

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系碩士班

碩士論文

和平島公園旅遊服務品質及滿意度之研究

The Research of Heping Island Park Service Quality and
Tourist Satisfaction



研 究 生：陳銘桐

指導教授：陳靜宜

中華民國 108 年 6 月 26

台北海洋科技大學海洋休閒觀光系碩士班

Taipei University of Marine Technology

Department of Marine Leisure and Tourism

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

和平島公園旅遊服務品質及滿意度之研究

The Research of Heping Island Park Service Quality and Tourist
Satisfaction

指導教授：陳靜宜（Chen, Ching-Yi）

研 究 生：陳銘桐（Chen, Ming-Tung）

中華民國 108 年 6 月 26 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： 和平島公園旅遊服務品質及滿意度之研究

研究生： 陳銘桐 學號： K1060030

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
海洋休閒觀光系助理教授

陳孟谷

台北海洋科技大學
海洋休閒觀光系助理教授

陳靜宜

指導教授： 陳靜宜

系所主任： 黃妍榛

中華民國 108 年 06 月 26 日

臺灣學術倫理教育資源中心

修課證明

證書第 P106046330 號

陳銘綱 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	107/5/5
0102_研究倫理專業規範與個人責任	107/5/5
0103_研究倫理的政府規範與政策	107/5/5
0104_不當研究行為：定義與類型	107/5/5
0105_不當研究行為：拒絕與基本資料	107/5/5
0106_不當研究行為：抄襲與剽竊	107/5/5
0108_學術寫作技巧：引述	107/5/26
0109_學術寫作技巧：撰寫與編寫	107/5/26
0107_不當研究行為：自我抄襲	107/5/26
0111_學術寫作技巧：作者定義與署名原則	107/5/26
0112_著作權基本觀念	107/5/26
0113_個人資料保護法基本觀念	107/5/26
0114_隱私權基本觀念	107/5/5
0115_資訊隱私權原則與實務	107/5/5
0201_研究中的利益衝突	107/5/5
0110_學術寫作技巧：引用著作	107/5/26
0116_研究資料管理規範	107/5/5
0117_組織學術誠信	107/5/5

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 5 月 26 日

Center for Taiwan Academic Research Ethics Education

Certificate of Completion

Certification No. P106046330

This is to certify that Mr./Ms. 陳懿桐 (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	05/05/2018
0102_ Professional Norms and Personal Responsibility in Research Ethics	05/05/2018
0103_ Government Regulations and Policies in Research Ethics	05/05/2018
0104_ Research Misconduct: Definition and Types	05/05/2018
0105_ Research Misconduct: Fabrication and Falsification	05/05/2018
0106_ Research Misconduct: Plagiarism	05/05/2018
0108_ Academic Writing Skill: Quoting	05/26/2018
0109_ Academic Writing Skill: Paraphrasing and Summarizing	05/26/2018
0107_ Research Misconduct: Self-Plagiarism	05/26/2018
0111_ Academic Writing Skill: Definition and Principles of Authorship	05/26/2018
0112_ Basic Concepts of Copyright	05/26/2018
0113_ Basic Concepts of the Personal Information Protection Act	05/26/2018
0114_ Basic Concepts of Privacy	07/05/2018
0115_ Principles and Practice of Human Subject Protection	07/05/2018
0201_ Conflict of Interest in Research	07/05/2018
0110_ Academic Writing Skill: Referencing	05/26/2018
0116_ An Overview of Research Data Management	07/05/2018
0117_ Understanding Academic Integrity	07/05/2018

Certified by

Center for Taiwan Academic Research Ethics Education

和平島公園旅遊服務品質及滿意度之研究

摘 要

和平島公園以最少的人工設施來減少對自然破壞，以維繫自然生態的心來建設這美麗的自然寶藏，是北臺灣遊憩攬勝及自然教學的自然教室。和平島公園從 2012 年開始整修，2018 年 8 月後重新開放後，廣受好評，公園內還建起了大城堡，有餐廳咖啡廳可用餐，並設置大沙池、溜滑梯等親子設施，海水泳池也重新整修過。

本研究以旅遊意象及遊客滿意度與行為意向間之關係為研究主題，並以和平島公園遊客為實證分析對象。本研究資料收集方式利用問卷調查法，進行問卷調查，共發出 450 份，回收 420 份，有效問卷共 400 份(95.23%)。資料分析係採用描述性統計分析、T 檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關 (Pearson product-moment correlation)等方法。

研究結果顯示當地居民對生態旅遊是持中立偏正面的態度，但是在生態旅遊對社區發展的幫助上則是偏低的狀況。而訪談的部分，根據相關利害關係人的訪談，可以發現和平島公園當地具有發展生態旅遊的潛力及機會，但也有些許的隱憂或威脅（如財團、利益團體及地勢低窪等）。最後本研究建議和平島公園除了推廣生態旅遊外，規畫時應注重整體環境的開發，如此才能給當地大多數居民帶來最大的利益。最後針對未來目標市場選擇、擬定行銷及發展策略，以作為業者未來經營方向及策略之參考。

關鍵字：和平島、服務品質、滿意度

The Research of Heping Island Park Service Quality and Tourist Satisfaction

ABSTRACT

Heping Island Park uses the least artificial facilities to reduce the damage to nature and build this beautiful natural treasure with the support of natural ecology. It is a natural classroom for the North Taiwan Range Rover and nature teaching. Peace Island Park has been renovated since 2012. After reopening in August 2018, it has been well received. There are also large castles in the park. There are restaurants and cafes for dining, and there are facilities such as large sand pools and slides. The saltwater pool has also been refurbished.

This study takes the relationship between tourism image and tourist satisfaction and behavioral intention as the research theme, and takes the tourists of Heping Island Park as the empirical analysis object. The data collection method of this study was conducted by questionnaire survey, and 450 questionnaires were sent out, 420 copies were collected, and 400 valid questionnaires (95.23%). Data analysis was performed using descriptive statistical analysis, T-test, single-factor variance analysis, and Pearson product-moment correlation.

The results show that local residents are neutral to the eco-tourism, but the ecotourism is low on the community. In the interview section, according to interviews with relevant stakeholders, it can be found that the Peace Island Park has the potential and opportunities to develop eco-tourism, but there are also some hidden concerns or threats (such as consortia, interest groups and low-lying terrain). Finally, this study suggests that in addition to promoting eco-tourism, Heping Island Park should focus on the development of the overall ring, so as to bring the greatest benefits to the majority of the local residents. Finally, we will select and formulate marketing and development strategies for the future target market as a reference for the future business direction and strategy of the operators.

Keywords: Heping Island, Service Quality, Satisfaction

誌謝

再次踏進校園學習重拾拿起書本的感覺，在台北海大兩年的研究所求學過程中師長與同學從相互陌生到朝夕相處共同渡過這美好的時光心中充滿感謝。

論文得以順利完成，首先要感謝指導教授陳靜宜老師在學習期間的細心指導，從論文研究架構以及資料收集、撰寫順序與研究之方法等的指導。論文口試期間承蒙王慶堂老師與葉劍木老師與陳孟谷老師的不吝指正，提供許多寶貴意見，俾使本論文更臻完善，特此致上誠摯的感謝。

感謝海觀系系上的莊院長，黃主任，每位老師及每位同學，讓我在台北海大求學期間學習得各種海洋領域與休閒觀光的專業知識；也感謝求學期間學長姐、Amy班長、同學、學弟妹的陪伴，讓求學生活更豐富，真的很高興認識你們這群同學。也特別感謝余慶豐教務長的勉勵，時時刻刻鼓勵叮嚀不要放棄再加油很快就會達到了，如此也讓我有信心得以順利完成。感謝家人曉娟、翌萌、育瑄在這段期間盡量配合我的作息，給我相當大的空間與時間支持我的學習完成理想。

感謝各位夥伴們，非常幸運與大家在這一個大家庭裡學習，感謝大家在我求學期間的鼓勵與協助，讓論文得以順利完成真的非常謝謝大家。

銘桐 謹致

台北海大學海洋觀光休閒研究所

108 年 6 月 26 日

目 錄

第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	4
第三節 研究目的	5
第四節 研究流程與架構	6
第貳章 文獻探討	7
第一節 和平島公園	13
第二節 服務品質	14
第三節 滿意度	17
第四節 重遊意願	18
第叁章 研究方法	19
第一節 研究架構	19
第二節 研究工具	20
第三節 問卷題項	21
第四節 資料分析方法	23
第肆章 資料分析與結果	25
第一節 遊客基本資料分析	25
第二節 遊客背景變相差異分析	33
第三節 整體滿意度分析	40
第四節 遊客特性對重遊意願之差異分析	40
第五節 服務品質、滿意度與充遊意願之相關分析	43

第伍章結論與建議	45
第一節 研究結論	45
第二節 研究建議	47
第三節 研究限制與未來研究建議	48
參考文獻	49
一、中文部分	49
二、REFERENCE	51
附錄	54
附錄一 問卷	54

表目錄

表 4-1	遊客基本資料敘述統計表.....	26
表 4-2	遊客旅遊特性敘述統計表.....	29
表 4-3	服務品質敘述統計表.....	31
表 4-4	整體服務滿意度敘述統計表.....	32
表 4-5	重遊意願敘述統計表.....	33
表 4-6	性別對服務品質構面之差異性分析表.....	33
表 4-7	年齡對服務品質構面之差異性分析表.....	34
表 4-8	婚姻狀況對服務品質構面之差異性分析表.....	35
表 4-9	教育程度對服務品質構面之差異性分析表.....	35
表 4-10	職業類別對服務品質構面之差異性分析表.....	36
表 4-11	平均月收入對服務品質構面之差異性分析表.....	38
表 4-12	居住地區對服務品質構面之差異性分析表.....	39
表 4-13	遊客整體滿意度敘述統計表.....	40
表 4-14	性別與重遊意願差異性分析.....	40
表 4-15	年齡與重遊意願差異性分析.....	41
表 4-16	婚姻狀況與重遊意願差異性分析.....	41
表 4-17	教育程度與重遊意願差異性分析.....	41
表 4-18	職業類別與重遊意願差異性分析.....	42
表 4-19	月收入與重遊意願差異性分析.....	42
表 4-20	居住地區與重遊意願差異性分析.....	43
表 4-21	服務品質與整體滿意度相關性分析.....	43
表 4-22	服務品質與重遊意願相關性分析.....	44
表 4-23	滿意度與重遊意願相關性分析.....	44
表 5-1	研究假設驗證結果.....	47

圖目錄

圖 1-1 近年國人自北中南東部地區旅遊比.....	1
圖 1-2 近年十年國外來臺總人次.....	2
圖 1-3 近十年來臺旅客觀光目的別人次及佔比.....	2
圖 1-4 和平島公園平面圖.....	5
圖 1-5 研究流程圖.....	6
圖 2-1 研究流程圖.....	10
圖 3-1 研究架構圖.....	19
圖 3-2 服務品質構面圖.....	22

第壹章 緒論

第一節 研究背景

當目前國人透過因跟隨經濟的快速成長、所得的提高與社會生活型態的轉變，在豐衣足食的生活之餘，渴望能從事休閒活動滿足心靈上的滿足。對於大多數人而言休閒與娛樂活動已成為生活的一部份，使得人們願意從都市走入自然或文化古蹟旅遊，而台灣四面環海海洋公園相關等休憩儼然成為從事休閒活動之主流。

依據交通部調查結果，國內旅客全年旅次比率皆以到北部地區旅遊所佔的比率排名第一，南部及中部地區居次，而民眾到南部地區旅遊比率逐年成長圖。

如圖 1-1 交通部統計資料結果顯示

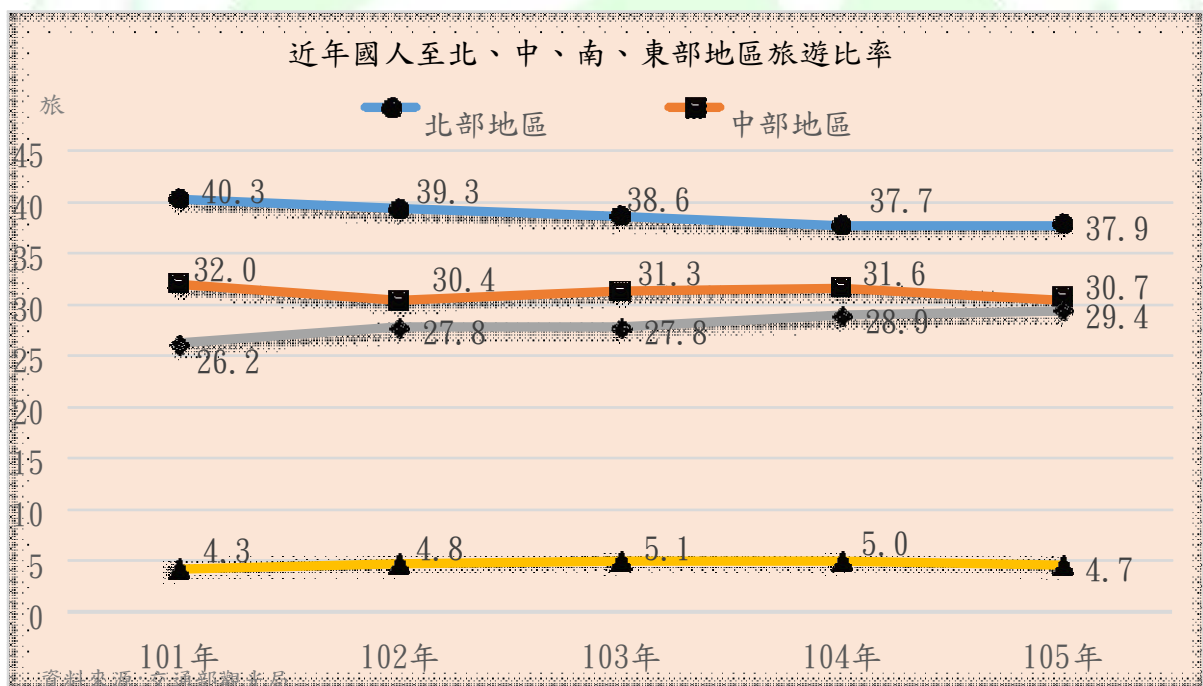


圖 1-1 近年國人自北/中/南/東部地區旅遊占比率

觀察在台灣的北部仍為主要旅遊之首選共佔比達到 37.9%之高。

另外外國來台旅客總人次，由 97 年之 385 萬人次，增加至 106 年 1,074 萬人次，期間增加 1.79 倍(增加 689 萬人次)。統計結果如圖 1-2 顯示。

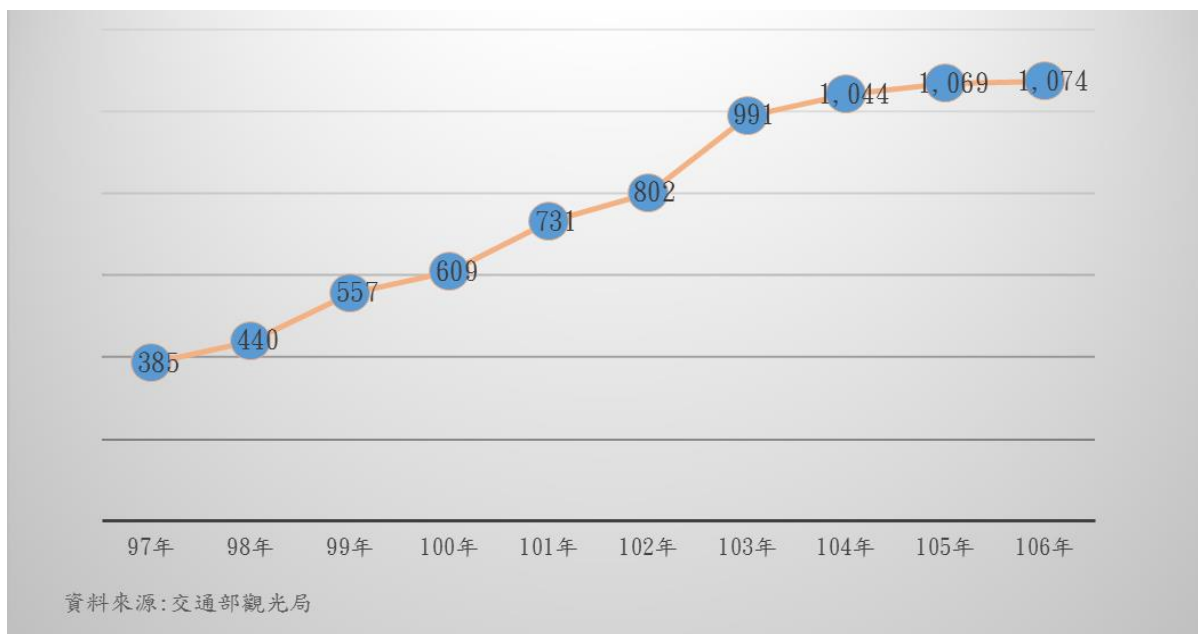


圖 1-2 近年十年國外來臺總人次(單位:萬人次)

近年來外國來台灣仍以旅遊為主要首選，以交通部歷年統計到 106 年來外國來台灣旅遊觀光的目的別人次及佔比高達 71.22%，顯示吸引外國人台灣觀光休閒為主要大宗，值得將台灣的軟實力推廣出去。統計結果如圖 1-3 顯示。

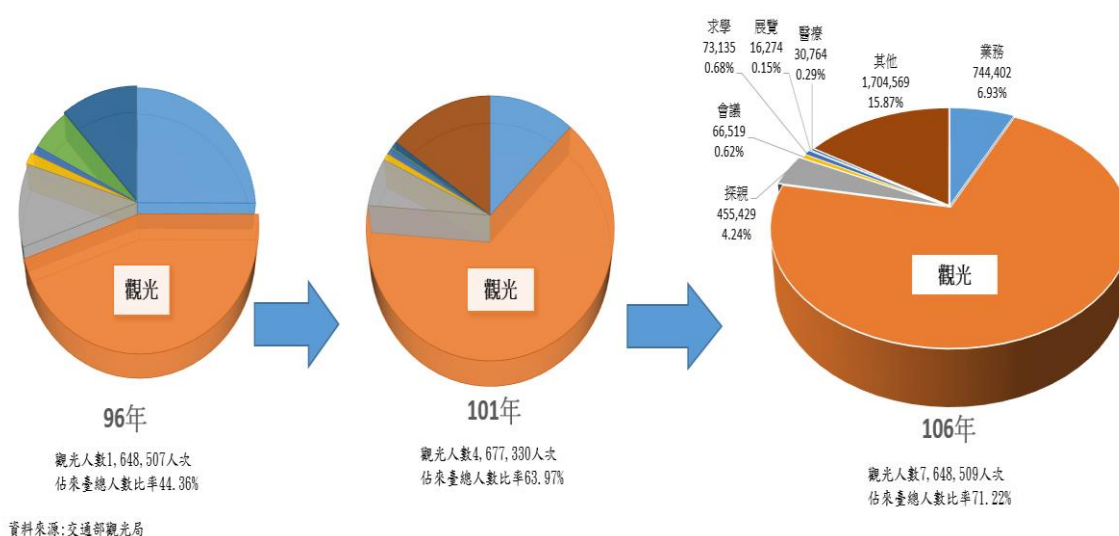


圖 1-3 近十年來臺旅客觀光目的別人次及佔比

台灣具備有豐沛的天然資源有近 60%的森林覆蓋率，自 2016 年為止，國內已有 18

座森林遊樂區以及 9 座國家公園，再加上政府的大力推行，使得生態旅遊風氣在台灣逐漸成為一種受歡迎的旅遊方式

Khan (2003) 指出：就生態旅遊的經營層面來說，生態旅遊需具備更高水準的服務品質以滿足使用者的期望。即生態旅遊的發展，需有不同於一般大眾旅遊的之品質，因此必須更加注重於在提供服務的品質層面上，在舉例而言，生態旅遊包含了專業的環境生態解說與教育、以及多樣化的體驗與實際的學習經驗等（江依芳，2004）。



第二節 研究動機

筆者家人自小於基隆地區生活，深覺在本區域內有許多特別的自然與人文景觀，從高山、火山、海洋資源直到文化、產業等人為活動都是區域內相當具有價值的景觀資源，足資作為觀光遊憩資源，發展觀光產業。

在很久以前和平島就是一個以漁港港口為主的小漁村。居住在和平島上的居民生活單純，左右鄰居都喜歡相互幫忙與分享今天您送我魚，明天我送您自己種的菜是一個簡單且善良的小漁村，小時候彼此都認識常相約去本島與和平島交接處的橋上，跳水嬉戲是典型漁村小孩的遊戲方式，是其他地區小孩所無法體驗到的。

夏天的和平島是一個純天然的游泳池，走出門口就可以接觸到海邊。隨時都會聞到記憶裡熟悉的海味，這是每個和平島上居民共通記憶深處裡最感動的部分。

然而因大環境變遷造成漁業的沒落導致人口外移，加上廢棄多年的阿根納造船廠的殘破景象與街頭上隨處可見關閉無人的冷凍工廠，整體區域看起來都無法想像過去繁榮熱鬧的景象只剩下老人與小孩面對海洋，年輕人都離開出外謀求生存。

在一次偶然的機會接觸到和平島的新聞了解經過整修後終於在這個（2018.08.04）要正式營運了，去了幾次後想起本研究希望從和平島公園之遊客藉由提供之服務品質來體驗旅遊、滿意度與重遊意願之關係，探討遊客背景特性變項在和平島公園內對於服務品質、滿意度與重遊意願的變項上之差異情況以及服務品質對於滿意度、重遊意願變項之相關及影響關係。

並根據本研究所的之結果，提供和平島公園相關經營者及其他相關人員做為參考，以作為日後服務品質提升與經營之依據。

第三節 研究目的

本研究以探討和平島公園為研究範圍，並以到和平島公園內之遊客為研究對象，探討遊客基本背景資料、旅遊特性、服務品質、滿意度與重遊意願等構面之間的相關聯性。



主要藉由本研究來深入探討和平島公園的旅客問題並規劃成對應相關部門建議，作為提高服務品質與滿意度之參考。

- 一、探討和平島公園的遊客特性與服務品質之間的關係。
- 二、探討和平島公園的遊客特性與滿意度之間的關係。
- 三、探討和平島公園的遊客特性與重遊意願之間的關係。
- 四、探討和平島公園的旅遊服務品質與滿意度的關係。
- 五、探討和平島公園的滿意度與重遊意願之間的關係。
- 六、探討和平島公園的旅遊服務品質與重遊意願的關係。

第四節 研究流程與架構

本研究流程分述如下：

- 1.確立研究的主題 2.研究動機說明 3.文獻回顧 4.研究流程與架構 5.設計問卷
- 6.調查與回收問卷 7.分析資料與統計 8.結果與建議 9.研究限制與未來研究建議

本研究流程如圖 1-5 所示：



圖 1-5 研究流程圖

第貳章 文獻探討

政府為了促進經濟的發展，降低失業率，幾乎全球各國都是大力在推動觀光事業，甚至連相對是封閉的北韓國家也無法免俗於這股潮流自外。在台灣，為了拼經濟吸引外國人士來台被視為重要之觀光策略。為了吸引更多人來台灣因此，在台灣從中央至地方，不管是政府或民間，全力推銷拚觀光事業幾乎是無日不為之，觀光客是衣食父母，如何將遊客的錢留下來是首要目的。為滿足遊客吃喝玩樂之需求，在台灣之城鎮，甚至偏遠之鄉間，整年促銷「季」、「祭」、「節」等所謂節慶，如鮪魚季、桐花祭、音樂季、風鈴季、假面節、鼓藝節、花火節、海灣節、西瓜節、芒果季等等不一而足，不僅吸引國人，也吸引國際觀光客全台沒有一天不籠罩在節慶之中。揆諸實際，各種旅遊活動打出醒目的節慶招牌，實質上全都是「吃喝玩樂」，內容均是千篇一律的製造人潮、錢潮氣氛，以快速賺錢為目的，有人體驗過鮪魚季後消遣：「台灣只有海鮮文化，沒有海洋文化。」話說回來，在忙碌的工商社會，為了鬆弛工作壓力，促進身心平衡，吃喝玩樂本是人類最原始需求的自然反應。以吃而言，連國際觀光客來台，亦經常將「吃」視為重要目的，因為台灣美食與小吃在全球有其一席之地，然則觀光發展只有吃喝再加上玩樂而已嗎？

生態旅遊是基於對自然與文化之旅遊方式，生態(ecology)一詞源自於希臘字“oikos”，為生物的「住所」，是探索生物與周圍環境的關係問題。生態旅遊概念源於1965年，Hetzer 體認觀光活動造成生態環境的衝擊，呼籲各界重新思考文化、教育以及觀光的內涵，並且提倡一種「生態旅遊」(ecological tourism)以取代傳統觀光。Hetzer 並認為所謂「生態上的觀光」具有四個重點：環境衝擊最小化、尊重當地文化並將衝擊最小化、給予當地最大經濟利益的支持，以及遊客滿意最大化，則正式把生態旅遊作為一個專業術語。(吳宗宏、黃宗成、洪常明，2005)

生態旅遊(ecotourism)的概念，是在對當地文化與環境最小衝擊下，提供遊客最大滿足感，並給當地帶來最大經濟效益。聯合國也宣布2002年為「國際生態旅遊年」，由聯合國環境規劃署及世界觀光組織(World Tourism Organization, WTO)共同推動生態旅遊模式，獲得全世界廣大響應(交通部觀光局，2002)。

吳忠宏等(2006)將生態旅遊定義為「一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為目標，經由解說服務引領各遊客深入體驗及欣賞當地特

殊的自然與人文資源，進而提供遊客環境教育的機會以增強環境意識，並產生負責任的環境行動，最後將經濟利益回饋造訪地，使保育工作得以延續」。透過此點，便能夠清晰了解生態旅遊的方式以及其背面的重要意涵。

然而大眾旅遊與深度旅遊客群不同，可以各取所需，然深度旅遊才是台灣應可以走的旅遊策略，例如精緻的飲食文化、表演藝術、特色產業、社區營造等等。因此認為觀光是文化產業，需包裝與編劇，是高度創意的產業。也就是說，觀光應包含精采的背景故事在內，這是深度旅遊之真正意義。「海角七號」與「艋舺」兩部賣座電影的推出，均因利用故事帶來墾丁與萬華一段時間的繁榮可為明證，但這尚非正規營造的發展模式。而在日本的社區發展，許多是仰仗大河歷史精心編寫的劇本或社區達人的奮鬥故事而持續帶來旅遊風潮的。

旅遊與閱讀可以同時拓展人生的視野，旅遊更可以親身體驗閱讀缺乏的情境，想了解熱帶雨林，親自走一趟婆羅洲、亞馬遜雨林，比閱讀相關之文獻或觀賞 Discovery 都來得真實，也自然不會將淡水紅樹林稱為熱帶雨林，而親身體驗所獲得的圖像留在腦海裡特別持久與難忘。旅遊就一般遊客而言最高境界就是留下終身難忘的回味，它們包括迷人的 (Fascinating)、有趣的 (Interesting)、鼓舞的 (Stimulating)、興奮的 (Exciting)、冒險的 (Adventurous)、愉悅的 (Entertaining)、有趣的 (Fun)、新奇的 (New Experience)、不同的 (Different)、教育啟發的 (Educational)、拓展視野的 (Broadening)。自然之美景與人文的風味都是旅遊體驗之最佳題材，風景美，但人情味更溫馨。美麗的風景如缺人文之滋潤是不可能具有生命力的，因此若老街之風華再現，不是將老街打掉、拓寬，而是保留老街之建築風格與人文風味，如淡水老街的重建街，將計畫打掉再重建是令人遺憾的案例。在歐洲均視以老街為古蹟，保留原始的風味以吸引遊客，被稱為全世界最美的城鎮捷克的庫倫諾夫，保留色彩繽紛調和的老街與人文的溫馨，被列入世界人類遺產，狹窄的街道保留原狀，並不拓寬，維持中古世紀之原來風貌，就是因狹窄，社區居民之感情也更融洽親密，遊客漫步起來顯得更從容自在，不會有「路寬趕路之心境」，也不會有疲累感；在文藝復興的古都翡冷翠，古街道之歷史至少都有 500 年的歷史，未聞想拓寬的做法，地上之石階仍然古色古香；地中海沿岸的五漁村、阿瑪菲等景區街道都是狹窄、乾淨，兩岸之建築古老，風格獨特，色彩調和，感覺溫暖。以上這些老街都有精采的背景故事，都是精緻旅遊的絕佳賣點。在台灣的老街，相對而言，三峽老街與鹿港老街的保存與活化是相對較優良的，尤其鹿港老街的巷道左彎右拐，融合早

期海口人躲避強烈海風之民俗特色，加以戶戶門口詩詞對聯深具創意，老街賣的紀念品與禮品幾乎都是當地的特色。鹿港文化之旅的解說摺頁隨處可得，外來遊客可以在街道漫步，按圖索驥尋找心儀的 27 多處文化景點，加上獨特的小吃，就台灣常忽視文化觀光而言，鹿港與台南文化古都仍舊是兩處最具代表性的台灣文化旅遊園地。在台灣一級古蹟最多的台南，近年來推動古蹟活化相當盡心，如億載金城之解說活動，穿著古裝的解說人員述說明鄭、荷蘭與清朝的故事，其與遊客的互動令人印象十分深刻。古老的文化融入現代的生活，可以感動人心，尤其就國際觀光客而言。政府不是在提倡開發文化創意產業嗎？台灣許多的所謂節慶如無文化的內涵與精練，都只是金玉其外、敗絮其中的華麗包裝而已，一定無法持續發展。基本上，精緻旅遊本是文化創意相當重要的一個環節，它有悠閒自在，但也包含文化的底蘊與深度，要知任何老東西要襯托出時代的價值，都需要經過解讀、淬煉、活化的過程，文化創意是無法取巧、搬來就用的。

由於全球環境變遷帶來野生動物生存之威脅，保留適當之野生動物棲息環境已形成全球之共識，保護熱帶雨林、濕地、珊瑚礁、海洋及相關野生動植物棲息之熱點成為重要之發展策略。但保護行動是要花錢的，而設置保護區經常阻礙地方社區發展之機會，如果能保護雨林、濕地，減少對野生動物棲地之破壞，社區居民也能帶領遊客觀賞野生動物，或者社區居民從經營之餐宿、農產品、民俗工藝品、歌舞表演之也能獲利，豈不是最佳之生態平衡方案？生態旅遊在這樣之思維中產生，因此近 20 餘年，生態旅遊在世界各地蓬勃發展。

由於世界各國風土民情不同，對生態旅遊之定義與操作方式不一，而為了滿足不同遊客特定之需求，與生態旅遊相關的名詞越來越多，諸如自然取向的旅遊、對環境友善的旅遊、環境朝聖、永續旅遊、替選旅遊（另類旅遊）、野生物旅遊、綠色旅遊、負責任的旅遊、軟性冒險旅遊、文化旅遊、荒野旅遊、科學旅遊、低衝擊旅遊、環境旅遊、教育的旅遊等等，至少有 30 個以上的相關名詞。廣義言之，以上名詞都是不同程度（低度、中度與深度）之生態旅遊。然而操作生態旅遊的都是觀光旅遊公司、跨國之國際飯店、旅行社等，仍以營利為主要目的，有些觀光大飯店認為環保設施是目前全球最夯的題材，綠能產業、節能省碳、綠建築都是有利可圖之行業，因此環保旅館開始於全球崛起（台灣開始觀望、起步），但是實務面，仍要看其操作的遊程是否包括保育之概念在內，才可視為生態旅遊。然而卻也有不少旅行社或觀光區打著「生態自然旅遊」的招牌遂行傳統大眾觀光之作法。如南非的皮嵐斯堡（Pilanesberg）國家公園外圍的太陽城，

這個名聞國際之賭城，標榜結合賭博與娛樂之觀光景點，裡面除了賭博，尚有 Pub、限制級電影、全裸舞台秀，而且也強調並結合皮嵐斯堡國家公園之遊程。賭城則提供社區發展基金，向社區採購物資與手工藝品。有人說賭城與保育、生態旅遊結合，是較佳之經濟方案，可取代當地嚴重的採礦對生態之破壞，這是以毒攻毒的做法。在台灣之墾丁大街，如無法有釜底抽薪的作為，針對「墾丁吶喊」後帶來一系列的脫離旅遊本質的嘉年華式的音樂季搖頭季活動加以改善，並對大街出現特種營業之風潮有所取締或抵制，遲早有一天將淪為太陽城之情境。又如巴西之亞馬遜熱帶雨林之旅，有旅行社打著聳動的廣告「搭豪華的郵輪，征服亞馬遜熱帶雨林之旅。」在全球打著生態旅遊之大旗，遂行大眾旅遊殺雞取卵、短期快速賺錢的遊憩方式之實越來越普遍。

為了區隔這些不正常之發展方式，較重視生態旅遊的國家如加拿大與澳洲均提出自己的見解或理想，加拿大環境顧問協會（1991）提出對生態旅遊特性之闡述相當嚴謹，其指出之重點包括：

1. 促進正面之環境倫理。
2. 不應降低資源品質。
3. 重視內在價值，而非外在價值；設施不應是吸引人的部分。
4. 以環境為中心，而非以人類本位為中心。
5. 有利於野生動植物與環境。
6. 自然環境之第一手經驗。
7. 包含教育和感謝。
8. 高度經驗與情感認知。

世界較先進的國家，因為想賺取外匯，因此鼓勵消費行為之大眾觀光佔有極大之比重，就是強調自然旅遊、文化觀光為主之景區，其規劃之行程都會搭配娛樂、購物；但澳洲相對而言就較為淡化這些活動，以充分體驗自然文化為主，甚至在大飯店也有安排夜間觀察自然及夜遊之行程。澳洲是全球發展生態旅遊最早的國家之一，遠在 1994 年早就制定了國家之生態旅遊發展策略，擬定國家生態旅遊計畫 (National Ecotourism Program)，並出版生態旅遊指南，規範生態旅遊守則，開設生態旅遊環境教育與培訓之課程，其生態旅遊之網路系統也是全球最進步的。而全國性、地方性之生態旅遊協會經常有研討會，主辦或參與全球之生態旅遊研討會。目前澳洲從事生態旅遊之經營商已超過 600 家，為了維護品牌，澳大利亞旅遊經營協會 (ATOT) 與澳大利亞生態旅遊協

會(EAA)共同合作，推動生態旅遊認證專案(NEAP)，對生態旅遊地之品質實施認證。澳洲國家生態旅遊策略將生態旅遊定義為：以自然為基礎之觀光活動，包含自然的環境教育與解說，並藉由管理使生態永續。基本上澳洲之生態旅遊原理中強調之五個核心原則是：

1. 以自然為取向
2. 生態之永續性
3. 環境教育
4. 社區獲益
5. 遊客滿意

前三個特點是主要核心，也就是澳洲官方重視之價值，後2項則是滿足所有旅遊型態之產物。

我國行政院交通部觀光局於2002年擬定生態旅遊白皮書並據以實施，對生態旅遊發展策略特別關心五大面向（精神）：

1. 基於自然
2. 環境教育與解說
3. 環境意識
4. 永續發展
5. 利益回饋

這五大面向中，自然是生態旅遊的核心價值；則在環境教育賦予這個價值生命力；環境意識（保育）則是對環境、地球、人類前途之終極關懷；利益回饋（關心社區）是照顧弱勢、關懷鄉土、恢復正義感之具體行動。顯然嚴謹之生態旅遊負有道德之任務。

嚴謹的生態旅遊關照的面向非常多，既強調道德，有保育、哲學、美學、社會學之意味，只要是又須教育學習，就一般遊客而言，無趣又說教，令人感覺索然無味。多數人的下意識反應都是誰不會玩，何必由你來教？如依自己的興趣去旅遊摸索，何必跟著別人的腳步走。多數人視旅遊為「吃喝玩樂」為當然，因此注定生態旅遊顛沛多舛的命運。另外有許多旅遊專家學者對生態旅遊也提出不少負面影響之警告，重要之論點包括：

1. 生態旅遊如無法堅持原則，會使自然環境不知不覺中被改變，最後會變成大眾觀光，如尼泊爾山區的破壞與污染是一大警訊。
2. 很多人到達生態旅遊地後，將造成環境品質的下降。不滿意後，生態旅遊者又

開始找下一個原始自然之旅遊地，週而復始，造成更多之傷害。

3. 生態旅遊無法改變遊客之行為，只是讓其維持對自然之期望，持續進行旅遊活動。
4. 當商業行為成為生態旅遊之主要動機時，將會對社區造成自然、文化與景觀的衝擊，並帶來疏離感。
5. 生態旅遊必須使用環境，但強調生態保育與經濟均可行，成本太高，在現時社會是不可能的任務。
6. 與自然地區相關之活動與設施日新月異，新的生態旅遊之需求紛紛冒出，不利於生態旅遊地品質之維持。
7. 社區居民如無法接納保育之目標時，環境是有風險的。
8. 許多旅行社推出誇大之生態旅遊廣告花招，讓生態旅遊之理想蒙羞，生態旅遊不應成為行銷之工具。
9. 生態旅遊可能是殖民主義之新形式，使跨國機構更易主宰控制觀光市場。
10. 生態旅遊實施於原始或荒野地，讓環境不能永續。

前已提過，自然旅遊是傳統大眾觀光之外人數最多的，如將走入自然還想體驗城市情境的遊客（如逛墾丁大街，在民宿唱卡拉OK）與走入自然純粹以登山、賞景為主要追求之遊客作對比可以充分了解台灣的精緻旅遊之比重與有無市場。前述各種不同的生態旅遊名稱，有專家並稱為另類（替選）的旅遊，其實都是精緻旅遊想探討之範疇。替選旅遊包含廣泛，如觀賞野生動物、認識植物、鳥類、鯨魚、青蛙、蝴蝶、地景、考古、登山、溯溪、探索自然、文化體驗等等都包含在內，解說也是重要之活動；因為他們與傳統的大眾觀光多麼不同，相對於大眾觀光，前述所有旅遊方式泛稱替選旅遊，其共通性包括規模較小、低密度、分散於非城市地區的旅遊，通常遊客教育與收入較高；亦有專家指出替選旅遊應包括對當地自然文化之尊重與環境保育，主客之間應有積極、正面之互動。替選旅遊之最高標顯然就是生態旅遊，最低標即一般所稱之自然旅遊。

這些旅遊方式都有精緻的成分在內。而且隨著遊客素質的提升，要求更有品質的旅遊，精緻旅遊可能是改善國民氣質，提升觀光品質之重要里程碑。在替選的旅遊當中，受到生態專家學特別重視的另外包括綠色旅遊、永續旅遊與負責任的旅遊。其中永續旅遊早期稱為綠色旅遊，依照WTO（世界旅遊組織）之定義：是滿足這一代遊客與旅遊地之需要，同時保護與改善後代遊客利用之機會；對資源進行適當的管理，使經濟、社會與

審美需求獲得滿足，同時又能維持文化之完整性、基本生態演替、生物多樣性和生命支援系統。基本上永續旅遊除了關心環境議題，也相當重視社區之經濟收益問題，因此永續旅遊之目的嚐試在經濟發展與環境保育上找出平衡點。

負責任的旅遊指尊重當地自然文化、建築與環境之旅遊方式；特別強調重視地方環境保育、文化遺產、利益，發展地方管理技巧，限制開發規模與強度，並從事旅遊之遊程規劃與連結，基本上比較接近生態旅遊之目標。

Karagiannis & Polo (2011) 認為生態旅遊是尋求觀光永續發展的一種方式。觀光旅遊會對環境帶來汙染、破壞等衝擊。永續鄉村發展，即是鼓勵當地人主動參與引導他們自己的社會經濟發展，而且保護自己的環境 Ezeuduji & Rid (2011)。遊客參與生態旅遊可經由活動與解說來瞭解旅遊地自然資源、生態保育和歷史文化等知識，台灣的社區近年亦積極推動居民參與的生態旅遊，希望在不破壞環境的前題下，為社區帶來經濟效益。

第一節 和平島公園

一、和平島簡介

和平島屬於基隆市中正區，位於基隆港北端、港口東側，距基隆市約 4 公里，佔地 66 公頃餘，目前已和台灣本島形成「陸連島」。由於終年受到東北季風吹襲以及海浪拍打侵蝕影響，造成和平島的天然景觀奇特，加上和平島海岸屬於沉降海岸，因此造就了許多奇岸怪石的景觀，因利用景觀獨特政府規劃開闢為和平島濱海公園。後經封閉三年並重新整修，已於 2012 年 6 月更名「和平島公園」重新開放，初期規劃海泳池、奇岩區、旅客服務中心等三個主要區塊，後期也將開放露營區、烤肉區，提供前往遊覽之民眾更多選擇。

二、和平島的歷史發展

和平島在清朝前期時稱為「雞籠嶼」或「大雞籠嶼」，為北台灣最早有西方人足跡的地方，也是基隆最早有漢人入墾所在之一；在西元 1870 年為了要與東北方海上的「小雞籠嶼」（即今天的基隆嶼）區隔，因此改名為「社寮嶼」，即凱達格蘭人大雞籠社房舍聚集之島嶼的意思；最早島上的原住民為凱達格蘭族的巴賽人(Katagalan Basaijo)；至 1949 年國民政府播遷來台後才被改名為和平島。

三、和平島公園－奇岩與怪石

和平島公園以利用最少的人工設施來減少對自然破壞，以維繫自然生態的心來建設這美麗的自然寶藏，是北台灣遊憩攬勝及自然教學的自然教室；和平島公園(和平島濱海公園)內奇岩異石林立，海岸奇特的海蝕地形景觀，如海蝕平台、豆腐岩、海蝕溝、海蝕崖、風化窗、萬人堆、千疊敷、海蝕洞、蕈狀岩、獅頭岩、熊頭岩等。

(一)千疊敷：千疊敷的豆腐岩地形，因為岩石常年受海潮侵蝕，變成一塊塊方形的岩石，遠望活像一片片梯田林立散佈，蔚為奇觀。

(二)蕃字洞：蕃字洞位於千疊敷附近，洞長約 20 公尺餘。傳說為鄭成功攻退荷蘭人時，荷蘭人的最後據點，蕃字洞內石壁留有古荷蘭文字，如今已成為基隆的古蹟之一。

(三)萬人堆：萬人堆位於和平島北端的岩岸，因常年受海蝕風化而形成許多奇石，貌似浴池、花瓣、梳妝台等。分佈散落四周的石頭，又如同人頭一般，因此稱為萬人堆，景觀特異。

四、假日登島去

和平島雖然經長年受海風吹襲，但是藻生植物(紫菜、髮菜、鹿角菜、筴白菜、鵝菜、石花菜、紅毛苔)以及海產資源都相當豐富，例如白帶魚、象魚、青魚、黃雞、龍蝦等都會隨著季節的不同，遨遊於和平島周圍，所以到和平島旅遊別忘了品嚐最新鮮的美味海產美食！(Travel King, 2019)

第二節 服務品質

一、服務品質的意義

1960年美國行銷協會定義，所謂服務乃是透過經由銷售或附帶實體物品的銷售所提供之活動、利益或滿足。William J.Stanton (1978)定義服務是那些可以分別辨認，也使消費者的需求和慾望獲得滿足之無形活動或有形行為；而這些活動或行為並不一定與出售有形財貨連結在一起。

Kolter (1984)認為服務係指依各組織提供另一群體的任何活動或利益，它基本上是無形且無法產生事物的所有權，服務的生產可能與某一實體產品有關，也可能無關。Light(1988)提出:相對於產品的生產過程明確可分，服務的生產、配銷直到消費則為一個整合緊密的過程。

由於服務具有無形性(intangibility)、異質性(heterogeneity)、易逝性(perishability)與不可

分割性 (inseparability) 等四大特性。Grönroos (1982)認為服務品質乃是由消費者比較其對服務的期望與知覺而得。而Wyckoff(1984)則主張服務品質是在達到旅客的要求下，卓越性 (excellence)增加的程度，或是對追求卓越時產生的變異能夠控制的程度。

其後，有學者主張服務品質可視為一種態度，乃是消費者對於整體事物所做的整體性評估(Olshavsky, 1985)。Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)三位學者認為服務品質的概念源自於早期實體品質的觀念，並且定義為「符合要求」，但為符合遊客的要求，而非管理者自身。其看法為：服務品質是一種對服務長期、整體，可以態度來視之的評估，且服務品質是在傳遞過程及服務提供者和消費者互動的過程中所產生；服務品質的產生係由被服務者比較其對服務的預期及實際感受的知覺兩者而得。

二、服務品質的構面

由於服務品質涵蓋許多面向，因此不易也不宜由單一向來評斷。因此也多位學者在服務品質構面上的分類及觀點也就極為不同。如Sasser, Olsen & Wyckoff(1978)將服務品質區分為即時性、一致性、安全性、便利性、完整性、情境及態度等七要項。

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。Lethinen (1982)則提出服務品質決定於實體品質、公司品質與互動品質之觀點。

Gravin (1983) 則認為服務品質是由旅客的主觀認定，即一種知覺服務品質 (perceived quality)，並非客觀的衡量。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。Parasurman等(1988)年提出了服務品質模式被廣泛被運用為評估服務品質之法，同時也提出服務品質的10項構面，較具代表性。但由於這樣的分類在各構面所代表的意思上會有重疊的疑慮，因此便將這10個構面整合為現行研究者所廣泛使用的5個構面，包含：有形性、可靠性、反應性、保證性與關懷性，並發展出SERVQUAL量表。

SERVQUAL量表在國內外廣為學者們及實務從業人員使用，有鑑於生態旅遊的性質有別於一般休閒遊憩，為使服務品質模式量表能夠更適用於評估生態旅遊的服務品質，Khan (2003) 提出了生態旅遊服務品質模式 (Ecotourists' Service Quality Expectations, ECOSERV) 量表，該量表延伸SERVQUAL量表於生態旅遊服務品質研究，在應用上更能

夠符合評估生態旅遊服務品質的需求。

國內學者應用ECOSERV部分題項評估遊客對生態旅遊服務品質，如張慶安(2005)利用ECOSERV量表來評估遊客對七股地區生態旅遊服務品質的評價；江依芳(2004)也以ECOSERV量表來評估日月潭之步道生態旅遊之服務品質、滿意度及行為意向之關係。

三、服務品質的模型

Parasuraman, Zeithaml & Berry三位英國劍橋教授於1985年所提出的服務品質概念性模式(Conceptual Model of service quality, PZB模式)，此模式通常針對服務行業的管理人員進行深度訪談，也針對此服務業的遊客進行訪問。研究結果發現遊客對服務的期望水準和實際感受到的服務水準之間存在著差距（缺口gap），因此他們建立一個服務品質模式，找出可能存在之差距，及影響差距之因素（如圖2-1）。模式中提出五個缺口(gap)，亦即為服務品質無法滿足遊客需求或期望之原因，前四大缺口乃服務業者提供服務品質的主要障礙，缺口五則是導因於遊客對服務的期望與實際知覺之差異而產生。中心概念為遊客是服務品質的決定者，服務業要滿足遊客的需求，必須將著重於五個缺口之差距縮小。因此站在客戶的角度去思考，才能發掘出缺口的問題並且加以解決。

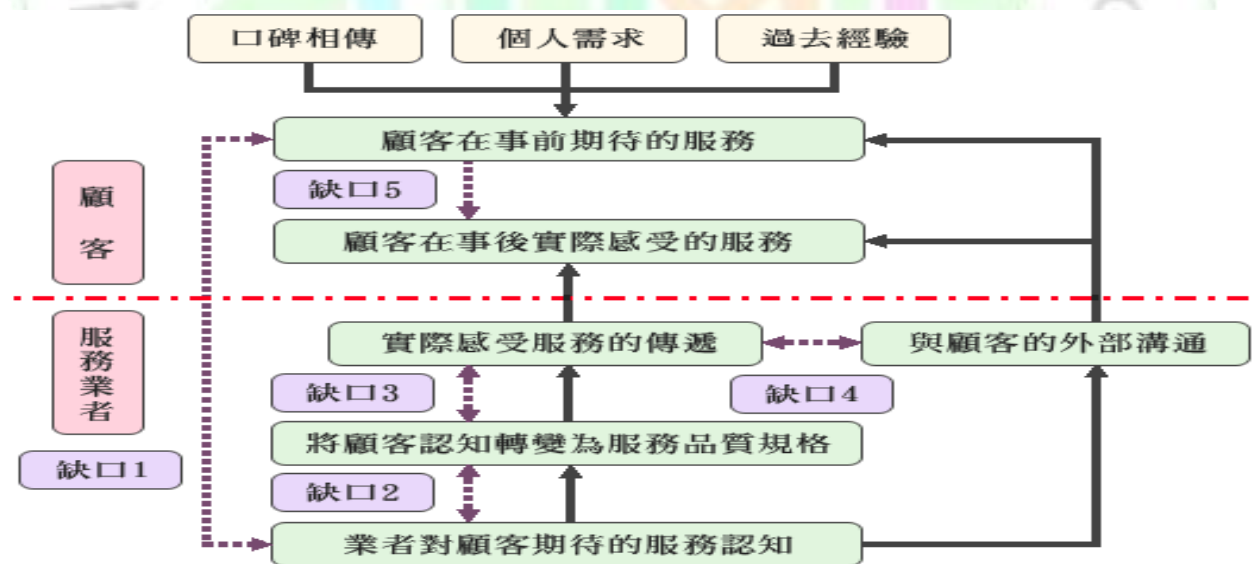


圖 2-1 PZB 模式資料來源：Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985)指出，若顧客期望的服務等於實際體驗的服務時使用者對於這樣的服務品質會感到滿意。若使顧客對實際體驗的服務大於期望的服務時，

使用者會感到非常滿意，而且每當差距愈大，使用者會認為這樣的服務品質是非常完美的。(許芳銘、陳志炫，2001)

第三節 滿意度

一、滿意度的定義

滿意度的探討緣起於Cardozo (1965)，將遊客滿意的概念首次引進行銷學的範疇，爾後多位學者亦陸續對於滿意度一詞提出不同的定義。滿意度可由遊客「心理層面」探討，若遊客感受的「實際結果」較「事前預期」為佳，旅客就會產生滿意的感覺，反之則會感到不滿意；滿意度受到顧客「預期服務水準」與「實際承受服務水準」兩者差距的影響，是一種顧客接受服務以後的情緒變化，其反應將會受到時間、地點及情境因素改變而有所變化。滿意是一種體驗，需求的滿足與否、高興與否、產品績效與期望的互動、購買與消費經驗的評價。即消費者購買後經過評估過程所產生之理性與感性的知覺狀態。

Oliver (1980)依據心理學認知理論探討認知過程所依循的「期望→態度→意圖」，提出滿意決策的因果認知模式，主張滿意評估的行為影響了行為的意圖。Zeithaml, Berry & Parasuraman(1996)探討服務品質之行為結果，主張服務品質之優劣將會產生有利與不利的行為意圖，是後續購買行為發生與否之先行檢驗判斷指標。有利的行為意圖包括再購意願、向他人推薦、忠誠等意涵，不利的行為意圖則包括抱怨、負面口碑、轉換離開等意涵，最後發展出口碑溝通、再購意願、價格敏感性及抱怨行為等四大類行為意圖衡量題項。Oliver (1981)則認為滿意度是指在消費的經驗與取得商品時得到的驚喜程度。

服務品質模式量表與滿意度 (satisfaction) 互為一因果關係，服務品質與滿意度互相呈現正向的關係 (吳秉榮，2008)。Fornell (1992)認為一般衡量方式大致分為二種：「整體滿意度」是衡量消費者對產品整體使用結果，做為一個整體性的評估，「分項滿意度」則是指「產品各屬性的滿意度」。

二、滿意度調查

遊客滿意度調查是用來評估遊客在旅遊的滿足或購買產品的期望方面所達到的程度認同。調查遊客滿意度的過程就是遊客滿意度調查。它可以找出那些與遊客滿意或不滿意直接有關的關鍵因素(用統計指標來反映，有時稱之為績效指標)，根據遊客對這些因素的看法而測量出統計數據，進而得到綜合的遊客滿意度指標。它也是近年來市場行銷調查行

業中發展最快、應用最廣泛的調查技術。

第四節 重遊意願

Kozak & Rimmington (2000) 認為遊客對旅遊地滿意產生的重遊，對觀光地的經營者的管理是非常重要的。

Oliver(1980)依據心理學認知理論探討認知過程所依循的「期望→態度→意圖」，提出滿意決策的因果認知模式，主張滿意評估的行為影響了行為的意圖。

Zeithaml, Berry & Parasuraman(1996)探討服務品質之行為結果，主張服務品質之優劣將會產生有利與不利的行為意圖，是後續購買行為發生與否之先驗判斷指標。有利的行為意圖包括再購意願、向他人推薦、忠誠等意涵，不利的行為意圖則包括抱怨、負面口碑、轉換離開等意涵，最後發展出口碑溝通、再購意願、價格敏感性及抱怨行為等四大類行為意圖衡量題項。

遊客滿意度與顧客忠誠度之處在於，遊客滿意度是顧客對過去購買經驗或體驗所做的評量，而忠誠度則是未來是否繼續購買或體驗的意願。Yoon & Uysal (2005)將消費者再購買意願轉換為觀光休閒之重遊意願。

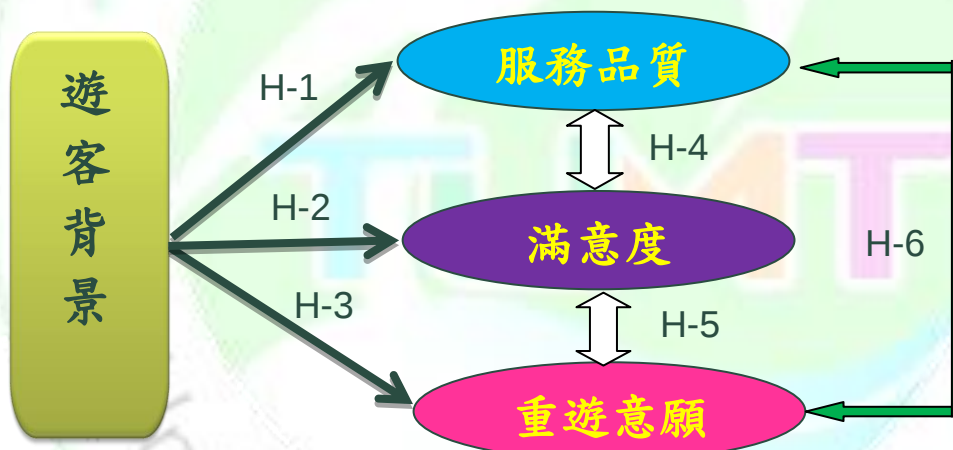
第三章 研究方法

第一節 研究架構

本研究以東北角基隆和平島公園為主題，將收集相關文獻資料擬定問卷內容，針對來和平島公園之遊客探討相關服務品質與滿意度的問項，並了解遊客是否再有意願重遊和平島公園，並不同的客群背景做交叉分析差異以探討出相關結論作出建議。

綜合相關文獻的探討及依據研究之目的，應用於和平島公園之遊客關係結構的概念上，而建立本研究架構。主要係對和平島公園的遊客旅遊行為特性進行分析，以了解不同背景遊客與服務品質、滿意度之間的關係，並探討是否會影響遊客之重遊意願；並探討服務品質與滿意度、滿意度與重遊意願、服務品質與重遊意願等面相間關係。

圖 3-1 研究架構圖



第二節 研究工具

本研究在資料的收集上，除了以服務品質量表對於遊客在和平島公園旅遊服務品質之認知進行評估，以了解該地區所提之供旅遊服務之品質外，亦將遊客之人口統計變項與對旅遊整體滿意度暨重遊意願作分析，期望在遊客爾後參加和平島公園之旅遊或相關單位在推行的基礎上能夠發揮其參考價值。

本提出以下假設：

假設 1(H-1)：不同背景變項旅客與服務品質有顯著差異。

假設 2(H-2)：不同背景變項旅客與滿意度有顯著差異

假設 3(H-3)：不同背景變項旅客對重遊意願有顯著差異。

假設 4(H-4)：旅遊服務品質與滿意度相關。

假設 5(H-5)：旅遊滿意度對與重遊意願相關。

假設 6(H-6)：旅遊服務品質與重遊意願相關。

第三節 問卷題項

本研究調查範圍為「東北角暨宜蘭海岸國家風景區」範圍內之”和平島公園”的遊客為調查對象。

調查項目共分為以下四大部分：

- 一、遊客旅遊特性部分。
- 二、服務品質部分。
- 三、重遊意願部分。
- 四、基本資料部分。

相關之敘述如下列說明：

一、遊客旅遊特性部分

1. 請問您是第幾次前來和平島公園？
2. 請問本次旅遊您是與誰一同前來和平島公園？
3. 請問您前來和平島公園所搭乘的交通工具為何？
4. 請問您本次在和平島公園所停留的時間約？
5. 請問您是從何處得到和平島公園的旅遊資訊？
6. 請問您是以何種方式遊覽本區？
7. 請問您最近一年(12 個月)內國內旅遊次數為何？(不包含本次)
8. 請問您這次在和平島公園鄰近地區消費多少支出？(平均每一位同行者)
9. 請問您的假日休閒活動性質主要為何？
10. 請問您此次至和平島公園在交通上花了多少時間？

二、服務品質及整體滿意度

構面	題項
有形性	1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀。 2.服務設施對於環境的影響是最低的。 3.遊客中心有提供關於公園的資訊。 4.環境設施能保護遊客安全。 5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識。
可靠性	6.服務人員對不同遊客能付出個人關懷。 7.服務人員能主動瞭解顧客的需要。 8.服務人員能瞭解遊客特殊的需要來提供服務。 9.和平島公園內的餐飲環境是清潔與衛生。 10.服務人員儀容整齊。 11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的
反應性	12.服務人員具有良好的應變能力。 13.服務人員對遊客都有主動服務或幫忙的意願。 14.服務人員能準時提供承諾的服務內容。 15.服務人員能在遊客有困難時能表現關心並提供協助。 16.服務人員各項服務符合遊客的期待。
保證性	17.服務人員提供遊客詳盡的園區服務說明。 18.服務人員所提供的服務符合遊客的期待。 19.服務人員願意傾聽，並提供正確的資訊 20.服務人員不因繁忙而無法提供即時服務。
關懷性	21.服務人員具有專業知識，能正確回答問題。 22.服務人員態度是可信賴的。 23.在和平島公園內遊客是感到安心的。 24.服務人員能互相協助來提供更好的服務。 25.服務人員總是保持禮貌週到的態度來服務。
整體滿意度	26.我對和平島公園整體服務滿意度。

圖 3-2 服務品質構面

本量表擬採用李克特(Likert)五點式量表，依受試者對每一問項的認同程度，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」，依序給予 5、4、3、2、1 分。量表上所得分數高低即表示受訪遊客任之品質的強度。

三、重遊意願部分

- 1.我來會持續到和平島公園來遊玩。
- 2.我會願意參加和平島公園的行程。

- 3.未來我會優先考慮到和平島公園旅遊。
- 4.我會願意推薦親朋好友到和平島公園遊玩。

四、基本資料部分

- 1.性別。
- 2.年齡。
- 3.婚姻狀況。
- 4.教育程度。
- 5.職業類別。
- 6.個人平均月收入(NTD)。
- 7.居住地區。

第四節 資料分析方法

本研究將依資料之類別及欲驗證之內容，採用不同之統計分析方法。分析項目包括調查樣本之描述性統計分析、T檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關 (Pearson product-moment correlation)等，其內容分述如下：

一、描述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)

本研究將所取的之有效問卷依選項變項如遊客基本資料等，進行描述性統計分析，利用次數分配、百分比、平均數及標準差等方法，用以了解各平均值、標準差及回收樣本在變數上的分部情形。

在服務品質滿意度部份，以呈現各平均值、標準差、排序，描述各問項的高低程度，作為後續分析之基礎。同時，將受訪者對各問項認知之服務品質，利用平均數相互比較，平均數愈高代表該屬性較為受到遊客所重視；標準差則作為受訪遊客對問項看法一致性量測指標，樣本標準差愈小表示受訪者對於該項目看法較為相近。

二、T 檢定(T-test)

獨立樣本 T 檢定是用來比較二組不同樣本測量值之平均數，檢測兩獨立樣本，在相同測量的反應上是否有顯著差異。本研究中規劃以T檢定，檢測性別不同之遊客所認知之服務品質、滿意度及重遊意願，是否有顯著差異。

三、單因子變異數分析(One-way ANOVA)

單因子變異數分析為檢定一個類別尺度自變數對一個等距尺度依變數之影

響，亦即在檢定自變項的多個組織間，平均值是否有顯著差異。本研究主要分析探討不同背景特性之遊客，到和平島公園遊玩之滿意度各構面變項上是否具有顯著差異。若存在顯著差異，再進一步運用雪費法檢定，了解不同群體間具有哪些顯著差異。

四、皮爾森積差相關(Pearson product-moment correlation)

Pearson 積差相關分析主要用於檢定兩連續變數的線性關係，本研究採用 Pearson 積差相關方法，分析服務品質與滿意度，及滿意度與重遊意願、服務品質與重遊意願間的相關程度，積差相關係數視為兩個連續變數間線性相關的指標。



第肆章 資料分析與結果

本研究採用便利抽樣針對至和平島公園旅遊之遊客進行問卷調查。在進行問卷調查時，先由調查人員向遊客說明研究目的，在徵求遊客同意後即將問卷交由遊客填寫，並同時提供受試者對於問卷內容之疑問處。遊客填寫完畢後便進行問卷回收及檢查，以確保問卷之有效性。調查時間為2019年2月至2019年6月間，共發出420份問卷，合計回收有效問卷400份，問卷有效回收率為95%，

第一節 遊客基本資料分析

一、遊客基本資料敘述統計

本研究關於遊客基本資料包含性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業類別、個人平均月收入、居住地區等7個變項，統計結果如表4-1。茲分述如下：

(一)性別

整體而言，男性受訪者有160人(佔40%)，女性受訪者有240人(佔60.0%)。

(二)年齡

整體受訪者之年齡分布，20歲以下有28人(佔7.05%)，21-30歲有40人(佔10.0%)，31-40歲有104人(佔26.0%)，41-50歲有98人(佔24.5%)，51-60歲有90人(佔22.5%)，61-70歲有32人(佔8.0%)，71歲以上有8人(佔2.0%)。

(三)婚姻狀況

整體受訪者中已婚者247人(佔62.8%)最多，未婚者者129人(佔32.3%)次之，其他類24人(佔6.0%)最少。

(四)教育程度

整體受訪者以教育程度以大學程度者145人(佔36.3%)最多，其次是專科程度109人(佔27.3%)，高中職94人(佔23.5%)，研究所以上36人(佔9.0%)，國中以下程度最少僅16人(佔4.0%)。

(五)職業類別

在職業中，數據顯示受試者中金融業85人(佔21.3%)比例最高，服務業73人(佔18.3%)次之，從事商業57人(佔14.3%)、家管53人(佔13.3%)，學生32人(佔8.0%)，自由業28人(佔7.0%)，退休者24人(佔6.0%)，農林漁牧與工業同樣都是12人(佔3.0%)，比例最低的則是軍公教、製造業及待業者，各是8人(佔2.0%)。

(六)月收入

400 位受訪者中，個人月收入級距比例較高的前三組分別為：20,000 以下 112 人(佔 28.0%)， 40,001-60,000 元級距者 108 人(佔 27.0%)， 20,001-40,000 元級距 112 人(佔 26.5)；其餘 80,001-100,000 元級距者 40 人(佔 10.0%)， 及 60,001-80,000 元級距者 34 人(佔 8.5%)，此二組所佔比例較低。

(七)居住地區

受訪遊客以居住北部地區(基隆、台北市、新北市、桃園、新竹)有 380 人(佔 95.0%) 比例最高，中部地區(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)12 人(佔 3.0%)、南部地區(嘉義、台南、高雄、屏東)8 人(佔 2.0%) 比例相對偏低；本次受訪者中，無居住於東部地區(宜蘭、花蓮、台東)及離島地區(澎湖、金門、馬祖)者。

表 4-1 遊客基本資料敘述統計表

遊客基本資料			次數	百分比
性 別	男		160	40.0
			240	60.0
	總和		400	100.0
年 齡	20歲以下 21~30歲 31-40歲 41-50歲 51~60歲 61-70 歲 71 歲以上		28	7.0
			40	10.0
			104	26.0
			98	24.5
			90	22.5
			32	8.0
			8	2.0
	總和		400	100.0
婚 姻 狀 況	未婚 已婚 其他		129	32.3
			247	61.8
			24	6.0
	總和		400	100.0
教 育 程 度	國中以下 高中職 專科 大學 研究所(含)以上		16	4.0
			94	23.5
			109	27.3
			145	36.3
			36	9.0
	總和		400	100.0
職 業 類 別	軍公教 農林漁牧 製造業 商業 工業 金融業 服務業		8	2.0
			12	3.0
			8	2.0
			57	14.3
			12	3.0
			85	21.3
			73	18.3

遊客基本資料		次數	百分比
月 收 入	自由業	28	7.0
	退休	24	6.0
	待業中	8	2.0
	學生	32	8.0
	家管	53	13.3
	總和	400	100.0
	20,000元以下	112	28.0
	20,001-40,000元	106	26.5
	40,001-60,000元	108	27.0
	60,001-80,000元	34	8.5
居 住 地 區	80,001-100,000元	40	10.0
	100,000元以上	0	0.0
	總和	400	100.0
	北部	380	95.0
	中部	12	3.0
	南部	8	2.0
	東部	0	0.0
	離島地區	0	0.0
	總和	400	100.0

資料來源：本研究調查。

二、遊客旅遊行為特性敘述統計

本研究針對遊客旅遊行為特性調查了 10 個變項。敘述性統計分析結果如表 4-2：

(一)前來和平島公園次數

第一次到和平島公園旅遊的遊客人數有 161 人(佔 40%)。其次為第四次(含)以上的遊客人數有 122 人(佔 30.5%)，第二次與第三次到和平島公園遊玩的人數分別為 60 人及 57 人(比例分別為 15.0%與 14.3%)。

(二)同行人員

在同行者的問項中與家人、親戚前來的遊客有 171 人次，佔 42.8%。其次是與朋友一同前來，有 137 人次，佔 34.3%。其餘分別為自己前來 32 人，佔 8.0%。與同事一同前來 24 人次，佔 6.0%。與同學一同前來 20 人次，佔 5.0%。旅遊團體一同前來的 16 人次，佔 4.0%，為比例最低的選項。

(三)交通工具

在交通工具的使用，結果顯示自用車有 252 人次，佔 63.0%。機車次之，有 88 人次，佔 22.0%。遊覽車有 24 人次，佔 6.0%。其餘依次為公車 20 人次，佔 5.0%；腳踏車

8 人次，佔 2.0%；比例最低的是步行及計程車，均為 4 人次，各佔 1.0%。

(四)停留時間

受試者在和平島公園的停留時間以 2-4 小時的遊客最多，有 190 人次，佔 47.5%。停留時間為 2 小時內的遊客次之，有 173 人次，佔 43.3%。停留時間為 4-6 小時內的遊客有 25 人次，佔 6.3%。停留 8 小時以上的遊客有 8 人次，佔 2.0%。停留時間為 6-8 小時內的遊客有 4 人次，佔 1.0%。

(五)旅遊資訊來源

旅遊資訊的取得管道，以複選題方式作答，每人可以勾選一個或以上選項。勾選以前來過的遊客最多，有 180 人次。經由親友推薦的次之，有 133 人次。其他依序為報章雜誌 52 人次、網路 50 人次、同學推薦 44 人次、經過看到 28 人次、套裝行程 20 人次、電視廣播 12 人次、宣傳摺頁 4 人次。

(六)遊覽方式

就整體受訪者言，遊覽方式比例最高的是「隨意走不依任何指標」有 208 人次，佔 52.0%。以園區內動線導覽指標方式遊覽的有 111 人次，佔 27.8%。摺頁小冊介紹有 56 人次，佔 14.0%。由解說員陪同遊覽解說的有 25 人次，佔 6.3%。

(七)一年內國內旅遊次數

近一年內的國內旅遊次數的調查結果發現，國內旅遊次數 1-5 次者有 227 人，佔 56.8%；6-10 次者有 77 人，佔 19.3%；10-15 次及 0 次者各有 44 人，各佔 11.0%；16 次以上者有 8 人，佔 2.0%。

(八)消費支出

在當地消費金額問項結果顯示，消費支出在 1,000 元以下有 291 人，佔 72.8%，比例最高；1,001-2,000 元有 69 人，佔 17.3%比例次之；其他依次為 2,001-3,000 元有 20 人，佔 5.0%；3,001-4,000 元有 16 人，佔 4.0%；5,001 元以上有 4 人，佔 1.0%。4,001-5,000 元選項無人勾選。

(九)假日活動性質

在整體受訪者，選擇假日休閒活動性質主要為戶外者有 291 位 (72.8%)，比例相對較高；活動性質主要為室內者有 105 位 (26.3%)，本題有 3 位受訪者未填答。

(十)交通時間

整體受訪者在交通時間上的花費時間調查結果顯示，分別有 173 人(42.8%)及 171 人

(42.8%)遊客是 1-2 小時及 1 小時內交通時間到達和平島公園。交通時間在 2-4 小時的有 48 人，佔 12.0%，花費 4 小時交通時間到達的有 8 人(2.0%)。

表4-2 遊客旅遊特性敘述統計表

遊客旅遊特性		次數	百分比
來 園 次 數	第一次	161	40.3
	第二次	60	15.0
	第三次	57	14.3
	第四次(含)以上	122	30.5
	總和	400	100.0
同 行 人 員	自己	32	8.0
	家人、親戚	171	42.8
	朋友	137	34.3
	同事	24	6.0
	同學	20	5.0
	旅遊團體	16	4.0
	總和	400	100.0
交 通 工 具	步行	4	1.0
	腳踏車	8	2.0
	機車	88	22.0
	自用車	252	63.0
	計程車	4	1.0
	公車	20	5.0
	遊覽車	24	6.0
	總和	400	100.0
停 留 時 間	2小時內	173	43.3
	2-4小時	190	47.5
	4-6小時	25	6.3
	6-8小時	4	1.0
	8小時以上	8	2.0
	總和	400	100.0
旅 遊 資 訊 來 源 (複 選)	親友	133	25.4
	同學	44	8.4
	報章雜誌	52	9.9
	電視廣播	12	2.3
	網路	50	9.6
	宣傳摺頁	4	0.8
	經過看到	28	5.4
	套裝行程	20	3.8
	以前來過	180	34.4
	總和	523	100
遊 覽 方 式	摺頁小冊介紹	56	14.0
	園區內動線導覽指標	111	27.8

遊客旅遊特性		次數	百分比
國內旅遊	解說員陪同遊覽解說	25	6.3
	隨意走，不依任何指標	208	52.0
	總和	400	100.0
	0次	44	11.0
	1-5次	227	56.8
	6-10次	77	19.3
	10-15次	44	11.0
	16次以上	8	2.0
	總和	400	100.0
	總和	400	100.0
消費支出	1,000元以下	291	72.8
	1,001-2,000元	69	17.3
	2,001-3,000元	20	5.0
	3,001-4,000元	16	4.0
	4,001-5,000元	0	0
	5,001元以上	4	1.0
	總和	400	100.0
假日活動性質	室內	105	26.3
	戶外	291	72.8
	未答	4	1.0
	總和	400	100.0
交通時間	1 小時內	171	42.8
	1-2 小時	173	43.3
	2-4 小時	48	12.0
	4小時以上	8	2.0
	總和	400	100.0

資料來源：本研究調查整理。

三、服務品質敘述統計

服務品質敘述統計分析表如表 4-3，滿意度較高的5個題項由高至低前五項依次為「1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀」(4.14分)；「5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識」及「23.在和平島公園內遊客是感到安心的」並列第2，均為4.01分；「11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的(3.96分)」與「24.服務人員能互相協助來提供更好的服務」(3.95分)依序次之。

以各構面來看服務品質，平均值由高而低依次為「關懷性(3.940分)」、「有形性(3.932分)」、「保證性(3.897分)」、「反應性(3.854分)」、「可靠性(3.848分)」。

就「有形性」而言，「1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀。」及「5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識。」認同程度較高，「2.服務設施對於環境的影響是

最低的。」及「3.遊客中心有提供關於公園的資訊。」服務品質評比較差。

就「可靠性」而言，「11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的。」、「6.服務人員對不同遊客能付出個人關懷。」評比較高，「7.服務人員能主動瞭解顧客的需要。」、「8.服務人員能瞭解遊客特殊的需要來提供服務。」、「9.和平島公園內的餐飲環境是清潔與衛生。」3個題項評比較低。

就「反應性」而言，「13.服務人員對遊客都有主動服務或幫忙的意願。」、「15.服務人員能在遊客有困難時能表現關心並提供協助。」評比較高，「14.服務人員能準時提供承諾的服務內容。」評比較低。

就「保證性」而言，「19.服務人員願意傾聽，並提供正確的資訊。」評比較高，「20.服務人員不因繁忙而無法提供即時服務評比較低。」

就「關懷性」而言，「23.在和平島公園內遊客是感到安心的。」、「24.服務人員能互相協助來提供更好的服務。」評比較高，「21.服務人員具有專業知識，能正確回答問題。」評比較低。

表4-3 服務品質敘述統計表

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面平均數
有形性	1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀。	4.14	.678	1	3.932
	2.服務設施對於環境的影響是最低的。	3.66	.835	5	
	3.遊客中心有提供關於公園的資訊。	3.92	.642	4	
	4.環境設施能保護遊客安全。	3.94	.691	3	
	5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識。	4.01	.701	2	
可靠性	6.服務人員對不同遊客能付出個人關懷。	3.87	.703	2	3.848
	7.服務人員能主動瞭解顧客的需要。	3.80	.763	4	
	8.服務人員能瞭解遊客特殊的需要來提供服務。	3.80	.801	4	
	9.和平島公園內的餐飲環境是清潔與衛生。	3.80	.736	4	
	10.服務人員儀容整齊。	3.86	.708	3	
反應性	11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的。	3.96	.760	1	3.854
	12.服務人員具有良好的應變能力。	3.85	.711	3	
	13.服務人員對遊客都有主動服務或幫忙的意願。	3.88	.698	1	
	14.服務人員能準時提供承諾的服務內	3.83	.680	5	

構面	題項	平均數	標準差	排序	構面 平均數
保證性	容。				
	15.服務人員能在遊客有困難時能表現關心並提供協助。	3.86	.708	2	3.897
	16.服務人員各項服務符合遊客的期待。	3.85	.727	3	
	17.服務人員提供遊客詳盡的園區服務說明。	3.91	.781	2	
	18.服務人員所提供的服務符合遊客的期待。	3.91	.764	2	
關懷性	19.服務人員願意傾聽，並提供正確的資訊。	3.94	.691	1	3.940
	20.服務人員不因繁忙而無法提供即時服務。	3.83	.737	4	
	21.服務人員具有專業知識，能正確回答問題。	3.88	.757	5	
	22.服務人員態度是可信賴的。	3.93	.683	3	
	23.在和平島公園內遊客是感到安心的。	4.01	.701	1	
	24.服務人員能互相協助來提供更好的服務。	3.95	.699	2	
	25.服務人員總是保持禮貌週到的態度來服務。	3.93	.753	3	

資料來源：本研究調查整理。

四、整體滿意度敘述統計

本研究受訪對象對和平到公園旅遊服務品質整體滿意度，為直接詢問遊客認知之滿意度，並非由各題項向或構面計算而得出，係直接詢問法，所得結果與實際狀況較為相符。分析結果如表 4-4。

表4-4 整體服務滿意度敘述統計表

題目	平均數	標準差
我對和平島公園旅遊整體服務滿意度。	3.95	.741

五、重遊意願敘述統計

關於重遊意願分析，結果顯示4個題目的平均數由高至低依次為：「我會願意推薦親朋好友到和平島公園遊玩」4.03分及「我未來會持續到和平島公園來遊玩」4.01分二題評價較高、「我會願意參加和平島公園的行程」3.95分及「未來我會優先考慮到和平島公園旅遊」依序次之，整體而言，分數頗為接近。分析結果如表 4-5。

表4-5 重遊意願敘述統計表

題目	平均數	標準差	排序	構面 平均數
1.我未來會持續到和平島公園來遊玩。	4.01	.699	2	3.965
2.我會願意參加和平島公園的行程。	3.95	.725	3	
3.未來我會優先考慮到和平島公園旅遊。	3.87	.765	4	
4.我會願意推薦親朋好友到和平島公園遊玩。	4.03	.727	1	

資料來源：本研究調查整理。

第二節 遊客背景變項差異分析

一、遊客背景變項對旅遊服務品質差異分析

本節調查不同背景變項遊客對旅遊服務品質認知之差異。將服務品質的五個構面與不同遊客特性進行獨立樣本 T 檢定或 One-Way ANOVA 分析，探討遊客特性與服務品質之間的差異性，其結果分述如下：

一、性別

受訪者性別與認知服務品質的差異分析，利用獨立樣本 T 檢定結果發現，就不同性別而言，「有形性」、「可靠性」、「保證性」與「關懷性」等 4 個構面女生滿意度顯著高於男生。統計結果如表 4-6。

表4-6 性別對服務品質構面之差異性分析表

變項	內容		有形性	可靠性	反應性	保證性	關懷性
性別	男性	平均數	3.9000	3.8083	3.7150	3.8688	3.8850
		標準差	.46837	.53859	.57781	.56909	.57256
	女性	平均數	3.9533	3.8743	3.9458	3.9194	3.9792
		標準差	.59803	.70402	.67538	.75218	.69108
	T 值		-.950	-1.005	-3.544	-.725	-1.427
	P 值		.011*	.000***	.554	.002*	.050*

註：* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$

二、年齡

受訪者年齡與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同年齡而言，「有形性」、「可靠性」、「反應性」、「保證性」與「關懷性」等 5 個構面，多組年齡級距皆顯著高於 31-40 歲。統計結果如表 4-7。

表4-7 年齡對服務品質構面之差異性分析表

構面	年齡	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	20歲以下	28	4.1143	.66093	5.110	.000	41-50歲
	21~30歲	40	3.8600	.57325			>31-40歲，
	31-40歲	104	3.7154	.41025			61-70歲
	41-50歲	98	4.0061	.55125			>31-40歲
	51~60歲	90	3.9844	.55948			
	61-70 歲	32	4.1750	.63804			
	71歲以上	8	4.0000	.00000			
可靠性	20歲以下	28	4.1905	.79312	7.230	.000	20歲以下
	21~30歲	40	3.7167	.75880			>31-40歲，
	31-40歲	104	3.5769	.46734			41-50歲
	41-50歲	98	3.8895	.63990			>31-40歲，
	51~60歲	90	3.9778	.62170			51~60歲
	61-70 歲	32	4.1458	.61310			>31-40歲；
	71歲以上	8	3.6667	.35635			61-70歲 >31-40歲
反應性	20歲以下	28	4.1429	.84828	6.109	.000	20歲以下
	21~30歲	40	3.6400	.64562			>31-40歲，
	31-40歲	104	3.6077	.52430			41-50歲
	41-50歲	98	3.9612	.59459			>31-40歲，
	51~60歲	90	3.9422	.67524			51~60歲
	61-70 歲	32	4.1000	.66624			>31-40歲；
	71歲以上	8	3.8000	.21381			61-70歲 >31-40歲
保證性	20歲以下	28	4.1429	.84828	5.245	.000	20歲以下
	21~30歲	40	3.9000	.67178			>31-40歲，
	31-40歲	104	3.6218	.50147			41-50歲
	41-50歲	98	3.9592	.79843			>31-40歲，
	51~60歲	90	4.0111	.63369			51~60歲
	61-70 歲	32	4.1563	.60824			>31-40歲；
	71歲以上	8	3.6250	.40089			61-70歲 >31-40歲
關懷性	20歲以下	28	4.2571	.68607	6.118	.000	20歲以下
	21~30歲	40	3.9200	.77499			>31-40歲，
	31-40歲	104	3.6673	.51557			41-50歲
	41-50歲	98	4.0857	.65739			>31-40歲，
	51~60歲	90	3.9689	.62596			61-70歲
	61-70 歲	32	4.1250	.61749			>31-40歲
	71歲以上	8	3.7000	.32071			

三、婚姻狀況

受訪者婚姻狀況與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同婚姻狀況而言，「有形性」、「可靠性」、「反應性」、「保證性」與「關懷性」等 5 個構面，都沒有顯著差異。統計結果如表 4-8。

表4-8 婚姻狀況對服務品質構面之差異性分析表

構面	婚姻狀況	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	未婚	129	3.8698	.54581	1.388	.251	--
	已婚	247	3.9676	.53792			
	其他	24	3.9000	.67502			
可靠性	未婚	129	3.8062	.67597	.523	.593	--
	已婚	247	3.8738	.61370			
	其他	24	3.8056	.76403			
反應性	未婚	129	3.7969	.70089	1.411	.245	--
	已婚	247	3.8947	.59994			
	其他	24	3.7333	.79710			
保證性	未婚	129	3.8579	.65355	.800	.450	--
	已婚	247	3.9312	.68173			
	其他	24	3.7917	.86498			
關懷性	未婚	129	3.8450	.65281	2.892	.057	--
	已婚	247	4.0024	.61194			
	其他	24	3.8333	.88596			

四、教育程度

受訪者教育程度與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同教育程度而言，在「反應性」與「保證性」等 2 個構面，多組教育程度組別皆發現高中職程度受訪者顯著高大學程度者。統計結果如表 4-9。

表4-9 教育程度對服務品質構面之差異性分析表

構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	國中以下	16	4.2500	.44721	2.303	.058	--
	高中職	94	4.0064	.64288			
	專科	109	3.8972	.57324			
	大學	145	3.8745	.51421			
	研究所(含)以上	36	3.9333	.28685			
可靠性	國中以下	16	4.0833	.61464	3.576	.007	--
	高中職	94	4.0195	.75644			
	專科	109	3.8440	.58807			
	大學	145	3.7448	.62548			
	研究所(含)以上	36	3.7222	.43644			

構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
反應性	國中以下	16	4.1500	.53417	4.790	.001	高中職 >大學
	高中職	94	4.0447	.73742			
	專科	109	3.8257	.63776			
	大學	145	3.7145	.60495			
	研究所(含)以上	36	3.8667	.47809			
保證性	國中以下	16	4.0625	.64226	1.762	.136	高中職 >大學
	高中職	94	4.0213	.86731			
	專科	109	3.9083	.61488			
	大學	145	3.8000	.63300			
	研究所(含)以上	36	3.8796	.50727			
關懷性	國中以下	16	4.1000	.59330	2.500	.042	--
	高中職	94	4.0894	.71097			
	專科	109	3.8771	.65087			
	大學	145	3.8579	.61188			
	研究所(含)以上	36	4.0167	.56163			

五、職業類別

受訪者職業類別與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同教育程度而言，在「可靠性」、「反應性」、「保證性」與「關懷性」等4個構面，多組職業類別組別皆發現軍公教受訪者顯著高於其他職業別。統計結果如表 4-10。

表4-10 職業類別對服務品質構面之差異性分析表

構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	軍公教	8	4.5000	.10690	3.695	.000	--
	農林漁牧	12	3.4667	.42923			
	製造業	8	4.0000	.42762			
	商業	57	4.1439	.41362			
	工業	12	3.8667	.19695			
	金融業	85	3.8588	.49649			
	服務業	73	3.8932	.54169			
	自由業	28	3.9429	.66857			
	退休	24	3.8000	.65674			
	待業中	8	3.4000	.42762			
	學生	32	3.9750	.62990			
	家管	53	4.0075	.59480			
可靠性	軍公教	8	4.7500	.08909	4.797	.000	軍公教>農 林漁牧， 軍公教>待 業中，
	農林漁牧	12	3.3889	.45690			
	製造業	8	3.4167	.44544			
	商業	57	4.0643	.46050			

構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
反應性	工業	12	3.8333	.24618	3.826	.000	商業>待業中
	金融業	85	3.8157	.59318			
	服務業	73	3.7945	.58960			
	自由業	28	3.9286	.55077			
	退休	24	3.8056	.71165			
	待業中	8	3.0000	.00000			
	學生	32	3.9375	.92336			軍公教>待業中
	家管	53	3.8270	.73523			
	軍公教	8	4.5000	.53452			
	農林漁牧	12	3.3333	.49237			
	製造業	8	3.5000	.53452			
	商業	57	3.9614	.55990			
	工業	12	3.6667	.49237			
	金融業	85	3.8612	.61103			
	服務業	73	3.8055	.56172			
保證性	自由業	28	3.8286	.70072	4.769	.000	軍公教>待業中
	退休	24	3.8000	.69782			
	待業中	8	3.0000	.00000			
	學生	32	4.0000	.87988			
	家管	53	3.9849	.64193			
	軍公教	8	4.6250	.13363			
	農林漁牧	12	3.5000	.42640			
	製造業	8	3.3750	.40089			
	商業	57	4.2105	.47666			
	工業	12	3.7500	.36927			
	金融業	85	3.7961	.74796			
	服務業	73	3.8493	.62741			
	自由業	28	3.8929	.60640			
	退休	24	3.7500	.70711			
	待業中	8	3.1250	.13363			
	學生	32	4.1250	.87988			
關懷性	家管	53	3.9434	.71158	5.712	.000	軍公教>農林漁牧， 軍公教>製造業， 軍公教>工業， 軍公教>金融業， 軍公教>服務業，
	軍公教	8	5.0000	.00000			
	農林漁牧	12	3.4667	.42923			
	製造業	8	3.6000	.21381			
	商業	57	4.1439	.51235			
	工業	12	3.6667	.49237			
	金融業	85	3.9435	.59780			
	服務業	73	3.8712	.61407			
	自由業	28	3.9143	.62403			
	退休	24	3.8000	.69782			
	待業中	8	3.1000	.10690			

構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
	學生	32	4.1000	.80643			軍公教>退休，
	家管	53	3.9887	.69328			軍公教>待業中

六、平均月收入

受訪者平均月收入與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同教育程度而言，在 5 個構面中，多組平均月收入級距中多以 60,001-80,000 元受訪者顯著高於其他月收入級距者。統計結果如表 4-11。

表4-11 平均月收入對服務品質構面之差異性分析表

構面	平均月收入	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	20,000元以下	112	3.9071	.58444	5.711	.000	60,001-80,000元
	20,001-40,000元	106	3.9830	.64505			>20,000元以下
	40,001-60,000元	108	3.8667	.46403			60,001-80,000元
	60,001-80,000元	34	4.2882	.42123			>40,001-60,000元
	80,001-100,000元	40	3.7400	.30111			60,001-80,000元 >80,001-100,000元
可靠性	20,000元以下	112	3.7798	.73392	3.485	.008	60,001-80,000元
	20,001-40,000元	106	3.9481	.71690			>40,001-60,000元
	40,001-60,000元	108	3.7469	.52630			
	60,001-80,000元	34	4.1373	.63095			
	80,001-100,000元	40	3.8000	.27006			
反應性	20,000元以下	112	3.8357	.70836	5.477	.000	60,001-80,000元
	20,001-40,000元	106	3.9038	.73561			>20,000元以下，
	40,001-60,000元	108	3.7704	.53778			60,001-80,000元
	60,001-80,000元	34	4.2706	.49208			>40,001-60,000元，
	80,001-100,000元	40	3.6400	.42293			60,001-80,000元 >80,001-100,000元
保證性	20,000元以下	112	3.8661	.71181	3.667	.006	60,001-80,000元
	20,001-40,000元	106	3.9623	.80385			>40,001-60,000元
	40,001-60,000元	108	3.7932	.59523			
	60,001-80,000元	34	4.2647	.57387			
	80,001-100,000元	40	3.8000	.43560			
關懷性	20,000元以下	112	3.8500	.68891	5.027	.001	60,001-80,000元
	20,001-40,000元	106	4.0717	.69402			>20,000元以下，
	40,001-60,000元	108	3.8648	.58865			60,001-80,000元
	60,001-80,000元	34	4.2706	.59060			>40,001-60,000元，
	80,001-100,000元	40	3.7800	.42919			60,001-80,000元

構面	平均月收入	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
>80,001-100,000元							

七、居住地區

受訪者居住地區與認知服務品質的差異分析，利用單因子變異數分析檢定結果發現，就不同居住地區而言，在「有形性」、「可靠性」、「反應性」垢面，中部居民對服務品質認知顯著高於北部地區居民。在「關懷性」構面，發現南部居民顯著高於北部。統計結果如表 4-12。

表4-12 居住地區對服務品質構面之差異性分析表

構面	婚姻狀況	人數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
有形性	北部	380	3.9137	.51931	4.433	.012	中部>北部
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.2000	.85524			
可靠性	北部	380	3.8276	.61679	4.211	.016	中部>北部
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.0833	.97996			
反應性	北部	380	3.8353	.61957	3.701	.026	中部>北部
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.0000	1.06904			
保證性	北部	380	3.8833	.66152	2.623	.074	--
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.0000	1.06904			
關懷性	北部	380	3.9174	.62889	5.567	.004	南部>北部
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.5000	.53452			

第三節 整體滿意度分析

就整體滿意度而言，在 400 位受訪遊客中，整體滿意度達 3.95 分。統計結果如表 4-13。

表4-13 遊客整體滿意度敘述統計表

題項	個數	最小值	最大值	平均數	標準差
整體滿意度	400	3	5	3.95	.741

第四節 遊客特性對重遊意願之差異性分析

本節針對不同背景變項遊客對和平島公園重遊意願之差異。將重遊意願質的四個題項與不同遊客特性進行獨立樣本 T 檢定或 One-Way ANOVA 分析，探討遊客特性與重遊意願之間的差異性，其結果分述如下：

一、性別

關於和平島公園遊客對於重遊意願的差異性分析，利用獨立樣本 T 檢定分析結果如表 4-14 顯示。不同性別遊客重遊意願並無顯著差異。

表4-14 性別與重遊意願差異性分析

題項	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
重遊意願	男	160	3.8625	.68439	.726	.395
	女	240	4.0323	.64866		

二、年齡

關於年齡與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-15）。調查發現，在「持續遊玩」、「優先考慮」、「推薦親友」三個題項上，不同年齡級距間有顯著差異。21~30 歲年齡級距之重遊意願較低。

表4-15 年齡與重遊意願差異性分析

題項	年齡	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
重遊 意願	20歲以下	28	4.2500	.73283	5.459	.000	20歲以下
	21~30歲	40	3.6500	.88579			>21~30歲
	31-40歲	104	3.8269	.51563			41-50歲
	41-50歲	98	4.1224	.64641			>21~30歲，
	51~60歲	90	3.8972	.66714			61-70 歲
	61-70 歲	32	4.2500	.60907			>21~30歲
	71歲以上	8	4.0000	.00000			

三、婚姻狀況

關於婚姻狀況與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-16）。調查發現，已婚者的重遊意願顯著高於未婚者。

表 4-16 婚姻狀況與重遊意願差異性分析

題項	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
重遊 意願	未婚	129	3.7267	.65060	14.780	.000	已婚>未婚
	已婚	247	4.1012	.61805			
	其他	24	3.8333	.86811			

四、教育程度

關於婚姻狀況與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-17）。調查發現，本次受訪遊客中，高中職學歷遊客的重遊意願顯著高於大學學歷者。

表 4-17 教育程度與重遊意願差異性分析

	教育程度	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較			
重遊 意願	國中以下	16	4.0625	.64226	2.815	.025	高中職>大學			
	高中職	94	4.1489	.75073						
	專科	109	3.9427	.52001						
	大學	145	3.8759	.73132						
	研究所(含)	36	3.8611							
	以上									

五、職業類別

關於職業類別與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-18）。調查發現，本次受訪遊客中，軍公教遊客的重遊意願顯著高於農林漁牧、金融業、服務業、待業中等四個類別。

表 4-18 職業類別與重遊意願差異性分析

	教育程度	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
重遊 意願	軍公教	8	5.0000	.00000	4.024	.000	軍公教>農林漁牧
	農林漁牧	12	3.6667	.49237			軍公教>金融業，
	製造業	8	4.0000	1.06904			軍公教>服務業，
	商業	57	4.0351	.71564			軍公教>待業中
	工業	12	3.9167	.12309			
	金融業	85	3.8912	.57535			
	服務業	73	3.8767	.56385			
	自由業	28	4.0714	.44544			
	退休	24	3.9167	.61972			
	待業中	8	3.1250	.13363			
	學生	32	4.0000	1.01600			
	家管	53	4.1132	.66608			

六、平均月收入

關於平均月收入與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-19）。調查發現，本次受訪遊客中，月收入 80,001-100,000 元顯著高於 20,001-40,000 元。

表 4-19 月收入與重遊意願差異性分析

	教育程度	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
重遊 意願	20,000元以下	112	3.9464	.73324	4.106	.003	80,001-100,000
	20,001-40,000元	106	4.1321	.63734			元
	40,001-60,000元	108	3.8981	.68788			>20,001-40,000
	60,001-80,000元	34	4.0515	.45134			元
	80,001-100,000元	40	3.6750	.53169			

七、居住地區

關於居住地區與重遊意願的差異分析，利用 ANOVA 檢定結果顯示有顯著差異（表 4-20）。調查發現，不同居住地區遊客的重遊意願並無顯著差異。

表 4-20 居住地區與重遊意願差異性分析

題項	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F值	顯著性	事後比較
重遊 意願	北部	380	3.9414	.65179	4.719	.009	--
	中部	12	4.3333	.98473			
	南部	8	4.5000	.53452			

第五節 服務品質、滿意度與重遊意願之相關分析

本節在探討和平島公園旅遊服務品質、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 之間為中度相關，0.7 以上為高度相關。

一、服務品質與整體滿意度相關性分析

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)與整體滿意度均呈正相關，如表 4-21 所示，服務品質 5 個構面與整體滿意度均為顯著高度相關。

表4-21 服務品質與整體滿意度相關性分析

	有形性	可靠性	反應性	保證性	關懷性	整體滿意度
有形性						.769(**)
可靠性						.807(**)
反應性						.765(**)
保證性						.809(**)
關懷性						.863(**)

** P≤0.01時。

二、服務品質與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 4-22 所示，其中以關懷性構面與重遊意願之相關值最高，達高度相關。

表4-22 服務品質與重遊意願相關性分析

	有形性	可靠性	反應性	保證性	關懷性	重遊意願
有形性						.695(**)
可靠性						.676(**)
反應性						.695(**)
保證性						.648(**)
關懷性						.756(**)

** $P \leq 0.01$ 時。

三、旅遊滿意度與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中度相關，如表4-23所示。

表4-23 滿意度與重遊意願相關性分析

	整體滿意度	重遊意願
整體滿意度		.689(**)
重遊意願		

** $P \leq 0.01$ 。

第伍章 研究結論與建議

本章依據研究目的與研究假設，透過問卷資料分析結果與驗證後，提出研究結論與建議，以提供政府及觀光產業相關業者改善之參考。本章共分三節，第一節為研究結論，第二節為研究建議，第三節為研究限制與未來研究建議。

第一節 研究結論

一、遊客基本資料敘述統計

本研究關於遊客基本資料包含性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業類別、個人平均月收入、居住地區等 7 個變項，有以下發現：

受訪遊客中已婚者 247 人最多，教育程度以大學程度者較多，職業類別中，金融業、服務業、商業、家管較多。個人月收入級距以 20,000 以下 112 人(佔 28.0%)，40,001-60,000 元級距者 108 人(佔 27.0%)，20,001-40,000 元級距 112 人(佔 26.5%)三組所佔比例較低。居住地區以居住北部地區(基隆、台北市、新北市、桃園、新竹)有 380 人(佔 95.0%)比例最高。

二、遊客旅遊行為特性敘述統計

第一次及第四次(含)以上到和平島公園旅遊的遊客人數較多。在同行者的問項中「與家人、親戚前來」、「與朋友一同前來的遊客」。在交通工具的使用，結果顯示自用車及機車者較多。受試者在和平島公園的停留時間以 2-4 小時及 2 小時內的遊客最多。旅遊資訊來源勾選以前來過的遊客最多，經由親友推薦的次之。遊覽方式比例最高的是隨意走不依任何指標，以園區內動線導覽指標方式遊覽次之。近一年內的國內旅遊次數以 1-5 次者比例最高，在附近地區消費支出則以 1,000 元以下最高。在假日休閒活動性質主要為戶外者較高。交通時間上遊客是 1-2 小時及 1 小時內交通時間到達和平島公園。

三、服務品質敘述統計

服務品質敘述統計分析表如表 4-3，滿意度較高的 5 個題項由高至低前五項依次為「1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀」(4.14分)；「5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識」及「23.在和平島公園內遊客是感到安心的」並列第2，均為4.01分；「11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的(3.96分)」與「24.服務人員能互相協助來提供更好的服務」(3.95分)依序次之。

以各構面來看服務品質，平均值由高而低依次為「關懷性」、「有形性」、「保證性」、「反應性」、「可靠性」。

四、差異性分析

就性別而言，女性遊客在「有形性」、「可靠性」、「保證性」與「關懷性」等 4 個構面滿意度顯著高於男生。就年齡而言，多組年齡級距皆顯著高於 31-40 歲。

就不同婚姻狀況而言，服務品質各構面，都無顯著差異。就教育程度而言，在「反應性」與「保證性」等 2 個構面，多組教育程度組別皆發現高中職程度受訪者顯著高大學程度者。多組職業類別組別皆發現軍公教受訪者顯著高於其他職業別。

在 5 個構面，多組平均月收入級距中多以 60,001-80,000 元受訪者顯著高於其他月收入級距者。就不同居住地區而言，在「有形性」、「可靠性」、「反應性」構面，中部居民對服務品質認知顯著高於北部地區居民；在「關懷性」構面，發現南部居民顯著高於北部。

五、相關性分析

不同性別遊客重遊意願並無顯著差異。就年齡言，在「持續遊玩」、「優先考慮」、「推薦親友」三個題項上，不同年齡級距間有顯著差異。21~30 歲年齡級距之重遊意願較低。已婚者的重遊意願顯著高於未婚者。本次受訪遊客中，高中職學歷遊客的重遊意願顯著高於大學學歷者。軍公教遊客的重遊意願顯著高於農林漁牧、金融業、服務業、待業中等四個類別。不同居住地區遊客的重遊意願並無顯著差異。

六、相關性分析

(一)服務品質構面(有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性)與整體滿意度均呈正相關，服務品質 5 個構面與整體滿意度均為顯著高度相關。

(二)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，其中以關懷性構面與重遊意願之相關值最高，達高度相關。

(三)重遊意願與旅遊滿意度呈中度相關。

七、研究假設驗證結果全部成立

經本研究綜合分析假設驗證結果均為成立。

表 5-1 研究假設驗證結果

研究假設	研究結果
1(H-1)：不同背景變項旅客與服務品質有顯著差異	成立
2(H-2)：不同背景變項旅客與滿意度有顯著差異	成立
3(H-3)：不同背景變項旅客對重遊意願有顯著差異	成立
4(H-4)：旅遊服務品質與滿意度相關	成立
5(H-5)：旅遊滿意度對與重遊意願相關	成立
6(H-6)：旅遊服務品質與重遊意願相關	成立

資料來源：本研究調查整理。

第二節 研究建議

本節綜合研究調查結果，提出下列建議：

一、結合政府部門及地方相關資源挹注，增加讓遊客參與至和平島公園遊客，多為北部地區周邊民眾，停留時間大約1~2小時。針對園區內景點造訪意願較低之遊客，建議管理單位可以盤點園區現有及內/外部整體資源，如周邊道路的拓寬與大眾運輸工具之便利性及公用停車空間之數量，以及體驗活動參與的方式，增加相關導覽解說、學生環境教育或各類型體驗活動，供遊客參與選擇。

二、服務品質強化

在本研究服務品質調查結果中，發現關懷性與重遊意願相關性高。就實際營運而言，強化服務人員在關懷性的表現上明確影響遊客重遊意願。建議管理單位可以採預約導覽方式，針對預約行程來訪遊客人員提供服務，並事先提供完善教育訓練，且可以利用秘密客機制，對於服務品質作不定時之檢測。

第三節 研究限制與未來研究建議

一、研究對象之限制:

本研究主要針對遊客參與至和平島公園之旅遊，未增加至整體和平島區域內相關範圍之遊客，建議後續可以擴大到整體和平島遊客之旅遊相關動機與服務品質滿意度研究納入參與選擇。

二、未來研究建議

在本研究以實地旅遊遊客做問卷調查，仍未能代表整體遊客之比例與實際意願。建議在環境日趨改善與季節變化可再深入探討。



參考文獻

一、中文部分

方聖心 (2014)。古蹟旅遊動機、滿意度、重遊意願關係之研究-以臺南市赤崁樓遊客為例。南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，台南市。

<https://hdl.handle.net/11296/42pt96>

江依芳 (2004)。生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究—以日月潭步道生態之旅為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，台中。

交通部觀光局。2002。生態旅遊白皮書。臺北：交通部觀光局。

余家斌、唐瑋陽、陳奐存 (2017)。生態旅遊服務品質研究：應用生態旅遊服務品質量表 (ECOSERV)。臺灣大學生物資源暨農學院實驗林研究報告，31(3)，131-142。doi:10.6542/EFNTU.2017.31(3).1

林俊成、陳麗琴 (2006)。福山植物園生態旅遊服務品質研究。臺灣林業科學，21(4)，473-489。doi:10.7075/TJFS.200612.0473

林俊成、陳麗琴、李俊志 (2010)。運用結構方程模式評量福山植物園旅遊整體滿意度。中華林學季刊，43(3)，413-424。doi:10.30064/QJCF.201009.0005

林倩琪 (2005)。知本國家森林遊樂區遊客滿意度之研究。屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所碩士論文，屏東縣。

吳仁明 (2016)。ANP-SIPA應用於網站服務品質構面評估-以休閒農場為例。東亞論壇，(492)，29-43。

吳宗宏、黃宗成、洪常明(2005)。澎湖居民對生態旅遊知覺與發展生態旅遊態度關係之研究。Residents' Perceptions of Ecotourism and Attitudes Toward Its Development in the Pescadores, Taiwan。頁1-30 18:3 民94.09。

吳忠宏、謝旻熹 (2006) 遊客之旅遊動機與其對解說服務需求之實證研究：以鹿港 古蹟景點為例。環境教育研究，3(2)：77-121。

吳秉榮 (2008)。遊客參與石滬旅遊遊憩體驗、服務品質、滿意度與忠誠度之

關係—以澎湖吉貝地區為例。國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，澎湖縣。

周麗娟（2010）。體驗行銷、服務品質對顧客滿意度之影響。中國文化大學商學院企業管理研究所碩士論文，台北市。

許芳銘、陳志炫(2001)。政府機構網路資訊系統之服務品質評估模式。資訊管理展望。3(1)，27-37。

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。國立臺北大學企業管理學系碩士論文，新北市。

陳筱涵（2018）。溪頭松林町妖怪村遊客遊憩體驗、滿意度與重遊意願之相關研究。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，雲林縣。

<https://hdl.handle.net/11296/2h336f>

莊右孟（2008）。大陸觀光客對日月潭國家風景區旅遊動機、旅遊意象、旅遊滿意度與旅遊忠誠度關係之研究。靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文，台中市。

張慶安（2005）。遊客對生態旅遊服務品質評價之研究-以七股地區為例。國立臺灣海洋大學河海工程學系碩士論文，基隆市。

劉惠珍、莫皓帆、林宏盛（2013）。社區生態旅遊服務品質與遊客體驗滿意度的關連組集模式之探討—基於典則相關分析技術。觀光旅遊研究學刊，8(1)，39-60。

蔡鳳兒（2005）。遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文，嘉義縣。

二、REFERENCE

- Armistead, C.G. (1985). Design of Service Operations, in Operations Management in Service Industries and the Public Sector, Christopher Voss, ed. New York ; John Wiley & Sons , Inc.
- Cardozo, R.N. (1965) An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 3, 244-249.
- Ezeuduji, I. O. & Rid, W. (2011). Rural tourism offer and local community participation in The Gambia. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 187–211
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Garvin, D. A. (1983). Quality on the line. *Harvard Business Review*, 61, 64-75.
- Grönroos, C. (1982). An applied service marketing theory. *European Journal of Marketing*, 16, 30-41.
- Karagiannis, Stephanos and Polo, Antoneta, (2011) Tourist Ecology Politics: The Case of Crete Greece and Saranda Albania (December 19, 2011). *Tourism & Hospitality Management*, Vol. 17, No. 2, 2011. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2061735>
- Khan, M. (2003). ECOSERV: Ecotourists' quality expectations. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 109-124.
doi:10.1016/S0160-7383(02)00032-4
- Kotler (1984) "Many marketers believe that behavioral variables are the best starting point for constructing market segments".
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 39, 260-269.
- Lehtinen, U. and Lehtinen, J.R. (1982) A Study of Quality Dimensions.

- Service Management Institute, 5, 25-32.
- Light, Donald H., 1988, "A Guide for New Distribution Strategies for Service Firm", *Journal of Marketing*, July, 20-38.
- Nunnally, Jum C. & Ira H. Bernstein (1994), *Psychometric Theory* (3rd ed.). NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of retailing*.
- Olshavsky, R. W. (1985). Perceived quality in consumer decision making : An integrated theoretical perspective. in J. Jacoby and J. Olson(Eds.). *Perceived Quality*, Lexington, MA: Lexington Books: 3-29.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988) . SERVQUAL: A Multipleitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pual, F. J., Bowman, M. E., & Tao, C. H. (2001). Guidelines for Tourism in Parks and Protected Areas of East Asia. *IUCN – The World Conservation*.
- Rohrbaugh(1981)operationalizing the competing value approach measuring performance in employment service. *Public productivity review*,5(2),141-59.
- Sasser, W.E., R.P. Olsen & D.D. Wyckoff (1978), *Management of service operation*
- Travelking.com.tw

William J. Stanton (1978). Title: Fundamentals of marketing / William J. Stanton

Author: Stanton, William J. Year: 1978. Code: 658.8

Wyckoff, D.D.(1984) “New tools for achieving service quality,”*Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (25:3), 1984, pp. 78-92.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.

Zeithaml, V., Berry, L. and Parasuraman, A. (1996) The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.



附錄 1 和平島公園服務品質、滿意度及重遊意願問卷

親愛的受訪者：

您好，首先感謝您撥空填寫此問卷，本問卷旨在瞭解前來和平島公園遊客的旅遊行為、感受到的服務品質及重遊意願滿意度相關情形。本問卷僅為學術研究之用，所有題目無標準答案，請依您個人實況填寫即可，敬請安心填答。

您所填寫的寶貴意見對於本研究將會有很大的幫助，再次感謝您的協助。
敬祝 旅行愉快 身體健康 平安順心

台北海洋科技大學 海洋休閒觀光系碩士班
研究生：陳銘桐 謹致

【第一部分：遊客旅遊特性】

- 請問您是第幾次前來和平島公園？
☐第一次 ☐第二次 ☐第三次 ☐第四次(含)以上
- 請問本次旅遊您是與誰一同前來和平島公園？
☐自己 ☐家人、親戚 ☐朋友 ☐同事 ☐同學 ☐旅遊團體
- 請問您前來和平島公園所搭乘的交通工具為何？
☐步行 ☐腳踏車 ☐機車 ☐自用車 ☐計程車 ☐公車 ☐遊覽車
- 請問您本次在和平島公園所停留的時間約？
☐2 小時內 ☐2-4 小時 ☐4-6 小時 ☐6-8 小時 ☐8 小時以上
- 請問您是從何處得到和平島公園的旅遊資訊？(可複選)
☐親友 ☐同學 ☐報章雜誌 ☐電視廣播 ☐網路
☐宣傳摺頁 ☐經過看到 ☐旅行團套裝行程 ☐以前來過
- 請問您是以何種方式遊覽本區？
☐摺頁小冊介紹 ☐園區內動線導覽指標 ☐解說員陪同遊覽解說
☐隨意走，不依任何指標 ☐其他_____
- 請問您最近一年(12 個月)內國內旅遊次數為何？(不包含本次)
☐0 次 ☐1-5 次 ☐6-10 次 ☐10-15 次 ☐16 次以上
- 請問您這次在和平島公園鄰近地區消費多少支出？(平均每一位同行者)
☐1,000 元以下 ☐1,001-2,000 元 ☐2,001-3,000 元
☐3,001-4,000 元 ☐4,001-5,000 元 ☐5,001 元以上
- 請問您的假日休閒活動性質主要為何？
☐室內 ☐戶外
- 請問您此次至和平島公園在交通上花了多少時間？
☐1 小時內 ☐1-2 小時 ☐2-4 小時 ☐4 小時以上

<<本問卷共 3 頁，請翻至下頁繼續作答，謝謝!!>>

第二部分：服務品質	非常滿意	同意	普通	不滿意	非常不滿意
1.具有特殊且吸引人的自然環境及景觀。	☐	☐	☐	☐	☐
2.服務設施對於環境的影響是最低的。	☐	☐	☐	☐	☐

3.遊客中心有提供關於公園的資訊。	☐	☐	☐	☐	☐
4.環境設施能保護遊客安全。	☐	☐	☐	☐	☐
5.服務人員的穿著適當，使遊客容易辨識。	☐	☐	☐	☐	☐
6.服務人員對不同遊客能付出個人關懷。	☐	☐	☐	☐	☐
7.服務人員能主動瞭解顧客的需要。	☐	☐	☐	☐	☐
8.服務人員能瞭解遊客特殊的需要來提供服務。	☐	☐	☐	☐	☐
9.和平島公園內的餐飲環境是清潔與衛生。	☐	☐	☐	☐	☐
10.服務人員儀容整齊。	☐	☐	☐	☐	☐
11.和平島公園園區開放的時間對遊客而言是方便的	☐	☐	☐	☐	☐
12.服務人員具有良好的應變能力。	☐	☐	☐	☐	☐
13.服務人員對遊客都有主動服務或幫忙的意願。	☐	☐	☐	☐	☐
14.服務人員能準時提供承諾的服務內容。	☐	☐	☐	☐	☐
15.服務人員能在遊客有困難時能表現關心並提供協助。	☐	☐	☐	☐	☐
16.服務人員各項服務符合遊客的期待。	☐	☐	☐	☐	☐
17.服務人員提供遊客詳盡的園區服務說明。	☐	☐	☐	☐	☐
18.服務人員所提供的服務符合遊客的期待。	☐	☐	☐	☐	☐
19.服務人員願意傾聽，並提供正確的資訊	☐	☐	☐	☐	☐
20.服務人員不因繁忙而無法提供即時服務。	☐	☐	☐	☐	☐
21.服務人員具有專業知識，能正確回答問題。	☐	☐	☐	☐	☐
22.服務人員態度是可信賴的。	☐	☐	☐	☐	☐
23.在和平島公園內遊客是感到安心的。	☐	☐	☐	☐	☐
24.服務人員能互相協助來提供更好的服務。	☐	☐	☐	☐	☐
25.服務人員總是保持禮貌週到的態度來服務。	☐	☐	☐	☐	☐
26.和平島公園的設施對於自然環境是友善的。	☐	☐	☐	☐	☐
27.和平島公園的設施建置有考慮當地自然環境。	☐	☐	☐	☐	☐
28.和平島公園的設施對於當地環境影響是良好的。					
29.和平島公園的建置對於當地的環境衝擊低。					
30.我覺得和平島公園整體服務滿意度。					

<<本問卷共 3 頁，請翻至下頁繼續作答，謝謝!!>>

第三部分：重遊意願	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.我未來會持續到和平島公園來遊玩。	☐	☐	☐	☐	☐
2.我會願意參加和平島公園的行程。	☐	☐	☐	☐	☐
3.未來我會優先考慮到和平島公園旅遊。	☐	☐	☐	☐	☐
4.我會願意推薦親朋好友到和平島公園遊玩。	☐	☐	☐	☐	☐

第四部分：遊客基本資料 (資料僅供本研究分析使用，絕對保密。)

1.性別：

☐男 ☐女

2.年齡：

☐20歲以下 ☐21~30歲 ☐31~40歲 ☐41~50歲
☐51~60歲 ☐61~70歲 ☐70歲以上

3.婚姻狀況：

☐未婚 ☐已婚 ☐其他

4、教育程度：

☐國中以下 ☐高中職 ☐專科 ☐大學 ☐研究所(含)以上

5、職業類別：

☐軍公教 ☐農林漁牧 ☐製造業 ☐商業 ☐工業 ☐金融業
☐服務業 ☐自由業 ☐退休 ☐待業中 ☐學生 ☐家管

6、個人平均月收入(NTD)：

☐20,000元以下 ☐20,001-40,000元 ☐40,001-60,000元
☐60,001-80,000元 ☐100,000元以上

7、居住地區：

☐北部(基隆、台北市、新北市、桃園、新竹)
☐中部(苗栗、台中、彰化、雲林、南投)
☐南部(嘉義、台南、高雄、屏東)
☐東部(宜蘭、花蓮、台東)
☐離島地區(澎湖、金門、馬祖)
☐其他_____

~~~~~本問卷到此結束，感謝您的協助~~~~~

