

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系

碩士論文

自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之研究

Research on the Quality, Satisfaction and Willingness to

Travel in Taiwan for Free Travelers



研 究 生：謝幸紋

指導教授：陳靜宜

中華民國 108 年 6 月 26 日

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系
Taipei University of Marine Technology
Department of Marine Leisure and Tourism

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之研究
Research on the Quality, Satisfaction and Willingness to Travel in
Taiwan for Free Travelers

指導教授：陳靜宜(CHEN,CHING-YI)

研究生：謝幸姣(HSIEH,HSING-WEN)

中華民國一〇八年六月二十六日

26,June 2019

台北海洋科技大學碩士班

論文口試委員會審定書

系所名稱：海洋休閒觀光系碩士班

論文題目：自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之研究

研 究 生：謝幸妉 學號：K1070015

本論文業經本委員會審查及口試合格，特此證明。

論文口試委員：

國立臺灣體育運動大學運動資訊與傳播學系教授 王慶堂

淡江大學國際觀光管理學系全英語學士班副教授 葉劍木

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系專任助理教授 陳孟谷

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系專任助理教授 陳靜宜

指導教授：陳靜宜

系所主任：黃妍榛

中華民國 108 年 6 月 26 日

臺灣學術倫理教育資源中心

修課證明

證書第 P107085667 號

謝幸妏 先生/小姐 (個人註冊)

茲證明 已修畢臺灣學術倫理教育資源中心之「學術研究倫理教育課程」，並通過課程總測驗，修課時數累積共 6 小時 0 分鐘。

修業課程單元 (測驗通過日期):

0101_研究倫理定義與內涵	09/19/2018
0102_研究倫理專業規範與個人責任	09/19/2018
0103_研究倫理的政府規範與政策	09/19/2018
0104_不當研究行為：定義與類型	09/19/2018
0105_不當研究行為：捏造與篡改資料	09/19/2018
0106_不當研究行為：抄襲與剽竊	09/19/2018
0108_學術寫作技巧：引述	09/20/2018
0109_學術寫作技巧：改寫與摘要	09/20/2018
0107_不當研究行為：自我抄襲	09/20/2018
0111_論文作者定義與署名原則	09/20/2018
0112_著作權基本概念	09/20/2018
0113_個人資料保護法基本概念	09/20/2018
0114_隱私權基本概念	09/21/2018
0115_受試者保護原則與實務	09/21/2018
0201_研究中的利益衝突	09/21/2018
0110_學術寫作技巧：引用著作	11/22/2018
0116_研究資料管理概述	11/22/2018
0117_緘制學術誠信	11/22/2018

此證

臺灣學術倫理教育資源中心



臺灣學術倫理教育資源中心
Center for Taiwan Academic Research Ethics Education

中 華 民 國 107 年 11 月 22 日

Center for Taiwan Academic Research Ethics Education

Certificate of Completion

Certification No. P107085667

This is to certify that Mr./Ms. 謝幸妉 (Registrant)
has participated in "Academic Research Ethics Education Courses", completed a total of 6 hours
0 minutes of courses, and successfully passed the corresponding examination.

Course(s) Completed(Examination Passing Date):

0101_Introduction to Research Ethics: Definition and Content	09/19/2018
0102_Professional Norms and Personal Responsibility in Research Ethics	09/19/2018
0103_Government Regulations and Policies in Research Ethics	09/19/2018
0104_Research Misconduct: Definition and Types	09/19/2018
0105_Research Misconduct: Fabrication and Falsification	09/19/2018
0106_Research Misconduct: Plagiarism	09/19/2018
0108_Academic Writing Skill: Quoting	09/20/2018
0109_Academic Writing Skill: Paraphrasing and Summarizing	09/20/2018
0107_Research Misconduct: Self-Plagiarism	09/20/2018
0111_Definition and Principles of Authorship	09/20/2018
0112_Basic Concepts of Copyright	09/20/2018
0113_Basic Concepts of the Personal Information Protection Act	09/20/2018
0114_Basic Concepts of Privacy	09/21/2018
0115_Principles and Practice of Human Subject Protection	09/21/2018
0201_Conflict of Interest in Research	09/21/2018
0110_Academic Writing Skill: Referencing	11/22/2018
0116_An Overview of Research Data Management	11/22/2018
0117_Understanding Academic Integrity	11/22/2018

Certified by

Center for Taiwan Academic Research Ethics Education



Date of Issue(mm/dd/yyyy): 11/22/2018

自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之研究

摘 要

近年來，由於旅遊資訊網路化、出國手續簡易化、旅遊經驗增加及團體旅遊之限制與不便等因素，使得來臺旅客旅行方式逐漸改變，自由行旅客比例逐年增加，在講求客製化服務的年代，如何提供更優質的旅遊服務內涵及觀光環境，並瞭解自由行旅客來臺旅遊之滿意度，進而提升自由行旅客來臺之意願。

本研究目的包括：(一)探討不同背景特質之自由行來台旅客在服務品質、滿意度與重遊意願之差異情況。(二)探討自由行旅客來台旅遊之服務品質對滿意度之影響。(三)探討自由行旅客來台旅遊之滿意度對重遊意願之影響。(四)探討自由行旅客來台旅遊之服務品質對重遊意願之影響。

本研究對象為自由行來台之旅客，問卷調查於2019年1月1日至4月1日進行，共發放500份，回收485份，有效問卷440份，有效回收率88%，研究結果發現：

- (一)不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊服務品質上有顯著差異部分成立。
- (二)不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊滿意度上有顯著差異。
- (三)不同背景特質之自由行來台旅客在重遊意願上有顯著差異部分成立。
- (四)自由行來台旅客之服務品質與滿意度有顯著相關。
- (五)自由行來台旅客之服務品質與重遊意願有顯著相關。
- (六)自由行來台旅客之滿意度與重遊意願有顯著相關。

關鍵詞：旅遊服務品質、滿意度、重遊意願

Research on the Quality, Satisfaction and Willingness to Travel in Taiwan for Free Travelers

ABSTRACT

In recent years, due to many facts including travel information is increasingly networked, going abroad is more and more easy, the increasing tourism experience and the group travel is limited and inconvenient, the travel patterns of travelers coming to Taiwan have gradually changed, and the proportion of free travelers has increased year by year. In the era focusing on customer-oriented services, how to provide better tourism service connotation and sightseeing environment, and understand the satisfaction of free travelers coming to Taiwan, and thus enhance their willingness to Taiwan is becoming more and more important.

The purpose in this study includes: (1) Exploring the differences in the service quality, satisfaction and willingness to travel among free travelers with different background characteristics. (2) Exploring the impact of the service quality satisfaction provided to free travelers to Taiwan. (3) Exploring the impact of the satisfaction provided to free travelers to Taiwan on their willingness to revisit. (4) Exploring the impact of the service satisfaction provided to free travelers to Taiwan on their willingness to revisit.

The study was conducted by free travelers who traveled to Taiwan. The questionnaire survey was conducted from January 1st to April 1st, 2019. A total of 500 questionnaires were distributed, 485 copies were recovered, and 440 valid questionnaires were obtained. The effective recovery rate was 88%. The study found that:

(1) Different Taiwanese travelers with different backgrounds have partly significant differences in terms of the service quality.

(2) Different Taiwanese travelers with different backgrounds have partly significant differences in terms of the service satisfaction.

(3) Different Taiwanese travelers with different backgrounds have partly significant differences in terms of their willingness to revisit.

(4) The service quality for free visitors who travel to Taiwan is significantly related to satisfaction.

(5) The service quality for free visitors who travel to Taiwan is significantly related to the willingness to revisit.

(6) The satisfaction of free visitors who travel to Taiwan is significantly related to the willingness to revisit.

Keywords: tourism service quality, satisfaction, willingness to revisit

誌謝

沒想到工作多年後，會在家人及辦公室同事的鼓勵下，重拾書本回到學生身份，跟著教授們學習獲取不同領域的知識，研究所 2 年的學習過程中，首先，感謝要指導教授陳靜宜老師一路上細心、耐心的指導，每當在撰寫遇到瓶頸時，給予我思維上的啟發、觀念上的整合及寫作技巧的建議，使我今日能順利完成本論文。再來，要感謝就讀期間，一路相伴的研究所同學們，來自不同領域的夥伴，有緣在此相聚，大家珍惜此緣份，在生活及課業上互相協助與鼓勵，那些一起熬夜趕報告及慶生同樂的日子，都是我們這 2 年來珍貴的回憶。

感謝辦公室主任及工作夥伴們，在精神上的鼓勵及行動上的支持，讓我可以在工作之餘能夠兼顧繁重的課業，如今完成學業，日後必將所學回饋在工作上。

最後，將此篇論文獻給我最親愛的家人，感謝我的父母及先生在這段期間的全力支持，照顧家裡 2 個可愛的寶貝女兒，讓我無後顧之憂，更堅定地在學習的道路上完成學業。

衷心感謝每一位曾經協助過我的人!!

謝幸奴 謹致

108/07/23

目錄

第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的與假設.....	4
第三節 研究範圍.....	4
第貳章 文獻探討.....	5
第一節 服務品質.....	5
第二節 滿意度.....	10
第三節 重遊意願.....	13
第參章 研究方法.....	15
第一節 研究架構.....	15
第二節 研究流程.....	15
第三節 研究對象與抽樣方法.....	16
第四節 問卷設計.....	16
第五節 統計分析.....	18
第肆章 研究結果與分析.....	20
第一節 旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願之信度分析.....	20
第二節 旅客個人基本資料分析.....	21
第三節 旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願分析.....	23
第四節 旅客個人背景資料在旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願之差異檢定分析.....	25
第五節 服務品質、滿意度與重遊意願之相關分析.....	42
第伍章 結論與建議.....	44
第一節 研究結論.....	44
第二節 研究建議.....	45
參考文獻.....	47
附錄.....	52

表目錄

表 1-1 2017 年來台旅行方式-以來台主要目的分	3
表 2-1 「SERVQUAL」量表的修正過程	9
表 2-2 旅遊滿意度構面彙整表	12
表 2-3 重遊意願衡量構面彙整表	14
表 3-1 服務品質問卷內容	17
表 4-1 問卷量表信度分析摘要表	20
表 4-2 旅客個人基本資料分析	22
表 4-3 旅遊服務品質描述性分析	23
表 4-4 旅遊滿意度描述性分析	24
表 4-5 旅遊整體滿意度描述性分析	24
表 4-6 重遊意願描述性統計	25
表 4-7 旅客性別對旅遊服務品質之 T 檢定分析	25
表 4-8 旅客性別對旅遊滿意度之 T 檢定分析	26
表 4-9 旅客性別對重遊意願之 T 檢定分析	26
表 4-10 旅客年齡對旅遊服務品質之差異分析	26
表 4-11 旅客年齡對旅遊滿意度之差異分析	27
表 4-12 旅客年齡對重遊意願之差異分析	28
表 4-13 旅客職業對旅遊服務品質之差異分析	29
表 4-14 旅客年齡對旅遊滿意度之差異分析	30
表 4-15 旅客年齡對重遊意願之差異分析	30
表 4-16 旅客教育程度對旅遊服務品質之差異分析	31
表 4-17 旅客教育程度對旅遊滿意度之差異分析	31
表 4-18 旅客教育程度對重遊意願之差異分析	32
表 4-19 旅客家庭平均月收入對旅遊服務品質之差異分析	32
表 4-20 旅客家庭平均月收入對旅遊滿意度之差異分析	33
表 4-21 旅客家庭平均月收入對重遊意願之差異分析	34

表 4-22 旅客居住國家對旅遊服務品質之差異分析	34
表 4-23 旅客居住國家對旅遊滿意度之差異分析	35
表 4-24 旅客居住國家對重遊意願之差異分析	36
表 4-25 旅客停留天數對旅遊服務品質之差異分析	37
表 4-26 旅客停留天數對旅遊滿意度之差異分析	37
表 4-27 旅客停留天數對重遊意願之差異分析	38
表 4-28 旅客來台旅遊次數對旅遊服務品質之差異分析	38
表 4-29 旅客來台旅遊次數對旅遊滿意度之差異分析	39
表 4-30 旅客來台旅遊次數對重遊意願之差異分析	39
表 4-31 多久願意再來台旅遊對旅遊服務品質之差異分析	40
表 4-32 多久願意再來台旅遊對旅遊滿意度之差異分析	41
表 4-33 多久願意再來台旅遊對重遊意願之差異分析	41
表 4-34 服務品質對旅遊滿意度之相關分析	42
表 4-35 服務品質對重遊意願之相關分析	42
表 4-36 旅遊滿意度對重遊意願之相關分析	43
表 5-1 研究假設與驗證結果	45

圖目錄

圖 1-1 近十年來台旅客及國民出國人次變化.....	2
圖 2-1 PZB 服務品質模式	7
圖 3-1 研究架構圖.....	15



第壹章 緒論

本章旨在陳述本研究背景與動機，第一節首先闡述現階段國際及台灣觀光市場現況，據此緣由引發本研究之研究動機；第二節說明研究目的與假設；第三節闡述研究範圍。

第一節 研究背景與動機

依據交通部觀光局「Tourism2020台灣永續觀光發展方案」所述：聯合國世界觀光組織UNWTO（Tourism Highlights 2017 Edition）2016年發布，全球觀光產業規模約占全球GDP的10%，意即全球每10份工作中，就有1份與觀光產業相關。在2016年全球國際旅客數達12.35億人次規模，較2015年11.89億人次成長3.9%，締造1兆2,200萬美元觀光外匯收入，較2015年1兆1,960萬美元成長2.6%。亞太地區（包括東北亞、東南亞、大洋洲及南亞）國際旅客人數更創下歷史新高，估計達3.08億人次，較2015年2.84億人次成長8.6%，成長率是近6年來最高，並締造3,667億美元觀光外匯收入，較2015年3,494億美元成長4.8%，顯見亞太地區的觀光發展動能強勁。2016年前10大國際旅客旅遊目的地多位於歐美地區，排名1至10名分別為：法國、美國、西班牙、中國大陸、義大利、英國、德國、墨西哥、泰國及土耳其；而亞太地區排名1至10名則為中國大陸、泰國、馬來西亞、香港、日本、韓國、澳門、印度、新加坡及台灣(交通部觀光局，2018)。

全球觀光發展已擺脫2003年SARS期間的陰影，從谷底深淵一路上揚，尤其亞洲觀光市場更是蓬勃。台灣自2004年之後，雖然在2008年到2009年因為國際金融風暴影響有衰退情況，但出境總數仍比2004年778萬人次多，入境旅客數沒有受影響一路成長。自2010年之後，出境與入境總人數不斷攀升，近十年來出境人次已突破1,664萬人次，台灣入境旅客更在2015年突破1,000萬人次，如圖1-1(陳瑞倫，2017)。

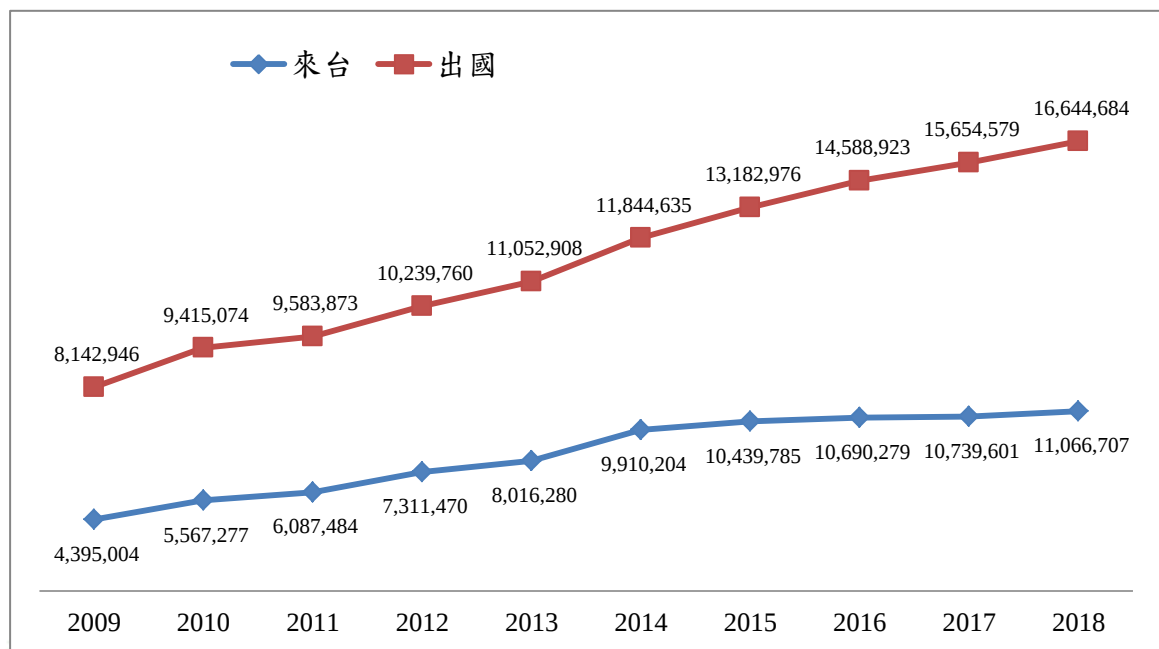


圖 1-1 近十年來台旅客及國民出國人次變化

單位：人次

資料來源：交通部觀光局，本研究整理。

世界經濟論壇（World Economic Forum；WEF）2017年4月5日發布的「2017年全球觀光競爭力指數」，評比對象涵蓋全球136個國家與地區，台灣整體觀光競爭力指數，在136個參加評比國家與地區中排列第30名，較2015年評比（第32名）上升2名，亞太地區則名列第9名。近5年來台國際旅客從2012年731萬1,470人次成長至2016年1,069萬0,279人次，年平均成長率9.97%；創造觀光外匯收入從2012年新台幣3,485億元成長至2016年新台幣4,322億元，年平均成長率5.53%。若以2017年上半年度（1至6月）各客源市場來台旅客進行分析，除中國大陸市場因實施對台限縮政策，呈現負成長（-40.06%）外，其他各主要客源市場均呈現正成長（16.18%），尤以韓國（30.18%）及新南向市場（37.3%）成長幅度較高，新南向市場中則以泰國、汶萊、菲律賓及越南有較顯著成長，各客源市場占比更趨均衡（交通部觀光局，2018）。

交通部觀光局「2017年來台旅客消費及動向調查」中，受訪旅客旅行方式的資料顯示，如表1-1，觀光目的旅客「未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」者最多，占37.49%；「自行規劃行程，請旅行社安排或代訂住宿地點(及機票)」次之，占32.84%；「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」比例逐年減少（交通部觀光局，2018）。

表 1-1 2017 年來台旅行方式-以來台主要目的分

單位：人；%

列百分比/年度	參加旅行社 規劃的行 程，由旅行社 包辦	自行規劃行 程，由旅行社 包辦	自行規劃行 程，請旅行社 安排或代訂 住宿地點(及 機票)	未請旅行社 安排、代訂住 宿地點及機 票，抵達後曾 參加本地旅 行社安排的 旅遊行程	未請旅行社 安排、代訂住 宿地點及機 票，抵達後未 曾參加本地 旅行社安排 的旅遊行程
全體	19.14	2.5	31.31	0.72	46.33
觀光	26.48	2.44	32.84	0.76	37.49
業務	-	1.73	32.03	0.12	66.13
國際會議或展覽	-	4.71	48.24	-	47.06

資料來源：交通部觀光局（2017），本研究整理。

註：「-」表示無調查樣本

隨著生活及消費水準的提高，人們對高品質生活的追求越來越高，旅遊不僅是休閒度假的一部分，更表現出現代人精神生活不可或缺的一個重要部分，不再滿足於走馬看花式的參觀，要求更高質量的旅遊經歷，以增添新的一次人生經歷。傳統的旅行社為達最大利益，將遊客的食住行和購物、娛樂一手操控與包辦，以賺取最大利潤，規劃的行程刻板不能滿足每一位遊客的個別需求，且刻意帶領遊客消費但折扣價格令人不滿意等，這些團體旅遊的限制，對於初次旅遊、充滿新鮮感且缺乏旅遊經驗的人，可能不是很在意，但當旅客擁有多次經歷後，對旅遊形式提出更高的要求，並開始注意到常規團體旅遊之不足，使得休閒式的自由行旅遊開始興起。

「張揚個性、親近自然、放鬆身心」是自助旅遊最吸引人的地方，旅客擁有設計與安排旅遊行程、住宿、交通的自主性權力，不用像團體旅遊僅能跟著導遊領隊走，更能體驗並貼近當地生活，感受當地的自然、歷史、風土人情等，根據自己的喜好，就某一方面或某一主題進行深入了解，與當地人互動，達到深度旅遊的效果(張金明、張巍耀、黃任謙、周玉娥，2017)。

近年來，來台旅客旅行方式因手續簡化、通關便利旅遊資訊透明化等因素而逐漸改變，自由行旅客比例逐年增加，講求客製化服務的時代，如何提供更優質的旅遊服務內涵及環境，並瞭解自由行旅客來台旅遊之滿意度，進而提升自由行旅客來台之意願，此為本研究動機。

第二節 研究目的與假設

本研究主要以自由行來台旅客為對象，探討旅客在旅遊服務品質、滿意度及重遊意願之相關性，主要研究目的與假設如下：

(一)研究目的

目的一：探討不同背景特質之自由行來台旅客在服務品質、滿意度與重遊意願之差異情況。

目的二：探討自由行旅客來台旅遊之服務品質對滿意度之相關。

目的三：探討自由行旅客來台旅遊之滿意度對重遊意願之相關。

目的四：探討自由行旅客來台旅遊之服務品質對重遊意願之相關。

(二)研究假設

假設1：不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊服務品質上有差異。

假設2：不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊滿意度上有差異。

假設3：不同背景特質之自由行來台旅客在重遊意願上有差異。

假設4：自由行來台旅客之服務品質與滿意度相關。

假設5：自由行來台旅客之服務品質與重遊意願相關。

假設6：自由行來台旅客之滿意度與重遊意願相關。

第三節 研究範圍

本研究範圍分為研究對象及時間來說明：

(一) 研究對象：本研究對象以自由行來台之旅客為研究範圍。

(二) 研究時間：本研究預計於2019年1月1日至4月1日實施問卷測試。

第貳章 文獻探討

本研究主要探討自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之關係，文獻共分三節，第一節探討服務品質相關文獻；第二節介紹滿意度相關文獻；第三節說明重遊意願相關文獻。

第一節 服務品質

在當前競爭激烈的商業環境中，除了實體產品技術的突破及成本的降低外，服務品質提升及顧客滿意度增加，是企業不斷在追求的目標。服務品質複雜且難以界定，採取量化的模式以了解顧客對於服務品質的認知與期望，協助企業尋找提升產品服務品質的方法，更是企業永續經營的重要策略。

一、服務品質意涵

服務的定義，美國行銷學會（American Marketing Association, AMA）將服務定義為「經由直接銷售或伴隨商品銷售而提供的活動、顧客利益或滿足」。服務可包含：(1)與其他財貨無關，可以單獨銷售的無形活動，如法律諮詢服務；(2)伴隨有形財貨所提供的無形活動，如運輸服務；(3)與產品或貨品配合購買的服務，如設備維修（李友錚、羅凱莉、蔡尚斌、吳嘉蕙，2012）。

Garvin(1984)提出服務品質是消費者對於服務的滿意程度，將服務品質定義為一種主觀的認知品質，主要決定於顧客主觀的判斷，是否合乎需求，因為價值觀不同，對於服務品質的認定也會有不同的認知與差異。

Parasuraman、Zeithaml and Berry三位學者1985年認為服務品質的優劣，是針對顧客對服務品質的期望(ES)，及顧客實際感受的服務(PS)，進行差距衡量，若 $ES \leq PS$ 為高服務品質， $ES > PS$ 則為低服務品質（林朝源、秦儀庭，2012）。江建良(1995)定義服務品質是一個相對的水準，而非絕對觀念，顧客對企業服務品質是否滿意，決定於其對事前服務品質所抱持的期待(事前期待)，與實際所感受到的服務(知覺績效)之間的比較，若企業的實際表現高過於顧客的事前期待，則顧客滿意度高，是屬於高服務品質，反之，則相反。游宗仁(2002)認為服務品質是消費者依據自身需求，對於接受服務的期望與實際接受服務之間的差距，予以主觀判斷的結果。李麗珍(2003)定義服務品質是從顧客對服務的期望差距來衡量品質。張敏慧（2005）認為服務品質是指顧客需求服務期望，再加上過去的親身感受經驗，以達到服務期望水準，若無法達到，則無法接受品質。

綜整前述文獻，服務品質是顧客實際服務體驗後與事前期望的比較結果，當兩者間有相當一致，則趨於理想的服務品質；反之，低於事前期望，則趨向於無法接受的服務品質。

服務品質評估模式（Conceptual Model of Service Quality）中最具代表性為Parasuraman、Zeithaml and Berry3位學者於1985年所發展出一套完整的服務品質模式，簡稱PZB模式或PZB缺口模式，利用深度訪談的方式，訪問銀行業、信用卡公司、證券經紀商與產品維

修公司等四個行業的管理人員，包含行銷、生產、高階管理與顧客關係部門。主要訪問三個問題：(1)若以顧客的觀點來看，何謂服務品質；(2)改善或控制服務品質的步驟；(3)公司想要提供高服務品質時，會遭遇的問題。研究結果顯示：顧客的認知服務與期望服務之間有差距存在。(李友錚、羅凱莉、蔡尚斌、吳嘉蕙，2012)進而發展出服務品質缺口模式，主要探討服務品質無法滿足顧客需求的原因，來自於服務產生與傳遞間各環節中有五個缺口(Gap)的存在，若要滿足顧客的需求與期望，必須減少五個缺口的差距，其中缺口一至四由業者造成，其所提供之服務與實際感受間的差距，而缺口五是來自顧客，為顧客期望與實際認知的差異。各項缺口敘述如下：

(一) 缺口一：顧客期望的服務與業者對顧客期望的認知之間的差異。

此缺口產生主因，為服務業者無法瞭解顧客心中所想要的服務期望，造成業者提供的服務不能符合顧客所需，導致服務品質與顧客的期望產生落差，而造成第一個服務缺口。

(二) 缺口二：管理者對顧客期望的認知與服務品質規格之間的差異。

此缺口之產生，是因服務業者資源限制、市場變動過於激烈或管理人員能力之限制等因素，使得服務業者即使瞭解顧客所期望的需求服務，也無法提供相當之服務所致。

(三) 缺口三：服務品質規格與服務傳遞過程之間的差異。

此缺口之產生原因是由於第一線服務人員在提供服務過程中，對服務品質表現有很大影響，然而服務人員在提供服務時，其績效無法標準化且維持在一定水準之上，進而影響顧客對服務品質的認知。

(四) 缺口四：服務傳遞過程與顧客的外部溝通之間的差異。

此缺口產生之主因為業者利用廣告媒體或其他外部溝通工具時，其中過多的承諾與保證造成顧客消費前的高期待，但當實際服務無法達到期望水準時，將會降低顧客認知的服務品質，因此造成服務傳遞和外部溝通的差距。

(五) 缺口五：顧客所期望的服務與實際感受後的服務之間的差異。

顧客期望之服務會受到過去的經驗、個人需求及口碑等因素影響，若顧客期望的服務低於實際感受的服務水準，則顧客對業者提供的服務品質感到滿意；反之，將產生較低的滿意度。

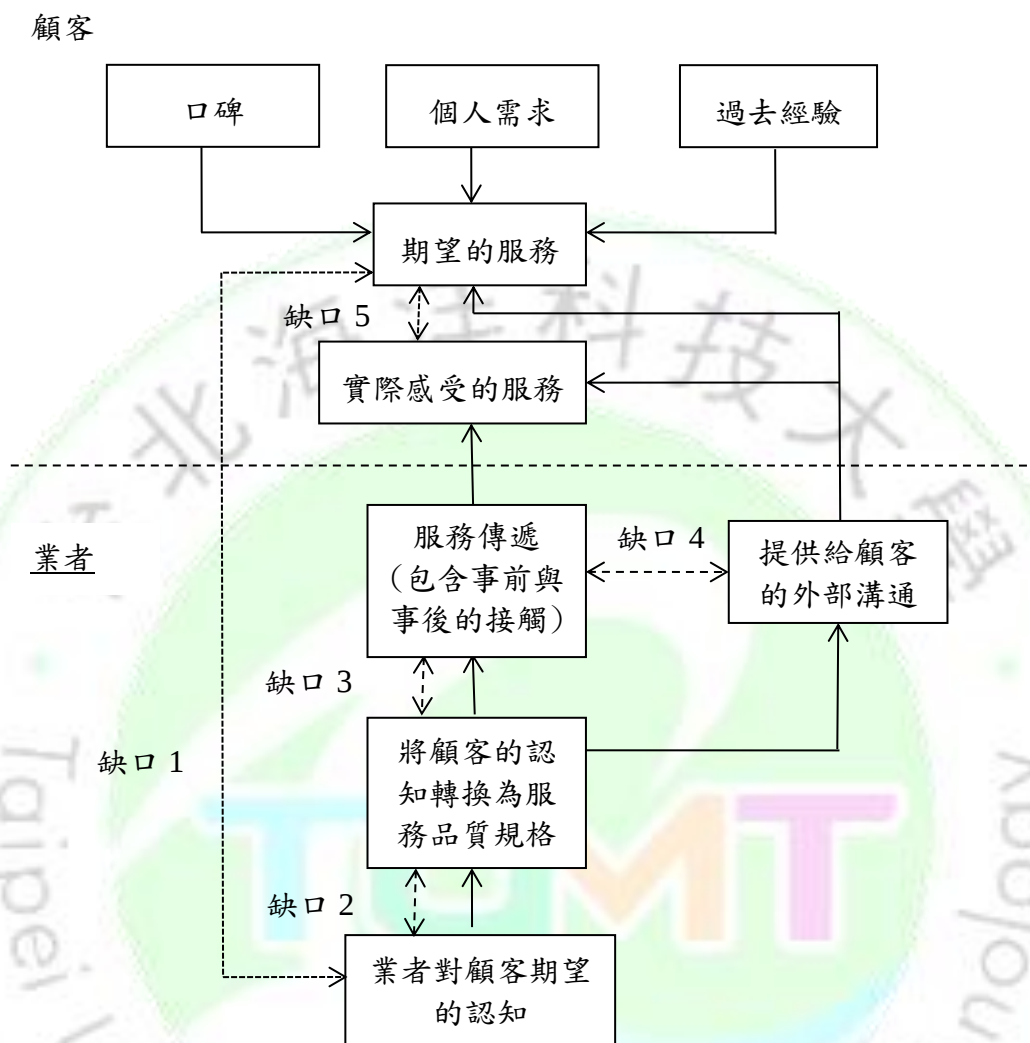


圖 2-1 PZB 服務品質模式

二、服務品質構面

服務品質具有各種特性，學者提出不同觀點，如：

Juran(1974)認為服務品質應包含可見與不可見的品質，並可分為五個構面，任一個構面皆會影響服務品質的評價。

1. 內部品質 (internal qualities)：使用者看不到的品質。
2. 硬體品質 (hardware qualities)：使用者看得見的品質。
3. 軟體品質 (software qualities)：使用者看得見的軟性品質。
4. 即時反應 (time promptness)：服務時間與迅速性。

5.心理品質 (psychological qualities)：有禮貌的應對，款待親切(潘韵文，2012)。

Sasser、Olsen and Wyckoff(1978)提出服務品質可由七個構面來衡量，包括安全性(Security)、一致性(Consistency)、態度(Attitude)、完整性(Completeness)、調節性(Condition)、可接近性(Availability)、即時性(Timing)。

Quelch and Takeuchi(1983)提出衡量服務品質的因素有三個因素，其一為消費前所考慮的因素，包含業者的行號與形象、過去的經驗、朋友的看法與口碑、商店的聲譽、政府檢驗結果與廣告價格與宣傳的績效，其二為消費時所考慮的因素，包含績效衡量標準、對服務人員的評價、服務保證條款、服務與維修政策、支援方案與索價，其三為消費後考慮因素，包含使用的便利性、維修、客訴與保證的處理、零件的及時性、可靠性以及相對績效。

Rohrbaugh(1981)認為服務品質與三個層次的構面有關：(1)結構：係指塑造服務的有形部分，包括實體設施及人員(2)過程：即意服務提供者與顧客間的互動過程(3)結果：指顧客是否得到其所要求之利益。

Armistead(1985)認為服務品質包含五個重要因素，分別為組織、人員、流程、設備及物質。

Parasuraman、Zeithaml and Berry(1985)認為，決定服務品質的因素有：有形性、可靠性、回應性、信用性、安全性、勝任性、禮貌性、瞭解性、接近性與溝通性，共10個影響服務品質的決定因素。

1988年 Parasuraman et al.三位學者將原有的構面，問項刪減至22個，合併成五個構面。保留原始的「可靠性」、「有形性」與「回應性」構面，另外其他兩兩合併成「保證性」與「關懷性」等五個構面。最後產生精簡的五個構面與22個問項的「SERVQUAL」量表。「SERVQUAL」是「Service」與「Quality」兩個字的合併簡寫，修正過程詳見於表2-1。(李友錚、羅凱莉、蔡尚斌、吳嘉蕙，2012)。

表 2-1 「SERVQUAL」量表的修正過程

原始構面名稱	構面意義	1988 第一階段結果		1988 第二階段結果	
		新構面	問項數	新構面	問項數
可靠性 Reliability	服務績效的一致與可靠性；第一次就把服務做好；業者實現其行銷承諾	不變	5	不變	5
回應性 Responsiveness	服務人員提供服務的意願及準備程度	不變	5	不變	4
有形性 Tangibles	服務的實體證據	不變	4	不變	4
可勝任性 Competence	員工擁有提供服務所需的知識與技能	五個原始構面形成兩個新構面	11	形成一個新構面：保證性 (Assurance)	4
禮貌性 Courtesy	接待人員對顧客的禮貌、尊敬、考慮週到及友善的態度				
溝通性 Communication	能以顧客了解的語言溝通並傾聽顧客聲音				
信用性 Credibility	服務人員給予顧客的信賴感、可靠度與誠實				
安全性 Security	顧客免除危險、風險與疑慮的程度				
熟知/了解顧客 Understand/ Knowing the Customer	了解顧客需求的程度	不變	4	形成一個新構面：關懷性 (Empathy)	5
接近性 Access	容易與服務人員接近的程度	不變	5		
構面/問項合計		7	34	5	22

資料來源：Parasuraman et al. (1988)；(李友錚、羅凱莉、蔡尚斌、吳嘉蕙，2012)。

綜合上述文獻可知，服務品質特性與實體產品有不少的差異，尤其對品質的認定，無形的服務遠較實體產品來的主觀、複雜及難以認定。服務品質與顧客滿意度關係之研究，首見於Parasuraman、Zeithaml and Berry三位學者，並提出的SERVQUAL服務品質量表，現今已成為學術界與實務界最常被使用的服務品質量表，本研究期望藉由SERVQUAL量表作為衡量指標，以了解自由行來台旅客所受的服務是否達到滿意，並利用五個構面找出需要加強和改進的部分。

第二節 滿意度

在各種領域中，滿意度經常被用來衡量人們對生活品質、產品、戶外遊憩品質或社區生活的認知、行為表現及看法的一種測量工具(林晏州、陳惠美、顏家芝,1998)。其觀念最早起源於美國前總統甘迺迪(Kennedy)所提出的顧客四大權力：「凡是顧客就應享有安全、知曉、選擇以及意見等四種權力」(葉柏孜,2002)。

一、旅遊滿意度意涵：

顧客滿意研究興起於20世紀初，最早文獻可追溯到1965年Cardozo，提出顧客滿意度觀念而進行研究分析，Cardozo(1965)認為顧客對業者所提供產品的滿意程度，會影響顧客再次購買的意願，好的顧客滿意度將增加消費購買意願，並有較佳的口碑。顧客滿意度是顧客與企業兩者間互動的經驗反應，若互動佳則顧客滿意度高，相反地，互動不好則滿意度較差的表現(Westbrook, 1980)。

蘇雲華(1996)認為顧客滿意即顧客對某一服務的期望，與服務提供者實際提出的服務成果相比較之結果，若服務成果達到或超過顧客的期望時，此時顧客會產生滿足的感覺。反之，若未能達到事前所預期，則會產生不滿意的情況。Driver and Toucher(1970)認為滿意度是由遊客的期望與實際感受的知覺間的差距來決定，而整體滿意度是由現況各層面差異的總合所決定。Dorfman(1979)認為旅遊滿意度是遊客參與活動受到個人遊憩目標達成、參與活動的品質、環境特質等影響，從旅遊的歷程到結果，所產生的主觀評價。Oliver and Desarbo(1988)認為顧客滿意度是顧客對於產品或服務的實際功能表現與先前對於此項產品或服務之期望，比較兩者間的差距來決定是否滿意。

綜上所知，旅客滿意度為旅客實際觀光旅遊體驗後與行前期望的比較結果，當兩者間有相當一致性時，旅客會感到滿意；反之兩者不一致時，旅客會有不滿足的感受。

二、旅遊滿意度衡量構面：

鄭憶萍(2009)研究台灣觀光吸引力對日本旅遊滿意度與重遊意願之影響，其包含3個構面：觀光環境、遊覽或接待、整體滿意度，從中得知旅遊滿意度對重遊意願有顯著相關。王嘉淳、張允熙(2010)探討台灣遊客對於陸客來台觀光後之滿意度、心理體驗及重遊意願之研究，分為七個衡量構面：設施、景觀、交通、住宿、餐飲、服務、解說，並以「混合尺度」(亦即非常同意至非常不同意)為衡量尺度，得知遊客滿意度與重遊意願呈正相關。陳奕任(2010)探討陸客來台旅遊之旅遊消費偏好、旅遊滿意度與重遊意願之研究，旅遊滿意度構面計有觀光資源、遊覽接待、交通運輸、住宿品質、餐飲服務、購物環境，以李克特五點尺度量表來衡量，研究發現觀光資源、住宿品質、餐飲服務、購物環境與重遊意願有正相關。石家玲(2012)研究大陸觀光客來台之旅遊服務品質認知、旅遊滿意度與重遊意願之關係，以餐飲服務、住宿服務、車輛及司機服務、導覽服務、遊程安排、購物安排等指標來探討旅遊滿意度，採Likert五點評量尺度(從非常滿意到非常不滿意)，得知旅遊滿意度在餐飲、住宿、導覽、遊程、購物構面上對重遊意願有顯著影響。謝凱惠(2013)探究台灣對馬來西亞華人旅客觀光吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之研究，其中以觀光環境、觀光便利性、資訊交通、消費娛樂、遊覽接待、餐飲安排、整體滿意度作為衡量構面，採李克特五點量表評量(1表示非常不同意，

5表示非常同意)，結果發現旅遊滿意度與重遊意願呈現顯著正相關。葉芝欣(2015)探討大陸來台遊客目的地意象、地方認同、旅遊滿意度對重遊意願之影響研究中，計有觀光資源、遊覽接待、交通運輸、住宿品質、餐飲服務、購物環境六項研究構面，採Likert五點尺度來衡量計分，結果發現大陸旅客之旅遊滿意度對重遊意願有正向且顯著相關。



表 2-2 旅遊滿意度構面彙整表

研究者	設 施	景 觀	服 務	餐 飲 服 務	住 宿 服 務	車 輛 及 司 機 服 務	導 遊 人 員 服 務	遊 程 安 排	購 物 安 排	觀 光 環 境	觀 光 便 利 性	資 訊 交 通	觀 光 環 境 國 際 化	環 境 安 全 性	整 體 滿 意 度
鄭憶萍 (2009)							V			V					V
王嘉淳 張允熙 (2010)	V	V	V	V	V		V				V				
陳奕任 (2010)				V	V	V	V		V	V					
石家玲 (2012)				V	V	V	V	V	V						
謝凱惠 (2013)				V			V	V		V	V	V			V
葉芝欣 (2015)				V	V	V	V		V	V					
交通部 觀光局 (2017)											V		V	V	V

資料來源：本研究整理。

由上表可知，旅遊滿意度之研究最常採餐飲服務、住宿服務、導遊人員服務、觀光環境等構面，本研究滿意度構面參考以上各文獻等資料加以修改，包含餐飲服務、住宿服務、車輛安排及司機服務、導遊人員服務、觀光便利性及整體滿意度，共 6 個構面來探討自由行旅客來台旅遊之滿意度。

第三節 重遊意願

重遊意願、再遊意願、重購意願、再購意願、再次消費或忠誠度等詞，皆是指顧客、遊客、消費者的對產品購買消費後，對使用結果、感受的一種心理或行為的反映，但常因研究者研究不同產業的消費行為而產生的不同用詞與解釋，其實主要就是探討消費者對同一事(物)使用後的感受，而對下一次是否有再購或重遊意願之行為而言(陳聰廉、張家銘，2006)。

一、重遊意願意涵

Guest(1995)指出遊客之重遊意願乃依據先前旅遊經驗之認知而產生。Parasuraman (1985) 認為重遊意願系指除了本身願意在此消費遊玩外，包括願意向他人推薦並給予正面口碑的行為。1989年Oliver and Swan認為是消費者會再次購買的意圖和意願，依據消費者對產品或服務的滿意度的程度而定，如果消費者沒有達到期望及滿意度，他們會更換成其他選擇。Kozak(2001)認為，重遊行為是遊客本身之前的旅遊經歷感到滿意，願意再次到同一個國家或其它景點遊玩，遊客也會因當地的娛樂活動、目的地運輸、物價水準及服務滿意度作評估，這些原因種種都會影響遊客對國家或旅遊目的地的重遊意願。謝金燕(2003)研究中發現當遊客選擇到目的地遊玩時，目的地所提供的活動與服務、遊憩機會、環境設施的評價可以符合遊客的要求，能讓遊客產生再度造訪的意願。而重遊意願會另外衍生出顧客介紹、公開推薦與口碑影響等。遊客的重遊意願是指遊客在進行旅遊之後，會產生情緒上的反應(即為遊客滿意度)，且會很快轉變為顧客對此旅遊的整體態度，而這種整體態度將決定是否重複消費，此整體態度即為重遊意願。

綜上所述可知，重遊意願與顧客滿意度之間存在關聯性，當滿意度越高重遊意願也隨之提高，顧客也會優先選擇該旅遊產品或服務，並願意推薦他人購買有形財貨及無形勞務之情形發生。

二、重遊意願構面

本研究整理國內關於遊客重遊意願研究之相關問項，內容整理如表2-3所示。

表 2-3 重遊意願衡量構面彙整表

研究者	研究題目(對象)	衡量構面	題項
鄭憶萍 (2009)	日本來台旅客觀光行為、 旅遊滿意度與重遊意願之 研究	重遊意願	1.將來若有機會願意再度來台 灣旅遊 2.會推薦親朋好友來台灣旅遊
石家玲 (2012)	大陸觀光客來台之旅遊服 務品質認知、旅遊滿意度 與重遊意願之關係探討	重遊意願	1.我願意再次到台灣旅遊 2.我願意推薦親朋好友到台灣旅 遊
賴淑慧、 蕭穎謙、 高詩雯 (2013)	旅遊動機、知覺價值及旅 遊滿意度對重遊意願之影 響	重遊意願	1.到本地旅遊，是最好的選擇 2.您將會是本地旅遊的忠實遊客 3.您願意繼續到本地旅遊 4.您會向親朋好友推薦到本地旅 遊 5.您會向他人宣傳本地的優點
葉子明、 白允芸、 黨海珍 (2015)	觀光港區遊客旅遊動機、 旅遊滿意度對重遊意影響 之研究	重遊意願	1.是否願意重遊 2.向親朋好友推薦 3.口碑宣傳 4.整體重遊意願
葉芝欣 (2015)	大陸來台遊客目的地意 象、地方認同、旅遊滿意 度對重遊意願之影響研究	再次遊玩 推薦意願	1.請問您下次會再來這裡玩嗎？ 2.您會介紹親朋好友來這裡玩 嗎？
鍾佩伶、 仲崇毅、 李劍華、 廖少威 (2016)	屏東縣東港鎮地區遊客旅 遊動機、滿意度與重遊意 願之研究	重遊意願	1.我有意願再來屏東縣東港鎮旅 遊 2.我會推薦親朋好友來屏東縣東 港鎮旅遊 3.我會與他人分享屏東縣東港鎮 的優點 4.若有需要改善之處，我很樂意向 相關單位提供意見
王永濬 (2016)	旅遊動機、旅遊意象、滿 意度及重遊意願-以高雄 觀光旅遊為例	重遊意願	1.我願意再次到高雄旅遊 2.我會推薦親友到高雄旅遊 3.我正面肯定高雄旅遊體驗 4.我以高雄景點做為旅遊優先選 擇 5.我會推薦朋友到高雄旅遊 6.我會推薦同事到高雄旅遊

綜上所述，發現大部分的研究都以重遊意願、推薦意願為遊客是否重遊的測量構面，本研究參考鄭憶萍(2009)、石家玲(2012)、葉芝欣(2015)等人之研究，以再度遊玩與推薦意願作為重遊意願的問項。

第參章 研究方法

本章旨在陳述本研究方法，第一節首先闡述研究架構，探討不同背景之自由行來台旅客之服務品質、滿意度及重遊意願變項間的差異性，以及各構面之關係；第二節說明研究流程；第三節闡述研究對象與抽樣方法；第四節依據第貳章相關文獻之探討設計本問卷。

第一節 研究架構

根據本研究之動機與目的及相關文獻分析，探討不同背景之自由行來台旅客之服務品質、滿意度及重遊意願變項間的差異性，以及各構面之關係，建立本研究架構，架構圖如圖3-1。

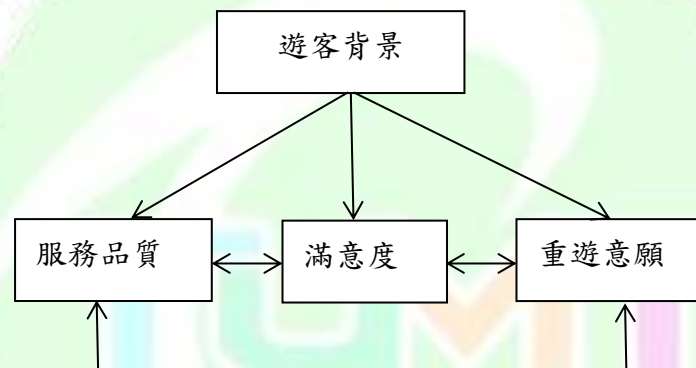


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究流程

本研究針對自由行來台旅客於旅遊期間之服務品質、滿意度與重遊意願關係作探討，確定研究主題及目的，並以自由行來台旅客為研究對象，透過相關文獻之探討，建立研究架構，以問卷調查方式進行資料調查與分析，根據研究結果作出具體結論與建議，研究流程如圖1-1所示：



圖 3-2 研究流程圖

第三節 研究對象與抽樣方法

本研究調查對象以自由行來台之旅客為研究範圍，採用便利抽樣法收集樣本，在行程結束後進行問卷調查，問卷調查時間訂於2019年1月1日至4月1日實施測試。

第四節 問卷設計

本研究將探討服務品質、滿意度與重遊意願構面之間的關係，依據第貳章相關文獻探討，將問卷資料分四個部分，第一部分為旅客之服務品質，第二部分為旅客之滿意度，第三部分為旅客之重遊意願，第四部分為旅客之個人背景資料。

一、服務品質：

本研究採Parasuraman、Zeithaml and Berry三位學者的論點，將分為有形性、可靠性、反應性、保證性及關懷性做為服務品質的衡量構面，SERVQUAL量表中共計二十二個品質問項，並參考巫宗霖(2008)、陳俊良(2009)、鄧智斌(2009)、石家玲(2012)

之問卷做為編修問卷題目之依據，如表3-1。

表 3-1 服務品質問卷內容

構面	問卷內容	參考文獻
有形性	1.台灣有現代化的旅遊設施	Parasuraman、 Zeithaml and Berry(1988)； 巫宗霖(2008)；
	2.台灣旅遊設施的外觀有吸引力	
	3.台灣旅遊設施的服務人員有整潔服裝與外表	
	4.台灣旅遊設施的海報文宣與提供的服務相互配合	
可靠性	5.台灣旅遊服務人員能夠確實完成對顧客的承諾	陳俊良(2009)； 鄧智斌(2009)； 石家玲(2012)；
	6.遊程中遭遇困難時，現場服務人員會立刻協助解決問題	
	7.台灣的旅遊服務是可信賴的	
	8.台灣的旅遊服務人員能準時提供服務	
	9.在台灣的消費支出和店家所給的消費單據相符	
反應性	10.台灣旅遊服務人員會詳盡提供服務說明	
	11.台灣旅遊服務人員對遊客做迅速性服務	
	12.台灣旅遊服務人員會主動幫助遊客	
	13.台灣旅遊服務人員不會因為太忙而忽略遊客的服務需求	
保證性	14.台灣旅遊服務人員是值得信賴的	
	15.台灣旅遊服務人員提供讓遊客感到安心的服務	
	16.台灣旅遊服務人員是有禮貌的	
	17.台灣旅遊服務人員具備專業知識能把工作做好	
關懷性	18.台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別服務	
	19.台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別關懷	
	20.台灣旅遊服務人員了解遊客的個別需求	
	21.台灣旅遊服務人員將遊客的利益為優先考量	
	22.台灣旅遊設施提供的服務時間符合多數遊客之需求	

二、滿意度：

本研究為探討自由行旅客來台旅遊滿意度，依據Fornell之顧客滿意度指數理論及旅遊業的「食、住、行、遊、娛、購」六要素，構建旅遊地顧客滿意度指數的測評模型(連漪、汪俠，2004)，並參考石家玲(2012)針對大陸觀光客來台旅遊所作之問卷設計及交通部觀光局2017年來台旅遊滿意度調查等資料來編修本問卷內容，研究量表計分方式，採李克特五點評量尺度，從非常滿意、滿意、普通、不滿意及非常不滿意，分別給予 5 至 1 的分數，分數愈高表示滿意問卷題項內容程度愈強。滿意度問卷內容如表 3-2 所示：

表 3-2 滿意度問卷內容

問項內容	參考文獻
1.您對本次旅遊餐飲安排及服務	連漪、汪俠(2004)；
2.您對本次旅遊住宿安排及服務	石家玲(2012)；
3.您對本次旅遊車輛安排及司機服務	交通部觀光局 2017 年來
4.您對本次旅遊導遊人員服務	台旅客消費及動向調查
5.您對本次觀光便利性	
6.您對本次旅遊整體滿意度	

三、重遊意願：

本研究參考鄭憶萍(2009)、石家玲(2012)、葉芝欣(2015)等人的研究，以「重遊意願」、「推薦意願」作為本研究重遊意願之衡量問項，共 2 題，如表 3-5 所示。採用李克特五點評量尺度表加以評量，1 表示非常不同意，5 表示非常同意。

表 3-3 重遊意願問卷內容

問項內容	參考文獻
1.若有機會願意再度來台灣旅遊	鄭憶萍(2009)；
2.願意推薦親朋好友到台灣旅遊	石家玲(2012)； 葉芝欣(2015)

四、自由行來台旅客之個人背景資料：

調查個人背景特質，為自編量表，包括旅客的性別、年齡、家庭月收入、教育程度、居住國家別、停留天數等特性。

第五節 統計分析

依據研究目的及假設，將收集之問卷資料，運用統計應用軟體 SPSS22.0 中文版作為資料統計分析工具，採用之統計分析方法說明如下：

一、敘述性統計

本研究採敘述性統計分析方法，透過平均數、標準差及百分比等資料，了解自由行來台旅客背景特質，以及旅遊服務品質、滿意度及重遊意願變項間之分配情形，並進行分析、結果排序。

二、信度分析

信度是評估量表之精確性及可靠程度，以 Cronbach's α 係數檢驗信度係數是否在可接受的範圍內，以檢視問卷其量表題目之內部一致性程度，其數值越高表示變相間相關性越高，內部一致性越高。

三、獨立樣本 t 檢定

本研究以獨立樣本 t 檢定檢測性別變項在服務品質、旅遊滿意度及重遊意願等變項上的差異性。

四、單因子變異數分析

本研究以單因子變異數來分析旅客背景變項在服務品質、旅遊滿意度及重遊意願間，是否有顯著差異存在，如達顯著水準，再進行雪費（Scheffe's method）事後法比較分析。

五、皮爾森(Pearson)積差相關分析

本研究採皮爾森積差相關係數分析來檢驗兩個變項間的關係強度，探究服務品質、旅遊滿意度及重遊意願各變項之間相關程度及是否存在顯著關係。



第肆章 研究結果與分析

本研究以來台自由行旅客為調查對象，共計發放 500 份，回收 485 份，有效問卷 440 份，有效回收率 88%，本章針對回收的問卷進行分析，共分為五節，第一節研究變項之信度分析，第二節分析來台自由行旅客個人基本資料進行敘述性統計分析，第三節研究變項之敘述分析，第四節探討旅客個人背景資料在旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願之差異檢定分析，第五節利用皮爾森積差分析旅遊服務品質對旅遊滿意度、旅遊品質對重遊意願以及旅遊滿意度對重遊意願之相關性。

第一節 旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願之信度分析

針對 440 份有效問卷進行量表的信度分析，分析結果如表 4-1，旅遊服務品質的整體信度值為(.達).965；旅遊滿意度之整體信度值為.931；重遊意願之整體信度值為.950，顯示各研究變項之內部一致性良好，量表具備高信度水準。

表 4-1 問卷量表信度分析摘要表(N=440)

變項	構面	題數	Cronbach's α
旅遊服務品質	有形性	4	.846
	可靠性	5	.895
	反應性	4	.894
	保證性	4	.914
	關懷性	5	.914
	總量表	22	.966
旅遊滿意度	總量表	6	.931
重遊意願	總量表	2	.950

第二節 旅客個人基本資料分析

依據回收問卷進行旅客基本資料之描述性統計分析，共有性別、年齡、職業、教育程度、家庭平均月收入、居住國家別、停留天數、來台旅遊次數、多久願意再來台旅遊等 9 項進行分析與描述，詳如表 4-2。

一、性別

在性別的次數分配上，男生旅客樣本數為 252 人，佔樣本總數 57.3%，女生旅客樣本數為 188 人，比例為 42.7%，結果顯示男生人數略高於女生。

二、年齡

在年齡方面，以 25 歲-34 歲樣本數最多，共有 176 人，佔樣本總數 40%，其次分別為 45 歲-54 歲佔 27.3%，35 歲-44 歲佔 23%，15 歲-24 歲佔 5.7%，55 歲-64 歲佔 2.7%，65 歲以上最少，僅佔 1.4%。

三、職業

在職業方面，以服務與自由業人數最多，共有 160 人，佔 36.4%，其次依序分別為工商業佔 35.5%，其他佔 13.4%，家管佔 6.6%，軍公教佔 6.4%，學生最少僅佔 1.8%。

四、教育程度

在教育程度方面，以大學學歷比例最高佔 42.3%，其次分別為高中職(含)以下佔 25.9%，專科學歷佔 22.7%，研究所(含)以上佔 9.1%。

五、家庭平均月收入

在家庭平均月收入上，以月收入 1,001~2,000 美元樣本數最多，共有 126 人，佔 28.6%，其次依序為 2,001~3,000 美元，佔 25.5%，4,001 美元以上佔 19.3%，1,000 美元以下佔 18.4%，最後為 3,001~4,000 美元佔 8.2%。

六、居住國家別

在居住國家別方面，以中國大陸人數最高，有 194 人，佔 44.1%，其次分別為馬來西亞佔 31.8%，香港佔 14.5%，新加坡佔 8.2%，最後，韓國與日本比例相同，佔 0.7%。

七、停留天數

在停留天數方面，以來台停留 6~10 天佔樣本總數最高為 62%，依序為 5 天(含)以下佔 28.6%，11 天(含)以上佔 9.3%。

八、來台旅遊次數

在來台旅遊次數方面，以第 1 次來台旅遊人數最多，共 188 人，佔 42.7%，其次分別為來台第 3 次(含)以上有 40.2%，最後為第 2 次來台佔 17.0%。

九、多久願意再來台旅遊

在多久願意再來台旅遊方面，以 2-3 年會願意再來台者人數最多，共 213 人，佔 48.4%，依序分別為 1 年內願意再來台佔 41.4%，4-5 年佔 8.9%，最後是不會再來台旅遊佔 1.4%。

表 4-2 旅客個人基本資料分析

	變項	樣本人數	百分比	排序
性別	男生	252	57.3%	1
	女生	188	42.7%	2
年齡	15 歲-24 歲	25	5.7%	4
	25 歲-34 歲	176	40.0%	1
	35 歲-44 歲	101	23.0%	3
	45 歲-54 歲	120	27.3%	2
	55 歲-64 歲	12	2.7%	5
	65 歲以上	6	1.4%	6
職業	軍公教	28	6.4%	5
	工商業	156	35.5%	2
	服務與自由業	160	36.4%	1
	家管	29	6.6%	4
	學生	8	1.8%	6
	其他	59	13.4%	3
教育程度	高中職(含)以下	114	25.9%	2
	專科	100	22.7%	3
	大學	186	42.3%	1
	研究所(含)以上	40	9.1%	4
家庭平均月收入	1,000 美元以下	81	18.4%	4
	1,001~2,000 美元	126	28.6%	1
	2,001~3,000 美元	112	25.5%	2
	3,001~4,000 美元	36	8.2%	5
	4,001 美元以上	85	19.3%	3
居住國家別	中國大陸	194	44.1%	1
	日本	3	0.7%	5
	香港	64	14.5%	3
	澳門	0	0.0%	
	馬來西亞	140	31.8%	2
	新加坡	36	8.2%	4
	韓國	3	0.7%	5
	其他	0	0.0%	
停留天數	5 天(含)以下	126	28.6%	2
	6~10 天	273	62.0%	1
	11 天(含)以上	41	9.3%	3
來台旅遊次數	第 1 次	188	42.7%	1

	變項	樣本人數	百分比	排序
	第 2 次	75	17.0%	3
	第 3 次(含)以上	177	40.2%	2
多久願意再來台旅遊	1 年內	182	41.4%	2
	2-3 年	213	48.4%	1
	4-5 年	39	8.9%	3
	不會	6	1.4%	4

第三節 旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願分析

一、旅遊服務品質之描述性統計

以旅客對服務品質進行分析，對各題項求得平均數、標準差及排序(如表 4-3)，當平均數越高時，表示旅客越認同旅遊中的服務品質，反之，平均數越低時，則表示旅客越不認同；標準差越大者表示旅客對各項服務品質的意見分歧，反之，表示旅客意見趨向一致，同時也表示旅行中所感受到的服務品質具有一定水準。

由表 4-3 得知，在服務品質部分，旅客最認同前 3 名分別為第 16 題「台灣旅遊服務人員是有禮貌的」平均數為 4.511，其次為第 8 題「台灣的旅遊服務人員能準時提供服務」平均數為 4.418，再者為第 9 題「在台灣的消費支出和店家所給的消費單據相符」平均數為 4.402，旅客最不認同的部分為，第 21 題「台灣旅遊服務人員將遊客的利益為優先考量」平均數為 4.075，及第 1 題「台灣有現代化的旅遊設施」平均數為 4.139。

表 4-3 旅遊服務品質描述性分析

構面	題 項	平均數	標準差	排序
有形性	1.台灣有現代化的旅遊設施	4.139	0.749	21
	2.台灣旅遊設施的外觀有吸引力	4.189	0.751	16
	3.台灣旅遊設施的服務人員有整潔服裝與外表	4.391	0.578	4
	4.台灣旅遊設施的海報文宣與提供的服務相互配合	4.175	0.720	17
可靠性	5.台灣旅遊服務人員能夠確實完成對顧客的承諾	4.327	0.645	12
	6.遊程中遭遇困難時，現場服務人員會立刻協助解決問題	4.332	0.614	11
	7.台灣的旅遊服務是可信賴的	4.382	0.658	6
	8.台灣的旅遊服務人員能準時提供服務	4.418	0.602	2
	9.在台灣的消費支出和店家所給的消費單據相符	4.402	0.651	3
反應性	10.台灣旅遊服務人員會詳盡提供服務說明	4.384	0.708	5
	11.台灣旅遊服務人員對遊客做迅速性服務	4.270	0.678	14
	12.台灣旅遊服務人員會主動幫助遊客	4.375	0.606	8

構面	題 項	平均數	標準差	排序
保證性	13.台灣旅遊服務人員不會因為太忙而忽略遊客的服務需求	4.255	0.732	15
	14.台灣旅遊服務人員是值得信賴的	4.375	0.624	9
	15.台灣旅遊服務人員提供讓遊客感到安心的服務	4.366	0.604	10
	16.台灣旅遊服務人員是有禮貌的	4.511	0.565	1
	17.台灣旅遊服務人員具備專業知識能把工作做好	4.382	0.596	7
關懷性	18.台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別服務	4.139	0.805	20
	19.台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別關懷	4.155	0.757	19
	20.台灣旅遊服務人員了解遊客的個別需求	4.161	0.717	18
	21.台灣旅遊服務人員將遊客的利益為優先考量	4.075	0.811	22
	22.台灣旅遊設施提供的服務時間符合多數遊客之需求	4.248	0.615	13

二、旅遊滿意度之描述性統計

以描述性統計分析來台旅客滿意度之變項，分析結果顯示在第 1 項至第 5 項對滿意度的平均數為 4.155 至 4.398 之間，以「車輛安排及司機服務」最高，「導遊人員服務」部分最低，其中旅遊整體滿意度平均數有 4.402，詳如表 4-4、表 4-5。

表 4-4 旅遊滿意度描述性分析

題 項	平均數	標準差	排序
1.您對本次旅遊餐飲安排及服務	4.270	0.631	3
2.您對本次旅遊住宿安排及服務	4.259	0.652	4
3.您對本次旅遊車輛安排及司機服務	4.398	0.667	1
4.您對本次旅遊導遊人員服務	4.155	0.723	5
5.您對本次觀光便利性	4.350	0.608	2

表 4-5 旅遊整體滿意度描述性分析

題 項	平均數	標準差
6.您對本次旅遊整體滿意度	4.402	0.592

三、重遊意願之描述性統計

以描述性統計分析旅客重遊意願變項，結果顯示自由行來台旅客對重遊意願的平均數為 4.495 至 4.502 之間，表示旅客一致認同願意再度來台及願意推薦親友來台旅遊，如表 4-6。

表 4-6 重遊意願描述性統計

題項	平均數	標準差	排序
若有機會願意再度來台灣旅遊	4.495	0.701	2
願意推薦親朋好友到台灣旅遊	4.502	0.698	1

第四節 旅客個人背景資料在旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願之差異

檢定分析

本節以「性別」、「年齡」、「職業」、「教育程度」、「家庭平均月收入」、「居住國家別」、「停留天數」、「來台旅遊次數」、「多久願意再來台旅遊」等 9 項旅客背景變項對於旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願執行差異分析。

一、不同性別旅客對各變項差異之比較

(一) 性別對於旅遊服務品質之影響

依性別為自變數，對旅遊服務品質進行 T 檢定分析，以表 4-7 分析資料得知，顯著性未小於 .05，故性別對旅遊服務品質無明顯差異。

表 4-7 旅客性別對旅遊服務品質之 T 檢定分析

	性別	樣本	平均數	t 值	P 值	備註
有形性	1.男生	252	4.2629	1.657	.098	-
	2.女生	188	4.1702			
可靠性	1.男生	252	4.3683	-.183	.855	-
	2.女生	188	4.3777			
反應性	1.男生	252	4.3313	.478	.633	-
	2.女生	188	4.3045			
保證性	1.男生	252	4.4226	.642	.521	-
	2.女生	188	4.3896			
關懷性	1.男生	252	4.1254	-1.137	.256	-
	2.女生	188	4.1957			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 性別對於旅遊滿意度之影響

依性別為自變數，對旅遊服務滿意度進行 T 檢定分析，以表 4-8 分析資料得知，性別對旅遊滿意度顯著性小於 .05，存在顯著差異，女生旅遊整體滿意度高於男生。

表 4-8 旅客性別對旅遊滿意度之 T 檢定分析

	性別	樣本	平均數	t 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.男生	252	4.34	-2.518	.012	2>1
	2.女生	188	4.48			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 性別對於重遊意願之影響

依性別為自變數，對重遊意願進行 T 檢定分析，以表 4-9 分析資料得知，性別對重遊意願顯著性小於.05，存在顯著差異，女生重遊意願高於男生。

表 4-9 旅客性別對重遊意願之 T 檢定分析

	性別	樣本	平均數	t 值	P 值	備註
重遊意願	1.男生	252	4.3909	-3.902	.000	2>1
	2.女生	188	4.6436			

備註：*表示 $p < .05$

二、不同年齡旅客對各變項差異之比較

(一) 年齡對於旅遊服務品質之影響

依年齡為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-10 分析資料得知，年齡對旅遊服務品質上「有形性」、「可靠性」、「保證性」顯著性都小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「有形性」為主的構面，年齡在 25 歲-34 歲的影響性高於 35 歲-44 歲；「可靠性」為主的構面，年齡在 25 歲-34 歲的影響性高於 35 歲-44 歲及 45 歲-54 歲的影響性高於 35 歲-44 歲；「保證性」為主的構面，年齡在 25 歲-34 歲的影響性高於 35 歲-44 歲及 45 歲-54 歲的影響性高於 35 歲-44 歲。

表 4-10 旅客年齡對旅遊服務品質之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.15 歲-24 歲	25	4.0800	4.168	.001	2>3
	2.25 歲-34 歲	176	4.3040			
	3.35 歲-44 歲	101	4.0470			
	4.45 歲-54 歲	120	4.2667			
	5.55 歲-64 歲	12	4.1250			
	6.65 歲以上	6	4.7500			
可靠性	1.15 歲-24 歲	25	4.1920	5.856	.000	2>3
	2.25 歲-34 歲	176	4.4682			4>3

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
	3.35 歲-44 歲	101	4.1921			
	4.45 歲-54 歲	120	4.4517			
	5.55 歲-64 歲	12	4.3000			
	6.65 歲以上	6	3.9000			
反應性	1.15 歲-24 歲	25	4.2800	1.810	.110	-
	2.25 歲-34 歲	176	4.3849			
	3.35 歲-44 歲	101	4.2351			
	4.45 歲-54 歲	120	4.3417			
	5.55 歲-64 歲	12	4.1667			
	6.65 歲以上	6	3.8750			
保證性	1.15 歲-24 歲	25	4.2800	4.871	.000	2>3 4>3
	2.25 歲-34 歲	176	4.4957			
	3.35 歲-44 歲	101	4.23272			
	4.45 歲-54 歲	120	4.4833			
	5.55 歲-64 歲	12	4.3333			
	6.65 歲以上	6	4.0000			
關懷性	1.15 歲-24 歲	25	4.1600	2.022	.074	-
	2.25 歲-34 歲	176	4.2284			
	3.35 歲-44 歲	101	4.0416			
	4.45 歲-54 歲	120	4.1700			
	5.55 歲-64 歲	12	4.1667			
	6.65 歲以上	6	3.6000			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 年齡對於旅遊滿意度之影響

依年齡為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-11 分析資料得知，年齡對旅遊整體滿意度上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，年齡在 15 歲-24 歲的影響性高於 35 歲-44 歲及 45 歲-54 歲的影響性高於 35 歲-44 歲。

表 4-11 旅客年齡對旅遊滿意度之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.15 歲-24 歲	25	4.68	6.994	.000	1>3 4>3
	2.25 歲-34 歲	176	4.40			
	3.35 歲-44 歲	101	4.17			
	4.45 歲-54 歲	120	4.56			

年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
5.55 歲-64 歲	12	4.50			
6.65 歲以上	6	4.00			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 年齡對於重遊意願之影響

依年齡為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-12 分析資料得知，年齡對重遊意願無明顯差異。

依年齡為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-12 分析資料得知，年齡對重遊意願上顯著性都小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，重遊意願中年齡在 15 歲-24 歲的影響性高於 35 歲-44 歲；25 歲-34 歲的影響性高於 35 歲-44 歲。

表 4-12 旅客年齡對重遊意願之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.15 歲-24 歲	25	4.8400	4.311	.001	1>3 2>3
	2.25 歲-34 歲	176	4.5625			
	3.35 歲-44 歲	101	4.2574			
	4.45 歲-54 歲	120	4.5375			
	5.55 歲-64 歲	12	4.5000			
	6.65 歲以上	6	4.5000			

備註：*表示 $p < .05$

三、不同職業旅客對各變項差異之比較

(一) 職業對於旅遊服務品質之影響

依職業為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-13 分析資料得知，職業對旅遊服務品質上 5 個構面顯著性都小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「有形性」為主的構面，職業為軍公教及服務與自由業大於其他；以「可靠性」為主的構面，職業為軍公教、工商業、服務與自由業及家管皆大於學生，軍公教及服務與自由業大於其他，；以「反應性」為主的構面，職業為軍公教、工商業、服務與自由業皆大於其他，及軍公教大於學生；以「保證性」為主的構面，職業為軍公教、服務與自由業及家管皆大於學生，軍公教、工商業、服務與自由業及家管皆大於其他；以「關懷性」為主的構面，職業為軍公教大於工商業、學生與其他，服務與自由業大於其他，家管大於工商業、學生與其他。

表 4-13 旅客職業對旅遊服務品質之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.軍公教	28	4.4032	7.293	.000	
	2.工商業	156	4.1662			
	3.服務與自由業	160	4.3494			1>6
	4.家管	29	4.2667			3>6
	5.學生	8	3.8462			
	6.其他	59	3.8182			
可靠性	1.軍公教	28	4.6258	9.144	.000	1>5
	2.工商業	156	4.3150			1>6
	3.服務與自由業	160	4.4771			2>5
	4.家管	29	4.4400			3>5
	5.學生	8	3.8154			3>6
	6.其他	59	4.0545			4>5
反應性	1.軍公教	28	4.6290	8.860	.000	
	2.工商業	156	4.2650			1>5
	3.服務與自由業	160	4.4307			1>6
	4.家管	29	4.3417			2>6
	5.學生	8	3.9231			3>6
	6.其他	59	3.8864			
保證性	1.軍公教	28	4.6452	9.133	.000	1>5
	2.工商業	156	4.3653			1>6
	3.服務與自由業	160	4.5060			2>6
	4.家管	29	4.5000			3>5
	5.學生	8	3.9231			3>6
	6.其他	59	4.0227			4>5 4>6
關懷性	1.軍公教	28	4.4903	9.797	.000	1>2
	2.工商業	156	4.0431			1>5
	3.服務與自由業	160	4.2627			1>6
	4.家管	29	4.4733			3>6
	5.學生	8	3.6923			4>2
	6.其他	59	3.7636			4>5 4>6

備註：*表示 $p < .05$

(二) 職業對於旅遊滿意度之影響

依職業為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-14 分析資料得知，職業對旅遊整體滿意度上顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，職業在軍公教、工商業、服務與自由業及家管皆大於其他。

表 4-14 旅客年齡對旅遊滿意度之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.軍公教	28	4.58	8.337	.000	
	2.工商業	156	4.34			1>6
	3.服務與自由業	160	4.48			2>6
	4.家管	29	4.70			3>6
	5.學生	8	4.38			4>6
	6.其他	59	3.91			

備註：*表示 $p<.05$

(三) 職業對於重遊意願之影響

依職業為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-15 分析資料得知，職業對重遊意願上顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，職業在軍公教、工商業、服務與自由業、家管及學生皆大於其他，軍公教、服務與自由業、學生皆大於工商業。

表 4-15 旅客年齡對重遊意願之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.軍公教	28	4.8065	15.757	.000	1>2
	2.工商業	156	4.3383			1>6
	3.服務與自由業	160	4.6627			2>6
	4.家管	29	4.7000			3>2
	5.學生	8	5.0000			3>6
	6.其他	59	3.8182			4>6
						5>2
						5>6

備註：*表示 $p<.05$

四、不同教育程度旅客對各變項差異之比較

(一) 教育程度對於旅遊服務品質之影響

依教育程度為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-16 分析資料得知，教育程度對旅遊服務品質上 5 個構面顯著性都小於.05，存在顯著差異，

進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「有形性」為主的構面，教育程度在高中職(含)以下及專科的影響性高於大學；其他 4 個構面，教育程度在高中職(含)以下的影響性皆高於大學。

表 4-16 旅客教育程度對旅遊服務品質之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.高中職(含)以下	114	4.3794	7.647	.000	1>3 2>3
	2.專科	100	4.2900			
	3.大學	186	4.0766			
	4.研究所(含)以上	40	4.2938			
可靠性	1.高中職(含)以下	114	4.4982	4.753	.003	1>3
	2.專科	100	4.4260			
	3.大學	186	4.2742			
	4.研究所(含)以上	40	4.3350			
反應性	1.高中職(含)以下	114	4.4518	4.829	.003	1>3
	2.專科	100	4.3725			
	3.大學	186	4.2043			
	4.研究所(含)以上	40	4.3500			
保證性	1.高中職(含)以下	114	4.4518	5.606	.001	1>3
	2.專科	100	4.3725			
	3.大學	186	4.2043			
	4.研究所(含)以上	40	4.3500			
關懷性	1.高中職(含)以下	114	4.3807	12.823	.000	1>3
	2.專科	100	4.2160			
	3.大學	186	3.9527			
	4.研究所(含)以上	40	4.3050			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 教育程度對於旅遊滿意度之影響

依教育程度為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-17 分析資料得知，教育程度對旅遊整體滿意度上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，教育程度在高中職(含)以下的影響性高於大學。

表 4-17 旅客教育程度對旅遊滿意度之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.高中職(含)以下	114	4.61			
	2.專科	100	4.42			

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
	3.大學	186	4.28	7.595	.000	1>3
	4.研究所(含)以上	40	4.35			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 教育程度對於重遊意願之影響

依教育程度為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-18 分析資料得知，教育程度對重遊意願上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，教育程度在高中職(含)以下的影響性高於大學及研究所(含)以上。

表 4-18 旅客教育程度對重遊意願之差異分析

	年齡	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.高中職(含)以下	114	4.8070	17.508	.000	1>3 1>4
	2.專科	100	4.6050			
	3.大學	186	4.2688			
	4.研究所(含)以上	40	4.4250			

備註：*表示 $p < .05$

五、不同家庭平均月收入旅客對各變項差異之比較

(一) 家庭平均月收入對於旅遊服務品質之影響

依家庭平均月收入為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-19 分析資料得知，家庭平均月收入對旅遊服務品質上「關懷性」顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「關懷性」為主的構面，家庭平均月收入在 1,000 美元以下的影響性高於 1,001~2,000 美元、2,001~3,000 美元及 4,001 美元以上。

表 4-19 旅客家庭平均月收入對旅遊服務品質之差異分析

	家庭平均月收入	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.1,000 美元以下	81	4.3625	2.019	.091	-
	2.1,001~2,000 美元	126	4.2252			
	3.2,001~3,000 美元	112	4.1603			
	4.3,001~4,000 美元	36	4.0878			
	5.4,001 美元以上	85	4.2353			
可靠性	1.1,000 美元以下	81	4.4300	1.830	.122	-
	2.1,001~2,000 美元	126	4.3091			
	3.2,001~3,000 美元	112	4.3453			
	4.3,001~4,000 美元	36	4.2919			

	家庭平均月收入	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
	5,400 美元以上	85	4.4800			
	1,100 美元以下	81	4.4500			
	2,100~2,000 美元	126	4.2273			
反應性	3,200~3,000 美元	112	4.3162	2.046	.087	-
	4,300~4,000 美元	36	4.2500			
	5,400 美元以上	85	4.3647			
	1,100 美元以下	81	4.4813			
	2,100~2,000 美元	126	4.3409			
保證性	3,200~3,000 美元	112	4.3996	1.296	.271	-
	4,300~4,000 美元	36	4.3514			
	5,400 美元以上	85	4.4735			
	1,100 美元以下	81	4.4900			
	2,100~2,000 美元	126	4.0446			1>2
關懷性	3,200~3,000 美元	112	3.9880	9.296	.000	1>3
	4,300~4,000 美元	36	4.1405			1>5
	5,400 美元以上	85	4.2353			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 家庭平均月收入對於旅遊滿意度之影響

依家庭平均月收入為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-20 分析資料得知，家庭平均月收入對旅遊整體滿意度上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊滿意度中家庭平均月收入在 1,000 美元以下的影響性高於 1,001~2,000 美元及 3,001~4,000 美元。

表 4-20 旅客家庭平均月收入對旅遊滿意度之差異分析

	家庭平均月收入	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
	1,100 美元以下	81	4.64			
	2,100~2,000 美元	126	4.27			
旅遊整體	3,200~3,000 美元	112	4.42	5.817	.000	1>2
滿意度	4,300~4,000 美元	36	4.22			1>4
	5,400 美元以上	85	4.42			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 家庭平均月收入對於重遊意願之影響

依家庭平均月收入為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-21 分析資料得知，家庭平均月收入對重遊意願上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行

Scheffe 事後檢定比較得知，重遊意願中家庭平均月收入在 1,000 美元以下的影響性皆高於 1,001~2,000 美元、2,001~3,000 美元、3,001~4,000 美元及 4,001 美元以上。

表 4-21 旅客家庭平均月收入對重遊意願之差異分析

	家庭平均月收入	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.1,000 美元以下	81	4.9000	10.190	.000	1>2
	2.1,001~2,000 美元	126	4.3264			1>3
	3.2,001~3,000 美元	112	4.4915			1>4
	4.3,001~4,000 美元	36	4.4730			1>5
	5.4,001 美元以上	85	4.3882			

備註：*表示 $p < .05$

六、不同居住國家別旅客對各變項差異之比較

(一) 居住國家對於旅遊服務品質之影響

依居住國家為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-22 分析資料得知，居住國家對旅遊服務品質上 5 個構面顯著性都小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「有形性」為主的構面，居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡、韓國的影響性皆高於日本；「可靠性」為主的構面，居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡的影響性皆高於韓國；「反應性」為主的構面，居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡的影響性皆高於韓國；「保證性」為主的構面，居住國家在香港、馬來西亞的影響性皆高於中國大陸；「關懷性」為主的構面，居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞的影響性皆高於韓國，及馬來西亞高於中國大陸與新加坡。

表 4-22 旅客居住國家對旅遊服務品質之差異分析

	居住國家別	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.中國大陸	194	4.1443	7.642	.000	1>2
	2.日本	3	2.5000			3>2
	3.香港	64	4.3164			4>2
	4.馬來西亞	140	4.2929			5>2
	5.新加坡	36	4.3333			6>2
	6.韓國	3	4.5000			
可靠性	1.中國大陸	194	4.2887	6.555	.000	1>6
	2.日本	3	3.8000			3>6
	3.香港	64	4.5250			4>6
	4.馬來西亞	140	4.4429			5>6

	居住國家別	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
反應性	5.新加坡	36	4.4222	9.086	.000	
	6.韓國	3	3.2000			
	1.中國大陸	194	4.2487			
	2.日本	3	4.0000			1>6
	3.香港	64	4.2891			3>6
	4.馬來西亞	140	4.4464			4>6
	5.新加坡	36	4.4444	3.174	.008	5>6
	6.韓國	3	2.5000			
	1.中國大陸	194	4.3144			
	2.日本	3	4.0000			
	3.香港	64	4.5625			3>1
	4.馬來西亞	140	4.4643			4>1
關懷性	5.新加坡	36	4.4722	8.617	.000	
	6.韓國	3	4.2500			
	1.中國大陸	194	4.0474			1>6
	2.日本	3	4.0000			3>6
	3.香港	64	4.1313			4>1
	4.馬來西亞	140	4.3886			4>5
	5.新加坡	36	4.0000			4>6
	6.韓國	3	2.8000			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 居住國家對於旅遊滿意度之影響

依居住國家為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-23 分析資料得知，居住國家對旅遊整體滿意度顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊整體滿意度居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡的影響性高於日本；中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡的影響性高於韓國；香港、馬來西亞的影響性高於中國大陸。

表 4-23 旅客居住國家對旅遊滿意度之差異分析

	居住國家別	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.中國大陸	194	4.23	19.518	.000	1>2
	2.日本	3	3.00			1>6
	3.香港	64	4.69			3>1
	4.馬來西亞	140	4.59			3>2

居住國家別	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
5.新加坡	36	4.33			3>6 4>1 4>2
6.韓國	3	3.00			4>6 5>2 5>6

備註：*表示 $p<.05$

(三) 居住國家對於重遊意願之影響

依居住國家為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-24 分析資料得知，居住國家對重遊意願顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，重遊意願居住國家在中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡的影響性高於韓國；香港、馬來西亞、新加坡的影響性高於中國大陸。

表 4-24 旅客居住國家對重遊意願之差異分析

居住國家別	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
1.中國大陸	194	4.1985			1>6
2.日本	3	4.0000			3>1
3.香港	64	4.6875			3>6
重遊意願 4.馬來西亞	140	4.8286	23.419	.000	4>1
5.新加坡	36	4.6667			4>6
6.韓國	3	3.0000			5>1 5>6

備註：*表示 $p<.05$

七、不同停留天數旅客對各變項差異之比較

(一) 停留天數對於旅遊服務品質之影響

依停留天數為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-25 分析資料得知，停留天數對旅遊服務品質上「可靠性」、「反應性」、「保證性」顯著性都小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「可靠性」為主的構面，停留天數在 6~10 天的影響性大於 11 天(含)以上；「反應性」為主的構面，停留天數在 6~10 天的影響性大於 5 天(含)以下及 11 天(含)以上；「保證性」為主的構面，停留天數在 5 天(含)以下及 6~10 天的影響性大於 11 天(含)以上。

表 4-25 旅客停留天數對旅遊服務品質之差異分析

	停留天數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.5 天(含)以下	126	4.2746	1.962	.142	-
	2.6~10 天	273	4.2238			
	3.11 天(含)以上	41	4.0671			
可靠性	1.5 天(含)以下	126	4.3443	4.773	.009	2>3
	2.6~10 天	273	4.4173			
	3.11 天(含)以上	41	4.1512			
反應性	1.5 天(含)以下	126	4.2049	7.161	.001	2>1 2>3
	2.6~10 天	273	4.3980			
	3.11 天(含)以上	41	4.1341			
保證性	1.5 天(含)以下	126	4.4016	7.786	.000	1>3 2>3
	2.6~10 天	273	4.4558			
	3.11 天(含)以上	41	4.1098			
關懷性	1.5 天(含)以下	126	4.1066	.914	.402	-
	2.6~10 天	273	4.1870			
	3.11 天(含)以上	41	4.0878			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 停留天數對於旅遊滿意度之影響

依停留天數為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-26 分析資料得知，停留天數對旅遊整體滿意度上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊整體滿意度中停留天數在 6~10 天的影響性大於 5 天(含)以下。

表 4-26 旅客停留天數對旅遊滿意度之差異分析

	停留天數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.5 天(含)以下	126	4.28	.538	.011	2>1
	2.6~10 天	273	4.47			
	3.11 天(含)以上	41	4.34			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 停留天數對於重遊意願之影響

依停留天數為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-27 分析資料得知，停留天數對重遊意願上顯著性小於 .05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，重遊意願中停留天數在 6~10 天的影響性大於 5 天(含)以下及 11 天(含)以上。

表 4-27 旅客停留天數對重遊意願之差異分析

	停留天數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.5 天(含)以下	126	4.3074	11.859	.000	2>1
	2.6~10 天	273	4.6173			2>3
	3.11 天(含)以上	41	4.2683			

備註：*表示 $p < .05$

八、不同來台旅遊次數旅客對各變項差異之比較

(一) 來台旅遊次數對於旅遊服務品質之影響

依來台旅遊次數為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-28 分析資料得知，來台旅遊次數對旅遊服務品質上「可靠性」顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「可靠性」為主的構面，來台旅遊次數在第 3 次(含)以上的影響性高於第 1 次。

表 4-28 旅客來台旅遊次數對旅遊服務品質之差異分析

	來台旅遊次數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.第 1 次	188	4.2194	.408	.665	-
	2.第 2 次	75	4.2767			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.2048			
可靠性	1.第 1 次	188	4.2957	4.095	.017	3>1
	2.第 2 次	75	4.3707			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.4542			
反應性	1.第 1 次	188	4.2806	.750	.473	-
	2.第 2 次	75	4.3533			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.3475			
保證性	1.第 1 次	188	4.3484	2.872	.058	-
	2.第 2 次	75	4.3900			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.4082			
關懷性	1.第 1 次	188	4.1298	.404	.668	-
	2.第 2 次	75	4.1413			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.1887			

備註：*表示 $p < .05$

(二) 來台旅遊次數對於旅遊滿意度之影響

依來台旅遊次數為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-29 分析資料得知，來台旅遊次數對旅遊整體滿意度上顯著性小於.05，存在顯著差異，進

行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊整體滿意度中以來台旅遊次數在第 3 次(含)以上的影響性高於第 2 次。

表 4-29 旅客來台旅遊次數對旅遊滿意度之差異分析

	來台旅遊次數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體滿意度	1.第 1 次	188	4.39	5.987	.003	3>2
	2.第 2 次	75	4.21			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.49			

備註：*表示 $p < .05$

(三) 來台旅遊次數對於重遊意願之影響

依來台旅遊次數為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-30 分析資料得知，顯著性高於.05，故來台旅遊次數對重遊意願無明顯差異。

表 4-30 旅客來台旅遊次數對重遊意願之差異分析

	來台旅遊次數	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.第 1 次	188	4.425	2.084	.126	-
	2.第 2 次	75	4.5933			
	3.第 3 次(含)以上	177	4.5367			

備註：*表示 $p < .05$

九、不同多久願意再來台旅遊旅客對各變項差異之比較

(一) 多久願意再來台旅遊對於旅遊服務品質之影響

依多久願意再來台旅遊為自變數，對旅遊服務品質進行變異數分析，以表 4-31 分析資料得知，多久願意再來台旅遊對旅遊服務品質上 5 個構面顯著性都小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊服務品質中以「有形性」為主的構面，多久願意再來台旅遊中 1 年內願意回台旅遊高於 2-3 年、4-5 年及不會，2-3 年高於 4-5 年；「可靠性」為主的構面，多久願意再來台旅遊中 1 年內、2-3 年及 4-5 年高於不會，1 年內、2-3 年高於 4-5 年；「反應性」為主的構面，多久願意再來台旅遊中 1 年內、2-3 年及 4-5 年高於不會，1 年內、2-3 年高於 4-5 年；「保證性」為主的構面，多久願意再來台旅遊中 1 年內願意回台旅遊高於 4-5 年及不會，2-3 年高於 4-5 年及不會；「關懷性」為主的構面，多久願意再來台旅遊中 1 年內願意回台旅遊高於 2-3 年、4-5 年及不會，2-3 年高於 4-5 年及不會，4-5 年高於不會。

表 4-31 多久願意再來台旅遊對旅遊服務品質之差異分析

多久願意再來台旅遊		樣本	平均數	F 值	P 值	備註
有形性	1.1 年內	182	4.4032	13.781	.000	1>2
	2.2-3 年	213	4.1588			1>3
	3.4-5 年	39	3.8654			1>4
	4.不會	6	3.7500			2>3
可靠性	1.1 年內	182	4.5098	23.789	.000	1>3
	2.2-3 年	213	4.3703			1>4
	3.4-5 年	39	3.9385			2>3
	4.不會	6	3.300			2>4 3>4
反應性	1.1 年內	182	4.4711	29.719	.000	1>3
	2.2-3 年	213	4.3243			1>4
	3.4-5 年	39	3.8462			2>3
	4.不會	6	2.8750			2>4 3>4
保證性	1.1 年內	182	4.5318	14.584	.000	1>3
	2.2-3 年	213	4.3988			1>4
	3.4-5 年	39	4.0128			2>3
	4.不會	6	3.7500			2>4
關懷性	1.1 年內	182	4.3376	20.997	.000	1>2
	2.2-3 年	213	4.1243			1>3
	3.4-5 年	39	3.7179			1>4
	4.不會	6	2.9000			2>3 2>4 3>4

備註：*表示 $p<.05$

(二) 多久願意再來台旅遊對於旅遊滿意度之影響

依多久願意再來台旅遊為自變數，對旅遊滿意度進行變異數分析，以表 4-32 分析資料得知，多久願意再來台旅遊對旅遊整體滿意度顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，旅遊整體滿意度中 1 年內願意回台旅遊高於 4-5 年及不會，2-3 年高於 4-5 年及不會；4-5 年高於不會。

表 4-32 多久願意再來台旅遊對旅遊滿意度之差異分析

多久願意再來台旅遊	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
旅遊整體 滿意度	1.1 年內	182	4.54	24.756	1>3
	2.2-3 年	213	4.41		1>4
	3.4-5 年	39	3.97		2>3
	4.不會	6	3.00		2>4 3>4

備註：*表示 $p<.05$

(三) 多久願意再來台旅遊對於重遊意願之影響

依多久願意再來台旅遊為自變數，對重遊意願進行變異數分析，以表 4-33 分析資料得知，多久願意再來台旅遊對重遊意願顯著性小於.05，存在顯著差異，進行 Scheffe 事後檢定比較得知，重遊意願中 1 年內願意回台旅遊高於 4-5 年及不會，2-3 年高於 4-5 年及不會；4-5 年高於不會。

表 4-33 多久願意再來台旅遊對重遊意願之差異分析

多久願意再來台旅遊	樣本	平均數	F 值	P 值	備註
重遊意願	1.1 年內	182	4.6243	33.059	1>3
	2.2-3 年	213	4.5473		1>4
	3.4-5 年	39	3.9744		2>3
	4.不會	6	2.5000		2>4 3>4

備註：*表示 $p<.05$

第五節 服務品質、滿意度與重遊意願之相關分析

本節在探討服務品質、旅遊滿意度與重遊意願三者間的相關性，採用皮爾森積差相關(Pearson product-moment correlation)分析探討彼此間的關係，相關係數在 0.3 以下為低度相關，0.3-0.7 為中度相關，0.7 以上為高度相關。

一、服務品質對旅遊滿意度之相關分析

經由皮爾積差相關分析後發現，服務品質構面(有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性)與旅遊滿意度均呈正相關，如表 4-34 所示，其中以關懷性構面與旅遊滿意度之相關值最高，達顯著水準。

表 4-34 服務品質對旅遊滿意度之相關分析

	旅遊滿意度
有形性	.596**
可靠性	.656**
反應性	.589**
保證性	.636**
關懷性	.679**

備註：**表示 $p < .01$

二、服務品質對重遊意願之相關分析

經由皮爾森積差相關分析後發現，服務品質構面(有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性)與重遊意願均呈正相關，如表 4-35 所示，其中以可靠性構面與重遊意願之相關值最高，達顯著水準。

表 4-35 服務品質對重遊意願之相關分析

	重遊意願
有形性	.566**
可靠性	.666**
反應性	.640**
保證性	.635**
關懷性	.618**

備註：**表示 $p < .01$

三、旅遊滿意度對重遊意願之相關分析

經由皮爾森積差相關分析後發現，重遊意願與旅遊滿意度呈正相關，如表 4-36 所示。

表 4-36 旅遊滿意度對重遊意願之相關分析

	重遊意願
旅遊滿意度	.720**

備註：**表示 $p < .01$



第五章 結論與建議

本章依據論文目的及問題假設，透過問卷資料分析結果與驗證後，提出研究結論與建議，以提供政府及相關業者改善之參考。本章共分二節，第一節為研究結論，第二節為研究建議。

第一節 研究結論

一、旅客背景特質、旅遊服務品質、旅遊滿意度與重遊意願分析

(一) 自由行來台旅客以青壯年為主要客層

根據本研究結果發現旅客特性方面，旅客樣本男生多於女生，年齡在 44 歲以下占 68.6%，服務與自由業及工商業占 71.9%，最高學歷為大學程度者最多，家庭平均月收入。

(二) 自由行來台旅客以第一次來台居多，來自中國大陸旅客為主

在旅遊特性上，自由行來台旅客以第一次來台樣本數居多，占 42.7%，來自中國大陸旅客樣本數最多，占 44.1%，在安排旅遊停留天數上以 6-10 天最多，占 62%，旅行過後願意再次回台灣旅遊以 2-3 年內者最多，占 48.4%。

(三) 自由行來台旅客對服務品質最認同前 3 名為「服務人員是有禮貌的」、「消費支出和店家所提供的消費單據相符」及「服務人員能準時提供服務」

自由行來台旅客對於服務品質認同達 4.292 分，其中以「保證性」、「可靠性」兩個構面得分最高，反應出自由行來台旅客認為台灣服務人員即使對於自由行來台的外國遊客仍會提供完善、可信賴、專業性的服務，使得旅客在消費、旅程體驗上感到安心。

(四) 自由行來台旅客對旅遊整體滿意度

自由行來台旅客旅遊滿意度方面，總平均分數為 4.34 分，其中滿意度最高的是「車輛安排及司機服務」及「觀光便利性」方面，平均數分別為 4.398 及 4.350。

(五) 自由行來台旅客之重遊意願很高

自由行來台旅客重遊意願方面，總平均分數為 4.5 分，且「若有機會願意再度來台灣旅遊」，平均分數 4.495、「願意推薦親朋好友到台灣旅遊」平均分數 4.5，表示自由行來台旅客本身願意再次回來台灣旅遊或推薦親朋好友來台灣旅遊意願很高。

二、研究假設與驗證結果

依據第四章研究結果與分析，將本研究各研究假設與驗證結果彙整如表 5-1。

表 5-1 研究假設與驗證結果

研究假設	研究發現	驗證結果
假設 1：不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊服務品質上有差異	1. 不同性別在旅遊服務品質無顯著差異 2. 不同年齡、職業、教育程度、家庭平均月收入、居住國家別、停留天數、來台旅遊次數、多久願意再來台旅遊在旅遊服務品質存在顯著差異	研究假設部分成立
假設 2：不同背景特質之自由行來台旅客在旅遊滿意度上有差異	不同背景特質在旅遊滿意度存在顯著差異	研究假設成立
假設 3：不同背景特質之自由行來台旅客在重遊意願上有差異	1. 不同教育程度、來台旅遊次數在旅遊服務品質無顯著差異 2. 不同性別、年齡、職業、家庭平均月收入、居住國家別、停留天數、多久願意再來台旅遊在重遊意願存在顯著差異	研究假設部分成立
假設 4：自由行來台旅客之服務品質與滿意度相關	服務品質構面對旅遊滿意度呈現顯著相關	研究假設成立
假設 5：自由行來台旅客之服務品質與重遊意願相關	服務品質構面對重遊意願呈現顯著相關	研究假設成立
假設 6：自由行來台旅客之滿意度與重遊意願相關	旅遊滿意度對重遊意願呈顯著相關	研究假設成立

第二節 研究建議

本節根據研究結果與討論，分別對業者及交通部觀光局提供相關建議，分別敘述如下。

一、提供旅行業者及相關從業人員之建議

(一) 針對重遊旅客規劃具台灣特色的深度之旅

根據本研究發現，來台自由行旅客重遊意願很高，調查中有 98.6% 的遊客表示願意再度來台旅遊，有 41.4% 表示願意在 1 年內來台旅遊，48.4% 表示願意在 2-3 年回台旅遊，因此建議可以針對重遊旅客推出台灣深度體驗旅遊，讓旅

客重新體驗台灣鄉鎮魅力，走入當地，聆聽地方傳奇故事，動手體驗當地特色活動，手做當地紀念品，與新創業者結合，共同規劃台灣鄉鎮深度及精緻行程，共創新商機，使旅客觀察當地的歷史文化及地方民俗活動，以吸引遊客的興趣，並留下難忘的回憶及愉悅的心情，重新認識台灣，發現台灣人文之美。

二、提供交通部觀光局之建議

(一)加強培訓，提高旅遊從業人員素質

在旅遊滿意度中，以旅遊導遊人員服務滿意度最低，近年來不少自由行旅客選擇包車遊台，由包車司機身兼導遊一職，與旅客最長時間的接觸，亦是給予旅客對台灣很重要的第一印象，若滿意度不佳恐會影響重遊意願，因此應加強司機及導遊人員素質的要求，應制定相關法規定期的在職訓練，加強語言及導覽解說等能力，以滿足旅客的需求。

(二)營造國際級觀光亮點

在旅遊服務滿意度上，旅客對台灣具有現代化的旅遊設施及外觀具有吸引力 2 部分的評分較低，由於過去對觀光遊憩景點未善用地方特色、整合地方資源，因此造成多數景點建設雷同缺乏特色，難以引起遊客旅遊動機或重遊意願，政府應輔導業者持續投資大型知名遊樂設施，及輔導地方政府將遊憩設施與在地觀光產業、活動緊密結合，創新遊憩體驗、創意行銷，以各式解說系統與旅遊安全救助服務，建構國際級友善旅遊環境。

參考文獻

一、中文部分

王嘉淳、張允熙（2010）。探討台灣遊客對於陸客來台觀光後之滿意度、心理體驗及重遊意願之研究。**休閒保健期刊**，4，23-37。

王永濬（2016）。**旅遊動機、旅遊意象、滿意度及重遊意願-以高雄觀光旅遊為例**(未出版之碩士論文)。高苑科技大學，高雄市。

石家玲（2012）。**大陸觀光客來台之旅遊服務品質認知、旅遊滿意度與重遊意願之關係探討**(未出版之碩士論文)。靜宜大學，臺中市。

交通部觀光局（2015）。中華民國 104 年來臺旅客消費及動向調查。臺北：同作者。

交通部觀光局（2016）。中華民國 105 年來臺旅客消費及動向調查。臺北：同作者。

交通部觀光局（2017）。中華民國 106 年來臺旅客消費及動向調查。臺北：同作者。

交通部觀光局（2018）。Tourism 2020 臺灣永續觀光發展方案（106～109 年）。臺北：同作者。

江建良(1995)。服務品質與顧客滿意之探討。**企銀季刊**，21(2)，36-48。

吳佳穎（2008）。**遊客對桃園縣風景區步道的滿意度與重遊意願之調查研究—以虎頭山風景區與拉拉山風景區為例**(未出版之碩士論文)。國立新竹教育大學，新竹市。

巫宗霖（2008）。**影響來台自由行觀光客旅遊服務品質與顧客滿意度因素之研究**(未出版之碩士論文)。國立高雄第一科技大學文，高雄市。

李友錚、羅凱莉、蔡尚斌、吳嘉蕙（2012）。PZB 服務品質之研究與應用。**現代管理與創新學術研討會論文集**，新竹縣明新科技大學。

李麗珍(2003)。**台北市政府教育局服務品質之研究**(未出版之碩士論文)。臺北市立師範學院，臺北市。

林佳姿、莊詩敏、張暉廷（2013）。小琉球旅遊服務品質與滿意度及重遊意願之研究—以國立高雄海洋科技大學學生為例。**海洋休閒管理學刊**，4，111-136。

林晏州、陳惠美、顏家芝(1998)。高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究。**戶外遊憩研究**，11(4)，59-71。

林朝源、秦儀庭(2012)。PZB 服務品質模型探討服務品質與顧客滿意度之研究。**2012 彰雲嘉大學校院聯盟學術研討會論文集**，彰化縣大葉大學。

林燈燦(2009)。**服務管理**。臺北市：五南。

張敏慧(2005)。**提昇學生就讀意願之教育服務品質競爭優勢強化研究—以七所私立大學為例**(未出版之碩士論文)。中華大學科技，新竹市。

張金明、張巍耀、黃任謙、周玉娥(2017)。**旅行業經營管理：基礎到進階完整學習**。新北市：全華。

連漪、汪俠(2004)。旅遊地顧客滿意度測評指標體系的研究及應用。**旅遊學刊**，19(5)，9-13。

陳俊良(2009)。**地區行銷認知、服務品質認知與品牌形象認知對民眾滿意度影響之研究-以台南縣仁德鄉為例**(未出版之碩士論文)。國立成功大學，臺南市。

陳奕任(2010)。**陸客來台旅遊之旅遊消費偏好、旅遊滿意度與重遊意願之研究**(未出版之碩士論文)。國立澎湖科技大學，澎湖縣。

陳聰廉、張家銘(2006)。茂林風景區遊客吸引力、滿意度與重遊意願關係之研究。**運動與遊憩研究**，1(2)，45-65。

陳瑞倫(2017)。**遊程規劃：旅遊產品策略與行程設計**。新北市：華立。

游宗仁(2002)。**全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究**(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。

黃正宏(2014)。**遊客旅遊動機、服務品質與滿意度關係之研究-以野柳地質公園為例**(未出版之碩士論文)。國立臺北大學，新北市。

葉子明、白允芸、黨海珍(2015)。**觀光港區遊客旅遊動機、旅遊滿意度對重遊意影響之研究**。**休閒事業研究**，13(3)，40-64。

- 葉芝欣（2015）。大陸來台遊客目的地意象、地方認同、旅遊滿意度對重遊意願之影響研究(未出版之碩士論文)。大葉大學，彰化縣。
- 葉柏孜（2002）。影響市民農園承租者承租滿意度因素之研究(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 潘韵文（2012）。大陸來臺旅客旅遊動機、服務品質、知覺價值與行為意圖關係之研究(未出版之碩士論文)。國立雲林科技大學，雲林縣。
- 鄧智斌（2009）。大陸來臺旅客旅遊動機、服務品質滿意度與其意向行為之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 鄭桂華（2017）。遊客對花蓮東大門夜市之服務品質感受及重遊意願之研究(未出版之碩士論文)。大漢技術學院，花蓮縣。
- 鄭憶萍（2009）。日本來臺旅客觀光行為、旅遊滿意度與重遊意願之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 謝金燕（2003）。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例。旅遊管理研究，3(1)，79-95。
- 謝凱惠（2013）。臺灣對馬來西亞華人旅客觀光吸引力、旅遊滿意度與重遊意願之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 鍾佩伶、仲崇毅、李劍華、廖少威（2016）。屏東縣東港鎮地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究。大仁學報，49，1-19。
- 蘇雲華（1996）。服務品質衡量方法之比較研究(未出版之碩士論文)。國立中山大學，高雄市。

二、英文部分

- Armistead (1985). *Design of Service Operations: Operations Management in Service Industries and the Public Sector*, NY.
- Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(1), 244-249.
- Driver, B.L & Toucher, R.C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation of planning. *Element of Outdoor Recreation Planning*, 9-31.
- Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510.
- Guest. (1995). Brand Loyalty-Twelve Years Later. *Journal of Applied Psychology*, 39, 405-408.
- Kozak, M. (2001). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*. 22 (1), 391-401.
- Oliver, R. L., & Desarbo, W. S. (1988). Response determinants in satisfaction judgment. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 495-507.
- Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie, & Berry L. Leonard., (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.
- Parasuraman, A., Valarie, A. Z., & Leonard, L. B. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Quelch, J. A., & Takeuchi, H. (1983). Quality is more than making a good product. *Harvard Business Review*, 139-145.
- Rohrbaugh (1981), "A Symposium on the Competing Values Approach to Organizational Effectiveness", *Journal of Marketing*, 2(5), 122-140.

Sasser, W.E., Olson, R.P. & Wyckoff, D. D. (1978), *Management of Service Operations : Text, Cases and Readings*, Boston: Allyn & Bacon, NY.

Westbrook, R. A. (1980). Consumer Satisfaction as a Function of Personal Competence/Efficacy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 8(4), 427-437.



附錄

「自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願之研究」問卷

親愛的旅客您好！

歡迎您到台灣旅遊，感謝您願意抽空填寫此份問卷，這是一份探討「自由行旅客來台旅遊服務品質、滿意度與重遊意願」之調查研究，希望您可以針對以下題目提供寶貴的意見與回答。此份問卷僅供學術使用，絕對不對外公開且無須具名，因此請您安心填答。十分感謝您的協助與支持。

敬祝 順心如意

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系

指導教授：陳靜宜 博士

研 究 生：謝幸奴 謹致

【第一部分服務品質】請依照您的實際狀況，選出最符合您的答案，並在□中打"V"。

題 號	題 項	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非常 不同 意
1	台灣有現代化的旅遊設施	☐	☐	☐	☐	☐
2	台灣旅遊設施的外觀有吸引力	☐	☐	☐	☐	☐
3	台灣旅遊設施的服務人員有整潔服裝與外表	☐	☐	☐	☐	☐
4	台灣旅遊設施的海報文宣與提供的服務相互配合	☐	☐	☐	☐	☐
5	台灣旅遊服務人員能夠確實完成對顧客的承諾	☐	☐	☐	☐	☐
6	遊程中遭遇困難時，現場服務人員會立刻協助解決問題	☐	☐	☐	☐	☐
7	台灣的旅遊服務是可信賴的	☐	☐	☐	☐	☐
8	台灣的旅遊服務人員能準時提供服務	☐	☐	☐	☐	☐
9	在台灣的消費支出和店家所給的消費單據相符	☐	☐	☐	☐	☐
10	台灣旅遊服務人員會詳盡提供服務說明	☐	☐	☐	☐	☐
11	台灣旅遊服務人員對遊客做迅速性服務	☐	☐	☐	☐	☐
12	台灣旅遊服務人員會主動幫助遊客	☐	☐	☐	☐	☐
13	台灣旅遊服務人員不會因為太忙而忽略遊客的服務需求	☐	☐	☐	☐	☐
14	台灣旅遊服務人員是值得信賴的	☐	☐	☐	☐	☐
15	台灣旅遊服務人員提供讓遊客感到安心的服務	☐	☐	☐	☐	☐

16	台灣旅遊服務人員是有禮貌的	☐	☐	☐	☐	☐
17	台灣旅遊服務人員具備專業知識能把工作做好	☐	☐	☐	☐	☐
18	台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別服務	☐	☐	☐	☐	☐
19	台灣旅遊服務人員會對遊客提供個別關懷	☐	☐	☐	☐	☐
20	台灣旅遊服務人員了解遊客的個別需求	☐	☐	☐	☐	☐
21	台灣旅遊服務人員將遊客的利益為優先考量	☐	☐	☐	☐	☐
22	台灣旅遊設施提供的服務時間符合多數遊客之需求	☐	☐	☐	☐	☐

【第二部分滿意度】請依照您的實際狀況，選出最符合您的答案，並在□中打"V"。

題號	題項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	您對本次旅遊餐飲安排及服務	☐	☐	☐	☐	☐
2	您對本次旅遊住宿安排及服務	☐	☐	☐	☐	☐
3	您對本次旅遊車輛安排及司機服務	☐	☐	☐	☐	☐
4	您對本次旅遊導遊人員服務	☐	☐	☐	☐	☐
5	您對本次觀光便利性	☐	☐	☐	☐	☐
6	您對本次旅遊整體滿意度	☐	☐	☐	☐	☐

【第三部分重遊意願】請依照您的實際狀況，選出最符合您的答案，並在□中打"V"。

題號	題項	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	若有機會願意再度來台灣旅遊	☐	☐	☐	☐	☐
2	願意推薦親朋好友到台灣旅遊	☐	☐	☐	☐	☐

【第四部分：個人基本資料】

1	性別	☐ (1) 男生 ☐ (2) 女生
2	年齡	☐ (1) 15歲-24歲 ☐ (2) 25歲-34歲 ☐ (3) 35歲-44歲 ☐ (4) 45歲-54歲 ☐ (5) 55歲-64歲 ☐ (6) 65歲以上
3	職業	☐ (1) 軍公教 ☐ (2) 工商業 ☐ (3) 服務與自由業 ☐ (4) 家管 ☐ (5) 學生 ☐ (6) 其它_____
4	教育程度	☐ (1) 高中職(含)以下 ☐ (2) 專科 ☐ (3) 大學 ☐ (4) 研究所(含)以上
5	家庭平均月收	☐ (1) 1,000美元以下 ☐ (2) 1,001~2,000美元

	入	☐ (3) 2,001~3,000美元 ☐ (4) 3,001~4,000美元 ☐ (5) 4,001美元以上
6	居住國家別	☐ (1) 中國大陸 ☐ (2) 日本 ☐ (3) 香港 ☐ (4) 澳門 ☐ (5) 馬來西亞 ☐ (6) 新加坡 ☐ (7) 韓國 ☐ (8) 其他_____
7	停留天數	☐ (1) 5天(含)以下 ☐ (2) 6~10天 ☐ (3) 11天(含)以上
8	來台旅遊次數	☐ (1) 第1次 ☐ (2) 第2次 ☐ (3) 第3次(含)以上
9	多久願意再來 台旅遊	☐ (1) 1年內 ☐ (2) 2~3年 ☐ (3) 4~5年 ☐ (4) 不會

問卷到此結束，請麻煩檢查是否有遺漏的地方，十分感謝您的協助！

