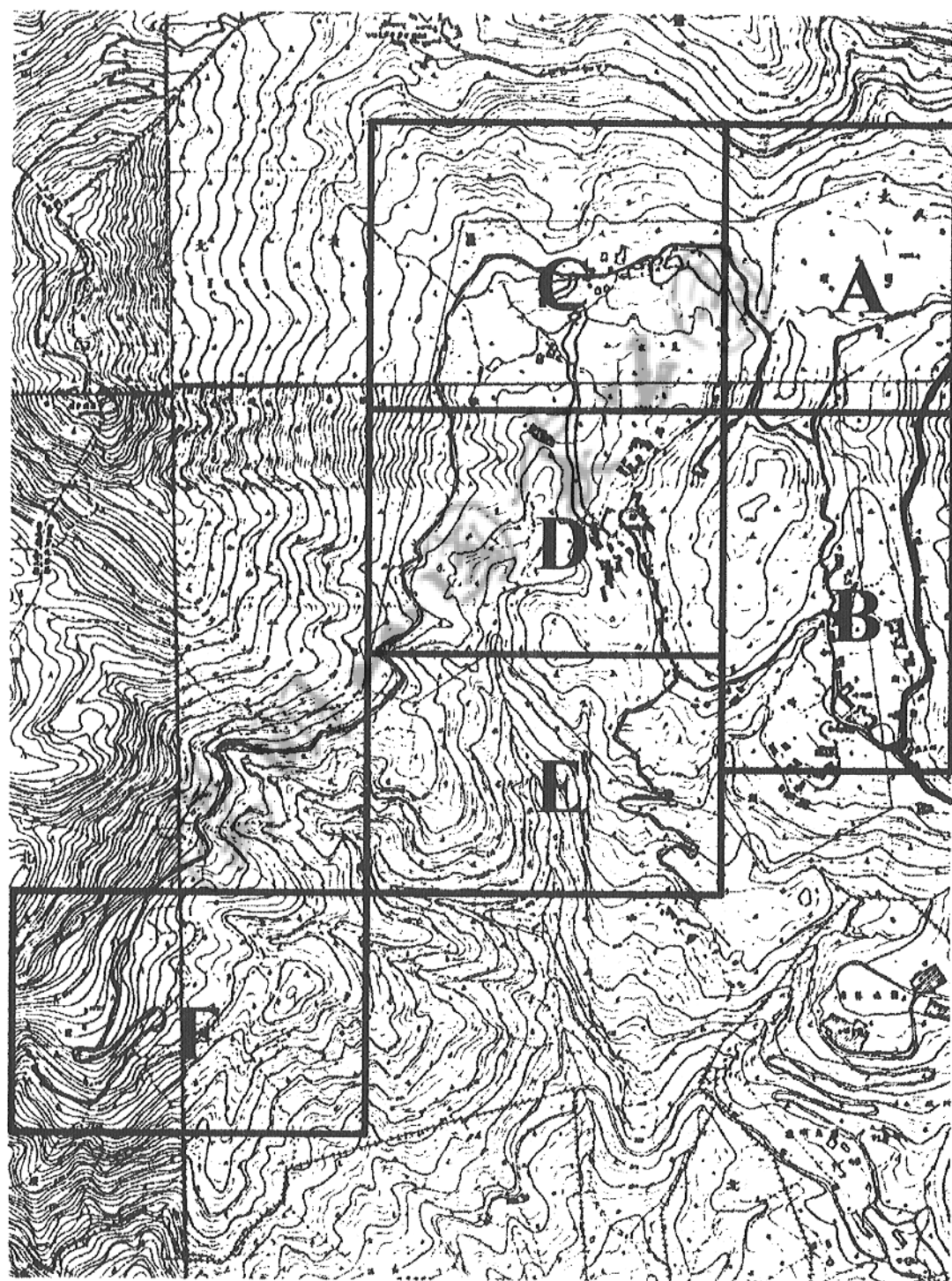


圖3.1 竹子湖地區販售地點分佈圖圖引

A

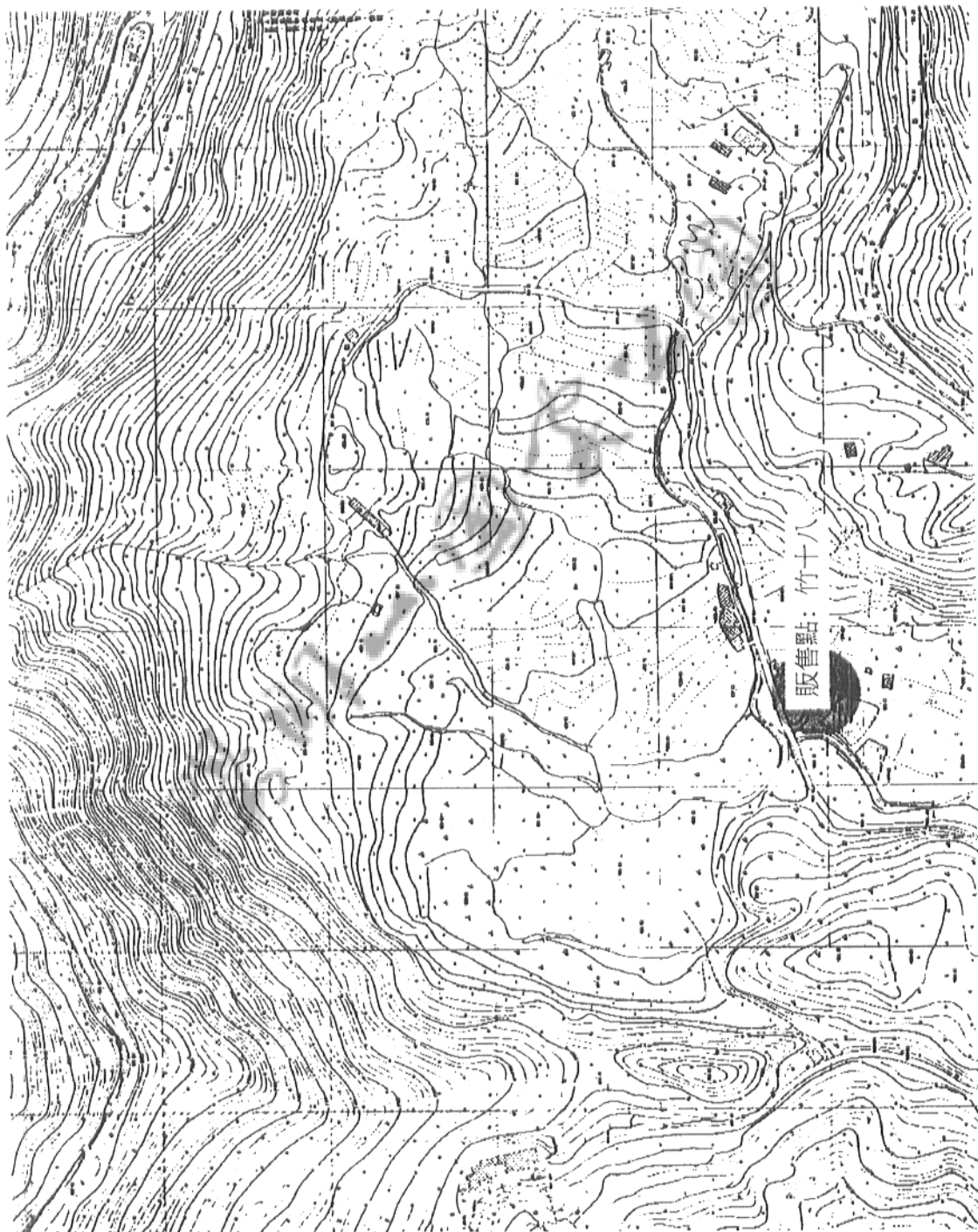


圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖

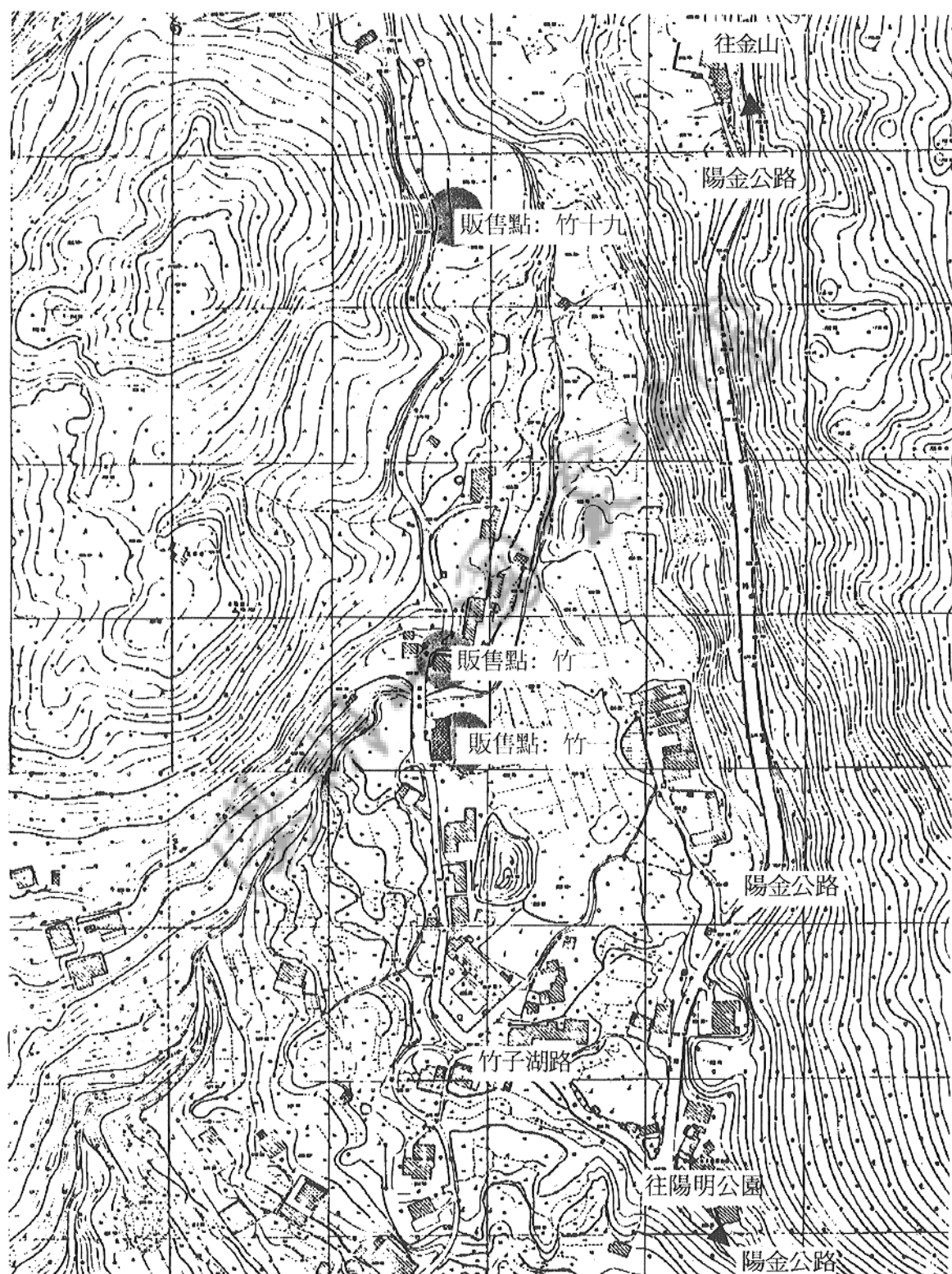
B

圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖(續)

C

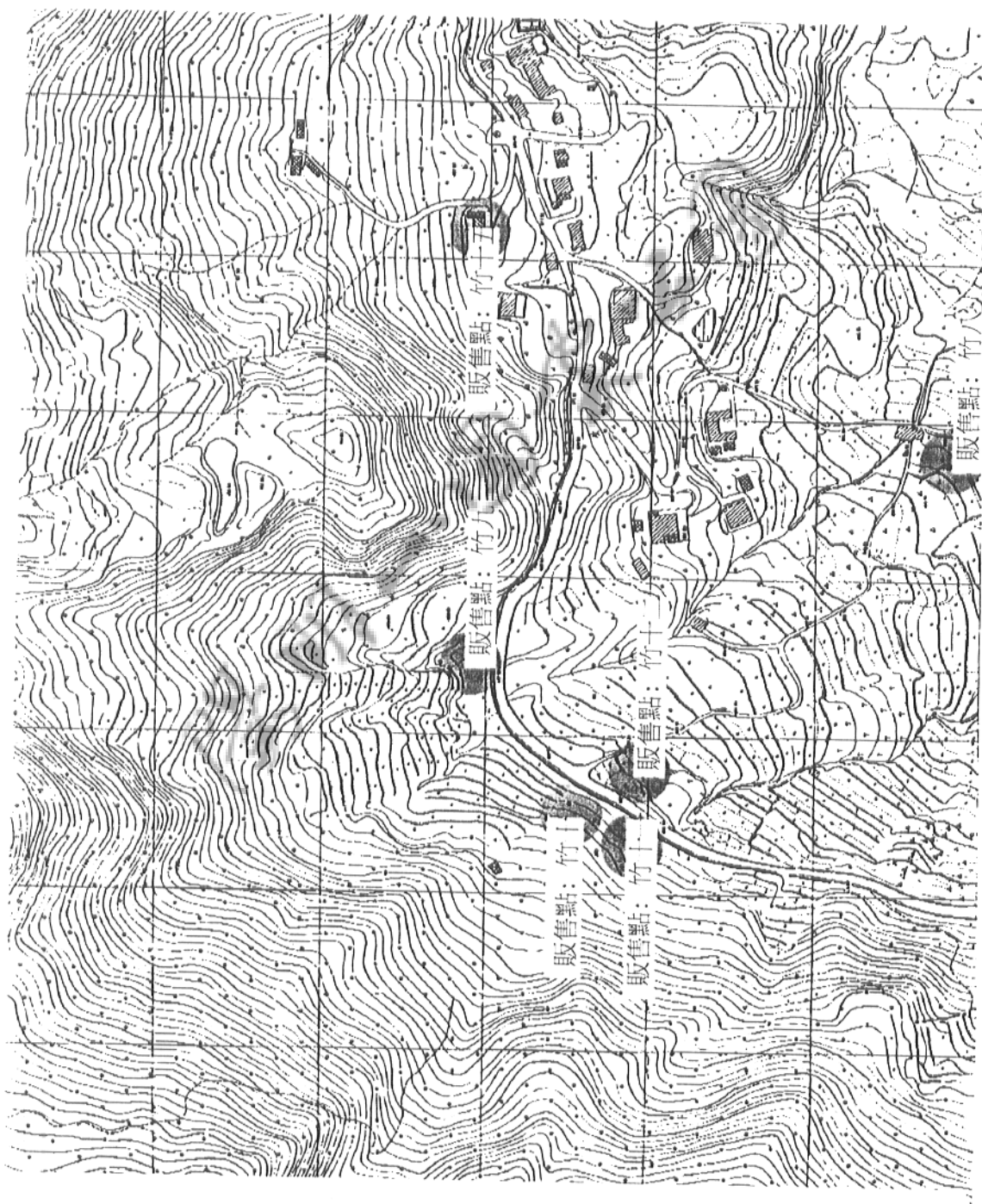


圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖(續)

D

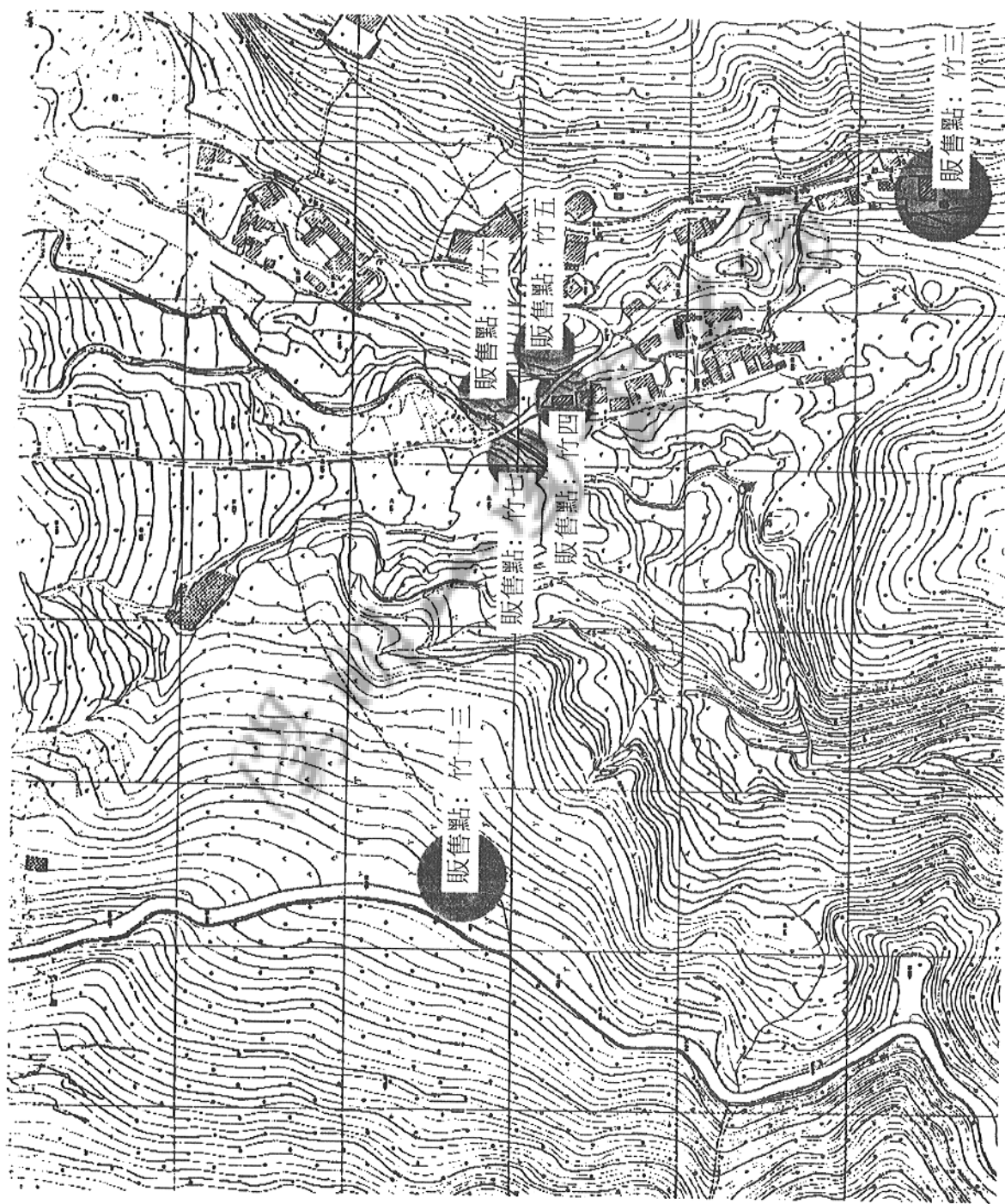


圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖(續)

E

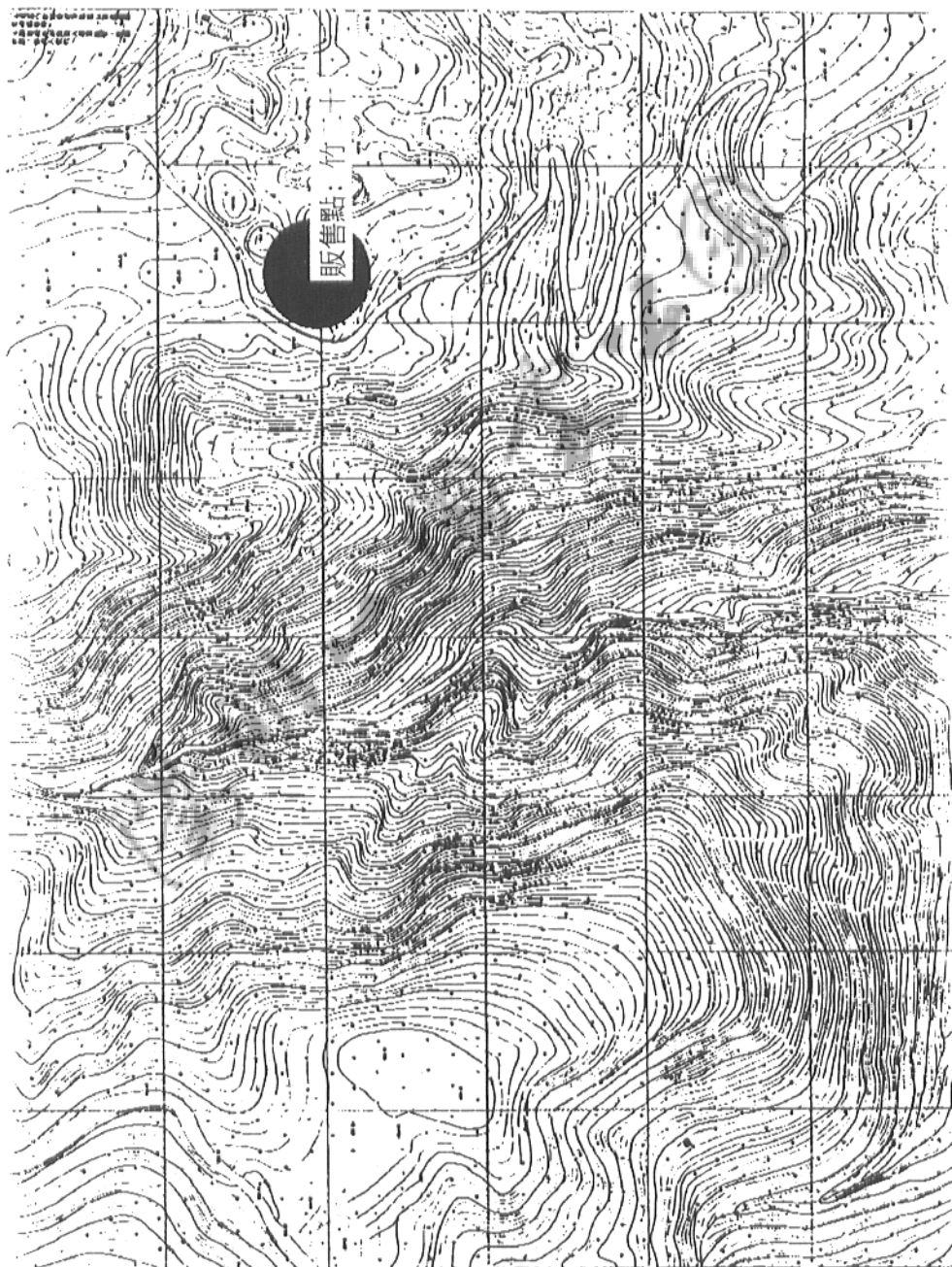


圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖(續)

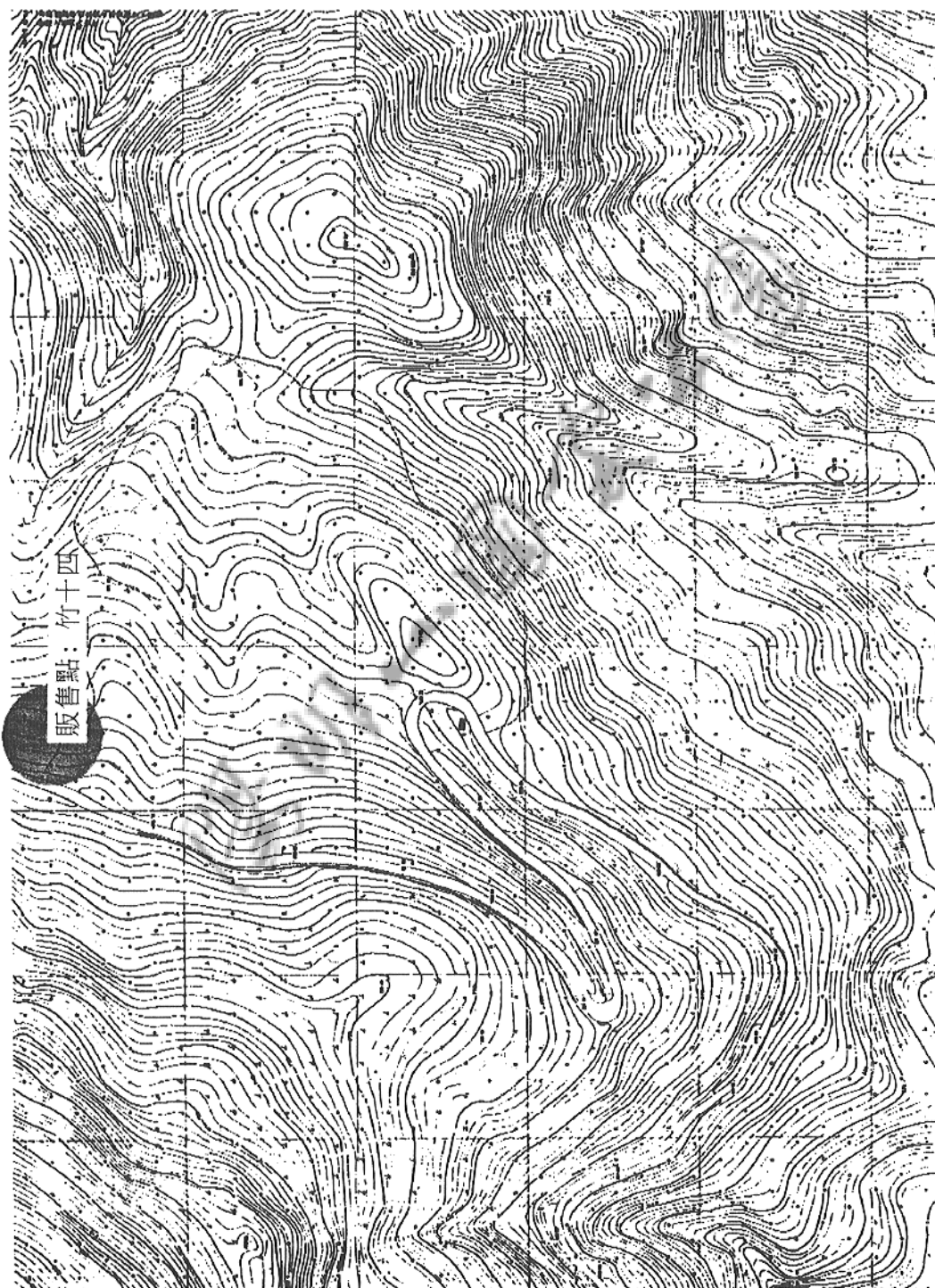
F

圖3.2 竹子湖地區販售地點分佈圖(續)

3-4 龍鳳谷地區調查與檢討

龍鳳谷、硫磺谷地區，為主要交通要點，並有溫泉浴之大量遊客，故於該區產生了流動攤販及農產品之販售等活動，除當地農產品外，並有流動攤販販售之各類食品，形成人潮聚集地點，造成環境品質及管理上之問題。

如本文對竹子湖地區所進行之分析，針對龍鳳谷、硫磺谷地區本文亦對現有之販售點各別就其所有人、販售地點、販售項目，地籍號碼、管制區分、設施物種類及現在之環境狀況作一系統之分類及調查，以了解販售行為對土地使用方式之影響，及其所造成之交通、環境等問題，及販售地點地籍資料等問題進行了解如下表。

表3.7 龍鳳谷地區現有之販售點之資料表

編號:龍鳳谷	名稱:無	
	所有人:	蔡樹生 陳林欽 詹麗君 周玉 陳珍得 張躍義 陳麗錦 高文正 吳培祥等
	地點:	(如圖示) 
	販售項目:	蔬菜、玉 米、水果、 地瓜湯、臭 豆腐、米等
	地籍號碼:	崇仰段一小 段2地號
	管制區分:	特別景觀區
	設施物種類:	洋傘、瓦斯 設備
	環境狀況:	附近包裝紙 箱較亂 車輛擁塞 佔用涼亭設 施

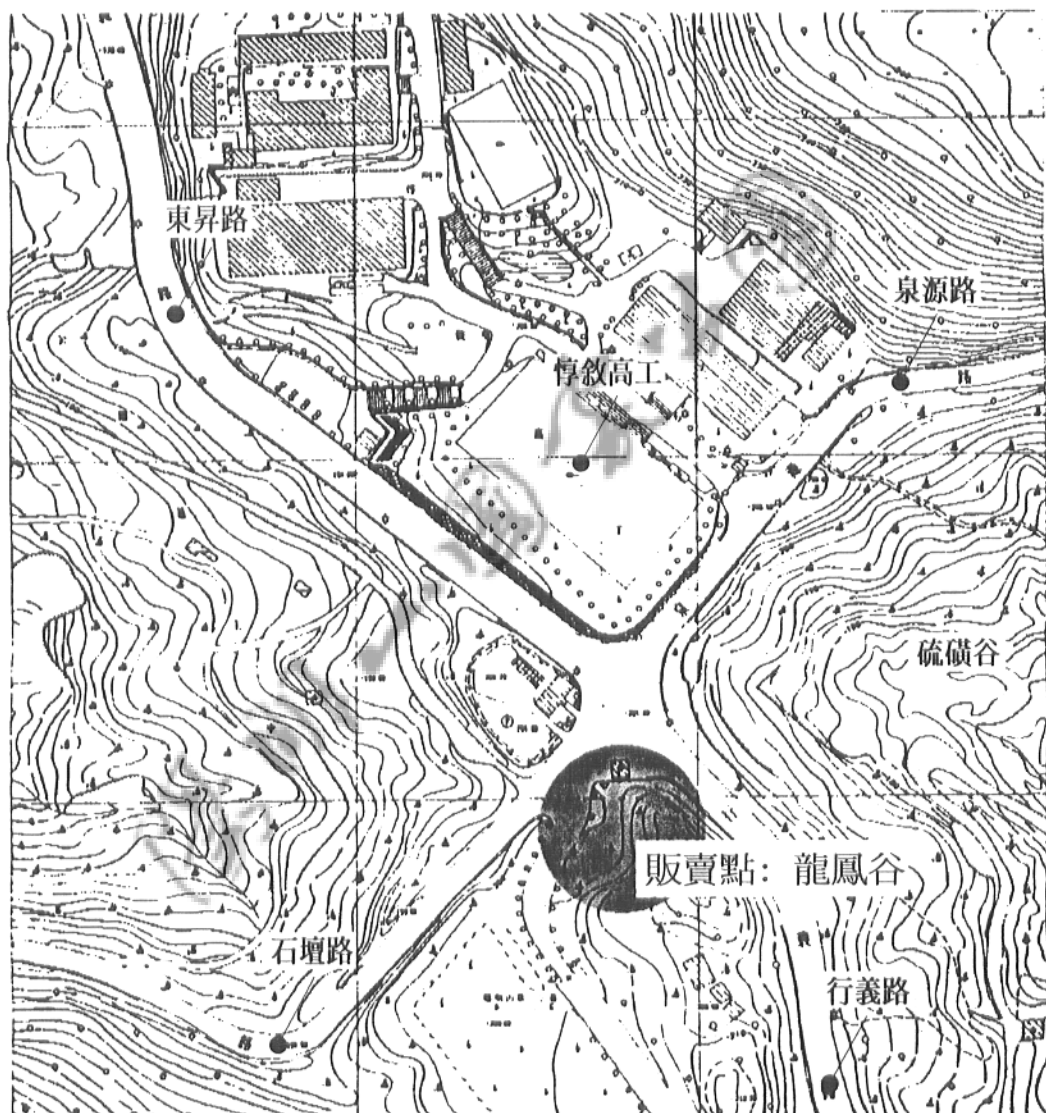


圖3.3 龍鳳谷，硫磺谷地區販售地點分佈圖

3-5 馬槽地區調查與檢討

馬槽、下七股地區，主要販售當地農產品及附帶之水煮玉米、花生等熟食，販售方式為半固定之展售架方式，因山上鄰近區域提供餐飲設施較少，具提供遊客祛寒熟食之有利條件，故常造成該區之交通複雜問題。有關馬槽附近區域之販售點所有人、販售地點、販售項目，地籍號碼、管制區分、設施物種類及現在之環境狀況作一系統之分類及調查，以了解販售行為對土地使用方式之影響，及其所造成之交通、環境等問題，是否利用簡易寮舍作為販售使用等狀況，另外販售地點地籍資料如下表列。

表3.8 馬槽地區現有之販售點之資料表

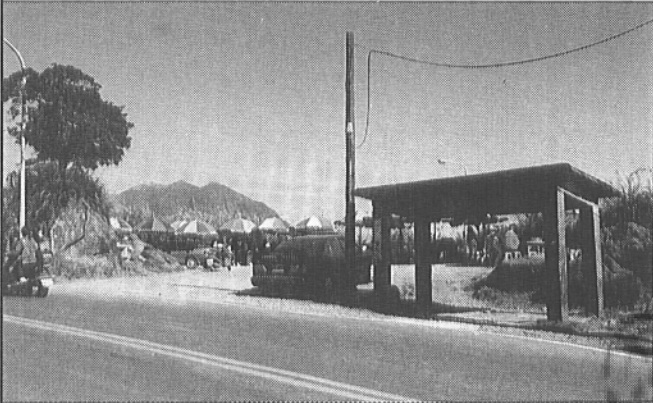
編號:后山一	名稱:無	
	所有人:	陳美珠 陳高山 高隨 曹炳烈 張勝忠等
	地點:	后山地區陽 金公路路邊 (如圖示)
	販售項目:	高麗菜、山 薯、橘子、 芭樂花卉等 及地瓜湯、 玉米、筍 湯、滷味
	地籍號碼:	湖田段一小 段194
	管制區分:	特別景觀區
	設施物種類:	洋傘、木 架、瓦斯爐 具假日人多 時有設桌椅
	環境狀況:	鄰近地區較 髒亂(較隱 蔽處) 工作車停放 路邊

表3.8 馬槽地區現有之販售點之資料表 (續)

編號:后山二	名稱:無	
	所有人:	高徐倉 洪春美 許牆 周阿寬 陳寶風等
	地點:	后山地區陽 金公路路邊 (如圖示)
	販售項目:	蔬菜、水 果、花卉、 及熟食等
	地籍號碼:	湖田段一小 段306
	管制區分:	特別景觀區
	設施物種類:	洋傘、木 架、瓦斯爐 具
	環境狀況:	
		鄰近地區較 髒亂(較隱 蔽處)

表3.8 馬槽地區現有之販售點之資料表（續）

編號:后山三		名稱:台寶觀光農園	
		所有人:	高銘專
		地點:	竹子湖路75號, 台寶(如圖示)
		販售項目:	炒青菜、火鍋、泡茶、湯類、等並有豆苗及紅葉供摘採
		地籍號碼:	湖田段一小段284
		管制區分:	一般管制區(三)
		設施物種類:	車棚架內架設桌椅
		環境狀況:	

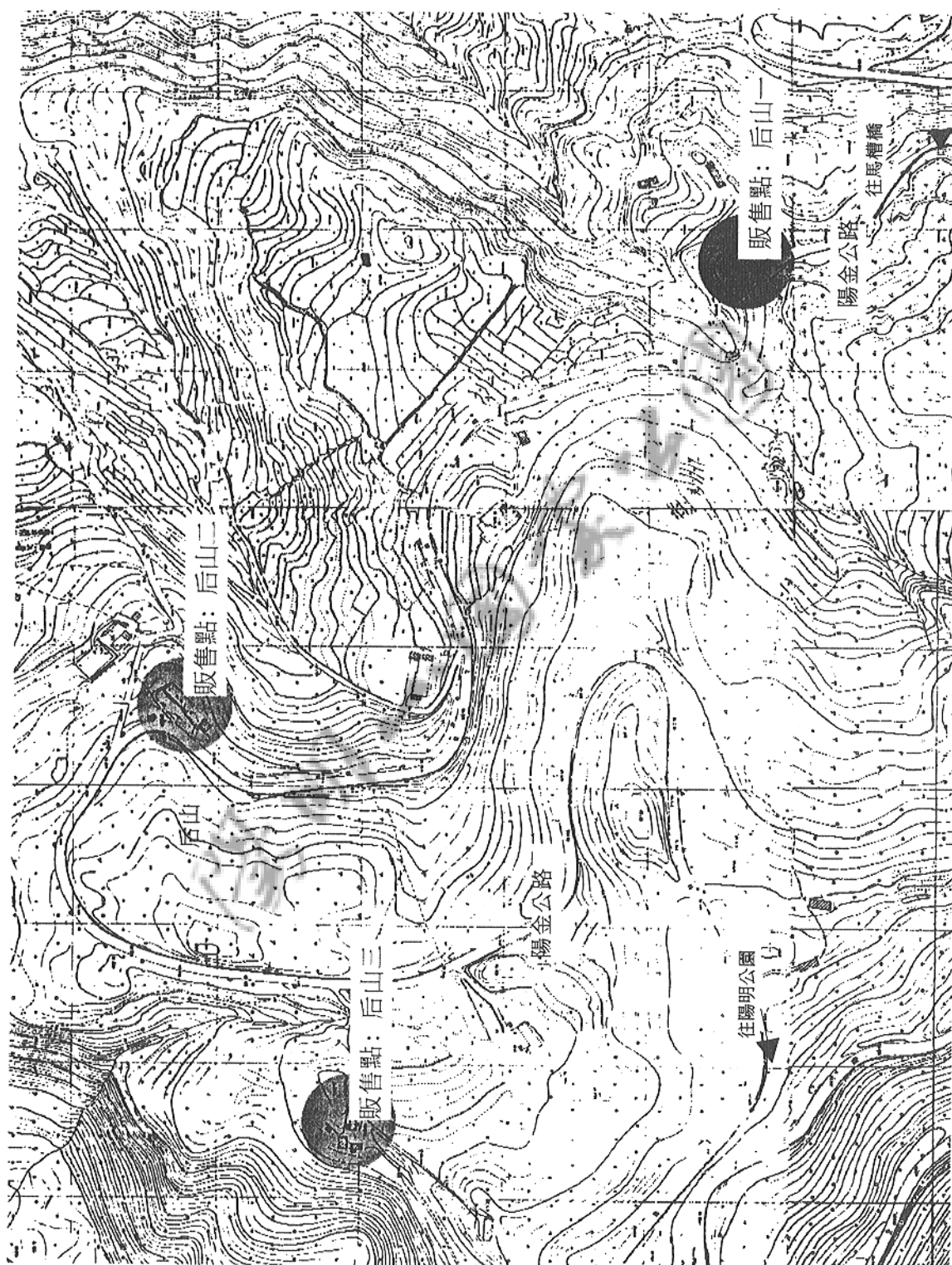


圖3.4 馬槽地區販售地點分佈圖

四. 遊客對園區內農產品或攤販銷售行為之分析

本實証調查分為二次調查，調查日期分別為3月6日及3月13日陽明山國家公園花季期間的兩個星期日，其中3月6日為晴天共回收有效問卷478份，而3月13日則為陰雨天氣（龍鳳谷地區陰天，馬槽及竹子湖地區下雨）共回收有效問卷206份。調查地點則以現有販售行為出現之馬槽，龍鳳谷，及竹子湖三個地區，其中馬槽地區回收有效問卷141份（3月13日馬槽地區因大雨無有效問卷回收），龍鳳谷地區回收有效問卷247份，竹子湖地區回收有效問卷296份，共計回收有效問卷684份。

4-1 遊客意見調查變項之次數比例討論

4-1-1 受訪者來陽明山國家公園的路線

有關受訪者來陽明山國家公園的路線之分析，由表4.1中可看出，受訪者今天來此的路線，主要是士林（佔51.5%）其次為北投（佔34.6%）。顯示大部份遊客由台北方向前來陽明山國家公園遊玩。

表4.1 受訪者今天來此的路線次數表

	樣本數	百分比
士林	352	51.5
北投	237	34.6
金山	44	6.4
淡水	18	2.6
其他	33	4.8
共計	684	100.0

4-1-2 受訪者預定回家的路線

有關受訪者預定回家的路線之分析，由表4.2中可看出，受訪者預定回程的路線，主要是士林（佔39.5%）其次為北投（佔34.8%）。顯示大部份遊客由台北方向回家。

表4.2 受訪者預定回程的路線次數表

	樣本數	百分比
士林	268	39.5
北投	236	34.8
金山	84	12.4
淡水	46	6.8
其他	44	6.5
共計	678	100.0

4-1-3 與受訪者同行而來的遊伴

有關與受訪者同行而來的遊伴之分析，由表4.3中可看出，與受訪者同行而來的遊伴，主要是家人（佔54.5%）其次為朋友（佔33.3%）。顯示與受訪者同行而來的遊伴主要是家人及朋友，同事及親戚較少。

表4.3 與受訪者同行而來的遊伴次數表

	樣本數	百分比
家人	373	54.5
朋友	228	33.3
同事	29	4.2
親戚	37	5.4
其他	17	2.5
共計	684	100.0

4-1-4 受訪者認為來陽明山國家公園遊玩，較重要的活動

有關爬山健行活動對受訪者重要性之分析，由表4.4中可看出，爬山健行活動對受訪者重要性，最重要及重要合佔57.9%，而最不

重要及不重要合佔17.3%。顯示爬山健行活動對受訪者之重要程度較強。

表4.4 爬山健行活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最重要	144	21.5
重要	244	36.4
普通	166	24.8
不重要	94	14.0
最不重要	22	3.3
共計	670	100.0

有關買陽明山山上的農產品對受訪者重要性之分析，由表4.5中可看出，買陽明山山上的農產品對受訪者重要性，最不重要及不重要合佔56.9%，而最重要及重要合佔10.5%。顯示買陽明山山上的農產品對受訪者之重要程度較不強。

表4.5 買陽明山山上的農產品對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最不重要	103	15.3
不重要	280	41.6
普通	219	32.5
重要	56	8.3
最重要	15	2.2
共計	673	100.0

有關開車兜風活動對受訪者重要性之分析，由表4.6中可看出，開車兜風活動對受訪者重要性，最重要及重要合佔48.6%，而最不重要及不重要合佔24.6%。顯示開車兜風活動對受訪者之重要程度較強。

表4.6 開車兜風活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最重要	77	11.3
重要	254	37.3
普通	182	26.7
不重要	114	16.7
最不重要	54	7.9
共計	681	100.0

有關洗溫泉活動對受訪者重要性之分析，由表4.7中可看出，洗溫泉活動對受訪者重要性，最重要及重要合佔24.2%，而最不重要及不重要合佔53.2%。顯示洗溫泉活動對受訪者之重要程度較不強。

表4.7 洗溫泉活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最重要	54	8.1
重要	108	16.1
普通	151	22.6
不重要	234	35.0
最不重要	122	18.2
共計	669	100.0

有關野餐（自備飲食）活動對受訪者重要性之分析，由表4.8中可看出，野餐（自備飲食）活動對受訪者重要性，最重要及重要合佔22.2%，而最不重要及不重要合佔43.8%。顯示野餐（自備飲食）活動對受訪者之重要程度較不強。

表4.8 野餐（自備飲食）活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最重要	15	2.3
重要	132	19.9
普通	225	34.0
不重要	212	32.0
最不重要	78	11.8
共計	662	100.0

有關泡茶活動對受訪者重要性之分析，由表4.9中可看出，泡茶活動對受訪者重要性，最不重要及不重要合佔59.4%，而最重要及重要合佔12.5%。顯示泡茶活動對受訪者之重要程度較不強。

表4.9 泡茶活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最不重要	121	18.1
不重要	276	41.3
普通	188	28.1
重要	65	9.7
最重要	19	2.8
共計	669	100.0

有關吃炒青菜活動對受訪者重要性之分析，由表4.10中可看出，吃炒青菜活動對受訪者重要性，最不重要及不重要合佔45.4%，而最重要及重要合佔29.3%。顯示吃炒青菜活動對受訪者之重要程度較不強。

表4.10 吃炒青菜活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最不重要	86	12.8
不重要	220	32.6
普通	170	25.2
重要	160	23.7
最重要	38	5.6
共計	674	100.0

有關吃山產活動對受訪者重要性之分析，由表4.11中可看出，吃山產活動對受訪者重要性，最不重要及不重要合佔58.3%，而最重要及重要合佔20.3%。顯示吃山產活動對受訪者之重要程度較不強。

表4.11 吃山產活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最不重要	125	18.8
不重要	263	39.5
普通	143	21.5
重要	106	15.9
最重要	29	4.4
共計	666	100.0

有關自然探勝活動對受訪者重要性之分析，由表4.12中可看出，自然探勝活動對受訪者重要性，最重要及重要合佔68%，而最不

重要及不重要合佔13.5%。顯示自然探勝活動對受訪者之重要程度較強。

表4.12 自然探勝活動對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最重要	177	26.3
重要	281	41.7
普通	125	18.5
不重要	74	11.0
最不重要	17	2.5
共計	674	100.0

有關吃路邊攤販的食品對受訪者重要性之分析，由表4.13中可看出，吃路邊攤販的食品對受訪者重要性，最不重要及不重要合佔59.2%，而最重要及重要合佔12.8%。顯示吃路邊攤販的食品對受訪者之重要程度較不強。

表4.13 吃路邊攤販的食品對受訪者重要性之次數表

	樣本數	百分比
最不重要	130	20.0
不重要	255	39.2
普通	182	28.0
重要	67	10.3
最重要	16	2.5
共計	650	100.0

有關對受訪者認為來陽明山國家公園遊玩，較重要的活動之分析，由表4.4~表4.13中可看出，遊客較重要活動之偏好程度由高到低依次為：

- 一) 自然探勝（最重要及重要合佔68%）
- 二) 爬山健行（最重要及重要合佔57.9%）
- 三) 開車兜風（最重要及重要合佔48.6%）
- 四) 吃炒青菜（最重要及重要合佔29.3%）
- 五) 洗溫泉（最重要及重要合佔24.2%）
- 六) 野餐（自備飲食）（最重要及重要合佔22.2%）
- 七) 吃山產（最重要及重要合佔20.3%）

八) 吃路邊攤販的食品 (最重要及重要合佔12.8%)

九) 泡茶 (最重要及重要合佔12.5%)

十) 買陽明山山上的農產品 (最重要及重要合佔10.5%)

其中較有趣之發現為，非消費山產性活動如一)自然探勝，二)爬山健行，三)開車兜風，五)洗溫泉，六)野餐 (自備飲食)，等仍為所列之活動中遊客認為較重要之活動；而消費山產性活動如七)吃山產，八)吃路邊攤販的食品，九)泡茶 (最重要及重要合佔12.5%)，十)買陽明山山上的農產品，則為所列之活動中遊客認為較不重要之活動，消費山產性活動中只有四)吃炒青菜較為重要。並且十)買陽明山山上的農產品為所列之活動中遊客認為最不重要之活動

4-1-5 受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售

有關受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之分析，由表4.14中可看出，受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之程度，非常不適合及不適合合佔19%，而適合及非常適合合佔60.7%。顯示受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適合在園區內銷售之程度較強。

表4.14 受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之次數表

	樣本數	百分比
非常不適合	17	2.5
不適合	112	16.5
普通	137	20.2
適合	381	56.3
非常適合	30	4.4
共計	677	100.0

4-1-6 受訪者認為以下列何種銷售方式較佳

有關受訪者認為以下列何種銷售方式較佳之分析，由表4.15中可看出，受訪者認為直接在農地上銷售，最合適及合適佔68.2%，而不合適及最不合適合佔12.2%。顯示受訪者認為適合直接在農地上銷售之程度較強。

表4.15 受訪者認為直接在農地上銷售之次數表

	樣本數	百分比
最合適	141	21.3
最合適	311	46.9
普通	130	19.6
不合適	75	11.3
最不合適	6	.9
共計	663	100.0

有關受訪者認為以下列何種銷售方式較佳之分析，由表4.16中可看出，受訪者認為煮熟後現吃較好，最合適及合適佔59%，而不合適及最不合適合佔13.2%。顯示受訪者認為適合煮熟後現吃之程度較強。

表4.16 受訪者認為煮熟後現吃較好之次數表

	樣本數	百分比
最合適	105	15.9
合適	285	43.1
普通	184	27.8
不合適	80	12.1
最不合適	7	1.1
共計	661	100.0

有關受訪者認為以下列何種銷售方式較佳之分析，由表4.17中可看出，受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣，最合適及合適佔75.9%，而不合適及最不合適合佔7.9%。顯示受訪者認為適合在特定地區檢驗合格後再賣之程度較強。

表4.17 受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之次數表

	樣本數	百分比
最合適	261	39.6
合適	239	36.3
普通	107	16.2
不合適	43	6.5
最不合適	9	1.4
共計	659	100.0

有關受訪者認為以下列何種銷售方式較佳之分析，由表4.15~表4.17中可看出，遊客認為較合適之銷售方式由高到低依次為：

- 一) 在特定地區檢驗合格後再賣（最合適及合適佔75.9%）
- 二) 直接在農地上銷售（最合適及合適佔68.2%）
- 三) 煮熟後現吃較好（最合適及合適佔59%）

其中發現，在特定地區檢驗合格後再賣為所列之方式中遊客認為最合適之銷售方式。

4-1-7 受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處之分析，由表4.18中可看出，受訪者認為方便飲食，非常同意及同意佔59.1%，而不同意及非常不同意佔13.2%。顯示受訪者認為方便飲食之程度較強。

表4.18 受訪者認為方便飲食之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	64	9.5
同意	333	49.6
普通	185	27.6
不同意	80	11.9
非常不同意	9	1.3
共計	671	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處之分析，由表4.19中可看出，受訪者認為好吃，非常同

意及同意合佔43%，而不同意及非常不同意合佔11.8%。顯示受訪者認為好吃之程度較強。

表4.19 受訪者認為好吃之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	47	7.0
同意	242	36.0
普通	304	45.2
不同意	71	10.5
非常不同意	9	1.3
共計	673	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處之分析，由表4.20中可看出，受訪者認為有熱鬧氣氛，非常同意及同意合佔47.9%，而不同意及非常不同意合佔20.1%。顯示受訪者認為有熱鬧氣氛之程度較強。

表4.20 受訪者認為有熱鬧氣氛之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	46	6.8
同意	276	41.1
普通	215	32.0
不同意	123	18.3
非常不同意	12	1.8
共計	672	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處之分析，由表4.21中可看出，受訪者認為有地方特色，非常同意及同意合佔68%，而不同意及非常不同意合佔10.4%。顯示受訪者認為有地方特色之程度較強。

表4.21 受訪者認為有地方特色之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	119	18.2
同意	325	49.8
普通	141	21.6
不同意	59	9.0
非常不同意	9	1.4
共計	653	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處之分析，由表4.18~表4.21中可看出，受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點由高到低依次為：

- 一) 有地方特色（非常同意及同意合佔68%）
- 二) 方便飲食（非常同意及同意合佔59.1%）
- 三) 有熱鬧氣氛（非常同意及同意合佔47.9%）
- 四) 好吃（非常同意及同意合佔43%）

其中發現，有地方特色為所列之項目中遊客認為較同意之目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點。

4-1-8 受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點之分析，由表4.22中可看出，受訪者認為造成環境污染，非常同意及同意合佔51.7%，而不同意及非常不同意合佔14.6%。顯示受訪者認為造成環境污染之程度較強。

表4.22 受訪者認為造成環境污染之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	97	14.3
同意	254	37.4
普通	229	33.7
不同意	93	13.7
非常不同意	6	.9
共計	679	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點之分析，由表4.23中可看出，受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象，非常同意及同意合佔44.9%，而不同意及非常不同意合佔18.6%。顯示受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之程度較強。

表4.23 受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	74	10.9
同意	230	34.0
普通	246	36.4
不同意	123	18.2
非常不同意	3	.4
共計	676	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點之分析，由表4.24中可看出，受訪者認為造成不良景觀，非常同意及同意合佔52.4%，而不同意及非常不同意合佔15.3%。顯示受訪者認為造成不良景觀之程度較強。

表4.24 受訪者認為造成不良景觀之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	68	10.1
同意	286	42.3
普通	218	32.2
不同意	97	14.3
非常不同意	7	1.0
共計	676	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點之分析，由表4.25中可看出，受訪者認為造成交通問題，非常同意及同意合佔58.1%，而不同意及非常不同意合佔14.5%。顯示受訪者認為造成交通問題之程度較強。

表4.25 受訪者認為造成交通問題之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	89	13.2
同意	302	44.9
普通	183	27.2
不同意	91	13.5
非常不同意	7	1.0
共計	672	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點之分析，由表4.22~表4.25中可看出，受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的缺點由高到低依次為：

- 一) 造成交通問題（非常同意及同意合佔58.1%）
- 二) 造成不良景觀（非常同意及同意合佔52.4%）
- 三) 造成環境污染（非常同意及同意合佔51.7%）
- 四) 與國家公園之意義不符合破壞形象（非常同意及同意合佔44.9%）

其中發現，造成交通問題為所列之項目中遊客認為較同意之目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的缺點。

4-1-9 受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作

有關受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作之分析，由表4.26中可看出，受訪者認為應取締,因不符合國家公園經營目標，非常同意及同意合佔38.7%，而不同意及非常不同意合佔31.5%。顯示受訪者認為應取締,因不符合國家公園經營目標之同意及不同意間之程度差不多。

表4.26 受訪者認為應取締,因不符合國家公園經營目標之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	64	9.6
同意	195	29.1
普通	200	29.9
不同意	197	29.4
非常不同意	14	2.1
共計	670	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作之分析，由表4.27中可看出，受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量，非常同意及同意合佔86.1%，而不同意及非常不同意合佔4.7%。顯示受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之程度很強。

表4.27 受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	181	26.6
同意	405	59.5
普通	63	9.3
不同意	29	4.3
非常不同意	3	.4
共計	681	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作之分析，由表4.28中可看出，受訪者認為不應干預維持現狀，非常同意及同意合佔16.7%，而不同意及非常不同意合佔56.5%。顯示受訪者認為不應干預維持現狀之程度不強。

表4.28 受訪者認為不應干預維持現狀之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	14	2.1
同意	98	14.6
普通	179	26.8
不同意	324	48.4
非常不同意	54	8.1
共計	669	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作之分析，由表4.29中可看出，受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式，非常同意及同意合佔20.6%，而不同意及非常不同意合佔52.1%。顯示受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之程度不強。

表4.29 受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	19	2.8
同意	119	17.8
普通	181	27.1
不同意	295	44.2
非常不同意	53	7.9
共計	667	100.0

有關受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作之分析，由表4.26~表4.29中可看出，受訪者認

為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作由高到低依次為：

- 一) 應選擇示範地區輔導銷售並限制數量（非常同意及同意合佔86.1%）
- 二) 應取締,因不符合國家公園經營目標（非常同意及同意合佔38.7%）
- 三) 不應干預維持現狀（非常同意及同意合佔16.7%）
- 四) 應鼓勵推廣目前之方式（非常同意及同意合佔20.6%）

其中發現，應選擇示範地區輔導銷售並限制數量為所列之項目中受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作，其次則認為應取締,因不符合國家公園經營目標。

4-1-10 為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.30中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車時間，非常同意及同意合佔63.2%，而不同意及非常不同意合佔21.9%。顯示受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之程度較強。

表4.30 受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	81	12.1
同意	342	51.1
普通	99	14.8
不同意	142	21.2
非常不同意	5	.7
共計	669	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.31中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車地方，非常同意及同意合佔79.9%，而不同意及非常不同意合佔7.4%。顯示受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之程度很強。

表4.31 受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	110	16.3
同意	429	63.6
普通	85	12.6
不同意	48	7.1
非常不同意	2	.3
共計	674	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.32中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車位數，非常同意及同意合佔60.2%，而不同意及非常不同意合佔15.9%。顯示受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之程度較強。

表4.32 受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	72	10.7
同意	332	49.5
普通	160	23.8
不同意	104	15.5
非常不同意	3	.4
共計	671	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.33中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售之項目，非常同意及同意合佔43.4%，而不同意及非常不同意合佔31.9%。顯示受訪者認為可限制農產品銷售之項目之程度較強，惟其間差異不大。

表4.33 受訪者認為可限制農產品銷售之項目之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	50	7.5
同意	240	35.9
普通	165	24.7
不同意	201	30.1
非常不同意	12	1.8
共計	668	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.34中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售之地點，非常同意及同意合佔71.1%，而不同意及非常不同意合佔12.8%。顯示受訪者認為可限制農產品銷售之地點之程度較強。

陽明山國家公園

表4.34 受訪者認為可限制農產品銷售之地點之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	89	13.2
同意	390	57.9
普通	108	16.0
不同意	80	11.9
非常不同意	6	.9
共計	673	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.35中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售之時間，非常同意及同意合佔43.3%，而不同意及非常不同意合佔29%。顯示受訪者認為可限制農產品銷售之時間之程度較強。

表4.35 受訪者認為可限制農產品銷售之時間之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	49	7.4
同意	239	35.9
普通	185	27.8
不同意	176	26.4
非常不同意	17	2.6
共計	666	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.36中可看出，受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西，非常同意及同意合佔35.8%，而不同意及非常不同意合佔36.7%。顯示受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之同意及不同意間之程度差不多。

表4.36 受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	60	9.9
同意	157	25.9
普通	167	27.5
不同意	201	33.1
非常不同意	22	3.6
共計	607	100.0

有關為了維持國家公園之品質，受訪者認為較可接受的管理方式之分析，由表4.30~表4.36中可看出，受訪者認為較可接受的管理方式由高到低依次為：

- 一) 可限制銷售地點之停車地方（非常同意及同意合佔79.9%）
- 二) 可限制農產品銷售之地點（非常同意及同意合佔71.1%）
- 三) 可限制銷售地點之停車時間（非常同意及同意合佔63.2%）
- 四) 可限制銷售地點之停車位數（非常同意及同意合佔60.2%）
- 五) 可限制農產品銷售之項目（非常同意及同意合佔43.4%）
- 六) 可限制農產品銷售之時間（非常同意及同意合佔43.3%）
- 七) 可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西（非常同意及同意合佔35.8%）

其中發現，可限制銷售地點之停車地方為所列之項目中受訪者認為較可接受的管理方式，其次則認為可限制農產品銷售之地點。

4-1-11 受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源之看法

有關受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源看法之分析，由表4.37中可看出受訪者認為在陽明山國家公園內所販售之農產品來源，受訪者認為本地生產，非常多及多合佔59.8%，而少及非常少合佔13.9%。顯示受訪者認為本地生產較多之程度較強。

表4.37 受訪者認為本地生產之次數表

	樣本數	百分比
非常多	71	10.7
多	326	49.1
普通	175	26.4
少	83	12.5
非常少	9	1.4
共計	664	100.0

有關受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源看法之分析，由表4.38中可看出，受訪者認為外地運來，非常多及多合佔

28.3%，而少及非常少合佔34.3%。顯示受訪者認為外地運來之多少程度間差異不大。

表4.38 受訪者認為外地運來之次數表

	樣本數	百分比
非常多	24	3.7
多	160	24.6
普通	244	37.5
少	210	32.3
非常少	13	2.0
共計	651	100.0

有關受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源看法之分析，由表4.39中可看出如果陽明山國家公園內所販售之農產品為外地運來而非本地所生產，受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃，非常同意及同意合佔34.6%，而不同意及非常不同意合佔43.5%。顯示受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃之程度較不強，惟其間之差異不大。

表4.39 受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	24	3.6
同意	208	31.0
普通	147	21.9
不同意	214	31.9
非常不同意	78	11.6
共計	671	100.0

有關受訪者對陽明山國家公園內所販售之農產品來源看法之分析，由表4.40中可看出如果陽明山國家公園內所販售之農產品為外地運來而非本地所生產，受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買，非常同意及同意合佔45.3%，而不同意及非常不同意合佔23.6%。顯示受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買之程度較強。

表4.40 受訪者認為如果是真的, 他將不願食用或購買之次數表

	樣本數	百分比
非常同意	95	14.2
同意	209	31.1
普通	209	31.1
不同意	144	21.5
非常不同意	14	2.1
共計	671	100.0

4-1-12 受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務之品質

有關受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務品質之分析，由表4.41中可看出，受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲，知道佔50.4%，而不知道佔49.6%。顯示受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之差異不大。

表4.41 受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之次數表

	樣本數	百分比
知道	342	50.4
不知道	337	49.6
共計	679	100.0

有關受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務品質之分析，由表4.42中可看出，受訪者認為國家公園的遊客中心的工作人員服務品質，非常好及好合佔19.9%，而不好及非常不好合佔12%。顯示大部份受訪者沒有意見。

表4.42 受訪者認為國家公園的遊客中心的工作人員服務品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	3	1.0
好	58	18.9
普通	209	68.1
不好	33	10.7
非常不好	4	1.3
共計	307	100.0

有關受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務品質之分析，由表4.43中可看出，受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售品之品質，非常好及好合佔19.6%，而不好及非常不好合佔18.3%。顯示大部份受訪者沒有意見。

表4.43 受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售品之品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	2	.7
好	58	18.9
普通	191	62.2
不好	50	16.3
非常不好	6	2.0
共計	307	100.0

有關受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務品質之分析，由表4.44中可看出，受訪者認為國家公園的遊客中心的環境設施品質，非常同意及同意合佔37.8%，而不同意及非常不同意合佔13%。顯示受訪者認為國家公園的遊客中心的環境設施品質較好的程度較強。

表4.44 受訪者認為國家公園的遊客中心的環境設施品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	6	2.0
好	110	35.8
普通	151	49.2
不好	35	11.4
非常不好	5	1.6
共計	307	100.0

有關受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲及受訪者認為遊客中心餐飲服務品質之分析，由表4.45中可看出，受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類，非常同意及同意合佔13%，而不同意及非常不同意合佔32.3%。顯示受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類較不好的程度較強。

表4.45 受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類之次數表

	樣本數	百分比
非常好	2	.7
好	37	12.3
普通	164	54.7
不好	87	29.0
非常不好	10	3.3
共計	300	100.0

4-1-13 請問您是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析，由表4.46中可看出，受訪者是否知道小油坑遊憩區有販賣餐飲，知道佔70.2%，而不知道佔29.8%。顯示受訪者知道小油坑遊憩區有販賣餐飲者較多。

表4.46 受訪者是否知道小油坑遊憩區有販賣餐飲之次數表

	樣本數	百分比
知道	480	70.2
不知道	204	29.8
共計	684	100.0

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析，由表4.47中可看出，受訪者是否知道冷水坑遊憩區有販賣餐飲，知道佔77.5%，而不知道佔22.5%。顯示受訪者知道冷水坑遊憩區有販賣餐飲者較多。

表4.47 受訪者是否知道冷水坑遊憩區之次數表

	樣本數	百分比
知道	530	77.5
不知道	154	22.5
共計	684	100.0

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析, 由表4.48中可看出, 受訪者認為管服中心(冷水坑遊憩區, 小油坑遊憩區)的工作人員服務品質, 非常好及好合佔22.5%, 而不好及非常不好合佔11.6%。顯示受訪者認為管服中心(冷水坑遊憩區, 小油坑遊憩區)的工作人員服務品質較好的程度較強。惟大部份受訪者沒有意見。

表4.48 受訪者認為管服中心(冷水坑遊憩區, 小油坑遊憩區)的工作人員服務品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	5	1.8
好	57	20.7
普通	181	65.8
不好	32	11.6
非常不好	0	0
共計	275	100.0

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析, 由表4.49中可看出, 受訪者認為管服中心(冷水坑遊憩區, 小油坑遊憩區)的銷售品之品質, 非常好及好合佔20.8%, 而不好及非常不好合佔11.7%。顯示受訪者認為管服中心(冷水坑遊憩區, 小油坑遊憩區)的銷售品之品質較好的程度較強。惟大部份受訪者沒有意見。

表4.49 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售品之品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	2	.7
好	55	20.1
普通	185	67.5
不好	31	11.3
非常不好	1	.4
共計	274	100.0

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析, 由表4.50中可看出, 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的環境設施品質, 非常好及好合佔30.9%, 而不好及非常不好合佔19.6%。顯示受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的環境設施品質較好的程度較強。惟大部份受訪者沒有意見。

表4.50 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的環境設施品質之次數表

	樣本數	百分比
非常好	10	3.6
好	75	27.3
普通	136	49.5
不好	51	18.5
非常不好	3	1.1
共計	275	100.0

有關受訪者是否知道除了國家公園的遊客中心外, 其它的那些地方有販賣餐飲及其餐飲服務之品質之分析, 由表4.51中可看出, 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售項目種類, 非常好及好合佔15.6%, 而不好及非常不好合佔20.4%。顯示受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售項目種類差的程度較強。惟大部份受訪者沒有意見。

表4.51 受訪者認為管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的銷售項目種類之次數表

	樣本數	百分比
非常好	1	.4
好	41	15.2
普通	173	64.1
不好	51	18.9
非常不好	4	1.5
共計	270	100.0

4-1-14 受訪者之基本資料分析

有關受訪者之基本資料分析之分析，由表4.52中可看出，受訪者男性佔60.4%，女性佔39.6%顯示受訪者以男性居多。

表4.52 受訪者的性別之次數表

	樣本數	百分比
女生	269	39.6
男生	411	60.4
共計	680	100.0

有關受訪者之基本資料分析之分析，由表4.53中可看出，受訪者以大學及專科最多佔59.9%，其次為高中佔26.3%。

表4.53 受訪者的最高學歷之次數表

	樣本數	百分比
自學	3	.4
小學	17	2.5
國(初)中	37	5.4
高中	179	26.3
大學及專科	407	59.9
研究所	37	5.4
共計	680	100.0

有關受訪者之基本資料分析之分析，由表4.54中可看出，受訪者以居住者較多多佔93.6%。

表4.54 受訪者目前居住地之次數表

	樣本數	百分比
台北縣市	640	93.6
其它縣市	44	6.4
共計	684	100.0

有關受訪者之基本資料分析之分析，由表4.55中可看出，受訪者以20~40歲居多（平均值31，標準差約10）。

表4.55 受訪者的年齡之分配情形

平均值	31
標準差	10.27
最小值	9
最大值	72
有效樣本數	680
未作答數	4

4-2 遊客認為消費山產為較重要活動之偏好程度及其它遊客意見變項間之相關性

有關消費山產活動之偏好程度是以對活動之偏要程度項目作為一態度量表來測量其中包括買陽明山山上的農產品，泡茶，吃炒青菜，吃山產，吃路邊攤販的食品等變項，量表經信度測試(Reliability)顯示問項間具一致性($\text{Alpha}=.6446$ 樣本數=635)。經此檢定後再將其所得之分數相加以得消費山產活動偏好程度之代表分數。

由表4.56中可看出，受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品非常不適合在園區內銷售者偏好平均值最低，而受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品非常適合在園區內銷售者偏好平均值最高。故受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品較適合在園區內銷售者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品較不適合在園區內銷售者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.56 變異數分析以受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常不適合	15	10.47	9.1545**
不適合	107	11.05	
普通	127	12.05	
適合	352	12.70	
非常適合	29	14.07	
共計	630		

^aNS=未達 .05顯著水準，*= $P<.05$ ，**= $P<.01$ 。

由表4.57中可看出，受訪者認為直接在農地上銷售之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無

法結論受訪者認為直接在農地上銷售之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.57 變異數分析以受訪者認為直接在農地上銷售之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
最合適	125	12.27	NS
合適	290	12.30	
普通	123	12.24	
不合適	72	12.19	
最不合適	6	15.67	
共計	616	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.58中可看出，受訪者認為煮熟後現吃較好之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為煮熟後現吃較好之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為煮熟後現吃較好最適合者偏好平均值最高，而受訪者認為煮熟後現吃較好最不合適者偏好平均值最低。故受訪者認為煮熟後現吃較好較適合者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為煮熟後現吃較好較不合適者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.58 變異數分析以受訪者認為煮熟後現吃較好之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
最合適	93	12.82	7.3821**
合適	272	12.66	
普通	170	11.99	
不合適	80	11.39	
最不合適	7	7.57	
共計	622	12.28	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.59中可看出，受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著

水準，無法結論受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.59 變異數分析以受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
最合適	242	11.93	NS
合適	228	12.48	
普通	100	12.68	
不合適	40	12.58	
最不合適	8	12.75	
共計	618	12.31	

^aNS=未達 .05顯著水準，*= $P<.05$ ，**= $P<.01$ 。

由表4.60中可看出，受訪者認為方便飲食之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為方便飲食之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為方便飲食非常同意者偏好平均值最高，而受訪者認為方便飲食非常不同意者偏好平均值最低。故受訪者認為方便飲食較同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為方便飲食不同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.60 變異數分析以受訪者認為方便飲食之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	55	12.78	4.1791**
同意	315	12.71	
普通	174	11.97	
不同意	73	11.29	
非常不同意	8	11.00	
共計	625	12.32	

^aNS=未達 .05顯著水準，*= $P<.05$ ，**= $P<.01$ 。

由表4.61中可看出，受訪者認為好吃之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為好吃之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為好吃非常同意者偏好平均值最高，而受訪者認為好吃非常不同意者偏好平均值最低。故受訪者認為好吃同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為好吃較不同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.61 變異數分析以受訪者認為好吃之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	39	13.54	6.5129**
同意	230	12.88	
普通	283	12.02	
不同意	68	11.25	
非常不同意	8	10.25	
共計	628	12.33	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.62中可看出，受訪者認為有熱鬧氣氛之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為有熱鬧氣氛之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為有熱鬧氣氛非常同意者偏好平均值最高，而受訪者認為有熱鬧氣氛非常不同意者偏好平均值最低。故受訪者認為好吃較同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為好吃較不同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.62 變異數分析以受訪者認為有熱鬧氣氛之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	41	13.34	6.7340**
同意	261	12.68	
普通	199	12.21	
不同意	116	11.68	
非常不同意	11	8.64	
共計	628	12.32	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.63中可看出，受訪者認為有地方特色之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為有地方特色之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為有地方特色非常同意者偏好平均值最高，而受訪者認為有地方特色非常不同意者偏好平均值最低。故受訪者認為有地方特色同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為有地方特色較不同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.63 變異數分析以受訪者認為有地方特色之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	109	12.68	4.5988**
同意	307	12.56	
普通	133	12.11	
不同意	56	11.63	
非常不同意	9	8.56	
共計	614	12.34	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05，**=P<.01.

由表4.64中可看出，受訪者認為造成環境污染之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為造成環境污染之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為造成環境污染非常同意者偏好平均值最低，而受訪者認為造成環境污染非常不同意者偏好平均值最高。故受訪者認為造成環境污染較同意者，較不偏好消費山產性質之活動；受訪者認為造成環境污染較不同意者，較偏好消費山產性質之活動。

表4.64 變異數分析以受訪者認為造成環境污染之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	91	11.45	6.3276**
同意	239	12.21	
普通	210	12.24	
不同意	85	13.25	
非常不同意	6	16.67	
共計	631	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準， *=P<.05, **=P<.01.

由表4.65中可看出，受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象非常同意者偏好平均值最低，而受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象非常不同意者偏好平均值最高。故受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象較同意者，較不偏好消費山產性質之活動；受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象較不同意者，較偏好消費山產性質之活動。

表4.65 變異數分析以受訪者認為與國家公園之意義不符合破壞形象之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	69	11.00	7.8765**
同意	216	12.18	
普通	226	12.12	
不同意	115	13.50	
非常不同意	3	15.33	
共計	629	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準， *=P<.05, **=P<.01.

由表4.66中可看出，受訪者認為造成不良景觀之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為造成不良景觀之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為造成不良景觀非常不同意者偏好平均值最高，而受訪者認為造成不良景觀非常同意者偏好平均值最低。故受訪者認為造成不良景觀較不同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為造成不良景觀較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.66 變異數分析以受訪者認為造成不良景觀之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	63	11.16	5.0525**
同意	270	12.11	
普通	200	12.37	
不同意	90	13.36	
非常不同意	7	13.86	
共計	630	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.67中可看出，受訪者認為造成交通問題之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為造成交通問題之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為造成交通問題非常同意者偏好平均值最低，而受訪者認為造成交通問題非常不同意者偏好平均值最高。故受訪者認為造成交通問題較同意者，較不偏好消費山產性質之活動；受訪者認為造成交通問題較不同意者，較偏好消費山產性質之活動，唯同意認為造成交通問題者偏好消費山產性質活動之平均值亦不低，仍偏好消費山產性質之活動。

表4.67 變異數分析以受訪者認為造成交通問題之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	85	10.99	6.0523**
同意	275	12.73	
普通	178	11.99	
不同意	84	12.77	
非常不同意	6	13.83	
共計	628	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.68中可看出，受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的非常同意者偏好平均值最低，而受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的非常不同意者偏好平均值最高。故受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的較同意者，較不偏好消費山產性質之活動；受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的較不同意者，較偏好消費山產性質之活動。

表4.68 變異數分析以受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	58	10.72	4.5186**
同意	184	12.22	
普通	186	12.30	
不同意	187	12.76	
非常不同意	11	13.00	
共計	626	12.28	

^aNS=未達.05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.69中可看出，受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.69 變異數分析以受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	169	11.77	NS
同意	376	12.37	
普通	57	12.86	
不同意	28	13.18	
非常不同意	3	12.33	
共計	633	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.70中可看出，受訪者認為不應干預維持現狀之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為不應干預維持現狀之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為不應干預維持現狀之項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。

表4.70 變異數分析以受訪者認為不應干預維持現狀之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	11	11.64	12.5615**
同意	94	13.09	
普通	163	13.15	
不同意	308	11.97	
非常不同意	49	9.88	
共計	625	12.27	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.71中可看出，受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式非常不同意者偏好平均值最低，而受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式同意者偏好平均值最高。故受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式較不同意者，較不偏好消費山產

性質之活動；受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式同意者，較偏好消費山產性質之活動。

表4.71 變異數分析以受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	17	11.94	7.7982**
同意	106	12.82	
普通	169	12.65	
不同意	281	12.27	
非常不同意	51	10.00	
共計	624	12.27	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.72中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可限制銷售地點之停車時間的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。

表4.72 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	71	10.94	5.8428**
同意	317	12.27	
普通	93	13.25	
不同意	137	12.44	
非常不同意	4	10.00	
共計	622	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.73中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可

限制銷售地點之停車地方的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。

表4.73 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	97	11.20	5.3615**
同意	403	12.31	
普通	80	13.31	
不同意	44	12.77	
非常不同意	2	10.00	
共計	626	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.74中可看出，受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可限制銷售地點之停車位數的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。

表4.74 變異數分析以受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	63	10.98	4.5093**
同意	307	12.19	
普通	153	12.87	
不同意	98	12.64	
非常不同意	3	10.33	
共計	624	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.75中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售項目之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制農產品銷售項目之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為可限制農產品銷售項目不同意者偏好平均值最高，而受訪者認為可限制農產品銷售項目非常同意者偏好平均值最低。故受訪者認為可限制農產品銷售項目不同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為可限制農產品銷售項目較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.75 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售項目之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	46	11.04	4.3396**
同意	219	11.90	
普通	158	12.42	
不同意	187	12.91	
非常不同意	12	12.50	
共計	622	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準， *=P<.05, **=P<.01.

由表4.76中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售之地點之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制農產品銷售之地點之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為可限制農產品銷售之地點不同意者偏好平均值最高，而受訪者認為可限制農產品銷售之地點非常同意者偏好平均值最低。故受訪者認為可限制農產品銷售之地點不同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為可限制農產品銷售之地點較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.76 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售之地點之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	81	11.15	5.2498**
同意	363	12.26	
普通	100	12.48	
不同意	74	13.50	
非常不同意	6	12.17	
共計	624	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準， *=P<.05, **=P<.01.

由表4.77中可看出，受訪者認為可限制農產品銷售之時間之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制農產品銷售之時間之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為可限制農產品銷售之時間不同意者偏好平均值最高，而受訪者認為可限制農產品銷售之時間非常同意者偏好平均值最低。故受訪者認為可限制農產品銷售之時間不同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為可限制農產品銷售之時間非常同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.77 變異數分析以受訪者認為可限制農產品銷售之時間之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	43	11.09	2.4490*
同意	218	12.13	
普通	180	12.43	
不同意	161	12.73	
非常不同意	16	12.19	
共計	618	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05，**=P<.01.

由表4.78中可看出，受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西非常不同意者偏好平均值最高，而受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西非常同意者偏好平均值最低。故受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西不同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為可限制只能直接銷售農

產品不可販賣熟食或其它東西非常同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.78 變異數分析以受訪者認為可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	58	10.43	6.9472**
同意	149	12.23	
普通	158	12.27	
不同意	189	12.91	
非常不同意	18	12.44	
共計	572	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.79中可看出，受訪者認為本地生產多少之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為本地生產多少之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.79 變異數分析以受訪者認為本地生產之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常多	64	12.91	NS
多	302	12.57	
普通	164	11.91	
少	78	11.85	
非常少	7	11.14	
共計	615	12.32	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.80中可看出，受訪者認為外地運來多少之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為外地運來多少之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.80 變異數分析以受訪者認為外地運來之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常多	22	12.50	NS
多	150	12.03	
普通	221	12.21	
少	201	12.68	
非常少	13	12.23	
共計	607	12.33	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.81中可看出，受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃非常同意者偏好平均值最高，而受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃非常不同意者偏好平均值最低。故受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃較同意者，較偏好消費山產性質之活動；受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃較不同意者，較不偏好消費山產性質之活動。

表4.81 變異數分析以受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	19	13.47	4.7061**
同意	192	12.64	
普通	134	12.63	
不同意	207	12.09	
非常不同意	75	11.01	
共計	627	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.82中可看出，受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.82 變異數分析以受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常同意	87	11.46	NS
同意	195	12.17	
普通	196	12.60	
不同意	133	12.48	
非常不同意	13	13.31	
共計	624	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.83中可看出，受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.83 變異數分析以受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
知道	322	12.22	NS
不知道	308	12.30	
共計	630	12.26	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.84中可看出，受訪者認為遊客中心工作人員服務品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為工作人員服務品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.84 變異數分析以受訪者認為遊客中心工作人員服務品質之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常好	3	12.00	NS
好	53	13.06	
普通	196	12.20	
不好	30	12.20	
非常不好	4	12.50	
共計	286	12.36	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.85中可看出，受訪者認為遊客中心銷售品之品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為銷售品之品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.85 變異數分析以受訪者認為遊客中心銷售品之品質之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常好	1	15.00	NS
好	55	13.51	
普通	176	12.08	
不好	48	12.10	
非常不好	6	11.33	
共計	286	12.35	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.86中可看出，受訪者認為遊客中心環境設施品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為環境設施品質之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.86 變異數分析以受訪者認為遊客中心環境設施品質之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常好	5	12.20	NS
好	103	12.79	
普通	142	12.28	
不好	31	11.68	
非常不好	5	9.80	
共計	286	12.35	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.87中可看出，受訪者認為遊客中心銷售項目種類之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者認為銷售項目種類之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.87 變異數分析以受訪者認為遊客中心銷售項目種類之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
非常好	2	14.50	NS
好	35	13.37	
普通	152	12.21	
不好	83	12.41	
非常不好	8	11.25	
共計	280	12.40	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.88中可看出，受訪者的性別之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者的性別之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.88 變異數分析以受訪者的性別之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
女生	248	12.09	NS
男生	383	12.43	
共計	631	12.30	

^aNS=未達 .05顯著水準， *= $P<.05$, **= $P<.01$.

由表4.89中可看出，受訪者的最高學歷之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者的最高學歷之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.89 變異數分析以受訪者的最高學歷之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
自學	3	13.33	NS
小學	17	12.76	
國(初)中	32	12.38	
高中	165	12.50	
大學及專科	379	12.17	
研究所	35	11.97	
共計	631	12.28	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.90中可看出，受訪者目前居住地之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性未達顯著水準，無法結論受訪者目前居住地之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

表4.90 變異數分析以受訪者目前居住地之項目比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
台北縣市	596	12.27	NS
其它縣市	39	12.51	
共計	635	12.29	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.91中可看出，不同地區之受訪者與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間之相關性達顯著水準，可結論不同基地之受訪者與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。

竹子湖地區之受訪者偏好平均值最高，而龍鳳谷地區之受訪者偏好平均值最低。顯示竹子湖地區之受訪者較偏好消費山產性活動。

表4.91 變異數分析以不同地區之受訪者比較其視消費山產為較重要活動之偏好程度

	樣本數	偏好平均值	F 值 ^a
馬槽地區	118	26.71	11.4741**
龍鳳谷地區	230	25.52	
竹子湖地區	270	26.97	
共計	618	26.38	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.92中可看出，不同地區之受訪者與其認為直接在農地上銷售之認知程度間之相關性未達顯著水準，無法結論不同基地之受訪者與認為直接在農地上銷售之認知程度間有關。

表4.92 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為直接在農地上銷售之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 ^a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
最合適	23	49	69	141	5.52112 NS
合適	66	117	128	311	
普通	30	44	56	130	
不合適	12	32	31	75	
最不合適	1	3	2	6	
合計	132	245	286	663	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.93中可看出，不同地區之受訪者與其認為煮熟後現吃較好之認知程度間之相關性未達顯著水準，無法結論不同基地之受訪者與認為煮熟後現吃較好之認知程度間有關。

表4.93 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為煮熟後現吃較好之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 ^a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
最合適	21	39	45	105	9.02349 NS
合適	70	94	121	285	
普通	29	73	82	184	
不合適	12	36	32	80	
最不合適	1	3	3	7	
合計	133	245	283	661	

^aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.94中可看出，不同地區之受訪者與其認為在特定地區檢驗合格後再賣之認知程度間之相關性達顯著水準，可結論不同基地之受訪者與認為在特定地區檢驗合格後再賣之認知程度間有關。

馬槽地區之受訪者最傾向於在特定地區檢驗合格後再賣。

表4.94 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為在特定地區檢驗合格後再賣之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
最合適	39	132	90	261	47.00493**
合適	61	77	101	239	
普通	22	26	59	107	
不合適	5	8	30	43	
最不合適	2	4	3	9	
合計	129	247	283	659	

aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05，**=P<.01。

由表4.95中可看出，不同地區之受訪者與其認為應取締,因不符合國家公園經營目標之認知程度間之相關性達顯著水準，可結論不同基地之受訪者與認為應取締,因不符合國家公園經營目標之認知程度間有關。

龍鳳谷地區之受訪者最不傾向於認為應取締,因不符合國家公園經營目標。

表4.95 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應取締,因不符合國家公園經營目標之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
非常同意	8	36	20	64	55.48062**
同意	33	98	64	195	
普通	44	63	93	200	
不同意	46	42	109	197	
非常不同意	6	6	2	14	
合計	137	245	288	670	

aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05，**=P<.01。

由表4.96中可看出，不同地區之受訪者與其認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之認知程度間之相關性達顯著水準，可結論

不同基地之受訪者與認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之認知程度間有關。

馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均傾向於認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量。

表4.96 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
非常同意	24	75	82	181	18.90832*
同意	91	144	170	405	
普通	16	18	29	63	
不同意	10	6	13	29	
非常不同意		3		3	
合計	141	246	294	681	

aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.97中可看出，不同地區之受訪者與其認為不應干預維持現狀之認知程度間之相關性達顯著水準，可結論不同基地之受訪者與認為不應干預維持現狀之認知程度間有關。

馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均不傾向於認為不應干預維持現狀。

表4.97 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為不應干預維持現狀之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
非常同意	5	4	5	14	22.96069**
同意	22	29	47	98	
普通	41	51	87	179	
不同意	65	131	128	324	
非常不同意	4	31	19	54	
合計	137	246	286	669	

aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

由表4.98中可看出，不同地區之受訪者與其認為應鼓勵推廣目前之方式之認知程度間之相關性達顯著水準，可結論不同基地之受訪者與認為應鼓勵推廣目前之方式之認知程度間有關。

馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均不傾向於認為應鼓勵推廣目前之方式。

表4.98 卡方檢定以不同地區之受訪者比較其認為應鼓勵推廣目前之方式之認知程度

	樣本數			合計	χ^2 a
	竹子湖地區	馬槽地區	龍鳳谷地區		
非常同意	4	8	7	19	29.53061**
同意	25	38	56	119	
普通	45	53	83	181	
不同意	59	110	126	295	
非常不同意	3	36	14	53	
合計	136	245	286	667	

aNS=未達 .05顯著水準，*=P<.05, **=P<.01.

4-3 分析結果摘要

- ☉ 遊客認為較重要活動之偏好程度由高到低依次為：自然探勝⇨爬山健行⇨開車兜風⇨吃炒青菜⇨洗溫泉⇨野餐（自備飲食）⇨吃山產⇨吃路邊攤販的食品⇨泡茶⇨買陽明山山上的農產品，非消費山產性活動如：一)自然探勝，二)爬山健行，三)開車兜風，五)洗溫泉，六)野餐（自備飲食），等為所列之活動中遊客認為較重要之活動；而消費山產性活動如七)吃山產，八)吃路邊攤販的食品，九)泡茶，十)買陽明山山上的農產品，則為所列之活動中遊客認為較不重要之活動，消費山產性活動中只有四)吃炒青菜較為重要。並且十)買陽明山山上的農產品為所列之活動中遊客認為最不重要之活動
- ☉ 受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點由高到低依次為：有地方特色⇨方便飲食⇨有熱鬧氣氛⇨好吃；有地方特色為所列之項目中遊客認為較同意之目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點。
- ☉ 受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的缺點由高到低依次為：造成交通問題⇨造成不良景觀⇨造成環境污染⇨

與國家公園之意義不符合破壞形象；造成交通問題為所列之項目中遊客認為較同意之目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的缺點。

- 遊客認為較合適之銷售方式由高到低依次為：在特定地區檢驗合格後再賣⇨直接在農地上銷售⇨煮熟後現吃較好；在特定地區檢驗合格後再賣為所列之方式中遊客認為最合適之銷售方式。
- 認為銷售之農產品為本地生產較多之受訪者較多。認為如果銷售之農產品為外地運來是真的，他將不願食用或購買之受訪者較多。
- 受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作由高到低依次為：應選擇示範地區輔導銷售並限制數量⇨應取締，因不符合國家公園經營目標⇨不應干預維持現狀⇨應鼓勵推廣目前之方式；應選擇示範地區輔導銷售並限制數量為所列之項目中受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作，其次則認為應取締，因不符合國家公園經營目標。
- 受訪者認為較可接受的管理方式由高到低依次為：可限制銷售地點之停車地方⇨可限制農產品銷售之地點⇨可限制銷售地點之停車時間⇨可限制銷售地點之停車位數⇨可限制農產品銷售之項目⇨可限制農產品銷售之時間⇨可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西；可限制銷售地點之停車地方為所列之項目中受訪者認為較可接受的管理方式，其次則認為可限制農產品銷售之地點。
- 大部份受訪者對國家公園的遊客中心的工作人員服務品質及銷售品之品質沒有意見。
- 認為國家公園的遊客中心的環境設施品質較好的受訪者較認為好的多。
- 認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類較不好的受訪者較認為好的多。
- 知道小油坑遊憩區有販賣餐飲者之受訪者較不知道者多。
- 知道冷水坑遊憩區有販賣餐飲者之受訪者較不知道者多。

- ㊟ 大部份受訪者對管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的工作人員服務品質，銷售品之品質，環境設施品質，及銷售項目種類均沒有意見。
- ㊟ 受訪者認為陽明山國家公園園區內之農產品較適合在園區內銷售者，較偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 無法結論受訪者認為直接在農地上銷售之項目較適合者與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 受訪者認為煮熟後現吃較好較適合者，較偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 無法結論受訪者認為在特定地區檢驗合格後再賣之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 受訪者認為方便飲食，好吃，有地方特色較同意者，較偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 受訪者認為造成環境污染，國家公園之意義不符合破壞形象，造成不良景觀較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 受訪者認為造成交通問題較同意者，較不偏好消費山產性質之活動，惟仍有許多同意認為造成交通問題者偏好消費山產性質活動之受訪者偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 受訪者認為應取締，因不符合國家公園經營目的較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 無法結論受訪者認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 受訪者認為不應干預維持現狀之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為不應干預維持現狀之項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。
- ㊟ 受訪者認為應鼓勵推廣目前之方式同意者，較偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 受訪者認為可限制銷售地點之停車時間之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可限

制銷售地點之停車時間的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。

- ㊟ 受訪者認為可限制銷售地點之停車地方之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可限制銷售地點之停車地方的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。
- ㊟ 受訪者認為可限制銷售地點之停車位數之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。然而再深入探討受訪者認為可限制銷售地點之停車位數的同不同意等項目間之方向性時則發現項目間無明顯之一致方向。
- ㊟ 受訪者認為可限制農產品銷售項目，銷售之地點，銷售之時間，只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西較同意者，較不偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 無法結論受訪者認為本地生產多少及外地運來多少之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 受訪者認為沒關係，只要產品新鮮東西好吃較同意者，較偏好消費山產性質之活動。
- ㊟ 無法結論受訪者認為如果是真的，他將不願食用或購買之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 無法結論受訪者是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 無法結論受訪者認為工作人員服務品質，銷售品之品質，環境設施品質之項目，銷售項目種類與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 無法結論受訪者的性別，最高學歷，目前居住地之項目與其視消費山產為較重要活動之偏好程度間有關。
- ㊟ 大部份遊客由台北方向前來陽明山國家公園遊玩，由台北方向回家。
- ㊟ 與受訪者同行而來的遊伴主要是家人及朋友，同事及親戚較少。
- ㊟ 受訪者以男性居多，大學及專科最多佔，其次為高中。

- ➡ 受訪者以台北市之居住者，20~40歲居多。
- ➡ 竹子湖地區之受訪者較偏好消費山產性活動。
- ➡ 無法結論不同基地之受訪者與認為直接在農地上銷售之認知程度間有關。
- ➡ 無法結論不同基地之受訪者與認為煮熟後現吃較好之認知程度間有關。
- ➡ 馬槽地區之受訪者最傾向於在特定地區檢驗合格後再賣。
- ➡ 龍鳳谷地區之受訪者最不傾向於認為應取締,因不符合國家公園經營目標。
- ➡ 馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均傾向於認為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量。
- ➡ 馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均不傾向於認為不應干預維持現狀。
- ➡ 馬槽及龍鳳谷地區之受訪者均不傾向於認為應鼓勵推廣目前之方式。

五.農民與銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為之分析

5-1 農民對園區內農產品或攤販銷售行為之分析

本實證調查由北投區農會所提供之農民名冊進行調查訪問，因農民之居住地點分散，故以問卷郵寄及電話雙管齊下的方式訪問，調查期間為83年3月中旬起至4月中旬為止，共計約一個月的時間，共回收有效問卷110份。調查對象包括國家公園範圍內湖山里、泉源里、中和里之農民及數位北投區農會理監事及代表。問卷所得之初步結果及次數分配表如下：

5-1-1 農民對園內部分農戶設攤或設店從事農產品之販售的看法

1. 同意這是農產品銷售的一個好出路者

由下表可見，雖然受訪者並非銷售者，但同意這是農產品銷售的一個好出路者佔絕大多數(96.4%)，而完全無不同意者。

表5-1 農民認為是農產品銷售的一個好出路者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	0	0.0
普通	4	3.6
同意	51	46.4
很同意	55	50.0
共計	110	100.0

2. 同意值得進一步發展者

此項與上一問題互相呼應，絕大部分農民認為應該要進一步的發展。

表5-2 農民認為值得進一步發展者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	0	0.0
普通	4	3.6
同意	48	43.6
很同意	58	52.7
共計	110	100.0

3. 認為其造成了嚴重塞車問題者

雖然假日塞車問題造成陽管處的極大困擾，但可能受訪農民居住地點較為分散之故，不同意塞車問題嚴重者佔的比例(40.0%)多於認為嚴重者(22.8%)，也或許因欲進一步的發展，故對於反面的說明較持反對的態度。

表5-3 農民認為其造成了嚴重塞車問題者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	7	6.4
不同意	37	33.6
普通	41	37.3
同意	16	17.3
很同意	9	5.5
共計	110	100.0

4. 認為其製造了環境髒亂者

農民不同意銷售農產品之販售者製造了環境髒亂的比例(38.1%)仍大於同意者(16.3%)。

表5-4 農民認為其製造了環境髒亂者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	5	4.5
不同意	37	33.6
普通	50	45.5
同意	13	11.8
很同意	5	4.5
共計	109	100.0

5-1-2 農民期望陽管處對園內銷售農產品之農友採取的管理措施

1. 同意完全不准在園內銷售農產品者

基於認為園內銷售農產品是一個好出路的前題下，有97.2%的農民不同意完全不准在園內銷售農產品。

表5-5 農民同意完全不准在園內銷售農產品者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	59	53.6
不同意	48	43.6
普通	2	1.8
同意	1	0.9
很同意	0	0.0
共計	110	100.0

2. 同意對違法的銷售行為嚴加取締者

本題持同意與不同意的人數差不多，可能是因為嚴加取締的方式較為強烈，不是一般農民所習慣接受的方式。

表5-6 農民同意對違法的銷售行為嚴加取締者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	10	9.2
不同意	26	23.9
普通	38	34.9
同意	25	22.9
很同意	10	9.2
共計	109	100.0

3. 同意應輔導農產品之園內銷售

贊同輔導農產品之園內銷售者佔92.7%，顯然可見農民要求銷售管道的強烈意圖。

表5-7 農民同意應輔導農產品之園內銷售者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	0.9
不同意	0	0.0
普通	7	6.4
同意	57	51.8
很同意	45	40.9
共計	110	100.0

4. 同意陽管處完全不管者

雖然不贊同者佔半數以上(51.8%)，同意者亦有8.1%，但大致來說，農民仍是趨向於由陽管處來輔導的情況。

表5-8 農民同意陽管處完全不管者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	13	11.8
不同意	44	40.0
普通	44	40.0
同意	4	3.6
很同意	5	4.5
共計	109	100.0

5-1-3 農民認為目前最需要改善的事情

1. 同意提供集中銷售場地之必要性者

同意者佔85.3%，可知農民對銷售場地需求的迫切性。

表5-9 農民同意提供集中銷售場地必要性者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	4	3.7
不同意	5	4.6
普通	7	6.4
同意	48	44.0
很同意	45	41.3
共計	109	100.0

2. 同意維持環境整潔之必要性者

認為現階段維持環境整潔必要者佔61.5%，不同意者則僅佔3.7%。

表5-10 農民同意維持環境整潔必要性者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	4	3.7
普通	38	34.9
同意	45	41.3
很同意	22	20.2
共計	109	100.0

3. 同意建立陽明山地區農產品特色之建立者

同意者佔77.1%，不同意者佔2.8%。

表5-11 農民同意建立陽明山地區農產品特色者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	2	1.8
普通	23	21.1
同意	38	34.9
很同意	46	42.2
共計	109	100.0

4. 同意改善停車問題者

同意者佔56.9%，不同意僅佔0.3%。

表5-12 農民同意改善停車問題者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	9	0.3
普通	38	34.9
同意	34	31.2
很同意	28	25.7
共計	109	100.0

5. 同意改善銷售地點之外觀者

同意者佔61.5%，不同意者佔1.8%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。

表5-13 農民同意改善銷售地點外觀者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	2	1.8
普通	41	37.6
同意	41	37.6
很同意	25	22.9
共計	109	100.0

6. 同意加強宣傳及包裝等者

認為宣傳與包裝重要者佔66.0%，不同意者則佔6.4%，農民們亦能體會到宣傳與包裝的重要性。

表5-14 農民同意加強宣傳及包裝等者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	0.9
不同意	6	5.5
普通	30	27.5
同意	47	43.1
很同意	25	22.9
共計	109	100.0

5-1-4 農民對在園內賣東西之外來攤販的管理意見

1. 同意由陽管處嚴加取締，不准進入者

同意者佔68%，不同意者佔12%，農民認為維護園區內之權益是很重要的事。

表5-15 農民同意由陽管處嚴加取締，不准進入者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	5	5.0
不同意	7	7.0
普通	20	20.0
同意	34	34.0
很同意	34	34.0
共計	100	100.0

2. 同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入所協定之管理辦法中者

同意者佔49%，不同意者佔27%，此種較妥協的方式，農民同意程度較低。

表5-16 農民同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入所協定之管理辦法中者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	9	9.0
不同意	18	18.0
普通	24	24.0
同意	37	37.0
很同意	12	12.0
共計	109	100.0

3. 同意不需任何管制者

贊成者僅佔5%，高達77%的人不同意不需任何管制。

表5-17 農民同意不需任何管制者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	25	25.0
不同意	52	52.0
普通	18	18.0
同意	3	3.0
很同意	2	2.0
共計	109	100.0

5-1-5 陽管處成立市集時，農民參加的意願

想參加的人高達83.6%，顯然其急切需求一個良好的銷售管道。

表5-18 陽管處成立市集時，農民參加意願之次數表

	樣本數	百分比
想	92	83.6
不想	18	16.4
共計	110	100.0

農民若願意在園內從事農產品銷售的原因綜合重要性如下：

1. 同意因利潤較佳者

同意因利潤較高者佔59.2%，意見中立者佔32%，不同意者佔8.7%。

表5-19 農民同意因利潤較佳者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	9	8.7
普通	33	32.0
同意	44	42.7
很同意	17	16.5
共計	103	100.0

2. 同意因有剩餘人力者

同意者佔41.4%，意見中立者佔大多數51%，不同意者佔7.7%，顯然其是一個有利的因素，但並非決定性者。

表5-20 農民同意因有剩餘人力者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	8	7.7
普通	53	51.0
同意	34	32.7
很同意	9	8.7
共計	104	100.0

3. 同意將因所在地點合適者

本項贊成者高達76.7%，意見中立者亦佔19.4%，不同意者僅3.9%，表示地點將是販售行為的一項重要因素，許多人有意願但未曾從事銷售行為，即因地點並不合適，由此也可看出其對一集中銷售地點需求的急切性。

表5-21 農民將因所在地點合適者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0.0
不同意	4	3.9
普通	20	19.4
同意	48	46.6
很同意	31	30.1
共計	103	100.0

4. 同意只是想嚐試看看者

本項同意者佔32.1%，意見中立者佔大多數44.7%，故此亦不是一個重要的因素。

表5-22 農民同意只是想嚐試看看者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	6	5.8
不同意	17	16.5
普通	46	44.7
同意	30	29.1
很同意	4	3.9
共計	103	100.0

5-1-6 農民若不願意在園內從事農產品銷售的原因

因大部分農民願意在園內從事農產品之銷售，故本題回答人數較少，歸納其原因，可知因欲從事市民農園者(53.8%)>因沒有腹地者(46.2%)>欲從事觀光果園者(43.6%)>因利潤無法預期者(32.5%)>因人力不足者(30.1%)>因交通不便者(30%)>因工作辛苦者(15%)，由此排序可知：農民所重視的仍是銷售管道(如市民農園或觀光果園)，或是因場地無法解決，方不願在園內從事農產品之銷售。

1. 同意是因為人力不足的關係

表5-23 農民同意是因為人力不足的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	2.4
不同意	20	48.8
普通	8	19.5
同意	9	22.8
很同意	3	7.3
共計	41	100.0

2. 同意是因為工作太辛苦的關係

表5-24 農民同意是因為工作太辛苦的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	2	5.0
不同意	17	42.5
普通	15	37.5
同意	6	15.0
很同意	0	
共計	40	100.0

3. 同意是因為利潤無法預期的關係

表5-25 農民同意是因為利潤無法預期的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	9	22.5
普通	18	45.0
同意	12	30.0
很同意	1	2.5
共計	40	100.0

4. 同意是因為交通不便的關係

表5-26 農民同意是因為交通不便的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	2.4
不同意	15	36.6
普通	12	29.3
同意	11	26.8
很同意	2	4.9
共計	41	100.0

5. 同意是因為沒有腹地的關係

表5-27 樣本數同意是因為沒有腹地的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	2.6
不同意	13	33.3
普通	7	17.9
同意	17	43.6
很同意	1	2.6
共計	41	100.0

6. 同意是因為想從事觀光果園類的關係

表5-28 農民同意是因為想從事觀光果園類的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	2.6
不同意	13	33.3
普通	8	20.5
同意	15	38.5
很同意	2	5.1
共計	40	100.0

7. 同意是因為想從事市民農園類的關係

表5-29 農民同意是因為想從事市民農園類的關係之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	2.6
不同意	6	15.4
普通	11	28.2
同意	16	41.0
很同意	5	12.8
共計	40	100.0

5-1-7 農民所知的銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之處理方式

1. 認為其不管，而由陽管處來處理者

不同意者佔73.9%，顯然農民認為銷售者應大多數有負起清理垃圾的責任。

表5-30 農民認為其不管，而由陽管處來處理者之次數表

	樣本數	百分比
無	44	42.7
佔小部分	32	31.1
中等	18	17.5
佔大部分	7	6.8
全部	2	1.9
共計	103	100.0

2. 認為其會提供大垃圾桶，並隨時加以清理者

同意者佔60%，意見中立者佔30%，這是大多數的農民認為銷售者的處理方式。

表5-31 農民認為其會提供大垃圾桶，並隨時加以清理者之次數表

	樣本數	百分比
無	1	1.0
佔小部分	9	8.6
中等	32	30.5
佔大部分	38	36.2
全部	25	23.8
共計	103	100.0

3. 認為其待遊客離開後，最後再總整理者

同意本項者，僅佔30.1%，與銷售者問卷所得之結果有所不同，可能是因為農民認為上一項之處理方式較為合理，但實際狀況卻是最後總整理較為易行。

表5-32 農民認為其待遊客離開後，最後再總整理者之次數表

	樣本數	百分比
無	18	17.5
佔小部分	24	23.3
中等	30	29.1
佔大部分	15	14.6
全部	16	15.5
共計	103	100.0

5-1-8 至陽明山購買農產品或吃炒青菜的遊客對農民的影響

綜合以下意見看來，各種情況對農民的影響均不明顯，故基本上遊客未對農民帶來太大的困擾。

1. 認為會造成交通不便之影響者

表5-33 農民認為會造成交通不便之影響者之次數表

	樣本數	百分比
沒有影響	46	42.2
有點影響	50	45.9
很有影響	13	11.9
共計	109	100.0

2. 認為會造成環境髒亂之影響者

表5-34 農民認為會造成環境髒亂之影響者之次數表

	樣本數	百分比
沒有影響	42	38.5
有點影響	55	50.5
很有影響	12	11.0
共計	109	100.0

3. 認為會造成侵入私人用地，並造成破壞環境之影響者

表5-35 農民認為會造成侵入私人用地，並造成破壞環境之影響者之次數表

	樣本數	百分比
沒有影響	49	45.0
有點影響	44	40.4
很有影響	16	14.7
共計	109	100.0

4. 認為會有偷取農產品之影響者

表5-36 農民認為會有偷取農產品之影響者之次數表

	樣本數	百分比
沒有影響	51	46.4
有點影響	44	40.0
很有影響	14	12.7
共計	109	100.0

5-1-9 農民認為能夠改善以上所提問題作法之優先順序

由農民所贊成的改善方式，第一優先為成立市集、次之為示範戶，第三為維持現況、接受輔導，最後方為成立自治會，由此可見，農民們依賴輔導的意圖相當明顯。

1. 贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集者

表5-37 農民贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集者之次數表

贊成順序	樣本數	百分比
第一	56	51.9
第二	20	18.5
第三	9	8.3
第四	23	21.3
共計	108	100.0

2. 贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者

表5-38 農民贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者之次數表

贊成順序	樣本數	百分比
第一	20	18.7
第二	30	28.0
第三	35	32.7
第四	22	20.6
共計	107	100.0

3. 贊成由販售者成立自治會，自行管理者

表5-39 農民贊成由販售者成立自治會，自行管理者之次數表

贊成順序	樣本數	百分比
第一	18	16.7
第二	23	21.3
第三	32	29.6
第四	35	32.4
共計	108	100.0

4. 贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者

表5-40 農民贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者之次數表

贊成順序	樣本數	百分比
第一	37	25.0
第二	39	36.1
第三	23	21.3
第四	19	17.6
共計	108	100.0

5-1-10 受訪農民目前所生產作物的種類

表5-41 受訪農民目前所生產作物的種類之次數表

	樣本數	百分比
果樹	10	9.1
蔬菜	31	28.2
花卉	22	20.0
其他(綜合)	46	41.8
無	1	0.9
共計	110	100.0

5-1-10 受訪農民之平均年齡

台灣農民之平均年齡有老化的趨向，陽明山國家公園內也不例外，受訪者年齡約在55歲左右。

表5-42 受訪者年齡之分配情形

平均值	54.99
標準差	1.08
最小值	25.00
最大值	74
有效樣本數	109
未作答數	1

5-2 現有銷售者之調查與分析

對銷售狀況、改善意願以及與遊客及環境之間互動意見調查與分析，本實證調查由現有於竹仔湖、馬槽及龍鳳谷之銷售者間抽樣調查以現場訪問的方式進行，共得有效問卷22份，調查期間為83年3月下旬至5月上旬為止。以下為問卷分析之初步結果與樣本數：

5-2-1 銷售者對目前銷售地點狀況的看法

1. 認為所在位置適宜者

除了三位受訪戶(14%)表示不滿意外，有54%的銷售者表示滿意，32%表示普通，顯示大部分的受訪戶仍認為其在位置適宜。

表5-43 銷售者認為所在位置適宜者之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	1	5.0
不滿意	2	9.0
普通	7	32
滿意	4	18
很滿意	8	36
共計	22	100

2. 銷售者對腹地大小是否足夠的看法

不滿意者佔32%，滿意者佔41%，普通者佔27%，若與其所在位置配合看來，竹仔湖地區現有地大者大致上是滿意的，而原本腹地小者則較不滿意，馬槽及龍鳳谷地區則大致上表示普通。

表5-44 銷售者對腹地大小是否足夠的看法之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	0	0
不滿意	7	32
普通	6	27
滿意	6	27
很滿意	3	14
共計	22	100

3. 對交通情形是否順暢的看法

由於其銷售地點大都位於交通要道，故除了易造成塞車路段者外，大都表示滿意(45%)或普通27%)，但不滿意者亦佔有28%。

表5-45 銷售者對交通情形是否順暢的看法之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	1	5
不滿意	5	23
普通	6	27
滿意	10	45
很滿意	0	0
共計	22	100

4. 銷售者對停車問題是否便利的看法

停車問題不滿意者(37%)與滿意者(37%)相當，但顯然是較以上幾個問題來得嚴重。

表5-46 銷售者對停車問題是否便利的看法之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	3	14
不滿意	5	23
普通	6	27
滿意	7	32
很滿意	1	5
共計	22	100

5-2-2 銷售者對以下改善現況之方式所能接受的程度

1. 贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集者

贊成者佔67%，不贊成者則佔了28%，雖然贊成者已佔三分之二，但較之農民部分贊成者為85.3%稍低，可能這對原有銷售者而言，只是多增加一個銷售管道而已

表5-47 銷售者贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集者之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	0	0
不滿意	5	28
普通	1	6
滿意	7	39
很滿意	5	28
共計	18	100

2. 贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者

贊成接受輔導者(68%)與意見中立者(26%)佔絕大多數，顯示大多數人可同意這樣的作法。

表5-48 銷售者贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	0	0
不滿意	1	5
普通	5	26
滿意	8	42
很滿意	5	26
共計	19	100

3. 贊成由販售者成立自治會，自行管理者

雖然此項贊成者(60%)與意見中立者(35%)仍佔絕大多數，但較之由陽管處來輔導者，比例仍較低。

表5-49 銷售者贊成由販售者成立自治會，自行管理者之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	0	0
不滿意	1	5
普通	7	35
滿意	6	30
很滿意	6	30
共計	20	100

4. 贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者

本項因較具體，故支持者高達80%，意見中立者亦佔15%，顯示本項作法相當可行。

表5-50 銷售者贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者之次數表

	樣本數	百分比
很不滿意	0	0
不滿意	1	5
普通	3	15
滿意	8	40
很滿意	8	40
共計	20	100

5-2-3 銷售者認為理想市集的地點：

本項問題與地域性之關係完全一致，即原於竹仔湖地區的銷售者，即認為竹仔湖第一包裝場理想，馬槽地區者認為馬槽後山理想，龍鳳谷之銷售者則認為第一公墓出口處為一理想之地區。

5-2-4 銷售者現所銷售之農產品的來源

綜合以下之統計可歸納出：土雞類由外地採購經放養再銷售者較多，自行飼養或由外地採購直接銷售者次之，但有業者指出，夏季飼養土雞易造成環境之不潔，至於果蔬部分由大多數由農民自行生產，僅有少數是向其他農民採購或至市場購買者。

(一)土雞類

表5-51 銷售者由外地採購土雞直接銷售者之次數表

	樣本數	百分比
無	11	65
佔小部分	2	12
中等	0	0
佔大部分	3	18
全部	1	6
共計	17	100

表5-52 銷售者由外地採購土雞經放養再銷售者之次數表

	樣本數	百分比
無	11	61
佔小部分	0	0
中等	1	6
佔大部分	4	22
全部	2	11
共計	18	100

表5-53 銷售者自行飼養土雞者之次數表

	樣本數	百分比
無	9	47
佔小部分	6	32
中等	0	0
佔大部分	2	11
全部	2	11
共計	19	100

(二)果疏部分

表5-54 銷售者向其他農民採購果疏者之次數表

	樣本數	百分比
無	6	38
佔小部分	6	38
中等	1	6
佔大部分	1	6
全部	2	13
共計	16	100

表5-55 銷售者至市場採購果蔬者之次數表

	樣本數	百分比
無	10	53
佔小部分	7	37
中等	1	5
佔大部分	1	5
全部	0	0
共計	19	100

表5-56 銷售者自行生產果蔬者之次數表

	樣本數	百分比
無	2	10
佔小部分	2	10
中等	2	10
佔大部分	9	45
全部	5	25
共計	20	100

5-2-5 銷售者若有自行生產之農產品者，除了自行銷售或消耗者外，—其餘之處理方式

其自行銷售的情況良好，大多數(70%)沒有剩餘，有剩餘者除了售予販運商或直銷至超者外，亦有運至果菜市場者。

1. 沒有剩餘者

表5-57 銷售自行生產之農產品而沒有剩餘者之次數表

	樣本數	百分比
無	2	15
佔小部分	2	15
中等	0	0
佔大部分	3	23
全部	6	46
共計	13	100

2. 售予販運商者

表5-58 銷售自行生產之農產品，且將剩餘者售予販運商之次數表

	樣本數	百分比
無	7	37
佔小部分	5	26
中等	2	11
佔大部分	4	21
全部	1	5
共計	19	100

3. 直銷至超市者

表5-59 銷售自行生產之農產品，且將剩餘者直銷至超市之次數表

	樣本數	百分比
無	10	83
佔小部分	1	8
中等	1	8
佔大部分	0	0
全部	0	0
共計	12	100

5-2-6 銷售者平均從事直接販售行為的時間

表5-60 銷售者平均從事直接販售行為的時間

平均值	4.95(年)
最小值	0.5
最大值	40
有效樣本數	20
未作答數	2

5-2-7 銷售者在從事直接販售之前，所從事農業之情況

原以純農業生產(59%)或以農業為主(27%)者佔了絕大多數，顯示銷售者背景的一致性，是發展有特色休閒農業的一個利點

表5-61 銷售者在從事直接販售之前，所從事農業情況之次數表

	樣本數	百分比
純農業生產	13	59
以農業為主，並從事其他副業	6	27
以其他職業為主，以農業為輔	2	9
不從事農業生產	1	5
共計	22	100

5-2-8 銷售者從事銷售之後之收入情況

對於收入狀況保守的農民而言，有77%承認略有增加甚至令人滿意，再結合其願意繼續經營的意願(100%)，顯示從事銷售的確有利可圖。

表5-62 銷售者從事銷售之後收入情況之次數表

	樣本數	百分比
並無增加者	5	23
略有增加者	13	59
增加量令人滿意者	3	14
增加量令人非常滿意者	1	5

5-2-9 銷售者對銷售產品過程中所製造垃圾之處理方式

百分之九十六的受訪者以打包至垃圾集中處處理，丟棄或自行掩埋者僅一兩戶，自行掩埋或燒掉者亦有一戶。

1. 打包至垃圾集中處

表5-63 銷售者打包至垃圾集中處之次數表

	樣本數	百分比
無	0	0
佔小部分	1	5
中等	0	0
佔大部分	5	23
全部	16	73
共計	22	100

2. 丟棄至附近較隱蔽的山凹或樹叢中

表5-64 銷售者將垃圾丟棄至附近較隱蔽的山凹或樹叢中之次數表

	樣本數	百分比
無	15	88
佔小部分	0	0
中等	0	0
佔大部分	2	12
全部	0	0
共計	17	100

3. 自行掩埋或燒掉

表5-65 銷售者自行掩埋或燒掉之次數表

	樣本數	百分比
無	15	88
佔小部分	1	6
中等	0	0
佔大部分	1	6
全部	0	0
共計	17	100

5-2-10 銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之處理方式

銷售者以待遊客離開後再行清理的比例最高，其次為提供大垃圾桶，並隨時加以清理者，不管的人只有一位。較之其他農民對他們的瞭解有所不同，農民認為提供大垃圾桶者占大多數。

1. 不管，而由陽管處來處理者

表5-66 銷售者認為其不管，而由陽管處來處理者

	樣本數	百分比
無	10	91
佔小部分	0	0
中等	0	0
佔大部分	1	9
全部	0	0
共計	11	100

二. 提供大垃圾桶，並隨時加以清理者

表5-67 銷售者提供大垃圾桶，並隨時加以清理者之次數表

	樣本數	百分比
無	7	54
佔小部分	1	8
中等	0	0
佔大部分	2	15
全部	3	23
共計	13	100

表5-68 銷售者待遊客離開後，最後再總整理者之次數表

	樣本數	百分比
無	2	10
佔小部分	2.10	
中等	1	5
佔大部分	9	43
全部	7	33
共計	21	100

5-2-11 銷售者期待遊客在消費行為上之配合行動

期待或很期待遊客不要亂丟垃圾的比例高達95%，而不要亂停車的比例是73%，對停留時間不要過長的比例僅有25%，顯然遊客的公德心在農民眼中，是相當不足的。

1. 不要亂停車

表5-69 銷售者期待遊客不要亂停車者之次數表

	樣本數	百分比
不期待	2	11
有點期待	1	6
普通	2	11
期待	3	17
很期待	10	56
共計	18	100

2. 停留時間不要過長

表5-70 銷售者期待遊客停留時間不要過長之次數表

	樣本數	百分比
不期待	3	23
有點期待	1	2
普通	6	46
期待	1	2
很期待	3	23
共計	13	100

3. 不要亂丟垃圾

表5-71 銷售者期待遊客不要亂丟垃圾之次數表

	樣本數	百分比
不期待	1	5
有點期待	0	0
普通	0	0
期待	5	24
很期待	15	71
共計	21	100

5-2-12 銷售者期望陽管處對園內銷售農產品之農友採取的管理措施

1. 同意完全不准在園內銷售農產品者有97.2%的農民不同意完全不准在園內銷售農產品，銷售者則是100%不同意此項作法。

表5-72 銷售者同意完全不准在園內銷售農產品者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	15	79
不同意	3	21
普通	0	0
同意	0	0
很同意	0	0
共計	19	100

2. 同意對違法的銷售行為嚴加取締

農民持同意與不同意的人數差不多，銷售者則不同意者(33%)較同意者(20%)為高。

表5-73 銷售者同意對違法的銷售行為嚴加取締之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	2	11
不同意	4	22
普通	10	56
同意	2	22.9
很同意	0	11
共計	18	100

3. 同意應輔導農產品之園內銷售

雖然受訪戶早就開始從事園內銷售行為，但贊同輔導農產品之園內銷售者仍佔90%，顯然可見銷售者重視之程度。

表5-74 銷售者同意應輔導農產品之園內銷售之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	0	0
普通	2	11
同意	11	58
很同意	6	32
共計	19	100

4. 同意陽管處完全不管者

可能由於銷售者對目前的狀況大致上滿意，故同意陽管處完全不管者佔47%，意見中立者亦佔41%，不同意者僅有12%，或者亦因對陽管處將採取之管理方式之未可預測性，故情願陽管處不管。

表5-75 銷售者同意陽管處完全不管者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	2	12
普通	7	41
同意	3	18
很同意	5	29
共計	17	100

5-2-13 銷售者認為目前最需要改善的事情

1. 同意提供集中銷售場地之必要性者

銷售者同意集中銷售場地者佔63%，農民同意者則佔85%，由於其已在營業，故集中銷售場之需求性較不急切。

表5-76 銷售者同意提供集中銷售場地必要性者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	2	11
普通	5	26
同意	7	42
很同意	4	21
共計	19	100

2. 同意維持環境整潔之必要性者

認為現階段維持環境整潔必要者佔82%，不同意者無，顯示銷售者對環境整潔要求的急切性。

表5-77 銷售者同意維持環境整潔之必要性者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	0	0
普通	4	18
同意	9	41
很同意	9	41
共計	22	100.0

3. 同意建立陽明山地區農產品特色之建立者

同意者佔78%，不同意者佔5%，建立特色有利銷售，大多數人仍有共識。

表5-78 銷售者同意建立陽明山地區農產品特色之建立者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	1	5
普通	6	29
同意	6	29
很同意	8	38
共計	21	100.0

4. 同意改善停車問題者

同意者佔71%，不同意者佔10%，停車問題仍是大部分人所關心的。

表5-79 銷售者同意改善停車問題者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	2	10
普通	4	19
同意	7	33
很同意	8	38
共計	21	100

5. 同意改善銷售地點之外觀者

同意者佔81%，不同意者佔5%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。

表5-80 銷售者同意改善銷售地點之外觀者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	1	5
普通	3	14
同意	5	24
很同意	12	57
共計	21	100

6. 同意加強宣傳及包裝等者

認為宣傳與包裝重要者佔40%，不同意者則佔25%，較之以上幾個問題。銷售者認為在現階段宣傳與包裝似乎較不那麼重要。

表5-81 銷售者同意加強宣傳及包裝等者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	5	25
普通	7	35
同意	4	20
很同意	4	20
共計	20	100

5-2-14 銷售者對於配合陽管處改善上列事項作法之意願

1. 銷售地點之遷移

不願意配合者佔53%，意見中立者32%，願意配合者只有16%，可能亦是原有地點較不佳者，故此項作法似不可行。

表5-82 銷售者願意配合銷售地點遷移之次數表

	樣本數	百分比
極不願意	2	11
不願意	7	42
普通	6	32
願意	2	11
很願意	1	5
共計	19	100

2. 清潔維持費用之分擔

貫徹銷售者對環境清潔的關心，本項願意配合者高達96%，無不願者。

表5-83 銷售者願意分擔清潔維持費用之次數表

	樣本數	百分比
極不願意	0	0
不願意	0	0
普通	1	5
願意	14	64
很願意	7	32
共計	22	100

3. 接受農產品改善輔導佈置

本項同意者亦有72%，意見中立者22%，對於能增進銷售的方式，似乎頗能令銷售者接受。

表5-84 銷售者願意接受農產品改善輔導佈置者之次數表

	樣本數	百分比
極不願意	0	0
不願意	1	6
普通	4	22
願意	9	50
很願意	4	22
共計	18	100

5-2-15 銷售者民對在園內賣東西之外來攤販的管理意見

本項問題由於對外來攤販瞭解者不多，回答人數不到一半，故僅能看出意見之大概走向，大致較偏向以協調的方式來進行，贊成取締者次之，不管者最後，此與農民的意見略有出入，農民贊成嚴加取締者佔大多數，協調者次之，僅有少數人認為可以不管。

1. 同意由陽管處嚴加取締，不准進入者

表5-85 銷售者同意由陽管處嚴加取締外來攤販，不准進入者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	11
不同意	1	11
普通	3	33
同意	1	11
很同意	3	33
共計	9	100.0

2. 同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入所協定之管理辦法中者

表5-86 銷售者同意由園區內之攤販或陽管處與外來攤販協調，納入所協定之管理辦法中者

	樣本數	百分比
很不同意	0	0
不同意	1	17.0
普通	1	17
同意	2	33.0
很同意	2	33.0
共計	6	100

3. 同意不需任何管制者

表5-87 銷售者同意外來攤販不需任何管制者之次數表

	樣本數	百分比
很不同意	1	17
不同意	1	17
普通	2	33
同意	1	17
很同意	1	17
共計	6	100.0

5-2-16 銷售從願意從事此項銷售行為之意願

銷售者除一位未作答者，餘100%願意繼續從事，顯然是一項較有利潤的農產品銷售之管道。

表5-88 銷售者願意繼續從事此項銷售行為意願之次數表

	樣本數	百分比
願意	21	100
不願意	0	0
共計	21	100.0
未作答 1		

5-2-17 受訪者年齡

訪問對象之平均年齡為49歲，較未從事銷售之農民約年輕7歲。

表5-89 受訪者年齡之分配情形

平均值	49
標準差	
最小值	36
最大值	71
有效樣本數	21
未作答數	1

5-3 農民與銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為之分析結果摘要

5-3-1 農民對園區內農產品或攤販銷售行為之分析結果摘要

- ➊ 台灣農民之平均年齡有老化的趨向，陽明山國家公園內也不例外，受訪者年齡約在55歲左右。
- ➋ 雖然受訪者並非銷售者，但同意這是農產品銷售的一個好出路者佔絕大多數(96.4%)，而完全無不同意者。
- ➌ 絕大部分農民認為應該要進一步的發展園內之銷售。
- ➍ 雖然假日塞車問題造成陽管處的極大困擾，但可能受訪農民居住地點較為分散之故，不同意塞車問題嚴重者佔的比例(40.0%)多於認為嚴重者(22.8%)。
- ➎ 農民不同意銷售農產品之販售者製造了環境髒亂的比例(38.1%)仍大於同意者(16.3%)。
- ➏ 基於認為園內銷售農產品是一個好出路的前題下，有97.2%的農民不同意完全不准在園內銷售農產品。
- ➐ 本題持同意與不同意的人數差不多，可能是因為嚴加取締的方式較為強烈，不是一般農民所習慣接受的方式。
- ➑ 贊同輔導農產品之園內銷售者佔92.7%，顯然可見農民要求銷售管道的強烈意圖。
- ➒ 雖然不贊同陽管處完全不管者佔半數以上(51.8%)，但同意者亦有8.1%，大致來說，農民仍是趨向於由陽管處來輔導的情況。

- ➡ 農民認為目前最需要改善的事情：同意提供集中銷售場地之必要性之同意者佔85.3%，可知農民對銷售場地需求的迫切性。
- ➡ 認為現階段維持環境整潔必要者佔61.5%，不同意者則僅佔3.7%。
- ➡ 同意建立陽明山地區農產品特色之建立者，其同意者佔77.1%，不同意者佔2.8%。
- ➡ 同意改善停車問題者同意者佔56.9%，不同意僅佔0.3%。
- ➡ 同意改善銷售地點之外觀者，同意者佔61.5%，不同意者佔1.8%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。
- ➡ 認為宣傳與包裝重要者佔66.0%，不同意者則佔6.4%，農民們亦能體會到宣傳與包裝的重要性。
- ➡ 農民對在園內賣東西之外來攤販同意由陽管處嚴加取締，不准進入者同意者佔68%，不同意者佔12%，農民認為維護園區內之權益是很重要的事。
- ➡ 而同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入所協定之管理辦法中者，同意者佔49%，不同意者佔27%，此種較妥協的方式，農民同意程度較低。
- ➡ 至於同意不需任何管制者，贊成者僅佔5%，高達77%的人不同意不需任何管制。
- ➡ 若陽管處成立市集，想參加的農民高達83.6%，顯然其急切需求一個良好的銷售管道。
- ➡ 農民若願意在園內從事農產品銷售的原因綜合重要性如下：同意因利潤較高者佔59.2%，意見中立者佔32%，不同意者佔8.7%。
- ➡ 同意將因有剩餘人力者，同意者佔41.4%，意見中立者佔大多數51%，不同意者佔7.7%，顯然其是一個有利的因素，但並非決定性者。
- ➡ 同意將因所在地點合適者高達76.7%，意見中立者亦佔19.4%，不同意者僅3.9%，表示地點將是販售行為的一項重要因素，許多人有意願但未曾從事銷售行為，即因地點並不合適，由此也可看出其對一集中銷售地點需求的急切性。

- ➡ 同意只是想嘗試看看者之同意者佔32.1%，意見中立者佔大多數44.7%，故此亦不是一個重要的因素。
- ➡ 農民若不願意在園內從事農產品銷售，歸納其原因，可知因欲從事市民農園者(53.8%)>因沒有腹地者(46.2%)>欲從事觀光果園者(43.6%)>因利潤無法預期者(32.5%)>因人力不足者(30.1%)>因交通不便者(30%)>因工作辛苦者(15%)，由此排序可知：農民所重視的仍是銷售管道(如市民農園或觀光果園)，或是因場地無法解決，方不願在園內從事農產品之銷售。
- ➡ 農民認為銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之處理方式為不管，而由陽管處來處理者，不同意者佔73.9%，顯然農民認為銷售者應大多數有負起清理垃圾的責任。
- ➡ 農民認為銷售者其會提供大垃圾桶，並隨時加以清理者，同意者佔60%，意見中立者佔30%，這是大多數的農民認為銷售者的處理方式。
- ➡ 農民認為銷售者將待遊客離開後，最後再總整理者，僅佔19.6%，與銷售者問卷所得之結果有所不同，可能是因為農民認為上一項之處理方式較為合理，但實際狀況卻是最後總整理較為易行。
- ➡ 至陽明山購買農產品或吃炒青菜的遊客對農民的影響，農民認為會造成交通不便、環境髒亂、侵入私人用地、破壞環境或認為會有偷取農產品之影響者均不明顯，基本上遊客未對農民帶來太大的困擾。
- ➡ 農民認為能夠改善目前銷問題，作法之順序為：第一優先為成立市集、次之為示範戶，第三為維持現況、接受輔導，最後方為成立自治會，由此可見，農民們依賴輔導的意圖相當明顯。
- ➡ 受訪農民目前所生產作物的種類：生產果樹者佔9.1%，生產蔬菜者佔28.2%，生產花卉者佔20.0%，其他(綜合)者佔41.8%，目前未生產者有一位，佔0.9%。

5-3-2 銷售者對園區內農產品或攤販銷售行為意見之分析結果摘要

- ➊ 從事銷售者的平均年齡為49歲，較未從事銷售之農民約年輕7歲。
- ➋ 銷售者對目前銷售地點狀況認為所在位置適宜者，除了三位受訪戶(14%)表示不滿意外，有54%的銷售者表示滿意，32%表示普通，顯示大部分的受訪戶仍認為其在位置適宜銷售者對腹地大小不滿意者佔32%，滿意者佔41%，普通者佔27%。
- ➌ 在銷售者對交通情形是否順暢的看法方面：由於其銷售地點大都位於交通要道，故除了易造成塞車路段者外，大都表示滿意(45%)或普通(27%)，但不滿意者亦佔有28%。
- ➍ 銷售者對停車問題不滿意者(37%)與滿意者(37%)相當，但顯然是較以上幾個問題來得嚴重。
- ➎ 銷售者贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集之贊成者佔67%，不贊成者則佔了28%，雖然贊成者已佔三分之二，但較之農民部分贊成者為85.3%稍低，可能這對原有銷售者而言，只是多增加一個銷售管道而已。
- ➏ 銷售者贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者(68%)與意見中立者(26%)佔絕大多數，顯示大多數人可以同意這樣的作法。
- ➐ 銷售者贊成由販售者成立自治會，自行管理者(60%)與意見中立者(35%)仍佔絕大多數，但較之由陽管處來輔導者，比例仍較低。
- ➑ 銷售者贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者之支持者高達80%，意見中立者亦佔15%，顯示本項作法相當可行。
- ➒ 銷售者認為理想市集的地點，與地域性之關係完全一致，即原於竹仔湖地區的銷售者，即認為竹仔湖第一包裝場理想，馬槽地區者認為馬槽後山理想，龍鳳谷之銷售者則認為第一公墓出口處為一理想之地區。
- ➓ 銷售者現所銷售之農產品的來源為：土雞類由外地採購經放養再銷售者較多，自行飼養或由外地採購直接銷售者次之，但有業者

指出，夏季飼養土雞易造成環境之不潔；至於果蔬部分由大多數由農民自行生產，僅有少數是向其他農民採購或至市場購買者。

- ➡ 銷售者若有自行生產之農產品者，其自行銷售的情況良好，大多數(70%)沒有剩餘，有剩餘者除了售予販運商或直銷至超市外，亦有運至果菜市場者。
- ➡ 銷售者平均從事直接販售行為的時間約為 4.95 年。
- ➡ 銷售者在從事直接販售之前，原以純農業生產(59%)或以農業為主(27%)者佔了絕大多數，顯示銷售者背景的一致性，是發展有特色休閒農業的一個利點。
- ➡ 銷售者從事銷售之後之收入情況，有77%承認略有增加甚至令人滿意，
- ➡ 再結合其願意繼續經營的意願(100%)，顯示從事銷售的確有利可圖。
- ➡ 銷售者對銷售產品過程中所製造垃圾之處理，有96%者以打包至垃圾集中處處理，丟棄或自行掩埋者僅一兩戶，自行掩埋或燒掉者亦只有一戶。
- ➡ 銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾，以待遊客離開後再行清理的比例最高，其次為提供大垃圾桶、並隨時加以清理者，不管的人只有一位。
- ➡ 較之其他農民對他們的瞭解有所不同，農民認為提供大垃圾桶者占大多數。
- ➡ 銷售者期待或很期待遊客不要亂丟垃圾的比例高達95%，而不要亂停車的比例是73%，對停留時間不要過長的比例僅有25%，顯然遊客的公德心在農民眼中，是相當不足的。
- ➡ 銷售者同意陽管處完全不准在園內銷售農產品者為100%。
- ➡ 銷售者同意對園內違法銷售行為嚴加取締之作法，不同意者(33%)較同意者(20%)為高。
- ➡ 雖然受訪戶早就開始從事園內銷售行為，但贊同輔導農產品之園內銷售者仍佔90%，顯然可見銷售者重視之程度。

- ➊ 可能由於銷售者對目前的狀況大致上滿意，故同意陽管處完全不管者佔47%，意見中立者亦佔41%，不同意者僅有12%，或者亦因對陽管處將採取之管理方式之未可預測性，故情願陽管處不管。
- ➋ 銷售者同意目前最需要改善的事情為集中銷售場地者佔63%，農民同意此項者則佔85%，大約由於其已在營業，故集中銷售場之需求性不較農民之急切。
- ➌ 認為現階段維持環境整潔必要者佔82%，不同意者無，顯示銷售者對環境整潔要求的急切性。
- ➍ 同意建立陽明山地區農產品特色者佔78%，不同意者佔5%，建立特色有利銷售，大多數人仍有共識。
- ➎ 同意改善停車問題者佔71%，不同意者佔10%，停車問題仍是大部分人所關心的。
- ➏ 同意改善銷售地點之外觀者佔81%，不同意者佔5%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。
- ➐ 認為宣傳與包裝重要者佔40%，不同意者則佔25%，較之以上幾個問題，銷售者認為在現階段宣傳與包裝似乎較不那麼重要。
- ➑ 銷售者願意配合陽管處改善上列事項而作銷售地點之遷移者只有16%，不願意配合者佔53%，意見中立者32%，故此項作法似不可行。
- ➒ 貫徹銷售者對環境清潔的關心，願意分擔清潔費用者高達96%，無不願者。
- ➓ 接受農產品改善輔導佈置之同意者有72%，意見中立者22%，對於能增進銷售的方式，似乎頗能令銷售者接受。
- ➔ 銷售者對在園內賣東西之外來攤販瞭解者不多，回答人數不到一半，故僅能看出意見之大概走向，大致較偏向以協調的方式來進行，贊成取締者次之，不管者最後，此與農民的意見略有出入，農民贊成嚴加取締者佔大多數，協調者次之，僅有少數人認為可以不管。
- ➕ 銷售者除一位未作答者，餘100%願意繼續從事銷售，顯然是一項較有利潤的農產品銷售之管道。

六.調查結果分析

本文第4章及第5章中我們已將遊客，農民及業者三方面之意見作初步之分析，在本章中我們將再更進一步就初步分析之結果整理出更具體之結論，以提供後續規劃設計者之參考。

6-1 遊客調查部分

本研究已於前述章節中討論研究目的中提列之陽明山農產品與外來販售行為現況問題之整理。而在遊客調查方面，為達研究目的二及三中之瞭解遊客對販售行為之認知，及方案之討論部份研究中就：1.與遊客活動相關資料部分，2.與經營管理相關資料部分，3.遊客個人偏好及背景資料部份進行討論，最後再綜合農民與業者之意見作一綜合討論以得目的四之建議方案

6-1-1 與遊客活動相關資料

在實地調查分析之結果中發現遊客認為較重要活動之偏好程度由高到低依次為：自然探勝⇨爬山健行⇨開車兜風⇨吃炒青菜⇨洗溫泉⇨野餐（自備飲食）⇨吃山產⇨吃路邊攤販的食品⇨泡茶⇨買陽明山山上的農產品，其中非消費山產性活動如：一)自然探勝，二)爬山健行，三)開車兜風，等為所列之活動中遊客認為較重要之活動（有超過一半的受訪者回答該項活動非常重要或很重要）；而消費山產性活動則為所列之活動中遊客認為較不重要之活動，其中只有吃炒青菜較為重要。並且購買陽明山山上的農產品為所列之活動中遊客認為最不重要之活動。此結果說明了消費山產性活動並非遊客至陽明山國家公園遊玩之主要目的，而自然探勝，爬山健行方為遊客主要之遊憩活動。

6-1-2 與銷售方式相關資料

有關遊客對銷售方式之意見調查分析後發現，遊客認為較合適之銷售方式由高到低依次為：在特定地區檢驗合格後再賣⇒直接在農地上銷售⇒煮熟後現吃較好，其中在特定地區檢驗合格後再賣為所列之方式中遊客認為最合適之銷售方式。惟三者均有超過一半之受訪者回答非常適合，可看出遊客對所消費之農產品之品質仍十分重視，另外多數受訪者中認為銷售之農產品為本地生產較多，且認為如果銷售之農產品為外地運來是真的，他將不願食用或購買。由此可看出遊客對農產品之品質及地域特色都十分注重。

6-1-3 與經營管理相關資料

在銷售方式之經營管理方面受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作由高到低依次為：應選擇示範地區輔導銷售並限制數量⇒應取締，因不符合國家公園經營目標⇒不應干預維持現狀⇒應鼓勵推廣目前之方式其中應選擇示範地區輔導銷售並限制數量為所列之項目中受訪者認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作，有超過一半之受訪者回答非常同意及很同意其次則認為應取締，因不符合國家公園經營目標。由此可看出基本上遊客均希望所銷售之農產品應納入管理或取締，而不應維持或推廣現有之銷售方式。

就遊客所能接受之管理方式來看受訪者認為較可接受的管理方式由高到低依次為：可限制銷售地點之停車地方⇒可限制農產品銷售之地點⇒可限制銷售地點之停車時間⇒可限制銷售地點之停車位數⇒可限制農產品銷售之項目⇒可限制農產品銷售之時間⇒可限制只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西。其中限制地點之停車地方，農產品銷售之地點，銷售地點之停車時間，及銷售地點之停車位數等均有超過一半之受訪者回答同意及很同意。應可建議經營管理者就這些方式研擬管理計畫。

另外針對陽明山國家公園遊客中心之調查來看服務品質及銷售品之品質沒有意見。但較多之受訪者認為國家公園的遊客中心的環境設施品質較好的受訪者較好。惟較多之受訪者認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類較不好。而除國家公園遊客中心外對其它之管理服務站而言知道小油坑遊憩區有販賣餐飲者之受訪者較不知道者多。而知道冷水坑遊憩區有販賣餐飲者之受訪者較不知道者多。且大部份受訪者對管服中心（冷水坑遊憩區，小油坑遊憩區）的工作人員服務品質，銷售品之品質，環境設施品質，及銷售項目種類均沒有意見將此結果與遊客中心之回答比較可發現受訪者對遊客中心之印象較其它管理服務中心為強，較能表達出其看法及意見。

6-1-4 遊客個人偏好及背景資料

對於遊客個人偏好及其背景資料分析方面受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點由高到低依次為：有地方特色⇨方便飲食⇨有熱鬧氣氛⇨好吃其中有地方特色及方便飲食二項有超過一半之受訪者回答非常同意及很同意而相較之下好吃反而為較不重要之因子，可發現遊客消費山產主要是因該產品之地方特色及其方便性。

而有關受訪者認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的缺點由高到低依次為：造成交通問題⇨造成不良景觀⇨造成環境污染⇨與國家公園之意義不符合破壞形象，其中造成交通問題，造成不良景觀，及造成環境污染三項有超過一半之受訪者回答非常同意及很同意，顯示對遊客而目前陽明山國家公園園內農產品銷售上之主要缺點為交通，景觀，及環境污染之問題。

另外討論與遊客偏好消費山產活動之有關因素方面，根據分析之結果可發現在偏好消費山產性質之活動方面，受訪者主要是認為陽明山國家公園園區內之農產品較適合在園區內銷售，或認為煮熟後現吃較好者，或認為方便飲食，好吃，有地方特色，或認為應鼓勵推廣目前之方式，或認為只要產品新鮮東西好吃，產地沒有關係者較偏好消

費山產性質之活動。而認為造成環境污染，與國家公園之意義不符合破壞形象，造成不良景觀者，或認為造成交通問題者，或認為應取締，因不符合國家公園經營目的者，或認為可限制農產品銷售項目，銷售之地點，銷售之時間，只能直接銷售農產品不可販賣熟食或其它東西者，較不偏好消費山產性質之活動。

由以上之分析可發現偏好消費山產性質之活動者較重視現有販賣方式之優點，而不偏好消費山產性質之活動者則較重視現有販賣方式之缺點，並較能接受所列之管理方式，惟不論偏不偏好消費山產性質之活動者，均認為現況有交通問題存在。

6-2 農民調查部分

6-2-1 農民基礎資料部分

農民之平均年齡約在55歲左右，大多作綜合性的生產，或專業生產蔬菜、花卉或是果樹，農產品生產的項目繁多，且季節不一。

一. 農民之平均年齡

台灣農民之平均年齡有老化的趨向，陽明山國家公園內也不例外，受訪者年齡約在55歲左右。

二. 農民現所從事之農產品生產項目

受訪農民目前所生產作物的種類：生產果樹者佔9.1%，生產蔬菜者佔28.2%，生產花卉者佔20.0%，其他(綜合)者佔41.8%，目前未生產者有一位，佔0.9%。

三. 農民之農產品生產季節

表6-1 農民農產品生產季節表

農產品項目	生產季節	農產品項目	生產季節	農產品項目	生產季節
蔬菜類		果樹類		花卉類	
高麗菜	1-12	柑桔	11-4	海芋	11-8
紅菜	1-12	草莓	1-5	杜鵑	12-3
大白菜	4-6、10-12	蓮霧	6-9	茶花	9-4
蕃茄	4-11	柚子	7-8	櫻杏梅	11-4
地瓜	1-12	木瓜	1-12	小品盆栽	1-12
白蘿蔔	1-12	红柿	8-9	昌蒲	5-6
絲瓜	3-8			天鵝絨	4-6
小黃瓜	3-5				
筊白筍	8				
辣椒	4-6				
玉米	3-12				
箭筍	1-3、8-9				
綠竹筍	5-7				

6-2-2 農民對銷售行為的看法

農民大都認可園內的銷售行為，且認為其應進一步的發展，對於反面之塞車或造成環境髒亂等問題，則大部分持不同意的態度。

一. 對銷售行為的看法

雖然受訪者並非銷售者，但同意這是農產品銷售的一個好出路者佔絕大多數(96.4%)，而完全無不同意者。絕大部分農民認為應該要進一步的發展園內之銷售。雖然假日塞車問題造成陽管處的極大困擾，但可能受訪農民居住地點較為分散之故，不同意塞車問題嚴重者佔的比例(40.0%)多於認為嚴重者(22.8%)。農民不同意銷售農產品之販售者製造了環境髒亂的比例(38.1%)仍大於同意者(16.3%)。

二. 對垃圾處理的作法

農民認為銷售者大都有負起處理遊客垃圾的責任，但其所認為的主要方式(提供大垃圾桶，隨時加以清理)與銷售者實際的作法(最後再總整理)者有所出入。可能是因為農民認為之處理方式較為合理，但實際狀況卻是最後總整理較為易行。農民認為銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾之處理方式為不管，而由陽管處來處理者，不同意者佔73.9%，顯然農民認為銷售者應大多數有負起清理垃圾的責任。農民認為銷售者其會提供大垃圾桶，並隨時加以清理者，同意者佔

60%，意見中立者佔30%，這是大多數的農民認為銷售者的處理方式。農民認為銷售者將待遊客離開後，最後再總整理者，僅佔30.1%，與銷售者問卷所得之結果有所不同。

6-2-3 農民對遊客的看法

至陽明山購買農產品或吃炒青菜的遊客對農民的影響無論在造成交通不便、製造環境污染、侵入私人用地、破壞環境或認為會有偷取農產品之影響者均不明顯，基本上遊客未對農民帶來太大的困擾，甚至有農民認為有遊客才有生氣。

6-2-4 農民對外來攤販的看法

農民對外來攤販的基本態度以不准進入者居多，納入管理者次之，贊成不需管制者極為少數，其態度較銷售者為強硬。農民對在園內賣東西之外來攤販同意由陽管處嚴加取締，不准進入者同意者佔68%，不同意者佔12%，農民認為維護園區內之權益是很重要的事。而同意由園區內之攤販或陽管處與其協調，納入所協定之管理辦法中者，同意者佔49%，不同意者佔27%，此種較妥協的方式，農民同意程度較低。至於同意不需任何管制者，贊成者僅佔5%，高達77%的人不同意不需任何管制。

6-2-5 農民對陽管處之期待

絕大多數的農民反對不准在園內銷售農產品，對於違法之銷售行為之取締亦不如對外來攤販取締那般強硬，而在正面之輔導方面，成立市集，或輔導農產品銷售的需求是最迫切的，而在農產品特色建立、包裝宣傳、外觀方面，因與其較切身有關，故亦認為需要改善，而在環境整潔、停車問題方面，則關心程度較低。

一. 對於陽管處處理的態度方面

基於認為園內銷售農產品是一個好出路的前題下，有97.2%的農民不同意完全不准在園內銷售農產品。在對違法的銷售行為嚴加取締方面，持同意與不同意的人數差不多，可能是因為此種處理方式較為強烈，且對違法之定義不清，較不是一般農民所習慣接受的方式。贊同輔導農產品之園內銷售者佔92.7%，顯然可見農民要求銷售管道的強烈意圖。雖然不贊同陽管處完全不管者佔半數以上(51.8%)，但同意者亦有8.1%，大致來說，農民仍是趨向於由陽管處來輔導的情況。農民認為目前最需要改善的事情：同意提供集中銷售場地之必要性之同意者佔85.3%，可知農民對銷售場地需求的迫切性。認為現階段維持環境整潔必要者佔61.5%，不同意者則僅佔3.7%。同意建立陽明山地區農產品特色之建立者，其同意者佔77.1%，不同意者佔2.8%。同意改善停車問題者同意者佔56.9%，不同意僅佔0.3%。同意改善銷售地點之外觀者，同意者佔61.5%，不同意者佔1.8%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。認為宣傳與包裝重要者佔66.0%，不同意者則佔6.4%，農民們亦能體會到宣傳與包裝的重要性。

二. 農民認為陽管處對目前銷售行為應採取之方式：

農民認為能夠改善目前銷售問題，作法之順序為：第一優先為成立市集、次之為示範戶，第三為維持現況、接受輔導，最後方為成立自治會，由此可見，農民們認為應依賴輔導的意圖相當明顯。

6-2-6 農民對未來的展望

若陽管處成立市集，想參加的農民高達83.6%，顯然其急切需求一個良好的銷售管道。地點、利潤可能是影響農民加入銷售行為的最重要原因，而即使不願加入者，則有另有其銷售管道，由此可知農民對農產品銷售、維持生計的需求，實為影響其各項意願的主要原因。

一. 農民若願意從事銷售行為的原因

農民若願意在園內從事農產品銷售的原因綜合重要性如下：同意因利潤較高者佔59.2%，意見中立者佔32%，不同意者佔8.7%。同意將因有剩餘人力者，同意者佔41.4%，意見中立者佔大多數51%，不同

意者佔7.7%，顯然其是一個有利的因素，但並非決定性者。同意將因所在地點合適者高達76.7%，意見中立者亦佔19.4%，不同意者僅3.9%，表示地點將是販售行為的一項重要因素，許多人有意願但未曾從事銷售行為，即因地點並不合適，由此也可看出其對一集中銷售地點需求的急切性。同意只是想嚐試看看者之同意者佔32.1%，意見中立者佔大多數44.7%，故此亦不是一個重要的因素。

二. 農民若不願意在園內從事農產品銷售行為的原因

農民若不願意在園內從事農產品銷售，歸納其原因，可知因欲從事市民農園者(53.8%)>因沒有腹地者(46.2%)>欲從事觀光果園者(43.6%)>因利潤無法預期者(32.5%)>因人力不足者(30.1%)>因交通不便者(30%)>因工作辛苦者(15%)，由此排序可知：農民所重視的仍是銷售管道(如市民農園或觀光果園)，或是因場地無法解決，方不願在園內從事農產品之銷售。

6-2-7 農民認為之陽明山的特色與未來農業之走向

一. 農民認為陽明山農業的特色：農民所認為的特色，與其所正從事的项目息息相關，但仍有大部分的人認為少農藥、少污染的青菜是最主要的特色，其他如海芋、花卉、柑橘、箭筍、蓮霧農產品等亦有人提到，另外如觀光果園、山河小吃、市民農園等較屬休閒型態者也有少數人特別提出，甚至如陡坡地農業、梯田景觀、溫泉等亦被認為是陽明山農業的特色。

二. 農民認為陽明山國家公園中的農業應有之走向：農民在此一貫重申銷售管道的重要性，提到應有集中販賣區者、成立觀光果園者比例較大，另與其生產特性有關之精緻農業、專業蔬菜生產、品種改良、特色保存、專業整體環境規劃、自產自銷等皆有人提到，與大多數銷售者皆同意朝向休閒農業或觀光農園之方向來發展者略有不同；本欄一大特色為：成為農民發洩怨氣的一個管道，大都抱怨陽明山國家公園成立後對農民的許多管制，加紙條留電話者亦有數位，由這些反應更可瞭解一般農民最迫切需要的就是一個順暢的銷售管道。

6-3 銷售者部分

6-3-1 銷售者之基礎資料部分

銷售者平均年齡較一般農民年輕，其大多為純農業背景，目前也多還從事農業生產，收入較以前大都略有增加，100%願意繼續從事銷售行為，由以上資料看來，無論在其意願或條件上，應該會走向繼續發展之路。

一. 銷售者之平均年齡

從事銷售者的平均年齡為49歲，較未從事銷售之農民約年輕7歲。

二. 銷售者從事販售行為之時間與收入狀況

銷售者平均從事直接販售行為的時間約為4.95年。銷售者在從事直接販售之前，原以純農業生產(59%)或以農業為主(27%)者佔了絕大多數，顯示銷售者背景的一致性，是發展有特色休閒農業的一個利點。而銷售者從事銷售之後之收入情況，有77%承認略有增加甚至令人滿意，再結合其願意繼續經營的意願(100%)，顯示從事銷售的確有利可圖。

三. 銷售者之農產品來源與銷售管道

銷售者現所銷售之農產品的來源為：土雞類由外地採購經放養再銷售者較多，自行飼養或由外地採購直接銷售者次之，但有業者指出，夏季飼養土雞易造成環境之不潔；至於果蔬部分由大多數由農民自行生產，僅有少數是向其他農民採購或至市場購買者。銷售者若有自行生產之農產品者，其自行銷售的情況良好，大多數(70%)沒有剩餘，有剩餘者除了售予販運商或直銷至超市外，亦有運至果菜市場者。

四. 銷售者之農產品生產季節與銷售季節

表6-2 銷售者農產品生產季節表

農產品	生產季節	銷售季節
高麗菜	4-7、全年	3-7
蕃茄	2-12	4-7
地瓜葉	全年	全年
川七	全年	全年
紅菜	全年	全年
大白菜	5-7	6-7
玉米	4	6-7
白蘿蔔	6、10	9、1
柑橘	12-3	1-3
海芋	全年	全年
鬱金香	12-2	1-2

6-3-2 銷售者本身對現況之作法與態度

銷售者對於停車問題及腹地大小較不滿意，對於其所在地點大都覺得適宜，至於塞車問題，比較覺得不是那麼嚴重。對於垃圾的處理，在自行生產的部分，大都以打包送至集中處的方式處理，在遊客製造的垃圾方面，則大都最後再總整理。

一. 對銷售地點的看法

銷售者對目前銷售地點狀況認為所在位置適宜者，除了三位受訪戶(14%)表示不滿意外，有54%的銷售者表示滿意，32%表示普通，顯示大部分的受訪戶仍認為其在位置適宜。銷售者對腹地大小不滿意者佔32%，滿意者佔41%，普通者佔27%。在銷售者對交通情形是否順暢的看法方面：由於其銷售地點大都位於交通要道，故除了易造成塞車路段者外，大都表示滿意(45%)或普通(27%)，但不滿意者亦佔有28%。銷售者對停車問題不滿意者(37%)與滿意者(37%)相當，但顯然是較以上幾個問題來得嚴重。

二. 對垃圾處理的作法

銷售者對銷售產品過程中所製造垃圾之處理，有96%者以打包至垃圾集中處處理，丟棄或自行掩埋者僅一兩戶，自行掩埋或燒掉者亦只有一戶。銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾，以待遊客離開後再行清理的比例最高，其次為提供大垃圾桶、並隨時加以清理

者，不管的人只有一位。較之其他農民對他們的瞭解有所不同，農民認為提供大垃圾桶者占大多數。

6-3-3 銷售者對遊客的看法

銷售者期待或很期待遊客不要亂丟垃圾的比例高達95%，而不要亂停車的比例是73%，對停留時間不要過長的比例僅有25%，顯然遊客亂丟垃圾，也造成了銷售者極大的困擾。

6-3-4 銷售者對外來攤販的看法

銷售者對在園內賣東西之外來攤販瞭解者不多，回答人數不到一半，故僅能看出意見之大概走向，大致較偏向以協調的方式來進行，贊成取締者次之，不管者最後，此與農民的意見略有出入，農民贊成嚴加取締者佔大多數，協調者次之，僅有少數人認為可以不管。

6-3-5 銷售者對陽管處之期待

反對陽管處全面禁止者達100%，而贊成陽管處不管者卻有47%，意見中立者亦有41%，同意接受輔導者又高達九成，顯然大家對維持現有狀況，並進一步的發展意願之強烈，連對違法銷售行為嚴加取締之作法，亦只有20%的人同意，與一般農民的意見不同。而在幾類輔導項目上，以清潔維護費用的分擔最支持，亦可接受佈置宣傳的改善輔導，但若牽涉地點的遷移，則不太可能。在具體的輔導作法上，銷售者以贊成經登記成示範戶，再由農會或陽管處輔導，逐年改進者最多，其次為維持現況、接受輔導或是成立一個市集，對於贊成成立自治會、自行管理者稍低。若要成立一個市集，則銷售者皆希望設於離自己原有銷售地點較近之處。

一. 對管理態度的意見

銷售者同意陽管處完全不准在園內銷售農產品者為100%。銷售者同意對園內違法銷售行為嚴加取締之作法，不同意者(33%)較同意者

(20%)為高。雖然受訪戶早就開始從事園內銷售行為，但贊同輔導農產品之園內銷售者仍佔90%，顯然可見銷售者重視之程度。可能由於銷售者對目前的狀況大致上滿意，故同意陽管處完全不管者佔47%，意見中立者亦佔41%，不同意者僅有12%，或者亦因對陽管處將採取之管理方式之未可預測性，故情願陽管處不管。銷售者願意配合陽管處改善上列事項而作銷售地點之遷移者只有16%，不願意配合者佔53%，意見中立者32%，故此項作法似不可行。貫徹銷售者對環境清潔的關心，願意分擔清潔費用者高達96%，無不願者。接受農產品改善輔導佈置之同意者有72%，意見中立者22%，對於能增進銷售的方式，似乎頗能令銷售者接受。

二. 對接受管理輔導方式的意見

銷售者贊成由陽管處統籌安排地點，成為一個市集之贊成者佔67%，不贊成者則佔了28%，雖然贊成者已佔三分之二，但較之農民部分贊成者為85.3%稍低，可能這對原有銷售者而言，只是多增加一個銷售管道而已。銷售者贊成維持現有販售狀況，但接受陽管處的輔導者(68%)與意見中立者(26%)佔絕大多數，顯示大多數人可以同意這樣的作法。銷售者贊成由販售者成立自治會，自行管理者(60%)與意見中立者(35%)仍佔絕大多數，但較之由陽管處來輔導者，比例仍較低。銷售者贊成經登記成立示範戶，由農會及陽管處輔導示範，逐年改進者之支持者高達80%，意見中立者亦佔15%，顯示本項作法相當可行。

三. 對若成立市集地點的意見

銷售者認為理想市集的地點，與地域性之關係完全一致，即原於竹仔湖地區的銷售者，即認為竹仔湖第一包裝場理想，馬槽地區者認為馬槽後山理想，龍鳳谷之銷售者則認為第一公墓出口處為一理想之地區。

6-3-6 銷售者對未來的展望

銷售者對繼續從事的意願極高，而想要改善的事情重要性順序為：改善環境整潔、建立陽明山地區農產品特色、改善銷售地點之外

觀、改善停車問題，對於提供集中銷售場較不熱衷，在加強包裝及宣傳上則認為較不重要。

一. 繼續從事的意願

銷售者除一位未作答者，餘100%願意繼續從事銷售，顯然是一項較有利潤的農產品銷售之管道。

二. 想要改善的事項

銷售者同意目前最需要改善的事情為集中銷售場地者佔63%，農民同意此項者則佔85%，大約由於其已在營業，故集中銷售場之需求性不較農民之急切。認為現階段維持環境整潔必要者佔82%，不同意者無，顯示銷售者對環境整潔要求的急切性。同意建立陽明山地區農產品特色者佔78%，不同意者佔5%，建立特色有利銷售，大多數人仍有共識。同意改善停車問題者佔71%，不同意者佔10%，停車問題仍是大部分人所關心的。同意改善銷售地點之外觀者佔81%，不同意者佔5%，表示仍有大部分人對於目前銷售地點的外觀不甚滿意。認為宣傳與包裝重要者佔40%，不同意者則佔25%，較之以上幾個問題，銷售者認為在現階段宣傳與包裝似乎較不那麼重要。

6-3-7 銷售者認為之陽明山農業的特色與未來農業之走向

在問卷最後的開放性問題中，可知道在銷售者心中陽明山的特色與其認為未來應有之走向，綜合歸納如下：

一. 銷售者認為陽明山農業的特色

大部分的人認為青菜是最主要的特色，而可其特質為少農藥、少污染，尤以高冷地蔬菜高麗菜，更是其中之重點。其次為海芋亦是大多數農民認同的特色之中，其他如花卉、柑橘、土雞、箭筍、休閒則僅有少數人提到。

二. 銷售者陽明山國家公園中的農業應有之走向

大多數銷售者皆同意朝向休閒農業或觀光農園之方向來發展，亦有提到如高品質、無污染之精緻農業者，亦有人建議規劃成專業販賣區者。

七. 本地農產品及攤販管理方式之研究

7-1 對販售行為不同處理方式之討論

有關對園區內不同販售行為之經營管理方式，本文擬就1>全面禁止2>依土地管制分階段處理3>依交通問題分階段處理4>依環境問題分階段處理5>依販賣項目分階段處理，五項分開討論，並針對每項就其法令依據所需作業、時程掌握及所需調查資料各項討論，如下表

表7.1 販售行為不同處理方法之比較表

	全面禁止	依土地管制 分階段處理	依交通問題 分階段處理	依環境問題 分階段處理	依販賣項目 分階段處理
法令依據	● 國家公園法 ● 建築法（建物） ● 森林法（林地） ● 陽明山國家公園一般管制區土地使用分區管制要點 ● 違警罰法 ● 道路交通 ● 管理處罰條例	● 國家公園法	● 國家公園法 ● 道路交通管理處罰條例	● 國家公園法	● 無
所需作業	● 研擬認定基準 ● 與國家公園警察隊配合研定取締之技巧 ● 研擬取締時程	● 所在區位之認定	● 研擬交通問題程度之認定基準 ● 與國家公園警察隊配合取締未達標準者	● 研擬環境問題程度之認定基準 ● 與國家公園警察隊配合取締未達標準者	● 販賣項目之調查 ● 販賣項目標準之研擬 ● 與國家公園警察隊配合取締未達標準
時程掌握	● 取締 ● 監測	● 調查土地管制區分 ● 研擬基準 ● 取締 ● 認定 ● 監測 ● 取締	● 調查現有交通狀況 ● 調查遊客 ● 之季節分佈 ● 狀況假日、非假日及遊客尖離峰分佈 ● 研擬基準 ● 取締 ● 認定 ● 監測 ● 取締	● 調查現有環境問題 ● 研擬基準 ● 取締 ● 認定 ● 監測 ● 取締	● 調查販賣項目 ● 研擬基準 ● 取締 ● 認定 ● 監測 ● 取締
所需資料	● 販售點之土地權屬 ● 販售點之管制區分 ● 販售項目 ● 販售點交通 ● 通況 ● 販售點環境狀況	● 販售點所在之管制區分	● 販售點所在位置是否有交通問題 ● 遊客所知覺到的交通狀況 ● 遊客季節分佈狀況 ● 遊客尖離峰分佈狀況	● 販售點所在位置是否有環境問題 ● 遊客所知覺到之環境品質狀況	● 各販售點所販售之項目分類 ● 各販售點所販售項目之調查 ● 遊客所需求之販售項目

7-2 本地農產品及攤販管理方式方案發展

由積極的輔導農產品展售，使之成為陽明山國家公園的特色，
到消極的管制，使陽明山成為無攤販之國家公園；其中涉及農產品、

農民及農民組織、攤販、遊客、相關輔導單位、管理單位等多項變數，在此之間發展出各種可行的方案以供參考。

有關經營販售點之經營管理方式，本研究擬就1>認定2>示範戶配合遊憩區設置4>委託經營管理，四種可能方式進行分析討論，討論中就各項之設置地點、設置面積之考量、法令依據、所需作業程序，契約訂定對象，所需調查資料等問題逐一分析如下表：

表7.2 設置販售點之經營管理方式比較表

	認定	示範戶	配合遊憩區設置	委託經營管理
地點，面積之考量	● 停車空間 ● 販賣設施	● 停車空間 ● 販賣設施	● 販賣設施	● 停車空間 ● 衛生設備 ● 景觀設施 ● 販賣設施 ● 管理設施
法令依據	● 國家公園法	● 國家公園法	● 國家公園法	● 國家公園法
所需作業	● 擬定認定基準 ● 研擬管理辦法或契約 ● 辦理登記申請 ● 訂定契約 ● 取締非法經營者 ● 後續監測	● 研擬管理辦法或契約 ● 取締非法經營者 ● 後續監測	● 選定經營者 ● 訂定經營管理辦法或契約 ● 招標 ● 取締非法經營者 ● 後續監測及管理	● 選定委託方式 ● 訂定經營管理辦法或契約 ● 訂定契約或招標 ● 取締非法經營者 ● 後續監測及管理
契約訂定對象	● 個人	● 個人 ● 農會	● 內政部營建署消費合作社 ● 農會 ● 個人 ● 委員會（居民組成）	● 農會 ● 委員會（居民組成） ● 個人
所需資料	● 現有販賣點 ● 現有販賣項目 ● 業者認知程度	● 業者之認知意願 ● 管理單位意願 ● 遊客認知及意願	● 相關單位意願 ● 業者意願 ● 遊客認知及意願	● 業者意願 ● 管理單位意願

7-3 本地農產品及攤販管理方式建議案

不同的經營型態，所需要的空間相距甚大，而管理單位所擁有的人力、物力資源所能配合的程度影響亦極鉅，故擬綜合業主、相關單位、農民意見領袖等意見後，評選出數種較可行的方案，並據以發展較具體之作法與管理方式。有關農產品及攤販管理方式綜合評估建議方案，為一決策層面之考量，因此本研究就各支持，不支持因子，

及相關資料之整理。並對各不同地區分別討論，以提供規劃設計者及經營管理者決策之參考。

表7.3 農產品及攤販管理方式綜合評估表

	全面取締	維持現況	以市集方式銷售	以自治會方式銷售	以示範戶方式銷售
支持因子	- 遊客認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售最應該著手進行之工作為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量，其次則認為應取締，因不符合國家公園經營目標。 - 遊客認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售方式造成交通問題，造成不良景觀，及造成環境污染。	- 遊客認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售方式的優點為有地方特色，及方便飲食等優點。 - 受訪之銷售者有認為維持現況，但接受陽管處輔導者佔68%，意見中立者亦有26%，反對者僅佔6%。	- 有83.6%的受訪農民表示：若陽管處成立市集時願意參加；同時亦有67%的受訪之銷售者表示願意參加。 - 有85.3%的受訪農民認為：目前最需要改善的事情即是提供集中銷售場所。	贊成以自治會方式銷售的受訪銷售戶有68%，意見中立者15%。	- 遊客認為最適合之銷售為在特定地區檢驗合格後再賣。 - 遊客認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售最應該著手進行之工作為應選擇示範地區輔導銷售並限制數量。 80%之受訪銷售戶贊成，意見中立者15%，反對者僅佔5%。 - 本項為受訪銷售戶支持比例最高的一種作法。

表7.3 農產品及攤販管理方式綜合評估表(續)

	全面取締	維持現況	以市集方式 銷售	以自治會方 式銷售	以示範戶方 式銷售
不支持因子	●遊客認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式的優點為有地方特色及方便飲食。 ●百分之97.2的受訪農民與100%的受訪銷售者反對全面禁止。 ●絕大多數的農民認為這是農產品的一個好出路，並認為其值得進一步發展。 ●大部分的農民有從園內銷售的期望，而有100%的受訪銷售者將會繼續從事本項銷售行為。 ●受訪之銷售者中，承認其收入較從事銷售行為前有所增加。	●遊客認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式會造成交通問題，造成不良景觀，及造成環境污染。 ●僅有8.2%的受訪農民同意陽管處可以不管，51.8%不同意，40%意見中立。		●贊成本項作法之受訪銷售者，較之其他方法而言，所受到的支持度最低。	

表7.3 農產品及攤販管理方式綜合評估表(續)

	全面取締	維持現況	以市集方式銷售	以自治會方式銷售	以示範戶方式銷售
其它相關因子			● 遊客是以地方特色為消費山產之主要因素，希望所消費之農產品為本地生產者。 ● 遊客認為較可接受的管理方式為可限制銷售地點之停車地方，可限制農產品銷售之地點，可限制銷售地點之停車時間，及可限制銷售地點之停車位數。 ● 市集的成立受地域性影響甚大，農民皆想在距離最近且最有賣點的地方從事銷售。		● 遊客認為可接受的管理方式為可限制銷售地點之停車地方，可限制農產品銷售之地點，可限制銷售地點之停車時間，及可限制銷售地點之停車位數。 ● 認為國家公園的遊客中心的銷售項目種類較不好的受訪者較認為好的多。 ● 認為國家公園的遊客中心的環境設施品質較好的受訪者較認為好的多。

7-3-1 不同地區管理方式建議案

以下針對現有販售行為之處理方式及經營管理方式及地點之差異加以探討。

◎竹仔湖地區建議方案

方案一：以示範戶方式，逐年輔導改善

就銷售者而言，方案所受到之支持程度相當高，若執行起來，銷售者配合的意願應較高；而由陽管處方面來說，因竹仔湖各銷售戶獨立，較易擇取輔導對象，若再能得到農會的配合，則更可表現出竹仔湖地區的特色；再者由示範戶開始，進行交通、垃圾處理及景觀之整體規劃，成功的機會亦較大。就期待山產性活動之遊客來說，亦可以提供一較符合期望且環境衛生條件較佳之據點。但缺點是可能在初期時，管理處耗費人力較大，且需長期監測，另資格認定問題也較易引起有意願者之爭執。

方案二：維持現況，但改善現有之交通及環境問題

若在人無法支應的情況，本方案則建議可僅就販售範圍外進行交通及環境問題改善，另可配合其他機關之輔導計畫來進行。但缺點是較難控制與規劃交通問題，而且對違規者較難取締。

● 竹仔湖地區建議方案討論：

◎龍鳳谷地區建議方案

方案一：維持現況，但改善現有之交通、環境與外來攤販問題

龍鳳谷地區是外來攤販較嚴重的地區，雖然目前該地區禁止攤販，但是在全面禁止容易引起農民反彈的情況下，但先針對目前較嚴重之交通、環境與外來攤販之問題來改善，不但可保持本地區農民一個銷售管道，並改善環境外，並可便利遊客之農產品購買。但缺點是現有銷售地點屬國家公園之特別景觀區，若僅就交通環境等問題的改

善，則仍為攤販型態，難以有特色展現，另若要禁止外來攤販之進入，則較需警力之配合。且遊客不傾向於維持現狀。

方案二：輔導成立自治會

本地區因缺乏腹地成立市集、亦難以成立示範戶，故若輔導成立自治會，能以契約來管理，亦可限制數量，及控制銷售販賣的品質，亦可讓自治會自行改善交通及環境問題。但缺點是契約之認定與執行之問題並不單純，常易引起爭端，自治會品質控制亦是一大問題。

● 龍鳳谷地區建議方案討論：

☉馬槽地區建議方案

方案一：成立市集，但改善現有之交通及環境問題。

馬槽地區現主要集中於兩個銷售點，若利用現有之地點，擴大腹地範圍，並作配置之改善，則易於集中管理，並減少陽金公路交通阻塞的問題。且在一致的管理之下，較易控制其規模及景觀、環境品質，可表現出陽明山農產品之特色、及販售設施的景觀，且成立市集是符合大多數農民意願的。對遊客來說，品質亦較有保障。但缺點是基地選定之問題，是否腹地足夠可能需進一步之評估，停車與交通問題極待解決；而且若有意願者眾多，則在販售者之認定與執行之問題需極謹慎的考慮。

方案二：維持現況，但改善現有之交通、環境及外觀問題

現況維持甚久，已成為馬槽當地特色，若限於以上之問題難以解決的話，則由交通、環境及外觀之改善著手，以能維持住原來的風味，並不對環境造成傷害為主。但缺點是無法控制非農產品之攤位出現、或數量之增加，且販售所需設施物景觀品質亦無法控制，改善的幅度有限。且遊客不傾向於維持現狀。

● 馬槽地區建議方案討論：

本研究作業至此乃針對陽明山國家公園區內農產品銷售現況作一瞭解與資料之蒐集分析，並依研究架構將遊客、居民及業者之意見以問卷及訪談方式，瞭解現有之問題及可能之發展方向，另外則針對現有販售行為之處理方式及經營管理方式及地點之差異性加以探討，期能明晰的評估所提出之方案，提出較佳之建議方案，以提供規劃設計者及經營管理者決策之參考。

7-4 研究結論與建議

較之其他國家公園，陽明山國家公園由於氣候與地點適當，農業活動旺盛且歷史悠久，而其又位於台北市近郊，來訪之遊客眾多，故多種類型的觀光農園陸續於此出現，建設局、農委會、農會等單位，或為農民福祉、或為提供台北市民一個休閒去處等，亦輔導農民朝向休閒、精緻農業方來發展；但除了公家單位輔導外，園區內農民亦自行發展各種迎合遊客口味販售方式，如竹仔湖炒青菜、馬槽以及龍鳳谷地區的農產品攤販等，這種情況雖增加了農民不少收益，但對國家公園而言，則造成了許多困擾，如環境污染(廢水、垃圾等)、景觀不良、違建、交通壅塞等問題；衡諸目前狀況，農業早已存在是事實、農民要求銷售管道的意願顯著、台北市民有遊憩之需求亦不容忽視，全面禁止勢不可行，而如何將其導入正軌，使之不但不造成陽管處的困擾，並能成為陽明山國家公園除了自然景觀之外的另一值得他人稱頌的人文景觀，應是一個較長遠性的作法，除首先應將"國家公園中農業"定位清楚外，有幾點建議如下：

1. 應處以一方面輔導、一方面嚴格執法的立場

由於交通、垃圾、環境等問題，對農民來說，亦是有害無利，若能在充分的協調與溝通外，來共同解決這些問題，輔導農民朝向對大家都有利的方向來作，相信農民應會願意配合，而不需以一個管制者的身分與農民相處，但在共同的管制規則協調達成之後，則應嚴格的執行。

2. 建議由農會配合輔導

農民與農會的關係密切，農會也最瞭解他們的狀況，若能由農會出面輔導，配合解決交通與環境髒亂等問題，同時也就特色與景觀方面加以規劃，則可兼具提高農民收益與維持國家公園品質兩項目標。

3. 充分瞭解現況與農民的意願

目前由於交通與環境的問題引起陽明山國家公園對農產品銷售問題的關心，但由農民的問卷看來，大多數的農民不但對銷售管道渴求，而且對陽明山設立後之管制有諸多不滿，故若僅就目前問題加以解決似嫌不足；充分瞭解農民意願、對現況確實評估，並與農民取得共識後，共同發展，方是長遠之道。

八. 參考資料

1. 農村規劃手冊，1991，第一、二章
2. 農村地區綜合發展規劃研討會，1987，p.p.1-23
3. 農村中心規劃指南，第一、二章
4. 陳昭朗，1990，農村規劃之意義、概念與目標
5. 韓選裳，1990，農村更新規劃之基本理念
6. 林英彥，1990，農村發展規劃之方法與實務
7. 謝雨生譯，1981，鄉棧發展規劃之組織與過程，社區發展季刊15
8. 戶外遊憩研究 第一卷第一期，1988，春季號
9. 戶外遊憩研究 第一卷第二期，1988，夏季號
10. 戶外遊憩研究 第二卷第一期，1988，春季號
11. 戶外遊憩研究 第二卷第三期，1988，秋季號
12. 戶外遊憩研究 第三卷第二期，1988，夏季號
13. 太魯閣國家公園觀光遊憩業務計畫彙編，1991
14. 觀光局國家級風景特定區開放民間參與開發，營運之研究，1993
15. 觀光事業有關法規彙編
16. 國家公園法規彙編
17. 風景區經營管理常用法規彙編
18. 國民旅遊模式及遊憩行為分析--（1）國民旅遊人次估計
19. 國民旅遊模式及遊憩行為分析--（2）遊憩行為模式
20. 國民旅遊模式及遊憩行為分析--（3）主要遊憩類型潛在需求預測
21. 國民旅遊模式及遊憩行為分析--總結報告
22. 陽明山國家公園預定地遊憩資源及步徑系統之調查與分析
23. 陽明山國家公園旅遊活動及遊憩需求之調查與分析
24. 遊客暨經營管理者對遊客不當行為態度之探討
25. 遊憩需求與滿意度分析之研究
26. 遊憩規劃中遊客擁擠知覺之分析--以陽明山國家公園為例
27. Paul J Cloke 1983 An Introduction to Rural Settlement Planning

28. Chen Chang-I 1985 The Role of Recreational Experience in Landscape Planning
International Symposium on Landscape and Recreational Planning Taipei Taiwan
R.O.C
29. Christiansen M.L 1983 Vandalism Control Management for Parks and Recreation
Areas The Pennsylvania State University University Park Pennsylvania
30. Clark R.N Stankey G.H 1979 The Recreation Opportunity Spectrum : A
Framework for Planning Management and Research
31. Heberlein T.A. 1977 Densit, Crowding and Satisfaction: Sociological Studies for
Determining Carrying Capacities in Proceedings : River Recreation Management
and Research Symposium USDA For. Serv. Techncal Report NC- 28 North Central
Forest Experiment Station St Pl Minnesota p.p67-76
32. Brown P.J. Haas G.E. 1980 Wilderness Recreation Experience : The Rawah Case
Journal of Leisure Research 12 (3) : 229-241

附錄 A: 遊客問卷

親愛的遊客您好：

這是一份調查遊客對陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式的研究問卷。耽誤您幾分鐘的旅遊時間，麻煩您回答下列問題。非常感謝您。謝謝

陽明山國家公園管理處

問卷日期：_____

問卷地點：_____

問卷編號：_____

一、請問您今天來此的路線是經由：

1. ☐ 士林 2. ☐ 北投 3. ☐ 金山 4. ☐ 淡水 5. ☐ 其它，請說明_____

二、請問您預定回程的路線是經由：

1. ☐ 士林 2. ☐ 北投 3. ☐ 金山 4. ☐ 淡水 5. ☐ 其它，請說明_____

三、請問今天與您同行而來的遊伴是：

1. ☐ 家人 2. ☐ 朋友 3. ☐ 同事 4. ☐ 親戚 5. ☐ 其它，請說明_____

四、請問您今天來陽明山國家公園遊玩，較重要的活動為：

	最不重要	不重要	普通	重要	最重要
1. 爬山健行	_____	_____	_____	_____	_____
2. 買陽明山山上的農產	_____	_____	_____	_____	_____
3. 開車兜風	_____	_____	_____	_____	_____
4. 洗溫泉	_____	_____	_____	_____	_____
5. 野餐（自備飲食）	_____	_____	_____	_____	_____
6. 泡茶	_____	_____	_____	_____	_____
7. 吃炒青菜	_____	_____	_____	_____	_____
8. 攝影	_____	_____	_____	_____	_____
9. 吃山產	_____	_____	_____	_____	_____
10. 自然探勝	_____	_____	_____	_____	_____
11. 吃路邊攤販	_____	_____	_____	_____	_____
12. 其它，請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

五、您認為陽明山國家公園園區內之農產品適不適合在園區內銷售？

1. ☐ 非常不適合 2. ☐ 不適合 3. ☐ 普通 4. ☐ 適合 5. ☐ 非常適合

您認為以下列何種銷售方式較佳？

	最合適	合適	普通	不合適	最不合適
1. 直接在農地上銷售	_____	_____	_____	_____	_____
2. 煮熟後現吃較好	_____	_____	_____	_____	_____
3. 在特定地區檢驗合格後再賣	_____	_____	_____	_____	_____
4. 其它，請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

六、您認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些好處：

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.方便飲食	_____	_____	_____	_____	_____
2.好吃	_____	_____	_____	_____	_____
3.有熱鬧氣氛	_____	_____	_____	_____	_____
4.有地方特色	_____	_____	_____	_____	_____
5.其它,請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

七、您認為目前陽明山國家公園園區內農產品之銷售方式有那些缺點？

	非常嚴重	嚴重	普通	不嚴重	非常不嚴重
1.造成環境污染	_____	_____	_____	_____	_____
2.與國家公園之意義不符合破壞形象	_____	_____	_____	_____	_____
3.造成不良景觀	_____	_____	_____	_____	_____
4.造成交通問題	_____	_____	_____	_____	_____
5.其它,請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

八、您認為目前陽明山國家公園對園區內農產品之銷售較應該著手進行之工作為：

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.取締,因不符合國家公園經營目標	_____	_____	_____	_____	_____
2.選擇示範地區輔導銷售並限制數量	_____	_____	_____	_____	_____
3.不應干預維持現狀	_____	_____	_____	_____	_____
4.鼓勵推廣目前之方式	_____	_____	_____	_____	_____
5.其它,請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

九、為了維持國家公園之品質，您認為下列的管理方式是較可接受的：

	非常嚴重	嚴重	普通	不嚴重	非常不嚴重
1.限制銷售地點之停車時間	_____	_____	_____	_____	_____
2.限制銷售地點之停車地方	_____	_____	_____	_____	_____
3.限制銷售地點之停車位數	_____	_____	_____	_____	_____
4.限制農產品銷售之項目	_____	_____	_____	_____	_____
5.限制農產品銷售之地點	_____	_____	_____	_____	_____
6.限制農產品銷售之時間	_____	_____	_____	_____	_____
7.限制只能直接銷售農產品 不可販賣熟食或其它東西	_____	_____	_____	_____	_____
8.其它,請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

十、請問您是否知道國家公園的遊客中心有提供簡單的餐飲？

1. ☐ 知道 2. ☐ 不知道

如您選 1.知道，您認為該餐飲服務之品質：

	非常好	好	普通	不好	非常不好
1.工作人員服務品質	_____	_____	_____	_____	_____
2.銷售品之品質	_____	_____	_____	_____	_____
3.環境設施品質	_____	_____	_____	_____	_____
4.銷售項目種類	_____	_____	_____	_____	_____
5.其它,請說明_____	_____	_____	_____	_____	_____

十一、請問您是否知道除了國家公園的遊客中心外，其它的那些地方有販賣餐飲？

1. ☐ 小油坑遊憩區 2. ☐ 冷水坑遊憩區 3. ☐ 其它，請說明_____

您認為這些地方的品質：

	非常好	好	普通	不好	非常不好
1. 工作人員服務品質	_____	_____	_____	_____	_____
2. 銷售品之品質	_____	_____	_____	_____	_____
3. 環境設施品質	_____	_____	_____	_____	_____
4. 銷售項目種類	_____	_____	_____	_____	_____
5. 其它，請說明_____					

十二、遊客基本資料：

■您的性別：

1. ☐ 女生 2. ☐ 男生

■您出生於19_____年

■您的最高學歷為：

1. ☐ 自學 2. ☐ 小學 3. ☐ 國(初)中 4. ☐ 高中(職) 5. ☐ 大學及專科
6. ☐ 研究所

■您目前居住在_____縣_____市

親愛的農友，您好！

陽明山國家公園管理處為了能輔導園區內的農友，特地設計了這份問卷請教您的意見，謝謝您的合作，您寶貴的意見將是我們最主要的參考。

陽明山國家公園管理處

基本資料

姓名：_____。 年齡：_____。
電話：_____。 住址：_____。

一、請問您對現在的銷售地點之狀況覺得如何

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	很滿意
1. 所在位置是否適宜	_____	_____	_____	_____	_____
2. 腹地大小是否足夠	_____	_____	_____	_____	_____
3. 交通情形是否順暢	_____	_____	_____	_____	_____
4. 停車問題是否便利	_____	_____	_____	_____	_____
5. 其他 _____	_____	_____	_____	_____	_____

二、為了解決以上令您不滿意的狀況，以下幾種方式您能接受的程如何？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	很滿意
1. 由陽管處統籌安排地點， 成為一個市集，農民遵守 規定	_____	_____	_____	_____	_____
2. 維持現有狀況 但接受陽管處的輔導	_____	_____	_____	_____	_____
3. 成立自治會，自行管理	_____	_____	_____	_____	_____
4. 經登記成立示範戶，由農 會及陽管處輔導	_____	_____	_____	_____	_____
5. 其他 _____	_____	_____	_____	_____	_____

三、若欲成立一個市集，您理想中的銷售地點在那裡？

	極不滿意	不滿意	普通	滿意	很滿意
1. 馬槽後山	_____	_____	_____	_____	_____
2. 竹仔湖第一包裝場	_____	_____	_____	_____	_____
3. 龍鳳谷第一公墓出口處	_____	_____	_____	_____	_____
4. 其他 _____	_____	_____	_____	_____	_____

四、請問您現銷售之農產品來源為何？

→土雞類：	無	佔小部分	中等	佔大部分	全部
1. 由外地採購直接銷售	_____	_____	_____	_____	_____
2. 由外地採購經放養再銷售	_____	_____	_____	_____	_____
3. 自行飼養	_____	_____	_____	_____	_____
4. 其他 _____	_____	_____	_____	_____	_____
→果疏部分：	無	佔小部分	中等	佔大部分	全部
1. 向其他農民採購	_____	_____	_____	_____	_____
2. 至市場採購	_____	_____	_____	_____	_____
3. 自行生產	_____	_____	_____	_____	_____
4. 其他 _____	_____	_____	_____	_____	_____

五. 若您有自行生產的部分, 可否麻煩您將一年中生產作物的情形填入下表

	生產期間	銷售期間
柑橘	_____.	_____.
草莓	_____.	_____.
高麗菜	_____.	_____.
蕃茄	_____.	_____.
_____.	_____.	_____.
_____.	_____.	_____.

六. 以上您所生產的作物, 除了自行銷售或消耗的部分外, 其餘的您如何處理

	無	佔小部分	中等	佔大部分	全部
1. 沒有剩餘	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
2. 售予販運商	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
3. 直銷至超市	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
3. 其他 _____	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.

七. 請問您是從那一年開始從事直接販售行為的? _____ 年

八. 請問您在從事直接販售之前, 從事農業的情況如何? (請打勾)

1. 純農業生產 _____.
2. 以農業為主, 並從事其他副業 _____.
3. 以其他職業為主, 以農業為輔 _____.
4. 不從事農業生產 _____.

九. 請問您在從事銷售之後, 收入情況如何? (請打勾)

1. 並無增加 _____.
2. 略有增加 _____.
3. 增加量令人滿意 _____.
4. 增加量令人非常滿意 _____.

十. 請問您所知在銷售產品的過程中所製造的垃圾大部分如何處理

	無	佔小部分	中等	佔大部分	全部
1. 打包至垃圾集中處	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
2. 丟棄至附近較隱蔽的 山凹或樹叢中等	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
3. 自行掩埋或燒掉	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
4. 其他 _____	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.

十一. 請問您所知銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾如何處理

	無	佔小部分	中等	佔大部分	全部
1. 不管, 由陽管處的人來處理	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
2. 提供大垃圾桶, 並隨時加以清理	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
3. 遊客離開後, 最後再總整理	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
4. 其他 _____	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.

十二. 請問您期待遊客在消費行為上, 能有怎樣的配合行動

	不期待	有點期待	普通	期待	很期待
1. 不要亂停車	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
2. 停留時間不要過長	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
3. 不要亂丟垃圾	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.
4. 其他 _____	_____.	_____.	_____.	_____.	_____.

十三. 由於您身於陽明山國家公園的範圍內，您希望如何與陽明山國家公園管理處應採取如何的管理措施呢

完全不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 完全不准在園內銷售農產品 _____.
2. 對違法的銷售行為嚴加取締 _____.
3. 輔導農產品之園內銷售 _____.
4. 完全不管 _____.
5. 其他 _____.

十四. 您覺得目前最需要改善的事情是：

絕不需要 不需要 普通 需要 很需要

1. 集中銷售場地之提供 _____.
2. 環境整潔之維持 _____.
3. 陽明山地區農產品特色之建立 _____.
4. 停車問題的改善 _____.
5. 銷售地點之外觀 _____.
6. 宣傳及包裝等 _____.
5. 其他 _____.

十五. 若管理處欲達到以上的目的，以下那幾項措施，是您願意配合的

絕不願意 不願意 普通 願意 很願意

1. 銷售地點之遷移 _____.
2. 清潔維持費用之分擔 _____.
3. 接受農產品改善輔導佈置 _____.
4. 其他 _____.

十六. 就您所知，是否有外來的攤販亦會在園內賣東西呢？是 _____. 否 _____.

若是的話，請問您認為應如何處理：

完全不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 由陽管處嚴加取締，不准進入 _____.
2. 由園區內之攤販或陽管處與其
協調
共同納入所協定之管理辦法中 _____.
3. 不需任何管制 _____.
4. 其他 _____.

十七. 請問您是否仍然會繼續從事此項銷售行為？是 _____. 否 _____.
為什麼？

十八. 您覺得陽明山的農業，最有特色的是什麼：

十九. 您認為陽明山國家公園中的農業，應朝那個方向來做：

附錄 C: 販售業者問卷

親愛的農友，您好！

目前園內因攤販與炒青菜等問題，造成部分交通與環境問題，故陽明山國家公園管理處為了能輔導園區內的農友，特地設計了這份問卷請教您的意見，謝謝您的合作，您寶貴的意見將是我們最主要的參考。

陽明山國家公園管理處

問卷日期：_____。

問卷編號：_____。

*若您對問卷的內容有任何的問題，或是有任何意見要提供給我們，請電

766-7793 方昭月小姐（上班時間：早上 9:00至下午4:00）

填完以下的資料後，麻煩您將問卷裝入回郵信封中儘快寄回，再次謝謝您的支持與合作

基本資料

姓名：_____ 年齡：_____。

電話：_____。

（請在每個小題後，就您的意見打勾，若有其他意見，並請儘量填寫，謝謝）

一、園內有部分農戶設攤或設店從事農產品之販售，以下的說法您是否同意

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 農產品銷售一個好出路 _____。
2. 值得進一步發展 _____。
3. 造成嚴重塞車問題 _____。
4. 製造環境髒亂 _____。
5. 其他 _____。

二、您希望陽明山國家公園管理處應對在園內銷售農產品之農友採取如何的管理措施呢

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 完全不准在園內銷售農產品 _____。
2. 對違法的銷售行為嚴加取締 _____。
3. 輔導農產品之園內銷售 _____。
4. 完全不管 _____。
5. 其他 _____。

三、您覺得目前最需要改善的事情是：

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 集中銷售場地之提供 _____。
2. 環境整潔之維持 _____。
3. 陽明山地區農產品特色之建立 _____。
4. 停車問題的改善 _____。
5. 銷售地點之外觀 _____。
6. 宣傳及包裝等 _____。
5. 其他 _____。

四. 就您所知, 是否有外來的攤販亦會在園內賣東西呢? 若是的話, 請問應如何處理:

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 由陽管處嚴加取締, 不准進入 _____.
2. 由園區內之攤販或陽管處與其協調, 納入所協定之管理辦法中 _____.
3. 不需任何管制 _____.
4. 其他 _____.

五. 您是否也願意在園內從事農產品之銷售呢

若願意的話, 您的原因是:

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 利潤較佳 _____.
2. 有剩餘人力 _____.
3. 所在地點適合 _____.
4. 只是想嚐試看看 _____.
5. 其他 _____.

若不願意的話, 您的原因是:

很不同意 不同意 普通 同意 很同意

1. 人力不足 _____.
2. 工作太辛苦 _____.
3. 利潤無法預期 _____.
4. 交通不便 _____.
5. 沒有腹地 _____.
6. 想從事觀光果園類 _____.
7. 想從事市民農園類 _____.
8. 其他 _____.

六. 又若陽管處設立了一個市集, 您會不會想要去參加呢? 想 _____ 不想 _____

若想的話, 原因是 _____

七. 請問就您所知, 銷售者對遊客因採購行為所製造出的垃圾如何處理

無 佔小部分 中等 佔大部分 全部

1. 不管, 由陽管處的人來處理 _____.
2. 提供大垃圾桶, 並隨時加以清理 _____.
3. 遊客離開後, 最後再總整理 _____.
4. 其他 _____.

八. 請問來購買農產品或吃炒青菜的遊客對您是否產生任何的影響呢

沒有影響 有點影響 很有影響

1. 造成交通不便 _____.
2. 造成環境髒亂 _____.
3. 侵入私人用地, 破壞環境 _____.
4. 偷取農產品 _____.
4. 其他 _____.

九. 您覺得以下幾種作法，較能改善以上所提的一些問題與不良影響呢

(請依您贊成的順序填1、2、3、4，最贊成者則填1，餘可以此類推)

贊成之順序

1. 由陽管處統籌安排地點，
成為一個市集 _____.
2. 維持現有販售狀況，
但接受陽管處的輔導 _____.
3. 販售者成立自治會，自行管理 _____.
4. 經登記成立示範戶，由農會及
陽管處輔導示範，逐年改進 _____.
5. 其他 _____.

十. 為了能朝向建立陽明山農業、農產品特色的方向去做，以下有幾個問題想請教您，
希望您能儘量提出您各方面的看法與意見：

1. 您目前生產的作物種類與生產的主要季節是：

作物種類 _____ 生產季節 _____ 月至 _____ 月.

作物種類 _____ 生產季節 _____ 月至 _____ 月.

作物種類 _____ 生產季節 _____ 月至 _____ 月.

作物種類 _____ 生產季節 _____ 月至 _____ 月.

作物種類 _____ 生產季節 _____ 月至 _____ 月.

2. 您覺得陽明山的農業，最有特色的是什麼：

_____.

_____.

_____.

3. 您認為處於陽明山國家公園中的農業，應朝那個方向來做：

_____.

_____.

_____.

附錄 D: 內政部營建署墾丁國家公園管理處「社頂停車場店舖租賃契約書」

墾丁國家公園管理處（以下簡稱甲方）與 （下簡稱乙方）為甲方所有社頂停車場店舖租賃事宜，經雙方同意依照左列條款訂定本契約書

第一條：租賃店舖地點：社頂停車場第 號鋼筋水泥造店舖壹間。

第二條：月租金：新台幣壹仟元整。

第三條：租約期限：自民國 年 月 日起至民國 年 月 日止計貳年。

第四條：繳納租金期限：乙方應將每月租金限於當月貳拾日以前向甲方壹次繳清取據，逾期繳納租金，依左列規定辦理：

一、逾期五天以上，未滿一個月者，按繳費額百分之十加收遲延費。

二、逾期一個月未滿二個月者，按欠繳費百分之二十加收遲延費。

三、逾期二個月者，按欠繳費額百分之三十加收遲延費。

四、逾期達三個月者，撤銷租約。

第五條：租約期間營業稅、水電費由乙方負責繳納。

第六條：乙方承租店舖，應為販賣物品之用，非經甲方同意，不得變更使用。其營業上所需設備，在不妨害交通、觀瞻或損害固定建築及甲方權益之原則下，經取得甲方同意後，始得裝設其費用悉由乙方負擔，租賃期滿應即恢復原狀；未經許可者，視同違建處理。

第七條：乙方選擇甲方所訂之第 類生意，承租後不得販售其他類物品。

第八條：凡包裝定量、定有品質標準之飲料、食品，其利潤成數不得超過五成。

第九條：乙方應經常清掃店舖內外（店舖週圍二公尺以內）保持清潔。並不得違反台灣省消除髒亂方案及其他有關環境衛生法規。

第十條：乙方不得超城鐵捲門擺設物品或任意於店舖外外面懸掛招牌。並應遵守台灣省零售市場管理規則，有關法令之規定及受甲方人員之監督。

第十一條：乙方對承租店舖及範圍內之構造物應妥為維護，如有毀損應予修復或照價賠償擅自增建者，通知拆除時，不予補償。

第十二條：為建立良好形象，乙方販賣人員均須穿著甲方規定之服裝。

第十三條：乙方不得販賣或陳列依國家公園法規定所禁止捕獵採取之動植物暨石筍、鍾乳石、古生物化石、貝殼砂、珊瑚礁石及其他岩石標本與其加工製品（不論產地）

第十四條：為保護環境清潔，乙方不得販售檳榔及甘蔗等有渣食物。

第十五條：申請使用舖位，以一戶一舖位為限，並應自行經營，私自轉讓者，應加收五十個月之租金，並撤銷其租約，受讓人（須年滿二十歲，但直系親屬間之讓渡不在此限），得申請使用該舖位（讓渡予承租人之直系親屬者免加數五十個月之租金）

第十六條：乙方有左列各款情形之一時，甲方得予終止契約並收回出租舖位：

一、違反本契約第六至十四條之規定，經甲方「書面」警告三次仍不改善者。

二、本人或其配偶或其直系親屬在公園內，有違反公序良俗、妨害環境衛生、詐騙顧客、強拉遊客，經營流動攤販或以其他不正當方法兜覽生意等行為，經甲方「書面」警告三次，仍不改善者。

三、本人或其配偶或其直系親屬，有違反國家公園法案件，經裁定處以罰鍰以上之處分者；或違反墾丁國家公園計畫、保護、利用管制原則之規定事項，經甲方「書面」警告三次仍不改善者。

四、除可抗力情事之外，每個月不在租用店舖做生意達十五天者。

第十七條：乙方違反本契約第十六條規定或自願不續租者，應於收到甲方之通知三日內，無條件自行遷出，並將租賃店舖恢復原狀交還甲方。如乙方不能於限期內遷出時，甲方即請求法院逕行強制執行，其所需費用悉由乙方負擔，並應支付甲方每天新台幣伍佰元之延期遷出違約金。

第十八條：本契約期滿後，甲方如繼續出租時，乙方除有違反本契約者外，依同一租賃條件有續權，但租金應由甲方訂之。

第十九條：乙方必須參加由甲方輔導成立之攤販自治會為會員，並選出代表隨時與甲方研商改善經營方式，以建立良好之攤販形象。

第二十條：本契約係經雙方同意成立屬實，並送請法院公證，公證費由甲方負擔，乙方應自訂約日起兩個月內以本契約書，向屏東縣政府商業主管單位申請營業登記。

第二十一條：本契約應貼足印花，由乙方負擔。

第二十二條：本契約書乙式參份、甲、乙双方各執乙份，並送法院公證處存乙份。

附錄 E: 內政部營建署太魯閣國家公園布洛灣賣店委託經營合約書

內政部營建署員工消費合作社（甲方）

花蓮縣山地社會福利協會（乙方）

為共同提高山地福利，甲方同意布洛灣遊憩區餐飲設備及經營權委由乙方使用經營，乙方所得之盈餘，不得以任何名義分配予個人，除必要開支外，應全數用於山地福利事業，以為回饋地方，雙方約訂條件如下：

第一條：委託經營項目：

- 一、簡速餐飲。
- 二、展售店。
- 三、歌舞表演。

營業項目需用之建物場地，於合約簽訂後即交由乙方開始營業。

第二條：本合約委託經營期限，自甲方將乙方營業所需之建物、場地點交乙方日起算壹年。約定期滿，如乙方無違反合約規定情事，乙方有優先續約之權。

第三條：餐飲設施每日營業時間不得少於八小時，其作息由乙方視營業項目之性質及成本收入配合訂定，但應知照甲方。

第四條：乙方應於簽訂本合約時，繳交甲方履約保證金新台幣陸萬元整，合約終止時，甲方應如數無息退還乙方。

第五條：乙方應於正式開始營業日起，按月付甲方租金新台幣參萬元整，並於每月五日前繳交甲方太魯閣分社，乙方如逾上開期限未繳交租金，甲方按延遲日數以中央銀行放款利率兩倍加收遲延息。乙方應遵守法令及另訂之經營注意事項，依約經營，對售價甲方有權監督。

第六條：乙方應依據商業會計法，本財務公開原則，每月編製月報表，通報甲方，甲方得檢查帳務，年終結算盈餘，分予甲方百分之四十，餘百分之六十，由乙方辦理山地福利事業，不得移作他用，但有虧損，甲方概不分擔。乙方會計制度，雙方同意採曆年制。

第七條：營業項目、營業許可及有關稅捐事宜，由乙方申辦及繳納。營業場所之火險由甲方負責投保，乙方僱用之員工，由乙方負責勞保。

第八條：營業場所耗用之水電費分擔如下：

- 一、甲方應就營業區域辦理營業用電之申請，其費用甲方負擔。
- 二、營業用電錶每月電費由乙方負擔。
- 三、水費全部由甲方負擔。
- 四、供電供水設備之增添與維修，由甲方負責。

第九條：牌樓及沿途標誌由甲方規劃、設置及維修。

第十條：乙方如發生下列各款情形之一時，應迅速通知甲方，否則致甲方遭受損害時，甲方得視為違約，有權終止合約，並視損害情形得向乙方要求賠償：

- 一、代表人變更時。
- 二、組織變更時。
- 三、資本結構發生重大時。

四、設籍地址變更時。

第十一條：甲方對不屬乙方責任之災害、竊盜，或因故障產生之損害，不得要求乙方負擔責任及賠償。

第十二條：甲方提供乙方使用之物品隨同合約另附清冊，點交乙方，乙方應負妥善維護之責，但不動產之維修甲方負責。

第十三條：甲方委託乙方經營項目之建物及設備，如不敷實際需要時，甲方應予增建擴充，比照前條規定，列冊點交乙方使用經營，惟租金之增加雙方另議。

第十四條：乙方於合約期限屆滿而未續約或雙方同意終止合約時，應於甲方指定之日前交還營業場所及甲方所有設備，除自然折舊損耗外，應保持完整可繼續使用狀況返還甲方，如有改裝或裝潢亦應恢復原狀（甲方同意保留者不在此限）。其他乙方物品亦應搬走，不則甲方以廢棄物棄物處理，乙方不得異議及要求賠償，乙方如未按規定將營業場所及設備於甲方指定之日期前返還，甲方得逕行聲請法院強制執行，乙方不得異議，並放棄先訴抗辯權。

第十五條：乙方如於合約有效期內請求終止合約時，須於兩個月前以書面通知，甲方，在此過渡期間，為不使甲方遭受損失，乙方不論有無營業，仍應按月繳交租金。

第十六條：乙方有下列各款情事之一者，甲方得終止合約，因而產生之損害，甲方不負賠償責任：

一、乙方受破產之宣告。

二、營業有違法令，被行政機關吊銷執照。

三、合約中途擅自委託第三者經營。

四、拒絕履行合約所訂各條款，並經甲方書面警告拒絕接受時。

五、因與第三者產生債務，致債權人至營業場所索債或訴

請法院至營業場所執行查封金錢財物，乙方未能儘速解決時。

第十七條：乙方如延遲繳交租金或拒付違反本合約及經營注意事項應由乙方負擔之債務，及怠於履約而產生損害賠償等，甲方得自前第四條之履約保證金內先行提繳，並通知乙方於五日內補足保證金額，乙方若拒不補足，即構成終止合約條件。

第十八條：本合約未盡事宜經雙方同意後訂定。

第十九條：本合約甲乙雙方均應遵行，否則違約之一方，應負賠償對方一切損失。

第二十條：本合約書及經營注意事項，發生疑時五諸法理請仲裁機構仲裁。

第二十一條：本合約書及經營注意事項等一併送請花蓮地方法院公證，除正本兩份由雙方各執一份外，另製副（影）本十四份送上級及有關機關（含保證人）存查，並交若干份子雙方現場負責人為執行合約之依據。

附錄 F: 東北角風景區管理處鼻頭港服務區賣店租賃契約書

交通部觀光局東北角海岸風景特定區管理處 甲

以下簡稱 方

立契約書人 乙

，依據風景特定區管理規則第二十二條之規定，並經雙方同意訂立攤位租賃、使用及管理契約，內容如左：

一、攤位地點及編號：鼻頭港服務區賣店第 號攤位。

二、攤位租金：每月貳仟元整，於每月五日前逕向甲方繳交。

三、攤位保證金：新台幣伍仟元整，於簽約時一次繳付甲方。

四、攤位使用期限：自民國八十二年七月一日起至民國八十三年六月三十日止。

五、乙方應接受甲方之督導與管理，並確實遵守下列事項：

1.維護攤位本身及附近環境之衛生與整潔，賣店內公共設施部分之清潔維護應由乙方排表輪流維護清理，本項排表應於簽約後由乙方於每月七日前造冊送甲方乙份以為督導之依據。

2.販賣之餐飲應符合衛生，以出售包裝之食物為主，出售未經包裝之食物，應以衛生（紙製）餐具盛裝，配合環保政策，並避免使用可能造成二次公害物品盛（包）裝。

3.乙方租賃或續約前，應先經衛生醫療機構健康檢查合格，並取得健康證明後，始得租賃或續約。若患有出疹、肝病、結核病、性病等可能造成食品污染之疾病者，不得租賃或續約。

4.乙方販賣物品之項目、名稱及收費標準，應依甲方核定之項目及標準收費。營業項目之變更或調整收費應事先經甲方認定，甲方重作價目表標示牌，費用由申請人負擔。

5.乙方販賣之物品，應依規定擺放，不得任意佔用公共空間，破壞環境整潔。

6.乙方不得擅自變更及擴大營業攤位。

7.嚴禁乙方販售檳榔及三十公分以下之龍蝦。

8.乙方營業時應穿著甲方規定之服裝，並配戴甲方發給之證件，製裝費由乙方負擔。

9.各攤位現有設施（包括營業項目及價格標示牌、水電設施等）不得擅自任意更改增添，且應確實維護使用，發生故障時應由乙方負責修復。

10.各攤位之清潔維護及水電稅捐（含契約所需千分之四印花稅）等一切費用，由乙方自行負擔。

11.自合約生效日起，該區出現流動攤販時，應立即通知當地警察機關或甲方予以取締，該被取締之流動攤販如經查證屬實為乙方之親屬時，乙方應受同等之連坐處分。

六、乙方若違反前項各 時，甲方第一次警告限期改善，第二次除勒令改善，並科以新台幣一五〇〇元之違約金外，並由承租人切結保證書不再發生類似情事，第

三次則沒收保證金、終止契約、撤銷其承租權，並令乙方在十日內賠償一切損失後，自行 攤位，乙方不得異議。

七、乙方逾規定期限七日未向甲方繳交租金或簽約金者，則沒收保證金、終止契約、撤銷承租權，乙方不得異議。

八、乙方若經甲方管理員查獲未經報備連續五日以上未營業或每月累計十天未營業，經通知未改善者，撤銷其攤位承租權，並沒收保證金。

九、乙方因故於契約屆滿前終止經營者，應於一個月前通知甲方，繳回攤位並申請退還保證金並回復原狀。

十、乙方應自行經營攤位，不得私自轉讓或轉租，私自轉讓或轉租者，撤銷其攤位權，一經證實即終止契約，除沒收保證金外，並處以同本契約保證金貳拾倍之罰鍰並撤銷優先承租權，承租人不得異議，並放棄先訴抗辯權。

十一、乙方簽訂契約時，須自行覓尋保證人，承租期間如有違法情事，保證人須負一切連帶責任。

十二、本契約自訂約日起生效，契約書正本二份，甲、乙雙方各執乙份為憑，副本二份存甲方。

十三、本契約如有未盡事宜，另經雙方協議後修訂之。

附錄 G: 內政部營建署太魯閣國家公園管理處攤販管理實施要點

第一條 內政部營建署太魯閣國家公園管理處（以下簡稱本處）為有效管理攤販，制定本要點。

第二條 本要點依據內政部營建署766.5.4(76)營署園字第五三六二號函訂定。

第三條 本要點內所稱管理攤販之攤販是指園內登記有案之固定攤販。

第四條 攤販集中之場所、營業時間、營業種類、攤位數等依實際需要由本處決定後公告之。

第五條 原登記有案攤販業者，應重新向本處申請登記，每一戶共限一人申請，經審查合格後與本處簽約，始得營業，合約時效一年。

第六條 攤販應於每月十日以前繳清當月之場地使用費（租金）。逾期不繳者，視同違約。

第七條 重新申請登記之攤販，應具備左列條件：

- 一 年滿二十歲之男女，在花蓮縣設有戶籍一年以上，非公司、工場或商店負責人者。
- 二 身心健康、無不良嗜好及傳染病者。

第八條 攤販之申請登記應檢附左列各項書件：

- 一 全戶戶口謄本（正本乙份）
- 二 國民身份證影印乙份
- 三 公立醫院體檢表
- 四 最近兩吋半身照片兩張

第九條 攤販應遵守左列規定：

- 一 接受本處及太魯閣國家公園警察隊之督導管理。
- 二 應在指定之攤位及時間營業，嚴禁強行推銷或兼攝影拉客
- 三 營業設備及販賣之物品應排列整齊，並保持攤位週圍兩公尺內環境之清潔。
- 四 飲食設備及販賣之飲料，應符合標準，並經常保持整潔衛生
- 五 販賣品應訂定統一標價，逐樣地列於標價牌上，並標價收取費用，不得向遊客索取其它費用。
- 六 不得兼充嚮導吶喊招攬遊客及妨礙交通、公共秩序、製造噪音及違規行為。

七 不得有妨礙善良風俗之行為

八 應自備有蓋不漏水之容器存放廢棄物，並隨時保持乾淨

九 不得存放危險性油料、爆炸物或其他易燃物品。

十 許可證應於營業時間內，懸掛於明顯易見之處。

十一 攤位不得作住家之用，並禁止亂貼廣告字畫。

十二 為建立良好形象，攤販業者均須穿著本處規定之統一制服（自費製作）

十三 攤販在合約期間，不得以本處名義對外往來。若有違反票據或賒欠，其責任由訂約攤販自行負責，與本處無關，若因此使本處蒙受任何損失，除依法追訴外，攤販業者應自願放棄先訴抗辯權。

第十條 攤販有左列情事之一者，應予撤銷攤販許可證，並由本處收回攤位。

一 申請事項有虛偽不實情事者。

二 擅自變更營業種類、營業地點及時間者

三 停止營業逾三個月以上。

四 將攤位出租、轉讓或交由他人代為營業者

五 本人、配偶或共同生活之直系親屬獲配攤位者，或已取得本園區照相服務資格者。

六 經政府輔導轉業者。

七 戶籍遷離原發證之縣轄市或鄉鎮者。

八 未按月繳清攤位使用費（租金）者。

右列撤銷攤位許可證者不得再提出申請。

第十一條 違反本要點之規定時，依國家公園、食品衛生管理法、廢棄物管理法、道路交通管理處罰條例及其他有關法令規定之。

第十二條 本要點規定之書表格式由本處另定之。

第十三條 本要點如有未盡事宜，得隨時修訂之。

第十四條 本要自公布實施。

附錄 H: 內政部營建署員工消費合作社布洛灣遊憩區速簡餐廳及展售店委託經營注意事項

第一條：本社為加強布洛灣遊憩區餐廳、展售店服務特訂定本注意事項，為布洛灣遊憩區服務設施委託單位花蓮縣山地社會福利協會（以下簡稱山福會）經營管理準繩。

第二條：速簡餐廳及展售店營業項目內容限於下列各項：

（一）速簡餐廳：經指定廚房烹調加工調配之速食類食品及飲料。

（二）展售店：原住民生產製作或合格廠商批售之工藝品、生產品。

（三）加工製造、調配、包裝場所之設備、用水水質衛生、衛廁設置等應注意事項，廢棄物之處理、員工宿舍、餐庭之設置、從業人員之管理、販賣貯存食品設備及病媒防止等應注意事項，必須遵守「食品衛生管理法規」之規定辦理，請參照下列規定：

1. 變質或腐敗者。

2. 未成熟而有害人體健康者。

3. 有毒或含有有害人體健康之物質或異物者。

4. 染有病原菌者。

5. 殘留農藥含量超過中央主管機關所定安全容許量者。

6. 受原子塵、放射能污染，其含量超過中央主管機關所定安全容許量者。

7. 攙偽、假冒者。

8. 屠體經衛生檢查不合格者。

9. 逾保存期限者。

（四）除啤酒外，嚴禁銷售其他酒類。

（五）嚴禁銷售檳榔等對環境衛生不良食品。

（六）山福會在廚房及製作場所應遵守左列事項：

1. 變質或腐壞之飲食物品不得出售、陳列或貯藏。

2. 廚房所用肉類、蔬菜及烹調用原料，均應在其他衛生合

格地點清洗妥當，以覆蓋之箱框裝運至廚房存放備用，不得在廚房內摘選清洗，並不得將未經清潔之箱框或塑膠袋搬進廚房。

3. 廚房內應備足夠容量之次凍庫及次藏間，以便保存清洗完畢之肉類及蔬菜，其溫度應有溫度計遵照衛生管理之規定辦理調節。

4. 儲存用水之容器均應加蓋，並須每日清洗沈積物。

5. 飲食用具使用前應清洗乾淨，並經有效消毒，置於玻璃櫥或窗櫥內，經塗蠟紙紙質者，應用自由有效餘氯量百萬之一漂白液沖滌，使用後應即予廢棄，不得再用。

6. 供應顧客擦拭用品，以消毒衛生紙巾為限。

（七）從業人員應遵守左列事項—應由山福會督促進行。

1. 工作前、大小便或擦鼻涕，均應立刻洗手。

2. 經常剪短指甲。

- 3.不得以手指接觸供顧各用之飲食物品或食具，更不得口嚙食品。
- 4.工作時不得赤足或吸菸。
- 5.工作時應戴工作帽或髮網。
- 6.手或臂患有瘡傷者，不得上班工作。
- 7.不得在餐廳或廚房留宿。

第 三 條：速簡餐廳及展售店從業員，山福會應儘量僱用原住民，僱用比例不得低於從業人員總數百分之七十。

第 四 條：銷售物品須具備下列之要件：

- (一) 必須具備方便遊客，合乎一般性之需要。
- (二) 必須不違反公共秩序及善良風俗者。
- (三) 價廉物美且保健、衛生上無任何之危害者。
- (四) 各項出售之食品、飲料，必須顯著標示左列事項於容器或包裝上，以保障遊客衛生安全。

- 1.品名。

- 2.內容物名稱及重量、容量或數量，其為兩種以上混合物時，應分別標明。

- 3.食品添加物名稱。

- 4.製造廠商名稱、地址。輸入者應加註輸入廠商名稱、地址。

- 5.製造日期。經中央主管機關公告指定須標示保存期限或保存條件者，應一併標示之。

- (五) 不得收取任何服務費。

第 五 條：山福會訂定銷售物品價格時，原則上應根據下列之規定。

- (一) 須與花蓮市一般商店銷售之價格力求均衡。
- (二) 出售項目及價格，本社基於監督權，得通知糾正、變更。
- (三) 包裝成品，不得超出花蓮市賣店之零售價格，其品質、份量、規格等不得低於同樣貨品之標準，否則不准出售。

第 六 條：山福會應將有關本項經營之會計帳簿、會計文件及其他憑證單據列帳，當本社有所需要時，須於接到通佑後十日內提出，如山福會另有經營其他事業，其會計紀錄應分別辦理。

第 七 條：山福會未獲本社同意，不得以任何名目舉辦展示會，以及邀約非工作人員舉行集會，亦不得在本處劃定範圍以外任何地點擺設商品，擴大營業面積。

第 八 條：山福會對於本社提供使用之建築物及設備，應加妥善保管及維護，如因其未盡責任，致使本社或第三者蒙受損害時，應負責賠償。

第 九 條：關於營業使用建築物及營業設備之保養及修理，除因天然及其他無法歸咎於山福會之責任產生之故障修繕外，其他之零星保養及修繕，或經本社同意之改建，與提供山福會使用之電話、電器設備、給、排水設備、煤氣設備、冷氣機等，凡在建築物內部者，在合約期內均由山福會負責修理。

第 十 條：山福會應督促及訓練從業人員對遊客作勤快而親切之服務，除職前訓練外，並常施在職教育，隨時檢討改進。若因營業措施致使遊客有所抱怨不滿之時，應立刻採取誠懇之補救措施。

第十一條：山福會對其管理之營業設施、設備、器材、工作備品，應按下列規定時常檢查維護，如為實施之檢查維護而需暫停營業時，應事先將其日期、時間及方法以書面徵求本社同意。

（一）食品器皿盤碗不得使用對遊客健康有害之塑膠製品，磁器用具不得有污漬或缺口，並應隨時消毒處理。

（二）餐廳及展售店、建築物內部清潔維護。

（三）桌椅及用具應隨時擦拭保持潔淨。

（四）大廳所有門窗玻璃，應隨時保持清潔光亮。

（五）地皮應每日清潔打磨，每週至少徹底打蠟二次，隨時保持亮光清潔。

（六）垃圾桶應保持清潔，加套塑膠袋，裝滿時隨時清除，並集送指定之堆集場所。

（七）所有從業人員應符合左列之規定：

1. 手部應保持清潔，工作前應用清劑洗淨。凡與食品直接接觸的工作人員不得蓄留指甲、塗抹指甲油及配帶飾物等。

2. 餐廳業或餐盒食品業若以雙手直接調理不經加熱即行食品時，應穿戴消毒清潔之手套，或將手部徹底洗淨及消毒。

3. 工作時必須穿戴整潔之工作衣帽，以防頭髮、頭屑及來雜物落入食品中。

4. 工作中不得有吸煙、嚼檳榔、飲食等可能污染食品之行為。

5. 新進人員應經衛生醫療機構健康檢查合格後，始得僱用。僱用後每年應主動辦理健康檢查乙次，並取得健康證明。如患有出疹、膿瘡、外傷、肝病、結核病、性病等可能造成食品污染之疾病者，不得從事工作。

6. 從業期間應接受衛生主管機關舉辦之衛生講習。

第十二條：山福會不得在營業設備及場所內外張貼任何宣傳標語

或懸掛旗幟，其有關營業之所有文證圖畫，本社如認為有不應張貼、懸掛或設計者，應即服從改善或撤去。

第十三條：本社或本社之上級單位、公共衛生單位有關人員得進入餐廳、廚房等內部設備、器具備品及食品等之衛生狀況、措施，並將改善結果提出報告。

第十四條：山福會應依照下列規定僱用足夠派用之員工，並須聽從本社建議改善或增加。

（一）僱用之從業員工應於到達營業處所前，先照具員工名冊三份，載明姓名、出生年月日、籍貫、戶籍所在地、身分證統一編號，送交本社轉洽有關單位查考（嗣後如有新進員工均比照辦理），離職時應以書面通知備查。

（二）從業員工如遇有精神障礙，以及法定傳染病、皮膚病、或受宣告為帶菌傳染病者，應立即停止其工作調離送醫或解僱，不得在區內逗留，並於痊癒恢復上班之前，必須取得醫院之證明書，送請本社同意後始得返回工作。

（三）從業員工如汰行為不檢或其他不良之原因而有安全顧慮時經本社通知應立即調離。

（四）從業員工進（暫）住區內，均應依法自行向管區警察機關申報流動戶口。

(五) 從業員工在區內，工作時間一律穿著制服（編號碼）及佩帶服務證（由山福會統一自製，先送樣張，俾有關單位查核）以資識別，該證不得借予他人使用，如有遺失不報，或借予他人使用，因而發生事端，山福會須同負法律責任。

(六) 嚴禁從業員工在區站內攜帶武器或危險物品、違禁物品，並禁止飲酒、賭博或飼養動物或有礙食品及環境衛生，以及其他違法行為，如有以上情事而發生意外時，山福會應負連帶責任。

(七) 工作場所內之從業員工及車輛攜運物品認為有可疑時，應接受有關單位之檢查，不得拒絕。

(八) 山福會對於從業員工之思想言行應妥慎考核，絕對負責。

(九) 發現從業員工中有涉及匪諜、罷工、怠工、判亂等案件或其他不法份子之資料，應立即向本處提出報告。

第十五條：山福會對於有關設施及易燃品應依照下列規定切實管理：

(一) 服務區內之水電設施，應雇用有水電執照之專人專責管理。

(二) 充實消防設備，隨時檢驗保持堪用狀況，並訓練從業員工消防知識，以防萬一。

(三) 對易燃、易爆物品應嚴加管制，加強員工應變措施。

第十六條：山福會發現道路損壞、特殊氣象、車禍、犯罪等重大事件時，應立即向本社及警察隊、管理站等單位通報，以便儘速採取處理措施。

第十七條：營業場所內之附屬物及設備，如給排水設備、電氣設備等未取得本社同意前不得擅自改裝、變動或破壞，使用電氣設備不得超越原設計之容許量。

第十八條：管理處於有洛灣遊憩區內設置之展示、解說設施、資料、圖卡，山福會全力協助維護。

第十九條：管理處派駐管理站人員，本社各主管人員等，於現場執行檢查或監督任務時，係代表管理處及本社行使權責，山福會應密切配合，不得有陽奉陰違或不遵指示之情事。但對其指示難以接受或有異議者，應逐級向本社主管人員隨時連絡，必要時得以書面提出意見函請解釋，避免在場爭論或有不合作之現象發生。

第二十條：餐廳及展售店備用空間狹小，為維護環境衛生，山福會應就營業區域內另闢空間供作辦公室及員工換班前或工作中休息，或於夜晚值班看守人員休息之用，其設裝床餐廳不得超過三單人床，展售店不得超過二張床，並不得作為員工長期住宿之用。山福會僱用員工之住宿，應在區外自行租賃，以交通車接送通勤。

第二十一條：本「注意事項」係用以補充委託經營合約書之不足，自簽訂合約書日起一併生效。山福會如有違本注意事項之事實，經本社或本社之代表人員勸告而不聽從者，以違反合約論，其情形嚴重者將予書面警告限期改善，或逕行通知終止合約。

附錄 I: 美國洛山磯郡合約實例與龍門鹽寮合約之比較(摘自觀光局國家級風景特定區開放民間參與開發，營運之研究1993)

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(一) 經營項目之界定：	1.販賣食物、飲料 2.租船服務 3.沙灘用品販賣 4.加油站 5.釣魚、滑水	1.露營區營位設施 2.河濱公園水上活動遊樂項目 3.活動中心所經營之零售、販賣、出租 4.餐廳 5.停車場	1.露營區營位設施 2.沙灘活動遊樂項目 3.零售、販賣、出租 4.餐飲中心 5.停車場
(二) 經營地點之範圍	Castaic Lake遊樂地區	龍門河濱公園露營區	鹽寮海濱公園
(三) 合約之期限	自簽約後五年，期滿前乙方得獲州政府同意，繼續使用，按月計算租金	五年為一期，期滿前乙方經評定優良，得優先續約五年，但以一次為限，續約時另訂新約	五年為一期，期滿前乙方經評定優良，得依一條件優先續約五年
(四) 每月（每年）合約之租金	每月支付租金承租者之租金得依最低合約租金或營業額抽成，而取其較高者支付。	每年支付一次租金業者於經營期限內應付使用金（總標價700萬元整）第一年萬65萬，第二年120萬，第三年160萬，第四年170萬，第五年185萬	每年支付一次租金每年為新台幣68萬元。觀光局保有調整租金之權利，其調整額度應視實際需要而調整，但不得超過原租金之10%
(五) 經營期間帳目之記錄及方法	經營者必須保持所有之會計與財務資料，包括銀行帳目、政府稅表及其他相關之資料，以供郡政府並可對帳本進行帳目稽核，以確保業者帳目正確	業者應提報觀光局半年財務報表每季營業報表	無

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(六) 使用設施之翻新與裝璜	任何新興裝璜工程必需在開工前得到郡政府之許可。在合約期滿後，業者必須把所有權轉移給郡政府	經營者若因營運需要，且在經觀光局同意之情況下得以自費興建必要設施。原則上產權屬於業者，在合約期滿後，觀光局同意留下之項目，價款應協調，其餘之新增設施，業者必須拆除	經營者在觀光局同意之情況下，得改變設施內部，但主體結構及造型不得更改。在合約期滿清理後，轉交觀光局
(七) 保證金	業者在翻修、裝璜或興建任何設施前，必須提供郡政府相當於工程款之保證金，以確保工程之品質及完成	無	無
(八) 經營期間所必須遵守之法令與規則	業者經營期間將遵守所有之聯邦、加州及其他相關法令與法規，業者並同意在營業前取得所有必須之執照及許可證。業者在設立任何招牌前，必須要先取得郡政府之許可	經營者將遵守一切法令之規定並接受觀光局之督導	觀光局對業者之經營方式有督導權，業者對觀光局所提之建議不得無理拒絕
(九) 合約轉讓或分租	所有契約之轉讓、分租等必須先取得郡政府之書面同意，才生效。而股權之轉讓，若未經郡政府同意，則視為違約	業者未經觀光局核准，不得將觀光局所提供之設施等逕行分租、轉租，抵押或轉讓與他人	業者未經觀光局核准，不得將經營權讓予第三人
(十) 經營者對郡政府所有之費用與債務	所有由於經營者疏忽對郡政府所產生之法律責任，業者同意償還郡政府所有之費用與債務	無	無

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(十一) 火險、責任險與員工保險	業者必須投保下列之保險 1.一般責任險：至少每一意外事故之保額為100萬美金 2.員工保險：所有員工都要至少15萬美金之意外保額 3.產物險：保額必須至少為產物之現值。但自付額不低於10%或高於20%	業者將為每位遊客辦理意外保險，保險額不得低於新台幣100萬元。由觀光局所投資興建之各項設施產物保險，將由觀光局負擔	無
(十二) 生財器具及建物之受損重建	若任何設施受損，經營者必須立即通知郡政府，並且採取必要之步驟以防止意外之發生。經營者同時申請保險賠償，其賠償金額應付給郡政府，並立即修復。若受損情形嚴重，因而無法修復，經營者可以終止合約	無	無
(十三) 郡政府在經營地區保有興建設施權	若郡政府在合約期間內要在經營地點或附近興建其他設施，業者必須要配合。但業者若受到任何損失，則郡政府同意可將租金做適度之調整	無	無
(十四) 押金	業者必須簽約後繳納相當於三個月租金之金額給郡政府做為押金，以防業者違約。在合約期滿時此金額並可用來補償業者所造成之設施損失	押金為一年之租金金額。此押金於合期滿觀光局接收設施後，扣除業者造成之損失而歸還業者	同左
(十五) 郡政府保留對經營地點之地役權	郡政府對此經營地點保有地役權，（包括天上、地面及地下）但租金則可依實際業者利益受損之程度而減低	無	無

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(十六) 各類稅捐支付	所有相關之房屋稅、土地稅由業者支付	由觀光局提供設施的稅捐由觀光局負責，由業者投資興建之各項設施的稅捐及營業稅捐由業者負責	所有經營管理相關之費用概由業者負擔，包括所有之稅捐
(十七) 經營者不可有任何歧視	經營者不能因種族、性別、婚姻狀況等因素而不雇用某些員工	無	無
(十八) 合約之終止	若業者違約，則郡政府可以單方面終止合約。郡政府並可以沒收所有業者在經營地點之資產，以補償其所受之損失	觀光局得在某些情況下，單方面終止合約，並沒收押金，且經營者應負完全之賠償責任	經營者未按合約繳付租金時觀光局得終止合約
(十九) 違約之情形	業者在經營管理上面必須要根據合約中之規定否則視為違約，郡政府有權單方面的取消合約。違約項目並包括業者同意而轉讓股權	經營者宣告破產營業執照遭行政機關吊銷擅自將經營權轉交他人	不按時繳付租金
(二十) 經營者無力清償債務	若郡政府認為經營者財務困難時，並無法在正常營運之狀況下支付開支及償還債務，郡政府則可以宣告經營者違約，而取消合約。	無	無
(二十一) 棄權聲明書	若經營者違反合約條款而郡政府未出面阻止，並不表示郡政府同意修改合約，而且業者不可用此為再次違約之藉口	無	無

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(二二) 經營權之交還	在合約終止後，經營者必需將設施交還郡政府，任何超過正常之折損，業者必須負責賠償。同時業者必需提供郡政府對於此設施產權之棄權證書	契約期滿，業者將原接收之場地、設施復原交還觀光局點收，觀光局無息退還保證金，如有毀損，自保證金求償，如不足業者負賠償責任	契約期滿，業者將地設施完好無缺交還觀光局保證金無息退還業者。如有損毀自保證金求償，如有不足業者份負賠償責任
(二三) 合約內容之解釋	合約內容之主要名詞定義	無	無
(二四) 經營地點之進入檢查權	任何相關之郡政府官員在合理的時間內都可以至經營地點視察業者之經營狀況及有無違約之行為	1.設施、設備每半年接受一次檢查，合格始能營業 2.業者應遵從觀光局之督導，遵守一切法令，配合觀光局辦理相關事宜	1.觀光局得隨時檢查業者食物場所之清潔衛生，並要求業者改進 2.觀光局對業者之經營管理方式有督導權
(二五) 關係之界定	經營者與郡政府之關係為契約關係，雙方都沒有任何意向要創設雇主與員之關係	觀光局和業者之關係為委託經營之契約的關係	觀光局和業者之合約雖為租賃契約，但合約內含有委託經營之條款而使租賃契約有委任經營之形式。
(二六) 契約條例之可分性	若任何一條契約內容，事後被確認為無效或不合法，本合約中之其他條款則還是有效	無	無
(二七) 關係之界定	郡政府所之公園與娛樂部之最高主管，配合郡政府內之其他官員，共同執行本合約	交通部觀光局配合政府之其他官員主管並執行本合約	同左
(二八) 法定通知人及地點	所有與合約款相關之溝通，必須以此法定通知人及其地點為通知對象	以契約立書人之業者代表人及其地址為法定通知人	同左
(二九) 全份合約內容之確認	本合約包含了所有雙方所商討之項目，其他商討過而未列入本合約之事項，雙方同意不為本合約之內容	委託經營管理契約書，投標須知，以及經營管理要點和其他補充說明之附件均為本合約之內容	同左

合約內容之標題	美國CASTAIC LAKE實例	龍門案合約	鹽寮案合約
(三十) 售價之控制	物品與服務項目之收費必須合理，與周圍其他店家之收價相似。若郡政府認為業者收費過高，則可以要求業者調整至合理之價格	所有經營者銷售物品之價格及服務項目，事先函報觀光局，若違反規定，則以罰款處理	無
(三一) 契約之解釋	以加州州政府對合約解釋之法令為依據來解釋有爭議的合約條款	契約發生疑義時，以"誠實信用原則"解釋	無
(三二) 保證人	無	無	由第三者簽署連帶保證
(三三) 切結書	無	有	無

附錄 J: 太魯閣國家公園園區內非法攤販業者處罰條款一覽表

無照攤販之取締可依:	罰則
1.禁止事項公告第8條第3款罰款禁止於指定之商店販賣區以外設立攤位或流動兜售	處伍仟元以下罰鍰
2.太魯閣國家公園攤販管理實施要點第四條攤販之主管單位為本處觀光遊憩課，負責攤販之規劃申請登記及管理事項。違規攤販及流動攤販之取締由太魯閣公園警察隊辦理，並由本處與警察隊合組督察小組，執行不定期機動性之巡視。	
3.違警罰法第54條第11款營工商業不遵法令之規定者	處七日以下拘留或五十元以下罰鍰並得停止其營業或勒令歇業
4.違警罰法第63條第2款於道旁羅列商品，食物或其他雜物，不聽禁止者。	處二十元以下罰鍰或申誡
5.違警罰法第63條第4款（此款在叫罵不休的認定上處五日以下拘留或三十元以下罰鍰較有困難）於道路公共場所或公共得出入之場所，叫罵不休，不聽禁止者。	處五日以下拘留或三十元以下罰鍰
6.違警罰法第77條第6款強買，強賣物品跡近要挾者	處五日以下拘留或三十元以下罰鍰
7.道路交通管理處罰條例第82條第1款在道路堆積，或拋擲足以妨礙交通之物者。	除責令行為人即時停止並消除障礙外，處行為人或其雇主四百元以上八百元以下罰鍰
8.道路交通管理處罰條例第82條第10款在公告禁止設攤之處擺設攤位者	除責令行為人即時停止並消除障礙外，處行為人或其雇主四百元以上八百元以下罰鍰，並可沒收其攤位攤架
9.道路交通管理處罰條例第83條第2款未經許可在道路擺設攤位者	處所有人一百元以上二百元以下罰鍰並責令撤除

附錄 K:「陽明山國家公園竹子湖地區農業生產活動調查暨經營管理之研究」期初簡報會議紀錄

一、時間：民國八十二年十一月三日（星期三）上午九時三十分

二、地點：本處二樓會議室

三、主席：葉處長世文

紀錄：叢培芝

四、出席單位及人員：

內政部營建署：盧淑妃

經典工程顧問有限公司：張俊彥、葉美秀

本處李副處長養盛：

曾秘書偉宏

企劃課：劉田財

工務課：黃佩陞

解說課：呂理昌

保育課：陳育賢

資訊室：韓志武

政風室：（小油坑站、龍鳳谷站）：王經堂

會計室：毛鋒澤

觀光課：李朝盛

擎天崗站：詹德樞

建管小組：（未派員）

五、簡報內容：（略）

六、討論：

（一）營建署盧淑妃小姐建議

1.題目以受託單位修正擬定之「陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式之研究」較契合研究目標及主題。

2.建議將報告書中「原住農民」修正為「當地居民（農民）」較為妥適。

3.建議研究調查地點依「陽明山國家公園土地使用分區管制要點」類別研擬不同之經營管理方式；並增加調查農產品來源、販賣對

象．．．等項目，以探討對園區土地使用之影響；另販售行為所造成的污染問題亦應一併納入考量。

4.建議探討農民販售地點是否有移轉現象，並應配合未來遊息區發展以階段性目標為考量。

（二）本處綜合意見：

- 1.建議受託單位確定經營管理目標，依季節性、遊客尖離峰、環境特性及資源分配之公平性等特性擬定階段式經營管理方案。
- 2.請受託單位評估有關銷售站設置地點、土地權屬、適宜性及銷售站設置適宜面積暨日後經管之法令規章、管理契約等研究內容。
- 3.建議調查項目中增列攤販販售利潤之分析，並請於問卷調查中增列遊客對遊客中心及遊客服務站販賣部經營管理方式之滿意度及改善建議。
- 4.請受託單位依階段性目標詳擬工作進度表，於初期階段先就基本資料之建立提出初步分析決策參考。
- 5.請受託單位研究攤販違規處置或獎勵設置之法規依據，以俾研擬後續之管理監測計畫。

七、結論

- 1.請主辦單位發函有關單位協助受託單位取得本研究部份基本資料，並於期中簡報時邀請士林區農會、北投區農會及台北市建設局相關單位與會討論。
- 2.請受託單位詳擬規劃流程，另基本資料調查包括耕作面積、銷售項目、攤販名冊、販賣者－遊客－管理單位三者互動關係之問卷調查．．．等項目務求完整，並於期中簡報時加以分析，以供本處決策依據暨後續經營管理模式討論之參考。
- 3.請受託單位對竹子湖地區之簡易寮舍作深度瞭解，評估該區導向休閒農業發展之可行性，並研究透過農會參與輔導之合理經營方式，以符合國家公園對環境無污染之經營管理目標。

八、散會：上午十一時三十分

附錄 L:「陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式之研究」期中
簡報會議紀錄

一、時間：民國八十三年元月廿七日（星期四）上午九時卅分

二、地點：本處二樓 會議室

三、主席：葉處長世文

四、出席單位及人員：

內政部營建署（指導）：未派員

經典工程有限公司：葉美秀、陳信宏、張俊彥

本處李副處長養盛：

曾秘書偉宏

企劃課：劉田財

解說課：呂理昌

工務課：黃佩陞

保育課：陳育賢

觀光課：李朝盛、李青峰

資訊室：韓志武

會計室：毛鋒澤

小油坑站：

擎天崗站：

龍鳳谷站：

五、簡報內容：（略）

六、討論：（略）

七、結論：

（一）為檢討未來農產品准予販售之項目及存在之必需性，請受託單位加以研討調查吃炒青菜本項活動對於遊客參與動機之影響程度，包括其是否專程前來或僅兼程路過？若該產品來源非陽明山產區，是否影響其消費意願？．．．等項。

(二) 本案之發展仍以國家公園經營之基本理念和目標為主，對於市府或農會等相關機關在輔導和管理立場上之差異，再由行政協調方式辦理。

(三) 請受託單位在擬定經營管理策略時考慮因地理及人文環境差異所發展之不同型態之管理模式，應予個別檢討規劃（如竹子湖地區與馬槽、後山地區之經營管理模式可分子建議），研擬各種替代方案，列舉優點缺點比較分析可能衍生的問題，並就個案分析中檢討因應之道。

(四) 請主辦單位與受託單位在處理本案時，應以提當地農民收益和環境整理為最終目標，在符合維護環境、交通、遊客安全等條件下輔導農民。

附錄 M: 「陽明山國家公園園內農產品銷售與管理方式之研究」期末
簡報會議記錄

一、時間：八十三年六月三日（星期五）上午九時三十分

二、地點：本處地下室會議室

三、主持人：葉處長世文

四、出席單位及人員：

內政部營建署（指導）

台北市政府建設局：黃鴻霖

北投區公所：陳鈺介

北投區農會：邱聰枝

湖山里里辦公處：廖守男、盧志明

泉源里里辦公處：陳進治

經典工程顧問有限公司：葉美秀、張俊彥

陽明山國家公園警察隊：許坤彬

本處李副處長養盛：

曾秘書偉宏：曾偉宏

企劃課：劉田財、紀素菁

工務課：黃佩陞

解說課：呂理昌

保育課：莊郁仁（代）

觀光課：李朝盛、林志雄

資訊室：韓志武

政風室

會計室：毛鋒澤

小油坑站：

龍鳳谷站

擎天崗站：詹德樞

建管小組：簡益新

竹子湖居民代表：陳宏安、曹賜協、曹永連、高銘杰、
高銘樞、曹昭典、林照男、曹水樹、曹永賢、白武陽、
曹型炳、吳美雪

五、簡報內容：（略）

六、討論：

湖山里廖里長：請陽管處配合研究分析之結果進一步規劃處理將來執行上可能面臨之問題。

泉源里陳里長：如果考慮設置銷售站，其地點妥適與否影響甚鉅，請陽管處加以謹慎評估。

農會邱先生：農會輔導陽明山地區之農業以高冷地蔬菜等無污染農業為主，如陽管處將來可能輔導農民成立市集時，農會亦願意積極配合共同輔導。

農民代表：（一）原有住宅區自日據時代即沒有分割至今亦無法增建，故農業設施無法投資改善，請陽管處予以輔導協助。（按本項與本次會議主題無關）

（二）建請陽管處在選擇市集地點時考慮農民地利及工作之便。

（三）竹子湖內遊客眾多，建請陽管處設置流動廁所。

（四）由於遊客水準低落，常破壞或偷竊農產品，請陽管處設立示牌加以警示。

觀光課李課長：建議市府在推廣休閒農業時，有相關之會議或資料應先請知會本處以避免目標與執行方式可能的衝突。

七、結論：

（一）研究提案中有關自治區之設置棚蓋搭建、停車場設置等相關法令請企劃課研究。

（二）竹子湖社區是否設置流動廁所請觀光課與里辦公處洽繫，視經費情形與實際現況辦理。

（三）會中所提意見本處將再召開會議評估，屆時請研究單位與會共同研商。

(四) 請主辦單位按規定辦理驗收事宜。

八、散會：十一時十分

陽明山國家公園

經典工程顧問有限公司
Classic Engineering Consultants, INC.

地 址： 台北市中山區八德路二段245號3樓之一
Address： 3FL-1 NO.245 PA-TEH ROAD SEC.2, TAIPEI, TAIWAN
電 話： 02-771-9383
Phone： 886-2- 771-9383
傳 真： 02- 775-1411
FAX： 886-2- 775-1411

中華民國八十三年六月二十四日

出版品預行編目使用手冊

編輯者：經典工程顧問有限公司

發行人：葉世文

發行所：陽明山國家公園管理處

地址：陽明山竹子湖路1-20號

電話：861-3601

中華民國八十三年出版

非賣品