

106 年度

陽明山國家公園遊客滿意度調查分析之研究

委託單位：陽明山國家公園管理處

研究人員：世新大學觀光學系

王正平教授、林子元研究生

中華民國 107 年 10 月

目 錄

目 錄.....	I
表 次.....	II
圖 次.....	IV
第一章、緒論.....	1
第二章、文獻回顧.....	2
第三章、研究方法.....	8
第一節、問卷設計與調查方法.....	8
第二節、資料分析方式.....	9
第四章、實證分析.....	14
第一節、二子坪.....	14
第二節、大屯站.....	21
第三節、小油坑.....	27
第四節、天溪園.....	33
第五節、冷水坑.....	39
第六節、故事館.....	45
第七節、陽明書屋.....	51
第八節、遊客中心.....	57
第九節、龍鳳谷.....	63
第十節、擎天崗.....	69
第五章、結論與建議.....	75
第一節、研究結論.....	75
第二節、研究建議.....	80
引用文獻.....	83
附 件.....	86

表 次

表 4-1	二子坪遊客樣本特性分佈表.....	15
表 4-2	遊客對於二子坪重視度與滿意度.....	17
表 4-3	二子坪重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	19
表 4-4	大屯站遊客樣本特性分佈表.....	21
表 4-5	遊客對於大屯站重視度與滿意度.....	23
表 4-6	大屯站重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	25
表 4-7	小油坑遊客樣本特性分佈表.....	27
表 4-8	遊客對於小油坑重視度與滿意度.....	29
表 4-9	小油坑重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	31
表 4-10	天溪園遊客樣本特性分佈表.....	33
表 4-11	遊客對於天溪園重視度與滿意度.....	35
表 4-12	天溪園重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	37
表 4-13	冷水坑遊客樣本特性分佈表.....	39
表 4-14	遊客對於冷水坑重視度與滿意度.....	41
表 4-15	冷水坑重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	43
表 4-16	故事館遊客樣本特性分佈表.....	45
表 4-17	遊客對於故事館重視度與滿意度.....	47
表 4-18	故事館重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	49
表 4-19	陽明書屋遊客樣本特性分佈表.....	51
表 4-20	遊客對於陽明書屋重視度與滿意度	53
表 4-21	陽明書屋重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	55
表 4-22	遊客中心遊客樣本特性分佈表.....	57
表 4-23	遊客對於遊客中心重視度與滿意度	59
表 4-24	遊客中心重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	61
表 4-25	龍鳳谷樣本特性分佈表.....	63
表 4-26	遊客對於龍鳳谷重視度與滿意度.....	65
表 4-27	龍鳳谷重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	67

表 4-28	擎天崗遊客樣本特性分佈表	69
表 4-29	遊客對於擎天崗重視度與滿意度	71
表 4-30	擎天崗重視、滿意度 IPA 分析題項分佈	73
表 5-1	各服務站樣本分佈比較表	77
表 5-2	各服務站加強改善重點	79
表 5-3	各服務站週邊資源與推廣遊憩活動	81

圖 次

圖 2-1	期望不一致性模型.....	5
圖 3-1	重要－表現程度分析模式圖.....	12
圖 4-1	二子坪重視、滿意度 IPA 分析	20
圖 4-2	大屯站重視、滿意度 IPA 分析	26
圖 4-3	大屯站重視、滿意度 IPA 分析	32
圖 4-4	天溪園重視、滿意度 IPA 分析	38
圖 4-5	冷水坑重視、滿意度 IPA 分析	44
圖 4-6	故事館重視、滿意度 IPA 分析	50
圖 4-7	陽明書屋重視、滿意度 IPA 分析	56
圖 4-8	遊客中心重視、滿意度 IPA 分析	62
圖 4-9	龍鳳谷重視、滿意度 IPA 分析	68
圖 4-10	擎天崗重視、滿意度 IPA 分析	74

第一章、緒論

一、前言

陽明山國家公園具有豐富的人文、地質與生態資源，且位於大台北都會區邊緣，於民國 74 年成立，隨著國民生活品質提高，國民休閒需求日增，導致遊客數量與日俱增，遊憩服務設施與資源景觀在假日期間均承受過度使用之壓力，為了服務遊客及發展休閒遊憩，管理單位為合理利用區內的資源，調查與分析陽明山國家公園各個服務站遊客重視程度與滿意程度，以界定符合旅客之設施與服務，研究成果將能提供主管單位研擬遊客管理與服務策略，並作為經營管理之參考。

二、研究目的

依據前言所述，故本研究目的包括：

1. 分析陽明山國家公園各服務站旅客型態。
2. 分析陽明山國家公園各服務站，旅客對服務與設施的重視與滿意程度。
3. 透過 IPA 分析，界定出需要加強改善的服務與設施。

第二章、文獻回顧

文獻探討將依照本文的主題，探討體驗與滿意度的定義。

一、體驗

以休閒遊憩的角度觀之，學者 Clawson and Knetsch（1969）曾對於休閒體驗從五個階段解析之，依序為：體驗前的期待、體驗去程途中、體驗目的地、體驗返程途中以及回憶等五階段，在每個階段會有不同的即時休閒感受，內容包含了休閒從事者的情緒、印象與看法（Mannell, 1980）。其中所謂的體驗，是經歷活動後，對活動內容進行處理與分析，是一種與當時的時間、空間聯繫的精神過程。獲得體驗是經由活動與環境而成，且不同的活動及環境組合，將產生不同的體驗，特殊活動及環境組合的序列與相對的期望成份是互相影響。換言之，體驗不是單純、簡單的感覺，而是對一種行為的解釋性意識，並且是一種與當時之時間、空間相聯繫的精神過程（Kelly, 1987）。

Iso-Ahola, & Mannell,（1985）將體驗可以解析成三個主要概念，分別為：

- 1.多維度（Multi-Dimensional Nature）：體驗可以同時包含很多面向，無論是正向感受、壓力、不愉快的體驗等。
- 2.短暫性（Transitory Nature）：體驗的發生多是短暫的、片段性的。
- 3.多階段（Multi-phase Nature）：體驗必須包含幾個階段，例如：到某地旅行、在某地活動、旅行回來、回憶等等階段。

Schmitt（1999）曾試圖從行銷角度解析體驗，提出體驗是個體對某些刺激產生的回應。換言之，體驗並不會自發，而是透過交互作用的事物的回應所誘發，這個誘發不會重複，沒有人的體驗會完全相像，體驗通常會藉由事件的直接觀察或參與而造成，不論事件是真實的、夢幻的或是虛擬

的，需經由消費者對某事件的一些遭遇、經歷，產生感官、思維與心靈上的刺激所引發。

若將體驗的概念運用在休閒遊憩的領域，Wearing & Wearing (1996) 亦曾提出類似的看法，他們主張遊憩體驗是指遊客與遊憩空間的互動而產生的意義，而這種個別的意義會受到遊客本身的文化和社會背景、旅遊的目的、同伴及行銷傳播等所影響。另一方面從遊客的觀點而言，遊客在從事遊憩活動中期盼獲得真實性體驗，也就是不以保守的社會觀念與規則約制遊客的思維，而是讓遊客從活動中發掘不同的社會價值與體驗，進而體認真實自我的存在。此外，體驗也可視為個體獲得滿意度中的一項過程，也就是體驗的收獲會影響參與者的滿意度 (Kim & Jamal, 2007)。

二、滿意度

自 1960 年左右，消費者滿意度議題逐漸受到重視，並由 Cardozo(1964) 在行銷學範疇率先提出「顧客滿意度」之概念。接續 Howard and Sheth(1969) 將滿意度的概念應用於消費者理論中，他提出滿意度是付出與實際獲得是否合理的一種感受。換言之，當消費者在購買一種產品時，會對於這項購買有一定的期望，當這項選擇的結果比預期好或差不多時，消費者會產生滿足的感覺，反之則會不然。而後 Olshavsky & Miller (1972) 與 Anderson (1973) 也陸續針對顧客滿意度進行研究，其理論成為後來許多顧客滿意度研究之基礎 (Millan & Esteban, 2004)。

本節針對滿意度的探討，將先說明滿意度的定義為消費者比較購買行為之前，對產品或服務的預期 (Exoectation) 與購買服務或產品後所感覺的績效表現 (Perceived Performance) 之間的差異 (Kotler, 2001)。並針對本研究主體遊憩設施或服務，設計出遊憩設施或服務滿意度衡量方式。

(一)、滿意度的定義

遊憩滿意度評估理論主要有四種，包括：期望不一致理論、公正理論、基準理論、整體服務認知理論 (Yoon & Uysal, 2005)，其中以「期望不一致

理論 (Expectancy Disconfirmation Theory)」，最廣為遊憩研究所應用 (Wong & Law, 2003)。所謂期望不一致理論，係指顧客滿意度主要取決於顧客預期的產品或服務與實際實現之程度，也就是預期和實際實現結果是否一致的程度。換言之，顧客消費產品或服務前的期望，與消費後的結果作比較，作為滿意或不滿意的判斷 (Oliver, 1980) (詳見圖 2-1)。該理論偏重檢測期望與實際表現的關係，當期望高於實際表現時，消費者會感到不滿意；當實際表現等於期望表現時，消費者會感到滿意；但當實際表現遠高於期望時，消費者則會感到非常滿意。就如同 Kotler (2001) 所言，顧客滿意度是顧客對產品的知覺績效與個人對產品預期比較後，所產生愉快或失望的感覺，滿意度的高低是受知覺績效與預期的影響。如果知覺績效於顧客事前之預期，顧客將會產生不滿意，如果知覺績效符合或高於事前之預期，顧客則會感到滿意或非常滿意。

Oliver (1981) 後續的研究則說明，滿意度是消費者不確定期望和消費者最初期望的差異，所產生最終的心理狀態有關，是消費者在購買產品、使用服務及消費過程中所有活動的最終結果，而不是僅只於產品或服務的觀賞或直接消費而已，是經由經驗而產生的一種態度，而顧客所知覺的產品績效和個人期望的差異程度，是知覺期望和績效的函數。因此滿意度為判斷消費期間 (包含產品或服務) 所提供的滿意程度的水平。相對於服務品質較為明確，顧客滿意度則顧及到全面，所以服務品質是認知的，而顧客滿意度則為情意的 (Oliver, 1997)。

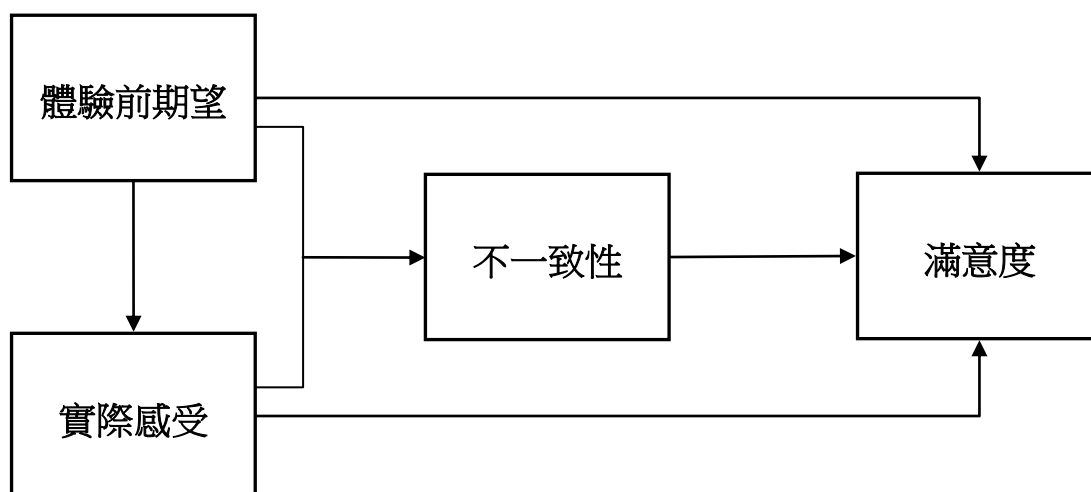


圖 2-1 期望不一致性模型

資料來源：Oliver, R. L. (1980).

(二)、滿意度於遊憩設施或服務的應用

滿意度的評量常常被作為衡量遊憩設施或服務成功與否的主要依據 (Baker & Crompton, 2000)，也就是所謂的遊憩滿意度。遊憩滿意度係指遊客在進行休閒遊憩後，對於當時與休閒遊憩有關之人事時地物的一種內外心理反應與感受，亦是對休閒遊憩活動好壞與否的評價。

回顧遊憩滿意度在遊憩設施或服務為主題的研究，包括 Yuan, Morrison, Cai and Linton (2008) 以印第安納葡萄酒與美食節為研究背景，探討消費者態度、先前行為、滿意度、知覺價值與行為意圖。Cole and Chancellor (2009) 探討不同屬性對於遊客整體體驗品質、滿意度與再訪意願的影響。Kim, Suh and Eves (2010) 以 2008 年南韓泡菜節為例，建構飲食人格特質、滿意度和忠誠度之關係。Yoon, Lee and Lee (2010) 分析遊憩服務品質、知覺價值、滿意度與忠誠度之關係。

從各家研究充分顯示，遊憩滿意度的研究普遍地應用於景點市場的定位，及擬定競爭策略的參考依據，是一項極具預測性並可用於預估顧客重遊或推薦景點意願的指標 (Valle, Correia & Rebelo, 2008)。Lee et al. (2008) 的研究更明確指出，遊憩設施或服務的內涵對於遊客體驗很重要，其中的

內容對於顧客滿意度有正向影響，滿意度則會影響長期顧客關係與重複消費意願。

(三)、滿意度的衡量

遊憩滿意度是遊憩目的地常常拿來檢視消費者對產品或服務的工具，許多遊憩相關研究都相當著重遊憩滿意度探討（Kim, Suh, & Eves, 2010）。而遊憩設施或服務遊憩滿意度的衡量方式可以歸納下三種：

1. 整體滿意度（Overall Satisfaction）：採相對簡化的觀點，即將滿意度視為一個整體性、概括性的概念。支持的學者如 Czepiel（1974）認為滿意度可視為一整體性的評估，代表消費者對產品不同屬性的主觀反應之總合。Aiello and Rosenberg（1976）也提出消費者滿意程度可視為一種整體性的反應。Yoon et al.（2010）則指出參與者對服務或產品經驗的情感反應與遊憩整體滿意度有關。
2. 分項滿意度：亦稱為綜合性尺度，即利用多重屬性個別衡量分項滿意程度，再以加總求得整體的滿意度（Fornell, 1992）。Singh（1991）則從社會心理學與組織理論中引申出滿意度須透過構面解析，並且指出顧客滿意的衡量會因產業或研究對象不同而有所差異。Lee, Lee and Wicks（2004）則指出，遊憩設施或服務依照不同類型的參與者，會對商品或服務之個別屬性（構面）構成體驗，再整合成滿意度。
3. 整合整體滿意度與分項滿意度：即結合整體滿意與綜合性尺度的優點發展而來的衡量方式，支持的學者如 Baker and Crompton（2000）建議應在整體性評估加入細項衡量，以反應出吸引參與者的獨特優勢滿意度。Arabatzis and Grigoroudis（2010）也認為遊客停留時參與的各項活動、價位感受和服務，包含分項與整體。

由於不同遊客於滿意度表現上具明顯差異，因此 Devesa, Laguna & Palacios (2010)認為，分析滿意度有必要一併探討不同族群對特定滿意度因素屬性。因此本研究探討滿意度變相，將著眼期望不一致理論（Expectancy

Disconfirmation Theory)，並將滿意度的定義為消費者比較購買行為之前，對產品或服務的預期（Exoectation）與購買服務或產品後所感覺的績效表現（Perceived Performance）之間的差異（Kotler, 2001），這些差異包含遊憩設施或服務各種相關活動、服務與設施...等，解析為構面則包括下列四項：

- 1.個人因素，包括個人的社經背景、旅遊特性與期望偏好等心理因子；
- 2.環境因素，包括社會環境與自然環境；
- 3.活動因素，包括各類型活動、活動內容設計；
- 4.經營設施因素，包括活動設施、維護管理與服務。

第三章、研究方法

第一節、問卷設計與調查方法

一、問卷設計

針對實施遊憩據點遊客重視程度與滿意程度現況調查，問卷設計內容係考量遊客從事活動時所接觸之各種設施與服務，結構化為四大構面，分別為：「解說設施」、「公共設施」、「遊客服務」、「心理體驗」（詳見附件）。各構面涵蓋子題說明如下：

「解說設施」構面包括八個子題，分別為：(1-1).解說牌誌；(1-2).摺頁出版品；(1-3).視聽多媒體；(1-4).解說陳列展示；(1-5).解說導覽機台；(1-6).公車即時資訊；(1-7).陽明山國家公園導覽 APP；(1-8).解說 QR。

「公共設施」構面包括十個子題，分別為：(2-1).廁所；(2-2).育嬰設備（哺乳室、廁所換尿布台等）；(2-3).步道；(2-4).景觀亭台及休憩座椅；(2-5).停車場；(2-6).iTaiwan 無限上網；(2-7).遊憩路徑指標；(2-8).無障礙設施（停車、坡道、廁所、輪椅）；(2-9).安心設施（逃生指引、消防設施、緊急求救鈴、急救包、AED 急救站）；(2-10).貼心設施（手機充電、飲水機、老花眼鏡、紀念章）。

「遊客服務」構面包括四個子題，分別為：(3-1).解說人員態度親切和藹；(3-2).解說人員能主動樂意協助遊客；(3-3).解說人員解說內容簡潔易懂；(3-4). 解說人員提供正確的相關資訊。

「心理體驗」構面包括三個子題，分別為：(4-1).遊憩區內舒適不擁擠；(4-2).整體環境之整潔；(4-3).遊憩區內寧靜不吵雜。

上述四構面共包含 25 子題，各子題提出重視程度與滿意程度問項。此外，為了避免遊客當次未使用部分設施與服務，以致無法填答，故於滿意度問項中設有「未使用（或不知道）」選項供遊客填選。

問卷除重視程度與滿意程度提問外，另詢問旅客基本資料，供本研究分析遊客分佈，包括：性別、年齡、居住地、教育背景、職業、交通工具、旅遊地點、曾來本地旅遊次數、重遊意願等。

二、調查地點

本研究問卷調查地點以陽明山國家公園所設遊憩服務據點為主，包含遊客中心、擎天崗管理站、冷水坑服務站、小油坑管理站、大屯服務站、二子坪服務站、龍鳳谷管理站、竹子湖蓬萊米原種田故事館、天溪園生態教育中心及陽明書屋服務站等 10 個據點。

二、抽樣方法

問卷由遊憩服務據點服務人員於平日及假日發放，抽樣方式採便利抽樣。規劃每季每據點應回收數量為 300 份，惟問卷數量會因各遊憩服務據點之現場天候狀況、整修閉館、季節性休館（天溪園）等因素未達 300 份。

第二節、資料分析方式

一、敘述性統計（**Descriptive Statistics**）

運用描述性統計可以整理、描述、解釋樣本資訊，透過簡單明瞭之統計量描述統整樣本資訊。研究中運用之統計工具與統計量包括：次數分配、描述性統計量、百分比、平均數、標準差...等。本研究將透過敘述性統計說明本研究各量表的樣本分佈情形。

二、重要－表現程度分析法（**IPA**）

本研究滿意度定義採用期望不一致理論（**Expectancy Disconfirmation Theory**），評量測的方式將依循「重要－表現程度分析法（**IPA**）」，本節將說明 **IPA** 分析之概念與步驟。

（一）、重要－表現程度分析法（**IPA**）概述

重要－表現程度分析法（Important Performance Analysis；IPA），是藉由「重視程度」：對消費者的重要性與「表現程度」：消費者認為表現情形的測量，將特定服務或產品的相關屬性優先排序的方法（Sampson & Showalter, 1999）。

重要－表現程度分析法於 1977 年由 Martilla & James (1977) 提出，他們透過 IPA 分析機車產品中的屬性研究，其內容假設顧客對機車產品屬性的滿意水準，源自顧客對產品或服務的期望與評價，並將重要性與表現情形的平均得分製圖於一個二維矩陣中，在矩陣中的尺度和象限的位置可以識需求訂定，檢視重點在於矩陣中各不同點的相關位置。藉由不同服務產品屬性的相關位置，可用以分析產品或服務的屬性，進而加以改善或提出建議。

Guadagnolo（1985）將重要－表現程度分析法（IPA）主要可以解答三種的問題：

1. 定義出讓使用者感到重要與滿意的產品與服務為何；
2. 驗證每一規畫特性與其他特性比較下的相對重視程度；
3. 驗證行政機關在每一個特性上的表現。

這顯示 IPA 分析可以同時解析規畫者提供之服務與使用者之評價，稱之為雙重機制，對於經營管理者來說而言，IPA 分析是一種相當重要的工具與資訊來源，足以做為日後繼續發展或中斷的參考資訊。又因其分析方式快速、容易使用，故 IPA 分析被認為是測量休閒活動及服務的理想工具（Hollenhorst, Olson & Fortney, 1992）。

（二）、重要－表現程度分析法（IPA）步驟

進行 IPA 分析之前，必須先假設重視程度和表現程度的因果關係如下（Sampson & Showalter, 1999）：

- 1.重視程度和表現程度有關；
- 2.所知覺的重視程度與所知覺的表現情形是相反關係，意即當表現情形已經足夠時，其重視程度便降低；
- 3.重視程度是表現情形的導因函數，換言之，表現程度的改變也會導致重視程度的改變。

界定出重視程度和表現程度的關係後，重要－表現程度分析法（IPA）可以分為以下四個步驟（O'Sullivan, 1991）：

- 1.列出休閒活動或服務的各项屬性，並發展成為問卷問項；
- 2.請使用者針對這些屬性（問卷問項）在重視程度與表現程度評定等級。其中重視程度是指使用者對產品或服務各屬性（問卷問項）的偏好、重視程度，表現程度是該項產品或服務的提供者在這些方面的表現情形。
- 3.以重視程度為縱軸（Y 軸），表現程度為橫軸（X 軸），並以各屬性（問卷問項）評定之等級作為座標，將各屬性標示在二維空間的平面座標中。
- 4.以等級中點（middle point）為座標原點，X 軸與 Y 軸將座標平面分為 I、II、III、IV 四個象限（詳見圖 2-3-1）。各象限代表涵義說明如下：

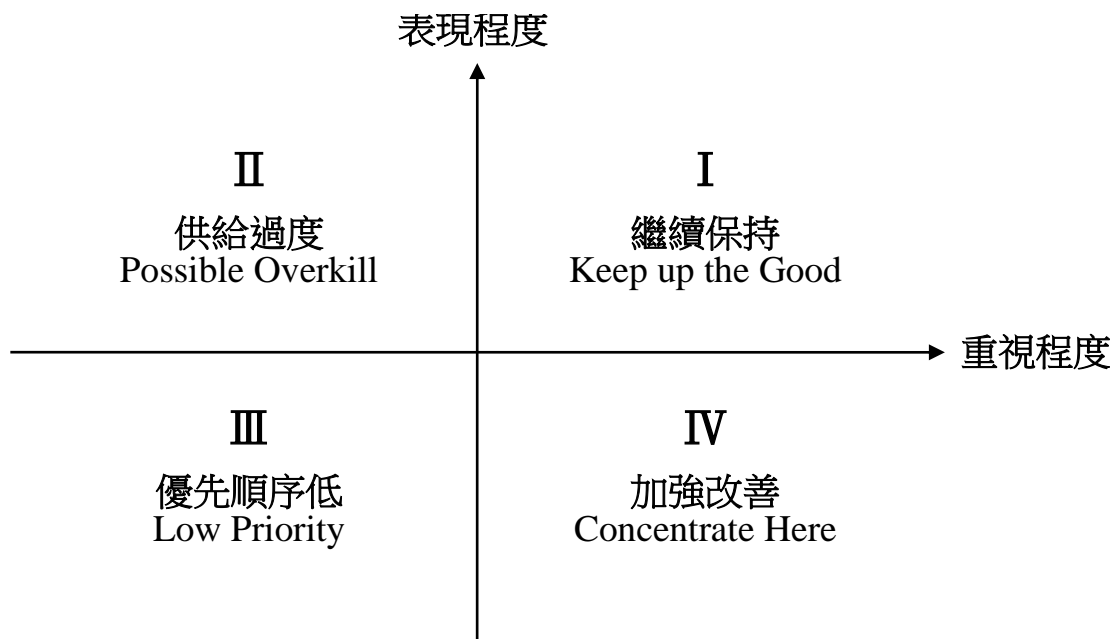


圖 3-1 重要－表現程度分析模式圖

- (1).第一象限（ I ）重視程度與表現程度的評價皆高，表示使用者非常重視的服務屬性，且服務規畫者目前的服務績效也表現極佳，落在此象限中的屬性應該「繼續保持（Keep Up the Good Work）」；
- (2).第二象限（ II ）重視程度低但是表現程度高，表示使用者不重視的服務屬性，但服務規畫者卻擁有極佳的服務績效，此象限的屬性可能是「供給過度（Possible Overkill）」；
- (3).第三象限（ III ）重視程度低且是表現程度低，表示使用者不重視的服務屬性，且服務規畫者服務績效也不佳，此象限中的屬性表示改善的「優先順序低（Low Priority）」；
- (3).第四象限（ IV ）重視程度高但表現程度低，表示使用者非常重視的服務屬性，但服務規畫者目前的服務績效並未達到消費者的期望服務水準，此象限中的屬性是供給服務者應該「加強改善（Concentrate Here）」。

O'Sullivan (1991) 進行重要－表現程度分析法 (IPA)，其座標原點以量表等級中點 (middle point) 做為原點。然而，Hollenhorst, Olson & Fortney (1992) 卻認為，應以重視程度與表現程度各自的總平均值 (overall mean) 為分隔點，會比使用等級中點的模式更具有判斷力，故在本研究中使用總平均值做為 X-Y 軸的分隔點。因此本研究將遊客對遊憩設施或服務各項指標的重視度視為 X 軸「重視程度」，將對活動實際體驗的滿意度，當成 Y 軸「表現程度」，再依「重視程度」與「表現程度」的總平均值設為原點。

第四章、實證分析

本研究採取問卷調查法，共募集 6589 份問卷，問卷各題均有零星之遺漏值，然而各題遺漏值均未佔總問卷數 1%，故後續分析樣本分佈與平均數，有遺漏值之問卷仍列入統計，但平均數分析與 IPA 分析會扣除遺漏值，並顯示各子題有效樣本數供參考。

本章以下各節統計分析旅遊服務站與問卷回收數依序為：(1).二子坪 800 份、(2).大屯站 800 份、(3).小油坑 800 份、(4).天溪園 670 份、(5).冷水坑 111 份、(6).故事館 799 份、(7)陽明書屋 780 份、(8)遊客中心 238 份、(9)龍鳳谷 791 份、(10) 擎天崗 800 份。

各站分析步驟依序為：(1)樣本特性分佈、(2)重視度與滿意度分析、(3)IPA 分析。最後透過 IPA 分析法，將遊客對陽明山國家公園提供之服務與設施的重視度為橫座標（X 軸），以滿意度為縱座標（Y 軸），依據重視度與體驗滿意度各構面總平均值為座標原點，將座標分成 I、II、III、IV 四個象限後，將各構面之重視滿意度標示於坐標平面上。

第一節、二子坪

二子坪共計 800 份問卷（詳見表 4-1），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 37.6%）；居住地最多為雙北地區（佔 72.6%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 51.0%）；職業分佈較均勻，最多為服務業（佔 14.4%）；搭程大眾交通工具（佔 44.6%）與自駕（佔 47.9%）前來遊客均約佔各半；約有 30.5%的旅客以來過二子坪 10 次以上；且所有旅客均願意再來陽明山國家公園。

表4-1 二子坪遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
性別	1. 男	342	42.8
	2. 女	458	57.3
年齡	1. 19 歲以下	75	9.4
	2. 20-35 歲	102	12.8
	3. 36-50 歲	164	20.5
	4. 51-64 歲	301	37.6
	5. 65 歲以上	158	19.8
居住地	1. 台北市	309	38.6
	2. 新北市	272	34.0
	3. 基隆市	32	4.0
	4. 桃園市	80	10.0
	5. 新竹市	21	2.6
	6. 新竹縣	9	1.1
	7. 苗栗縣	10	1.3
	8. 台中市	22	2.8
	9. 彰化縣	5	0.6
	10. 南投縣	3	0.4
	11. 雲林縣	1	0.1
	12. 嘉義縣	1	0.1
	13. 嘉義市	-	-
	14. 台南市	8	1.0
	15. 高雄市	18	2.3
	16. 屏東縣	-	-
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	1	0.1
	19. 宜蘭縣	6	0.8
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-
	23. 其他	2	0.3
教育背景(N=799)	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	11	1.4
	3. 高中(職)	221	27.6
	4. 大學(專)	408	51.0
	5. 研究所以上	159	19.9
職業	1. 學生	76	9.5
	2. 軍公教	90	11.3
	3. 工商貿易	98	12.3
	4. 製造業	54	6.8
	5. 專業技術人員	68	8.5
	6. 家管	44	5.5

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
	7. 服務業	115	14.4
	8. 退休人員	98	12.3
	9. 自由業	105	13.1
	10. 農林漁牧業	48	6.0
	11. 待業中	-	-
	12. 其他	4	0.5
此次所使用之主要交通工具	1. 自行車	10	1.3
	2. 機車	22	2.8
	3. 自行開車	383	47.9
	4. 搭乘大眾交通工具	357	44.6
	5. 遊覽車	27	3.4
	6. 步行	1	0.1
	7. 其他	-	-
過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	169	21.1
	2. 2-5 次	226	28.2
	3. 6-9 次	161	20.1
	4. 10 次以上	244	30.5
是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	800	100.0
	2. 不願意	-	-

整體而言，遊客對於二子坪各子題的重視度與滿意度均達 4 分以上水準（詳見表 4-2），即便少數題項未達 4 分，亦相當接近 4 分。其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示二子坪提供之解說服務滿足遊客所需。其中相對不滿意（低於 4 分）的設施與服務為：(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(2-2).育嬰設備。

表4-2 遊客對於二子坪重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 800)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	799	4.25	0.722	792	4.22	0.690	8
1-2. 摺頁出版品	799	4.09	0.727	776	3.98	0.679	24
1-3. 視聽多媒體	798	4.04	0.719	737	3.89	0.701	63
1-4. 陳列展示	799	4.03	0.720	710	3.91	0.708	90
1-5. 導覽機台	795	3.98	0.729	657	3.98	0.738	143
1-6. 公車資訊	798	4.28	0.667	785	4.20	0.706	15
1-7. 導覽 APP	797	4.20	0.696	756	4.15	0.642	44
1-8. 解說 QR	798	4.05	0.717	678	4.06	0.692	122
公共設施							
2-1. 廁所	800	4.35	0.655	792	4.08	0.707	8
2-2. 育嬰設備	798	4.03	0.685	584	3.95	0.725	216
2-3. 步道	800	4.46	0.629	797	4.30	0.645	3
2-4. 亭台座椅	800	4.36	0.685	798	4.25	0.671	2
2-5. 停車場	799	4.30	0.683	787	3.98	0.750	13
2-6. 無限上網	798	4.00	0.824	761	4.24	0.706	39
2-7. 路徑指標	798	4.30	0.672	791	4.26	0.626	9
2-8. 無障礙設施	799	4.35	0.659	783	4.24	0.645	17
2-9. 安心設施	796	4.34	0.656	776	4.20	0.659	24
2-10. 貼心設施	796	4.32	0.659	764	4.06	0.703	36
遊客服務							
3-1. 解說態度	798	4.80	0.443	795	4.75	0.482	5
3-2. 解說協助	799	4.82	0.412	794	4.76	0.479	6
3-3. 解說易懂	799	4.81	0.421	795	4.73	0.486	5
3-4. 解說正確	799	4.81	0.429	784	4.70	0.505	6
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	798	4.29	0.704	794	4.09	0.756	6
4-2. 環境整潔	798	4.37	0.679	797	4.36	0.661	3
4-3. 寧靜不吵	798	4.29	0.684	791	4.10	0.773	9

經本研究樣本分析結果，二子坪整體重視度平均落於 4.32，整體滿意度平均落於 4.22，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-2）標示於坐標平面上如圖 4-1，彙整於表 4-3，說明如下。

（一）、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是二子坪未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-8).無障礙設施；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-2).環境整潔。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為二子坪未來開拓新客源依據的區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌；「公共設施」構面之(2-6).無限上網、(2-7).路徑指標。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

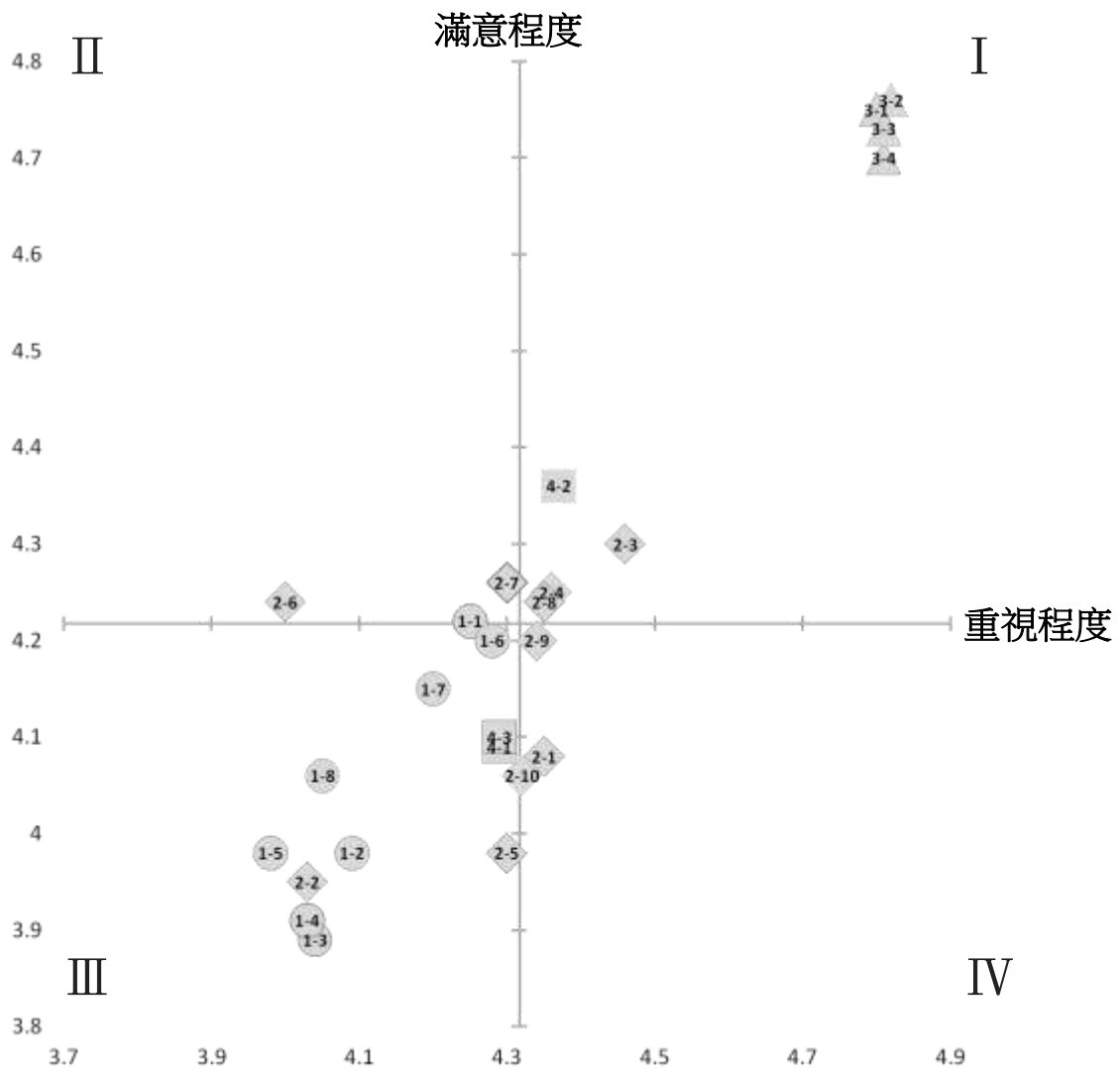
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為二子坪後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是二子坪首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

表4-3 二子坪重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
第 I 象限 繼續保持	<p>公共設施：(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-8).無障礙設施</p> <p>遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確</p> <p>心理體驗：(4-2).環境整潔。</p>
第 II 象限 供給過度	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌</p> <p>公共設施：(2-6).無限上網、(2-7).路徑指標</p>
第 III 象限 優先順序較低	<p>解說設施：(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR</p> <p>公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場</p> <p>心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵。</p>
第 IV 象限 加強改善的重點	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-1 二子坪重視、滿意度 IPA 分析

第二節、大屯站

二子坪共計 800 份問卷（詳見表 4-4），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 38.1%）；居住地最多為雙北地區（佔 78.0%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 50.2%）；職業分佈較均勻，最多為服務業（佔 15.2%）；大部份的遊客為自駕前來（佔 56.8%）；約有 28.7%的旅客以來過大屯站 10 次以上；且所有旅客均願意再來陽明山國家公園。

表4-4 大屯站遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	333	41.6
	2. 女	467	58.4
二、年齡	1. 19 歲以下	44	5.5
	2. 20-35 歲	86	10.8
	3. 36-50 歲	204	25.5
	4. 51-64 歲	305	38.1
	5. 65 歲以上	161	20.1
三、居住地	1. 台北市	328	41.0
	2. 新北市	296	37.0
	3. 基隆市	31	3.9
	4. 桃園市	46	5.8
	5. 新竹市	21	2.6
	6. 新竹縣	9	1.1
	7. 苗栗縣	4	0.5
	8. 台中市	26	3.3
	9. 彰化縣	2	0.3
	10. 南投縣	3	0.4
	11. 雲林縣	2	0.3
	12. 嘉義縣	2	0.3
	13. 嘉義市	1	0.1
	14. 台南市	11	1.4
	15. 高雄市	3	0.4
	16. 屏東縣	2	0.3
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	10	1.3
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
	23. 其他	3	0.4
四、教育背景(N=799)	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	28	3.5
	3. 高中(職)	211	26.4
	4. 大學(專)	402	50.2
	5. 研究所以上	158	19.8
五、職業	1. 學生	45	5.6
	2. 軍公教	84	10.5
	3. 工商貿易	120	15.0
	4. 製造業	61	7.6
	5. 專業技術人員	62	7.8
	6. 家管	63	7.9
	7. 服務業	125	15.6
	8. 退休人員	94	11.8
	9. 自由業	88	11.0
	10. 農林漁牧業	42	5.3
	11. 待業中	-	-
	12. 其他	16	2.0
六、此次所使用之主要交通工具	1. 自行車	10	1.3
	2. 機車	16	2.0
	3. 自行開車	454	56.8
	4. 搭乘大眾交通工具	303	37.9
	5. 遊覽車	17	2.1
	6. 步行	-	-
	7. 其他	-	-
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	172	21.5
	2. 2-5 次	229	28.6
	3. 6-9 次	169	21.1
	4. 10 次以上	230	28.7
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	800	100.0
	2. 不願意	-	-

整體而言，遊客對於大屯站各子題的重視度達 4 分以上水準（詳見表 4-5），僅(1-8).解說 QR、(2-6).無限上網的重視度相對低分（未達 4 分）。其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示大屯站提供之解說服務滿足遊客所需。該站各子題滿意度均有 4 分以上，顯示旅客對於該站提供之設施與服務均達滿意之水準。

表4-5 遊客對於大屯站重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 800)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	800	4.33	0.713	793	4.28	0.670	7
1-2. 摺頁出版品	800	4.14	0.738	779	4.08	0.708	21
1-3. 視聽多媒體	798	4.09	0.757	760	4.11	0.721	40
1-4. 陳列展示	798	4.08	0.751	775	4.07	0.724	25
1-5. 導覽機台	798	4.09	0.777	737	4.10	0.751	63
1-6. 公車資訊	800	4.33	0.719	763	4.23	0.739	37
1-7. 導覽 APP	800	4.08	0.772	692	4.14	0.703	108
1-8. 解說 QR	800	3.94	0.834	660	4.06	0.727	140
公共設施							
2-1. 廁所	800	4.44	0.647	794	4.26	0.707	6
2-2. 育嬰設備	800	4.03	0.742	610	4.06	0.708	190
2-3. 步道	799	4.42	0.640	793	4.35	0.694	7
2-4. 亭台座椅	800	4.32	0.709	793	4.30	0.681	7
2-5. 停車場	800	4.30	0.729	778	4.08	0.780	22
2-6. 無限上網	798	3.88	0.922	715	4.26	0.750	85
2-7. 路徑指標	796	4.26	0.727	784	4.29	0.646	16
2-8. 無障礙設施	800	4.33	0.684	761	4.24	0.722	39
2-9. 安心設施	800	4.38	0.653	751	4.28	0.648	49
2-10. 貼心設施	793	4.28	0.677	761	4.06	0.764	39
遊客服務							
3-1. 說態度	800	4.83	0.400	797	4.85	0.385	3
3-2. 解說協助	800	4.87	0.356	797	4.82	0.391	3
3-3. 解說易懂	800	4.86	0.382	787	4.82	0.399	13
3-4. 解說正確	800	4.83	0.402	786	4.81	0.418	14
心理體驗							
4-1. 適不擁擠	800	4.40	0.672	799	4.29	0.752	1
4-2. 環境整潔	800	4.50	0.633	796	4.46	0.642	4
4-3. 寧靜不吵	800	4.36	0.697	796	4.28	0.756	4

經本研究樣本分析結果，大屯站整體重視度平均落於 4.33，整體滿意度平均落於 4.30，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-4）標示於坐標平面上如圖 4-2，彙整於表 4-6，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是大屯站未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-2).環境整潔。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為大屯站未來開拓新客源依據的區域，本站無任何題項落在此象限。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

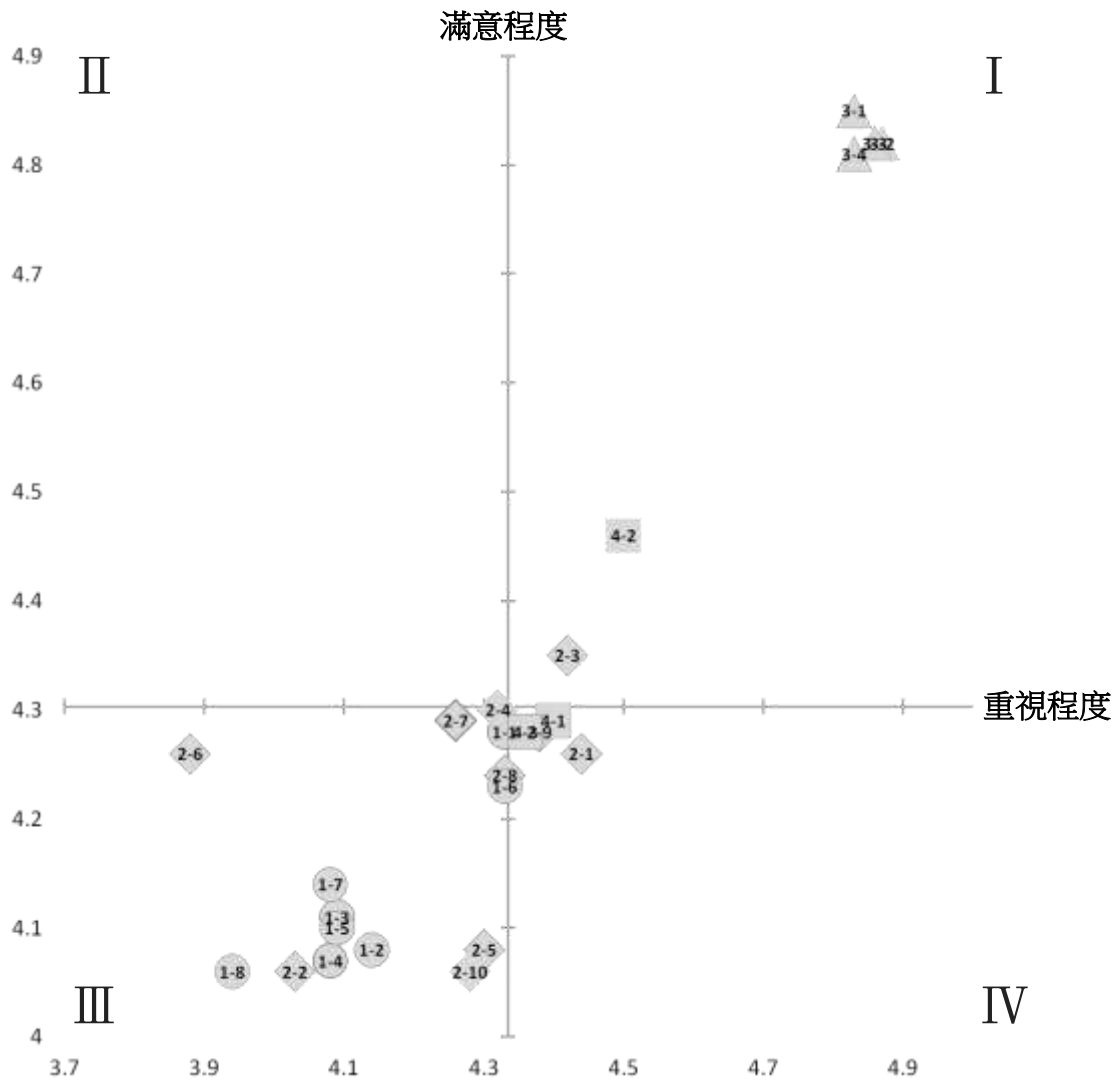
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為大屯站後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-7).路徑指標、(2-8).無障礙設施、(2-10).貼心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是大屯站首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-9).安心設施；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵。

表4-6 大屯站重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
第 I 象限 繼續保持	<p>公共設施：(2-3).步道</p> <p>遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確</p> <p>心理體驗：構面之(4-2).環境整潔</p>
第 II 象限 供給過度	無
第 III 象限 優先順序較低	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR</p> <p>公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-7).路徑指標、(2-8).無障礙設施、(2-10).貼心設施</p>
第 IV 象限 加強改善的重點	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-9).安心設施</p> <p>心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-2 大屯站重視、滿意度 IPA 分析

第三節、小油坑

小油坑共計 800 份問卷（詳見表 4-7），樣本男女比約為 5：5；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 41.1%）；居住地最多為北北基地區（佔 66.6%），顯示基隆因地緣接近而比例增加；教育背景以大學(專)為多數（佔 68.5%）；職業分佈以製造業（佔 23.3%）與專業技術人員（佔 23.4%）較多；大部份的遊客為搭乘大眾交通工具前來（佔 49.3%）；大部分旅客來過小油坑 2-5 次（佔 53.5%）；且所有旅客均願意再來陽明山國家公園。

表4-7 小油坑遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	394	49.3
	2. 女	406	50.7
二、年齡	1. 19 歲以下	6	0.8
	2. 20-35 歲	104	13.0
	3. 36-50 歲	271	33.9
	4. 51-64 歲	329	41.1
	5. 65 歲以上	90	11.3
三、居住地	1. 台北市	125	15.6
	2. 新北市	253	31.6
	3. 基隆市	155	19.4
	4. 桃園市	65	8.1
	5. 新竹市	42	5.3
	6. 新竹縣	5	0.6
	7. 苗栗縣	6	0.8
	8. 台中市	103	12.9
	9. 彰化縣	2	0.3
	10. 南投縣	2	0.3
	11. 雲林縣	3	0.4
	12. 嘉義縣	1	0.1
	13. 嘉義市	6	0.8
	14. 台南市	18	2.3
	15. 高雄市	5	0.6
	16. 屏東縣	-	-
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	9	1.1
	20. 澎湖縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-
	23. 其他	-	-
四、教育背景(N=799)	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	3	0.4
	3. 高中(職)	131	16.4
	4. 大學(專)	548	68.5
	5. 研究所以上	117	14.6
五、職業	1. 學生	19	2.4
	2. 軍公教	108	13.5
	3. 工商貿易	89	11.1
	4. 製造業	186	23.3
	5. 專業技術人員	187	23.4
	6. 家管	49	6.1
	7. 服務業	80	10.0
	8. 退休人員	54	6.8
	9. 自由業	27	3.4
	10. 農林漁牧業	-	-
	11. 待業中	-	-
	12. 其他	1	0.1
六、此次所使用之主要交通工具	1. 自行車	3	0.4
	2. 機車	9	1.1
	3. 自行開車	313	39.1
	4. 搭乘大眾交通工具	394	49.3
	5. 遊覽車	76	9.5
	6. 步行	5	0.6
	7. 其他	-	-
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	246	30.8
	2. 2-5 次	428	53.5
	3. 6-9 次	110	13.8
	4. 10 次以上	16	2.0
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	800	100
	2. 不願意	-	-

整體而言，遊客對於小油坑各子題的重視度均達 4 分以上水準（詳見表 4-8），但對於(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 的重視度相對偏低。滿意度的部分，遊客該站對(2-1).廁所、(2-2).育嬰設備的滿意度相對偏低（未達 4 分），其餘各子題滿意度均有 4 分以上。然該站提供之服務或設施，有相當比例之旅客其實並未使用。值得一提的是，本站旅客填答問卷均確實，樣

本完全沒有遺漏值。

表4-8 遊客對於小油坑重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 800)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	800	4.67	0.470	800	4.18	0.664	0
1-2. 摺頁出版品	800	4.61	0.487	725	4.05	0.660	75
1-3. 視聽多媒體	800	4.49	0.596	584	4.14	0.693	216
1-4. 陳列展示	800	4.42	0.564	800	4.06	0.650	0
1-5. 導覽機台	800	4.46	0.578	472	4.33	0.612	328
1-6. 公車資訊	800	4.57	0.528	769	4.09	0.787	31
1-7. 導覽 APP	800	4.28	0.696	536	4.09	0.738	264
1-8. 解說 QR	800	4.13	0.755	457	4.03	0.694	343
公共設施							
2-1. 廁所	800	4.72	0.450	800	3.95	0.723	0
2-2. 育嬰設備	800	4.41	0.546	369	3.85	0.672	431
2-3. 步道	800	4.69	0.465	782	4.13	0.654	18
2-4. 亭台座椅	800	4.40	0.593	714	4.21	0.668	86
2-5. 停車場	800	4.36	0.700	693	4.05	0.736	107
2-6. 無限上網	800	4.31	0.753	524	4.11	0.719	276
2-7. 路徑指標	800	4.67	0.470	800	4.04	0.735	0
2-8. 無障礙設施	800	4.43	0.665	443	3.93	0.659	357
2-9. 安心設施	800	4.48	0.691	474	4.15	0.687	326
2-10. 貼心設施	800	4.44	0.692	706	4.45	0.719	94
遊客服務							
3-1. 解說態度	800	4.73	0.443	800	4.51	0.500	0
3-2. 解說協助	800	4.61	0.487	800	4.47	0.499	0
3-3. 解說易懂	800	4.58	0.493	717	4.43	0.495	83
3-4. 解說正確	800	4.78	0.415	800	4.56	0.497	0
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	800	4.62	0.486	800	4.38	0.486	0
4-2. 環境整潔	800	4.60	0.489	800	4.20	0.679	0
4-3. 寧靜不吵	800	4.57	0.496	800	4.46	0.498	0

經本研究樣本分析結果，小油坑整體重視度平均落於 4.52，整體滿意度平均落於 4.19，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-6）標示於坐標平面上如圖 4-3，彙整於表 4-9，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是小油坑未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為小油坑未來開拓新客源依據的區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-5).導覽機台；「公共設施」構面之(2-4).亭台座椅、(2-10).貼心設施。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

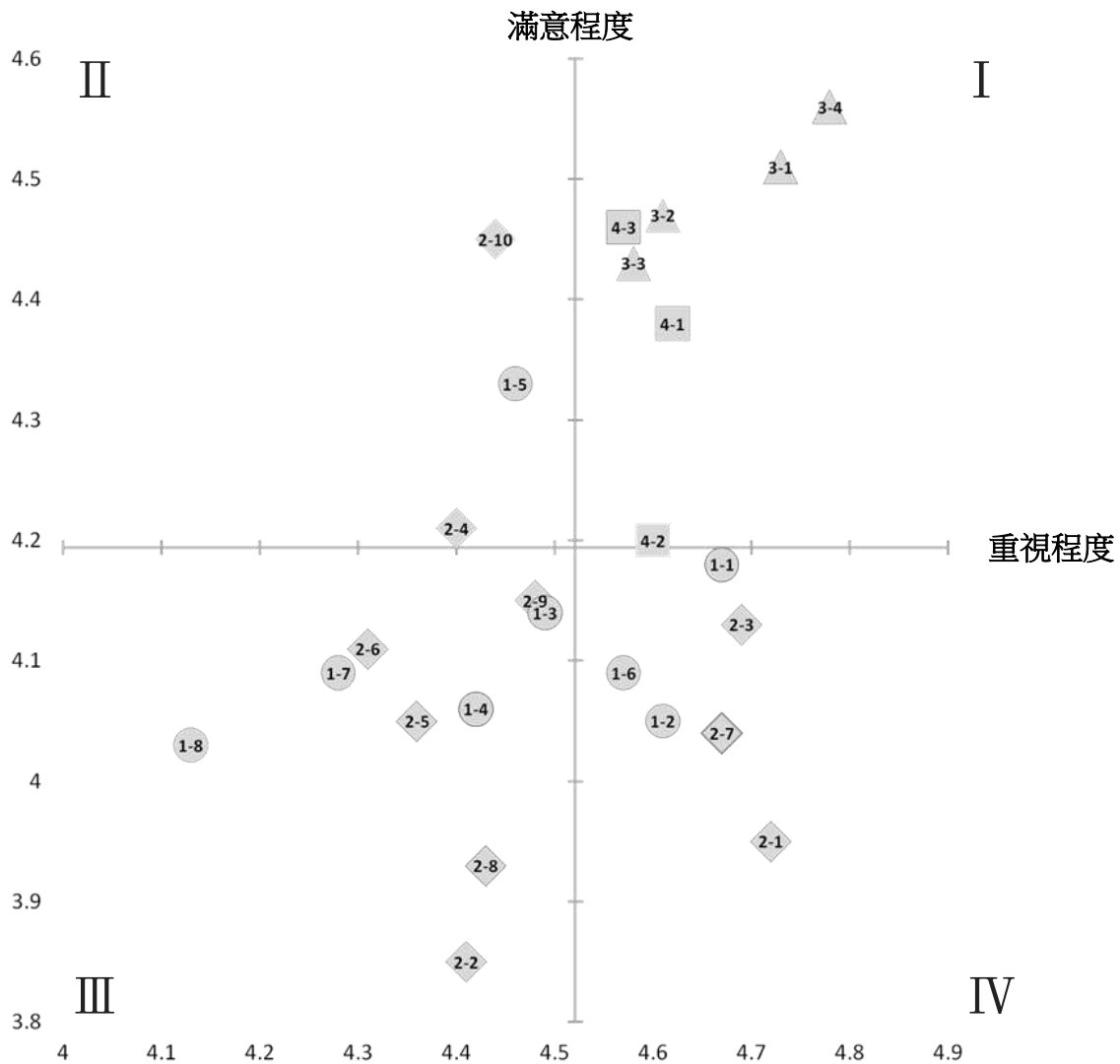
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為小油坑後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之 (1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是小油坑首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-6).公車資訊；「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-3).步道、(2-7).路徑指標。

表4-9 小油坑重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
第 I 象限 繼續保持	<p>遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確</p> <p>心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。</p>
第 II 象限 供給過度	<p>解說設施：(1-5).導覽機台</p> <p>公共設施：(2-4).亭台座椅、(2-10).貼心設施。</p>
第 III 象限 優先順序較低	<p>解說設施：(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR</p> <p>公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施。</p>
第 IV 象限 加強改善的重點	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-6).公車資訊</p> <p>公共設施：(2-1).廁所、(2-3).步道、(2-7).路徑指標。</p>



解說設施

- 1-1. 解說牌誌
- 1-2. 摺頁出版品
- 1-3. 視聽多媒體
- 1-4. 陳列展示
- 1-5. 導覽機台
- 1-6. 公車資訊
- 1-7. 導覽 APP
- 1-8. 解說 QR

公共設施

- 2-1. 廁所
- 2-2. 育嬰設備
- 2-3. 步道
- 2-4. 亭台座椅
- 2-5. 停車場
- 2-6. 無限上網
- 2-7. 路徑指標
- 2-8. 無障礙設施
- 2-9. 安心設施
- 2-10. 貼心設施

遊客服務

- 3-1. 解說態度
- 3-2. 解說協助
- 3-3. 解說易懂
- 3-4. 解說正確

心理體驗

- 4-1. 舒適不擁擠
- 4-2. 環境整潔
- 4-3. 寧靜不吵

圖 4-3 大屯站重視、滿意度 IPA 分析

第四節、天溪園

天溪園共計 670 份問卷（詳見表 4-10），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 43.4%）；居住地最多為雙北地區（佔 86.0%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 53.7%）；職業分佈以退休人員（佔 18.5%）較多；大部份的遊客為自行開車前來（佔 53.6%）；大部分旅客是第 1 次前來天溪（佔 60.7%）；大約有 97.9%的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-10 天溪園遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 670)	樣本數	百分比	
一、性別(N=659)	1. 男	245	36.6
	2. 女	414	61.8
二、年齡(N=657)	1. 19 歲以下	57	8.5
	2. 20-35 歲	76	11.3
	3. 36-50 歲	154	23.0
	4. 51-64 歲	291	43.4
	5. 65 歲以上	79	11.8
三、居住地(N=661)	1. 台北市	311	46.4
	2. 新北市	265	39.6
	3. 基隆市	14	2.1
	4. 桃園市	45	6.7
	5. 新竹市	3	0.4
	6. 新竹縣	4	0.6
	7. 苗栗縣	1	0.1
	8. 台中市	5	0.7
	9. 彰化縣	-	-
	10. 南投縣	-	-
	11. 雲林縣	-	-
	12. 嘉義縣	-	-
	13. 嘉義市	-	-
	14. 台南市	1	0.1
	15. 高雄市	2	0.3
	16. 屏東縣	-	-
	17. 台東縣	1	0.1
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	3	0.4
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 670)		樣本數	百分比
	23. 其他	6	0.9
四、教育背景(N=648)	1. 自修	3	0.4
	2. 國小/中	49	7.3
	3. 高中(職)	114	17.0
	4. 大學(專)	360	53.7
	5. 研究所以上	122	18.2
五、職業(N=657)	1. 學生	73	10.9
	2. 軍公教	79	11.8
	3. 工商貿易	56	8.4
	4. 製造業	36	5.4
	5. 專業技術人員	43	6.4
	6. 家管	94	14.0
	7. 服務業	86	12.8
	8. 退休人員	124	18.5
	9. 自由業	27	4.0
	10. 農林漁牧業	1	0.1
	11. 待業中	2	0.3
	12. 其他	36	5.4
六、此次所使用之主要交通工具(N=658)	1. 自行車	6	0.9
	2. 機車	56	8.4
	3. 自行開車	359	53.6
	4. 搭乘大眾交通工具	182	27.2
	5. 遊覽車	31	4.6
	6. 步行	17	2.5
	7. 其他	7	1.0
七、過去曾來本地區旅遊幾次(N=660)	1. 第 1 次	407	60.7
	2. 2-5 次	167	24.9
	3. 6-9 次	19	2.8
	4. 10 次以上	67	10.0
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊(N=659)	1. 願意	656	97.9
	2. 不願意	3	0.4

整體而言，遊客對於天溪園各子題的重視度與滿意度均達 4 分以上水準（詳見表 4-11），其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示天溪園提供之解說服務滿足遊客所需。然該站提供之無限上網服務，僅 11 名旅客有使用（佔 2%），顯示使用率相當低。

表4-11 遊客對於天溪園重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 670)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	616	4.26	0.734	582	4.26	0.789	88
1-2. 摺頁出版品	569	4.14	0.796	532	4.30	0.754	138
1-3. 視聽多媒體	597	4.41	0.722	564	4.54	0.614	106
1-4. 陳列展示	574	4.16	0.776	529	4.29	0.751	141
1-5. 導覽機台	554	4.09	0.860	486	4.29	0.752	184
1-6. 公車資訊	-	-	-	-	-	-	-
1-7. 導覽 APP	537	4.14	0.878	460	4.33	0.763	210
1-8. 解說 QR	529	4.07	0.913	452	4.37	0.746	218
公共設施							
2-1. 廁所	631	4.64	0.570	596	4.61	0.583	74
2-2. 育嬰設備	492	4.08	0.995	419	4.39	0.705	251
2-3. 步道	630	4.60	0.595	606	4.53	0.626	64
2-4. 亭台座椅	598	4.38	0.776	564	4.36	0.768	106
2-5. 停車場	585	4.43	0.751	554	4.44	0.689	116
2-6. 無限上網	14	4.57	0.646	11	4.36	0.674	659
2-7. 路徑指標	590	4.44	0.710	562	4.27	0.794	108
2-8. 無障礙設施	569	4.32	0.776	510	4.35	0.746	160
2-9. 安心設施	579	4.43	0.735	509	4.40	0.721	161
2-10. 貼心設施	590	4.39	0.769	532	4.46	0.702	138
遊客服務							
3-1. 解說態度	642	4.87	0.351	624	4.89	0.315	46
3-2. 解說協助	640	4.85	0.366	623	4.89	0.342	47
3-3. 解說易懂	639	4.85	0.386	624	4.87	0.376	46
3-4. 解說正確	641	4.85	0.379	623	4.86	0.362	46
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	638	4.76	0.486	619	4.81	0.432	51
4-2. 環境整潔	638	4.78	0.454	619	4.79	0.460	51
4-3. 寧靜不吵	639	4.78	0.460	619	4.81	0.444	51

經本研究樣本分析結果，天溪園整體重視度平均落於 4.47，整體滿意度平均落於 4.52，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-8）標示於坐標平面上如圖 4-4，彙整於表 4-12，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是天溪園未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-3).步道；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為天溪園未來開拓新客源依據的區域，落於本象限的子題包括「解說設施」構面之(1-3).視聽多媒體。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

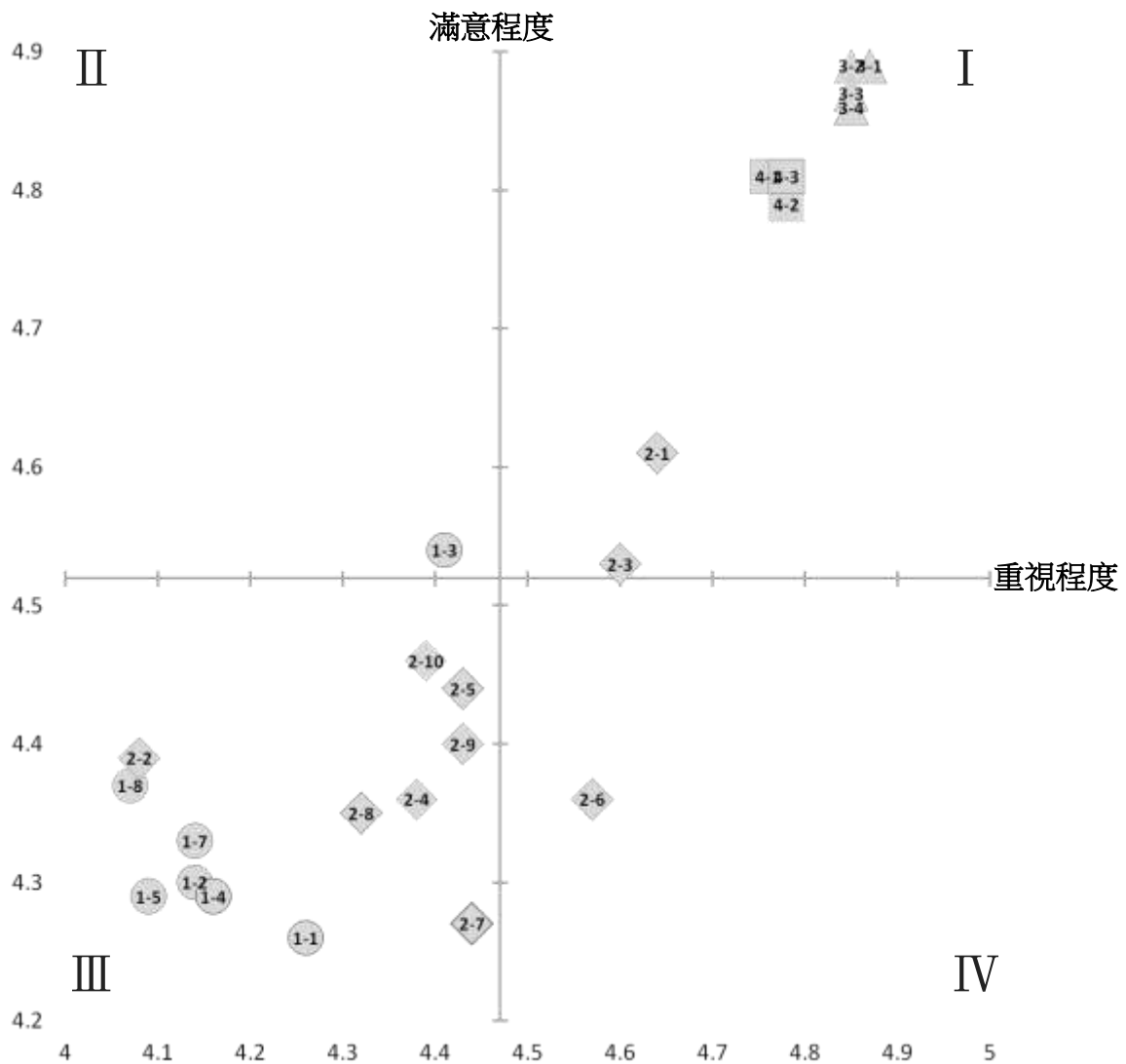
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為天溪園後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-7).路徑指標、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是天溪園首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-6).無限上網，但此題未使用的遊客佔大多數，有效樣本數未達 15 位，故該結果有待商榷。

表4-12 天溪園重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-3).步道 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>解說設施：(1-3).視聽多媒體</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-7).路徑指標、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>公共設施：(2-6).無限上網</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-4 天溪園重視、滿意度 IPA 分析

第五節、冷水坑

冷水坑共計 111 份問卷（詳見表 4-13），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 28.8%）；居住地最多為雙北地區（佔 71.1%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 58.6%）；職業分佈以學生（佔 26.1%）較多；大部份的遊客搭乘大眾交通工具前來（佔 51.4%）；大部分旅客以來過冷水坑 2-5 次前來天溪(佔 41.4%)；大約有 98.2%的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-13 冷水坑遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 111)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	46	41.4
	2. 女	65	58.6
二、年齡	1. 19 歲以下	13	11.7
	2. 20-35 歲	27	24.3
	3. 36-50 歲	31	27.9
	4. 51-64 歲	32	28.8
	5. 65 歲以上	8	7.2
三、居住地	1. 台北市	42	37.8
	2. 新北市	37	33.3
	3. 基隆市	-	-
	4. 桃園市	14	12.6
	5. 新竹市	-	-
	6. 新竹縣	-	-
	7. 苗栗縣	1	0.9
	8. 台中市	3	2.7
	9. 彰化縣	-	-
	10. 南投縣	-	-
	11. 雲林縣	-	-
	12. 嘉義縣	1	0.9
	13. 嘉義市	-	-
	14. 台南市	1	0.9
	15. 高雄市	2	1.8
	16. 屏東縣	-	-
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	1	0.9
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	1	0.9
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 111)		樣本數	百分比
	23. 其他	8	7.2
四、教育背景(N=109)	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	11	9.9
	3. 高中(職)	17	15.3
	4. 大學(專)	65	58.6
	5. 研究所以上	16	14.4
五、職業	1. 學生	29	26.1
	2. 軍公教	10	9.0
	3. 工商貿易	9	8.1
	4. 製造業	7	6.3
	5. 專業技術人員	4	3.6
	6. 家管	12	10.8
	7. 服務業	18	16.2
	8. 退休人員	10	9.0
	9. 自由業	4	3.6
	10. 農林漁牧業	-	-
	11. 待業中	1	0.9
	12. 其他	7	6.3
六、此次所使用之主要交通工具(N=110)	1. 自行車	1	0.9
	2. 機車	10	9.0
	3. 自行開車	31	27.9
	4. 搭乘大眾交通工具	57	51.4
	5. 遊覽車	6	5.4
	6. 步行	5	4.5
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	19	17.1
	2. 2-5 次	46	41.4
	3. 6-9 次	11	9.9
	4. 10 次以上	35	31.5
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	109	98.2
	2. 不願意	2	1.8

整體而言，遊客對於冷水坑各子題的重視度與滿意度均達 4 分以上水準（詳見表 4-14），其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示冷水坑提供之解說服務滿足遊客所需。然而本站問卷蒐集數量偏低，可能影響準確程度。

表4-14 遊客對於冷水坑重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 111)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	108	4.36	0.755	107	4.30	0.676	4
1-2. 摺頁出版品	107	4.10	0.931	103	4.16	0.826	8
1-3. 視聽多媒體	103	4.01	0.934	94	4.24	0.743	17
1-4. 陳列展示	108	4.17	0.870	103	4.28	0.746	8
1-5. 導覽機台	106	4.06	0.944	93	4.18	0.820	18
1-6. 公車資訊	106	4.55	0.664	103	4.32	0.660	8
1-7. 導覽 APP	106	4.12	1.021	89	4.17	0.829	22
1-8. 解說 QR	103	4.02	0.970	87	4.18	0.785	24
公共設施							
2-1. 廁所	110	4.58	0.734	109	4.37	0.729	2
2-2. 育嬰設備	101	4.00	1.000	85	4.04	0.879	26
2-3. 步道	109	4.64	0.536	108	4.48	0.555	3
2-4. 亭台座椅	110	4.47	0.700	110	4.27	0.789	1
2-5. 停車場	104	4.30	0.858	95	4.26	0.775	16
2-6. 無限上網	101	4.32	0.848	86	4.16	0.906	25
2-7. 路徑指標	106	4.61	0.562	104	4.43	0.679	7
2-8. 無障礙設施	104	4.33	0.875	91	4.33	0.716	20
2-9. 安心設施	106	4.41	0.778	89	4.39	0.717	22
2-10. 貼心設施	111	4.42	0.815	103	4.36	0.752	8
遊客服務							
3-1. 解說態度	109	4.77	0.521	109	4.78	0.478	2
3-2. 解說協助	110	4.73	0.557	110	4.73	0.523	1
3-3. 解說易懂	108	4.71	0.565	107	4.70	0.518	4
3-4. 解說正確	109	4.74	0.516	108	4.70	0.534	3
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	111	4.66	0.595	111	4.49	0.686	0
4-2. 環境整潔	110	4.72	0.509	110	4.62	0.590	1
4-3. 寧靜不吵	111	4.67	0.577	111	4.51	0.645	0

經本研究樣本分析結果，冷水坑整體重視度平均落於 4.42，整體滿意度平均落於 4.38，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-10）標示於坐標平面上如圖 4-5，彙整於表 4-15，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是冷水坑未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道、(2-7).路徑指標；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為冷水坑未來開拓新客源依據的區域，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-9).安心設施。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

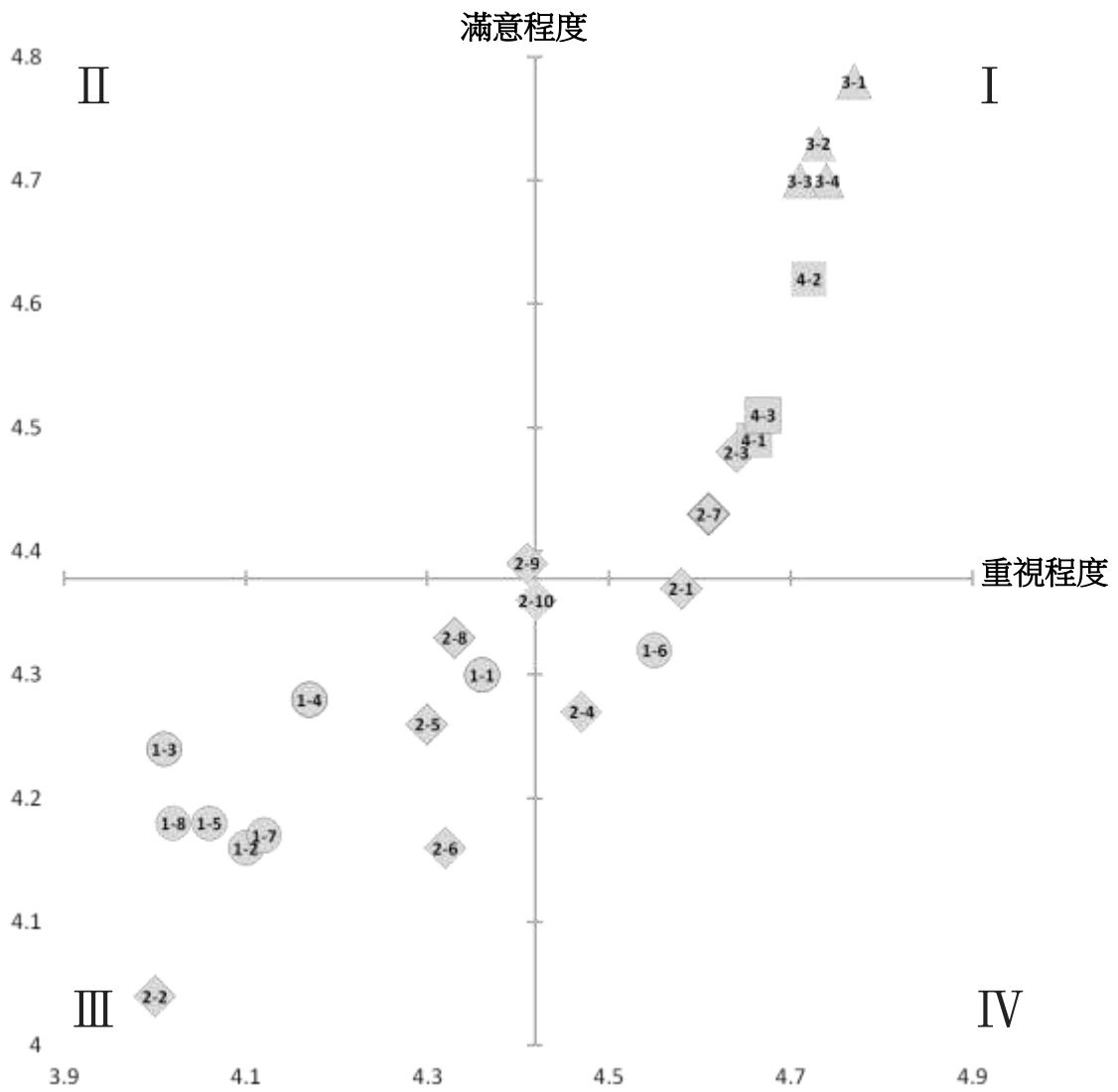
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為冷水坑後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是冷水坑首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-6).公車資訊；「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-10).貼心設施。

表4-15 冷水坑重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-3).步道、(2-7).路徑指標 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>公共設施：(2-9).安心設施</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>解說設施：(1-6).公車資訊；「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-10).貼心設施</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-5 冷水坑重視、滿意度 IPA 分析

第六節、故事館

故事館共計 799 份問卷（詳見表 4-16），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 36-50 歲（佔 31.2%）；居住地最多為雙北地區（佔 59.7%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 61.5%）；職業分佈以學生（佔 20.2%）較多；大部份的遊客搭乘大眾交通工具前來（佔 46.4%）；大部分旅客是第一次前來故事館（佔 39.9%）；大約有 99.7%的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-16 故事館遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 799)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	347	43.4
	2. 女	452	56.6
二、年齡	1. 19 歲以下	81	10.1
	2. 20-35 歲	213	26.7
	3. 36-50 歲	249	31.2
	4. 51-64 歲	211	26.4
	5. 65 歲以上	45	5.6
三、居住地	1. 台北市	264	33.0
	2. 新北市	213	26.7
	3. 基隆市	69	8.6
	4. 桃園市	105	13.1
	5. 新竹市	24	3.0
	6. 新竹縣	4	0.5
	7. 苗栗縣	5	0.6
	8. 台中市	24	3.0
	9. 彰化縣	14	1.8
	10. 南投縣	13	1.6
	11. 雲林縣	2	0.3
	12. 嘉義縣	1	0.1
	13. 嘉義市	2	0.3
	14. 台南市	17	2.1
	15. 高雄市	17	2.1
	16. 屏東縣	1	0.1
	17. 台東縣	1	0.1
	18. 花蓮縣	2	0.3
	19. 宜蘭縣	1	0.1
	20. 澎湖縣	1	0.1
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 799)		樣本數	百分比
	23. 其他	19	2.4
四、教育背景(N=798)	1. 自修	4	0.5
	2. 國小/中	59	7.4
	3. 高中(職)	168	21.0
	4. 大學(專)	491	61.5
	5. 研究所以上	76	9.5
五、職業(N=798)	1. 學生	161	20.2
	2. 軍公教	52	6.5
	3. 工商貿易	109	13.6
	4. 製造業	59	7.4
	5. 專業技術人員	24	3.0
	6. 家管	59	7.4
	7. 服務業	55	6.9
	8. 退休人員	89	11.1
	9. 自由業	144	18.0
	10. 農林漁牧業	20	2.5
	11. 待業中	2	0.3
	12. 其他	24	3.0
六、此次所使用之主要交通工具	1. 自行車	7	0.9
	2. 機車	35	4.4
	3. 自行開車	321	40.2
	4. 搭乘大眾交通工具	371	46.4
	5. 遊覽車	36	4.5
	6. 步行	27	3.4
	7. 其他	2	0.3
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	319	39.9
	2. 2-5 次	280	35.0
	3. 6-9 次	70	8.8
	4. 10 次以上	130	16.3
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊(N=798)	1. 願意	797	99.7
	2. 不願意	1	0.1

整體而言，遊客對於故事館重視度較低的題項有(1-3)視聽多媒體、(1-5). 導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR。其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示故事館提供之解說服務滿足遊客所需。該站各子題滿意度均有 4 分以上（詳見表 4-17），顯示旅客對於該站提供之設施與服務均達滿意之水準。

表4-17 遊客對於故事館重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 799)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	799	4.17	0.653	798	4.39	0.524	1
1-2. 摺頁出版品	799	4.12	0.660	788	4.47	0.566	11
1-3. 視聽多媒體	798	3.92	0.759	692	4.10	0.764	107
1-4. 陳列展示	796	4.20	0.627	786	4.51	0.546	13
1-5. 導覽機台	798	3.92	0.753	518	4.12	0.752	278
1-6. 公車資訊	794	3.96	0.785	456	4.18	0.724	342
1-7. 導覽 APP	795	3.88	0.781	586	4.24	0.555	213
1-8. 解說 QR	798	3.85	0.782	588	4.25	0.586	210
公共設施							
2-1. 廁所	798	4.47	0.570	785	4.84	0.378	14
2-2. 育嬰設備	798	4.01	0.768	544	4.33	0.582	253
2-3. 步道	795	4.25	0.602	769	4.27	0.578	29
2-4. 亭台座椅	799	4.22	0.589	768	4.22	0.592	31
2-5. 停車場	799	4.03	0.762	598	4.00	0.784	201
2-6. 無限上網	795	3.94	0.764	504	4.26	0.697	294
2-7. 路徑指標	797	4.24	0.589	777	4.26	0.572	22
2-8. 無障礙設施	797	4.16	0.649	718	4.26	0.535	79
2-9. 安心設施	798	4.23	0.601	711	4.31	0.506	88
2-10. 貼心設施	799	4.21	0.602	734	4.34	0.511	65
遊客服務							
3-1. 解說態度	799	4.40	0.562	799	4.86	0.351	0
3-2. 解說協助	799	4.41	0.552	799	4.85	0.359	0
3-3. 解說易懂	799	4.41	0.540	798	4.84	0.381	1
3-4. 解說正確	799	4.43	0.532	799	4.84	0.368	0
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	799	4.35	0.576	798	4.77	0.439	1
4-2. 環境整潔	799	4.39	0.553	799	4.79	0.413	0
4-3. 寧靜不吵	799	4.34	0.578	798	4.77	0.447	1

經本研究樣本分析結果，故事館整體重視度平均落於 4.18，整體滿意度平均落於 4.44，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-12）標示於坐標平面上如圖 4-6，彙整於表 4-18，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是故事館未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「解說設施」構面之(1-4).陳列展示；「公共設施」構面之(2-1).廁所；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為故事館未來開拓新客源依據的區域，落於本象限的子題包括「解說設施」構面之(1-2).摺頁出版品。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

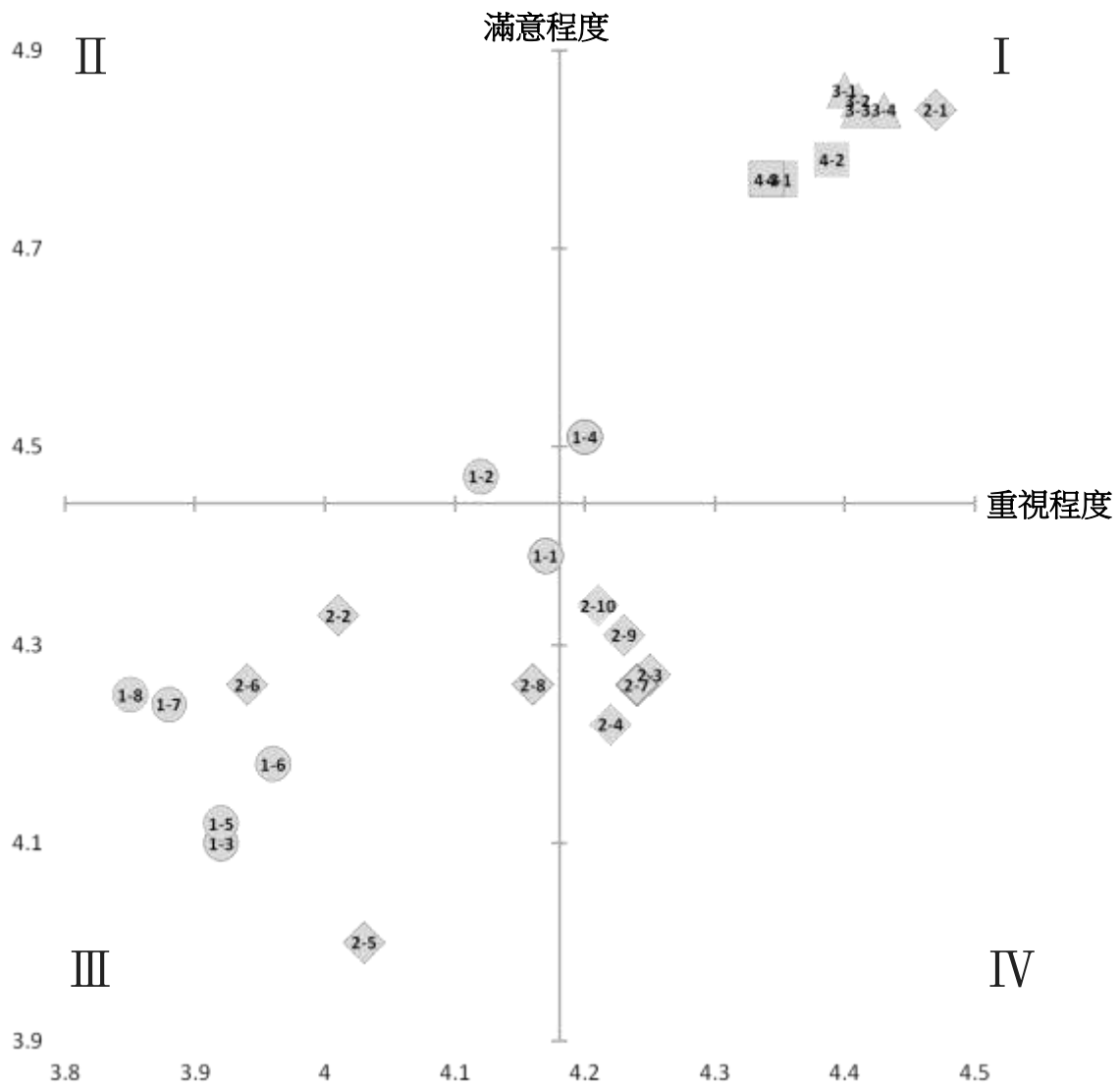
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為故事館後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-3).視聽多媒體、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是故事館首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

表4-18 故事館重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
第 I 象限 繼續保持	<p>解說設施：(1-4).陳列展示；「公共設施」構面之(2-1).廁所</p> <p>遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確</p> <p>心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
第 II 象限 供給過度	<p>解說設施：(1-2).摺頁出版品</p>
第 III 象限 優先順序較低	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-3).視聽多媒體、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR</p> <p>公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施</p>
第 IV 象限 加強改善的重點	<p>公共設施：(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-6 故事館重視、滿意度 IPA 分析

第七節、陽明書屋

故事館共計 780 份問卷（詳見表 4-19），樣本男女比約為 4：6；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 32.9%）；居住地最多為雙北地區（佔 60.9%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 52.3%）；職業分佈以學生（佔 16.0%）較多；大部份的遊客自行開車前來（48.7%）；大部分旅客是第一次前來故事館（佔 45.4%）；大約有 99.2%的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-19 陽明書屋遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 780)	樣本數	百分比	
一、性別(N=777)	1. 男	334	42.8
	2. 女	443	56.8
二、年齡(N=778)	1. 19 歲以下	69	8.8
	2. 20-35 歲	158	20.3
	3. 36-50 歲	194	24.9
	4. 51-64 歲	257	32.9
	5. 65 歲以上	100	12.8
三、居住地(N=779)	1. 台北市	246	31.5
	2. 新北市	229	29.4
	3. 基隆市	3	0.4
	4. 桃園市	42	5.4
	5. 新竹市	8	1.0
	6. 新竹縣	15	1.9
	7. 苗栗縣	1	0.1
	8. 台中市	37	4.7
	9. 彰化縣	2	0.3
	10. 南投縣	-	-
	11. 雲林縣	2	0.3
	12. 嘉義縣	-	-
	13. 嘉義市	4	0.5
	14. 台南市	21	2.7
	15. 高雄市	11	1.4
	16. 屏東縣	1	0.1
	17. 台東縣	1	0.1
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	2	0.3
	20. 澎湖縣	1	0.1
	21. 金門縣	1	0.1
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 780)		樣本數	百分比
	23. 其他	152	19.5
四、教育背景(N=754)	1. 自修	7	0.9
	2. 國小/中	62	7.9
	3. 高中(職)	136	17.4
	4. 大學(專)	408	52.3
	5. 研究所以上	141	18.1
五、職業(N=775)	1. 學生	125	16.0
	2. 軍公教	87	11.2
	3. 工商貿易	91	11.7
	4. 製造業	43	5.5
	5. 專業技術人員	62	7.9
	6. 家管	93	11.9
	7. 服務業	71	9.1
	8. 退休人員	99	12.7
	9. 自由業	46	5.9
	10. 農林漁牧業	1	0.1
	11. 待業中	5	0.6
	12. 其他	52	6.7
六、此次所使用之主要交通工具(N=769)	1. 自行車	19	2.4
	2. 機車	23	2.9
	3. 自行開車	380	48.7
	4. 搭乘大眾交通工具	201	25.8
	5. 遊覽車	99	12.7
	6. 步行	41	5.3
	7. 其他	6	0.8
七、過去曾來本地區旅遊幾次(N=778)	1. 第 1 次	354	45.4
	2. 2-5 次	192	24.6
	3. 6-9 次	57	7.3
	4. 10 次以上	175	22.4
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊(N=779)	1. 願意	774	99.2
	2. 不願意	5	0.6

整體而言，遊客對於陽明書屋各子題的重視度與滿意度均達 4 分以上水準（詳見表 4-20），其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示故事館提供之解說服務滿足遊客所需。該站各子題滿意度均有 4 分以上，顯示旅客對於該站提供之設施與服務均達滿意之水準。

表4-20 遊客對於陽明書屋重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 780)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	776	4.31	0.832	757	4.49	0.614	16
1-2. 摺頁出版品	769	4.19	0.880	740	4.42	0.690	29
1-3. 視聽多媒體	761	4.16	0.971	704	4.38	0.746	60
1-4. 陳列展示	770	4.38	0.800	741	4.50	0.638	28
1-5. 導覽機台	761	4.19	0.960	697	4.40	0.727	67
1-6. 公車資訊	758	4.19	0.994	686	4.37	0.782	75
1-7. 導覽 APP	756	4.16	0.972	664	4.38	0.752	95
1-8. 解說 QR	755	4.16	0.993	667	4.42	0.746	92
公共設施							
2-1. 廁所	771	4.53	.687	748	4.49	0.685	23
2-2. 育嬰設備	743	3.92	1.235	599	4.43	0.714	155
2-3. 步道	771	4.54	.668	755	4.62	0.565	13
2-4. 亭台座椅	771	4.42	.804	733	4.52	0.654	35
2-5. 停車場	764	4.34	.944	701	4.52	0.656	63
2-6. 無限上網	751	4.16	1.093	635	4.44	0.731	123
2-7. 路徑指標	762	4.44	.796	719	4.54	0.627	40
2-8. 無障礙設施	764	4.31	.943	683	4.52	0.666	79
2-9. 安心設施	759	4.37	.888	673	4.53	0.640	85
2-10. 貼心設施	757	4.32	.942	681	4.56	0.628	80
遊客服務							
3-1. 解說態度	777	4.79	.466	771	4.86	0.399	3
3-2. 解說協助	777	4.78	.487	769	4.86	0.385	6
3-3. 解說易懂	777	4.79	.500	770	4.85	0.427	5
3-4. 解說正確	776	4.80	.451	769	4.84	0.421	5
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	777	4.74	.501	771	4.79	0.446	3
4-2. 環境整潔	777	4.76	.466	771	4.81	0.422	3
4-3. 寧靜不吵	777	4.75	.488	771	4.81	0.427	3

經本研究樣本分析結果，陽明書屋整體重視度平均落於 4.42，整體滿意度平均落於 4.57，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-14）標示於坐標平面上如圖 4-7，彙整於表 4-21，說明如下。

（一）、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是陽明書屋未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為陽明書屋未來開拓新客源依據的區域，本站無任何題項落在此象限。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

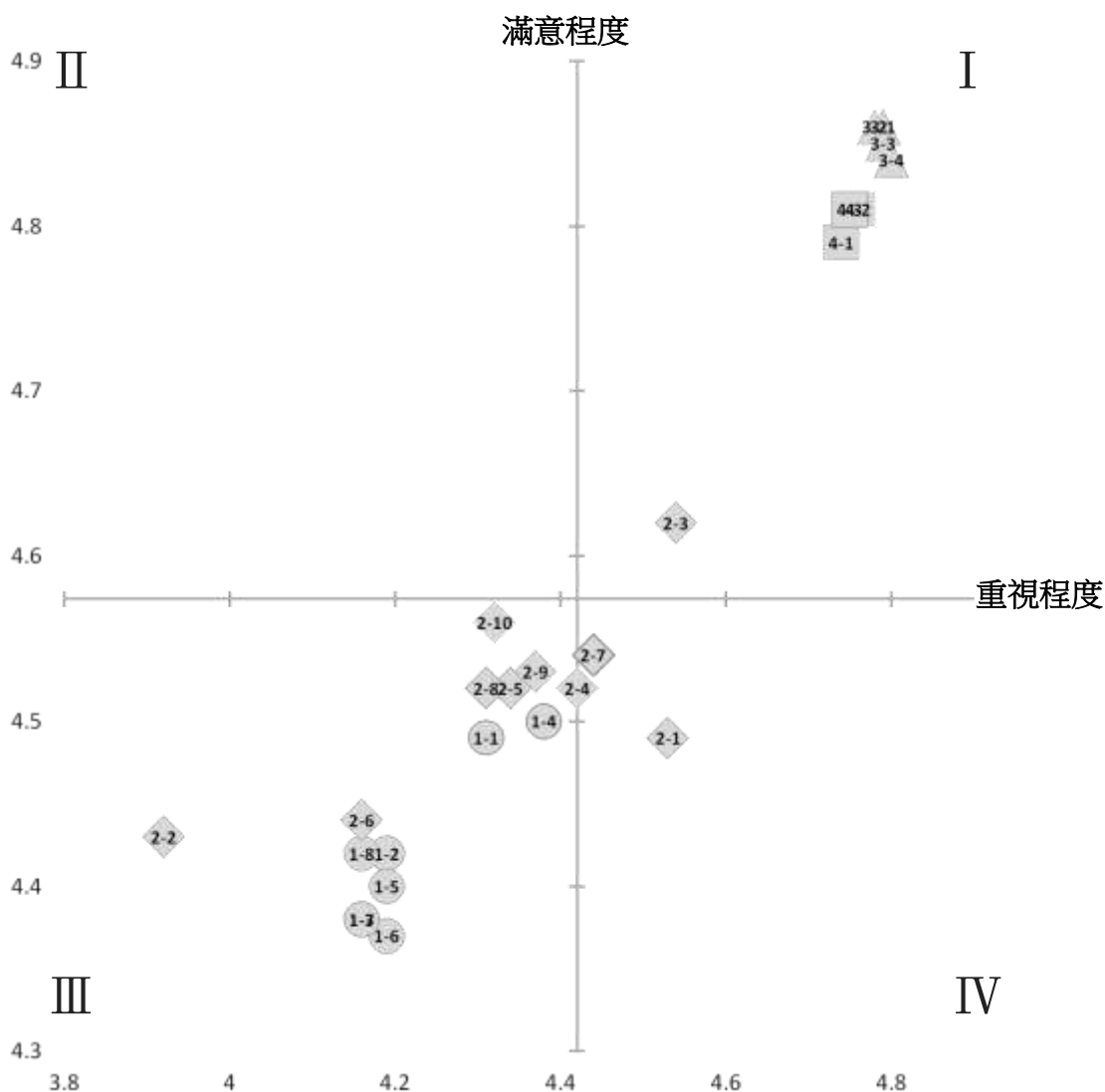
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為陽明書屋後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是陽明書屋首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-7).路徑指標。

表4-21 陽明書屋重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-3).步道 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>無</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-7).路徑指標</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-7 陽明書屋重視、滿意度 IPA 分析

第八節、遊客中心

故事館共計 238 份問卷（詳見表 4-22），樣本男女比約為 1:1；年齡分佈最多為 51-64 歲（佔 38.2%）；居住地最多為雙北地區（佔 75.6%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 58.4%）；職業分佈以退休人員（佔 27.7%）較多；大部份的遊客搭乘大眾交通工具前來（65.1%）；大部分旅客已經來遊客中心 10 次以上（佔 42.4%）；大約有 99.2% 的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-22 遊客中心遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 238)	樣本數	百分比	
一、性別(N=237)	1. 男	123	51.7
	2. 女	114	47.9
二、年齡	1. 19 歲以下	13	5.5
	2. 20-35 歲	36	15.1
	3. 36-50 歲	44	18.5
	4. 51-64 歲	91	38.2
	5. 65 歲以上	54	22.7
三、居住地(N=237)	1. 台北市	115	48.3
	2. 新北市	65	27.3
	3. 基隆市	8	3.4
	4. 桃園市	11	4.6
	5. 新竹市	3	1.3
	6. 新竹縣	4	1.7
	7. 苗栗縣	-	-
	8. 台中市	7	2.9
	9. 彰化縣	1	0.4
	10. 南投縣	-	-
	11. 雲林縣	1	0.4
	12. 嘉義縣	-	-
	13. 嘉義市	2	0.8
	14. 台南市	2	0.8
	15. 高雄市	5	2.1
	16. 屏東縣	-	-
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	-	-
	19. 宜蘭縣	1	0.4
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 238)		樣本數	百分比
	23. 其他	12	5.0
四、教育背景(N=231)	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	12	5.0
	3. 高中(職)	52	21.8
	4. 大學(專)	139	58.4
	5. 研究所以上	28	11.8
五、職業	1. 學生	30	12.6
	2. 軍公教	26	10.9
	3. 工商貿易	20	8.4
	4. 製造業	13	5.5
	5. 專業技術人員	9	3.8
	6. 家管	16	6.7
	7. 服務業	26	10.9
	8. 退休人員	66	27.7
	9. 自由業	10	4.2
	10. 農林漁牧業	-	-
	11. 待業中	1	0.4
	12. 其他	21	8.8
六、此次所使用之主要交通工具(N=236)	1. 自行車	8	3.4
	2. 機車	17	7.1
	3. 自行開車	41	17.2
	4. 搭乘大眾交通工具	155	65.1
	5. 遊覽車	5	2.1
	6. 步行	9	3.8
	7. 其他	1	0.4
七、過去曾來本地區旅遊幾次(N=237)	1. 第 1 次	32	13.4
	2. 2-5 次	70	29.4
	3. 6-9 次	34	14.3
	4. 10 次以上	101	42.4
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊(N=236)	1. 願意	236	99.2
	2. 不願意	-	-

整體而言，遊客對於遊客中心各子題的重視度均達 4 分以上（詳見表 4-23），其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示故事館提供之解說服務滿足遊客所需。反觀滿意度，遊客對(2-5).停車場為本站相對低分（不足 4 分），然而本站問卷蒐集數量偏低，可能影響準確程度。

表4-23 遊客對於遊客中心重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 238)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	225	4.31	0.676	198	4.21	0.575	9
1-2. 摺頁出版品	223	4.23	0.735	197	4.18	0.578	14
1-3. 視聽多媒體	224	4.21	0.829	166	4.31	0.658	38
1-4. 陳列展示	222	4.21	0.752	171	4.26	0.654	36
1-5. 導覽機台	219	4.13	0.782	164	4.18	0.667	44
1-6. 公車資訊	226	4.23	0.810	164	4.17	0.697	39
1-7. 導覽 APP	221	4.20	0.801	143	4.18	0.688	63
1-8. 解說 QR	217	4.13	0.836	139	4.14	0.724	69
公共設施							
2-1. 廁所	227	4.43	0.715	202	4.12	0.709	6
2-2. 育嬰設備	203	4.08	0.889	116	4.04	0.715	91
2-3. 步道	223	4.51	0.614	202	4.28	0.558	5
2-4. 亭台座椅	223	4.33	0.751	195	4.15	0.620	11
2-5. 停車場	221	4.09	0.843	156	3.92	0.762	49
2-6. 無限上網	216	4.18	0.801	133	4.01	0.793	69
2-7. 路徑指標	224	4.43	0.625	192	4.16	0.620	11
2-8. 無障礙設施	222	4.23	0.784	163	4.18	0.641	41
2-9. 安心設施	223	4.30	0.790	142	4.23	0.657	61
2-10. 貼心設施	221	4.21	0.805	154	4.23	0.694	53
遊客服務							
3-1. 解說態度	229	4.67	0.515	203	4.70	0.481	2
3-2. 解說協助	230	4.63	0.575	202	4.70	0.511	3
3-3. 解說易懂	227	4.62	0.579	200	4.67	0.524	4
3-4. 解說正確	227	4.61	0.572	201	4.68	0.508	3
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	229	4.48	0.604	202	4.40	0.574	1
4-2. 環境整潔	229	4.50	0.604	202	4.39	0.538	1
4-3. 寧靜不吵	230	4.48	0.611	201	4.37	0.570	1

經本研究樣本分析結果，遊客中心整體重視度平均落於 4.34，整體滿意度平均落於 4.27，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-16）標示於坐標平面上如圖 4-8，彙整於表 4-24，說明如下。

（一）、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是遊客中心未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為遊客中心未來開拓新客源依據的區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-3).視聽多媒體。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

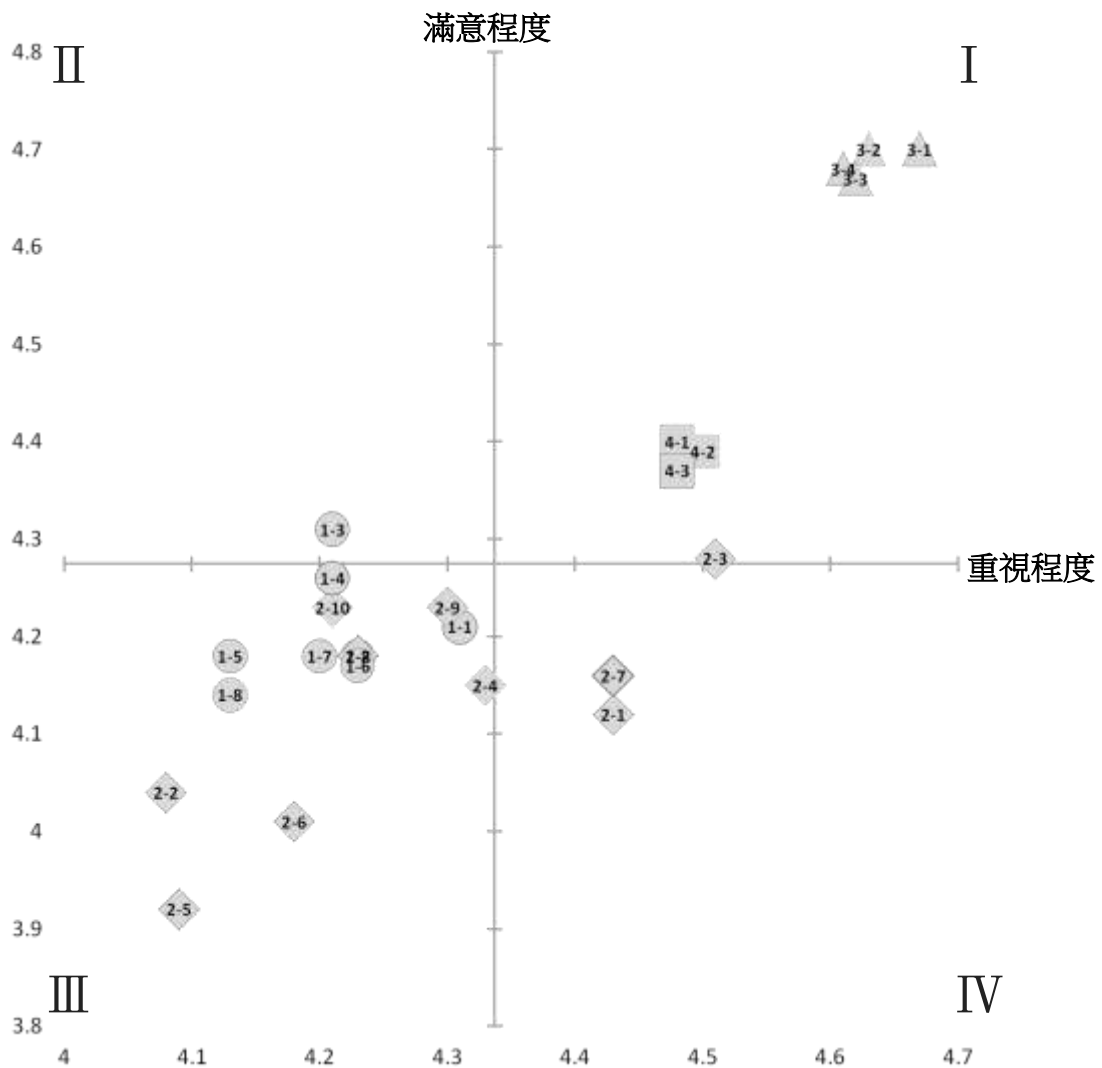
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為遊客中心後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是遊客中心首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-7).路徑指標。

表4-24 遊客中心重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-3).步道 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>解說設施：(1-3).視聽多媒體</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-7).路徑指標</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-8 遊客中心重視、滿意度 IPA 分析

第九節、龍鳳谷

龍鳳谷共計 791 份問卷（詳見表 4-25），樣本男女比約為 1:1；年齡分佈最多為 36-50 歲（佔 37.5%）；居住地最多為雙北地區（佔 75.6%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 70.2%）；職業分佈以退休人員（佔 14.5%）較多；大部份的遊客搭乘大眾交通工具（45.6%）或自行開車（39.1%）前來；大部分旅客已經來遊客中心 2-5 次以上（佔 43.7%）；所有的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-25 龍鳳谷樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 791)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	373	47.2
	2. 女	418	52.8
二、年齡	1. 19 歲以下	45	5.7
	2. 20-35 歲	152	19.2
	3. 36-50 歲	297	37.5
	4. 51-64 歲	196	24.8
	5. 65 歲以上	101	12.8
三、居住地	1. 台北市	247	31.2
	2. 新北市	351	44.4
	3. 基隆市	40	5.1
	4. 桃園市	43	5.4
	5. 新竹市	21	2.7
	6. 新竹縣	4	0.5
	7. 苗栗縣	4	0.5
	8. 台中市	27	3.4
	9. 彰化縣	10	1.3
	10. 南投縣	2	0.3
	11. 雲林縣	2	0.3
	12. 嘉義縣	1	0.1
	13. 嘉義市	4	0.5
	14. 台南市	6	0.8
	15. 高雄市	12	1.5
	16. 屏東縣	2	0.3
	17. 台東縣	1	0.1
	18. 花蓮縣	1	0.1
	19. 宜蘭縣	9	1.1
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	3	0.4

樣本基本特性 (總樣本數 791)		樣本數	百分比
	22. 連江縣	-	-
	23. 其他	1	0.1
四、教育背景	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	29	3.7
	3. 高中(職)	140	17.7
	4. 大學(專)	555	70.2
	5. 研究所以上	67	8.5
五、職業	1. 學生	66	8.3
	2. 軍公教	42	5.3
	3. 工商貿易	250	31.6
	4. 製造業	33	4.2
	5. 專業技術人員	58	7.3
	6. 家管	59	7.5
	7. 服務業	89	11.3
	8. 退休人員	115	14.5
	9. 自由業	55	7.0
	10. 農林漁牧業	8	1.0
	11. 待業中	7	0.9
	12. 其他	9	1.1
六、此次所使用之主要交通工具(N=790)	1. 自行車	20	2.5
	2. 機車	83	10.5
	3. 自行開車	309	39.1
	4. 搭乘大眾交通工具	361	45.6
	5. 遊覽車	8	1.0
	6. 步行	9	1.1
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	172	21.7
	2. 2-5 次	346	43.7
	3. 6-9 次	155	19.6
	4. 10 次以上	118	14.9
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	791	100.0
	2. 不願意	-	-

整體而言，遊客對於龍鳳谷各子題的重視度均達 4 分以上（詳見表 4-26），其中遊客最重視「遊客服務」構面各子題，而該構面各子題亦為遊客最滿意之題項，顯示故事館提供之解說服務滿足遊客所需。該站各子題滿意度均有 4 分以上，顯示旅客對於該站提供之設施與服務均達滿意之水準。

表4-26 遊客對於龍鳳谷重視度與滿意度

分析構面 (總樣本數 791)	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	791	4.21	0.500	791	4.37	0.522	0
1-2. 摺頁出版品	791	4.17	0.515	789	4.34	0.555	2
1-3. 視聽多媒體	787	4.19	0.526	783	4.30	0.585	8
1-4. 陳列展示	790	4.22	0.505	788	4.35	0.566	3
1-5. 導覽機台	787	4.18	0.508	778	4.30	0.576	13
1-6. 公車資訊	788	4.23	0.532	784	4.34	0.580	7
1-7. 導覽 APP	786	4.18	0.538	776	4.32	0.564	15
1-8. 解說 QR	786	4.16	0.541	775	4.30	0.569	16
公共設施							
2-1. 廁所	791	4.33	0.513	791	4.39	0.538	20
2-2. 育嬰設備	786	4.23	0.548	774	4.29	0.572	17
2-3. 步道	790	4.30	0.500	790	4.37	0.535	1
2-4. 亭台座椅	791	4.28	0.506	791	4.34	0.587	0
2-5. 停車場	789	4.27	0.512	788	4.38	0.552	3
2-6. 無限上網	789	4.21	0.566	781	4.29	0.603	10
2-7. 路徑指標	791	4.28	0.518	791	4.37	0.548	26
2-8. 無障礙設施	788	4.26	0.514	782	4.36	0.564	9
2-9. 安心設施	786	4.27	0.506	778	4.36	0.551	13
2-10. 貼心設施	789	4.24	0.523	782	4.36	0.565	9
遊客服務							
3-1. 解說態度	791	4.36	0.510	791	4.53	0.521	0
3-2. 解說協助	791	4.36	0.515	791	4.53	0.524	0
3-3. 解說易懂	791	4.36	0.515	791	4.53	0.529	0
3-4. 解說正確	791	4.37	0.513	791	4.53	0.529	0
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	791	4.30	0.497	791	4.50	0.525	0
4-2. 環境整潔	791	4.33	0.513	791	4.50	0.537	0
4-3. 寧靜不吵	791	4.29	0.505	791	4.48	0.546	0

經本研究樣本分析結果，龍鳳谷整體重視度平均落於 4.26，整體滿意度平均落於 4.39，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-27）標示於坐標平面上如圖 4-9，說明如下。

(一)、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是龍鳳谷未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-1).廁所；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為龍鳳谷未來開拓新客源依據的區域，本站無任何題項落在此象限。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

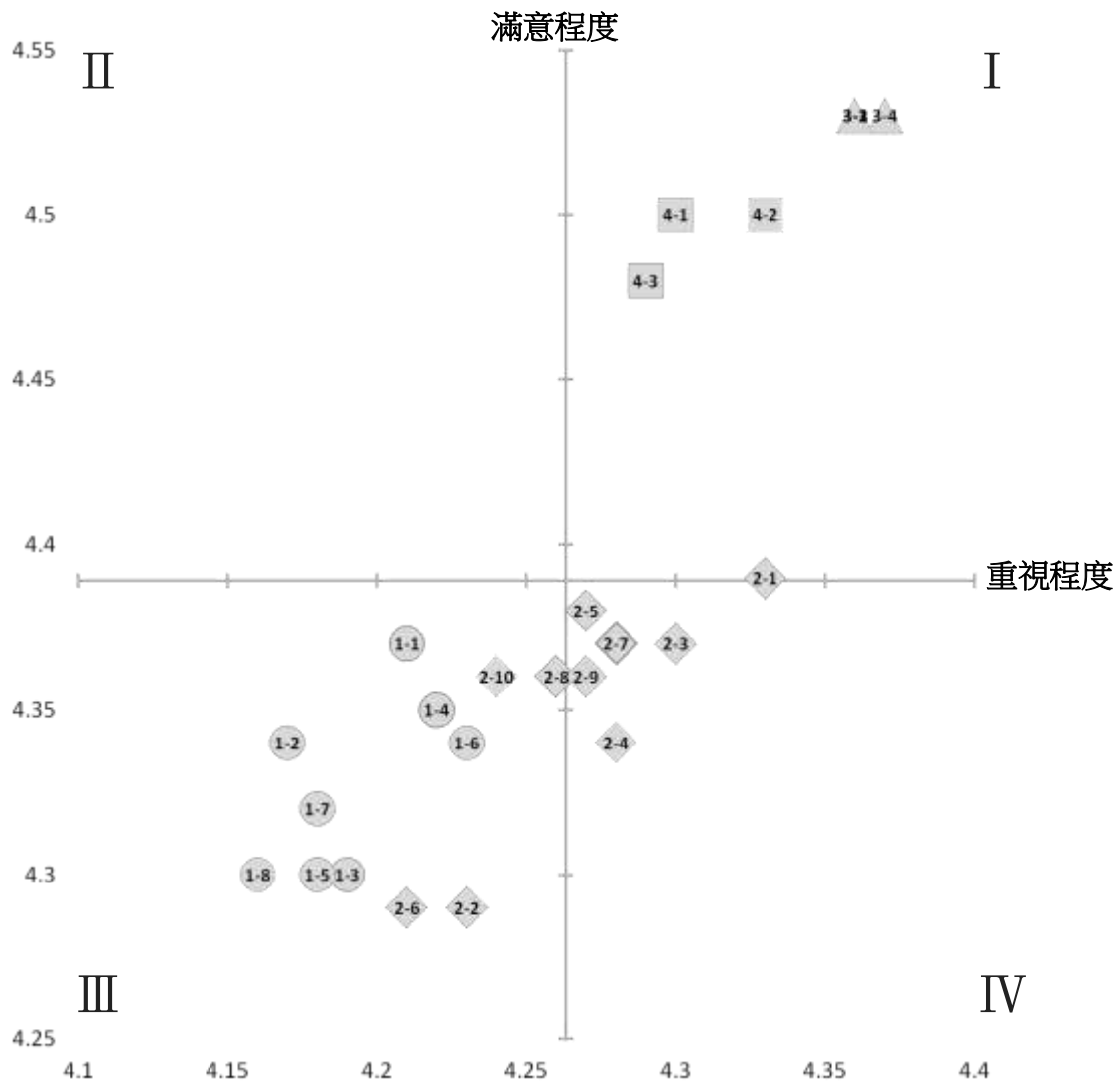
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為龍鳳谷後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-10).貼心設施。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是龍鳳谷首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施。

表4-27 龍鳳谷重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-1).廁所 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>無</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-6).無限上網、(2-8).無障礙設施、(2-10).貼心設施</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>公共設施：(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施</p>



解說設施

- 1-1. 解說牌誌
- 1-2. 摺頁出版品
- 1-3. 視聽多媒體
- 1-4. 陳列展示
- 1-5. 導覽機台
- 1-6. 公車資訊
- 1-7. 導覽 APP
- 1-8. 解說 QR

公共設施

- 2-1. 廁所
- 2-2. 育嬰設備
- 2-3. 步道
- 2-4. 亭台座椅
- 2-5. 停車場
- 2-6. 無限上網
- 2-7. 路徑指標
- 2-8. 無障礙設施
- 2-9. 安心設施
- 2-10. 貼心設施

遊客服務

- 3-1. 解說態度
- 3-2. 解說協助
- 3-3. 解說易懂
- 3-4. 解說正確

心理體驗

- 4-1. 舒適不擁擠
- 4-2. 環境整潔
- 4-3. 寧靜不吵

圖 4-9 龍鳳谷重視、滿意度 IPA 分析

第十節、擎天崗

擎天崗共計 800 份問卷（詳見表 4-28），樣本男女比約為 1:1；年齡分佈最多為 20-35 歲（佔 33.3%）；居住地最多為雙北地區（佔 69.4%）；教育背景以大學(專)為多數（佔 72.0%）；職業分佈以學生（佔 18.3%）較多；大部份的遊客搭乘大眾交通工具（60.1%）前來；大部分旅客已經來遊客中心 2-5 次以上（佔 32.8%）；99.9%的旅客願意再來陽明山國家公園。

表4-28 擎天崗遊客樣本特性分佈表

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
一、性別	1. 男	362	45.3
	2. 女	438	54.8
二、年齡	1. 19 歲以下	60	7.5
	2. 20-35 歲	266	33.3
	3. 36-50 歲	242	30.3
	4. 51-64 歲	156	19.5
	5. 65 歲以上	76	9.5
三、居住地	1. 台北市	185	23.1
	2. 新北市	370	46.3
	3. 基隆市	37	4.6
	4. 桃園市	68	8.5
	5. 新竹市	14	1.8
	6. 新竹縣	5	0.6
	7. 苗栗縣	9	1.1
	8. 台中市	36	4.5
	9. 彰化縣	8	1.0
	10. 南投縣	3	0.4
	11. 雲林縣	3	0.4
	12. 嘉義縣	-	-
	13. 嘉義市	-	-
	14. 台南市	10	1.3
	15. 高雄市	7	0.9
	16. 屏東縣	1	0.1
	17. 台東縣	-	-
	18. 花蓮縣	2	0.3
	19. 宜蘭縣	4	0.5
	20. 澎湖縣	-	-
	21. 金門縣	-	-
	22. 連江縣	-	-

樣本基本特性 (總樣本數 800)		樣本數	百分比
	23. 其他	38	4.8
四、教育背景	1. 自修	-	-
	2. 國小/中	17	2.1
	3. 高中(職)	147	18.4
	4. 大學(專)	576	72.0
	5. 研究所以上	60	7.5
五、職業	1. 學生	146	18.3
	2. 軍公教	43	5.4
	3. 工商貿易	105	13.1
	4. 製造業	35	4.4
	5. 專業技術人員	54	6.8
	6. 家管	46	5.8
	7. 服務業	139	17.4
	8. 退休人員	129	16.1
	9. 自由業	58	7.2
	10. 農林漁牧業	10	1.3
	11. 待業中	10	1.3
	12. 其他	25	3.1
六、此次所使用之主要交通工具	1. 自行車	2	0.3
	2. 機車	44	5.5
	3. 自行開車	241	30.1
	4. 搭乘大眾交通工具	481	60.1
	5. 遊覽車	16	2.0
	6. 步行	14	1.8
	7. 其他	2	0.3
七、過去曾來本地區旅遊幾次	1. 第 1 次	158	19.8
	2. 2-5 次	262	32.8
	3. 6-9 次	165	20.6
	4. 10 次以上	215	26.9
八、是否願意再來陽明山國家公園旅遊	1. 願意	799	99.9
	2. 不願意	1	0.1

整體而言，遊客對於擎天崗「解說設施」各子題，除了(1-6).公車資訊之外，其它各題重視度均偏低（未達 4 分），包括(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR（詳見表 4-29）。反觀該站對於各子題滿意度的部分，旅客較不滿意的題項包括(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR、(2-1).廁所、(2-2).育嬰設備（未達 4 分）。

表4-29 遊客對於擎天崗重視度與滿意度

分析構面 總樣本數 800	重視程度			滿意度			
	有效樣本數	平均數	標準差	有效樣本數	平均數	標準差	未使用樣本數
解說設施							
1-1. 解說牌誌	800	3.92	0.725	793	4.05	0.482	7
1-2. 摺頁出版品	800	3.81	0.764	787	4.02	0.519	13
1-3. 視聽多媒體	800	3.83	0.726	788	4.03	0.537	12
1-4. 陳列展示	800	3.85	0.738	792	4.01	0.521	8
1-5. 導覽機台	800	3.82	0.759	763	4.00	0.553	37
1-6. 公車資訊	799	4.08	0.713	788	4.08	0.524	12
1-7. 導覽 APP	800	3.68	0.853	566	3.78	0.723	234
1-8. 解說 QR	800	3.61	0.855	559	3.77	0.721	241
公共設施							
2-1. 廁所	799	4.33	0.564	795	3.99	0.651	5
2-2. 育嬰設備	800	4.02	0.746	516	3.73	0.730	284
2-3. 步道	797	4.29	0.567	798	4.13	0.535	2
2-4. 亭台座椅	800	4.22	0.599	793	4.06	0.541	7
2-5. 停車場	800	4.18	0.643	769	4.06	0.528	31
2-6. 無限上網	800	4.09	0.726	741	4.04	0.530	59
2-7. 路徑指標	800	4.26	0.568	792	4.11	0.493	8
2-8. 無障礙設施	800	4.17	0.625	757	4.06	0.523	43
2-9. 安心設施	800	4.23	0.591	748	4.09	0.503	52
2-10. 貼心設施	800	4.21	0.599	771	4.09	0.539	29
遊客服務							
3-1. 解說態度	800	4.33	0.627	795	4.39	0.566	5
3-2. 解說協助	800	4.33	0.627	793	4.38	0.567	7
3-3. 解說易懂	800	4.32	0.624	788	4.38	0.572	12
3-4. 解說正確	800	4.34	0.629	790	4.38	0.572	10
心理體驗							
4-1. 舒適不擁擠	800	4.27	0.620	798	4.27	0.582	2
4-2. 環境整潔	800	4.28	0.612	799	4.29	0.557	1
4-3. 寧靜不吵	800	4.25	0.622	799	4.25	0.607	1

經本研究樣本分析結果，擎天崗整體重視度平均落於 4.11，整體滿意度平均落於 4.10，以該點為座標原點，將問卷各題重視度與滿意度（詳見表 4-20）標示於坐標平面上如圖 4-10，彙整於表 4-30，說明如下。

（一）、第 I 象限—繼續保持

第 I 象限為高重視度且高滿意度的區域，也是擎天崗未來應持續保持的項目，落於本象限的子題包括「公共設施」構面之(2-3).步道、(2-7).路徑指標；「遊客服務」構面之(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確；「心理體驗」構面之(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。

(二)、第 II 象限—供給過度

第 II 象限為低重視度且高滿意度的區域，是可作為擎天崗未來開拓新客源依據的區域，本站無任何題項落在此象限。

(三)、第 III 象限—優先順序較低

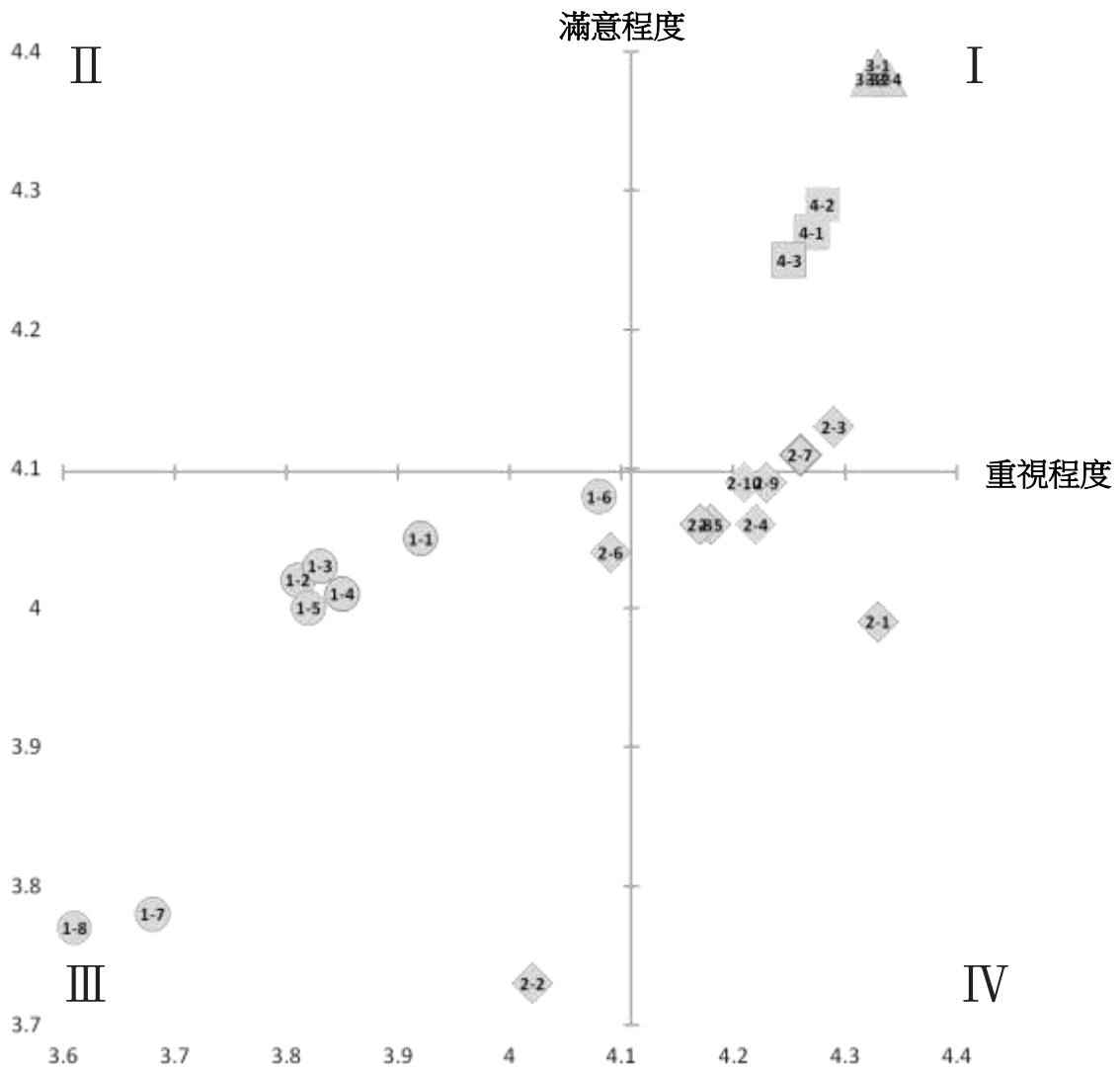
第 III 象限為低重視度且低滿意度的區域，可列為擎天崗後續或有餘力改善之區域，落在此象限的子題有「解說設施」構面之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR；「公共設施」構面之(2-2).育嬰設備、(2-6).無限上網。

(四)、第 IV 象限—加強改善的重點

第 IV 象限為高重視度且低滿意度的區域，是擎天崗首要加強改善之重點區域，落在此象限的子題有「公共設施」構面之(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施。

表4-30 擎天崗重視、滿意度IPA分析題項分佈

IPA 分析	構面與子題
<p>第 I 象限 繼續保持</p>	<p>公共設施：(2-3).步道、(2-7).路徑指標 遊客服務：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵</p>
<p>第 II 象限 供給過度</p>	<p>無</p>
<p>第 III 象限 優先順序較低</p>	<p>解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-3).視聽多媒體、(1-4).陳列展示、(1-5).導覽機台、(1-6).公車資訊、(1-7).導覽 APP、(1-8).解說 QR 公共設施：(2-2).育嬰設備、(2-6).無限上網</p>
<p>第 IV 象限 加強改善的重點</p>	<p>公共設施：(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施</p>



解說設施	公共設施	遊客服務
1-1. 解說牌誌	2-1. 廁所	3-1. 解說態度
1-2. 摺頁出版品	2-2. 育嬰設備	3-2. 解說協助
1-3. 視聽多媒體	2-3. 步道	3-3. 解說易懂
1-4. 陳列展示	2-4. 亭台座椅	3-4. 解說正確
1-5. 導覽機台	2-5. 停車場	
1-6. 公車資訊	2-6. 無限上網	心理體驗
1-7. 導覽 APP	2-7. 路徑指標	4-1. 舒適不擁擠
1-8. 解說 QR	2-8. 無障礙設施	4-2. 環境整潔
	2-9. 安心設施	4-3. 寧靜不吵
	2-10. 貼心設施	

圖 4-10 擎天崗重視、滿意度 IPA 分析

第五章、結論與建議

本章將依照第四章實證分析結果，編寫結論與建議，提供經營管理者精進陽明山國家公園各服務站服務與設施之建議。

第一節、研究結論

研究結論將從三個觀點切入，第一個觀點從樣本分部探討前往陽明山國家公園旅客分佈，第二個觀點從平均數分析探討旅客對於服務站滿意度，但三個觀點從 IPA 分析截取出加強改善重點。

一、旅客分佈分析

陽明山國家公園各服務站旅客分佈分析，主要彙整自第四章各服務站樣本分佈進行對照（詳見表 5-1）。其中各服務站樣本男女採比例呈現，年齡、居住地、教育背景、職業、交通工具、旅遊幾次等資訊，僅呈現前 70% 之選項，其中教育背景備註樣本分佈比例最高選項之百分比，職業與交通工具亦備註樣本分佈比例前兩高之百分比。而各服務站樣本重由意願均達（或趨近於）100%，故本表不呈現。其它樣本分佈相關資訊，請詳見第四章各服務站樣本特性分佈表。

本研究藉由表 5-1 呈現之樣本資訊，進行陽明山國家公園旅客分佈推估，從遊客性別來看，陽明山國家公園遊客男女比例，女性整體略微高於男性，但其中小油坑、遊客中心、龍鳳谷、擎天崗男女比稍趨近一致，僅遊客中心男性遊客稍微略多於女性。

年齡分部方面，前往陽明山國家公園各服務站遊客多屬 20~64 歲青壯年，但其中二子坪、大屯站、天溪園、遊客中心的旅客稍偏年長旅客，但比例仍以青壯年為主。

居住地部分，大部份的遊客居住地以雙北地區（台北市、新北市）為主，但前往小油坑大多數的旅客還包含基隆市之市民，這可能與地緣有關；

主要前往故事館、陽明書屋、擎天崗的旅客還包括桃園市市民，主要前往陽明書屋的旅客還包含台中市市民。

教育程度的方面，前往陽明山國家公園的旅客以大專、高中職為主，其中尤以大專畢業遊客佔五成以上，若細看各服務站旅客分佈，其中陽明書屋的遊客除大專為主外，學力次高的族群為研究所，是旅客學歷分佈較高之服務站。

職業的部分，前往小油坑與的旅客，職業可能受性別（男女比 1:1）與遊憩型態所影響，大部份的旅客職業為專業技術人員與製造業；前往遊客中心的旅客則多為可自行支配時間較多之退休人員與學生；前往龍鳳谷的旅客可能離新北投與天母市街較近，且週邊具備溫泉資源，因此大部分旅客從事工商貿易；冷水坑可能是因為位於園區交通節點，導致學生族群比較較高，但冷水坑樣本數較低，亦可能導致旅客分佈有偏頗。除上述各服務站外，其他各服務站，旅客職業分佈相對均勻。

交通工具方面，大部份的旅客都是自行開車或搭乘大眾交通工具前往。但其中前往遊客中心、擎天崗、冷水坑的旅客，有較高的比例為搭程大眾交通工具；前往大屯站、小油坑、天溪園、陽明書屋則有較高比例為自行開車，其中大屯站、小油坑、天溪園均為大眾交通工具較不便的地點，陽明書屋則可能是外縣市旅客比例偏高，故自行開車的比例較高。

旅遊次數部分，除小油坑、天溪園、故事館、陽明書屋之外，其它各服務站的旅客重遊比例均高，重遊比例偏低的上述四站，小油坑、天溪園可能是交通不便導至重遊率較低，故事館、陽明書屋偏低的原因可能是外縣市旅客比例偏高。

表5-1 各服務站樣本分佈比較表

服務站 (樣本數)	性別 (男女比)	年齡 (前 70%)	居住地 (前 70%)	教育背景 (前 70%)	職業 (前 70%)	交通工具 (前 70%)	旅遊幾次 (前 70%)
二子坪 (800)	4:6	36 歲以上	台北、新北	大專(51.0%) 高中職	服務業(14.4%)、自由業(13.1%)、工商貿易、退休人員、工商貿易、軍公教、學生	自行開車(47.9%) 大眾交通(44.6%)	2 次以上
大屯站 (800)	4:6	36 歲以上	台北、新北	大專(50.2%) 高中職	服務業(15.6%)、工商貿易(15.0%)、退休人員、自由業、軍公教、家管	自行開車(56.8%) 大眾交通(37.9%)	2 次以上
小油坑 (800)	1:1	20~64 歲	台北、新北、基隆	大專(68.5%) 高中職	專業技術人員(23.4%)、製造業(23.3%)、軍公教、工商貿易	大眾交通(49.3%) 自行開車(39.1%)	1~5 次
天溪園 (670)	4:6	36 歲以上	台北、新北	大專(53.7%) 高中職	退休人員(18.5%)、家管(14.0%)、服務業、軍公教、學生	自行開車(53.6%) 大眾交通(27.2%)	1~5 次
冷水坑 (111)	4:6	20~64 歲	台北、新北	大專(58.6%) 高中職	學生(26.1%)、服務業(16.2%)、家管、軍公教、退休人員、軍公教	大眾交通(51.4%) 自行開車(27.9%)	2-5 次；10 次以上
故事館 (799)	4:6	20~64 歲	台北、新北、桃園	大專(61.5%) 高中職	學生(20.2%)、自由業(18.0%)、工商貿易、退休人員、家管	大眾交通(46.4%) 自行開車(40.2%)	1~5 次
陽明書屋 (780)	4:6	20~64 歲	台北、新北、桃園、台中	大專(52.3%) 研究所	學生(16.0%)、退休人員(12.7%)、家管、工商貿易、軍公教、服務業	自行開車(48.7%) 大眾交通(25.8%)	1~5 次
遊客中心 (238)	1:1	36 歲以上	台北、新北	大專(58.4%) 高中職	退休人員(27.7%)、學生(12.6%)、軍公教、服務業	大眾交通(65.1%) 自行開車(17.2%)	2-5 次；10 次以上
龍鳳谷 (791)	1:1	20~64 歲	台北、新北	大專(70.2%)	工商貿易(31.6%)、退休人員(14.5%)、服務業	大眾交通(45.6%) 自行開車(39.1%)	1~9 次
擎天崗 (800)	1:1	20~64 歲	台北、新北、桃園	大專(72.0%)	學生(18.3%)、服務業(17.4%)、退休人員、工商貿易、自由業	大眾交通(60.1%) 自行開車(30.1%)	2 次以上

二、旅客滿意度分析

透過第四章各服務站重視度與滿意度平均數分析，發現各個服務站的整體滿意度平均均超過 4 分以上（詳見第四章 IPA 分析之座標原點），顯示旅客對於各服務站均達滿意以上。

但若將問卷分析的四構面各別解析（解說設施、公共設施、遊客服務、心理體驗），會發現遊客對於「遊客服務」構面各個子題，包含：(3-1).解說態度、(3-2).解說協助、(3-3).解說易懂、(3-4).解說正確，各個服務站均為遊客滿意度最高之題項，顯示服務站以「人」為核心的服務，已獲得遊客普遍之認同，這是陽明山國家公園各服務站工作人員、服務人員與志工共同努力的成果。

另外就「心理體驗」構面各子題：(4-1).舒適不擁擠、(4-2).環境整潔、(4-3).寧靜不吵。除小油坑外，其餘各服務站亦獲得較高的滿意度。

除了上述遊客較滿意的構面外，相對需要改進的構面落於「公共設施」構面，將論述於下個段落。

三、各服務站加強改善重點分析

雖然遊客對於陽明山國家公園各個服務站的設施與服務達到滿意，若要再精進，可以透過 IPA 分析解析出需要精進的部分。

透過本研究 IPA 分析，將旅客對設施或服務的重視與滿意度繪製於二維矩陣中，藉由各設施或服務點在於矩陣中的相關位置，解析出加強改善重點。下表 5-2 彙整第四章各服務站 IPA 分析，落於第IV象限的設施與服務，可以發現陽明山國家公園各服務站優先改善項目均包含公共設施構面，其中除天溪園、故事館、龍鳳谷外，其它各服務站優先改善設施均包含(2-1).廁所，其它需要改善設施則依各站而異，包括天溪園需優先改善(2-6).無限上網；故事館、龍鳳谷需優先改善(2-3).步道、(2-7).路徑指標等。

除了公共設施構面外，部分服務站尚需優先改善解說設施與心裡體驗

服務，包括小油坑需要優先修改改善解說設施之(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-6).公車資訊；大屯站需要優先修改心理體驗之(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵，可能是小油坑與大屯站遊客如織，服務站內載體不足，以致遊客感受擁擠吵雜。冷水坑需要優先修改改善解說設施之(1-6).公車資訊，可能是冷水坑處於交通節點，遊客職業為學生的比例高，故相對需要大眾交通工具資訊。

表5-2 各服務站加強改善重點

服務站	加強改善重點（IPA 分析第IV象限題項）
二子坪	公共設施：(2-1).廁所、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施
大屯站	公共設施：(2-1).廁所、(2-9).安心設施 心理體驗：(4-1).舒適不擁擠、(4-3).寧靜不吵
小油坑	解說設施：(1-1).解說牌誌、(1-2).摺頁出版品、(1-6).公車資訊 公共設施：(2-1).廁所、(2-3).步道、(2-7).路徑指標
天溪園	公共設施：(2-6).無限上網
冷水坑	解說設施：(1-6).公車資訊 公共設施：(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-10).貼心設施
故事館	公共設施：(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施
陽明書屋	公共設施：(2-1).廁所、(2-7).路徑指標
遊客中心	公共設施：(2-1).廁所、(2-7).路徑指標
龍鳳谷	公共設施：(2-3).步道、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-7).路徑指標、(2-9).安心設施
擎天崗	公共設施：(2-1).廁所、(2-4).亭台座椅、(2-5).停車場、(2-8).無障礙設施、(2-9).安心設施、(2-10).貼心設施

第二節、研究建議

依據研究結論旅客分佈、旅客滿意度分析、各服務站加強改善重點結果，以下提出四點建議，供陽明山國家公園各個服務站參考。

一、持續維持貼心之遊客服務

從研究結論發現，旅客對於陽明山國家公園的「遊客服務」持較高之滿意度，它含蓋了解說態度、協助，並提供旅客正確的意見。顯示陽明山國家公園各服務站以「人」為核心的服務，已普遍獲得遊客之認同。

而解說是遊客體驗相當重要的一環，好的遊客體驗可以提高旅客隻重遊意願，這也呼應了本研究重遊意願與重遊率高的結果。因此，將良好的遊客服務定義為陽明山國家公園的核心能耐其實並不為過，陽明山國家公園針對這個部份，應該持續保有優式，甚至進一步從顧客體驗觀點分析出需求，提供顧客期待之服務。

二、優先進行各服務站加強改善重點

IPA 分析最主要的功能，在於界定出設施與服務優先改善項目，藉由 IPA 的結果，可以一目瞭然管理者未來進行規畫與施為優先項目，且可以直接切中問題之要害。

從表 5-2 的結果顯示，各個服務站首先需要改善的重點，可以發現大部分都是公共設施等硬體設備，針對相關設施，可以先觀察並釐清遊客的使用行為分析，然後因應遊客的使用行為做出改善的策略，這包含了硬體修繕與維護，另外，建議設計出通報系統或機制，讓硬體發生問題時，遊客可以即時通報，讓管理當局可立即進行反映。

三、依據各區資源特性推廣遊憩活動

依據各服務站週邊資源對照本研究樣本分佈與 IPA 分析結果，本研究提出各服務站週邊資源與推廣遊憩活動（詳見表 5-3）。

表5-3 各服務站週邊資源與推廣遊憩活動

服務站	週邊資源	推廣遊憩活動
二子坪	大屯山、生態、步道	健行、單車、生態
大屯站	池塘、生態、步道	健行、生態
小油坑	火山、七星山、生態、步道	健行、單車、生態
天溪園	溪流、瀑布、生態、步道	健行、生態
冷水坑	溫泉、夢幻湖、生態、步道	健行、單車、生態
故事館	人文、歷史	知性
陽明書屋	人文、歷史	知性
遊客中心	人文	知性、健行、單車
龍鳳谷	溫泉、生態	知性、單車、生態
擎天崗	草原、生態、步道	健行、生態

其中，本研究各服務站中的「天溪園」與「陽明書屋」兩地，目前已經導入流量管理辦法，並透過解說的方式提升服務品質，後續可持續維持推廣生態或知性遊憩活動，並持續提供良好的解說服務。

自然資源較豐富的「冷水坑」、「擎天崗」、「小油坑」三地景致雖然各異，但步道資源相對充沛，且步道難度相對於陽明山其它地點高，因此前往三地的年齡層偏低，這三處應針對健行的活動方式建置對應的服設與設施，包括：步道的修繕與指標的建置等。而「二子坪」與「大屯站」的步道與生態資源也相當豐富，但步道難度相對容易親近，旅客的年齡層偏高，因此除了步道的修繕與指標的建置外，還需要留意無障礙的設施與服務（安心設施）。

反觀，「故事館」與「遊客中心」比較偏向人文資源，尤其許多退休人員喜歡前往遊客中心，故建議推廣靜態之遊憩活動，該地亦應留意無障礙的設施與服務（安心設施）。而「龍鳳谷」離市區較近，除了地熱景觀資源外，亦相當接近北投與行義路溫泉區，因此應建置都會邊緣公園設施，包括亭台座椅、停車場、無障礙的設施等等。

四、持續追蹤遊客滿意度

隨著科技的進步，遊客需求亦不斷的改變，例如無限網路的需求即是資訊科技發展下的產物。管理單位為了持續了解顧客的需要，持續追蹤遊客滿意度便是一個具體的做法。換言之，遊客滿意是一個持續進行的過程，必須經過不斷的滾動才能維持不墜，因此管理單位需要將遊客滿意調查事為例行性的業務與工作，才能維繫陽明山國家公園遊憩環境的服務品質。

引用文獻

- Aiello, C., & Rosenberg, L. J. (1976). Consumer Satisfaction: Toward an Integrative Framework. *Proceedings of Southern Marketing Association*, 169-171.
- Anderson, R. E. (1973). Consumer dissatisfaction: The effect of disconfirmed expectancy on perceived product performance. *Journal of Marketing Research*, 10, 38-44.
- Arabatzis, G., & Grigoroudis E. (2010). Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: The case of Dadia - Lefkimi - Souflion National Park. *Forest Policy and Economics*, 12(3), 163-172.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intention. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Cardozo, R. N. (1964). Customer satisfaction: laboratory study and marketing in action. *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1969). Alternatives method of estimating future use. *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), p.36.
- Czepiel, J. A. (1974). Perspective on Consumer Satisfaction, *AMA Conference Proceedings*, 199-123.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547-552.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 1-18.
- Guadagnolo, F. (1985). The importance-performance analysis: An evaluation and marketing tool. *Journal of Park and Recreation Administration*, 3 (2), 13-22.
- Hollenhorst, S., Olson, D. and R. Fortney (1992). Use of importance performance analysis to evaluate State Park Cabins: The case of the West Virginia State Park system. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10(1): 1-11.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley & Sons.

- Iso-Ahola, S. E., & Mannell, R. C. (1985). Social and Psychological constraints on leisure. In M. Wade(Ed.), *Constraints on Leisure* (pp.111-151). Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be: Toward a new sociology of leisure*. New York: MacMillan.
- Kim, H., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity,*Annals of Tourism Research, 34*(1), 181-201.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., & Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management, 29*(2), 216-226.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management (10 th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Lee, Y., Lee, C., Lee, S., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research, 61*, 56-64.
- Mannell, R. C. (1980). Social psychological techniques and strategies for studying leisure experience. In S. E. Iso-Ahola(Ed.), *Social psychological perspectives on Leisure and recreation*(pp.62-88). Springfield, IL: Charles 136 C. Thomas.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing,41*(1)77-79.
- Millan, A., & Esteban, A. (2004). Development of a multiple-item scale for measuring customer satisfaction in travel agencies services. *Tourism Management, 25*(5): 533-546.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing, 57*(3): 25-48.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*. New York, NY: McGraw Hall.
- Olshavsky, R. W., & Miller, J. A. (1972). Consumer expectations, product performance and perceived product quality. *Journal of Marketing Research, 9*, 19-21.
- O'Sullivan, E. L. (1991). *Marketing for parks, recreation, and leisure*. State College, PA :

Venture.

- Sampson, S. E., & Showalter, M. J. (1999). The performance- importance response function: Observations and implications. *The Service Industries Journal*, 1-25. London.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67.
- Singh, J. (1991). Understanding the Structure on Consumer Satisfaction Evaluation of Service Delivery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, 223-234.
- Valle, P. O. d., Correia, A., & Rebelo, E. (2008). Determinants of tourism return behaviour. *Tourism and Hospitality Research*, 8, 205-219.
- Wearing, B. M., & Wearing, S. L. (1996). Refocusing The tourist experience: The flamer and the chorister. *Leisure Studies*, 15, 229-243.
- Wong, J., & Law, R. (2003). Difference in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hong Kong. *Tourism Management*, 24, 401-410.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S., & Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.

附件

陽明山國家公園冷水坑地區遊客滿意度問卷

105年3月修訂

問卷編號：_____ 訪問時間：_____年_____月_____日(星期_____) _____時_____分

親愛的遊客：您好！歡迎您來到陽明山國家公園冷水坑！
 為了解您對本處提供的解說服務及遊憩設施滿意度，請您針對冷水坑地區各項服務項目給予適當評分。您的意見將提供我們改進參考，謝謝您的協助！
 祝您 旅途愉快！
 陽明山國家公園管理處 敬上

第一部份：滿意度

項目	您的重視程度					您的滿意程度						
	5 極重視	4 重視	3 普通	2 不重視	1 極不重視	5 極滿意	4 滿意	3 普通	2 不滿意	1 極不滿意	0 (或不知道)	
5分代表最高，1分代表最低→												
解說設施												
1	解說牌誌	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
2	解說摺頁/出版品	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
3	視聽多媒體	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
4	解說陳列展示	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
5	解說導覽機台	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
6	公車即時資訊	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
7	陽明山國家公園導覽APP	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
8	解說QR code	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
公共設施												
1	廁所	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
2	育嬰設備(哺乳室、廁所之換尿布台等)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
3	步道	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
4	觀景亭台及休憩座椅	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
5	停車場	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
6	iTaiwan無線上網	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
7	遊憩路徑指標	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
8	無障礙設施(停車、坡道、廁所、輪椅)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
9	安心設施(逃生指引、消防設施、緊急求救鈴、急救包、AED急救站)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
10	貼心設施(手機充電、飲水機、老花眼鏡、紀念章)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
遊客服務												
1	解說人員態度親切和藹	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
2	解說人員能主動樂意協助遊客	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
3	解說人員解說內容簡潔易懂	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
4	解說人員提供正確的相關資訊	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
心理體驗												
1	遊憩區內舒適不擁擠	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
2	整體環境之整潔	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0
3	遊憩區內寧靜不吵雜	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	0

第1頁(共2頁)

(本問卷共2頁，請續填下一頁)

第二部份：遊客基本資料

一、性別：1. 男 2. 女

二、年齡：1. 19歲以下 2. 20-35歲 3. 36-50歲 4. 51-64歲
5. 65歲以上

三、居住地：

1. 台北市 2. 新北市 3. 基隆市 4. 桃園市 5. 新竹市 6. 新竹縣
7. 苗栗縣 8. 台中市 9. 彰化縣 10. 南投縣 11. 雲林縣 12. 嘉義縣
13. 嘉義市 14. 台南市 15. 高雄市 16. 屏東縣 17. 台東縣 18. 花蓮縣
19. 宜蘭縣 20. 澎湖縣 21. 金門縣 22. 連江縣 23. 其他_____

四、教育背景：1. 自修 2. 國小/中 3. 高中(職) 4. 大學(專) 5. 研究所以上

五、職業：

1. 學生 2. 軍公教 3. 工商貿易 4. 製造業 5. 專業技術人員
6. 家管 7. 服務業 8. 退休人員 9. 自由業 10. 農林漁牧業
11. 待業中 12. 其他_____

六、請問您此次本地區所使用之主要交通工具為何？

1. 自行車 2. 機車 3. 自行開車 4. 搭乘大眾運輸工具
5. 遊覽車 6. 步行 7. 其他_____

七、此次至陽明山國家公園旅遊地點

1. 遊客中心 2. 陽明公園 3. 小油坑 4. 大屯自然公園 5. 二子坪 6. 擎天崗
7. 冷水坑 8. 龍鳳谷 9. 天溪園 10. 原種田故事館 11. 陽明書屋
12. 陽明山其他區域_____ 13. 其他_____

八、請問您過去曾來本地區旅遊幾次？

1. 第1次 2. 2-5次 3. 6-9次 4. 10次以上

九、請問您是否願意再來陽明山國家公園旅遊？

1. 願意 2. 不願意，其原因為：_____

十、您對各項設施及服務有無其他寶貴意見或建議：

問卷到此結束，再次感謝您的協助！