

雪霸國家公園服務品質滿意度之研究

內政部營建署雪霸國家公園管理處委託研究報告

092 - 301020500G - 003

雪霸國家公園服務品質滿意度之研究

受委託者：中華大學營建研究中心

研究主持人：吳卓夫

研 究 員：林琪培、紀慧禎

內政部營建署雪霸國家公園管理處委託研究報告

中華民國九十二年十二月

9
2
0
3

雪霸國家公園服務品質滿意度之研究

研究主持人：吳卓夫

雪霸國家公園管理處

目 錄

表目錄.....	iii
圖目錄.....	iv
摘要.....	vi
第一章 緒論.....	01
第一節 研究動機.....	01
第二節 研究目的.....	02
第三節 研究內容與方法.....	02
第四節 研究架構與流程.....	03
第五節 研究範圍與對象.....	06
第二章 國家公園之定義與功能.....	07
第一節 國家公園之定義.....	07
第二節 國家公園之功能.....	08
第三節 雪霸國家公園之介紹.....	09
第三章 品質與滿意度之相關理論.....	15
第一節 服務品質定義與模式.....	16
第二節 顧客滿意度定義及理論.....	24
第三節 服務品質與滿意度相關實證研究.....	26
第四章 遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度之調查.....	29
第一節 研究變項與釋義.....	29
第二節 問卷設計.....	30
第三節 資料分析及方法.....	33

第五章 遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度 之調查結果與分析.....	35
第一節 武陵遊憩區服務品質滿意度調查結果分析.....	35
第二節 觀霧遊憩區服務品質滿意度調查結果分析.....	49
第六章 結論及建議.....	63
第一節 結論.....	63
第二節 建議.....	64
參考文獻.....	65
附 錄.....	69
附錄一	
遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度問卷調查表（武陵遊憩區）.....	70
附錄二	
遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度問卷調查表（觀霧遊憩區）.....	72
附錄三	
期末簡報審查意見改善表.....	74

表 目 錄

表 2-1 台灣地區之國家公園.....	09
表 3-1 國外學者有關服務品質理論之比較.....	16
表 3-2 學者對服務品質論點之整理.....	16
表 3-3 學者對顧客滿意程度的定義.....	25
表 5-1 武陵遊憩區遊客特性及基本資料分析表.....	38
表 5-2 武陵遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度統計表.....	39
表 5-3 武陵遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度 之配對樣本 t 檢定分析.....	42
表 5-4 觀霧遊憩區遊客特性及基本資料分析表.....	52
表 5-5 觀霧遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度統計表.....	53
表 5-6 觀霧遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度 之配對樣本 t 檢定分析.....	56

圖目錄

圖 1-1 研究架構圖.....	03
圖 1-2 研究流程圖.....	05
圖 2-1 雪霸國家公園位置圖.....	10
圖 3-1 服務品質之觀念性模式.....	22
圖 3-2 重要 - 表現程度分析模式圖.....	28
圖 4-1 武陵遊憩區問卷調查地點 - 桃山瀑布步道起點.....	31
圖 4-2 武陵遊憩區問卷調查地點 - 武陵遊客中心前.....	31
圖 4-3 觀霧遊憩區問卷調查地點 - 觀霧管理站後廣場.....	32
圖 4-4 觀霧遊憩區問卷調查地點 - 觀霧管理站後廣場.....	32
圖 5-1 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	40
圖 5-2 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	40
圖 5-3 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	40
圖 5-4 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	41
圖 5-5 重要 - 表現程度圖.....	43
圖 5-6 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....	46
圖 5-7 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....	46
圖 5-8 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....	47
圖 5-9 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....	47
圖 5-10 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	54
圖 5-11 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	54
圖 5-12 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	54
圖 5-13 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度分析圖.....	55

圖 5-14 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....59

圖 5-15 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....59

圖 5-16 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....60

圖 5-17 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖.....60

摘要

由於國民所得的日益提升，以及週休二日的實行，使得國民的休閒時間增加，讓國人對於戶外遊憩活動之需求亦相對提高。雪霸國家公園成立於民國八十一年且境內具有豐富的自然與人文資源，近年來也吸引愈來愈多人次的造訪，故對經營管理者而言，定期檢討國家公園內提供之服務設施、遊憩設施、遊憩環境及服務是必需的。本研究以雪霸國家公園武陵及觀霧遊憩區為研究範圍，對到訪的遊客進行服務品質滿意度之問卷調查，並對回收的問卷作依據滿意度的相關理論進行分析，並將最後的調查分析結果與建議，提供作為雪霸國家公園相關經營管理者的參考，以增進雪霸國家公園的服務品質。

關鍵字：服務品質、滿意度、雪霸國家公園

一、研究緣起

由於科技日新月異，經濟快速成長，加上交通便利，在國民生活所得大幅提高的情況下，大多數的國民已有足夠的資金從事休閒旅遊活動。近年來，政府推動「隔週休二日」的政策，在此前提之下，旅遊事業的前程一片看好，觀光旅遊的風氣日漸增加。雪霸國家公園為台灣第五座國家公園，園區內遊憩資源規劃有雪霸國家公園管理處暨遊客中心、觀霧遊憩區、武陵遊憩區、及興建中的雪見遊憩區等，提供國人從事遊憩活動之用。由於雪霸國家公園園內具有豐富的自然與人文資源，近年來也吸引愈來愈多人次的造訪，故經營管理者，在國家公園內提供適宜之遊憩設施、遊憩環境及服務設施是必需的。而除了提供適宜之遊憩設施、遊憩環境與遊憩服務之外，經營管理者更需對各項遊憩資源、遊憩設施、遊憩環境、遊客需求等作定期之檢討，以因應時間變遷、社會趨勢、遊客需求或管理經營目標等因素的影響，在不破壞遊憩資源及影響自然環境之衝擊下，從事遊憩活動。

本研究以雪霸國家公園武陵及觀霧遊憩區為研究範圍，對到訪此兩個遊憩區的遊客為調查對象進行問卷調查研究，以瞭解遊客對遊憩之滿意度與重遊意願等，並對其相互間之差異與相關性作更深入的探討，使國家公園經營管理者能了解遊客在園區內所使用之各項設施與資源之滿意度情形，並藉此研究以其作為雪霸國家公園管理處未來發展或規劃時之參考。

二、研究方法及過程

一. 研究方法

本研究主要在探討遊客對雪霸國家公園服務品質之滿意度，首先透過有關雪霸國家公園之概況、服務品質、滿意度等之相關文獻回顧，歸納整理出研究變數，

再經所得之變數設計問卷，利用問卷方式對前往雪霸國家公園之遊客進行問卷調查，並分析問卷而得其結果。最後，依其結果給予國家公園管理處適當之建議。本研究之問卷調查針對雪霸國家公園兩個遊憩區進行，而調查時間與地點則分別為觀霧遊憩區的九十二年六月五日起至九十二年八月二十三日，選定的調查地點為觀霧管理站旁的廣場，以及武陵遊憩區的九十二年六月十二日起至九十二年八月三十日，選定的地點為桃山瀑布步道的起點及武陵遊客中心旁。



圖 1 武陵遊憩區問卷調查地點 - 桃山瀑布步道起點



圖 2 觀霧遊憩區問卷調查地點 - 觀霧管理站後廣場

二. 資料分析方法

本研究所採用的資料分析方法有三種，分述如下：

- (一) 依據學者 Parasuraman、Zeithaml 與 Berry(1985)、(1988)、(1991)認為服務的好壞，就是衡量顧客本身對服務的期望，以及顧客接受服務後實際的知覺感受，兩者比較而得。故將服務品質以下列公式表示：服務品質分數=遊客實際體驗的知覺服務水準 / 遊客行前期望的期望服務水準。
- (二) 配對樣本 t 檢定 (paired-samples t test)：則用來比較同一樣本前後兩個變數的差異，藉此檢測遊客在行前期望與實際體驗滿意度之間的差異程度，是否有顯著的差異。若檢定結果 p 值等於或小於 0.05 則宣稱兩者前後差別有非常顯著的差異。
- (三) IPA 分析法又稱重要 - 表現程度分析法，以行前期望為橫軸 (X 軸)，實際體驗滿意度為縱軸 (Y 軸)，構成圖 3 之座標圖，再依行前期望與實際體驗滿意度之平均值切割成四個象限，其代表意義如下：A 象限表示期望高且滿意度也高，落在此象限的變項可視為其「機會 (opportunities)」；B 象限表示期望不高，但滿意度卻高，表落在此區的變項已能滿足遊客的需求，不用太過強調，亦可視為其「優勢 (strength)」；C 象限表示行前期望與滿意度皆低，落在此象限的變項表「優先順序較低」，亦可視為其「弱點 (weakness)」；D 象限表示行前期望高，但滿意度卻不高，是需「加強改善焦點」，亦可視為其「威脅 (threats)」，參見圖 3。

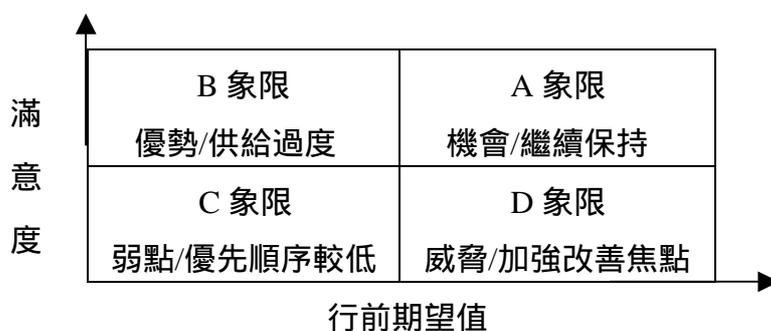


圖 3 重要 - 表現程度分析圖

三、重要發現

遊客對武陵遊憩區的整體滿意度，在回收的有效問卷 1023 份中選擇滿意的遊客佔 61.4%，選擇普通的有 28.6%，選擇非常滿意的遊客也有 7.5%，選擇不滿意的遊客為 1.5%，而僅有 1% 的遊客選擇非常不滿意。由此顯示，到訪武陵遊憩區的遊客，對遊憩活動整體滿意度大多數均呈現滿意的狀態。而在觀霧遊憩區回收的有效問卷 1068 份中，選擇滿意的遊客佔 66.5%，選擇普通的有 18%，選擇非常滿意的遊客也佔了 13.4%，選擇不滿意的遊客佔 1.6%，選擇非常不滿意的遊客僅佔 0.5%。由此顯示，到訪觀霧遊憩區的遊客，對遊憩活動的整體滿意度大多數也呈現滿意的狀態。

表 1 武陵遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

變 項	行前期望 平均值 (I)	滿意度 平均值 (S)	差 (S-I)	顯著值
遊客中心服務設施				
遊客中心諮詢服務	3.50	3.65	0.15	0.003*
生態與環境資訊展示區	3.44	3.65	0.21	0.000*
多媒體放映	3.26	3.68	0.42	0.000*
餐飲服務設施	3.24	3.22	-0.02	0.810
出版品販賣部	3.18	3.21	0.03	0.548
廁所環境清潔	3.35	2.98	-0.37	0.000*
遊憩與交通設施				
停車場數量	3.39	3.35	-0.04	0.420
道路交通指標	3.44	3.51	0.07	0.208
休憩平台	3.41	3.47	0.06	0.199
解說牌誌內容	3.39	3.47	0.08	0.120
人員服務方式				
遊客中心服務台人員	3.33	3.50	0.17	0.000*
餐飲服務人員	3.27	3.37	0.1	0.023*
出版品服務人員	3.23	3.37	0.14	0.000*
遊憩景點				
桃山瀑布步道	3.53	3.78	0.25	0.000*
觀魚台	3.37	3.31	-0.06	0.250

註：*表 $p < 0.05$

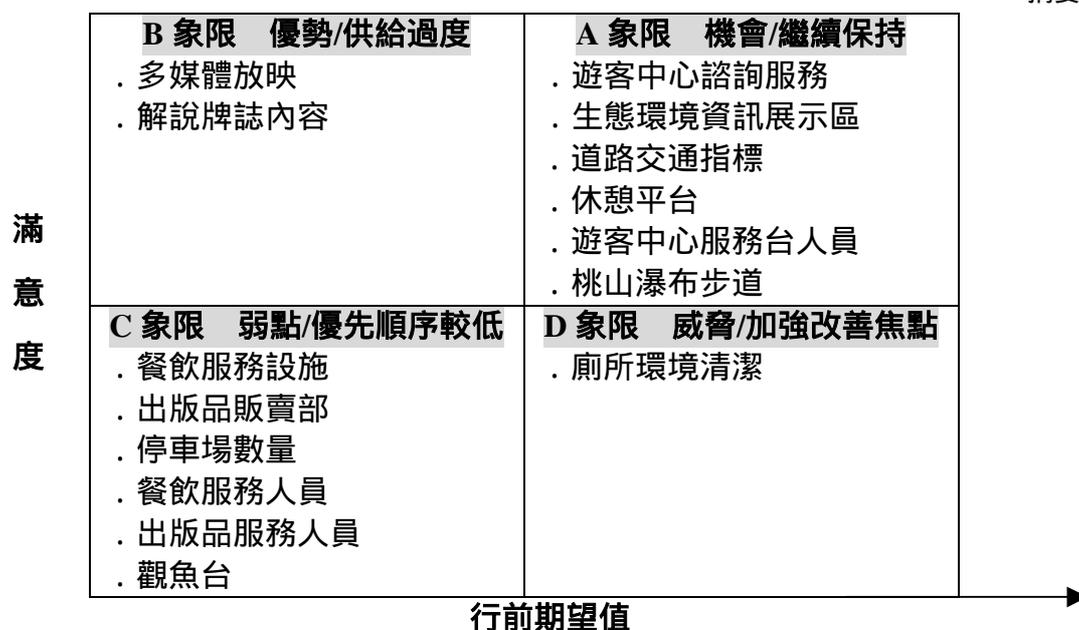


圖 4 武陵遊憩區服務設施重要 - 表現程度分析圖

表 2 觀霧遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

變 項	行前期望	滿意度	差 (S-I)	顯著值
	平均值 (I)	平均值 (S)		
遊客中心服務設施				
遊客中心諮詢服務	3.40	3.86	0.46	0.000*
生態與環境資訊展示區	3.40	3.90	0.5	0.000*
多媒體放映	3.26	3.92	0.66	0.000*
餐飲服務設施	3.25	3.54	0.29	0.000*
出版品販賣部	3.16	3.50	0.34	0.000*
廁所環境清潔	3.24	3.35	0.11	0.016*
遊憩與交通設施				
停車場數量	3.11	2.84	-0.27	0.000*
道路交通指標	3.20	3.12	-0.08	0.037*
觀景平台	3.43	4.11	0.68	0.000*
休憩平台	3.39	3.95	0.56	0.000*
解說牌誌內容	3.34	3.69	0.35	0.000*
人員服務方式				
遊客中心服務台人員	3.24	3.74	0.5	0.000*
餐飲服務人員	3.23	3.65	0.41	0.000*
出版品服務人員	3.18	3.56	0.38	0.000*
遊憩景點				
雲霧步道	3.44	4.17	0.73	0.000*
觀霧瀑布	3.37	3.78	0.41	0.000*
巨木群步道	3.38	3.76	0.38	0.000*
榛山步道	3.32	3.68	0.36	0.000*

註：*表 $p \leq 0.05$

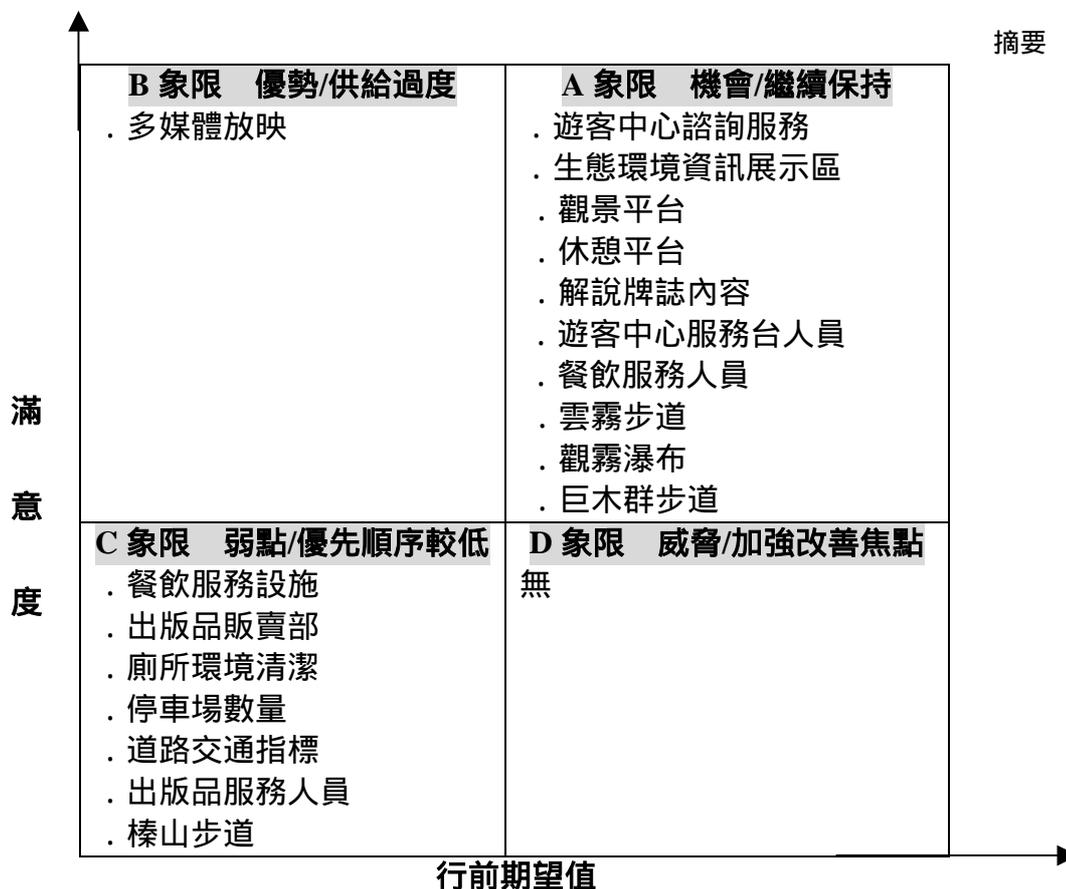


圖 5 觀霧遊憩區服務設施重要 - 表現程度分析圖

四、主要建議事項

本研究主要的建議如下：

在假日或遊客人數較多的日子，控制遊客進入遊憩區的總人數，並在實行遊客人數控管後持續定期作服務品質滿意度的相關調查，以持續檢討影響雪霸國家公園服務品質的原因。

第一章 緒論

第一節 研究動機

由於國民所得的日益提升，以及週休二日的實行，使得國民的休閒時間增加，國人對於戶外遊憩活動之需求亦相對提高。因此，民營或公營機構也紛紛設置遊樂區或遊憩區，以滿足國人對休閒遊憩之需求。為順應保育潮流與增進遊憩利用，自民國七十一年開始陸續成立了墾丁、玉山、陽明山、太魯閣、雪霸與金門等六座國家公園，並成立國家公園管理處，執掌國家公園經營管理之責。國家公園法中規定，國家公園設置的目的是為了保護國家特有的自然環境資源、野生動植物資源及文化史蹟，並提供國民休閒育樂及研究使用的區域。由國家公園法可知國家公園設立宗旨乃源於自然及人文資源的保育，並在保育的目標下提供遊憩及研究使用，因此國家公園具有保育、育樂、研究等三大目標，其中保育目標則在保護園內自然生態體系及文化史蹟等，使其能永續保存，育樂目標在保育的前提下，選擇適當的區域，提供高品質遊憩設施及環境，以培養國民之高尚之情操，研究目標在提供自然科學研究及環境教育之場所與機會，並恢復以遭受破壞之重要生態體系及景觀。

雪霸國家公園成立於民國八十一年七月一日，成立迄今已十餘年，園內遊憩資源規劃有雪霸國家公園管理處暨遊客中心、觀霧遊憩區、武陵遊憩區、雪見遊憩區等，提供國人從事遊憩活動之用。由於雪霸國家公園園內具有豐富的自然與人文資源，近年來也吸引愈來愈多人次的造訪，故經營管理者，在國家公園內提供適宜之遊憩設施、遊憩環境及服務是必需的。而除了提供適宜之遊憩設施、遊憩環境與遊憩服務之外，經營管理者更需對各項遊憩資源、遊憩設施、遊憩環境、遊客需求等作定期之檢討，以因應時間變遷、社會趨勢、遊客需求或管理經營目標等因素的影響，在不破壞遊憩資源及影響自然環境之衝擊下，從事遊憩活動。故本研究以雪霸國家公園為研究基地，進行調查研究，以瞭解遊客之特性，及遊客對遊憩之滿意度與重遊意願等，

並對其相互間之差異與相關性作更深入的探討，使國家公園經營管理者能對遊客在園區內所使用之各項設施與資源之滿意度情形；解說員工作態度、解說內容、服務情形等之滿意度；遊客重遊意願與重遊需求；遊憩設施開發與使用情形等；以改善服務品質方針，並藉此研究以其作為雪霸國家公園管理處未來發展或規劃時之參考。

第二節 研究目的

基於上述的研究動機，本研究的目的為：

1. 探討前往雪霸國家公園從事遊憩活動之遊客特性。
2. 探討遊客前往雪霸國家公園從事遊憩活動之旅遊特性。
3. 探討遊客於雪霸國家公園從事遊憩活動，其對交通設施服務、遊憩活動、解說服務、衛生設施、景觀設施等滿意程度。
4. 探討遊客於雪霸國家公園從事遊憩活動，其對交通設施服務、遊憩活動、解說服務、衛生設施、景觀設施等不滿意之理由。
5. 探討遊客對遊憩滿意程度與重遊意願之相關性。
6. 針對上述研究目的，提供經營者作為改善設施與服務內容之參考。

第三節 研究內容與方法

本研究主要在探討遊客對雪霸國家公園服務品質之滿意度，首先透過有關雪霸國家公園之概況、服務品質、滿意度等之相關文獻回顧，歸納整理出研究變數，再經所得之變數設計問卷，利用問卷方式對前往雪霸國家公園之遊客進行問卷調查，將調查結果依研究目的、架構進行綜合分析與討論，而得其結果。最後，依其結果給予適當之建議。

本研究內容共分六部分，其內容如下：

1. 第一部分在說明研究之動機，確立研究目的與架構，並說明研究內容。
2. 第二部分在闡明國家公園的定義與功能，並介紹雪霸國家公園現況。
3. 第三部分在回顧有關服務品質與遊客滿意度之相關實證理論，藉其支持

本研究之理論基礎。

4. 第四部分為實際調查，包括調查範圍的界定、問卷之設計、確立調查與分析之方法，再根據研究目的擬定分析方法。
5. 第五部分將第四章所得之調查結果加以彙整與分析，並將分析結果予以討論。
6. 第六部分再將第五章研究結果歸納出結論，並對後續相關研究提出適當建議。

第四節 研究架構與流程

1.4.1 研究架構

本研究架構以實證研究方法進行，依據研究目的以及相關理論之探討，建立本研究之研究架構，如圖 1-1 所示：

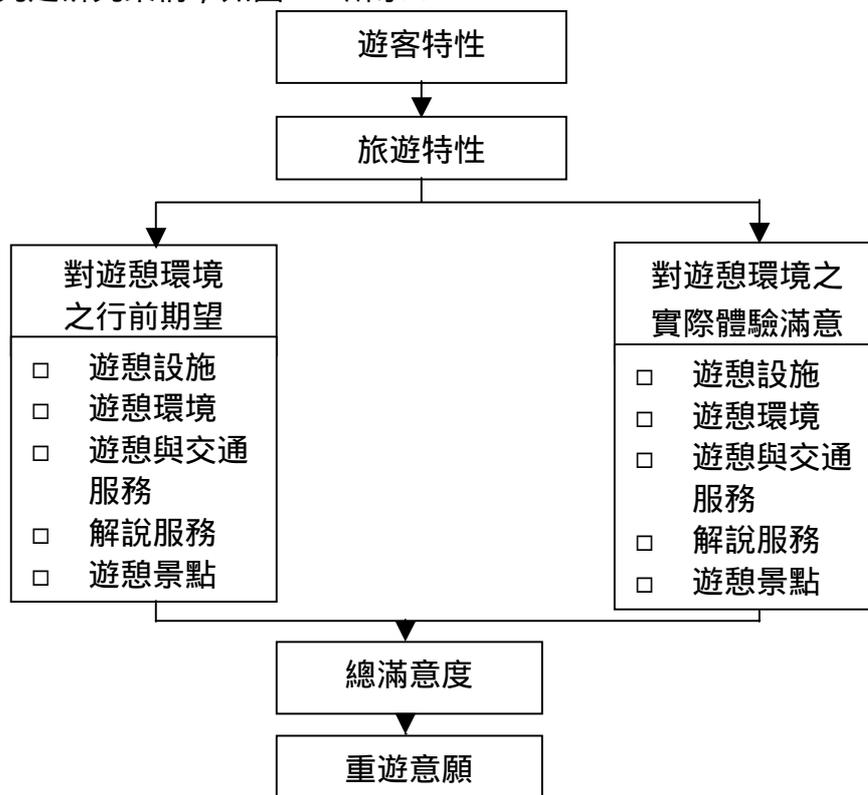


圖 1-1 研究架構圖

1.4.2 研究流程

本研究乃依其研究動機，先擬定研究目的、架構與研究範圍，再進行有關國家公園、服務品質與遊客滿意度之相關文獻的探討，以瞭解並支持本研究之理論基礎，藉此相關實證研究探討雪霸國家公園遊客特性、旅遊動機、對遊憩活動之行前期望與滿意度，並設計問卷，進行實地調查，將調查所得資料彙總，再依研究目的與架構加以分析、檢定。最後，依其結果，給予適當之建議並作為後續研究之方向。詳如圖 1-2。

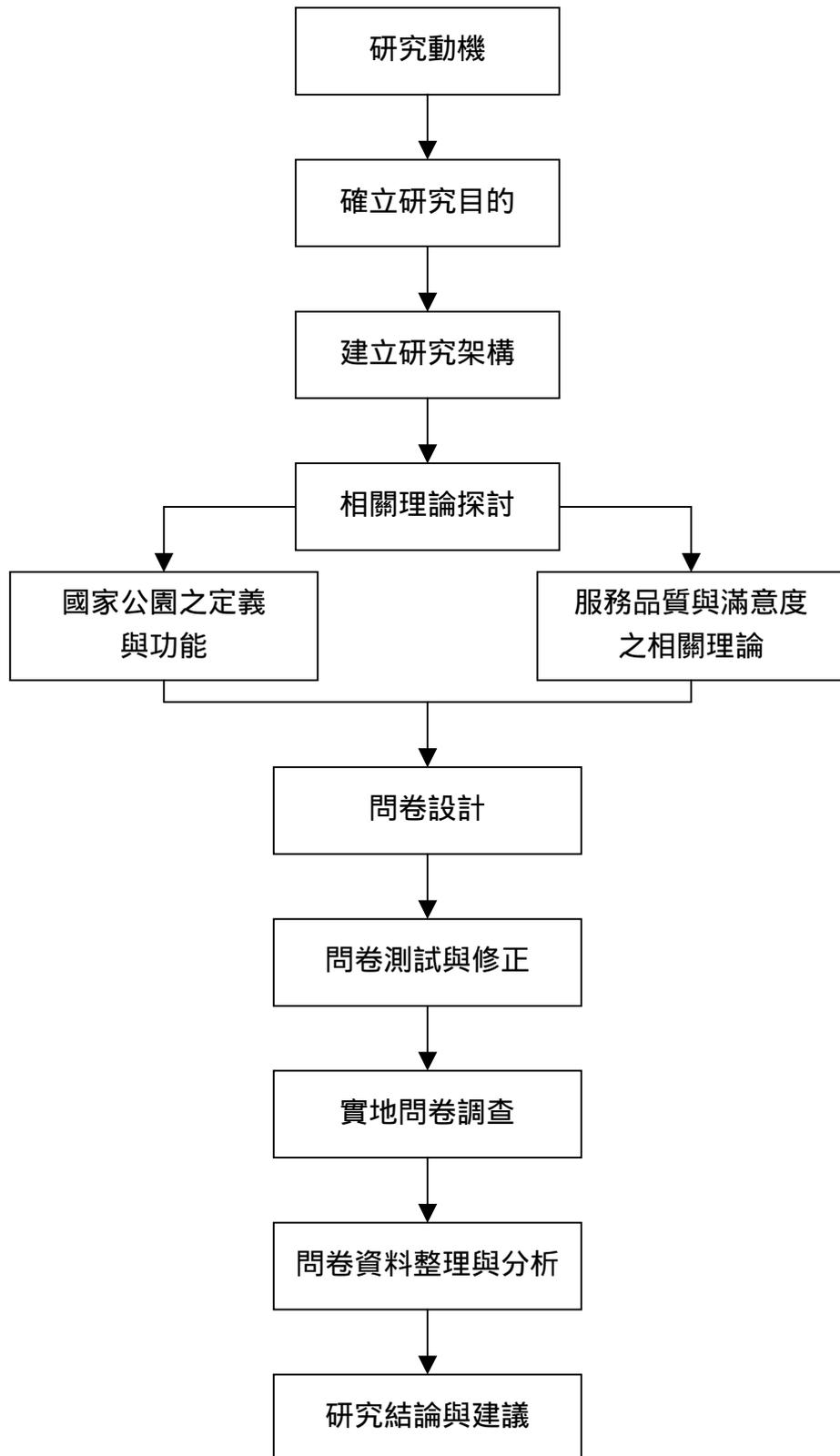


圖 1-2 研究流程圖

第五節 研究範圍與對象

1.5.1 研究範圍

本研究主要在探討遊客對雪霸國家公園服務品質之滿意度，係以雪霸國家公園為研究調查範圍，而在其調查範圍中，又以雪霸國家公園管理處與遊客中心、觀霧遊憩區、武陵遊憩區為主要研究區域。

1.5.2 研究對象

本研究之研究對象為到訪雪霸國家公園武陵遊憩區及觀霧遊憩區之遊客。

第二章 國家公園之定義與功能

台灣地區國家公園之規劃建設是依據行政院核頒「台灣地區綜合開發計畫」暨「觀光資源開發計畫」之指導原則辦理。內政部自 69 年度起開始積極辦理國家公園規劃工作，並於民國 71 年設立台灣第一個國家公園—墾丁國家公園，隨後十年間相繼成立了玉山、陽明山、太魯閣、雪霸及金門國家公園。前五個國家公園皆是以生態保育及自然景觀維護為主；金門戰役紀念公園，則是以紀念戰役史蹟及維護歷史文化資產為主。

第一節 國家公園之定義

國家公園設立之目的乃為保護自然資源，內政部近年來積極推展國家公園之規劃建設工作，其對國家公園之定義如下：

為具國家代表性之自然公園，係世人經近百年對自然資源之稀少性與不可恢復性深切體驗而發起應予保育之地區。

依據自 1969 - 1974 (International union for conservation of natural resources, 簡稱 IUCN), 國際自然資源保育聯盟, 所出版的世界各國國家公園及同等保護名冊上, 國際認定之國家公園選定標準如下：

- 一、不小於一千公頃面積之範圍內，具有優美景觀的特殊生態或特殊地形，有國家代表性且未經人類開採，聚居或開發建設之地區。
- 二、由國家最高權宜機構採取步驟，限制開發工業區、商業區及聚居地區，並禁止伐採、採礦、設電廠、農耕、放牧、狩獵等行為，同時有效執行對於生態、自然景觀之維護地區。
- 三、維護目前的自然狀態，僅允許遊客在特別情況下進入一定範圍，以作為現代及未來世代科學、教育、遊憩、資產之地區。

第二節 國家公園之功能

國家公園內的資源為全體國民及未來世代子孫所共有，必須靠大家共同維護珍惜。在國家公園法中第一條即規定國家公園之計畫目標為，保護國家持有之自然風景和野生物及史蹟，以提供國民育樂及研究為主要宗旨。具體而言，國家公園具有下列之功能：

依據 IUCN 認為國家公園的功能應包括：

一、提供保育性環境：

國家公園內地區具有成熟的生態體系，品種繁複，穩定性高有效的經營國家公園，保護資源，對於人的生活環境品質及國土保安均極具意義。

二、保存遺傳物質：

若任由伐木、狩獵、濫墾等不當行為持續，將使生物大量滅絕並間接的消滅了賴以為生的動植物，使生態體系趨於瓦解。因此國家公園具有保存自然資源，及孕育豐富的生物基因庫之功能，不容忽視。

三、提供國民休憩及繁榮地方經濟：

雄偉獨特的景觀及變幻無窮的大自然可陶冶人性啟發靈感，在今日大都會經濟快速發展及工商繁忙之餘，都市居民對戶外遊憩的需求更為迫切。國家公園的品質條件，實有益於國民戶外遊憩；同時因國家公園本質上並非大規模開發區內土地，較少提供膳、宿等各項旅遊服務，將可給予區外或周邊市鎮服務事業發展之機會，進而繁榮地方經濟。

四、促進學術研究及環境教育：

國家公園其間之地形、地質、氣候、土壤、河域溪谷、山岳景觀，以及生活期間的動植物，均未經人為干擾或改變，不僅是促進科學研究的最佳實驗室，也是大自然的教室。由此可知，設置國家公園不僅是要保存我們現有的自然生態體系，也代表人類對環境利用的明智抉擇。止於國土的保安、氣候的調節及森林之維護，都有著不可估計之價值，尤

其在台灣地形、地質、氣候的特殊環境下，國家公園之設置對台灣之意義與功能較其他國家之公園更為迫切及需要。

表 2-1 台灣地區之國家公園

國家公園	成立時間	面積（公頃）	類型	特色
墾丁	71 年	陸域：17,731 海域：14,900	草原、海洋型	為自然景觀海洋生態、小鄉鎮牧場與歷史古蹟之合成體
玉山	74 年	105,490	高山型	為典型亞熱帶高山型國家公園，區內超過三千公尺之高山 30 座。是濁水溪、高屏溪、秀姑巒溪之發源地。
陽明山	74 年	11,456	高山型	座落於大屯火山群中央。火山活動之殘蹟（硫磺噴氣孔、溫泉、地熱）為特殊景觀。
太魯閣	75 年	92,000	縱谷型	有聞名的大里岩峽谷景觀及大陸棚邊緣的清水斷崖亦是濁水溪、立霧溪、大甲溪之發源地。
雪霸	81 年	76,850	高山型	雪霸聖稜線、武陵四秀為著名登山步道。亦是淡水河、蘭陽溪、大甲溪、大安溪之發源地。
金門	84 年	5,745	戰地史蹟等	包含六個園區，古寧頭、太武山、谷崗、馬山、復國墩、烈嶼等區。

【本研究之整理】

第三節 雪霸國家公園之介紹

雪霸國家公園於八十一年七月一日成立，是台灣第五座國家公園，位於台灣本島中北部，屬高山型國家公園。園區以雪山山脈為主軸，範圍涵括了新竹縣五峰鄉和尖石鄉、苗栗縣泰安鄉、台中縣和平鄉。雪霸國家公園東自邊古巖山起，向南經喀拉業山、羅葉尾山、武佐野群山至大甲溪谷。南沿大甲溪而下，至志樂溪會合處沿凌線經宇羅尾山至三錐山，西自三錐山起向北，經小雪山、南坑山、盡尾山、東洗水山、北坑山接樂山。北自北樂山起向東。

- 一般管制區：不屬於其他分區的土地、水面，包括既有小村落，並准許原土地利用型態之區域。
- 遊憩區：指適合各種野外育樂活動，並准許興建育樂設施與有限開發有限資源利用之區域。目前雪霸國家公園共設有三大遊憩區，一是位於中橫宜蘭支線上的武陵遊憩區，二是在新竹縣竹東經五峰、清泉接大鹿林道的觀霧遊憩區，以及另一個正在興建開發中的雪見遊憩區。

2.3.1 雪霸國家公園遊憩區經營構想

依據「雪霸國家公園計畫」之經營管理計畫【1】，雪霸國家公園遊憩區經營構想為：

（一）發揮本區特有之遊憩資源：

配合資源之保護與國家公園發展，創造具有台灣高山森林地區特有且富魅力之環境，積極引導遊客，並正確提倡登山健行活動及森林遊憩觀賞，以充分發展寓教於樂之遊憩效果。

（二）設計不同之遊憩模式與遊憩體驗：

國家公園管理處，針對不同遊憩需求之遊客與其對遊憩之慾望，設計一套能滿足各類型遊客之活動模式，令遊客至本區可獲取不同且多樣性之活動體驗，並滿足其各所需。

（三）提供遊憩活動必要之服務設施：

遊客活動模式之安排，以建立遊客動線系統為主，並妥善配置必要之服務設施，避免對國家公園之景觀與資源發生過多之妨礙與干擾，使遊客之遊憩活動與景觀資源密切配合，而獲取大自然教育之經驗。

（四）辦理導遊解說服務：

各遊憩區之設施興建，以提供服務遊客為主，除設置遊客中心，

【1】郭瓊瑩、郭育任，雪霸國家公園觀霧暨武陵地區遊憩資源調查及遊憩模式研究，（1994），頁 24。

提供遊客各種服務設施外並提供各式生態保育相關資料供民眾觀賞，讓國人對生態保育有更進一步之認識。

(五) 配合遊程，建立解說系統：

雪霸國家公園管理處於武陵及觀霧兩處遊憩區配置解說員，免費為遊客提供知性引導解說服務。期望以教育解說的方式讓在民眾參訪國家公園的同時也更加認識國家公園。

(六) 正確提倡各種地區性之戶外活動：

為積極吸引遊客，針對區內資源之特性，正確提倡各種戶外活動、登山訓練、研習活動與當地風俗、習慣、考古活動等，使各項活動配合本區四季之不同變化積極展開，以充分發揮吸引致旅遊之效果。

(七) 鼓勵民間參與國家公園事業：

遊客進入國家公園區域內，所獲取之服務，需支付必要之費用，作為國家公園經常維護費用之開支；同時，管理處得針對不同需要，鼓勵民間從事國家公園事業建設，使國家公園之經營管理避免龐大支出。

2.3.2 資源介紹

一、地形地質景觀

雪霸國家公園位於雪山山脈最主要的一段即雪山地壘，園區內高山遍佈，地勢高聳，由大安溪河谷的 760 公尺到 3886 公尺的雪山，相對高度差了三千多公尺，高山、河流及複雜的地形，蘊育了獨特秀麗的地形景觀。雪霸國家公園內出露的岩層為第三紀新世至中新世輕度變質岩，變質程度由東南向西北漸減。岩類包括砂岩、頁岩、及頁岩變質後的板岩。褶皺及高角度逆斷層為常見的地質構造。由於受到來自東南方的菲律賓海板塊在台灣東部與歐亞大陸板塊相撞的影響，褶皺軸面及斷層面等大多呈現東北、西南走向且均呈突向西北的弧形。

雪霸國家公園區內的河流經分水嶺的切割成四個區域；東北方為淡水河的集水區，東側為蘭陽溪的源頭，南部為大甲溪的源頭，西北隅為大安溪流域。而雪霸國家公園內的集水區就提供台灣東北部、北部及中部地區的用水。然而雪霸國家公園管理處的成立，將有保護區內自然地形景觀及集水區的重責大任，使國家的環保及保育工作確實執行。

二、動植物資源

雪霸國家公園境內高山林立，因山谷交錯地形複雜，氣候差異很大，故植物種類繁多，而海拔由一千至三千公尺之差異所形成的林相與天候型態，大部分面積未經人為干擾破壞，因此可提供動物豐富的食物來源與適當的保護及棲地，構成一穩定的食物網，使雪霸國家公園區內動物資源豐富，蘊含相當的生物相。雪霸國家公園區內經初步調查有維管束植物約一千一百種，稀有植物約六十一種，其中最著名的為棣慕華鳳仙花，全世界僅一種，特產於觀霧遊憩區。而動物則含有許多日漸稀少的保護動物，如國寶級櫻花鉤吻鮭、台灣黑熊、石虎、帝雉等等。

三、原住民的活動

泰雅族雖聚居於雪霸國家公園的範圍之外，但一直活躍於國家公園內的高山地帶，其生活習俗已融入雪霸國家公園內，並和大自然渾為一體了。

第三章 服務品質與滿意度之相關理論

在消費者權益高漲的今天，消費者對服務品質之重視日漸強烈。從行銷觀點來看，品質可以創造真實顧客，亦即忠誠度之顧客，Bitner 服務涉及衡量模式指出，消費者對感受會產生口碑、服務轉換或對服務之忠誠等三種行為，其中正面之口碑及忠誠度，便是業者希望從提供高品質中追求之目標。但何謂服務品質？各學者對服務品質的定義眾說紛紜，學者對服務品質觀念的看法如表 3-1 所示：

此外，P.Z.B(1985)、(1988)、(1991)認為服務的好壞，可用服務品質來評估，而評估服務品質最適當的方法，就是衡量顧客本身對服務的期望，以及顧客接受服務後實際的知覺感受，兩者比較而得。若知覺服務水準小於期望服務水準時，表示服務品質低；若知覺服務水準大於知覺服務水準時，表示服務品質高；若知覺服務水準等於期望服務水準時，表示服務品質普通。

P.Z.B(1988)又補充其在 1985 年對服務品質的看法，認為服務品質在傳遞過程，即服務提供者和顧客間互動過程中，所產生的服務水準之優劣程度。Bitner 指出，服務品質是顧客接受服務後，是否再次購買服務的整體態度。

本研究認為學者對服務品質之概念，指可以了解到服務品質是由顧客來評價。因此，服務業訂定服務品質指標時，應採取顧客觀點來評量，才能適當地衡量企業本身之服務品質績效。本研究將針對 P.Z.B (1985)、(1988)、(1991)認為服務的好壞，可用服務品質來評估，而評估服務品質最適當之方法，就是衡量顧客本身對服務的期望，以及顧客接受服務後實際的知覺感受，兩者比較而得，來評斷遊客對服務品質的概念。

表 3-1 國外學者有關服務品質理論之比較

年代	著作者	內容
1978	Sasser , Olsen and Wyckoff	認為服務水準是指提供服務對顧客帶來外在及隱含利益的水準，可分為期望服務水準與知覺服務水準。
1982	Gronroos	認為服務水準是顧客對服務的期望與接受服務後的知覺間之比較而得。
1983	Lehtinen	服務水準即是過程品質與產出品質所組成，過程品質是由消費者評價而得，而產出品質是消費者在服務過程後評價而得。
1983	Lewis and Booms	認為服務品質是衡量服務傳遞過程水準符合顧客期望的程度。
1983	Garvin	服務品質是一種認知性 (Perceived Quality)，而非客觀品質，凡能符合顧客期望即喜好者，就是高品質。

【本研究之整理】

第一節 服務品質定義與模式

3.1.1 服務品質之定義

綜合國內外學者的意見及參考對服務品質定義較完整蕭富峰(1996)

博士論文，表 2-3 所示為各學者對服務品質不同定義及看法：

表 3-2 學者對服務品質論點之整理

年代	學者	對服務品質之論點
1972	Levitt	服務品質係指服務結果能符合所設定的標準者。
1974	Juran	服務品質可規劃成五個構面： - 技術的，如服務的困難度。 - 心理的，如味道、美麗、地位。 - 時間導向的，如可靠度、持續性。 - 契約性，如保證服務。 - 道德上，如服務人員的態度、服務誠實。
1978	Sasser	服務表現可分為三種不同的構面，其中包含材料、設備，以及人員，顯然服務品質不只包含最後的結果，還包含提供服務的方式。
1979	Crosby	認為服務品質是顧客對於所期望的服務與實際知覺的服務相比較後的結果。
1980	Rosander	服務業需要一個比製造業更廣義的服務品質，其中包含： - 人員績效的品質(Quality of Human Performance) - 設備績效的品質(Quality of Equipment Performance) - 資料的品質(Quality of Date)

		- 決策的品質(Quality of Decision) - 產出的品質(Quality of Outcomes)
1981	Rohrbaugh	服務品質與三個層次的構面有關：1.結構：包含實體的設施與人員，是塑造服務實際的有形部份。2.過程：即服務提供者與顧客互動過程以及所作所為。3.結果：即顧客是否得到其所要求之利益。

表 3-2 學者對服務品質論點之整理(續)

年代	學者	對服務品質之論點
1982	Crurchill and Suprenant	對服務的滿意程度，決定於實際的服務與原來期望之差異
1982	Gronrous	依消費傳遞的內容及方式，服務品質可區分為技術性品質與功能性品質，前者主要指實際所傳遞之內容品質水準，後者指服務傳遞的過程與方式。
1983	Garrin	服務品質是一種主觀認知的品質，而非客觀的。
1985	Armistead	服務品質有五個構成的要素： 1. 組織：指公司提供的服務範圍，公司的形象以及店址。 2. 人員：指服務人員的儀容、親切的服務態度、以及有禮貌的應對。 3. 過程：指對顧客親切的接待，服務迅速，以及服務時能為顧客著想。 4. 設備：指為提供服務所設置的設施。 5. 商品：指為滿足顧客需要所提供有形的商品。
1985	Olshavsky	服務品質是一種態度，是消費者對事物所做的整體評估。
1985	Parasuraman Zeitaml and Berry	認為衡量服務品質的構面有十項：包含可靠性、反應力、勝任力、接近性、禮貌性、溝通性、安全性、瞭解性和有形性。但十個構面衡量龐大，故在 1988 年發展出衡量服務品質的五個構面：有形性、可靠性、反應性、關懷性和保證性。
1986	Martin	好的服務品質應具有下列五點： 1. 適用性：服務業者所提供的服務應能符合顧客的需要。 2. 複製能力：指服務業者應能提供水準一致的服務。 3. 及時性：盡快能完成服務。 4. 最終使用者的滿意：業者能讓顧客覺得他們付出的代價是值得的。 5. 符合既定的規格：業者應有能力維持先前所既定的服務標準。
	Lewis and Booms	服務品質決定於所提供的服務是否滿足消費者期望的服務。
1986	杉本辰夫（盧淵源譯）	服務品質可分成五大類： 1. 內部品質：指顧客看不到的品質。 2. 硬體品質：指顧客看得到的有形品質。 3. 軟體品質：指顧客看得到的軟體品質。 4. 反應速度：指服務的時間與迅速性。 5. 心理品質：服務人員禮貌的應對與款待。
1988	P.Z.B	認知服務品質是指顧客對整體服務的優劣性之主觀判斷。
1990	Vincent	為符合消費者需要的程度。

1991	Lovelock	指出服務品質代表了顧客在享受消費過程中所得到的一種整體經驗。
1991	翁崇雄	顧客對服務品質滿意度，來自於顧客事前期望的服務水準，與公司全體人員所提供而顧客實際感受到的服務品質水準(包括皆受服務的過程及服務的結果)，這兩者之間比較而得。
1991	劉常勇	服務的品質乃由顧客的認知來決定，顧客是由服務產品的整體來決定其滿意的程度，是一種認知期望的差距。
1995	何雍慶、蘇雪華	服務品質是一群具代表性的消費者對任一服務所認定的長期且呈穩定的顧客滿意水準。
1996	林陽助	1. 服務品質是消費者對服務整體優劣程度之評價，它是一種認知性的品質，不同於客觀的品質。 2. 服務品質產生於服務期望與認知服務績效之間的比較。

【本研究之整理】

服務的特性與產品不同，它是指一項行動或利益，由一方向他方提供；在本質上它是無形的，亦不產生任何所有權的轉移，服務的產生可能與實體產品有相關，有可能無關，因此 Kotler 認為服務品質具有無形、不可分割、易變和不可儲存等四項特性：

(一) 無形性(Intangibility)：

產品通常可依顏色、式樣、大小等有形的屬性來評估品質，然而服務是績效，是過程，是一種行為，其品質是無形；換言之，服務在銷售之前無法以感官察覺。消費者必須對服務者具有信心，才會去購買服務，因此顧客的期望為評估服務典型準則。

(二) 不可分割性(Inseparability)：

服務的生產與消費的是無法分割的，其品質是發生在提供服務的過程中，顧客必須參與提供的過程才能獲得服務，亦即提供者與顧客間之互動，因此服務提供者的人際溝通行為，遂成為顧客評估品質關鍵因素。

(三) 易變性(Variability)：

服務通常具有高度的可變性，其品質與消費者的認定、服務人員接觸當時的情境息息相關，同一項服務會隨著提供者、顧客或時間的不同而有所差異，此外，服務業人員的行為難達一致性，因此機構的期望與顧客所接受的服務品質不盡相同。

(四) 不可儲存性(Perishability)：

服務不像實體產品一樣可以儲存，服務是無法儲存，無法留供下次使用，例如定期或定時的各項交通工具，不會因為非尖峰時段乘客人數少，而將多餘的座位儲存起來供尖峰時段使用。因此，當市場需求量變化大時，對服務業是一項重大的挑戰。

Parasuraman, Zeitaml, Berry (1985) 則認為服務品質是顧客對於服務的期望 (expected service) 與實際感受到的服務知覺 (perceived service) 之間所產生的認知差距，因此服務品質必須由顧客的觀點來衡量，而且服務品質不應由單一概念來衡量，而是由多樣觀念所組成的一個構念。

由以上各學者對於服務品質的定義，可知服務品質之定義有許多差異，這些差異使得服務品質不易衡量，也較難以控制。因此 (Parasuraman, Zeitaml, Berry) 及國內學者楊錦洲 (1992) 曾指出有以下的差異：

- (一) 消費者衡量服務品質時，除了服務本身，對服務過程與服務方式也會加以衡量，增加了服務品質的複雜度。對消費者而言，服務品質比產品品質更難評估，因為服務品質的評估不只是依據服務的結果，尚包括服務傳遞過程的評估。
- (二) 不論服務本身，服務過程與服務方式均不易標準化，因此比較沒有客觀的衡量標準，使得服務品質的衡量更加困難。
- (三) 服務人員的態度與行為會影響到整個服務，是顧客衡量服務品質時所考慮的重要特性或屬性，但服務人員的態度與行為不易掌控。
- (四) 顧客所據以衡量服務品質的無形特性，無法在服務過程明確加以控制。
- (五) 因顧客衡量服務品質大都屬綜合性且要求水準高，而影響服務品質之特性繁多，不易設定服務品質的標準。

本研究認為服務品質的衡量，比一般產品的品質難衡量，服務品質為顧客事前期望的服務水準，加上個人過去的經驗、感受，及使用之後感受到的產出品質，如果未達期望，則為無法接受的品質；如果符合期望則為滿意的

程度；如果超越期望，則為理想的品質。

3.1.2 服務品質之模式

Parasuraman、Zeithaml 與 Berry 等三位學者，在 1985 年時，針對信用卡公司、銀行業、證券經紀商與產品維修等四個服務業的主管人員及顧客進行群體的訪談。藉此訪問，發現顧客事先對服務的期望以及事後對服務的認知之間差距，因而找出其可能存在的差距以及衡量服務品質一般性決定因素，研究出一套比較完整的服務品質觀念模式，研究中指出，顧客是判定服務品質優劣的決定者，若顧客事前對服務的期望高於事後對服務的認知，則顧客對其服務品質感到不滿意；若顧客事前對服務的期望低於或等於事後對服務的認知，則會感到滿意其服務品質。而事前期望以及事後認知所造成的差距是由此觀念模式中的五個服務品質差距所形成的，其中差距一至四是來自業者，差距五是來自顧客，而差距五為差距一至四的函數，這些差距如下：

(一) 差距 1 - 顧客期望與管理者知覺間的差距：

此差距是服務業者並未真正了解消費者對此服務品質的期望是什麼所致。然而消費者心目中的高品質服務水準意味著什麼？服務業者又必需提供何種的服務屬性？由於缺乏對消費者真正需求的認知，故發展出來服務產品的核心觀念自然無法滿足消費者所期望的價值，進而影響消費者於事後對服務品質的認知。例如：一般銀行皆以提供方便、親切、快速的服務為訴求的重點，然而客戶卻認為保有穩私權是最重要的服務品質屬性，這點往往被許多銀行業者所忽略。

(二) 差距 2 - 管理者知覺與服務品質準則間之差距：

許多服務的管理當局縱使認知到一些消費者所需要的服務屬性，但因內部資源或經營者觀念的限制，無法適合於顧客所要求的品質特性，因而產生了認知與實際品質規格間的缺口。

(三) 差距 3 - 服務品質準則與服務傳遞間之差距：

雖然管理當局訂出了要提供顧客的服務項目與規格，但因員工沒有

能力或意願去達成所要求的水準時，員工在提供這些服務時，其績效無法標準化，而未能達到管理階層所設定的服務品質標準，造成消費者對顧客服務品質認知的影響。

(四) 差距 4 - 顧客知覺服務與傳遞服務間之差距：

服務業者對外所做的廣告或其他溝通媒體的運用會影響顧客對服務的期望。由於顧客的期望對於服務品質水準的認知有很大的影響，服務業者必須知道，在進行對外溝通活動時，不可言過其實，因為過多的承諾與保證固然可以提高消費者的期望，並因此產生吸引力，但實際接受到的服務若無法達到其水準時，將會大大地降低顧客對該公司服務品質的認知。

(五) 差距 5 - 服務傳遞與外部溝通間之差距：

此缺口是由於顧客對服務事前的期望與實際接受服務認知間的差異，它是缺口一至缺口四的函數。若實際認知大於期望水準，則消費者對服務品質的滿意度將大為提高；反之，則降低消費者對服務品質的評價。其中，期望的服務水準將受到消費者本身的需求、過去的經驗以及口碑與傳聞的影響。

此研究結果顯示，服務品質受服務準則、行銷及服務傳遞所影響，並由顧客知覺與期望之差距大小，來反應服務品質。茲以圖 2-1 列示 Parasuraman、Zeithaml 與 Berry (1985) 服務品質之觀念模式如下：

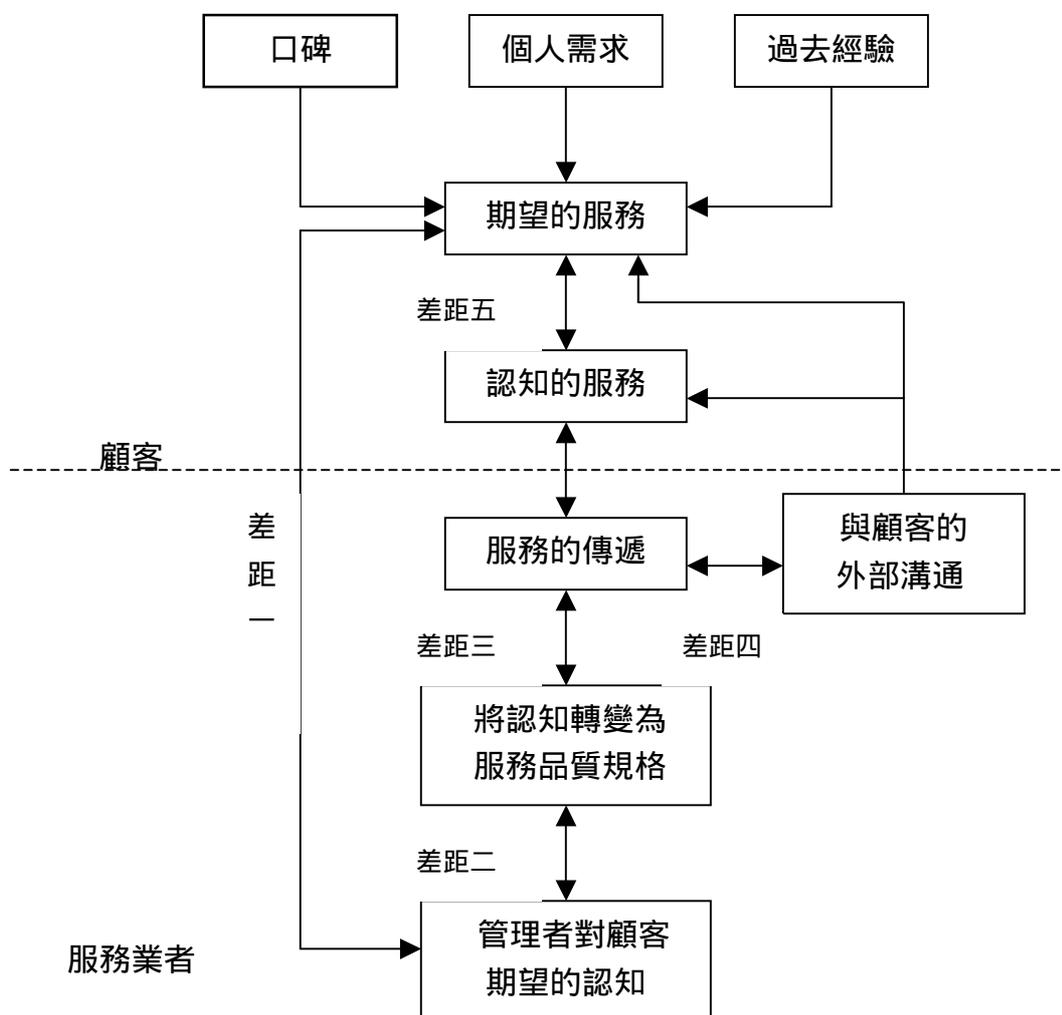


圖 3-1 服務品質之觀念性模式

3.1.3 消費者滿意理論

從消費者滿意的相關文獻來看，各學者對滿意的定義尚無一致性之共識。對此爭議，Woodruff (1933) 從這兩個角度來探討：以範疇來界定，有特定性或整體性之分歧；以性質來界定，有感性或認知評價之觀點。

(一) 以範疇觀念界定

Oliver (1981) 認為「滿意即是對於隨附於產品取得時或消費經驗中的驚喜，所做的評價」，對所獲得滿意的程度之評價為一種立即

性的情緒性反應。Fornell (1992) 認為，消費者滿意唯一種消費的態度型式，是在消費後所反應出喜歡或不喜歡的整體感應。簡言之，消費者滿意是以經驗為基礎而產生的整體性態度。

(二) 以性質來界定

消費者滿意的本質包含兩個觀點：感性觀點與認知評價理性觀點，各學者所強調的重點不同，茲依此兩種觀點及兩者綜合觀點，來進行消費者滿意定義之探討。

1. 認知評價性觀點：

此觀點認為滿意，乃是消費者對產品或服務事前的期望與事後的認知，作一認知過程之評價。依照 Kolter (1994) 的定義，消費者先比較消費前對產品或服務的預期 (expectation)，和實際消費後認知產品或服務績效表現，以判斷其實際認知表現和預期間是否存在差異(又稱為不一致 disconfirmation) 若實際表現不如預期水準，則產生負向不一致或不滿意；若實際表現與預期相當，則可能為中度滿足或無差異 (indifference) 反應。

2. 感性觀點：

Westbrook (1980) 消費者主觀認為好，即是滿意；反之，認為不好，則為不滿意。Oliver (1981) 認為滿意是對事物的一種暫時性、情緒性反應。

Woodruff (1933) 指出，消費者使用情緒語句來表達對使用產品的感覺，即產生滿意或不滿意時所感覺的情緒。

3. 綜合性觀點

Hunt (1977) 認為，滿意是需求滿足與不滿足、高興或不高興、期望與績效互動、購買與消費經驗的評估、實際與理想結果的比較。即消費者經過購買後，經過評估過程所產生的感性與理性的知覺狀態。Oliver (1981) 整合理論與實證研究，同時綜合理性評價與感性觀點來定義滿意。認為滿意乃是在產品獲得和消費經驗中驚訝之評

價，它是一種不配合期望的情緒與先前消費經驗的感覺同時存在時，所產生之綜合心理狀態。

這幾年來消費型態起了很大變化，消費者的購買行為，自 1950 和 1960 年代的理性購買消費時代，顧客重視的是品質、性能及價格，好與壞為其判斷標準。至 1970 和 1980 年代的感性購買時代，顧客開始重視品牌，設計及使用性，因此喜歡、不喜歡便成為購買的判斷標準。至 1990 年代感性購買消費時代，顧客重視的是滿足感及喜悅，滿意、不滿意便成為購買的評價標準。

其次，就滿意程度的衡量項目而言，有的學者認為滿意程度是一整體、總括的現象而僅就衡量單一「整體產品滿意程度」。如 Ralph (1977) 認為，衡量消費者對產品的整體使用結果 (outcome) 沒有任何困難。Czepiel & Rosenberg (1976) 也同意消費者滿意程度可被視為一整體性的評估反應，而此一整體性的反應代表了消費者對產品不同屬性的主觀反應之總合。然而，亦有許多學者認為滿意程度最好的衡量方式，是藉由衡量消費者對各服務屬性滿意程度，予以加總與組合。如 Handy & Pfaff(1975)則不認為單一「整體產品滿意程度」是衡量消費者滿意程度的最佳方式，他們認為此種衡量方式，僅使消費者在面臨一複雜的情況下作一立即的、粗糙的反應。

因此，許多學者除了衡量消費者對產品的「整體產品滿意程度」外，也衡量其產品之屬性績效的滿意程度，而產生的整體滿意程度和各屬性的滿意程度間加以分析。本研究將採此觀點，衡量遊客對雪霸國家公園武陵地區整體服務滿意水準，再與雪霸國家公園武陵地區整體服務品質加以分析。

第二節 顧客滿意度之定義與理論

近年來，顧客滿意(Customer Satisfaction C.S.)的經營理念深受歐美、日本等國重視，更為台灣帶來一股 C.S.風潮，使企業的經營皆能以顧客滿意為宗旨。顧客滿意的經營發展與促進，首先由美國 J.D.Power 公司在 1986 至 1987 年間，針對當時美國三大汽車廠的顧客，進行顧客滿意度調查分析，之後顧客滿意經營的理念，受到美國政府與大型企業的支持與推動，並在 1987 年制

定國家品質獎，同時擬訂 C.S 四大評估步驟。日本企業受美國之影響，也於 1992 年積極經營此概念，並訂定 1992 年為日本 C.S 元年，於是許多大企業都紛紛開始實施顧客滿意經營，並測定顧客滿意以作為經營管理的指標。

顧客滿意度是影響消費者是否再度購買的一個重要因素，回顧顧客滿意度之相關文獻如表：

表 3-3 學者對顧客滿意程度的定義

年代	學者	定義
1969	Howard and Sheth	「顧客滿意程度」為購買者對於其所作的績效，受到妥當或不妥當的報償所產生的認知狀態。
1977	Helmpe	「顧客滿意程度」是決定於顧客所預期的產品利益之實現程度，它反映出「預期」和「實際」結果一致的程度。
1977	Hunt	「顧客滿意程度」指對於產品經驗的評估和原先所假設的至少一樣好，亦即是一種情感的評估。
1977	Pfaff	「顧客滿意程度」為產品屬性組合的理想，實際差異的反向。
1977	Miller	認為期望與理想二者均為產品績效的標準，用以衡量產品實際績效所達到的程度，因而產生滿意、不滿意。
1981	Oliver	是一種針對特定交易的情緒性反應，並認為顧客滿意度是一種消費者在購買期望下對產品品質的購後評價。
1983	Woodruff	「顧客滿意程度」乃是在特定使用情境下，對於使用產品獲得的價值程度，一種立即性的情緒反應。
1984	Day	「顧客滿意程度」是顧客在購買後，知覺得評估他購買前預期與購買後產品的實際表現產生差距時的一種反應。
1988	Tes	「顧客滿意程度」可以視為顧客對於先前預期與認知績效之知覺差距一種評估反應。
1989	Dovidow & Uttal	「顧客滿意程度」是顧客預期被對待與他知覺被對待之間的差距。
1989	Woodside & Daly	「顧客滿意程度」是一種消費的態度，且是一種購後反應，其反應顧客在經驗後喜歡或不喜歡的程度，同時顧客的滿意度也是一種以經驗為基礎的整體性態度。
1990	Peter & Olson	「顧客滿意程度」是顧客購買前的預期被實現或超過的程度。

【本研究之整理】

表 3-3 學者對顧客滿意程度的定義(續)

年代	學者	定義
1991	Bolton & Drew	認為顧客滿意度為顧客購後經驗所賦予的特性,故滿意度可能會影響顧客對服務品質、購賣意願和行為評估。
1991	Solomon	「顧客滿意程度」是個人對所購買產品的整體態度。
1994	Kolter	「顧客滿意程度」顧客所知覺到產品績效與個人期望之差異程度,為知覺績效與期望的函數。
1995	Engel	「顧客滿意程度」的形成是因為顧客使用產品後會對產品績效與購買前之信念加以評估,當兩者間有相當的一致性時,顧客將會獲得滿足,反之,顧客將產生不滿意。
1982	Churchill & Surprenant	觀點較為完整,滿意度乃是購買與使用的結果,此結果由買者購買報酬 購買成本與期望比較起來,其關係為滿意度 = 期望

【本研究之整理】

許多學者指出,要提昇產品及服務品質實需以顧客滿意為基礎,亦即所謂顧客導向,Gordon 認為顧客滿意度增加對公司最大的好處,是創造忠誠的顧客,並且關心顧客對服務品質的需求而贏得信譽。楊錦洲(1992)認為企業現在所面臨的是追求顧客滿意的時代,一切經營管理都以顧客為導向。

本研究認為欲達成顧客滿意,最根本之作法就是瞭解顧客的需求及期望,且超越他們的期望,如此才能獲得顧客的滿意,進而贏得他們的忠誠。因此,現在是顧客選擇商品的時代,唯有實施顧客滿意經營,致力於提昇產品與服務的品質,以追求顧客滿意,才能使企業在競爭激烈的國際市場中佔有一席之地。

第三節 服務品質與滿意度相關實證研究

一、行前期望 (expectation) 知覺績效 (perceiver performance) 及滿意度之間關係 Churchill and Surprenant , (1982)

- (一) 當行前期望與知覺績效相同時,消費者能獲得期望與實際一致的感覺。
- (二) 當知覺績效比行前期望差時,消費者獲得負面方向不吻合感(negative - confirmation), 對產品之滿意度下降。
- (三) 當知覺績效比行前期望佳時,消費者獲得正面方向不吻合感(positive

- confirmation), 對產品之滿意度上升。

二、I.P.A 法 (important - performance analysis)【1】

I.P.A 法, 又稱重要 - 表現程度分析法, 將遊客對各遊憩屬性之行前期望, 視為重視程度; 另將遊客實際體驗之滿意度, 視為表現程度。瞭解遊客對雪霸國家公園武陵遊憩區各遊憩屬性之行前期望與實際體驗滿意度的情形。其分析方法可分下列幾項步驟:

- (一) 列出休閒活動或服務各屬性, 並發展成問卷變項形式。
- (二) 讓使用者針對這些屬性分別在重要程度與表現程度予以等級上之評估。而重要程度為該項屬性對參與活動的重視程度; 表現程度為供給者在該項屬性上的表現如何。
- (三) 重要程度為橫軸, 表現程度為縱軸, 將各屬性標示在二維空間的座標中。

等級中點為分隔點, 將座標中空間分成 4 象限, 參見圖 3-2。

1. A 象限:

遊客對 A 象限內之各遊憩屬性服務非常重視, 並且實際體驗到之各遊憩屬性服務也很滿意, 落於此象限之服務應該予以繼續保持。

2. B 象限:

旅客對 B 象限內之各遊憩屬性服務較不重視, 但實際體驗到之各遊憩屬性服務卻很滿意, 落於此象限之服務已能滿足遊客需求。

3. C 象限:

遊客對 C 象限內之各遊憩屬性服務非常不重視, 且實際體驗到之各遊憩屬性服務也不甚滿意, 落於此象限之服務變項應給予重視, 或對其加以檢討並列為需改善的項目。

4. D 象限:

【1】顏文甄,「遊客對玉山國家公園服務品質滿意度之研究」, 碩士論文, 私立文化大學觀光研究所, (2001)。頁 59。

遊客對 D 象限內之各遊憩屬性服務非常重視，但實際體驗到之各遊憩屬性服務卻不滿意，落於此象限之服務變項已讓遊客感覺不滿，需立即改善。



圖 3-2 重要 - 表現程度分析模式圖

本研究將應用重要 - 表現程度分析法，重要程度為雪霸國家公園武陵遊憩區遊客行前期望，而表現程度為雪霸國家公園武陵遊憩區遊客實際體驗滿意度，來進行分析

，以探討雪霸國家公園武陵遊憩區經營績效。Schreyer and Roggenbuck (1978)，引述自魏弘發 (1996)，認為遊憩滿意度可以用差異理論之觀點來解釋，其強調重點為滿意度乃由遊客的期望與實際感受的知覺間差距來決定。就「刺激 - 個體 - 反應」(S - O - R) 的刺激反應模式觀點而言，遊客個人為一個體 (O)，受外在的刺激 (S)，如實質環境、遊憩活動等，而產生的反應情形 (R)。

故本研究之滿意度衡量將採「刺激 - 個體 - 反應」(S - O - R) 的刺激反應模式，來探討雪霸國家公園武陵遊憩區遊客實際體驗遊憩目的地後，經刺激產生的實際滿意度。

由上述研究可知，旅遊動機會影響遊客至目的地之行前期望，而從遊客行前期望與實際體驗滿意度之落差中，來解釋及探討雪霸國家公園武陵遊憩區之服務品質及經營績效。

第四章 遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度之調查

經由第一章的緒論與第二章雪霸國家公園相關介紹，以及第三章服務品質與滿意度相關理論探討後，確立本研究目的、方向及瞭解服務品質與滿意度相關內容。本章將對實地研究問卷進行分析與定義，主要內容包含研究變項與釋義、研究假設、問卷設計、資料分析及方法。並介紹本研究所採用資料編碼方式及統計分析之方法。

第一節 研究變項與釋義

本節針對研究中各研究變項之定義加以說明，茲將本研究相關之研究變項說明如下：

一、旅遊特性

旅遊特性包含到訪雪霸國家公園的旅遊次數、對遊憩活動整體滿意度及遊客之重遊意願等三個研究變項。旅遊次數為遊客前來雪霸國家公園遊玩的次數。遊憩活動整體滿意度則為遊客對遊憩過程的整體滿意度。重遊意願是指遊客在實際參觀走訪雪霸國家公園觀霧遊憩區後，對於再次到觀霧遊憩區旅遊的意願程度，藉此更可以瞭解遊客對於雪霸國家公園觀霧遊憩區的滿意程度。

二、遊客行前期望與實際體驗滿意度

行前期望是指遊客到雪霸國家公園遊玩之前，對雪霸國家公園之遊客中心服務設施、交通設施、遊憩設施、人員服務方式、遊憩景點等等的行前感受程度。

而實際體驗滿意度是指遊客實地走訪雪霸國家公園之後，對雪霸國家公園之遊客中心服務設施、交通設施、遊憩設施、人員服務方式、遊憩景點等等的實際感受滿意程度。

(一)遊客中心服務設施：遊客中心服務設施意指雪霸國家公園內，兩個遊憩區的遊客中心所提供的各項服務設施。包含遊客中心諮詢服務、生

態與環境資訊展示區、多媒體放映、餐飲服務設施、出版品販賣部、廁所環境清潔等等六個研究變項。

(二)交通設施：交通設施意指雪霸國家公園遊憩區內交通設施。包含停車場數量、道路交通指標等兩個研究變項。

(三)遊憩設施：遊憩設施為雪霸國家公園遊憩區內所提供的各項遊憩設備。包含觀景平台、休憩平台、解說牌誌內容等三個研究變項。

(四)人員服務方式：人員服務方式為雪霸國家公園境內遊客中心服務人員的服務績效。包含遊客中心服務台人員、餐飲服務人員、出版品販賣的服務人員等三個研究變項。

(五)遊憩景點：遊憩景點為雪霸國家公園遊憩區內重要的遊玩景點。兩個遊憩區內共含六個重要的遊憩景點。

第二節 問卷設計

本研究期望透過實地問卷調查，來瞭解雪霸國家公園內遊客對服務品質的滿意程度，並作為經營管理者的資料參考。問卷的變項設計乃根據國內許多相關文獻，包含國家公園的資料及服務品質與滿意度的相關文獻，並實際走訪雪霸國家公園，進而找出適合本研究的變項，再送請雪霸國家公園管理人員作最後修正而得。茲將問卷設計與操作分述如下：

一、問卷結構

本問卷內容共分成三個部分，第一部分為到訪雪霸國家公園遊客行前期望及實際體驗滿意度遊；第二部分為雪霸國家公園遊客的旅遊特性；第三部分為到雪霸國家公園遊玩的遊客之基本資料；並於三大類別下設計詳細問題共二十九題，茲將說明如下：

(一) 第一部分為遊客行前期望與實際體驗滿意度調查：本部分再細分為五個小部分，分別為遊客中心服務設施、交通設施、遊憩設施、人員服務方式、遊憩景點等問題，共計二十三題。為區間尺度，採李

克特五點尺度來作答，受訪者可勾選、非常低、低、普通、高、非常高等五個答案的其中一種以及、非常不滿意、不滿意、普通、滿意、非常滿意五個答案的其中一種。

(二) 第二部分為雪霸國家公園遊客旅遊特性調查：包括遊客到訪雪霸國家公園的旅遊次數、遊憩活動的整體滿意度、以及遊客重遊意願的調查共計三題，除了第三題的第二個小問題為複選題之外，其餘皆為單選題，皆為名目尺度 (nominal scale) 資料。

(三) 第三部分為遊客基本資料：共包含性別、年齡、教育程度共計三個問題，三題均為單一選擇題，皆屬名目尺度資料。

二、實際問卷調查地點與時間

本次研究之問卷，為求問卷調查結果的客觀及公平性，其實際調查地點為雪霸國家公園境內遊憩區遊客較多的地方，分別為觀霧遊憩區的觀霧管理站及武陵遊憩區的遊客中心與桃山瀑布步道的起點，以期望達到客觀公平問卷調查結果。



圖 4-1 武陵遊憩區問卷調查地點 - 桃山瀑布步道起點



圖 4-2 武陵遊憩區問卷調查地點 - 武陵遊客中心前



圖 4-3 觀霧遊憩區問卷調查地點 -
觀霧管理站後廣場



圖 4-4 觀霧遊憩區問卷調查地點
觀霧管理站後廣場

武陵遊憩區：調查時間為九十二年六月十二日起至九十二年八月三十日。選定桃山瀑布步道起點及武陵遊客中心進行調查之地點，由訪問人員先向遊客解說問卷調查的目的及問卷內容，再由遊客自行填答問卷，填答完畢後訪問員收回。

觀霧遊憩區：時間為九十二年六月五日起至九十二年八月二十三日。選定地點為觀霧管理站旁廣場。

三、抽樣方法

本研究所採用的問卷抽樣方法為兼具隨機抽樣與非隨機抽樣兩種性質的系統抽樣法^{【1】}。首先由雪霸國家公園 87 年報~91 年報中，求出近五年來雪霸國家公園觀霧及武陵遊憩區六月、七月及八月的平均遊客數。再由平均遊客數除樣本大小 1000 求得等距的寬度 K 值。意即先隨機抽選出一位遊客填寫問卷後，之後再同一地點每經過等距的 K 名遊客，就再選出一遊客當作樣本。

武陵遊憩區：為考量問卷抽樣時間及抽樣過程之公平化，經計算後求得武陵遊憩區 K 值為 2。

觀霧遊憩區：為考量問卷抽樣時間及抽樣過程之公平化，經計算後求得觀霧遊憩區 K 值為 1。

【1】Ranjit Kumar 著 胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道合譯，研究方法（台北市：學富文化事業，民國 91 年 2 月）頁 195。

四、調查所發現之問題

由於前往觀霧遊憩區或武陵遊憩區之遊客多半是第一次造訪，而多半遊客還尚未徹底遊覽整個觀霧或武陵遊憩區，而研究問卷需要實地走訪遊憩區後填寫，故對於整體滿意度調查或許較不客觀。

第三節 資料分析及方法

本節為介紹資料處理方式，而本研究所採用之資料處理方式有兩項，分別為資料編碼方式與資料分析方式兩項，加以說明。

一、資料編碼方式

- (一) 第一部分為遊客行前期望與實際體驗滿意度，為按程式方式編碼，例如在行前期望之遊客中心諮詢服務上 1 表示非常低、2 表示低、3 表示普通、4 表示高、5 表示非常高；而在實際體驗之遊客中心諮詢服務上 1 表示非常不滿意、2 表示不滿意、3 表示普通、4 表示滿意、5 表示非常滿意。
- (二) 第二部分遊客旅遊特性及第三部份遊客基本資料均依照問題答案次序，依序編為 1、2、3、4、5、6.....。例如：在性別一題中，第一個選項為男編為 1，第二個選項為女編為 2。

二、資料分析方式

本次調查結果的資料分析方式，系依照調查目的之需要，運用 SPSS 社會科學套裝軟體統計程式，進行統計分析，所使用之統計分析的方法有下列幾種：

- (一) 敘述性分析 (descriptive analysis)：頻次分析與平均數分析，將可以瞭解雪霸國家公園遊客對於各問項的同意程度、強弱程度、高低程度與遊客特性分配之分佈狀況，此統計方法主要在達到目的二「探討遊客前往雪霸國家公園從事遊憩活動之旅遊特性」。

- (二) 配對樣本 t 檢定 (paired-samples t test): 比較同樣本前後兩個變數平均值差異, 藉此得知在雪霸國家公園之遊客行前期望與實際體驗滿意度之差異, 此種統計方法主要是為了達到目的三「探討遊客於雪霸國家公園從事遊憩活動, 其對交通設施服務、遊憩活動、解說服務、衛生設施、景觀設施等滿意程度」。
- (三) I.P.A.分析法 (重要 - 表現程度分析表): 利用遊客行前期望程度與實際體驗滿意程度所得的結果, 應用 I.P.A.分析法, 瞭解遊客行前期望與實際體驗滿意度情形, 以探討雪霸國家公園所給予遊客的滿意度。同時也藉由圖形分析的結果, 給予雪霸國家公園經營管理者適當的參考。此種統計方法乃為了達到目的三「探討遊客於雪霸國家公園從事遊憩活動, 其對交通設施服務、遊憩活動、解說服務、衛生設施、景觀設施等滿意程度」。

第五章 遊客對雪霸國家公園服務品質

滿意度之調查結果與分析

本章主要乃針對回收之問卷資料進行分析，內容共分為二節，第一節為雪霸國家公園武陵遊憩區服務品質滿意度調查結果分析。第二節為雪霸國家公園觀霧遊憩區服務品質滿意度調查結果分析。

第一節 武陵遊憩區服務品質滿意度調查結果分析

本研究於武陵遊憩區問卷調查的結果，共發出 1136 份問卷，回收 1107 份問卷，檢查後扣除無效問卷，實得有效問卷 1023 份。

本節主要乃針對回收之問卷資料進行分析，內容共分四個部分，第一部分主要是雪霸國家公園武陵遊憩區之遊客特性、行前期望及實際體驗滿意度之分析，藉此瞭解雪霸國家公園武陵遊憩區遊憩資源及設施概況。第二部分為雪霸國家公園武陵遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析，以探討遊客之行前期望與實際體驗滿意度之間的關係。第三部分為武陵遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之分析，利用 I.P.A 重要 - 表現程度分析法。第四部份為武陵遊憩區遊客意見彙整。

一、武陵遊憩區之遊客特性、行前期望及實際體驗滿意度之分析

(一) 武陵遊憩區之遊客特性及基本資料分析

1.就性別而言，男性受訪者為 570 人，佔 55.72%，女性受訪者為 453 人，佔 44.28%；男性多於女性。參見表 5-1。

2.年齡方面，15 歲以下為 1.1%，16-30 歲為 28%，31-40 為 36.3%，41-50 歲為 27.2%，51-60 歲為 5.5%，60 歲（含）以上為 1.9%。故在受訪者年齡層分佈以 31-40 歲為最多，16-30 歲次之，兩者合計佔 64.3%，由此可見，前往雪霸國家公園武陵遊憩區從事遊憩活動

之遊客以年輕人為主，年齡愈大，比例愈少。參見表 5-1。

3.教育程度方面，國中或以下佔 2.3%，高中職佔 20.9%，專科佔 30.5% 大學佔 35.4%，研究所以上 10.9%；由此可知，遊客的教育程度並不低。參見表 5-1。

4.前來次數方面，前來一次者最多，佔 47.8%，其次為前來兩次，佔 26.9%，再次之為前來四次以上，佔 14.8%。由此可見大多數遊客均為第一次或第二次前來雪霸國家公園武陵遊憩區。參見表 5-1。

5.遊客對於遊憩活動整體滿意度方面，以選擇滿意的遊客佔 61.4%，其次為普通的 28.6%，選擇非常滿意的遊客也佔了 7.5%，而僅有 1% 的遊客選擇非常不滿意。由此顯示，到訪武陵遊憩區的遊客，其對遊憩活動的整體滿意度大多數均呈現滿意的狀態。

6.在重遊意願方面，有 62.4%的遊客選擇願意重遊，其次為選擇普通的 18.9%，選擇非常願意的遊客也有 15.8%，最少的是不願意的 2.9%。由此可知大多數的遊客都願意重遊雪霸國家公園武陵遊憩區。

(二) 雪霸國家公園武陵遊憩區遊客行前期望之分析

- 1.就遊客中心服務設施部分，行前期望最高者為遊客中心諮詢服務、其次為生態與環境資訊展示區、再其次為廁所環境清潔。顯示遊客對各項諮詢服務之期望很高。
- 2.就遊憩與交通設施部份，行前期望最高者停車場數量。依序為道路交通指標、休憩平台、解說牌誌內容。
- 3.就人員服務方式部份，行前期望最高者為，遊客中心服務台人員。

依序為餐飲服務人員、出版品服務人員。

- 4.在遊憩景點部份，行前期望最高者為桃山瀑布步道、行前期望最低者為觀魚台；由此可知，武陵遊憩區包含武陵森林遊樂區及武陵農場，故遊客前往武陵遊憩區內遊憩景點部份，桃山瀑布之行前期望最高。

(三) 雪霸國家公園武陵遊憩區遊客實際體驗滿意度之分析

- 1.就遊客中心服務設施部分，遊客實際體驗後最高者為多媒體放映、其次為生態與環境資訊展示區及遊客中心諮詢服務、滿意度最差的為廁所環境清潔。顯示遊客對多媒體放映與生態與環境資訊展示區有較高的滿意度。
- 2.就遊憩與交通設施部份，實際體驗最高者道路交通指標。依序休憩平台、解說牌誌內容。滿意度最低的是停車場數量，顯示遊客對停車數量的不足較為不滿意。
- 3.就人員服務方式部份，實際體驗最高者為，遊客中心服務台人員。依序為餐飲服務人員、出版品服務人員。
- 4.在遊憩景點部份，實際體驗滿意度最高者為桃山瀑布步道、其次觀魚台。由此顯示到訪武陵遊憩區的遊客多半在遊覽桃山瀑布時獲得較高的滿意度。

- (四) 對於遊客實際體驗的滿意度方面，感到滿意度最高的前三名依序為桃山瀑布步道(平均值 3.78)其次為遊客中心的多媒體放映(平均值 3.68)再其次則為遊客中心的生態環境資訊展示區(平均值 3.65) 反之對於遊客實際體驗的滿意度方面，滿意度最低的前三名依序為遊客中心的廁所環境清潔(平均值 2.98)其次為遊客中心內的出版品販賣部(平均值 3.21)再其次為遊客中心內的餐飲服務設施(平均值 3.22)。由遊客意見得知餐飲服務設施滿意度較低之原因在於，遊客希望能多提供填飽肚子的熱食，而不只是僅賣咖啡餅乾。

表 5-1 武陵遊憩區遊客特性及基本資料分析表

變 項	樣本數	百分比	變 項	樣本數	百分比
性別			前來次數		
男	570	55.72%	第一次	488	47.8%
女	453	44.28%	第二次	276	26.9%
			第三次	108	10.5%
年齡			第四次或以上	151	14.8%
15 歲以下	12	1.1%	遊憩活動整體滿意度		
16 至 30 歲	286	28%	非常滿意	77	7.5%
31 至 40 歲	371	36.3%	滿意	628	61.4%
41 至 50 歲	279	27.2%	普通	292	28.6%
51 至 60 歲	56	5.5%	不滿意	16	1.5%
60 歲以上	19	1.9%	非常不滿意	10	1%
教育程度			重遊意願		
國中或以下	23	2.3%	非常願意	162	15.8%
高中職	213	20.9%	願意	638	62.4%
專科	312	30.5%	普通	194	18.9%
大學	363	35.4%	不願意	29	2.9%
研究所以上	112	10.9%	非常不願意	0	0.0%

表 5-2 武陵遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度統計表

變 項	行 前 期 望			實 際 體 驗 滿 意 度		
	平均值	標準差	排序	平均值	標準差	排序
遊客中心服務設施						
遊客中心諮詢服務	3.50	0.726	1	3.65	0.692	2
生態與環境資訊展示區	3.44	0.724	2	3.65	0.775	2
多媒體放映	3.26	0.663	4	3.68	0.840	1
餐飲服務設施	3.24	0.659	5	3.22	0.755	4
出版品販賣部	3.18	0.653	6	3.21	0.676	5
廁所環境清潔	3.35	0.761	3	2.98	1.028	6
遊憩與交通設施						
停車場數量	3.39	0.692	2	3.35	0.889	4
道路交通指標	3.44	0.664	1	3.51	0.802	1
休憩平台	3.41	0.675	4	3.47	0.790	2
解說牌誌內容	3.39	0.638	2	3.47	0.794	2
人員服務方式						
遊客中心服務台人員	3.33	0.644	1	3.50	0.695	1
餐飲服務人員	3.27	0.613	2	3.37	0.655	2
出版品服務人員	3.23	0.580	3	3.37	0.625	2
遊憩景點						
桃山瀑布步道	3.53	0.760	1	3.78	0.808	1
觀魚台	3.37	0.738	2	3.31	0.836	2

a. 行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。

b. 實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

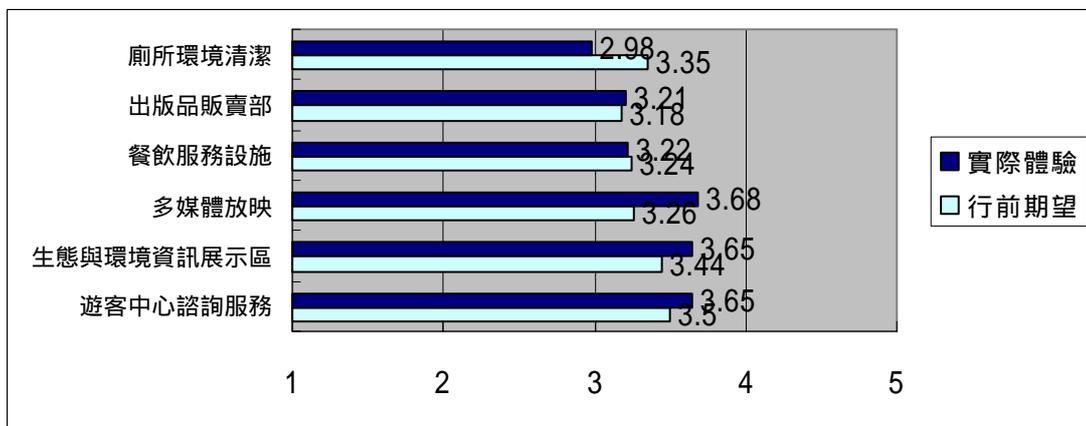


圖 5-1 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a. 行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
 b. 實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

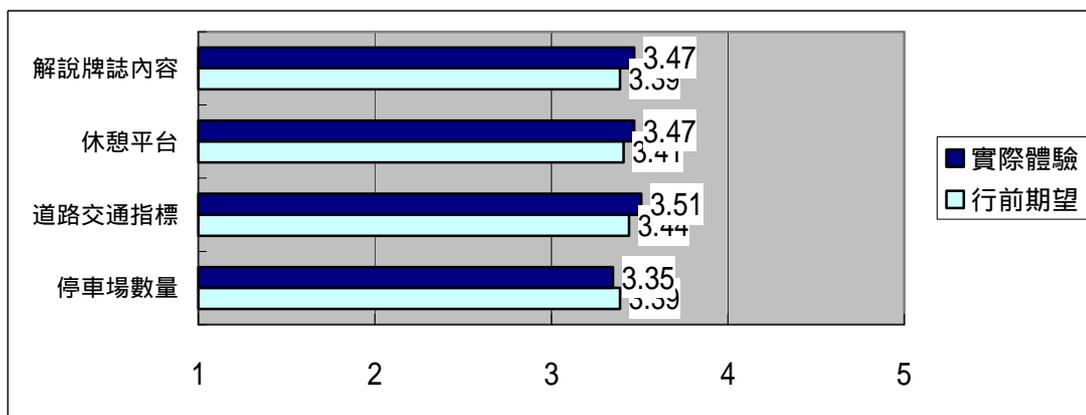


圖 5-2 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a. 行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
 b. 實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

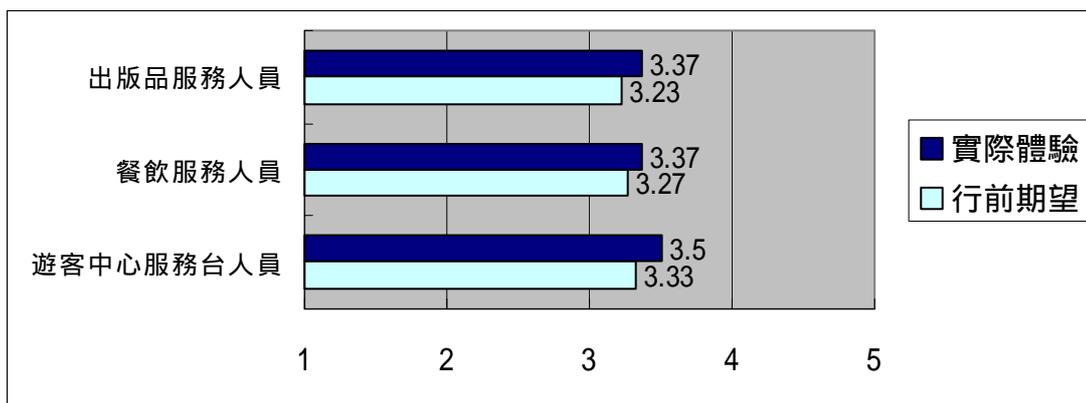


圖 5-3 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a. 行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
 b. 實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

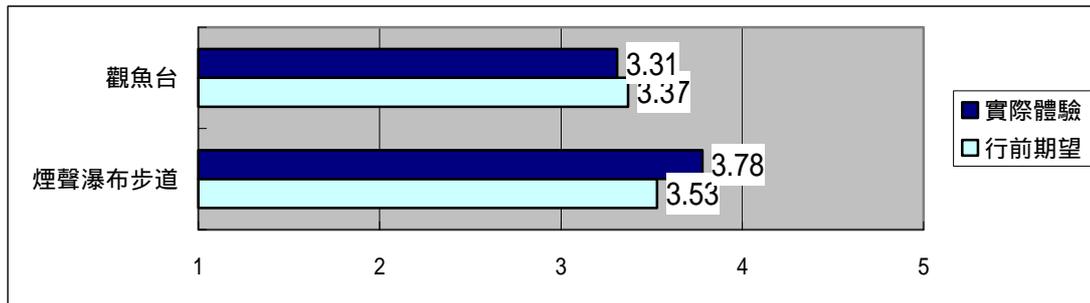


圖 5-4 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度分析圖

a.行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。

b.實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

二、武陵遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

雪霸國家公園武陵遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度兩項研究構面，在行前期望方面，其變項之平均值大部分呈現行前期望適中的情形。在 15 個變項中，全部介於 3 和 4 之間，意指遊客對於前往雪霸國家公園時，其行前期望均為普通和滿意之間。在實際體驗滿意度方面，在 15 個變項中，有四個變項其平均值低於其行前期望值，此四變項為「餐飲服務設施」、「廁所環境清潔」、「停車場數量」及遊憩景點「觀魚台」，此四個變項可能為遊客感到不滿意或遊客忽略的地方。其餘變項均呈現實際體驗值高於行前期望值。因大部分變項呈現滿意度高於行前期望，顯示遊客對於雪霸國家公園武陵遊憩區所提供的各項服務是持正面的肯定。

若以統計方法檢定遊客對於行前期望與實際體驗滿意度之間是否有差異情形，經由配對樣本 t 檢定分析發現，在 15 個變項中有七個變項為無顯著的差異性，此七個變項為「餐飲服務設施」、「出版品販賣部」、「停車場數量」、「道路交通指標」、「休憩平台」、「解說牌誌內容」及「觀魚台」。表示遊客對這七個變項之行前期望與實際體驗滿意度都相當符合，無特殊的差別，亦能夠接受，故遊客對於這七個變項的感覺是比普通好但還不至於滿意的程度。其餘八個變項則均呈現出行前期望對於滿意度有非常顯著差異之情形（顯著值為小於 0.05），而其中有一變項為遊客中心的「廁所環境清潔」，因其實際

體驗值低於其行前期望值，顯示遊客對「廁所環境清潔」此變項較為不滿意。除此之外，其餘變項遊客之實際體驗滿意度是高於行前期望，表示遊客對於雪霸國家公園武陵遊憩區所提供之各個項目都感到滿意。參見表 5-4。

表 5-3 武陵遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

變 項	行前期望	滿意度	差 (S-I)	t 值	顯著值
	平均值 (I)	平均值 (S)			
遊客中心服務設施					
遊客中心諮詢服務	3.50	3.65	0.15	-2.947	0.003*
生態與環境資訊展示區	3.44	3.65	0.21	-3.684	0.000*
多媒體放映	3.26	3.68	0.42	-7.793	0.000*
餐飲服務設施	3.24	3.22	-0.02	0.240	0.810
出版品販賣部	3.18	3.21	0.03	-0.602	0.548
廁所環境清潔	3.35	2.98	-0.37	5.384	0.000*
遊憩與交通設施					
停車場數量	3.39	3.35	-0.04	0.808	0.420
道路交通指標	3.44	3.51	0.07	-1.263	0.208
休憩平台	3.41	3.47	0.06	-1.287	0.199
解說牌誌內容	3.39	3.47	0.08	-1.557	0.120
人員服務方式					
遊客中心服務台人員	3.33	3.50	0.17	-4.101	0.000*
餐飲服務人員	3.27	3.37	0.1	-2.282	0.023*
出版品服務人員	3.23	3.37	0.14	-3.566	0.000*
遊憩景點					
桃山瀑布步道	3.53	3.78	0.25	-4.392	0.000*
觀魚台	3.37	3.31	-0.06	1.151	0.250

註：*表 $p \leq 0.05$

三、武陵遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度分析

此部份主要應用 I.P.A 重要 - 表現程度分析法，將武陵遊憩區之遊客行前期望視為重要程度，而將實際體驗滿意度視為表現程度進行分析，以探討雪霸國家公園武陵遊憩區之經營績效。

以行前期望為橫軸 (X 軸)，實際體驗滿意度為縱軸 (Y 軸)，構成圖 5-1 之座標圖，再依行前期望與實際體驗滿意度之總平均值切割成 A、B、C、D 四個象限，其代表意義如下：A 象限表遊客對落於此區的變項期望高且滿意度也高，落在此象限的變項應該「繼續保持」，亦可視為其「機會 (opportunities)」；B 象限表遊客對落在此區的變項期望不高，但滿意度卻高，表落在此區的變項已能滿足遊客的需求，不用太過強調，屬「優勢所在」，亦可視為其「優勢 (strength)」；C 象限表遊客對落於此區的變項行前期望與滿意度皆低，落在此象限的變項表「優先順序較低」，亦可視為其「弱點 (weakness)」；D 象限表遊客對落在此區的變項行前期望高，但滿意度卻不高，是需「加強改善焦點」，亦可視為其「威脅 (threats)」，參見圖 5-5。

本研究所提出的遊憩環境體驗滿意度共 15 項，以表 5-5 之各項屬性之重視程度與滿意度為基礎繪製座標圖，參見表 5-5。



圖 5-5 重要 - 表現程度圖

(一) 機會分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分，由圖 5-7 可知，落在 A 象限之變項有遊客中心諮詢服務(1) 與生態與環境資訊展示區(2) 等兩個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份，由圖 5-8 可知，落在 A 象限之變項有道路交通指標(2) 休憩平台(3) 等兩個變項。
- 3.在人員服務方式部份，由圖 5-9 可知，落在 A 象限之變項有遊客中心服務台人員(1) 這個變項。
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-11 可知，落在 A 象限之變項有桃山瀑布步道(1) 這個變項。

研究結果顯示，上述各變項表示遊客行前期望高，且實際體驗滿意度也高，表雪霸國家公園武陵遊憩區表現佳者，應繼續保持，亦可視為其發展之機會。參見圖 5-6、圖 5-7、圖 5-8、圖 5-9。

(二) 優勢分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分，由圖 5-6 可知，有多媒體放映(3) 這個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份，由圖 5-7 可知，有解說牌誌內容(4) 這個變項。
- 3.在人員服務方式部份，由圖 5-8，則無落在 B 象限之變項。
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-9 可知，則無落在 B 象限之變項。

研究結果顯示，上述各變項表示遊客行前期望低，且實際體驗滿意度高，表示此象限之變項已能滿足遊客之需求，不需過度強調，可視為其未來雪霸國家公園武陵遊憩區發展的優勢。參見圖 5-6、圖 5-7。

(三) 弱點分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分，由圖 5-6 可知，落在 C 象限之變項有餐飲服務設施(4) 出版品販賣部(5) 等兩個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份，由圖 5-7 可知，落在 C 象限之變項有停車場數量(1) 此一變項。

- 3.在人員服務方式部份，由圖 5-8 可知，落在 C 象限之變項有餐飲服務人員（2）及出版品服務人員（3）此兩個變項
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-9，落在 C 象限之變項有觀魚台（2）此一變項。

研究結果顯示，上述各變項表示遊客行前期望與實際體驗滿意度皆低者，屬於次要區域，亦可視為雪霸國家公園武陵遊憩區發展之弱點。未來是否應該存續、或加以創新修正、或全部廢除，都值得雪霸國家公園管理單位加以嚴格檢討，以為其發展奠定重要的根基。

（四）威脅分析

- 1.此部份為雪霸國家公園武陵遊憩區極需改善之處，在遊客中心諮詢服務部分部分，由圖 5-6 可知，有廁所環境清潔（6）此一變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份部份，由圖 5-7 可知，則無落在 D 象限之變項。
- 3.在人員服務方式部份部份，由圖 5-8 可知，則無落在 D 象限之變項。
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-9 可知，則無落在 D 象限之變項。

由上述研究結果顯示，在武陵遊憩區內遊客中心的廁所環境清潔該為雪霸國家公園武陵遊憩區服務人員需加以重視之地，經營管理單位應注意遊客廁所環境的清潔，以提高遊客之遊憩體驗。參見圖 5-10。

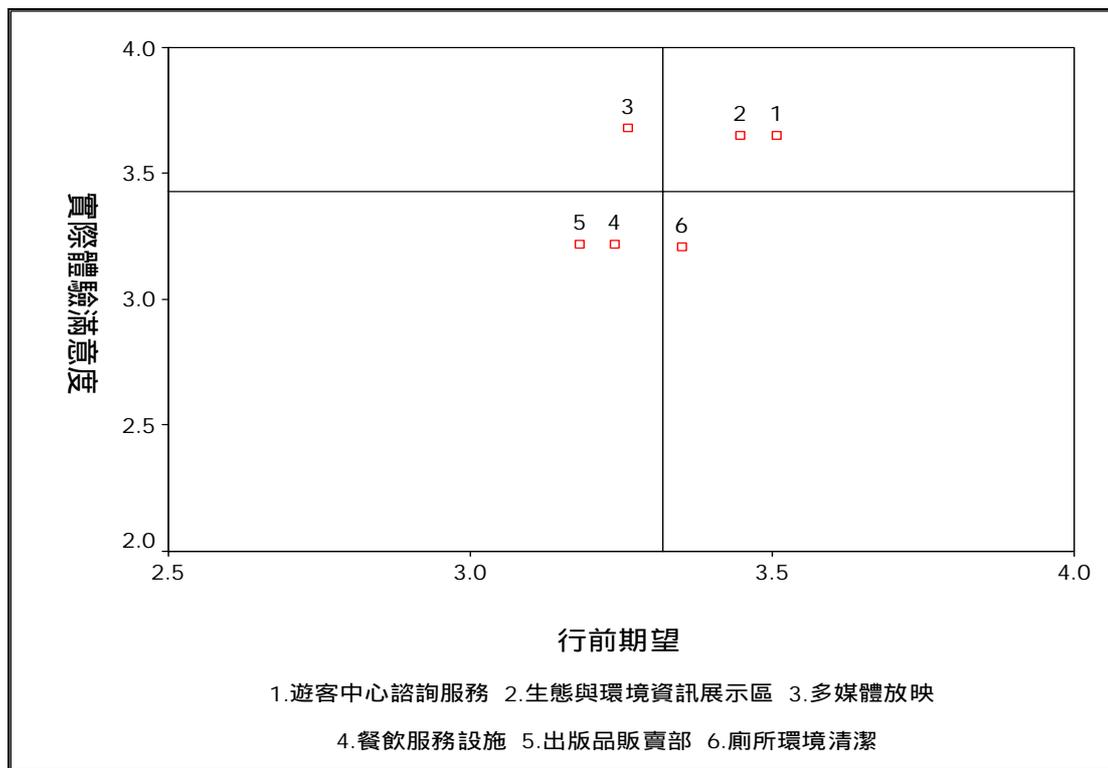


圖 5-6 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

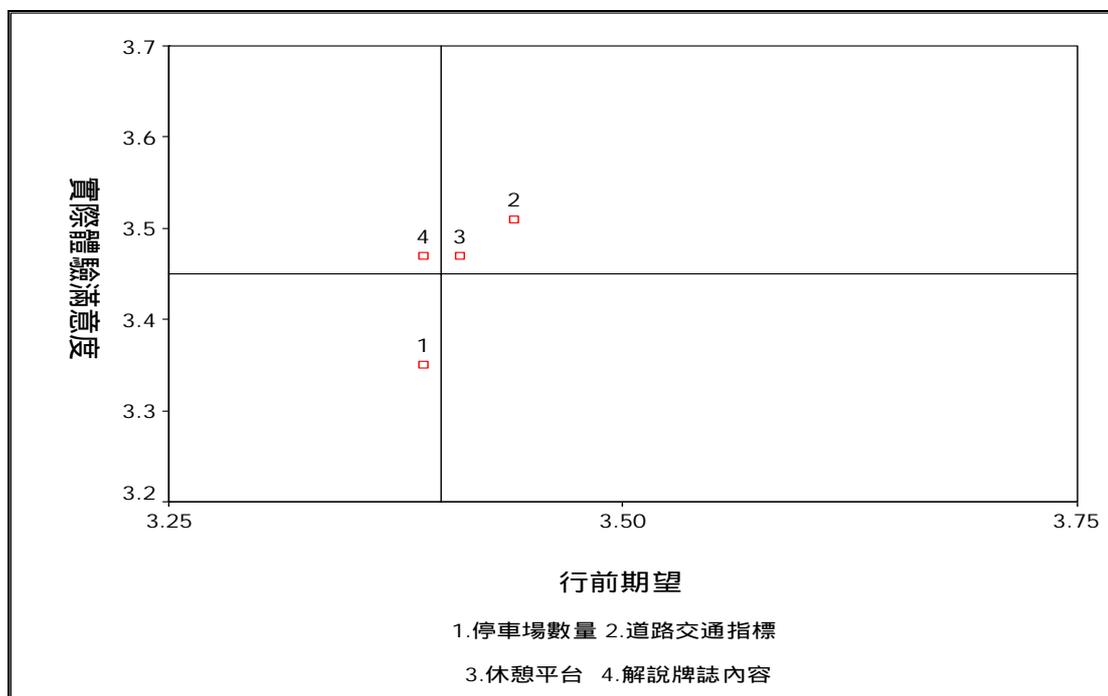


圖 5-7 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

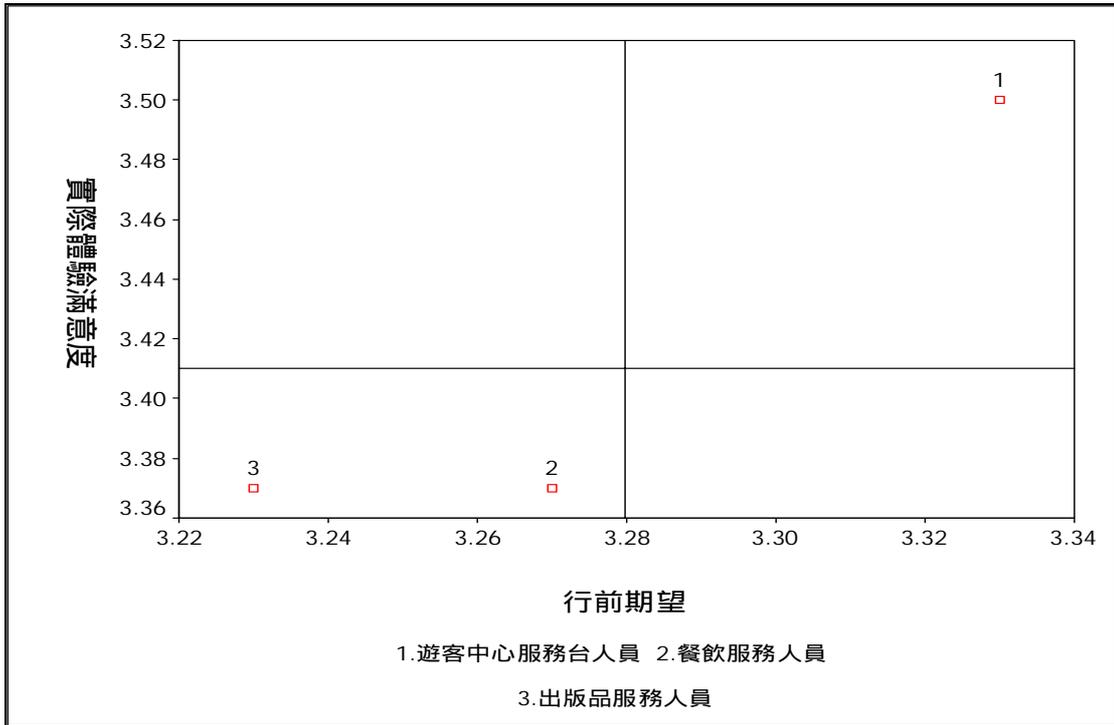


圖 5-8 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

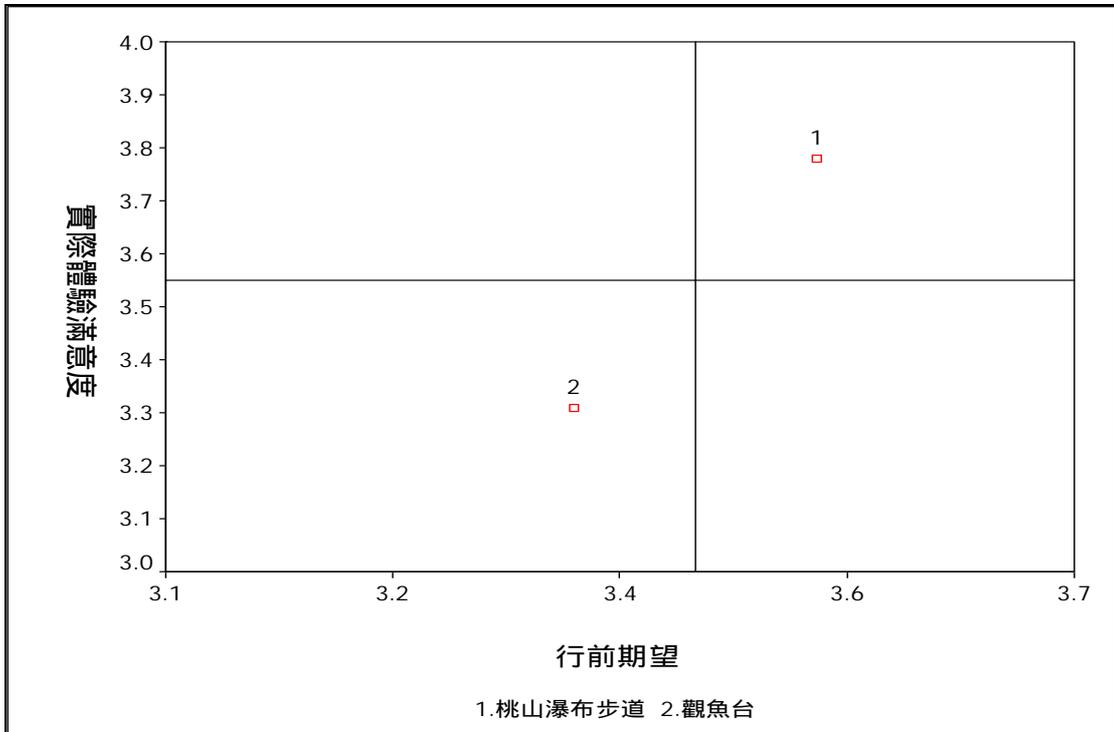


圖 5-9 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

四、武陵遊憩區遊客意見彙整：

- (一) 多數遊客都反映武陵遊憩區的住宿床位太少、能用餐的地點也太少。
- (二) 遊客建議可於觀魚台設置相關解說牌誌以了解國寶魚之生態。
- (三) 大多數的遊客均反映遊客中心的廁所不乾淨，為改善環境衛生及提升服務品質，確實應好好清理廁所環境。
- (四) 遊客建議期望可提供武陵地區週邊住宿或遊憩等資訊。

第二節 觀霧遊憩區服務品質滿意度調查結果分析

本研究於觀霧遊憩區問卷調查的結果，共發出 1186 份問卷，回收 1158 份問卷，檢查後扣除無效問卷，實得有效問卷 1068 份。

本節主要乃針對回收之問卷資料進行分析，內容共分四個部分，第一部分主要是雪霸國家公園觀霧遊憩區之遊客特性、行前期望及實際體驗滿意度之分析，藉此瞭解雪霸國家公園觀霧遊憩區遊憩資源及設施概況。第二部分為雪霸國家公園觀霧遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析，以探討遊客之行前期望與實際體驗滿意度之間的關係。第三部分為觀霧遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之分析，利用 I.P.A 重要 - 表現程度分析法。第四部份為觀霧遊憩區遊客意見彙整。

二、觀霧遊憩區之遊客特性、行前期望及實際體驗滿意度之分析

(一) 觀霧遊憩區之遊客特性及基本資料分析

1.就性別而言，男性受訪者為 544 人，佔 51.0%，女性受訪者為 524 人，佔 49.0%；男性多於女性。參見表 5-4。

2.年齡方面，15 歲以下為 3.3%，16-30 歲為 44.5%，31-40 為 30.4%，41-50 歲為 16.5%，51-60 歲為 4.7%，60 歲（含）以上為 0.5%。故在受訪者年齡層分佈以 16-30 歲為最多，31-40 歲次之，兩者合計佔 74.9%，由此可見，前往雪霸國家公園觀霧遊憩區從事遊憩活動之遊客以年輕人為主，年齡愈大，比例愈少。參見表 5-4。

3.教育程度方面，國中或以下佔 4.6%，高中職佔 13.9%，專科佔 27.1% 大學佔 42.7%，研究所以上 11.7%；由此可知，遊客的教育程度並不低。參見表 5-4。

4.前來次數方面，前來一次者居多，佔 64.5%，其次為前來兩次，佔

21.3%，再次之為前來四次以上，佔 8.3%。由此可見大多數遊客均為第一次或第二次前來雪霸國家公園觀霧遊憩區。參見表 5-4。

5.遊客對於遊憩活動整體滿意度方面，選擇滿意的遊客佔 66.5%，其次為普通的 18%，選擇非常滿意的遊客也佔了 13.4%，遊客選擇最少的是非常不滿意，僅佔 0.5%。由此顯示，到訪觀霧遊憩區的遊客，其對遊憩活動的整體滿意度大多數均呈現滿意的狀態。

6.在重遊意願方面，有 61.2%的遊客選擇願意重遊觀霧遊憩區，其次為非常願意的 25%，選擇普通的遊客也有 12.5%，而僅有一人選擇非常不願意。由此可知大多數的遊客都願意重遊雪霸國家公園觀霧遊憩區。

(二) 雪霸國家公園觀霧遊憩區遊客行前期望之分析

- 1.就遊客中心服務設施部分，行前期望最高者為生態與環境資訊展示區、其次為遊客中心諮詢服務、再其次為多媒體放映。顯示遊客對各項環境教育展示區資料之期望很高。
- 2.就遊憩與交通設施部份，行前期望最高者觀景平台。依序為休憩平台、解說牌誌內容、道路交通指標、停車場數量。
- 3.就人員服務方式部份，行前期望最高者為，遊客中心服務台人員。依序為餐飲服務人員、出版品服務人員。
- 4.在遊憩景點部份，行前期望最高者為雲霧步道、行前期望最低者為榛山步道；由此可知，故遊客前往觀霧遊憩區內遊憩景點部份，遊客對雲霧步道之行前期望最高。

(三) 雪霸國家公園觀霧遊憩區遊客實際體驗滿意度之分析

- 1.就遊客中心服務設施部分，遊客實際體驗後最高者為多媒體放映、其次為生態與環境資訊展示區及遊客中心諮詢服務、滿意度最差的

為廁所環境清潔。顯示遊客對多媒體放映與生態與環境資訊展示區有較高的滿意度。

2.就遊憩與交通設施部份，實際體驗最高者觀景平台。依序休憩平台、解說牌誌內容。滿意度最低的是停車場數量，顯示遊客對停車場數量的不足較為不滿意。

3.就人員服務方式部份，實際體驗最高者為，遊客中心服務台人員。依序為餐飲服務人員、出版品服務人員。

4.在遊憩景點部份，實際體驗滿意度最高者為雲霧步道、其次觀霧瀑布。由此顯示到訪觀霧遊憩區的遊客多半在遊覽雲霧步道時獲得較高的滿意度。

(四)對於遊客實際體驗的滿意度方面，感到滿意度最高的前三名依序為雲霧步道(平均值 4.17)其次為遊憩設施的觀景平台(平均值 4.11)再其次則為遊客中心的多媒體放映(平均值 3.92)，反之對於遊客實際體驗的滿意度方面，滿意度最低的前三名依序為交通設施的停車場數量(平均值 2.84)其次為交通設施的道路交通指標(平均值 3.12)再其次為遊客中心內的廁所環境清潔(平均值 3.35)。

表 5-4 觀霧遊憩區遊客特性及基本資料分析表

變 項	樣本數	百分比	變 項	樣本數	百分比
性別			前來次數		
男	544	51.0%	第一次	689	64.5%
女	524	49.0%	第二次	227	21.3%
			第三次	64	6%
年齡			第四次或以上	88	8.3%
15 歲以下	35	3.3%	遊憩活動整體滿意度		
16 至 30 歲	476	44.5%	非常滿意	144	13.4%
31 至 40 歲	325	30.4%	滿意	711	66.5%
41 至 50 歲	177	16.5%	普通	193	18.0%
51 至 60 歲	50	4.7%	不滿意	17	1.6%
60 歲以上	5	0.5%	非常不滿意	3	0.5%
教育程度			重遊意願		
國中或以下	49	4.6%	非常願意	267	25%
高中職	148	13.9%	願意	653	61.2%
專科	289	27.1%	普通	133	12.5%
大學	456	42.7%	不願意	14	1.2%
研究所以上	126	11.7%	非常不願意	1	0.0%

表 5-5 觀霧遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度統計表

變 項	行 前 期 望			實 際 體 驗 滿 意 度		
	平均值	標準差	排序	平均值	標準差	排序
遊客中心服務設施						
遊客中心諮詢服務	3.40	0.711	1	3.86	0.666	3
生態與環境資訊展示區	3.40	0.730	1	3.90	0.729	2
多媒體放映	3.26	0.752	3	3.92	0.804	1
餐飲服務設施	3.25	0.780	4	3.54	0.891	4
出版品販賣部	3.16	0.734	6	3.50	0.736	5
廁所環境清潔	3.24	0.803	5	3.35	0.904	6
遊憩與交通設施						
停車場數量	3.11	0.783	5	2.84	0.976	5
道路交通指標	3.20	0.674	4	3.12	0.859	4
觀景平台	3.43	0.757	1	4.11	0.721	1
休憩平台	3.39	0.747	2	3.95	0.753	2
解說牌誌內容	3.34	0.736	3	3.69	0.816	3
人員服務方式						
遊客中心服務台人員	3.24	0.664	1	3.74	0.707	1
餐飲服務人員	3.23	0.637	2	3.65	0.722	2
出版品服務人員	3.18	0.628	3	3.56	0.706	3
遊憩景點						
雲霧步道	3.44	0.695	1	4.17	0.701	1
觀霧瀑布	3.37	0.675	3	3.78	0.698	2
巨木群步道	3.38	0.682	2	3.76	0.682	3
榛山步道	3.32	0.679	4	3.68	0.721	4

a. 行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。

b. 實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

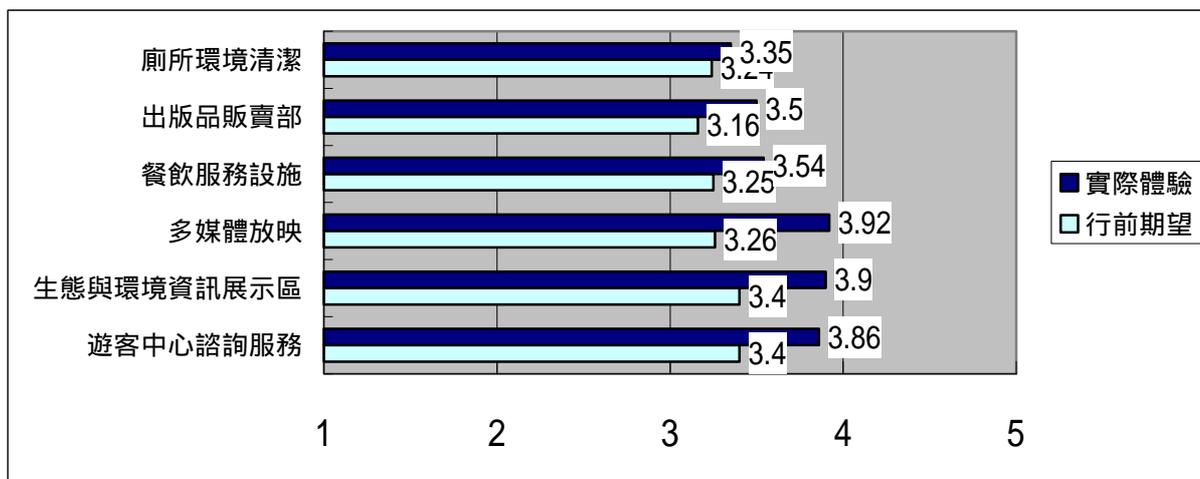


圖 5-10 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a.行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
- b.實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

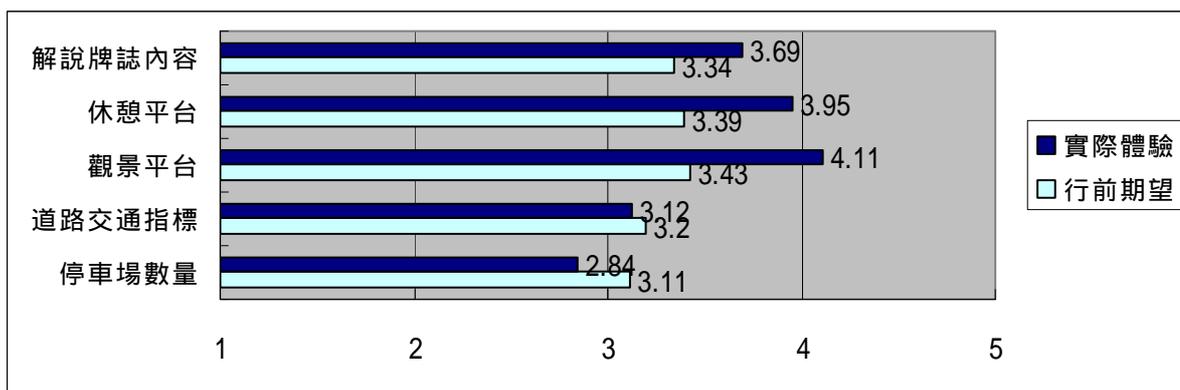


圖 5-11 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a.行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
- b.實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

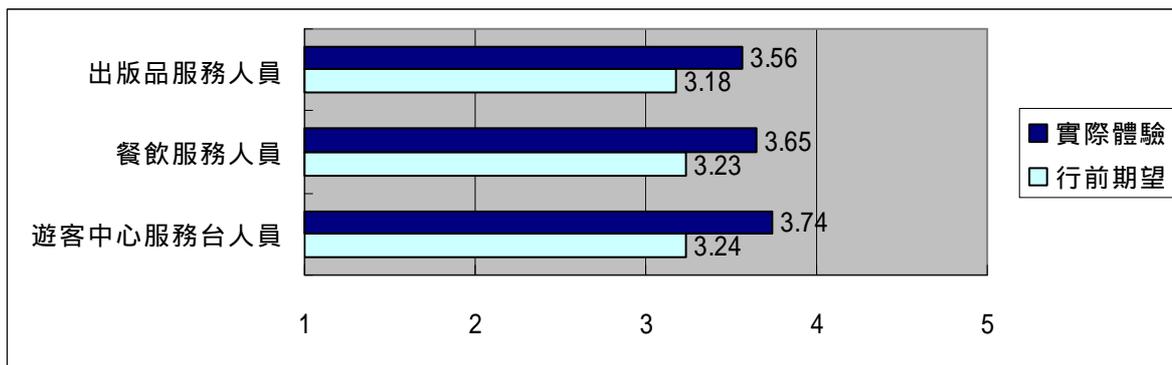


圖 5-12 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a.行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
- b.實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

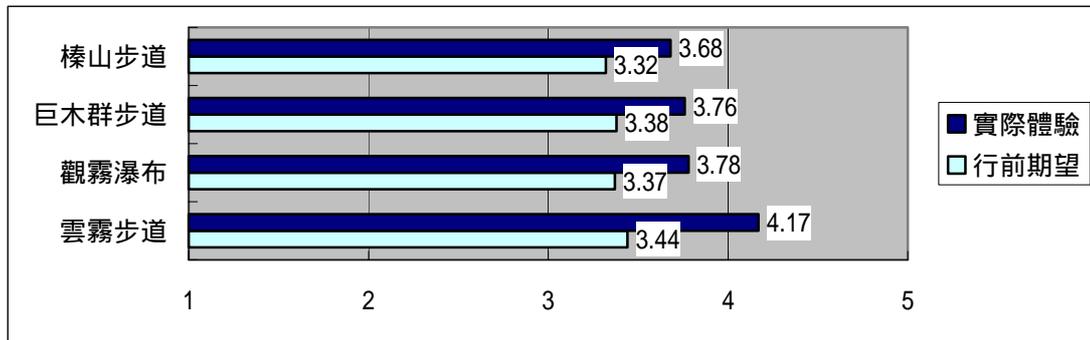


圖 5-13 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度分析圖

- a.行前期望評點範圍從「1」表示非常低到「5」表示非常高。
 b.實際體驗滿意度評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

二、觀霧遊憩區之遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

雪霸國家公園觀霧遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度兩項研究構面，在行前期望方面，其變項之平均值大部分呈現行前期望適中的情形。在 18 個變項中，全部介於 3 和 4 之間，意指遊客對於前往雪霸國家公園觀霧遊憩區時，其行前期望均為普通和滿意之間。在實際體驗滿意度方面，在 18 個變項中，有兩個變項其平均值低於其行前期望值，此二變項為「停車場數量」及「道路交通指標」此四個變項可能為遊客感到不滿意或遊客忽略的地方。其餘變項均呈現實際體驗值高於行前期望值。因大部分變項呈現滿意度高於行前期望，顯示遊客對於雪霸國家公園觀霧遊憩區所提供的各項服務是持正面的肯定。

若以統計方法檢定遊客對於行前期望與實際體驗滿意度之間是否有差異情形，經由配對樣本 t 檢定分析發現，在所有的 18 個變項中均為顯著的差異（顯著值為小於 0.05），而其中有兩個變項為交通設施的「停車場數量」及「道路交通指標」。因其實際體驗值低於其行前期望值，顯示遊客對「停車場數量」及「道路交通指標」此變項較為不滿意。除此之外，其餘變項遊客之實際體驗滿意度是高於行前期望，表示遊客對於雪霸國家公園觀霧遊憩區所提供之各個項目都感到滿意。參見表 5-6。

表 5-6 觀霧遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度之配對樣本 t 檢定分析

變 項	行前期望 平均值 (I)	滿意度 平均值 (S)	差 (S-I)	t 值	顯著值
遊客中心服務設施					
遊客中心諮詢服務	3.40	3.86	0.46	-12.766	0.000*
生態與環境資訊展示區	3.40	3.90	0.5	-13.422	0.000*
多媒體放映	3.26	3.92	0.66	-16.364	0.000*
餐飲服務設施	3.25	3.54	0.29	-6.829	0.000*
出版品販賣部	3.16	3.50	0.34	-8.942	0.000*
廁所環境清潔	3.24	3.35	0.11	-2.405	0.016*
遊憩與交通設施					
停車場數量	3.11	2.84	-0.27	5.886	0.000*
道路交通指標	3.20	3.12	-0.08	2.904	0.037*
觀景平台	3.43	4.11	0.68	-18.82	0.000*
休憩平台	3.39	3.95	0.56	-16.224	0.000*
解說牌誌內容	3.34	3.69	0.35	-9.267	0.000*
人員服務方式					
遊客中心服務台人員	3.24	3.74	0.5	-14.671	0.000*
餐飲服務人員	3.23	3.65	0.41	-12.810	0.000*
出版品服務人員	3.18	3.56	0.38	-12.257	0.000*
遊憩景點					
雲霧步道	3.44	4.17	0.73	-20.377	0.000*
觀霧瀑布	3.37	3.78	0.41	-12.785	0.000*
巨木群步道	3.38	3.76	0.38	-11.920	0.000*
榛山步道	3.32	3.68	0.36	-11.288	0.000*

註：*表 $p \leq 0.05$

三、觀霧遊憩區遊客行前期望與實際體驗滿意度分析

此部份主要應用 I.P.A 重要 - 表現程度分析法,將觀霧遊憩區之遊客行前期望視為重要程度,而將實際體驗滿意度視為表現程度進行分析,以探討雪霸國家公園觀霧遊憩區之經營績效。

(一) 機會分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分,由圖 5-14 可知,落在 A 象限之變項有遊客中心諮詢服務(1)與生態與環境資訊展示區(2)等兩個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份,由圖 5-15 可知,落在 A 象限之變項有觀景平台(3)休憩平台(4)解說牌誌內容(5)等三個變項。
- 3.在人員服務方式部份,由圖 5-16 可知,落在 A 象限之變項有遊客中心服務台人員(1)餐飲服務人員(2)此兩個變項。
- 4.在遊憩景點部份,由圖 5-17 可知,落在 A 象限之變項有雲霧步道(1)觀霧瀑布(2)巨木群步道(3)此三個變項。

研究結果顯示,上述各變項表示遊客行前期望高,且實際體驗滿意度也高,表雪霸國家公園觀霧遊憩區表現佳者,應繼續保持,亦可視為其發展之機會。參見圖 5-14、圖 5-15、圖 5-16、圖 5-17。

(二) 優勢分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分,由圖 5-14 可知,有多媒體放映(3)這個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份,由圖 5-15 可知,則無落在 B 象限之變項。
- 3.在人員服務方式部份,由圖 5-16,則無落在 B 象限之變項。
- 4.在遊憩景點部份,由圖 5-17 可知,則無落在 B 象限之變項。

研究結果顯示,上述各變項表示遊客行前期望低,且實際體驗滿意度高,表示此象限之變項已能滿足遊客之需求,不需過度強調,可視為其未來雪霸國家公園觀霧遊憩區發展的優勢。參見圖 5-14。

(三) 弱點分析

- 1.在遊客中心諮詢服務部分，由圖 5-14 可知，落在 C 象限之變項有餐飲服務設施 (4)、出版品販賣部 (5) 及廁所環境清潔 (6) 等三個變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份，由圖 5-15 可知，落在 C 象限之變項有停車場數量 (1) 及道路交通指標 (2) 兩個變項。
- 3.在人員服務方式部份，由圖 5-16 可知，落在 C 象限之變項有及出版品服務人員 (3) 此一個變項
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-17，落在 C 象限之變項有榛山步道 (4) 此一變項。

研究結果顯示，上述各變項表示遊客行前期望與實際體驗滿意度皆低者，屬於次要區域，亦可視為雪霸國家公園觀霧遊憩區發展之弱點。未來是否應該存續、或加以創新修正、或全部廢除，都值得雪霸國家公園管理單位加以嚴格檢討，以為其發展奠定重要的根基。

(四) 威脅分析

- 1.此部份為雪霸國家公園觀霧遊憩區極需改善之處，在遊客中心諮詢服務部分部分，由圖 5-14 可知，則無落在 D 象限之變項。
- 2.在交通與遊憩設施部份部份，由圖 5-15 可知，則無落在 D 象限之變項。
- 3.在人員服務方式部份部份，由圖 5-16 可知，則無落在 D 象限之變項。
- 4.在遊憩景點部份，由圖 5-17 可知，則無落在 D 象限之變項。

由上述研究結果顯示，整體而言，遊客對雪霸國家公園觀霧遊憩區所提供的各項服務均有一定水準的滿意程度，此為觀霧遊憩區整體的優勢，也是觀霧遊憩區應繼續保持的地方，見圖 5-10。

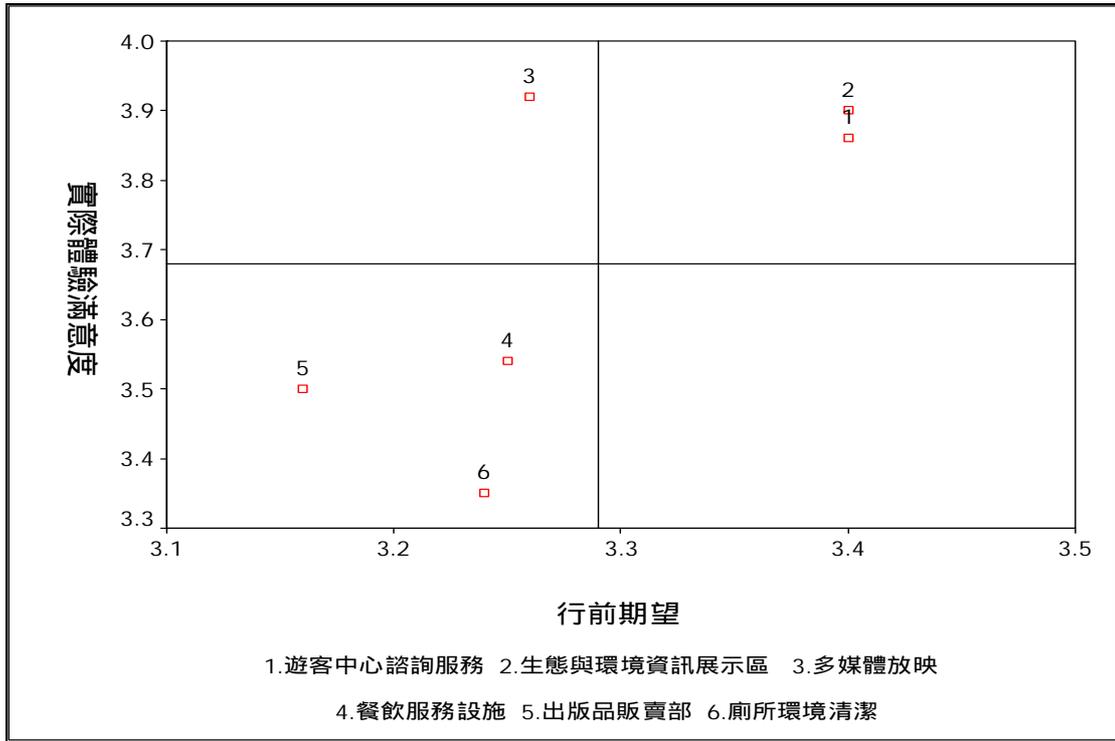


圖 5-14 遊客中心服務設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

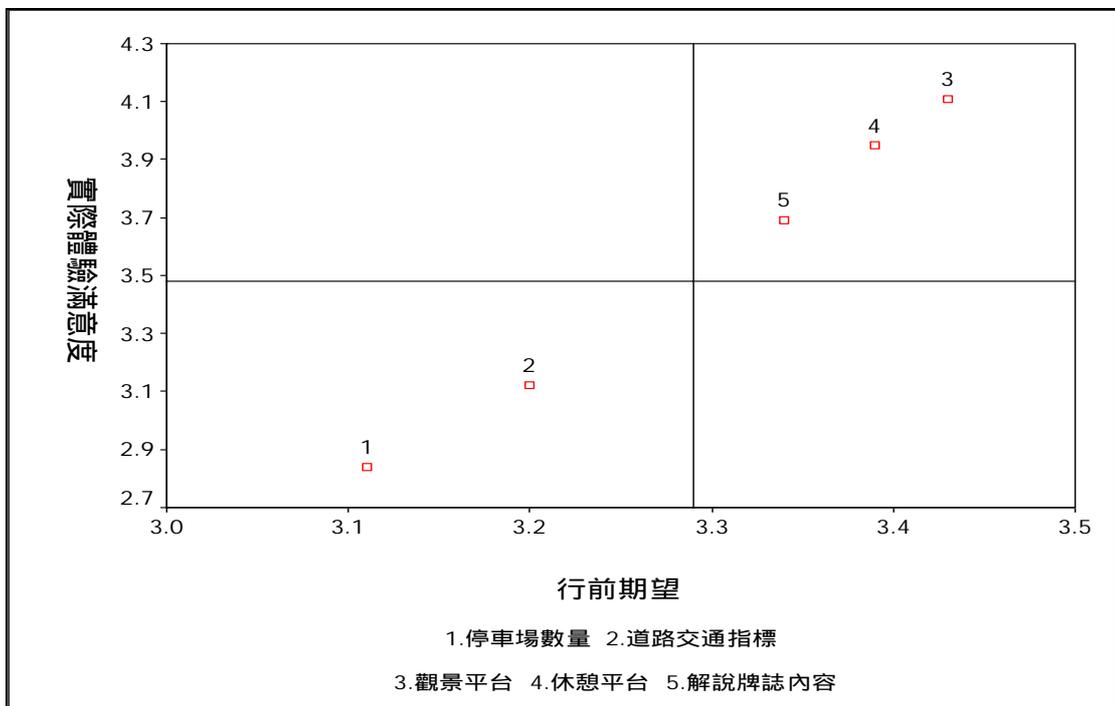


圖 5-15 交通與遊憩設施行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

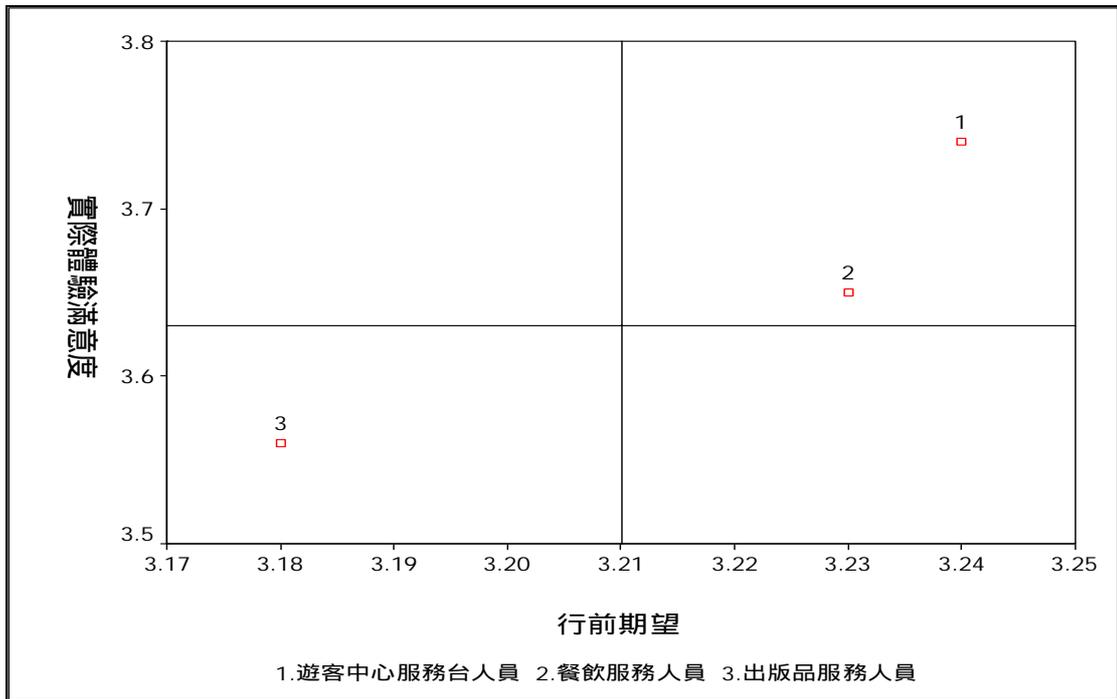


圖 5-16 人員服務方式行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

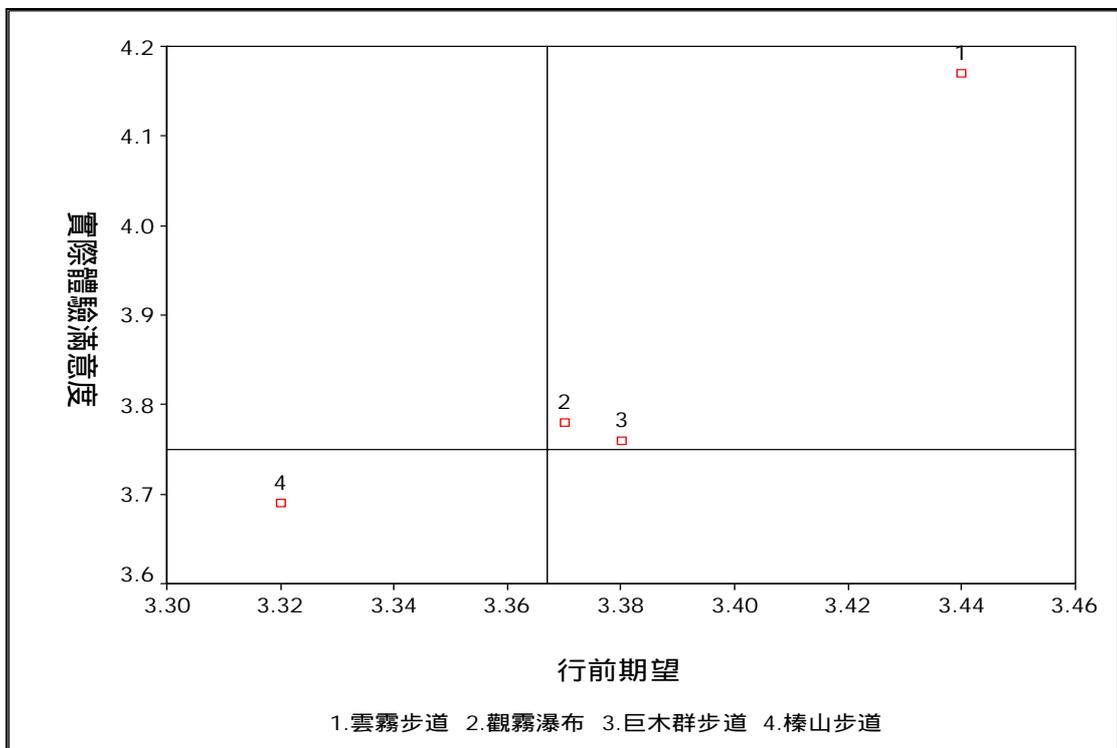


圖 5-17 遊憩景點行前期望與實際體驗滿意度座標分析圖

四、觀霧遊憩區遊客意見彙整：

- (一) 遊客反映觀霧遊憩區的住宿床位也是不足，能用餐的地點也太少。
- (二) 多數的遊客都建議，希望觀霧遊客中心能不只賣咖啡餅乾，也希望多賣一點填飽肚子的熱食。
- (三) 觀霧遊憩區的停車位也是遊客極力反映需要改善的地方。
- (四) 觀霧遊憩區的廁所環境清潔也是有關單位需重視之地，也請相關單位改善廁所環境清潔。

第六章 結論及建議

本研究以雪霸國家公園武陵遊憩區及觀霧遊憩區遊客為主，並以遊客的遊憩行為理論模式對雪霸國家公園之遊客作深入之探討，以期了解前往雪霸國家公園的遊客對雪霸國家公園的滿意程度，並與先前相關研究作比較，提出以下結論與建議。

第一節 結論

本節論述經實際問卷調查後，遊客對雪霸國家公園武陵及觀霧遊憩區較滿意及較不滿意的部分，並分析其原因，最後再依所分析的原因，提出相關解決對策。

- 一、遊客對武陵及觀霧遊憩區較滿意的部分為武陵遊憩區的「桃山瀑布步道」（平均值 3.78）、武陵遊客中心內的「多媒體解說設施」（平均值 3.68）。觀霧遊憩區的「雲霧步道」（平均值 4.17）、觀霧遊客中心旁的「觀景平台」（平均值 4.11）、觀霧遊客中心內「多媒體解說設施」（平均值 3.92）及「生態環境資訊展示區」（平均值 3.90）。探究其原因發現，現代人普遍工作繁忙，故遊客較喜歡親近、體驗大自然而放鬆身心的感覺，因此對親近自然的遊憩景點及相關解說設施獲得較高的滿意度。
- 二、遊客對武陵及觀霧遊憩區較不滿意的部分為「遊客中心廁所環境清潔」、「停車場數量」。探究其原因發現，遊憩服務品質的好壞與遊客人數的多寡有很大的關係；一天之內湧進過多、或短時間內湧進大量的遊客，易造成各項服務設施的不足，而近年來武陵及觀霧遊憩區均吸引大量遊客進入遊玩，因此遊客對面積及數量有限的停車場數量與廁所環境較不滿意。
- 三、針對上述遊客滿意與不滿意的原因，提出下列方法以提升服務品質：
 - (一)控制進入遊憩區的人數、以總量管制或一天最大容許量控制遊客人數，以達最佳服務品質的經營理念。

- (二)將來雪霸國家公園管理處在興建各項設施時，考慮多興建議遊客親近、體驗大自然的設施，以放鬆身心。

第二節 建議

本節綜合問卷調查結果與前述研究結論，綜合整理提出對雪霸國家公園管理處的建議：

在假日或遊客人數較多的日子，控制遊客進入遊憩區的總人數，並在實行遊客人數控管後持續定期作服務品質滿意度的相關調查，以持續檢討影響雪霸國家公園服務品質的原因。

參 考 文 獻

1. 金寶玲,「服務品質與滿意度評量模式之比較研究」,致理學報,第十四期, 2001。
2. 吳忠宏、黃宗成,「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,(2001)。
3. 蕭芸殷、傅克昌、歐聖榮,「遊客對生態旅遊地設施及服務偏好之研究」,國立中興大學園藝學系,(1999)。
4. 林晏州,「遊憩者選擇遊憩區行為研究,都市與計畫,(10)33 - 49」,(1984)。
5. 內政部營建署編製,國家公園法彙編,台北,編製著發行,(1984)。
6. 內政部營建署編製,台灣地區之國家公園,台北,編製著發行,(1985)。
7. 內政部營建署,雪霸國家公園自然及人文資源,雪霸國家公園管理處,(1992)。
8. 徐國士、黃文卿、游登良,國家公園概論,國立編譯館,(1995)。
9. 郭瓊瑩、郭育任,雪霸國家公園觀霧暨武陵地區遊憩資源調查及遊憩模式研究,(1994)。
10. 台北市野鳥學會,武陵地區登山步道沿線野生動物景觀資源調查,雪霸國家公園管理處,(1995)。
11. 張紹勳、林秀娟,SPSS For Windows 統計分析 初等統計與高等統計,松崗電腦圖書資料公司,台北,(2000)。
12. Ranjit Kumar 著 胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道 合譯,研究方法 - 步驟化學習指南,學富文化事業有限公司,台北,(2002)。
13. 交通部觀光局,中華民國 82 年台灣地區國民旅遊狀況調查報告,交通部觀光局,(1993)。
14. 交通部觀光局,中華民國 80 年台灣地區國民旅遊狀況調查報告,交通部觀光局,(1991)。
15. 交通部觀光局,中華民國八十四年國人國內旅遊狀況調查,交通部觀光局,(1996)。

- 16.玉山國家公園管理處編製，玉山國家公園管理處民國 89 年年報，南投：
玉山國家公園管理處發行，(2001)。
- 17.顏文甄，「遊客對玉山國家公園服務品質滿意度之研究」，碩士論文，私立
文化大學觀光研究所，(2001)。
- 18.曾意婷，「溪頭遊樂區解說服務之研究」，碩士論文，國立台灣大學建築與
城鄉研究所，(2001)。
- 19.張皆欣，「金門觀光產業服務品質與遊客滿意度之研究」，碩士論文，私立
銘傳大學管理科學研究所，(1999)。
- 20.王淮真，「遊客對導覽解說滿意度之研究 - 以國立故宮博物院為例」，碩士
論文，私立文化大學觀光研究所，(2001)。
- 21.葉淑芳，「以讀者滿意度探討圖書館服務品質之研究」，碩士論文，私立中
華大學工業工程與管理研究所，(1998)。
- 22.徐國勝，「顧客對優良商店服務品質滿意度之研究」，碩士論文，長榮管理
學院經營管理研究所，(2000)。
- 23.謝秉育，「玉山國家公園解說志工參與動機、控制信念與工作滿足之研
究」，碩士論文，國立台中師範學院環境教育研究所，(2001)。
- 24.林恬于，「旅館服務品質、顧客滿意度與再宿意願關係之研究」，碩士論文，
長榮管理學院經營管理研究所，(2000)。
- 25.林坤璋，「藥局服務品質與顧客滿意度之研究 - 以台北市連鎖藥局為例」，
碩士論文，私立銘傳大學管理科學研究所，(1998)。
- 26.蘇恆毅，「大台北都會區高運量大眾捷運系統服務品質、顧客滿意度與購
後行為之研究」，碩士論文，國立海洋大學航運管理學系研究所，(2001)。
- 27.彭孟慈，「陽明山國家公園經營成效評估之研究 - 以小油坑遊憩為例」，碩
士論文，私立文化大學觀光研究所，(1995)。
- 28.葉茂生，「澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究」，碩士論文，私
立世新大學觀光研究所，(2001)。
- 29.劉景元，「以生態旅遊觀點探討露營地選址評估 - 以雪霸國家公園為例」，

- 碩士論文，私立東海景觀學系碩士班，(1999)。
- 30.于慧慧，「國家公園內遊客特性及遊憩行為之研究 - 以墾丁國家公園之規劃應用為例」，碩士論文，國立成功大學碩士論文，(1988)。
- 31.林淑瑜，「雪霸國家公園遊憩效益評估研究」，第二屆碩士論文，國立中興大學資源管理研究所第二屆碩士論文，(1995)。
- 32.魏弘發，「遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究 - 以台灣民俗村為例」，碩士論文，私立逢甲大學建築與都市計畫研究所，(1996)。
- 33.陳美吟，「遊憩體驗之研究 - 以楓林瀑布、擎天崗、太平山實例調查」，碩士論文，國立台灣大學森林研究所，(1985)。
- 34.Driver B.L. and Tocher S. R., Toward a behavioral interpretation of recreational engagements, with implications of planning, Michigan: the university of Michigan Press, 9-31, (1970)..
- 35.Miller,J.A.,Exploring Satisfaction,Modifying Models,Elicing Expectations, Posing Problems and Making Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. K. Hunt, ed., Cambredge, Massachusetts: Marketing Science Institute (May),72-91,(1997).
- 36.林晏州，玉山國家公園遊憩承載量及遊憩需求調查，：內政部營建署玉山國家公園管理處研究報告，台北，1987。
- 37.www.spnp.gov.tw/default.asp，內政部雪霸國家公園管理處。
- 38.A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research,” Journal of Marketing, Vol. 49,Fall 1985,p.44.。
- 39.Arimistead, C. G., Design of service operations management in service industries and the public sector, New York : John Wiley and Sons, Inc, 1985.
- 40.Hempel, D. J.,Consumer satisfaction with the Home Buying Process : Conceptualization and Dissatisfaction, H. K. Hunt, ed., Cambriage, Mass : Marketing Science Institute, 1997.

- 41.汪靜明，武陵地區環境生態，內政部營建署雪霸國家公園管理處，1999。
- 42.Juran, J. M. Quality control Handbook , Mcgraw-Hill Book Co , New York ,1974
- 43..Schreyer, R. S. & Roggenbuck, J. W., The influence of expectation on crowding perceptions and social-psychological carrying capacities. *Leisure Sciences*, 1 (4) , 373-394, 1978.
- 44Oliver, R. L., A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, (17, November) : 460-468, 1980.
- 45.Oliver, R. L., Measurement and evaluation of satisfaction process inertial settings. *Journal of Retailing*, 57 (3) , 25-48, 1981.

遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度問卷調查表（武陵遊憩區） 問卷編號：_____

親愛的遊客：

您好！歡迎來到雪霸國家公園，為了實際瞭解您對雪霸國家公園整體服務品質的滿意度，特別以問卷的方式進行調查，您的意見有助於雪霸國家公園服務品質的提升。本問卷採不記名的方式處理，內容將不對外公開，敬請您費心協助就下列問題提供寶貴的意見。

雪霸國家公園管理處
中華大學營建管理研究所
敬上

謝謝您的合作與參與，並衷心感謝您的支持與指教，並祝您旅途愉快！

請您分別在適當 位置內打” ”

壹、遊客行前期望與實際體驗之滿意度

	【行 前 期 望】					【實 際 體 驗】				
	非 常 低	低	普 通	高	非 常 高	非 常 不 滿 意	不 滿 意	普 通	滿 意	非 常 滿 意
一、遊客中心服務設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 遊客中心諮詢服務.....										
(2) 生態與環境資訊展示區.....										
(3) 多媒體放映.....										
(4) 餐飲服務設施.....										
(5) 出版品販賣部.....										
(6) 廁所環境清潔.....										
(7) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)服務人員態度不佳 (2)展示資料未更新 (3)多媒體放映時間過長										
(4)餐飲太少或太貴 (5)出版品太貴 (6)廁所太髒亂 (7)廁所數量不足										
二、交通設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 停車場數量.....										
(2) 道路交通指標.....										
(3) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)停車位數量不夠 (2)停車動線規劃不良 (3)路標標示不清										
三、遊憩設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 休憩平台.....										
(2) 解說牌誌內容.....										
(3) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)觀景平台設置地點不佳 (2)休憩平台數量太少 (3)休憩平台座位不足										
(4)牌誌解說內容不足										
四、人員服務方式	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 遊客中心服務台人員.....										
(2) 餐飲服務人員.....										
(3) 出版品服務人員.....										
(4) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)服務人員態度不佳 (2)服務人員不夠親切 (3)服務人員不夠專業										

【行前期望】
非常低 低 普通 高 非常高

【實際體驗】
非常不滿意 不滿意 普通 滿意 非常滿意

- | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 五、遊憩景點 | | | | | | | | | | |
| (1) 桃山瀑布步道..... | | | | | | | | | | |
| (2) 觀魚台..... | | | | | | | | | | |
| (3) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選) | | | | | | | | | | |
| (1)休憩設施不足 | | | | | | | | | | |
| (2)解說牌誌不明顯 | | | | | | | | | | |
| (3)解說牌誌太少 | | | | | | | | | | |
| (4)景觀不優美 | | | | | | | | | | |
| (5)無衛生設施 | | | | | | | | | | |

貳、旅遊特性

- 請問您是第幾次前來武陵遊憩區？
 - (1)第一次
 - (2)第二次
 - (3)第三次
 - (4)第四次或以上
- 請問您對此次遊憩活動的整體滿意度為何？
 - (1)非常滿意
 - (2)滿意
 - (3)普通
 - (4)不滿意
 - (5)非常不滿意
- 您是否願意重遊武陵遊憩區？
 - (1)非常願意
 - (2)願意
 - (3)普通
 - (4)不願意
 - (5)非常不願意

> 若您的選擇為「不願意」、「極不滿意」，請說明原因：(可複選及填寫)

 - (1)交通不便利
 - (2)遊憩活動不豐富
 - (3)解說設施及內容不佳
 - (4)遊憩設施太少
 - (5)公共設施太少
 - (6)環境整潔太差
 - (7)景觀不優美
 - (8)氣候不穩定
 - (9)遊憩服務太差
 - (10)其他_____

參、遊客基本資料 (本資料僅供研究統計，並不移作他用)

- 性別： (1)男 (2)女
- 年齡： (1)15歲以下 (2)16-30歲 (3)31-40歲 (4)41-50歲 (5)51-60歲 (6)60歲以上
- 教育程度： (1)國中或以下 (2)高中職 (3)專科 (4)大學 (5)研究所或以上

若有其它意見或建議，請不吝指正。

謝謝您的合作與參與！

並衷心感謝您的支持與指教，祝您旅途愉快！

遊客對雪霸國家公園服務品質滿意度問卷調查表（觀霧遊憩區） 問卷編號：_____

親愛的遊客：

您好！歡迎來到雪霸國家公園，為了實際瞭解您對雪霸國家公園整體服務品質的滿意度，特別以問卷的方式進行調查，您的意見有助於雪霸國家公園服務品質的提升。本問卷採不記名的方式處理，內容將不對外公開，敬請您費心協助就下列問題提供寶貴的意見。

謝謝您的合作與參與，並衷心感謝您的支持與指教，並祝您旅途愉快！

雪霸國家公園管理處
中華大學營建管理研究所
敬上

請您分別在適當 位置內打” ”

壹、遊客行前期望與實際體驗之滿意度

	【行前期望】					【實際體驗】				
	非常低	低	普通	高	非常高	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
一、遊客中心服務設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 遊客中心諮詢服務.....										
(2) 生態與環境資訊展示區.....										
(3) 多媒體放映.....										
(4) 餐飲服務設施.....										
(5) 出版品販賣部.....										
(6) 廁所環境清潔.....										
(7) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)服務人員態度不佳 (2)展示資料未更新 (3)多媒體放映場次太少										
(4)餐飲類太少 (5)出版品太貴 (6)廁所太髒亂 (7)廁所數量不足										
二、交通設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 停車場數量.....										
(2) 道路交通指標.....										
(3) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)停車位數量不夠 (2)停車動線規劃不良 (3)路標標示不清										
三、遊憩設施	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 觀景平台.....										
(2) 休憩平台.....										
(3) 解說牌誌內容.....										
(4) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)觀景平台設置地點不佳 (2)休憩平台數量太少 (3)休憩平台座位不足										
(4)牌誌解說內容不足										
四、人員服務方式	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
(1) 遊客中心服務台人員.....										
(2) 餐飲服務人員.....										
(3) 出版品服務人員.....										
(4) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選)										
(1)服務人員態度不佳 (2)服務人員不夠親切 (3)服務人員不夠專業										

【行 前 期 望】
非 低 普 高 非
常 常 通 常 常
低 高

【實 際 體 驗】
非 不 普 滿 非
常 滿 通 意 常
不 意 意 意 滿
滿 意 意 意 意
意 意 意 意 意

五、遊憩景點

- | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (1) 雲霧步道..... | | | | | | | | | | |
| (2) 觀霧瀑布..... | | | | | | | | | | |
| (3) 巨木群步道..... | | | | | | | | | | |
| (4) 榛山步道..... | | | | | | | | | | |
| (5) 若上述選項您的選擇為「不滿意」、「非常不滿意」時，請說明原因：(可複選) | | | | | | | | | | |
| (1)休息設施不足 | | | | | | | | | | |
| (2)解說牌誌不明顯 | | | | | | | | | | |
| (3)解說牌誌太少 | | | | | | | | | | |
| (4)景觀不優美 | | | | | | | | | | |
| (5)無衛生設施 | | | | | | | | | | |

貳、旅遊特性

2. 請問您是第幾次前來觀霧遊憩區？
- (1)第一次 (2)第二次 (3)第三次 (4)第四次或以上
2. 請問您對此次遊憩活動的整體滿意度為何？
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
3. 您是否願意重遊觀霧遊憩區？
- (1)非常願意 (2)願意 (3)普通 (4)不願意 (5)非常不願意
- > 若您的選擇為「不願意」、「極不滿意」，請說明原因：(可複選及填寫)
- (1)交通不便利 (2)遊憩活動不豐富 (3)解說設施及內容不佳 (4)遊憩設施太少
- (5)公共設施太少 (6)環境整潔太差 (7)景觀不優美 (8)氣候不穩定
- (9)遊憩服務太差 (10)其他_____

參、遊客基本資料 (本資料僅供研究統計，並不移作他用)

- 1.性別： (1)男 (2)女
- 2.年齡： (1)15 歲以下 (2)16-30 歲 (3)31-40 歲 (4)41-50 歲 (5)51-60 歲 (6)60 歲以上
- 3.教育程度： (1)國中或以下 (2)高中職 (3)專科 (4)大學 (5)研究所或以上

若有其它意見或建議，請不吝指正。

謝謝您的合作與參與！

並衷心感謝您的支持與指教，祝您旅途愉快！

附錄三

期末簡報審查意見改善表

項次	審查意見	改善內容	於報告書之頁數
1	有關問卷調查的時間與地點等取樣考量，請補充。	已說明於報告書內	32
2	未來本處如何執行服務品質滿意度調查作，也請受託單位提供意見。	在假日或遊客人數較多的日子，控制遊客進入遊憩區的總人數，並在實行遊客人數控管後持續定期作服務品質滿意度的相關調查，以持續檢討影響雪霸國家公園服務品質的原因。	64