

## 目 錄

第一章 前言.....	1
第一節 計畫緣起 .....	1
第二節 計畫目的 .....	2
第三節 計畫實施內容.....	2
第二章 相關研究回顧.....	5
第一節 遊客特性 .....	5
第二節 解說服務 .....	6
第三節 遊客滿意度 .....	10
第四節 重要—表現程度分析 .....	13
第三章 計畫實施內容與方法.....	15
第一節 研究架構 .....	15
第二節 問卷設計 .....	15
第三節 抽樣設計與樣本抽取.....	16
第四節 資料分析方法.....	17
第四章 調查結果與分析.....	19
第一節 樣本描述 .....	21
第二節 遊憩動機分析.....	61
第三節 解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之分析.....	68
第四節 整體滿意度分析 .....	78
第五節 遊客推薦、回遊意願與改善度分析.....	92
第六節 重要 - 表現程度分析法 ( IPA ) .....	100
第五章 結論與建議.....	111
第一節 結論 .....	111
第二節 建議 .....	119
附錄.....	123
附錄一 問卷 .....	123
附錄二 99 年 01-06 月份金門航空站營運量統計表 .....	136
附錄三 99 年 01-06 月份出入境管理局之入出境人數統計表.....	136
附錄四 99 年 01-06 月份來金旅客人數估算 .....	137

附錄五 遊客平均收入 8 萬元以上之分析.....	138
參考文獻.....	152

## 表目錄

表 2.2.1	解說服務之定義 .....	7
表 4.1.1	抽樣樣本分配表 .....	19
表 4.1.2	各項量表之信度 .....	20
表 4.1.3	人口統計變數之結構分析 .....	22
表 4.1.4	受訪遊客之性別分佈 .....	23
表 4.1.5	受訪遊客之年齡分佈 .....	24
表 4.1.6	受訪遊客之學歷 .....	25
表 4.1.7	受訪遊客之職業 .....	26
表 4.1.8	受訪遊客之每月平均收入 .....	27
表 4.1.9	受訪遊客居住地 .....	28
表 4.1.10	旅遊特性之結構分析 .....	30
表 4.1.11	遊客旅遊資訊來源 .....	31
表 4.1.12	遊客蒞臨次數 .....	32
表 4.1.13	遊客搭乘交通工具 .....	33
表 4.1.14	到金門國家公園或展示館的主要目的 .....	34
表 4.1.15	遊憩動機同意度之樣本結構分析 .....	37
表 4.1.15	遊憩動機同意度之樣本結構分析(續) .....	38
表 4.1.15	遊憩動機同意度之樣本結構分析(續) .....	39
表 4.1.16	遊客對各項遊憩動機同意度之平均數與標準差 .....	40
表 4.1.17	遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 .....	45
表 4.1.17	遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續) .....	46
表 4.1.17	遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續) .....	47
表 4.1.17	遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續) .....	48
表 4.1.17	遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續) .....	49
表 4.1.18	遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 .....	53
表 4.1.18	遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續) .....	54
表 4.1.18	遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續) .....	55
表 4.1.18	遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續) .....	56
表 4.1.18	遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續) .....	57
表 4.1.19	解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差 ..	59
表 4.1.20	解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之統計表 .....	60
表 4.2.1	遊憩動機因素構面分析表 .....	63

表 4.2.2	人口統計變數對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析.....	65
表 4.2.2	人口統計變數對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析 (續)	66
表 4.2.3	旅遊特性對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析 .....	67
表 4.3.1	人口統計變數與解說行前重視度之單因子變異數分析.....	69
表 4.3.1	人口統計變數與解說行前重視度之單因子變異數分析 (續) .....	70
表 4.3.2	人口統計變數與解說實際體驗滿意度之單因子變異數分析.....	72
表 4.3.2	人口統計變數與解說實際體驗滿意度之單因子變異數分析 (續) ...	73
表 4.3.3	旅遊特性與解說媒體行前重視度之單因子變異數分析.....	74
表 4.3.4	旅遊特性與解說媒體實際體驗滿意度之單因子變異數分析.....	75
表 4.3.5	遊憩動機對解說媒體行前重視度之迴歸分析.....	76
表 4.3.6	遊憩動機對解說媒體實際體驗滿意度之迴歸分析 .....	77
表 4.4.1	金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 .....	79
表 4.4.1	金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 (續) .....	80
表 4.4.2	環境維護清潔度滿意度 .....	81
表 4.4.3	遊客中心內之吵雜度滿意度 .....	82
表 4.4.4	提供遊客服務項目滿意度.....	83
表 4.4.5	提供遊憩活動之多樣性滿意度 .....	84
表 4.4.6	區內自然資源受保護之狀況滿意度 .....	85
表 4.4.7	區內景觀受維護之狀況滿意度 .....	86
表 4.4.8	遊客對金門國家公園整體滿意度.....	87
表 4.4.9	金門國家公園整體滿意度之平均數與標準差.....	88
表 4.4.10	人口統計變數與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析.....	90
表 4.4.11	旅遊特性與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析 .....	91
表 4.5.1	對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構分析 .....	93
表 4.5.2	遊客推薦金門國家公園的意願度.....	94
表 4.5.3	遊客對回遊金門國家公園意願度.....	95
表 4.5.4	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (含首次到訪) .....	96
表 4.5.5	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (不含首次到訪) .....	96
表 4.5.6	人口統計變數與推薦回遊意願度之單因子變異數分析.....	98
表 4.5.7	旅遊特性與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析.....	99
附表 2.1.1	金門航空站 99 年 01-06 月營運量統計表 .....	136
附表 3.1.1	99 年 01-06 月入出境管理局之入出境人數統計表.....	136
附表 3.1.2	99 年度出境管理局陸客中轉觀光團統計表 .....	136

附表 5.1.1	人口統計變數之結構分析 .....	138
附表 5.2.1	旅遊特性之結構分析 .....	139
附表 5.3.1	遊憩動機同意度之樣本結構分析 .....	140
附表 5.3.1	遊憩動機同意度之樣本結構分析(續) .....	141
附表 5.3.1	遊憩動機同意度之樣本結構分析(續) .....	142
附表 5.3.2	遊客對各題項遊憩動機同意度之平均數與標準差 .....	143
附表 5.4.1	解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差 .....	145
附表 5.4.2	解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之統計表 .....	146
附表 5.5.1	金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 .....	147
附表 5.5.1	金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 ( 續 ) .....	148
附表 5.5.2	金門國家公園整體滿意度之平均數與標準差 .....	149
附表 5.6.1	對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構分析 .....	150
附表 5.7.1	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 含首次到訪 ) .....	151
附表 5.7.2	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 不含首次到訪 ) .....	151

## 圖目錄

圖 1.1.1	計畫執行流程圖 .....	4
圖 2.1.1	重要—表現程度分格圖 (引自吳宗宏、黃宗成, 2001) .....	14
圖 3.1.1	研究架構圖 .....	15
圖 4.1.1	受訪遊客之性別分佈 .....	23
圖 4.1.2	受訪遊客之年齡分佈 .....	24
圖 4.1.3	受訪遊客之學歷 .....	25
圖 4.1.4	受訪遊客之職業 .....	26
圖 4.1.5	受訪遊客之每月平均收入 .....	27
圖 4.1.6	受訪遊客居住地 .....	28
圖 4.1.7	遊客旅遊資訊來源 .....	31
圖 4.1.8	遊客蒞臨次數 .....	32
圖 4.1.9	遊客搭乘交通工具 .....	33
圖 4.1.10	到金門國家公園或展示館的主要目的 .....	34
圖 4.1.11	遊客對遊憩動機同意度的百分比分配 .....	41
圖 4.2.1	遊憩動機因素分析之因素陡坡圖 .....	61
圖 4.4.1	環境維護清潔度滿意度 .....	81
圖 4.4.2	遊客中心內之吵雜度滿意度 .....	82
圖 4.4.3	提供遊客服務項目滿意度 .....	83
圖 4.4.4	提供遊憩活動之多樣性滿意度 .....	84
圖 4.4.5	區內自然資源受保護之狀況滿意度 .....	85
圖 4.4.6	區內景觀受維護之狀況滿意度 .....	86
圖 4.4.7	遊客對金門國家公園整體滿意度 .....	87
圖 4.4.8	金門國家公園整體滿意度之百分比分配 .....	88
圖 4.5.1	遊客推薦金門國家公園的意願度 .....	94
圖 4.5.2	遊客對回遊金門國家公園意願度 .....	95
圖 4.5.3	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (不含首次到訪) .....	96
圖 4.6.1	解說員重要-表現分析圖 .....	100
圖 4.6.2	解說出版品重要-表現分析圖 .....	101
圖 4.6.3	展示室重要-表現分析圖 .....	102
圖 4.6.4	解說牌重要-表現分析圖 .....	103
圖 4.6.5	視聽多媒體重要-表現分析圖 .....	104
圖 4.6.6	解說媒體各題項重要-表現分析圖 .....	105

附圖 5.3.1	遊客對遊憩動機同意度的百分比分配.....	144
附圖 5.5.1	金門國家公園整體滿意度之百分比分配 .....	149
附圖 5.7.1	遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 不含首次到訪 ) .....	151





# 第一章 前言

## 第一節 計畫緣起

金門國家公園於 84 年 10 月 18 日公告成立，為國內首座以保育珍貴史蹟及文化資產為主體之國家公園，亦為我國第六座國家公園，區域內包含豐富的戰役紀念史蹟、自然生態資源、傳統村落與人文史蹟。金門國家公園管理處劃定原則包括：重點保存傳統聚落之建築景觀及古蹟遺址、適度保存自然生態復育區、區分國家公園與鄰近都市計畫區之發展原則，劃定古寧頭、太武山、古崗、馬山、烈嶼五大區域。金門國家公園自民國 84 年成立以來，為了服務遊客及發展觀光遊憩，共計成立了四個旅客服務中心：乳山遊客中心、中山林遊客中心、雙鯉溼地自然中心、烈嶼遊客中心；三個戰史館：八二三戰史館區、古寧頭戰史館區、湖井頭戰史館區，及水頭的金水國小、僑鄉文化館、經國紀念館等展示館。

遊客中心與展示館是解說的管理中心，是國家公園中一個主要的解說場所，讓遊客可以在此取得與金門國家公園相關資訊，例如：人、事、時、地、物、自然、人文、歷史等。遊客中心與展示館替遊客收集整理了各式各樣的參考資料，因此俱備了與博物館類似的功能，是介紹園區內戶外的自然、人文、建築、歷史、環境、生態等給遊客，進一步引領遊客走出戶外的入口、導引與教育遊客等功能，並可以促進遊客認識與理解戶外自然或歷史現象等意義。當代之遊客中心/展示館的規劃，甚至將展示融入建築物本體，讓展示主題更明顯與協調的展現在遊客眼前。

金門國家公園充滿深刻的閩南文化與地景、生態環境，猶如一座活生生的博物館。隨時代轉變，社會、經濟、生活型態與教育理念不同，為了因應到訪遊客的特定目的與需求，今日遊客中心與展示館朝向提供動態展示方式，鼓勵遊客參與、並順應遊客的喜好，以「遊客需求」為中心。遊客成為遊客中心最重視的主角。透過對遊客中心遊客特性、參與動機、需求與滿意度等調查研究，掌握遊客的目的與需求，進而擬定體貼遊客所需的策略與規劃，以獲得遊客的青睞，這種「以客為尊」的行銷導向，將有助於提升遊客中心在面臨各種休閒活動市場上的競爭力與形象。

遊客中心與展示館是解說的管理中心，而解說是一種「以客為主」的溝通服務。不管是人員或非人員的解說，其第一線解說服務的能力表現或展示成效攸關機構形象，也是遊客獲取相關服務的可靠來源。因此，檢視遊客中心的解說媒體服務成效，不管從遊客服務或經營管理的角度，都有其必要性。Machlis ( 1986 ) 認為如果國家公園員工缺乏長期重視解說服務的評估結果並據以改善的話，很難

提升服務品質。金門國家公園管理處各遊憩景點、遊客中心及展示館每年服務多數蒞金參訪遊客及地區民眾，加上擴大實施小三通後，服務之遊客類型更顯多元，為創新精進為民服務品質，建構友善環境，回應民眾需求，有效提升為民服務工作品質，深植以客為尊的服務理念，本研究將掌握遊客的需求與對解說媒體的滿意度，希望瞭解目前的現況，以作為長期關注解說媒體服務成效的變化與改善的基礎依據，並作為管理處未來解說服務之經營、管理參考。

## 第二節 計畫目的

金門國家公園成立多年來在解說服務提供方面已有完整的發展結果，因此，本調查將掌握遊客的需求與對解說媒體的滿意度，希望瞭解目前的現況，以作為金門國家公園管理處長期關注解說媒體服務成效的變化與改善的基礎依據，及未來解說服務之經營、管理參考，以提升整體服務品質。本調查主要目的包含：

- (一) 瞭解金門國家公園遊客的基本資料、旅遊特性、遊憩動機、對解說媒體的重視度(預期想法)和表現度(實際體驗滿意度)、對國家公園的整體服務滿意度、推薦度與重遊意願。
- (二) 瞭解遊客之基本資料、旅遊特性與遊憩動機間的關係。
- (三) 瞭解遊客之基本資料、旅遊特性與解說媒體間的關係。
- (四) 瞭解遊客遊憩動機與解說媒體的重視度(預期想法)和表現度(實際體驗滿意度)間的關係。
- (五) 瞭解遊客之基本資料、旅遊特性與整體服務滿意度、推薦度與重遊意願間的關係。
- (六) 以兩階段調查結果進行趨勢分析、改善情形及執行成效等。
- (七) 總體而言，依據調查與分析結果，提供金門國家公園管理處未來制定服務品質改善與強化顧客行銷之建議及相關經營管理之參考建議。

## 第三節 計畫實施內容

本部份介紹計畫的構想與進行的方式。本計畫係針對遊客參觀金門國家公園之遊客中心或展示館，從事各項參觀與遊憩活動時，對遊客中心或展示館的解說媒體的需求與滿意度進行調查。本計畫根據以上所述及遊客的需求與對解說媒體的滿意度的相關文獻所提的各項構念，並參考金門國家公園(2004)之「九十三年度金門國家公園遊客滿意度調查報告」、金門國家公園(2007)之「金門國家公園遊客調查與評估」、金門國家公園(2008)年之「金門國家公園解說

服務遊客滿意度調查與評估」、金門國家公園(2009)年之「金門國家公園解說服務遊客滿意度調查分析」等調查報告與陳玉釧(2007)年之「遊客對玉山國家公園塔塔加遊客中心解說媒體滿意度之研究」學術研究報告之調查研究方法，進行本計畫的調查設計。以下為本計畫之調查範圍與調查執行流程。

## 一、調查範圍

本研究調查對象為民國 99 年 4 月 1 日起至 99 年 12 月 15 日間到訪金門國家公園之遊客，並依遊客不同屬性，將遊客分為兩部分：1)來自台灣遊客(包括來自台灣的遊客、金門本地居民)，含來自台灣之外國遊客；2)來自大陸遊客。問卷訪談地點至少包括中山紀念林遊客中心、乳山遊客中心、雙鯉溼地自然中心、古寧頭戰史館、八二三戰史館、湖井頭戰史館、金水國小及經國紀念館等遊客服務中心或展示館。

## 二、調查執行流程

本計畫執行流程步驟包含五個階段，(如調查流程圖)，茲分述如下：

- (一) 調查範圍確立：計畫緣起與目的、計畫實施內容及調查方法與流程。
- (二) 抽樣與現場調查：問題設定、問卷設計與抽樣設計、問卷修改與專家審查、預試與執行調查。
- (三) 成果彙整：調查成果的彙整、建檔與檢誤。
- (四) 調查成果分析：調查成果分析(定量分析與定性描述)、關鍵因子歸納。
- (五) 結論與建議：依據調查成果，對金門國家公園管理處未來解說服務之經營、管理進行整體評估，並提出結論與建議。

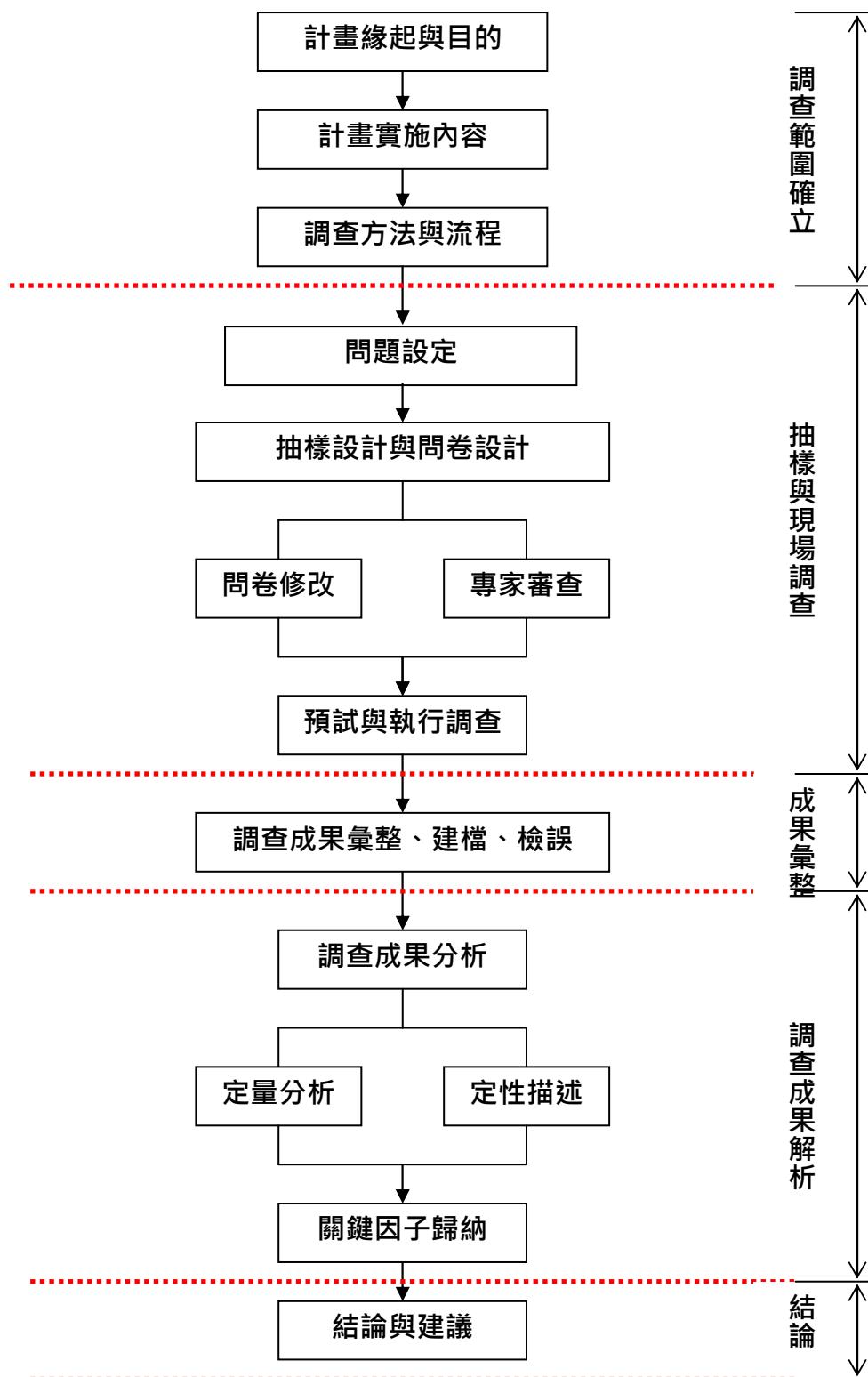


圖1.1.1 計畫執行流程圖

## 第二章 相關研究回顧

本章依序針對解說服務 ( Interpretive Service )、遊客滿意度 ( Visitors Satisfaction ) 與重要度—表現程度分析表 ( Important-performance Analysis, I.P.A ) 的定義與相關文獻進行探討，茲將分述於如下各節。

### 第一節 遊客特性

在 1960 年代以後，環境保育為主流觀念的潮流下，遊憩相關之研究開始著重在遊客的遊憩利用對生態環境所可能造成的影響。1970 年代，Driver ( 1970 ) 等人倡議以遊客 ( 人 ) 為主的遊憩行為體驗實證研究，使遊客獲得滿意的遊憩體驗，成為主流。此階段研究中，獲致共同的結論：包含性別、年齡、教育、職業、所得、家庭和經由實際參與經驗而形成意識、偏好、決策與資訊等的遊客特性，均會影響遊客之遊憩動機與遊憩環境選擇 ( 李銘輝，1992 )。

當代產業以服務業為主，體驗經濟的概念成為服務業奉為創新的策略，因此，滿足遊客的需求，提供遊客優質體驗，應用遊客特性於遊憩行為等相關主題之研究，在國內外的產業界與學術界皆成為普遍認同之作法。Sessoms ( 1961 ) 曾將 1950 至 1960 年代發表之 48 篇論文整理後，認為遊客特性之年齡、收入、職業、居住地點、家庭組職狀況等，對戶外遊憩活動有絕對影響關係。但是，Outdoor Recreation Resource Review Commission ( ORRRC ) 於 1962 年使用年齡、性別、所得、職業、教育、婚姻和居住地點研究戶外遊憩行為發現，上述變項只能解釋百分之三十的行為 ( 李銘輝，1996 )，對於影響休憩活動參與的其他變數，應加以重視。也就是，遊憩行為之遊客特性研究，早期大多利用社經背景、人口統計屬性及地理變數來探討遊客特性 ( Burdage，1969 )，若單獨採用此類變數僅能瞭解遊客的基本特徵，無法深入的探討遊客行為的差異，因此，輔以遊客動機、滿意度與忠誠度等其他變項的綜合研究，將提供更豐富的遊客特性與行為面向。

傳統的遊客特性研究中，常採用社經背景等因子來解釋研究對象之特性 ( Madrigal and Kahle，1994 )。Cheek ( 1976 ) 認為性別、年齡、教育、職業、所得、社會地位、居住地、宗教和人種等社經因素，有助於瞭解遊客之特性。本研究計畫參考多份研究報告所使用之個人基本資料使用之變數，探討之人口統計變數包含性別、年齡、教育、職業、交通、居住地點、收入等七項變數，分別介紹如下：

一、性別：男女由於身體構造、心理素質、社會規範、價值觀，以及所扮演的角

- 色不同，其外顯行為會對事物的看法與需求上都會有相當程度的差異。男女性別在旅遊參與觀念與行為也會有所差異。
- 二、年齡：年齡與個人身心發展的關係相當密切，人因年齡不同，無論在體能上、價值觀、生活經驗、受社會及同儕之影響，乃至於旅遊動機、行為與需求上都有差異。
- 三、教育程度：受教育乃是知識獲取的最快最直接的方法。教育程度代表人們學習歷程，將對態度產生相當之影響，教育程度的不同可能會導致人員解說服務滿意度的要求不同，或對生態旅遊活動的重視程度不同。
- 四、職業：職業的不同會造成旅遊時間長短、生活型態等不同，對於人們之旅遊需求與遊憩行為皆會產生影響。
- 五、交通距離：居住地點與旅遊景點的交通時間距離會影響遊客休憩行為次數與旅遊意願。
- 六、居住地：根據引力模式，人們因居住地不同，對於從事旅遊活動的意願將有不同。例如，居住距離較遠的遊客從事遠距離旅遊活動時，若無法當天往返，只能在較長旅遊假期才前往。因此，居住地點之皆對旅遊參與意願及次數產生影響。
- 七、平均月收入：收入的多寡造成人們可用於生活必須開銷以外的經濟能力的差異。而在現今需要付費參與的旅遊活動，人們對於旅遊支出的預算與安排更直接影響其活動與意願以及頻度。

## 第二節 解說服務

### 一、解說服務

解說之父 Tilden ( 1957 ) 認為解說是一種教育性活動，目的在經由原始事物的使用，以揭示其意義與關聯，並強調親身體驗及運用說明性之方法或媒體，而非僅傳播事實的知識，故解說是一種訊息傳遞的服務，目的在告知及取悅遊客，並闡釋現象背後所代表的涵義，藉著提供相關的資訊來滿足每一個人的需求與好奇，同時又不偏離中心主題，期能激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱情 ( 吳忠宏，1997 )。所以解說亦可解釋為在特定的休閒遊憩區內對遊客提供的服務，本質上是一種強調親身體驗的教育性活動，其目的在運用人員對非人員等各種媒介，使遊客能對當地環境或參與的活動有所瞭解，並且在傳達資訊和事實之外，進而激發出遊客對環境的欣賞與對活動的熱忱 ( 林欣慧，2002 )。

而在國內外亦有多位學者對解說有不同之定義，如表 2.2.1。

表 2.2.1 解說服務之定義

學者	定義
Tilden ( 1957 )	解說是一種教育性活動，目的在經由原始事物的使用，以揭示其意義與關聯，並強調親身體驗及運用說明性之方法或媒體，而非僅傳播事實的知識。
Sharpe ( 1982 )	在公園、森林、休憩點及其他類似的遊憩地區所提供的服務。在放鬆與恢復精神的功能之外，滿足遊客對當地自然與文化資源「知」的需求。
陳昭明 ( 1983 )	「解說」係將複雜的遊樂環境，尤其是主要之特性傳達給遊客之工作，以激起接受解說者對環境之注意、瞭解，除獲得新的感受及新的愉快經驗外，並由此對環境維護之熱忱，進而獻身於該項工作。
張明洵、林玥秀 ( 1992 )	運用各種媒體傳達溝通的一種教育性活動，它藉由許多媒介使訊息的傳遞者與接受者有所互動。其目的在透過實際的物品、第一手經驗和解說媒體來顯示出其目的意義和關係，而不只是陳述表面的資訊或事實。
簡益章 ( 1994 )	「解說」是一種溝通自然知識之意識交流、手段與設施之綜合體，不但可適切地詮釋自然環境資源之重要性，更有助於遊客之行為管理，可以發揮教育性、娛樂性與宣傳性之功效，更促使遊客體會於環境中所扮演之角色，從而加深環境保育之觀念。
吳忠宏 ( 1997 )	「解說」是一種訊息傳遞的服務，目的在告知及取悅遊客並闡釋現象背後所代表之涵義，藉著提供相關的資訊來滿足每一個人的需求與好奇，同時又不偏離中心主題，期能激勵遊客對所描述的事物產生新的見解與熱情。
林欣慧 ( 2002 )	解說是在遊憩區對遊客提供的服務，本質是一種強調親身體驗的教育性活動，其目的在運用人員及非人員等各種媒介，使遊客能對當地環境或參與的活動有所瞭解，並且在傳達資訊和事實之外，進而激發出遊客對環境的欣賞與對活動的熱忱。

資料來源：陳惠如，2003

綜合上述，「解說」可以釋義為：是一種訊息傳遞、意識交流的媒介，期望遊客在從事遊憩行為時，藉由提供相關的資訊，使得遊客能對當地之生活、生態、文化、歷史等有所瞭解，並且能與環境產生關聯與變化。因此，有效的解說能有助於遊客之行為管理，並且能增進遊客的遊憩體驗品質，以及延續對於相關主題

的好奇心。

## 二、解說媒體

解說活動的進行必須運用適當的媒介，以達到將訊息傳遞給遊客之目的。解說媒體是指將解說訊息、主題傳達給遊客的方法、設置及工具( Sharpe, 1982 )。解說媒體可分為人員解說及非人員解說兩大類( Sharpe, 1982; 楊明賢, 1999; 張明洵、林玥秀, 2002 )。故張明洵、林玥秀( 民 91 ) 依據 Sharpe ( 1982b ) 之解說媒體分類為基礎，將國內解說媒體分為：人員解說服務及非人員解說服務兩種。其中，人員解說服務分為：1.諮詢服務；2.知性之旅；3.據點解說；4.現場表演；而非人員解說服務則包括：1.人員解說服務視聽器材；2.解說標誌牌；3.解說出版品；4.自導式步道；5.自導式汽車導遊；6.展示設施；7.遊客中心。

而莊曉琪( 2004 ) 將目前各遊憩景點所提供之解說媒體，分為人員解說及非人員解說兩大類，其中人員解說有四種，而非人員解說有八種，說明如下：

### (一) 人員解說或參與式解說服務

1. 諮詢服務：解說員在特定地點或機動性地點，提供遊客旅遊或解說服務的相關問題等。
2. 知性之旅：解說員配合遊園火車或巴士、解說步道等方式，引導遊客從事先規劃好的路線作現地旅遊參觀。
3. 據點解說：解說員在特定地點針對特定主題作解說。
4. 現場表演：解說員以舞蹈、舞台劇、或趣味活動等方式，呈現當地的文化襲產、歷史或戰役故事。

### (二) 非人員解說或非參與式解說服務

1. 解說出版品：將遊客想知道的訊息印刷於紙張、卡片、布面、或錄製於卡帶、影帶、光碟上，隨時提供遊客即時閱讀之資訊，包含：各類型之摺頁、單張式的清單、光碟、雷射影碟科技等。
2. 視聽器材：乃是透過聲音、影像、音效來傳達訊息，可供個人或團體使用，有時也會依情況所需配上真實的聲音、不同的語言、適切的配樂和自然原始的樂聲，例如：幻燈片、電視、音響及電腦多媒體導覽系統。這些視聽器材通常配置於解說展示館和遊客中心。
3. 解說標誌牌：以圖示、標示或文字等方式，解釋或說明一特定主題或事件，它們通常不會發聲。依用途可分為：方向牌、一般解說牌、標示小名排三種。
4. 自導式步道：在一條專供徒步的自然小徑上，沿途旅客可參考解說牌、自導式步道解說手冊、或遊客自行攜帶隨身聽，播放管理部門提供的解說資料卡帶。遊客可以自行安排行程做觀賞活動是自導式步道的一項特色，適用於家



庭式旅遊。

5. 自導式汽車導遊：在步道上設置聲音柱或聲音箱，並利用收音機的頻道，告知汽車上的遊客沿路之解說據點、路況、天氣或解說活動。
6. 遊客中心：通常座落於遊憩區的入口，是解說的主要場所，提供遊客許多解說媒體，如資訊導覽系統、展示中心、劇場、人員解說視聽媒體等。
7. 展示設施：通常指位於室內的展示解說媒體。展示設施包含了實體模型、動植物生態造型、水族箱、壁畫等。
8. 互動式電腦展示：以電腦科技的方式，讓遊客獲得他們所需要的資訊。互動式電腦展示的用途有三種：作查詢裝置、個人旅遊導覽、及模擬器。

綜合上述文獻可知，不同的解說媒體各具有不同的特性，且沒有一種解說媒體既是可以吸引遊客，又可使於管理單位的製作與維護，因此，管理單位常利用不同性質的解說媒體，以達到解說及遊憩體驗的效果(張明洵、林玥秀，民 91)。

本研究擬參考上述人員解說服務與非人員解說服務，並根據金門國家公園實地所提供的解說媒體中，遊客使用率較高之解說媒體進行重視度與滿意度之調查研究，調查項目包含解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體(例如：幻燈片、影片播放等)等。因此，在評估遊客對金門國家公園解說媒體的設置，大多是藉由訊息的傳遞者以各種類型的工具、方法將訊息傳達給遊客，而各家學者皆對解說服務做過相關的分類如表 2.2.2 所示。

表 2.2.2 解說服務之類型

學者	類型	媒體
Sharpe ( 1982 )	參與式解說	資訊服務、引導性活動、專題演講、現場解說。
	非參與式解說	解說牌、自導式步道、解說摺頁、遊客中心。
蔡惠民 ( 民 74 )	人員解說	專業解說員、常年與季節性之義工或特約解說員。
	非人員解說	印刷出版品、視聽出版品、室內展示、室外解說、區外解說。
張明洵、林玥秀 ( 民 91 )	人員解說服務	資訊服務、知性之旅、據點解說以及現場表演。
	非人員解說服務	視聽器材、解說標誌牌、解說出版品、自導式步

		道、自導式汽車導遊、展示設施以及遊客中心等 方式。
莊曉琪 ( 民 93 )	人員解說或參與式解說 服務	諮詢服務、知性之旅、據 點解說、現場表演。
	非人員解說或非參與式 解說服務	解說出版品、視聽器材、 解說標誌牌、自導式步 道、自導式汽車導遊、遊 客中心、展示設施、互動 式電腦展示。

資料來源：本研究整理

### 第三節 遊客滿意度

#### 一、滿意度

從動機之研究發現：影響遊憩動機的因子是個人的特性、過去經驗、社經地位等；而遊憩動機進一步影響遊憩期望，並在實際參與遊憩行為後產生不同的遊憩體驗與滿意度；其中影響滿意度的因子分為四方面：個人特質、遊憩動機、遊憩期望與遊憩體驗，而個人特質方面則包括心理結構、社會地位、過去經驗等 ( Clawson & Knersch, 1966, 引自江宜珍, 2002 )。而在滿意度的定義方面，Getzels, Lipham, & Campbell(1968)認為滿意度是一種存在於個人與組織期望兩者間一致性函數；當個人需要與組織期望一致時，則滿意度將達到最高峰；但當個人需要與組織期望不一致時，則滿意程度自然降低。而組織期望與個人需要傾向，是受到文化價值所影響，不同文化價值將導致不同程度的滿意感覺。

Knowles(1970)認為高興的感覺或積極的態度就是滿意，反之即為不滿意。「滿意」是指願望或需求的達成，每個人在不同生命週期有不同的學習需要或願望，假如個人達成這種需要或願望，則個人感到滿意，否則會感到不滿意而不再學習。以下進一步探討影響滿意度之因子。

蔡伯勳(1986)對滿意度的解釋為：遊客(個人因素)在特殊的心態(期望)下，選擇至特殊的遊憩區(環境因素)，從事某種特殊的行為(活動因素)，而得到一種特殊的綜合感受；將此感受與先前的期望作比較而界定遊憩滿意度的達成程度。故影響滿意度的因素為「個人方面」：包括職業、教育、經歷、偏好、動機與當時的期望等；「環境方面」又分三大項：自然環境因素 - 指自然環境資源如森林、溪流等；社會環境因素 - 遊客密度、交誼機會、學習功能等；經營措施因素 - 費

用、解說設施、交通問題、維護與管理等；「活動種類方面」：各種活動類型；以及「體驗方面」。

李朝盛(1986)在解說規劃模式的實證架構中則提出：「遊客特性」、「遊憩需求」與「遊憩活動」皆會影響遊客對解說媒體之偏好。侯錦雄(1990)認為不同的社經特徵，在不同的文化影響下產生互異的態度、偏好與動機，這些因素皆又以不同方式影響對滿意度的知覺。黃淑美(1996)之研究檢定遊客特性與住宿設施及服務滿意度因素間的差異。結果顯示遊客之社經背景特性，包括年齡、婚姻狀況、職業、教育程度及月收入等，及遊客旅遊特性包括住宿資訊來源、投宿決策者與住宿設施及服務滿意度因素間皆有顯著的差異。陳信甫、郭春敏(1999)探討東北角風景區福隆遊客中心的遊客對解說環境服務的滿意度，發現整體滿意度受到遊客特質、使用動機及環境因子的影響。王淮真(2001)探討國立故宮博物院的遊客屬性與導覽服務期望與滿意度的關係，發現影響導覽人員期望與滿意度的個人屬性因子有：年齡與教育程度等。

劉慶宗(2001)以博物館觀眾所做的研究，研究結果認為觀眾的性別以及婚姻狀況對於解說整體與部分設施的滿足情形有顯著差異，其餘變項包括：年齡、教育程度、職業、居住地、參觀次數、來館目的與認知、團體類型、停留時間、參觀經驗等與滿意度的關係皆略有不同但沒有顯著差異。吳佩修、朱斌好(2001)探討解說員對於觀眾參觀經驗的影響，發現有解說員的組別對於「參觀路線」的滿意度明顯高於無解說員的組別組；顯示解說媒體的不同會影響民眾之滿意度。吳忠宏、江宜珍(2002)的研究結果顯示：民眾之「自我充實動機」會與各項解說媒體的滿意度成顯著相關，且民眾前往參觀之「機構特質動機」與解說牌、視聽多媒體、參觀指引以及解說員四項滿意度有顯著相關。

## 二、解說服務滿意度

Knudson et al. (1991)認為「解說(interpretation)」不同於「資訊(information)」，在於「解說」透過展示或解釋，來傳遞有意義的事物；「資訊」為從研究、體驗或教導所得到知識。解說之父 Tilden (1977)也指出：好的解說通常會使用各種資訊作為原始材料，將這些資訊活潑運用，使之對遊客產生吸引、興趣、並清楚瞭解資訊對遊客的意義。遊客對景點的瞭解與關心程度，全賴解說服務(節目或活動)的提供。總言之，解說及扮演傳遞溝通文化與自然資源的角色。透過逐漸灌輸瞭解與欣賞資源的過程，展現各種不同的資訊選擇，來體驗資源，即所謂「解說」。因此，解說展現之方法通常概分為人員解說(或參與式解說，attended service)與非人員解說(或非參與式解說，unattended service)兩大類(張明洵、林珣秀，1992)。其中，人員解說包含資訊解說

( information duty )、引導性活動 ( conducted activities )、專題演講 ( talk to group )、現場解說 ( living interpretation ) 等；非人員解說包含解說牌標誌牌 ( sign and labels )、自導式步道 ( self-guided trail )、自導式汽車導覽 ( moto tours )、解說出版品 ( publications )、展示室 ( exhibits )、遊客中心 ( visitor center ) 等。

解說服務目的，不僅提供遊客欣喜快樂的遊憩體驗，同時也提供遊客更富教育性的知識，及深入環境與心靈探索的體驗。透過感官直接觸摸、嗅覺、聆聽、觀察、品味大自然，甚至透過健行、涉水、實作等遊客實際參與過程，確實感受與自然融合唯一的體驗。藉由這些遊憩體驗，進而有更多不同的認識。解說服務的目的的達成，最終價值乃再藉由具有科學或人文素養訓練的專業解說服務，將公園遊憩管理的訊息傳達給遊客。

Ham 在 Machlis ( 1986 ) 所編輯之 *Interpretive Views* 一書中認為：基於展現政府對成本與花費為有效的控制、建立廉潔形象、對相關管理單位報告有解說服務之實際用處、解說可定期完成管理使命、提供遊客對解說服務回饋等理由，解說服務評估在公部門是絕對必須的。主要的解說服務評估類型約有四種：解說節目規劃(program planning)、解說節目監督 ( program monitoring )、解說服務之經濟效率 ( ecomic efficiency )、解說服務影響評估 ( impact assessment ) 等。解說服務評估之時間也區分為解說服務前、解說服務過程，解說服務後等，三時段之不同評估時間。解說服務評估方法，有行為直接衡量法 ( dirct mcasurcs of behavior )、遊客回饋觀察法 ( observation of audienve feedback )、遊客接受解說時間衡量法( timing of audience viewing/ listening time )、問卷法 ( questionnaires )、照片評估法 ( time-lapse photography ) 等，應用這些方法時，應同時兼具科學研究精神與社會研究方法考量，才不會使評估有所偏誤。上述之各種解說服務評估方法，僅為觀念層次，在實務驗證與執行操作上，仍需發展實際評估準則，方能有效實施。

國內不管國家公園、森林遊樂區、民營遊樂區或休閒農場，近年來都投入大量的人力和物力在提供解說服務方面，有關解說服務評估之文獻相當多，針對解說員服務滿意度評估之文獻卻相當有限。例如：歐聖榮( 1984 )與李青峰( 1987 )均曾探討遊客對解說員與解說媒體之需求或感受；吳鳳珠 ( 1994 ) 探討玉山國家公園塔塔加遊客中心多媒體解說機與室內展示實施的成效；楊婷婷 ( 1995 ) 研究台北市立動物園之大鳥籠解說摺頁效果；詹淑美 ( 1996 ) 以國立自然科學博物館科學中心為例，探討博物館內文字解說展示類目與文字解說應用情形；張詩悌 ( 1997 ) 以板橋林家花園為例，瞭解遊客對傳統庭園的學習效果；蔡淑惠 ( 1999 ) 評估科學館生命科學展示設施對國中生之解說效果。王淮真 ( 2000 )

與李世寶 (2002) 雖分別討論故宮博物院與東勢林場之解說員導覽滿意度或服務效果，卻仍未提供系統化評估解說服務滿意度之方法。

滿意度是知覺的功能與期望兩者間差異的函數，因此顧客滿意度是來自對於產品之功能特性或結果的知覺，以及個人對產品的需求，兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度，而二者之間若有差距存在，則會有正向滿意或負向不滿意的感覺，而當認知績效相等於預期時，則出現中度滿意或感覺無差異 (Koltero, 1996)。蔡伯勳 (1986) 認為滿意度是由個人期待獲得與實際獲得間的差異程度。

鄭順璉 (2002) 亦表示，滿意度為遊客在參與遊憩活動前預期的認知需求與實際參與後效果相對照的結果；若後者大於等於前者時，滿意度則相對較高。陳水源(1989)亦指出，遊憩體驗是遊憩者在其周圍環境中，藉由選擇而參與比較喜歡之遊憩活動，以獲得其生理上滿意之體驗。也就是說，經營管理者提供遊客遊憩體驗之環境屬性，使遊客選擇到其所偏好之環境，並參與其偏好之遊憩活動，以獲得其所需之滿意程度。因此，滿意度是一種可以直接評估的整體感覺，消費者將服務與其理想標準做比較，進而形成滿意或不滿意的感覺 (Fornell, 1992)。

綜觀上述文獻，本研究將解說服務滿意度釋義為：遊客對遊憩區內所提供解說媒體、解說主題之屬性，所產生之事前的需求程度與實際體驗後滿意度間之差異。

#### 第四節 重要—表現程度分析

重要度 - 表現程度分析表 (important-performance analysis, I.P.A.)，源自 1970 年代的多元歸因模式 (Multi-attribute Models) (Raymond & Tat, 2000)，之後被廣泛的運用在辨識商標、產品、服務、觀光、零售業之優勢與劣勢 (Kozak & Nield, 1998; Chu & Choi, 2000)。近年來部份學者則透過重要—表現程度分析法作為衡量觀光產業服務品質的方法。重要—表現程度分析法是一種藉由「重要-對消費者的重要性」和「表現-消費者認為表現情形」的測度，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的技術 (Sampson and Showalter, 1999)。

重要—表現程度分析法之分析步驟為列出解說導覽服務的各項屬性，並發展為問卷形式；讓遊客分別在預期想法與實際體驗兩方面針對這些屬性評定等級；以預期想法為縱軸，以實際體驗為橫軸，以各屬性在預期想法與實際體驗評定的等級為座標，將各項屬性標示在二維的空間裡；以等級中點為分隔點，將空間分成四個象限(高崇倫，1999；余幸娟，2000；Choi and Chut,2000)。

各象限所代表的意義如下：象限 I：旅客對象限 I 內之導覽解說服務很重視

度，但實際體驗到之導覽解說服務很不滿意度，落於此象限之服務表示是極需加強改善的焦點項目(concentrate here)。象限Ⅱ：旅客對象限Ⅱ內之導覽解說服務很重視度，並且實際體驗到之導覽解說服務也很滿意度，落於此象限之服務表示應該給予以繼續保持(keep up the good word)。象限Ⅲ：旅客對象限Ⅰ內之導覽解說服務很不重視度，但實際體驗到之導覽解說服務很不滿意度，落於此象限之服務表示可將這些服務擺於順序較後須改善的項目(low priority)。象限Ⅳ：旅客對象限Ⅰ內之導覽解說服務很不重視度，但實際體驗到之導覽解說服務很滿意度，落於此象限之服務表示已能滿足旅客，不用過份強調(possible overkill)。

重要程度	象限Ⅰ 加強改善 (高重要度 vs 低表現度)	象限Ⅱ 繼續保持 (高重要度 vs 高表現度)
	象限Ⅲ 優先順序低 (低重要度 vs 低表現度)	象限Ⅳ 供給過度 (低重要度 vs 高表現度)
	表現程度	

圖2.1.1 重要—表現程度分格圖 (引自吳宗宏、黃宗成，2001)

## 第三章 計畫實施內容與方法

### 第一節 研究架構

本計畫研究架構是根據遊客對解說媒體需求與滿意度的相關文獻之探討，及參考金門國家公園 2004 之「九十三年度金門國家公園遊客滿意度調查報告」、2007 年之「金門國家公園遊客調查與評估」，金門國家公園 (2008) 年之「金門國家公園解說服務遊客滿意度調查與評估」、金門國家公園 (2009) 年之「金門國家公園解說服務遊客滿意度調查分析」等調查報告與陳玉釧 (2007) 年之「遊客對玉山國家公園塔塔加遊客中心解說媒體滿意度之研究」學術研究報告之調查研究方法，進行計畫研究架構的設計 (如圖 3.1)。

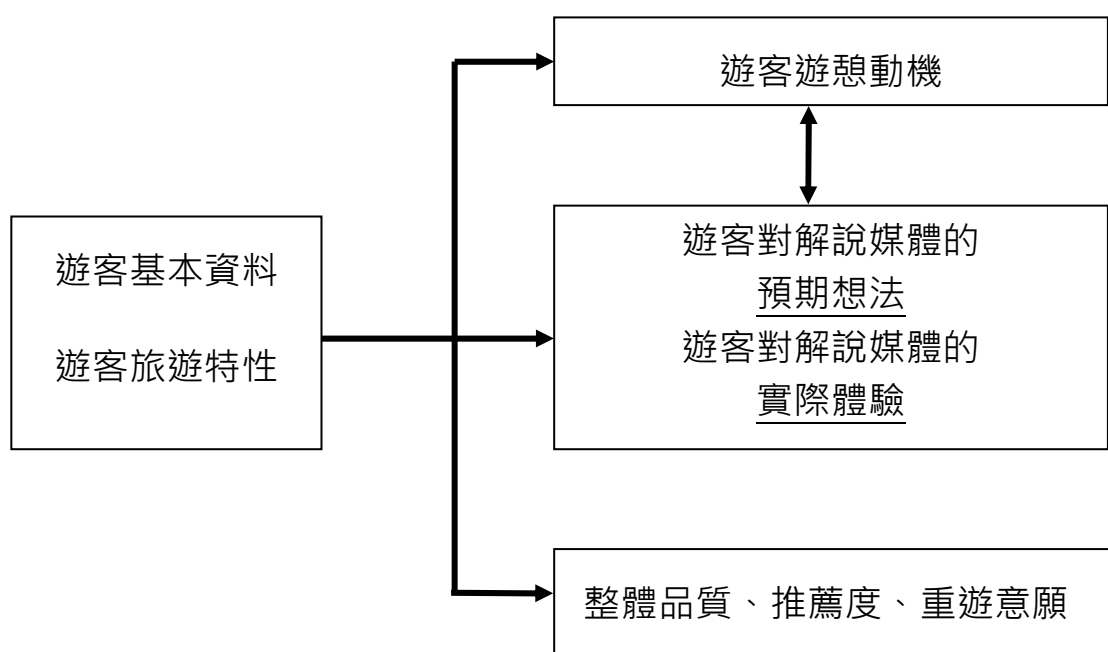


圖 3.1.1 研究架構圖

### 第二節 問卷設計

本調查採用問卷調查法，針對到訪金門國家公園園區遊憩景點、遊客中心及展示館之遊客進行問卷發放。本調查主要對象來源包含金門居民、台灣遊客、中國大陸遊客、外國遊客等。問卷以所欲衡量各變項之相關文獻為基礎，蒐集衡量各變項量表的問項，再針對本調查之調查區域的特性進行修正。問卷設計根據本調查所設定之問題設計問卷，問項中概念定義力求明確，問卷內容共分為五部份：

- (一) 受訪者基本資料：包含性別、年齡、學歷、職業、所得、居住地等。
- (二) 受訪者的旅遊特性：包含相關資訊取得、遊金門國家公園次數、此次使用的主要交通工具、遊客到訪之主要目的等。
- (三) 受訪者的旅遊動機：包含接近自然、尋找靈感、放鬆心情、紓解壓力.....等。
- (四) 受訪者對解說媒體的預期想法(重視度)與實際體驗(滿意度)：包含解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體等五種解說媒體。
- (五) 受訪者對金門國家公園整體滿意度：環境維護之清潔度、遊客中心內之吵雜度、提供遊客服務項目、提供遊憩活動之多樣性、區內自然資源受保護之狀況、區內景觀受維護之狀況、整體滿意度。
- (六) 受訪者對金門國家公園的推薦與回遊意願。

### 第三節 抽樣設計與樣本抽取

本研究調查將抽樣設計分為三部份：抽樣地點、抽樣設計、樣本抽取。

#### 一、抽樣地點

在資料收集方面，調查地點原則為金門國家公園之中山紀念林遊客中心、乳山遊客中心、雙鯉溼地自然中心、八二三戰史館、古寧頭戰史館、湖井頭戰史館、水頭金水國小、經國紀念館等遊客服務中心與展示館，針對遊客進行隨機抽樣調查。

#### 二、抽樣設計

本調查實施時間自民國 99 年 4 月 1 日起至 99 年 12 月 15 日止。本調查在實施問卷施測前，先進行訪員訓練，訪員訓練是為使訪員瞭解本調查之動機與目的及問卷內容，使其執行時能充分掌握整個調查過程，獲得受訪者的信任及答案。並於問卷設計完稿後進行試測(pre-test)，派遣研究相關人員前往國家公園之遊客中心與展示館實際進行測試訪談，以確定問卷是否便於操作，概念定義是否明確，問題提出是否適當，措詞是否簡潔清晰，同時可估計調查所需時間，必要時加以適度修正問卷，期使實際調查趨於完善。

本調查原則採用面對面訪問方式，派訪員前往調查地點，直接對旅客進行訪談。實際訪談前將由研究小組訓練訪視員，除加強訓練訪視技巧外，同時將使訪視員了解調查目的，並經歷實地演練後，方正式進行調查工作。另由計畫主持人擔任輔導訪視員，輔導訪視員根據作業標準訪視調查，解決相關疑難以提升資料品質，並於問卷回收後負責問卷的審核及譯碼工作。因調查地點為遊客中心與展



示館大廳，故利用遊客完成遊覽後，進行訪問請其填答問卷，並於訪問後贈送禮物，以提高旅客受訪率。

調查以 7 天為 1 週期，調查期間約分為 4 週期為調查基準週，基準週有 4 個調查基準日（二個假日及二個平常日），以控制樣本比例。抽取過程目的在於制定作業標準，以達隨機抽樣。調查基準日應抽出樣本，若不符控制特徵應抽數或因天候、災害等導致調查基準日為零時，將順延於下一個星期同一單元時間內補充。

### 三、樣本抽取

本研究調查時間為民國 99 年 4 月 1 日起至 99 年 12 月 15 日，本調查以全金門縣之居民及全年來金之旅客為母體，因此，本調查在 95% 的信心水準下，母體大小約為 60 萬，抽樣誤差百分之 $\pm 3$  為準，預計抽樣份數每階段為 2000 份，兩階段總共份數為 4000 份。計畫進度分為兩階段：第一階段 98 年 04 月至 98 年 07 月完成第一次調查分析成果，並於 98 年 07 月底提出簡報；第二階段 98 年 08 月至 98 年 12 月完成第二次調查分析成果，並於 98 年 12 月 15 日前提出簡報。依本調查研究方法，抽樣母體結構的推算，在 95% 的信心水準下，以抽樣誤差百分之 $\pm 3$  為準，抽樣份數每階段至少為 1067 份，兩階段至少應為 2134 份，但為提高本研究調查之信度與效度，及達成本研究調查工作項目之一：希望能針對不同遊客來源(1.台灣遊客（金門居民、台灣遊客、外國遊客）、2.中國大陸遊客)進行比較分析，並考量可能的遺漏值，故每階段以施測 2000 份問卷為目標，兩階段共為 4000 份。

## 第四節 資料分析方法

根據本研究之研究目的，進行資料的分析與檢測。資料的整理步驟如下：

- (一) 問卷審核：訪視員將完成問卷繳回後，由研究小組輔導員負責問卷審核的工作，以確保調查對象準確及調查問項之完整。
- (二) 資料譯碼及輸入：由研究小組負責全部問卷的譯碼及鍵入工作。
- (三) 資料檢誤：資料完成電腦建檔後，研究小組輔導員將依問卷內容設計程式檢誤，以檢出不符邏輯或不合理資料，加以修正。

資料完成建檔、檢誤後，將以 Excel、SPSS12 等統計軟體進行統計分析，探查各變項之分布情形，了解資料相關性。同時進行個別變數樣本代表性分析，以評估資料品質。確認資料品質後，使用下述資料分析方法進行分析。

- (一) 敘述性統計：利用次數分配、平均數、標準差與百分比等分析方法，以瞭

解所取得之樣本其基本屬性分佈狀況，並瞭解受訪遊客對解說說媒體的預期想法與實際體驗等各變項的分配狀況。

- (二) 信度分析：為瞭解量表之可靠性與有效性，本研究利用 Cronbach  $\alpha$  係數值來檢測本研究量表之信度，以確定量表之內部一致性。一般而言，係數大於 0.7 表示信度頗高；介於 0.35 至 0.7 之間屬於可接受之信度；低於 0.35 則為低信度，而總量表的 Cronbach  $\alpha$  值在 0.80 以上則具有良好信度。
- (三) 獨立樣本 T 檢定 (Independent Sample T-test)：假設變異數相等情況下，瞭解性別與遊憩動機、解說媒體需求、對解說媒體的預期想法、對解說媒體實際體驗等變項間，每一組樣本的平均數差異是否顯著。
- (四) 成對樣本 T 檢定：用以檢定同一群人，不同平均數是否有差異。在本計畫將用來檢定遊客對解說媒體的預期想法與實際體驗兩者間之平均數是否有差異。
- (五) 單因子變異數分析 (One-way ANOVA)：以本分析方法來檢定三分變數或三分變數以上對連續變項的影響。檢驗本計畫之三分變數以上 (交通工具、教育程度.....等)，與遊憩動機、解說媒體需求、對解說媒體的預期想法、對解說媒體實際體驗等變項間，每一組樣本的平均數差異是否顯著，如達顯著差異，再以雪費法 (Scheffe' s method) 進行事後比較。
- (六) 迴歸分析 (Regression Analysis)：是積差相關分析的擴大，進一步探討變項間的預測關係。本計畫使用多元迴歸分析中的逐步分析法，進行三組迴歸模式分析。首先以遊憩動機變項，對解說媒體需求此依變項進行分析，其他兩組分析皆以獨立變項：遊客特性、遊憩動機、解說媒體需求，以說明對於兩個依變項：對解說媒體的預期想法、對解說媒體實際體驗等的影響。
- (七) 因素分析：透過因素分析將一群具有共同特性的題項，抽離出背後潛在構念。針對遊憩動機進行分析，當球型考驗 (Bartlett' s test of sphericity) 達顯著，取樣適切性量數 (Kaiser—Meyer—Olkin measure of sampling adequacy, KMO) 係數大於 0.8，以主成份分析法 (Principle component analysis) 進行最大變異法之直交轉軸，結果同時考慮特徵值與陡坡圖進行因素數目決定與命名。

## 第四章 調查結果與分析

本調查從遊客滿意度的觀點，瞭解遊客遊覽金門國家公園並參觀遊客中心與展示館，從事各項參觀與遊憩活動時，對金門國家公園及所屬遊客中心與展示館的滿意度。調查項目包含：遊客基本資料、旅遊特性、遊憩動機、遊客對遊客中心與展示館的解說媒體的預期想法與實際體驗滿意度、遊客對金門國家公園整體滿意度、遊客對金門國家公園的推薦度、回遊意願度、國家公園整體品質的改善度等，相關調查結果將提供予金門國家公園做為服務品質持續提升及永續經營管理之參考。

本問卷調查於 99 年 05 月-06 月間進行資料收集工作，總計完成有效問卷 2168 份，抽樣誤差為  $\pm 2.10\%$ ，信賴區間為 95%，抽樣樣本分配如表 4.1.1。

表 4.1.1 抽樣樣本分配表

館名	調查工作日	份數(N)	百分比(%)
1.古寧頭戰史館	5/8(六)、5/9(日)、5/13(四)	271	12.5
2.雙鯉溼地自然中心	5/8(六)、5/9(日)、6/19(六)、6/20(日)、6/26(六)	259	11.9
3.乳山遊客中心	5/13(四)、5/14(五)、5/15(六)、5/16(日)	266	12.3
4.金水國小	5/22(六)、5/23(日)、6/12(六)、6/13(日)	280	12.9
5.八二三戰史館	5/20(四)、5/21(五)、5/22(六)、5/23(日)	260	12.0
6.湖井頭戰史館	5/29(六)、5/30(日)	266	12.3
7.中山林遊客中心	5/15(六)、5/16(日)、6/12(六)、6/13(日)、6/16(三)	279	12.9
8.經國紀念館	5/26(三)、5/29(六)、5/30(日)	287	13.2
合計	5月1日至6月30日	2168	100.0

本調查之受訪遊客對參觀金門國家公園之遊憩動機同意度的 Cronbach  $\alpha$  為 0.93、對遊客中心或展示館解說媒體的行前重視度的 Cronbach  $\alpha$  為 0.98、對遊客中心或展示館解說媒體的實際體驗滿意度之 Cronbach  $\alpha$  為 0.98，係數皆大於 0.7，表示本量表內部一致性高，可信度亦高。另外，對金門國家公園整體滿意度的 Cronbach  $\alpha$  為 0.93，其係數亦大於 0.7，表示本量表內部一致性高，可信度亦高。整體量表信度整理如表 4.1.2。

表 4.1.2 各項量表之信度

量表	題項	Cronbach $\alpha$
參觀金門國家公園之遊憩動機	共 15 題	0.93
對遊客中心/展示館解說媒體的行前重視度	共 25 題	0.98
解說員	共 5 題	0.96
解說出版品	共 5 題	0.96
展示室	共 5 題	0.96
解說牌	共 5 題	0.96
視聽多媒體	共 5 題	0.97
對遊客中心/展示館解說媒體的實際體驗滿意度	共 25 題	0.98
解說員	共 5 題	0.97
解說出版品	共 5 題	0.96
展示室	共 5 題	0.95
解說牌	共 5 題	0.96
視聽多媒體	共 5 題	0.97
對金門國家公園整體滿意度	共 7 題	0.93

## 第一節 樣本描述

### 壹、遊客基本資料之樣本分析

#### 一、人口統計變數之結構

遊客基本資料包括：性別、年齡、學歷、職業、平均收入、居住地區等六項，整理如下表 4.1.3，請參閱。

##### (一) 性別

受訪遊客之性別以「女性」最多，佔 53.2%，「男性」受訪遊客佔 46.8%，顯示「女性」受訪遊客多於「男性」。

##### (二) 年齡

受訪遊客之年齡以「31-40歲」最多，佔22.8%，「41-50歲」遊客佔20.9%為次之，「51-60歲」遊客佔19.9%為第三。

##### (三) 學歷

受訪遊客之學歷以「大學」最多，佔 29.0%，「高中、職」遊客佔24.7%為次之，「專科」遊客佔15.7%為第三。

##### (四) 職業

受訪遊客之職業以「工業」最多，佔 17.7%，「商業」遊客佔 17.1%為次之，「軍、公、教、警人員」遊客佔 15.0%為第三。

##### (五) 月平均收入

受訪遊客之每月平均收入以「3萬元以下」最多，佔 50.0%，「3萬-5萬元」遊客佔 30.9%為次之，「5萬-8萬元」遊客佔 12.9%為第三。

##### (六) 居住地

受訪遊客之居住地以「北部（基北桃竹苗）」最多，佔43.2%，「南部（南高屏）」遊客佔18.6%為次之，「金門」遊客佔14.6%為第三。

表 4.1.3 人口統計變數之結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、性別	女	1154	53.2
	男	1014	46.8
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
二、年齡	20歲以下	138	6.4
	21-30歲	364	16.8
	31-40歲	494	22.8
	41-50歲	453	20.9
	51-60歲	432	19.9
	61-70歲	222	10.2
	71歲及以上	65	3.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
三、學歷	國小(含以下)	246	11.3
	國中	247	11.4
	高中、職	536	24.7
	專科	341	15.7
	大學	629	29.0
	研究所及以上	169	7.8
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
四、職業	工業	384	17.7
	商業	371	17.1
	軍、公、教、警人員	326	15.0
	自由業	275	12.7
	家庭主婦	275	12.7
	學生	214	9.9
	退休人員	143	6.6
	服務業	86	4.0
	農、林、漁、牧工作人員	75	3.5
	其他	19	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
五、平均收入	30,000元以下	1084	50.0
	30,000-50,000元	670	30.9
	50,000-80,000元	280	12.9
	80,000元以上	134	6.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
六、居住地區	北部地區：基北桃竹苗	937	43.2
	南部地區：南高屏	404	18.6
	金門	316	14.6
	中部地區：中彰投雲嘉	201	9.3
	中國大陸	195	9.0
	海外	46	2.1
	東部地區：宜花東	45	2.1
	離島地區：澎綠蘭馬	24	1.1
<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>	

## 二、性別

調查結果顯示，受訪遊客之性別以「女性」最多，共有1154人(53.2%)，「男性」受訪遊客共有1014人(46.8%)，顯示「女性」受訪遊客多於「男性」，詳細資料參閱表4.1.4/圖4.1.1。

表 4.1.4 受訪遊客之性別分佈

性別	調查樣本	
	人數	百分比(%)
女	1154	53.2
男	1014	46.8
合計	2168	100.0

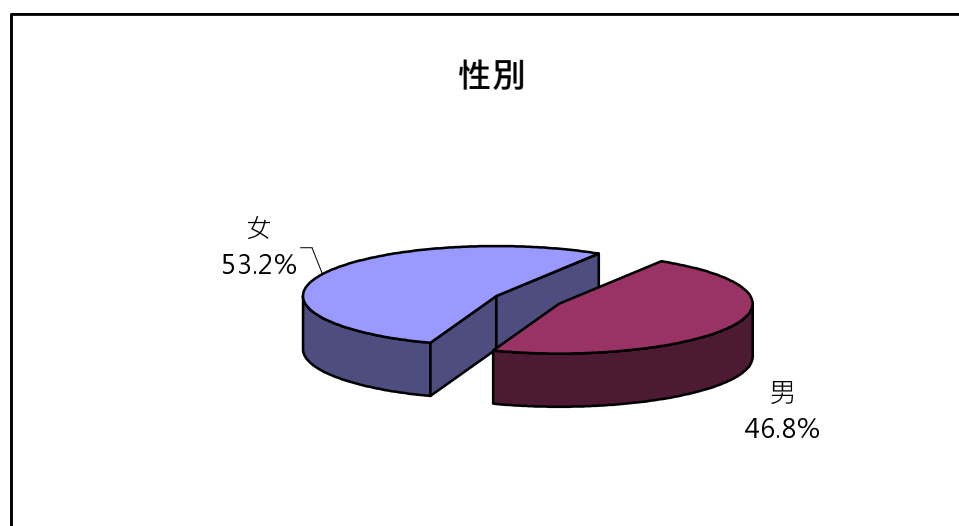


圖4.1.1 受訪遊客之性別分佈

### 三、年齡

調查結果顯示，受訪遊客之年齡以「31-40歲」最多，共有494人( 22.8% )，「41-50歲」遊客共有453人( 20.9% )為次之，「51-60歲」遊客共有432人( 19.9% )為第三，詳細資料參閱表4.1.5/圖4.1.2。

表 4.1.5 受訪遊客之年齡分佈

年齡	調查樣本	
	人數	百分比(%)
20歲以下	138	6.4
21-30歲	364	16.8
31-40歲	494	22.8
41-50歲	453	20.9
51-60歲	432	19.9
61-70歲	222	10.2
71歲及以上	65	3.0
合計	2168	100.0

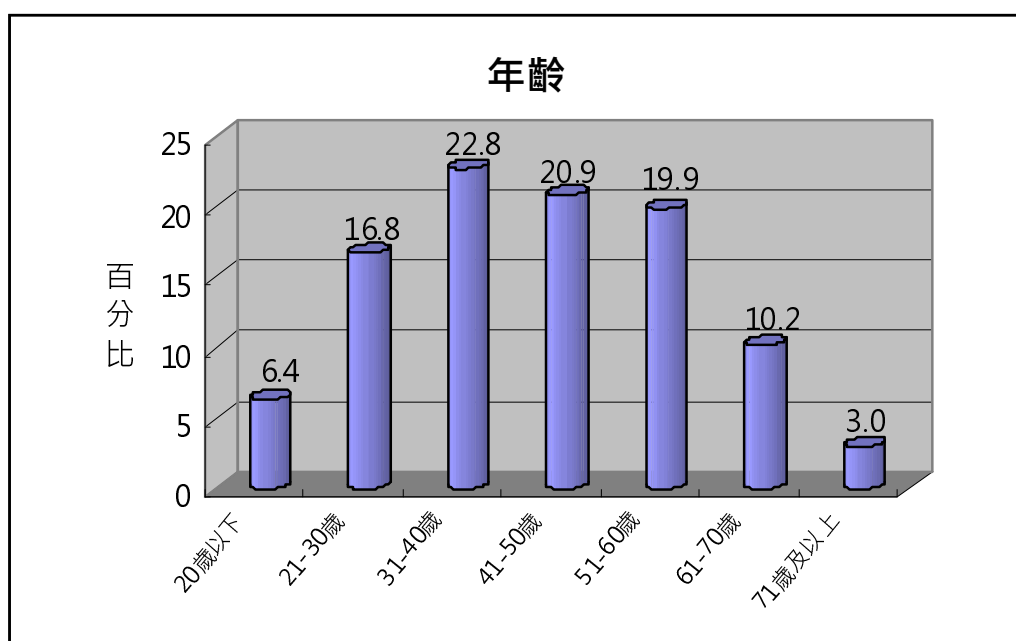


圖 4.1.2 受訪遊客之年齡分佈



#### 四、學歷

調查結果顯示，受訪遊客之學歷以「大學」最多，共有629人(29.0%)，「高中、職」遊客共有536人(24.7%)為次之，「專科」遊客共有341人(15.7%)為第三，詳細資料參閱表4.1.6/圖4.1.3。

表 4.1.6 受訪遊客之學歷

學歷	調查樣本	
	人數	百分比(%)
小學(含)以下	246	11.3
國中	247	11.4
高中、職	536	24.7
專科	341	15.7
大學	629	29.0
研究所及以上	169	7.8
合計	2168	100.0

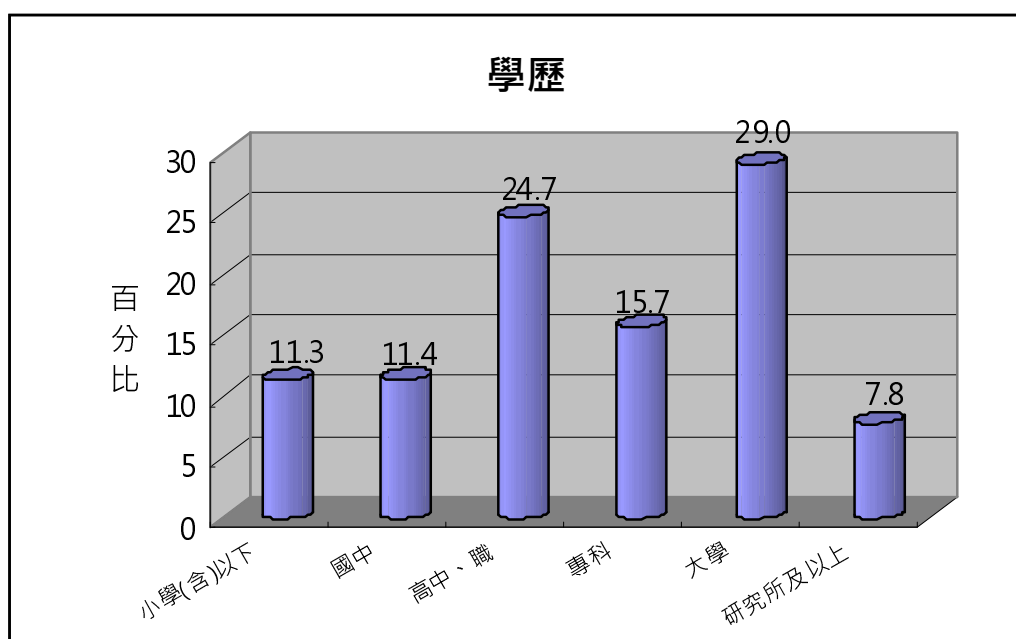


圖4.1.3 受訪遊客之學歷

## 五、職業

調查結果顯示，受訪遊客職業方面以「工業」最多，共有 384 人 (17.7%)，「商業」遊客共有 371 人 (17.1%) 為次之，「軍、公、教、警人員」遊客共有 326 人 (15.0%) 為第三，詳細資料參閱表 4.1.7/圖 4.1.4。

表 4.1.7 受訪遊客之職業

職業	調查樣本	
	人數	百分比(%)
工業	384	17.7
商業	371	17.1
軍、公、教、警人員	326	15.0
自由業	275	12.7
家庭主婦	275	12.7
學生	214	9.9
退休人員	143	6.6
服務業	86	4.0
農、林、漁、牧工作人員	75	3.5
其他*	19	0.9
合計	2168	100.0

\*選「其他」者填寫：待業中。

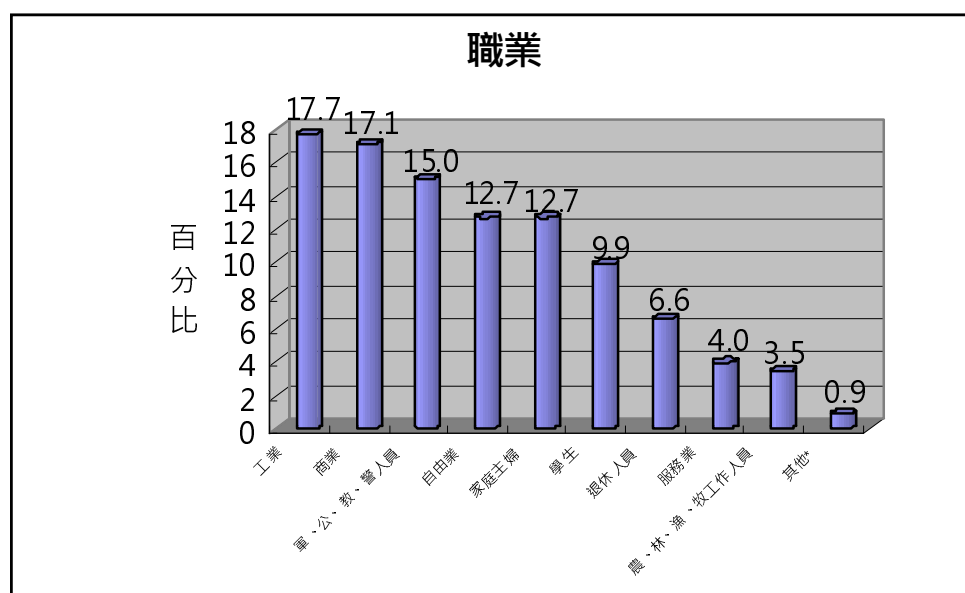


圖 4.1.4 受訪遊客之職業

## 六、平均收入

調查結果顯示，受訪遊客之每月平均收入以「3萬元以下」最多，共有1084人(50.0%)，「3萬-5萬元」遊客共有670人(30.9%)為次之，「5萬-8萬元」遊客共有280人(12.9%)為第三，詳細資料參閱表4.1.8/圖4.1.5。

表 4.1.8 受訪遊客之每月平均收入

平均收入	調查樣本	
	人數	百分比(%)
3萬元以下	1084	50.0
3萬-5萬元	670	30.9
5萬-8萬元	280	12.9
8萬元以上	134	6.2
合計	2168	100.0

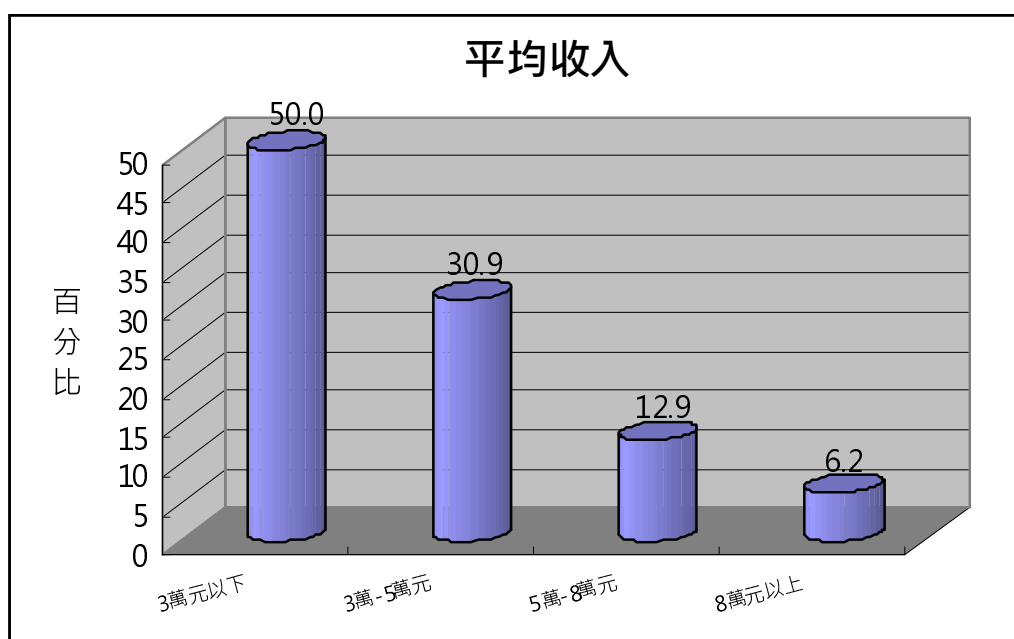


圖4.1.5 受訪遊客之每月平均收入

## 七、居住地

調查結果顯示，受訪遊客之居住地以「北部(基北桃竹苗)」最多，共為937人(43.2%)，「南部(南高屏)」遊客共有404人(18.6%)為次之，「金門」遊客共有316人(14.6%)為第三，詳細資料參閱表4.1.9/圖4.1.6。

表 4.1.9 受訪遊客居住地

居住地	調查樣本	
	人數	百分比(%)
北部(基北桃竹苗)	937	43.2
南部(南高屏)	404	18.6
金門	316	14.6
中部(中彰投雲嘉)	201	9.3
中國大陸	195	9.0
海外*	46	2.1
東部(宜花東)	45	2.1
離島(澎綠蘭馬)	24	1.1
合計	2168	100.0

\* 選「海外」者填寫：新加坡、馬來西亞、韓國、美國、香港、印尼、菲律賓。

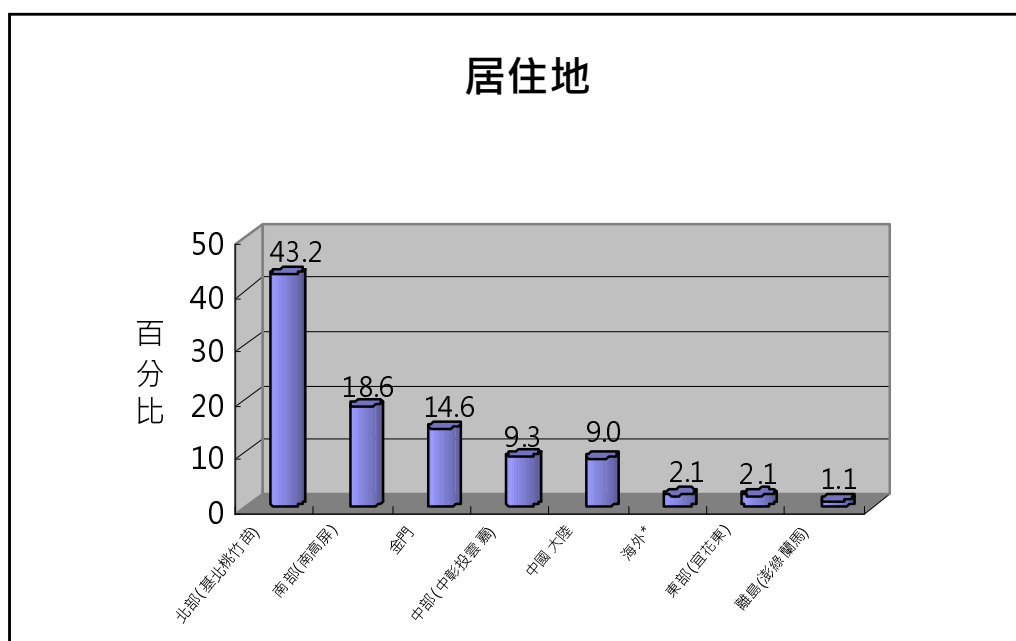


圖4.1.6 受訪遊客居住地

## 貳、旅遊特性之樣本分析

### 一、旅遊特性之結構

遊客旅遊特性方面包括：遊客旅遊資訊來源、蒞臨金門國家公園次數、使用交通工具、主要目的等四項，整理如下表 4.1.10，請參閱。

#### (一) 旅遊資訊來源

受訪遊客旅遊資訊來源以「旅行社介紹」最多，佔 45.3%，以「金門國家公園官方網站」者佔 26.0%為次之，以「親友同事介紹」者佔 24.2%為第三。

#### (二) 蒞臨金門國家公園次數

受訪遊客蒞臨國園次數以「第一次」前來最多，佔63.1%，來過「第二次」者佔14.9%為次之，來過「第六次以上」佔12.4%為第三。

#### (三) 使用交通工具

受訪遊客主要的交通工具，以搭乘「遊覽車」最多，佔71.8%，使用「轎車」者佔11.4%為次之，使用「機車」者佔7.1%為第三。

#### (四) 主要目的

受訪遊客到金門國家公園或展示館的主要目的，以「旅遊」最多，佔80.5%，「本地居民」者佔7.2%為次之，「商務洽公兼旅遊」者佔5.9%為第三。

表 4.1.10 旅遊特性之結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、旅遊資訊來源	旅行社介紹	982	45.3
	金門國家公園官方網站	563	26.0
	親友同事介紹	524	24.2
	電視報導	452	20.8
	報紙、雜誌報導	423	19.5
	旅遊宣傳資料	415	19.1
	其他旅遊資訊網站	327	15.1
	廣播報導	60	2.8
	其他*	16	0.7
	* 本題為複選題，百分比 = 人數 / 2168(問卷總份數)		
二、蒞臨次數	第一次	1368	63.1
	第二次	322	14.9
	第三次	134	6.2
	第四至五次	75	3.5
	第六次以上	269	12.4
	小計	2168	100.0
三、交通工具	遊覽車	1556	71.8
	轎車	248	11.4
	機車	153	7.1
	公車	97	4.5
	自行車	69	3.2
	步行	45	2.1
	小計	2168	100.0
四、主要目的	旅遊	1746	80.5
	本地居民	157	7.2
	商務洽公兼旅遊	127	5.9
	探親及訪友	119	5.5
	中轉旅客	17	0.8
	其它	2	0.1
	小計	2168	100.0

## 二、旅遊資訊來源

調查結果顯示，受訪遊客旅遊資訊來源以「旅行社介紹」最多，共有 982 人 ( 45.3% )，以「金門國家公園官方網站」者共有 563 人 ( 26.0% ) 為次之，以「親友同事介紹」者共有 524 人 ( 24.2% ) 為第三，詳細資料參閱表 4.1.11/ 圖 4.1.7。(本題為複選題)

表 4.1.11 遊客旅遊資訊來源

旅遊資訊來源	調查樣本	
	人數	百分比(%)
旅行社介紹	982	45.3
金門國家公園官方網站	563	26.0
親友同事介紹	524	24.2
電視報導	452	20.8
報紙、雜誌報導	423	19.5
旅遊宣傳資料	415	19.1
其他旅遊資訊網站	327	15.1
廣播報導	60	2.8
其他 *	16	0.7

\* 本題為複選題，百分比 = 人數 / 2168(問卷總份數)

\* 選「其他」者填寫：服役、家鄉、計程車司機、飯店告知、校外教學、當地居民。

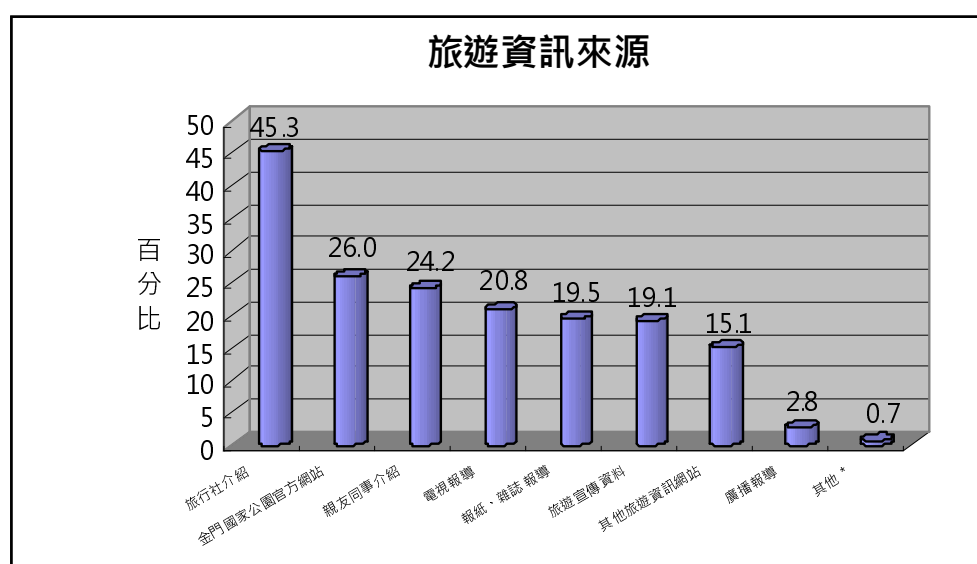


圖4.1.7 遊客旅遊資訊來源

### 三、蒞臨金門國家公園次數

調查結果顯示，受訪遊客以「第一次」前來最多，共有1368人（63.1%），來過「第二次」者共有322人（14.9%）為次之，來過「第六次以上」共有269人（12.4%）為第三，詳細資料參閱表4.1.12/圖4.1.8。

表 4.1.12 遊客蒞臨次數

蒞臨次數	調查樣本	
	次數	百分比(%)
第一次	1368	63.1
第二次	322	14.9
第三次	134	6.2
第四至五次	75	3.5
第六次以上	269	12.4
合計	2168	100.0

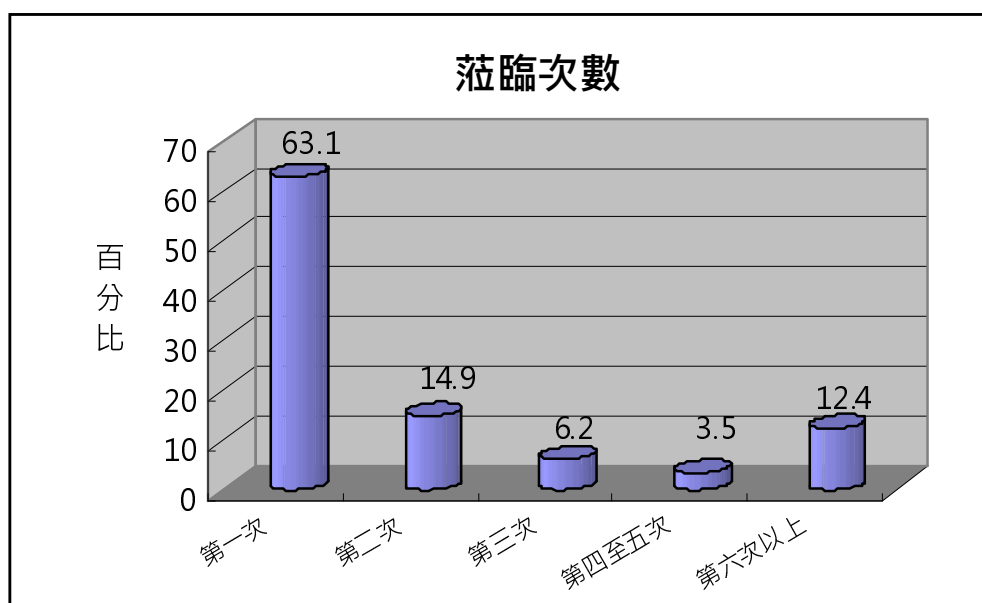


圖4.1.8 遊客蒞臨次數



#### 四、使用交通工具

調查結果顯示，受訪遊客主要使用的交通工具，以搭乘「遊覽車」者最多，共有1556人(71.8%)，使用「轎車」者共有248人(11.4%)為次之，使用「機車」者共有153人(7.1%)為第三，詳細資料參閱表4.1.13/圖4.1.9。

表 4.1.13 遊客搭乘交通工具

交通工具	調查樣本	
	次數	百分比(%)
遊覽車	1556	71.8
轎車	248	11.4
機車	153	7.1
公車	97	4.5
自行車	69	3.2
步行	45	2.1
合計	2168	100.0

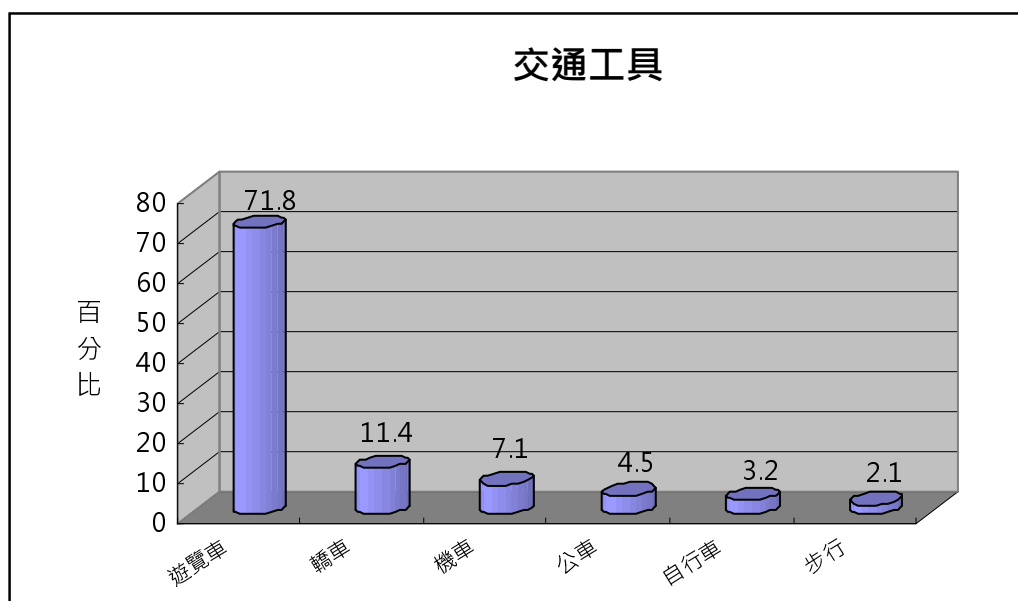


圖4.1.9 遊客搭乘交通工具

## 五、主要目的

調查結果顯示，受訪遊客到金門國家公園或展示館的主要目的，以「旅遊」者最多，共有1746人（80.5%），「本地居民」者共有157人（7.2%），「商務洽公兼旅遊」者共有127人（5.9%），詳細資料參閱表4.1.14/圖4.1.10。

表 4.1.14 到金門國家公園或展示館的主要目的

主要目的	調查樣本	
	次數	百分比(%)
旅遊	1746	80.5
本地居民	157	7.2
商務洽公兼旅遊	127	5.9
探親及訪友	119	5.5
中轉旅客	17	0.8
其他*	2	0.1
合計	2168	100.0

\*選「其他」者填寫：服役。

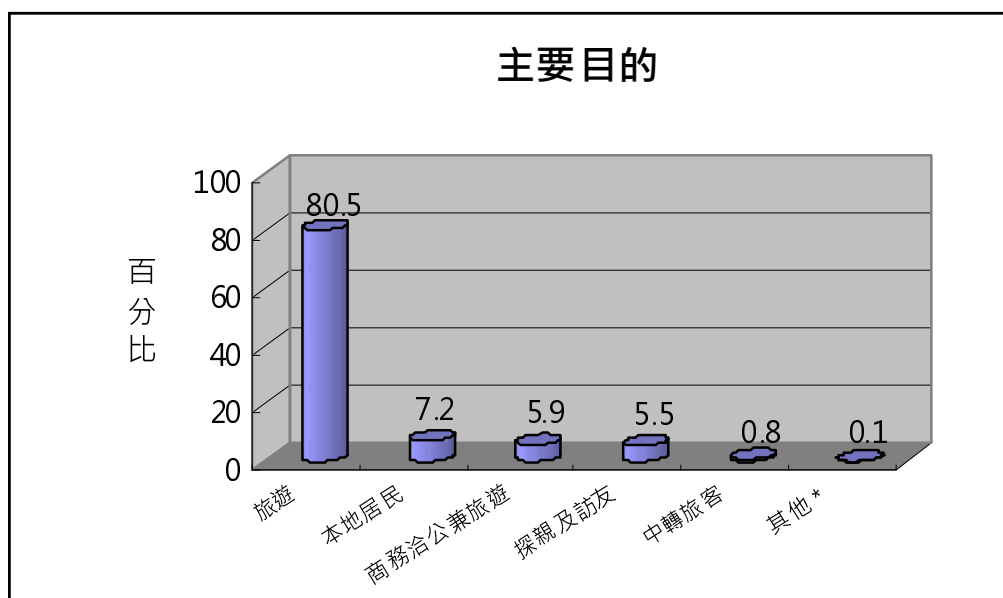


圖4.1.10 到金門國家公園或展示館的主要目的

## 參、遊憩動機同意度樣本分析

### 一、遊憩動機同意度樣本結構

遊憩動機同意度方面包括：要享受金門的大自然美景、增進親朋好友之間的感情、增廣見聞充實知識、瞭解金門的自然生態景觀、滿足好奇心慕名而來、肯定自我價值滿足成就感、增加交友機會增進社交人際關係、紓解生活壓力放鬆心情、參加專業團體的活動、家人朋友邀約或拜訪親友、避開都市吵雜的生活環境、瞭解金門歷史文化景觀、享受休閒娛樂、重新回憶過去的體驗、公務出差等順道旅遊等共十五項，整理如下表 4.1.15，請參閱。

#### (一) 要享受金門的大自然美景

受訪遊客為了享受金門的大自然美景同意度如下：非常同意與同意合計比例為 93.4%，「普通」佔 6.2%，不同意與非常不同意合計為 0.5%。

#### (二) 增進親朋好友之間的感情

受訪遊客為了增進親朋好友之間的感情同意度如下：「非常同意與同意合計比例為 85.3%，「普通」佔 12.8%，不同意與非常不同意合計為 1.8%。

#### (三) 增廣見聞充實知識

受訪遊客為了增廣見聞充實知識同意度如下：非常同意與同意合計比例為 91.6%，「普通」佔 8.1%，不同意與非常不同意合計為 0.3%。

#### (四) 瞭解金門的自然生態景觀

受訪遊客為了瞭解金門的自然生態景觀同意度如下：非常同意與同意合計比例為 90.3%，「普通」佔 9.1%，不同意與非常不同意合計為 0.6%。

#### (五) 滿足好奇心慕名而來

受訪遊客為了滿足好奇心慕名而來同意度如下：非常同意與同意合計比例為 80.3%，「普通」佔 16.3%，不同意與非常不同意合計為 3.4%。

#### (六) 肯定自我價值滿足成就感

受訪遊客為了肯定自我價值滿足成就感同意度如下：非常同意與同意合計比例為 72.2%，「普通」佔 23.0%，不同意與非常不同意合計為 4.7%。

(七) 增加交友機會增進社交人際關係

受訪遊客為了增加交友機會增進社交人際關係同意度如下：非常同意與同意合計比例為 77.7%，「普通」佔 18.7%，不同意與非常不同意合計為 3.5%。

(八) 紓解生活壓力放鬆心情

受訪遊客為了紓解生活壓力放鬆心情同意度如下：非常同意與同意合計比例為 89.5%，「普通」佔 9.8%，不同意與非常不同意合計為 0.7%。

(九) 參加專業團體的活動

受訪遊客為了參加專業團體的活動同意度如下：非常同意與同意合計比例為 76.9%，「普通」佔 17.6%，不同意與非常不同意合計為 5.4%。

(十) 家人朋友邀約或拜訪親友

受訪遊客為了家人朋友邀約或拜訪親友同意度如下：非常同意與同意合計比例為 75.2%，「普通」佔 18.6%，不同意與非常不同意合計為 6.2%。

(十一) 避開都市吵雜的生活環境

受訪遊客為了避開都市吵雜的生活環境同意度如下：非常同意與同意合計比例為 81.8%，「普通」佔 14.9%，不同意與非常不同意合計為 3.3%。

(十二) 瞭解金門歷史文化景觀

受訪遊客為了要瞭解金門歷史文化景觀同意度如下：非常同意與同意合計比例為 88.6%，「普通」佔 10.5%，不同意與非常不同意合計為 0.9%。

(十三) 享受休閒娛樂

受訪遊客為了要享受休閒娛樂同意度如下：非常同意與同意合計比例為 85.6%，「普通」佔 12.2%，不同意與非常不同意合計為 2.2%。

(十四) 重新回憶過去的體驗

受訪遊客為了重新回憶過去的體驗同意度如下：非常同意與同意合計比例為 71.6%，「普通」佔 18.9%，不同意與非常不同意合計為 9.5%。

(十五) 公務出差等順道旅遊

受訪遊客為了公務出差等順道旅遊同意度如下：非常同意與同意合計比例為 61.7%，「普通」佔 20.4%，不同意與非常不同意合計為 18.0%。

表 4.1.15 遊憩動機同意度之樣本結構分析

	同意度	樣本數	百分比(%)
一、享受金門的大自然美景	非常同意	830	38.3
	同意	1194	55.1
	普通	134	6.2
	不同意	8	0.4
	非常不同意	2	0.1
	<b>小計</b>	2168	100.0
二、增進親朋好友之間的感情	非常同意	716	33.0
	同意	1134	52.3
	普通	278	12.8
	不同意	31	1.4
	非常不同意	9	0.4
	<b>小計</b>	2168	100.0
三、增廣見聞充實知識	非常同意	807	37.2
	同意	1179	54.4
	普通	175	8.1
	不同意	5	0.2
	非常不同意	2	0.1
	<b>小計</b>	2168	100.0
四、瞭解金門的自然生態景觀	非常同意	823	38.0
	同意	1133	52.3
	普通	197	9.1
	不同意	14	0.6
	非常不同意	1	0.0
	<b>小計</b>	2168	100.0
五、滿足好奇心慕名而來	非常同意	680	31.4
	同意	1061	48.9
	普通	353	16.3
	不同意	67	3.1
	非常不同意	7	0.3
	<b>小計</b>	2168	100.0

表 4.1.15 遊憩動機同意度之樣本結構分析(續)

	同意度	樣本數	百分比(%)
六、肯定自我價值滿足成就感	非常同意	607	28.0
	同意	959	44.2
	普通	499	23.0
	不同意	96	4.4
	非常不同意	7	0.3
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
七、增加交友機會增進社交人際關係	非常同意	651	30.0
	同意	1035	47.7
	普通	406	18.7
	不同意	65	3.0
	非常不同意	11	0.5
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
八、紓解生活壓力放鬆心情	非常同意	834	38.5
	同意	1106	51.0
	普通	213	9.8
	不同意	13	0.6
	非常不同意	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
九、參加專業團體的活動	非常同意	655	30.2
	同意	1013	46.7
	普通	382	17.6
	不同意	96	4.4
	非常不同意	22	1.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
十、家人朋友邀約或拜訪親友	非常同意	628	29.0
	同意	1001	46.2
	普通	404	18.6
	不同意	106	4.9
	非常不同意	29	1.3
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.15 遊憩動機同意度之樣本結構分析(續)

	同意度	樣本數	百分比(%)
十一、避開都市吵雜的生活環境	非常同意	749	34.5
	同意	1025	47.3
	普通	323	14.9
	不同意	65	3.0
	非常不同意	6	0.3
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
十二、瞭解金門歷史文化景觀	非常同意	834	38.5
	同意	1087	50.1
	普通	228	10.5
	不同意	15	0.7
	非常不同意	4	0.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
十三、享受休閒娛樂	非常同意	784	36.2
	同意	1071	49.4
	普通	265	12.2
	不同意	43	2.0
	非常不同意	5	0.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
十四、重新回憶過去的體驗	非常同意	643	29.7
	同意	909	41.9
	普通	409	18.9
	不同意	159	7.3
	非常不同意	48	2.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
十五、公務出差等順道旅遊	非常同意	593	27.4
	同意	743	34.3
	普通	443	20.4
	不同意	251	11.6
	非常不同意	138	6.4
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

## 二、遊客對各項遊憩動機同意度的平均數

綜合上述 15 項遊客對各項遊憩動機同意度的分析中發現，受訪遊客對到金門國家公園之遊憩動機的平均同意度為 4.10，其中以「享受金門的大自然美景 (平均數 4.31)」、「增廣見聞充實知識 (平均數 4.28)」、「瞭解金門的自然生態景觀 (平均數 4.27)」、「紓解生活壓力放鬆心情 (平均數 4.27)」之同意程度較高，而對「肯定自我價值滿足成就感 (平均數 3.95)」、「重新回憶過去的體驗 (平均數 3.89)」、「公務出差等順道旅遊 (平均數 3.65)」等題項之同意程度較低，相關數據請參閱表 4.1.16。

表 4.1.16 遊客對各項遊憩動機同意度之平均數與標準差

各項遊憩動機同意度	調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1. 享受金門的大自然美景	4.31	0.60	1
2. 增進親朋好友之間的感情	4.16	0.72	6
3. 增廣見聞充實知識	4.28	0.62	2
4. 瞭解金門的自然生態景觀	4.27	0.65	3
5. 滿足好奇心慕名而來	4.08	0.78	8
6. 肯定自我價值滿足成就感	3.95	0.84	12
7. 增加交友機會增進社交人際關係	4.04	0.80	9
8. 紓解生活壓力放鬆心情	4.27	0.66	3
9. 參加專業團體的活動	4.01	0.86	10
10. 家人朋友邀約或拜訪朋友	3.97	0.88	11
11. 避開都市吵雜的生活環境	4.13	0.78	7
12. 瞭解金門歷史文化	4.26	0.68	4
13. 享受休閒娛樂	4.19	0.73	5
14. 重新回憶過去的體驗	3.89	0.98	13
15. 公務出差等順道旅遊	3.65	1.17	14
平均滿意度	4.10	0.78	

註：平均數 5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意



圖 4.1.11 為本調查將 15 項遊客遊憩動機同意度整理為「非常同意」和「同意」歸類為「同意」，「非常不同意」和「不同意」歸類為「不同意」，「普通」則維持原分類，共分為「同意」、「普通」、「不同意」等 3 尺度，由圖示可見，圖右邊之「不同意」比率偏低。

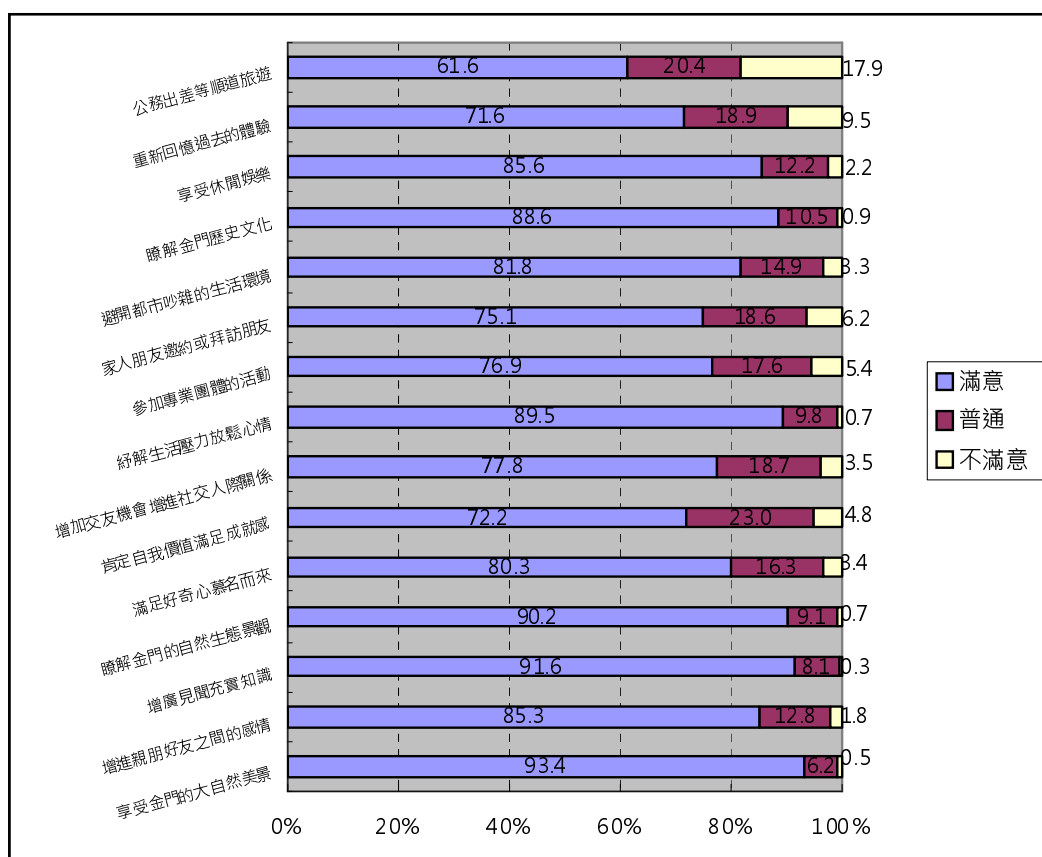


圖4.1.11 遊客對遊憩動機同意度的百分比分配

## 肆、遊客對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之樣本分析

### 一、解說媒體行前重視度之樣本結構

解說行前重視度方面包括：解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體等五大構面，共 25 題項，整理如表 4.1.17，請參閱。

#### (一) 解說員

##### 1. 與遊客互動良好

受訪遊客表示解說員與遊客互動良好之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 84.7%，「普通」佔 13.1%，不重要與非常不重要合計為 1.3%。

##### 2. 專業知識豐富

受訪遊客表示解說員專業知識豐富之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 85.0%，「普通」佔 12.9%，不重要與非常不重要合計為 1.2%。

##### 3. 講解幽默風趣

受訪遊客表示解說員講解幽默風趣之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 83.6%，「普通」佔 14.4%，不重要與非常不重要合計為 1.0%。

##### 4. 言談具有啟發

受訪遊客表示解說員言談具有啟發之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 83.0%，「普通」佔 15.0%，不重要與非常不重要合計為 1.1%。

##### 5. 態度親切有禮

受訪遊客表示解說員態度親切有禮之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 86.2%，「普通」佔 11.9%，不重要與非常不重要合計為 1.1%。

#### (二) 解說出版品

##### 1. 滿足學習慾望

受訪遊客表示解說出版品能滿足學習慾望之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 78.6%，「普通」佔 18.7%，不重要與非常不重要合計為 2.0%。

##### 2. 印刷出版精美

受訪遊客表示解說出版品印刷出版精美之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 76.8%，「普通」佔 20.2%，不重要與非常不重要合計為 2.2%。

##### 3. 內容淺顯易懂

受訪遊客表示解說出版品內容淺顯易懂之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 80.8%，「普通」佔 16.9%，不重要與非常不重要合計為 1.6%。

#### 4.內容生動有趣

受訪遊客表示解說出版品內容生動有趣之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 80.9%，「普通」佔 16.6%，不重要與非常不重要合計為 1.8%。

#### 5.摺頁取得容易

受訪遊客表示解說出版品摺頁取得容易之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 79.7%，「普通」佔 17.6%，不重要與非常不重要合計為 2.0%。

### (三) 展示室

#### 1.看板字體大小得宜

受訪遊客表示展示室看板字體大小得宜之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 82.9%，「普通」佔 16.0%，不重要與非常不重要合計為 1.0%。

#### 2.展示環境舒適

受訪遊客表示展示室展示環境舒適之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 85.3%，「普通」佔 13.6%，不重要與非常不重要合計為 1.0%。

#### 3.展示內容精采

受訪遊客表示展示室展示內容精采之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 84.4%，「普通」佔 14.2%，不重要與非常不重要合計為 1.3%。

#### 4.展示機器操作容易

受訪遊客表示展示室展示機器操作容易之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 81.9%，「普通」佔 16.5%，不重要與非常不重要合計為 1.4%。

#### 5.參觀動線流暢

受訪遊客表示展示室參觀動線流暢之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 83.8%，「普通」佔 15.1%，不重要與非常不重要合計為 1.0%。

### (四) 解說牌

#### 1.內容簡單明瞭

受訪遊客表示解說牌內容簡單明瞭之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 85.3%，「普通」佔 13.4%，不重要與非常不重要合計為 1.2%。

## 2.內容生動有趣

受訪遊客表示解說牌內容生動有趣之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 84.0%，「普通」佔 15.0%，不重要與非常不重要合計為 1.0%。

## 3.設立位置適當

受訪遊客表示解說牌設立位置適當之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 84.2%，「普通」佔 14.6%，不重要與非常不重要合計為 1.2%。

## 4.字體清晰可讀

受訪遊客表示解說牌字體清晰可讀之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 85.9%，「普通」佔 12.5%，不重要與非常不重要合計為 1.5%。

## 5.方向指示清楚

受訪遊客表示解說牌方向指示清楚之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 86.2%，「普通」佔 12.3%，不重要與非常不重要合計為 1.3%。

## (五) 視聽多媒體

### 1.時間長度適中

受訪遊客表示視聽多媒體時間長度適中之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 82.3%，「普通」佔 15.4%，不重要與非常不重要合計為 1.8%。

### 2.內容深度得體

受訪遊客表示視聽多媒體內容深度得體之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 83.4%，「普通」佔 14.4%，不重要與非常不重要合計為 1.6%。

### 3.藝術構圖優美

受訪遊客表示視聽多媒體藝術構圖優美之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 82.4%，「普通」佔 15.4%，不重要與非常不重要合計為 1.7%。

### 4.媒體表現創新

受訪遊客表示視聽多媒體媒體表現創新之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 82.2%，「普通」佔 15.7%，不重要與非常不重要合計為 1.6%。

### 5.畫質清晰

受訪遊客表示視聽多媒體畫質清晰之重視度如下：非常重要與重要合計比例為 84.3%，「普通」佔 13.6%，不重要與非常不重要合計為 1.6%。

表 4.1.17 遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構

	重視度	樣本數	百分比(%)
<b>一、解說員</b>			
(一) 與遊客互動良好	非常重要	851	39.3
	重要	985	45.4
	普通	285	13.1
	不重要	21	1.0
	非常不重要	7	0.3
	未曾使用本項設施	19	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二) 專業知識豐富	非常重要	857	39.5
	重要	987	45.5
	普通	279	12.9
	不重要	21	1.0
	非常不重要	5	0.2
	未曾使用本項設施	19	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三) 講解幽默風趣	非常重要	839	38.7
	重要	974	44.9
	普通	313	14.4
	不重要	17	0.8
	非常不重要	5	0.2
	未曾使用本項設施	20	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四) 言語具有啟發	非常重要	821	37.9
	重要	978	45.1
	普通	326	15.0
	不重要	16	0.7
	非常不重要	8	0.4
	未曾使用本項設施	19	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五) 態度親切有禮	非常重要	927	42.8
	重要	940	43.4
	普通	258	11.9
	不重要	17	0.8
	非常不重要	7	0.3
	未曾使用本項設施	19	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.17 遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續)

	重視度	樣本數	百分比(%)
<b>二、解說出版品</b>			
(一)滿足學習慾望	非常重要	701	32.3
	重要	1003	46.3
	普通	405	18.7
	不重要	32	1.5
	非常不重要	11	0.5
	未曾使用本項設施	16	0.7
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)印刷出版精美	非常重要	657	30.3
	重要	1008	46.5
	普通	439	20.2
	不重要	37	1.7
	非常不重要	10	0.5
	未曾使用本項設施	17	0.8
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)內容淺顯易懂	非常重要	745	34.4
	重要	1007	46.4
	普通	367	16.9
	不重要	27	1.2
	非常不重要	8	0.4
	未曾使用本項設施	14	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)內容生動有趣	非常重要	748	34.5
	重要	1006	46.4
	普通	360	16.6
	不重要	32	1.5
	非常不重要	7	0.3
	未曾使用本項設施	15	0.7
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)摺頁取得容易	非常重要	731	33.7
	重要	997	46.0
	普通	381	17.6
	不重要	30	1.4
	非常不重要	14	0.6
	未曾使用本項設施	15	0.7
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.17 遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續)

	重視度	樣本數	百分比(%)
<b>三、展示室</b>			
(一)看板字體大小得宜	非常重要	771	35.6
	重要	1026	47.3
	普通	346	16.0
	不重要	20	0.9
	非常不重要	3	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)展示環境舒適	非常重要	814	37.5
	重要	1036	47.8
	普通	295	13.6
	不重要	19	0.9
	非常不重要	2	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)展示內容精采	非常重要	820	37.8
	重要	1011	46.6
	普通	307	14.2
	不重要	23	1.1
	非常不重要	5	0.2
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)展示機器招操作容易	非常重要	753	34.7
	重要	1024	47.2
	普通	358	16.5
	不重要	24	1.1
	非常不重要	6	0.3
	未曾使用本項設施	3	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)參觀動線流暢	非常重要	816	37.6
	重要	1001	46.2
	普通	328	15.1
	不重要	16	0.7
	非常不重要	6	0.3
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.17 遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續)

	重視度	樣本數	百分比(%)
<b>四、解說牌</b>			
(一)內容簡單明瞭	非常重要	822	37.9
	重要	1028	47.4
	普通	290	13.4
	不重要	22	1.0
	非常不重要	5	0.2
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)內容生動有趣	非常重要	841	38.8
	重要	979	45.2
	普通	325	15.0
	不重要	16	0.7
	非常不重要	6	0.3
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)設立位置適當	非常重要	812	37.5
	重要	1013	46.7
	普通	316	14.6
	不重要	23	1.1
	非常不重要	3	0.1
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)字體清晰可讀	非常重要	863	39.8
	重要	1000	46.1
	普通	271	12.5
	不重要	28	1.3
	非常不重要	4	0.2
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)方向指示清楚	非常重要	861	39.7
	重要	1009	46.5
	普通	267	12.3
	不重要	26	1.2
	非常不重要	3	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>



表 4.1.17 遊客對解說媒體行前重視度之樣本結構 (續)

	重視度	樣本數	百分比(%)
<b>五、視聽多媒體</b>			
(一)時間長度適中	非常重要	755	34.8
	重要	1030	47.5
	普通	333	15.4
	不重要	34	1.6
	非常不重要	4	0.2
	未曾使用本項設施	12	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)內容深度得體	非常重要	786	36.3
	重要	1021	47.1
	普通	313	14.4
	不重要	33	1.5
	非常不重要	3	0.1
	未曾使用本項設施	12	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)藝術構圖優美	非常重要	776	35.8
	重要	1010	46.6
	普通	333	15.4
	不重要	32	1.5
	非常不重要	5	0.2
	未曾使用本項設施	12	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)媒體表現創新	非常重要	773	35.7
	重要	1008	46.5
	普通	340	15.7
	不重要	28	1.3
	非常不重要	7	0.3
	未曾使用本項設施	12	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)畫質清晰	非常重要	810	37.4
	重要	1017	46.9
	普通	294	13.6
	不重要	29	1.3
	非常不重要	6	0.3
	未曾使用本項設施	12	0.6
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

## 二、解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構

解說媒體實際體驗滿意度方面包括：解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體等五大構面，共 25 題項，整理如表 4.1.18，請參閱。

### (一) 解說員

#### 1. 與遊客互動良好

受訪遊客認為解說員與遊客互動良好之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 88.5%，「普通」佔 9.8%，不滿意與非常不滿意合計為 0.3%。

#### 2. 專業知識豐富

受訪遊客認為解說員專業知識豐富之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.6%，「普通」佔 10.6%，不滿意與非常不滿意合計為 0.3%。

#### 3. 講解幽默風趣

受訪遊客認為解說員講解幽默風趣之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 86.5%，「普通」佔 11.6%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 4. 言談具有啟發

受訪遊客認為解說員言談具有啟發之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 85.8%，「普通」佔 12.3%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 5. 態度親切有禮

受訪遊客認為解說員態度親切有禮之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 89.0%，「普通」佔 9.1%，不滿意與非常不滿意合計為 0.3%。

### (二) 解說出版品

#### 1. 滿足學習慾望

受訪遊客認為解說出版品能滿足學習慾望之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 84.7%，「普通」佔 14.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 2. 印刷出版精美

受訪遊客認為解說出版品印刷出版精美之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 84.1%，「普通」佔 14.3%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 3. 內容淺顯易懂

受訪遊客認為解說出版品內容淺顯易懂之滿意度如下：非常滿意與滿意合計

比例為 85.5%，「普通」佔 13.0%，不滿意與非常不滿意合計為 0.5%。

#### 4.內容生動有趣

受訪遊客認為解說出版品內容生動有趣之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 84.5%，「普通」佔 13.9%，不滿意與非常不滿意合計為 0.6%。

#### 5.摺頁取得容易

受訪遊客認為解說出版品摺頁取得容易之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 83.8%，「普通」佔 13.8%，不滿意與非常不滿意合計為 1.0%。

### (三) 展示室

#### 1.看板字體大小得宜

受訪遊客認為展示室看板字體大小得宜之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 89.0%，「普通」佔 10.6%，不滿意與非常不滿意合計為 0.3%。

#### 2.展示環境舒適

受訪遊客認為展示室展示環境舒適之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 89.3%，「普通」佔 10.3%，不滿意與非常不滿意合計為 0.3%。

#### 3.展示內容精采

受訪遊客認為展示室展示內容精采之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.6%，「普通」佔 11.9%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 4.展示機器操作容易

受訪遊客認為展示室展示機器操作容易之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 85.4%，「普通」佔 13.7%，不滿意與非常不滿意合計為 0.6%。

#### 5.參觀動線流暢

受訪遊客認為展示室參觀動線流暢之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.7%，「普通」佔 11.8%，不滿意與非常不滿意合計為 0.5%。

### (四) 解說牌

#### 1.內容簡單明瞭

受訪遊客認為解說牌內容簡單明瞭之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 88.7%，「普通」佔 10.8%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 2.內容生動有趣

受訪遊客認為解說牌內容生動有趣之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 86.9%，「普通」佔 12.4%，不滿意與非常不滿意合計為 0.6%。

### 3.設立位置適當

受訪遊客認為解說牌設立位置適當之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.0%，「普通」佔 12.4%，不滿意與非常不滿意合計為 0.6%。

### 4.字體清晰可讀

受訪遊客認為解說牌字體清晰可讀之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.6%，「普通」佔 11.6%，不滿意與非常不滿意合計為 0.7%。

### 5.方向指示清楚

受訪遊客認為解說牌方向指示清楚之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 87.8%，「普通」佔 11.3%，不滿意與非常不滿意合計為 0.7%。

## (五) 視聽多媒體

### 1.時間長度適中

受訪遊客認為視聽多媒體時間長度適中之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 86.2%，「普通」佔 11.9%，不滿意與非常不滿意合計為 0.8%。

### 2.內容深度得體

受訪遊客認為視聽多媒體內容深度得體之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 86.4%，「普通」佔 11.9%，不滿意與非常不滿意合計為 0.7%。

### 3.藝術構圖優美

受訪遊客認為視聽多媒體藝術構圖優美之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 85.2%，「普通」佔 12.8%，不滿意與非常不滿意合計為 0.8%。

### 4.媒體表現創新

受訪遊客認為視聽多媒體媒體表現創新之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 84.9%，「普通」佔 13.1%，不滿意與非常不滿意合計為 1.0%。

### 5.畫質清晰

受訪遊客認為視聽多媒體畫質清晰之滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 85.9%，「普通」佔 12.1%，不滿意與非常不滿意合計為 1.0%。

表 4.1.18 遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構

	滿意度	樣本數	百分比(%)
<b>一、解說員</b>			
(一) 與遊客互動良好	非常滿意	819	37.8
	滿意	1099	50.7
	普通	212	9.8
	不滿意	7	0.3
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	31	1.4
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二) 專業知識豐富	非常滿意	854	39.4
	滿意	1045	48.2
	普通	230	10.6
	不滿意	7	0.3
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	32	1.5
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三) 講解幽默風趣	非常滿意	812	37.5
	滿意	1063	49.0
	普通	251	11.6
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	32	1.5
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四) 言語具有啟發	非常滿意	834	38.5
	滿意	1026	47.3
	普通	266	12.3
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	33	1.5
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五) 態度親切有禮	非常滿意	892	41.1
	滿意	1039	47.9
	普通	198	9.1
	不滿意	7	0.3
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	32	1.5
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.18 遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
<b>二、解說出版品</b>			
(一)滿足學習慾望	非常滿意	767	35.4
	滿意	1069	49.3
	普通	303	14.0
	不滿意	8	0.4
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	20	0.9
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)印刷出版精美	非常滿意	765	35.3
	滿意	1059	48.8
	普通	311	14.3
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)內容淺顯易懂	非常滿意	762	35.1
	滿意	1093	50.4
	普通	282	13.0
	不滿意	8	0.4
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	21	1.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)內容生動有趣	非常滿意	788	36.3
	滿意	1045	48.2
	普通	301	13.9
	不滿意	12	0.6
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	21	1.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)摺頁取得容易	非常滿意	784	36.2
	滿意	1031	47.6
	普通	300	13.8
	不滿意	16	0.7
	非常不滿意	6	0.3
	未曾使用本項設施	31	1.4
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.18 遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
<b>三、展示室</b>			
(一)看板字體大小得宜	非常滿意	791	36.5
	滿意	1139	52.5
	普通	229	10.6
	不滿意	6	0.3
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)展示環境舒適	非常滿意	834	38.5
	滿意	1102	50.8
	普通	223	10.3
	不滿意	7	0.3
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)展示內容精采	非常滿意	830	38.3
	滿意	1068	49.3
	普通	259	11.9
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)展示機器招操作容易	非常滿意	791	36.5
	滿意	1061	48.9
	普通	297	13.7
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	5	0.2
	未曾使用本項設施	5	0.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)參觀動線流暢	非常滿意	819	37.8
	滿意	1082	49.9
	普通	255	11.8
	不滿意	8	0.4
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.1.18 遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
<b>四、解說牌</b>			
(一)內容簡單明瞭	非常滿意	810	37.4
	滿意	1113	51.3
	普通	234	10.8
	不滿意	8	0.4
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)內容生動有趣	非常滿意	808	37.3
	滿意	1076	49.6
	普通	268	12.4
	不滿意	13	0.6
	非常不滿意	1	0.0
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)設立位置適當	非常滿意	817	37.7
	滿意	1068	49.3
	普通	268	12.4
	不滿意	10	0.5
	非常不滿意	3	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)字體清晰可讀	非常滿意	870	40.1
	滿意	1030	47.5
	普通	251	11.6
	不滿意	12	0.6
	非常不滿意	3	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)方向指示清楚	非常滿意	864	39.9
	滿意	1039	47.9
	普通	246	11.3
	不滿意	14	0.6
	非常不滿意	3	0.1
	未曾使用本項設施	2	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>



表 4.1.18 遊客對解說媒體實際體驗滿意度之樣本結構 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
<b>五、視聽多媒體</b>			
(一)時間長度適中	非常滿意	781	36.0
	滿意	1088	50.2
	普通	259	11.9
	不滿意	13	0.6
	非常不滿意	4	0.2
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(二)內容深度得體	非常滿意	796	36.7
	滿意	1077	49.7
	普通	258	11.9
	不滿意	12	0.6
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(三)藝術構圖優美	非常滿意	816	37.6
	滿意	1033	47.6
	普通	277	12.8
	不滿意	16	0.7
	非常不滿意	3	0.1
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(四)媒體表現創新	非常滿意	811	37.4
	滿意	1029	47.5
	普通	283	13.1
	不滿意	17	0.8
	非常不滿意	5	0.2
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
(五)畫質清晰	非常滿意	833	38.4
	滿意	1029	47.5
	普通	262	12.1
	不滿意	15	0.7
	非常不滿意	6	0.3
	未曾使用本項設施	23	1.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

### 三、遊客對解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

由表 4.1.19 發現：遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各題項的行前重視度方面，以解說員「態度親切有禮 ( 平均值 4.24 )」、解說牌「字體清晰可讀 ( 平均值 4.24 )」、解說牌「方向指示清楚 ( 平均值 4.24 )」、展示室「展示環境舒適 ( 平均值 4.22 )」、解說牌「內容簡單明瞭 ( 平均值 4.22 )」、解說員「專業知識豐富 ( 平均值 4.21 )」、解說牌「內容生動有趣 ( 平均值 4.21 )」等為重視度的前三名。

遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各題項的實際體驗滿意度部分，以展示室「展示環境舒適( 平均值 4.27 )」、解說牌「字體清晰可讀( 平均值 4.27 )」、解說牌「方向指示清楚( 平均值 4.26 )」、解說員「態度親切有禮( 平均值 4.25 )」、展示室「看板字體大小得宜 ( 平均值 4.25 )」、「展示內容精采 ( 平均值 4.25 )」、「參觀動線流暢 ( 平均值 4.25 )」、解說牌「內容簡單明瞭 ( 平均值 4.25 )」等為滿意度的前三名。

調查結果顯示，解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之間有顯著性差異。其中「非常顯著」於解說出版品「滿足學習慾望」、「印刷出版精美」、「內容淺顯易懂」、「內容生動有趣」、「摺頁取得容易」、展示室「看板字體大小得宜」、「展示環境舒適」、「展示內容精采」、「展示機器操作容易」等題項。「很顯著」於展示室「參觀動線流暢」、解說牌「內容簡單明瞭」等題項。「顯著」於解說牌「設立位置適當」、視聽多媒體「時間長度適中」、「藝術構圖優美」、「媒體表現創新」等題項。

由上述結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體的重視度普遍高，其中非人員解說重視度普遍高於人員解說，比較各題項解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之平均值差均呈現負值，表示實際體驗滿意度平均值高於行前重視度平均值，滿意度高於重視度，也就是整體來說，遊客對國家公園的解說媒體的實際體驗滿意度高於行前重視度，詳細資料請參閱表 4.1.19。

表 4.1.19 解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

變 項	參訪前預期		參訪後體驗		平均值差 (I-S)	t值	
	平均值(I)	標準差	平均值(S)	標準差			
與遊客互動良好	4.20	0.83	4.22	0.81	-0.02	-1.23	
解說員	專業知識豐富	4.21	0.82	4.22	0.83	-0.01	-1.05
	講解幽默風趣	4.18	0.83	4.19	0.84	-0.01	-0.42
	言談具有啟發	4.17	0.83	4.19	0.85	-0.02	-1.51
	態度親切有禮	4.24	0.82	4.25	0.82	-0.01	-0.39
解說出版品	滿足學習慾望	4.06	0.85	4.17	0.79	-0.11	-6.82 ***
	印刷出版精美	4.02	0.86	4.16	0.81	-0.14	-8.46 ***
	內容淺顯易懂	4.11	0.82	4.17	0.79	-0.06	-3.80 ***
	內容生動有趣	4.11	0.83	4.17	0.80	-0.06	-3.86 ***
摺頁取得容易	4.09	0.85	4.13	0.87	-0.04	-3.18 ***	
展示室	看板字體大小得宜	4.17	0.74	4.25	0.66	-0.08	-5.46 ***
	展示環境舒適	4.22	0.72	4.27	0.66	-0.05	-3.95 ***
	展示內容精采	4.20	0.74	4.25	0.68	-0.05	-3.22 ***
	展示機器操作容易	4.15	0.76	4.20	0.73	-0.05	-3.46 ***
參觀動線流暢	4.20	0.74	4.25	0.68	-0.05	-3.12 **	
解說牌	內容簡單明瞭	4.22	0.73	4.25	0.67	-0.03	-2.56 **
	內容生動有趣	4.21	0.74	4.23	0.69	-0.02	-1.26
	設立位置適當	4.20	0.73	4.24	0.70	-0.04	-2.34 *
	字體清晰可讀	4.24	0.74	4.27	0.70	-0.03	-1.88
方向指示清楚	4.24	0.73	4.26	0.70	-0.02	-1.47	
視聽多媒體	時間長度適中	4.14	0.80	4.18	0.81	-0.04	-2.74 *
	內容深度得體	4.16	0.80	4.19	0.80	-0.03	-1.83
	藝術構圖優美	4.15	0.81	4.19	0.82	-0.04	-2.47 *
	媒體表現創新	4.14	0.81	4.18	0.83	-0.04	-2.17 *
畫質清晰	4.18	0.80	4.20	0.82	-0.02	-1.07	
總平均	4.17		4.21				

註 1 : \*  $p < 0.05$  · \*\*  $p < 0.01$  · \*\*\*  $p < 0.001$  。

註 2 : 重視度之平均值，5 = 非常重視，4 = 重視，3 = 普通，2 = 不重視，1 = 非常不重視。

註 3 : 滿意度之平均值，5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意。

## 四、解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

由表 4.1.20 發現：遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的行前重視度方面，以「解說牌 ( 平均值 4.22 )」、「解說員 ( 平均值 4.20 )」等為重視度的前二名。

遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的實際體驗滿意度部分，以「解說牌 ( 平均值 4.25 )」、「展示室 ( 平均值 4.24 )」等為滿意度的前二名。

調查結果顯示，解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之間有顯著性差異。其中「非常顯著」於「解說出版品」、「展示室」等構面。「很顯著」於「解說牌」、「視聽多媒體」等構面。

由上述結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體的行前重視度以解說牌 ( 平均值 4.22 ) 為最高，實際體驗滿意度亦以解說牌 ( 平均值 4.25 ) 為最高。且遊客對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體各構面之滿意度皆高於重視度，詳細資料請參閱表 4.1.20。

表 4.1.20 解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之統計表

變 項	參訪前預期		參訪後體驗		平均值差 (I-S)	t值
	平均值(I)	標準差	平均值(S)	標準差		
解說員	4.20	0.83	4.22	0.81	-0.02	-1.04
解說出版品	4.08	0.82	4.16	0.83	-0.08	-6.03 ***
展示室	4.19	0.83	4.24	0.84	-0.05	-4.50 ***
解說牌	4.22	0.83	4.25	0.85	-0.03	-2.18 **
視聽多媒體	4.15	0.82	4.19	0.82	-0.04	-2.30 **

註 1：\* $p < 0.05$ ，\*\* $p < 0.01$ ，\*\*\* $p < 0.001$ 。

註 2：重視度之平均值，5 = 非常重視，4 = 重視，3 = 普通，2 = 不重視，1 = 非常不重視。

註 3：滿意度之平均值，5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意。

## 第二節 遊憩動機分析

### 壹、遊憩動機因素分析

本調查依據受訪的遊客之旅遊動機變項來進行因素分析，在進行因素分析前，本調查先利用Bartlett's球形檢定旅遊動機之變項是否達到顯著水準，其檢定結果 $P < 0.001$ ，表示適合進行因素分析；另外本調查亦利用KMO

(Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適切性檢定來進行因素分析時，抽取共同因素的效果，Kaiser(1974)認為的決策標準為：0.5以下為無法接受，0.7以上為中度，0.8以上為有價值的，0.9以表示極佳。(引自謝旻熹，民92)。而本研究之KMO係數值為0.95，表示樣本是有價值且良好的取樣適切性。

由表4.2.1得知，遊憩動機因素三構面之信度Cronbach's  $\alpha$ 係數皆都超過0.7以上，而整體信度為0.93，本調查量表具有良好的信度。

在選取因素上，本研究是採用主成份因素分析法(Principal Component)為建立因素間最簡單的結構及因素區隔最大可能性，運用直交轉軸法中的最大變異法(Varimax)旋轉因素軸，計算因素負荷量與因素分數，並參考陡坡圖(scree plot)如圖4.2.1。將15項遊憩動機的因素分析結果，簡化成三個因素群，其總解釋變異量為69.90%，詳細資料請參閱表4.2.1。

因素陡坡圖

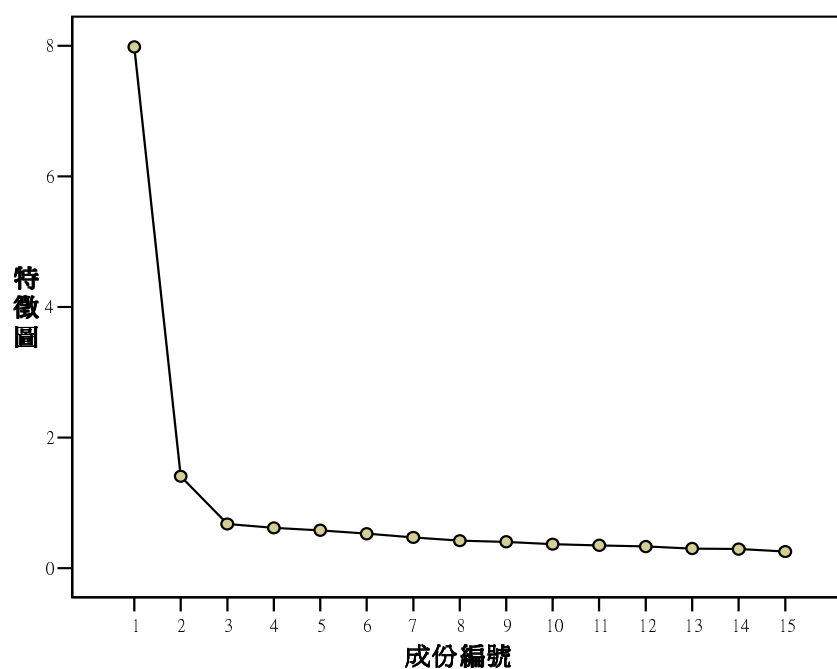


圖4.2.1 遊憩動機因素分析之因素陡坡圖

三個因素群分別命名如下：

因素一：學習動機

影響變數包含：增廣見聞充實知識、瞭解金門的自然生態景觀、滿足好奇心慕名而來、肯定自我價值滿足成就感、瞭解金門歷史文化景觀、重新回憶過去的體驗等，故命名為「學習動機」。

因素二：休閒動機

影響變數包含：要享受金門的大自然美景、紓解生活壓力放鬆心情、避開都市吵雜的生活環境、享受休閒娛樂、公務出差等順道旅遊等，故命名為「休閒動機」。

因素三：社交動機

影響變數包含：增進親朋好友之間的感情、增加交友機會增進社交人際關係、參加專業團體的活動、家人朋友邀約或拜訪親友等，故命名為「社交動機」。

由此可知，金門國家公園遊憩動機以學習動機為主(總解釋變異量33.17%)。

表 4.2.1 遊憩動機因素構面分析表

題號 (見註3)	成份			共同性	Cronbach's $\alpha$
	學習動機	休閒動機	社交動機		
3	0.82			0.71	0.85
4	0.80			0.68	
12	0.70			0.60	
5	0.57			0.56	
6	0.69			0.67	
14	0.81			0.70	
1		0.80		0.67	
8		0.70		0.56	
13		0.60		0.55	
11		0.55		0.55	
15		0.83		0.69	
2			0.61	0.56	0.84
7			0.66	0.64	
9			0.70	0.61	
10			0.72	0.64	
特徵性	4.98	4.41	1.02		整體信度
佔總變異數之百分比	33.17	29.42	7.31		0.93
累積變異數之百分比	33.17	62.59	69.90		
KMO值	0.95				

註 1：有效樣本為 2168 份。

註 2：遊憩動機同意度 5 = 非常同意，4 = 同意，3 = 普通，2 = 不同意，1 = 非常不同意。

註 3：1 要享受金門的大自然美景。2 增進親朋好友之間的感情。3 增廣見聞充實知識。4 瞭解金門的自然生態景觀。5 滿足好奇心慕名而來。6 肯定自我價值滿足成就感。7 增加交友機會增進社交人際關係。8 紓解生活壓力放鬆心情。9 參加專業團體的活動。10 家人朋友邀約或拜訪親友。11 避開都市吵雜的生活環境。12 瞭解金門歷史文化景觀。13 享受休閒娛樂。14 重新回憶過去的體驗。15 公務出差等順道旅遊。

## 貳、遊客基本資料與遊憩動機之分析

遊客基本資料包括 (一) 遊客人口統計變數：性別、年齡、學歷、職業、平均收入、居住地等六個變項資料；(二) 旅遊特性：蒞臨次數、交通工具、主要目的等，以 t 檢定與單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 方式檢定其與遊憩動機三個構面間差異分析，如表 4.2.2 與 4.2.3。

### 一、遊客人口統計變數

#### (一) 性別

在性別方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

#### (二) 年齡

在年齡方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上有顯著性差異。在學習動機上「20 歲以下」大於「21-30 歲」、「31-40 歲」，「51-60 歲」大於「21-30 歲」、「31-40 歲」，「71 歲及以上」大於「21-30 歲」；在休閒動機上「51-60 歲」大於「21-30 歲」，「71 歲及以上」大於「21-30 歲」；在社交動機上「20 歲以下」大於「21-30 歲」、「31-40 歲」，「51-60 歲」大於「21-30 歲」、「31-40 歲」，「71 歲及以上」大於「21-30 歲」、「31-40 歲」。

#### (三) 學歷

在學歷方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上有顯著性差異。在學習動機上「國小(含以下)」大於「專科」、「大學」、「研究所及以上」；在休閒動機上「國小(含以下)」大於「專科」、「大學」、「研究所及以上」；在社交動機上「國小(含以下)」大於「高中職」、「專科」、「大學」、「研究所及以上」，「國中」大於「研究所及以上」，「高中職」大於「研究所及以上」。

#### (四) 職業

在職業方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

#### (五) 平均收入

在平均收入方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

#### (六) 居住地

在居住地方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

### 二、旅遊特性：

#### (一) 蒞臨次數

在蒞臨次數方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。



## (二) 交通工具

在交通工具方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

## (三) 主要目的

在主要目的方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上無顯著性差異。

表 4.2.2 人口統計變數對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析

	學習動機	休閒動機	社交動機
<b>性別</b>			
1.男	4.14	4.13	4.06
2.女	4.11	4.09	4.03
T值	1.17	1.49	2.77
顯著性	0.280	0.222	0.096
<b>年齡</b>			
1.20歲以下	4.25	4.19	4.20
2.21-30歲	4.01	3.98	3.93
3.31-40歲	4.04	4.07	3.95
4.41-50歲	4.13	4.11	4.04
5.51-60歲	4.21	4.19	4.12
6.61-70歲	4.18	4.14	4.10
7.71歲及以上	4.30	4.30	4.33
F值	7.935***	6.059***	7.584***
顯著性	0.000	0.000	0.000
Scheffe法	1>2 · 1>3 · 5>2 · 5>3 · 7>2	5>2 · 7>2	1>2 · 1>3 · 5>2 · 5>3 · 7>2 · 7>3
<b>學歷</b>			
1.國小(含以下)	4.30	4.27	4.27
2.國中	4.16	4.15	4.11
3.高中職	4.17	4.14	4.10
4.專科	4.09	4.08	3.96
5.大學	4.06	4.06	3.99
6.研究所及以上	4.00	4.01	3.82
F值	8.687***	6.320***	12.745***
顯著性	0.000	0.000	0.000
Scheffe法	1>4 · 1>5 · 1>6	1>4 · 1>5 · 1>6	1>3 · 1>4 · 1>5 · 1>6 · 2>6 · 3>6

註 1：\*  $p < 0.05$  · \*\*  $p < 0.01$  · \*\*\*  $p < 0.001$ 。

表 4.2.2 人口統計變數對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析 (續)

	學習動機	休閒動機	社交動機
<b>職業</b>			
1.學生	4.12	4.08	4.06
2.商業	4.13	4.11	4.02
3.工業	4.14	4.12	4.06
4.軍、公、教、警人員	4.09	4.10	3.99
5.家庭主婦	4.22	4.20	4.17
6.農、林、漁、牧人員	4.04	4.16	3.96
7.退休人員	4.19	4.14	4.09
8.自由業	4.08	4.05	4.00
9.其他	4.25	4.29	4.32
10.服務業	3.95	3.94	3.86
F值	2.56	2.10	2.87
顯著性	0.060	0.026	0.002
Scheffe法			
<b>平均收入</b>			
1.3萬元以下	4.14	4.11	4.08
2.3萬 – 5萬元	4.10	4.10	4.02
3.5萬 – 8萬元	4.10	4.09	3.96
4.8萬元以上	4.18	4.21	4.09
F值	1.24	1.46	2.88
顯著性	0.294	0.224	0.035
Scheffe法			
<b>居住地區</b>			
1.金門	4.14	4.13	4.11
2.台灣其他縣市	4.11	4.10	4.03
3.海外	4.19	4.11	4.04
4.中國大陸	4.21	4.15	4.08
F值	2.04	0.72	1.52
顯著性	0.107	0.541	0.208
Scheffe法			

註 1 : \*  $p < 0.05$  , \*\*  $p < 0.01$  , \*\*\*  $p < 0.001$  。

表 4.2.3 旅遊特性對遊憩動機因素構面 t 檢定與單因子變異數分析

	學習動機	休閒動機	社交動機
<b>蒞臨次數</b>			
1.第一次	4.14	4.12	4.05
2.第二次	4.07	4.06	4.00
3.第三次	4.10	4.13	3.99
4.第四至五次	4.07	4.08	4.05
5.第六次以上	4.13	4.12	4.08
F值	1.29	0.81	0.87
顯著性	0.273	0.521	0.483
Scheffe法			
<b>交通工具</b>			
1.步行	4.12	4.09	4.02
2.自行車	4.16	4.11	4.05
3.公車	4.10	4.05	3.96
4.轎車	4.04	4.07	3.98
5.機車	4.05	4.06	3.97
6.遊覽車	4.14	4.13	4.07
F值	1.95	0.87	1.38
顯著性	0.083	0.500	0.227
Scheffe法			
<b>主要目的</b>			
1.旅遊	4.14	4.12	4.05
2.商務洽公兼旅遊	3.98	4.10	3.91
3.探親及訪友	4.07	4.76	4.13
4.本地居民	4.09	4.08	4.04
5.中轉旅客	3.92	4.08	3.81
6.其他	3.67	3.90	3.50
F值	2.84	0.26	2.08
顯著性	0.015	0.938	0.064
Scheffe法			

註 1 : \*  $p < 0.05$  , \*\*  $p < 0.01$  , \*\*\*  $p < 0.001$  。

### 第三節 解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之分析

#### 壹、人口統計變數與對解說媒體行前重視度之關係

在年齡方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「51-60 歲」、「61-70 歲」者對解說員的行前重視度高過「21-30 歲」者。在解說出版品部份，「51-60 歲」、「61-70 歲」者對解說出版品行前重視度高過「21-30 歲」；「61-70 歲」者高過「31-40 歲」。在展示室部份，「51-60 歲」、「61-70 歲」者對展示室的行前重視度高過「21-30 歲」者。在解說牌部分，「51-60 歲」者對解說牌行前重視度高於「21-30 歲」、「31-40 歲」；「61-70 歲」者高於「21-30 歲」、「31-40 歲」、「41-50 歲」。在視聽多媒體部份，「20 歲以下」、「51-60 歲」、「61-70 歲」、「71 歲及以上」者對視聽多媒體行前重視度高於「21-30 歲」。

在學歷方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「國小(含以下)」者對解說員的行前重視度高過「大學」、「研究所及以上」者，「高中職」者對解說員的行前重視度高過「大學」者。在解說出版品部份，「國小(含以下)」、「高中職」者對解說出版品行前重視度高過「大學」。在展示室部份，「國小(含以下)」者對展示室的行前重視度高過「高中職」、「專科」、「大學」、「研究所及以上」者。在解說牌部分，「國小(含以下)」者對解說牌行前重視度高於「大學」。在視聽多媒體部份，「國小(含以下)」者對視聽多媒體行前重視度高於「專科」、「大學」、「研究所及以上」。

在平均收入方面，對解說出版品、展示室、解說牌的行前重視度有顯著差異。在解說出版品部份，「8 萬元以上」者對解說出版品行前重視度高過「5 萬-8 萬元」。在展示室部份，「8 萬元以上」者對展示室的行前重視度高過「5 萬-8 萬元」者。在解說牌部分，「8 萬元以上」者對解說牌行前重視度高於「5 萬-8 萬元」。

在居住地區方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「中國大陸」者對解說員的行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說出版品部份，「中國大陸」者對解說出版品行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在展示室部份，「中國大陸」者對展示室的行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說牌部分，「中國大陸」者對解說牌行前重視度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。在視聽多媒體部份，「中國大陸」者對視聽多媒體行前重視度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。詳細資料請參閱表 4.3.1。

表 4.3.1 人口統計變數與解說行前重視度之單因子變異數分析

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>性別</b>					
1.男	4.22	4.08	4.18	4.22	4.16
2.女	4.18	4.08	4.20	4.23	4.14
T值	3.53	0.08	0.00	0.17	0.00
顯著性	0.060	0.777	0.999	0.677	0.948
<b>年齡</b>					
1.20歲以下	4.28	4.08	4.28	4.31	4.29
2.21-30歲	4.10	3.97	4.04	4.10	4.03
3.31-40歲	4.19	4.05	4.17	4.16	4.13
4.41-50歲	4.22	4.08	4.17	4.17	4.14
5.51-60歲	4.31	4.20	4.25	4.33	4.25
6.61-70歲	4.37	4.28	4.31	4.37	4.30
7.71歲及以上	4.26	4.26	4.35	4.39	4.38
F值	5.929***	6.698***	5.646***	7.55***	6.817***
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Scheffe法	5>2 · 6>2	5>2 · 6>2 · 6>3	5>2 · 6>2	5>2 · 5>3 · 6>2 · 6>3 · 6>4	1>2 · 5>2 · 6>2 · 7>2
<b>學歷</b>					
1.國小(含以下)	4.38	4.29	4.38	4.40	4.37
2.國中	4.23	4.11	4.20	4.21	4.18
3.高中職	4.29	4.15	4.18	4.25	4.21
4.專科	4.27	4.11	4.18	4.22	4.17
5.大學	4.15	4.00	4.13	4.15	4.10
6.研究所及以上	4.15	4.06	4.14	4.19	4.09
F值	5.49***	6.818***	5.234***	4.85***	6.194***
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Scheffe法	1>5 · 1>6 · 3>5	1>5 · 3>5	1>3 · 1>4 · 1>5 · 1>6	1>5	1>4 · 1>5 · 1>6

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。

表 4.3.1 人口統計變數與解說行前重視度之單因子變異數分析 (續)

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>職業</b>					
1.學生	4.14	3.99	4.11	4.14	4.13
2.商業	4.26	4.15	4.21	4.25	4.16
3.工業	4.21	4.1	4.17	4.19	4.12
4.軍、公、教、警人員	4.23	4.09	4.18	4.21	4.18
5.家庭主婦	4.36	4.25	4.33	4.35	4.29
6.農、林、漁、牧人員	4.22	3.94	4.06	4.14	4.07
7.退休人員	4.41	4.25	4.32	4.37	4.36
8.自由業	4.14	4.06	4.11	4.17	4.15
9.其他	4.51	4.13	4.33	4.23	4.21
10.服務業	4.12	3.92	4.1	4.13	4.09
F值	4.02	3.88	3.21	2.82	2.73
顯著性	0.000	0.000	0.001	0.003	0.004
Scheffe法					
<b>平均收入</b>					
1.3萬元以下	4.25	4.11	4.19	4.23	4.19
2.3萬 – 5萬元	4.24	4.11	4.18	4.2	4.15
3.5萬 – 8萬元	4.15	3.99	4.13	4.17	4.13
4.8萬元以上	4.32	4.28	4.35	4.37	4.3
F值	2.38	4.48	3.28	2.99	2.05
顯著性	0.068	0.002*	0.020*	0.030*	0.105
Scheffe法		4>3	4>3	4>3	
<b>居住地區</b>					
1.金門	4.20	4.07	4.16	4.18	4.16
2.台灣其他縣市	4.22	4.08	4.17	4.21	4.15
3.海外	4.24	4.22	4.24	4.26	4.26
4.中國大陸	4.45	4.34	4.35	4.41	4.40
F值	7.15	8.31	4.13	5.77	7.67
顯著性	0.000***	0.000***	0.006*	0.001**	0.000***
Scheffe法	4>1 · 4>2	4>1 · 4>2	4>1 · 4>2	4>1 · 4>2	4>1 · 4>2

## 貳、人口統計變數與解說媒體實際體驗滿意度之關係

在年齡方面，對解說出版品、視聽多媒體的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「71 歲以上」者對解說出版品實際體驗滿意度高過「21-30 歲」、「31-40 歲」者。在視聽多媒體部份，「61-70 歲」者對視聽多媒體實際體驗滿意度高過「21-30 歲」者。

在平均收入方面，對解說出版品、解說牌的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「8 萬元以上」者對解說出版品實際體驗滿意度高過「3 萬元以下」、「5 萬-8 萬元」。在解說牌部分，「8 萬元以上」者對解說牌實際體驗滿意度高於「5 萬-8 萬元」。

在居住地區方面，對解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「中國大陸」者對解說出版品行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在展示室部份，「中國大陸」者對展示室的實際體驗滿意度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說牌部分，「中國大陸」者對解說牌實際體驗滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。在視聽多媒體部份，「中國大陸」者對視聽多媒體實際體驗滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。詳細資料請參閱表 4.3.2。

表 4.3.2 人口統計變數與解說實際體驗滿意度之單因子變異數分析

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>性別</b>					
1.男	4.27	4.20	4.27	4.27	4.22
2.女	4.17	4.13	4.22	4.24	4.16
T值	1.07	0.92	1.26	0.58	0.01
顯著性	0.302	0.338	0.262	0.447	0.940
<b>年齡</b>					
1.20歲以下	4.35	4.25	4.34	4.36	4.27
2.21-30歲	4.20	4.09	4.15	4.20	4.12
3.31-40歲	4.28	4.17	4.22	4.21	4.19
4.41-50歲	4.26	4.19	4.24	4.24	4.24
5.51-60歲	4.31	4.24	4.28	4.27	4.27
6.61-70歲	4.29	4.28	4.33	4.32	4.33
7.71歲及以上	4.40	4.47	4.39	4.46	4.38
F值	2.00	4.719***	3.79	3.16	3.74
顯著性	0.062	0.000	0.001	0.004	0.001**
Scheffe法		7>2 · 7>3			6>2
<b>學歷</b>					
1.國小(含以下)	4.33	4.30	4.34	4.33	4.32
2.國中	4.20	4.19	4.23	4.22	4.24
3.高中職	4.30	4.24	4.28	4.28	4.26
4.專科	4.29	4.18	4.24	4.23	4.19
5.大學	4.26	4.16	4.21	4.25	4.20
6.研究所及以上	4.29	4.18	4.20	4.23	4.19
F值	1.379	2.19	2.29	1.54	1.79
顯著性	0.229	0.053	0.044	0.173	0.111
Scheffe法					

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。



表 4.3.2 人口統計變數與解說實際體驗滿意度之單因子變異數分析 (續)

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>職業</b>					
1.學生	4.25	4.17	4.19	4.29	4.17
2.商業	4.31	4.21	4.25	4.25	4.24
3.工業	4.26	4.20	4.25	4.24	4.23
4.軍、公、教、警人員	4.22	4.13	4.18	4.15	4.20
5.家庭主婦	4.33	4.29	4.31	4.32	4.19
6.農、林、漁、牧人員	4.26	4.10	4.13	4.21	4.14
7.退休人員	4.33	4.13	4.38	4.40	4.36
8.自由業	4.24	4.18	4.23	4.25	4.27
9.其他	4.47	4.22	4.20	4.23	4.20
10.服務業	4.26	4.34	4.24	4.15	4.30
F值	1.05	2.03	1.87	2.23	1.67
顯著性	0.397	0.033	0.052	0.018	0.092
Scheffe法					
<b>平均收入</b>					
1.3萬元以下	4.26	4.20	4.23	4.25	4.22
2.3萬 – 5萬元	4.29	4.21	4.26	4.26	4.23
3.5萬 – 8萬元	4.24	4.13	4.21	4.18	4.2
4.8萬元以上	4.42	4.37	4.37	4.41	4.37
F值	2.90	4.30	2.56	3.97	2.39
顯著性	0.034	0.005*	0.053	0.008	0.067
Scheffe法		4>1, 4>3		4>3	
<b>居住地區</b>					
1.金門	4.24	4.13	4.20	4.21	4.19
2.台灣其他縣市	4.27	4.19	4.24	4.24	4.22
3.海外	4.32	4.29	4.36	4.41	4.34
4.中國大陸	4.37	4.40	4.38	4.42	4.38
F值	1.96	7.517***	6.053***	6.361***	4.426*
顯著性	0.117	0.000	0.000	0.000	0.004
Scheffe法		4>1, 4>2	4>1, 4>2	4>1, 4>2	4>1, 4>2

### 參、旅遊特性與對解說行前重視度之關係

在交通工具方面，對解說員行前重視度有顯著差異。使用「遊覽車」對解說員的行前重視度高過「機車」者。詳細資料請參閱表 4.3.3。

表 4.3.3 旅遊特性與解說媒體行前重視度之單因子變異數分析

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>蒞臨次數</b>					
1.第一次	4.22	4.10	4.21	4.24	4.07
2.第二次	4.14	4.04	4.11	4.18	4.15
3.第三次	4.17	4.06	4.11	4.15	4.16
4.第四至五次	4.07	4.05	4.19	4.19	4.17
5.第六次以上	4.20	4.05	4.20	4.22	4.22
F值	1.36	0.56	2.00	0.94	1.49
顯著性	0.245	0.688	0.091	0.443	0.204
Scheffe法					
<b>交通工具</b>					
1.步行	4.16	4.00	4.24	4.35	4.19
2.自行車	4.11	3.96	4.01	4.03	3.98
3.公車	4.26	4.06	4.10	4.21	4.13
4.轎車	4.10	4.05	4.19	4.18	4.19
5.機車	4.00	3.90	4.10	4.08	4.02
6.遊覽車	4.24	4.11	4.20	4.25	4.17
F值	3.84***	2.50	1.60	3.23	1.92
顯著性	0.002	0.029	0.156	0.006	0.088
Scheffe法					
	6>5				
<b>主要目的</b>					
1.旅遊	4.22	4.09	4.20	4.24	4.16
2.商務洽公兼旅遊	4.14	3.89	4.03	4.10	4.01
3.探親及訪友	4.24	4.17	4.18	4.21	4.24
4.本地居民	4.09	4.00	4.19	4.18	4.20
5.中轉旅客	3.85	4.02	4.09	4.18	3.74
6.其他	4.50	3.90	4.10	4.40	4.50
F值	1.74	2.30	1.57	1.05	2.34
顯著性	0.123	0.043	0.166	0.385	0.039
Scheffe法					

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。

## 肆、旅遊特性與對解說媒體實際體驗之關係

在蒞臨次數方面，對展示室實際體驗滿意度有顯著差異。蒞臨次數「第一次」對展示室的實際體驗滿意度高過「第三次」者。

在交通工具方面，對解說員、解說出版品實際體驗滿意度有顯著差異。使用「遊覽車」對解說員的實際體驗滿意度高過「轎車」者，使用「遊覽車」對解說出版品的實際體驗滿意度高過「自行車」者。詳細資料請參閱表 4.3.4。

表 4.3.4 旅遊特性與解說媒體實際體驗滿意度之單因子變異數分析

	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體
<b>蒞臨次數</b>					
1.第一次	4.24	4.18	4.28	4.29	4.22
2.第二次	4.18	4.16	4.19	4.17	4.12
3.第三次	4.17	4.06	4.08	4.12	4.12
4.第四至五次	4.07	4.16	4.22	4.21	4.15
5.第六次以上	4.20	4.12	4.20	4.20	4.16
F值	1.11	1.07	4.51*	4.69	1.54
顯著性	0.352	0.368	0.001	0.001	0.188
Scheffe法			1>3		
<b>交通工具</b>					
1.步行	4.27	4.10	4.35	4.37	4.27
2.自行車	4.01	3.80	4.18	4.14	3.94
3.公車	4.19	4.09	4.15	4.09	4.13
4.轎車	4.06	4.06	4.18	4.18	4.07
5.機車	4.06	4.07	4.14	4.14	4.08
6.遊覽車	4.26	4.21	4.27	4.28	4.23
F值	5.33***	5.98***	2.84	4.21	4.24
顯著性	0.000	0.000	0.014	0.001	0.001
Scheffe法	6>4	6>2			
<b>主要目的</b>					
1.旅遊	4.23	4.19	4.27	4.28	4.21
2.商務洽公兼旅遊	4.13	4.07	4.10	4.12	4.03
3.探親及訪友	4.26	4.17	4.21	4.19	4.21
4.本地居民	4.06	3.98	4.12	4.13	4.08
5.中轉旅客	3.93	4.11	4.05	4.04	3.81
6.其他	3.80	4.00	4.20	4.20	4.10
F值	2.28	2.50	3.60	3.47	2.72
顯著性	0.044	0.029	0.003	0.004	0.019
Scheffe法					

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。

## 伍、遊憩動機對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之關係

主要在探討遊客遊憩動機對解說媒體服務的行前重視度與實際體驗滿意度彼此間的關聯性，利用迴歸分析法進行分析。以下將分別說明從遊憩動機角度，探討遊客對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之影響關係。

由表4.3.5發現，共有三個自變數對解說媒體行前重視度-解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體，其聯合解釋變異量（調整過後的 $R^2$ ）為35.2%，整體迴歸效果達顯著 $F = 392.751$ （ $p$ 值 $<0.001$ ），自變數項中以學習動機變相預測力最高，Bate值為0.382，表示學習動機高者對解說媒體的行前重視度也高，呈現正相關。

由表4.3.6發現，共有三個自變數對解說媒體實際體驗滿意度-解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體，其聯合解釋變異量（調整過後的 $R^2$ ）為29.3%，整體迴歸效果達顯著 $F = 300.922$ （ $p$ 值 $<0.001$ ），自變數項中以學習動機變相預測力最高，Bate值為0.299，表示學習動機高者對解說媒體的實際體驗滿意度也高，呈現正相關。

表 4.3.5 遊憩動機對解說媒體行前重視度之迴歸分析

模式	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體	總預期想法
學習動機	0.370	0.283	0.347	0.342	0.353	0.382
休閒動機	0.049	0.169	0.163	0.162	0.103	0.144
社交動機	0.101	0.128	0.047	0.051	0.097	0.098
F檢定	308.424***	308.424***	286.285***	282.159***	278.534***	392.751***
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
調整後的 $R^2$	0.248	0.299	0.312	0.280	0.188	0.352

註：迴歸係數均為標準化係數，且不顯著不填寫；\* $p < 0.05$ ，\*\* $p < 0.01$ ，\*\*\* $p < 0.001$ 。

表 4.3.6 遊憩動機對解說媒體實際體驗滿意度之迴歸分析

模式	解說員	解說出版品	展示室	解說牌	視聽多媒體	總實際體驗
學習動機	0.272	0.218	0.292	0.306	0.220	0.299
休閒動機	0.046	0.131	0.135	0.160	0.073	0.122
社交動機	0.141	0.162	0.097	0.037	0.202	0.153
F檢定	169.027***	215.633***	236.085***	217.415***	200.387***	300.922***
顯著性	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
調整後的R <sup>2</sup>	0.189	0.229	0.246	0.231	0.216	0.293

註：迴歸係數均為標準化係數，且不顯著不填寫；\* $p < 0.05$ ，\*\* $p < 0.01$ ，\*\*\* $P < 0.001$ 。

## 第四節 整體滿意度分析

### 壹、金門國家公園整體滿意度之樣本結構

針對金門國公園整體滿意度問項包括：環境維護之清潔度、遊客中心之吵雜度、提供遊客服務項目、提供遊憩活動之多樣性、區內自然資源受保護之狀況、區內景觀受維護之狀況、整體滿意度七大項，整理如下表 4.4.1，請參閱。

#### 一、環境維護之清潔度

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於環境維護之清潔度的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 95.0%，「普通」佔 4.6%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

#### 二、遊客中心內之吵雜度

本問項共 2168 份，受訪者勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪者對於遊客中心內之吵雜度的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 85.2%，「普通」佔 13.1%，不滿意與非常不滿意合計為 1.7%。

#### 三、提供遊客服務項目

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 3 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於提供遊客服務項目的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 88.0%，「普通」佔 11.5%，不滿意與非常不滿意合計為 0.5%。

#### 四、提供遊憩活動之多樣性

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 1 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於提供遊憩活動之多樣性的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 86.3%，「普通」佔 12.8%，不滿意與非常不滿意合計為 0.9%。

#### 五、區內自然資源受保護之狀況

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於區內自然資源受保護之狀況的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 91.7%，「普通」佔 7.3%，不滿意與非常不滿意合計為 0.9%。

## 六、區內景觀受維護之狀況

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於區內景觀受維護之狀況的滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 92.1%，「普通」佔 7.5%，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%。

## 七、整體滿意度

本問項共 2168 份，受訪遊客對於金門國家公園的整體滿意度如下：非常滿意與滿意合計比例為 93.7%，「普通」佔 6.1%，不滿意與非常不滿意合計為 0.2%。

表 4.4.1 金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析

	滿意度	樣本數	百分比(%)
一、環境維護之清潔度	非常滿意	994	45.8
	滿意	1066	49.2
	普通	100	4.6
	不滿意	6	0.3
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
二、遊客中心內之吵雜度	非常滿意	787	36.3
	滿意	1061	48.9
	普通	284	13.1
	不滿意	34	1.6
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
三、提供遊客服務項目	非常滿意	784	36.2
	滿意	1122	51.8
	普通	249	11.5
	不滿意	8	0.4
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	3	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

表 4.4.1 金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
四、提供遊憩活動之多樣性	非常滿意	809	37.3
	滿意	1062	49.0
	普通	277	12.8
	不滿意	19	0.9
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	1	0.0
	<b>小計</b>		2168
五、區內自然資源受保護之狀況	非常滿意	918	42.3
	滿意	1072	49.4
	普通	159	7.3
	不滿意	17	0.8
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		2168
六、區內景觀受維護之狀況	非常滿意	925	42.7
	滿意	1072	49.4
	普通	162	7.5
	不滿意	9	0.4
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		2168
七、整體滿意度	非常滿意	935	43.1
	滿意	1096	50.6
	普通	132	6.1
	不滿意	3	0.1
	非常不滿意	2	0.1
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		2168



## 貳、金門國家公園整體滿意度分析

### 一、環境維護之清潔度

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於環境維護之清潔度的滿意度如下：「非常滿意」共為 994 人 (45.8%)、「滿意」為 1066 人 (49.2%)，非常滿意與滿意合計比例為 95.0%，「普通」共 100 人 (4.6%)、「不滿意」為 6 人 (0.3%)、「非常不滿意」為 2 人 (0.1%)，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%，詳細資料參閱表 4.4.2/圖 4.4.1。

表 4.4.2 環境維護清潔度滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	994	45.8
滿意	1066	49.2
普通	100	4.6
不滿意	6	0.3
非常不滿意	2	0.1
合計	2168	100.0

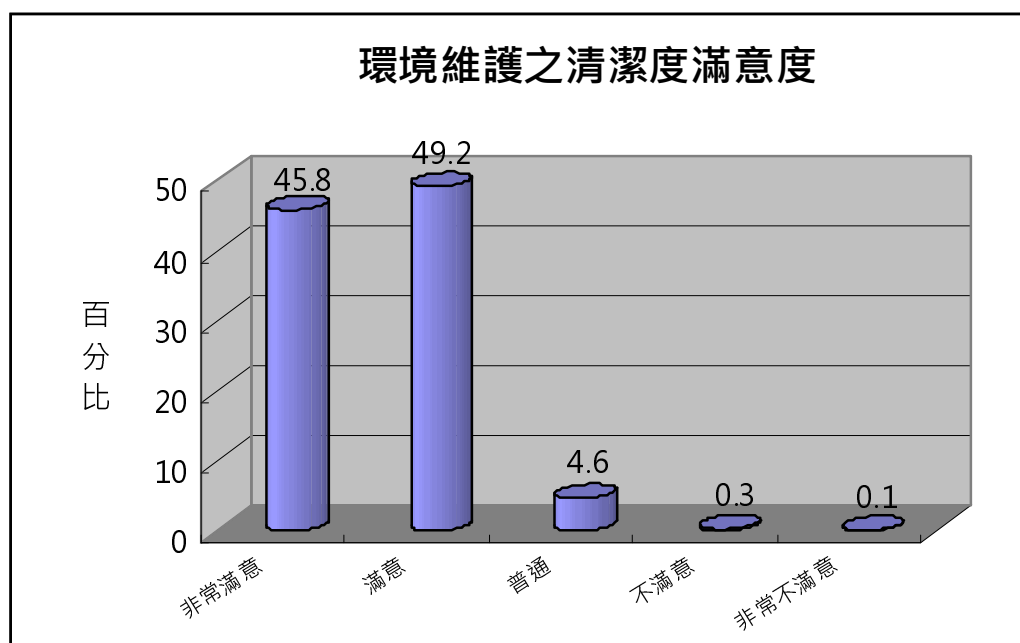


圖 4.4.1 環境維護清潔度滿意度

## 二、遊客中心內之吵雜度

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於遊客中心內之吵雜度的滿意度如下：「非常滿意」共為 787 人 ( 36.3% )、「滿意」為 1061 人 ( 48.9% )，非常滿意與滿意合計比例為 85.2%，「普通」共 284 人 ( 13.1% )、「不滿意」為 34 人 ( 1.6% )、「非常不滿意」為 2 人 ( 0.1% )，不滿意與非常不滿意合計為 1.7%，詳細資料參閱表 4.4.3/圖 4.4.2。

表 4.4.3 遊客中心內之吵雜度滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	787	36.3
滿意	1061	48.9
普通	284	13.1
不滿意	34	1.6
非常不滿意	2	0.1
合計	2168	100.0

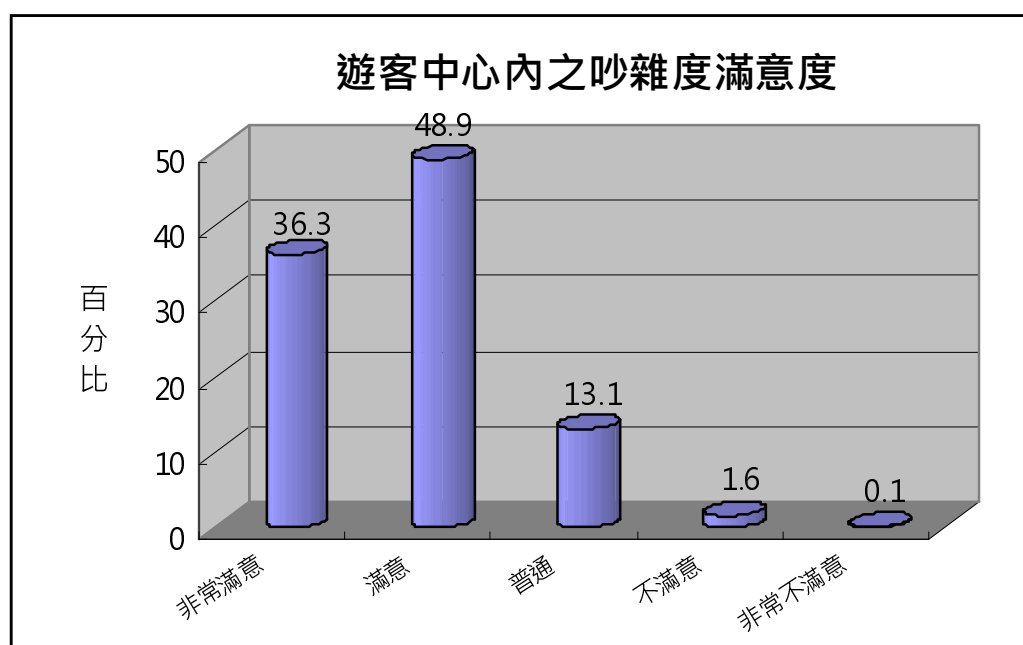


圖 4.4.2 遊客中心內之吵雜度滿意度

### 三、提供遊客服務項目

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 3 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於提供遊客服務項目的滿意度如下：「非常滿意」共為 784 人 (36.2%)、「滿意」為 1122 人 (51.8%)，非常滿意與滿意合計比例為 88.0%、「普通」共 249 人 (11.5%)、「不滿意」為 8 人 (0.4%)、「非常不滿意」為 2 人 (0.1%)，不滿意與非常不滿意合計為 0.5%，詳細資料參閱表 4.4.4/圖 4.4.3。

表 4.4.4 提供遊客服務項目滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	784	36.2
滿意	1122	51.8
普通	249	11.5
不滿意	8	0.4
非常不滿意	2	0.1
合計	2165	100.0

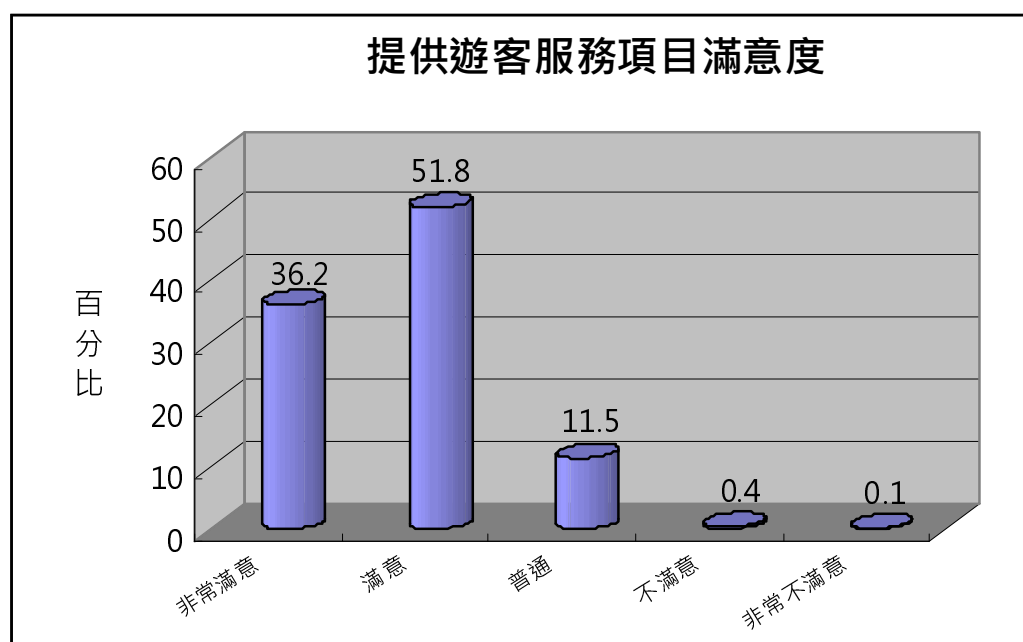


圖4.4.3 提供遊客服務項目滿意度

#### 四、提供遊憩活動之多樣性

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 1 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於提供遊憩活動之多樣性的滿意度如下：「非常滿意」共為 809 人 ( 37.3%)、「滿意」為 1062 人 ( 49.0%)，非常滿意與滿意合計比例為 86.3%，「普通」共 277 人 ( 12.8%)，「不滿意」為 19 人 ( 0.9%)、「非常不滿意」為 0 人 ( 0.0%)，不滿意與非常不滿意合計為 0.9%，詳細資料參閱表 4.4.5/圖 4.4.4。

表 4.4.5 提供遊憩活動之多樣性滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	809	37.3
滿意	1062	49.0
普通	277	12.8
不滿意	19	0.9
非常不滿意	0	0.0
合計	2167	100.0

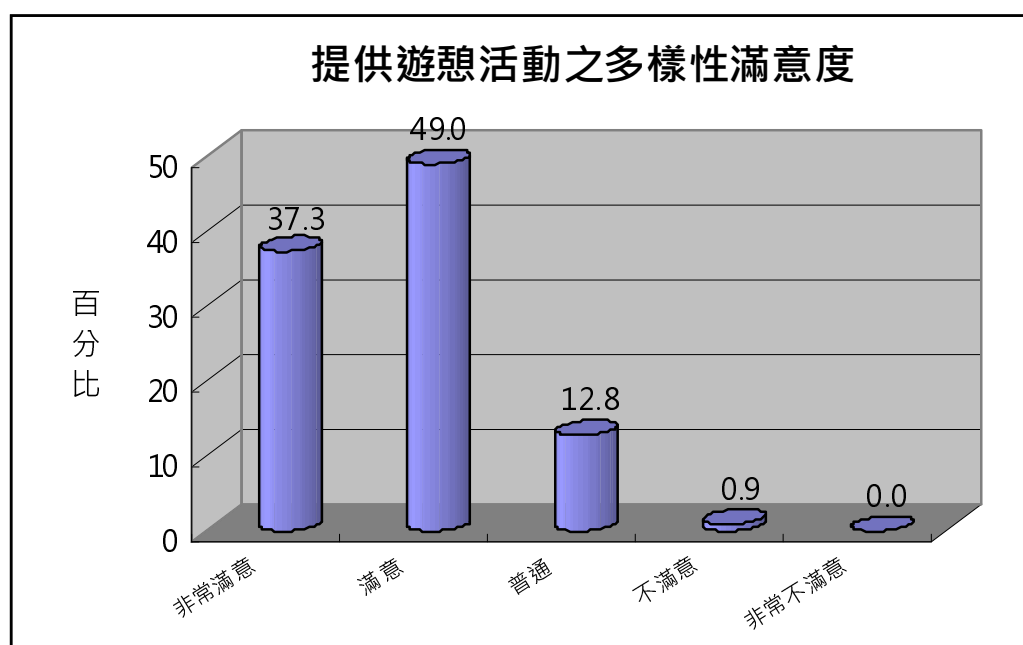


圖4.4.4 提供遊憩活動之多樣性滿意度

## 五、區內自然資源受保護之狀況

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於區內自然資源受保護之狀況的滿意度如下：「非常滿意」共為 918 人 (42.3%)、「滿意」為 1072 人 (49.4%)，非常滿意與滿意合計比例為 91.7%，「普通」共 159 人 (7.3%)、「不滿意」為 17 人 (0.8%)、「非常不滿意」為 2 人 (0.1%)，不滿意與非常不滿意合計為 0.9%，詳細資料參閱表 4.4.6/圖 4.4.5。

表 4.4.6 區內自然資源受保護之狀況滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	918	42.3
滿意	1072	49.4
普通	159	7.3
不滿意	17	0.8
非常不滿意	2	0.1
合計	2168	100.0

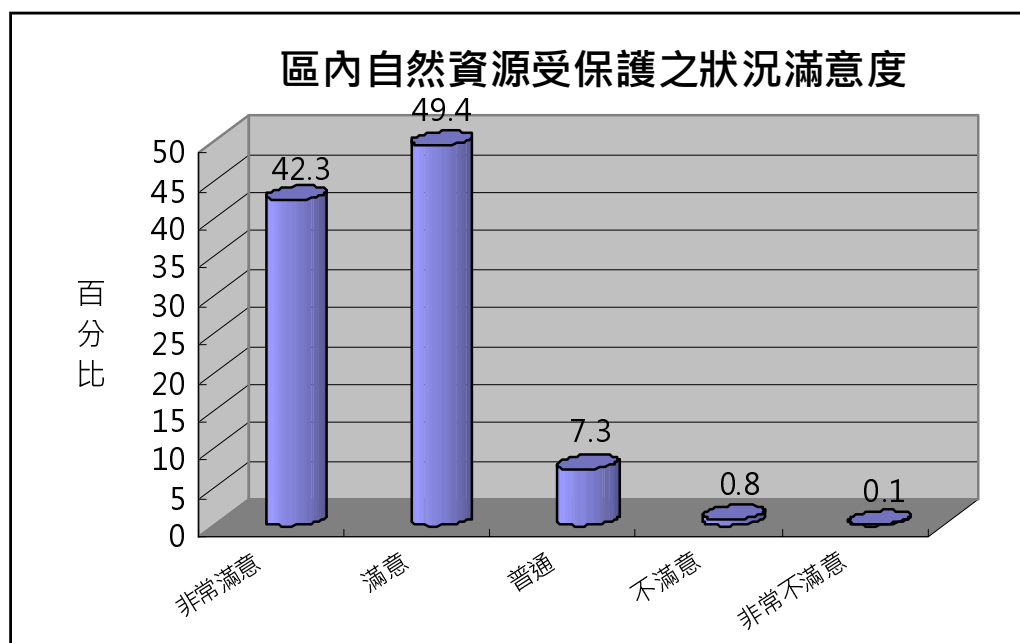


圖 4.4.5 區內自然資源受保護之狀況滿意度

## 六、區內景觀受維護之狀況

本問項共 2168 份，受訪遊客勾選「未曾使用本項設施」為 0 人，此部份不計入百分比比例。受訪遊客對於區內景觀受維護之狀況的滿意度如下：「非常滿意」共為 925 人 (42.7%)、「滿意」為 1072 人 (49.4%)，非常滿意與滿意合計比例為 92.1%，「普通」共 162 人 (7.5%)，「不滿意」為 9 人 (0.4%)、「非常不滿意」為 0 人 (0.0%)，不滿意與非常不滿意合計為 0.4%，詳細資料參閱表 4.4.7/圖 4.4.6。

表 4.4.7 區內景觀受維護之狀況滿意度

滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	925	42.7
滿意	1072	49.4
普通	162	7.5
不滿意	9	0.4
非常不滿意	0	0.0
合計	2168	100.0

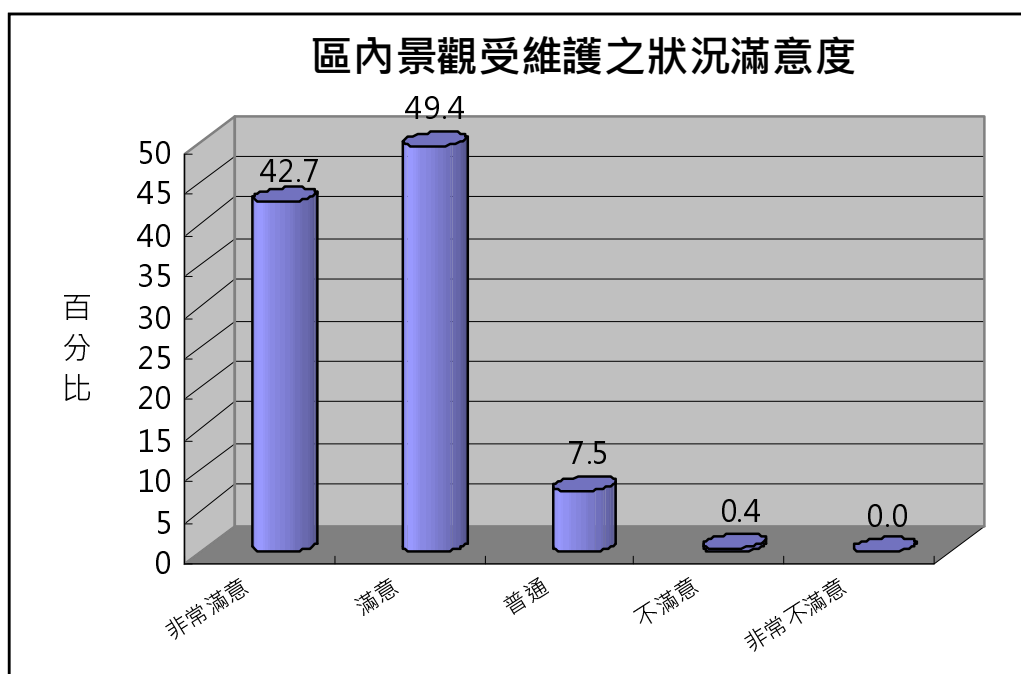


圖 4.4.6 區內景觀受維護之狀況滿意度

## 七、整體滿意度

本問項共 2168 份。受訪遊客對於金門國家公園的整體滿意度如下：「非常滿意」共為 935 人 ( 43.1% )、「滿意」為 1096 人 ( 50.6% )，非常滿意與滿意合計比例為 93.7% ，「普通」共 132 人 ( 6.1% )、「不滿意」為 3 人 ( 0.1% )、「非常不滿意」為 2 人 ( 0.1% )，不滿意與非常不滿意合計為 0.2% ，詳細資料參閱表 4.4.8/圖 4.4.7。

表 4.4.8 遊客對金門國家公園整體滿意度

整體滿意度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常滿意	935	43.1
滿意	1096	50.6
普通	132	6.1
不滿意	3	0.1
非常不滿意	2	0.1
合計	2168	100.0

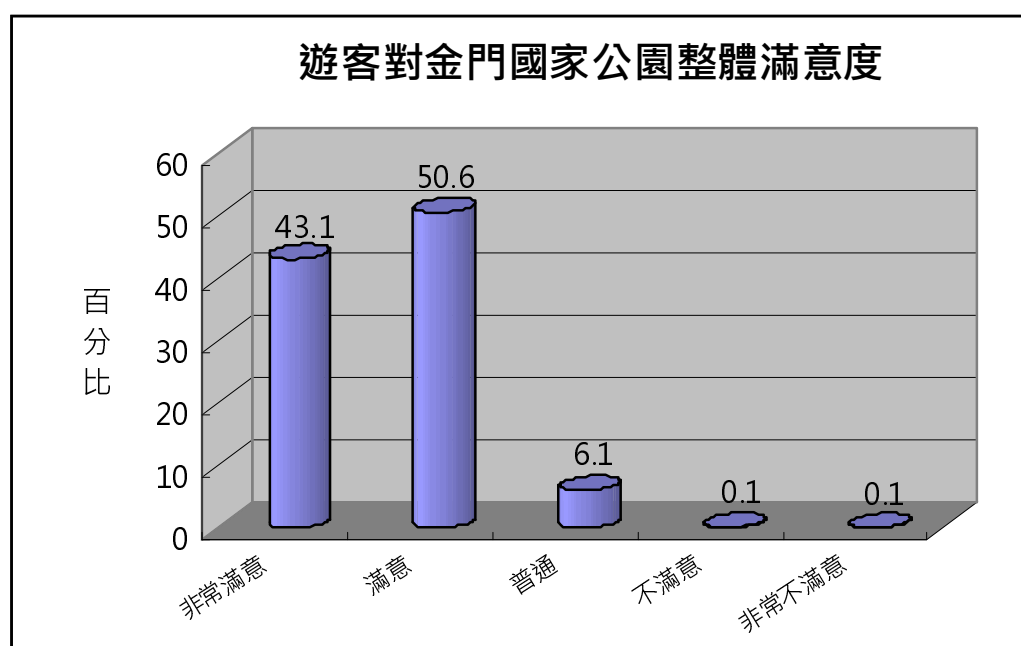


圖 4.4.7 遊客對金門國家公園整體滿意度

## 八、遊客對金門國家公園整體滿意度的平均數

綜合上述 7 項遊客對金門國家公園整體滿意度的分析中發現，受訪遊客對各項服務項目整體的平均滿意度為 4.30，其中以「環境維護之清潔度（平均數 4.40）」、「整體滿意度（平均數 4.36）」、「區內景觀受維護之狀況（平均數 4.34）」等相關題項之滿意程度較高，相關數據請參閱表 4.4.9。

表 4.4.9 金門國家公園整體滿意度之平均數與標準差

對各項服務項目整體滿意度	調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1. 環境維護之清潔度	4.40	0.60	1
2. 遊客中心內之吵雜度	4.20	0.72	6
3. 提供遊客服務項目	4.23	0.68	5
4. 提供遊憩活動之多樣性	4.23	0.70	5
5. 區內自然資源受保護之狀況	4.33	0.65	4
6. 區內景觀受維護之狀況	4.34	0.63	3
7. 整體滿意度	4.36	0.61	2
平均滿意度	4.30	0.66	

註：平均數 5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 無意見，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意

圖 4.4.8 為本調查將 7 項遊客對金門國家公園整體滿意度整理將「非常滿意」和「滿意」歸類為「滿意」，「非常不滿意」和「不滿意」歸類為「不滿意」，「普通」則維持原分類，共分為「滿意」、「普通」、「不滿意」等 3 尺度，由圖示可見，圖右邊之「不滿意」比率偏低。

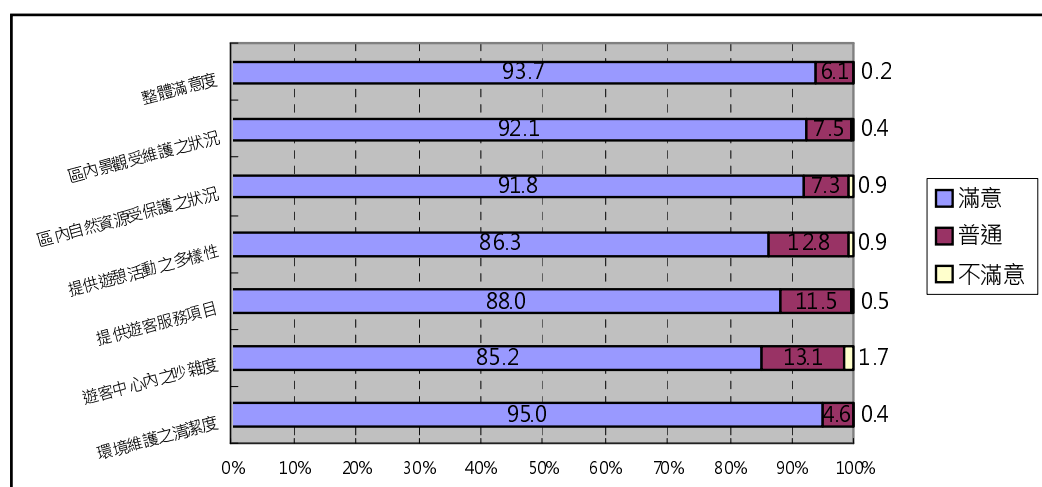


圖 4.4.8 金門國家公園整體滿意度之百分比分配



## 參、遊客基本資料與金門國家公園整體滿意度之關係

遊客基本資料包括 (一) 遊客人口統計變數：性別、年齡、學歷、職業、平均收入、居住地等六個變項資料；(二) 旅遊特性：蒞臨次數、交通工具、主要目的等，以 t 檢定與單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 方式檢定其與金門國家公園整體滿意度一構面差異分析，詳細資料請參閱表 4.4.10 與 4.4.11。

### 一、遊客人口統計變數

#### (一) 性別

在性別方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著差異。

#### (二) 年齡

在年齡方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「51-60 歲」、「71 歲及以上」者對金門國家公園滿意度高過「21-30 歲」者。

#### (三) 學歷

在學歷方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「國小 (含以下)」者對金門國家公園整體滿意度高於「專科」、「大學」、「研究所及以上」。

#### (四) 職業

在職業方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著差異。

#### (五) 平均收入

在每月平均收入方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著差異。

#### (六) 居住地區

在居住地區方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「中國大陸」者對金門國家公園整體滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。

### 二、旅遊特性

#### (一) 蒞臨次數

在蒞臨次數方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著性差異。

#### (二) 交通工具

在交通工具方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著性差異。

#### (三) 主要目的

在主要目的方面，對金門國家公園整體滿意度無顯著性差異。

表 4.4.10 人口統計變數與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析

金門國家公園 整體滿意度		金門國家公園 整體滿意度	
<b>性別</b>		<b>職業</b>	
1.男	4.31	1.學生	4.24
2.女	4.29	2.商業	4.29
T值	0.05	3.工業	4.29
顯著性	0.816	4.軍、公、教、警人員	4.27
<b>年齡</b>		5.家庭主婦	4.38
1.20歲以下	4.32	6.農、林、漁、牧人員	4.24
2.21-30歲	4.21	7.退休人員	4.42
3.31-40歲	4.25	8.自由業	4.3
4.41-50歲	4.31	9.其他	4.36
5.51-60歲	4.36	10.服務業	4.23
6.61-70歲	4.36	F值	1.99
7.71歲及以上	4.48	顯著性	0.037
F值	4.856***	<b>Scheffe法</b>	
顯著性	0.000	<b>平均收入</b>	
Scheffe法	5>2 · 7>2	1.3萬元以下	4.29
<b>學歷</b>		2.3萬 – 5萬元	4.29
1.國小(含以下)	4.42	3.5萬 – 8萬元	4.31
2.國中	4.34	4.8萬元以上	4.4
3.高中職	4.31	F值	1.66
4.專科	4.23	顯著性	0.175
5.大學	4.28	<b>Scheffe法</b>	
6.研究所及以上	4.26	<b>居住地區</b>	
F值	4.109***	1.金門	4.21
顯著性	0.001	2.台灣其他縣市	4.29
Scheffe法	1>4 · 1>5 · 1>6	3.海外	4.44
		4.中國大陸	4.48
		F值	10.14***
		顯著性	0.000
		Scheffe法	4>1 · 4>2

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。

表 4.4.11 旅遊特性與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析

	金門國家公園整體滿意度
<b>蒞臨次數</b>	
1.第一次	4.39
2.第二次	4.30
3.第三次	4.31
4.第四至五次	4.33
5.第六次以上	4.33
F值	2.40
顯著性	0.048
Scheffe法	
<b>交通工具</b>	
1.步行	4.44
2.自行車	4.29
3.公車	4.24
4.轎車	4.33
5.機車	4.31
6.遊覽車	4.38
F值	1.90
顯著性	0.091
Scheffe法	
<b>主要目的</b>	
1.旅遊	4.37
2.商務洽公兼旅遊	4.32
3.探親及訪友	4.36
4.本地居民	4.32
5.中轉旅客	4.18
6.其他	4.50
F值	0.72
顯著性	0.606
Scheffe法	

註：\*在0.05水準上的平均差異有顯著。

## 第五節 遊客推薦、回遊意願與改善度分析

### 壹、遊客對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構

針對遊客的推薦、回遊意願、改善度問項包括：推薦意願、回遊意願、改善滿意度三項，整理如下表 4.5.1，請參閱。

#### 一、推薦意願

受訪遊客對於向親朋好友推薦金門國家公園的滿意度如下：非常願意與願意合計比例為 95.4%，「普通」佔 4.2%，不願意與非常不願意合計為 0.4%。

#### 二、回遊意願

受訪遊客對於回遊金門國家公園意願度如下：非常願意與願意合計比例為 91.0%，「普通」佔 8.2%，不願意與非常不願意合計為 0.7%。

#### 三、改善度

受訪遊客中第一次到訪者共有 1368 人 ( 63.1% )，為初次到訪者免回答此題，故有 800 人 ( 36.9% ) 回答此題。本調查以 800 人為母體，分析受訪遊客認知金門國家公園的改善度，結果如下：「改善很多」者共為 438 人 ( 54.8% )、「稍有改善」為 231 人 ( 28.9% )、「差不多」共 127 人 ( 15.9% )、「較差」為 4 人 ( 0.5% )。

表 4.5.1 對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構分析

	願意度/改善度	樣本數	百分比(%)
一、推薦意願	非常願意	980	45.2
	願意	1088	50.2
	普通	91	4.2
	不願意	6	0.3
	非常不願意	3	0.1
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
二、回遊意願	非常願意	859	39.6
	願意	1114	51.4
	普通	178	8.2
	不願意	16	0.7
	非常不願意	1	0.0
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>
三、金門國家公園整體品質改善度	第一次到訪者	1368	63.1
	改善很多	438	20.2
	稍有改善	231	10.7
	差不多	127	5.9
	較差	4	0.2
	<b>小計</b>	<b>2168</b>	<b>100.0</b>

## 貳、推薦意願

受訪遊客對於向親朋好友推薦金門國家公園的滿意度如下：「非常願意」共為 980 人 ( 45.2% )、「願意」為 1088 人 ( 50.2% )，非常願意與願意合計比例為 95.4%，「普通」共 91 人 ( 4.2% )，「不願意」為 6 人 ( 0.3% )、「非常不願意」為 3 人 ( 0.1% )，不願意與非常不願意合計為 0.4%，詳細資料參閱表 4.5.2/圖 4.5.1。

表 4.5.2 遊客推薦金門國家公園的意願度

推薦意願	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	980	45.2
願意	1088	50.2
普通	91	4.2
不願意	6	0.3
非常不願意	3	0.1
合計	2168	100.0

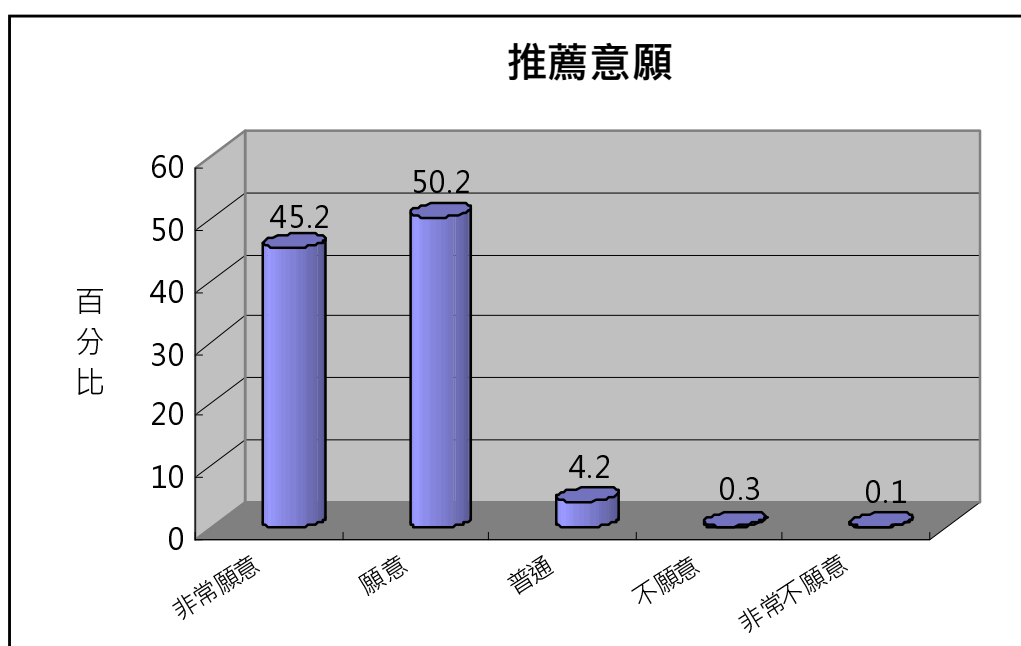


圖 4.5.1 遊客推薦金門國家公園的意願度

## 參、回遊意願

受訪遊客對於回遊金門國家公園意願滿意度如下：「非常願意」共為 859 人 (39.6%)、「願意」為 1114 人 (51.4%)，非常願意與願意合計比例為 91.0%。「普通」共 178 人 (8.2%)、「不願意」為 16 人 (0.7%)、「非常不願意」為 1 人 (0.0%)，不願意與非常不願意合計為 0.7%，詳細資料參閱表 4.5.3/圖 4.5.2。

表 4.5.3 遊客對回遊金門國家公園意願度

回遊意願	調查樣本	
	次數	百分比(%)
非常願意	859	39.6
願意	1114	51.4
普通	178	8.2
不願意	16	0.7
非常不願意	1	0.0
合計	2168	100.0

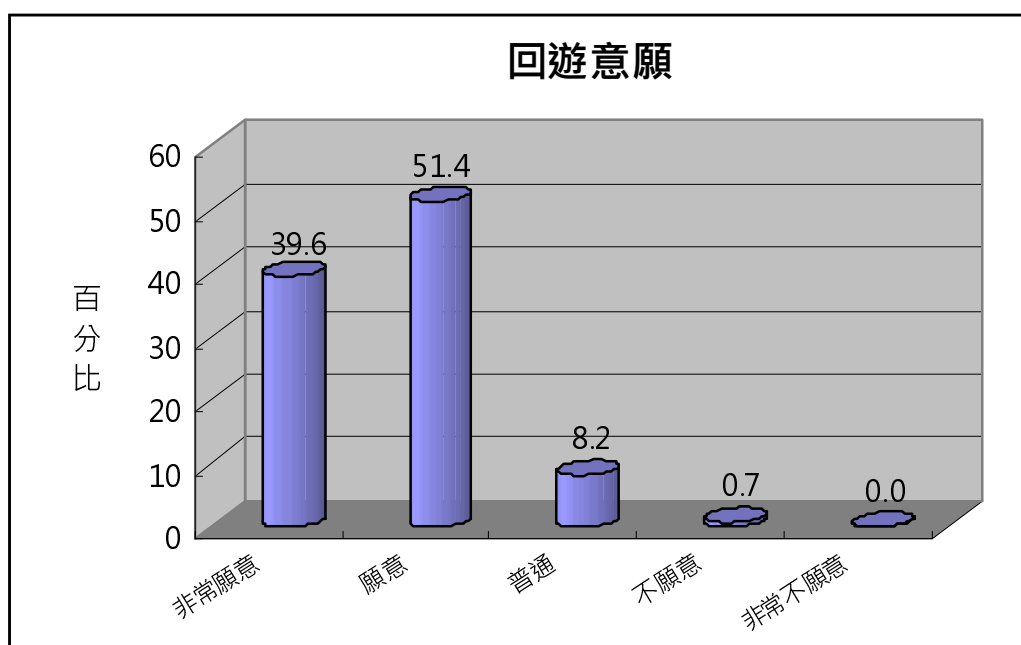


圖 4.5.2 遊客對回遊金門國家公園意願度

#### 肆、遊客認知金門國家公園整體品質的改善度

本題問項為：您認為目前金門國家公園整體品質與您上次到訪時，其改善程度的比較？受訪遊客中第一次到訪者共有 1368 人 (63.1%)，為初次到訪者免回答此題，故有 800 人 (36.9%) 回答此題，詳細資料參閱表 4.5.4。本調查以 800 人為母體，分析受訪者認知金門國家公園的改善度，結果如下：「改善很多」者為 438 人 (54.8%)、「稍有改善」為 231 人 (28.9%)、「差不多」為 127 人 (15.9%)、「較差」為 4 人 (0.5%)，詳細資料參閱表 4.5.5/圖 4.5.3。

表 4.5.4 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (含首次到訪)

整體品質改善度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
第一次到訪者	1368	63.1
改善很多	438	20.2
稍有改善	231	10.7
差不多	127	5.9
較差	4	0.2
合計	2168	100.0

表 4.5.5 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (不含首次到訪)

整體品質改善度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
改善很多	438	54.8
稍有改善	231	28.9
差不多	127	15.9
較差	4	0.5
合計	800	100.0

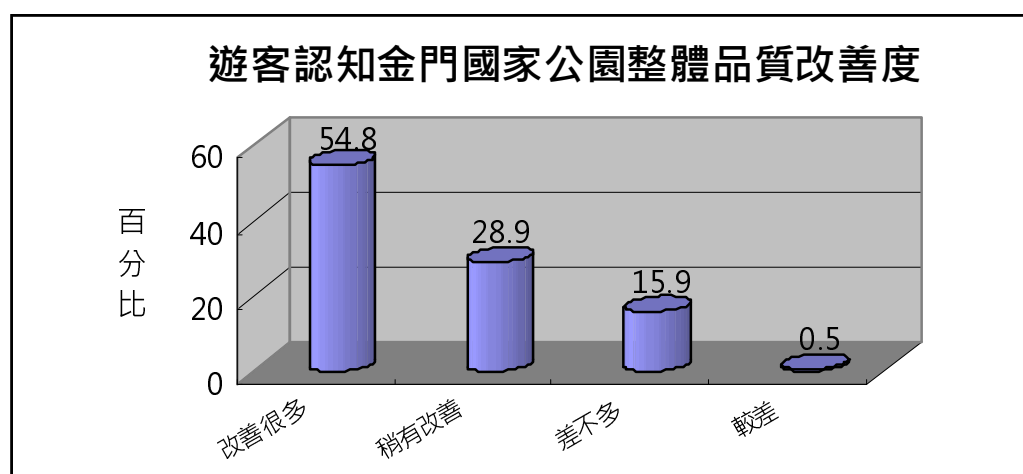


圖 4.5.3 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 (不含首次到訪)



## 伍、遊客基本資料對推薦回遊意願度之關係

遊客基本資料包括 (一) 遊客人口統計變數：性別、年齡、學歷、職業、平均收入、居住地等六個變項資料；(二) 旅遊特性：蒞臨次數、交通工具、主要目的等，以 t 檢定與單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 方式檢定其與推薦回遊構面間差異分析，詳細資料請參閱表 4.5.6 與 4.5.7

### 一、遊客人口統計變數

#### (一) 性別

在性別方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

#### (二) 年齡

在年齡方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「20 歲以下」、「41-50 歲」、「51-60 歲」、「61-70 歲」者對推薦回遊意願度高於「21-30 歲」者；「51-60 歲」者對推薦回遊意願度高過「31-40 歲」。

#### (三) 學歷

在學歷方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

#### (四) 職業

在職業方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

#### (五) 平均收入

在平均收入方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「8 萬元以上」者對推薦回遊意願度高於「3 萬元以下」。

#### (六) 居住地區

在居住地區方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

### 二、旅遊特性

#### (一) 蒞臨次數

在蒞臨次數方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「第六次以上」者對推薦回遊意願度高於「第一次」。

#### (二) 交通工具

在交通工具方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。使用「轎車」者對推薦回遊意願度高於「公車」、「機車」、「遊覽車」

#### (三) 主要目的

在主要目的方面，對推薦回遊意願度無顯著差異。

表 4.5.6 人口統計變數與推薦回遊意願度之單因子變異數分析

	推薦回遊		推薦回遊
<b>性別</b>		<b>職業</b>	
1.男	4.36	1.學生	4.31
2.女	4.34	2.商業	4.35
T值	0.17	3.工業	4.35
顯著性	0.682	4.軍、公、教、警人員	4.33
<b>年齡</b>		5.家庭主婦	4.44
1.20歲以下	4.43	6.農、林、漁、牧人員	4.34
2.21-30歲	4.21	7.退休人員	4.38
3.31-40歲	4.29	8.自由業	4.33
4.41-50歲	4.38	9.其他	4.32
5.51-60歲	4.45	10.服務業	4.31
6.61-70歲	4.40	F值	0.99
7.71歲及以上	4.35	顯著性	0.443
F值	7.867***	Scheffe法	
顯著性	0.000	<b>平均收入</b>	
Scheffe法	1>2 · 4>2 · 5>2 · 5>3 · 6>2	1.3萬元以下	4.32
<b>學歷</b>		2.3萬 – 5萬元	4.35
1.國小(含以下)	4.42	3.5萬 – 8萬元	4.38
2.國中	4.38	4.8萬元以上	4.49
3.高中職	4.40	F值	3.429***
4.專科	4.28	顯著性	0.016
5.大學	4.3	Scheffe法	4>1
6.研究所及以上	4.35	<b>居住地區</b>	
F值	3.532	1.金門	4.37
顯著性	0.003	2.台灣其他縣市	4.34
Scheffe法		3.海外	4.41
		4.中國大陸	4.40
		F值	0.91
		顯著性	0.434
		Scheffe法	

註：\*在 0.05 水準上的平均差異有顯著。

表 4.5.7 旅遊特性與金門國家公園整體滿意度之單因子變異數分析

	推薦回遊
<b>蒞臨次數</b>	
1.第一次	4.34
2.第二次	4.34
3.第三次	4.28
4.第四至五次	4.28
5.第六次以上	4.46
F值	3.433**
顯著性	0.008
Scheffe法	5>1
<b>交通工具</b>	
1.步行	4.38
2.自行車	4.34
3.公車	4.20
4.轎車	4.50
5.機車	4.28
6.遊覽車	4.34
F值	5.378***
顯著性	0.000
Scheffe法	4>3 · 4>5 · 4>6
<b>主要目的</b>	
1.旅遊	4.34
2.商務洽公兼旅遊	4.35
3.探親及訪友	4.41
4.本地居民	4.38
5.中轉旅客	4.29
6.其他	4.00
F值	0.58
顯著性	0.717
Scheffe法	

註：\*在0.05水準上的平均差異有顯著。

## 第六節 重要 - 表現程度分析法 ( IPA )

### 壹、遊客對解說員的行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.1、表 4.1.19 顯示，遊客對解說員之行前重視度平均值為 4.17-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.19-4.25，顯示遊客對解說員的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說員的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說員「與遊客互動良好」、「專業知識豐富」、「態度親切有禮」等落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「講解幽默風趣」、「言談具有啟發」等落在第Ⅲ象限(優先順序低)。

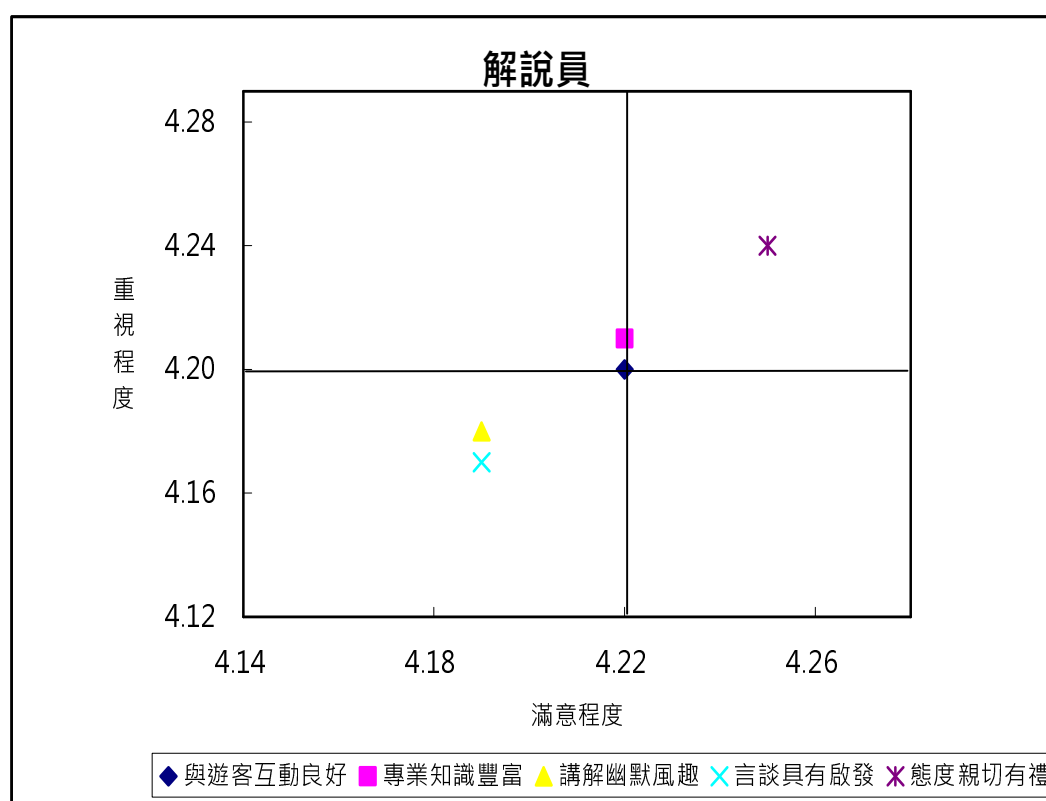


圖4.6.1 解說員重要-表現分析圖

## 貳、遊客對解說出版品的行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.2、表 4.1.19 顯示，遊客對解說出版品之行前重視度平均值為 4.02-4.11，實際體驗滿意度平均值為 4.13-4.17，顯示遊客對解說出版品的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說出版品的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說出版品「摺頁取得容易」落在第 I 象限 ( 加強改善 ); 「內容淺顯易懂」、「內容生動有趣」等落在第 II 象限 ( 繼續保持 ); 「滿足學習慾望」、「印刷出版精美」等落在第 IV 象限 ( 供給過度 )。

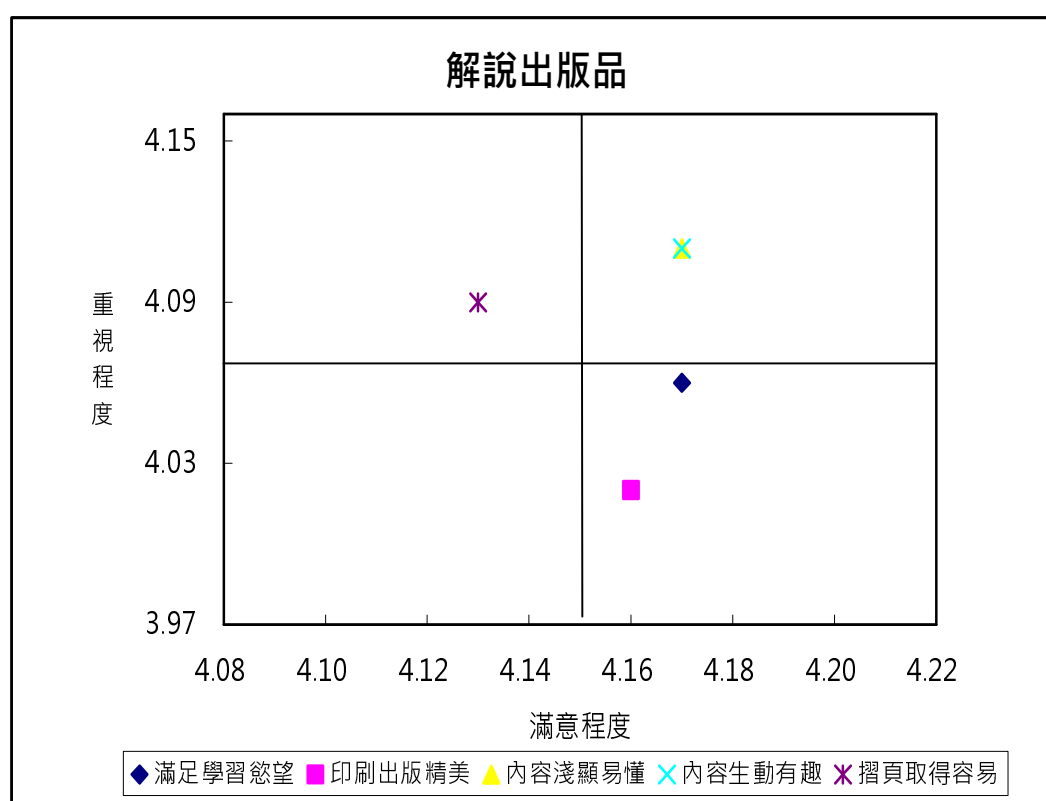


圖4.6.2 解說出版品重要-表現分析圖

### 參、遊客對展示室的行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.3、表 4.1.19 顯示，遊客對展示室之行前重視度平均值為 4.15-4.22，實際體驗滿意度平均值為 4.20-4.27，顯示遊客對展示室的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對展示室的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，展示室「展示環境舒適」、「展示內容精采」、「參觀動線流暢」等落在第Ⅱ象限（繼續保持）；「展示機器操作容易」落在第Ⅲ象限（優先順序低）；「看板字體大小得宜」落在第Ⅳ象限（供給過度）。

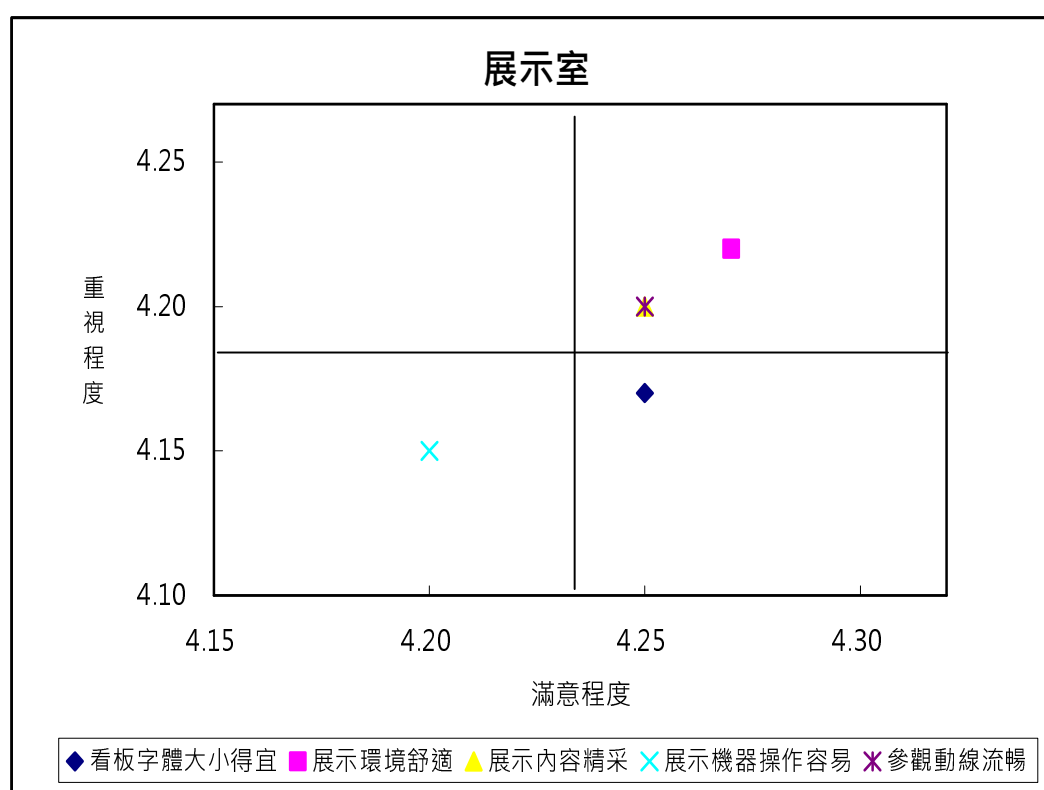


圖4.6.3 展示室重要-表現分析圖

## 肆、遊客對解說牌的行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.4、表 4.1.19 顯示，遊客對解說牌之行前重視度平均值為 4.20-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.23-4.27，顯示遊客對解說牌的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說牌的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說牌「內容簡單明瞭」、「字體清晰可讀」、「方向指示清楚」落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「內容生動有趣」、「設立位置適當」等落在第Ⅲ象限(優先順序低)。

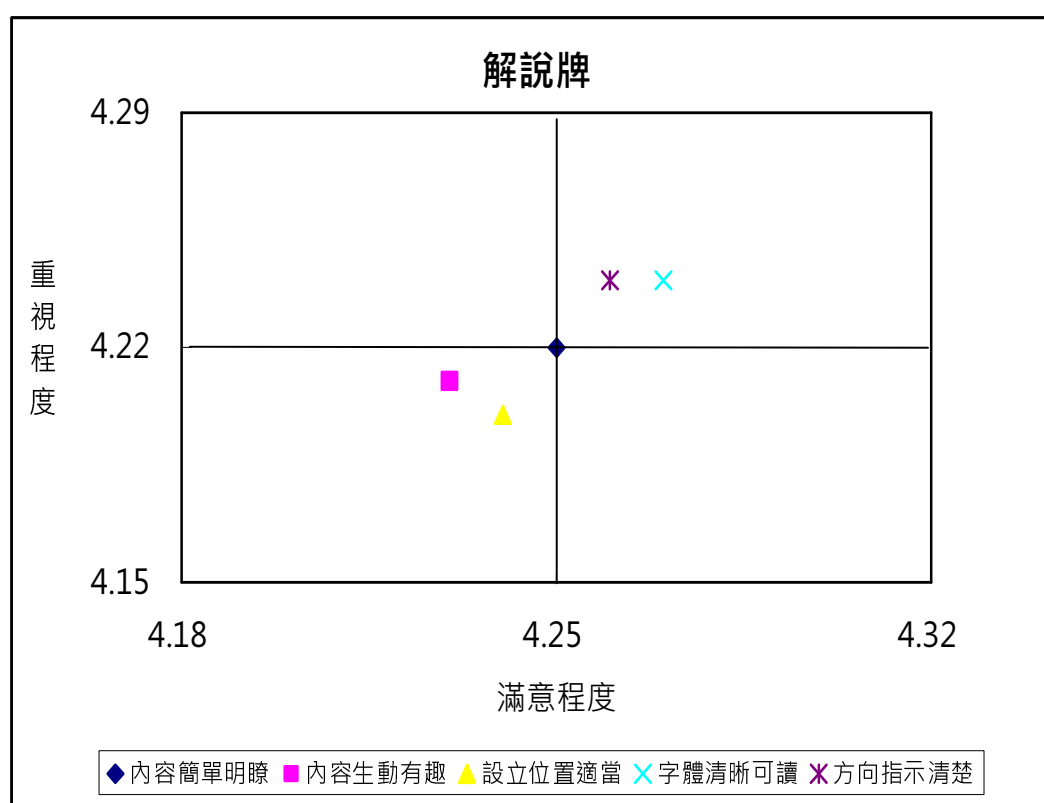


圖4.6.4 解說牌重要-表現分析圖

## 伍、遊客對視聽多媒體的行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.5、表 4.1.19 顯示，遊客對視聽多媒體之行前重視度平均值為 4.14-4.18，實際體驗滿意度平均值為 4.18-4.20，顯示遊客對視聽多媒體的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對視聽多媒體的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，視聽多媒體「內容深度得體」、「畫質清晰」落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「時間長度適中」、「媒體表現創新」、「藝術構圖優美」落在Ⅲ象限(優先順序低)。

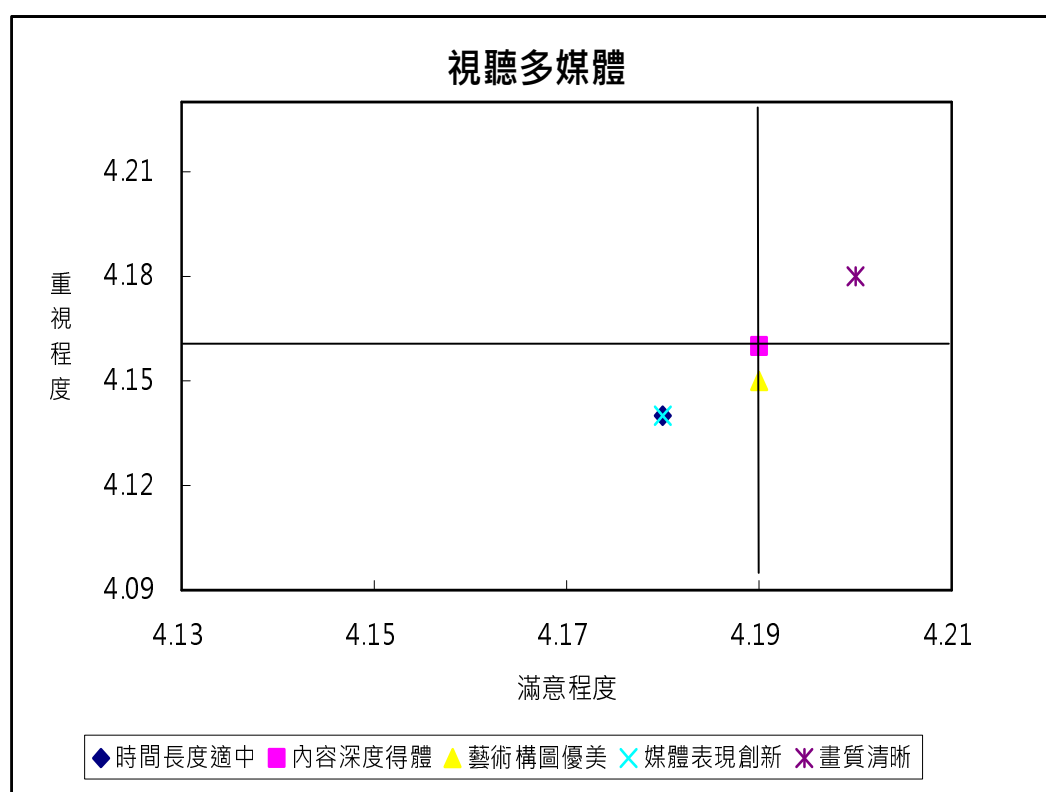


圖4.6.5 視聽多媒體重要-表現分析圖



## 陸、遊客對解說媒體各題項之行前重視度與實際體驗滿意度

如圖 4.6.6、表 4.1.19 顯示，遊客對解說媒體各題項之行前重視度平均值為 4.02-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.13-4.27，顯示遊客對解說媒體各題項之行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說媒體各細項的整體滿意是位在滿意水準之上。

由圖中發現，全部 25 個變項中，講解幽默風趣、言談具有啟發、展示機器操作容易、時間長度適中、內容深度得體、藝術構圖優美、媒體表現創新、畫質清晰等落在第 I 象限（加強改善）；與遊客互動良好、專業知識豐富、態度親切有禮、展示環境舒適、看板字體大小得宜、展示內容精采、參觀動線流暢、內容簡單明瞭、內容生動有趣、設立位置適當、字體清晰可讀、方向指示清楚等落在第 II 象限（繼續保持）；滿足學習慾望、印刷出版精美、內容淺顯易懂、內容生動有趣、摺頁取得容易等落在第 III 象限（優先順序低）。整體行前重視度平均值為 4.17，整體實際體驗滿意度平均值為 4.21。

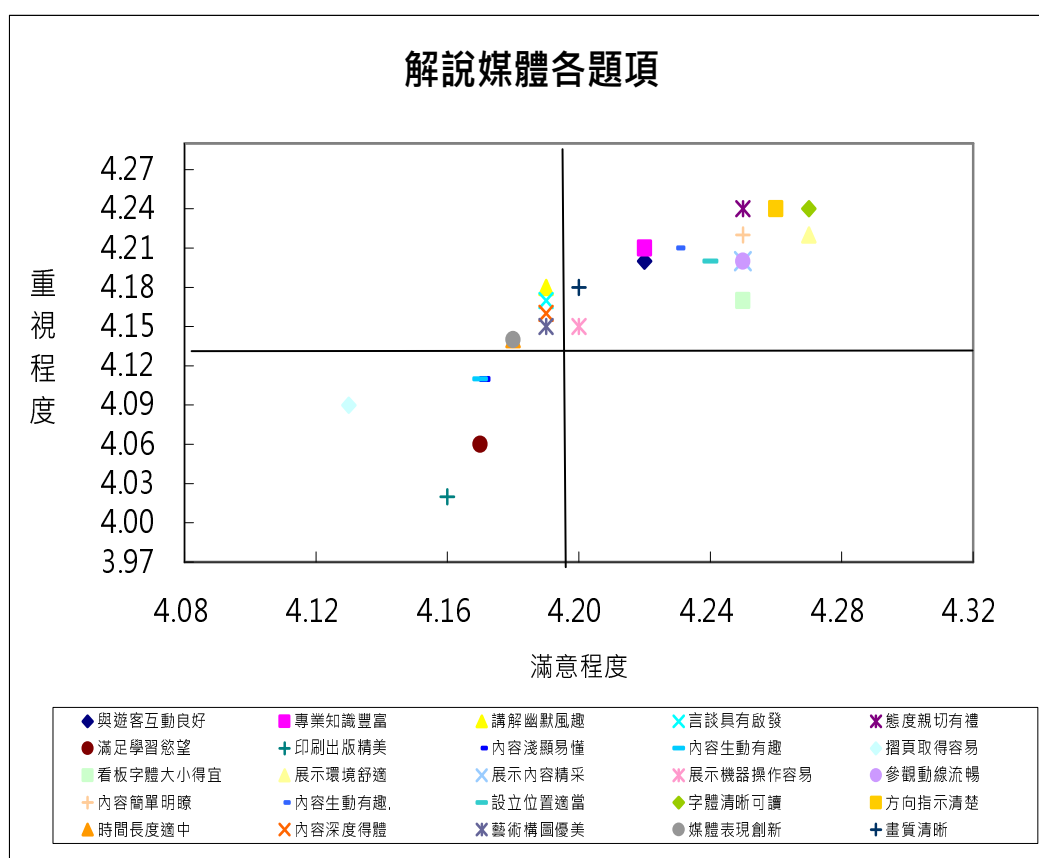


圖4.6.6 解說媒體各題項重要-表現分析圖

## 柒、遊客對金門國家公園之建議 ( 開放題項 )

### 一、古寧頭戰史館

1. ( 1 ) 購物點過多，流於商業化。( 2 ) 建設過多過快，破壞許多美景。( 3 ) 機場、碼頭時常關閉沒有安全感。( 4 ) 開放太慢，景點不夠多。( 99A105 )
2. 不要開發過度。( 99A139 )
3. 設施要維護。( 99A208 )
4. 無障礙空間少。( 99A227 )、( 99A234 )
5. 無台語、英語介紹。( 99A231 )
6. 可再增加建設。( 99A252 )

### 二、雙鯉溼地自然中心

1. 旅客空間不夠大，易受其他吵雜聲影響。(99B006)
2. 還不錯，感覺很好。(99B010)
3. 感覺很棒！了解到很多以前的事情。(99B011)
4. 是國家公園就不應該破壞原有的生態綠地，現在全球皆提倡保護地球，貴單位卻在破壞，請改進。(99B014)
5. 解說人員需主動，問是否需要幫助或解說導覽。(99B016)
6. 期望能提供更多的人文，景觀設備亦能再增加。(99B017)
7. 很棒！人間淨土，請繼續維持。( 99B154 )
8. 可蓋賭場。( 99B172 )
9. 觀光景點再多樣化 ( 99B179 )
10. 多舉辦活動。( 99B185 )、( 99B188 )
11. ( 1 ) 金門國家公園室內椅子太少，有待改進。( 2 ) 停車位也少。( 3 ) 解說員維護秩序時，立場要堅定。( 99B230 )
12. 有改善空間。( 99B243 )

### 三、乳山遊客中心

1. 每個展館的特殊性分別不是很明顯，展館的靜態圖片太多，啟發性不足，可再做改善。( 99C035 )
2. 更多元化、更生動些、服務品質更提升些。( 99C060 )

3. 戶外因地制宜提供一些餐飲。如：閩式建築可提供茶飲。( 99C070 )
4. 國家公園印刷品可以陸續再出版、精美作品可以分門別類，吸引顧客購買。提升對國家公園的深度了解，從環境教育與自然人文生態的潛移默化，改善國人旅遊品質。( 99C155 )
5. 增設休閒椅子。( 99C212 )
6. 下飛機可帶一份旅遊地圖，可順便記憶地標、地點、地理等知識。( 99C228 )
7. 立牌標示應更清楚，指標明確。( 99C240 )
8. 繼續保持，此一風景少有。( 99C253 )

#### 四、金水國小

1. 旅遊資訊提供可更多樣化。( 99D082 )
2. 應酌收門票，以利維護。( 99D088 )
3. 應多開發觀光景點。( 99D103 )
4. 聘請漂亮女孩在多個景點。( 99D142 )
5. 蚊、蒼蠅過多。( 99D143 )、( 99D198 )
6. 靜態活動居多，需加入其他動態項目。( 99D148 )
7. 軟體須再加強。( 99D191 )
8. 多增加解說員及行程。( 99D200 )
9. 動線規劃可以加強，順暢點更好。( 99D231 )

#### 五、八二三戰史館

1. 多謝啦，每一次的造訪，多一次的感動，太棒了，水啦。( 99E009 )
2. 很棒，有用心在規劃，感恩，加油。( 99E039 )
3. 非常滿意。( 99E058 )
4. 公廁很乾淨 GOOD。( 99E062 )
5. 樹木可多種一些。( 99E077 )
6. 很乾淨。( 99E078 )
7. 增加遮陽及防蚊蟲設施！( 99E082 )
8. 無意見，維持目前高品質環境。( 99E088 )
9. 環境乾淨舒適，nice！( 99E123 )
10. 問卷調查太長，應簡短點。( 99E129 )、( 99E131 )
11. 觀光公車規劃可以更多元化多樣，服務中心可幫忙寄放一些特產和行李或增設行李櫃。( 99E137 )

12. 影片可以隨時團體到就可以播放。(99E142)
13. 增加在 Discovery 之類的節目播出宣傳。( 99E164 )
14. 住房水平舒適度及現代化的滿意度不足。( 99E223 )
15. 冷氣太冷。( 99E238 )
16. 現泡冷飲價格偏高。( 99E243 )
17. 設立休息區域。( 99E248 )
18. 兩岸要繼續做接合交流。( 99E257 )

## 六、湖井頭戰史館

1. 人文、古厝、戰役古蹟，保存相當好，但，硬體設施再多費心加強，必定會更好。( 99F067 )
2. 公廁需多一些，品質亦需有國際水準。( 99F083 )
3. 望遠鏡可以再多一點。( 99F086 )
4. 蟲太多。( 99F099 )
5. 容易迷路，路標不夠清楚。( 99F106 )
6. 問卷太複雜，耽誤旅遊時程。( 99F107 )
7. 很好。以身為中華民國人民為榮。( 99F175 )
8. 廁所要有衛生紙。( 99F176 )
9. 整體而言，規劃很好，令人心曠神怡。( 99F191 )
10. 一直再提昇，非常滿意。( 99F194 )
11. 增加多媒體資料。( 99F212 )
12. 海邊建設。( 99F255 )

## 七、中山林遊客中心

1. 期望有較特殊之規劃設施，具有前瞻性、未來性，不要有不必要之建設( 過時的點子 )，免得浪費公帑，也無趣。( 99G002 )
2. 多設立一些規定及遵守原則，才不會影響旅遊品質。( 99G015 )
3. 電腦都不能用，請改善。( 99G016 )
4. 影片應半點、整點都播放，應旅客來看時間不一。( 99G059 )
5. 摺頁、告示牌、警告牌太少。( 99G061 )
6. 國家公園風景區可酌收門票費用，因為現在大陸觀光客大量湧進，可增加清潔人員費用及維護費用，不要一直都由政府支付，也浪費了納稅人的金錢。( 99G063 )、( 99G064 )

7. 解說員應該可以帶出館外解說。( 99G067 )
8. 動態活動不足。( 99G080 )
9. 維持現狀，下次再來。( 99G081 )、( 99G183 )
10. 蚊子太多，請改善。( 99G091 )
11. 影片介紹可增加內容長度，有益瞭解更詳盡。( 99G127 )
12. ( 1 ) 不要浪費公帑。( 2 ) 設小型動物園區。( 3 ) 活動設施，如原有的露營區，提供服務供地方及遊客使用。( 99G128 )
13. ( 1 ) 加強設施，留住遊客。( 2 ) 可派員至國外參觀他國國家旅遊設施。( 3 ) 加強金門特色之旅遊吸引觀光客。( 99G165 )
14. ( 1 ) 沒有很好的景點。( 2 ) 沒有很好的開發利用。( 3 ) 吸引大陸資金盡快開發建設本島。( 99G168 )
15. 盡早開發本島。( 99G169 )
16. 建公共吸煙廁所。( 99G171 )
17. 多設置一些供遊客休息的椅子等設施。( 99G176 )
18. 增加文化趣味性。( 99G180 )
19. 多設垃圾箱。( 99G185 )
20. 再開放一些。( 99G238 )
21. 可繼續發展綠化，多植松柏之類樹種和亞熱帶樹。( 99G242 )
22. 我會想再次到金門國家公園來，多多了解。金門國家公園園區很乾淨。( 99G251 )
23. 希望增設高科技項目。( 99G263 )

## 八、經國紀念館

1. 很乾淨。( 99H031 )
2. 整體標示要強化，路標導引要加大加多。( 99H105 )
3. 加強服務，主動與客人互動。( 99H223 )
4. 此公園值得保護，為以後的參觀遊覽者長期觀光，希望以後把它修繕更美麗、漂亮。( 99H237 )
5. 能更完善，迎來更多國家的遊客。( 99H240 )、( 99H284 )
6. 好山好水，願永遠都是。( 99H252 )
7. 蚊子太多，請改善。( 99H256 )、( 99H267 )
8. 多做廣告。( 99H269 )
9. 盡量開放，做得更好。( 99H275 )
10. 更完善的環境之美化，吸引更多的遊客前來國家公園遊玩、參觀。( 99H283 )



## 第五章 結論與建議

本章根據第四章之調查結果與分析，歸納出本調查的結論，並針對結論提出實務上建議。

### 第一節 結論

#### 壹、人口統計變數之結構分析

到訪之遊客，性別比例以「女性」( 53.2% ) 最多，年齡以「31-40 歲」( 22.8% ) 最多，「41-50 歲」( 20.9% ) 為次之，學歷以「大學」( 29.0% ) 最多，職業以「工業」( 17.7% ) 居多，平均月收入以「3 萬元以下」( 50.0% ) 最多，居住地區以「北部 ( 基北桃竹苗 )」( 43.2% ) 最多。

#### 貳、旅遊特性之樣本分析

旅遊資訊來源以來自「旅行社介紹」( 45.3% ) 者最多，而由「金門國家公園官方網站」獲得資訊者也不少，有 563 人(26.0%)為次之，蒞臨國家公園的次數以「第一次」( 63.1% ) 最多，到訪者所使用的交通工具以「遊覽車」( 71.8% ) 者最多。蒞臨金門國家公園景點或展示館的主要目的以「旅遊」( 80.5% ) 者最多。

#### 參、遊憩動機同意度分析

調查結果發現，遊客對遊憩動機同意度的問項中，同意度最高的前三名依次為享受金門大自然美景 ( 平均數=4.31 )，增廣見聞充實知識 ( 平均數=4.28 )，瞭解金門的自然生態景觀 ( 平均數=4.27 )、紓解生活壓力放鬆心情 ( 平均數=4.27 ) 等三問項同意度較高。而以公務出差等順道旅遊 ( 平均數=3.65 )、重新回憶過去的體驗 ( 平均數=3.89 )、肯定自我價值滿足成就感 ( 平均數=3.95 ) 等問項同意度相較之下較低。

#### 肆、遊客對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之分析

##### 一、解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

調查結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各題項的行前重視

度方面，以解說員「態度親切有禮(平均值 4.24)」、解說牌「字體清晰可讀(平均值 4.24)」、解說牌「方向指示清楚(平均值 4.24)」，展示室「展示環境舒適(平均值 4.22)」、解說牌「內容簡單明瞭(平均值 4.22)」，解說員「專業知識豐富(平均值 4.21)」、解說牌「內容生動有趣(平均值 4.21)」等為重視度的前三名。

遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各題項的實際體驗滿意度部分，以展示室「展示環境舒適(平均值 4.27)」、解說牌「字體清晰可讀(平均值 4.27)」，解說牌「方向指示清楚(平均值 4.26)」，解說員「態度親切有禮(平均值 4.25)」，展示室「看板字體大小得宜(平均值 4.25)」、「展示內容精采(平均值 4.25)」、「參觀動線流暢(平均值 4.25)」，解說牌「內容簡單明瞭(平均值 4.25)」等為滿意度的前三名。

調查結果顯示，解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之間有顯著性差異。其中「非常顯著」於解說出版品「滿足學習慾望」、「印刷出版精美」、「內容淺顯易懂」、「內容生動有趣」、「摺頁取得容易」、展示室「看板字體大小得宜」、「展示環境舒適」、「展示內容精采」、「展示機器操作容易」等題項。「很顯著」於展示室「參觀動線流暢」、解說牌「內容簡單明瞭」等題項。「顯著」於解說牌「設立位置適當」、視聽多媒體「時間長度適中」、「藝術構圖優美」、「媒體表現創新」等題項。

由上述結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體的重視度普遍高，其中非人員解說重視度普遍高於人員解說，比較各類型解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之平均值差均呈現負值，表示實際體驗滿意度平均值高於行前重視度平均值，滿意度高於重視度，也就是整體來說，遊客對國家公園的解說媒體的實際體驗滿意度高於行前重視度。

## 二、解說媒體各項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

調查結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的行前重視度方面，以「解說牌(平均值 4.22)」、「解說員(平均值 4.20)」等為重視度的前二名。

遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的實際體驗滿意度部分，以「解說牌(平均值 4.25)」、「展示室(平均值 4.24)」等為滿意度的前二名。

調查結果顯示，解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之間有顯著性差異。其中「非常顯著」於解說出版品、展示室等構面。「很顯著」於解說牌、視聽多媒體等構面。



由上述結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體的行前重視度以解說牌(平均值 4.22)為最高，實際體驗滿意度亦以解說牌(平均值 4.25)為最高。且遊客對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體各構面之滿意度皆高於重視度。

## 伍、遊憩動機分析

### 一、遊憩動機因素分析

本調查依據受訪的遊客之旅遊動機變項來進行因素分析，在進行因素分析前，本調查先利用Bartlett's球形檢定旅遊動機之變項是否達到顯著水準，其檢定結果 $P < 0.001$ ，表示適合進行因素分析；另外本調查亦利用KMO

(Kaiser-Meyer-Olkin)取樣適切性檢定來進行因素分析時，抽取共同因素的效果，Kaiser(1974)認為的決策標準為：0.5以下為無法接受，0.7以上為中度，0.8以上為有價值的，0.9以表示極佳。(引自謝旻熹，民92)。而本研究之KMO係數值為0.95，表示樣本是有價值且良好的取樣適切性。

調查結果發現，遊憩動機因素三構面之信度Cronbach's  $\alpha$ 係數皆都超過0.7以上，而整體信度為0.93，本調查量表具有良好的信度。

在選取因素上，本研究是採用主成份因素分析法(Principal Component)為建立因素間最簡單的結構及因素區隔最大可能性，運用直交轉軸法中的最大變異法(Varimax)旋轉因素軸，計算因素負荷量與因素分數，並參考陡坡圖(scree plot)如圖4.2.1。將15項遊憩動機的因素分析結果，簡化成三個因素群，其總解釋變異量為69.90%。

三個因素群分別命名如下：

因素一：學習動機

影響變數包含：增廣見聞充實知識、瞭解金門的自然生態景觀、滿足好奇心慕名而來、肯定自我價值滿足成就感、瞭解金門歷史文化景觀、重新回憶過去的體驗等，故命名為「學習動機」。

因素二：休閒動機

影響變數包含：要享受金門的大自然美景、紓解生活壓力放鬆心情、避開都市吵雜的生活環境、享受休閒娛樂、公務出差等順道旅遊等，故命名為「休閒動機」。

因素三：社交動機

影響變數包含：增進親朋好友之間的感情、增加交友機會增進社交人際關

係、參加專業團體的活動、家人朋友邀約或拜訪親友等，故命名為「社交動機」。

由此可知，金門國家公園遊憩動機以學習動機為主(總解釋變異量33.17%)。

## 二、遊客基本資料與遊憩動機分析

在年齡方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上有顯著性差異。在學習動機上「20歲以下」大於「21-30歲」、「31-40歲」，「51-60歲」大於「21-30歲」、「31-40歲」，「71歲及以上」大於「21-30歲」；在休閒動機上「51-60歲」大於「21-30歲」，「71歲及以上」大於「21-30歲」；在社交動機上「20歲以下」大於「21-30歲」、「31-40歲」，「51-60歲」大於「21-30歲」、「31-40歲」，「71歲及以上」大於「21-30歲」、「31-40歲」。

在學歷方面，對學習動機、休閒動機和社交動機三構面上有顯著性差異。在學習動機上「國小(含以下)」大於「專科」、「大學」、「研究所及以上」；在休閒動機上「國小(含以下)」大於「專科」、「大學」、「研究所及以上」；在社交動機上「國小(含以下)」大於「高中職」、「專科」、「大學」、「研究所及以上」，「國中」大於「研究所及以上」，「高中職」大於「研究所及以上」。

## 陸、解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之分析

### 一、人口統計變數與對解說媒體行前重視度之關係

在年齡方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「51-60歲」、「61-70歲」者對解說員的行前重視度高過「21-30歲」者。在解說出版品部份，「51-60歲」、「61-70歲」者對解說出版品行前重視度高過「21-30歲」；「61-70歲」者高過「31-40歲」。在展示室部份，「51-60歲」、「61-70歲」者對展示室的行前重視度高過「21-30歲」者。在解說牌部分，「51-60歲」者對解說牌行前重視度高於「21-30歲」、「31-40歲」；「61-70歲」者高於「21-30歲」、「31-40歲」、「41-50歲」。在視聽多媒體部份，「20歲以下」、「51-60歲」、「61-70歲」、「71歲及以上」者對視聽多媒體行前重視度高於「21-30歲」。

在學歷方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「國小(含以下)」者對解說員的行前重視度高過「大學」、「研究所及以上」者，「高中職」者對解說員的行前重視度高過「大學」者。在解說出版品部份，「國小(含以下)」、「高中職」者對解說出版品行前

重視度高過「大學」。在展示室部份，「國小(含以下)」者對展示室的行前重視度高過「高中職」、「專科」、「大學」、「研究所及以上」者。在解說牌部分，「國小(含以下)」者對解說牌行前重視度高於「大學」。在視聽多媒體部份，「國小(含以下)」者對視聽多媒體行前重視度高於「專科」、「大學」、「研究所及以上」。

在平均收入方面，對解說出版品、展示室、解說牌的行前重視度有顯著差異。在解說出版品部份，「8萬元以上」者對解說出版品行前重視度高過「5萬-8萬元」。在展示室部份，「8萬元以上」者對展示室的行前重視度高過「5萬-8萬元」者。在解說牌部分，「8萬元以上」者對解說牌行前重視度高於「5萬-8萬元」。

在居住地區方面，對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的行前重視度有顯著差異。在解說員部份，「中國大陸」者對解說員的行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說出版品部份，「中國大陸」者對解說出版品行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在展示室部份，「中國大陸」者對展示室的行前重視度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說牌部分，「中國大陸」者對解說牌行前重視度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。在視聽多媒體部份，「中國大陸」者對視聽多媒體行前重視度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。

## 二、人口統計變數與解說媒體實際體驗滿意度之關係

在年齡方面，對解說出版品、視聽多媒體的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「71歲以上」者對解說出版品實際體驗滿意度高過「21-30歲」、「31-40歲」者。在視聽多媒體部份，「61-70歲」者對視聽多媒體實際體驗滿意度高過「21-30歲」者。

在平均收入方面，對解說出版品、解說牌的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「8萬元以上」者對解說出版品實際體驗滿意度高過「3萬元以下」、「5萬-8萬元」。在解說牌部分，「8萬元以上」者對解說牌實際體驗滿意度高於「5萬-8萬元」。

在居住地區方面，對解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體的實際體驗滿意度有顯著差異。在解說出版品部份，「中國大陸」者對解說出版品實際體驗滿意度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在展示室部份，「中國大陸」者對展示室的實際體驗滿意度高過「金門」、「台灣其他縣市」者。在解說牌部分，「中國大陸」者對解說牌實際體驗滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。在視聽多媒體部份，「中國大陸」者對視聽多媒體實際體驗滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。

### 三、旅遊特性與對解說行前重視度之關係

在交通工具方面，對解說員行前重視度有顯著差異。使用「遊覽車」對解說員的行前重視度高過「機車」者。

### 四、旅遊特性與對解說媒體實際體驗之關係

在蒞臨次數方面，對展示室實際體驗滿意度有顯著差異。蒞臨次數「第一次」對展示室的實際體驗滿意度高過「第三次」者。

在交通工具方面，對解說員、解說出版品實際體驗滿意度有顯著差異。使用「遊覽車」對解說員的實際體驗滿意度高過「轎車」者，使用「遊覽車」對解說出版品的實際體驗滿意度高過「自行車」者。

### 五、遊憩動機對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之關係

調查結果發現，共有三個自變數對解說媒體行前重視度-解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體，其聯合解釋變異量（調整過後的 $R^2$ ）為35.2%，整體迴歸效果達顯著 $F = 392.751$ （ $p$ 值 $<0.001$ ），自變數項中以學習動機變相預測力最高，Bate值為0.382，表示學習動機高者對解說媒體的行前重視度也高，呈現正相關。

調查結果發現，共有三個自變數對解說媒體實際體驗滿意度-解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體，其聯合解釋變異量（調整過後的 $R^2$ ）為29.3%，整體迴歸效果達顯著 $F = 300.922$ （ $p$ 值 $<0.001$ ），自變數項中以學習動機變相預測力最高，Bate值為0.299，表示學習動機高者對解說媒體的實際體驗滿意度也高，呈現正相關。

## 柒、金門國家公園整體滿意度分析

### 一、金門國家公園整體滿意度平均數

調查結果發現，遊客對金門國家公園整體滿意度的前三名依序為環境維護之清潔度（平均數=4.40）、整體滿意度（平均數=4.36）、區內景觀受維護之狀況（平均數=4.34）。而以遊客中心內之吵雜度、提供遊客服務項目、提供遊憩活動之多樣性等構面問項滿意度相對較低。

### 二、遊客基本資料與金門國家公園整體滿意度之關係

在年齡方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「51-60歲」、「71歲及以上」者對金門國家公園滿意度高過「21-30歲」者。

在學歷方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「國小(含以下)」者對金門國家公園整體滿意度高於「專科」、「大學」、「研究所及以上」。

在居住地區方面，對金門國家公園整體滿意度有顯著差異。「中國大陸」者對金門國家公園整體滿意度高於「金門」、「台灣其他縣市」者。

## 捌、遊客推薦意願、回遊意願與改善度分析

### 一、遊客對推薦、回遊意願、改善度

調查結果發現，受訪遊客對於向親朋好友推薦金門國家公園的意願，普遍表示願意推薦金門國家公園，其中非常願意與願意合計比例高達為 95.4%，不願意與非常不願意所佔的比例僅為 0.4%，其餘為普通者佔 4.2%。另，受訪遊客對於回遊金門國家公園的意願，普遍表示願意回遊金門國家公園，其中非常願意與願意合計比例高達為 91.0%，不願意與非常不願意所佔的比例僅為 0.7%，其餘為普通者佔 8.2%。

調查結果發現，受訪者中第一次到訪者的比例很高有 1368 人 (63.1%)，屬二次以上到訪者有 800 人 (36.9%)。以 800 人為母體分析發現，認為「改善很多」者共為 438 人 (54.8%)，「稍有改善」為 231 人 (28.9%)，「差不多」共 127 人 (15.9%)，「較差」共 4 人 (0.5%)。結果顯示，大部份再次到訪的遊客皆認知金門國家公園整體品質的改善。

### 二、遊客基本資料對推薦回遊意願之關係

在年齡方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「20 歲以下」、「41-50 歲」、「51-60 歲」、「61-70 歲」者對推薦回遊意願度高於「21-30 歲」者；「51-60 歲」者對推薦回遊意願度高過「31-40 歲」。

在平均收入方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「8 萬元以上」者對推薦回遊意願度高於「3 萬元以下」。

在蒞臨次數方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。「第六次以上」者對推薦回遊意願度高於「第一次」。

在交通工具方面，對推薦回遊意願度有顯著差異。使用「轎車」者對推薦回遊意願度高於「公車」、「機車」、「遊覽車」。

## 玖、重要-表現程度分析法

### 一、遊客對解說員的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對解說員之行前重視度平均值為 4.17-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.19-4.25，顯示遊客對解說員的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說員的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說員「與遊客互動良好」、「專業知識豐富」、「態度親切有禮」等落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「講解幽默風趣」、「言談具有啟發」等落在第Ⅲ象限(優先順序低)。

## 二、遊客對解說出版品的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對解說出版品之行前重視度平均值為 4.02-4.11，實際體驗滿意度平均值為 4.13-4.17，顯示遊客對解說出版品的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說出版品的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說出版品「摺頁取得容易」落在第Ⅰ象限(加強改善)；「內容淺顯易懂」、「內容生動有趣」等落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「滿足學習慾望」、「印刷出版精美」等落在第Ⅳ象限(供給過度)。

## 三、遊客對展示室的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對展示室之行前重視度平均值為 4.15-4.22，實際體驗滿意度平均值為 4.20-4.27，顯示遊客對展示室的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對展示室的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，展示室「展示環境舒適」、「展示內容精采」、「參觀動線流暢」等落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「展示機器操作容易」落在第Ⅲ象限(優先順序低)；「看板字體大小得宜」落在第Ⅳ象限(供給過度)。

## 四、遊客對解說牌的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對解說牌之行前重視度平均值為 4.20-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.23-4.27，顯示遊客對解說牌的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說牌的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，解說牌「內容簡單明瞭」、「字體清晰可讀」、「方向指示清楚」落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「內容生動有趣」、「設立位置適當」等落在第Ⅲ象限(優先順序低)。

## 五、遊客對視聽多媒體的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對視聽多媒體之行前重視度平均值為 4.14-4.18，實際體驗滿意度平均值為 4.18-4.20，顯示遊客對視聽多媒體的行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對視聽多媒體的整體滿意是位在滿意水準之上。

其中，視聽多媒體「內容深度得體」、「畫質清晰」落在第Ⅱ象限(繼續保持)；「時間長度適中」、「媒體表現創新」、「藝術構圖優美」落在Ⅲ象限(優先順序低)。

## 六、遊客對解說媒體各題項的行前重視度與實際體驗滿意度

調查結果顯示，遊客對解說媒體各題項之行前重視度平均值為 4.02-4.24，實際體驗滿意度平均值為 4.13-4.27，顯示遊客對解說媒體各題項之行前重視度是位在重要與非常重要間，對實際體驗後的評價則落在滿意與非常滿意之間。換言之，遊客對解說媒體各細項的整體滿意是位在滿意水準之上。

由圖中發現，全部 25 個變項中，講解幽默風趣、言談具有啟發、展示機器操作容易、時間長度適中、內容深度得體、藝術構圖優美、媒體表現創新、畫質清晰等落在第Ⅰ象限(加強改善)；與遊客互動良好、專業知識豐富、態度親切有禮、展示環境舒適、看板字體大小得宜、展示內容精采、參觀動線流暢、內容簡單明瞭、內容生動有趣、設立位置適當、字體清晰可讀、方向指示清楚等落在第Ⅱ象限(繼續保持)；滿足學習慾望、印刷出版精美、內容淺顯易懂、內容生動有趣、摺頁取得容易等落在第Ⅲ象限(優先順序低)。整體行前重視度平均值為 4.17，整體實際體驗滿意度平均值為 4.21。

## 第二節 建議

根據本調查結果顯示，遊客對金門國家公園現有的遊客中心與展示館所提供之解說服務與相關公共設施服務，及對金門國家公園服務品質與整體滿意度等，多數遊客的滿意程度均很高，表示管理處的努力已經相當程度的為遊客與地區居民所接受與肯定。今日的經濟體是以服務業為主，遊客的體驗扮演滿意度的關鍵因素，也是體驗經濟的核心精神，遊客將持續以高標準要求服務品質與服務個人化；除此之外，在國家公園的環境中，解說媒體扮演解說的重要功臣，若要滿足遊客更多元需求的檢視與期盼，必須持續的瞭解遊客的需求與對解說媒體的重視度與體驗滿意度，以提供與期望相符之服務品質。本計畫僅提供以下之建議為日後繼續努力參考用。

## 壹、提供多樣化符合遊客需求之遊憩環境與公共設施

遊客至金門國家公園遊覽，其動機不外是為了遠離城市的吵雜，並放慢生活步調，享受公園的寧靜，以紓解生活中的壓力與緊張，故建議在遊憩環境的營造與公共設施的提供上，盡量提供符合遊客期望之設施與服務。調查結果顯示，尚有部份遊客對園區內之公共設施提出建議，包含：無障礙空間少、可增加台語、英語解說、園區內椅子太少、增加遮陽設備、增設吸菸廁所、增設垃圾桶、增設防蚊蟲設施等。

## 貳、藉由標準作業流程持續加強解說服務的品質與內涵

調查結果顯示，遊客皆認同各式解說服務的提供對其瞭解金門國家公園之各種資源有很大的幫助，因此，持續加強解說服務的品質與內涵有其必要性。持續加強服務人員的專業知識訓練，除了歷史、文物及展品內容的灌輸外，應加強導覽及解說技巧，以面對遊客的需求及疑問，能充分展現讓遊客信任的專業。建議除了經常舉辦專業知識及導覽解說技巧的訓練，並可設計一個展示中心/展示館之解說員標準作業流程，以達服務一致化，及提供給遊客最基本有品質的服務，以減少因人而異的品質異值化。並建議宜提高服務人員主動服務熱忱，主動、適時的致意問候及探詢可能的服務需求，以強化顧客關係與服務行銷。

## 參、規劃多樣化的解說服務以滿足不同類型之遊客需求

本研究顯示，不少遊客對不同語言如台語與英語解說有所需求，礙於人員解說資源的缺乏，可以朝向製作不同語言之語音導覽或自導系統，及多樣語言之解說摺頁，以補足少部份遊客的對解說需求的遺憾。另外，除了人員解說諮詢、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體外，其他類型的解說媒體如自導式步道也蠻適合補足管理處戶外解說的不足。自導式步道的規劃可以先進行園區內之資源調查，再行規劃設計適合不同管理層級之自導式步道，並結合經設計之解說牌及解說導覽手冊，以提供一系列之解說服務，以滿足不同類型之遊客需求。

## 肆、軍事資源的保存與主題式套裝行程的開發

多數遊客對於金門國家公園管理處能用心的維護園區、保護生態綠地與文化戰役資源皆表示非常支持並心生感動。除此之外，也有部分遊客認為應加強園區內遊憩活動的多樣化與活潑化。「戰役史蹟」對來訪的遊客而言確實有其吸引力



與獨特性，能帶給遊客符合戰地意象與不同的體驗，為了提高來園區遊客的體驗與滿意度，對於軍方陸續移交給管理處之軍事資源，管理處如何有計劃的將這些軍事資源做詳細的調查、規劃與再利用，是目前重要的課題。軍事資源利用的方式，除了可當靜態的展示或博物館，亦可活化成民宿、特產或餐飲館，也可發展主題式套裝行程，例如：興建一座具有戰地特色「資訊中心」的遊樂園，裡面有「野戰館」、「砲戰館」、「空戰館」、「海戰館」、「五百障礙場」、「報告班長」等娛樂且遊客親身參與的主題館，除了有集客功能，也讓年輕人有發洩體力，中壯年回味當兵生涯，且全國唯一以戰爭為主題的遊樂園，結合金門戰地形象，有極高的不可替代性。



## 附錄

### 附錄一 問卷

親愛的遊客您好！

編號□□--□□□

為瞭解您對金門國家公園解說服務的滿意度，特進行此項問卷調查。本問卷採不記名方式，懇請您撥冗填寫，您所填寫之資料只供統計分析研究及業務改進參考之用，不做其他用途，請您安心作答。謝謝您的協助！順頌

健康快樂 萬事如意

金門國家公園管理處 敬上

**第一部份：個人基本資料與旅遊特性**

1. 您的性別： (1)男  (2)女

2. 您的年齡：\_\_\_\_\_歲

3. 您的學歷：

- (1)小學 (含以下)       (2)國中       (3)高中/職  
 (4)專科       (5)大學       (6)研究所及以上

4. 您的職業：

- (1)學生       (2)商業  
 (3)工業       (4)軍、公、教、警人員  
 (5)家庭主婦       (6)農、林、漁、牧工作人員  
 (7)退休人員       (8)自由業  
 (9)其他 \_\_\_\_\_ (請註明)

5. 您的每月平均收入：

- (1) 3 萬元以下       (2) 3 萬-5 萬元       (3) 5 萬-8 萬元       (4) 8 萬元以上

6. 您的居住地區：

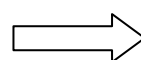
- (1)金門  
 (2)其他縣市： 北部地區：基北桃竹苗       中部地區：中彰投雲嘉  
 南部地區：南高屏       東部地區：宜花東  
 離島地區：澎湖、綠島、蘭嶼、馬祖

(3)海外 \_\_\_\_\_ (請註明)

(4)中國大陸

7. 請問您如何得知金門國家公園的相關資訊？(可複選)

- (1)金門國家公園官方網站       (2)其他旅遊資訊網站       (3)親友同事介紹  
 (4)報紙、雜誌報導       (5)電視報導       (6)廣播報導  
 (7)旅行社介紹       (8)旅遊宣傳資料       (9)其他 \_\_\_\_\_ (請註明)



8. 請問這是您第幾次來訪金門國家公園？

- (1)第一次     (2)第二次     (3)第三次     (4)第四至五次     (5)第六次以上

9. 您到此金門國家公園景點或展示館的主要交通工具為何？（金門島內之交通工具）

- (1)步行     (2)自行車     (3)公車     (4)轎車  
 (5)機車     (6)遊覽車     (7)其他 \_\_\_\_\_ (請註明)

10. 您到此金門國家公園景點或展示館的主要目的為何？

- (1)旅遊     (2)商務洽公兼旅遊     (3)探親及訪友     (4)本地居民     (5)中轉旅客  
 (6)其他 \_\_\_\_\_ (請註明)

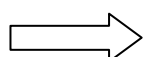
**第二部份：您到金門國家公園之遊憩動機**

您到本遊客中心參觀的遊憩動機，請就下列敘述在適當“”打“√”：

	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非常 不同 意
	5	4	3	2	1
1. 為了要享受金門的大自然美景 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 為了增進親朋好友之間的感情 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 為了增廣見聞充實知識 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 為了瞭解金門的自然生態景觀 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 為了滿足好奇心慕名而來 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 為了肯定自我價值滿足成就感 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 為了增加交友機會增進社交人際關係 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 為了紓解生活壓力放鬆心情 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 為了參加專業團體的活動 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 為了家人朋友邀約或拜訪親友 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 為了避開都市吵雜的生活環境 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 為了要瞭解金門歷史文化景觀 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 為了要享受休閒娛樂 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 為了要重新回憶過去的體驗 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 為了公務出差等順道旅遊 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 其他 _____ .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 其他 _____ .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

（若有其他遊憩動機，請在上面 16、17 題註明並勾選；若無則跳答）

請繼續作答



**第三部份：您對遊客中心/展示館解說媒體的預期想法與實際體驗**

請您就下列問項中，選出參訪前的預期（重要程度）與參訪後的體驗（表現程度），最認同的選項，在適當“□”打“√”：

參訪前 預期

參訪後 體驗

非常 重要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要	未 曾 使 用 本 項 設 施	非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意	未 曾 使 用 本 項 設 施
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	

**解說員**

	←—————→					←—————→						
1. 與遊客互動良好 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 專業知識豐富 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 講解幽默風趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 言談具有啟發 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 態度親切有禮 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**解說出版品**

1. 滿足學習慾望 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 印刷出版精美 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 內容淺顯易懂 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 內容生動有趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 摺頁取得容易 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**展示室**

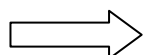
1.看板字體大小得宜 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.展示環境舒適.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.展示內容精采 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.展示機器操作容易 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.參觀動線流暢 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**解說牌**

1.內容簡單明瞭 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.內容生動有趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.設立位置適當 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.字體清晰可讀 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.方向指示清楚 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**視聽多媒體（例如：幻燈片、影片播放等）**

1.時間長度適中 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.內容深度得體 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.藝術構圖優美 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.媒體表現創新 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.畫質清晰 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其他_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**第四部份：您對金門國家公園整體滿意度**

此部份問題在了解您對金門國家公園園區遊憩景點、遊客中心或展示館各項服務項目整體性的滿意度，請依據您對下列問項的滿意程度，在適當“□”打“√”：

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	未曾使用本項設施
	5	4	3	2	1	
1. 金門國家公園環境維護之清潔度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 金門國家公園遊客中心內之吵雜度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 金門國家公園提供遊客服務項目 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 金門國家公園提供遊憩活動之多樣性 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 金門國家公園區內自然資源受保護之狀況 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 金門國家公園區內景觀受維護之狀況 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 對金門國家公園的整體滿意度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. 我會向親朋好友推薦金門國家公園

- (1)非常願意       (2)願意       (3)普通       (4)不願意       (5)非常不願意

9. 我會願意再來金門國家公園參觀遊覽

- (1)非常願意       (2)願意       (3)普通       (4)不願意       (5)非常不願意

10. 您認為目前本國家公園整體品質與您上次到訪比較是？(第一次到訪者免填)

- (1)改善很多       (2)稍有改善       (3)差不多       (4)較差

11. 您對本國家公園是否仍有其他建議，歡迎您盡情寫下來？

.....

.....

.....

.....

問卷到此結束，謝謝您的合作，祝您健康快樂

亲爱的游客您好!

编号□□--□□□

为了解您对金门国家公园解说服务的满意度,特进行此项问卷调查。本问卷采不记名方式,恳请您拨冗填写,您所填写之资料只供统计分析研究及业务改进参考之用,不做其它用途,请您安心作答。谢谢您的协助! 顺颂

健康快乐 万事如意

金门国家公园管理处 敬上

**第一部份：个人基本资料与旅游特性**

1. 您的性别:  (1)男  (2)女

2. 您的年龄: \_\_\_\_\_ 岁

3. 您的学历:

- (1)小学 (含以下)       (2)国中       (3)高中/职  
 (4)专科       (5)大学       (6)研究所及以上

4. 您的职业:

- (1)学生       (2)商业  
 (3)工业       (4)军、公、教、警人员  
 (5)家庭主妇       (6)农、林、渔、牧工作人员  
 (7)退休人员       (8)自由业  
 (9)其它-- \_\_\_\_\_ (请注明)

5. 您的每月平均收入:

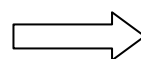
- (1) 3 万元以下       (2) 3 万-5 万元       (3) 5 万-8 万元       (4) 8 万元以上

6. 您的居住地区:

- (1)金门  
 (2)其它县市:  北部地区: 基北桃竹苗       中部地区: 中彰投云嘉  
                          南部地区: 南高屏       东部地区: 宜花东  
                          离岛地区: 澎湖、绿岛、兰屿、马祖  
 (3)海外-- \_\_\_\_\_ (请注明)  
 (4)中国大陆

7. 请问您如何得知金门国家公园的相关信息? (可复选)

- (1)金门国家公园官方网站       (2)其它旅游信息网站       (3)亲友同事介绍  
 (4)报纸、杂志报导       (5)电视报导       (6)广播报导  
 (7)旅行社介绍       (8)旅游宣传资料       (9)其它 \_\_\_\_\_ (请注明)





8. 请问这是您第几次来访金门国家公园？

- (1)第一次     (2)第二次     (3)第三次     (4)第四至五次     (5)第六次以上

9. 您到此金门国家公园景点或展示馆的主要交通工具为何？（金门岛内之交通工具）

- (1)步行     (2)自行车     (3)公交车     (4)轿车  
 (5)机车     (6)游览车     (7)其它\_\_\_\_\_ (请注明)

10. 您到此金门国家公园景点或展示馆的主要目的为何？

- (1)旅游     (2)商务洽公兼旅游     (3)探亲及访友     (4)本地居民     (5)中转旅客  
 (6)其它\_\_\_\_\_ (请注明)

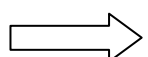
**第二部份：您到金门国家公园之游憩动机**

您到本游客中心参观的游憩动机，请就下列叙述在适当“□”打“√”：

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1. 为了要享受金门的大自然美景 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 为了增进亲朋好友之间的感情 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 为了增广见闻充实知识 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 为了瞭解金门的自然生态景观 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 为了满足好奇心慕名而来 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 为了肯定自我价值满足成就感 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 为了增加交友机会增进社交人际关系 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 为了纾解生活压力放松心情 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 为了参加专业团体的活动 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 为了家人朋友邀约或拜访亲友 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 为了避开都市吵杂的生活环境 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 为了要瞭解金门历史文化景观 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 为了要享受休闲娱乐 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 为了要重新回忆过去的体验 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 为了公务出差等顺道旅游 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 其它_____ .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 其它_____ .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

（若有其它游憩动机，请在上面 16、17 题注明并勾选；若无则跳答）

请继续作答

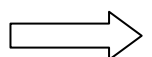


**第三部份：您对游客中心/展示馆解说媒体的预期想法与实际体验**

请您就下列问项中，选出参访前的预期（重要程度）与参访后的体验（表现程度），最认同的选项，在适当“□”打“✓”：

	参访前预期						参访后体验					
	非常重要 5	重要 4	普通 3	不重要 2	非常不重要 1	未曾使用 本项设施	非常满意 5	满意 4	普通 3	不满意 2	非常不满意 1	未曾使用 本项设施
<b>解说员</b>												
1. 与游客互动良好 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 专业知识丰富 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 讲解幽默风趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 言谈具有启发 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 态度亲切有礼 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其它_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>解说出版品</b>												
1. 满足学习欲望 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 印刷出版精美 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 内容浅显易懂 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 内容生动有趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 折页取得容易 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其它_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>展示室</b>												
1. 广告牌字体大小得宜 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 展示环境舒适 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 展示内容精采 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 展示机器操作容易 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 参观动线流畅 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其它_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>解说牌</b>												
1. 内容简单明了 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 内容生动有趣 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 设立位置适当 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 字体清晰可读 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 方向指示清楚 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其它_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>视听多媒体（例如：幻灯片、影片播放等）</b>												
1. 时间长度适中 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 内容深度得体 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 艺术构图优美 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 媒体表现创新 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 画质清晰 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.其它_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

请继续作答



**第四部份：您对金门国家公园整体满意度**

此部份问题在了解您对金门国家公园园区游憩景点、游客中心或展示馆各项服务项目整体性的满意度，请依据您对下列问项的满意程度，在适当“□”打“√”：

	非常满意 5	满意 4	普通 3	不满意 2	非常不满意 1	未曾使用 本项设施
1. 金门国家公园环境维护之清洁度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 金门国家公园游客中心内之吵杂度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 金门国家公园提供游客服务项目 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 金门国家公园提供游憩活动之多样性 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 金门国家公园区内自然资源受保护之状况 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 金门国家公园区内景观受维护之状况 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 对金门国家公园的整体满意度 .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. 我会向亲朋好友推荐金门国家公园

- (1)非常愿意       (2)愿意       (3)普通       (4)不愿意       (5)非常不愿意

9. 我会愿意再来金门国家公园参观游览

- (1)非常愿意       (2)愿意       (3)普通       (4)不愿意       (5)非常不愿意

10. 您认为目前本国家公园整体质量与您上次到访比较是？(第一次到访者免填)

- (1)改善很多       (2)稍有改善       (3)差不多       (4)较差

11. 您对本国家公园是否仍有其它建议，欢迎您尽情写下来？

.....

.....

.....

.....

**问卷到此结束，感谢您的合作，祝您健康快乐**

Hello dear visitor!

No. □□--□□□□

In order to understand your satisfaction level towards the interpretation service in Kinmen National Park, we have especially conducted this questionnaire survey. This questionnaire adopts the anonymous method and we would be pleased if you could spend a little time to answer the questions. Your valuable information will be used for statistical analysis and as a reference for business improvement, and serve no other purposes. Please feel free to answer them. Thank you for your help! We wish you good health and happiness.

Sincerely

Kinmen National Park Management Office

**Section 1: Personal basic information and travel characteristics**1. Sex:  (1) Male  (2) Female

2. Age: \_\_\_\_\_

3. Education level:

 (1) Primary school ( inclusive lower )  (2) Junior high school  (3) High school/vocational school  
 (4) Specialist school  (5) University  (6) Graduate school and above

4. Occupation:

 (1) Student  (2) Commercial  
 (3) Industrial  (4) Military, civil servant, teacher, police  
 (5) Housewife  (6) Agricultural, forestry, fishery, animal husbandry personnel  
 (7) Retiree  (8) Freelancer  
 (9) Other \_\_\_\_\_ (Please specify)

5. Monthly income:

 (1) Below \$30,000  (2) \$30,000-\$50,000  (3) \$50,000-\$80,000  (4) More than \$80,000

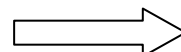
6. Residential area:

 (1) Kinmen  
 (2) Other county/city:  Northern regions: Keelung/Taipei/Taoyuan/Hsinchu/Miaoli  
 Central region: Taichung/Changhua/Nantou/Yuanlin/Chiayi  
 Southern region: Tainan/Kaohsiung/Pingtung  
 Eastern region: Ilan/Hualien/Taitung  
 Offshore region: Penghu/Green Island/Lanyu Island/Matsu
 (3) Overseas \_\_\_\_\_ (Please specify) (4) Mainland China

7. Where did you get to know about the relevant information of Kinmen National Park? (multiple response possible )

 (1) Kinmen National Park official website  (2) Other travel information website  
 (3) Introduced by relatives and colleagues  (4) Newspaper, magazine report  
 (5) TV report  (6) Radio report  
 (7) Introduced by travel agency  (8) Tourism promotional information  
 (9) Other \_\_\_\_\_ (Please specify)

Please continue



8. Is this your first visit to Kinmen National Park ?

- (1) 1<sup>st</sup> time     (2) 2<sup>nd</sup> time     (3) 3<sup>rd</sup> time     (4) 4<sup>th</sup> to 5<sup>th</sup> time     (5) More than 6<sup>th</sup> time

9. What is your main means of transport to this scenic spot or the Exhibition Hall of Kinmen National Park ? ( means of transport within Kinmen Island )

- (1) On foot     (2) Bicycle     (3) Bus     (4) Car  
 (5) Motorcycle     (6) Tour bus     (7) Other \_\_\_\_\_ (Please specify)

10. What is the main reason for your visit to this scenic spot or exhibition hall of Kinmen National Park ?

- (1) Tourism     (2) Business and tour     (3) Visiting relatives and friends  
 (4) Local resident     (5) Transit passenger     (6) Other \_\_\_\_\_ (Please specify)

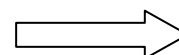
**Section 2: Your recreation motivation to Kinmen National Park**

Please tick in the appropriate box “” for the recreation motivation of your visit to this Visitors Center:

	Strongly agree 5	Agree 4	General 3	Disagree 2	Strongly disagree 1
1. To enjoy the natural beauty of Kinmen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. To enhance feelings between relatives and friends.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. To broaden my horizon and knowledge.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. To understand Kinmen’s natural ecology and landscape.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Being attracted by its fame and come to satisfy my curiosity.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. To affirm my self-esteem and satisfy a sense of achievement.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. To take the opportunity to make friends and enhance interpersonal relationship.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. To relieve life stress and relax.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. To participate in professional group activities.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Invitation from family/friends or visit relatives/friends.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. To get away from the noisy living environment in the city.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. To understand Kinmen’s historical and cultural landscape.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. To enjoy leisure and pleasure.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. To re-experience past memories.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. To take the opportunity to tour while on business trip.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Other_____.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Other_____.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(Should you have other recreation motivation, please specify and tick on 16 and 17 questions; if no, skip to next question )

Please continue



**Section 3: You expected opinions and actual experience towards the interpretive media of**

**Visitors Center/Exhibition Hall**

For the questions listed below, please tick in the appropriate box “” that best suit your selection on pre-visit expectation (importance degree) and post-visit experience (performance level):

	Pre-visit Expectation						Post-visit Experience					
					Very dissatisfied	Have not used this facility before					Very dissatisfied	Have not used this facility before
	Very satisfied	Satisfied	General	Dissatisfied	1		Very satisfied	Satisfied	General	Dissatisfied	1	
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	

**Narrator**

- 1. Good interaction with tourists.....
- 2. Rich professional knowledge.....
- 3. Humorous interpretation .....
- 4. Inspirational talking .....
- 5. Courteous attitude.....
- 6. Other \_\_\_\_\_ ....

- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Interpretive publications**

- 1. Able to meet learning desire .....
- 2. Attractive printing .....
- 3. Easy understandable contents .....
- 4. Interesting and exciting contents.....
- 5. Easy accessible folded pamphlet.....
- 6. Other \_\_\_\_\_ ....

- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Exhibition Hall**

- 1. Appropriate text size on billboard .....
- 2. Comfortable display arena.....
- 3. Exciting exhibit contents .....
- 4. Easy operating mechanism of exhibits
- 5. Smooth visiting circulation.....
- 6. Other \_\_\_\_\_ ....

- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Signboards**

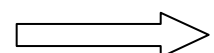
- 1. Simple and easy understandable contents
- 2. Interesting and exciting contents.....
- 3. Appropriate setup locations .....
- 4. Clear and easy readable text .....
- 5. Clear indication of direction .....
- 6. Other \_\_\_\_\_ ....

- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Multimedia (such as slides, video etc.)**

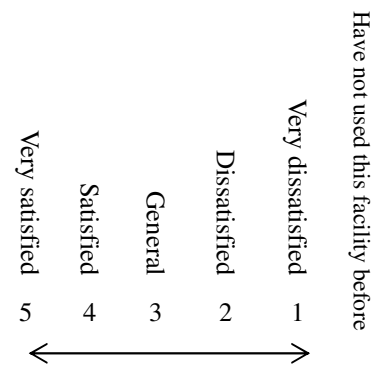
- 1. Appropriate presentation length .....
- 2. In-depth and appropriate contents .....
- 3. Beautiful artistic graphics.....
- 4. Innovative media performances .....
- 5. High definition .....
- 6. Other \_\_\_\_\_ ....

- 
- 
- 
- 
- 
- 



**Section 4: Your overall satisfaction towards Kinmen National Park**

The purpose of this section is to understand your overall satisfaction level towards various services at the recreational spots, Visitors Center or the Exhibition Hall of Kinmen National Park. Please tick in the appropriate box “” in accordance with your satisfaction level on the following questions.



- 1. Environmental maintenance and cleanliness of Kinmen National Park .....
- 2. The noise level at the Visitors Center of Kinmen National Park ...
- 3. The visitor services provided by Kinmen National Park .....
- 4. The diversity of recreational activities provided by Kinmen National Park .....
- 5. The natural resource protection status of Kinmen National Park..
- 6. The landscape maintenance status of Kinmen National Park.....
- 7. Your overall satisfaction level towards Kinmen National Park ....

8. I would recommend Kinmen National Park to my relatives and friends  
 (1) Very satisfied       (2) Satisfied       (3) General       (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied

9. I would like to visit and tour Kinmen National Park again  
 (1) Strongly willingness       (2) Willingness       (3) General       (4) Unwillingness  
 (5) Strongly unwillingness

10. The overall quality of the current National Park as compared to that of your last visit? (Not necessary to fill by first-time visitor)  
 (1) Improved a lot       (2) Slightly improved       (3) More or less the same  
 (4) Getting worse

11. Should you have other suggestions on this National Park, please feel free to write them down.

.....

.....

.....

.....

**The end. Thank you for your responding. Wish you happy and healthy!**

## 附錄二 99年01-06月份金門航空站營運量統計表

附表 2.1.1 金門航空站 99 年 01-06 月營運量統計表

旅客人數	月份	旅客總人次 ( 到境+離境 )
	01月	150,156
02月	163,997	
03月	161,726	
04月	197,877	
05月	203,943	
06月	179,526	
合計		1,057,225

## 附錄三 99年01-06月份出入境管理局之入出境人數統計表

附表 3.1.1 99 年 01-06 月入出境管理局之入出境人數統計表

旅客人數	月份	出境查驗				入境查驗					
		航次	台灣地區人民	大陸地區人民	外國人民	總人數	航次	台灣地區人民	大陸地區人民	外國人民	總人數
	01月	582	40,580	6,885	611	48,076	582	39,012	5,040	612	44,664
	02月	437	37,859	6,523	592	44,974	438	38,818	4,855	476	44,149
	03月	542	39,318	15,447	1,113	55,878	542	37,185	19,619	1,097	57,901
	04月	585	42,253	32,718	1,434	76,405	585	40,443	31,443	1,423	73,309
	05月	651	43,351	30,093	1,007	74,451	648	42,382	28,725	1,065	72,172
	06月	596	45,238	15,555	804	61,597	586	45,696	12,248	773	58,717
		3,393	248,599	107,221	5,561	361,381	3,381	243,536	101,930	5,446	350,912

附表 3.1.2 99 年度出境管理局陸客中轉觀光團統計表

月份	團數	人數
01月	74	1,895
02月	102	2,660
03月	517	16,649
04月	1022	28,202
05月	584	21,897
06月	881	6,954
合計	3180	78,257



## 附錄四 99年01-06月份來金旅客人數估算

估算公式：

步驟一：

1. 金門航空站 01 月至 06 月( 到境旅客人次 + 離境旅客人次 = 總旅客人次 )  
= 1,057,225 旅客人次

2. 入出境管理局 01 月至 06 月份 ( 出境旅客人次 + 入境旅客人次 = 總旅客人次 )  
= 492,147 人次 ( 台灣地區人民 ) + 209,151 人次 ( 大陸地區人民 )  
+ 11,007 人次 ( 外國人民 ) = 712,305 旅客人次

步驟二：

1. 來金之台灣旅客人數 = 旅客人數 × 非本地居民比率 ( 不含小三通旅客 )  
1,057,225 人次 × 25.8% = 272,764 人次

2. 小三通過境旅客 = 旅客人數 × 小三通過境客比率  
712,305 人次 × 24.0% = 170,953 人次

3. 大陸旅客人數 = 入境旅客人次 + 出境旅客人次  
= 107,221 人次 + 101,930 人次  
= 209,151 人次

**99 年 01 至 06 月來金台灣旅客人次約為 27 萬 2 千 7 佰 6 拾 4 人次。**

**99 年 01 至 06 月小三通過境客人次約為 17 萬 0 千 9 佰 5 拾 3 人次。**

**99 年 01 至 06 月來金大陸旅客人次約為 20 萬 9 千 1 佰 5 拾 1 人次。**

## 附錄五 遊客之月平均收入8萬元以上者之分析 ( 共為134份 )

### 壹、遊客基本資料之樣本分析

本部份以遊客之月平均收入為 8 萬元以上者進行各項分析，本次總問卷為 2168 份，填寫月平均收入為 8 萬元以上者共有 134 人。以下將就遊客基本資料包括：性別、年齡、學歷、職業、居住地區等五項，整理如附表 5.1.1，請參閱。

附表 5.1.1 人口統計變數之結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、性別	男	91	67.9
	女	43	32.1
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
二、年齡	20歲以下	0	0.0
	21-30歲	6	4.5
	31-40歲	15	11.2
	41-50歲	43	32.1
	51-60歲	47	35.1
	61-70歲	17	12.7
	71歲及以上	6	4.5
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
三、學歷	國小(含以下)	4	3.0
	國中	3	2.2
	高中、職	24	17.9
	專科	21	15.7
	大學	41	30.6
	研究所及以上	41	30.6
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
四、職業	商業	50	37.3
	軍、公、教、警人員	33	24.6
	自由業	20	14.9
	工業	12	9.0
	退休人員	9	6.7
	服務業	6	4.5
	其他	2	1.5
	家庭主婦	1	0.7
	農、林、於、牧工作人員	1	0.7
	學生	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
五、居住地區	北部地區：基北桃竹苗	84	62.7
	南部地區：南高屏	15	11.2
	金門	11	8.2
	中國大陸	10	7.5
	中部地區：中彰投雲嘉	6	4.5
	東部地區：宜花東	4	3.0
	海外	3	2.2
	離島地區：澎綠蘭馬	1	0.7

## 貳、旅遊特性之樣本分析

遊客旅遊特性方面包括：遊客旅遊資訊來源、蒞臨金門國家公園次數、使用交通工具、主要目的等四項，整理如附表 5.2.1，請參閱。

附表 5.2.1 旅遊特性之結構分析

	類別	樣本數	百分比(%)
一、旅遊資訊來源	旅行社介紹	59	44.0
	金門國家公園官方網站	42	31.3
	親友同事介紹	38	28.4
	電視報導	33	24.6
	報紙、雜誌報導	25	18.7
	旅遊宣傳資料	24	17.9
	其他旅遊資訊網站	17	12.7
	廣播報導	6	4.5
	其他 *	2	1.5
	* 本題為複選題，百分比 = 人數 / 134(問卷總份數)		
二、蒞臨次數	第一次	71	53.0
	第二次	28	20.9
	第三次	12	9.0
	第四至五次	9	6.7
	第六次以上	14	10.4
	小計	134	100.0
三、交通工具	遊覽車	95	70.9
	轎車	25	18.7
	自行車	6	4.5
	機車	4	3.0
	公車	3	2.2
	步行	1	0.7
	小計	134	100.0
四、主要目的	旅遊	102	76.1
	商務洽公兼旅遊	20	14.9
	探親及訪友	7	5.2
	本地居民	3	2.2
	中轉旅客	2	1.5
	其它	0	0.0
	小計	134	100.0

## 參、遊憩動機同意度樣本分析

### 一、遊客對各題項遊憩動機同意度分析

附表 5.3.1 遊憩動機同意度之樣本結構分析

	同意度	樣本數	百分比(%)
一、享受金門的大自然美景	非常同意	64	47.8
	同意	65	48.5
	普通	5	3.7
	不同意	0	0.0
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
二、增進親朋好友之間的感情	非常同意	44	32.8
	同意	71	53.0
	普通	15	11.2
	不同意	4	3.0
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
三、增廣見聞充實知識	非常同意	58	43.3
	同意	68	50.7
	普通	8	6.0
	不同意	0	0.0
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
四、瞭解金門的自然生態景觀	非常同意	59	44.0
	同意	61	45.5
	普通	13	9.7
	不同意	1	0.7
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
五、滿足好奇心慕名而來	非常同意	48	35.8
	同意	60	44.8
	普通	20	14.9
	不同意	5	3.7
	非常不同意	1	0.7
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>

附表 5.3.1 遊憩動機同意度之樣本結構分析(續)

	同意度	樣本數	百分比(%)
六、肯定自我價值滿足成就感	非常同意	44	32.8
	同意	54	40.3
	普通	29	21.6
	不同意	7	5.2
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
七、增加交友機會增進社交人際關係	非常同意	47	35.1
	同意	54	40.3
	普通	26	19.4
	不同意	6	4.5
	非常不同意	1	0.7
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
八、紓解生活壓力放鬆心情	非常同意	57	42.5
	同意	64	47.8
	普通	11	8.2
	不同意	2	1.5
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
九、參加專業團體的活動	非常同意	48	35.8
	同意	60	44.8
	普通	16	11.9
	不同意	10	7.5
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
十、家人朋友邀約或拜訪親友	非常同意	43	32.1
	同意	61	45.5
	普通	26	19.4
	不同意	4	3.0
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>

附表 5.3.1 遊憩動機同意度之樣本結構分析(續)

	同意度	樣本數	百分比(%)
十一、避開都市吵雜的生活環境	非常同意	56	41.8
	同意	57	42.5
	普通	16	11.9
	不同意	5	3.7
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
十二、瞭解金門歷史文化景觀	非常同意	55	41.0
	同意	68	50.7
	普通	10	7.5
	不同意	1	0.7
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
十三、享受休閒娛樂	非常同意	57	42.5
	同意	64	47.8
	普通	11	8.2
	不同意	2	1.5
	非常不同意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
十四、重新回憶過去的體驗	非常同意	48	35.8
	同意	46	34.3
	普通	28	20.9
	不同意	10	7.5
	非常不同意	2	1.5
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
十五、公務出差等順道旅遊	非常同意	45	33.6
	同意	40	29.9
	普通	28	20.9
	不同意	14	10.4
	非常不同意	7	5.2
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>

## 二、遊客對各題項遊憩動機同意度的平均數

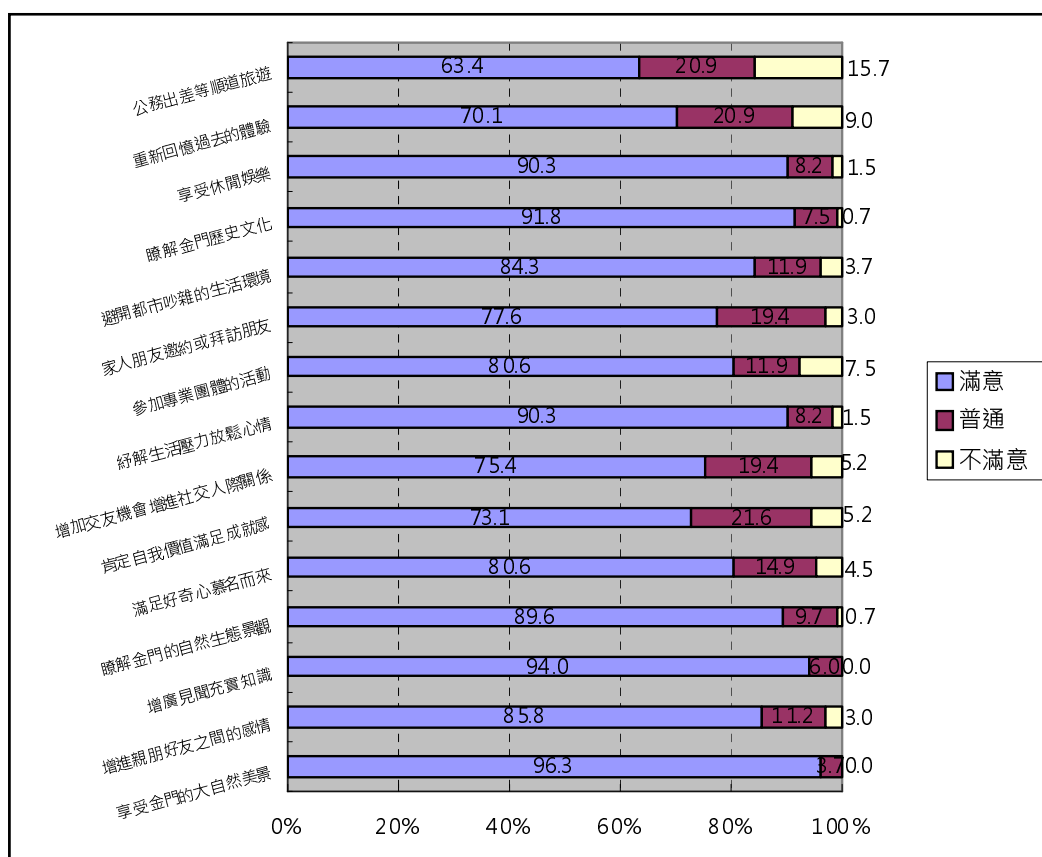
綜合上述 15 項遊客對各題項遊憩動機同意度的分析中發現，受訪遊客對到金門國家公園之遊憩動機的平均同意度為 4.17，其中以「享受金門的大自然美景 ( 平均數 4.44 )」、「增廣見聞充實知識 ( 平均數 4.37 )」、「瞭解金門的自然生態景觀 ( 平均數 4.33 )」之同意程度較高，而對「重新回憶過去的體驗 ( 平均數 3.96 )」、「公務出差等順道旅遊 ( 平均數 3.76 )」等題項之同意程度較低，相關數據請參閱附表 5.3.2

附表 5.3.2 遊客對各題項遊憩動機同意度之平均數與標準差

各題項遊憩動機同意度	調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1. 享受金門的大自然美景	4.44	0.56	1
2. 增進親朋好友之間的感情	4.16	0.73	7
3. 增廣見聞充實知識	4.37	0.59	2
4. 瞭解金門的自然生態景觀	4.33	0.68	3
5. 滿足好奇心慕名而來	4.11	0.84	8
6. 肯定自我價值滿足成就感	4.01	0.87	12
7. 增加交友機會增進社交人際關係	4.04	0.89	11
8. 紓解生活壓力放鬆心情	4.31	0.68	5
9. 參加專業團體的活動	4.09	0.87	9
10. 家人朋友邀約或拜訪朋友	4.07	0.79	10
11. 避開都市吵雜的生活環境	4.22	0.80	6
12. 瞭解金門歷史文化	4.32	0.64	4
13. 享受休閒娛樂	4.31	0.68	5
14. 重新回憶過去的體驗	3.96	1.00	13
15. 公務出差等順道旅遊	3.76	1.17	14
平均滿意度	4.17	0.79	

註：平均數 5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意

附圖 5.3.1 為本調查將 15 題項遊客遊憩動機同意度整理為「非常同意」和「同意」歸類為「同意」，「非常不同意」和「不同意」歸類為「不同意」，「普通」則維持原分類，共分為「同意」、「普通」、「不同意」等 3 尺度，由圖示可見，圖右邊之「不同意」比率偏低。



附圖5.3.1 遊客對遊憩動機同意度的百分比分配



## 肆、遊客對解說媒體行前重視度與實際體驗滿意度之分析

## 一、遊客對解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

遊客對解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差，整理如表 5.4.1，請參閱。

附表 5.4.1 解說媒體各題項行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

變 項	參訪前預期		參訪後體驗		平均值差 (I-S)	t值	
	平均值(I)	標準差	平均值(S)	標準差			
與遊客互動良好	4.27	0.82	4.33	0.88	-0.06	-0.84	
解說員	專業知識豐富	4.31	0.79	4.36	0.89	-0.05	-0.76
	講解幽默風趣	4.26	0.82	4.28	0.89	-0.02	-0.34
	言談具有啟發	4.29	0.81	4.30	0.92	-0.01	-0.10
	態度親切有禮	4.31	0.81	4.33	0.88	-0.02	-0.22
	滿足學習慾望	4.21	0.77	4.34	0.75	-0.13	-2.65 ***
解說出版品	印刷出版精美	4.22	0.78	4.31	0.76	-0.10	-2.00 *
	內容淺顯易懂	4.29	0.81	4.36	0.74	-0.07	-1.44
	內容生動有趣	4.26	0.83	4.38	0.75	-0.12	-2.25 *
	摺頁取得容易	4.25	0.84	4.31	0.75	-0.07	-1.17
	看板字體大小得宜	4.33	0.66	4.34	0.67	-0.01	-0.28
展示室	展示環境舒適	4.36	0.67	4.43	0.66	-0.07	-1.44
	展示內容精采	4.35	0.69	4.35	0.68	0.00	0.00
	展示機器操作容易	4.34	0.67	4.35	0.68	-0.01	-0.14
	參觀動線流暢	4.36	0.67	4.39	0.65	-0.03	-0.60
	內容簡單明瞭	4.34	0.66	4.38	0.63	-0.04	-0.76
解說牌	內容生動有趣	4.37	0.66	4.40	0.66	-0.03	-0.58
	設立位置適當	4.37	0.65	4.40	0.62	-0.03	-0.61
	字體清晰可讀	4.40	0.64	4.42	0.67	-0.02	-0.39
	方向指示清楚	4.39	0.69	4.44	0.64	-0.05	-0.84
	時間長度適中	4.25	0.76	4.38	0.75	-0.13	-1.29
視聽多媒體	內容深度得體	4.29	0.69	4.36	0.74	-0.07	-1.11
	藝術構圖優美	4.31	0.69	4.36	0.75	-0.04	-0.84
	媒體表現創新	4.31	0.69	4.33	0.77	-0.02	-0.25
	畫質清晰	4.31	0.67	4.32	0.77	-0.01	-0.84
	總平均	4.31		4.36			

註 1：\*  $p < 0.05$ ，\*\*  $p < 0.01$ ，\*\*\*  $p < 0.001$ 。

註 2：重視度之平均值，5 = 非常重視，4 = 重視，3 = 普通，2 = 不重視，1 = 非常不重視。

註 3：滿意度之平均值，5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意。

## 二、解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之平均數與標準差

由附表 5.4.2 發現：遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的行前重視度方面，以「解說牌 ( 平均值 4.37 )」、「展示室 ( 平均值 4.35 )」等為重視度的前二名。

遊客對於遊客中心/展示室解說媒體服務各構面的實際體驗滿意度部分，以「解說牌 ( 平均值 4.41 )」、「展示室 ( 平均值 4.37 )」等為滿意度的前二名。

調查結果顯示，解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之間有顯著差異。其中「顯著」於「解說出版品」構面。

由上述結果發現，遊客對於遊客中心/展示室解說媒體的行前重視度以解說牌 ( 平均值 4.37 ) 為最高，實際體驗滿意度亦以解說牌 ( 平均值 4.41 ) 為最高。遊客對解說員、解說出版品、展示室、解說牌、視聽多媒體各構面之滿意度皆高於重視度。

附表 5.4.2 解說媒體各構面行前重視度與實際體驗滿意度之統計表

變 項	參訪前預期		參訪後體驗		平均值差 (I-S)	t值
	平均值(I)	標準差	平均值(S)	標準差		
解說員	4.29	0.78	4.32	0.87	-0.03	-0.48
解說出版品	4.24	0.76	4.34	0.71	-0.10	-2.32 *
展示室	4.35	0.63	4.37	0.62	-0.03	-0.60
解說牌	4.37	0.63	4.41	0.59	-0.03	-0.75
視聽多媒體	4.30	0.67	4.34	0.73	-0.04	-0.82

註 1：\*  $p < 0.05$ ，\*\*  $p < 0.01$ ，\*\*\*  $p < 0.001$ 。

註 2：重視度之平均值，5 = 非常重視，4 = 重視，3 = 普通，2 = 不重視，1 = 非常不重視。

註 3：滿意度之平均值，5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 普通，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意。

## 伍、金門國家公園整體滿意度之樣本結構

針對金門國公園整體滿意度問項包括：環境維護之清潔度、遊客中心之吵雜度、提供遊客服務項目、提供遊憩活動之多樣性、區內自然資源受保護之狀況、區內景觀受維護之狀況、整體滿意度七大項，整理如附表 5.5.1，請參閱。

附表 5.5.1 金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析

	滿意度	樣本數	百分比(%)
一、環境維護之清潔度	非常滿意	69	51.5
	滿意	63	47.0
	普通	2	1.5
	不滿意	0	0.0
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		<b>134</b>
二、遊客中心內之吵雜度	非常滿意	60	44.8
	滿意	61	45.5
	普通	8	6.0
	不滿意	4	3.0
	非常不滿意	1	0.7
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		<b>134</b>
三、提供遊客服務項目	非常滿意	61	45.5
	滿意	60	44.8
	普通	12	9.0
	不滿意	1	0.7
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>		<b>134</b>

附表 5.5.1 金門國家公園整體滿意度之樣本結構分析 (續)

	滿意度	樣本數	百分比(%)
四、提供遊憩活動之多樣性	非常滿意	59	44.0
	滿意	62	46.3
	普通	11	8.2
	不滿意	2	1.5
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
五、區內自然資源受保護之狀況	非常滿意	67	50.0
	滿意	60	44.8
	普通	6	4.5
	不滿意	1	0.7
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
六、區內景觀受維護之狀況	非常滿意	65	48.5
	滿意	63	47.0
	普通	6	4.5
	不滿意	0	0.0
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
七、整體滿意度	非常滿意	63	47.0
	滿意	66	49.3
	普通	5	3.7
	不滿意	0	0.0
	非常不滿意	0	0.0
	未曾使用本項設施	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>

## 八、遊客對金門國家公園整體滿意度的平均數

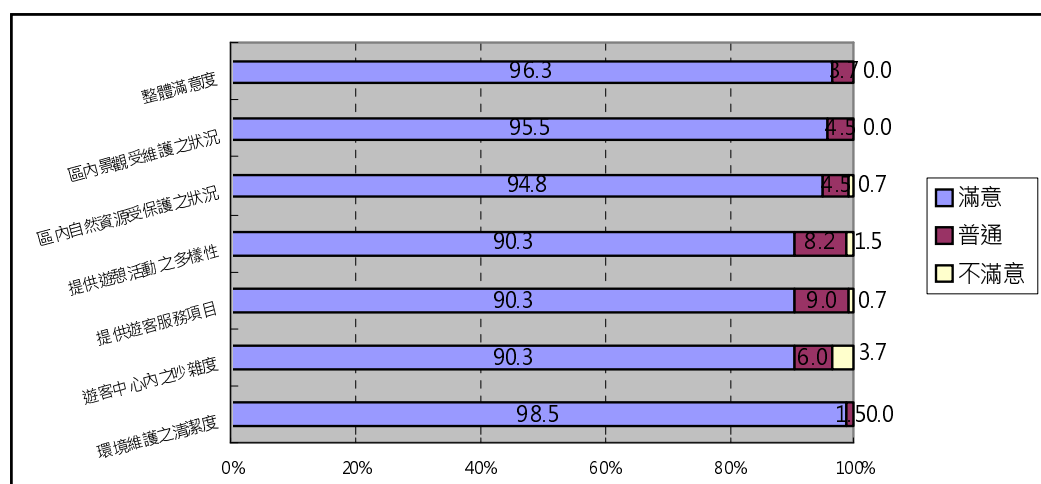
綜合上述 7 項遊客對金門國家公園整體滿意度的分析中發現，受訪遊客對各項服務項目整體的平均滿意度為 4.40，其中以「環境維護之清潔度（平均數 4.50）」、「區內自然資源受保護之狀況（平均數 4.44）」、「區內景觀受維護之狀況（平均數 4.44）」、「整體滿意度（平均數 4.43）」等相關題項之滿意程度較高，相關數據請參閱附表 5.5.2。

附表 5.5.2 金門國家公園整體滿意度之平均數與標準差

對各項服務項目整體滿意度	調查樣本		
	平均數	標準差	排序
1. 環境維護之清潔度	4.50	0.53	1
2. 遊客中心內之吵雜度	4.31	0.77	6
3. 提供遊客服務項目	4.35	0.67	4
4. 提供遊憩活動之多樣性	4.33	0.69	5
5. 區內自然資源受保護之狀況	4.44	0.61	2
6. 區內景觀受維護之狀況	4.44	0.58	2
7. 整體滿意度	4.43	0.56	3
平均滿意度	4.40	0.63	

註：平均數 5 = 非常滿意，4 = 滿意，3 = 無意見，2 = 不滿意，1 = 非常不滿意

附圖 5.5.1 為本調查將 7 項遊客對金門國家公園整體滿意度整理將「非常滿意」和「滿意」歸類為「滿意」，「非常不滿意」和「不滿意」歸類為「不滿意」，「普通」則維持原分類，共分為「滿意」、「普通」、「不滿意」等 3 尺度，由圖示可見，圖右邊之「不滿意」比率偏低。



附圖 5.5.1 金門國家公園整體滿意度之百分比分配

## 陸、遊客對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構

針對遊客的推薦、回遊意願、改善度問項包括：推薦意願、回遊意願、改善滿意度三項，整理如附表 5.6.1，請參閱。

附表 5.6.1 對推薦、回遊意願與改善滿意度之樣本結構分析

	願意度/改善度	樣本數	百分比(%)
一、推薦意願	非常願意	80	59.7
	願意	52	38.8
	普通	1	0.7
	不願意	1	0.7
	非常不願意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
二、回遊意願	非常願意	62	46.3
	願意	65	48.5
	普通	5	3.7
	不願意	2	1.5
	非常不願意	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
三、金門國家公園整體品質改善度	第一次到訪者	71	53.0
	改善很多	40	29.9
	稍有改善	19	14.2
	差不多	4	3.0
	較差	0	0.0
	<b>小計</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>

## 柒、遊客認知金門國家公園整體品質的改善度

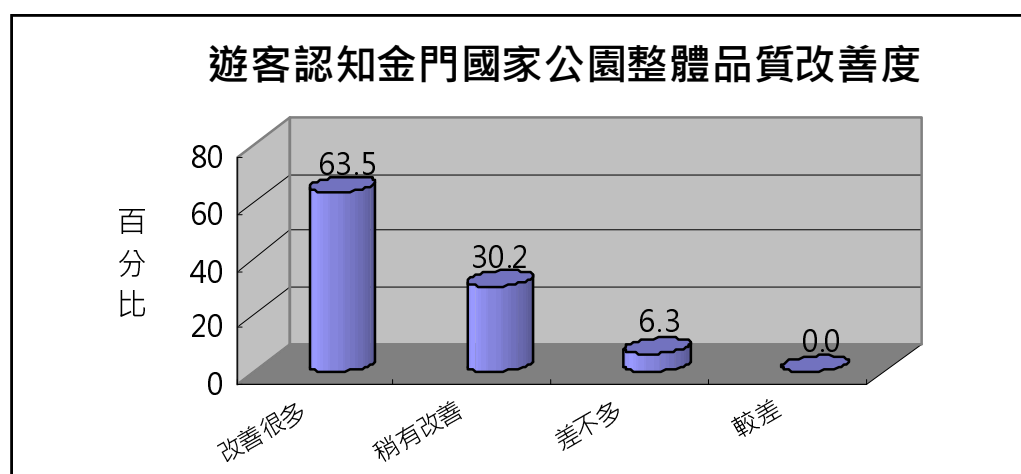
本題問項為：您認為目前金門國家公園整體品質與您上次到訪時，其改善程度的比較？受訪遊客中第一次到訪者共有 71 人 ( 63.1% )，為初次到訪者免回答此題，故有 63 人 ( 36.9% ) 回答此題，詳細資料參閱附表 5.7.1。本調查以 63 人為母體，分析受訪者認知金門國家公園的改善度，結果如下：「改善很多」者共為 40 人 ( 63.5% )、「稍有改善」為 19 人 ( 30.2% )、「差不多」共 4 人 ( 6.3% )、「較差」為 0 人 ( 0.0% )，詳細資料參閱附表 5.7.2/附圖 5.7.1。

附表 5.7.1 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 含首次到訪 )

整體品質改善度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
第一次到訪者	71	53.0
改善很多	40	29.9
稍有改善	19	14.2
差不多	4	3.0
較差	0	0.0
合計	134	100.0

附表 5.7.2 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 不含首次到訪 )

整體品質改善度	調查樣本	
	次數	百分比(%)
改善很多	40	63.5
稍有改善	19	30.2
差不多	4	6.3
較差	0	0.0
合計	63	100.0



附圖 5.7.1 遊客認知金門國家公園整體品質改善度 ( 不含首次到訪 )

## 參考文獻

### 一、中文部份

1. 王淮真 ( 2000 )。旅客對導覽解說滿意度之研究-以國立故宮博物院為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
2. 王淮真 ( 2001 )。「旅客對導覽解說滿意度之研究」，碩士論文，文化大學觀光事業研究所，台北。
3. 石淑惠 ( 1997 )。公共圖書館義工個人特質、參與動機與工作滿意度之研究，淡江大學教育資料科學學系碩士論文。
4. 江宜珍 ( 2002 )。運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究，碩士論文，國立台中師範學院環境教育研究所碩士論文。
5. 何雍慶、蘇雲華 ( 1995 )。服務行銷領域顧客滿意模式及服務品質模式之比較研究。輔仁管理評論，2 卷 2 期，37-64 頁。
6. 余幸娟(2000)，宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究以南鯤身代天府為例，中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。
7. 吳佩修、朱斌好 ( 2001 )。解說員影響民眾參觀博物館經驗之研究-以國立科學工藝博物館為例。科技博物，5 ( 4 )，p65-81。
8. 吳忠宏 ( 1997 )。解說展示館成效性之研究：以太魯閣國家公園為例。景觀遊憩資源，頁 229-244。台北：田園城市。
9. 吳忠宏 ( 2002 )。台灣解說研究之回顧與展望。載於國立台中師範學院環境教育所舉辦之「2002 中美澳三國環境解說與生態旅遊」國際學術研討會論文集，頁 122-163。國立台中師範學院。
10. 吳忠宏、江宜珍 ( 2003 )。國立科學工藝博物館觀察參觀動機與滿意度之研究。科技博物期刊，7，1，34-59。
11. 吳忠宏、黃宗成(2001)。玉山國家公園管理處服務品質之研究：以遊客滿意度為例。國家公園學報，11(2)，117-135。
12. 吳淑鈺 ( 2000 )。太魯閣國家公園義務解說員參與動機與工作滿意之研究，國立中山大學公事務管理研究所碩士論文。
13. 吳鳳珠 ( 1994 )。遊客中心多媒體解說效果評估-以玉山國家公園塔塔加遊客中心為例，台灣大學園藝研究所未出版之碩士論文。
14. 李世寶 ( 2002 )。東勢林場賞螢活動解說員服務效果之研究，朝陽科技大學



休閒事業管理研究所碩士論文。

15. 李青峰 ( 1987 )。解說效果評估之研究，國立台灣大學森林所碩士論文。
16. 李朝盛 ( 1986 )。國家公園遊客解說需求之研究，碩士論文，國立台灣大學園藝所，台北。
17. 李銘輝 ( 1992 )。野柳風景特定區遊客特性與活動適宜性研究，戶外遊憩研究，第 5 卷，第二期，頁 71-102。
18. 李銘輝 ( 1996 )。觀光環境認知與遊客需求行為之研究論文集，台北：揚智文化出版社。
19. 李銓、黃旭男、陳慧如，「國家公園解說服務滿意度影響因素探討」，戶外遊憩研究(投稿中)。
20. 李銓、黃旭男、陳慧如，「國家公園解說服務滿意度影響因素探討」，突破觀光新困境與觀光產業再造學術研討會，台北：交通部觀光局、中華觀光管理學會、銘傳大學觀光學院，民國 92 年 11 月 8 日，217-246 頁。
21. 李銓、黃旭男、陳慧如，「國家公園遊客涉入、解說服務滿意度與地方依附之關係研究」，銘傳大學掌握學術新趨勢接軌國際化教育國際學術研討會，銘傳大學觀光學院，民國 92 年 3 月 15 日，209-227 頁。
22. 林欣慧 ( 2002 )。解說成效對休閒效益體驗之影響研究-以登山健行為例，台灣師範大學運乘與休閒管理研究所，碩士論文，台北。
23. 侯錦雄 ( 1990 )。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，國立台灣大學園藝學系博士論文。
24. 侯錦雄、姚靜婉 ( 1997 )。市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究，戶外遊憩研究。10(3)，1-17。
25. 高大剛 ( 2000 )。博物館服務品質與顧客滿意度之研究-以國立自然科學博物館為例。博物館學季刊，14，4，105-129。
26. 高崇倫，( 1999 )，遊客對國營休閒農場遊憩環境體驗之研究—以武陵農場為例，碩士論文，中國文化大學觀光事業研究所，台北。
27. 張明洵、林玥秀 ( 1992 )。解說概論，台北：揚智文化出版社。
28. 張明洵、林玥秀 ( 2002 )。解說概論，台北：揚智文化出版社。
29. 張詩悌 ( 1997 )。板橋林家花園解說效果之探討，台灣大學園藝研究所碩士論文。
30. 莊曉琪 ( 2004 ) 遊客對澎湖國家風景區解說媒體服務之滿意度探討。朝陽科

技大學休閒事業管理系碩士論文

31. 陳水源 (1989)。「遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究」, 戶外遊憩研究, 1(3)。
32. 陳利光(2002)。台灣旅行業顧客關係對顧客滿意度及忠誠度之影響-台北縣市之實證研究, 輔仁大學管理學系碩士論文。
33. 陳信甫、郭春敏(1999)。遊客中心解說環境滿意度之研究, 景文技術學院學報, 9(3), 121-126。
34. 陳昭明 (1983)。都市林與戶外遊樂, 中華林學季刊 16(3): 279-285。
35. 陳昭蓉 (1996)。鄰里公園使用者滿意度影響因素之探討。國立台灣大學園藝學研究所碩士論文。
36. 陳惠如 (2003)。台灣地區國家公園遊客特性與**解說服務**滿意度之關係。銘傳大學管理科學研究所碩士論文。
37. 陳肇基、胡學彥(2002)。休閒農場遊客認知與滿意度分析-以南部地區為例, 戶外遊憩研究: 第 15 卷第三期。
38. 游瑛妙 (1999)。節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析, 碩士論文, 台中: 靜宜大學觀光系碩士班。
39. 童雅鈴 (2004)。觀光風景區的旅遊動機與滿意度之研究-以內灣風景區為例, 世新大學經濟學系碩士論文。
40. 黃世明、林育璋 (2003)。台中 20 號倉庫服務品質與參觀者滿意度之研究。第五屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集(PP.124-135)。
41. 黃旭男、李銓、陳慧如,「遊客特性及遊客涉入對國家公園解說服務滿意度之影響」, 國科會研究計畫報告, NSC90-2416-H-130-006-SSS, 民國 91 年。
42. 黃宗成、黃躍雯、余幸娟 (2000)。宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究。戶外遊憩研究, 13(3), 23-48。
43. 黃淑美 (1996)。遊客對北海岸風景特定區住宿設施及服務的偏好與滿意度之研究, 東海大學景觀學系碩士論文。
44. 黃錦照 (2002)。田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
45. 楊明賢 (1999)。解說教育。台北: 揚智文化出版社。
46. 楊崇賢 (2000)。臺北市立動物園遊客遊憩型態及滿意度之研究, 動物園學報, 12, 53-82。
47. 楊婷婷 (1995)。解說折頁解說效果之探討-以台北市立動物園大鳥籠為例,

- 台灣大學園藝學研究所碩士論文。
48. 詹淑美 ( 1996 )。博物館展示設計評估與展示說明分析研究-以國立自然科學博物館科學中心為例，師範大學社會教育研究所碩士論文。
49. 劉慶宗 ( 2001 )。博物館觀眾參觀經驗之研究-以國立海洋生物博物館為例，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
50. 歐聖榮 ( 1984 )。遊客解說服務之研究，碩士論文，國立中興大學園藝研究所，台中。
51. 蔡伯勳 ( 1986 )。遊憩需求與滿意度分析之研究-以獅頭山風景遊憩區實例調查，國立台灣大學園藝學系碩士論文。
52. 蔡淑惠 ( 1999 )。國中生對自然科學博物館生命科學廳展示設施之解說效果研究，東海大學景觀研究所碩士論文。
53. 蔡惠民 ( 1985 )。國家公園解說系統規劃與經營管理之研究。台北：內政部營建署。
54. 鄭順璉 ( 2002 ) 大學生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究，國立體育學院體育研究所碩士論文
55. 鄭嘉玲(1986)。台灣觀光果園經營型態遊客滿意度之研究。國立台灣大學園藝學研究所碩士論文。
56. 鄭璉華 ( 2000 )。網路購物消費者滿意度之研究-以台灣網路書店為例，國立中山大學企業管理學系碩士論文。
57. 謝旻熹 ( 1993 )，遊客對古蹟解說需求之研究：以鹿港地區為例，臺中師範學院環境教育研究所碩士論文。
58. 簡益章 ( 1994 )。森林遊樂區自導式步道解說系統之研究。中興大學森林研究所碩士論文，未出版，台中。

## 二、英文部分

1. Bateson, J.E., & Hoffman, K.G.( 2002 ), *Essential of Service Marketing :Concepts, Strategy and Cases*, Harcourt, Inc.
2. Burdage, R. J., ( 1969 ) .Levels of Occupational Prestige and Leisure Activity, *Journal of Leisure Research*, 1 ( 3 ) ,1-11.
3. Cheek, N., ( 1976 ) .“The Social Oranization of Leisure in Human Society,”1976, NY : Harper & Row.

4. Chu, R. K. S. & Choi, T., ( 2000 ). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry : A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.
5. Driver, B., & Toucher, R. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreational engagements, with implications for planning. *Elements of Outdoor Recreation Planning*. (MI: University Microfilms No.9-31).
6. Fornell, C. ( 1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 55: 1-21.
7. Ham, S. H. ( 1986 ) .Evaluation and Interpretation : A Litreature Review. ( 引自吳鳳珠 1994 )
8. Juran, T.O. ( 1974 ) , *A Universal Approach to Managing for Quality*, Quality Progress, pp.19-24.
9. Knowles, M. S. ( 1970 ) .The modern practice of adult education : Andragogy versus pedagogy. New York : Association Press.
10. Knutson, B., Stevens, P., Patton M. and Thompson, C., “Consumers’ Expectations for Service Quality in Economy, Mid-Price and Luxury Hotels,” *Journal of hospitality and Leisure Marketing*, Vol, 1No.2, 1992, pp.27-43.
11. Kotler, P. (1996), *Marketing Management : Analysis, Planing, Implementation , and Control* , 9th ed Prentice-Hall Inc.
12. Kozak, M., & Nield, K. (1998). Importance-performance analysis and cultural perspectives in Romanian Black Sea resorts. *Anatolia International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 99-116.
13. Machlis, G. E. (1986). *Interpretive views: Opinions on evaluating interpretation in the national park service*. Washington, D.C. : National Parks and Conservation Association.
14. Machlis, G. E., *Interpretive View : Opinions on Evaluating Interpretation in the National Park Service*, 3th ed., National Parks and Conservation Association : Washington, D. C., 1986.
15. Mackay, K. J. and Crompton, J. L. “Measuring the Quality of Recreation Services,” *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol. 8, No. 3, 1990, pp.47-56.

16. Madrigal, R., and Kahle, L. R., "Predicting Vacation Activity Preferences on the Basis of Value-system Segmentation," *Journal of Travel Research*, Vol . 32, No. 3, 1994, pp.22-28.
17. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of > Marketing*, Vol . 49, No. 4, 1985, pp.41-50.
18. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of the SERVQUAL Scale, " *Journal of Retailing*, Vol . 64, No. 1, 1988, pp.12-40.
19. Raymond K. S., Chu & Tat Choi. (2000). An Importance-performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: a Comparison of Business and Leisure Travellers. *Tourism Management* , 21, 363-377.
20. Sampson, S. E. and Showalter, M. J., 1999, The performance-importance response function: observations and implications, *The Service Industries Journal*, 19(3), 1-25.
21. Sasser, W. E., R. P. Olsen, and O. D. Wyckoff, ( 1978 ) , *Management of Service Operation*, Allyn & Bacon Inc., New York, NY.
22. Sessoms, H. D. (1961). Analysis of Selected Variables Affecting Outdoor Recreation Patterns. *Social Forces*, 42(5), 112-115.
23. Sharpe, ( 1982 ) An overview of interpretation.
24. Sharpe, G. W. (1982b) Selecting the interpretive media. In: G. W. Sharpe (Ed.) *Interpreting the Environment*: 100-122. NY: John Wiley & Sons, Inc.
25. Stevens P. B., Knutson, B. and Patton, M., "Dineserv : A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, April, 1995, pp.56-60.
26. Tibe, J. and Snaith, T., "From SERVQUAL to HOLSAT : Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba," *Tourism Management*, Vol.19, No.1 1998, pp.25-34.
27. Tilden, F. ( 1957 ) . *Interpreting Our Heritage*. University of North Carolina.
28. Tilden, F. ( 1977 ) . *Interpreting our heritage*. Chapel Hill, NC : The University of North Carolina Press.