

南 華 大 學
資 訊 管 理 學 系
碩 士 論 文

探討導遊人員的專業職能、旅遊服務品質對旅遊滿意度
之關聯性

To study the relevance with Tour Guides' Professional Techniques
and Travelling Service Quality on Travelling Satisfaction

研 究 生：蕭松呈

指 導 教 授：王昌斌 博士

中 華 民 國 106 年 6 月

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

探 討 導 遊 人 員 的 專 業 職 能、 旅 遊 服
務 品 質 對 旅 遊 滿 意 度 之 關 聯 性

研究生：董松呈

經考試合格特此證明

口試委員： 謝品毅
侯海文
王世科

指導教授： 張錫

系主任(所長)： 洪錦建

口試日期：中華民國 106 年 6 月 2 日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人： 蕭松呈 之碩士畢業論文

中文題目：

探討導遊人員的專業職能、旅遊服務品質對旅遊滿意度之關聯性

英文題目：

To study the relevance with Tour Guides' Professional Techniques and Travelling Service Quality on Travelling Satisfaction

指導教授：王昌斌

博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學生：蕭松呈 (請親自簽名)

指導老師：王昌斌 (請親自簽名)

中 華 民 國 106 年 6 月 8 月

南華大學碩士班研究生
論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班蕭松呈君所提之論文

探討導遊人員的專業職能、旅遊服務品質對旅遊滿意度之關聯性

係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授 張烈

106年8月8日

摘要

本研究旨在以專業導遊的觀點來探討導遊人員所需具備之專業職能、旅遊服務品質影響旅遊滿意度之間的關聯性，並了解不同背景變項導遊之間的差異情形。以線上導遊從業人員為研究對象，採隨機抽樣方式進行問卷調查，共計發放問卷 330 份，回收有效問卷 315 份，有效回收率為 95.45%。所得資料經描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、相關分析等進行資料分析，獲得結果如下：目前線上導遊從業人員在專業職能方面，認為「專業知識」的影響性最大；在旅遊服務品質方面，感覺「行程」及「購物」最為重要；不同背景變項的導遊在導遊專業職能的畢業科系、平均每次帶團天數、平均每月帶團天數等變項皆有顯著的差異；不同背景變項的導遊在旅遊服務品質的婚姻狀況、帶團工作年資、一年平均帶團次數、平均每月帶團天數等變項皆有顯著的差異；不同背景變項的導遊在旅遊滿意度的婚姻狀況、畢業科系等變項皆有顯著的差異。導遊專業職能會正向影響旅遊滿意度，同時導遊專業職能也會正向影響旅遊服務品質，而旅遊服務品質也會正向影響旅遊滿意度。最後依據本研究結果提出建議，供給線上導遊從業人員參考，以期在接待遊客時能有所助益。

關鍵詞：導遊、專業職能、旅遊服務品質、旅遊滿意度

Abstract

This study aims to view the relevance with tour guides' professional techniques and services quality that impact on travelling satisfaction and realize the different conditions among tour guides individual background. The survey was based on tour guides on employing by random sampling. There are 315 effective questionnaires from the total 330 copies. The effective recovery rate is 95.45%. The result is as following, based on Descriptive statistics, Independent-sample T test, Analysis of single factor variance, and Related analysis. Most of tour guides in professional techniques consider "professional awareness" has significant influence. In traveling service quality, traveling schedule and shopping are most important. It has obvious differences on variation of tour guides' individual background, such as major related graduation, the times of leading tour everyday and per month. It also has large differences on variation of travelling service quality, including marital status, working experience and the times of leading tour every month and every year. There are large differences on variation of marital status and major related graduation. The study also found that travelling service quality has mediation effect between professional techniques and travelling satisfaction. The tour guides with professional techniques have positive impact on travelling satisfaction, as well as travelling service quality. The report provides suggestions above for tour guides in reference as receiving tourists.

Keywords: Tour guide, Professional techniques, Travelling service quality, Travelling satisfaction

目錄

摘要.....	III
ABSTRACT.....	IV
目錄.....	V
表目錄.....	VII
圖目錄.....	IX
第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究範圍.....	2
第四節 研究流程.....	3
第貳章 文獻探討.....	4
第一節 導遊的定義.....	4
第二節 導遊專業職能.....	6
第三節 旅遊服務品質.....	10
第四節 旅遊滿意度.....	17
第五節 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之相關研究.....	20
第參章 研究方法.....	22
第一節 研究步驟.....	22
第二節 研究架構.....	22
第三節 研究假設.....	23
第四節 研究對象及抽樣方式.....	23
第五節 研究工具.....	24
第六節 資料分析處理.....	28
第肆章 資料分析與討論.....	30
第一節 現況分析.....	30
第二節 不同背景變項之導遊在導遊專業職能之差異分析.....	43
第三節 不同背景變項之導遊在旅遊服務品質之差異分析.....	51
第四節 不同背景變項之導遊在旅遊滿意度之差異分析.....	63
第五節 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之相關分析.....	70
第六節 研究假設驗證結果.....	71
第伍章 結論與建議.....	74

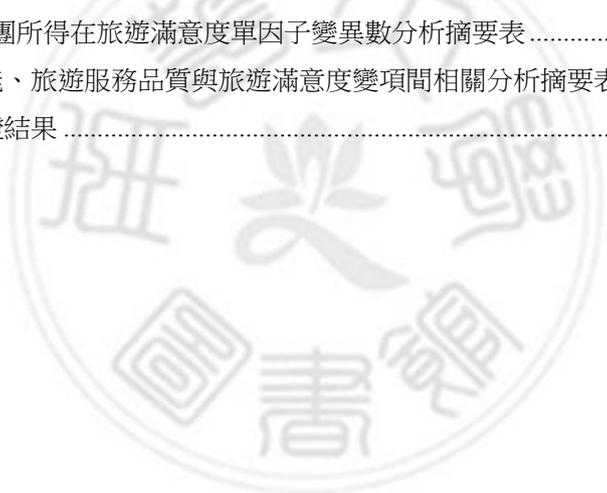
第一節	結論	74
第二節	建議	75
第三節	研究限制	76
參考文獻		77
附錄 一		82



表目錄

表 3-5-1 導遊專業職能量表	25
表 3-5-2 旅遊服務品質量表	26
表 3-5-3 旅遊滿意度量表	27
表 3-5-4 信度分析摘要表	28
表 4-1-1 性別統計表	30
表 4-1-2 年齡統計表	31
表 4-1-3 婚姻狀況統計表	31
表 4-1-4 教育程度統計表	32
表 4-1-5 畢業科系統計表	32
表 4-1-6 帶團工作年資統計表	33
表 4-1-7 取得導遊執照年資統計表	33
表 4-1-8 一年平均帶團次數統計表	34
表 4-1-9 平均帶團天數統計表	34
表 4-1-10 平均每月帶團天數統計表	35
表 4-1-11 平均每月帶團所得統計表	35
表 4-1-12 導遊專業職能分析表	36
表 4-1-13 旅遊服務品質分析表	38
表 4-1-14 旅遊滿意度分析表	41
表 4-2-1 性別在導遊專業職能獨立樣本 T 檢定摘要表	43
表 4-2-2 年齡在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	43
表 4-2-3 婚姻狀況在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	44
表 4-2-4 教育程度在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	45
表 4-2-5 畢業科系在導遊專業職能獨立樣本 T 檢定摘要表	45
表 4-2-6 帶團工作年資在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	46
表 4-2-7 取得導遊執照年資在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	46
表 4-2-8 一年平均帶團次數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	47
表 4-2-9 平均每次帶團天數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	48
表 4-2-10 平均每月帶團天數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	49
表 4-2-11 平均每月帶團所得在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表	50
表 4-3-1 性別在旅遊服務品質獨立樣本 T 檢定摘要表	52
表 4-3-2 年齡在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	52
表 4-3-3 婚姻狀況在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	54
表 4-3-4 教育程度在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	54
表 4-3-5 畢業科系在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	55
表 4-3-6 帶團工作年資在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	56

表 4-3-7 取得導遊執照年資在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	57
表 4-3-8 一年平均帶團次數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	58
表 4-3-9 平均每次帶團天數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	59
表 4-3-10 平均每月帶團天數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	60
表 4-3-11 平均每月帶團所得在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表	61
表 4-4-1 性別在旅遊滿意度獨立樣本 T 檢定摘要表	63
表 4-4-2 年齡在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	64
表 4-4-3 婚姻狀況在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	64
表 4-4-4 教育程度在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	65
表 4-4-5 畢業科系在旅遊滿意度獨立樣本 T 檢定摘要表	66
表 4-4-6 帶團工作年資在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	66
表 4-4-7 取得導遊執照年資在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	67
表 4-4-8 一年平均帶團次數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	67
表 4-4-9 平均每次帶團天數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	68
表 4-4-10 平均每月帶團天數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	68
表 4-4-11 平均每月帶團所得在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表	69
表 4-5-1 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度變項間相關分析摘要表	70
表 4-6-1 研究假說驗證結果	71



圖目錄

圖 1-4-1 研究流程圖.....	3
圖 2-2-1 冰山模型.....	7
圖 2-2-2 核心與表面職能.....	7
圖 2-3-1 服務品質的構面與認知.....	11
圖 3-2-1 研究架構圖.....	23



第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

交通部觀光局為發展台灣觀光產業，97 年開始推動「觀光客倍增計畫」，並於 97 年 7 月開放大陸地區人民來臺觀光。在政府大力推動觀光產業及開放大陸人士來台觀光之際，來台觀光客逐年增加，在 2015 年已超過千萬人次之多(交通部觀光局，2017)。然這些來台觀光客，要能領略台灣之美仰賴的是第一線的導遊人員，面對來台觀光的國際旅客，導遊扮演了第一線的接待服務工作，其工作內容除了需要介紹台灣的風土民情、地理環境、人文景觀外，對於旅客在台期間的生活作息、身體狀況也需要一一關懷與照顧，最好是可以做到無所不知、無所不曉、包山包海的全方位服務。而導遊人員的表現是一個國家的「櫥窗」，亦是一個國家文明的體現，其能讓旅遊順利而愉快，並滿足旅客各種不同的需求(林燈燦，2006)，所以導遊素質的好壞，更是銷售下一次旅遊的關鍵人物(Geva & Goldman, 1991)；再者，隨著旅遊環境的變遷，旅客需求的提高與多樣化，以及消費者意識的抬頭，對於服務品質的要求也逐漸增強，擔任旅遊業接待服務第一線的導遊人員，其服務的好壞不但會影響所屬旅行社及目的地本身的形象，也關係到我國在國際上的聲譽和形象(Whipple & Thach, 1988; Geva & Goldman, 1991; Mossberg, 1995)，故其地位重要可見一般。基於上述，一位專業、敬業且具有服務熱忱的導遊人員在旅遊業中所扮演的關鍵地位與角色是不容忽視。因此，如何讓每位來台旅客在其離台後，對台灣所有的一切留下美好的印象，提升其再次來台意願，並能順利的將台灣行銷於國際，導遊扮演著極重要的角色。

導遊在通過國家考試後，正式執業前，雖需接受觀光局辦理的 98 小時職前訓練。但以現行在職訓練的訓練課程是由政府或組織做主導與安排，提供導遊應

具備的最基本知識與常識，但仍無法顧及每位導遊因學經歷及背景的不同而產生的個別差異性，常常造成線上導遊從業人員與遊客間在認知上的不同而產生抱怨，甚至衝突的情形發生。所以本研究將以線上的導遊從業人員為研究對象，從自我認知為出發，探討導遊的專業職能是否會直接影響旅遊服務品質與旅遊滿意度；而旅遊服務品質又是否會直接影響到旅遊滿意度之間的關係。透過本研究找出導遊從業人員所必須具備專業素質內容的需求評估，期能透過需求評估，進而提升帶團的服務水準與品質；並瞭解專業職能與服務品質皆具有影響旅遊滿意度的正向關係，做為未來線上從業人員帶團的參考，也給社會新鮮人及即將從事導遊行列之新進人員一個自我期許的方向。

第二節 研究目的

本研究具體的研究目的如下：

- 一、瞭解目前線上導遊人員在專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度現況。
- 二、探討不同背景變項的導遊人員在專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之間差異情形。
- 三、探討導遊專業職能對旅遊服務品質與旅遊滿意度的關聯結構。
- 四、探討旅遊服務品質對旅遊滿意度的關聯結構。

第三節 研究範圍

本研究的範圍是以領有中華民國導遊人員執業證之線上從業人員為問卷對象，包括中華民國觀光導遊協會會員、旅行社員工、各觀光工廠來廠參觀之遊覽車的隨車導遊人員，問卷期間為 2017 年 1 月 1 日至 2 月 28 日以隨機抽樣為研究母體。

第四節 研究流程

本研究流程如圖 1-4-1 所示。

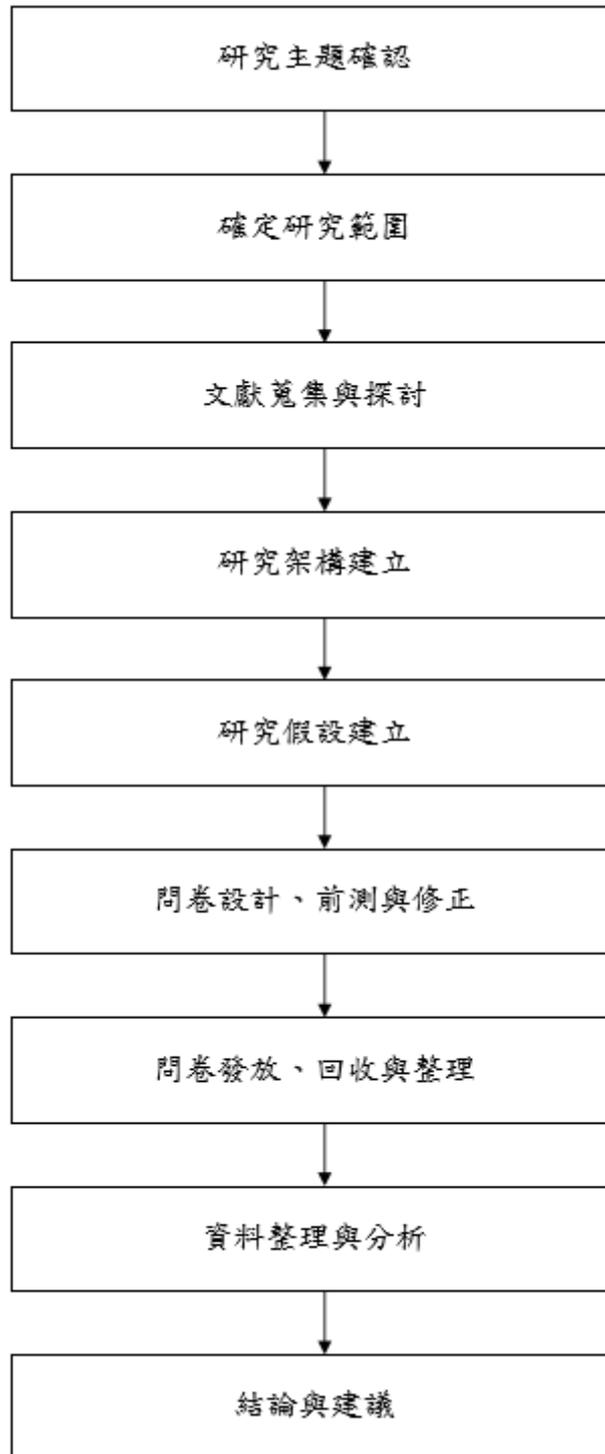


圖 1-4-1 研究流程圖

第貳章 文獻探討

本章主要探討導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之理論和相關文獻。第一節導遊的定義；第二節導遊專業職能；第三節旅遊服務品質；第四節旅遊滿意度；第五節導遊專業職能、服務品質與滿意度之相關研究。

第一節 導遊的定義

我國觀光發展條例將導遊人員定義為執行接待或引導來臺外國觀光旅客相關旅遊業務而收取報酬之服務人員。日本人稱導遊人員為「無名大使」，美國人稱導遊人員為「祖國的臉面」(林燈燦，2013)。而 Holloway (1981) 則認為導遊人員是文化的代言人，是資訊的傳遞者，他們是引發旅遊興趣者的牧羊人。對於導遊人員的角色，Weiler and Ham (2002) 認為導遊扮演著解說與教育的角色，使遊客能反省現有的居住環境，並激起對現今生活環境的想法，他們扮演的角色可以使旅遊變得更具意義。

陳嘉隆(2006)認為，導遊的工作任務除全程陪同團體成員，並執行串聯公司所安排的行程景點外，其內容涵蓋交通、住宿、餐食、參觀景點等，並須在適當的時候做翻譯或解說的工作。必要時安排自費行程或購物及自由活動等。同時注意團員之安全與健康，維護公司及國家之形象與利益。邱豐德(2004)對「導遊人員專業發展之研究」發現導遊人員在專業領域中必需因應來自不同國家、不同地區、不同觀光客需求，具備多元的專業知能與應變能力，包括跨文化生活、旅遊業務、急救的、心理的等知識；語言的、導覽解說的、溝通協調的、突發狀況的處理等帶團技能；而事前的準備工作和服務的熱誠也是不可或缺的。林燈燦(2013)導遊為臺灣當地之第一線人員，在傳遞服務過程、品質的推動，必須依靠導遊人

員作用的發揮；一次圓滿的旅遊，是導遊有效運用知識、技能，認真提供服務以及充分發揮經驗的結果。

此外，Heung (2008) 則以旅遊經營者的角度來說明導遊人員，他認為導遊是僱員、同時也是公司形象與公司聲譽的代言人、扮演著販賣未來行程的銷售員。以遊客的角度來看，導遊可以說是探險家，具備活力、且是值得遊客信賴的顧問或是領導者 (Cohen, 1985)。綜合上述，導遊人員同時扮演著教育解說、提供服務、傳達在地文化、銷售員及探險家等多面向的專業服務人員。導遊人員是陪同來臺觀光旅客，擔任負責嚮導解說之工作，滿足旅客對臺灣各地文化、風俗、社會環境等知識方面的需求，並協助觀光客在臺期間之食、住、行、育、樂等，各項安排服務之接待人員。觀光客入境國門，接觸最多、相處時間最長的服务人員就是導遊，導遊人員的言行舉止足以影響國際遊客對我國與人民整體形象的觀感。

導遊因處於旅遊接待的第一線，旅遊品質的推動必須依靠導遊人員的服務；而導遊服務工作可歸納為導覽解說服務和生活服務二大類：

1. 導覽解說服務：高品質的導覽解說服務，能讓旅客接觸臺灣的傳統文化與現代文明，進而加深旅客對旅遊地區的瞭解和自然、人文等景觀的認識，享受「行萬里路更勝讀萬卷書」的樂趣。
2. 遊程生活服務：導遊積極關照並妥善安排旅遊全程的食、住、行、育樂等服務，會使旅客對導遊人員產生信賴，賓至如歸的感覺讓人精神輕鬆愉快，有助於旅客認真聆聽導遊的講解；遊程生活服務與導覽解說服務有相乘效果，帶給旅客豐富多彩的旅程，留下深刻美好的臺灣印象。

依據世界聯合會旅遊協會定義 (WFTGA, 2003)，導遊是指「能以遊客選擇的語言引導遊客，並說明某一特定區域的文化和自然遺產的人，通常必須取得當地

官方授權機構的認定資格。」在上述定義中，導遊職位的關鍵描述是「具備足夠的知識，可以用所需的語言解說旅遊環境。」本研究所定義的導遊是指領有中華民國導遊人員執業證之從業人員。

第二節 導遊專業職能

專業職能之定義與內涵「職能」一詞，最初是由美國哈佛大學教授 McClelland 於 1973 年所提出的，他對卓越的工作者進行了一連串的研究，發現智力並不是決定工作績效好壞的唯一因素，遂找出一些帶來卓越績效行為的背後因素，如態度、認知、個人特質等，並稱它們為「Competency」，後續研究更進一步發展出「工作才能評鑑模式」(Job Competency Assessment Method, 簡稱 JCAM) 的研究流程來評鑑職能，試圖從高績效工作者的身上找出卓越績效的職能因素，進而更有效地預測員工的工作表現與成果(Spencer & Spencer, 1993)。Spencer and Spencer(1993)認為職能是一個人所具有的外顯特質與潛在特質的綜合，這些基本特質不僅與其工作所擔任的職務有關，更可瞭解或預期其實際反應、以及影響行為與績效的表現，且可經由一定的標準加以衡量，其提出了「冰山模型」的概念(如圖 2-2-1 與圖 2-2-2 所示)，將職能區分為五種基本類型：(1)技巧、(2)知識、(3)自我概念、(4)特質、(5)動機，並指出技巧、知識的職能是傾向於看的見以及表面的特性(顯性)，可藉由訓練課程加以發展，而特質與動機則是傾向於看不見以及深層的特性(隱性)，是比較不容易被訓練與發展的。

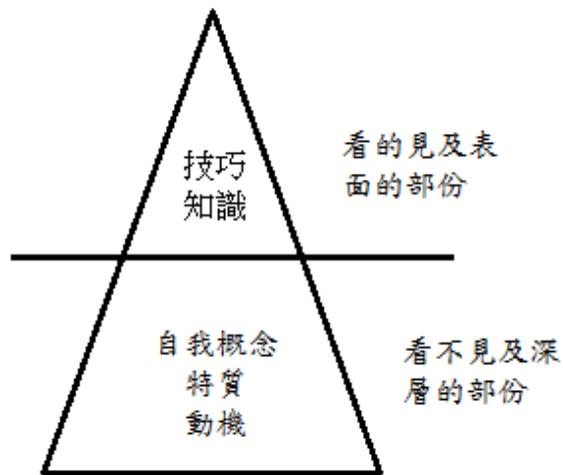


圖 2-2-1 冰山模型

資料來源： Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work*, 9. New York: John. (引自廖紘億，2008)

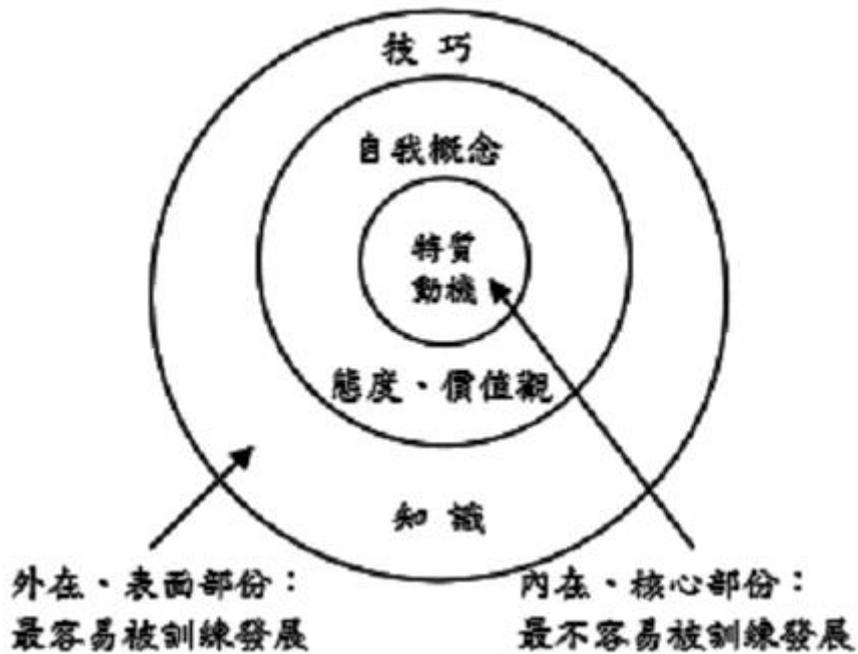


圖 2-2-2 核心與表面職能

資料來源： Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work*, 9. New York: John. (引自廖紘億，2008)

Cofsky(1993)則強調職能的內在歷程,認為個體雖擁有知識、技巧等表面特質,仍無法保證其能產生高度的工作績效,卓越績效的產生必須仰賴更高的職能層次,如一個人的性向、特質、動機、自我概念與價值觀等潛能特質。Byham and Moyer (1996)更廣泛定義職能為一切與工作成敗有關的行為、動機與知識,其包含一個人的知識、態度及技能,為影響個體工作的最主要因素,可藉由一個可接受的標準來衡量,並可經由訓練與發展來加以增強 (Parry, 1998),而且並非一定是與生俱來的,它是可以經過瞭解、學習及應用來加以強化的(Raymond, 1999),其與個體工作活動上的知識、技術及能力有關,且能夠應付與職位有關的任何情境(Cunningham, 1996; Campion, Mumford, Mogenon, & Nahrgang, 2005)。

英國成人教育學者 Mayo and Jarvis (1981)認為專業職能包含了專業知識、專業技能與專業態度三要素。故專業職能主要與個人的職務有關,是一個人人在扮演專門職業中的特定角色,所需具備的知識、技能、態度或價值,這是一種常表現於工作任務、人際關係與環境中的重要任務或技能,其主要功能在維持人及組織聚焦在影響工作績效的技術、知識及特徵方面佔有重要的地位(Lucia & Lepsinger, 1999)。「專業」係指在職前經過長期的訓練以獲得專業的知識與能力,並於工作中能不斷地學習、進修與成長發展 (白穗儀, 1999);且「職能」本身亦是可經過瞭解、學習及應用來加以強化的 (Raymond, 1999)。因此,本研究所探討之專業職能偏重於可被訓練與發展的部份,為可藉由後天學習培養而獲得之有關專業上的知識、技能與態度,故不包括與生俱來且不易改變之人格特質部份,而導遊人員亦屬於專業人員的一種,故也應有所獨特的專業職能。

此外, Jarvis (1983)強調專業職能應包含專業知識、專業技能與專業態度等三要素:

(1)知識(Knowledge)：係指每日工作所需瞭解的事實與資料，為實際工作表現的必要條件，知識層面的能力較易評量，在傳統的訓練上最為強調。

(2)技能(Skill)：係指運用知識以解決特定問題的能力，技能的評量可從實際表現的觀察或從某具體表現上的成果來加以評定。

(3)態度 (Attitude)：係指一種感情的趨使作用，態度的評量可從觀察某人的行為舉止表現或是對話來加以評定。

並認為此三要素是會相互影響且同時發生的。上述 Jarvis (1983) 對專業職能之定義與內涵，將作為本研究發展導遊人員專業職能模式之參考。

綜合上述文獻，本研究將「導遊專業職能」定義為導遊人員為圓滿達成工作目標，於接待服務旅客時，所需具備的能力、技巧與態度，亦即豐富的學識、常識，良好的溝通能力、組織能力和處理問題能力，充沛的體力與開朗和悅的態度。

而一位優秀的導遊人員應具有以下這三種專業職能構面：

(一) 專業知識：一位優秀的導遊人員在接待旅客執行旅遊業務時所應具備之相關學識與常識。導遊人員在執行帶團任務時必須具備多元的知識，方可滿足各種不同旅客的需求，包括旅遊業務的知識、跨文化的生活知識、簡易的急救常識等知識職能。

(二) 專業技能：一位優秀的導遊人員在接待旅客執行旅遊業務時所應具備之相關技術或能力。導遊的主要工作任務在執行導覽解說，優質的導覽能將旅客和景點做有效的連結，引領旅客進入愉快的旅程；帶團技能包括導覽解說能力、溝通協調能力等技能職能。

(三) 專業態度：良好的專業態度是導遊人員成功帶團的關鍵，其包括了誠實的態度、樂觀開朗的態度、謙遜的態度、自我學習成長等態度職能。

第三節 旅遊服務品質

一、服務品質定義及內涵

品質 (Quality) 即是知覺感受，一般是顧客在消費、使用、體驗過產品或服務之後，將實際感受與先前對其所具的期望程度做比較，所反映出的正向評估，即一項產品或服務的表現與消費者的期望相等或高於期望，就會產生對「品質」的感受 (Murphy, Pritchard & Smith, 2000; Flick & Ritchie, 1991)，亦品質為消費者對某商品或服務的正面評價。在服務品質衡量當中，Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) 最廣為大多數研究參考使用，他們認為服務品質是顧客對服務的期望與顧客受到服務後知覺感受到的服務之間差距，當知覺到的服務水平低於期望的服務水平，則表示服務品質較低；反之，當知覺到的服務水平高於期望的服務水平，則表示服務品質高。圖 2-3-1 中顯示顧客的服務期望，有四個來源：口碑、個人需求、過去的經驗以及外部溝通。當顧客親自受到的服務，超過心裡的期望服務時，顧客就會感到驚訝，有種受寵若驚的感覺，這就是卓越的服務品質；當感受到的服務低於原先心裡的期望時，便會有失望的情緒反應，顧客對於所提供的服務品質便無法接受；當顧客期望的服務與實際認知的服務相符時，就是令人滿意的服務品質。

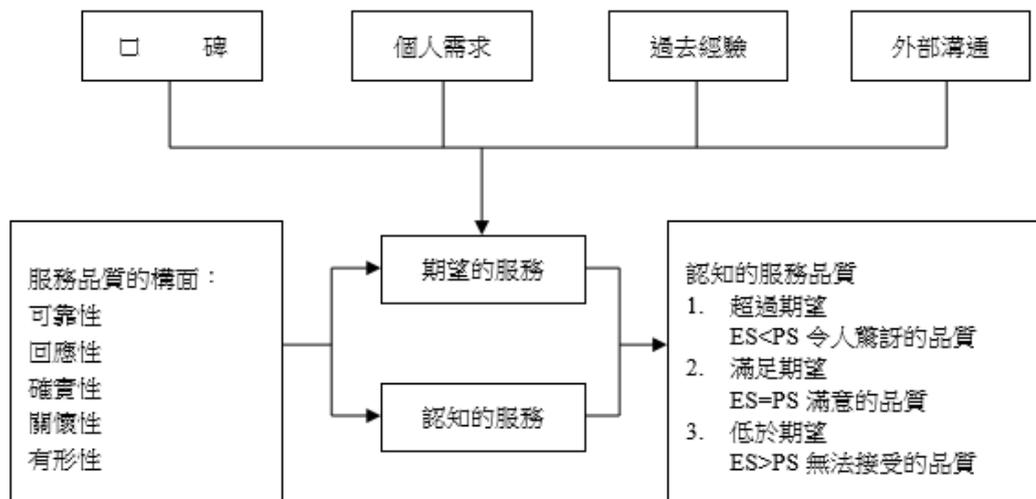


圖 2-3-1 服務品質的構面與認知

資料來源：A.Parasuraman, V.A. Zeithaml, and L. Berry, "A conceptual model of service quality and its implications for future research", Journal of marketing, vol.49,Fall 1985, p.48

對於服務品質的探討亦有學者提出不同的觀點，認為服務品質是主觀的認知意識，客人透過員工的服務過程中，顧客認知到的貼心為高服務品質的過程感受，因此員工服務的好壞將是影響消費者的實際認知，服務品質越高代表顧客越滿意，服務品質低則反應顧客的不滿意（林秉毅，2005）。梁雯玟（2001）則指出服務品質為企業吸引消費者、維持長期關係的重要因素，並且能提高生產效率，避免不必要的浪費。

Mitra (1993) 認為「服務品質」之特性有下列 4 種：

1. 服務人員的行為及態度：消費者對於服務人員態度的感受是最直接的，而這些態度包含服務意願、敬業精神、言行舉止、禮貌及自信心等。
2. 服務不符合性：此乃考量服務品質及消費者之需求有落差或服務的實際成效偏離目標的情況，此情況以顧客抱怨最為明顯。
3. 及時性：由於大部分的服務都是無法儲存，所以是否能夠即時或適時提供服務，將是消費者對於服務品質之評估，是否良好之重要指標。

4. 設備有相關之特性：一般而言，服務之提供者不僅僅是提供服務而已，就連週邊的設備也會影響到顧客的滿意程度。

Bitner(1990, 1992)則認為服務品質是消費者於服務消費後是否再次購買服務的整體態度。基本上服務品質有 5 種構成因素：

1. 組織：指公司所提供的服務範圍，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：指對顧客熱切接待，服務迅速以及服務時能為顧客著想。
4. 設備：指為了提供服務所配置的設施。
5. 商品：指為滿足顧客需要所提供的有形商品。

綜合上述，服務品質亦可說是消費者對於企業的一種態度，可以反映出消費者對於某商品服務的評價，亦可作為探討消費者未來行為的依據。

一般服務業皆會透過服務品質的評估，以瞭解顧客對於公司所提供之服務的感受。本節將先說明服務品質之定義與衡量方式，接著將旅遊產業特性與服務品質之定義與衡量方式進行說明。關於服務品質的衡量，Sasser, Olsen and Wyckoff (1978) 認為服務品質不僅包含最終結果，還包括提供服務的方式，且由於服務業具有無形性、不可分割性、易逝性等特性，皆會影響消費者對服務品質的評價。另外 Crosby (1979)同樣認為因為服務具有其特性（無形性、異質性、易逝性以及不可分割等），所以消費者很難具體描述服務品質，僅能藉由一些形容詞來加以描述。而 Parasuraman, et al. (1985)提出類似的概念，認為服務與商品最大相異處在於服務具有無形性（intangibility）、易逝性（perishability）、異質性（heterogeneity）及不可分割性（inseparability）四項特性，因此服務品質比產品品質更具有主觀的認知意識，使得服務品質相較於產品品質更難確切地評估。此外 Parasuraman, et al.參考服

務特性提出下列十個衡量消費者服務品質之面：

1. 可靠性 (reliability)：即一種信任，涉及到服務內容的一致性、準時完成、準時交寄商品，履行對服務品質保證的承諾以及服務的正確性。
2. 對應性 (responsiveness)：服務人員對於消費者的需求能夠快速且正確地回覆，且能夠妥善的處理後續。
3. 專業性 (competence)：指服務人員擁有提供專業服務的能力。
4. 接近性 (access)：提供服務之人員，能讓消費者感到很容易接近且很親民，另外也包含可容易獲得服務。
5. 禮貌性 (courtesy)：指服務人員能夠對消費者有親切的態度、有禮貌且尊重消費者及體諒消費者。
6. 溝通性 (communication)：能夠耐心的聆聽消費者所陳述的事項，並以適當的表達方式與消費者進行有效溝通。
7. 信賴性 (credibility)：指能獲得消費者的信任。
8. 安全性 (security)：只服務過程要讓消費者避免遭遇危險、懷疑等憂慮，讓消費者可以無安全上之顧慮。
9. 理解性 (understanding)：能充分理解消費者的需求，且提供正確無誤的服務給消費者，如無法達成消費者之需求，亦先行與消費者溝通，得到消費者諒解。
10. 有形性 (tangible)：指服務過程中所有具有形體的部分，泛指乾淨舒適的場所、服務人員之整潔形象，硬體的服務設施、輔助服務人員進行服務之設備等，皆屬有形性之一部分。

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) 將上述十項服務品質之評估分類，進一

步分為五個構面：

1. 有形性 (tangibility)：在服務過中，具有實體之設備或工作人員的實際表現。
2. 可靠性 (reliability)：將承諾過的服務確切執行並準時完成的能力。
3. 反應性 (responsiveness)：工作人員提供顧客幫助及即時服務的意願。
4. 保證性 (assurance)：工作人員具備專業知識、禮貌及能力，能獲得消費者信賴。
5. 關懷性 (empathy)：企業對顧客的關心與照顧，了解消費者的需求。

以上五種構面，有形性、可靠性屬於硬體設施服務，反應性、保證性及關懷性則為軟體之人員服務。

二、旅遊服務品質定義與衡量方式

旅遊通常包含許多的產品以及服務，從住宿、交通、餐飲、購物、景觀、到休閒娛樂等都是遊憩過程中的各種體驗（魏鼎耀，2005），而旅遊品質是遊客內心對整體服務的直接知覺。由於產業的屬性不同、服務方式不同，關於旅遊業的探討也發展出適用於旅遊業的旅遊服務特性，容繼業（1993）認為旅行業之服務業特性共有以下五點：

1. 旅行業的商品乃是勞務的提供（勞力與知識），依附於提供者個人身上，必須即時地向旅客提供服務。故需適人、適時、適地提供服務，其供給彈性甚少。
2. 旅行業的商品是無形的，沒有樣品，無法事先看貨、嘗試。如何塑造「產品」的良好印象，以及如何提高服務品質，乃是旅行業行銷上不容忽視。
3. 旅行業商品的特質，必須在規定期限內使用、無法貯存、無需大量的資金作為營運資本、無法獨佔或寡佔市場，因此劇烈的競爭隨之而起。

4. 旅行業向其旅客提供服務，另一方面需取得相關行業的信賴，因之人際關係的運用、信譽之建立，乃成為旅行業爭取客源的主要條件。
5. 旅行業既為服務業，而服務來自人，服務品質乃繫於提供者的素質與熱忱，因此員工的良莠與訓練乃成為服務業成敗之關鍵所在。

旅遊產品的特性，亦有學者認為旅遊產品同時具備服務業的商品特性，無形性（intangibility）、異質性（variability）、易逝性（perishability）、不可分割性（inseparability）等四種特性外，另也存在專業性、季節性、整體性、競爭性、動態性、合作性以及拓展性等產品特性（陳宗玄、張瑞琇，2008）。在旅遊服務品質的衡量上，Zeithemal (1988) 認為旅遊產品是一種服務的提供，且消費者購買前或實際出發旅遊之前，很難確認其服務的好壞，因此消費者常藉由其他表徵來判斷其服務品質。旅遊產品通常是生產與消費同時進行，這使得旅客與旅客之間，旅客與服務人員之間，由於互動的頻繁，而對旅遊產品的品質造成重要影響（陳明德，2002）。本研究綜合以上學者所述，旅遊服務品質涵蓋結果品質和過程品質：

1. 結果品質

結果品質是旅行社提供的服務項目、服務時間、設施設備、環境氣氛…等，滿足遊客需求的程度。如：酒店住宿顧客在規定的時間內得到一間客房和周邊設備的使用權；走訪景區會給遊客帶來一種遊程體驗；遊覽車會把遊客從甲地載運到乙地，這些都是旅遊服務的結果，換言之，就是旅行社提供的「硬體」，例如酒店客房的寬敞程度、旅遊景區的設施、遊覽車的舒適程度等，這些相關條件取決於旅行社的技術能力；因此，遊客對結果品質的評價相對比較客觀。

2. 過程品質

過程品質是衡量遊客對獲得服務結果過程的滿意度。旅遊服務的生產和消費

具有不可分割性（同步性），服務生產過程就是遊客的消費過程，服務人員的行為舉止必然影響到遊客對服務品質的認知。過程品質不僅與服務人員的儀容舉止、服務態度、服務程式、服務方法以及工作效率等因素有關，還受到遊客心理特點、知識水準、行為偏好的影響。同一個旅遊團隊，遊客對服務品質的評價會干擾其他遊客對服務品質的認知，所有這些都和遊客認知的品質有關。過程品質是旅行社提供的「軟體」，它說明旅行社是如何提供服務；因此，旅遊過程品質難以用客觀標準衡量，遊客通常採主觀的方式認知。

關於旅遊服務品質的定義，王信惠（2007）認為對於旅客來說，「旅遊品質」所代表的是對服務設施（service infrastructure）與目的地環境（destination environment）的體驗，在旅客心中所編織出的一整體性結論，服務設施即為觀光旅遊產品，如住宿、交通、旅行、食物、娛樂、購物等；目的地環境則為外在之環境，譬如氣候、政治、經濟、文化、社會等因素。本研究參照觀光局 2013 年發佈實施之「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團優質行程要點」，將旅遊服務品質分為行程、交通、住宿、餐食、購物等，五個分構面，如下說明：

1. 行程：泛指團體集合出發至回程解散前，所有進行之一切遊程活動。此處所指之行程為在臺灣當地進行之遊程活動。
2. 交通：遊程活動進行間所使用的交通工具，亦即交通運輸。
3. 住宿：旅遊目的地接待旅行社安排之住處及其週邊設備。
4. 餐食：整體遊程所安排的飲食。
5. 購物點：行前資料載明，於遊程活動中安排之購物行程。

綜合上述，旅遊服務品質不僅是產出品質，遊客還親自參與服務品質的形成，其對服務品質的全面感受是一個複雜的過程。

第四節 旅遊滿意度

滿意度之定義:Cardozo (1965) 首次利用顧客滿意度的概念進行研究分析，之後陸續有許多學者投入此領域的研究。Howard and Sheth (1969) 認為顧客滿意度是購買者對於其購買某一項產品而做的犧牲，其所換取的補償是否適當的一種認知狀態。Day(1984) 顧客滿意度是一種顧客在購買後評估其購前預期與購後實際績效，所知覺差異的一種現象。消費者在使用商品或接受服務之後，如果效果超過原來的期待，即可稱之為滿意。相反的，如果未能達到事前期待，就會感到不滿意。換句話說：滿意度就是「事前期待」與「事後實績評價」的關係。Latour & Peat (1979) 認為「滿意度」是消費者購買產品之後，對各屬性與比較水準作比較所產生的差距，與消費者對各屬性所認定的重要性予以加權所得的結果。吳德晃(2004)專業表現、服務努力、滿意度與小費之關係中提到---顧客滿意度是來自於對產品功能特性或結果的知覺，以及與個人對產品的期望，經由兩者比較後形成其所感覺愉悅或失望的程度。顧客滿意度是一種購前期望與購後感受之比較結果，經主觀評估所產生正向或負向的感受。

Dorfman (1979) 指出由於滿意的體驗因個人的偏好、期望、知覺及動機不同而有所差異，亦因各因子對該滿意體驗之貢獻強度不同而不同，使得影響需求滿意之因素更形複雜。總滿意度可解釋為對環境中可區分因子之滿意的總和，像「愉悅感」的滿意應該是一種整體性的感覺，在不同時間與地點皆有明顯的差別，而且依照使用者當時的狀況而異(如情緒、年齡、體驗等)，並且與使用者的偏好及期望有關。

而 Oliver (1981) 認為滿意是一種針對特定交易(transaction-specific) 的情緒反應，經由消費者本身對產品事前的消費經驗與期待的不一致(disconfirmation)，而

產生的心理狀態，此經驗則會成為個人對於購買產品的態度，並形成下次消費時的期望基準，週而復始不斷的循環影響，特別是在特定的購買環境時。Churchill and Surprenant (1982)認為顧客滿意是一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生。Oliver and Desaarbo (1988) 進一步認為服務品質是顧客 滿意的先行變數，他們又認為顧客滿意可從二個角度來看：(一)是顧客 消費活動或經驗的結果，(二)可被視為是一種過程。Fornell (1992) 認為顧客滿意可視為是顧客期望的一種鑑定，並幾乎已開始被概念化為顧客對服務滿意的門檻，他又提出滿意度是指可直接評估的整體感覺，消費者會將產品和服務與其理想標準做比較，因此消費者可能原本對產品 或服務滿意，但與原預期比較後，又認為產品是普通的。

Ranaweera (2003) 認為顧客滿意在傳統上被視為一項長期顧客行為的基本決定因素。Kolter (2003) 指出滿意度乃一個人所感覺的愉悅或失望程度，係源自其對產品性能(或結果)的知覺與個人對產品的期望。滿意度乃知覺的性能(perceived performance)與期望(expectation)兩者差異的函數。若性能遠不如所期望者，則顧客將感到不滿意；如果性能符合所期望者，則顧客感到滿意；如果性能遠過期望者，則顧客將有高度的滿意水準或愉快的經驗。

Anderson, Fornell and Lehmann (1994) 歸納過去之研究，提出不同觀點解釋的顧客滿意度：

(一) 特定交易觀點 (Transaction-specific)

顧客滿意度是指顧客對過去在一特定購買地點或購買經驗的購後評估，可提供特定產品或服務之診斷判讀資料。

(二) 累積觀點 (Cumulative)

顧客滿意度決定於顧客對產品或服務之所有購買經驗的整體評價，可提供企業過去、現在和未來之績效指標。

(三) 認知觀點 (Cognitive)

顧客滿意度乃是消費者將實際從產品或服務中所獲得的認知表現與先前對產品或服務表現的期望作一比較的認知過程評價。此時，期望與產品經驗有直接關係，若實際產品表現配合或超過期望則產生滿意，反之，則產生不滿意。

(四) 情感性觀點 (Affective)

代表消費者主觀覺得好，滿意便產生；反之亦然。Oliver (1981) 認為滿意為消費者對事物的一種暫時性、情緒性反應。

綜合上述文獻資料得知，探討顧客滿意度的文獻相當多，大多著重在消費者(顧客)層面的感受與認知。本研究將以不同的觀點來探討旅遊的滿意度，從導遊教育訓練的需求層面討論導遊對消費者行為的感受程度與旅遊滿意度的正向關係。

胡漢寧(2005)針對「綜合旅行業員工對教育訓練需求之探討」的研究得知，綜合旅行社員工之訓練需求，包含專業知識與技能、政令法規、經營管理及溝通與協調等四個層面；其中「溝通與協調」層面需求最高，「政令法規」層面需求最低。

各層面的教育訓練需求程度高低分別為：

一、「專業知識與技能」：需求程度最高為「專業語文及外語溝通能力」，需求程度最低為「旅行業內部作業流程及電腦資訊系統運用」。

二、「政令法規」：需求程度最高為「入出境規定與護照」、「解析旅遊契約」及「旅行業保險」，需求度最低為「民法債編」。

三、「經營管理」：需求程度最高為「如何提升旅遊業品質」及「服務技巧發展

訓練」，需求度最低為「旅行業經營理念」。

四、「溝通與協調」：需求程度最高為「問題協商與解決技巧」、「旅遊品質與糾紛處理」及「說話的藝術」，需求度最低的為「員工諮詢與輔導」。

吳國儒等人(2011)認為「溝通」是一種傳遞訊息的過程，而「協調」則是經過刻意的安排、冀期在追求共同目標的過程中，尋求行動的一致。本研究所指溝通與協調，則為導遊人員在帶團過程中與團員相處、溝通、協調等人際應對方式，透過訊息的傳遞，讓全體團員能順利完成一致性的活動。包括「口語表達能力」、「人際互動能力」、「處理顧客抱怨的能力」、「團隊溝通能力」、「肢體語言的溝通技巧」、「問題協商與解決技巧」、「衝突管理技巧」、「旅遊品質與購物糾紛處理」、「旅客各類型應對技巧」與「導遊與司機、領隊相處技巧」共 10 項。

由以上文獻資料論述得知，導遊的教育訓練需求首重在「溝通」與「協調」層面，本研究將旅遊滿意度定為導遊本身對溝通與協調的認知與處理態度，來探討與專業知能、服務品質之間的關係。

第五節 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之相關研究

陳健宏(2008)指出提高導遊服務品質，對於顧客滿意度具有正向提昇的作用，經學者的實證研究發現，旅客在旅遊的過程中，服務品質與顧客滿意度對於顧客的忠誠度有著必然性的影響；滿意度愈高，顧客的重遊機率將正向的提升；滿意度差，則遊客重遊的機率將大幅度的降低。

陳勁甫、楊琬琪(2006)以出國團體旅遊產品之顧客為研究對象，透過 Cronin and Taylor(1992)所提出 SERVPERF 觀念為架構，探討出國團體旅遊產品所提供的服務品質，對顧客滿意度與忠誠度之間的影響。研究結果顯示：

1. 顧客認為影響知覺服務品質最重要的三個項目依序為，「協助團員相處愉（座位調換、房間安排等）」、「司機專業態度」、「導遊專業態度」。在服務品質構面中，是否提供專業程度此功能重視程度最為重視。
2. 專業程度在服務品質之評價中是否提供此功能最為重視，其次依序為產品規劃、活動安排、服務具體化與競爭互動。
3. 服務品質會正向影響顧客滿意度；顧客滿意度會正向影響忠誠度；而服務品質會正向影響忠誠度。

學者(Songshan Huang, Cathy H. C. Hsu, & Andrew Chan, 2013)以上海套裝旅遊為研究對象，對於導遊表現(績效)及遊客滿意度的關係進行探討，文中將遊客滿意度分為三個方面：導覽服務滿意度、旅程服務滿意度及整體旅遊體驗滿意度。經分析發現：導遊表現(績效)對於導覽服務方面的遊客滿意度的直接顯著的影響，並間接影響旅程服務及整體旅遊體驗的滿意度。導覽服務的滿意度與旅程服務滿意度呈現正相關的影響性，對於整體旅遊體驗的滿意度則沒有直接的影響，但是對於整體旅遊體驗的滿意度的間接影響是顯著的。

邱怡欣（2013）針對導覽解說服務品質對於旅客忠誠度之影響中發現，解說服務對忠誠度具有顯著正面影響，並認為解說人員具備良好的解說能力與解說機制能增加對旅客的解說服務，亦能增加旅客的忠誠度。林永森、林佩伶與黃小玲（2007）關於主題樂園之研究指出旅客感受之服務品質與遊客忠誠度具有顯著正向關係，認為透過改善主題樂園之服務品質可改善遊客忠誠度。

由以上學者的研究探討可發現：導遊服務品質對於提昇遊客服務滿意度，具有重要性的影響。本文將針對導遊服務品質之行程內容、住宿地點安排、交通工具安排、餐飲安排、購物點安排；導遊的專業知能、專業技能、專業態度之滿意度進行分析。

第參章 研究方法

本研究主要目的在探討導遊從業人員對自身的專業職能、旅遊服務品質、影響旅遊滿意度之關聯。本章節將說明本研究之研究步驟、研究架構、研究方法等，共有六節。

第一節 研究步驟

本研究論文架構共分五個章節，其分別敘述如下：

- 一、第壹章 緒論：說明本研究之研究背景與動機、研究目的、研究範圍及研究流程等四部分。
- 二、第貳章 文獻探討：分別進行「導遊專業職能」、「旅遊服務品質」、「旅遊滿意度」及「導遊專業職能、旅遊服務品質、與旅遊滿意度之相關研究」之探討與彙整。
- 三、第參章 研究方法：根據第貳章文獻理論基礎發展研究架構，並說明本研究流程圖、研究工具、資料處理及分析說明。
- 四、第肆章 結果與討論：說明本研究資料分析結果並與相關文獻進行討論。
- 五、第伍章 結論與建議：根據本研究之結果提出相關結論與建議。

第二節 研究架構

根據本研究第貳章文獻探討以及本研究主旨與目的擬定本研究之研究架構，共有四個部分「導遊背景變項」、「導遊專業職能」、「旅遊服務品質」以及「旅遊滿意度」，如圖 3-2-1 所示。

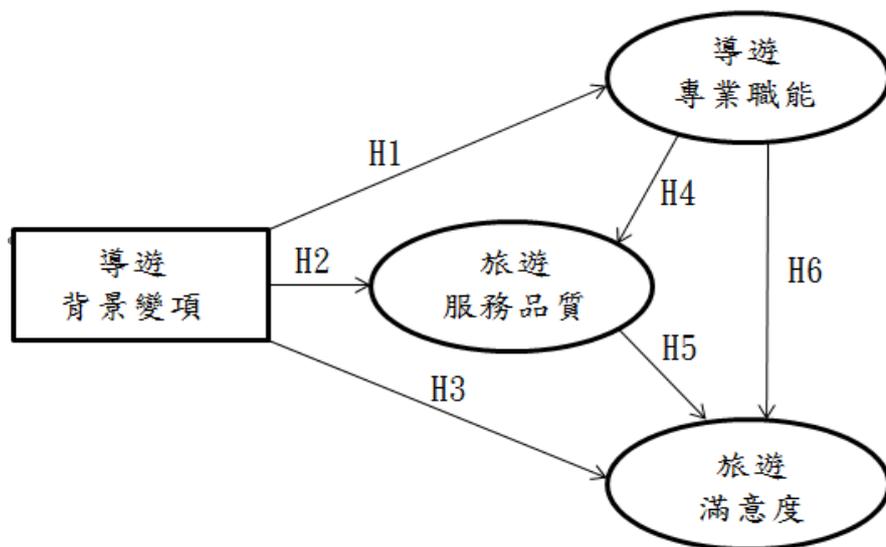


圖 3-2-1 研究架構圖

第三節 研究假設

本研究依據研究目的與文獻探討回顧後，擬定本研究假設如下：

假設一 (H1)：不同背景變項之導遊在導遊專業職能有顯著差異。

假設二 (H2)：不同背景變項之導遊在旅遊服務品質有顯著差異。

假設三 (H3)：不同背景變項之導遊在旅遊滿意度有顯著差異。

假設四 (H4)：導遊專業職能對旅遊服務品質具有正向影響。

假設五 (H5)：旅遊服務品質對旅遊滿意度具有正向影響。

假設六 (H6)：導遊專業職能對旅遊滿意度具有正向影響。

第四節 研究對象及抽樣方式

一. 研究對象

本研究是以領有中華民國導遊人員執業證之線上從業人員為研究母體，包括中華民國觀光導遊協會會員、旅行社員工、各觀光工廠來廠參觀之遊覽車的隨車導遊人員為問卷對象。

二、抽樣方式

本研究採用隨機抽樣方式，部份請託業界資深導遊人員代為發放問卷及回收，由研究者親自向問卷發放者說明本問卷之目的及施測方式；部份親自拜訪觀光導遊協會會員、旅行社員工及各觀光工廠來廠參觀之遊覽車的隨車導遊人員，並致贈精美小禮物以表感謝；每份問卷填寫時間約 10 分鐘，共發出 330 份問卷進行施測，問卷期間為 2017 年 1 月 1 日至 2 月 28 日。

第五節 研究工具

一.正式問卷

本研究採問卷調查法，經參考相關文獻後，彙整成「導遊從業人員所具備的專業職能調查問卷」之量表，作為本研究工具。問卷內容共分為個人基本資料、導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度等四個部分。並採用李克特五點量表，將尺度衡量分為「非常同意」5 分；「同意」4 分；「普通」3 分；「不同意」2 分；「非常不同意」1 分。

(一)個人基本資料

個人基本資料包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、畢業科系、帶團的工作年資、取得導遊執照年資、年平均帶團次數、年平均每次帶團天數、年平均每月帶團天數、年平均月所得等 11 項。各變項測量方法說明如下：

1. 性別：性別分為「男」和「女」兩類。
2. 年齡：年齡分為「25 歲以下」、「26~35 歲」、「36~45 歲」、「46~55 歲」、「56 歲以上」等五類。
3. 婚姻狀況：婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」和「其他」等三類。
4. 教育程度：教育程度分為「高中」、「大專(學)」、「研究所以上」等三類。

5. 畢業科系：畢業科系分為「觀光相關科系畢」、「非觀光相關科系畢」兩類。
6. 帶團的工作年資：帶團的工作年資分為「1年以下」、「1~3年」、「4~5年」、「6~10年」、「11年以上」等五類。
7. 取得導遊執照年資：取得導遊執照年資分為「3年以下」、「3~6年」、「6年以上」等三類。
8. 年平均帶團次數：一年平均帶團次數分為「10次以下」、「11~30次」、「31~50次」、「51次以上」等四類。
9. 年平均每次帶團天數：一年平均每次帶團天數分為「3天以下」、「4~7天」、「8~12天」、「13天以上」等四類。
10. 年平均每月帶團天數：一年平均每月帶團天數分為「5天以下」、「6~10天」、「11~15天」、「16~20天」、「21~25天」、「26天以上」等六類。
11. 年平均月所得：一年平均每月所得分為「10000元以下」、「10001~20000元」、「20001~30000元」、「30001~40000元」、「40001~50000元」、「50001元以上」等六類。

(二) 導遊專業職能量表

本量表參考廖紘億（2008）「導遊人員專業職能與工作績效之關聯性研究」，重新編制為本研究之量表，將測量因素分為專業知識、專業技能、專業態度等三個分構面，共計 12 題，如表 3-5-1 所示。

表 3-5-1 導遊專業職能量表

構面	衡量題項
專業知識	1.我擁有謙虛、樂觀開朗、誠實的態度。
	2.我總是能不斷地積極參與相關的專業訓練活動。
	3.我會事先告訴客人各個活動的行程與內容。

	4.我能以最誠懇的心情，去實踐被分派的工作及責任。
專業技能	5.我具備各方面廣博的知識(人文、歷史、地理、社會)。
	6.我具備簡易的安全急救知識。
	7.我具備旅遊業務相關的知識(餐廳、旅館、票務)。
	8.我充分了解不同國家生活知識上的差異(飲食、風俗民情)。
專業態度	9.我能盡最大的力量去滿足遊客不同的需求。
	10. 我能與司機、領隊、合作廠商、甚至是每一位旅客輕易地進行溝通與協調。
	11. 我能使用生動的解說技巧讓旅客明白主要的重點內容。
	12.我遇突發狀況有隨機應變、冷靜以對的處理能力。

(三) 旅遊服務品質量表

旅遊服務品質量表主要參考觀光局 2013 年發佈實施之「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團優質行程要點」；及王毓翎(2013)「如何提升陸客來臺觀光之旅遊品質」重新編制本研究之量表，將測量因素分為行程、交通、餐食、住宿、購物等五個分構面，共計 15 題，整理如表 3-5-2 所示。

表 3-5-2 旅遊服務品質量表

構面	衡量題項
行程	1.我能適當安排行程、不過份緊湊或趕行程。
	2.我對景點的規畫流暢。
	3.我不會安排額外的自費行程。
交通	4.我能協調司機主動幫旅客上下行李。
	5.我會隨時注意司機精神狀態、無疲勞駕駛、及危險行為。
餐食	6.我會安排至清潔、衛生的餐廳用餐。
	7.我會選擇台灣特色餐食或小吃。
	8.我會要求餐廳餐食菜色多樣富變化。
	9.我會注重客人的個人飲食習慣。
住宿	10.我會選擇評價高的旅館住宿。
	11.我會選擇住宿旅館舒適，地點合宜。
	12.我會要求住宿環境的安全及整潔。
購物	13.我不會帶客人至無認證標章的商店消費。
	14.我不會強迫推銷商品。
	15.我不會安排過多的購物站。

(四) 旅遊滿意度量表

本量表主要參考胡漢寧(2005)綜合旅行業員工對教育訓練需求之探討--以台北市為例，研究問卷第五部分--員工對教育訓練需求的「溝通與協調方面」內容；及吳淑貞(2013)導遊工作人員在職訓練需求研究-以台灣觀光旅遊服務協會會員為例。經彙整重新編制本研究之量表，將測量因素分為溝通及責任心等兩個分構面，共計 8 題，整理如表 3-5-3 所示。

表 3-5-3 旅遊滿意度量表

構面	衡量題項
溝通	1.我會虛心接受客人的批評。
	2.我能接受客人無理的要求。
	3.我會站在客人的角度去思考問題。
	4.我會注重個人的服裝儀容。
	5.我不碰觸敏感的議題。
責任心	6.我會詢問客人的重遊意願。
	7.我會針對客人的建議去作改善。
	8.我會提供客人最佳的旅遊行程。

二、量表工具信度分析

本研究正式問卷共計發放 330 份，有效回收問卷 315 份，有效回收率 95.45%。調查項目共分為四部份，分別為個人基本資料、導遊專業職能、旅遊服務品質以及旅遊滿意度。題項採用 Cronbach's α 係數考驗全量表以及各因素的內部一致性。其信度考驗結果如表 3-5-4， α 係數越高表示各因素內部一致性越高，意即量表的信度越高。研究結果如下：

導遊專業職能各因素：「專業知識」因素之 Cronbach's α 為.838；「專業技能」因素之 Cronbach's α 為.840；「專業態度」因素之 Cronbach's α 為.873；總量表之 Cronbach's α 為.922。

旅遊服務品質各因素:「行程」因素之 Cronbach's α 為.764;「交通」因素之 Cronbach's α 為.783;「餐食」因素之 Cronbach's α 為.805;「住宿」因素之 Cronbach's α 為.730;「購物」因素之 Cronbach's α 為.810;總量表之 Cronbach's α 為.922。

旅遊滿意度各因素:「溝通」因素之 Cronbach's α 為.780;「責任心」因素之 Cronbach's α 為.793;總量表之 Cronbach's α 為.861。

問卷回收之有效問卷再進行 Cronbach's α 信度考驗。結果顯示各總量表 Cronbach's α 值在導遊專業職能、旅遊服務品質、旅遊滿意度分別為.922、.922、.861，顯示本研究問卷量表具有高度的內部一致性。

由以上所得之信度考驗的要求，顯示本量表之信度為佳。

表 3-5-4 信度分析摘要表

構面	因素名稱	Cronbach' α 係數	總量表
導遊專業職能	專業知識	.838	.922
	專業技能	.840	
	專業態度	.873	
旅遊服務品質	行程	.764	.922
	交通	.783	
	餐飲	.805	
	住宿	.730	
	購物	.810	
旅遊滿意度	溝通	.780	.861
	責任心	.793	

第六節 資料分析處理

本研究將調查問卷回收後，將所獲得資料以 IBM SPSS 22 版統計軟體進行資料分析，且將差異性顯著考驗皆定為 $\alpha = .05$ 為顯著水準。依據本研究目的所採用有關之統計分析方法如下：

一、描述性統計

本研究經由描述性統計中的平均數、次數分配、標準差與百分比來瞭解導遊在導遊專業職能、旅遊服務品質、旅遊滿意度等變項之現況分布情形。

二、獨立樣本 t 檢定

透過獨立樣本 t 檢定分析不同性別及畢業科系之導遊對於導遊專業職能、旅遊服務品質、以及與旅遊滿意度之差異情形。

三、單因子變異數分析

以單因子變異數分析不同年齡、婚姻狀況、教育程度、帶團的工作年資、取得導遊執照年資、一年平均帶團次數、一年平均每次帶團天數、一年平均每月帶團天數、年平均月所得等背景變項在導遊專業職能、旅遊服務品質以及旅遊滿意度之差異情形，當變異數結果達顯著差異時，則進一步進行雪費 (scheffe's) 事後比較，以檢驗各層面間之差異情形。

四、相關分析

以相關來分析導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之間的關聯結構。

第肆章 資料分析與討論

本章針對正式問卷所得的各項資料，依據研究背景動機及相關文獻，進行正式問卷信度檢測，並依據研究目的與假設，進行現況分析、差異分析以及相關分析。

第一節 現況分析

一. 基本資料分析

本研究以描述性分析統計，將回收之問卷針對受測者基本資料包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、畢業科系、帶團工作年資、取得導遊執照年資、近一年平均帶團次數、近一年平均每次帶團天數、近一年平均每月帶團天數、近一年平均每月帶團所得等 11 項進行統計分析。受訪者之基本資料分述如下：

表 4-1-1 性別統計表

問項	選項	數量	百分比
性別	男性	151	47.9
	女性	164	52.1
	總計	315	100.0

如表 4-1-1 性別統計表所示，在受訪導遊性別部份，女性略多於男性；女性受訪者人數為 164 人(52.1%)，男性受訪者人數為 151 人(47.9%)。由受訪者人數得知有越來越多的女性，投入必須具備足夠體力、耐力的導遊行業，畢竟導遊人員常常要早出晚歸，在政府提倡兩性平權的時代，也吸引了許多對旅遊行業有興趣、有能力足以勝任的女性朋友加入。

表 4-1-2 年齡統計表

問項	選項	數量	百分比
年齡	25歲以下	71	22.5
	26~35歲	81	25.7
	36~45歲	77	24.5
	46~55歲	53	16.8
	56歲以上	33	10.5
	總計	315	100.0

如表 4-1-2 年齡統計表所示，年齡以 26~35 歲佔最多數，計有 81 人(25.7%)；36~45 歲次之，計有 77 人(24.5%)；25 歲以下者，計有 71 人(22.5%)排名第三；之後為 46~55 歲，計有 53 人(16.8%)；56 歲以上，計有 33 人(10.5%)。由受訪者的年齡層得知，線上導遊的年齡層約在 26~45 歲最多，社會新鮮人 25 歲以下選擇從事導遊的人口也不在少數，年齡分布並無極大的差距，也可看出此行業只要有體力、有能力的人都足以勝任，在年齡上並無限制。

表 4-1-3 婚姻狀況統計表

問項	選項	數量	百分比
婚姻狀況	已婚	132	41.9
	未婚	168	53.3
	其他	15	4.8
	總計	315	100.0

如表 4-1-3 婚姻狀況統計表所示，婚姻狀況以未婚者佔多數，計有 168 人(53.3%)；已婚者計有 132 人(41.9%)；其他婚姻狀況計有 15 人(4.8%)。由受訪者婚姻狀況得知，導遊人員在接團工作時，並無固定的上下班時間，甚至常常超過一天以上的旅遊行程，造成無法回家過夜或陪伴家人，所以未婚者從事導遊工作的比例相當高。

表 4-1-4 教育程度統計表

問項	選項	數量	百分比
教育程度	高中	75	23.8
	大專(學)	191	60.6
	研究所	49	15.6
	總計	315	100.0

如表 4-1-4 教育程度統計表所示，教育程度部份，以大專(學)學歷所占比例最高，計有 191 人(60.6%)；其次為高中學歷，計有 75 人(23.8%)；研究所以上學歷，計有 49 人(15.6%)。由受訪者的教育程度來看，雖然導遊人員的學歷只要求高中以上，但大多數的導遊卻都擁有大專以上的學歷，應該和台灣教育的普及及升學主義的影響有關。

表 4-1-5 畢業科系統計表

問項	選項	數量	百分比
畢業科系	觀光相關科系畢	179	56.8
	非觀光相關科系畢	136	43.2
	總計	315	100.0

如表 4-1-5 畢業科系統計表所示，畢業科系以觀光相關科系畢業者所佔比例較高，計有 179 人(56.8%)；非觀光相關科系畢業者計有 136 人(43.2%)。由受訪者資料看來，有越來越多觀光相關科系的畢業生投入導遊的行列，應該和近年來大專(學)以上學校廣設觀光旅遊相關科系有關，教育的普及造成更多高學歷及相關科系畢業的專業人員投入導遊此行業。

表 4-1-6 帶團工作年資統計表

問項	選項	數量	百分比
帶團工作年資	1 年以下	66	21.0
	1~3年	84	26.7
	4~5年	84	26.7
	6~10年	47	14.9
	11年以上	34	10.7
	總計	315	100.0

如表 4-1-6 帶團工作年資統計表所示，帶團工作年資以 1~3 年、4~5 年佔多數，各有 84 人(26.7%)；1 年以下者次之，計有 66 人(21.0%)；之後為 6~10 年者，計有 47 人(14.9%)，11 年以上者最少，計有 34 人(10.7%)。由受訪者導遊人員的工作年資多為 1~5 年者得知，可看出許多人選擇投入此行業一段時間之後，由於常常要早出晚歸及工作時間長，隨著年資的增加，而願意繼續從事導遊工作的人員比例越少。

表 4-1-7 取得導遊執照年資統計表

問項	選項	數量	百分比
取得導遊執照年資	3 年以下	111	35.3
	3~6 年	134	42.5
	6 年以上	70	22.2
	總計	315	100.0

如表 4-1-7 取得導遊執照年資統計表所示，取得導遊執照年資以 3~6 年者佔多數，計有 134 人(42.5%)；其次為 3 年以下者，計有 111 人(35.3%)；之後為 6 年以上者，計有 70 人(22.2%)。由受訪者取得導遊執照的年資多在 6 年以下來看，應與政府近年來開放大陸觀光客來台，導遊需求人數增多有關，也吸引許多人爭相報考，取得導遊執照，且紛紛加入導遊的行列。

表 4-1-8 一年平均帶團次數統計表

問項	選項	數量	百分比
一年平均帶團次數	10次以下	116	36.8
	11~30次	122	38.7
	31~50次	62	19.7
	51次以上	15	4.8
	總計	315	100.0

如表 4-1-8 一年平均帶團次數統計表所示，最近一年平均帶團次數以 11~30 次者人數最多，計有 122 人 (38.7%)；其次為 10 次以下者，計有 116 人(36.8%)；31~50 次者再次之，計有 62 人(19.7%)；之後為 51 次以上者，計有 15 人(4.8%)。由受訪者平均一年帶團次數 30 次以下者人數最多來看，應該有許多領有導遊執照者，並非專職導遊人員，而是將此行業當作是副業有關。

表 4-1-9 平均帶團天數統計表

問項	選項	數量	百分比
一年平均帶團天數	3 天以下	116	36.8
	4~7 天	138	43.8
	8~12 天	51	16.2
	13 天以上	10	3.2
	總計	315	100.0

如表 4-1-9 一年平均帶團天數統計表所示，最近一年平均帶團天數以 4~7 天者人數最多，計有 138 人 (43.8%)；其次為 3 天以下者，計有 116 人(36.8%)；8~12 天者再次之，計有 51 人(16.2%)；之後為 13 天以上者，計有 10 人(3.2%)。由受訪者平均一年帶團天數皆在 7 天以下者人數最多來看，應有許多導遊是從事帶陸客團，目前陸客團每團行程約為 7 天；帶團天數 3 天以下者應是以帶國內旅遊團為主。

表 4-1-10 平均每月帶團天數統計表

問項	選項	數量	百分比
平均每月帶團天數	5 天以下	81	25.7
	6~10 天	92	29.3
	11~15 天	41	13.0
	16~20 天	31	9.8
	21~25 天	58	18.4
	26 天以上	12	3.8
	總計	315	100.0

如表 4-1-10 平均每月帶團天數統計表所示，最近一年平均每月帶團天數以 10 天以下者佔多數，合計有 173 人(55.0%)；其次為 21~25 天者，計有 58 人(18.4%)；11~15 天者，計有 41 人(13.0%)；16~20 天者，計有 31 人(9.8%)；26 天以上者最少，合計有 12 人(3.8%)。由受訪者每月帶團天數來看，每月帶團在 10 天以下者最多，應是主要帶國內旅遊團為主，少有跟旅行社業者配合；而每月帶團天數在 21~25 天者，主要是以帶陸客團為主，且是旅行社業者長期配合出團的導遊。

表 4-1-11 平均每月帶團所得統計表

問項	選項	數量	百分比
平均每月帶團所得	10000 元以下	41	13.0
	10001~20000 元	31	9.8
	20001~30000 元	16	5.1
	30001~40000 元	81	25.7
	40001~50000 元	66	21.0
	50001 元以上	80	25.4
	總計	315	100.0

如表 4-1-11 平均每月帶團所得統計表所示，最近一年平均每月帶團所得以每月 30000 元以上者佔大多數，合計有 227 人(72.1%)；其次為 10000 元以下，計有 41

人(13.0%);10001~20000元,計有31人(9.8%);20001~30000元,計有16人(5.1%);由受訪者每月帶團所得收入在30000元以上者最多來看,從事導遊的工作雖然常常要早出晚歸及工作時間長,但是相對所得收入也比較高,每月所得收入超過50000元以上者大有人在;由此可見,只要有體力、有能力的人來從事導遊的工作,目前在台灣算是收入相當不錯的行業。

整體而言,本次受訪導遊女性多於男性,年齡分佈在26~45歲之間,未婚者佔多數,教育程度以大專(學)學歷為最多,畢業科系以觀光相關科系畢業者為主,帶團工作年資在1~5年之間,大多數人取得導遊執照年資在6年之內,最近一年平均帶團30次以下、每次帶團不超過7天,每月帶團在10天以內,每月帶團所得在30000元以上所占比例最高。資料結果反應出,有佔多數的女性朋友,年輕、未婚、具有大專(學)以上高學歷、觀光相關科系畢業者,在從事線上導遊的工作。

二. 導遊專業職能現況分析

導遊專業職能構面分析整理如表4-1-12,主要透過「專業知識」、「專業技能」、「專業態度」等三大構面,來探討導遊對專業職能的認知程度。

表 4-1-12 導遊專業職能分析表

構面	題項	個數	平均值	標準差
專業知識	1.我擁有謙虛、樂觀開朗、誠實的態度。	315	4.27	.574
	2.我總是能不斷地積極參與相關的專業訓練活動。	315	4.08	.716
	3.我會事先告訴客人各個活動的行程與內容。	315	4.10	.707
	4.我能以最誠懇的心情,去實踐被分派的工作及責任。	315	4.05	.687
專業技能	5.我具備各方面廣博的知識(人文、歷史、地理、社會)。	315	3.81	.763
	6.我具備簡易的安全急救知識。	315	4.03	.690
	7.我具備旅遊業務相關的知識(餐廳、旅館、票務)。	315	4.05	.664

	8.我充分了解不同國家生活知識上的差異(飲食、風俗民情)。	315	4.03	.681
專業 態度	9.我能盡最大的力量去滿足遊客不同的需求。	315	4.00	.675
	10. 我能與司機、領隊、合作廠商、甚至是每一位旅客輕易地進行溝通與協調。	315	4.06	.702
	11. 我能使用生動的解說技巧讓旅客明白主要的重點內容。	315	4.12	.637
	12.我遇突發狀況有隨機應變、冷靜以對的處理能力。	315	4.14	.656
整體導遊專業職能總平均			4.06	.687

(一)導遊專業職能之「專業知識」分析

如表 4-1-12 所示，整體「專業知識」對導遊的專業職能來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「專業知識」的認同程度感到同意。其中受訪者對「專業知識」之同意度以「我能以最誠懇的心情，去實踐被分派的工作及責任」最低，平均數為 4.03；以「我擁有謙虛、樂觀開朗、誠實的態度」最高，平均數為 4.27。表示在「專業知識」方面，導遊從業人員最需加強的是心情調適，工作久了難免會產生職業倦怠症狀，適當的放鬆心情，對長期處在工作壓力下的導遊從業人員是必要的。

(二)導遊專業職能之「專業技能」分析

如表 4-1-12 所示，整體「專業技能」對導遊的專業職能來說三項在 4 以上，顯示受訪者對於「專業技能」的認同程度感到同意。其中受訪者對「專業技能」之同意度以「我具備各方面廣博的知識(人文、歷史、地理、社會)」最低，平均數為 3.81；以「我具備旅遊業務相關的知識(餐廳、旅館、票務)」最高，平均數為 4.05。表示在「專業技能」方面，導遊從業人員最需要加強的是包括人文、歷史、地理、社會等各方面的知識，所以導遊要有上知天文、下知地理的通天本領，還要能夠了解歷史及社會的背景，專業的教育訓練與進修是當前導遊線上從業人員最重要的課題。

(三)導遊專業職能之「專業態度」分析

如表 4-1-12 所示，整體「專業態度」對導遊的專業職能來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「專業態度」的認同程度感到同意。其中受訪者對「專業態度」之同意度以「我能盡最大的力量去滿足遊客不同的需求」最低，平均數為 4.00；以「我遇突發狀況有隨機應變、冷靜以對的處理能力」最高，平均數為 4.14。表示在「專業態度」方面，導遊從業人員每天要面對不同遊客的需求，難免會有力不從心、或心有餘而力不足的無奈；所以導遊同業之間的經驗交流以及知識傳授就有其必要性。

整體而言，從「專業知識」、「專業技能」、「專業態度」等三大構面中，平均分介在 3.81~4.27 之間，導遊對其專業職能的認知程度均感到同意。其中認同程度最高的前三個項目依序為「我擁有謙虛、樂觀開朗、誠實的態度」、「我遇突發狀況有隨機應變、冷靜以對的處理能力」、「我能使用生動的解說技巧讓旅客明白主要的重點內容」；而認同程度較低的四個項目依序為「我具備各方面廣博的知識(人文、歷史、地理、社會)」、「我能盡最大的力量去滿足遊客不同的需求」、「我具備簡易的安全急救知識」、「我充分了解不同國家生活知識上的差異(飲食、風俗民情)」等。在認同程度較低的項目當中，「專業技能」就佔其中三項，顯示目前在線上的導遊從業人員，最欠缺的是專業技能的養成教育。

三. 旅遊服務品質現況分析

旅遊服務品質構面分析整理如表 4-1-13，主要透過「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」、「購物」等五大構面，來探討導遊對旅遊服務品質的認知程度。

表 4-1-13 旅遊服務品質分析表

構面	題項	個數	平均值	標準差
行程	1.我能適當安排行程、不過份緊湊或趕行	315	4.15	.559

	程。			
	2.我對景點的規畫流暢。	315	4.09	.640
	3.我不會安排額外的自費行程。	315	3.99	.648
交通	4.我能協調司機主動幫旅客上下行李。	315	3.99	.689
	5.我會隨時注意司機精神狀態、無疲勞駕駛、及危險行為。	315	4.09	.669
餐食	6.我會安排至清潔、衛生的餐廳用餐。	315	4.04	.699
	7.我會選擇台灣特色餐食或小吃。	315	4.10	.730
	8.我會要求餐廳餐食菜色多樣富變化。	315	4.02	.684
	9.我會注重客人的個人飲食習慣。	315	4.10	.680
住宿	10.我會選擇評價高的旅館住宿。	315	4.04	.642
	11.我會選擇住宿旅館舒適，地點合宜。	315	4.13	.652
	12.我會要求住宿環境的安全及整潔。	315	4.10	.661
購物	13.我不會帶客人至無認證標章的商店消費。	315	4.03	.650
	14.我不會強迫推銷商品。	315	4.10	.635
	15.我不會安排過多的購物站。	315	4.03	.599
	整體導遊服務品質總平均		4.07	.658

(一)旅遊服務品質之「行程」分析

如表 4-1-13 所示，整體「行程」對導遊的服務品質來說介於在 3.99~4.15 之間，顯示受訪者對於「行程」的認同程度感到同意。其中受訪者對之「行程」同意度以「我不會安排額外的自費行程」最低，平均數為 3.99；以「我能適當安排行程、不過份緊湊或趕行程」最高，平均數為 4.15。表示在「行程」方面，導遊從業人員常常為了增加獎金收入，會藉故說服客人增加自費行程以賺取更優渥的獎金，以致常常造成旅遊糾紛及客訴。

(二)旅遊服務品質之「交通」分析

如表 4-1-13 所示，整體「交通」對導遊的服務品質來說介於在 3.99~4.09 之間，顯示受訪者對於「交通」的認同程度感到同意。其中受訪者對「交通」之同意度以「我能協調司機主動幫旅客上下行李」最低，平均數為 3.99；以「我

會隨時注意司機精神狀態、無疲勞駕駛、及危險行為」最高，平均數為 4.09。表示在「交通」方面，導遊從業人員最需要加強的是與司機之間的協調與溝通。

(三)旅遊服務品質之「餐食」分析

如表 4-1-13 所示，整體「餐食」對導遊的服務品質來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「餐食」的認同程度感到同意。其中受訪者對「餐食」之同意度以「我會要求餐廳餐食菜色多樣富變化」最低，平均數為 4.02；以「我會選擇台灣特色餐食或小吃」、「我會注重客人的個人飲食習慣」最高，平均數為 4.10。表示在「餐食」方面，導遊從業人員只能聽從旅行社到指定的特約餐廳用餐，對於餐廳的菜色要求並無自主性。

(四)旅遊服務品質之「住宿」分析

如表 4-1-13 所示，整體「住宿」對導遊的服務品質來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「住宿」的認同程度感到同意。其中受訪者對「住宿」之同意度以「我會選擇評價高的旅館住宿」最低，平均數為 4.04；以「我會選擇住宿旅館舒適，地點合宜」最高，平均數為 4.13。表示在「住宿」方面，基於團費因素考量，導遊從業人員只能聽從旅行社到指定的特約飯店住宿，對於飯店的選擇無法自行決定。

(五)旅遊服務品質之「購物」分析

如表 4-1-13 所示，整體「購物」對導遊的服務品質來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「購物」的認同程度感到同意。其中受訪者對「購物」之同意度以「我不會帶客人至無認證標章的商店消費」、「我不會安排過多的購物站」最低，平均數為 4.03；以「我不會強迫推銷商品」最高，平均數為 4.10。表示在「購物」方面，導遊從業人員希望能有更多的購物行程來增加收入，並不會選

擇消費商店品質的好與壞。

整體而言，從「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」、「購物」等五大構面中，平均得分介在 3.99~4.15 之間，導遊對其服務品質的認知程度均感到同意。其中認同程度最高的前二個項目依序為「我能適當安排行程、不過份緊湊或趕行程」、「我會選擇住宿旅館舒適，地點合宜」；而認同程度較低的三個項目依序為「我不會安排額外的自費行程」、「我能協調司機主動幫旅客上下行李」、「我會要求餐廳餐食菜色多樣富變化」等。在認同程度較低的項目當中，「行程」、「交通」、「餐食」，各佔其中一項，顯示目前在線上的導遊從業人員，一方面想要收入的增加，一方面又不想得罪司機與餐廳的駝鳥心態有待加強，因為羊毛出在羊身上的道理人人懂，但是偏偏就是做不到。

四. 旅遊滿意度現況分析

旅遊滿意度構面分析整理如表 4-1-14，主要透過「溝通」、「責任心」等兩大構面，來探討導遊對旅遊滿意度的認知程度。

表 4-1-14 旅遊滿意度分析表

構面	題項	個數	平均數	標準差
溝通	1.我會虛心接受客人的批評。	315	4.05	.600
	2.我能接受客人無理的要求。	315	3.76	.701
	3.我會站在客人的角度去思考問題。	315	3.92	.684
	4.我會注重個人的服裝儀容。	315	4.00	.675
	5.我不碰觸敏感的議題。	315	4.09	.612
責任心	6.我會詢問客人的重遊意願。	315	4.08	.607
	7.我會針對客人的建議去作改善。	315	4.11	.603
	8.我會提供客人最佳的旅遊行程。	315	4.10	.600
整體旅遊滿意度總平均			4.01	.646

(一)旅遊滿意度之「溝通」分析

如表 4-1-14 所示，整體「溝通」對導遊的旅遊滿意度來說三項在 4 以上，

顯示受訪者對於「溝通」的認同程度感到同意。其中受訪者對「溝通」之同意度以「我能接受客人無理的要求」最低，平均數為 3.76；以「我不碰觸敏感的議題」最高，平均數為 4.09。表示在「溝通」方面，導遊從業人員最需要加強的是與客人的溝通和協調上面，客人難免會因貪點小便宜或是不守規定的情形發生，如何對處理問題尺度的拿捏，在當下領團的導遊就顯得相對重要。

(二)旅遊滿意度之「責任心」分析

如表 4-1-14 所示，整體「責任心」對導遊的旅遊滿意度來說皆在 4 以上，顯示受訪者對於「責任心」的認同程度感到同意。其中受訪者對「責任心」之同意度以「我會詢問客人的重遊意願」最低，平均數為 4.08；以「我會針對客人的建議去作改善」最高，平均數為 4.11。表示在「責任心」方面，導遊從業人員在接待遊客的過程中，認為旅客再度重遊時也不一定會輪到我領團，所以常常會忽略詢問客人的再遊意願。

整體而言，從「溝通」、「責任心」等兩大構面中，平均得分介在 3.76~4.11 之間，導遊對其旅遊滿意度的認知程度均感到同意。其中認同程度最高的前三個項目依序為「我會詢問客人的重遊意願」、「我會針對客人的建議去作改善」、「我會提供客人最佳的旅遊行程」；而認同程度較低的兩個項目依序為「我能接受客人無理的要求」、「我會站在客人的角度去思考問題」等。在認同程度較低的項目當中，「溝通」就佔其中兩項而且得分是最低的，顯示目前在線上的導遊從業人員，最欠缺的是溝通與協調的能力，再加上本位主義觀念的作祟，常常讓事情變得更複雜化。

第二節 不同背景變項之導遊在導遊專業職能之差異分析

(一) 性別在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-1 所示，不同性別的導遊在導遊專業職能，經由獨立樣本 t 檢定結果發現，不同性別的導遊於「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-1 性別在導遊專業職能獨立樣本 t 檢定摘要表

構面名稱	性別	平均值	標準差	t 值	顯著性
專業知識	男	4.31	.556	1.327	.747
	女	4.23	.590		
專業技能	男	3.83	.737	.409	.384
	女	3.79	.787		
專業態度	男	3.95	.681	-1.257	.678
	女	4.04	.668		

*p<.05

(二) 年齡在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-2 所示，不同年齡的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同年齡的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-2 年齡在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析					
					變異數來源	平方和	自由度	均方	F	P
專業知識	25 歲以下	71	4.20	.668	組間	1.60	5	.32	1.74	1.25
	26~35 歲	81	4.23	.507	組內	69.68	378	.18		
	36~45 歲	77	4.26	.571	總和	71.28	383			
	46~55 歲	53	4.42	.602						
	56 歲以上	33	4.27	.452						
專業技能	25 歲以下	71	3.76	.886	組間	.62	5	.12		
	26~35 歲	81	3.80	.641	組內	82.57	378	.22		

	36~45 歲	77	3.87	.784	總和	83.19	383	.57	.722
	46~55 歲	53	3.85	.770					
	56 歲以上	33	3.73	.719					
專業	25 歲以下	71	3.99	.707	組間	1.24	5	.25	
態度	26~35 歲	81	3.94	.695	組內	63.05	378	.17	
	36~45 歲	77	3.96	.751	總和	64.29	383	1.49	.191
	46~55 歲	53	4.17	.545					
	56 歲以上	33	3.97	.529					

*p<.05

(三) 婚姻狀況在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-3 所示，不同婚姻狀況的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同婚姻狀況的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-3 婚姻狀況在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
專業 知識	已婚	132	4.35	.538	組間	1.52	2	.761	2.326	.099
	未婚	168	4.21	.598	組內	102.08	312	.327		
	其他	15	4.20	.561	總和	103.60	314			
專業 技能	已婚	132	3.90	.760	組間	2.02	2	1.009	1.744	.177
	未婚	168	3.75	.764	組內	180.55	312	.579		
	其他	15	3.67	.724	總和	182.57	314			
專業 態度	已婚	132	4.08	.618	組間	1.99	2	.993	2.197	.113
	未婚	168	3.92	.709	組內	141.01	312	.452		
	其他	15	4.07	.704	總和	143.00	314			

*p<.05

(四) 教育程度在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-4 所示，不同教育程度的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同教育程度的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-4 教育程度在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析					
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P
專業知識	高中	75	4.25	.496	組間	.29	2	.146		
	大專(學)	191	4.29	.621	組內	103.31	312	.331	.441	.644
	研究所	49	4.20	.499	總和	103.60	314			
專業技能	高中	75	3.89	.764	組間	.70	2	.351		
	大專(學)	191	3.78	.757	組內	181.87	312	.583	.601	.549
	研究所	49	3.80	.790	總和	182.57	314			
專業態度	高中	75	4.01	.688	組間	.20	2	.100		
	大專(學)	191	4.01	.677	組內	142.80	312	.458	.217	.805
	研究所	49	3.94	.659	總和	143.00	314			

*p<.05

(五) 畢業科系在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-5 所示，不同畢業科系的導遊在導遊專業職能，經由獨立樣本 t 檢定結果發現，不同畢業科系的導遊於「專業知識」因素有顯著差異，而「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-5 畢業科系在導遊專業職能獨立樣本 t 檢定摘要表

構面名稱	畢業科系	平均值	標準差	t 值	顯著性
專業知識	觀光相關科系畢	4.34	.562	2.652	.048*
	非觀光相關科系畢	4.17	.578		
專業技能	觀光相關科系畢	3.81	.784	.014	.524
	非觀光相關科系畢	3.81	.735		
專業態度	觀光相關科系畢	4.02	.683	.603	.778
	非觀光相關科系畢	3.97	.666		

*p<.05

(六) 帶團工作年資在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-6 所示，不同帶團工作年資的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同帶團工作年資的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專

業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-6 帶團工作年資在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均 方 和	F	P
專業 知識	1 年以下	66	4.20	.684	組間	.44	4	.109		
	1~3 年	84	4.27	.499	組內	103.16	310	.333		
	4~5 年	84	4.30	.597	總和	103.60	314		.327	.860
	6~10 年	47	4.28	.540						
	11 年以上	34	4.29	.524						
專業 技能	1 年以下	66	3.76	.878	組間	1.09	4	.272		
	1~3 年	84	3.88	.684	組內	181.48	310	.585		
	4~5 年	84	3.77	.700	總和	182.57	314		.464	.762
	6~10 年	47	3.87	.824						
	11 年以上	34	3.74	.790						
專業 態度	1 年以下	66	4.00	.679	組間	.42	4	.106		
	1~3 年	84	4.04	.685	組內	142.57	310	.460		
	4~5 年	84	3.94	.700	總和	142.99	314		.230	.922
	6~10 年	47	4.02	.675						
	11 年以上	34	4.00	.603						

*p<.05

(七) 取得導遊執照年資在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-7 所示，不同取得導遊執照年資的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同取得導遊執照年資的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-7 取得導遊執照年資在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均 方 和	F	P
專業 知識	3 年以下	111	4.28	.620	組間	.34	2	.172		
	3~6 年	134	4.23	.561	組內	103.26	312	.331	.519	.596

	6 年以上	70	4.31	.526	總和	103.60	314			
專業	3 年以下	111	3.84	.859	組間	.77	2	.387		
技能	3~6 年	134	3.75	.665	組內	181.80	312	.583	.664	.515
	6 年以上	70	3.87	.779	總和	182.57	314			
專業	3 年以下	111	4.05	.706	組間	.96	2	.478		
態度	3~6 年	134	3.93	.674	組內	142.04	312	.455	1.049	.352
	6 年以上	70	4.04	.624	總和	143.00	314			

*p<.05

(八) 一年平均帶團次數在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-8 所示，不同一年平均帶團次數的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同一年平均帶團次數的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-8 一年平均帶團次數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均 方 和	F	P
專業 知識	10 次以下	116	4.21	.612	組間	1.13	3	.377		
	11~30 次	122	4.28	.534	組內	102.47	311	.329	1.143	.332
	31~0 次	62	4.31	.561	總和	103.60	3114			
	51 次以上	15	4.47	.640						
專業 技能	10 次以下	116	3.84	.830	組間	.33	3	.111		
	11~30 次	122	3.78	.710	組內	182.24	311	.586	.189	.904
	31~0 次	62	3.79	.750	總和	182.57	3114			
	51 次以上	15	3.87	.743						
專業 態度	10 次以下	116	3.98	.685	組間	.49	3	.162		
	11~30 次	122	4.03	.667	組內	142.51	311	.458	.354	.786
	31~0 次	62	3.94	.674	總和	143.00	3114			
	51 次以上	15	4.07	.704						

*p<.05

(九) 平均每次帶團天數在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-9 所示，不同一年平均每次帶團天數的導遊在導遊專業職能，經由單

因子變異數分析結果顯示，不同一年平均每次帶團天數的導遊在「專業知識」因素有顯著差異，在「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-9 平均每次帶團天數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析						
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P	scheffe's 比較
專業知識	3天以下	116	4.33	.629	組間	3.92	3	1.307			
	4~7天	138	4.15	.525	組內	99.68	311	.321	4.079	.007*	n.s.
	8~12天	51	4.37	.528	總和	103.60	314				
	13天以上	10	4.60	.516							
專業技能	3天以下	116	3.77	.773	組間	1.30	3	.433			
	4~7天	138	3.82	.776	組內	181.27	311	.583	.743	.527	
	8~12天	51	3.92	.744	總和	182.57	314				
	13天以上	10	3.60	.516							
專業態度	3天以下	116	4.00	.722	組間	.53	3	.175			
	4~7天	138	3.97	.639	組內	142.47	311	.458	.383	.765	
	8~12天	51	4.08	.717	總和	143.00	314				
	13天以上	10	3.90	.316							

*p<.05，註：1: 3天以下，2: 4~7天，3: 8~12天，4: 13天以上。

n.s. = scheffe's 事後比較未達顯著水準

(十) 平均每月帶團天數在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-10 所示，不同一年平均每月帶團天數的導遊在導遊專業職能，經由單因子變異數分析結果顯示，不同的導遊在「專業知識」因素有顯著差異，在「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異；從平均數差異情形比較發現，在「專業知識」因素方面，平均每月帶團天數為「21~25 天」的導遊平均數(M=4.43)高於其他。經 scheffe's 事後檢定發現，不同平均每月帶團天數的導遊在「專業知識」因素方面，平均每月帶團天數為「21~25 天」的導遊高於「6~10 天」的導遊。

表 4-2-10 平均每月帶團天數在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個 數	平 均 值	標 準 差	變異數分析						
					變 異 數 來 源	平 方 和	自 由 度	均 方 和	F	P	scheffe's 比較
專 業 知 識	5 天以 下	81	4.27	.652	組 間	5.37	5	1.074			
	6~10 天	92	4.09	.506	組 內	98.23	309	.318			
	11~15 天	41	4.32	.471	總 和	103.60	314				
	16~20 天	31	4.42	.564					3.379	.005*	5>2
	21~25 天	58	4.43	.596							
26 天以 上	12	4.25	.452								
專 業 技 能	5 天以 下	81	3.70	.813	組 間	3.83	5	.765			
	6~10 天	92	3.79	.749	組 內	178.74	309	.578			
	11~15 天	41	3.88	.714	總 和	182.57	314		1.323	.254	
	16~20	31	4.06	.814							

天	21~25	58	3.84	.721						
天	26天以	12	3.58	.669						
上										
專業	5天以	81	4.05	.669	組	4.53	5	.905		
業	下				間					
態	6~10天	92	3.91	.674	組	138.47	309	.448		
度					內					
	11~15	41	4.22	.613	總	143.00	314		2.020	.076
	天				和					
	16~20	31	4.10	.790						
	天									
	21~25	58	3.90	.640						
	天									
	26天以	12	3.75	.622						
	上									

*p<.05。註: 1: 5天以下, 2: 6~10天, 3: 11~15天, 4: 16~20天, 5: 21~25天, 6: 26天以上。

(十一) 平均每月帶團所得在導遊專業職能之差異性分析

由表 4-2-11 所示, 不同一年平均每月帶團所得的導遊在導遊專業職能, 經由單因子變異數分析結果顯示, 不同一年平均每月帶團所得的導遊在「專業知識」、「專業技能」及「專業態度」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-2-11 平均每月帶團所得在導遊專業職能單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個 數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變 異 數 來 源	平方 和	自 由 度	均 方 和	F	P
專業 知識	10000元以下	41	4.22	.690	組 間	1.98	5	.397		
	10001~20000 元	31	4.23	.617	組 內	101.62	309	.329		

	20001~30000 元	16	4.38	.500	總 和	103.60	314		
	30001~40000 元	81	4.17	.495				1.207	.306
	40001~50000 元	66	4.27	.596					
	50001 元以上	80	4.38	.560					
專業 技能	10000 元以下	41	3.68	.934	組 間	2.20	5	.440	
	10001~20000 元	31	3.94	.772	組 內	180.37	309	.584	
	20001~30000 元	16	3.94	.680	總 和	182.57	314		
	30001~40000 元	81	3.73	.725				.754	.584
	40001~50000 元	66	3.86	.721					
	50001 元以上	80	3.84	.754					
專業 態度	10000 元以下	41	4.02	.689	組 間	1.87	5	.374	
	10001~20000 元	31	4.10	.651	組 內	141.13	309	.457	
	20001~30000 元	16	4.19	.655	總 和	143.00	314		
	30001~40000 元	81	4.01	.680				.818	.537
	40001~50000 元	66	3.88	.775					
	50001 元以上	80	3.99	.584					

*p<.05

第三節 不同背景變項之導遊在旅遊服務品質之差異分析

(一) 性別在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-1 所示，不同性別的導遊在旅遊服務品質，經由獨立樣本 t 檢

定結果發現，不同性別的導遊於在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-1 性別在旅遊服務品質獨立樣本 t 檢定摘要表

構面名稱	性別	平均值	標準差	t 值	顯著性
行程	男	4.13	.485	-.515	.607
	女	4.16	.619		
交通	男	3.94	.666	-1.239	.216
	女	4.04	.708		
餐食	男	3.99	.683	-1.251	.212
	女	4.09	.713		
住宿	男	4.02	.616	-.651	.515
	女	4.07	.666		
購物	男	4.01	.632	-.401	.689
	女	4.04	.668		

*p<.05

(二) 年齡在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-2 所示，不同年齡的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，不同年齡的導遊在「行程」因素有顯著差異，在「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-2 年齡在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析						
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P	scheffe's 比較
行程	25 歲以下	71	4.01	.686	組間	3.43	4	.858			
	26~35 歲	81	4.11	.474	組內	94.55	310	.305			
	36~45 歲	77	4.14	.555	總和	97.98	314		2.814	.026*	n.s.
	46~55 歲	53	4.30	.463							
	56 歲以上	33	4.30	.529							
交通	25 歲以下	71	4.06	.773	組間	2.93	4	.731			
	26~35 歲	81	3.88	.600	組內	146.04	310	.471			

	36~45 歲	77	4.12	.668	總和	148.97	314	1.553	.187
	46~55 歲	53	3.94	.718					
	56 歲以上	33	3.91	.678					
餐 食	25 歲以下	71	4.11	.688	組間	.98	4	.245	
	26~35 歲	81	4.01	.680	組內	152.56	310	.492	
	36~45 歲	77	3.97	.760	總和	153.54	314	.498	.737
	46~55 歲	53	4.09	.714					
	56 歲以上	33	4.00	.612					
住 宿	25 歲以下	71	4.07	.704	組間	.49	4	.123	
	26~35 歲	81	4.00	.632	組內	128.89	310	.416	
	36~45 歲	77	4.03	.606	總和	129.38	314	.295	.881
	46~55 歲	53	4.11	.577					
	56 歲以上	33	4.03	.728					
購 物	25 歲以下	71	4.01	.686	組間	2.71	4	.679	
	26~35 歲	81	3.95	.669	組內	130.03	310	.419	
	36~45 歲	77	4.01	.550	總和	132.74	314	1.618	.170
	46~55 歲	53	4.23	.669					
	56 歲以上	33	3.97	.684					

* $p < .05$ 。註: 1: 25 歲以下, 2: 26~25 歲, 3: 36~45 歲, 4: 46~55 歲, 5: 56 歲以上。

n.s. = scheffe's 事後比較未達顯著水準

(三) 婚姻狀況在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-3 所示, 不同婚姻狀況的導遊在旅遊服務品質, 經由單因子變異數分析結果顯示, 不同婚姻狀況的導遊在「行程」、「餐食」及「購物」等因素有顯著差異, 在「交通」及「住宿」因素中皆未達顯著差異。從平均數差異情形比較發現, 在「行程」因素方面, 婚姻狀況為「已婚」的導遊平均數 ($M=4.26$) 高於其他; 在「餐食」因素方面, 婚姻狀況為「已婚」的導遊平均數 ($M=4.17$) 及「未婚」的導遊平均數 ($M=3.96$) 高於其他; 而在「購物」因素方面, 婚姻狀況為「已婚」的導遊平均數 ($M=4.15$) 高於其他。經 scheffe's 事後檢定發現, 不同婚姻狀況的導遊在「行程」因素方面, 婚姻狀況為「已婚」的導遊高於「未婚」的導遊; 在「餐食」因素方面, 婚姻狀況為「已婚」及「未婚」的導遊高於「其他」的導遊; 在「購

物」因素方面，婚姻狀況為「已婚」的導遊高於「未婚」的導遊。

表 4-3-3 婚姻狀況在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析						
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P	scheffe's 比較
行程	已婚	132	4.26	.488	組間	2.94	2	1.470			
	未婚	168	4.06	.586	組內	95.05	312	.305	4.826	.009*	1>2
	其他	15	4.20	.676	總和	97.99	314				
交通	已婚	132	4.04	.670	組間	1.02	2	.511			
	未婚	168	3.94	.707	組內	147.95	312	.474	1.078	.341	
	其他	15	4.13	.640	總和	148.97	314				
餐食	已婚	132	4.17	.660	組間	5.43	2	2.716			
	未婚	168	3.96	.708	組內	148.21	312	.475	5.721	.004*	1,2>3
	其他	15	3.67	.724	總和	153.54	314				
住宿	已婚	132	4.05	.657	組間	.16	2	.082			
	未婚	168	4.03	.642	組內	129.21	312	.414	.199	.820	
	其他	15	4.13	.516	總和	129.37	314				
購物	已婚	132	4.15	.611	組間	4.05	2	2.023			
	未婚	168	3.92	.666	組內	128.70	312	.412	4.904	.008*	1>2
	其他	15	4.13	.640	總和	132.75	314				

*p<.05。註: 1: 已婚, 2: 未婚, 3: 其他。

(四) 教育程度在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-4 所示，不同教育程度的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，不同教育程度的導遊在「行程」、「餐食」、「購物」、「交通」及「住宿」因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-4 教育程度在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析					
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P
行	高中	75	4.13	.502	組間	.18	2	.089		

程	大專(學)	191	4.14	.603	組內	97.81	312	.313	.284	.753
	研究所	49	4.20	.456	總和	97.99	314			
交	高中	75	4.03	.657	組間	1.05	2	.523		
	大專(學)	191	4.01	.711	組內	147.92	312	.474	1.103	.333
通	研究所	49	3.86	.645	總和	148.97	314			
餐	高中	75	4.00	.678	組間	1.57	2	.783		
	大專(學)	191	4.09	.694	組內	151.97	312	.487	1.608	.202
食	研究所	49	3.90	.743	總和	153.54	314			
住	高中	75	4.15	.538	組間	1.09	2	.548		
	大專(學)	191	4.02	.696	組內	128.28	312	.411	1.332	.265
宿	研究所	49	3.98	.559	總和	129.37	314			
購	高中	75	3.99	.604	組間	.28	2	.140		
	大專(學)	191	4.05	.679	組內	132.46	312	.425	.329	.720
物	研究所	49	4.00	.612	總和	132.74	314			

*p<.05

(五) 畢業科系在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-5 所示，不同畢業科系的導遊在旅遊服務品質，經由獨立樣本 t 檢定結果發現，不同畢業科系的導遊在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-5 畢業科系在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	畢業科系	平均值	標準差	t 值	顯著性
行程	觀光相關科系畢	4.14	.578	-.347	.729
	非觀光相關科系畢	4.16	.534		
交通	觀光相關科系畢	4.00	.687	.281	.779
	非觀光相關科系畢	3.98	.694		
餐食	觀光相關科系畢	4.06	.709	.517	.606
	非觀光相關科系畢	4.01	.688		
住宿	觀光相關科系畢	4.10	.671	1.816	.070
	非觀光相關科系畢	3.97	.596		
購物	觀光相關科系畢	4.02	.670	-0.195	.846
	非觀光相關科系畢	4.04	.625		

*p<.05

(六) 帶團工作年資在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-6 所示，不同帶團工作年資的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，不同帶團工作年資的導遊在「行程」因素有顯著差異，在「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異；從平均數差異情形比較發現，在「行程」因素方面，帶團工作年資為「1~3 年」的導遊平均數 (M=4.26) 高於其他。經 scheffe's 事後檢定發現，不同帶團工作年資的導遊在「行程」因素方面，帶團工作年資為「1~3 年」的導遊高於「1 年以下」的導遊。

表 4-3-6 帶團工作年資在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析						
					變異 數來 源	平方 和	自 由 度	均方 和	F	P	scheffe's 比較
行 程	1 年以下	66	3.97	.679	組間	3.55	4	.889			
	1~3 年	84	4.26	.518	組內	94.43	310	.305			
	4~5 年	84	4.17	.534	總和	97.98	314		2.920	.021*	2>1
	6~10 年	47	4.11	.477							
	11 年以上	34	4.24	.496							
交 通	1 年以下	66	4.08	.686	組間	1.90	4	.474			
	1~3 年	84	4.02	.711	組內	147.07	310	.474			
	4~5 年	84	3.96	.719	總和	148.97	314		.999	.408	
	6~10 年	47	3.83	.670							
	11 年以上	34	4.03	.577							
餐 食	1 年以下	66	4.06	.721	組間	.78	4	.195			
	1~3 年	84	4.11	.640	組內	152.76	310	.493			
	4~5 年	84	4.00	.760	總和	153.54	314		.395	.812	
	6~10 年	47	4.00	.692							
	11 年以上	34	3.97	.674							
住 宿	1 年以下	66	4.09	.696	組間	1.19	4	.297			
	1~3 年	84	4.08	.644	組內	128.19	310	.414			
	4~5 年	84	3.95	.675	總和	129.38	314		.719	.580	

	6~10年	47	4.02	.531					
	11年以上	34	4.12	.591					
購物	1年以下	66	4.03	.679	組間	2.08	4	.521	
	1~3年	84	4.11	.659	組內	130.66	310	.421	
	4~5年	84	3.98	.640	總和	132.74	314		1.235 .296
	6~10年	47	3.89	.634					
	11年以上	34	4.15	.610					

*p<.05。註: 1: 1年以下, 2: 1~3年, 3: 4~5年, 4: 6~10年, 5: 11年以上。

(七) 取得導遊執照年資在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-7 所示, 不同取得導遊執照年資的導遊在旅遊服務品質, 經由單因子變異數分析結果顯示, 不同取得導遊執照年資的導遊在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-7 取得導遊執照年資在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析					
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P
行程	3年以下	111	4.12	.657	組間	.19	2	.093		
	3~6年	134	4.17	.499	組內	97.80	312	.313	.297	.743
	6年以上	70	4.16	.500	總和	97.99	314			
交通	3年以下	111	4.11	.718	組間	2.47	2	1.236		
	3~6年	134	3.91	.677	組內	146.50	312	.470	2.632	.074
	6年以上	70	3.96	.647	總和	148.97	314			
餐食	3年以下	111	4.15	.663	組間	2.27	2	1.135		
	3~6年	134	3.98	.720	組內	151.27	312	.485	2.342	.098
	6年以上	70	3.97	.701	總和	153.54	314			
住宿	3年以下	111	4.05	.724	組間	.25	2	.123		
	3~6年	134	4.01	.625	組內	129.13	312	.414	.297	.743
	6年以上	70	4.09	.531	總和	129.38	314			
購物	3年以下	111	4.10	.660	組間	.86	2	.431		
	3~6年	134	3.99	.637	組內	131.88	312	.423	1.021	.362
	6年以上	70	4.00	.659	總和	132.74	314			

*p<.05

(八) 一年平均帶團次數在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-8 所示，不同一年平均帶團次數的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，導遊在「購物」因素有顯著差異，在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」等因素中皆未達顯著差異；從平均數差異情形比較發現，在「購物」因素方面，一年平均帶團次數為「10 次以下」及「11~30 次」的導遊平均數 (M=4.08) 高於「31~50 次」。經 scheffe's 事後檢定發現，不同一年平均帶團次數的導遊在「購物」因素方面，一年平均帶團次數為「10 次以下」及「11~30 次」的導遊高於「31~50 次」的導遊。

表 4-3-8 一年平均帶團次數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個 數	平均 值	標準 差	變異數分析						
					變異 數來 源	平方和	自 由 度	均方 和	F	P	scheffe's 比較
行 程	10 次以下	116	4.06	.636	組間	2.09	3	.695			
	11~30 次	122	4.22	.506	組內	95.90	311	.308	2.253	.082	
	31~50 次	62	4.13	.495	總和	97.99	314				
	51 次以上	15	4.33	.488							
交 通	10 次以下	116	4.05	.670	組間	.96	3	.321			
	11~30 次	122	3.98	.716	組內	148.01	311	.476	.674	.569	
	31~50 次	62	3.90	.670	總和	148.97	314				
	51 次以上	15	3.93	.704							
餐 食	10 次以下	116	4.06	.676	組間	1.48	3	.492			
	11~30 次	122	4.07	.706	組內	152.06	311	.489	1.007	.390	
	31~50 次	62	3.90	.718	總和	153.54	314				
	51 次以上	15	4.13	.743							
住 宿	10 次以下	116	4.09	.680	組間	1.61	3	.537			
	11~30 次	122	4.07	.626	組內	127.77	311	.411	1.308	.272	
	31~50 次	62	3.90	.593	總和	129.38	314				
	51 次以上	15	4.13	.640							
購 物	10 次以下	116	4.08	.661	組間	5.49	3	1.830			
	11~30 次	122	4.08	.624	組內	127.25	311	.409	4.471	.004*	1.2>3

31~50 次	62	3.77	.663	總和	132.74	314
51 次以上	15	4.27	.458			

*p<.05。註: 1: 10 次以下, 2: 11~30 次, 3: 31~50 次, 4: 51 次以上。

(九) 平均每次帶團天數在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-9 所示, 不同平均每次帶團天數的導遊在旅遊服務品質, 經由單因子變異數分析結果顯示, 不同平均每次帶團天數的導遊在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-9 平均每次帶團天數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方和	自 由 度	均方 和	F	P
行 程	3 天以下	116	4.09	.632	組間	.95	3	.317		
	4~7 天	138	4.16	.502	組內	97.04	311	.312	1.016	.386
	8~12 天	51	4.25	.560	總和	97.99	314			
	13 天以上	10	4.10	.316						
交 通	3 天以下	116	4.02	.698	組間	.84	3	.281		
	4~7 天	138	3.96	.671	組內	1148.13	311	.476	.590	.622
	8~12 天	51	4.06	.732	總和	148.97	314			
	13 天以上	10	3.80	.632						
餐 食	3 天以下	116	4.09	.692	組間	1.74	3	.579		
	4~7 天	138	4.05	.687	組內	151.80	311	.488	1.187	.315
	8~12 天	51	3.96	.747	總和	153.54	314			
	13 天以上	10	3.70	.675						
住 宿	3 天以下	116	4.08	.712	組間	.54	3	.180		
	4~7 天	138	4.02	.98	組內	128.84	311	.414	.436	.728
	8~12 天	51	4.00	.632	總和	129.38	314			
	13 天以上	10	4.20	.422						
購 物	3 天以下	116	4.06	.650	組間	.47	3	.157		
	4~7 天	138	3.99	.639	組內	132.27	311	.425	.369	.775
	8~12 天	51	4.06	.676	總和	132.74	314			
	13 天以上	10	4.10	.738						

*p<.05

(十) 平均每月帶團天數在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-10 所示，不同平均每月帶團天數的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，不同平均每月帶團天數的導遊在「行程」因素有顯著差異，在「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異；從平均數差異情形比較發現，在「行程」因素方面，平均每月帶團天數為「16~20 天」的導遊平均數（M=4.48）高於其他。經 scheffe's 事後檢定發現，不同平均每月帶團天數的導遊在「行程」因素方面，平均每月帶團天數為「16~20 天」的導遊高於「5 天以下」的導遊。

表 4-3-10 平均每月帶團天數在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均值	標準差	變異數分析						
					變異數來源	平方和	自由度	均方和	F	P	scheffe's 比較
行程	5 天以下	81	4.01	.661	組間	6.01	5	1.201			
	6~10 天	92	4.13	.450	組內	91.98	309	.298			
	11~15 天	41	4.07	.519	總和	97.99	314		4.035	.001*	4>1
	16~20 天	31	4.48	.508							
	21~25 天	58	4.26	.548							
	26 天以上	12	4.08	.515							
交通	5 天以下	81	4.04	.697	組間	5.00	5	1.000			
	6~10 天	92	3.99	.655	組內	143.97	309	.466			
	11~15 天	41	4.17	.704	總和	148.97	314		2.146	.060	
	16~20 天	31	4.10	.700							
	21~25 天	58	3.81	.687							
	26 天以上	12	3.67	.651							
餐食	5 天以下	81	4.09	.674	組間	1.17	5	.233			
	6~10 天	92	4.05	.701	組內	152.37	309	.493			
	11~15 天	41	4.05	.669	總和	153.54	314		.473	.796	
	16~20 天	31	4.10	.831							
	21~25 天	58	3.93	.697							
	26 天以上	12	3.92	.669							

住	5天以下	81	4.04	.715	組間	1.13	5	.226		
宿	6~10天	92	4.03	.583	組內	128.25	309	.415		
	11~15天	41	3.98	.474	總和	129.38	314		.545	.742
	16~20天	31	4.19	.654						
	21~25天	58	4.07	.722						
	26天以上	12	3.92	.669						
購	5天以下	81	4.05	.650	組間	.46	5	.093		
物	6~10天	92	4.01	.584	組內	132.28	309	.428		
	11~15天	41	3.98	.689	總和	132.74	314		.217	.955
	16~20天	31	4.06	.727						
	21~25天	58	4.07	.697						
	26天以上	12	3.92	.669						

*p<.05。註: 1: 5天以下, 2: 6~10天, 3: 11~15天, 4: 16~20天, 5: 21~25天, 6: 26天以上。

(十一) 平均每月帶團所得在旅遊服務品質之差異性分析

由表 4-3-11 所示，不同平均每月帶團所得的導遊在旅遊服務品質，經由單因子變異數分析結果顯示，不同平均每月帶團所得的導遊在「行程」、「交通」、「餐食」、「住宿」及「購物」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-3-11 平均每月帶團所得在旅遊服務品質單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個 數	平 均 值	標 準 差	變 異 數 來 源	變異數分析				
						變 異 數	平 方 和	自 由 度	均 方 和	F
行 程	10000元以下	41	4.12	.748	組 間	3.36	5	.671		
	10001~20000元	31	3.90	.597	組 內	94.63	309	.306		
	20001~30000元	16	4.13	.342	總 和	97.99	314		2.192	.055
	30001~40000元	81	4.10	.490						
	40001~50000元	66	4.26	.535						

	元								
	50001 元以上	80	4.23	.527					
交通	10000 元以下	41	4.17	.738	組	5.00	5	1.001	
	10001~20000 元	31	3.94	.574	間				
	20001~30000 元	16	4.13	.500	組	143.97	309	.466	
	30001~40000 元	81	4.05	.705	內				
	40001~50000 元	66	4.03	.744	總	148.97	314	2.148	.060
	50001 元以上	80	3.80	.644	和				
餐食	10000 元以下	41	4.17	.667	組	3.64	5	.728	
	10001~20000 元	31	4.19	.703	間				
	20001~30000 元	16	4.31	.704	組	149.90	309	.485	
	30001~40000 元	81	3.96	.697	內				
	40001~50000 元	66	3.98	.734	總	153.54	314	1.500	.190
	50001 元以上	80	3.98	.675	和				
住宿	10000 元以下	41	4.12	.714	組	2.50	5	.499	
	10001~20000 元	31	4.19	.792	間				
	20001~30000 元	16	4.13	.619	組	126.88	309	.411	
	30001~40000 元	81	3.91	.480	內				
	40001~50000 元	66	4.08	.686	總	129.38	314		
	50001 元以上	80	4.04	.645	和			1.215	.302
購物	10000 元以下	41	4.15	.691	組	2.13	5	.426	
					間				

10001~20000 元	31	4.19	.654	組 內 總 和	130.61	309	.423
20001~30000 元	16	3.94	.574		132.74	314	1.007 .413
30001~40000 元	81	3.96	.580				
40001~50000 元	66	3.97	.701				
50001元以上	80	4.04	.665				

*p<.05

第四節 不同背景變項之導遊在旅遊滿意度之差異分析

(一) 性別在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-1 所示，不同性別的導遊在旅遊滿意度，經由獨立樣本 t 檢定結果發現，不同性別的導遊於「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-1 性別在旅遊滿意度獨立樣本 t 檢定摘要表

構面名稱	性別	平均值	標準差	t 值	顯著性
溝通	男	4.05	.558	-.126	.900
	女	4.05	.639		
責任心	男	4.09	.565	-0.99	.921
	女	4.08	.646		

*p<.05

(二) 年齡在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-2 所示，不同年齡的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同年齡的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-2 年齡在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構面 名稱	變項	個數	平均 值	標準差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方和	自 由 度	均方和	F	P
溝通	25 歲以下	71	3.99	.707	組間	1.65	4	.411		
	26~35 歲	81	4.02	.499	組內	111.54	310	.360		
	36~45 歲	77	4.17	.571	總和	113.19	314		1.143	.336
	46~55 歲	53	4.06	.633						
	56 歲以上	33	3.97	.585						
責任 心	25 歲以下	71	4.04	.706	組間	1.66	4	.416		
	26~35 歲	81	4.01	.536	組內	114.19	310	.368		
	36~45 歲	77	4.08	.556	總和	115.85	314		1.128	.343
	46~55 歲	53	4.23	.640						
	56 歲以上	33	4.12	.600						

*p<.05

(三) 婚姻狀況在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-3 所示，不同婚姻狀況的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同婚姻狀況的導遊在「溝通」及「責任心」等因素有顯著差異。從平均數差異情形比較發現，在「溝通」因素方面，婚姻狀況為「已婚」的導遊平均數 (M=4.17) 高於其他；在「責任心」因素方面，婚姻狀況為「已婚」的導遊平均數 (M=4.22) 高於其他。經 scheffe's 事後檢定發現，不同婚姻狀況的導遊在「溝通」因素方面，婚姻狀況為「已婚」的導遊高於「未婚」的導遊；在「責任心」因素方面，婚姻狀況為「已婚」的導遊高於「未婚」的導遊。

表 4-4-3 婚姻狀況在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構	變項	個	平均	標準	變異數分析				
---	----	---	----	----	-------	--	--	--	--

面 名 稱		數	值	差	變異 數來 源	平方和	自由 度	均方 和	F	P	scheffe's 比較
溝 通	已婚	132	4.17	.527	組間	3.22	2	1.608			
	未婚	168	3.98	.647	組內	109.97	312	.352	4.562	.011*	1>2
	其他	15	3.87	.516	總和	113.19	314				
責 任 心	已婚	132	4.22	.570	組間	4.32	2	2.158			
	未婚	168	3.99	.638	組內	111.54	312	.357	6.036	.003*	1>2
	其他	15	3.93	.258	總和	115.86	314				

*p<.05。註: 1: 已婚, 2: 未婚, 3: 其他。

(四) 教育程度在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-4 所示, 不同教育程度的導遊在旅遊滿意度, 經由單因子變異數分析結果顯示, 不同教育程度的導遊在「溝通」及「責任心」因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-4 教育程度在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析						
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P	
溝 通	高中	75	4.04	.531	組間	.08	2	.041			
	大專(學)	191	4.06	.638	組內	113.11	312	.363	.113	.894	
	研究所	49	4.02	.559	總和	113.19	314				
責 任 心	高中	75	4.13	.600	組間	.30	2	.148			
	大專(學)	191	4.07	.620	組內	115.56	312	.370	.398	.672	
	研究所	49	4.04	.576	總和	115.86	314				

*p<.05

(五) 畢業科系在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-5 所示, 不同畢業科系的導遊在旅遊滿意度, 經由獨立樣本

t 檢定結果發現，不同畢業科系的導遊在「溝通」因素中有顯著差異。

表 4-4-5 畢業科系在旅遊滿意度獨立樣本 t 檢定摘要表

構面名稱	畢業科系	平均值	標準差	t 值	顯著性
溝通	觀光相關科系畢	4.13	.645	2.738	.007*
	非觀光相關科系畢	3.95	.521		
責任心	觀光相關科系畢	4.11	.666	.817	.414
	非觀光相關科系畢	4.05	.521		

*p<.05

(六) 帶團工作年資在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-6 所示，不同帶團工作年資的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同帶團工作年資的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-6 帶團工作年資在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	個數	平均	標準	變異數分析					
					值	差	變異	平方	自由	均方
					數來	和	度	和		
					源					
溝 通	1 年以下	66	3.97	.723	組間	1.34	4	.335		
	1~3 年	84	4.12	.547	組內	111.85	310	.361	.929	.447
	4~5 年	84	4.04	.610	總和	113.19	314			
	6~10 年	47	4.13	.575						
	11 年以上	34	3.97	.460						
責 任 心	1 年以下	66	4.05	.732	組間	.53	4	.132		
	1~3 年	84	4.10	.594	組內	115.33	310	.372	.356	.840
	4~5 年	84	4.06	.567	總和	115.86	314			
	6~10 年	47	4.17	.601						
	11 年以上	34	4.06	.489						

*p<.05

(七) 取得導遊執照年資在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-7 所示，不同取得導遊執照年資的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同取得導遊執照年資的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-7 取得導遊執照年資在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
溝 通	3 年以下	111	4.04	.673	組間	.04	2	.019		
	3~6 年	134	4.06	.559	組內	113.15	312	.363	.052	.949
	6 年以上	70	4.06	.562	總和	113.19	314			
責 任 心	3 年以下	111	4.10	.674	組間	.80	2	.396		
	3~6 年	134	4.03	.561	組內	115.06	312	.369	1.074	.343
	6 年以上	70	4.16	.581	總和	115.86	314			

*p<.05

(八) 一年平均帶團次數在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-8 所示，不同一年平均帶團次數的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-8 一年平均帶團次數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
溝 通	10 次以下	116	4.03	.625	組間	.50	3	.165		
	11~30 次	122	4.03	.559	組內	112.69	311	.362	.455	.714
	31~50 次	62	4.13	.640	總和	113.19	314			
	51 次以上	15	4.07	.594						
責	10 次以下	116	4.01	.653	組間	1.10	3	.366		

任 心	11~30 次	122	4.12	.569	組內	114.76	311	.369	.991	.397
	31~50 次	62	4.11	.630	總和	115.86	314			
	51 次以上	15	4.20	.414						

*p<.05

(九) 平均每次帶團天數在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-9 所示，不同平均每次帶團天數的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同平均每次帶團天數的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-9 平均每次帶團天數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
溝 通	3 天以下	116	4.05	.683	組間	1.09	3	.364		
	4~7 天	138	4.01	.547	組內	112.10	311	.360	1.011	.388
	8~12 天	51	4.18	.555	總和	113.19	314			
	13 天以上	10	4.00	.471						
責 任 心	3 天以下	116	4.06	.650	組間	1.03	3	.341		
	4~7 天	138	4.12	.555	組內	114.83	311	.369	.922	.430
	8~12 天	51	4.10	.640	總和	115.86	314			
	13 天以上	10	3.80	.632						

*p<.05

(十) 平均每月帶團天數在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-10 所示，不同平均每月帶團天數的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同平均每月帶團天數的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-10 平均每月帶團天數在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
溝 通	5 天以下	81	3.98	.670	組間	3.56	5	.713		
	6~10 天	92	3.97	.479	組內	109.63	309	.355	2.009	.077
	11~15 天	41	4.07	.565	總和	113.19	314			
	16~20 天	31	4.29	.643						
	21~25 天	58	4.16	.616						
	26 天以上	12	4.00	.739						
責 任 心	5 天以下	81	4.10	.644	組間	1.08	5	.215		
	6~10 天	92	4.07	.509	組內	114.78	309	.371	.578	.717
	11~15 天	41	4.05	.631	總和	115.86	314			
	16~20 天	31	4.23	.669						
	21~25 天	58	4.07	.672						
	26 天以上	12	3.92	.515						

*p<.05

(十一) 平均每月帶團所得在旅遊滿意度之差異性分析

由表 4-4-11 所示，不同平均每月帶團所得的導遊在旅遊滿意度，經由單因子變異數分析結果顯示，不同平均每月帶團所得的導遊在「溝通」及「責任心」等因素中皆未達顯著差異。

表 4-4-11 平均每月帶團所得在旅遊滿意度單因子變異數分析摘要表

構 面 名 稱	變項	個 數	平 均 值	標 準 差	變異數分析					
					變異 數來 源	平方 和	自由 度	均方 和	F	P
溝 通	10000 元以 下	41	4.05	.740	組間	.71	5	.141		
	10001~20000 元	31	3.94	.574	組內	112.48	309	.364	.387	.858
	20001~30000 元	16	4.13	.500	總和	113.19	314			

	30001~40000 元	81	4.02	.591					
	40001~50000 元	66	4.08	.563					
	50001 元以 上	80	4.09	.599					
責 任 心	10000 元以 下	41	4.10	.735	組間	1.25	5	.249	
	10001~20000 元	31	4.13	.619	組內	114.61	309	.371	.670 .646
	20001~30000 元	16	3.88	.719	總和	115.86	314		
	30001~40000 元	81	4.09	.505					
	40001~50000 元	66	4.15	.614					
	50001 元以 上	80	4.04	.605					

*p<.05

第五節 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度之相關分析

本節主要是用 Pearson 積差相關進行分析，呈現導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度各變項間的相關情形。導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度依各變項分析結果得知，各變項皆達顯著相關，其 Pearson 相關係數值介於.348 至.381 之間，屬中等程度相關，表示各變項之間存在相關性，如表 4-5-1 顯示。

表 4-5-1 導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度變項間相關分析摘要表

	旅遊服務品質	旅遊滿意度
導遊專業職能	.381**	.350**
旅遊服務品質	-	.348**

*p <.05, **p <.001

第六節 研究假設驗證結果

本研究之假設驗證結果，如表 4-6-1 所示，說明如下。

表 4-6-1 研究假說驗證結果

	研究假設	成立或不成立	驗證結果
假設一	不同背景變項之導遊在導遊專業職能有顯著差異		說明假設 1-1 至假設 1-11 結果所示
假設 1-1	不同性別之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-2	不同年齡之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-3	不同婚姻狀況之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-4	不同教育程度之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-5	不同畢業科系之導遊在導遊專業職能有顯著差異	成立	不同畢業科系的導遊於「專業知識」達顯著差異
假設 1-6	不同帶團工作年資之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-7	不同取得導遊執照年資之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-8	不同一年平均帶團次數之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 1-9	不同一年平均每次帶團天數之導遊在導遊專業職能有顯著差異	成立	不同一年平均每次帶團天數的導遊在「專業知識」達顯著差異
假設 1-10	不同一年平均每月帶團天數之導遊在導遊專業	成立	不同一年平均每月帶團天數的導遊在「專業知識」達顯

	職能有顯著差異		著差異
假設 1-11	不同一年平均每月帶團所得之導遊在導遊專業職能有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設二	不同背景變項之導遊在旅遊服務品質有顯著差異		說明假設 2-1 至假設 2-11 結果所示
假設 2-1	不同性別之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 2-2	不同年齡之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	成立	年齡在「行程」達顯著差異
假設 2-3	不同婚姻狀況之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	成立	婚姻狀況在「行程」、「餐食」、「購物」皆達顯著差異
假設 2-4	不同教育程度之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 2-5	不同畢業科系之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 2-6	不同帶團工作年資之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	成立	帶團工作年資在「行程」達顯著差異
假設 2-7	不同取得導遊執照年資之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 2-8	不同一年平均帶團次數之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	成立	一年平均帶團次數在「購物」達顯著差異
假設 2-9	不同一年平均每次帶團天數之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 2-10	不同一年平均每月帶團天數之導遊在旅遊服務品質有顯著差異	成立	一年平均每月帶團天數在「行程」達顯著差異
假設 2-11	不同一年平均每月帶團所得之導遊在旅遊服務	不成立	無顯著差異

	品質有顯著差異		
假設三	不同背景變項之導遊在旅遊滿意度有顯著差異		說明假設 3-1 至假設 3-11 結果所示
假設 3-1	不同性別之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-2	不同年齡之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-3	不同婚姻狀況之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	成立	婚姻狀況在「溝通」、「責任心」皆達顯著差異
假設 3-4	不同教育程度之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-5	不同畢業科系之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	成立	不同畢業科系的導遊在「溝通」達顯著差異
假設 3-6	不同帶團工作年資之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-7	不同取得導遊執照年資之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-8	不同一年平均帶團次數之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-9	不同一年平均每次帶團天數之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-10	不同一年平均每月帶團天數之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設 3-11	不同一年平均每月帶團所得之導遊在旅遊滿意度有顯著差異	不成立	無顯著差異
假設四	導遊專業職能對旅遊服務品質有正向影響	成立	導遊專業職能會正向影響旅遊服務品質
假設五	旅遊服務品質對有旅遊滿意度有正向影響	成立	旅遊服務品質會正向影響旅遊滿意度
假設六	導遊專業職能對旅遊滿意度有正向影響	成立	導遊專業職能會正向影響旅遊滿意度

第五章 結論與建議

本研究旨在探討導遊對導遊專業職能、旅遊服務品質與旅遊滿意度的關聯性，並依據研究問題、研究結果與討論提出結論與建議，期能提供線上導遊從業人員與旅行業，對實務應用與研擬後續發展能有所助益。本章共分三節，第一節結論，第二節建議，第三節研究限制。

第一節 結論

本節是依據研究目的與綜合實證的分析結果，並經由討論彙整說明如下：

一、導遊現況分析

本次受訪的導遊，女性約略多於男性，年齡分佈在 26~45 歲之間，未婚者佔多數，教育程度在大專(學)學歷以上居多，畢業科系以觀光相關科系畢業者為主，帶團工作年資介於 1~5 年之間，大多數人取得導遊執照年資不超過 6 年、最近一年平均帶團在 30 次以下、每次出團的天數不超過 7 天，每月出團天數合計在 10 天以內、每月帶團所得在 30000 元以上者所占的比例最高。由資料分析結果顯示，有越來越多年輕、未婚的女性朋友，在從事線上導遊的工作，而且都具有高學歷、相關科系畢業者居多；雖然導遊的工作時間長、壓力大，沒有辦法常常在家，但是只要有體力、有能力的人，不管是男性或是女性，都很適合來從事導遊的工作，而且由本次的研究發現，導遊的所得收入也比其他行業相對豐碩。

二、不同背景變項的導遊在導遊專業職能有差異

由本次的研究結果得知，不同背景導遊對專業職能構面的「專業知識」有顯著差異；其中導遊的畢業科系、每次帶團天數、每月帶團天數對專業知

識的影響最顯著。

三、不同背景變項的導遊在旅遊服務品質有差異

由本次的研究結果得知，不同背景導遊對服務品質構面的「行程」、「購物」、「餐食」等有顯著差異；其中導遊的每月帶團天數對服務品質的影響最顯著，導遊每月帶團天數的多寡代表的是實務經驗。

四、不同背景變項的導遊在旅遊滿意度有差異

由本次的研究結果得知，不同背景導遊對旅遊滿意度構面的「溝通」、「責任心」等有顯著差異；其中導遊的婚姻狀況、畢業科系對旅遊滿意度的「溝通」影響最顯著。

五、導遊專業職能、旅遊服務品質及旅遊滿意度之關聯結構

從本研究發現，導遊專業職能會正向影響旅遊服務品質，旅遊服務品質會正向影響旅遊滿意度，顯示導遊在旅遊服務過程，對於景點規劃是否流暢、停留時間的掌控，是否有額外的自費行程，都會影響到遊客的旅遊滿意度。而導遊專業職能會正向影響旅遊滿意度，表示遊客對於導遊臨場應變及在整個行程中的規劃及解說能力，是影響遊客旅遊滿意度之重要因素。

第二節 建議

本節是依據研究結果分析與討論提出相關建議，以提供給政府相關單位之參考；另提出後續的研究建議，作為後來研究者進行導遊相關之議題的研究。

一、給政府相關單位的建議

- (一) 本研究結果顯示，導遊專業職能會正向影響旅遊滿意度。遊客對旅遊品質的事前期待，除了硬體設施之外，導遊的專業與否亦為關鍵；導遊在職前訓練時雖然有安排戶外實務課程，但短短三天的見習還是無法應付實

際專業上的需求，尤其是帶團的技巧必須實際操作後才能不斷的累積經驗。建議觀光局爾後，對有意培植新手導遊之旅行社予以經費上的補助，委請業界資深導遊以師徒方式進行實務的傳承。

- (二) 導遊專業職能透過旅遊服務品質會正向影響旅遊滿意度。建議由導遊協會不定期的舉辦資深導遊經驗交流分享，吸取同業間帶團之精華，讓線上執業導遊能透過在職訓練，精進業務上的需要，以期能夠提供更豐富的旅遊服務品質。

二、 後續研究建議

- (一) 本研究問卷調查時間點僅以農曆春節前後各 1 個月為主，建議後續研究者能將問卷範圍擴大延伸至整個年度，使研究結果能更具代表性。
- (二) 本研究僅以問卷調查為研究工具，建議未來研究者可佐以對資深導遊人員作質性訪談，以更深層探討業界相關問題。

第三節 研究限制

本研究抽樣期間從 2017 年 1 月 1 日~2 月 28 日，正逢農曆春節前後，因旅遊業每年都有淡旺季之分，難免會造成研究樣本分布不平均，而產生結果的誤差。

參考文獻

一. 中文部份

- 交通部觀光局 (2017)。2017 年歷年來台旅客統計，下載於 <http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315> (2017 年 3 月 2 日)。
- 王信惠 (2010)。宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究-北港為例。南華大學旅遊研究所碩士論文，嘉義縣。
- 王毓翎 (2013)。如何提升陸客來臺觀光之旅遊品質。中華大學企業管理學系研究所碩士論文，新竹縣。
- 白穗儀 (1999)。國民中學組織學習與教師專業成長關係之研究。國立彰化師範大學教育研究所碩士論文，彰化縣。
- 邱怡欣 (2013, 12 月)。解說服務品質對旅客忠誠度影響之研究。2013 年國際休閒遊憩與運動管理發展趨勢研討會。吳鳳科技大學，嘉義縣。
- 邱皓政 (2011)。量化研究與統計分析 (五版)。臺北市：五南。
- 邱豐德 (2004)。導遊人員專業發展之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，高雄市。
- 吳淑貞 (2013)。導遊工作人員在職訓練需求研究-以台灣觀光旅遊服務協會會員為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，臺中市。
- 吳國儒等人 (2011)。T&D 飛訊，(114)。
- 吳德晃 (2004)。專業表現、服務努力、滿意度與小費之關係，旅遊管理研究，第四卷第一期，39-52 頁。
- 林永森、林佩伶、黃小玲 (2007)。遊客旅遊行為、服務品質、滿意度及忠誠度相關之研究-以劍湖山主題樂園為例。運動休閒餐旅研究，2，67-83。
- 林秉毅 (2005)。臺北市市民運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度之相關研究。國立屏東師範學院體育學系研究所碩士論文，屏東縣。
- 林燈燦 (2006)。觀光導遊與領隊：理論與實務 (第七版)。台北：五南。
- 林燈燦 (2013)。觀光導遊與領隊：理論與實務。臺北：五南。
- 容繼業 (1993)。旅行業理論與實務。新北市：揚智文化。
- 胡漢寧 (2005)。綜合旅行業員工對教育訓練需求之探討--以台北市為例。世新大學觀光學系碩士論文，台北市。
- 梁雯玟 (2001)。顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究：以國際觀光旅遊為實證。國立成功大學企業管理研究所碩士論文，臺南市。
- 許金田、廖紘億、黃讚松 (2011)。如何成為一位稱職的導遊? 性格與專業職能的探索。國防管理學報，2，1-26。
- 張春興 (2011)。現代心理學—重修版。臺北市：東華書局。
- 陳宗玄、張瑞琇 (2008)。休閒遊憩產業概論。臺北縣：揚智文化。

- 陳明德(2002)。旅遊業導入電子商務之績效評估—以平衡計分卡觀點探討。靜宜大學企業管理研究所碩士論文，臺中市。
- 陳勁甫、楊琬琪(2006)，旅行社團體旅遊產品之服務品質、顧客滿意度與忠誠度影響關係之研究，餐旅暨家政學刊，第三卷第一期，39-57 頁。
- 陳嘉隆(2006)。旅行業經營與管理。臺北市：新陸。
- 陳健宏(2008)，遊艇解說服務品質、滿意度與遊客行為關係之研究--以日月潭國家風景區為例，亞洲大學休閒與遊憩管理研究所碩士論文，台中市。
- 魏鼎耀(2005)。目的地意象、知覺價值與遊後行為意圖關係之研究。國立成功大學交通管理學系研究所碩士論文，臺南市。
- 蕭素珍(2016)。陸客來臺觀光旅遊服務品質與忠誠度之探討-以導遊專業職能為中介變項。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，臺中市。



二.英文部份

- Anderson, E.W., Fornell, C., & Lehmann, D.R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58, pp.53-66.
- A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, and L. Berry, "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of marketing*, vol.49, Fall 1985, p.48
- Byham, W. C., & Moyer, R.P. (1996). Using competencies to build a successful organization, Development Dimensions International, Inc.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator- mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bitner, M. J. (1990), Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, Vol.54, No.2, pp. 69-82.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, Vol.56, No.2, pp. 57-71.
- Campion, M. A., Mumford, T. V., Mogenon, J. D., & Nahrgang, J. D. (2005). Work Redesign: Eight Obstacles and Opportunities, *Human Resource Management*, 44(3), 367-390.
- Cardozo, (1965), An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, Vol.2, pp. 244-249.
- Churchill, G.A., & Suprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(1), pp.491-504.
- Cunningham, J. W. (1996). Generic Job Descriptors: A Likely Direction in Occupational Analysis, *Military Psychology*, 8(4), 247-262.
- Cofsky, K. M. (1993). Critical Keys to Competency-based Pay, *Compensation and Benefits Review*, 25(6), 46-52.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Crosby, P.B. (1979) .Quality is free: The art of making quality certain. New York: Mentor Books, New American Library.
- Day, R. L. (1984), Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction, *Advances in Consumer Research*, Vol.11 pp. 496-499.
- Dorfman, P.W. (1979) "Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction: A Case Study In Camping", *Environment And Behavior*, Vol.11(4), pp.483-510.

- Flick, G. R., & Brent Ritchie, J. R. (1991). Measuring service quality in the travel and tourism industry . *Journal of Travel Research*, 30(2), 2-9.
- Fornell, C. (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", *Journal of Marketing*, Vol.55, pp.1-21.
- Geva, A., & Goldman, A.(1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours, *Annals of Tourism Research*, 18,(2),177-185.
- Heung, V. C. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, VIII(3), 377-402.
- Howard, J. A.,& Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley. Jarvis, P. L., 1983. *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Service*. Boston, MA: CBI Publishing Co.
- Kotler, Philip (2003), "Marketing Management, 11th ed," Prentice-Hall Inc. Lucia, A. D. & Lepsinger, R., 1999. *The Art and Science of 360° feedback*, Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Latour, S. A. & Peat, N. C. (1979), Conceptual and methodological issue in Consumer satisfaction research, *Advances in Consumer Research*, Vol.6, pp. 431-437.
- Mayo, E.J., & Jarvis, P. L. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*. Boston, MA: CBI Publishing Co., Inc.
- McClelland, D. C.(1973). Testing for Competence rather than for intelligence, *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Mitra, A. (1993), *Fundamentals of quality control and improvement*, New York: Macmillan.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1),43-52.
- Mossberg, L. L.(1995). Tour Leaders and their Importance in Charter Tours, *Tourism Management*, 16(6), 437-445.
- Oliver , Richard L.(1981), Measurement and Evaluation of Satisfactions Processes in Retail Setting, *Journal of Consumer Research*, pp25-48.
- Oliver, Richard L. and Desarbo W. S. (1988), "Responses Determinants in Satisfaction Judgment", *Journal of Consumer Research*, Vol.14, pp.495-507.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*,

70(3), 41-50.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parry, S. B.(1998). Just What is a Competency? And Why Should You Care? *Training*, 35(6), 58-64.
- Ranaweera Chatura, Prabhu Jaideep.(2003) , *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*. London: Vol. 12, Iss. 1; p. 82.
- Raymond, A. N.(1999). *Employee Training and Development*, New York: McGraw-Hill.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service operations, Text and cases*. Boston: Allyn and Bacon.
- Songshan Huang, Cathy H. C. Hsu, & Andrew Chan (2013), *Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai*, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol.37, pp. 217-236.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M.(1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*, New York: John Wiley and Sons, 9-12.
- Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). *Tour guide training: A model for Sustainable capacity building in developing countries*. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69.
- Whipple, T. W., & Thach, S. V.(1988). *Group Tour Management: Does good Service Produce Satisfied Customers?* *Journal of Travel Research*, 27(2), 16-21.
- Zeithaml, V . (1988). *Consumer perception of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

附錄 一.

導遊從業人員所具備的專業職能調查問卷

敬愛的導遊前輩您好:

首先感謝您協助填寫此份問卷，使得本研究得以順利進行。這是一份關於『導遊從業人員所具備的專業職能相關研究』學術調查。藉由問卷填答，我們在數據彙整分析後會提出建議，提供華語導遊從業人員及旅行同業參考，使將來能提供更優質的旅遊服務。本問卷僅供學術研究之用，以不記名方式處理，敬請放心填答。您的寶貴意見是本研究成功的重要關鍵，懇請您依實際狀況安心填答，非常感謝您的熱心協助!

敬祝 闔家平安喜樂 業務長紅順利

南華大學資訊管理系

指導教授:王昌斌博士

研究生:蕭松呈敬上

【第一部分：個人基本資料】

此部份問題想瞭解您個人相關基本資料，僅供學術研究之用，絕不外洩，請安心勾選。

1. 請問您的性別為：男 女
2. 請問您的年齡：25 歲以下 26~35 歲 36~45 歲
46~55 歲 56 歲以上
3. 請問您的婚姻狀況：已婚 未婚 其他
4. 請問您的教育程度：高中 大專(學) 研究所以上
5. 請問您的畢業科系：觀光相關科系畢 非觀光相關科系畢
6. 請問您帶團的工作年資：1 年以下 1~3 年 4~5 年
6~10 年 11 年以上
7. 請問您取得導遊執照年資：3 年以下 3~6 年 6 年以上
8. 請問您最近一年平均帶團次數：10 次以下 11~30 次 31~50 次
51 次以上
9. 請問您最近一年平均每次帶團天數：3 天以下 4~7 天 8~12 天
13 天以上
10. 請問您最近一年平均每月帶團天數：5 天以下 6~10 天 11~15 天
16~20 天 21~25 天 26 天以上
11. 請問您最近一年平均每月帶團所得：10000 元以下 10001~20000 元
20001~30000 元 30001~40000 元
40001~50000 元 50001 以上

請翻下頁繼續填答

【第二部分：導遊專業職能】					
此部分共 12 題，每一題都以簡短的直述句描述您對導遊專業知識的同意程度，請就您用最真實的感受在各項敘述中勾選。1 代表「非常不同意」，依此類推…，5 代表「非常同意」。					
選 項	同 意 程 度				
	5	4	3	2	1
	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
1.我擁有謙虛、樂觀開朗、誠實的態度。	<input type="checkbox"/>				
2.我總是能不斷地積極參與相關的專業訓練活動。	<input type="checkbox"/>				
3.我會事先告訴客人各個活動的行程與內容。	<input type="checkbox"/>				
4.我能以最誠懇的心情，去實踐被分派的工作及責任。	<input type="checkbox"/>				
5.我具備各方面廣博的知識(人文、歷史、地理、社會)。	<input type="checkbox"/>				
6.我具備簡易的安全急救知識。	<input type="checkbox"/>				
7.我具備旅遊業務相關的知識(餐廳、旅館、票務)。	<input type="checkbox"/>				
8.我充分了解不同國家生活知識上的差異(飲食、風俗民情)。	<input type="checkbox"/>				
9.我能盡最大的力量去滿足遊客不同的需求。	<input type="checkbox"/>				
10. 我能與司機、領隊、合作廠商、甚至是每一位旅客輕易地進行溝通與協調。	<input type="checkbox"/>				
11. 我能使用生動的解說技巧讓旅客明白主要的重點內容。	<input type="checkbox"/>				
12.我遇突發狀況有隨機應變、冷靜以對的處理能力。	<input type="checkbox"/>				

請翻下頁繼續填答

【第三部分：導遊服務品質】					
此部分共 15 題，每一題都以簡短的直述句描述您對導遊服務品質的同意程度，請就您用最真實的感受在各項敘述中勾選。1 代表「非常不同意」，依此類推…，5 代表「非常同意」。					
選 項	同 意 程 度				
	5	4	3	2	1
	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
1.我能適當安排行程、不過份緊湊或趕行程。	<input type="checkbox"/>				
2.我對景點的規畫流暢。	<input type="checkbox"/>				
3.我不會安排額外的自費行程。	<input type="checkbox"/>				
4.我能協調司機主動幫旅客上下行李。	<input type="checkbox"/>				
5.我會隨時注意司機精神狀態、無疲勞駕駛、及危險行為。	<input type="checkbox"/>				
6.我會安排至清潔、衛生的餐廳用餐。	<input type="checkbox"/>				
7.我會選擇台灣特色餐食或小吃。	<input type="checkbox"/>				
8.我會要求餐廳餐食菜色多樣富變化。	<input type="checkbox"/>				
9.我會注重客人的個人飲食習慣。	<input type="checkbox"/>				
10.我會選擇評價高的旅館住宿。	<input type="checkbox"/>				
11.我會選擇住宿旅館舒適，地點合宜。	<input type="checkbox"/>				
12.我會要求住宿環境的安全及整潔。	<input type="checkbox"/>				
13.我不會帶客人至無認證標章的商店消費。	<input type="checkbox"/>				
14.我不會強迫推銷商品。	<input type="checkbox"/>				
15.我不會安排過多的購物站。	<input type="checkbox"/>				

請翻下頁繼續填答

【第四部分：旅遊滿意度】					
此部分共 8 題，每一題都以簡短的直述句描述您對旅遊滿意度的同意程度，請就您用最真實的感受在各項敘述中勾選。1 代表「非常不同意」，依此類推…，5 代表「非常同意」。					
選 項	同 意 程 度				
	5	4	3	2	1
	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
1.我會虛心接受客人的批評。	<input type="checkbox"/>				
2.我能接受客人無理的要求。	<input type="checkbox"/>				
3.我會站在客人的角度去思考問題。	<input type="checkbox"/>				
4.我會注重個人的服裝儀容。	<input type="checkbox"/>				
5.我不碰觸敏感的議題。	<input type="checkbox"/>				
6.我會詢問客人的重遊意願。	<input type="checkbox"/>				
7.我會針對客人的建議去作改善。	<input type="checkbox"/>				
8.我會提供客人最佳的旅遊行程。	<input type="checkbox"/>				